

タイセイのウェブ事業を担当

TUKURU

石川 森生 社長

16年3月期も2桁増収へ

TUKURU(ツクル、本社東京都、石川森生社長)は14年1月、菓子の包装資材などの通販を展開するタイセイのウェブ事業運営会社として設立された。タイセイは菓子の包装資材のECサイト「Cotta(コッタ)」を手がけている。15年3月期のCottaのEC事業売上高は前期比5.2%増の19億3100万円だった。設立の経緯や事業戦略などについて石川社長に話を聞いた。

ウェブ強化の依頼から

——TUKURUの設立の経緯を教えてください。

元々タイセイさんは、私のECコンサルティング時代のクライアントで、そこから付き合いが始まりました。先方から「ウェブ事業を強化したい」という依頼を受けたことが、そもそもの始まりです。イーコマースに精通した人間をぜひと、14年1月に設立しました。タイセイは九州の大半に本社があるのですが、当社ではウェブ関連の事業を戦略的に進めていくため、あえて東京にオフィ

スを構えました。当社では現在、ECサイト「Cotta」の運営を中心に、タイセイのウェブまわりの業務をすべて行っています。

——設立から約一年半が経過しましたが、状況はどのようですか。

経過は順調です。TUKURUが動き出したことにより、タイセイが長らく抱えていた課題の解決策が見えてきたと感じています。タイセイはいわゆる街のお菓子屋さんなどを対象にした法人向けのビジネスから立ち上がった会社です。ただ、法人向けの事業を、これからも大きく伸ばしていくというには限界がありました。そこでタイセイでは08年に、

15年3月期におけるCottaのEC事業売上高は前期比5.2%増の19億3100万円でした。今期(16年3月期)も10.2%の増収に持っていくことを目指しています。

食材ラインナップ拡充へ

——今後の商品戦略はどのようになっていますか。

まだ模索中ではありますが、バターや粉物といった製菓・製パンの食材分野は今後伸びていくのではないかと考えています。現在Cottaには約3万品目のラインナップがありますが、食材の品目数は全体の1割もありません。今後拡充の余地はあると思います。

——またCottaの最近の動向から行きますと、キッチン用品関連の伸びが非常に良いという印象があります。キッチン用品分野の強化もしていきたいと考えています。

——タイセイでは今夏、新たな商品センターを竣工すると聞きます。ウェブ事業の開始以来、出荷量は

かなり増えました。個人向け商材に関しては特に、商品数も多く倉庫の負荷が大きいのです。新たな商品センターの竣工は、我々が入ることにより伸びた部分をカバーするためという側面があります。倉庫が新設されたことにより、CottaのEC事業の伸び幅をさらに大きくできると我々も期待しています。

——今年1月には、製パン・製菓レシピの情報サイト「merikey(ミーライキー)」を立ち上げました。

——「ミーライキー」はCottaユーザーからの要望をもとに立ち上げました。現状は広告予算などを設けていないのですが、Cottaのユーザーさんを中心に利用者は増えています。ミーライキーにおけるユーザー動向を見ると、Cottaでの

製品購入につながっているケースも多く、今後は集客ツールの一つとして強化していきたいと考えています。

——メディアとECの融合というのは、業界としてもホットな戦略ではないかと考えています。

——写真共有SNS「ピントレスト」に期待をしています。ツイッターなどリアルタイムで情報が沢山更新され、流れていくSNSと違い、情報を蓄積していくストック型のSNSと感じています。海外ではピントレストから購買につまみつけられている事例も出てきているからです。また日本では広がり切っていないという印象がありますが、今後広まっていくことを期待しています。現在は「ピントレスト」「インスタグラム」について、アカウントの公開に向けて準備を進めている段階です。

——当社のミーライキーはブックマークツールという位置づけなのですが、コンセプトがピントレストと似ているのかなと感じています。

記者雑感

社名の由来については、来についての話が印象的だった。「柔らかな名前にしたくて、日本語の「つくる」を選んだ」と石川社長は話していた。「当社の商材は、お菓子作りに必要なもの。お菓子作りというのは、自分のためというよりは誰かのために作るという側面が大きいと思う。誰かのためにお菓子を作るというのはハッピーでピースフルな場面ではないか」と、「幸せをつくる」というコンセプトについて話してくれた。「コンサル畑出身ということもあって、商材に特別な思い入れがない」と苦笑いしていたが、社名の由来を笑しそらに話すさまには、商材や会社に対する愛情を感じた。



いしかわ・もりお氏

08年4月、新卒でSBIホールディングス入社。SBIナビ(現ナビプラス)の立ち上げに参画、営業統括の責務を担う。11年8月よりファッション通販サイトのマガシークにてマーケティング部門の責任者となり、サイトリニューアルや、サイト改善PDCAの確立、広告CRMの最適化、海外の最先端ソリューション導入の推進に携わる。14年1月より現職。

個人向けの通販事業として「Cotta」を立ち上げたという経緯があります。ただ、個人向けには個人向けで、利益をとりにくいという課題がありました。個人向けは拡大してきましたが、正直なところ「これ以上伸びると利益が出なくなる」という状況だったので、そこでTUKURUでは、ウェブを中心に捉えながら、個人のマーケットを伸ばしつつ利益を獲得するということをミッションに据えました。利益率の良い新商品の開発や、業務コストの見直しなどを行っているところ