

報道関係各位  
プレスリリース

2022年4月25日  
株式会社クラシコム

『ひとりごととエプロン』（北欧、暮らしの道具店）×UCC「ドリップポッド」コラボドラマ  
 グーグル主催の広告賞「YouTube Works Awards」ファイナリスト選出！  
 ～ビジネス成果に貢献した YouTube 広告動画を表彰。販売台数 1.4 倍増 など効果を評価～

## YouTube Works Awards

YouTube Creator Collaboration部門 | ファイナリスト選出！



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」）が運営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（URL: <https://hokuohkurashi.com/>）」のオリジナルドラマ『ひとりごととエプロン』と UCC 上島珈琲株式会社（以下「UCC」）のコラボドラマがグーグル合同会社が主催する「YouTube Works Awards 2022」における YouTube Creator Collaboration 部門のファイナリストに選出されました。

### ■「YouTube Works Awards」とは

イギリスで始まり、アメリカなど世界各国で開催され、各国で広告界・YouTube を代表するクリエイターが審査を行う広告賞です。日本では 2021 年 5 月に初開催されました。今回は、第 2 回目の開催となります。ファイナリスト作品の中から、最終審査を経て、部門賞及びグランプリが決定されます。  
 URL : <https://www.youtube.com/intl/ja/ads/youtube-works/>

### ■ファイナリスト選出動画について

「北欧、暮らしの道具店」のオリジナルドラマ『ひとりごととエプロン』と、UCC が提供する「ドリップポッド」のコラボレーションで実現したスピンオフ作品です。

作品名：福引で出会ったコーヒーマシン | 『ひとりごととエプロン』×UCC「ドリップポッド」

URL : <https://youtu.be/AzXBzUMMIL0>

初回公開期間：2021年11月2日～2022年1月31日

再公開期間：2022年4月1日（金）～4月28日（木）

### 制作の背景・成果

目的：認知と購入意向者の拡大。販売数増。

施策：コラボドラマの制作・配信、ドラマ配信に合わせた商品の販売、視聴後のアンケート実施。

成果：販売台数昨年比 1.4 倍、閲覧者の 50% に購入意向が見られた。\*

コラボドラマ閲覧数 52 万回、オーガニック視聴完了率 43%（広告配信を含むと 20% 超）\*

\*全て初回公開時の数値



本動画は、2018年から続く「北欧、暮らしの道具店」とUCC「ドリップポッド」との取り組みのなかで生まれました。本取り組みの詳細につきましては、下記プレスリリースをご覧ください。

参考：「北欧、暮らしの道具店」、UCC 上島珈琲株式会社をマーケティング支援。視聴完了率 40% 超のコラボドラマ等で販売台数 1.4 倍増・認知度 3.7 倍増へ。

<https://kurashi.com/news/12203>

### ■ドリップポッドについて

ボタンひとつでプロのハンドドリップの美味しさを味わうことのできるカプセル式のコーヒーシステムです。

URL: <https://www.ucc.co.jp/drip-pod/>

### ■『ひとりごととエプロン』について

2019年から12話と企業コラボレーションで2話の-spinoff作品を公開し、YouTubeでの再生回数はシリーズ合計1000万回を突破。Instagramの「#ひとりごととエプロン」投稿は4000件超えるなど、SNSの料理・インテリアのやってみた投稿で拡散しファンを獲得しています。

URL: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLEqLkMA6K-8cdUROtn2RFoPI62FaWNuVo>

### ■サービス概要

マーケティング支援サービス「**BRAND SOLUTION (ブランドソリューション)**」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、コラボドラマの制作、ポッドキャストコラボ、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。これまでにナショナルクライアントを中心に100以上の企業との取り組みを行ってまいりました。

提供開始：2015年7月

メニュー：記事・動画・ポッドキャストの制作や配信、冊子制作や配布、イベント開催、コラボ商品開発、リサーチ、販売代行、同梱サンプリングなど

詳細 URL: <https://kurashi.com/brandsolution>

紹介動画: [https://www.youtube.com/watch?v=BFle3c\\_KFPg&t=224s](https://www.youtube.com/watch?v=BFle3c_KFPg&t=224s)

サービスに関するお問い合わせ先: <https://kurashi.com/brandsolution/contact>

### 5つの強み：

BRAND SOLUTIONの強みの源泉は、当社スタッフの約8割が元お客様であり、同じ文化圏の一員であることで解像度の高い顧客理解ができていているという点にあります。顧客と同じ目線で、顧客を主語にしたコミュニケーションプロセスのサイクルを回すことで、ブランド価値の向上につなげます。

- 1：生活者視点によるブランド価値の発見・課題設定
- 2：課題解決につながるソリューションのプランニング
- 3：ブランドへのエンゲージメントを最大化するクリエイティブ編集力・制作力
- 4：多様なエンゲージメントチャンネルを通じてお客様へのコンテンツをデリバリー
- 5：お客様からの反響やフィードバックを分析・仮説化

\*参考情報：2022年3月8日発表 プレスリリース

花王、味の素 AGF など大手100社導入のマーケティング支援が好調。6割がリピート発注し、年間160%成長・売上7倍へ。

URL: <https://kurashi.com/news/12093>

### ■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](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。



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