

Eat Well, Live Well.



KURASHICOM

2024年6月6日

PRESS RELEASE

味の素株式会社
株式会社クラシコム

味の素(株)とクラシコム、 協働マーケティング「暮らしの素プロジェクト」を始動



味の素株式会社（社長：藤江 太郎 本社：東京都中央区、以下味の素(株)）と、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」において、雑貨や衣類などの開発・販売、メディア運営などを行う株式会社クラシコム（社長：青木 耕平、本社：東京都国立市、以下クラシコム）は、この度、ひとびとの暮らしを見つめ、そこから新しい商品を考える「暮らしの素プロジェクト」（以下本プロジェクト）を開始します。本プロジェクトでは、クラシコムの持つ「北欧、暮らしの道具店」で培ったD2C（Direct-to-Customer）ビジネスのノウハウと、味の素(株)の持つブランド力・商品開発力を生かし、協働することにより、ターゲットとの強い繋がりのある商品の企画開発を目指します。

本プロジェクトでは、味の素(株)の商品開発リソースを活用しつつ、クラシコムのプロセスに沿って商品の企画開発を行います。2024年6月から両社が協働でマーケティングを行い、開発された商品はクラシコムの「北欧、暮らしの道具店」等で販売予定です。

Eat Well, Live Well.



KURASHICOM

「北欧、暮らしの道具店」では、D2Cビジネスで蓄積したノウハウを活用し、2014年から「BRAND SOLUTION (ブランドソリューション)」として、200以上のブランドの企業マーケティング支援を行っています。その中で、味の素(株)とも2018年から様々な商品のプロモーションの取組みを行っていましたが、今回は協業の範囲を拡大し、マーケティングプロジェクトとして、ターゲティング・商品の企画開発からその検証までさらに幅広い取組みを行います。

本プロジェクト始動にあたり、味の素(株)は社内公募でメンバーを募集する他、食品表示等のレギュレーションに関する監修も行います。クラシコムからはデザイナーや商品の企画開発担当がメンバーとして参加し、顧客に寄り添う企画開発や新商品パッケージデザイン等のクリエイティブディレクションを主導する予定です。

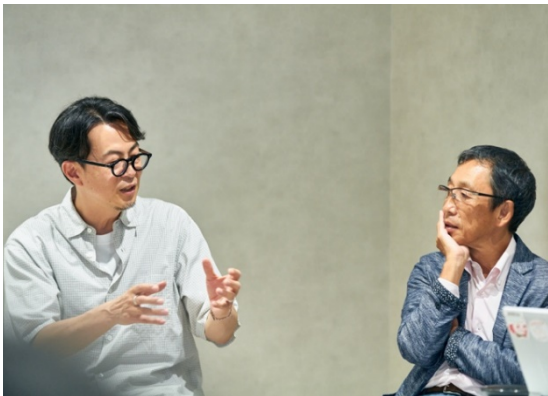
本プロジェクトは、顧客(生活者)と直接繋がり、商品の企画開発や販売を行うD2C戦略を推進する味の素(株)の「Pond構想」の一環として始まりました。本プロジェクトにより、味の素(株)は新たな視点での商品の企画開発ノウハウを蓄積することを目指します。またクラシコムはこれまでの広告事業で蓄積したノウハウをもとにクライアント企業への支援領域の拡張を目指します。

■プロジェクト説明会 in 味の素(株)



2024年5月29日、プロジェクトの開始に先立ち、味の素(株)本社にて社員を対象にプロジェクトメンバーを募集するためそれぞれの会社が思いを語りながら今回のコンセプトを説明するセッションが行われ、オンラインを含めて約100名が出席しました。

プロジェクト概要の説明の後、味の素(株)執行役常務 岡本 達也とクラシコム代表取締役社長 青木 耕平のトークセッションが開催され、岡本が顧客との距離を縮めるマーケティングを模索する中で、「北欧、暮らしの道具店」のYouTubeに出会い「これだ!」と思ったエピソードや、クラシコムのスタッフ自身が「心のもやもや」と向き合うことから始める独自の商品開発手順など、協働プロジェクトに至った経緯や展望が語られました。



●コメント

クラシコム 代表取締役社長 青木 耕平：「2014年から様々な企業様とご一緒する中で、すでにつくられた商品についてのプロモーションだけではなく、もっと前の、何をすべきか、どんな商品を作るべきか？という点から一緒に考えてほしいという要望は頂いていました。ただ、やみくもに始めることはできず、信頼できる企業様と実験的に取組むことができればと考えている中で、様々なお取組みをご一緒している味の素様と今回のお話を進めることができ、とても嬉しく思っています。」

味の素(株) 執行役常務 岡本 達也：「弊社はおお客様との距離を本当に縮めたいと思っています。オウンドメディアでは10年かけてすごく縮まった部分もたくさんあります。ただ、私たちはマニユファクチャーであり、商品を開発するという意味ではなかなか難儀している点がある。その点で、クラシコム様のものづくりは素晴らしい、ご一緒することで、私たちもさらにお客様との絆をつくり、新たな価値を提供できるのではと期待しています。」



左から 味の素(株) 執行役常務 岡本 達也・クラシコム 代表取締役社長 青木 耕平・同社執行役員 高山 達也・味の素(株) 松本 大樹

Eat Well, Live Well.



KURASHICOM

■クラシコムについて

「フィットする暮らし、つくろう。」をミッションに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」を運営しています。北欧を中心とした様々な国の雑貨やアパレルを販売しながら、Web記事、音声・動画メディア等のコンテンツを独自の世界観で発信するとともに、2014年からは「BRAND SOLUTION（ブランドソリューション）」として、200ブランド超の企業マーケティング支援を行っています。2022年に東京証券取引所グロース市場へ上場。

北欧、暮らしの道具店：<https://hokuohkurashi.com/>

BRAND SOLUTION：<https://kurashi.com/brandsolution>

企業サイト：<https://kurashi.com/>

■味の素グループについて

味の素グループは、“Eat Well, Live Well.”をコーポレートスローガンに、アミノサイエンス[®]で、人・社会・地球のWell-beingに貢献し、さらなる成長を実現してまいります。味の素グループの2023年度の売上高は1兆4,392億円。世界34の国・地域に拠点を置き、商品を販売している国・地域は130以上にのぼります(2024年現在)。詳しくは、www.ajinomoto.co.jpをご覧ください。

本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先：

クラシコムに関するお問い合わせ先：<https://kurashi.com/contact>

味の素(株)に関するお問い合わせ先：[Pr_media](#)