

失敗しないオンライン商談

コロナ禍で外国との往来手段が断たれたため、食品業界ではバイヤー招へい商談会の代わりに、オンライン商談会が開催されるなど、WEBツールを活用した商談が頻繁に実施されています。海外に向けた商談には「現地の輸入販売者」との商談と「国内商社」との商談が考えられますが、特に海外・ASEANの日本食を取り扱う輸入販売者は日系企業か華人系の企業が中心となります。今回、海外向けの取引の前提を考えるとともに、海外との商談にあたっての留意点についてお伝えします。

1. オンライン商談で必ず用意するべきもの

オンライン商談（オンライン以外でもですが）では、少なくとも下の3点は必ず用意・留意すべきです。詳細は次のページで解説いたします。

①見積

一般小売価格ではありません。

商談相手の求める価格を用意して商談に臨みましょう。

②商品サンプルを十分に用意する

相手にこちらの本気度を見せるためには、サンプルが必須です。

③商品企画書（添加物・賞味期限）

添加物・賞味期限について、商談前に問題点を解決する必要があります。

2. 商談成約のためには

これまでは現地商社から見ると（商談のために）「日本に行ける」という特典があったため、商談設定は比較的容易でした。バイヤーが長期滞在の場合、日本で買い付けて手荷物で持ち帰るということも可能でした。一方、オンライン商談の場合、相手は自国から商談に取り組みます。そのため、商談を実現させるためには、商品サンプルを用いた事前の営業活動が重要となっています。

オンラインで商談が実現できるようになったからこそ、商談の目的が「なんとなく商品を見てみる」場から「本気で商品を調達する」場に変化してきています。よって、オンライン商談の場で成約を出すためには、商談者の心構えと事前準備がこれまで以上に重要になってきます。

華人系の企業と商談をする場合は、特に「本気度」が試されます。華人は「世界で」当たり前のことを実施しないことを嫌う傾向があります。海外との取引に必要な最低限の情報を事前に準備しないことで、商談機会を失いかねません。我々の本気度が試されています。

①見積

日本の中小企業が外国の企業と商談する際、「蔵前価格」は用意していますが、送料を別として最低発注量などを設定していないことがよくあります。

日本の展示会では、FOB価格やC&F価格を、海外の展示会では、C&F価格を求められることが多いのではないのでしょうか。

海外の企業から見た場合、手元にいくらで届くのか、いくらで購入できるのかという視点が重要となります。そのため、C&F価格を提示することが望ましいです。C&F価格は、色々な条件があるため難しいかもしれませんが、商談までに少なくとも国内港渡しの価格（送料込みの商品の単価）は準備が必要です。一般小売価格は参考にしかりません。また、最低発注数や商品のサイズ（重量、梱包サイズ）は必ず用意しましょう。

②商品サンプルを十分に用意する

一連の商談は「カタログで興味を引き出し」、関心のある商材の「サンプルを提供」し、最後に見積を提出するといった流れを取るケースが多いのではないのでしょうか。

商談相手とは「信頼関係」をどう構築するのが重要であり、特に華人はその関係性を重要視する傾向があります。少なくとも商談のテーブルについている以上、商材の取り扱いに関心を示しているところであり、商談の段階でサンプルがない、見積がない（最低発注数がない、梱包の状態がない・・・）といった状況では、信頼を無くし、次の商談につなげることはできません。

最低でも、商談に本気で取り組んでいるという印象をつけるためにも、サンプルはケチらないことが重要です。

③商品企画書（添加物・賞味期限）

「日本の商品は優れているもの」と思う気持ちもありますが、実際に世界から見ると、食品においては、添加物と賞味期限の問題で日本製品は劣っていると評価される場面があります。

言い方を変えると、添加物と賞味期限の問題で輸入ができないという事例があるということであり、これは商談前に解決しておくべきことです。

添加物については、輸出先の国・地域で認められていない添加物が用いられた商品であるため、輸入ができないといった事例があります（例えば香港で、添加物の兼ね合いでたこわさびが輸入できないといった事例がありました）。商品成分については3次原料まで説明できるようにし、それを商談相手に事前にチェックしてもらうことが必要です。日本近辺の諸外国では、香港・シンガポール・マレーシア・カンボジアは比較的添加物の運用は緩いですが（これらの国は1次原料程度のチェックで問題ありません）。

賞味期限も同様です。賞味期限が12か月ないと商談にもならないケースが多数あります。求められる賞味期限は日本との距離にもよりますが、ベトナムでは12か月は欲しいといわれます。

日本国内での取引においては、当然のように準備していることでも、海外との取引では取引条件などを全く準備していないという事例が多く見受けられます。これまではそれでも商談は成立しました。これからは、事前準備ができていない商談は、商談自体が困難な他、ますます成約は困難になると考えられます。事前準備にコーディネイト支援事業をご活用ください。

【著者紹介】 株式会社フォーバル 海外ディビジョン (<https://www.forval.co.jp>)

6億人の人口を抱えるASEAN諸国にフォーカスし、カンボジア、ベトナム、インドネシア、ミャンマーの4カ国に拠点を構え、日系企業、特に日本経済を支えている中小企業に対し、「進出前」から「進出後」までをトータルにサポートしています。お気軽にお問い合わせください。