

株式会社セイヒョー 代表取締役社長

いづか しゅういち

飯塚 周一氏

110年に渡り培ってきた冷凍技術で 新潟で愛される味を守り続ける



PROFILE

1964年生まれ、三条市出身。新潟県立三条高等学校を卒業。1984年 セイヒョーに入社。2009年 営業本部（現営業部）新潟支店部長、2010年4月営業部新潟支店長、同年5月 取締役新潟支店長を歴任。2011年 代表取締役社長に就任する。新潟商工会議所では常議員を務める。

創業110周年を迎えるセイヒョーは、氷の製造販売から“もも太郎”などの氷菓・アイスクリーム、冷凍和菓子の製造卸、冷凍倉庫の委託業務などを手掛ける企業。自社ブランドの強化を図り、アイスメーカーとしてさらなる成長を目指す飯塚社長に、お話を伺いました。



株式会社セイヒョー

〒950-3102

新潟市北区島見町2434番地10

TEL:025-386-9988

<https://www.seihyo.co.jp/>

私も子どもの頃から夏になると
“もも太郎”を食べていました。他に
はない氷の食感が、長年愛されている
理由の一つかもしれません

昭和20年代に誕生した“もも太郎”。 新潟を代表する名物アイスに

セイヒョーは1916年（大正5年）、保冷用の氷の製造販売を行う会社として創業。昭和20年代には、縁日で販売していた桃型の氷菓子を製品化した「もも太郎」が誕生し、以来、「新潟のソウルフード」とも呼ばれる看板商品となった。「当社は氷屋なので、まず135kgの溶けにくい氷を作り、それを原料に“もも太郎”を作っています。氷の粒が多く、液体をたくさん加えなくても固まるため、それが他のかき氷バーにはない、サクサクとした食感に繋がっていると思います」と飯塚社長。これまで時代の変化に合わせて味の改良を重ねるとともに、2013年からは夏限定で毎年味が変わる「ももえちゃん」を発売。さらに、今年6月には「少しでも食べたい」という消費者の声に応え、「もも太郎ミニ」を発売した。商品のバリエーションを増やすことで店舗の売場展開にメリハリがつき、消費者に興味を持ってもらうきっかけになっているという。

大手メーカーとのOEM契約が終了。 自社ブランド商品の強化へ転換

今年で110年と長きに渡り事業を続けてきたが、会社にとって大きな転機になったと飯塚社長が感じているのが、2009年に大手メーカーとのOEM契約が終了したことだった。「当時はOEMがアイスクリーム製造の主体。売上が落ち込み、厳しい状況が続きましたが、これから会社がどうあるべきなのかを真剣に考えるきっかけになりました。そこで工場を持っている強みを活かし、自社ブラ



氷菓の原料となる135kgの「純氷」。製氷会社ならではの技術が、氷の食感や美味しさに繋がっている。

新発売の「もも太郎ミニ」は、夏以外の季節でも食べやすい小ぶりのサイズ。マルチパックは6本からミニ8本入りにリニューアルした。



ンドのアイスをどんどん作っていこうと決めたのです」と話すように、自社ブランドの強化に方針を転換。新しい商品が増えたことで販売エリアも全国に広がっていった。

100億円企業の実現に向けて 会社の組織改革を進めたい

「商工会議所には新潟を盛り上げようとする会員がたくさんいて、各部会の活動報告では、企業活動とはまた違った視点の話を聞くことができるので勉強になります。また、人材育成の研修や講習会なども多く、当社も活用させていただくことがあります」と、同所の常議員を務める飯塚社長は話す。

昨年は富山工場を開設し、アイスクリームの生産能力を拡大した。「新しい工場をしっかりと稼働させ、100億円企業を目指したいと考えています。実現するには社員一人の能力に頼るのではなく、いろいろな部署の社員が一つのプロジェクトに関わり合い、組織の仕組みとして物事を進めていくことが必要。そのための組織改革を進めていきたいと思います」。110年に渡り培ってきた冷凍技術を活かし、今後もセイヒョーならではの商品を新潟から全国に届けていく。



豊栄工場併設のアンテナショップ「もも太郎ハウス」には、各種アイスから笹だんごまでセイヒョーの商品が勢揃い。アイスの詰め放題も人気だ。

1982年から製造する冷凍「笹だんご」。“自然解凍で美味しく食べられる”と、贈答品や県外の催事などで人気が高い。

