



# サンプルでわかる！ バイヤーへの訴求力を高める FCP展示会・商談会シートの 活用方法

監修 千葉銀行 法人営業部 FCPアドバイザー 渡辺 勝美

ここでは、フードビジネスのマッチングで利用される「FCP展示会・商談会シート」を取り上げ、本シートを作成する効果や内容を充実させるポイントについて、記入サンプルとともに紹介する。



「フード・コミュニケーションプロジェクト」は、消費者の食に対する信頼を高めることを目的として、平成20年からスタートしたプロジェクトである。食品事業者とその関係者、農林水産省の「協働」により、食品事業者の取組みの「見える化」を進めている。

本プロジェクトでは、食品の作り手と買い手の出会いの場である展示会・商談会において、「必要な情報を効率良く知ることが出来る」ツールとして「FCP展示会・商談会シート（以下、商談会シート）」を開発した。本稿では、シートを利用する効果や、商談成約率を上げるための記入ポイント、金融機関が行いたい作成のサポートなどを紹介する。

展示会や商談会が全国各地で開催されている。地域経済活性化の好機として、関係者の期待も膨らんでいるようだ。

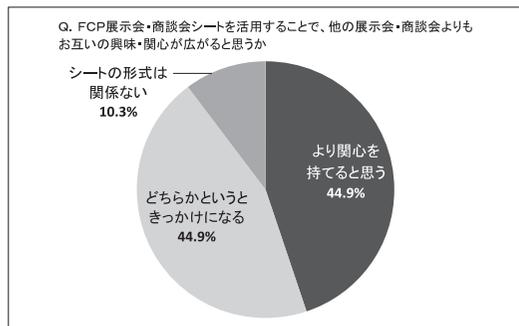
他方、商談会が盛んになるに伴って、出展者・バイヤー等の関係者にとつての課題も顕在化している。自社の商品を売り込みたい出展者の側からは、「何をバイヤーに伝えればよいか分からない」という声をたびたび耳にする。「バイヤーから『この商品のこだわりは何？』と聞かれたが、答えに詰まってしまった」とか、「試食を配るのに精いっぱい、バイヤーと話がでずに終わってしまった」という感想が聞こえてくる。

限られた時間で有望な仕入先を探しているバイヤー側では、「商談を進めるかどうかの判断に必要な品質管理等に関する情報が手に入らない」、「質問をしても要領を得ない説明をされて効率が悪い」といった感想もあるようだ。

近年、地元産の食品の販路を拡大しようと、地方公共団体や地域金融機関等がコーディネートする

主催者側にとつても、商談会の立上げ当初であれば、出会いの機会を提供したこと自体で評価が得られるものの、開催を重ねてく

図表1 バイヤーへのアンケート結果

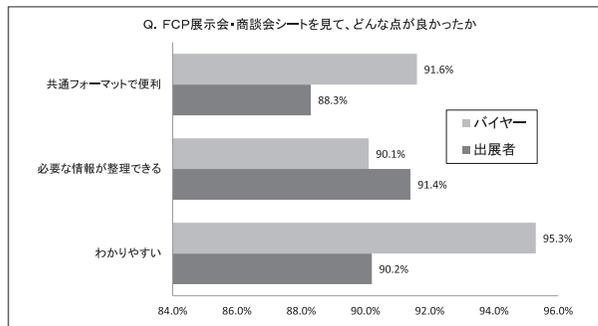


ば、商談成立機会としての効果が問われることになる。単なる「イベント」で終わっては困るというのが実情であろう。

こうした課題が明らかになってきた背景には、商談会において、「出展者とバイヤーが交換する情報が、お互いに不十分である」「そもそもバイヤーが知りたい情報と出展者が伝えたい情報が食い違っている」といった要因が挙げられる。

実際のところ、商談会において、来場者（バイヤー）と出展者

図表2 バイヤーおよび出展者へのアンケート結果



がコンタクトをとる時間を見ると、15分以内が75%以上を占めるといわれている。この短い時間を、商談に発展させるためのファーストコンタクトとして活かすためには、企業理念や商品情報などについて短時間でいかに共有できるかがポイントとなる。

こうした背景から、FCPの企画として、商談会での情報のやり取りを効率化できる「統一シート」の開発に至ったわけだ。

## 出展の都度シートを作成する手間がなくなる

### 2 商談会シートとは

商談会シートの機能を考える場合、採用試験の際に誰もが記入したであろう「履歴書」を思い浮かべると分かりやすい。このフォーマットには、「採用試験の受験者に関する必要最小限の基本情報」が網羅されている。履歴書のフォーマットが共通しているの、どの会社の面接を受けるにしても、毎回記入し直す必要がない。

受験者は、履歴書の項目を踏まえたうえで、「特に相手方に売り込みたいこと」をアピールすることになる。採用する側からすれば、履歴書を読むだけで基本情報が確実に入手できる。他の履歴書と見比べて比較対照することも容易である。そのうえで、自社にとってふさわしい人材であるかどうかを、限られた面接時間の中で質問することも容易になる。

これを商談会に置き換えてみると、商談会シートを活用すること

で、出展者の立場でいえば、商談会のたびにシートを作る労力から解放されるし、出展者と来場バイヤーの間で「伝えたい情報」と「手に入れた情報」が相互にクリアになる。

その結果として、「自分たちが作っている美味しい食品を、きちんと評価してほしい」「自分たちの真面目な取組みを、もっと知ってほしい」と切望している事業者の商品が、世の中に出て行きやすい環境が整うのである。

実際に商談会シートを活用したバイヤー・出展者の声からも、双方にメリットがあることが分かるはずだ（図表1・2）。

## 作成プロセスを経ることで 自社・商品を振り返る

### 3 シートの活用効果

商談会シートの活用効果は、商談会の本番だけに表れるのではない。商談会の準備としてシートを作り込むプロセスも大切である。シートを作成を通じて取引先は自社の業務を振り返ることができ、