

報道関係各位
プレスリリース

2023年6月20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3年で300万DL突破、売上比率65%へ初のテレビ放送とマーケティングチーム発足で過去最高ダウンロード数を記録～マスメディアによる注目をスマホアプリ・SNSに繋げ、継続的なエンゲージメントに～

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 (URL:<https://hokuohkurashi.com/>)」のスマホアプリ(iOS・Android)が、2020年4月のAndroid版提供開始から、約3年で300万ダウンロードを突破したことをお知らせします。併せて、EC売上におけるスマホアプリ経由の割合が年々増加し直近65%に達する等の売上への影響や、当社初マーケティングチームの発足、過去最高ダウンロードを記録した2023年4月放送のテレビ番組「カンブリア宮殿」の効果など、リリース3年を超えてもペースを落とすことなくダウンロード数を積み重ねてきたその背景をまとめました。



■アプリ提供から現在までの経緯

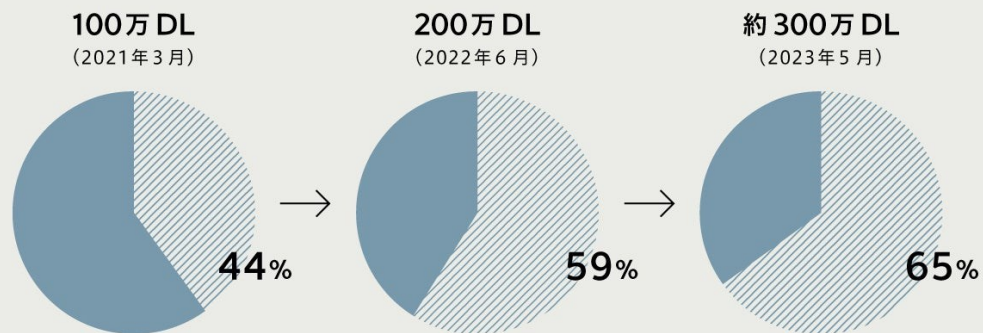
「北欧、暮らしの道具店」では、SNSからの誘導だけに依存しないリピートユーザーの獲得と、商品ページ・コラム・動画・ポッドキャストなど多様なコンテンツをシームレスに移動が

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、2020年4月にAndroidアプリを提供開始。およそ1年で100万ダウンロード、3年となる2023年6月に300万ダウンロードを突破しました。

■マーケティングチームの発足でさらなるダウンロード促進・売上貢献へ

スマホアプリの提供は売上に大きく貢献しており、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、2022年7月期には年間売上51億円へと順調に成長しています。EC購入比率はウェブサイト経由よりも高く、2023年5月には65%がスマホアプリ経由となり、その割合は年々増加しています。

北欧、暮らしの道具店 EC 売上 スマホアプリ経由率の推移



65%の売上がスマホアプリ経由に



スマホアプリの売上における重要性が高まる中で、2023年2月に当社初となるマーケティングチームが発足いたしました。主にスマホアプリに関連した数値分析や広告出稿などを行い、専任スタッフを含め3名が在籍しています。マーケティングチームが発足したことにより、ダウンロード後のユーザーの体験や主要アクション率など、より本質的な効果分析と検証を進めることができるようになり、ダウンロードの促進はもちろん、スマホアプリのさらなる売上貢献を期待しています。

■「カンブリア宮殿」放送で過去最高DL、獲得ユーザーの商品購入率は通常の2倍

さらに今年に入ってからは、創業以来初の密着テレビ取材を受け、2023年4月14日にテレビ東京系列「カンブリア宮殿」にて当社の特集が放送されました。



放送のあった23時から1時間の間でダウンロードされた数は8600超。放送時間だけではなく、T verやテレ東Biz等の見逃し配信や、現在までに約30万回が再生されているYouTube短縮版(*)などにより、その影響は数週間継続し、2023年4月の月間ダウンロード数は過去最高の12万ダウンロードとなりました。

また、放送直後にダウンロードされたアプリユーザーの初回購入転換率は通常の2倍となり、テレビ放送中によりサービス理解と商品購入意欲を高めた顧客からのダウンロードであったことが予想できます。

***参考「カンブリア宮殿」クラシコム特集回**

<短縮版>

・YouTube URL : <https://youtu.be/bmGE6qWU-IA>

<本編>

・テレ東BIZ（無期限）URL : https://txbiz.tv-tokyo.co.jp/cambria/vod/post_271694

・Paravi（～2024/04/14）URL : <https://www.paravi.jp/watch/111742>

■マスメディアからの急激な注目をスマホアプリ・SNSで継続的なエンゲージメントに

今回のテレビ放送により、スマホアプリだけではなく、Instagram、YouTubeなど全SNSにおいてフォロワーが急増し、各SNSからの売上も継続的にあがっています。

これまで当社では、急激なアクセスを集めるテレビCMなどのマスメディアコミュニケーションではなく、日常的に接触頻度が上がるSNSやスマホアプリなどウェブを通した“エンゲージメントチャンネル”の獲得に注力していましたが、今回の結果を元に、マスメディアとウェブ上のエンゲージメントチャンネルを連携することにより、一時的なアクセス増加にとどまらず、中長期的に事業成長を支えるアセットとなる可能性を感じております。

テレビ放映による認知度向上がアセット化するビジネスモデル

当社を特集したテレビ番組から、コンテンツに接点を持ちエンゲージメントを獲得
エンゲージメントアカウント数は、中長期的な事業成長を支えるアセットとなる



2023年7月期 第3四半期決算発表会 補足資料

【「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て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。

■事業：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やアパレルを販売しながら、Web記事、音声メディア、ドキュメンタリー、2021年に映画化された『青葉家のテーブル』を含むドラマ作品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。運営する株式会社クラシコムは、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（証券コード：7110）。

公式アプリ
300万DL

Instagram
140万フォロワー

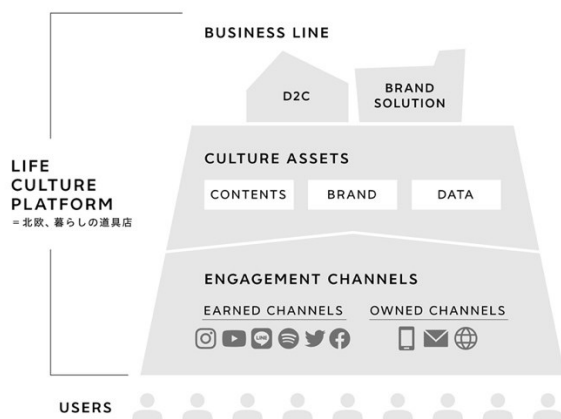
YouTube
57万登録

YouTube再生回数
累計1億再生

LINE
78万登録

ポッドキャスト
累計1500万再生

エンゲージメント数
*2023年4月末、アプリのみ6月20日時点



ライフカルチャープラットフォーム構成図。「北欧、暮らしの道具店」は、お客様と個別の商品やコンテンツではなく、世界観（ライフカルチャー）でつながるプラットフォームであり、ブランド力・信頼性・さまざまなデータを蓄積しています



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」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.

本社：東京都国立市東一丁目16番地17

設立：2006年9月

資本金：4億3,284万円

代表者：代表取締役社長 青木耕平

従業員数：82名（正社員及び契約社員 79名 2022年7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（EC運営、メディア運営コンテンツ開発、
広告企画販売、雑貨・アパレル企画販売）

URL：<https://kurashi.com/>