

報道関係各位

2025 年 12 月 25 日

アライドアーキテクツ株式会社

## キューサイ・ニチレイフーズ・イングリウッド・再春館製薬所登壇

### 特別カンファレンスをアライドアーキテクツが開催

「顧客の声」起点のマーケティング戦略をテーマに、  
業界を越えた学びの場を提供【GROWTH 最前線 特別カンファレンス 2025】

データとクリエイティブの力でマーケティングコミュニケーションを設計し、企業のマーケティング AX を支援するアライドアーキテクツ株式会社（本社：東京都渋谷区、取締役社長：村岡弥真人、証券コード：6081、以下「当社」）は、12 月 11 日（木）にキューサイ株式会社・株式会社ニチレイフーズ・株式会社イングリウッド・株式会社再春館製薬所・Facebook Japan 合同会社・株式会社シンクロの皆さまをお迎えし、「顧客の声」を起点としたマーケティング戦略をテーマとした特別カンファレンス【GROWTH 最前線 特別カンファレンス 2025 in TOKYO】を開催いたしました。

#### EVENT REPORT



## キューサイ・ニチレイフーズ・イングリウッド・再春館製薬所登壇

### 特別カンファレンスを アライドアーキテクツが開催

#### ■「GROWTH 最前線」とは

「GROWTH 最前線」は、グロースフェーズのブランドの経営者・マーケティング担当者様をお招きし、戦略課題やマーケティング課題について実体験をお話いただくイベント企画です。今回は特別カンファレンスとして、AI 技術の急速な普及、競争激化、広告コスト高騰といった困難な環境の中でも、「顧客の声」に真摯に耳を傾け確実に成長を続けている企業の皆様に、具体的な取り組みについてお話いただきました。

## ■セッションダイジェスト

本カンファレンスでは、キューサイ株式会社、株式会社ニチレイフーズ(きくばりごぜん)、株式会社イングリウッド(三ツ星ファーム)、株式会社再春館製薬所(ドモホルンリンクル)の4社をゲストに迎え、全4セッションにわたり「顧客の声(VOC:※1)」を起点としたマーケティング戦略の実践事例を共有いただきました。

### <Keynote Session | キューサイ株式会社登壇>

ゲストにキューサイ株式会社 上席執行役員副社長 営業戦略本部長 山田淳史氏、執行役員 営業戦略本部 副本部長 兼 CX Commerce Design 部長 小森谷裕之氏、モデレーターに株式会社シンクロ代表取締役 CEO 西井敏恭氏を迎え、同社が現在進めているマーケティング変革プロジェクトについて語られました。

従来の手法や成功体験依存から脱却し、データドリブンな意思決定を実現するため、当社の VOC 分析プラットフォーム「Kaname.ax」を基盤としたマーケティングシステムを共同開発いたしました。顧客の声を多角的にスコアリングし、マーケティング戦略から商品開発、事業戦略まで活用可能な示唆を導き出す仕組みです。

創業 60 周年を迎えるキューサイ株式会社が、この大規模プロジェクトを通じて描くゴールについて語られ、業種・業界を超えて多くの参加者の関心を集める、注目のキーノートセッションとなりました。







<Presentation | アライドアーキテツ株式会社>

当社取締役社長 村岡弥真人より、KEYNOTE セッションで紹介されたキューサイ株式会社との共同開発プロジェクトを踏まえ、「顧客の声を『要』にマーケティング AX 新時代へ」と題し、当社が提供する VOC 活用ソリューションの全体像について紹介いたしました。

累計 4,165 万件の VOC 分析実績を活かし、実行だけでなく戦略から施策を設計することで生活者に届くブランド価値を発掘する当社の提供価値や、VOC 分析プラットフォーム「Kaname.ax」が顧客インサイトの発見から戦略策定、施策実行まで一気通貫で支援する仕組みについてお話しいたしました。



## <Session 1 | 株式会社ニチレイフーズ登壇>

株式会社ニチレイフーズ 広域事業部 eコマース部マネージャー/GL 補佐 須田直也氏、Facebook Japan 合同会社 Agency Partner 中本祐貴氏より、冷凍宅配弁当「きくばりごはん」の成長を支えた「収益構造の改革」「訴求改革」「施策実行」の3つの改革についてお話しいただきました。

当初は感想レベルでしか顧客の声を把握できていなかった状態から、顧客調査、UGC(※3)活用、座談会と段階的に顧客理解の手法を進化させ、副菜や野菜量への言及、家族からの反応など、新たな訴求ポイントを発見した経緯が共有されました。試行錯誤を重ねながら、うまく行ったこと・行かなかったことを見極め、収益性と顧客満足度の両立を実現するEC成長モデルの構築に取り組む姿勢についてお話されました。







## <Session 2 | 株式会社イングリウッド登壇>

株式会社イングリウッド リテールコンシューマ事業部 ミツ星ファーム ブランドマネージャー 本間悠也氏より、累計会員数 30 万人を突破した冷凍宅配弁当「ミツ星ファーム」が、競合ひしめく宅食市場を勝ち抜くために実践してきた顧客の声活用の取り組みについてお話しいただきました。

CEPs リスニング(※2)を活用した本質的な提供価値の言語化、顧客による自社商品の想定外な利用のされ方の発見、継続意向の低い顧客の深掘り分析、市場理解と自社顧客理解のギャップ分析など、データドリブンな顧客理解の実践が紹介されました。競合が多い食品マーケットにおいて、「美味しさ」だけでなく、顧客一人ひとりのライフスタイルや課題に寄り添った価値提供を実現するための取り組みが共有されました。



### <Session 3 | 株式会社再春館製薬所登壇>

株式会社再春館製薬所 ドモホルンリンクル事業部 ファンマーケティング マネージャー 田中真希氏より、リピート率 94%を誇る「ドモホルンリンクル」のファンマーケティング実践についてお話しいただきました。

2023 年に挑戦としてスタートしたファンマーケティングが全社を巻き込む取り組みに成長し、2025 年度には事業の重点施策となった経緯や、ロコミに対する障壁を深掘りし、ファンコミュニティで心理的安全性を担保する取り組み、約 1,000 人が集う初のファンフェスタの開催などが紹介されました。「すべての基本は、お客様の『お声』」という同社が大切にしている思いを体現する、ファンを起点としたマーケティング戦略の実践事例が共有されました。





#### ■ 参加者の声

今回の特別カンファレンスでは、キューサイ様、ニチレイフーズ様、イングリウッド様、再春館製薬所様という、それぞれ異なる市場・カテゴリーで成長を続けている企業の皆様に、「顧客の声」を起点とした実践的な取り組みについて、赤裸々に語っていただきました。

参加者の皆様からは下記のようなお声を多数いただくことができました。

- ・すべてのコンテンツが具体的かつ示唆に富む内容だった
- ・実体験ベースで惜しまなく情報を開示していただき、非常に学びになる情報が多かった
- ・自社でできてないことと、やりたいことが明確になった
- ・今年参加したカンファレンスの中でダントツ1位の満足度でした
- ・各会社の熱量やそれぞれ取り組まれている課題に対しての考えをリアルに伺えてよかった

特に、食品・化粧品・健康食品など、D2C(Direct to Consumer: ※4)・EC 事業を展開する企業のマーケティング担当者からは、「新規獲得数の伸び悩み」「F2(※5)以降の転換率」「SNSの有効活用」「VOC収集はできているが活用まで落とし込めていない」といった共通課題に対する解決のヒントが得られたとの声を多数いただきました。



## ■【GROWTH 最前線 特別カンファレンス 2025 in TOKYO】を終えて

本カンファレンスでとくに印象的だったのは、登壇企業の皆様が「うまくいったこと」だけでなく、「うまくいかなかったこと」や「試行錯誤のプロセス」についても率直に語ってくださったことです。成功事例の共有だけでなく、現場で直面した課題や意思決定の背景まで深掘りされたセッション内容が、参加者の皆様の高い満足度に繋がりました。

また、カンファレンス終了後の懇親会では、業界を越えた活発な意見交換が行われ、「今後も情報交換を続けたい」といった声を多数いただきました。マーケティング施策の実行だけでなく、業界全体で学び合い、支え合うコミュニティの重要性を実感する機会となりました。

当社は今後も、顧客の声を起点としたマーケティング変革を推進し、業界全体の発展に貢献できるよう、今後も事業活動に邁進してまいります。

また、「GROWTH 最前線」シリーズをはじめとする業界横断的な学びの場の提供と、マーケティング AX を実現するソリューション開発の両輪で、企業の持続的成長を支援してまいります。

### <Kaname.ax について>

顧客の声を要(かなめ)に、マーケティング AX を起動する。

「Kaname.ax」は、蓄積された顧客の声(VOC)データからコミュニケーションの「起点となるインサイト」を発見し、企業のマーケティングコミュニケーション設計を支援するデータプラットフォームです。あらゆる“声”をデータ資産化し、AI による高頻度なインサイト把握と成果学習で精度を高め、経営の意志決定から現場での実行まで、市場変化に強い戦略・施策に繋がります。

サービス詳細ページ：<https://service.aainc.co.jp/kaname-ax>



## <アライドアーキテツ株式会社 会社概要>

- ・代表者：代表取締役会長 田中 裕志  
取締役社長 村岡 弥真人
- ・所在地：東京都渋谷区恵比寿一丁目 19-15 ウノサワ東急ビル 4 階
- ・URL：<https://www.aainc.co.jp>
- ・設立：2005 年 8 月 30 日
- ・事業内容：マーケティング AX 支援事業

## <アライドアーキテツ株式会社とは>

アライドアーキテツ株式会社は、データとクリエイティブの力でマーケティングコミュニケーションを設計することで事業成果の向上に貢献するマーケティング AX(※6) 支援企業です。2005 年の創業以来培った 6,000 社以上のマーケティング支援実績と UGC を始めとする顧客の声データ資産を活かし、独自開発の SaaS・SNS・AI 技術とデジタル・AI 人材(※7)を組み合わせた統合ソリューションで、企業のマーケティング AX 実現を加速しています。

※1 Voice of Customer 顧客の声のこと。

※2 「Kaname.ax」に取り込んだ SNS の UGC や EC のレビューなどから特許出願中の独自 AI 技術を活用して顧客の声を分析し、商品・ブランドを購入・利用する際のきっかけ (CEPs: カテゴリーエントリーポイント)を導き出すサービスです。

※3 User Generated Content ユーザー生成コンテンツのこと。

※4 メーカーやブランドが、卸売業者や小売店、EC プラットフォームを介さずに、自社で運営する EC サイトなどから消費者に直接商品を販売する形態のこと。

※5 初めて商品を購入した顧客が、2 回目の商品・サービスを購入すること。

※6 マーケティング領域における AI トランスフォーメーションのこと。AI 技術やデジタル・AI 人材(※7)によって業務プロセスや手法を変革し、データと AI の活用によって人と企業の新しい関係性を創出すること、と当社では定義しています。

※7 主に AI 技術、SaaS、SNS などのデジタルマーケティングに関連する技術・手法に精通し、それらを活かした施策やサービスを実行できる人材 (AI マーケティング戦略立案者、生成 AI プロンプトエンジニア、SNS 広告運用者、SNS アカウント運用者、エンジニア、Web デザイナー、クリエイティブ・ディレクター等)を指します。

\* 本プレスリリースに記載している会社名および商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

### 【リリースに関するお問い合わせ先】

アライドアーキテツ株式会社 経営企画室 広報担当

TEL: 03-6408-2791 MAIL: [press@aainc.co.jp](mailto:press@aainc.co.jp)