

FBI

挑む

売り上げに責任、テレビ通販支援

トライステージ 妹尾 勲社長

テレビやネットなどの通販市場が堅調に市場を拡大している。日本通信販売協会によると、2002年から12年までの10年間で売上高は2兆6300億円から5兆4100億円に2倍に増えた。一方、テレビ通販市場に関しては伸びが鈍化傾向にある。テレビ通販を支援するトライステージは、販売だけにとどまらず、売れる商品の企画から受注管理、発送までの業務を請け負う。また、顧客に対して責任を持つという方針を掲げ、売り上げ連動型のビジネスモデルを展開する。妹尾勲社長は「映像で分かりやすく商品説明ができるテレビ通販は十分に成長余地がある」と自信を示している。

—なぜ売り上げに責任が持てるのか

「以前、大手広告代理店でテレビ通販支援事業を担当していたが、放送枠を販売するだけで売り上げに責任を持つ意識が希



薄だった。そんな姿勢に疑問を持ったので起業した。当社では番組枠での商品ごとの売り上げ傾向を把握し、独自に分析したデータがある。これを基に販売目標額を設定することができる。目標を上回れば成功報酬を得て、下回れば値引きをすることで責任を持っている」

—ネット通販が台頭する一方、テレビ通販は頭打ちだが

せのお・いさお 明大政経卒。1983年4月大広入社。2002年3月ディー・クリエイトを経て、06年3月トライステージを設立し、同年11月社長就任。53歳。東京都出身。

「テレビからネットに客を取られたといわれるが、購入方法が変わったことが要因だ。テレビで視聴してネットで申し込む人が増えている。当社が調査したネット通販商品のうち、平均して3割がテレビを経由した購入だった。高齢者はネットが不得意だと思われがちだが、現役時代にIT化に対応してきた団塊世代が65歳を過ぎたことで、

ウェブ利用者が増えたとみている。テレビ通販がネットに送客した結果で、やはりテレビ通販の貢献度は大きい」

—海外進出は

「中間層が増加し消費拡大傾向にある東南アジアに進出している。12年からベトナム、台湾、マレーシア、タイ、シンガポールで、現地の広告代理店などと提携し、当社のノウハウを提供してテレビ通販を展開している。年内に東南アジアに拠点を置きたい」

—今後どの方向に展開するのか

「商材は物販から会員獲得型ビジネスへと拡大している。とくに会員制スポーツジムでは成果を上げている。これからは高齢化に伴い、高齢者施設や葬祭業、見守りやみとり関連などとも需要があると見込んでいる。ま

た、リピーターの獲得にも力を注ぎたい。14年2月期の連結売上高は360億円だが、15年2月期には海外事業とリピーター需要を掘り起こし、ウェブ事業による売り上げ40億円を積み上げて、400億円を目標としている」

(佐竹一秀)

■会社概要

- ▷本社＝東京都港区海岸1-2-20 汐留ビルディング 21階
- ▷設立＝2006年3月
- ▷資本金＝6億4364万2000円
- ▷従業員＝155人（14年2月末時点、連結ベース）
- ▷売上高＝360億2300万円（14年2月期）
- ▷事業内容＝テレビ通信販売を中心としたダイレクトマーケティング支援事業