

# 地域を生かしたブランド戦略



## 製造業

株式会社セゾンファクトリー代表取締役

齋藤 明彦

セゾンファクトリーとは「季節、旬を活かす工場」という意味です。

私もセゾンファクトリーは、山形県という「地域」と独自の「技術」を生かして、価格競争ではなく、商品やサービスはもろろんのことですが、あらゆる面で質の高い信頼と期待を頂けるように、食品メーカーとしてオンラインワンのスーパーブランドづくりを行っていきたくと考えております。

もうすでに大変な状況下にあるグローバルな競争の中で、製造業である我々がなぜ日本で物づくりをする必要があるのか、なぜ山形県なのか、なぜコストの高い日本人なのか、そしてなぜそれがセゾンファクトリーでなくてはならないのかという存在意義を明確に打ち出し、あらゆる付加価値を特化させて、商品、サービス、マーケティング、そして企業意思にお客様から喜んでいただき、感動と共感を頂けるようになりたいと思います。商品だけでなく、コンセプトや生き方を含めたセゾンファクトリーそのものをお買い上げいた

だき、ご支援いただけるような「BRAND」になりたいのです。

日本が世界に誇れる特長のひとつに美しい四季の変化があります。これが日本の中で一番はつきりしているのが山形県です。春の息吹から寒暖の差が激しい夏、美しい紅葉の秋、そして白い雪がしつかり積もる冬となります。この気候環境が素晴らしい農作物を生み出しているわけです。ただ甘いと大きいとただでなく、味のバランスがとても良い、おいしい食材の産地です。さくらんぼやラ・フランスといった県産の代表的な果実から、あんず、いちご、ぶどう、りんご、ブルーベリー、桃、かりん、プルーン等などこれら以外にもたくさん品種が県内各地にあります。おいしい野菜にも恵まれている地域です。国内の食料自給率の問題も取りざたされており、安全が、山形県は今後ますますおいしくて安全で海外物ではかなわない価値の高い食材の供給基地的な位置付けになっていくことでしょう。

当社では全てが県産ということではありません

せんが、この素晴らしい地域の材料を中心に当社独自の判断基準で品質と安全性を確認、選別して加工します。生食でも十分おいしい素材を当社が加工することで、お客様にもっとおいしく、楽しく、安心して召し上がっていただけるように付加価値を上げていくことが仕事としての基本的な考えです。毎月「旬」を切り口にして限定製造する「旬のジャム」は保存性は良くありませんが、「インターネット」などを通して予約注文が増えだしているところです。

また、欧米からきたジャムやドレッシングなどを加工製造する際も欧米の真似をするのではなく、味の設計は全て和風の良さ、日本の食文化の良さを追求しています。これは日本を含め世界中の人々がスタンダードに食べるアイテムだからこそなのです。例えば、季節感、鮮度、色、香りを大事にして、甘味、苦味、酸味、辛味、塩味等の味も日本の食文化の繊細な味づくりにこだわり、バランスを整えて、日本で生まれ育ち日本のおいしさを



本社工場（H10.5 新築）



大盛況だったFOODEX出展（H13.3.13～16）

体で感じている日本人としての良さを生かし、技術を磨いていきます。そして「おいしい物にこだわる」「ことこそが「体」も「心」もヘルシーな豊かさにつながると確信しています。現在では、寿司やしやぶしやぶに代表されるような日本食は、世界中で「ヘルシーでおいしい」と、どんどん評価が上がっています。日本の食文化の良さと山形の素材のよさを生かすことを、当社がオンリーワンになるためのキーコンセプトとしています。

スピードに追われる忙しい生活ということなどで、食を軽視し、早く、簡単に、ただおなが一杯になればいいというような今までのさまざまな弊害から、一方では今後ますます、「健康、心の満足感」を求められるでしょう。多様化し個を重視する生活に変化しているからこそ豊かな、楽しい食事こそが教育、コミュニケーションの場面としてとても重要

になるでしょうし、心身共に本当の健康につながると思います。

また最近では乳酸菌の機能性を食品に詰め込んだ商品にも力を入れており、おいしく楽しんでさらに直接健康機能に役立つ商品も展開中です。

製造現場である工場は、グローバルな衛生基準であるHACCPを導入しており、本年度には認定を取得出来るように最終段階の準備を進めているところです。これによって製造工程にもお客様からの安心と信頼を頂戴できるようにと願っています。

マーケティングにおいては、太陽の色（サニイエロー）と大地の色（アースブラック）を商品ラベル、包装紙、営業車、工場外観、各売り場、POP、ユニフォーム、カタログなどに徹底的に打ち出してブランドイメージの強化も行っているところです。今のライフスタイルに似合ったおしゃれで元気になるようなパッケージのデザインや、環境問題を捉えたりサイクル活用の提案、極力ごみにならない容器の利用などの提案も、お客様から共感を頂く大事な部分です。

また、地域別や小売店の客層などによっても、商品構成や売り場づくりのパターンを変えて変化のある展開を進め、高い商品鮮度を保持して新鮮な商品をお客様に提供したいと思えます。

セゾンファクトリーがお客様から高い信頼と期待を頂けるスーパーブランドになるためにはますます、高品質の材料と商品を支える高い技術力が必要になります。地域と近隣の生産者の方々とのパートナーシップの強化はもちろんです。技術力の進歩が不可欠です。

当社の技術の根源は「愛情」です。深い愛情こそがおいしく食べていただくためのさまざまな工夫を生み、これが当社独自の技術となっております。そしてそのためには、食べていただくお客様のことを最優先に考え、社員が仕事に愛情を持って心から専念できる社内風土づくりが最も大切でないと考えているところです。

当社は今年から、幕張で開催される国際食品展（FOODEX）に出展いたしました。日本の良さ、山形の良さ、地域の特長を十分に生かして当社の企業意思をしっかりと伝えながら、世界中から集まる食品メーカーに対抗できるような、小さくてもキラリと輝く本物のブランドを目指して、明るく楽しくさわやかな社員と一緒に挑戦しようと思えます。

## 齋藤 明彦

株式会社セゾンファクトリー代表取締役

1958年 高島町生まれ  
 1977年 日本大学山形高等学校卒業  
 1988年 株式会社セゾンファクトリー設立  
 全国商工会議所青年部連合会  
 東北ブロック代表理事

### 企業理念

「世界の一流を目指して  
 日々 進歩し 共に栄える」