

# 商品と販路を繋ぐマッチングサイト

## 「OSAKA 儲けティンク Plaza」

### 販路拡大に利用されては？

新たな販路を探している商材(商品・サービス)提供者と、自身の顧客を持ち新しい商材を探している「販路パートナー」。そんな両者に出会いの場を設けている会員制のビジネスマッチングサイトがあります。大阪市の外郭団体、大阪産業創造館(大阪府中央区本町1)が運営している「OSAKA 儲けティンク Plaza」です。「これは売れるはず」という商品をお持ちの業者、「一味違う商品なら、うちの販路を通じて売ってあげよう」という業者があれば、このサイトに申し込まれて販路拡大にトライしてみてもいかがでしょうか。

#### 良い商材を持つ人と商材を探す販路パートナーを WEB でつなぐ

「いいものを開発した」「他社には負けない商品がある」という企業があっても、「販路がないので売れない」と嘆いている企業は少なくありません。一方で、自社・自身の顧客を持ち、新しい商材を探している企業や個人がいます。自社の販売ルートに乗せる商材を探しているバイヤーや、商材を買い手に紹介し、売り手とマッチングしてくれる事業者たちです。

そこで、こうしたニーズを持つ両者を結びつけるため、大阪産業創造館(以下、産創館)は2006年4月、販路を持つ事業者、つまり販路パートナーと商材を探している人とを常時、インターネットで、時々イベントでつなぐ場を作りました。これが「OSAKA 儲けティンク Plaza」(以下、儲けティンク Plaza)です。

#### 独自性のある商品が理想

対象になる商材は「新商品や独自性のあるもの」が理想ですが、「他社に負けない商品」や「消費者を惹きつけそうな商材」なら OK ということです。但し、健康食品、健康器具など健康関連商材については薬事法によるチェックの難しさがあるなどで同 Plaza では扱っていません。

## その仕組みは

儲けティンク Plaza の仕組みは、売りたい側（商材提供者）は販路パートナーにインターネット上で、自らがどのような商品を持っているかを示します。販路パートナーは、自分の販路で売れそうな商材を見つけ、面談を申し込みます。面談申し込みが入った時点で事務局は、商材提供者に対して、申し込まれた販路パートナーの登録情報と販売希望先を通知、商材提供者も面談を希望すれば直接の商談に至る、という流れです。

取引の形態は、販路パートナーが B to B (Business to Business) か、B to C (Business to Customer) か、営業代行的な事業者かによって多岐にわたります。販路パートナーは商材提供者から手数料を受け取ります。

悪質な業者の参入を防ぐため、商材提供者に対しては web サイトへの商材公開前に営業の専門家が経営者に面談します。販路パートナーに対しても登録の際、同 Plaza 事務局が必ず面談するので、登録お断りというケースもあります。

図で示すと下図のようになります。



産創館の web サイトから

## まずは産創館に登録を

この仕組みを利用するためにはまず、「大阪産業創造館」のトップページを開き、「ユーザー登録」をして ID を取得しなければなりません。そして、トップページの右側中央部にある「OSAKA 儲けティンク Plaza」をクリック。「新規ユーザー登録の方はこちら」、または、「新規販路パートナー登録の方はこちら」のボタンをクリックして、商材や企業情報などを打ち込み登録を行います。

産創館へのユーザー登録は無料ですが、儲けティンク Plaza への登録料は有

料です。商材提供者は、大阪市内企業の場合、1 商材 12,000 円/6 か月。大阪  
市外企業の場合は 1 商材 24,000 円/6 か月となっています。産創館は大阪  
市経済局の外郭団体「財団法人大阪市都市型産業振興センター」が運営している  
中小・ベンチャー企業経営者のための支援機関であるため、同市内の業者は半  
額の登録料になっています。

一方、販路パートナーの登録料金は市内、市外企業とも無料。販路パート  
ナーの中には首都圏など他府県の業者も入っています。ともに事務局との面談終  
了後、本登録となります。

### **商材は 148、販路パートナーは 115 社(者)**

産創館によると、08 年 2 月現在、登録されている商材は 148 商品。内訳は  
雑貨 48、IT 商材 30、サービス 12、服飾 9、飲食物 6、医療関連、中間材各  
2、その他 39 となっています。

一方、販路を持つ事業者（販路パートナー）は 115 社（2008 年 2 月現在）  
で、内訳はセールスレップ・個人代理店が 37 でトップ。次いで営業アウトソー  
シング（営業代行）・テレマーケティングなど 21、ネットショップ 16、カ  
タログ通販 11、卸売業者と商社がそれぞれ 8 社、百貨店 3、専門店 2、など  
となっています。

セールスレップとは Sales Representative、一言でいえばプロセールスマン。  
通常、独立の事業主で複数メーカーの商材を扱い、提案型の販売を行える能力  
を持った事業者や個人のことです。

### **成約率は 10.9%**

成約状況をみると、07 年 4 月から 08 年 2 月までの商談件数は 267 件、  
このうち、販売活動を開始したのは 29 件（カタログ掲載などを含む）、成約  
率は 10.9%となっています。マッチング事例をみると「大手通販会社のカタロ  
グに掲載された」「大手不動産会社の共同企画により、不動産会社の顧客へのル  
ート販売が始まった」など様々です。

### **リアルマッチング(商談会)も**

儲けティンク Plaza はネット上だけでなく、産創館内のイベントホールで商  
品やサンプルを展示して、販路パートナーと顔を合わせて商談の機会を得る商  
談会、リアルマッチングイベント（年 3 回、不定期開催）も行っています。

3 月 26 日、同館 4 階イベントホールで行われたマッチングの様子をの  
ぞいてみました。

この日の商材提供者は約 30 社。テーブルに商品と説明用パンフなどが置か

れ、担当者が座って待つところへ約 30 人の販路パートナーが次々訪れ、自分たちの販売ルートに乗せられそうな商材を探して商談に入っていました。



Web から離れたリアルマッチングの風景。商材を持つ人と販路を持つ人が熱心に話しあっていました

商材を見ると、2つのレンズの間のつなぎ目を、磁力で着脱できるメガネがありました。つる（耳にかける部分）は頭の後ろでつながり、長さを調節できるというアイデア商品。一件ありふれた「卓上カレンダー」ですが、片側を写真立てや料理のレシピ集の収納ができるもの。さらに、水にぬらすと直ちに溶

けて石鹼に早変わりし、紙のかすが残らないロールタイプの小さな石鹼紙などがありました。工夫と努力の跡を感じさせ、楽しさもある商品が目立ちました。

興味のある方は儲けテイング Plaza に参加されてみてはいかがでしょうか。

申し込みは以下の Web サイトからとなっています。

<http://www.sansokan.jp/scp/>

#### 問合せ

大阪産業創造館イベントセミナー事務局

TEL 06-6264-9911 FAX 06-6264-9899

e-mail [scp@sansokan.jp](mailto:scp@sansokan.jp)

文 株式会社大阪彩都総合研究所  
橋本 剛