報道関係各位
プレスリリース

2026 年 8 月 20 日
株式会社クラシコム

クラシコムが提供するブランディング支援「BRAND SOLUTION」「BRAND INTEGRATION」に名称変更

～課題の解決ではなく、ブランドに生まれる“ずれ”を統合し続けるために～



「北欧、暮らしの道具店」を運営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」）による企業ブランディング支援「BRAND SOLUTION（ブランドソリューション）」は、2026 年 8 月 20 日（木）よりサービス名称を「BRAND INTEGRATION（ブランドインテグレーション）」に変更いたします。

当社は、自らのブランドづくりとクライアント企業への支援を通じて、ブランドづくりに必要なのはその都度の課題解決（SOLUTION）だけではなく、ブランドが提供する価値と、生活者をはじめとするステークホルダーの認識との“ずれ”を捉え、一貫性のある状態へと統合し続けること（INTEGRATION）だと再定義しました。この考えを表す名称として、サービス名称を「BRAND INTEGRATION」へ変更いたします。

「BRAND INTEGRATION」10年間のあゆみ

当社は、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」で培ったノウハウをベースに、2015年7月にクライアント企業のサービスを記事で紹介する「BRAND NOTE（ブランドノート）」を開始いたしました。

その後、支援メニューを拡充し、「BRAND SOLUTION（ブランドソリューション）」へと名称を変更。記事や動画の制作をはじめ、幅広いコンテンツを通じて支援を行ってまいりました。

一方で、支援の領域は次第に「北欧、暮らしの道具店」での展開を超え、イベントやポッドキャスト番組のプロデュース（*1）などへと広がるとともに、販売の場を問わず活用できるブランドの指針づくりなど、よりブランドの根幹に関わるものへと発展してきました。

また、当社が実践してきたブランドづくりの考え方や組織運営に関心を寄せていただく機会も増え、商品開発の共創やブランド読本の制作(*2)、セミナーやワークショップの開催(*3)など、手がける領域を年々広げています。

こうした支援を通じて、サービス開始から10年で支援ブランド数は200を超え、取組企業の約半数が再び依頼するなど、中長期での支援も増えています。(*4)

※1：支援実例
・［ロート製薬］メンソレータム®イベントプロデュース
・［ナチュラルサイエンス］ポッドキャスト番組『親になっても、わたしは続く。』

※2：支援実例
・［積水ハウス］ 社員向け企業社史を再編集
・［味の素㈱］ 協働マーケティング「暮らしの素プロジェクト」を実施

※3：セミナー実例
・クラシコムの実態から紐解く、一貫性あるブランドのつくり方
・「属人性」を活かし「再現性」を生む SNS 戦略

※4：2025年7月末時点



参考：2025年7月開催 10周年記念イベントレポート

「BRAND INTEGRATION」に込めた思い

「SOLUTION（ソリューション）」は「課題を解決する」という一区切りのある営みを指す言葉ですが、市場も組織も顧客も、絶えず動き続けているのが実情です。

ブランドが届けたい価値と生活者が受け取る印象との間には、常に“ずれ”が生まれます。10年間の取り組みを通じて、その“ずれ”を捉え、解消し、統合された状態を保ち続けることこそが私たちの役割であると再認識し、今回「BRAND INTEGRATION（ブランドインテグレーション）」への名称変更を行うことにしました。

ブランドが届けたい価値と生活者の認識の“ずれ”を統合する「認識の統合」。そして、“らしさ”をぶらさないための、組織の意思決定と表現・体験をつなぐ「組織の統一性」。この2つの統合は、当社も一貫して実践してきた姿勢そのものです。

「BRAND INTEGRATION」2つのドメイン



現在、BRAND INTEGRATIONは、大きく2つの領域（ドメイン）から成り立っています。

プラットフォームドメイン



「北欧、暮らしの道具店」とのタイアップコンテンツ（動画や記事等）を、企画・制作・配信まで行う支援プログラムです。「フィットする暮らし、つくろう。」を軸に、暮らしに寄り添う多彩な商品とコンテンツを統一された世界観のもと、生活者視点でブランド価値を伝えることで、理解と共感が生まれるコミュニケーションをつくります。

ブティックエージェンシードメイン



自社プラットフォームを越えて、生活者の実感を起点にブランドの提供価値と伝わり方を整える支援領域です。協働商品開発やブランド読本の制作、イベントやポッドキャストのプロデュースなどを通して、価値定義から体験設計、そして顧客とのコミュニケーションまでを横断して伴走します。近年では、YouTube や Instagram などで活躍する、弊社と親和性の高い個人（パーソナルメディア）とのネットワークも PR 支援に活用しています。

担当者コメント

株式会社クラシコム　事業開発部 部長、執行役員　高山達哉

今回の名称変更は、サービス領域の広がりを背景に、私たちが提供してきた価値を改めて見つめ直したことがきっかけです。

クラシコムのミッションは「フィットする暮らし、つくろう。」です。暮らしがその人にフィットしている状態を、私たちは合理性・倫理性・審美性という三つの軸の統合度を高めていけると感じられる状態だと捉えてきました。改めて自分たちの取り組みを振り返ると、「北欧、暮らしの道具店」の運営においても、お客さまや社員をはじめとするあらゆるステークホルダーとのあいだで、この三つの軸のバランスが崩れる「ズレ」を検知し、対話や取り組みを重ねながら解消し続けています。

クライアント企業の皆さまに提供してきた価値もまた、同じでした。個別の課題を解決（Solution）するというより、認識や判断といった領域で生じるズレを見つけ、三つの軸を統合（Integration）し続けること。ズレは、お客さまも企業も環境も動き続ける以上、起こり続けます。だからこそ、一度きりの解決ではなく統合し続けることこそが、一貫した価値を持つブランドにつながっていくと考えています。その考えをより適切に表現するため、「ブランドソリューション」から「ブランドインテグレーション」へと名称を変更しました。

今後は、この思想をさらに体系化し、実践を通じてクライアント企業のブランドづくりに貢献していきたいと考えています。

▼サービス名変更の背景については、高山の note もあわせてご覧ください。

ブランドソリューションは、ブランドインテグレーションへ。12 年目のサービス名変更に至るまでに考えたこと

名称変更の概要

旧名称	BRAND SOLUTION（ブランドソリューション）
新名称	BRAND INTEGRATION（ブランドインテグレーション）
変更日	2026 年 8 月 20 日

変更点	名称のみ（事業内容・体制・提供メニューに変更はありません）
サービスサイト	https://brandsolution.kurashi.com
お問い合わせ	https://brandsolution.kurashi.com/contact

「北欧、暮らしの道具店」とは

「北欧、暮らしの道具店」は「フィットする暮らし、つくろう。」をテーマに雑貨・アパレル等を販売しながら、暮らしに纏わる様々なコンテンツをお届けするライフカルチャープラットフォームです。
2007 年にヴィンテージの北欧食器専門 EC サイトとして始まり、現在は日本を含む世界中の商品を取り扱いながら、オリジナル商品を企画・販売しています。レシピ・コラム・インタビュー記事、ポッドキャスト、ドキュメンタリー動画、そして 2021 年に映画化された『青葉家のテーブル』をはじめとするオリジナルドラマなど、様々なコンテンツを 1000 万超のエンゲージメントアカウント（SNS・アプリ）を通して発信することで、顧客との強い結びつきを作り出しています。
公式サイト：https://hokuohkurashi.com

■会社概要

社名：株式会社クラシコム
英文表記：Kurashicom Inc.
本社：東京都国立市中 1-1-52 nonowa 国立 SOUTH 3F
設立：2006 年 9 月
代表者：代表取締役社長　青木耕平
従業員数：96 名（パート・アルバイト 2 名含む 2025 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（EC 運営、メディア運営コンテンツ開発、広告企画販売、雑貨・アパレル企画販売）
URL：https://kurashi.com
2022 年 8 月 5 日に東京証券取引所グロース市場への新規上場（証券コード：7110）