

報道関係各位
プレスリリース

2021年12月2日
株式会社クラシコム

**「北欧、暮らしの道具店」スマホアプリが1年半で150万DL突破
アプリ提供で年間売上1.7倍増の45.3億円、EC売上の6割がアプリ経由
～Youtube動画やウィジェット機能による継続利用の促進が成功要因～**

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）が提供する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」のスマホアプリ（iOS・Android）が、2020年4月のAndroid版をiOS版に続いて提供開始してから、1年半で150万ダウンロードを突破しました。また、スマホアプリの提供開始前後と比較すると、年間売上が約1.7倍増の45.3億円に伸び、現在は月間EC売上の56%がアプリ経由となった実績を合わせて発表いたします。



■アプリ提供の経緯

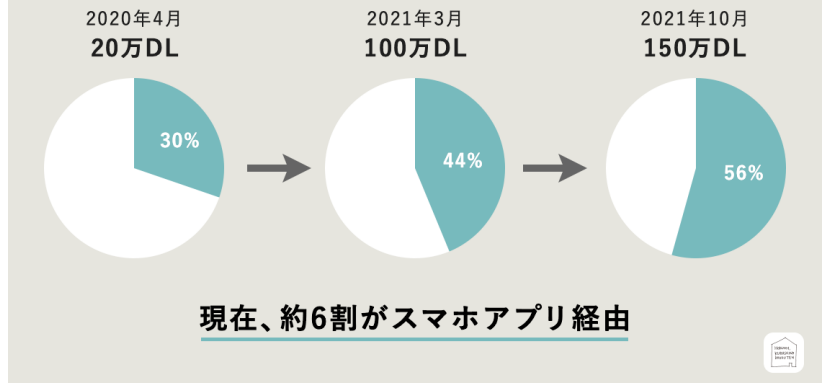
「北欧、暮らしの道具店」では、SNSからの誘導だけに依存しないリピートユーザーの獲得と、当社が提供する商品ページ・コラム・動画・ポッドキャストなど多様なコンテンツをシームレスに移動が可能な独自プラットフォームを構築するため、2019年11月にiOSアプリを提供開始。そして2020年4月にAndroidアプリを提供開始してから1年で100万DLを突破し、1年半となる2021年10月に150万DLダウンロードを突破しました。

■アプリによる売上への影響

スマホアプリは売上向上にもつながっており、アプリ提供前の2019年7月期の売上27.4億円に対し、アプリ提供後の2021年7月期には年間売上が約1.7倍増の45.3億円となりました。

スマホアプリ150万ダウンロードとなった2021年10月のEC購入比率は56%がスマホアプリ経由となり、ウェブサイト経由よりも高い割合となりました。アプリのダウンロード数は提供開始から右肩上がりで増加しており、さらなる利用者の拡大が見込めます。

EC売上のスマホアプリ経由率の推移



アプリの成功要因は、導線のシームレス設計、Youtube動画活用、ウィジェット活用の3点だと分析しています。まず商品購入ページから動画・音声コンテンツまで、多様なコンテンツをスワイプ一つで遷移できるシームレス設計を徹底しました。また、アプリの利用啓発のために紹介動画を作成しYoutube動画で配信しました。登場人物が暮らしの中の何気ない時間にアプリを利用し、見つけたレシピで料理を楽しむ様子など日常的な利用を想起させるストーリー展開が特徴です。さらに、アプリを開かなくてもホーム画面上で更新情報を受け取ることができる「ウィジェット」の活用などにより、ユーザー利便性とアプリの利用頻度が上がり、アプリ経由での売上が向上したと考えています。

■成功施策の詳細

1) 商品紹介から動画コンテンツまで多様なコンテンツをシームレスに遷移するアプリ設計で巡回促進、購買や顧客のファン化につなげる
 スマホアプリでは、商品が購入できる「商品」、コラムなどが読める「記事」、ドキュメンタリーやvlogなどの動画が観られる「ビデオ」、スタッフ同士の雑談やエッセイの音読が聞ける「ラジオ」のコンテンツを配信しています。

スワイプするとすぐに自分が見たいコンテンツに移動できたり、全コンテンツを一覧化してブックマークできたりする「お気に入り機能」など、シームレスな設計が好評で、ウェブページを利用していた既存顧客が徐々にスマホアプリへ移行しています。



▲スワイプするとすぐに別のコンテンツに遷移

2) YouTube動画で“暮らし”の中でのアプリ活用を提案し、アプリのダウンロードを促進

2020年4月にはYouTubeにて、スマホアプリの紹介動画を公開しました。「北欧、暮らしの道具店」の世界観や、アプリを日常的に使うイメージを持った上でダウンロードされるように、当店の公式YouTubeチャンネルでの人気動画シリーズ「わたしの好きな時間※」でアプリのある生活を描いた動画を制作し、既存ユーザーへアプリ移行を促進しました。さらに広告配信も行うことで新規ユーザーも獲得し、アプリのダウンロード数は2倍増の伸びとなりました



スマホアプリ紹介動画

『北欧、暮らしの道具店のアプリで過ごす、わたしの好きな「おうち時間」』

URL : <https://youtu.be/y1k5A1trs-4>

※「北欧、暮らしの道具店」の人気動画「わたしの好きな時間」シリーズ

料理レシピや掃除・整理整頓方法など暮らしに関連する小さな工夫を発信するvlog（動画ブログ）

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLEqLkMA6K-8dfom2G29shoVSV-GcZXzbu>

3) ウィジェットでアプリの起動や継続利用を促進

- ・ 2021年2月にウィジェット機能を搭載
- ・ 1日に3回程度の情報発信。
- ・ ウィジェットの機能や設定方法を解説動画で公開し、起動数が2倍に。
- ・ DAU（1日あたりのアクティブユーザー）の約10%がウィジェット経由でアプリを起動。
- ・ 1人当たり月に15回ウィジェット経由でアプリを起動。
- ・ 半数以上が6ヶ月後も継続してウィジェット経由でアプリを起動。



2021年2月からは、スマホアプリを開かなくてもホーム画面上で更新情報を受け取ることができる機能「ウィジェット」を追加しました。現在「北欧、暮らしの道具店」では、ウィジェットを通して1日に3回程度、写真を添えて新着商品や配信時間帯に合わせたコラムやレシピなどの情報を配信し、アプリの起動を促しています。

アプリの起動を促進するためには、スマートフォンのロック画面やホーム画面に、アプリから自動的に通知する「プッシュ通知」を利用することが一般的ですが、他のアプリの通知に埋れてしまうことや、テキストやサムネイル画像表示のみとなるため表現方法に制限があることが課題でした。一方、ウィジェットは、運営者は時間帯に合わせて最適なコンテンツと画像を配信することができ、ユーザーもプッシュ通知のような煩わしさを感じることなく、好きな時にタップしアプリを起動することができるという双方にとって利点の多い機能です。

ウィジェットで通知を行うには、ユーザー側で設定する必要があります。そのため、2021年3月に「わたしの好きなおうち時間」シリーズでウィジェットの機能や設定方法を解説する動画を公開し、具体的な追加方法をまとめて紹介しました。これにより、ウィジェットを通じたスマホアプリの起動数は約2倍に増加しました。

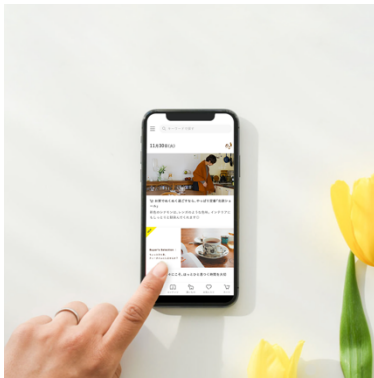


ウィジェット解説動画

URL : <https://youtu.be/nCRQV01IxxM>

機能搭載から1年未満で、ウィジェットからアプリを起動する人は、DAU（1日当たりのアクティブユーザー）の約10%を占めています。さらに平均して1人当たり月に15回、半数以上の人々が6ヶ月後も継続してウィジェットからアプリを起動しており、アプリの継続利用にもつながっていると考えられます。

【「北欧、暮らしの道具店」iOS/Androidアプリ概要】



価格：無料

提供開始：iOS 2019年11月

Android 2020年4月

ダウンロードURL：<https://app.adjust.com/qdp470w>

特徴：

アプリ上で商品の購入から、ウェブ記事や動画・音声コンテンツの視聴などをシームレスに利用することができます。スマホアプリでは、全コンテンツを一覧化してブックマークできる

「お気に入り機能」を搭載しています。気になる商品を登録した後からじっくり検討したり、動画コンテンツで作ってみたい

レシピを保存したりすることで、“暮らし”に関連する様々なコンテンツを楽しむことができます。

■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。



サイトアクセス
200万 MAU



LINE
64万 フォロワー



Instagram
120万 フォロワー



オリジナルラジオ番組
50万回 再生（月間）



YouTubeチャンネル
46万 登録者数



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）

▲エンゲージメントチャンネルの実績値

[事業紹介動画] https://youtu.be/BF1e3c_KFPg



▲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 / TEL：050-1749-6113