

100社超企業支援クラシコム主催 “BRAND SOLUTION LIVE 2023”開催
カルビー、キリン、スマイルズ、ハルメク、ユナイテッドアローズなど登壇
～「北欧、暮らしの道具店」と考える、ブランドの“ニッチ”に対するアプローチ～

配信日時：2023年1/25（水）13:00～17:00 【オンライン】

[イベント詳細：<https://kurashi.com/brandsolution/live>]



■ KURASHICOM

BRAND SOLUTION LIVE 2023

—

いまブランドは
ニッチとどう向き合うべきか？

1/25 (wed)
13:00 - 17:00
ONLINE
参加無料

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、代表取締役社長：青木耕平、以下「当社」）は、「いまブランドはニッチとどう向き合うべきか？」をテーマにしたウェビナーカンファレンス「BRAND SOLUTION LIVE 2023（ブランドソリューションライブ <https://kurashi.com/brandsolution/live>）」を2023年1月25日（水）13:00-17:00に開催いたします。

■BRAND SOLUTION（ブランドソリューション）とは

2007年に開店した当社運営の「北欧、暮らしの道具店」では、雑貨や衣類などをEC販売に加え、読み物や動画などのコンテンツも配信することで、独自の世界観（ライフカルチャー）を醸成するライフカルチャープラットフォームとして成長しています。そして、この世界観の醸成やコンテンツ制作のノウハウを生かし、2015年より企業の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）」を提供しています。

「BRAND SOLUTION」は、導入企業数は大手ナショナル企業を中心に100社超。当初は商品とのコラボ記事の配信のみを行っていましたが、現在はブランド作りのためのターゲット選定・メッセージ策定から、プロモーション手法やチャンネルの選定、ターゲットと親和性の高いコンテンツ制作・配信までを包括的に行うことでクライアント企業との中長期での信頼関係を築いており、約6割が2回以上発注する高いリピート率が特徴です。(*1)

※1 参考プレスリリース 2022/3/8発表 [花王、味の素AGFなど大手100社導入のマーケティング支援が好調。6割がリピート発注し、年間160%成長・売上7倍へ。] URL:<https://kurashi.com/news/12093>

■イベント開催の経緯

BRAND SOLUTIONでは、マーケティング支援を通して得られた知見を、企業のマーケティング担当者と共に共有し、新たな気づきを得るために、これまでにインタビュー記事の発信やサロンなどを開催してまいりました。そして、2022年8月には「BRAND SOLUTION LIVE (ブランドソリューションライブ)」と題したトークイベントを開催し、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」評価となりました。(*2) 今回はその第2弾となり、初のリアルタイム配信で開催します。

今回のテーマは「いまブランドはニッチとどう向き合うべきか」。コンテンツの多様化やSNS・リコメンド機能の発達により、自分の好みや望みを意識化できるようになり、これまで「ニッチ」と呼ばれていた生活者セグメントの勢いが増してきています。そして、これまで通り広く浅くプロモーションするだけでは価値が伝わりにくくなっている時代のなかで、ブランドはこのニッチなセグメントに対して深くアプローチし始めています。

そこで今回のイベントでは、いまブランドはニッチに対してどのようなアプローチをとっていくべきなのか、計11名の登壇者の考えや実践をもとに、皆様と一緒に考える機会にしたいと思います。

※2 参考プレスリリース 2022/10/5発表 [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。] URL:<https://kurashi.com/news/12995>

■イベント概要

2023年1月25日(水)、クラシコム代表取締役の青木耕平、BRAND SOLUTIONを統括する高山達哉など、登壇者11名による各50分のキーノート、トークセッション合計4本を、リアルタイム配信いたします。

イベント名:「BRAND SOLUTION LIVE 2023」

テーマ:いまブランドはニッチとどう向き合うべきか

開催日:2023年1月25日(水) 13:00-17:00

会場:オンライン配信

参加料:無料

イベント詳細・申し込み URL:<https://kurashi.com/brandsolution/live>

■イベントタイムテーブル

13:05-13:50

KEYNOTE

「ニッチ」と「マス」2つの視点から考える、これからのブランドビジネスのあり方とは

KEYNOTE

1/25 (wed) 13:05 – 13:50

「ニッチ」と「マス」2つの視点から考える、
これからのブランドビジネスのあり方とは



株式会社ユナイテッドアローズ
執行役員 CDO
マーケティング本部 本部長
藤原義昭



株式会社クラシコム
代表取締役社長
青木 耕平

登壇者：

株式会社ユナイテッドアローズ 執行役員 CDO マーケティング本部 本部長 藤原 義昭
株式会社クラシコム 代表取締役社長 青木 耕平

SNS等の発展により自らの「好み」を自覚化する生活者が増えている時代のなかで、ニッチは無視できない市場になってきています。ブランドの持続的な成長のために、このような変化をどう捉えるべきか。ブランドビジネスを経営サイドで実行してきた二人のスペシャルセッションをお届けします。

14:00-14:50

TALK SESSION1

ニッチの先に見据える大きなチャンス。「カルビー」が挑戦する新たな商品開発のかたち

SESSION 1

1/25 (wed) 14:00 – 14:50

ニッチの先に見据える大きなチャンス。
「カルビー」が挑戦する新たな商品開発のかたち



カルビー株式会社
新規事業本部新規事業部部长 兼
Calbee Future Labo 部長
大塚 竜太



カルビー株式会社
新規事業本部
Calbee Future Labo チームリーダー
樋口 謹行



モデレーター
株式会社クラシコム
プランナー
中村 静久朗

登壇者：

カルビー株式会社 新規事業本部新規事業部部長 兼 Calbee Future Labo 部長 大塚 竜太
カルビー株式会社 新規事業本部 Calbee Future Labo チームリーダー 樋口 謹行

モデレーター：

株式会社クラシコム 事業開発部 プランナー 中村 静久朗

幅広い生活者を対象としたマスブランドでは、多様化した生活者ニーズを捉えることが難しくなっています。一方、多様化したことで生まれた未充足のニーズはチャンスでもあります。大企業は多様化するニーズにどう応えていくのか？「圧倒的顧客志向」で商品開発をしているCalbee Future Laboの取り組みから、そのヒントを探ります。

15:00-15:50

TALK SESSION2

「ハルメク」「北欧、暮らしの道具店」に聞く、徹底的な顧客起点から事業を伸ばすマーケティングとは



SESSION 2 1/25 (wed) 15:00 – 15:50

「ハルメク」「北欧、暮らしの道具店」に聞く、
徹底的な顧客起点から事業を伸ばすマーケティングとは

 <p>株式会社ハルメクホールディングス 取締役 株式会社ハルメク 雑誌「ハルメク」編集長 山岡 朝子</p>	 <p>株式会社クラシコム 取締役 佐藤 友子</p>	 <p>モデレーター 株式会社Moonshot 代表取締役 CEO 菅原 健一</p>
---	---	--

登壇者：

株式会社ハルメクホールディングス 取締役 株式会社ハルメク 雑誌「ハルメク」編集長
山岡 朝子

株式会社クラシコム 取締役 ECメディア部部长 佐藤 友子

モデレーター：

株式会社Moonshot 代表取締役 CEO 菅原 健一

不特定多数ではなく、特定の顧客に深く響くマーケティングから事業を伸ばしていくには、どのような考えや設計が重要になるのか。単一商品カテゴリにとどまらず多様なサービスを展開する、雑誌販売部数No1(※1)雑誌「ハルメク」とエンゲージメントアカウント数(※2)が560万を超える「北欧、暮らしの道具店」のキーパーソンに、その秘訣を迫ります。

(※1)日本ABC協会発行社レポート(2022年1月~6月)より

(※2)SNSフォロワー数やアプリのDL数等の合計値(2022年7月末時点)

16:00-16:50

TALK SESSION3

ブランドは「n=1」とどう向き合い、価値につなげるか？「キリン」「スマイルズ」の実践から紐解く



SESSION 3 1/25 (wed) 16:00 – 16:50

—
ブランドは「n=1」とどう向き合い、価値につなげるか？
「キリン」「スマイルズ」の実践から紐解く


株式会社スマイルズ
取締役 CCO 兼
Smiles:PROJECT & COMPANY主宰
野崎 互


キリンホールディングス株式会社
コーポレートコミュニケーション部
平山 高敏


モデレーター
株式会社クラシコム
取締役
高山 達哉

登壇者：

株式会社スマイルズ 取締役 CCO 兼 Smiles:PROJECT & COMPANY主宰 野崎 互
キリンホールディングス株式会社 コーポレートコミュニケーション部 平山 高敏

モデレーター：

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

コモディティ化した市場のなかで、ブランドが生活者から選ばれるためにどのようなアプローチをとるべきか。多くの企業担当者がこの課題に悩んでいます。そこで本セッションでは、n=1のアプローチからブランドの価値づくりを実行しているお二人の話を通してそのヒントを探ります。

■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

■事業：ライフカルチャープラットフォーム「北欧、暮らしの道店」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