

平成 26 年 3 月 14 日

各 位

会 社 名 株式会社タイセイ
代表者名 代表取締役社長 佐藤 成一
(コード：3359 東証マザーズ 福証 Q-Board)
問合せ先 取締役総務部長 後藤 眞二郎
(TEL. 0972-85-0117)

連結子会社における新たな事業の開始に関するお知らせ

当社は、本日開催の取締役会において、下記のとおり当社の連結子会社である株式会社TUKURUにおいて新たな事業を開始することを決議いたしましたので、お知らせいたします。

記

1. 事業開始の趣旨

当社の子会社である株式会社TUKURUが運営する当社のEC（電子商取引）サイト「c o t t a」は、和洋菓子店やパン屋等の法人および菓子・パン作りを趣味に持つ個人に向けた製菓材料・ラッピング資材の販売を通じ、安定的な収益を確保しております。

一方で、昨今のECサイトを取り巻く外部環境は変化が著しく、時代とお客様のニーズに対し常に半歩先を行く取り組みを必要としております。

そこで、株式会社TUKURUでは「c o t t a」で培ったコンテンツ資産を活用した新たなメディアサイトを構築し、広告や課金といった物販以外の収益モデルの確立を目指します。また、新サイトから「c o t t a」へユーザーを誘導することにより、これまでリーチできなかったユーザー層からの物販売上の獲得が期待されます。

詳細は、添付資料をご覧ください。

2. 新たな事業の概要

(1) 新たな事業の内容

お菓子やパンを作る上でお客様が必要とする情報や物をワンストップでご提供し、更に作った後の「見てほしい」や「誰かにほめられたい」といった気持ちを仲間と共有するためのプラットフォームとなるSNSメディアサイトを構築します。

これまで、食材についての研究記事やレシピの閲覧、素材購入、仲間との共有という行為は、それぞれ別のサービスを利用して実現されておりました。新たなサイトでは、こうしたユーザーニーズの多くを一所で満たすことを目指します。

(2) 当該事業開始のために特別に支出する金額及び内容

システム構築費等 約 70 百万円（見込み）

3. 当該子会社等の概要

(1) 名称	株式会社TUKURU
(2) 所在地	東京都渋谷区
(3) 代表者の役職・氏名	代表取締役社長 石川 森生
(4) 事業内容	インターネットの運営事業
(5) 資本金	50 百万円
(6) 株主構成	当社（株式会社タイセイ） 100.0%

4. 日程

取締役会決議日 平成 26 年 3 月 14 日
事業開始期日 平成 26 年 12 月上旬（予定）

5. 今後の見通し

当該新規事業による当期（平成 26 年 9 月期）の連結業績および個別業績に与える影響は軽微であると判断しておりますが、今後、連結業績および個別業績に重要な影響が生じることとなった場合は、判明次第、速やかに開示させていただきます。

なお、平成 27 年 9 月期以降の連結業績見通しにつきましては、本日公表の「中期経営計画策定に関するお知らせ」4. 数値目標をご覧ください。

（参考）当期連結業績予想（平成 25 年 11 月 14 日公表分）および前期連結実績

（単位：百万円）

	連結売上高	連結営業利益	連結経常利益	連結当期純利益
当期連結業績予想 （平成 26 年 9 月期）	3,942	59	100	54
前期連結実績 （平成 25 年 9 月期）	3,699	162	200	128

※ 本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる場合がありますので、この数値に依拠して投資等の判断を行うことは差し控えてください。

以上

TUKURU新規事業計画書

EC&サービスメディア&コンテンツメディアの融合

－ ニッチマーケットにおけるワンストップ・ソリューション・プラットフォーム －

『お菓子の家 パンの森（仮）』

株式会社TUKURU

石川 森生

ishikawa.moriu@tukuru.co.jp

Confidential

【会社概要】

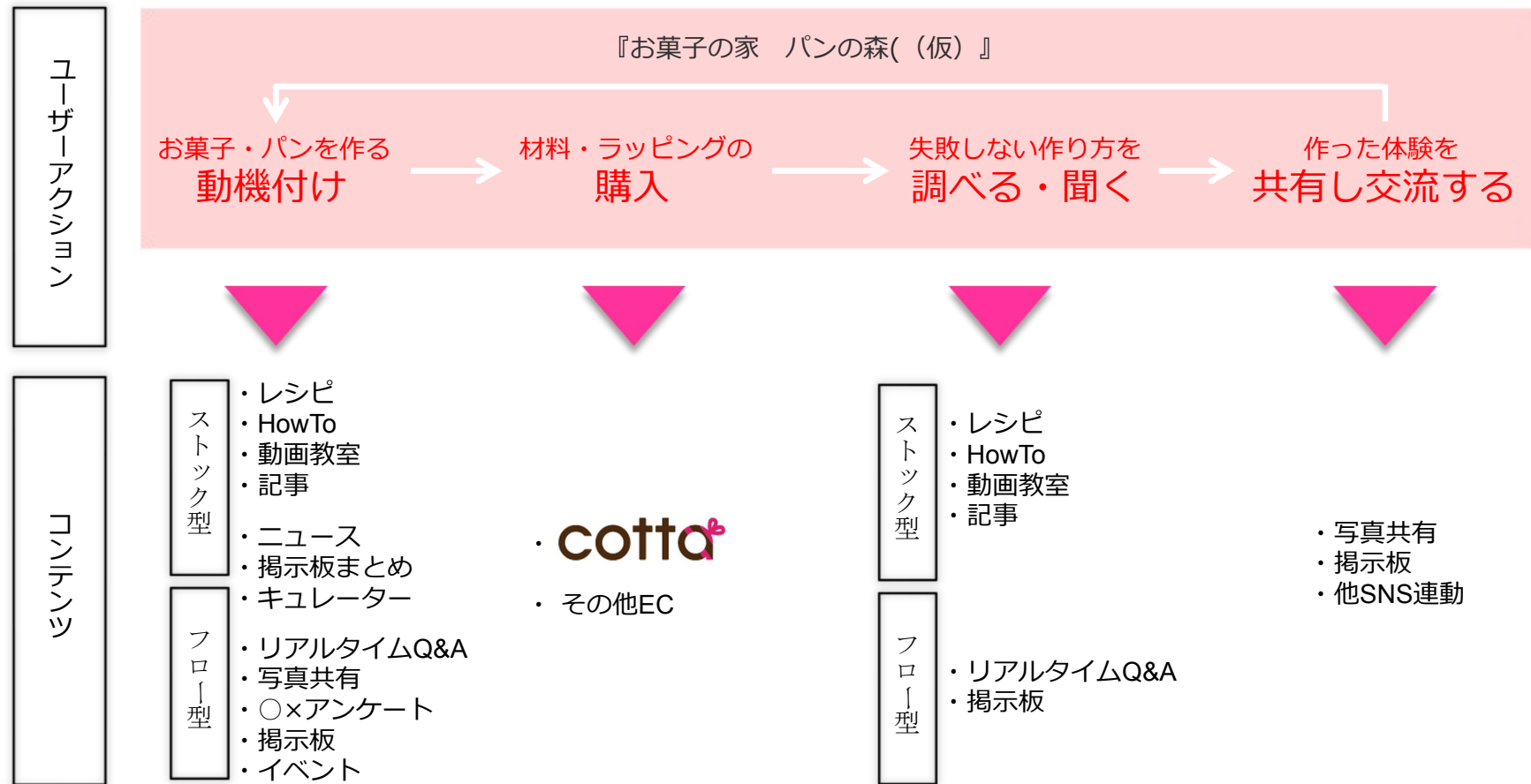
株式会社TUKURUのご紹介

社名	株式会社TUKURU
本社所在地	東京都渋谷区恵比寿西2-20-3 代官山CAビル1F
設立	2014年1月6日
資本金	5,000万円
代表取締役	石川 森生
役員	佐藤 成一 佐藤 綾希子
株主	株式会社タイセイ
事業内容	■ ECサイト運営事業 製菓/製パン資材を扱うショッピングサイト「cotta」の運営 ■ 新規事業開発 EC連動型メディア

【事業概要】

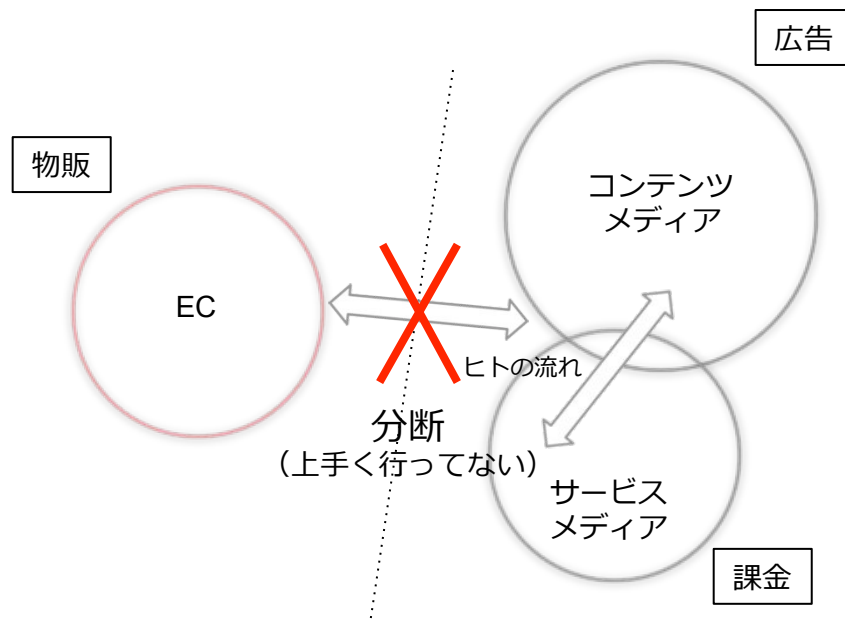
お菓子・パン作り等のニッチマーケットにおけるユーザーニーズを
ワンストップで提供するためのプラットフォーム創造

「また作りたくなる ～ 必要なモノが揃う ～ 知りたい情報がある ～ 仲間と共有する」という
＜お菓子・パン作り＞の体験をワンストップで提供するプラットフォーム



【事業背景】 ネットビジネスにおける収益化モデルの変化（現在は過渡期）

＜これまでの収益化モデル分布＞

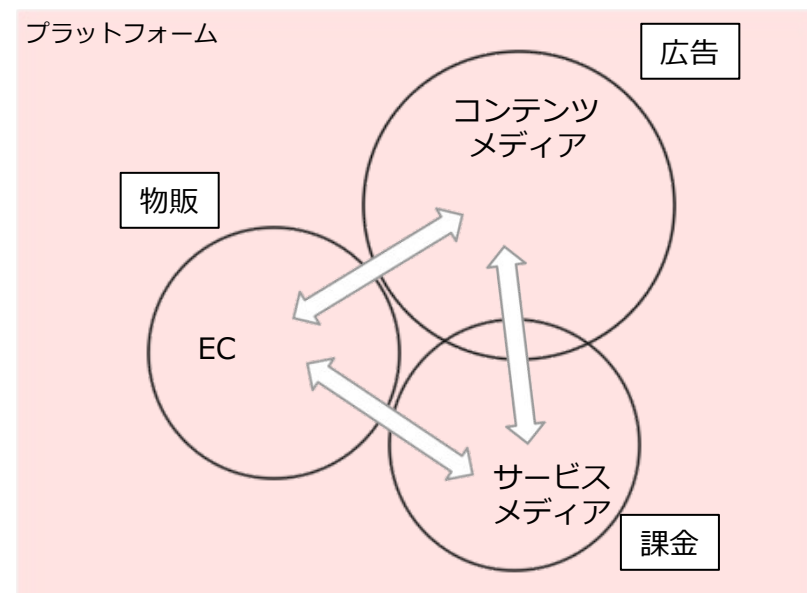


ネットビジネスにおける収益化モデルは3パターン。

- 1) ECにおける物販
 - 2) コンテンツメディアによる広告（一部で課金）
 - 3) サービスメディアによる課金（一部で広告）
- ※TUKURUは現状ではECのみ

これまで、ECと各種メディアが有機的に紐づいた事例は稀であり、EC内のリッチコンテンツとしてか、メディア企業のEC進出による失敗が目立つ。

＜これからの収益化モデル分布＞



以下に挙げる課題からそれぞれのモデルが接近する。

- 1) 物販の収益性の低さ、競争の激化
- 2) コンテンツの継続的差別化が困難
- 3) コンテンツ課金での成功事例の少なさ（一部機能課金でのみ成功）

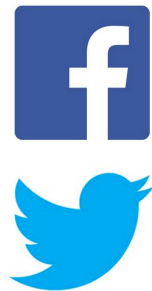
物販・広告・課金を同一ユーザーから行うことで、新たなビジネスモデルが生まれ、収益の効率化が行われる。

【事業背景】

SNSに求められる要件の変化

近しい友人とのリアルな
コミュニケーションへ

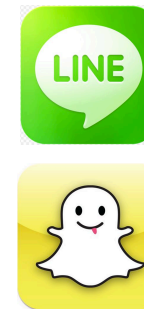
「公的な場所」
(拡散するための出口)



コンテンツの移動・拡散

コミュニケーションの形が
シフトしている

「私的な空間」
(コンテンツが生まれる場所)



機能に特化した
サービス提供型



専門特化した機能型SNSは今後も数が増え、
ユーザーは使い分けをして行く

【ビジネスモデル概要】

横展開を可能にするニッチマーケットの
プラットフォームを創造しマルチ収益の獲得を目指す

<動機付け→購入→調べる→
共有>までをカバーするコン
テンツ群の要件定義

Point 1

必要なコンテンツの要件定義

ユーザーの「時間の使い方」
をデバイス別に最大限考慮
したUI/UX

Point 2

UI設計（サイト構築）

Point 3

cottaの資産を移管

- ・会員データ
- ・商品データ
- ・レシピ
- ・動画
- ・特集コンテンツ
- ・人的ネットワーク

Point 4

<集客>
・SEOノウハウ
・SNS等での拡散

Point 6

プラットフォーム
のフォーマット化。
近隣ニッチマー
ケットへの横展開
を行う。最終的
には複数のニッ
チパーティカル
メディアを統合
した中規模
プラットフォームへ。

システムの
横展開

『お菓子の家 パンの森（仮）』

レシピ・動画
(cotta/アライアンス/アグリゲーション/CGM)

HowTo記事・ニュース
(cotta/アライアンス/アグリゲーション/CGM/企業)

キュレーター
(ブロガー/パティシエ/タレントetc..)

リアルタイムQ&A
(質問者 対 教示者=ロイヤルユーザー)

写真共有
(情報共有/交流/イベント企画)

EC
(cotta/cuoca/ママパンetc..)

Point 5

ポ
ア
ク
イ
ン
テ
ィ
ビ
ティ
・

Point 7

- <収益化モデル>
- ・タイアップ（純広告）
 - ・SSP
 - ・動画広告
 - ・クライアントマーケ
ティング支援
 - ・機能課金
 - ・コンテンツ課金
 - ・DMP事業
 - ・アフィリエイト課金
 - ・cotta売上増
 - ・コンテンツOEM
 - ・システムOEM

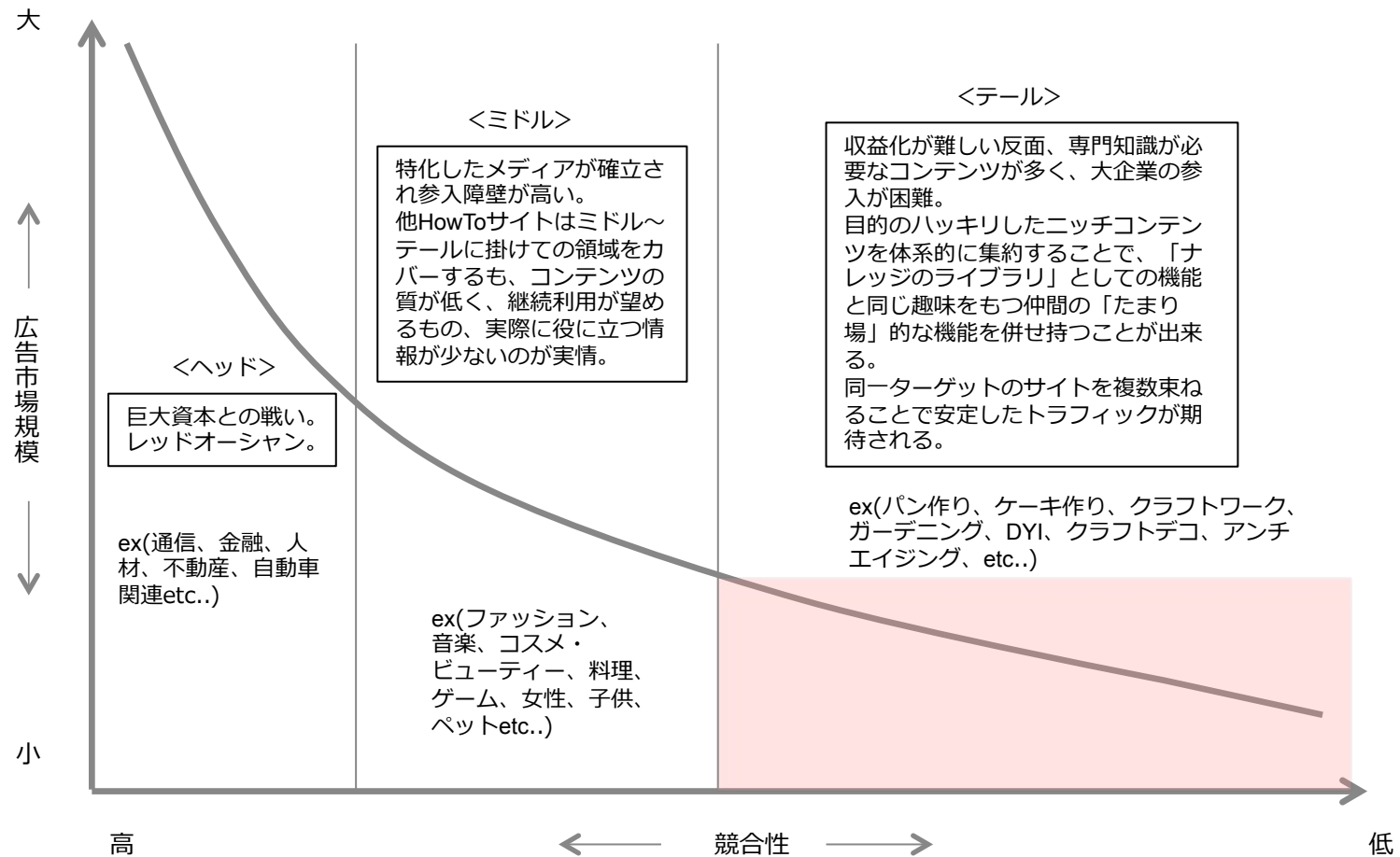
還元

【ビジネス上のポイント】

本事業のポイントとなる部分の詳細

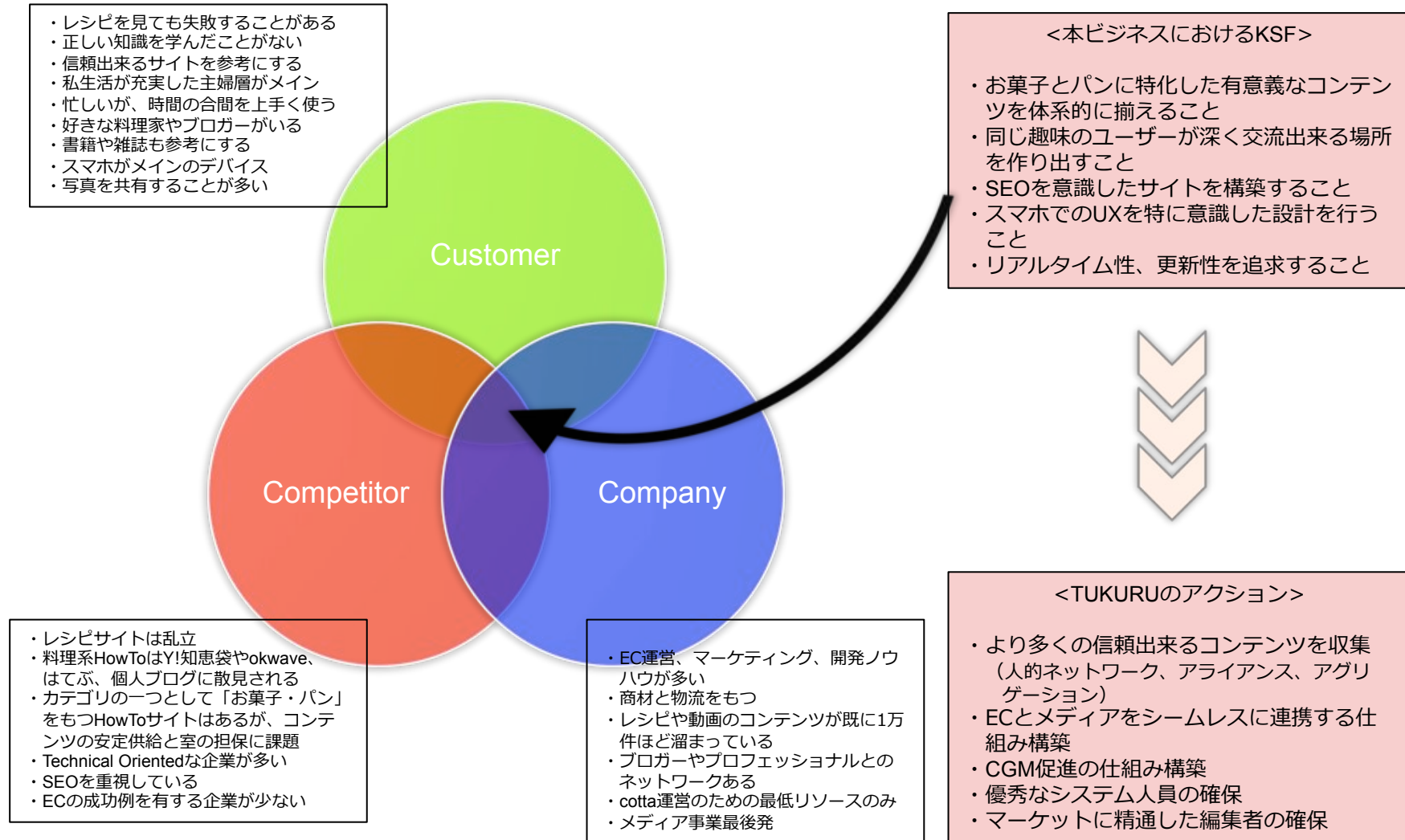


【ターゲットとするマーケット】 ニッチコンテンツに特化したテールレイヤーの独占



【 3C分析 】

KSFから見るTUKURUの取るべきアクション



【想定されるビジネス課題】

後発SNS型メディアとして他社事例から学ぶ

課題 1

コンテンツのクオリティー

(既存のSNS要素を持ったメディアでは、コンテンツの質と量を同時に担保出来ているところが少ない)

- 
1. サイトテーマを「お菓子やパンを失敗なく作る」「お菓子作り・パン作りが上達する」「お菓子やパン作りを趣味にする」という方向にしっかりと絞る
 2. 専門性を有したcottaユーザーやブロガーを出来るだけ多く誘引し、相互交流が履かれる仕組みを用意する
 3. CGMコンテンツをユーザー同士が評価し、評価がインセンティブに反映される仕組みを構築する
 4. 成果を自身のSNSやブログに掲載する仕組みを用意する
 5. サイト内のアクティビティと成果に対して、称号や商品購入に繋がる特典へと還元される独自のインセンティブシステムを構築する

課題 2

コンテンツのボリューム

- 
1. cottaの既存コンテンツを流用する
 2. 初期については、cottaユーザーやブロガーに投稿を促す別途インセンティブを用意する
 3. 関連コンテンツを有するパートナー企業の開拓とアライアンス or コンテンツのアグリゲーション
 4. メーカーや小売店など、ターゲットユーザーにアプローチしたい企業からのコンテンツ募集
 5. サイト内のアクティビティと成果に対して、称号や商品購入に繋がる特典へと還元される独自のインセンティブシステムを構築する

課題 3

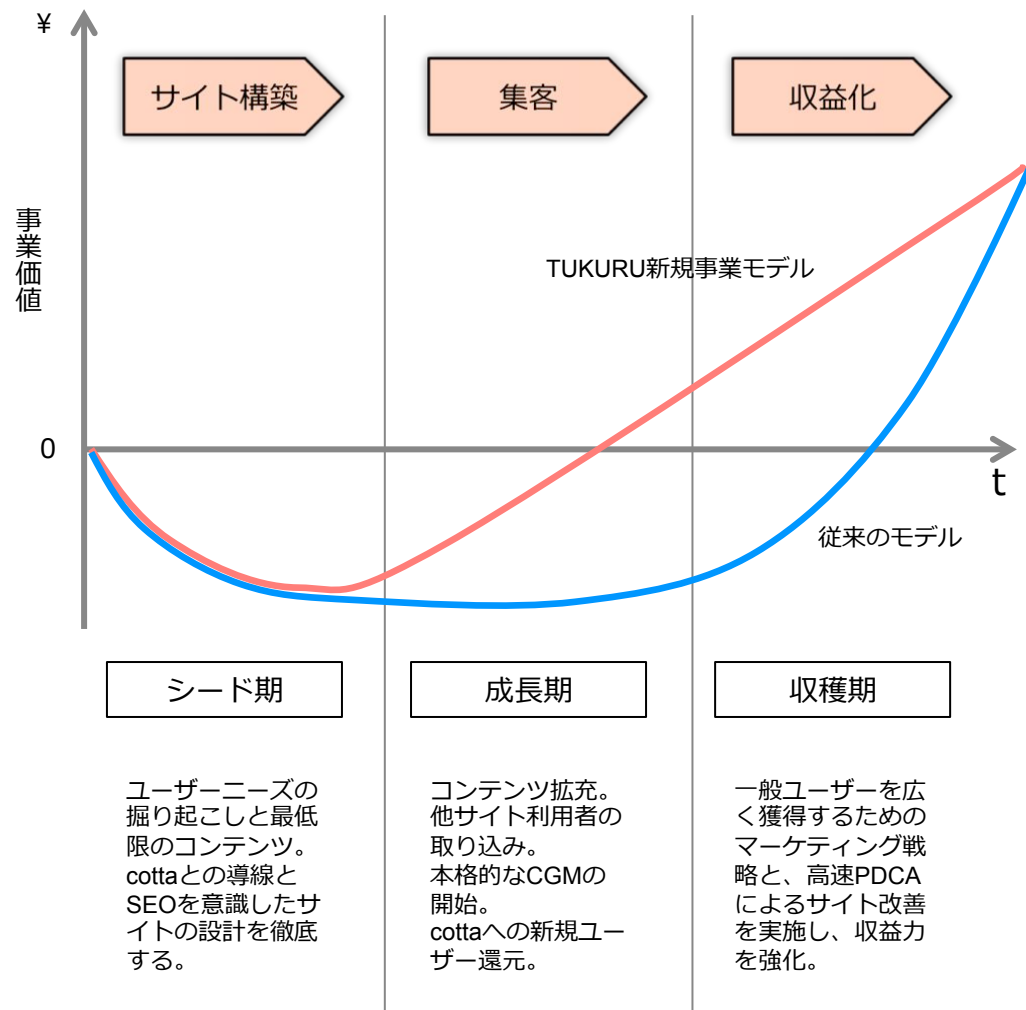
少数ユーザーによる寡占

「主」や「古参」と呼ばれるユーザーの出現

- 
1. 称号と連動して「教える側」へのステップアップを行い、長期滞留をプラスに変える
 2. コンテンツプロバイダー契約を締結しTUKURUとしてコントロールを行う
 3. 書籍出版、イベント主催など、ロイヤルユーザーの絶対数を増やすための制度を用意する

【成長シナリオ】

TUKURUの強みを活かした成長シナリオを描く

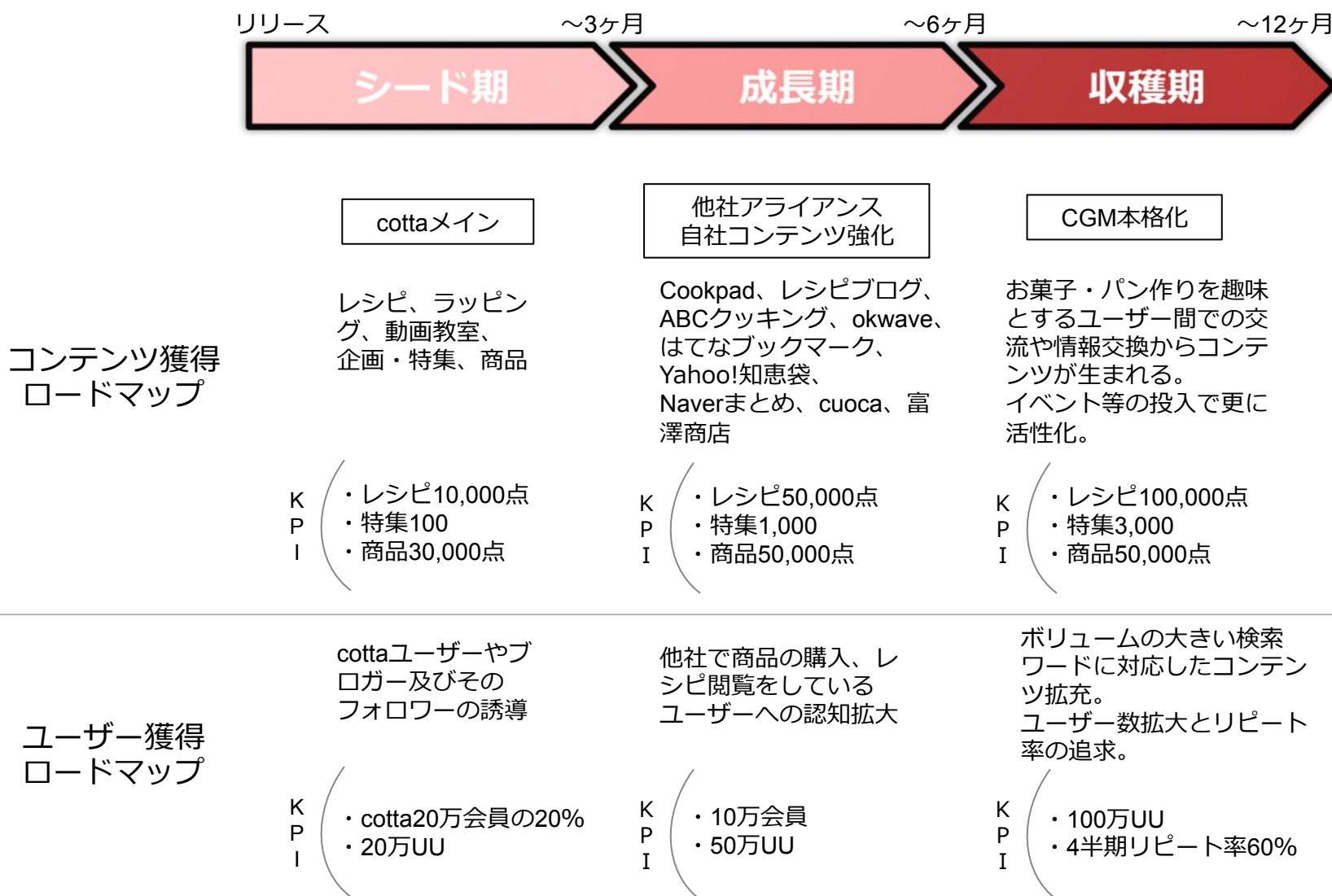


How To Growth

1. これまで培ってきたcottaの資産（ユーザー、協力ブロガー、コンテンツ、商材等）を基盤としたビジネスモデルの採用により、従来の新規事業立ち上げと比較して、早いタイミングでの収益化が見込める。
2. これまでの売上をKPIとしたEC事業ではコンテンツの拡充に限界があったが、本事業により様々なマネタイズモデルの採用が可能になることから、一気にコンテンツの幅を増やすことが出来る。
3. フラットなプラットフォームとして割り切ること、最もユーザーメリットに資する形を模索することができ、他社とのアライアンスについても積極的に取り組むことが出来る。
4. これまでcottaで経験したサイト分析のフィードバック手法（高速PDCA）を取り入れることにより、サイトの成長スピードを最大化させることを目指す。

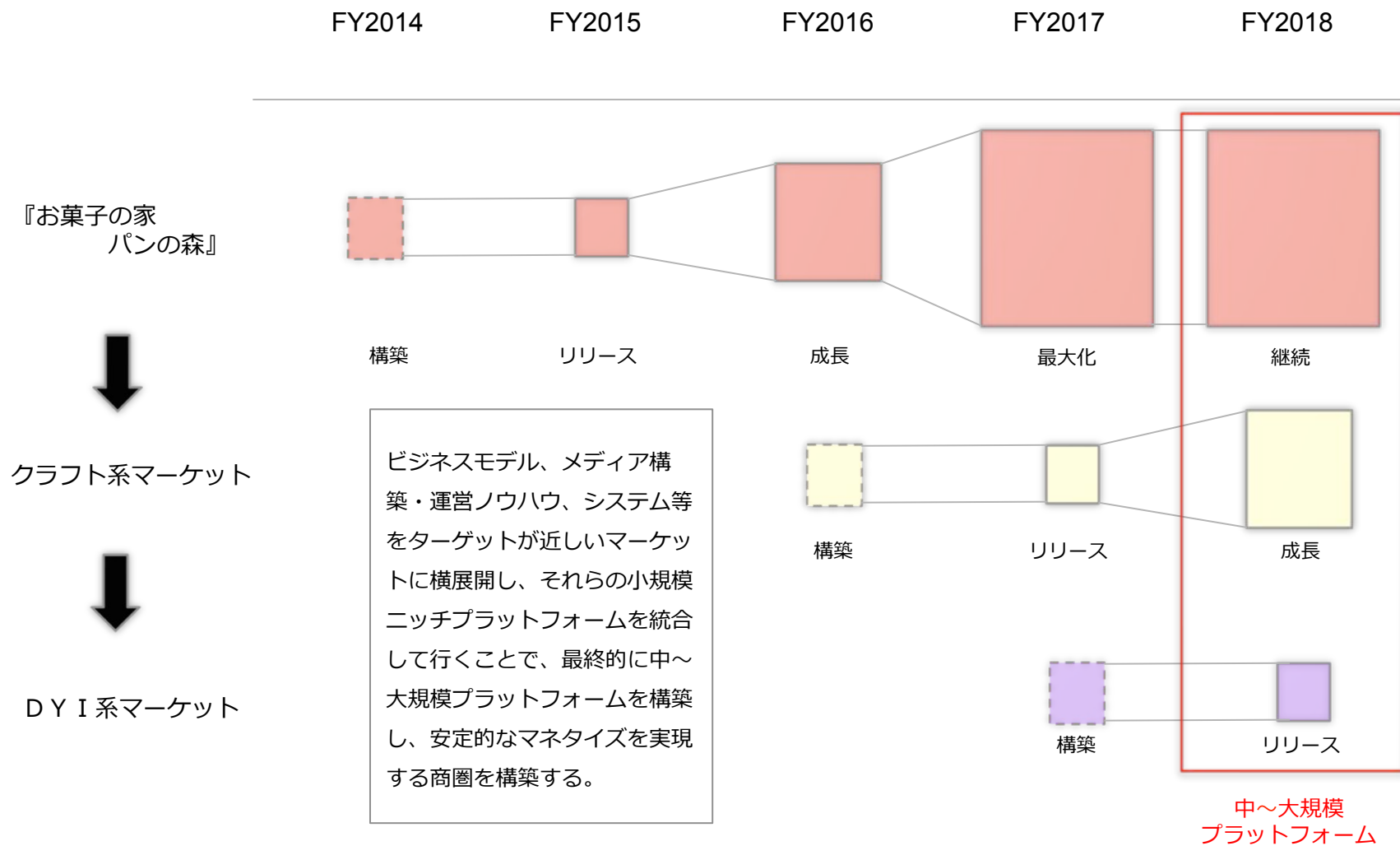
【拡大戦略】

コンテンツ及びユーザー獲得のロードマップとKPI



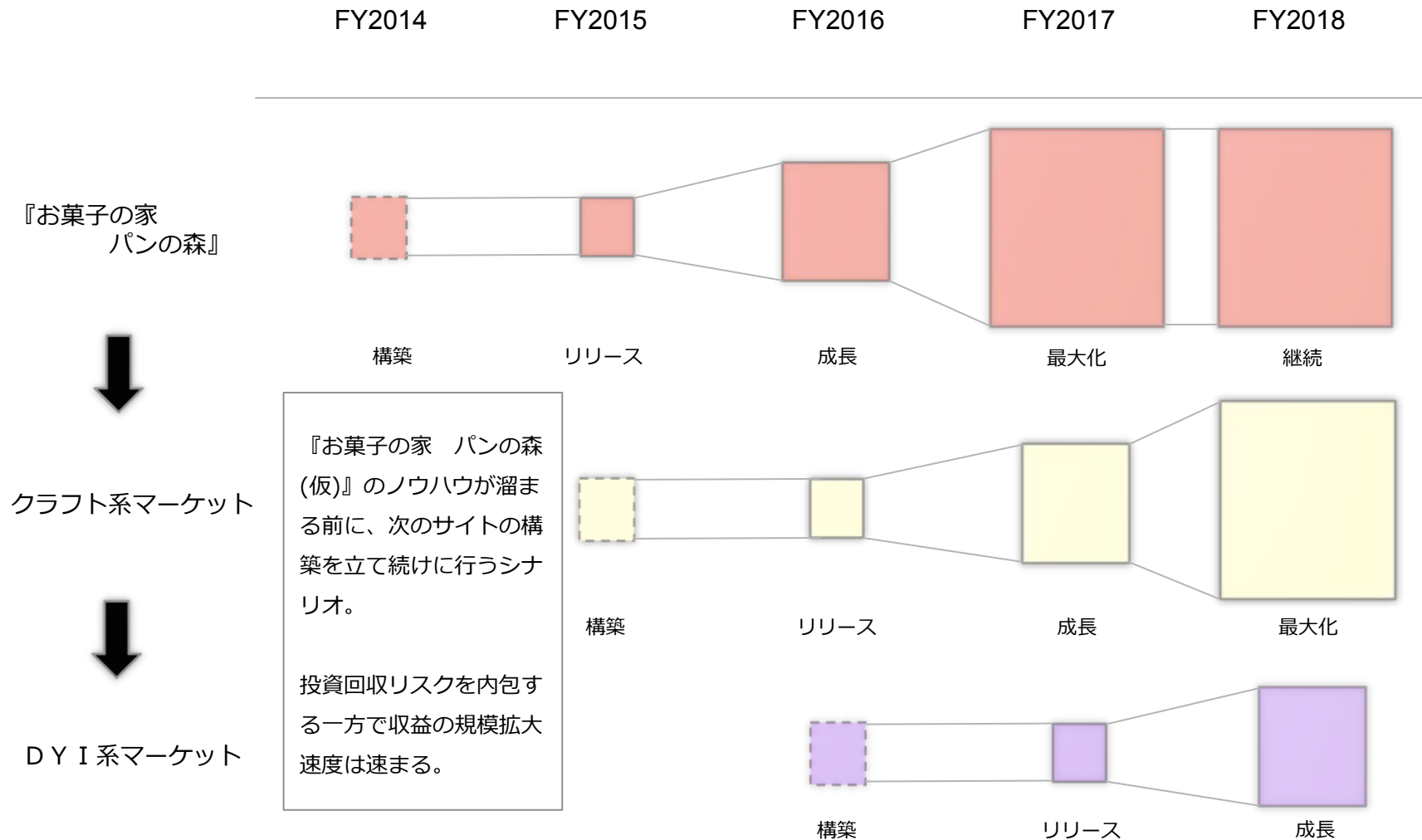
【横展開によるビジネス拡張】

システムのフォーマット化による
拡張イメージとスケジュール



【（参考）横展開によるビジネス拡張】

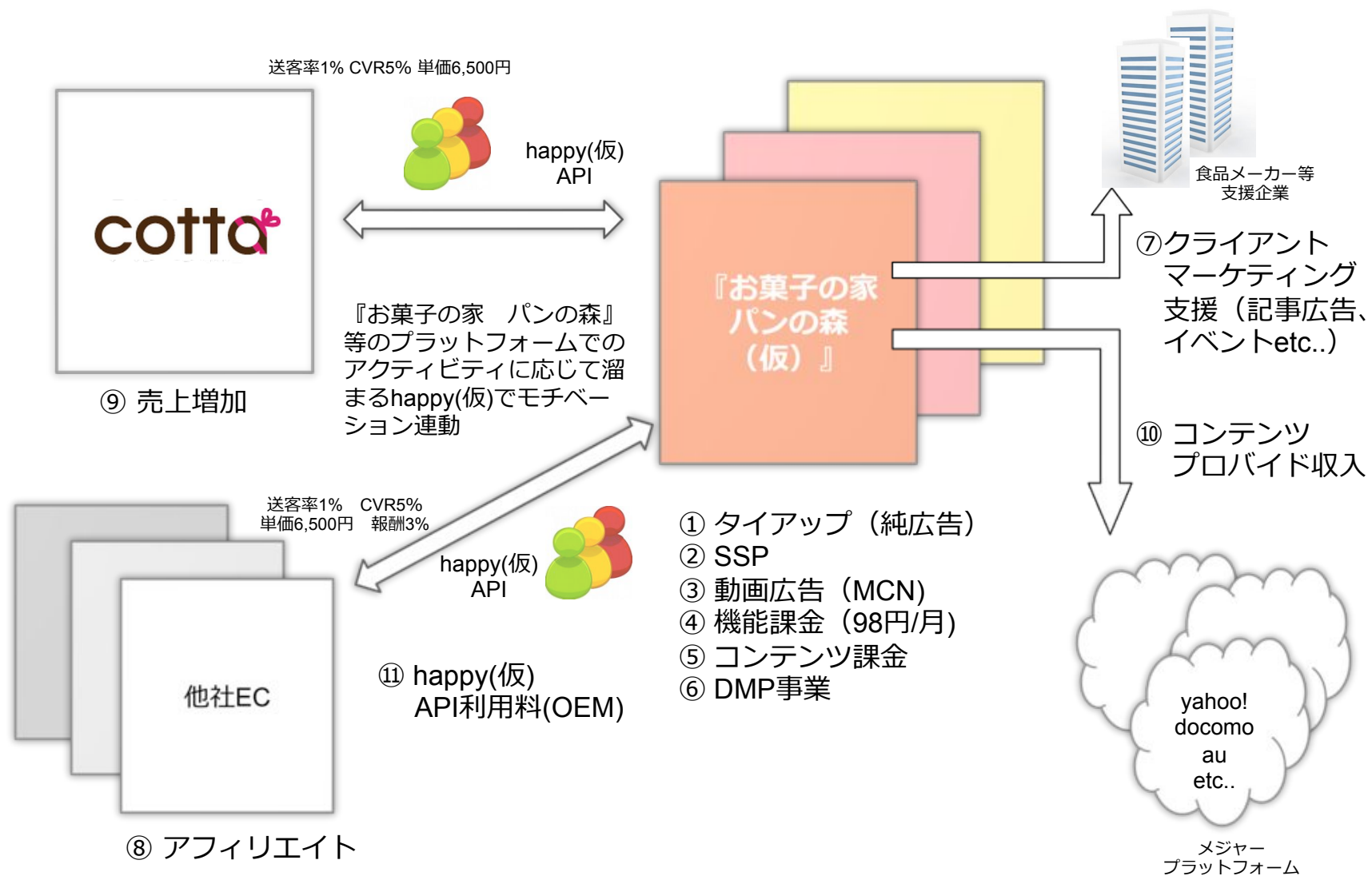
構築スピードを最大化させた際のストレッチプラン



『お菓子の家 パンの森 (仮)』のノウハウが溜まる前に、次のサイトの構築を立て続けに行うシナリオ。

投資回収リスクを内包する一方で収益の規模拡大速度は速まる。

【収益ポイント】 ネットビジネスにおけるマネタイズパターンを網羅した収益化モデル



【計測KPI】

収益化に繋がる各種KPI

※ サイト単体のKPI

	FY2014	FY2015	FY2016	FY2017	FY2018
月間投稿 コンテンツ数	サイト 構築期間	2,000	3,000	5,000	5,000
月間UU		100万UU	200万UU	300万UU	300万UU
月間PV		500万PV	1,200万PV	2,100万PV	2,100万PV
PV獲得コスト		0.20円	0.15円	0.13円	0.13円
コンテンツ課金 ユーザー率		1%	3%	5%	5%

【1stサイト開発ロードマップ】

最小限コンテンツでのリリース ~
最速でのコンテンツ拡充

2014年

