



若者にどう売る 学生が提案

みよし カリモク家具と連携 発表

若年層に向けたマーケティング施策を提案する学生ら『みよし市福谷町の東海学園大三好キャンパスで』

東海学園大学経営学部
の学生が21日、みよし市福谷町の同大学大三好キャンパスで、老舗家具メーカー「カリモク家具」（東浦町）が展開するブランド「カリモク60（カリモクロクマル）」のマーケティング施策を提案した。

カリモク60は、同社が自社ブランドの製造販売を始めた1960年代ごろのデザインを受け継ぎ、シンプルで飽きの来ない「ロングライフデザイン」が人気を博すブランド。一方、若年層の認知度などに課題があると、同大学との連携が

実現。学生らは5月から若年層に向けた販売戦略を考えてきた。

この日は、成田互准教授のゼミに所属する3年生13人が、4グループに分かれて発表した。同ブランドの家具を使用したカフェの開店や、家具を貸し出す長期サブスクリプションの展開、インフルエンサーを起用した交流サイト（SNS）広告など、学内で実施したアンケートなどを基に案を出した。

同社の山田郁二さん（65）は「『レトロ』という言葉に私たちは古いイメージがあるが、学生には新鮮さを感じるなど、捉え方の違いがおもしろく、ためになった」と評価。同大の明比岳さんは「地元の会社で自分魅力を知っていたが、どう人に伝えるかが難しかった」と振り返った。

（堀百花）