



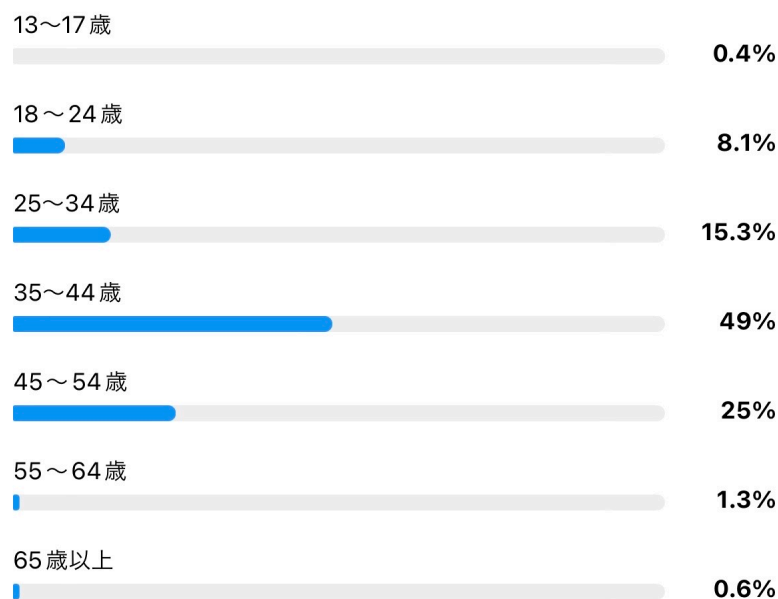
カルチャー視点で商品を独自化する

MIMIC マーケティング支援のご案内

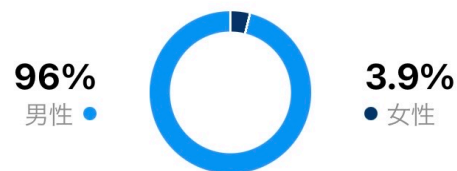
MIMIC とは？



読者の年齢層



読者の男女比



《 あんときのストリート 》を発掘せよ！

《 あんときのストリート 》を発掘！ ウェブメディア ミミック

裏原宿 恵比寿系 ヒップホップ メロコア ミクスチャー スケートボード BMX グラフィティ

<https://mimimimimimimimimi.com>

元 Oliie 編集部のメンバーたちが《 あんときのストリート 》を振り返るウェブメディア。ストリートファッション黎明期である80年代後半から、絶頂を迎える2000年代初頭までを《 あんときのストリート 》と定義してゆる～く掘り起こしています

主なコンテンツ

- ・ 《 あんとき 》のブランドを掘り起こす
- ・ 《 あんとき 》目線で現在のニュースを深掘り
- ・ 《 あんとき 》のエピソードを本人に直撃
- ・ 《 あんとき 》の商品を掘り起こす
- ・ 《 あんとき 》の裏原宿連載を毎号振り返る / YouTube



2019.11.21 Thu

A BATHING APE | 日本をストリートファッションの中心地に変えた《 あんときのストリート 》代表ブランド、ア・ベイシング・エイプ立ち上げ前夜



2019.07.22 Mon

KAWS | ユニクロ以前のカウズは《 あんときのストリート 》のポップアイコンだった



2022.05.09 Mon

mita sneakers | 抽選・ドレスコード・ASK ... ミタスニーカーズが切り拓くスニーカー販売の新境地



2021.09.28 Tue

ゲストピッカー、トラヴィスくん参戦！《 あんときのストリート 》発掘ツアー vol.12 ラーメンは残さず食べましょう in 福岡 Part .2

メンバープロフィール



プラスチップ合同会社 代表取締役 遠山 展行

略歴 Ollie 編集長
WARP 編集長
現職

'90年代中期よりフリーランスのファッションライターを経て、ストリート誌「Ollie」、「Warp」とともに編集長として従事。2016年7月～2017年4月までレディースファッション誌「FUDGE」のエディトリアルディレクターを担当。2018年、編集・制作プロダクション会社「プラスチップ」を起業。アパレルを中心とした雑誌、カタログ、WEBコンテンツの制作を手掛けている。

制作実績
(一部)

CLUEL

Tabio



編集者・ライター 高柳 淳

略歴 Ollie 編集者
Transworld Skateboarding 編集者
All About 編集者
現職

Ollie 編集部や Transworld Skateboarding Japan 編集部でストリートカルチャーやスケートボードコンテンツの制作経験を、株式会社オールアバウトで団塊世代向けメディアの制作経験などを積んだ後、現職に。大手企業がメディア向けに発信する報道資料や商品・サービスの訴求を通じて課題解決に関するソリューションを提案するホワイトペーパー、地方自治体や公益財団法人のオンドメディアの制作などを手がける

制作実績
(一部)



《 あんときのストリート 》を発掘せよ！



株式会社ファナティック 代表取締役 野田 大介

略歴 Ollie 編集者
MAD FOOT! 生産管理
レディースアパレルの通販責任者
現職

編集・生産管理・通販責任者を経て、2016年に起業。大手アパレル通販のリニューアル支援や売上改善の傍ら、2017年にLINE公式アカウントの自動配信ツール「ワズアップ!」を提供開始。2020年には日本で6人だけのLINEの認定講師 LINE Frontlinerに任命（2022年現在9名）。2021年には動画接客ツール「ザッピング」の提供を開始。多くのアパレル企業のデジタルマーケティングのサポートを行なっている

支援実績
(一部)



株式会社ファナティック 瀬戸 航

略歴 Ollie 編集者
アパレルウェブ ディレクター
株式会社LIG Web事業部マネージャー
現職

雑誌編集、コンテンツディレクターを経て、2011年よりディレクターとしてウェブ制作に従事。支援実績はアパレル企業を中心に50社を超え、要件定義からデザイン、開発、また公開後の運用支援まで一気通貫の支援が可能。2019年より参画した現職では、自社で運営する LINE 自動配信ツール「ワズアップ!」、動画接客ツール「ザッピング」にて100社超える導入のプロジェクトを管理。その後のカスタマーサクセスも担当

支援実績
(一部)



MIMIC のマーケティング支援とは？

人を惹きつけるのは背景にあるカルチャーです。カルチャーを伝えることで、商品やブランドが独自化され価格競争もなくなります。しかしカルチャーを網羅して、分かりやすく、魅力的に伝えることができる人はごくわずか。ミミックのマーケティング支援プランは、カルチャー視点とマーケティング視点を組み合わせ、コンテンツ制作からデジタル施策まで一気通貫でサポートいたします。

ブランド



🕒 2020.01.21 Tue

GOODENOUGH | ビジネスセンスも類まれな存在だったグッドイナフ

アーティスト



🕒 2019.07.22 Mon

KAWS | ユニクロ以前のカウズは《あんときのストリート》のポップアイコンだった

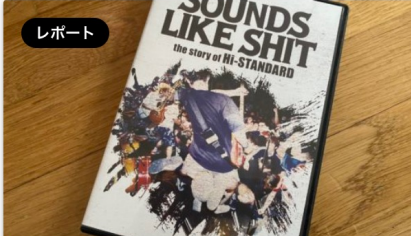
商品



🕒 2022.08.10 Wed

AIR FORCE 1 40周年記念！ NIKE と HECTIC による伝説のプロジェクト「1LOVE」を掘り起こせ！【NIKE編】

ミュージシャン



🕒 2020.12.18 Fri

Hi-STANDARD | ハイスタの **SOUNDS LIKE SHIT** から《あんとき》のバンドシーンを振り返ろう Part.1

映画



🕒 2022.10.26 Wed

映画『 **All the Streets Are Silent** 』公開記念！日本で唯一の **Supreme** ライダーだった土屋敬志と振り返る《あんとき》のNYスケートムーブメント

MIMIC マーケティング支援 3つの特徴

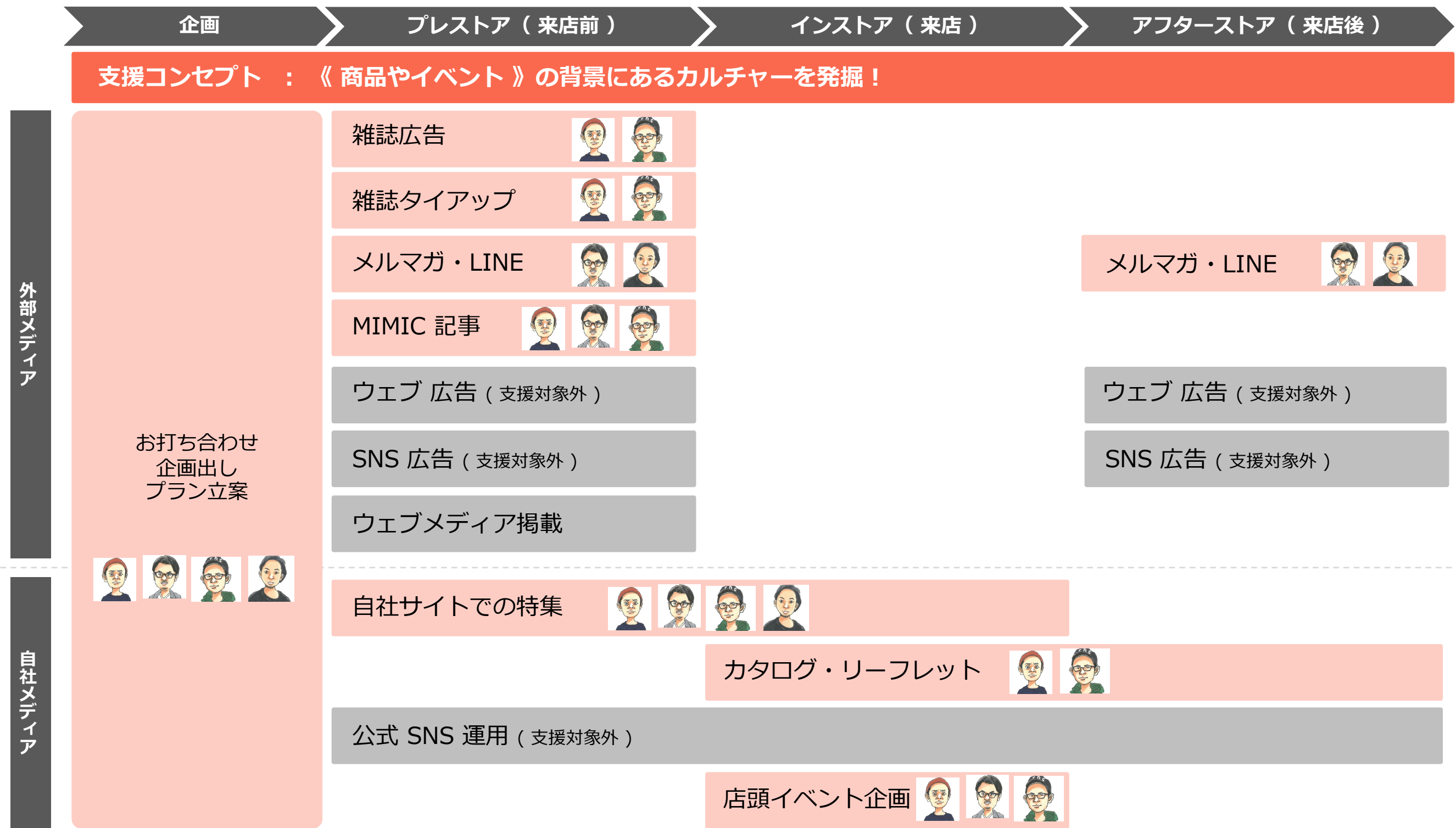
長年の雑誌経験で培ったストリートカルチャーへの知見 / コンテンツ作成能力

数多くのウェブサイト、通販サイト支援で培ったデジタルマーケティングの知見

過去の雑誌や記事といった、豊富なアーカイブデータ

MIMIC のマーケティング支援とは？

具体的には以下のように企画出しから追客まで、リアルとデジタル領域を網羅したフルファネルでのサポートが可能です。



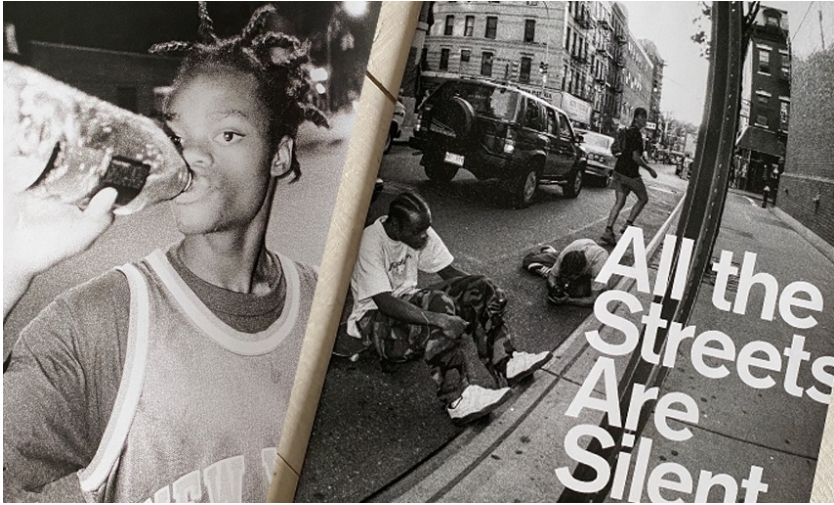
《あんときのストリート》を発掘せよ！

過去のプロモーション連動企画



街角の英雄たちが愛した 《あんとき》の adidas とハズしの美学

adidas CAMPUS SUPREME の発売に合わせて atmos と連携。90年代から2000年代初頭の adidas のシューズをカルチャー視点で深掘りする記事を2本。さらに当時を振り返るイベントを原宿と京都で開催することで、シューズが持つ背景を打ち出すことで、販売をサポート



映画『 All the Streets Are Silent 』公開記念！
日本唯一の Supreme ライダーだった土屋敬志と
振り返る《あんとき》のNYスケートムーブメント

映画『 All the Streets Are Silent 』公開に合わせて
日本で唯一の Supreme ライダーだった土屋敬志さんを
ゲストに《あんとき》のNYスケートを振り返っています



映画『KIDS』がNFTアートに！
その仕掛け人が語る《あんとき》前夜の
東京カルチャーと『KIDS』の魅力

バーニーズ ニューヨーク × KIDSのコラボTシャツ
発売に合わせてバーニーズの中野さんをゲストに迎えて、
映画KIDSや、当時の夜遊びについて振り返っています



抽選・ドレスコード・ASK ...
ミタスニーカーズが切り拓く
スニーカー販売の新境地

FORUM 84 LOW MITA “ASK” の発売を受けて記事を公開
ミタスニーカーズが生み出し、その手法がスニーカー界の
スタンダードとなっていた販売手法を振り返っています



《 あんときのストリート 》を発掘せよ！