

影響力ある「普通の女性・OL」に着目 ヒット商品生むマーケティング

株式会社 Hime&Company 代表取締役社長 平舘 美木

女性の感覚でトレンドマーケティングを行う、株式会社 Hime&Company。ホームページにSNS(ソーシャル・ネットワーク)にSNS(ソーシャル・ネットワーク)を取り入れ、飛躍的に会員数を伸ばしている。また、平舘社長のユニークなビジネス手法も話題を呼んでいる。

「女の子にパワーを与えたい」

インターネットの普及により、数多く開設されている女性コミュニティサイト。膨大な会員数やアクセス数を誇示するものの、アクセスする人にとつての楽



しさやメリットが薄いように感じていました。また「実際に動くマーケティング組織なのか?」そんな疑問も抱いていました。

「玉の輿以外のサクセスストーリーを生み出して、普通の女の子に夢とパワーを与えたい」というビジョンで平成14年に設立したのが有限会社ヒメクラブ(当時)。資本金500万円、**「OLが集うコミュニティ」としてマーケティング組織を立ち上げたのです。**

”ヒメ”のクチコミが武器

創業当時の会員は、雑誌の読者モデル5人でした。彼女たちのクチコミにより組織は拡大。現在の会員は4200人を超えています。会員は、流行をリードし、周囲に影響力を持つオピニオンリーダー、“ヒメ(姫)”。クライアント企業から

商品やイメージなどに関する調査の依頼を受け、“ヒメ”の率直な意見や感想をクライアントにフィードバック。商品開発・販売促進のヒントにでもらうというのが主な仕組みです。

例えば、広告タイアップ記事のモデルやプレス限定の発表会への招待、発売前の商品チェック——。私はヒメクラブの“王子様”として、“ヒメ”に喜んでもらえるような筋書きを考えます。高感度な“ヒメ”たちは、一般ではできない体験を楽しみ、喜んでサンプリングやモニターング、クチコミ波及、イベント参加、企画の提案などのマーケティング活動に参加してくれるのです。

顔の見えるマーケティング

重要な役割を果たしているのが、Webサイト「ヒメクラブドットコム」。サイトでは、ファッションやビューティー、グルメなど、“ヒメ”たちのクチコミを収

Webサイト「ヒメクラブドットコム」



集し、国内外のトレンド情報を発信しています。さらに17年には、会員制体験型マーケティングスペース「サロン・ド・ヒメクラブ」を東京・青山にオープンさせました。

近年、既存メディアの情報よりITを通じたクチコミ情報に重きを置く消費者が急増しています。ヒメクラブが行っているのは、まさに「顔の見えるマーケティング」。だからこそ、信頼性の高い情報が発信できるので、このマーケティング方法を「バーチャル」なSNSやモバイルと、「リアル」なサロンの融合により展開しています。



“ヒメ”たちが集う「サロン・ド・ヒメクラブ」(東京・青山)

会社を立ち上げる前、私は普通のOLでした。強い気持ちと努力で夢をかなえることができましたが、誰にでもある得意ジャンルを生かせば、きっと成功できると思います。私が成功することで、多くの女性に起業を身近に感じてもらい、勇気を与えることができるかもしれません。嬉しいです。

「姫様商売」 —身近なセレブでブームをつくる!

平舘 美木 著

ヒット商品を生み出すクチコミパワーを持った“ヒメ”。彼女らによる究極のマーケティング方法を紹介した1冊。(日本経済新聞社発行/税込1470円)



●株式会社 Hime&Company (ヒメアンドカンパニー)
平成14年1月創業。女性をターゲットとし、トレンドマーケティング業全般を手掛ける。また、コンサルティングや販売促進、広告・PR業務、Webサイトや会員制体験型マーケティングスペースを運営している。
「ヒメクラブドットコム」/ <http://www.himeclub.com>