

TEMONA

2017年4月6日上場

代表取締役社長 佐川隼人



テモナ株式会社（東証マザーズ：3985）

- ネットでのリピート通販に特化
- 労働力ありきのフロービジネスから効率的に事業基盤強化を図るストックビジネスへのシフトを可能にするネット通販のプラットフォーム

社長の素顔

1980年1月29日生まれ。大阪府出身。

1998年に大阪工業大学高等学校普通科を卒業後、チラシの広告枠販売事業で起業。2000年にシステム開発会社の平成コンピュータに入社し営業職に従事。その頃に成長期を迎えていたインターネットに興味を持ち、プログラミングを学び、システムエンジニアとして独立を果たす。フリーランスとして様々なプロジェクトを手がけた後の2007年、知人とシステム開発受託会社を創業するも、経営方針がわかれ、翌年には取締役を辞任。当時のクライアント企業の経営者から「東京でやり直さないか」と、チャンスを得て、2008年に上京を決意。同年、28歳で同社を創業した。

これまでの経験から「何ごとも『できる方法を考える』に尽きる。できない方法はいくらでも述べることはできますが、そうなると進歩がありません」と話す。

ココに注目！！

- 定期購入システム「たまごリピート」の導入が好調
- 日用品から食品へ事業領域を拡大中
- 安定的な事業基盤であるストックビジネスを展開

— 事業内容を教えてください。

商売の本質はリピートしてもらうことにあります。弊社は、ネットショップのリピーターを増やし、定期的にモノが売れるストックビジネスにこだわり抜いたサービスを提供しています。

主力サービスである「たまごリピート」は商品を定期的に届けるというリピート通販システムであり、ご利用いただく事業者様の割合は、化粧品や健康食品、サプリメントといった日用品の比率が高くなっております。

また、本やアパレル、アクセサリなどトレンドが重視される商材を、購入者の趣向に合わせたオススメ商品を毎月お届けする「たまごサブスクリプション」や、ウェブ上において履歴やサイト訪問回数、閲覧内容をもとにした個別のWEB接客を可能にする販売促進ツール「ヒキアゲール」も提供しております。

— 今後の展望を聞かせてください。

これからも、定期的にモノを販売する仕組みに軸足を置くことに変わりありません。「たまごリピート」で培ったリピート通販のノウハウを活かして、食品やアパレルといった新しい領域をターゲットとしてストックビジネスを普及させていきたいと思っております。

— なぜ、ストックビジネスにこだわられたのでしょうか。

私がテモナを起業する前は、システムエンジニアとして受託開発をしていました。一社一社注文を受けてシステムを作っていくので、いわゆる「労働集約モデル」になります。仕事を受けて働いた分だけ収益を得るというフロービジネスです。当然、仕事が入ってこなければお金は入りません。

大工さんが一軒一軒家を立てていくモデルをフロービジネスとすると、それに対してストックビジネスは、不動産賃貸業にあたり、継続的な収益を見込めるのです。

弊社も創業当初はフロービジネスで色々苦しい経験をしました。ストックビジネス化することで、安定的な経営ができるようになりました。ストックビジネスを弊社クライアントにも提供したく、ネット通販でストックビジネスを実現させる仕組みを開発しました。カテゴリとしては、Eコマースのシステム開発屋というよりも、「ストックビジネス屋」であるということ、これからネット通販を立ち上げる事業者様や投資家様にご理解をいただきたいと思っております。

また、弊社は「B with B with C」を掲げ「B」と「C」に価値を生み出すために実行していることがあります。まず、「B」に対しては、継続的な安定収入を確保する仕組みと、在庫のロスカットで収益率を改善する価値を提供していることが挙げられます。弊社のシステムにより業務の効率化を実現できる。これが「B」に対して提供している価値です。

「with C」のCに対する価値は、例えば健康食品や日用品などを「定期購入」すれば割引価格でお買い求めいただけます。「頒布会」という毎月違った品をお届けするサービスでは、例えば、赤ちゃんを育てるママに利用していただくと、赤ちゃんの月齢にあった商品がお手元に届きます。こうしたサービスを通じて、経済合理性と利便性の良さを価値として実感いただいております。

— 「たまご」をサービス名に使う理由を教えてください。

お客様であるネットショップ事業者では、女性従業員の割合が高いことから、親しみやすい名前をつけることを重視しました。

また、にわとりは定期的に卵を生みます。生れた卵はにわとりになり、また卵を生む。「定期的」という点がキーワードで、弊社のビジネスを表しています。ネットのリピート通販により安定的な収益を確保するストックビジネスに「たまご」はぴったりだということで、私がサービス名に入れることを考えました。

— 個人投資家様へのメッセージをお願いします。

私たちは、とにかくストックビジネスにこだわっています。

お客様にそれを提供するだけでなく、弊社もストックビジネスを実践しています。具体的には、システム利用料等を毎月お客様からいただいています。弊社の売上をシンプルに表現すると、顧客数 × 顧客1社あたりの単価となります。そのため、顧客数の増減、及び顧客1社あたりの単価の増減は、弊社の重要な経営指標となります。

弊社はストックビジネスのため、先行きが見通しやすい点からも、すべての投資家の方にわかりやすい銘柄ではないかと思えます。

(掲載日：2017年9月6日)