

近畿農政局様 2025年9月3日

# バイヤー目線で見た 商談準備のポイント

配布資料

ワオラボ株式会社 代表取締役  
小粥おさ美



おがいおさみの

# What's Up Japan

まずは自己紹介です！

ワオラボ株式会社 代表取締役 小粥おさ美 /

～世界3000社のバイヤーとつながる海外販路開拓のプロフェッショナル～

オーストラリア・クイーンズランド州立大学院卒業後、大手自動車メーカーでの欧州進出プロジェクトに従事。その後独立し、企業向け通訳を始める。40歳で渡米、ハーバード大学にて国際マーケティングを受講、最高成績であるAを修める。

2018年には内閣府イベントにて地方大会を勝ち抜き女性起業家として日本一の賞を受賞。ラジオのパーソナリティも務める。

著書「私がファーストペンギンになれた理由～ゼロイチをつくるということ～」

「海外展示会同行通訳」がキャリアの始まり

15年間、名刺先にコンタクトし続け、バイヤー数が自然と増え、現在5,000社(おそらくもっと、数万)

今でも海外展示会には、年5～6回出展しています例：  
CES、Natural Food Expo 等

平均150枚の名刺/展示会、年間500～600人のバイヤーが増え続けています

本日のゴール:

- ・ 海外バイヤーが商品を選ぶポイントを理解し、
- ・ 商談への備えを完璧に！

# 目次

1) 千載一遇のチャンス！？ 海外市場の現状

2) 輸出は何から始めたらいい？

～輸出の流れ～

～あなたにとってのバイヤーは？～

3) バイヤーに合わせた商談準備

4) バイヤーが選ぶ商品とは？

5) 輸出本気度別 市場情報収集方法

6) 中小企業の戦い方 成功事例

# 千載一遇の チャンス!?



健康

SUSHI

Ramen

Matcha  
Bento  
SAKE

1990

2000

2010

2025

Motorcycle HONDA  
Car TOYOTA

ポップ  
カルチャー



Manga/anime

「和食」  
無形世界遺産

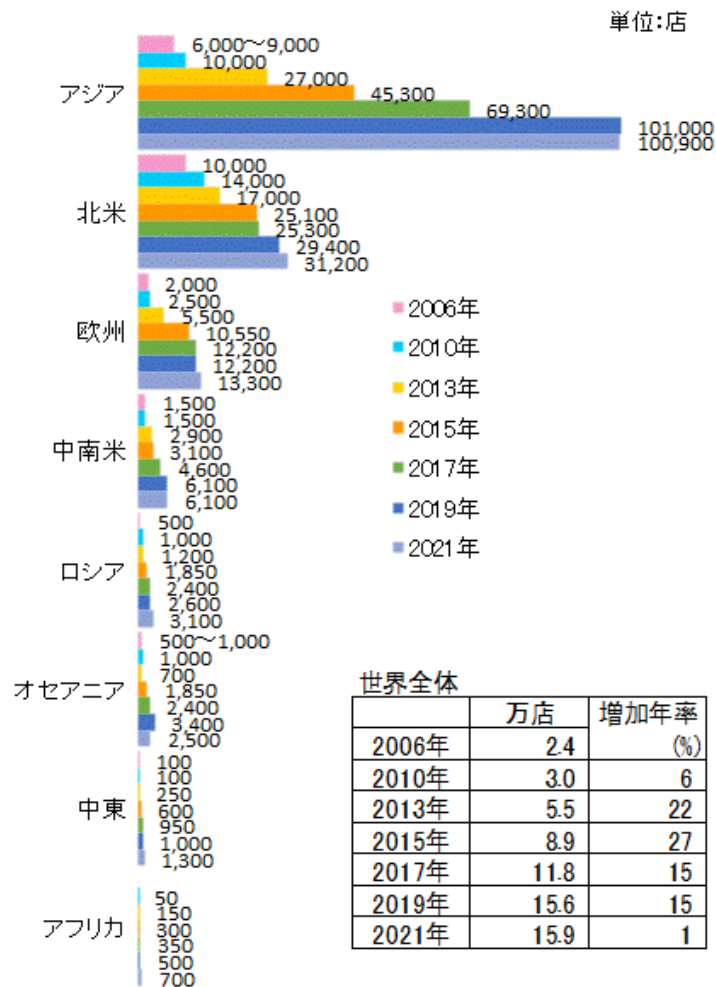
Cosmetics

Japan travel

訪日観光客増加

# 急増日本食レストラン 13年で6.5倍！

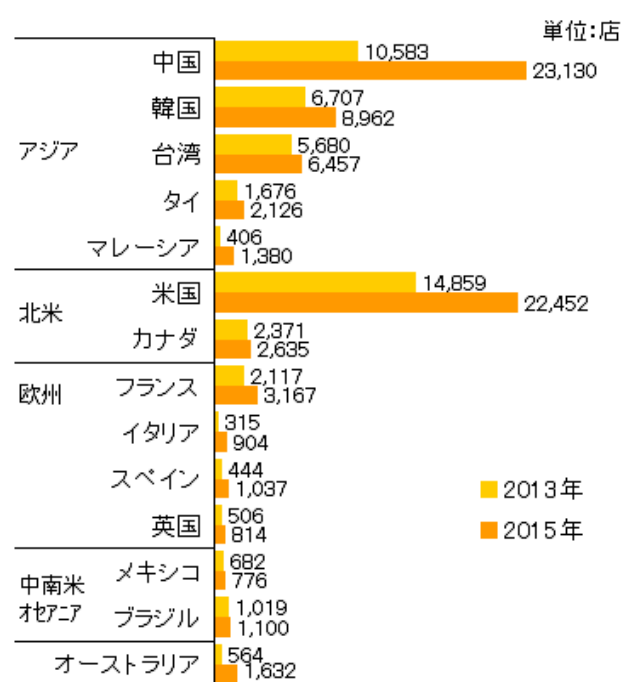
海外の日本食レストランの店舗数



(注) 外務省・在外公館の調査協力の下に農水省が推計した店舗数

(資料) 農林水産省「海外における日本食レストランの現状について」(2006年11月)、「日本食・食文化の海外普及について」(2014年6月)、「海外日本食レストラン数の調査結果等」(2015年8月)、「海外における日本食レストランの数」(2017年11月、2019年12月、2021年9月)

海外の日本食レストランの店舗数(国別)



(注) 同前 (資料) 東京新聞「大図解」2016年1月3日

約2.4万店(2006年)

約5.5万店(2013年)

約8.9万店(2015年)

約11.8万店(2017年)

約15.6万店(2019年)

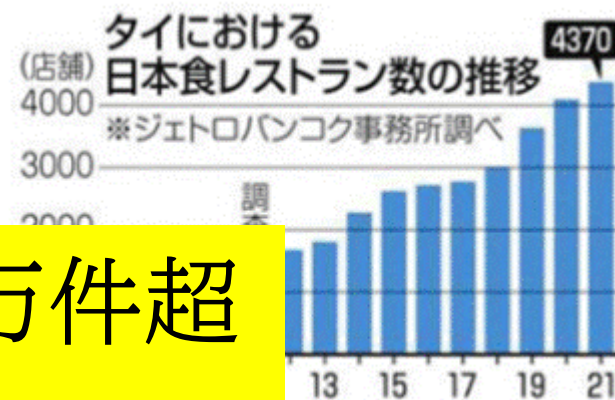
7年間で2.3倍

2年間で1.6倍

2年間で1.3倍

2年間で1.3倍

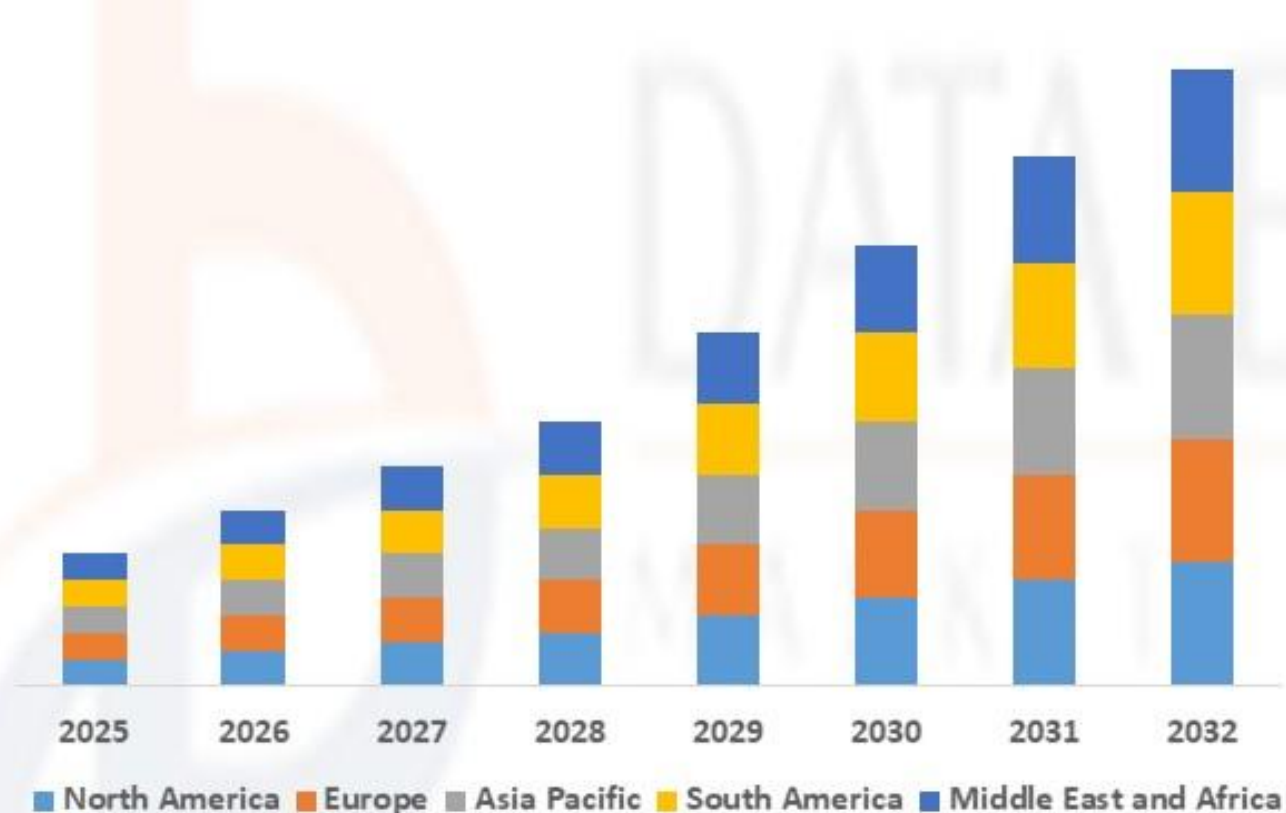
2024年には18万件超  
過去最大



21.0.26 夕刊)

# さらに3.5倍！日本食レストラン数急伸

Global Japanese Restaurant Market is Expected to Account for  
USD 24.53 Billion by 2032



DMCA Protected © Data Bridge Market Research- All Rights Reserved.

Source: Data Bridge Market Research Market Analysis Study 2025

Global Japanese Restaurant Market,  
By Regions, 2025 to 2032



DATA BRIDGE MARKET  
RESEARCH



# 海外輸出に関するお悩み

海外輸出って敷居が高そうだけど、期待はある。どうやって始めたらいいの？

我が社の商品通関できる？  
規制が分からない

販売先の獲得方法が  
わからない

どの国に自社商品のニーズがあるのか、ターゲットを見極めたい

弊社のように小ロットでも  
対応してもらえるバイヤー・商社ある？

注文の継続性がない



# 輸出の流れ

スタンダード  
(間接貿易)



生産者

商社  
(エクスポーター)

フォワーダー

船

輸出国  
税関

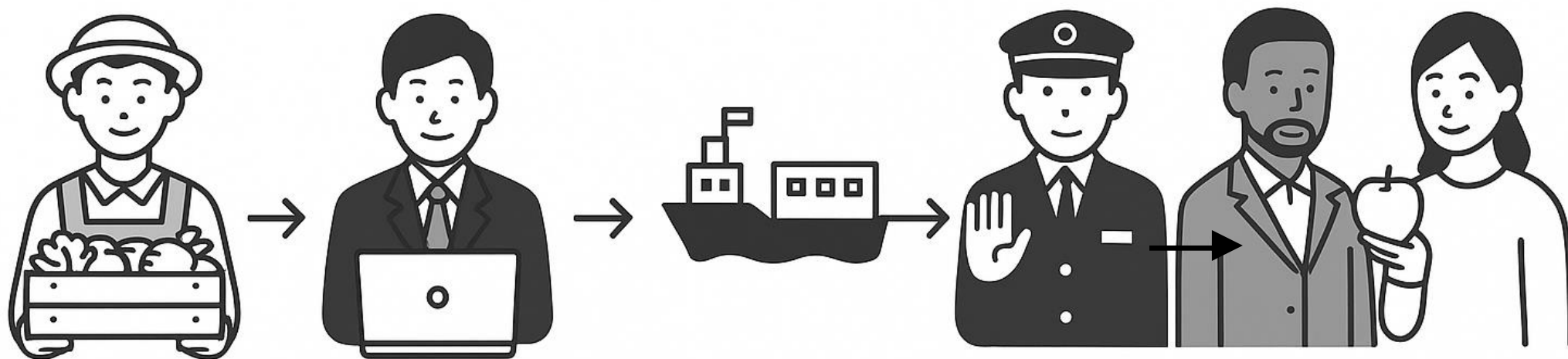
現地卸  
(インボーター)

消費者



# 輸出の流れ

ショートカット  
(直接貿易)



生産者

フォワーダー

船

輸入国  
税関

現地卸  
(インボーター)  
又は  
レストラン/小売

# 輸出の流れ

ダイレクト  
(EC)



生産者



輸入国税関



消費者



あなたにとってのバイヤーは？



# 「売りたい相手」= **バイヤー**を良く知ること

国内商社・問屋

Good  
**BAD!**

既存ルート/国内取引(決済・物流)  
購買決定権小・大ロット

海外商社  
(ディストリビューター)

Good  
**BAD!**

現地に大きな販路  
商社に利益をもたらす価格設定必須

海外小売店・  
レストラン・量販店

Good  
**BAD!**

数上昇/小ロット  
手間 \*相手はほぼ素人である

現地EC事業者/  
インフルエンサー

Good  
**BAD!**

数急上昇(SNS)/小ロット/価格  
手間 \*相手はほぼ素人である

# 海外輸出に関するお悩み

海外輸出って敷居が高そうだけど、期待はある。どうやって始めたらいいの？

我が社の商品通関できる？  
規制が分からない

販売先の獲得方法がわからない

どの国に自社商品のニーズがあるのか、ターゲットを見極めたい

弊社のように小ロットでも対応してもらえるバイヤー・商社ある？

注文の継続性がない



# 【輸出拡大ステップ】 ＊米国

効果(売上)

## スタートライン

Level 4  
【現地系量販店】

Level 3  
【業販】

Level 2  
【日系  
量販店】  
定番化

Level 1  
【日系  
量販店】  
期間限定

Level 0  
準備

- ・ 原材料洗い出し
- ・ 甘味/着色確認

- ・ 価格設定
- ・ FCPシート
- ・ 販促資料

- ・ FDA登録

- ・ 消費期限
- ・ パッケージ工夫

- ・ 通関書類

- ・ HACCP
- ・ FSMA

容易性(コスト)

# バイヤーに合わせた商談準備



# 商談前の準備

## ステップ1

- 原材料 洗い出し
- 甘味料/着色料確認
- ターゲット国の規制確認



チャットGPT大活躍！

## ステップ2

- 価格設定(CIF/FOB)
- FCPシート(英語)
- 販促資料(ペライチ・POP)(英語)
- 販促資料(動画)(英語)



誰が購買決定するのかよく考えて作成！

# 原材料洗い出し サンプル(味噌)

**例：低カロリー味噌**

**名称：**調合みそ

**原材料名：**大豆（国産）、米、食塩、還元水あめ／甘味料（アセスルファムK、スクラロース）、酒精

**内容量：**500g

**保存方法：**直射日光を避け、冷暗所で保存

ChatGPT 5 ▾

ChatGPT 5 ▾

アセスルファムK アメリカ輸出時 通関に問題がありますか？

スクラロースは？

いい質問です。

結論から言うと、アセスルファムKはアメリカ（US FDA）で認可されている食品添加物なので、通関のものに問題はありません。ただし、いくつか注意点があります。

## ✓ アメリカでの規制状況（US FDA）

- \*\*連邦規則集（21 CFR 172.800）\*\*において、アセスルファムKは食品添加物（Food Additive）として明確に認可済み。
- 使用条件：
  - 「一般食品に甘味料として使用可」
  - 使用量については「GMP（Good Manufacturing Practice＝適正製造基準）」範囲で許可されている
  - 特定の 카테고리 制限（ガム、飲料など）もなく、広範囲の食品に利用可能

👉 よって、アメリカへの輸出通関で「禁止」や「規制違反」とされるリスクは低いです。

いい質問です！

スクラロース（Sucralose、商品名：スプレダなど）も、アメリカではアセスルファムKと同様に FDA認可済みの人工甘味料で、輸出通関上の大きな問題はありません。

## ✓ アメリカでの規制状況（US FDA）

- 21 CFR 172.831 にて食品添加物として承認済み。
- 使用範囲：ほとんどの一般食品に使用可能。
- 使用基準：GMP（Good Manufacturing Practice＝適正製造基準）の範囲内での使用。
- 特定カテゴリーごとの厳格な使用上限はなく、幅広く利用可能。

👉 つまり、アメリカへの輸出通関では「禁止」や「制限超過」で止められることは基本的にありません。

# 価格設定で考慮する点①

## EXW

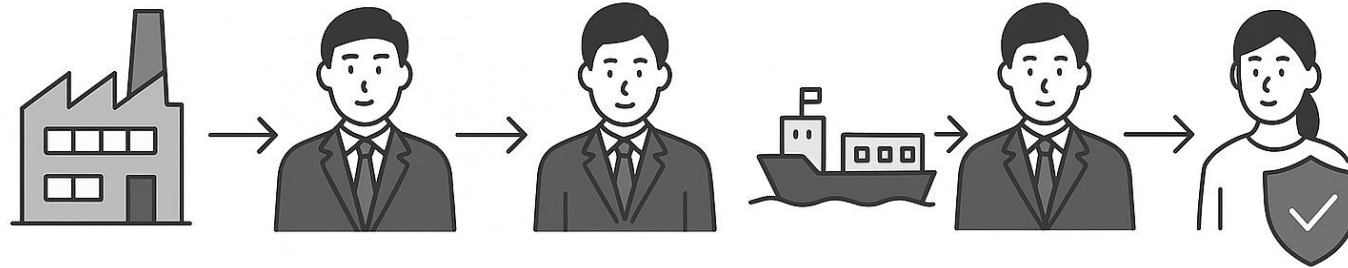
Exorks

## FOB

Free  
Insurance

## CIF

Cost,  
Insurance  
a Freight



**EXW=**  
工場渡し=取りに来て  
ください のイメージ

**FOB=**  
「工場から港ま  
で」で責任終了。  
船に載せたら買  
い手にボタンタッ  
チ

**CIF=**  
「港まで商品を送り  
届けて、保険もかけ  
てあげる」

# 価格設定で考慮する点②

日本での卸値が海外の店頭ではいくらになるかみてみましょう

＊小規模輸出の場合

出荷価格（日本の卸＋日本港まで）	1,000円
輸出者マージン	300
関税等	100
輸入者マージン	250
ディストリビューターマージン	550
小売りマージン	1500
VAT	300
小売店頭価格	4,000円

## 私たちができること 4つ

- 1) 輸出向け商品のコストを下げる
- 2) 輸送量を増やし、輸送費を下げる
- 3) 商流の簡素化
- 3) 付加価値をあげる/魅せ方

バイヤーが選ぶ商品とは？



ぶっちゃけ、味の違いは分からない 見た目で選ぶ  
(ベトナム・酒バイヤー)

ぶっちゃけ、一番早く返事がきたところに注文を出している  
(ドバイ・茶バイヤー)

## バイヤーの本音

米国の輸入規制をクリアしているか、賞味期限 だけで選んでいる  
(米・量販店バイヤー)

フランスに似たようなものがあるなら海外から買わない(仏・小売店バイヤー)

ぶっちゃけ、中間マージンがしっかりとれるところじゃないと付き合えない  
(仏・商社)

売れる証拠をみせて「中国で売れている」は要らない  
(米・アウトドア小売店)



# 「売りたい相手」=バイヤーを良く知ること

国内商社・問屋

Good  
**BAD!**

既存ルート/国内取引(決済・物流)  
購買決定権小・大口

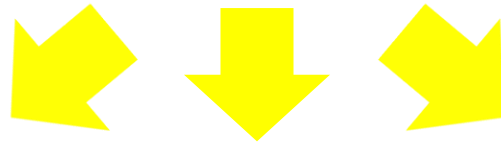
# 国内商社の商流

国内商社・問屋



商社の海外支店

提携先・海外商社  
(ディストリビューター)



海外日系店

海外小売店・レストラン・量販店

# バイヤーを良く知り、「戦い方」を考える

## 国内商社・問屋

フェーズ1: 準備 現地の売り先が理解できるように！

- ・英語/現地語での商品説明資料
- ・ショート動画
- ・見積(FOB)

フェーズ2: 売場を知る

フェーズ3: 同行営業/プロモーション/SNS

ぶっちゃんけ  
“売れる商品”  
ないですか？



海外バイヤーはどうやって仕入れたい  
商品を探しているの？



今欲しくて  
探している



フランス**日本人シェフ**:  
JETROのHPで米問屋を探しました



**非日系**レストラン・カフェ:  
グーグル検索やチャットGPTで検索→  
英語表記のHP  
アリババ、裏ラベル

特に探していない  
良いものがあれば



**非日系**:  
SNSで人気、日本旅行で見つけた

# 「売れることを証明する」

エビデンスづくりをいかに進めるか？が大切です。

テストマーケから輸出事業の目途をつけるまで

01

小規模  
テストマーケ



補助金獲得のための  
エビデンス集め

02

中規模  
テストマーケ



補助金を獲得し、  
売れた実績をつくる

03

現地営業



売れたエビデンスで  
現地に売り込みを行う

04

輸出事業の  
目途確立



契約・発送・入金の  
手続きをスタート

# 輸出本気度別 市場情報収集方法



「どんな商品が売れているのか」「誰が買っているのか」「どんな規制があるのか」を調べることが必須。情報収集のステップを整理しましょう。

浅く

1. 公的データベース・統計の活用

• JETRO(日本貿易振興機構)

- 「海外ビジネス情報」「市場レポート」でアメリカの酒類市場や食品市場の動向を調べられる
- <https://www.jetro.go.jp>

2. 業界団体・業界誌

• 国税庁・日本酒造組合中央会

- 日本酒の輸出実績や国別需要を公開

3. 市場現場の観察(オンライン調査)

• Amazon.com / Total Wine & More

- 現地で販売されている酒類を検索 → 価格帯・レビュー・人気度を把握

• ChatGPTに質問。壁打ち。

深く

とりあえず広く  
浅く今の業界ト  
レンドを抑えて  
おいて  
輸出の時期を探  
ろう



浅く

### 3. 市場現場の観察(オンライン調査)

#### ・SNS調査

- Instagram、TikTokで「#sake」「#japanesewhisky」「#matcha」などのハッシュタグを追う
- 若い消費者層のリアルな声が拾える

わが社の商品、  
どの国で売れる  
かな？  
価格は？



### 4. AI市場調査

#### ・簡単な市場分析も可能

### 5. アリババ等BtoBプラットフォームの活用(オンライン調査)

→ バイヤーと直接つながり、ニーズを感じられる

どうやったらわ  
が社の商品は  
ターゲット国に  
刺さるかな？  
販路開拓したい。



### 6. 現地展示会/現地イベント

- ・Vinexpo America(ワイン・スピリッツ)
- ・Fancy Food Show(食品全般)
- ・Sake Expo USA(日本酒)

→ バイヤーと直接つながり、市場感を肌で感じられる

深く

# 成功者から学ぶ輸出 3つの鍵

① トップセールス

② 迅速・柔軟

③ 費用対効果は3年先に考える

Make a buyer profitable

ご清聴ありがとうございました

Facebook おがいおさみ  
ogai@wowlab.co.jp  
www.wowlab.co.jp