

マーケティングカンファレンス「BRAND SOLUTION LIVE 2022」開催報告
企業400社以上のマーケティング担当者が参加、84%が満足度「高」評価
～人気セッションの再配信10/20（水）に決定！本日10/5（月）申し込み開始～

再配信日時：2022年 10/20（木） 12:00～13:00 【オンライン】
[イベント詳細：<https://kurashi.com/brandsolution/info/12985>]

The graphic features a dark blue background with the KURASHICOM logo at the top left. The main title 'BRAND SOLUTION LIVE 2022' is displayed in white, with '8/9-8/10 - ONLINE' below it. To the right, the theme '顧客とブランドの「つながり」を考える2日間' is written in white. Below the title, there are two rows of speaker portraits, each with a name and company name underneath. The first row includes: 中山淳雄 (Re entertainment), 青木耕平 (株式会社クラシコム), 森永真弓 (株式会社博報堂DYメディアパートナーズ), 緒方恵 (株式会社βace 株式会社中川政七商店), 松枝奏輔 (オルビス株式会社), and 溝本将洋 (サントリー食品インターナショナル株式会社). The second row includes: 大村和顕 (ライオン株式会社), 山口義宏 (グロスX インサイトフォース), 宮崎清伍 (牛乳石鹸共進社 株式会社), 稲垣聡 (株式会社 ヤッホーブルーイング), and 高山達哉 (株式会社クラシコム).

ライフカルチャープラットフォーム「北欧、暮らしの道具店」（URL：<https://hokuohkurashi.com/>）にて企業向けマーケティング支援プログラム「BRAND SOLUTION（ブランドソリューション）」を提供する株式会社クラシコム（本社：東京都国立市、代表取締役：青木耕平、以下「当社」）は2022年8月9日（火）10日（水）にウェビナーカンファレンス「BRAND SOLUTION LIVE 2022」を開催いたしました。本日は、企業400社以上のマーケティング担当者が参加し、84%が満足度「高」となった反響など、開催レポートをお届けします。また配信セッションの中から、Session3「顧客インサイトを理解し、選ばれるブランドになるには？」の再配信が10/26（水）に決定し、本日10月5日（水）より申し込みを開始いたしました。（再配信申し込みURL：<https://kurashi.com/brandsolution/info/12985>）

■イベント概要

「お客さまといかに繋がりが続けられるか？」「繋がりが続けたいと思ってもらえるか？」は、BRAND SOLUTIONがクライアント企業のマーケティング支援を行なう中で、常に立ち向かっている大きな二つの問いです。そこで今回の「BRAND SOLUTION LIVE 2022」は、各社のブラン

ドマネージャー、マーケティング担当者に向けて、コンテンツ、顧客体験、インサイト、コミュニティといったブランドと顧客の関係性に影響を与える要素から、これからの時代に求められる顧客とブランドの「つながり」について考える機会として企画いたしました。

「BRAND SOLUTION LIVE 2022」

テーマ:これからの時代の顧客とブランドのつながりとは

開催日時:

2022年8月9日 (火) 11:00~12:00 15:00~16:00

2022年8月10日 (水) 11:00~12:00 15:00~16:00

形式: zoomによるオンライン配信 (収録動画配信)

URL:<https://kurashi.com/brandsolution/info/12587>

■イベントサマリー

企業400社以上のマーケティング担当者が参加、84%が満足度「高」

クラシコム代表取締役の青木、BRAND SOLUTIONを統括する高山など、登壇者11名による各1時間のトークセッションを4本、配信いたしました。

企業400社超が参加し、イベント終了後の参加者アンケート (n=497) では、満足度評価5段階中4以上の回答が全体の約84%を占める結果となりました。

■10月20日 (木) 人気セッションの再配信決定! 本日から申し込み開始

BRAND SOLUTION LIVE2022の好評を受けまして、10月20日 (木) 12時~13時でSession3「これからの時代の顧客とブランドのつながりとは」の再配信が決定いたしました。

消費財ブランド
担当者必見
好評につき
再配信!

KURASHICOM | BRAND SOLUTION LIVE 2022 - ONLINE

10月20日 (thu) 12:00 - 13:00

SESSION 3

顧客インサイトを理解し
選ばれるブランドになるには?

ライオン株式会社
ビジネス開発センター
エクスペリエンスデザイン 部長
大村和顕

グロース X 取締役COO
インサイトフォース 取締役
山口義宏

株式会社クラシコム
代表取締役
青木耕平

株式会社クラシコム 取締役
事業開発部 部長
ブランドソリューショングループ
マネージャー
高山達哉
(モデレーター)

<再配信概要>

配信日時: 10/20 (木) 12:00~13:00

形式: zoomによるオンラインでの配信

内容: Session3のみの再配信

費用: 無料 (先着申し込み順)

※定員数に達し次第受付終了となります。

申し込みURL:<https://kurashi.com/brandsolution/info/12985>

■開催レポート

TALK SESSION 1 「コンテンツ産業から学ぶコミュニティと生活者心理の捉え方」

8/9

11:00 - 12:00
SESSION 1

コンテンツ産業から学ぶ
マーケティングとコミュニティの捉え方

Re entertainment
代表取締役
中山淳雄

株式会社クラシコム
代表取締役
青木耕平

株式会社博報堂DY
メディアパートナーズ
メディア環境研究所 上席研究員
森永真弓
(モデレーター)

登壇者:

株式会社Re entertainment 代表取締役社長 中山淳雄 (『推しエコノミー』日経BP)

株式会社クラシコム 代表取締役社長 青木耕平

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所 上席研究員 森永真弓 (モデレーター)

顧客とつながる方法として、アニメや映画などIPコンテンツを中心に注目を集めるコンテンツ産業。顧客と深く繋がるためにブランドがコンテンツ産業から学べることは何か？コンテンツ産業の視点から見るファンマーケティングの捉え方や、コンシューマー心理とオーディエンス心理の違いといった視点からお話いただきました。

<当日のトークサマリー>

- コンテンツ業界とプロダクト・サービス業界の視点の違いとは？
- ファンもクライアントも作り手も喜ぶ、三方良しのコンテンツタイアップの条件。
- 愛の垂れ流しが人をワクワクさせる。コンテンツ愛から学ぶマーケティングのヒント。
- カルチャーにお金をかけるのは効率が悪い？ 効率度外視が連れてくる効果。
- 作り手側にいると忘れがちな「なにごとも、向こうには人がいる」
- 分散化ではない？ 自分の好みをはっきりと気づく人が増えた世の中におけるコミュニケーション

TALK SESSION 2 「多様なタッチポイントを組み合わせ、ブランド価値はどのように設計するか？」

8/9

15:00 - 16:00
SESSION 2

多様なタッチポイントを組み合わせ、
ブランド価値はどのように設計するか？


株式会社βace
(Minimal - Bean to Bar Chocolate-)
取締役COO
株式会社中川政七商店
パートタイムオフィサー (PTO)
緒方 恵


オルビス株式会社
CRM統括部 部長
松枝奏輔


サントリー食品
インターナショナル株式会社
ブランド開発事業部 課長
溝本将洋


株式会社クラシコム 取締役
事業開発部 部長
ブランドソリューショングループ
マネージャー
高山達哉
(モデレーター)

登壇者:

株式会社βace 取締役COO / 株式会社中川政七商店 PTO 緒方恵

オルビス株式会社 CRM統括部 部長 西野英美

サントリー食品 インターナショナル株式会社 ブランド開発事業部 課長 溝本将洋

株式会社クラシコム 取締役 事業開発部 部長 高山達哉 (モデレーター)

モノの価値の中心が消費することではなくなってきたなか、ブランドとして顧客にどのような体験を提供できるのかが重要なポイントになってきています。そんななか、顧客とつながり、関係性を構築しているブランドは、価値をどのように設計しているのか？各社の取り組みをお伺いしました。

<当日のトークサマリー>

- キーワードは「人」 価値の中心にあるものが変わってきている？
- PDCAの「C」と「A」まで行きつかない？ブランド価値の設計の次にある実行フェーズでの失敗談
- メルマガやSNS、使い分けは？強いCRMをつくるために何が重要？

TALK SESSION 3 「顧客インサイトを理解し、選ばれるブランドになるには？」

＊再配信(10/20 (木) 12時～13時)決定！



8 / 10

11:00 - 12:00
SESSION 3

顧客インサイトを理解し
選ばれるブランドになるには？


ライオン株式会社
ビジネス開発センター
エクスペリエンスデザイン 部長
大村和顕


グロースX 取締役COO
インサイトフォース 取締役
山口義宏


株式会社クラシコム
代表取締役
青木耕平


株式会社クラシコム 取締役
事業開発部 部長
ブランドソリューショングループ
マネージャー
高山達哉
(モデレーター)

登壇者:

ライオン株式会社ビジネス開発センター エクスペリエンスデザイン 部長 大村和顕

グロースX 取締役COO/インサイトフォース 取締役 山口 義宏

株式会社クラシコム 代表取締役 青木耕平

株式会社クラシコム 取締役 事業開発部 部長 高山達哉 (モデレーター)

顧客とつながるブランドになるために捉え続けられないといけないのが、顧客インサイト。一方で、そのインサイトをどのように見つけたらいいのかが分からないという悩みを持つ方も多いのではないのでしょうか。そこでこのセッションでは、立場の違う三者の視点から、どのようなアプローチでインサイトを把握していくべきかについて議論しました。

<当日のトークサマリー>

- 「ニーズの多様化」は結果であり、本当に起きている変化がそう見せている？
- ライオン「Lidea」に見る、顧客の心を理解するためにとるべきアプローチとは？
- 1対1のコミュニケーションで心を動かせないものは、多くの人にも響かない
- ブランドコミュニケーションにインサイトをどう落とし込むべきか？

TALK SESSION 4 「ブランドはエンゲージメントをどう深めていくか？」

8/10

15:00-16:00
SESSION 4

—
セッション4
ブランドはエンゲージメントを
どう深めていくか？


牛乳石鹼共進社株式会社
コーポレート・コミュニケーション室 室長
宮崎清伍


株式会社ヤッホーブルーイング
よなよな未来課
稲垣聡


株式会社クラシコム 取締役
事業開発部 部長
ブランドソリューショングループ
マネージャー
高山達哉
(モデレーター)

登壇者:

牛乳石鹼共進社株式会社 コーポレート・コミュニケーション室 室長 宮崎清伍
株式会社ヤッホーブルーイング よなよな未来課 稲垣聡様
株式会社クラシコム 高山達哉 (モデレーター)

ファンマーケティングやコミュニティ活用など顧客とのつながりが見直される中で、顧客とのエンゲージメントを獲得している企業が行なっている仕掛けとは何か？各社の今までの取り組みや現在の試行錯誤についてお話を伺っていただきました。

<当日のトークサマリー>

- ブランドが顧客エンゲージメントを重要視する理由
- ヤッホーブルーイング「よなよなエール」5つのベネフィットとは？
- 生活者とのエンゲージメントを高めるための取り組み
- 牛乳石鹼「赤箱」のリブランディングコミュニケーション
- 顧客とのエンゲージメントを生み出すために必要なこと
- エンゲージメントを担保しながら事業成長していくには

■マーケティング支援サービス「BRAND SOLUTION（ブランドソリューション）」とは

企業の持つ商品ブランドの価値と「北欧、暮らしの道具店」の世界観や編集ノウハウを掛け合わせ、「読んで面白い」記事、「見ていて心地よい」動画、ポッドキャストコラボ、商品の同梱など様々な取り組みを通じて、企業のマーケティング支援を行うサービスです。

メニュー：記事・動画・ポッドキャストの制作や配信、冊子制作や配布、イベント開催、コラボ商品開発、リサーチ、販売代行、同梱サンプリングなど

提供開始：2015年7月

詳細URL：<https://kurashi.com/brandsolution>

サービスに関するお問い合わせ先：<https://kurashi.com/brandsolution/contact>

紹介動画：https://www.youtube.com/watch?v=BFle3c_KFPg&t=224s



- 1：生活者視点によるブランド価値の発見・課題設定
- 2：課題解決につながるソリューションのプランニング
- 3：ブランドへのエンゲージメントを最大化するクリエイティブ編集力・制作力
- 4：多様なエンゲージメントチャンネルを通じてお客様へのコンテンツをデリバリー
- 5：お客様からの反響やフィードバックを分析・仮説化

*「北欧、暮らしの道具店」の公式SNSアカウント(YouTube・Instagram・LINE・Facebook・Twitter・Spotify)、アプリ、WEBサイト、メルマガ、ポッドキャスト

■ライフカルチャープラットフォーム「北欧、暮らしの道具店」とは

[HP]<https://hokuohkurashi.com/>

[事業紹介動画]https://youtu.be/BFle3c_KFPg

「フィットする暮らし、つくろう。」をミッションに、北欧を中心とした様々な国の雑貨を販売しながら、Web記事、音声メディア、ドキュメンタリーやドラマなどを独自の世界観（ライフカルチャー）で発信するライフカルチャープラットフォームです。オリジナルドラマはこれまでに4シリーズ制作しており、2021年6月には『青葉家のテーブル』の映画版を劇場公開いたしました。2021年度「ポーター賞」受賞。2022年8月5日に東京証券取引所グロース市場へ新規上場（証券コード：7110）。

社名：株式会社クラシコム

英文表記：Kurashicom Inc.

設立：2006年9月

資本金：4億3,284万円

本社：東京都国立市東一丁目16番地17

代表者：代表取締役 青木耕平

従業員数：82名（正社員/契約社員 79名 2022年7月末現在）

事業内容：ライフカルチャープラットフォーム事業（D2C、マーケティングソリューション、メディア運営等）

URL：<https://kurashi.com/>

代表取締役 青木耕平 プロフィール



1972年、埼玉県生まれ。2006年、実妹である佐藤友子と株式会社クラシコム共同創業。2007年より北欧ヴィンテージ雑貨のECサイト「北欧、暮らしの道具店」を開業。現在ではライフカルチャープラットフォームとして、「フィットする暮らし、つくろう。」をコンセプトに、国内外の商品のセレクト商品を扱いながらオリジナル商品を開発・販売するとともに、コラム・ポッドキャスト・動画などのコンテンツ制作・配信や、劇場映像製作、100社を超える企業のマーケティング支援を行うなど、ライフカルチャーにまつわる事業を展開中。

本件に関するお問い合わせ先

株式会社クラシコム広報担当：馬居（うまい）

Email：press@kurashicom.jp /TEL：050-1749-6113