

2023年2月期における  
「セイヨー秋冬売上強化プロジェクト」の実施効果  
ならびに「ビバオール復刻プロジェクト」の開始について

株式会社セイヨー(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ます。

2022年9月26日付にてお知らせいたしました「セイヨー秋冬売上強化プロジェクト」について、今期の取り組みの結果をお知らせいたします。

## 【セイヨー秋冬売上強化プロジェクトの取り組み内容とその効果について】

### <概要>

当社は売上品目の構成上、繁忙期である第2四半期に売上・利益の大半を計上し、秋冬のシーズンにあたる第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2四半期以外における営業戦略が長年の経営課題でした。この課題に取り組むべくスタートした「セイヨー秋冬売上強化プロジェクト」につきまして、間もなく2023年2月期の会計期末を迎えるにあたり、当プロジェクトの実施効果をお知らせいたします。

### <セイヨー秋冬売上強化プロジェクトの重点項目>

当プロジェクトスタート時に掲げた取り組み項目は以下の通りです。

- 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



<当期の取り組み内容について>

上記重点項目のうち、「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」にて、次の4製品の販売を実施いたしました。

- 第1弾      ハロウィン笹だんご！？
- 第2弾      笹だんごデザインBOX
- 第3弾      NIIGATA ICE SELECTION
- 第4弾      バレンタイン笹だんご。in チョコレートあん

いずれの製品もWEB販売を中心に展開。第3弾の「NIIGATA ICE SELECTION」と第4弾の「バレンタイン笹だんご。in チョコレートあん」については、それぞれプロモーション動画を制作し、各SNSでの総再生回数は2月24日段階で約1900万回、と製品及び当社について幅広く認知を得ることができました。

<来期の取り組み内容について>

「③インフルエンサーを活用したコラボ商品」に関しては、2024年度第1四半期での商品リリースに向けて最終調整を行っております。

また、この度、「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」として、往年、東北地方を中心に人気を博した「ビバオール」の本年秋の再販を目指し、「ビバオール復刻プロジェクト」を開始いたしました。

「ビバオール」は、北関東から東北地方において、新潟における当社「もも太郎」と同様、地域を代表するアイスとして長年愛されており現在でも根強いファンを獲得しております。この度、本年秋の販売を目標としたビバオール復刻プロジェクトを立ち上げました。「ビバオール」の潜在的マーケットは「もも太郎」をも凌ぐと想定しており、来期以降の第3・第4四半期において、当社の業績に大きく寄与するものと想定しております。

2023年2月期における「セイヒョー秋冬売上強化プロジェクト」は終了となりますが、引き続き第3・第4四半期の営業戦略に対する課題に積極的に取り組んでまいります。

2024年2月期以降も、秋冬の業績改善に向け積極的な取り組みを継続してまいります。

【お問い合わせ先】 株式会社セイヒョー 経営企画室  
MAIL [info@seihyo.co.jp](mailto:info@seihyo.co.jp) / TEL 025-386-9988