

報道関係各位  
プレスリリース

2022年10月17日  
株式会社クラシコム

「北欧、暮らしの道具店」に“下着カテゴリ”追加、オリジナル新商品を販売  
第一弾は、2年かけて独自開発した天然素材100%の長袖インナー  
～雑貨・インテリアからアパレル・化粧品・下着へ、顧客ニーズに応えD2Cカテゴリ拡充～



KURASHI & Trips® PUBLISHING

HOKUOH,  
KURASHINO  
DOUGUTEN

Silk  
Cotton  
Inner

new arrival

素肌がよろこぶ、  
自然なあたたかさ

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、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」において、下着カテゴリーを新規追加し、第1弾の新商品として、2年をかけて独自開発した長袖インナー「素肌がよろこぶシルク混のなめらかインナー」を、10月17日（月）より発売します。

販売ページURL：[https://hokuohkurashi.com/product\\_contents/10785](https://hokuohkurashi.com/product_contents/10785)

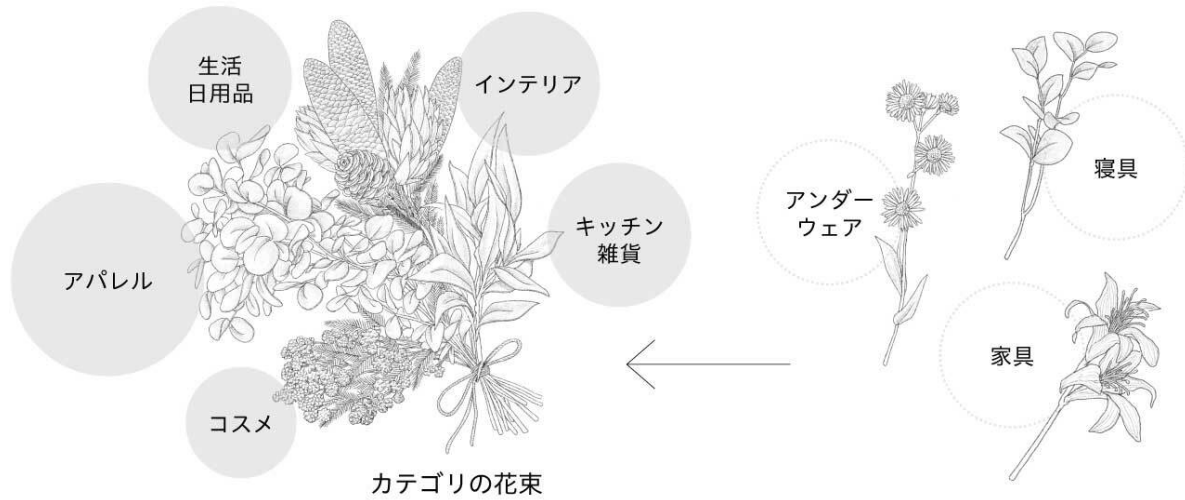
またその製作秘話を「北欧、暮らしの道具店」本サイトでの告知に加え、累計1000万回再生のポッドキャスト番組「チャポンと行こう！」にて配信いたします。

・ポッドキャスト番組「チャポンと行こう！」製作秘話の公開  
配信日：2022年10月17日（月）10時～ ※アーカイブ配信あり  
URL：<https://hokuohkurashi.com/note/276593>

## ニッチな層に向けた“カテゴリの花束戦略”、より顧客との距離が近づくカテゴリ増へ

「北欧、暮らしの道具店」は、さまざまなコンテンツにより独自の世界観を醸成し、その世界観に共感する顧客に向けてD2Cビジネスを展開しております。

当社D2Cでは、ターゲットはあくまで“「北欧、暮らしの道具店」の世界観を好きなユーザー”に限定した上で、当初の雑貨・インテリアというカテゴリに加えて、2017年からはオリジナルアパレル、2021年にはオリジナル化粧品を販売するなど「カテゴリの花束戦略」と称した成長戦略でビジネスの拡大を図ってまいりました。



2017年から取り扱いを始めたオリジナルアパレルは5年で8.5倍成長(\*1)となり、現在の商品販売の売上比率はアパレルカテゴリが50%超となっております。(2022年7月期)アパレルカテゴリの成功を元に、2020年4月からは化粧品カテゴリに進出。オリジナルのリップカラー・アイカラーを発売し、1ヶ月で5000個販売を達成(\*2)。その後も次々にオリジナル化粧品を発売し、2022年春に販売したネイルカラーは1.5万本が完売、10月3日(月)に発売したハンドクリームも順調に販売を伸ばすなど主要なカテゴリに成長しています。そして、今回の長袖インナーを皮切りに下着カテゴリへ進出し、今後も各季節ごとのインナーを販売するなど、同カテゴリ商品の充実を測ります。雑貨・インテリアから、アパレル・化粧品・下着へと、より顧客へと距離を近づける商品カテゴリを強化する取り組みとなります。



※1：参考プレスリリース 2022年5月30日公開 [「北欧、暮らしの道具店」、アパレル商品が年間180%成長、5年で売上8.5倍へ] URL：<https://kurashi.com/news/12375>

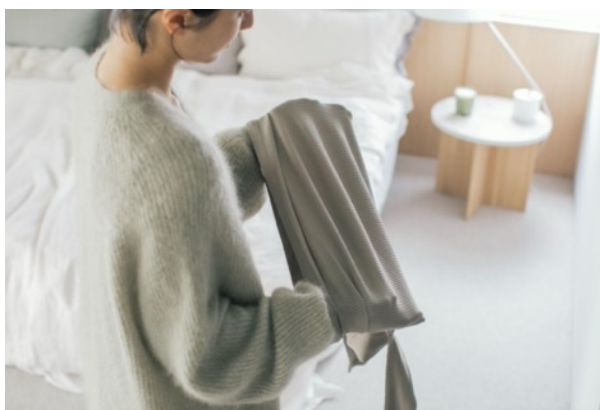
※2：参考プレスリリース 2020年6月18日公開 [「北欧、暮らしの道具店」オリジナルコスメ販売 約1ヶ月で5000個を越えました。] URL：<https://kurashi.com/news/10868>

## スタッフがひと冬着用して改良、2年かけて独自開発した長袖インナー

「素肌がよるこぶシルク混のなめらかインナー」は2020年から2年をかけて独自開発した商品です。2020年2月から開発を開始。同年末から2021年にかけて実際に冬の期間、試作品をスタッフが実際に身につけ、生地・編み方・丈の長さなど様々な観点で試行錯誤を重ねました。

シルクと綿を“肌触り”と“扱いやすさ”を両立する混率で編みこんだ天然素材100%(\*3)の生地と、体調を左右する腰回りを包み込む着丈、きちんと冷えを防止しながらも暑すぎない生地の厚みなど、気持ちを整える上質さにこだわりながら、襟周りのサテン生地で“ひとさじの非日常”を加え、デザイン性も兼ね揃えた渾身の一着です。※3 襟周りのサテントープは含まない





#### ◆開発担当者コメント

株式会社クラシコム PB開発グループ 市川瑠美

開発に2年、店長の佐藤が構想をはじめてからは5年。この日を迎えられて、ほっとすると同時に嬉しい気持ちでいっぱいです。ある種パーソナルな部分に触れるインナー。開発にあたって、まず初めに取り組んだのは、自分と向き合うことでした。私は自分に対してついつい疎かになりがちなところがあります。周りを気にかけることができても、なぜか自分は後回し……。そんな中、ピアスをつけているとか、自分に気をつけているという事実が目に見えると、“私”を上手に保てているような気がして安心できる。そして、気分が上向きになったり、ワクワクしたり……。それが私にとっての自分を労う“ちょうどいい”感じ方なんだと気づくことができました。このインナーが、そんな自分のための労いとして寄り添うことができれば、とても嬉しく思います。

#### ◆累計再生回数1000万回突破のポッドキャスト「チャポンと行こう！」で製作秘話公開

「素肌がよるこぶシルク混のなめらかインナー」の発売に際して、「北欧、暮らしの道具店」のポッドキャスト番組「チャポンと行こう！」にて、同番組初の試みとして商品の製作背景をお伝えする番外編をお届けします。

2018年5月に開始した「チャポンと行こう！」は、当社取締役で「北欧、暮らしの道具店」店長の佐藤と、スタッフの“よしべ”こと青木がトークを繰り広げ、隔週日曜配信でお届けしているポッドキャスト番組です。再生回数は、2018年の放送開始から約4年で累計1000万回を突破しています。

「チャポラー」と呼ばれるリスナー達からは、これまで3,000通以上のお便りが届き、2022年3月に発表された第3回JAPAN PODCAST AWARDS(\*4)では、リスナー投票で選ばれるリスナーズチョイス3位に選出され、さらに2022年10月30日(日)に青山にて開催する公開収録(\*5)は300人の招待枠に1600人を超える応募が寄せられるなど、「北欧、暮らしの道具店」の中でも特に顧客との結びつきが強いコアコンテンツです。



今回は、その「チャポンと行こう！」番外編と題し、店長 佐藤友子と開発担当のクラシコムPB開発グループ市川瑠美が出演し、新たなセールスマーケティングの取り組みとして、本商品の製作秘話だけを話すポッドキャストを配信いたします。

配信日：2022年10月17日(月) 10時～ ※アーカイブ配信あり

URL : <https://hokuohkurashi.com/note/276593>

出演：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／PB開発グループ 市川瑠美

※4 参考「『チャポンと行こう!』が第3回JAPAN PODCAST AWARDS リスナーズチョイス3位に入賞しました。」URL : <https://kurashi.com/news/12165>

※5 参考「再生数1,000万回超の「北欧、暮らしの道具店」ポッドキャストが10/30（日）初公開収録。」URL : <https://kurashi.com/news/12890>

#### ◆商品情報

商品名：素肌がよるこぶシルク混のなめらかインナー（10分袖）

カラー：エクリュ、モカ、ブラック

ブランド：KURASHI&Trips PUBLISHING

素材：シルク55%綿45%

価格：8800円（税込）

販売URL : [https://hokuohkurashi.com/product\\_contents/10785](https://hokuohkurashi.com/product_contents/10785)

プレスリリース素材はこちら : [https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1NuU\\_goox4M8M73Nb5tuj4oFlinwYP0oO](https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1NuU_goox4M8M73Nb5tuj4oFlinwYP0oO)

#### ■ライフカルチャープラットフォーム「北欧、暮らしの道店」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。オリジナルドラマはこれまでに4シリーズ制作しており、2021年6月には『青葉家のテーブル』の映画版を劇場公開いたしました。2021年度「ポーター賞」受賞。2022年8月5日に東京証券取引所グロース市場への新規上場。

公式アプリ  
210万 DL

Youtubeチャンネル  
53万人登録

Instagram  
138万フォロワー

LINE  
75万フォロワー

Facebook  
43万フォロワー

ポッドキャスト  
累計1000万再生

©2022年7月末現在

※エンゲージメントアカウントの数値 2022年7月末時点



※ライフカルチャープラットフォーム「北欧、暮らしの道店」のイメージ図。独自の世界観（ライフ・カルチャー）が溢れるテーマ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.

設立：2006年9月

本社：東京都国立市東一丁目16番地17

代表者：代表取締役 青木耕平

従業員数：80名（正社員/契約社員 77名 2022年5月末現在）

事業内容：ライフカルチャープラットフォーム事業

URL：<https://kurashi.com/>

代表取締役社長 青木耕平 プロフィール

1972年生まれ。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販売及び、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