

# 成長可能性に関する説明資料

平成25年9月17日  
株式会社タイセイ  
証券コード：3359

cotta

# 1. 会社概要

# 株式会社タイセイについて



- 代表者 代表取締役社長 佐藤 成一
- 設立 1998年12月
- 所在地 大分県津久見市上青江4478番地8
- 資本金 6億3938万円(2013年9月17日現在)
- 社員数 97名(2013年8月末日現在)
- 事業内容 製菓材料およびラッピング用品の販売



## (事業の沿革).....

- 1998年 **鮮度保持剤**の通信販売を目的として、株式会社タイセイを設立
- 2000年 **菓子資材**の袋・シール・容器等の販売を開始
- 2001年 大分県津久見市上青江に商品センターを設置
- 2002年 中小企業経営革新支援法に基づく経営革新計画の認定を受ける(大分県)
- 2003年 和菓子店むけカタログを制作、**和菓子資材**に本格参入
- 2004年 業務拡張に伴い、大分県津久見市上青江において新本社社屋及び商品センターを建設  
本田産業株式会社との業務提携により、弁当関連資材(容器等)の通信事業を開始
- 2005年 福岡証券取引所Q-Board市場に株式を上場
- 2006年 **インターネットサイト「cotta(コッタ)」**開設  
本社増床により第2商品センターを設置
- 2009年 本社隣接地に第3商品センターを設置
- 2010年 菓子製造用の食材の製造及び販売を行う、株式会社プティパ(現 連結子会社)を設立  
**製菓材料販売に本格参入**
- 2011年 サイト大規模リニューアル。製菓材料販売の拡充  
菓子等の食品の製造及び販売を行う、株式会社つく実や(現 連結子会社)の第三者割当増資を引き受ける
- 2012年 cottaレシピ本発売(角川出版)、Amazonストアフロント開設
- 2013年 Yahoo! とのYCN連携による販路拡大  
東京証券取引所マザーズ市場に株式を上場

# グループ会社



## 株式会社プチパ *Petit Pas* le matériel de pâtisserie pain

代表者 代表取締役 吉田史大  
所在地 大分県津久見市上青江4478番地8  
工場 宮崎県宮崎市田野町乙1727-191  
資本金 9,000万円 (株)タイセイ100%  
事業内容 菓子・パン等食材の小分け製造



## 株式会社つく実や TSUKUMIYA

代表者 代表取締役 児玉佳子  
所在地 大分県津久見市新町1-3  
店舗 大分県津久見市千怒新地6015番地  
資本金 3,348万円 (株)タイセイ57.3%  
事業内容 地場産品の製造販売



 TSUKUMIYA かん か 柑の香



## II. 事業内容

---

# 当社のビジネスモデル



## 当社のお客様は？

法人客:和洋菓子店様・パン屋様・喫茶店様など6.5万軒  
個人客:製菓・製パン作りを趣味とする個人様など14万件  
(2013年8月末現在)



## 当社の扱う商品は？

菓子・パン用の鮮度保持、ラッピング用資材、製菓材料など、約25,000品目



## 注文受付方法は？



電話注文・・・20%



Fax注文・・・30%

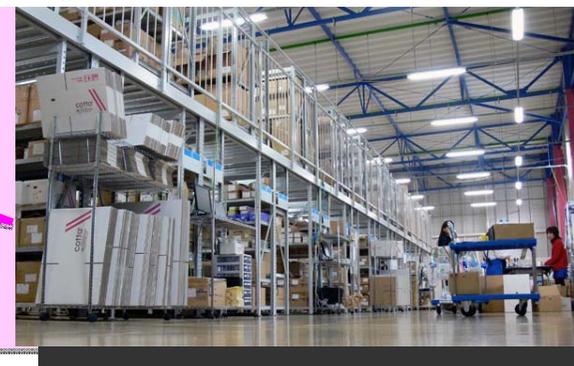


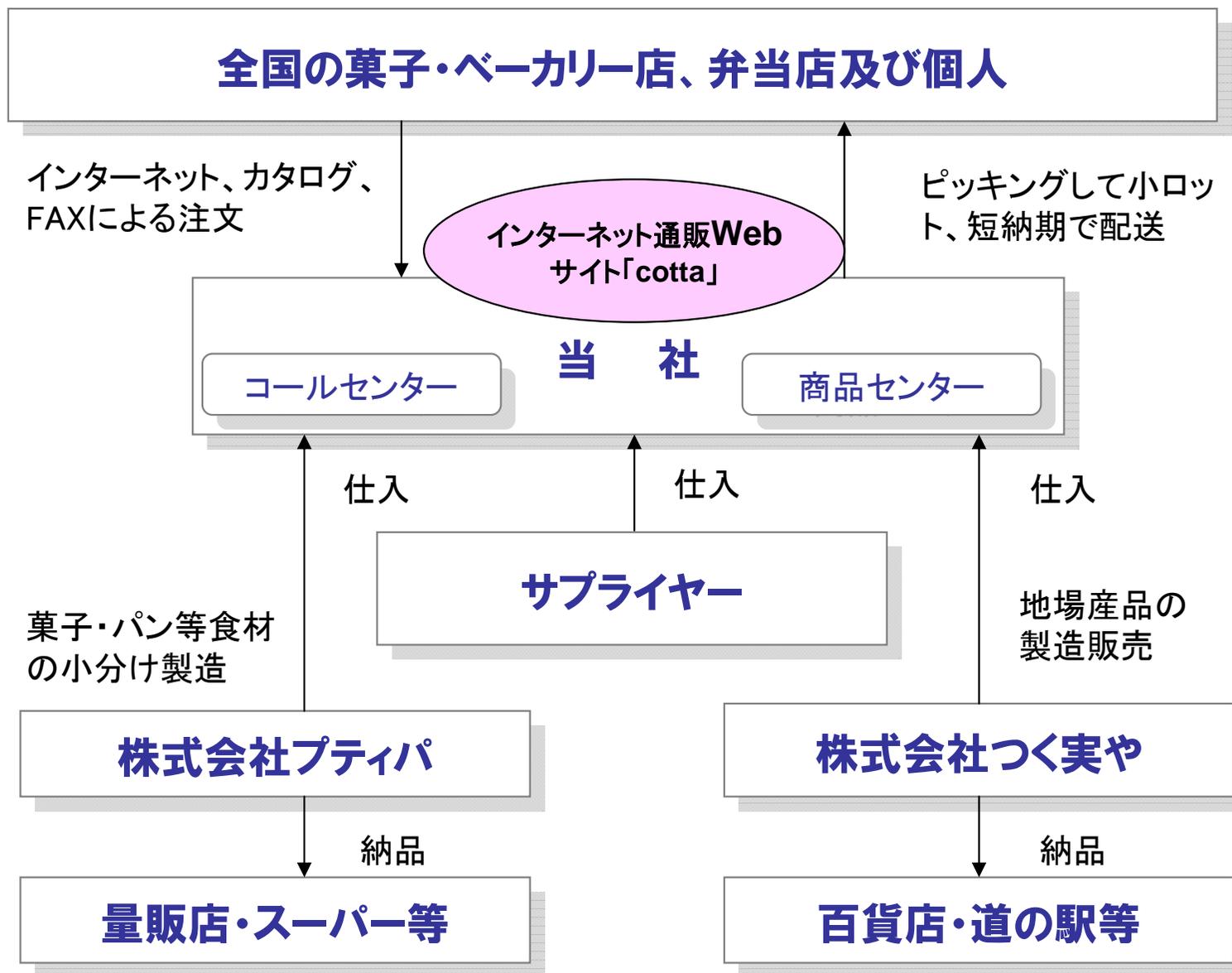
ネット注文・・・50%

## 当社の強みは？

1. **小ロット** (1つから注文可能！)
2. **低単価** (地場の包材・食材問屋に負けない価格！)
3. **短納期** (自社の倉庫からの直送により、翌日配送も可能！)

延べ床面積1800㎡以上におよぶ  
合計3つの倉庫を本社横に置き、  
全て自社で流通を行う。





## 強み

- ・小ロット、低価格、短納期のビジネスモデル
- ・200社の仕入先、2万5千点の取扱いアイテム
- ・自社コールセンターが吸上げた顧客ニーズを商品開発に即座に反映する体制
- ・BtoBからBtoCへ、包装資材から製菓材料へ 進化しつづけるスピードと社員の意識の高さ
- ・月間500万PVの通販サイト「cotta」

## 拡大

- ・小ロット、低価格、短納期のニーズの高まり
- ・スイーツの手作り人口の拡大、独自性があり、ファッション性があるこだわり商品市場の拡大
- ・ネット通販市場の拡大
- ・量販店での製菓を使った企画商品市場の拡大
- ・製菓材料からキッチン道具、小物等への展開

# III. 市場環境

# マーケットの状況①通信販売、EC市場

公益社団法人日本通信販売協会が実施した平成23年度（平成23年4月～平成24年3月）の通信販売市場の売上高調査によると、平成23年度の通信販売市場の売上高は、前年度比9.0%増の5兆900億円となっております。

表：平成23年度通信販売市場規模

（単位：10億円）

	平成21年度	平成22年度	平成23年度
通販市場規模※	4,310	4,670	5,090
前年度比(%)	104.1	108.4	109.0

また、経済産業省が実施した「平成23年度我が国情報経済社会における基盤整備」（電子商取引に関する市場調査）によると、日本のBtoCのEC市場規模は8.5兆円となり、前年度比8.6%増となっております。

表：BtoCのEC市場規模

（単位：兆円）

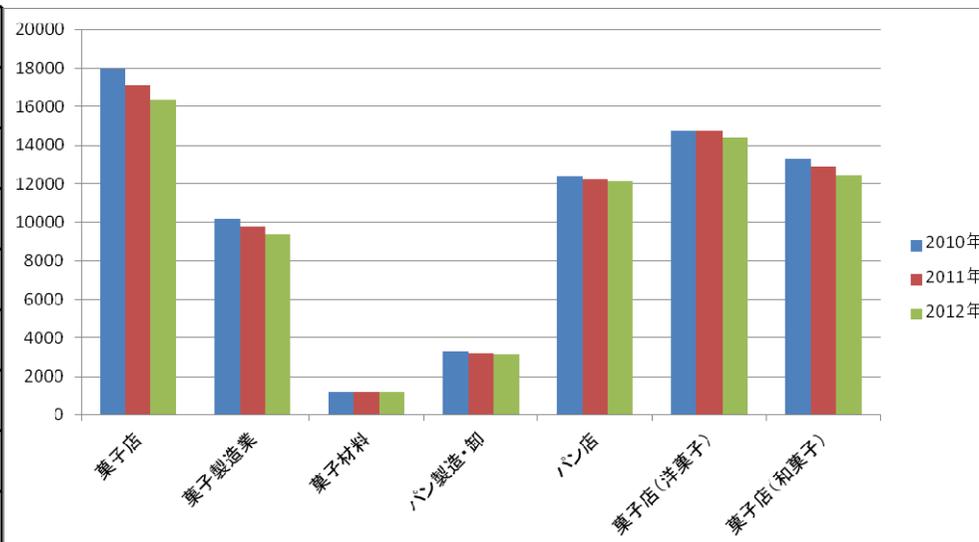
	平成21年	平成22年	平成23年
BtoCのEC市場規模	6.7	7.8	8.5
前年度比(%)	109.8	116.4	108.6

# マーケットの状況②菓子・パン小売店



## ■菓子・パン小売店件数推移 (出典:NTTデータ調べ)

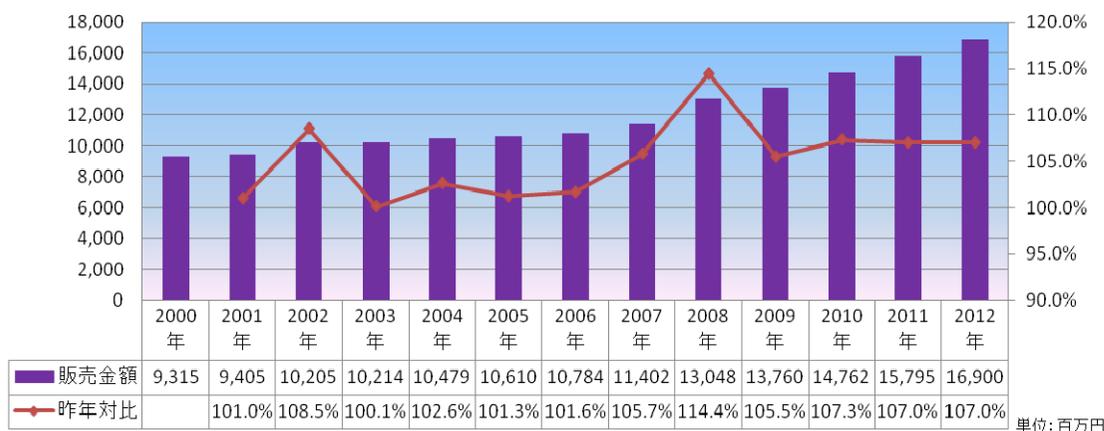
業種	2010年	2011年	2012年
菓子店	17960	17127	16370
菓子製造業	10189	9735	9352
菓子材料	1215	1198	1189
パン製造・卸	3282	3189	3132
パン店	12419	12213	12138
菓子店(洋菓子)	14786	14745	14389
菓子店(和菓子)	13295	12853	12429
合計	73146	71060	68999



BtoBマーケットは上記、件数を見ても明らかに減少傾向にある。大手コンビニのスイーツ戦略により、菓子店は弱体化している。しかし、マーケットの縮小に伴い地方の間屋も弱体化を余儀なくされ、全国をターゲットとした通販には追い風と判断している。また、中小零細事業者のマーケットが縮小傾向にあるとはいえ、その生産金額は和洋菓子のみでも平成23年で2兆3,570億円であり(出典:e-お菓子ねっと)、その中で原材料・資材等の占める割合と当社売上を比較しても、まだまだ成長できると考える。

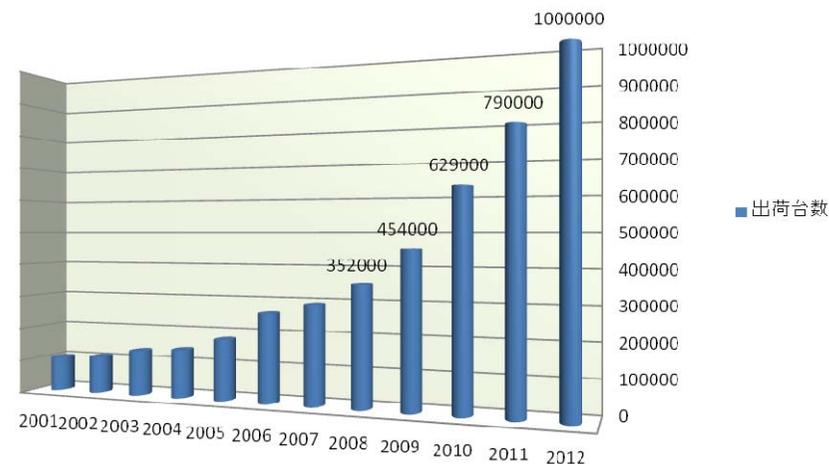
## ■製菓材料市場拡大推移表

年度別市製菓材料市場規模推移表



## ■ホームベーカリー出荷台数

ホームベーカリー出荷台数



BtoCの菓子・パンづくり市場の拡大は上記表をみても明らかである。「製菓材料市場拡大表」は製菓材料メーカー(出典:非公表)が出荷量と業界全体におけるメーカーシェアから算出したデータで、近年は毎年7%の市場拡大が推測される。また、パンづくりの拡大は一般家庭でパンを焼く為に必要なホームベーカリーの出荷台数(出典:日本電子工業会)で、把握する事が出来る。米粉~米パンブーム、ホームベーカリーの多様化・多機能化・低価格化により、その市場は更に拡大している。

# IV. 今後の事業戦略

- **Web戦略:**ウェブサイトの強化・充実、ウェブ販促専門人材の確保  
ウェブサイトの一新を図り、利便性・スマホ対策、安全性の向上を行う
- **商品戦略・販促戦略:**BtoB包装資材のシェア拡大  
オリジナル商品の開発と拡販による、包装資材シェア獲得
- **包装資材から製菓材料へと品揃えを拡大**  
製菓材料、冷凍・冷蔵食材の更なる充実
- **量販店、スーパー等への企画商品の製造販売の拡大(プティパ)**  
中堅地方スーパーでの製菓材料コーナー獲得
- **物流戦略:**
  - ① 冷凍・冷蔵倉庫、食材(製菓材料)専用倉庫の建設
  - ② プティパ工場の増設による生産量UPと販売先拡大
  - ③ 個人向け物流システム開発



## ■ cottaサイトの強化・充実

WEB外注先の変更とWEBサーバー強化により、増大するアクセスに対応より安定稼働を可能とする。検索エンジンの強化を含め、サイト自体の使い勝手・情報量の多さと整理を行い新規顧客、利用客数を獲得していく

## ■ ウェブ販促専門人材の確保

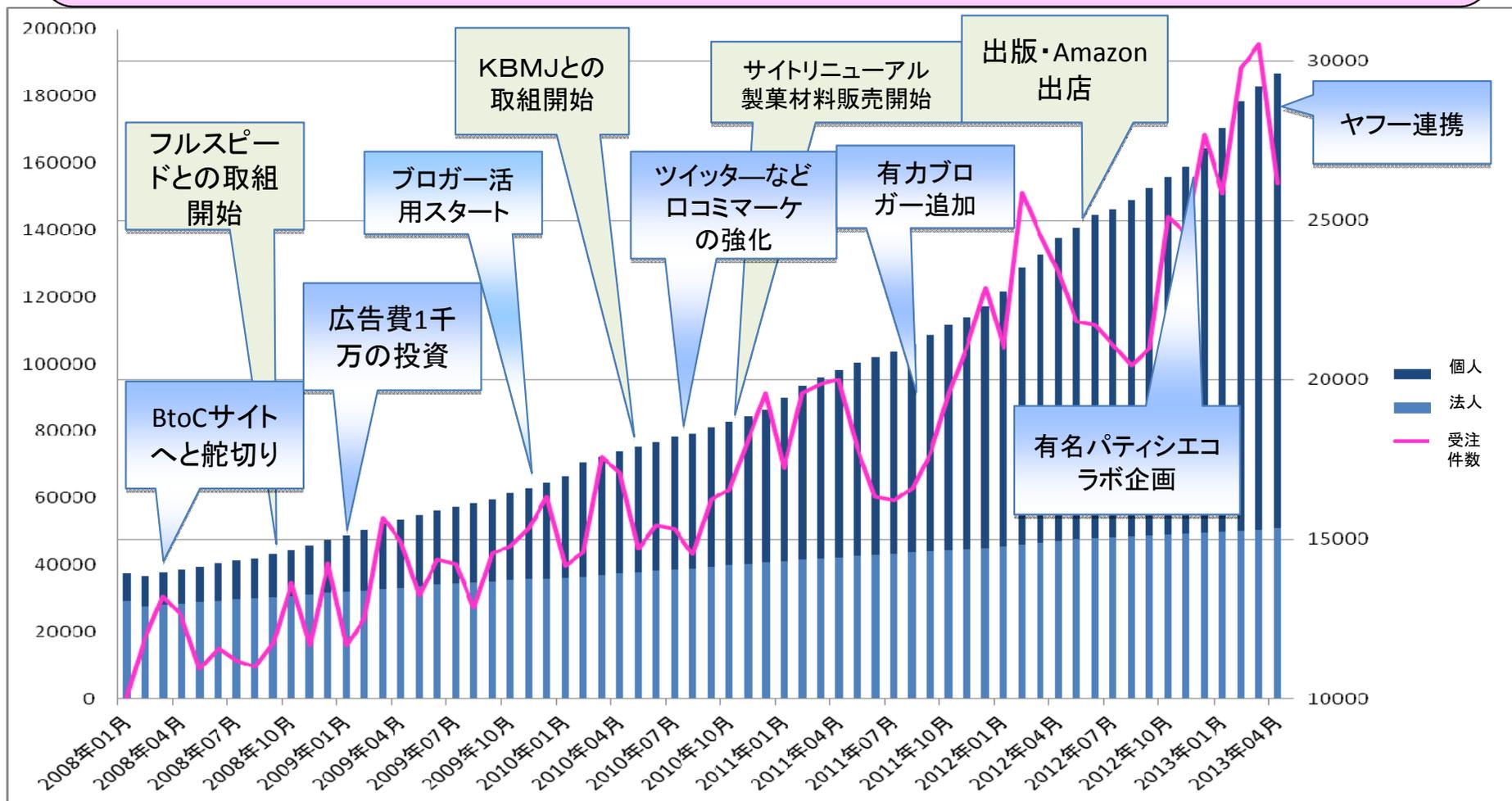
ウェブコンサル経験者を中心に、都心を拠点としたフレキシブルで機動的な部隊を編成し、刻々と変化するウェブ事情に対応した体制を構築する

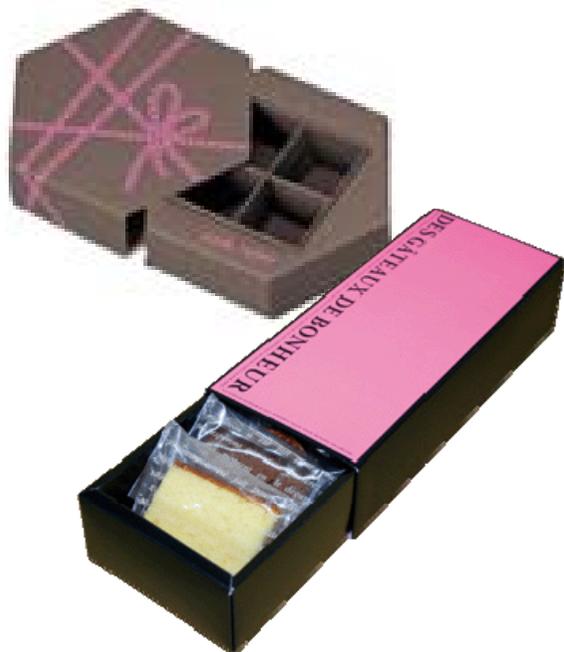
# (参考) 通販サイトcottaの成長



2008年から比較すると

個人会員数は約16倍に成長！  
注文件数は約2.6倍に成長！





## ■ 商品戦略

### cottaオリジナル包装資材の開発強化

ケーキ箱・個包装用袋・紙袋ポリ手提げ・容器  
カップ等のオリジナル商品の拡大(メーカーコラ  
ボによる商品力の強化)、売れ筋商品のPB化

## ■ 販売戦略

### 見せるカタログ発刊

#### ～百科事典カタログからの脱却

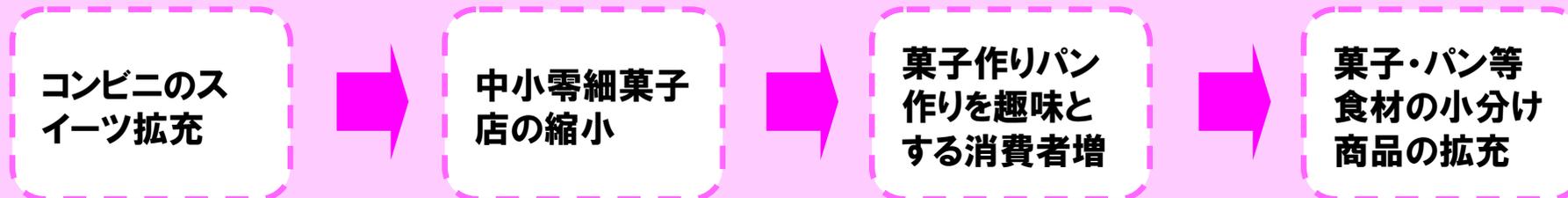
上記開発商品をカテゴリー別にデザイン性の高  
いカタログを発刊し、既存客約3万件へ新商品  
提案を行い、包装資材売上再構築を図る



## ■B to C向け菓子・パン等食材の小分け製造への進出

2010年に子会社プティパを立ち上げ、B to C向けの菓子・パン等食材の小分け製造に進出しました。これは、通販サイト「cotta」の差別化として、自前で小分け包装する会社が必要だと考えたからです。コンビニエンスストアのスイーツ拡充等に押され、中小零細菓子店は売上が伸びる状況ではありません。従来からの菓子店向けの包装資材中心の商品構成では自ずと限界が見えています。

しかし、菓子作りやパン作りを趣味としている最終消費者は増加しています。そこで当社では菓子やパン作りに欠かせない製菓材料を次の商品構成の柱として育ててまいります。



## ■量販店、スーパー等への企画商品の製造販売

バレンタイン時期には、「友チョコ」市場の拡大もあり、さまざまなチョコレート関連商品が店頭に並びます。昨年より100円ショップに対して、子会社であるプティパが製造する「デコレーとペン」を納品することができました。こういったスイーツ関連の企画商品は100円ショップだけでなく、スーパー、コンビニ等も力を入れており、今後もマーケットの拡大が見込まれます。これらに対応するには一時期に大量に納入できるだけの生産能力、商品保管場所の確保が必要となります。今後、企画商品の販売拡大に対応した工場等の設備投資を行い対応してまいります。

## 本社物流センターの拡大

15期末から計画実行し17期を目途に完成

### ① 冷凍・冷蔵倉庫、食材(製菓材料)専用倉庫の建設

本社近隣の約1500坪の土地を購入し、冷凍・冷蔵倉庫、食材専用倉庫を建築し取扱商品の拡充と出荷作業の効率化を図る

### ② プティパ工場の増設

小分け作業能力の強化を行うことで、増加する食材需要に対する供給能力の問題を解決する

### ③ 個人向け物流システム開発

少量ピッキングに特化した、物流システムの構築で、作業コストの低減と処理能力の拡大を図る

# 物流拡大コスト（概算）



土地;1500坪 取得費用;1億2千万円

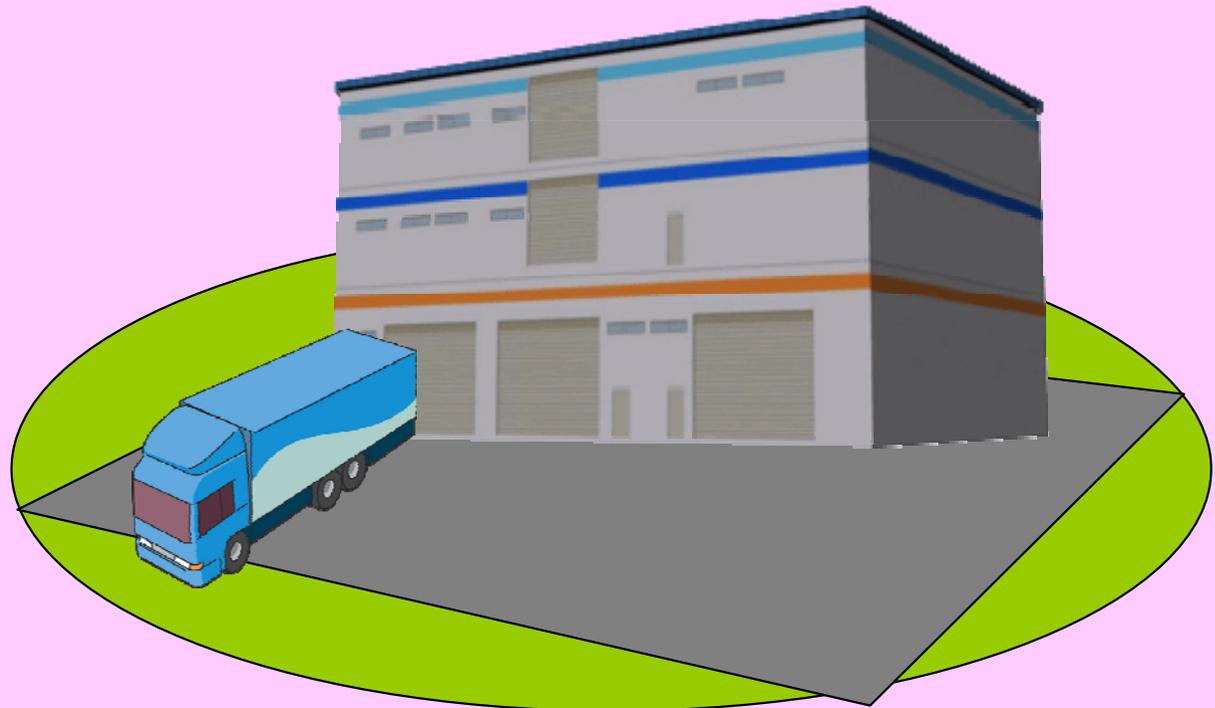
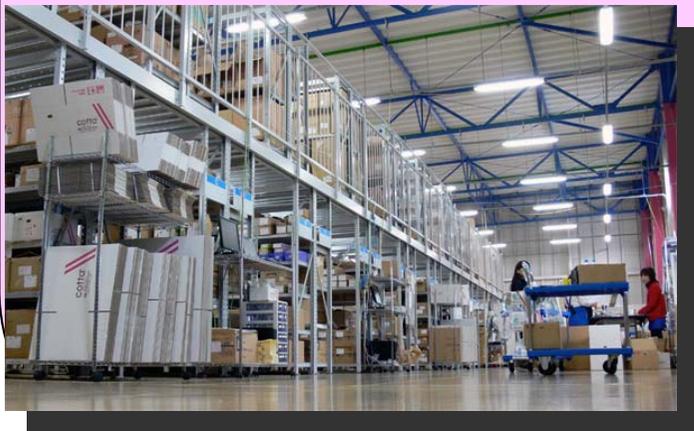
建物;冷凍・冷蔵、その他食材在庫ストック

総床面積;10,000坪

建物建設費用;4億円

システム開発費:4千万円

設備費用;4千万円



- 本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測及びリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。
- それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます。
- 今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。