

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。

コッタブランドの食材や調理器具

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。

スイーツ作り（菓子作りレッスン）の動画配信

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。

例えばエクササイズ動画を流すにしても、売る物は発想の違いでトレーニング器具、補助食品など、分かります。ユニークな発想が出るといいですね。



SNS配信用菓子作りの動画を撮影するスタッフら（タイセイ提供）

スイーツ作り配信▼食材・器具の販促効果

津久見・タイセイ

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。著大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た他、パン作りの知識を学べる認定資格の通信講座も好評を得ている。

ネット戦略で個人向け好調

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、法人向けを超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「放送翌日に300万円売れることもある」（同社）など販促効果が出ている。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。

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2500点を販売する。全国の菓子パン店を法人向け卸売り事業の売上高は20億円に達する。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ザーズにそれぞれ上場した。

人気が他、食分野で情報発信する有名人アロカールら約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）