

青果物流通の営業が もっと楽しくなる方法

第12回 バイヤーとの商談は
難しい？

ほん だ しげる
本田 茂

農業経営診断士 6次産業化プランナー



1. はじめに

JA 園芸職員の皆さんが、量販店や食品加工メーカーとの商談をした経験はありますか？ 直販部への配属や全農青果センターへの出向など既に経験している方も一部いるかもしれませんが、まだまだ多くの園芸職員の方は、こうした経験が少ないのではないのでしょうか？ 「自分たちがバイヤーと商談するなんて、とんでもない！」もしくは、「市場の領域を侵すことを恐れている」などまだまだ未知の世界となっているのかもしれませんが。今回は、皆さんの仕事をもっとおもしろくなるためにも、バイヤーとの商談の世界を知って欲しいと思い、その話をします。

2. バイヤーとの商談に必要なポイントとは

バイヤーとの商談に必要なポイントを4つ図にまとめてみました。
あれ？ そんなこと？

そうなのです。実はそんなに難しいことを求められているのではないのです。

一つずつ解説していきます。

1つめは、過去にこだわらないことです。県本部や経済連の方、JA 職員の中堅からベテランの方、にありがちな話ですが、過去に痛い目にあったことをずっと根にもっているケースがあります。しかし、この業界は、さあ、今回がダメなら次いってみよう！ の世界です。いつまでも過去を引きずっていた

ら商売はできません。

バイヤーの資質にもよりますが、その時の相場と状況により予期せぬことが起こります。都

合が悪くなると、逃げたり、もめることもあるでしょう。大切なのは、その後の商売です。例えケンカしても、次のシーズンからは仕切り直す。この切り替えが大切なマインドの一つです。

2つ目は、聞くことです。商談というと、気負いすぎて、たくさんの資料を用意し、いい情報ばかり強調しすぎてしまいがちです。商談するからには、先方にメリットがないと相手にされないのではないか？　と思うかもしれませんが、極端な話、産地からは現状の状況をきちんと話してあげるだけでも十分です。逆に、売り場の情報やどう売上を作りたいのか？　我々産地に何を望んでいるのか？　相手のニーズを聞きだすのです。相手のことを知ることが次の商談や提案に生きてくるのです。

バイヤーの方も、聞いてばかり

図 バイヤーと商談するポイント4つ

項目	内容
①過去にこだわらない	商談は野球と同じ。回が変ればノーアウトからの打席。前の回の打席にこだわらない
②聞く	商談は、売り場の状況や相手のニーズを聞く場と心得る。無理をしておかしい提案をしようと思わない
③宿題をもらう	相手のニーズと現状のギャップを確認して、バイヤーからの宿題をもらう。バイヤーと一緒に問題を解決していく姿勢が大事
④質よりも回数	バイヤーとの取引は、人間関係と同じ。会った回数に比例する。何もなくても商談に行ってもかまわない

だと、無理に押し売りされているようで、いい気がしません。むしろ、バイヤーにたくさん話させて、自分達売る立場の考えを産地の方に聞いてもらえたと思う方が満足するものなのです。

3つ目は、宿題をもらうことです。無理して完璧な提案をするのではなく、相手のニーズを聞き出すのが商談と言いましたが、その後、次に次回に来るまでに宿題をもらえればいいのです。「宿題を出す」とはずいぶん上から目線だと思われるかもしれませんが、買う立場の方が残念ながら少し上です。これはいたしかたありません。

皆さんが商談に行くということは、おそらく相場よりも高く買ってほしい、安定して取引したいという目的があるはず。通常よりもいい条件を引き出すのですから、多少の宿題は課せられても当

然です。

バイヤーが産地に望むことは、センターへの直送、こだわりの定義、新しい売り方、イベントへの協力といろいろあるはずです。これらを最初から持ち出すのではなく、バイヤーのニーズを聞きだし、宿題をもらい、その解決策を商談の中で見出していくのです。

4つ目は、質よりも回数ということになります。これは人間関係と同じです。皆さんもバイヤーと商談するとき、最初の頃は相手を警戒しますよね。実は同じくらいバイヤーもびびっているのです。しかし、商談は勝負ではないのです。ここを勘違いしている方も多いのかもしれませんが、商談とは、回数を重ねて相手と仲良くなる場なのです。そのためには、やはり電話やメールよりも直接顔を突き合わせるにつきます。極端な話、

大して用事がなくてもいいのです。ですから、先ほどの宿題の回答を小出しにするのもテクニックかもしれません。

3. 卸との同伴商談のススメ

筆者は常々、もっと産地の方が市場と一緒に商談にいけないと思っています。両者が組んで商談にいくとお互い足りない部分が補えるからです。

市場の仲卸や卸とバイヤーの商談といっても、実は大した話をしているわけではありません。相場予測とチラシの連絡くらいなものです。ここに皆さん産地の方がくると、ぐっと深い商談ができるようになります。皆さんにとって、当たり前産地情報を話すだけでも、仲卸の顔が立ち、バイヤーも上司に報告できる情報が得られるのです。「自分は産地担当から直

接聞きだした。自分にわざわざ産地の方が会いにきた」とバイヤーの鼻も高くなるのです。

図のように、市場との合同商

図 市場との合同商談のメリット

産地のメリット	・受発注、代金決済を頼める ・相場よりも高く売れる
仲卸のメリット	・バイヤーへの信頼が得られる ・産地から荷を集められる ・産地から物をもらえる
バイヤーのメリット	・産地が安定するので、売り場が安定する ・新しい取り組みができる。 ・上司や店に報告できる

談は、皆さんが思っているよりも各段階でメリットがあるのです。市場の領域を荒らすのではなく、共に大きな売り場を取りに行く意識改革が必要です。

最初から大きな取組みはしなくても、まずは一緒に商談に行き、後ろで聞いているだけでもいいのです。特に、市場の大小よりもやる気のある市場を選ぶことが大切です。

4. さいごに

皆さん、お化けて怖いですよ。特に昔のように科学が発達していなかった時代はなおさらだったでしょう。怖い正体は、知らない世界への恐怖だと思っています。今まで経験したことがないバイヤーとの商談。もしかしたら皆さんの頭の中では、魑魅魍魎のバイヤーたちが、食うか食われるかの商

談をしていると思込んでいるかもしれません。

こうした恐怖の正体は、外の世界を知ろうとしないこと、機会を避け続けて経験しないことにあるのです。まずは、飛び込んでみてください。思ったより大したことのない世界ですよ。

現状にない取引を探すのがバイヤーへの課せられた任務ですが、全て産地の方で用意する必要はありません。バイヤーからの宿題を、双方で解決に向けて歩みよっていくのが商談なのです。小売の業界は厳しくなっています。従来のように市場を叩いても売上は作れないと上層部も気が付き始めています。これからは、お互いが協力しあい、共存できる関係をつくるために、皆さんがどんどん商談に出ていく時なのです。

執筆者紹介



本田 茂…農業経営診断士。宮城県在住。農家や農業法人に対する経営支援をおこなうため平成24年10月独立。17年間 JA 全農で青果物流通の現場にいた。主な担当品目は、菌茸類、豆類、土物全般、筍、梅、きゅうりなど。在職中に、平成22年経済産業省登録中小企業診断士となる。現在では、(社)コミュニケーション教育協会理事を務め、社内や個人の人材育成の活動や、(社)日本食農連携機構東北支部事務局長を務め、農業者と企業とのマッチングの場づくりの活動を行っている。

●園芸担当者向け研修講師承ります。

お問い合わせは JA 経営実務担当栗野まで awano@zenkyou.com;