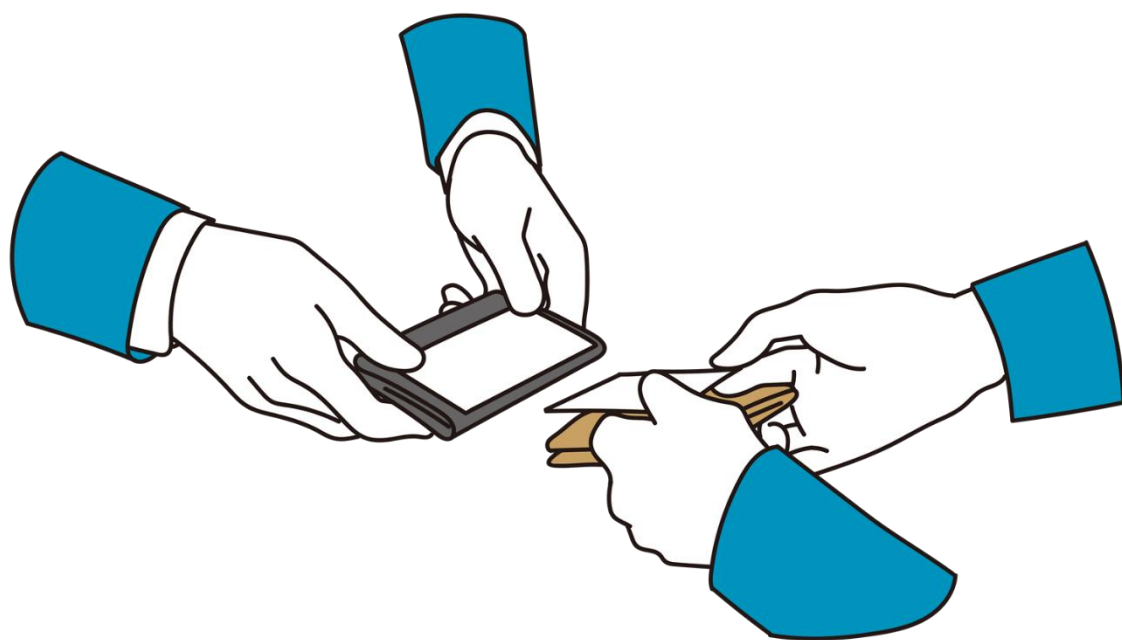


買いませ！売れ筋商品発掘市

中小製造業や卸売業、農林水産業の
「**自慢の逸品**」づくりの支援に取り組んでいる
ご担当者の皆様へ



(1)こんなお悩みありませんか？

首都圏や関西で開催される展示会・見本市に支援先企業がブース出展する際の補助金を支給しているが・・・

- ブース出展にかかる費用負担・事務負担が大きい
- 商談したい流通業のバイヤーがブースを訪問するかどうかわからない

地元で大手流通業のバイヤーを招聘し商談会を開催。しかし・・・

- 招聘費用が必要な上に商談会開催に係る事務手間・作業が膨大

コンサルタントや専門家による販路開拓指導に取り組むものの・・・

- 専門分野や領域、業種などが限られ、具体的な販路開拓には繋がりにくい



大阪商工会議所が**課題解決**をお手伝いします！

日本最大級の売り込み型商談会

買いませ！売れ筋商品発掘市

(2)買いませ！売れ筋商品発掘市について

①事業概要

百貨店・スーパーなどの大手流通業のバイヤーが買い手としてブースを構え、全国の中小製造業・卸売業が売り手として直接売り込みをかける大規模商談会

1 商談は最長15分

買い手企業 (大手流通業)

バイヤーが
ブースで待機し
商談に応じる



売り手企業 (中小製造業・卸売業)

営業・製造担当者が
自社商品をバイヤー
に直接売り込む

②ご参加のメリット

①アポイントが取りにくい**大手流通業**に1日で複数社、**直接売り込む**ことができる！

②参加者1人あたり、**平均5社の有力バイヤー**と商談できる！
多い人では**10社以上**と商談！

③百貨店、スーパー、通販、生協などのバイヤーとの商談を通じて、**ニーズや商品トレンド、自社商品の改善点等今後の商品開発に役立つ情報**を得ることができる！

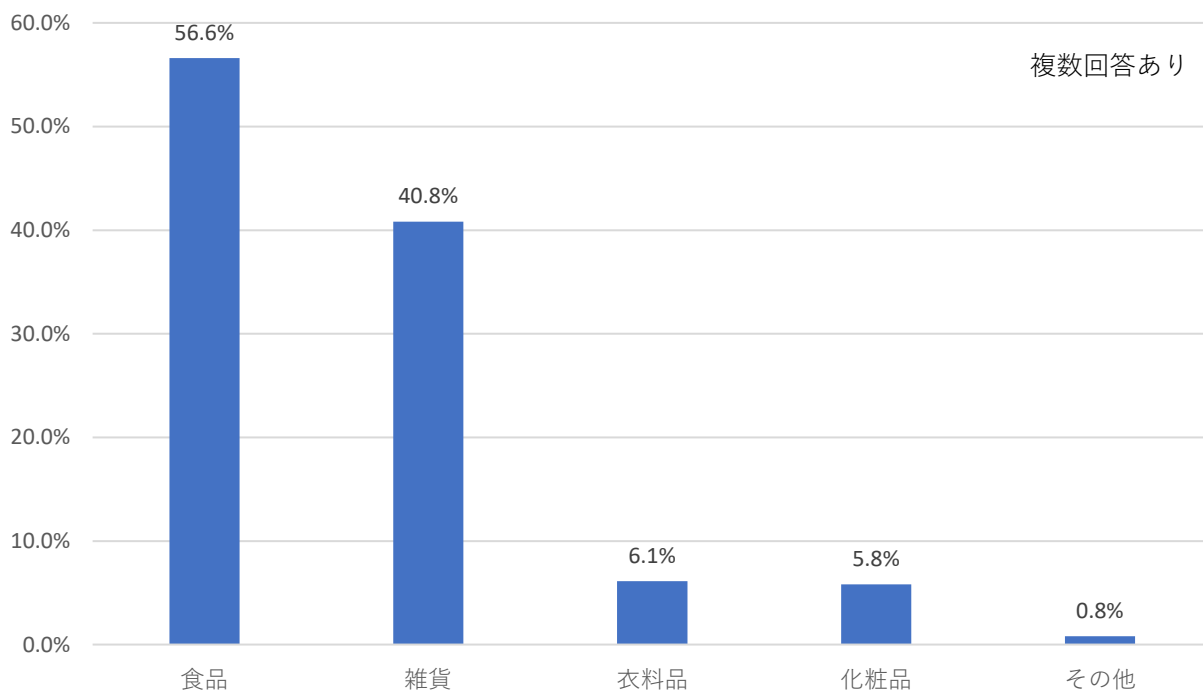
④ブース出展の必要がなく、**参加費のみ**で多くの有力バイヤーと商談することができる！

⑤海外企業ブースも**日本語で商談可能**！海外市場への販路拡大の機会を得ることができる！

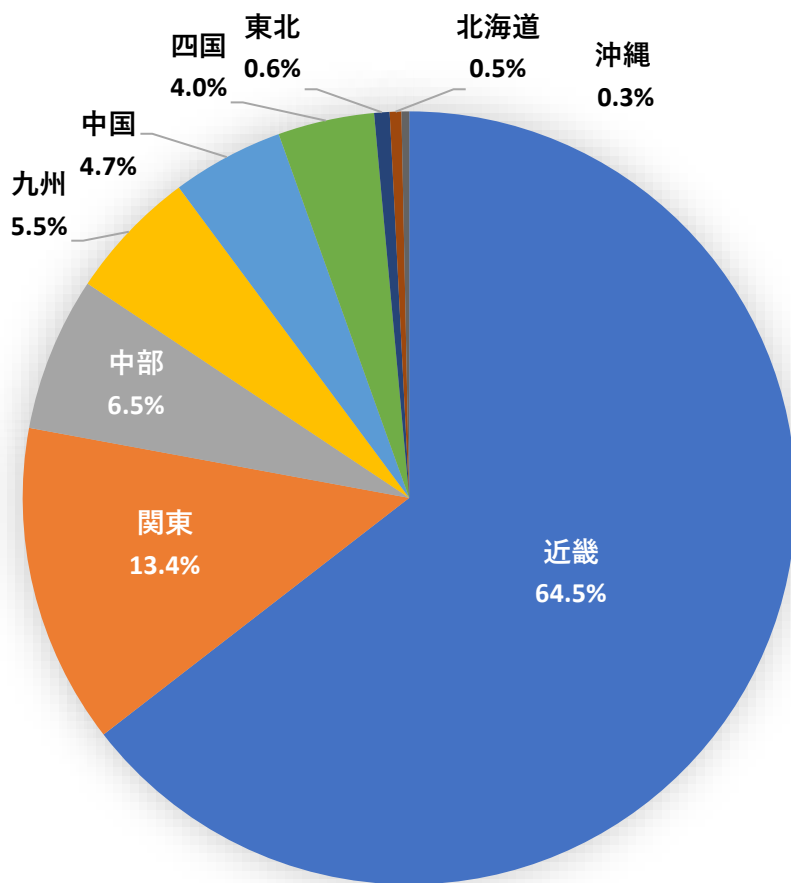
③買いませ！売れ筋商品発掘市に参加する「売り手企業」

2025年度は、42都道府県から620社911人が来場し、食品・食材(一次産品)、住・生活雑貨、化粧品、地域特産品など様々な商品を売り込みました。

商品別



エリア別



④ 買いませ！ 売れ筋商品発掘市 過去の主な参加「買い手企業」

百貨店

小田急百貨店、加古川ヤマトヤシキ、近鉄百貨店、京阪百貨店、山陽百貨店、
そごう・西武、大丸松坂屋百貨店、高島屋、天満屋、トキハ
阪急阪神百貨店（阪急うめだ本店）、阪急阪神百貨店（阪神梅田本店）、
丸井（なんばマルイ）

スーパー

イオンリテール（西日本カンパニー）、イズミ、イトーヨーカ堂、
関西フードマーケット、近商ストア、神戸物産、銀ビルストアー京阪ザ・ストア、コノ
ミヤ、さとう、サミット、サンディ、サンプラザ、大近、バロー、ハローズ、日之出岩
橋、不二商事、平和堂、万代、マルアイ

通販

アイケイ、アクセルクリエイション、インペリアル・エンタープライズ、
イワタニアコレクト、ABCファンライフ、快適生活、関西テレビハッツ、
スクロール、STANDARTH、世界文化社、全国通販、センテンス、ダイワ、ダスキン、
東海テレビ事業、ニッセン、日本直販、フェリシモ、阪急キッチンエール関西、
はぴねすくらぶ、郵便局物販サービス、読売情報開発大阪、47CLUB、ロッピングライフ、
ライトアップショッピングクラブ、ライフサポート

生協・コンビニエンスストア・ホームセンター

アズナス、大阪いずみ市民生活協同組合グループ(コンシェルジュ)、
コープきんき事業連合、おおさかパルコープ、おかやまコープ、京都生活協同組合、
トヨタ生協、ひこばえ、ポプラ、コーナン商事、ロイヤルホームセンター、和気産業

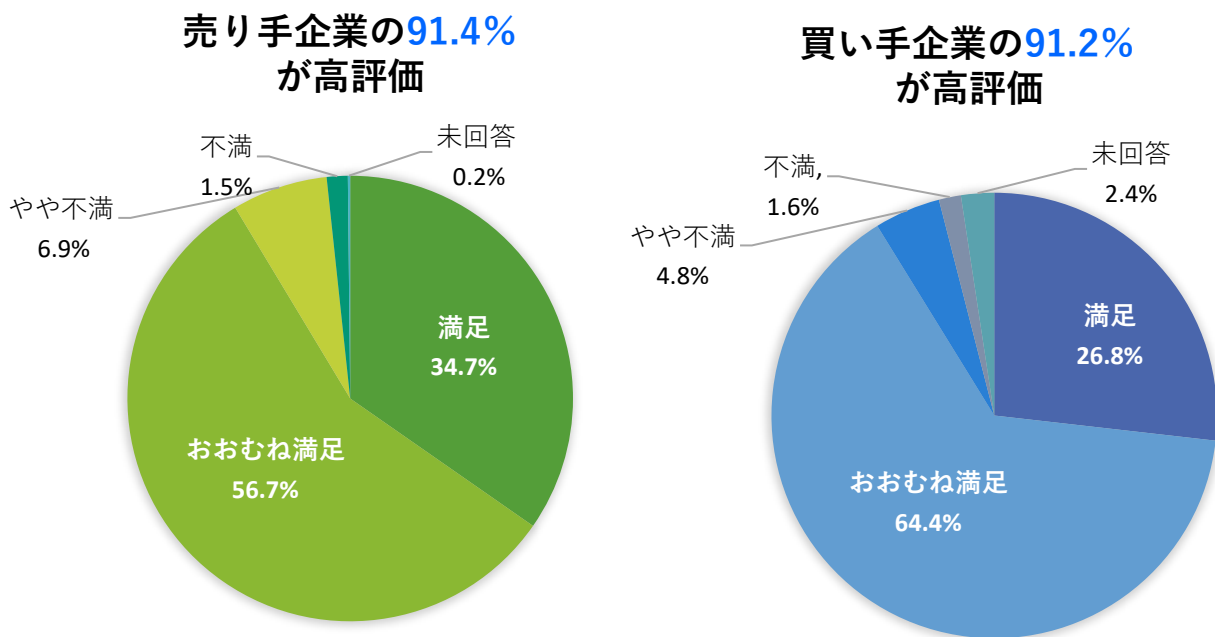
専門店

アイリスオーヤマ、アピデ、インパクトワン、エディオン、エトワール海渡、
エムズブランディング、関西エアポートリテールサービス、麒麟堂、
近鉄リテリング、コクミン、サンドラッグ、ジェイアール西日本商事、
ジェイアール西日本デイリーサービスネット、JALUX、上新電機、Smile Circle、
東海キヨスク、東急ハンズ、西日本旅客鉄道、西日本高速道路ロジスティックス、パン・パ
シフィック・インターナショナルホールディングス（ドン・キホーテ）、ビックカメラ、丸
善ジュンク堂書店、ミスターマックス、ムソー、名鉄ミライト、もへじ、ヨドバシカメラ、
ワイ・ヨット、わくわく広場、綿半パートナーズ

外食・ホテル

GANKO、木曽路、近鉄・都ホテルズ(シェラトン都ホテル大阪)、五苑マルシン、ダイ
ナック、千房、ビー・ワイ・オー、リゾートトラストロイヤルホテル、
大和リゾート

⑤ 買いませ！ 売れ筋商品発掘市参加者の「満足度」「声」



※2025年開催分

売り手企業の声

- ・複数の企業と商談の機会を作れて良かった。
- ・今後につながる良い時間を過ごせた。
- ・バイヤーのニーズや反応を見ることが出来て良かった。
- ・大企業と商談できる貴重な機会だった。

買い手企業の声

- ・さまざまな企業の優れた商品やサービスに触れる大変有意義な時間となった。
- ・日常の商談では出会えることのなかった商品に巡りあえた。
- ・満足できる内容で、商品サンプル持参が多かったのが分かりやすかった。
- ・やる気のある企業が多かった。

商談継続・成約可能性のある件数

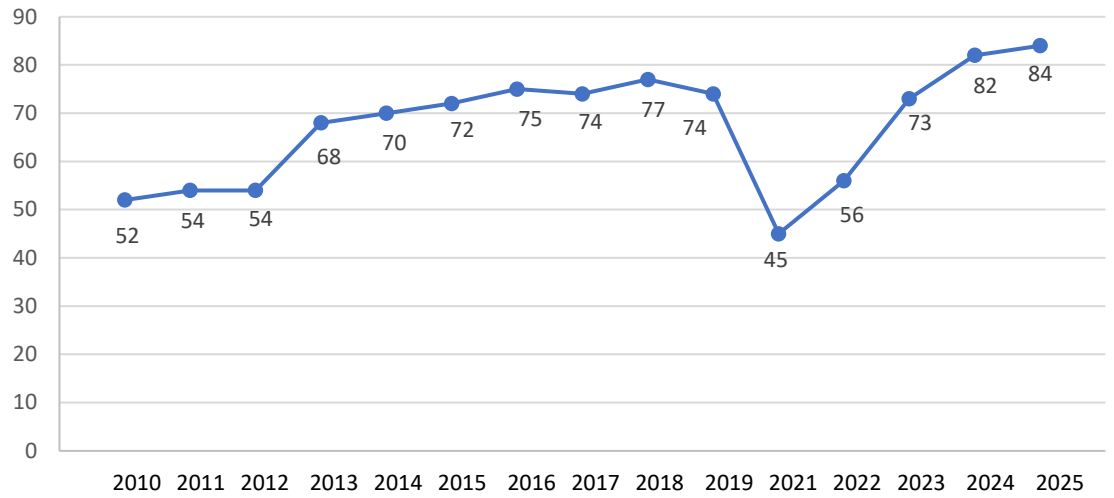
開催当日(2025年11月)のアンケート結果より「商談継続・成約可能性あり」とする件数

当日商談総数**5,460**件中
1,443件(事務局把握分)が
商談継続・成約可能性あり

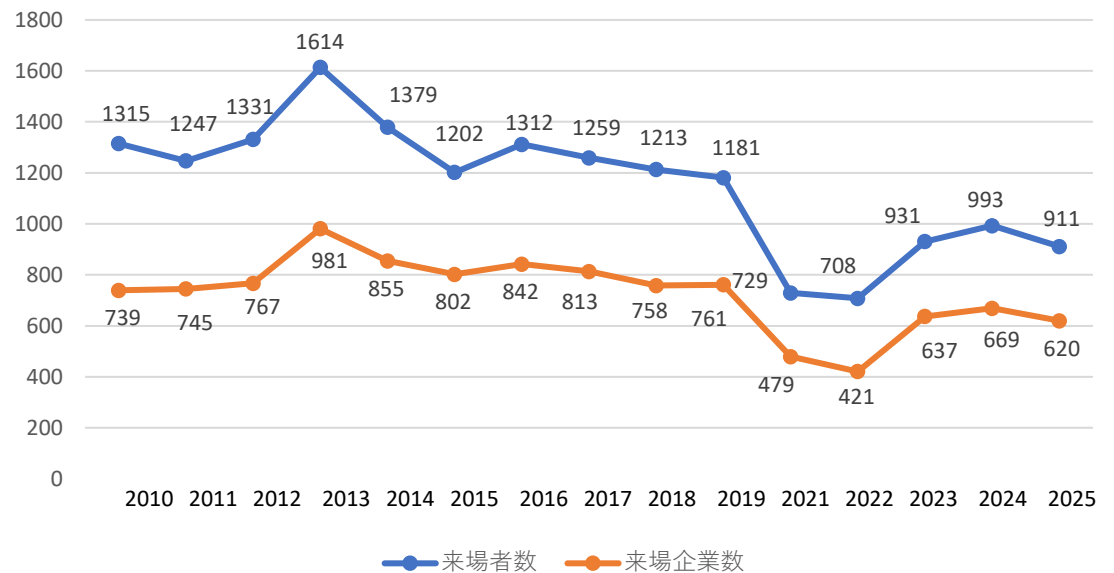
商談総数の
約26.4%

⑥ 買いませ！売れ筋商品発掘市 これまでの開催実績<<1>>

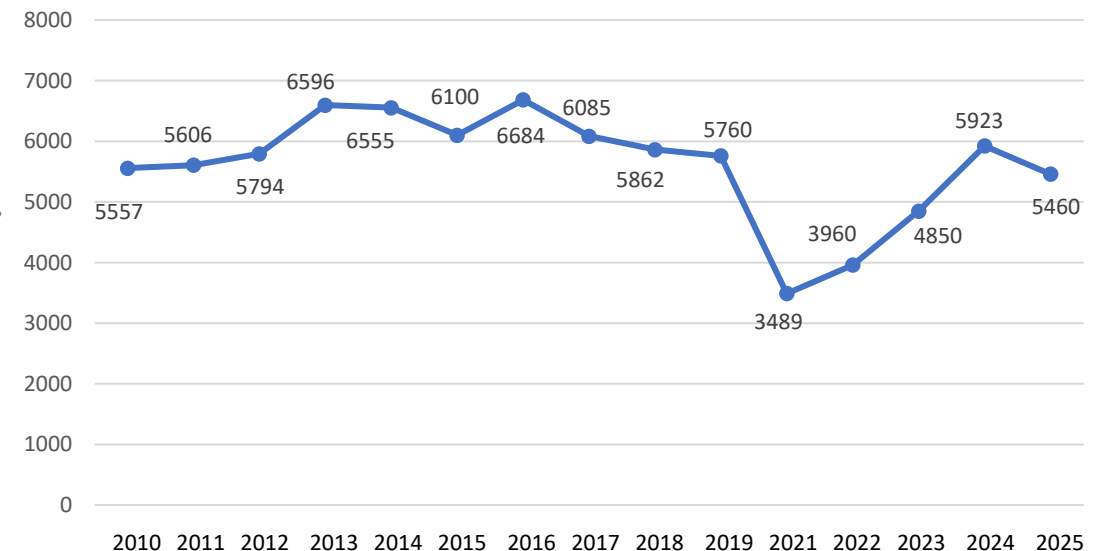
買い手企業の
推移



売り手企業の
推移



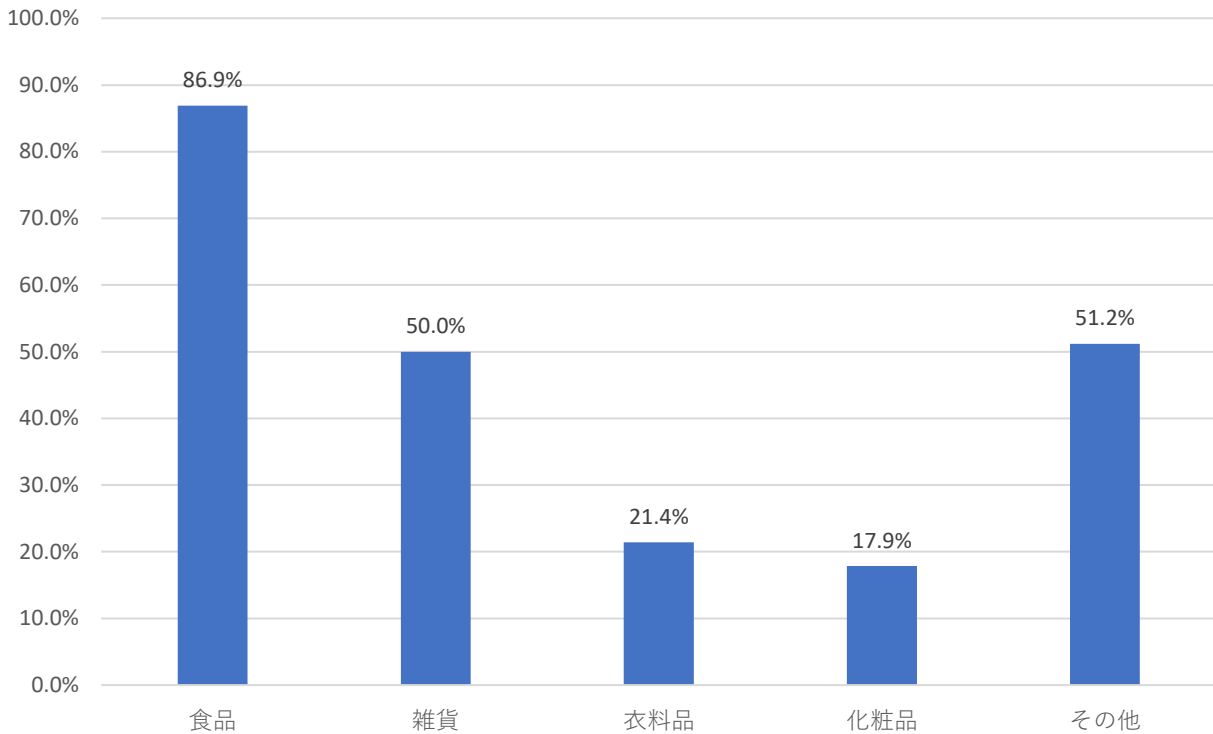
商談数



⑦買いませ！売れ筋商品発掘市 これまでの開催実績<<2>>

| | 開催日 | 商品分野 | 商談数 | 売り手企業 | 売り手企業 | 買い手企業 |
|--|---------------|----------|-------------|---------|---------|--------|
| | | | | 社数 | 人数 | |
| 第1回 | 2002.1/31～2/1 | 総合型 | 3,238 | 845社 | 1,157人 | 26社 |
| 第2回 | 2002.8/29～30 | 住・雑貨・用度品 | 1,787 | 428社 | 588人 | 19社 |
| 第3回 | 2003.2/27～28 | 総合型 | 4,703 | 908社 | 1,125人 | 40社 |
| 第4回 | 2003.9/4 | 健康・癒し | 1,328 | 200社 | 387人 | 16社 |
| 第5回 | 2004.2/5 | 総合型 | 2,559 | 403社 | 716人 | 33社 |
| 第6回 | 2004.8/24 | 食品 | 649 | 112社 | 166人 | 15社 |
| 第7回 | 2005.3/8 | 総合型 | 2,014 | 370社 | 572人 | 32社 |
| 第8回 | 2005.8/30 | 食品 | 858 | 129社 | 214人 | 33社 |
| 第9回 | 2006.2/24 | 総合型 | 2,617 | 392社 | 630人 | 34社 |
| 第10回 | 2007.2/23 | 総合型 | 2,540 | 417社 | 684人 | 44社 |
| 第11回 | 2008.2/22 | 総合型 | 2,524 | 402社 | 662人 | 54社 |
| 第12回 | 2008.10/23 | 総合型 | 3,858 | 483社 | 865人 | 52社 |
| 第13回 | 2009.9/2 | 総合型 | 5,115 | 710社 | 1,254人 | 54社 |
| 第14回 | 2010.9/17 | 総合型 | 5,557 | 739社 | 1,315人 | 52社 |
| 第15回 | 2011.9/16 | 総合型 | 5,606 | 745社 | 1,247人 | 54社 |
| 第16回 | 2012.9/7 | 総合型 | 5,794 | 767社 | 1,331人 | 54社 |
| 第17回 | 2013.10/4 | 総合型 | 6,596 | 981社 | 1,614人 | 68社 |
| 第18回 | 2014.11/7 | 総合型 | 6,555 | 855社 | 1,379人 | 70社 |
| 第19回 | 2015.11/6 | 総合型 | 6,100 | 802社 | 1,202人 | 72社 |
| 第20回 | 2016.11/2 | 総合型 | 6,684 | 842社 | 1,312人 | 75社 |
| 第21回 | 2017.11/9 | 総合型 | 6,085 | 813社 | 1,259人 | 74社 |
| 第22回 | 2018.11/15 | 総合型 | 5,862 | 758社 | 1,213人 | 77社 |
| 第23回 | 2019.11/14 | 総合型 | 5,760 | 761社 | 1,181人 | 74社 |
| 第24回 | 2020.9～11月 | 個別商談会形式 | .15社、参加591社 | | | 21社 |
| ※第24回(2020)は個別商談会形式に変更して開催したため従来の集計やグラフには反映しない | | | | | | |
| 第25回 | 2021.11/11 | 総合型 | 3,489 | 479社 | 729人 | 45社 |
| 第26回 | 2022.11/10 | 総合型 | 3,960 | 471社 | 708人 | 56社 |
| 第27回 | 2023.11/16 | 総合型 | 4,850 | 637社 | 931人 | 73社 |
| 第28回 | 2024.11/14 | 総合型 | 5,923 | 669社 | 993名 | 82社 |
| 第29回 | 2025.11/14 | 総合型 | 5,460 | 621社 | 911名 | 84社 |
| 合計(延べ) | | | 118,071 | 16,739社 | 26,345人 | 1,421社 |

⑧ 「買い手企業」の仕入れ希望商品について



※2025年開催分

過去参加企業の仕入希望(一例)

- ・生活者の健康ニーズ、便利ニーズに対して尖りのある商品やテーマのご提案
- ・こだわりの食品全般、**減塩などの健康に寄与する食品**など
- ・**食品添加物不使用**で、**オリジナル商品の開発が可能なメーカー**
- ・**テレビショッピング**でしか買えない販路限定商品やセット、特別価格などを設定することが出来る商品で、他のマーケットとの差別化が可能な商材
- ・一般の小売ルート(GMS、HC等)にあまり流れていない、特徴のある雑貨や食品
- ・コンフォートシューズ、職人系のモノづくり、美容健康系アパレル、インナー、雑貨など
- ・**価格訴求ではなく価値訴求型**の商品、プレミアム感のある商品
- ・地方の特産品、**大手スーパーで扱ってないような商品**
- ・関西土産菓子食品・**インバウンド向け菓子食品**

過去参加企業の仕入希望品目(一例)

【食品関係】

和洋菓子、惣菜、調味料、乾物、乾麺、乳製品、ハム・ソーセージ、冷凍食品、パン、漬物、健康食品、土産菓子、お酒(ワイン・ウイスキー・梅酒等)、だし、レトルト食品、生鮮食品(畜産・水産・農産)、インスタント食品、珍味

【雑貨・日用品等】

紳士婦人ファッション雑貨、リラクシングウェア、ペットフード、健康器具、寝具、調理器具、化粧品、美容グッズ、伝統工芸品、家電製品、日用消耗品、園芸、レジャー、客室アメニティー商品、DIY商品、スポーツ用品

(3)これまでの成約事例 ※情報は掲載当時のものです

有限会社ラパン



成約商品

OKARADAバー、OKARADAスナック

OKARADAは、日本発信のアップサイクルフードブランドです。おからやクラフトビールの麦芽滓を活用し、環境に配慮したグルテンフリーでありながらヴィーガンフレンドリーなシリアルバーやスナックを提供しています。食品の無駄を減らし、持続可能な未来に向けた貢献を目指しています。当店主は30年以上のパン職人としての経験を持ち、独自の技術を駆使して、おいしく栄養価の高い安全なシリアルバー、スナック、ピザなどを開発しています。

ジェイアール西日本商事株式会社



ジェイアール西日本商事株式会社

成約

おからの加工品であれば、すでに様々な事業者から商品化されていますが、おからだけでなくビール粕の商品化や、地域の規格外野菜を加工して商品化している取組みに、当社ECサイトとの親和性を感じたため成約にいたしました。

有限会社別所蒲鉾店



成約商品

天ぷら及び練り商品

お魚本来の旨味を十分に引き出すために素材にこだわった天ぷら及び練り商品です。原料は無リンのすり身を使用して添加物に頼らず、揚げ油は一番搾りの菜種油でじっくり揚げ、こだわりを追求した商品です。

株式会社フェリシモ



成約

吟味された素材の味を生かした製品はおいしく、無添加にこだわっておられる理由も素晴らしいと思えました。種類も豊富で、冷凍で直送発送していただけるため、産直食品カタログで定期便お届けのご案内を進めています。

日本シール株式会社



成約商品

にゃんともあまえんぼうブラシ

にゃんともあまえんぼうブラシはブラッシングが苦手な猫にも優しい、猫舌のような柔らかな触感のグルーミング用エチケツブラシです。浮いた毛を優しく取り除き、衣類についた抜け毛も、特殊なブラシ面で簡単にお手入れできます。人と猫の快適なコミュニケーションを大切に、ブラッシングを通じて双方が癒されることを目指して開発されました。

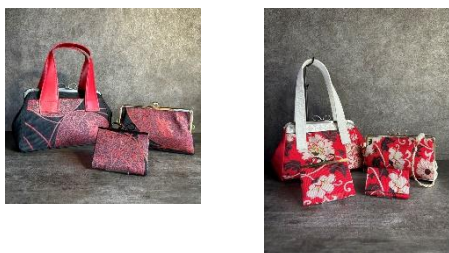
ロイヤルホームセンター株式会社



成約

猫と人が楽しくコミュニケーションをとりながら、浮いた毛を取り除き、毛並みを整えられるグルーミングブラシです。猫舌のような柔らかな触感と軽量素材で、動き回る猫にも優しく、リラクゼーション効果をもたらします。猫好きの方は常に新しい商品を求める傾向があり、その独自性が成約につながりました。

サンアイ



成約商品

- ・がま口ハンドバック
- ・がま口ミニショルダーバッグ

捨てない、終わらせない。着物リメイクで受け継ぐ美意識。帯から生まれたがま口バッグや財布が日常を彩ります。

株式会社トキハ 別府店



成約

縁起物や訪日外国人向け商材として、着物生地を丁寧に活用したバッグや財布などのアップサイクル商品が、とても魅力的な商品であり、商品の仕上がりも非常に良いことが決め手となりました。

(4)開催場所



開催場所：
マイドーム大阪
(大阪市中央区本町橋2-5)
※大阪商工会議所の横

※2025年度、2026年度は
大阪府立体育館改修のため、
マイドームおおさかに会場を
変更して開催します。

(5)開催風景

