

報道関係各位
プレスリリース

2022年4月7日
株式会社クラシコム

性別ではなく好みの世界観でセグメント「北欧、暮らしの道具店」
新ブランド NORMALLY 展開拡大。初の男女共用の T シャツ新発売。
～第 1 弾アパレルのコートは即日完売、500 人が再入荷待ち～

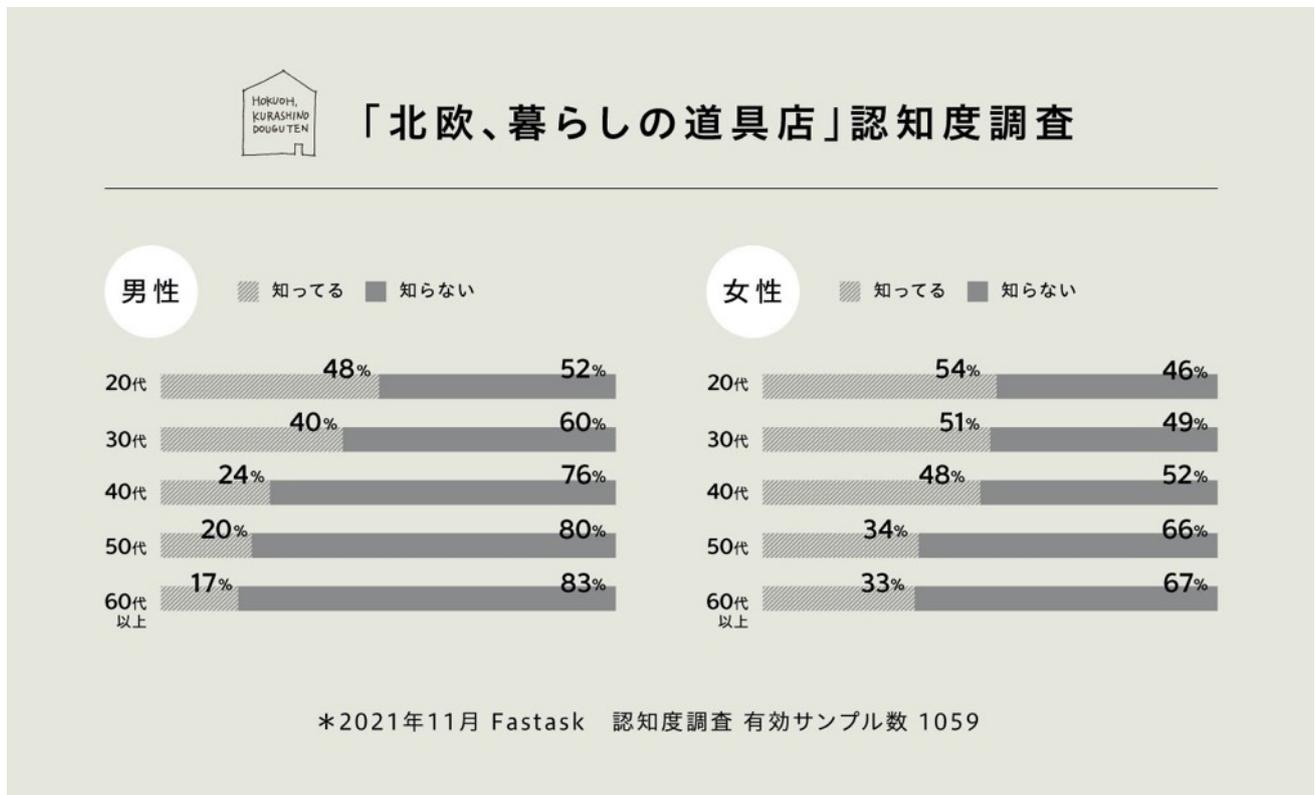


ライフカルチャープラットフォーム「北欧、暮らしの道具 (URL:<https://hokuohkurashi.com/>)」において、雑貨や衣類などの開発・販売、メディア運営などを行う株式会社クラシコム（本社：東京都国立市、代表取締役：青木耕平、以下「当社」）は、「いつものように誰もがかるやかに使えるもの」をテーマに男女共用のアイテムを展開するオリジナルブランド「NORMALLY」（ノーマリー）の「T シャツ」を4月7日（木）に新発売いたしました。合わせて、3月に当店初の男女共用のアパレル商品として発売したコートの販売好調な実績についても発表いたします。

■背景：世界観でセグメントされた顧客への発信。若年層は男女で認知の差が小さい傾向。

「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、雑貨・アパレル販売を行いながら、さまざまなコンテンツを発信することにより、独自の世界観を醸成しています。特に、近年は Web 記事や SNS だけでなく、累計再生回数 1000 万回を突破した"ポッドキャスト"や公式チャンネル登録者数 50 万人を超える"YouTube 動画"などコンテンツの幅が広がっており、30～50 代の女性が主な顧客層ではありますが、年齢や性別でターゲティングするのではなく、"同じ世界観を好む人々"＝"世界観でセグメントされた顧客"に向けた発信を意識して行っています。

そのひとつの成果として、2021年11月に調査した「北欧、暮らしの道具店」の認知度調査では、20代は男性48%・女性54%、30代は男性40%・女性51%と、他の年代に比べて若年層は男女で認知度の差が少ないという調査結果となりました。



このような中で、2021年1月には「いつものように誰もがかるやかに使えるもの」をテーマにした新ブランド Normally（ノーマリー）を発表し、男女兼用で使えるファッション小物を中心とした展開を開始いたしました。

2022年3月7日には、初のメンズサイズも展開したアパレルとしてコートが発売したところ、即日完売。現在500人以上が再入荷待ちとなっており、2022年5月以降に再販することが決定いたしました。



NORMALLY
22ss NYLON COAT



商品名：NORMALLY/ナイロンコート

価格：35,200円（税込）

商品 URL：https://hokuohkurashi.com/product_contents/10559

■新商品「Tシャツ」商品概要

そして今回は、さらに多くの方が手に取りやすい「Tシャツ」を男女共用の3サイズ・3カラー展開で発売いたしました。



品質へのこだわりから、コットンの中でも最上級とされるスピンコットンを使用し、全て国内工場生産されました。光沢感のある生地や、ドレスシャツのように細かな裾や袖のステッチによる品の良さを持ちながらも、ゆったりとした身幅にすることにより、“大人のビッグシルエット”を実現。カジュアルはもちろん、スラックスやジャケットに合わせればフォーマルなシーンでも活用できるカットソーとなっています。

■担当デザイナーコメント

株式会社クラシコム コーポレートクリエイティブ室 マネージャー 佐藤崇

仰々しく無い軽やかなデザインには、“気軽に使える”という魅力があります。それは必然性を持った計算と、割り切ったある種のラフさという相反する要素が合わさって初めて生み出されるのだと感じています。そんなデザインを持ち、様々な役割・キャラクター・好みの方が自然と手に取ってしまうようなブランドを目指したいという想いから、“いつものように…”というコンセプトが生まれました。そして、“普段は・いつもは”を意味する **NORMALLY** というブランド名を命名しました。

今春スタートしたアパレルは、自分達が着たいと思うベーシックなアイテムを、適正な素材、使い心地、シルエットにこだわって国内で作っています。素材や縫製にこだわることで上質さを生み、シルエットやパーツで適度なカジュアルさを出すことで“上品さの中にある軽やかさ”という相反する要素を意識しています。少しずつのペースですがアパレルの仲間も増やしていく予定なので楽しみにしてください。

■ブランド概要

ブランド名：NORMALLY（ノーマリー）

開始：2021年1月

URL：https://hokuohkurashi.com/product_themes/2076

ブランドページ：「北欧、暮らしの道具店」の新オリジナルブランド。誰もが素のままでもかろやかに使えるものを、最小限の機能と最小限のデザインで。これまでにファッション雑貨・アパレルを展開。

■新商品概要

商品名：Tシャツ

ブランド：NORMALLY

発売日：2022年4月7日（木）

商品 URL：https://hokuohkurashi.com/product_contents/10622

素材：コットン100%

生産国：日本

カラー：ホワイト、ブラック、グレー

サイズ：3サイズ展開

■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

[HP]<https://hokuohkurashi.com/>

[事業紹介動画]https://youtu.be/BFle3c_KFPg

「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受けると共に、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



公式アプリ
180万 DL



Instagram
120万 フォロワー



LINE
70万 フォロワー



Youtubeチャンネル
50万人登録



ポッドキャスト
50万 再生(月間)

※2022年3月現在

▲エンゲージメントチャンネルの数値



▲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：東京都国立市東一丁目16番地17

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://kurashi.com/>

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。現在ではライフカルチャープラットフォームとして、「フィットする暮らし、つくろう。」をコンセプトに、国内外の商品のセレクト商品を扱いながらオリジナル商品を開発・販売するとともに、コラム・ポッドキャスト・動画などのコンテンツ制作・配信や、劇場映像製作、100社を超える企業のマーケティング支援を行うなど、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