

タイセイ

佐藤 成一 社長

企業データ

設立 98年
売上高 15年9月期
44億8800万円
取扱商品 製菓・製
パン用の業務用食
材

製菓・製パン用の包装資材通販「Cotta a (コッタ)」を、カタログやネットで展開するタイセイは、業務用食材の売り上げが通販売り上げの20%超を占めるという。食品通販の取り組みや、今後の展望について同社の佐藤成一社長に話を聞いた。

——直近の業績について聞きたい。

15年9月期における売上高は前期比11・5%増の44億8800万円だった。16年9月期の売上高については、前期比約10%増となる50億円を見込んでいる。中間期（15年10月～16年3月期）の売上高は前年同期比14・5%増の27億7300万円となっており、順調に推移している。

——食品の通販売上高の規模を教えてください。

15年9月期は約10億円を食品で売り上げた。通販売り上げに占める食品



入するのは、趣味でお菓子やパン作りをしている個人や、料理教室の先生、

B to Cをカバーするサイトこそが成長エンジン

の割合は年々高まっている。当社の通販で食品を購

小規模のカフェのオーナーなどが多い。当社の通販は、B to Bはカタログ通販、B to C分野はECといったすみ分けにしているため、食品について

の傾向などはあるか。売れ筋の傾向としては、「国産」「中価格帯」の食材が良く売れている。

——食品商材で売れ筋の傾向などはあるか。売れ筋の傾向としては、「国産」「中価格帯」の食材が良く売れている。

——食品商材で売れ筋の傾向などはあるか。売れ筋の傾向としては、「国産」「中価格帯」の食材が良く売れている。

——食品商材で売れ筋の傾向などはあるか。売れ筋の傾向としては、「国産」「中価格帯」の食材が良く売れている。

く売れる。当社の通販においては食品はリピート購入商材となっており、安定した売り上げを確保できている。小麦粉などについては、「月2回」「月1回」「2月に1回」といったペースで購入するユーザーが多い。

——食品商材で売れ筋の傾向などはあるか。売れ筋の傾向としては、「国産」「中価格帯」の食材が良く売れている。

——食品商材で売れ筋の傾向などはあるか。売れ筋の傾向としては、「国産」「中価格帯」の食材が良く売れている。

——食品商材で売れ筋の傾向などはあるか。売れ筋の傾向としては、「国産」「中価格帯」の食材が良く売れている。

製菓・製パンの材料となる食材を扱っている。バターや小麦粉、ナッツなどトッピング食材が良

は、ネット経由での購入入が9割を占めている。——どんな食品を取り扱っているのか。

当社オリジナルのバターが食品の中では一番人気だ。昨今のバター不足を受け、競合との差別化を図るため、オリジナルのバターを開発した。当社オリジナル商品「コンパウンドバター」はバター（動物性油脂）とコンパウンド（植物性油脂）をブレンドしたバターの代替品だ。純粋なバターではないのだが、バターに

社へシフトするユーザーも少なくない。——その他にもオリジナルの食品は扱っているか。

——今後の展望について聞きたい。コンビニスイーツの台

は、ネット経由での購入入が9割を占めている。——どんな食品を取り扱っているのか。

当社オリジナルのバターが食品の中では一番人気だ。昨今のバター不足を受け、競合との差別化を図るため、オリジナルのバターを開発した。当社オリジナル商品「コンパウンドバター」はバター（動物性油脂）とコンパウンド（植物性油脂）をブレンドしたバターの代替品だ。純粋なバターではないのだが、バターに

社へシフトするユーザーも少なくない。——その他にもオリジナルの食品は扱っているか。

——今後の展望について聞きたい。コンビニスイーツの台

——今後の展望について聞きたい。コンビニスイーツの台

は、ネット経由での購入入が9割を占めている。——どんな食品を取り扱っているのか。

当社オリジナルのバターが食品の中では一番人気だ。昨今のバター不足を受け、競合との差別化を図るため、オリジナルのバターを開発した。当社オリジナル商品「コンパウンドバター」はバター（動物性油脂）とコンパウンド（植物性油脂）をブレンドしたバターの代替品だ。純粋なバターではないのだが、バターに

社へシフトするユーザーも少なくない。——その他にもオリジナルの食品は扱っているか。

——今後の展望について聞きたい。コンビニスイーツの台

——今後の展望について聞きたい。コンビニスイーツの台