

報道関係各位
プレスリリース

2023年6月23日
株式会社クラシコム

「北欧、暮らしの道具店」運営のクラシコム、ファッションD2Cブランド「foufou」を子会社化し、ライフカルチャープラットフォームの拡大へ～持続的な成長を促進し、新たな可能性を探るシナジーを生成～

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、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、この度、ファッションD2Cブランド「foufou」を2023年8月1日より子会社化することを決定いたしました（*1）。



左：クラシコム取締役 佐藤友子/中央：foufou デザイナー マール・コウサカ/右：クラシコム代表取締役社長 青木耕平

ライフカルチャープラットフォーム拡大、プロダクトブランドの可能性を追求

「foufou（フーフー）」は、2016年にデザイナーであるマール・コウサカ氏が設立したファッションブランドです。

SNSを効果的に活用したEC販売を主軸にしたD2Cでありながら、全国各地で商品を販売前に試して予約できるリアルイベント「試着会」を開催、2022年には東京・祐天寺に実店舗をオープンするなど、Web上にとどまらない展開で成長を続けています。



foufou実店舗（東京・祐天寺）

「foufou」のブランドコンセプトは、「健康的な消費のために」。効率的なマーチャンダイジングで、着実に売上を成長させながら、創業から継続して、ほぼ100%を定価で販売し、ほぼ廃棄ゼロを実現しています。

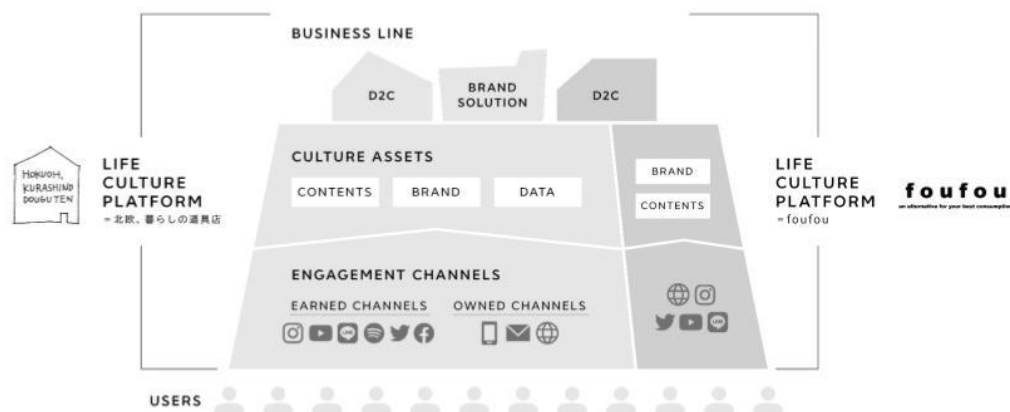
また、世界観を表現するWEB記事、動画、ライブコマース等のコンテンツを多様なエンゲージメントチャンネルで発信することで顧客とつながる「ライフカルチャープラットフォーム」を形成している点で、「北欧、暮らしの道具店」と同様の特徴をもっています。

仕入商品とオリジナル商品の両方に取り組み、セレクトショップのようにさまざまな商品構成で成長してきた「北欧、暮らしの道具店」に対し、プロダクトブランドとして確立した「foufo

u) が仲間入りすることにより、新たに海外進出や卸売業などの展開に可能性を見据えながら、当社の培ってきたマーケティングや効率的な事業運営などに関するノウハウを活用し、共に成長するシナジーを生んでまいります。

「北欧、暮らしの道具店」と「foufou」のシナジー

ライフカルチャー（世界観）が支えるユニークなプラットフォームであり、かつ、有力なD2Cブランドである「foufou」ビジネスモデル、ブランドの親和性が高く、オリジナルのコラボ商品の開発や両社の顧客の交流も可能



10

適時開示情報補足説明資料(*2)より

foufou マール・コウサカ氏コメント

たった1人、私の数着の手作りの服から始まった「foufou」は、今年で7周年を迎えます。ブランドを始めた時に「1着の服が売れたんだから、もしかしたら100着売れるかもしれない」と思ったことがあります。そして10周年を目前にした今は、「ブランドが10年続くことがあったら、もしかしたら100年続くかもしれない」と思っています。

より良く、より長く続けていくには、「foufou」をこれまで以上に首尾一貫したブランドとして作っていかねばならない。そのために組織の内側から「foufou」としての理想や姿勢に基づいた仕組みを作っていくと強く思います。

クラシコムは美学をもってフィットする働き方、生き方を体現する会社です。商売を続けていると、自分が「美しくないな」と感じる瞬間も少なからずあります。そんな時も自分の理想を崩さずにいられたのは、ずっと先を走っているクラシコムという会社の存在があったからだと思います。まだ臆げで歩みながら手探りし続けなければならない未来を、一緒に目指すというよりも、一緒に“悩み続け模索し続けてくれる”のはクラシコムだと信じています。

これまで作ってきたfoufouらしさを、経営という視点でも体現してクラシコムの世界にもポジティブな影響を与えられる存在になりたいです。

より良い10年目、そしてその先を目指していきます。変わり続けるfoufouを暖かい目で見守っていただけると嬉しいです。



プロフィール

マール・コウサカ

1990年生まれ。東京都出身。大学卒業後、文化服飾学院のⅡ部服飾科（夜間）に入学。2016年、在学中にアパレルD2Cブランド「foufou（フーフー）」を立ち上げる。デザイン性の高い美しい服はもちろん、商品を自身のSNSで公開し、全国各地で試着会を開催。その後オンラインストアで販売するといった、これまでにない独自のスタイルの販売方法でも注目を集める。著書に2020年10月発売「すこやかな服」（晶文社）。

クラシコム 代表取締役社長 青木耕平コメント

今回、「foufou」に仲間入りしていただきたいと思うに至ったのには、プロダクトブランドであることの可能性、魅力的なリーダーと世界観、クラシコムのミッションやカルチャーとの親和性など様々な理由がありますが、何よりも私自身が店舗や試着会に足を運んで目の当たりにした「foufou」のお客さまの存在がありました。

「自分自身を労り、喜ばせる」ことに自然と関心を持ち、周囲の同じ世界を愛する人たちへの気遣いや喜びの共有をされる様子を前に、ぜひこのお客さまのコミュニティに対して貢献したい、という自然な動機を持つことができたことが背中を強く押すことになりました。

今は何より「foufou」という卓越した世界観を持ち、健やかに成長しているブランドが共に歩める仲間に加わったことにワクワクしています。

今後のクラシコムとfoufouのチャレンジにご期待ください！



※1「foufou」は現状、株式会社ステイト・オブ・マインド（本社：東京都目黒区、代表取締役伊藤悠平）の事業であり、吸収分割により「foufou」事業を承継する会社を設立し、その全株式を取得する形での子会社化となります。

※2 適時開示資料

〔子会社設立及び株式会社ステイト・オブ・マインドのアパレルブランド「foufou」事業を吸収分割により承継する会社の株式取得（孫会社化）に関するお知らせ〕 URL : <https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS04874/94c15b5a/1449/400f/9ebf/7fa7654cdaf8/140120230621507775.pdf>

説明動画 URL : <https://youtu.be/mLKdePgXJTk>

ステートメント

・クラシコム「foufouのグループジョインに寄せて」 URL : <https://kurashi.com/journal/13742>

・foufou「“10年続いたら、100年を目指せるかもしれない。” foufouについての大事なお知らせ。」 URL : <https://note.com/foufou/n/n32c46be158bf>

参考

・2021年7月公開の「北欧、暮らしの道具店」オリジナルドキュメンタリー マール・コウサカ氏出演回。ブランドの成り立ちや、試着会の様子をご覧ください。

https://youtu.be/5UZQp8w_OPM

■ファッションブランド「foufou」とは

[HP] <https://the-museum-foufou.com/>

「健康的な消費のために」をブランドコンセプトに掲げ、2016年EC専売のハンドメイドブランドとしてスタート。2018年には「teshioni」と協業。“健康的な消費のために”をコンセプトに、既存の販売経路にとらわれず、SNSを通じて直接エンドユーザーに服を届ける形態が業界内外で話題。2022年8月1日には「the museum foufou」という名前をつけた単独オンラインストアを開設。

■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/BF1e3c_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

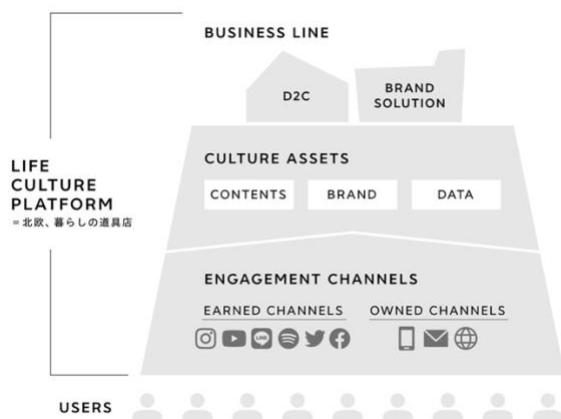
YouTube
57万登録

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

©2022年4月末現在
※公式アプリのみ2022年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/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/>