

令和3年度 東北食品輸出支援プロジェクト 実施報告書

【主催】

中小機構東北本部

【後援】

東北経済産業局、宮城県、仙台市、ジェトロ仙台

【協力】

東北地域貿易促進協議会、七十七銀行、東北・食文化輸出推進事業協同組合、みやぎ・せんだい連携会議

I. プロジェクト概要

1 目的

- ・ 新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けた中小企業者等への海外展開の促進
- ・ オンライン商談会の開催・運営ノウハウの蓄積

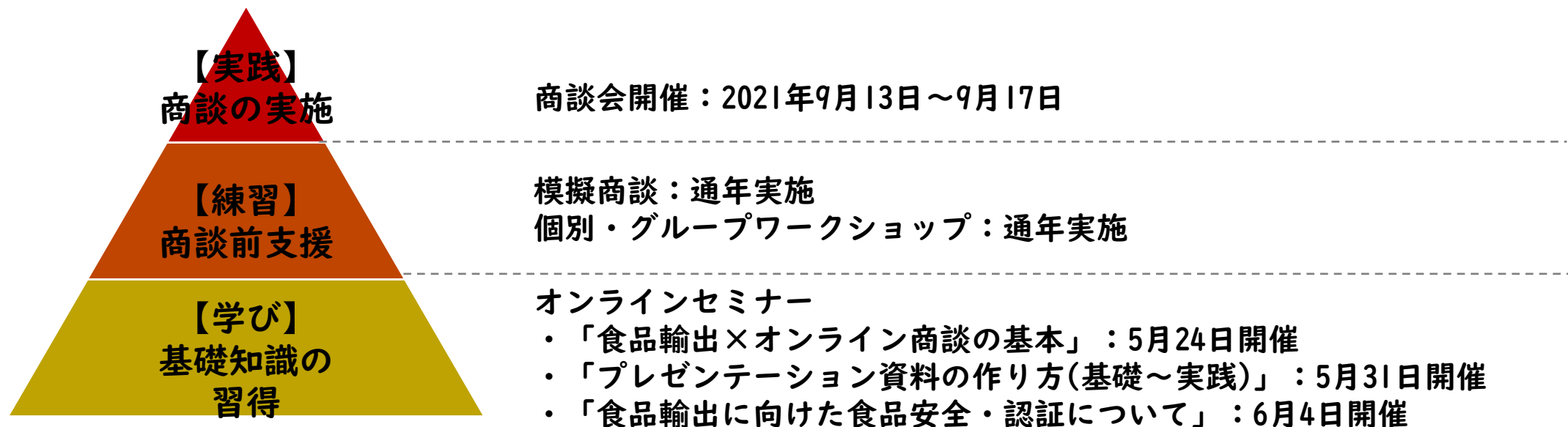
2 実施概要

商談の実施へ向け、基礎知識の習得、商談準備から実践まで一貫で企業を支援。
各企業のレベルに沿った支援を提供。

【学び】 オンラインセミナーによる、提案・営業、食品安全の基礎知識の習得

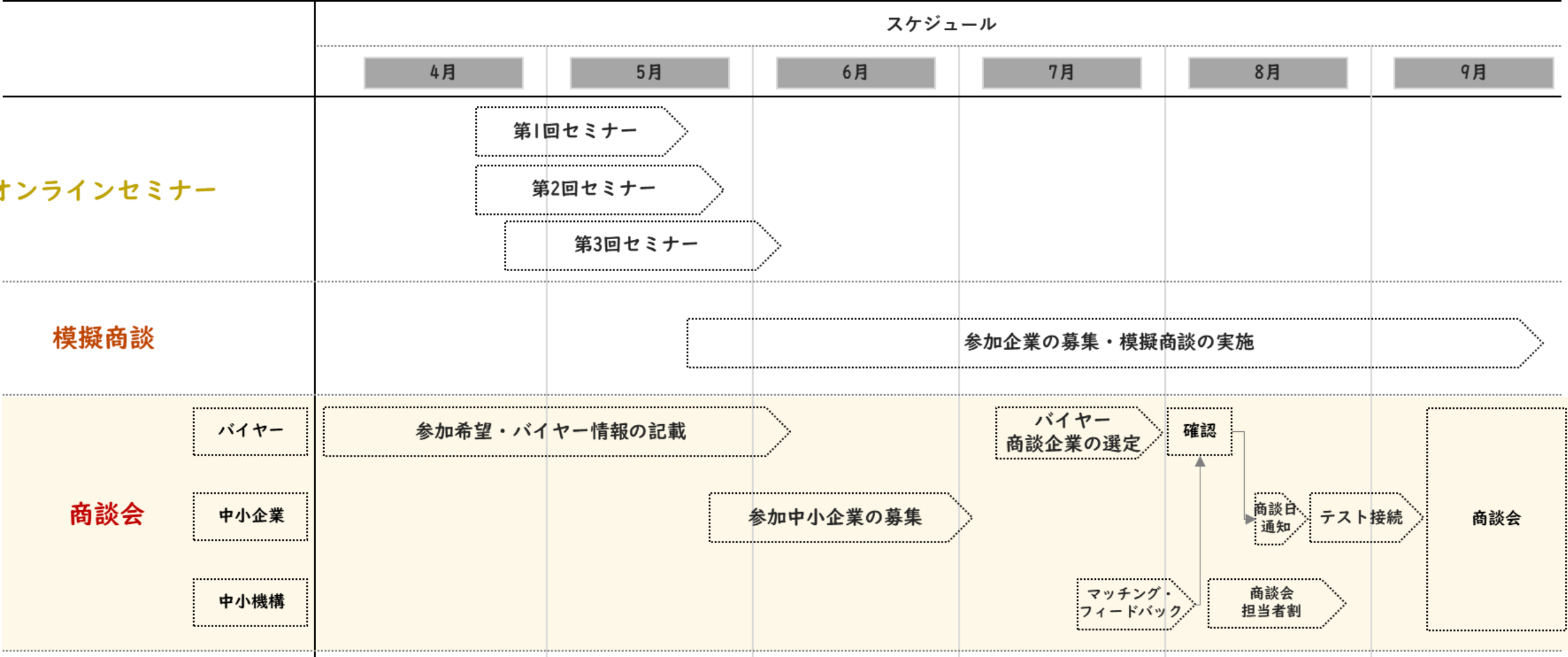
【練習】 個社支援（模擬商談）による提案資料のブラッシュアップ

【実践】 バイヤーとの商談を実施



I.プロジェクト概要

3 実施スケジュール



Ⅱ. オンラインセミナー



食品輸出×オンライン商談の基本

実施日：2021年5月24日
講師：中 正宏(中小企業AD)
申込人数：39名
参加人数：33名
お役立ち度：100%

海外ビジネスに初めてチャレンジする企業向け食品輸出の基礎やオンライン商談の当日、前後にすべき重要なポイント等を紹介。

利用ツール：zoom



プレゼンテーション資料の作り方
(基礎～実践)

実施日：2021年5月31日
講師：中 正宏(中小企業AD)
申込人数：39名
参加人数：30名
お役立ち度：100%

オンライン商談会において自社の製品の良さをPRするために重要な役割を果たすプレゼンテーション資料の作り方のコツや好事例等を紹介

利用ツール：zoom



食品輸出に向けた食品安全・認証
について

実施日：2021年6月4日
講師：村井 京太(中小企業AD)
申込人数：34名
参加人数：24名
お役立ち度：100%

海外企業との取引に必要な国際認証や食品衛生法の改正により必要となるHACCPに沿った衛生管理について、対応のポイントをご紹介します

利用ツール：zoom

Ⅲ. 模擬商談

1 実施概要

● 概要

専門家が商談相手となり、企業プレゼンテーションの内容や資料に対してフィードバック。

● 募集期間、実施期間

2021年5月31日～9月10日

企業の要望に応じて日程を調整、模擬商談の実施

● 申込企業

3社

2 実施結果

- ・ 参加企業数に対して模擬商談の実施要望は少なかったが、商談会の都度、本メニューを提供しても運営に負担はない。
- ・ 専門家との模擬商談を通じて、提案資料・提案内容のブラッシュアップができた
- ・ 商談時に専門家によるフォローアップが厚くなった。特に海外企業との商談においては通訳も入るため、非常に有効。

IV. 商談会

1 実施概要

● 商談会実施日

2021年9月13日～9月17日
(予備日：9月21日、22日、10月1日)

● 参加企業

36社+1団体 (延べ41社・団体)

● 申込企業数

49社+1団体 (延べ53社・団体)

● 商談数

110商談

● 参加バイヤー数

18社

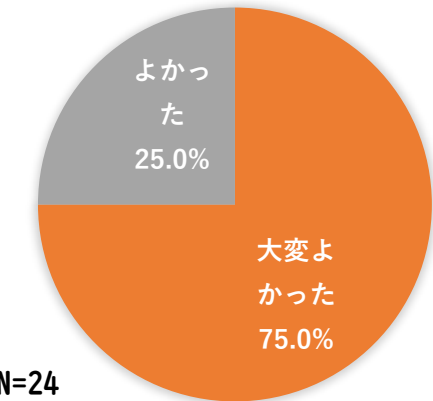
● 利用ツール

オンラインミーティング (zoom)

2 実施結果

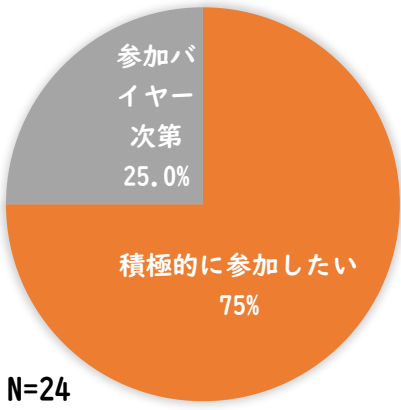
● 商談満足度

大変よかった/よかった/どちらともいえない/よくなかった
の5段階で評価



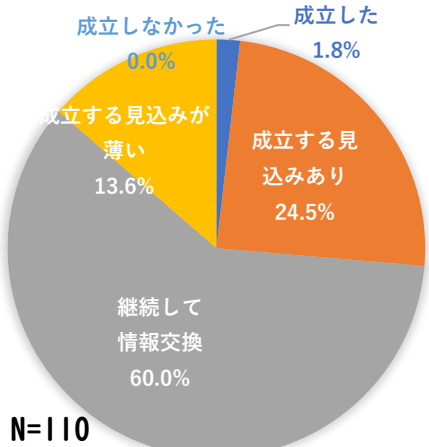
● 今後の参加意向

積極的に参加したい/参加バイヤー次第/リアルでの商談に限って参加したい/参加したくない
の4段階で評価

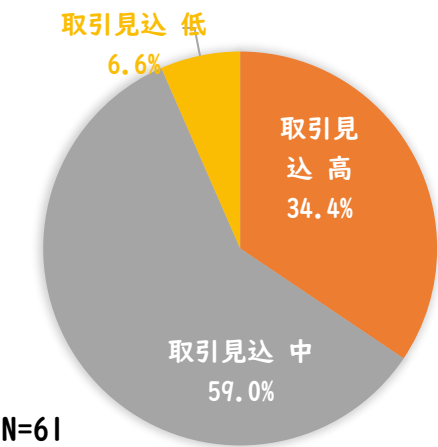


● 商談成約度

アドバイザー評価



企業評価



IV. 商談会

3 参加者の声

● オンライン商談会のメリット

- ・ わざわざ訪問しなくても商談が可能なので、時間を有意義に使える点。
- ・ デメリットは、お互いの信頼関係の構築がリアルよりも難しい点。
- ・ コロナ禍でも商談できるのは嬉しい限り
- ・ オンライン商談は場所を選びません。そのため、今までは手が届かなかった遠方の企業や、海外の企業に対しても商談を行えるようになります。
- ・ 様々な企業様とマッチングできる

● オンライン商談会のデメリット

- ・ デメリットは、お互いの信頼関係の構築がリアルよりも難しい。相手の反応を汲み取りにくい。
- ・ 画面上から得られる情報が限定的であることに加え、相手の印象が残りにくい（おそらくこちらの印象も与えにくい）。
- ・ デメリットは感じませんでした。
- ・ サンプルを用いた実演（試食）などを踏まえながらの説明ができないところが難しい
- ・ 言葉のやり取りにタイムラグがある
- ・ 試食を伴わない商談の場合、突っ込んだ商談となりにくい。

● バイヤーの声

- ・ 東北の企業と関わりを持てていなかったなので、ありがたい。
- ・ 東北フェアなどの催事もやりたい。
- ・ 簡単に商談ができる反面、商談回数が多かったので、バイヤーからの自己紹介が大変だった。
- ・ クリスマス・旧正月向けの商談会として、ちょうどいい時期だった。

4 振り返り

● 商談成約のポイント

中小企業

- ・ 商談が成約する企業の特徴として、**商談準備（プレゼン資料やPR動画、企業・商品のPRポイントの整理）ができて****いる企業が多い。**
- ・ 準備をしっかりとした結果として、バイヤーの話を聞く余裕を持てるので、オンライン商談の場でもしっかりと**対話ができる。**
- ・ 多いバイヤーで1商談会あたり10企業ほどと商談する場合もあるため、特に海外のバイヤーなどは**商談時間は短い方が好ましい傾向**にある。
- ・ 商談後にすぐバイヤーへ連絡を取ることができる。

バイヤー・運営

- ・ バイヤー募集時に全バイヤーと面談を行い、**求めている商材や取引条件、商流、サンプルの意向**を共有しておく。
- ・ バイヤーの参加意欲が低い商談は成約しづらいため、**バイヤーの意向を中心に商談のマッチング**を組む必要がある。
- ・ 商談のマッチングを組んだ後、バイヤーへ最終確認を行う。その後、中小企業へ連絡。
- ・ 商談会前に全企業とテスト接続。技術的な不安要素やバイヤーの求めることなどを改めてお伝えする。