

① 記事の最初に「製菓用材料・包装資材販売」とありますが、具体的には何を売っていますか。記事の中から探してみましょう。

② 見出しに「ネット戦略」とありますが、具体的な行動を端的に表した言葉を記事から探しましょう。

③ 「ネットや SNS を使って〇〇を流し、〇〇を売る」というアイデアを、自由に考えてみましょう。



SNS配用に菓子作りの動画を撮影するスタッフら(タイセイ提供)

津久見・タイセイ

ネット戦略で個人向け好調

製菓用材料・包装資材販売のタイセイ(津久見市、佐藤成一社長・顔写真)は個人向けの業績を伸ばしている。主に若い主婦層を狙った会員制交流サイト(SNS)などのインターネット戦略が奏功。著名なパティシエを起用したスイーツ作りの動画配信などで知名度が上がっている。

主婦層をつかむ

タイセイによると、2017年9月期(16年10月〜17年9月)の売上高は、子が「放送当日に300万円会社を含む連結ベースで約60億円と前期に比べ約20%増を見込む。11年度から本格的に始めた通販サイト「cotta(コッタ)」の個人向け事業の売上高は約20億円。タイセイ単体の約50%を占め、法人向けを越えるほどに成長した。

昨年10月から本格的に始めた菓子作りレッスンの動画配信がヒットした。東京都内のキッチンスタジオでパティシエによる実演をフェイスブック、インスタグラムといったSNSで定期的に生放送している。

30〜40代の女性を中心に好評で、放送を使うコッタブランドの食材や調理器具が「放送当日に300万円売れることもある」と同社など販売効果が出ている。コッタの登録会員数は約40万人で、1日平均100人の新規会員が生まれているという。

同社はネット戦略の重要性を見据え、14年に企画や商開発の拠点となるウェブ事業運営会社「TUKURU」を都内に設立。20〜30代のスタッフ約20人が若者の感覚を生かし、企画立案や人脈づくりに取り組んでいる。

昨秋に始めたパン作りを学べる認定資格「おうちパインマスター」の通信講座も

タイセイ 1998年設立。製菓材料4千点、包装材・キッチン雑貨などを267千店を販売する。全国の菓子・パン店を法人向け卸売り事業の売上高は約20億円で、会員数は約6万社。2005年に福岡証券取引所Qボード、13年に東京証券取引所マースにそれぞれ上場した。

人気他、食分野で情報発信する有名ブログに約100人とパートナーシップを結んでいる。

今後は海外展開も視野に入れる。佐藤社長は「アジア圏を中心に日本のスイーツへの評価は高い。動画を翻訳して配信するなどして需要を捉え、メディア事業を伸ばしたい」と話した。(渡辺大祐)