

ビジネスをむすぶ**ヒント**がここにある！

取引拡大・人脈づくり ガイドブック

Guidebook

商談会



大手企業の
購買キーパーソンと
つながる！

交流会



多くの経営者と
知り合いになれる！

研修



ビジネスの
常識&ノウハウが
わかる！

東商の商談会とは

■開催スケジュール

- ザ・商談！し・ご・と発掘市……………年2回(10月頃、3月頃)
- ビジネスマッチング@FTJ……………年1回(2月頃)
- 東京トラベルマート……………年1回(7月頃)
- 個別商談会「東商バイヤーズミーティング」……………年6回程度

※イベント名・開催スケジュールは2018年度実績に基づきます。
※裏表紙のカテゴリ分類をご参照ください。

エントリー時に勝負アリ!! 取引拡大3つのポイント

東京商工会議所の商談会は、大規模なものが年4回、小規模なもので年5〜6回開催されます(裏表紙のカテゴリ分類参照)。1社との商談は25分間隔で区切ります。参加申込から商談会終了までの流れは下図の通りですが、その中から大切なポイントを3つ紹介しましょう。

1つ目はエントリーシートの書き方。読みやすさに配慮しながら、記入欄はすべて埋めてください。製造工程などは、図式化して記載すると、より伝わりやすくなります。ここが空欄の企業も多いのですが、それは「製造工程も見せられない企業」と言っているようなものです。

2つ目は、商材のアピールは10分程度に収め、残りをバイヤーの情報収集に使うこと。そのため、商談に臨む際には、商品の魅力を端的に伝える資料づくりをしてください。商材を持参したり、食品なら味見してもらったりするのも有効です。

3つ目はアフターフォロー。追加資料の提出を求められれば、商談会後すぐに送るなど、当たり前のビジスマナーが意外と大事です。それができず、せっかくの機会を生かせなかったり、次に進めなかつたりするサプライヤーがとて多い印象です。これら3点を踏まえて、皆さまに積極的にご応募いただければ幸いです。

Hint 1 商談会



中小企業診断士
坂口 到氏

大手百貨店のバイヤーから「次のアポ」を取るマル秘テクニク

中小企業は、商談会に積極的に参加すべきです。新規取引先開拓の労力を考えれば、テレアポや飛び込みをせずに、コネがない大手百貨店などにつながるチャンスがあるので、極めて効率的な場といえます。一般に、顧客対応など緊急度の高い案件に経営資源を費やす企業が多いものです。一方、重要性は認識しているものの、なかなか取り組むことができない新規取引先開拓は、時間がかかることもあり、後回しにしがちです。だからこそ、確実に相手と話ができる商談会をうまく使うべきなんです。正直、商談会の場で成約することは稀ですから、サプライヤーとしては、「商談会後に再度会ってもらうこと」がミッションになります。

私はかつてバイヤーをしていましたが、「また会いたい」と思えるサプライヤーには共通する特徴がありました。それは、バイヤーを知ろうとしていること——事前に実店舗を見ておくとか、バイヤーが何を求めているかをしっかりと聞くとか。何百件も取引を抱えるバイヤーにアピールしたければ、商談中は自社製品の売り込みに執着しすぎず、「最適な商材をご提供したいので、もっと話を聞かせてほしい」と、バイヤーから学ぶ姿勢を見せることです。また、商談会に工場の様子を撮影した写真や動画を持って行くのも効果的です。持参された試作品のみで採用の可否を判断することはできません。品質管理や生産管理の体制も、バイヤーとしては非常に気になる場所です。自社の管理体制を積極的にアピールしてください。

坂口 到氏

profile
住友商事株式会社、株式会社フォーシーズでの米国内における新規事業の立ち上げを経て2008年に独立。東京商工会議所中小企業活力向上事業コーディネーター。

■開催日当日の主な流れ

- 1 受付(参加票の提示)
- 2 「開始」アナウンスがあるまで「待機席」にて場内待機
- 3 アナウンスに従い商談席に移動
- 4 バイヤーとの商談開始(商談約25分)
- 5 「終了」アナウンスにて商談終了
- 6 (*次の商談がない場合) アンケートを受付に提出 (*次の商談がある場合) 「待機席」へ移動し、場内待機。③〜⑤へ。
- 7 イベント終了

ここを check!!

- ✓ 限られた商談時間(約25分)のうち3分の1で商品説明、3分の2でバイヤーの話を聞きましょう!
- ✓ バイヤーは多くのサプライヤーと接しています。商談会後は、メールなどで即連絡をとり、しっかり事後フォローを!

■申込から当日までの主な流れ

- 1 参加企業(サプライヤー)募集開始
応募企業へエントリーシート送付(開催90日前)
- 2 申込締切・エントリーシート締切(開催45日前)
- 3 バイヤーによる選考、抽選結果の連絡(開催25日前)
- 4 請求書発送(開催20日前)
- 5 参加費入金締切(開催7日前)
- 6 参加票(持参用)をメール送信(開催3日前)
- 7 商談会当日(来場)

ここを check!!

- ✓ PR商材(商品カタログ等)を準備しておきましょう!
- ✓ 事前に店舗訪問を行い、バイヤー情報(商品構成や価格帯等)を集めましょう!

東商の交流会とは

■ 開催スケジュール

- 東商ビジネス交流プラザ……………隔月
- 東商Bizレシビ……………隔月
- 東商メンバーズリンク……………年2回(7月頃、12月頃)
- テーマ別ビジネス交流会……………年10回程度
- スペシャリスト交流会……………年3回程度
- スペシャリスト+……………年2回程度

※イベント名・開催スケジュールは2018年度実績に基づきます。
※裏表紙のカテゴリ分類をご参照ください。

豊富なメニューで仕事も プライベートも大充実!

東京商工会議所では、情報交換、人脈づくり、業務提携など、さまざまな目的に合わせた交流会を開催しています。例えば、「東商ビジネス交流プラザ」は業種を限定しないため、幅広い人脈づくりができます。対照的に「スペシャリスト交流会」は、工業の方に限定し、業務提携を目的としています。ほかにも23区の各支部で、立食パーティ形式の交流会や、スポーツをしながらの交流会など、参加者同士のつながりを深める仕掛けが用意された、特徴的な交流会が開かれています(自分に合った交流会がわからない時は、裏表紙のカテゴリ分類をご参照ください)。

また、交流会には、会員限定のもの、非会員の参加も可能なものがあります。会員3年目までの企業・個人に参加資格がある「東商Bizレシビ」は、参加者同士の交流のほか、東京商工会議所のサービス紹介などもあわせて行うので、入会したらぜひ参加していただきたい交流会です。

全体の流れは、下図の通り。自社PRでは各社30秒または1分の持ち時間があります。何の準備もせずに話すのは難しいので、あらかじめ話すことを決めておくといいでしょ。特に、最大生産数や取引先の規模感など、具体的な話があると親切です。新しいつながりを生み出す交流会。皆様のご参加をお待ちしております。



中小企業診断士
川崎 悟氏

目指すのは「顧客探し」ではなく
仕事の相談ができる「パートナー探し」

Hint 2 交流会

「交流会では一人でも多くの見込顧客を見つけて、自社製品をしっかりとPRしよう」
そう思っている方はいませんか？ 残念ながら、その発想で交流会に臨んでも、成果はほとんど得られないでしょう。そもそも、あなたならそういう売り込みを相手にしますか？

交流会の最大のメリットは、緩やかな人脈形成ができることです。無理して取引先を増やそうとせず、「何かあったら気軽に相談できるパートナーを見つけよう」という気持ちで参加すればよいのです。名刺交換した相手とは、その後も適度に連絡を取り合い、機会があればお互いの商品やサービスを紹介したり、相手にマッチングしそうな取引先を交えて食事したりできる理想的です。つまり交流会の参加目的は、短期的な売上アップではなく、長期的な

のようになります。

では、どんな人と名刺交換をすればいいのでしょうか。交流会の多くは、冒頭に自己紹介の時間を設けています。話を聞きながら、つながりたい相手をリストアップし、自由時間になったら積極的に話しかけましょう。また、自己紹介をする時は「あれできません、これできます」ではなく、「お知り合いに○○にお困りの方はいませんか?」と聞かれると効果的。押し付けがましくない自己紹介ほど、相手の心に残るものです。

名刺は顔写真入りのものが望ましいです。大勢の参加者の中で、忘れられないことが大切ですからね。

顧客と接する機会の少ない間接部門の人が参加するのもおすすめですよ。ぜひ、「その場のコミュニケーションを楽しめれば成功」という気持ちで参加してください。

■ 開催日当日の主な流れ

- 1 受付 (参加票の提示)
※自社PR用パンフレットをご用意の場合
(「パンフレットコーナー」へ自社PR用パンフレットを設置)
- 2 当日の進行方法等オリエンテーション (5分)
- 3 企業概要や商品PR等、
自社紹介 (1社あたり30秒または1分)
- 4 自由交流・名刺交換会 開始 (60分程度)
- 5 自由交流・名刺交換会 終了後、アンケートを受付に提出
- 6 イベント終了

ここを check!!

- ✓ 自社紹介カタログを持参しましょう!
「自社PR」では、業務内容や強みを分かりやすくアピール!
- ✓ 「自由交流」では、積極的な名刺交換を!
終了後は電話やメール等事後アプローチを忘れずに!

■ 申込から当日までの主な流れ

- 1 参加企業募集開始 (開催60日前)
- 2 申込締切 (開催35日前)
- 3 申込多数の場合は抽選の上、
結果を連絡 (開催20日前)
- 4 請求書発送 (開催20日前)
- 5 参加費入金締切 (開催10日前)
- 6 参加票 (持参用) をメール送信 (開催3日前)
- 7 交流会当日 (来場)

ここを check!!

- ✓ 参加したい交流会を選びましょう!
(裏表紙のカテゴリ分類で内容をチェック!)
- ✓ 当日の「自社PR」の準備をしておきましょう!

川崎 悟氏
profile
川崎経営コンサルティング
グオフィス代表。水処理
機器の営業時代。新規開
拓のみで3億円超を売り
上げた実績をもつ。東京
商工会議所地域連携コー
ディネーター。

万能のビジネススキルを手に入れ、 危うい「自社流」から目を覚ませ！

大軽 俊史氏
profile
マーケティング企業を経て、株式会社日本総合研究所で経営コンサルティング活動に従事。その後、独立。コンサルタント歴20年、東京商工会議所研修講師などを務め、セミナー・講演日数は延べ2000日以上。



ビジネスディベロップ
サポート代表
大軽 俊史氏

Hint 3 研修

研修会は、社員の意識・行動を変える最善の一手。ここでは、研修会の意義と、効果を高めるため会社に行けることをお教えしましょう。

そもそも「研修会に参加しなくても私は仕事できていて、社内の教育制度も整っている」と考えている人は多くいます。実際、多くの企業でOJT(On the Job Training)、つまり日々の業務をこなしながらの職業訓練が行われています。しかし「自社流」ほど危ういものはありません。たとえば、代々「アポなし営業の達人」を輩出する部署があったとします。かつてはそれで通用したかもしれませんが、生産性向上が叫ばれ、多くの経営者が分刻みのスケジュールを組むいま、アポなしの訪問は嫌がられるだけ。OJTに頼っていると、こうした「世間とのズレ」に案外、気づかないものです。

そこで、社外で職業訓練をするOff J T(Off the Job Training)を取り入れる必要があります。その一つとして効果的なのが研修というわけです。

東商が主催する研修会では、一流の講師陣による普遍性の高い知識や技能を学ぶことができます。ビジネスの原理原則を知ること、「自社流」から脱却し、広い視野で会社を引っ張っていきける人材になれるのです。

あなたが経営者なら、若手を研修会に送り出す時に、ぜひモチベーションを与えてください。「研修会で3つのことを学んでほしい」など、具体的にミッションを伝えるだけで、吸収力が大きく変わりますよ。

数年後、その社員が「自分が成長できたのは、あの研修がきっかけだった」と思えば大成功です。

研修講座のお問い合わせは▶研修センター (TEL03-3283-7650) まで

知らないとしんをする！ PL保険は「商談」の常識

消費者の安全を守る製造物責任法(PL法)では、製品やサービスの欠陥によって消費者が負傷したり、財産損害を生じたりした際に、企業側が賠償責任を負うことを定めています。このリスクに対応するのが、生産物賠償責任保険(PL保険)です。

賠償責任は製造元、販売元の両方が負わされる可能性があります。商社や販売店は「サプライヤーがPL保険に入っているか」を気にするものです。その一方で「加入するものが常識」という風潮もあるため、交渉の途中段階であるため、確認しないこともありま

このようすれ違いが起こらないよう、東商の商談会(2~3ページ参照)のエントリーシートでは、品質管理情報に関する項目で、「PL保険の加入状況など」を問いかけています(図表①参照)。

さらに品質管理情報欄には、「衛生管理への取組」という項目もあります。商談会では工場等現場を見てもらうことができないので、しっかりと記入し安心感を与えることが、成約への第一歩となります。

ココがおすすめ! 東商の団体PL保険

「商談会に出たいのに、まだPL保険に入っていない!」という方は、ぜひこの機会に加入されることをおすすめします。

東商の団体PL保険は、中小企業の会員向けに設計され

図表①東商の商談会エントリーシート(一部)

商品検査の有無	<input checked="" type="radio"/> 無 <input type="radio"/> 有(具体的に)						
品質管理体制	<table border="1"> <tr> <td>担当者連絡先</td> <td>担当者名または担当部署名</td> <td>連絡先</td> </tr> <tr> <td colspan="3"> 品質管理に関する対応や生産物賠償責任保険PL保険の加入など </td> </tr> </table>	担当者連絡先	担当者名または担当部署名	連絡先	品質管理に関する対応や生産物賠償責任保険PL保険の加入など		
担当者連絡先	担当者名または担当部署名	連絡先					
品質管理に関する対応や生産物賠償責任保険PL保険の加入など							

た保険で、団体契約により一般の保険料より安い保険料で加入することができます。

さらに、不良品回収のリスクへの対応を手厚くする「リコール費用補償特約」も大きな特長となっています。中小企業の経営では、リコールに対して費用面でのリスクヘッジへの対応が取れておらず、

いざ回収事案が発生した際に、初動が遅れて賠償額が大きくなることも想定されます。この特約では、被害拡大を防ぐリコールの告知、回収生産物の修理費用や代替品の費用、それに関わる人件費や通信費など、11の項目で補償を受けることができます。

過去、法律上の賠償責任が

発生した主な訴訟例・事故例は図表②にまとめた通りです。これらの事態はいずれも、思いもよらない場面で発生しています。

「万が一」に備え取引先に安心感を与えることが、交渉を仕上げる基本のキ。PL保険で自社の品質管理体制を、さらに強固なものにしましょう。

図表②賠償責任が発生した訴訟例・事故例

電気機械器具 エアコンのコイル製造時についた傷により出火。ビルの内装を焼いた。 ⇒損害額 270万円!	輸入品 輸入・販売した裁断機械が電気系統の接触不良により誤作動し、作業員が指を切断した。 ⇒損害額 400万円!
工事 施工した配水管設備の継手部の差し込み不足により引渡後に漏水、建物に水漏れ損害を与えた。 ⇒損害額 500万円!	食品 給食センターが調理・配達した弁当が細菌に汚染されており、118名が食中毒で治療を要した。 ⇒損害額 270万円!

(注) 保険金のお支払いの対象となる費用は、約款および特約に定めるものに限定されています。詳細は、パンフレット、約款等でご確認ください。

共済制度のお問い合わせは▶共済センター (TEL03-3283-7909) まで

その課題、**東商**という答えがあります

取引を拡大したい、人脈をつくりたい、自社のPRをしたい……。そんなお悩みの解決に、東商の「商談会」「交流会」を、ぜひご活用ください。

● あなたに合った商談会は……？

業種や顧客タイプ別に年間10回程度開催。バイヤーと接点をもつチャンス！（p3参照）

旅行・観光関連

食品関連

ザ・商談！し・ご・と発掘市

金属・機械加工、樹脂成形・加工等ものづくり事業者を対象に、受発注者が一堂に会する相互マッチング商談会。

東京トラベル マート

「東京の観光」をテーマとして、旅行会社と東京の観光コンテンツを有する観光関連事業者との商談会。

ビジネスマッチング@FTJ

首都圏の百貨店、スーパー、卸売、ホテル等のバイヤーと、全国の食品製造事業者との商談会。

個別商談会

「東商バイヤーズミーティング」食品・雑貨製造卸等事業者を対象に、流通系企業1社から食品・雑貨等カテゴリー別にバイヤーを招き開催する商談会。

ものづくり (BtoB)

雑貨・ファッション (BtoB、BtoBtoC)

● あなたに合った交流会は……？

目的別にさまざまな交流会を用意。人脈づくりや業務提携にご参加ください！（p5参照）

幅広い業種の事業者と交流したい

● 全事業者向け

東商ビジネス交流プラザ

隔月開催。パートナー発掘にぜひ！

● 東商入会3年目までの事業者向け

東商Bizレシビ

隔月開催。東商の事業紹介もあり、会議所の活用法が分からない場合はぜひご参加を！

● ビジネスに限らず幅広い交流を希望する事業者向け

東商メンバーズリンク

年2回開催。ビジネスから離れた話題で交流。
☆飲食付き

ビジネステーマに沿って事業者と交流したい

● 観光・健康等のビジネステーマに関心のある事業者向け

テーマ別ビジネス交流会

年10回程度開催。テーマに応じた交流が可能。

● 士業向け

スペシャリスト交流会

年3回程度開催。クライアントからのさまざまなニーズに迅速・的確に応えるためのパートナー発掘にご活用を！

● 士業向け、士業との交流を希望する事業者向け

スペシャリスト^{プラス}

年2回程度開催。士業との連携に関心のある事業者はぜひご参加を！

※この他にも東商の支部で実施している交流会がございます。