

「セイヒョー秋冬売上強化プロジェクト」スタートのお知らせ

株式会社セイヒョー(本社:新潟市北区、代表取締役社長:飯塚 周一)は、

- ① 国内外への販路拡大
- ② SNSマーケティングの推進によるWEB販売の促進

を基本的な営業戦略として、当社製品の販売拡大に取り組んでおり、この夏一定の成果を得ることに成功しております。

一方、当社の売上品目の構成上、夏季期間に集中して需要が発生するため、特に第2四半期会計期間の売上高が他の四半期会計期間と比べ著しく高くなる傾向があります。そのため売上が減少する秋冬のシーズンを向かえるにあたり、「セイヒョー秋冬強化プロジェクト」を立ち上げ、売上向上を図っていくこととなりましたのでお知らせいたします。

【セイヒョー秋冬売上強化プロジェクトについて】

当社の売上・利益の四半期毎推移を見ると、これまで繁忙期である第2四半期に売上・利益の大半を計上し、第3・第4四半期には営業赤字を計上するという状況が続いており、第2四半期以外においてどのような営業戦略を実行していくかが長年の経営課題でした。

この度、この経営課題に集中して取り組むべく、「セイヒョー秋冬強化プロジェクト」をスタートいたしました。具体的には、

- ① 定量課題として、2024年2月期までに、第3四半期・第4四半期での営業黒字化を達成する
- ② ブランディングディレクターとして就任した渡邊順氏のデザインを採用し、高価格帯の新商品を投入する
- ③ インフルエンサーを活用したコラボ商品に取り組み、新たな顧客層を開拓する
- ④ 当社の代表的なオリジナル商品である「もも太郎」に匹敵するブランド力のある秋冬向け新商品を投入する

以上の項目を実行し、当社の弱点であった秋冬の業績改善に取り組んでまいります。

上記に沿って、新商品の発売決定を随時お知らせいたします。