

エナジャイズ 国内製品をアジアへ



販路開拓のマッチングサイト開設

サイト制作などを手掛けるエナジャイズ（本社東京都、岡崎史社長）は11月24日、アジアで販売したい日本の製品と、アジアに販路を持つ企業を結び付けるマッチングサイトを開設した。双方の企業が企業情報を登録して相互に閲覧、条件が合致すれば商談に入る仕組み。サイトへの登録料は当面無料にして登録社数を増やす。初年度300

品提供側と、現地で販路を持つ販路提供側を結び付ける。提供可能な販路はテレビショッピングやカタログ・ネット通販、百貨店やスーパーなど。サイトに登録するとI

に3万円で300ポイントを購入。商談が成立したら商談を申し込んだ方から50ポイントを差し引く。ポイントの販売額がエナジャイズの収益となる。サイト開設記念として、一定期間無料先行登録を受け付ける。

件の登録が目標。

Dとパスワードを発行。

にはスピード感が必要。

開設したサイトは「Asia 販路開拓.com」。アジアで製品を売りたいメーカーなどの製

登録企業は企業情報のほか自社が持つ商品や販路、希望、条件など記入する。双方が情報を閲覧

「アジア市場への進出にはスピード感が必要。販路開拓と同時に需要のある商品や商習慣を確認するような利用法もある」（岡崎社長）としており、プレス向けのPR

マッチングサイト

「Asia 販路開拓.com」

する際の社名を非開示とし、商談を行う段階で開示する。

などを通じて製品提供側への認知度を高めていく。

拓.com

利用料は通常、登録時