

報道関係各位
プレスリリース

2023年10月17日
株式会社クラシコム

**新オフィス・JR東日本グループ初 木造建築の商業ビル「nonowa 国立 SOUTH」へ
国立で15年これからも国立で、“フィットする暮らし”体現する場を目指して
～2024年春移転予定、サステナビリティやダイバーシティ推進をさらに加速へ～**



外観イメージ 国立駅南口駅前広場付近より(株)JR中央線コミュニティデザイン提供)

国立で15年、「フィットする暮らし、つくろう」を目指して

当社は、2008年にはじめてのオフィスを構えて以来、15年以上にわたって国立を本拠地に運営を続けてまいりました。オフィスビルが列挙する都心から一線を画し、緑あふれる景観の中に住宅や教育施設が充実する国立にて、「フィットする暮らし、つくろう」というミッション、「自由」「平和」「希望」というビジョンの元、自分たちらしいペースを守りながら成長を続けてまいりました。

2006	9月	創業
2007	9月	北欧、暮らしの道具店 開店
2008	2月	初オフィス in 国立
	6月	2nd オフィス移転 in 国立
2009	5月	実店舗開店 in 国立(2014 年閉店)
2012	3月	3rd オフィス移転 in 国立
2013	12月	4th オフィス移転 in 国立
2015	5月	5th オフィス移転 in 国立
2022	8月	東京証券取引所グロース市場新規上場
2024	春予定	6th オフィス移転 in 国立

クラシコム オフィス移転等の年表

そんな国立への思いから、当社オリジナル製作のドラマやアニメの多くは国立が舞台となり、その美しい街並みを度々登場させています。(*1)



※1: 国立を舞台にしたクラシコムオリジナル作品

ドラマ『青葉家のテーブル』(2018)

ドラマ『ひとりごとエプロン』(2019)

アニメ『リヴィングライフ』(2021)

ドラマ『庭には二羽』(2022)

そういった国立という場所で、社員自らが「フィットする暮らし」を体現するべく、過去最高売上を記録した2023年7月期においても、女性管理職比率は54%、社員の約2割が当期中に産休・育休を取得しているという状況でありながら、全社員の1ヶ月の平均残業時間は3.7時間と創業以来続く「残業を当たり前にしない働き方」を実践。多様な環境にある社員それぞれがフィットする暮らしを実現できるよう、効率化、制度整備を進めています。

そのような社員が働く姿は、「北欧、暮らしの道具店」やコーポレートサイトにて、テキスト、動画、ポッドキャストなどさまざまなコンテンツとして発信しており(*2)、その舞台となるオフィスは当社の理念を顧客や各ステークホルダーと共有するために欠かせない重要な役割を果たしてきました。



現在のオフィスの様子

※2: オフィスにてスタッフの日常が撮影されたコンテンツ

- ・テキストコンテンツ[[クラシコムの仕事](#)]
- ・動画コンテンツ[[「北欧、暮らしの道具店」をつくる人](#)]

そういった背景の中、増員に伴ってオフィス移転を計画するなかで、2024年春のnonowa 国立 SOUTH開業が決まり、立地条件やサステナビリティに配慮された「ソーシャルグッドリビング」というテーマと当社ミッションとの親和性から入居を決定いたしました。

地球に優しい暮らしづくりを、木造建築の商業ビル

今回当社が入居するnonowa 国立 SOUTHは、「地球と、地域と、身体に心地よいソーシャルグッドリビング」をテーマに、毎日の食べる・買う・体験が自然と地球に優しい暮らしにつながる、そんなライフスタイルに共感するヒト・モノ・コトとの出会いに溢れたコミュニティの中心地として、上質でゆとりのある国立カルチャーを共に育む街のリビングを目指しています。

JR東日本グループ初の木造商業ビルである点など、サステナビリティに配慮した建築コンセプトであることも特徴であり、1・2階は商業施設、当社は3・4階(約240坪)に唯一のオフィス施設として入居します。

nonowa 国立 SOUTHについて詳しくはこちらのリリースをご覧ください。

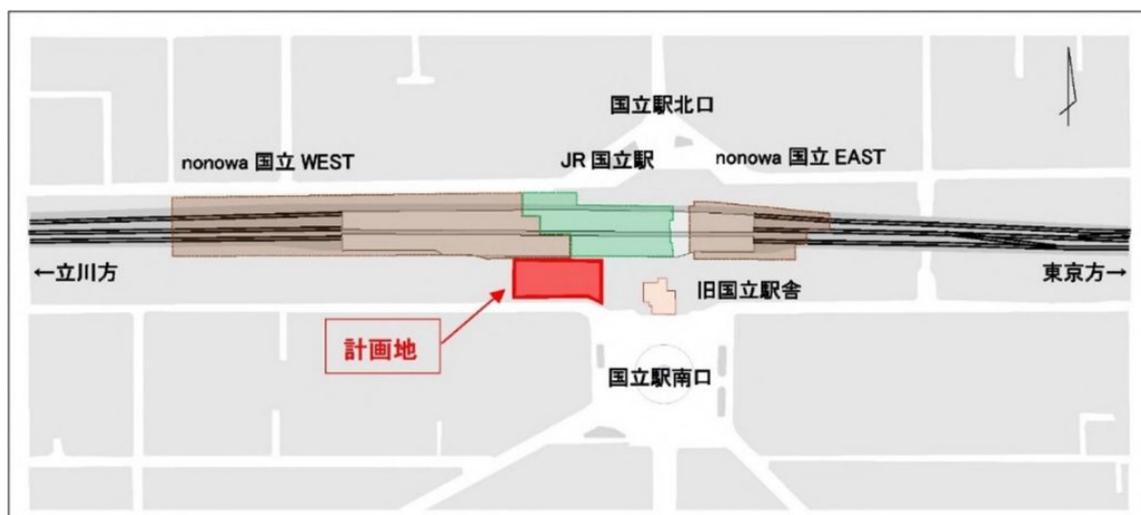
■nonowa 国立 SOUTH関連リリース

2023/10/17[[nonowa 国立 SOUTH 2024春オープン](#)]

2023/3/7[[JR 東日本グループ初の木造商業ビル\(仮称\)nonowa 国立 SOUTH 着工のお知らせ](#)]



外観イメージ 国立駅南口駅前広場全景 (株)JR中央線コミュニティデザイン提供)



計画地案内図 (株)JR中央線コミュニティデザイン提供)

オフィス移転に寄せて、代表コメント

株式会社クラシコム 代表取締役社長
青木耕平

リモートワークを中心とした働き方に移行して数年経つクラシコムにとって「オフィス」とはどういう場所であるべきかをずっと考えてきました。

「行かなければならない場所」から「行きたい場所」へ。行くと何かに「気づける場所」、大事な何かを「思い出せる場所」、仲間と大事なものごとを「分ち合える場所」へ。つまりは私たちのミッション、ビジョン、バリューを象徴し、それを体感できる場所になっていく必要があるのかもしれないというのが現時点での考えです。

それは一朝一夕でできるものでもなく、建物やインテリアが設えられたら完成するものでもなく、その場で実際に真摯な取り組みが行われた歴史が積み重なって、徐々につくり上げていくものだとも思います。そのような意味で私たちがほとんどゼロから事業を立ち上げ、十数年にわたってコツコツ仕事を続けてきたこの国立市という郊外の街以外で、そういう場を立ち上げていくのは難しいだろうと感じてきました。

今回JR中央線コミュニティデザインさんとの素晴らしいご縁が繋がって、ホームタウンの象徴的な場所に建設される志ある建物で、私たちの在り方を象徴するような「仕事場」をつくることができるのはとても幸運なことだと感じています。

願わくばこの場所で真摯な仕事を長くコツコツと続けて、結果的に遠い未来に私たちの活動の精神的なよりどころになるような「場」に育ってほしいなと思います。

■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/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

YouTube
57万登録

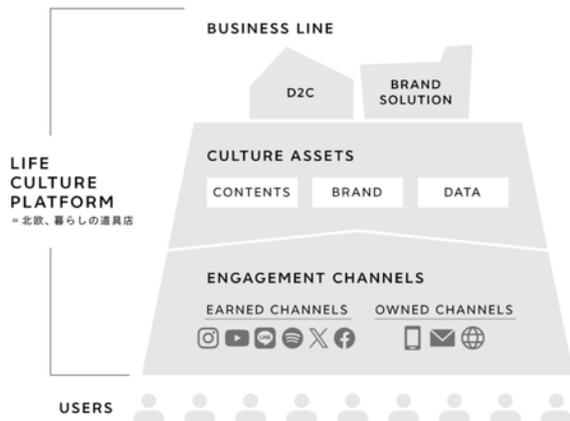
LINE
88万登録

Instagram
140万フォロワー

YouTube再生回数
累計1億再生

ポッドキャスト
累計1500万再生

※2023年7月末現在



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: 89名(パート・アルバイト2名含む 2023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(EG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/>

【本件に関する報道関係者からのお問合せ先】

株式会社クラシコム 広報担当: 馬居 (うまい)

電話: 050-1749-6113 メールアドレス: press@kurashicom.jp