

報道関係各位  
プレスリリース

2021年11月11日  
株式会社クラシコム

**「北欧、暮らしの道具店」ポッドキャスト、コロナ下の巣ごもり生活で再生回数4倍増  
2021年内に総再生回数1,000万回突破予定  
～社員同士の“ゆるい雑談”番組が顧客との強い関係性づくりに、2,000通以上のお便りが対話の鍵～**

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、メディア事業やドラマ・映画製作などの映像事業、雑貨や衣類などの開発・販売を展開する株式会社クラシコム（本社：東京都国立市、代表取締役：青木耕平、以下「当社」）は、2018年5月から配信を開始した、社員が出演するポッドキャスト番組「チャポンと行こう！」の月間再生回数がコロナ前後で比較すると約4倍伸長し、年内には1,000万回を突破する見込みであることをお知らせいたします。

北欧、暮らしの道具店ポッドキャスト

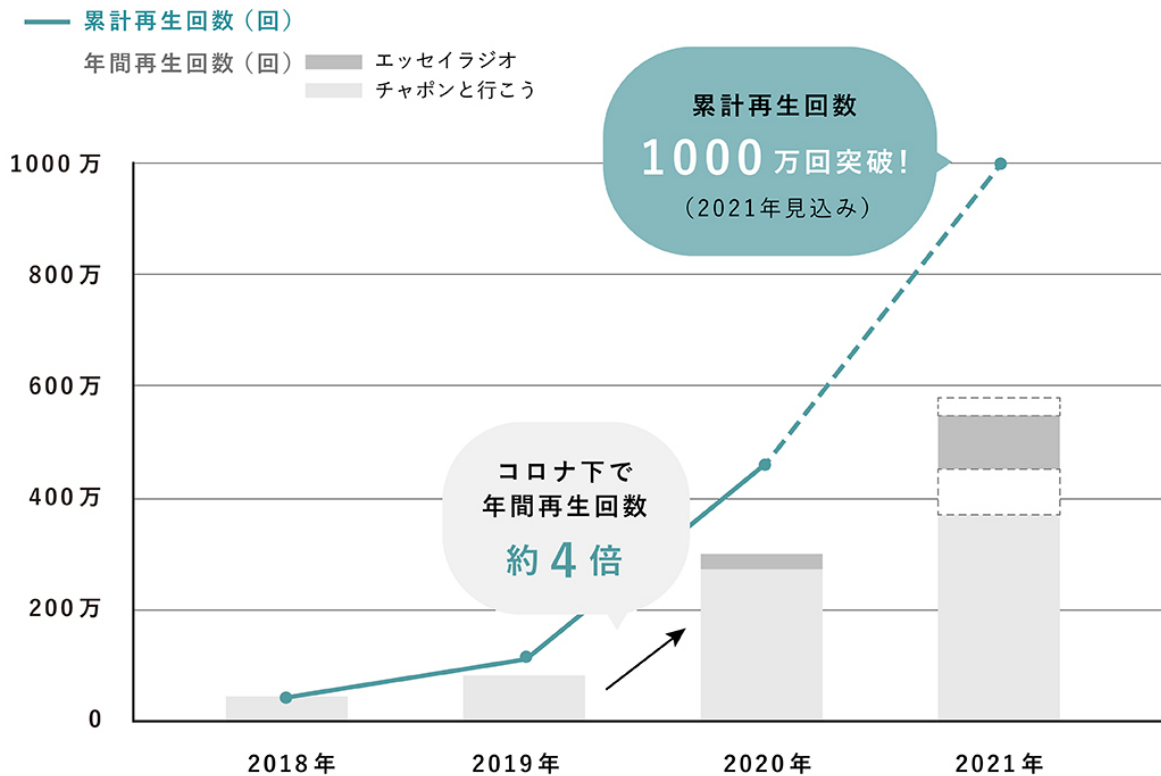


当社は、2007年に北欧ヴィンテージ雑貨をEC販売するために開店した「北欧、暮らしの道具店」において、当時から変わらない「フィットする暮らし、つくろう」をテーマに、現在はライフカルチャープラットフォームとして世界中のアイテムのセレクト販売や自社ブランドを展開する他、レシピやインテリア紹介などをするメディア運営、ドキュメンタリーやドラマの映像制作、映画の製作など、さまざまなサービスを展開しています。

「北欧、暮らしの道具店」のポッドキャスト（当社では、インターネットラジオと呼称）は2018年5月から「Spotify」などで配信を開始しました。現在は、当社取締役・店長の佐藤と、“よしべ”こと当社スタッフの青木が、「人生に目標って必要？」「服を買う時試着をする？」など様々なテーマで女子ト

ークをする「チャポンと行こう!」と、「北欧、暮らしの道具店」で掲載した人気エッセイをスタッフが読む「エッセイラジオ」の2番組を、毎週日曜20時に公式アプリ・Spotify・Apple Podcastなど8つのプラットフォームで交互に配信しています。

配信を開始した2018年の年間再生回数は20万回で、コロナ前の2019年は年間90万回でした。コロナ下の2020年では前年比360%伸長の340万回、2021年現在は前年比170%伸長の580万回となり(2019年からは630%増)、年内には累計再生回数1,000万回を達成する見込みです。



年間再生回数と累計再生回数の推移

ポッドキャストが急成長した要因は、コロナ下で家事時間が増える中で、作業をしながら聴くことができる音声コンテンツが「北欧、暮らしの道具店」の主な顧客である30~50代の女性に好評だったことや、巣ごもり生活で友人と気軽に会えなかったり、人と会話をする機会が減ったりして、孤独を感じていた人にとって、日曜日の夜に繰り広げられる何気ない女子トークが癒しとなったことが考えられます。

さらに、出演者とスタッフ共にそれぞれの自宅にいたままリモート収録ができる仕組みを整え、コロナ下でも継続的に配信し続けられたことも急成長につながったと考えられます。現在は、感染対策を行った上でリアル収録を再開しています。



▲収録の様子

「北欧、暮らしの道具店」では、コラム記事やYouTube 動画などのコンテンツを発信していますが、中でもポッドキャストは「チャポラー」と呼ばれるリスナーからこれまで2,000 通以上のお便りが届くなど反響が大きく、顧客とのつながりを強化する重要なコンテンツとなっています。

この、顧客との強いつながりを生かし、当社が企業向けにマーケティングソリューションを提供するBRANDNOTE PROGRAM（ブランドノートプログラム）にて、ポッドキャスト番組の企業タイアップを行っています。

これまで「チャボンと行こう！」では、ORBIS U（オルビス株式会社）、明治 ザ・チョコレート（株式会社 明治）とのタイアップ実績があります。



写真左：ORBIS U タイアップ「心と体とお肌の「メンテナンス」 どうしていますか？」

(<https://hokuohkurashi.com/note/191644>)

写真右：明治 ザ・チョコレート タイアップ「これがあるから頑張れる。500 円以下で叶う、ささやかな楽しみって？」

(<https://hokuohkurashi.com/note/232519>)

当社では、再生回数や顧客からの反応などから、ポッドキャストのさらなる成長を確信し、引き続き企業タイアップや他事業のPRにつなげると共に、今後も新たなビジネス展開を行なっていきます。

## ■チャボンと行こう！パーソナリティ コメント



株式会社クラシコム取締役 「北欧、暮らしの道具店」 店長

佐藤 友子（さとう ともこ）

2006 年、実兄である青木と株式会社クラシコム共同創業。2007 年に開業した EC メディア「北欧、暮らしの道具店」の店長として、商品・コンテンツの統括を行っている。

### ●コメント

ももとはラジオ（ポッドキャスト）がやりたい！というよりも、楽しかった週末が終わりに近づく日曜日の夜、「明日から平日が始まるなあ」という気重さが少しでも軽くなるようなコンテンツをつくってみたいなと思っていました。そして、たまたまラジオという形で実現して、たくさんのチャポラー（リスナー）の方に聞いていただけるようになりました。

『チャボンと行こう！』をはじめてよかったことはたくさんあるけれど、真っ先に思い浮かぶのは〈お客さまを今まで以上に身近に感じられるようになった〉ことです。これは“声”のコンテンツの性質なのか、チャポラーさんからも私たち二人や他のリスナーと一緒に喋りしている気持ちになると言ってもらえることが多いです。ここで感じる〈お客さまと喋りしている気持ち〉が北欧、暮らしの道具店をつくっていくうえで今、とてもとても役立っています。ラジオをやりたい！と思って始めたわけではないけれど、結果、本当にやってよかった！！と思います。



### 「北欧、暮らしの道具店」編集スタッフ

青木（あおき）愛称：よしべ

2009年に「北欧、暮らしの道具店」の実店舗・国立店の店長として入社。2014年に国立店が閉店してからは、「北欧、暮らしの道具店」編集スタッフに。夫はクラシコム代表・青木。佐藤とは義姉妹の関係。

#### ●コメント

ラジオを始めた頃は、私たちが一方的な発信していましたが、お便りをいただくようになると、どんな方が聞いてくれているのかをイメージできるようになりました。夢や暮らし、好きなことや葛藤についてなどなど、みなさんから心の中を分けてもらううちに、自分自身について考える機会も増えました。頭の中だけにあった言葉を声にして話すうちに、ラジオを通してたくさんの人と会話していると感じるようになってきました。家と会社、登場人物は家族と同僚達。それが私の日常で、それ以外の人とおしゃべりすることはそんなにありません。ですので、ラジオは私にとって外の世界と繋がる「どこでもドア」のようなイメージです。そんな扉を手に入れることが人生で初めてなので大事にしたいですし、扉を開けて繋がった世界とも仲良くできたらいいなと思っています。

#### ■ポッドキャスト番組 概要

番組名：チャポンと行こう！

URL：<https://hokuohkurashi.com/note/category/tokushuu/tokushuu-active/sundayradio>

配信開始日：2018年5月（隔週日曜日 20時配信）

総再生回数：798万回

配信番組数：95本

株式会社クラシコム取締役で「北欧、暮らしの道具店」店長の佐藤と、スタッフのよしべこと青木がお届けする、隔週日曜配信のインターネットラジオ。コンセプトは“女湯トーク”。「人生に目標って必要？」「40代になった今、夢はある？」など熱いものから、「とにかくカゴが好き」「買ってよかったもののランキング」など、ゆるいものまでテーマはさまざま。



番組名：エッセイラジオ

URL：[https://hokuohkurashi.com/note/category/tokushuu/tokushuu-active/essay\\_radio](https://hokuohkurashi.com/note/category/tokushuu/tokushuu-active/essay_radio)

配信開始日：2020年7月（隔週日曜日 20時配信）

総再生回数：141万回

配信番組数：34本

隔週日曜の20時。誰もがほっと一息つきたい時間に「おつかれさま」の気持ちを含めてエッセイを朗読するラジオ番組。家族や同僚を思いやり労いの声をかける側の人に向け、「おつかれさま」を声にのせてお届け中。



※ 再生回数は、配信プラットフォーム（公式スマホアプリ、Apple Podcast、Spotify、Google ポッドキャスト、YouTube、SoundCloud）の総数。Amazon Music は集計システムがないため含まず。

※ 再生回数、番組本数は2021年11月5日までの集計

#### ■BRANDNOTE PROGRAM とは

企業の持つ商品ブランドの価値と「北欧、暮らしの道具店」の世界観や編集ノウハウを掛け合わせ、

「読んで面白い」記事、「見ていて心地よい」動画、ポッドキャストタイアップ、商品の同梱など様々な取り組みを通じて、企業のマーケティング支援を行うサービスです。

●実績

ナショナルクライアントを中心にこれまで150以上のブランドとの取引実績があります。



**BRAND NOTE (記事)**  
ex.花王様「アタックZERO」



**BRAND NOTE プレミアム (記事+販売)**  
ex.キリンビバレッジ様「moogy」



**BRAND MOVIE (動画)**  
ex.カゴメ様「基本のトマトソース」



**BRAND COLLABO**  
ex.サントリー食品インターナショナル様「ボス カフェベース」



**ラジオタイアップ**  
ex.オルビス様「ORBIS U」



**ドラマタイアップ**  
ex.森永製菓様「小麦胚芽のクラッカー」

サービス紹介動画：[https://youtu.be/BFle3c\\_KFPg?t=224](https://youtu.be/BFle3c_KFPg?t=224)

サービス詳細：<https://kurashicom.jp/brandnoteprogram/>

お問い合わせ先：<https://kurashicom.jp/brandnoteprogram/contact/>

■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」とは

<https://hokuohkurashi.com/>

「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、北欧を中心とした様々な国の雑貨を販売しながら、Web記事、音声メディア、ドキュメンタリーやドラマなどを独自の世界観（ライフカルチャー）で発信するライフカルチャープラットフォームです。

2021年は、オリジナルドラマ『青葉家のテーブル』の映画版を6月に劇場公開し大きな反響をうけると共に、様々なエンゲージメントチャンネルを持つプラットフォームとしての広いリーチ力と、世界観でつながるビジネスの独自性が評価され、2021年度「ポーター賞」を受賞しました。

[事業紹介動

画][https://youtu.be/BFle3c\\_KFPg](https://youtu.be/BFle3c_KFPg)



サイトアクセス  
**200万** MAU



Instagram  
**120万** フォロワー



YouTubeチャンネル  
**46万** 登録者数



動画平均再生 (82本分)  
**43万** 再生回数



LINE  
**64万** フォロワー



オリジナルラジオ番組  
**50万** 再生 (月間)



Google Play ベストオブ2020  
ユーザー投票部門  
**TOP10** 選出 (アプリカテゴリ)



オリジナルポトムス  
**2万本** 販売

▲エンゲージメントチャンネルの実績値



▲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」イメージ図  
独自の世界観（ライフ・カルチャー）があふれるサービスを体験できる  
リゾートパークのようなプラットフォーム

#### ■会社概要

社名：株式会社クラシコム

英文表記：Kurashicom Inc.

代表者：代表取締役 青木耕平

設立：2006年9月

本社：東京都国立市中二丁目18番地42

資本金：800万円

事業内容：EC事業、メディア事業、広告事業、雑貨企画販売事業

URL：<https://kurashicom.jp/>

代表取締役 青木耕平 プロフィール



1972年、埼玉県生まれ。2006年、実妹である佐藤友子と株式会社クラシコム共同創業。2007年より北欧ヴィンテージ雑貨のECサイト「北欧、暮らしの道具店」を開業。

現在では「フィットする暮らし、つくろう。」をコンセプトに、北欧に限らず様々な商品をセレクト販売するとともに、オリジナル商品の開発・販売を行う。また、WEBサイト上での日々の暮らしに関するコンテンツ配信や、2021年に劇場公開した『青葉家のテーブル』をはじめとした映像製作、企業とのタイアップ広告事業「BRAND NOTE PROGRAM」など、ライフカルチャーにまつわる事業を展開中。

#### 本件に関するお問い合わせ先

株式会社クラシコム広報担当：馬居（うまい）

Email：[press@kurashicom.jp](mailto:press@kurashicom.jp) /TEL：050-1749-6113