

報道関係各位
プレスリリース

2023年10月31日
株式会社クラシコム

**「北欧、暮らしの道具店」オリジナルアパレルが年間180%成長と好調
ロングセラー商品が複数誕生しアパレル全体で売上7割を占めるまでに
～初の試着会開催レポートを公開、顧客と商品開発スタッフが試着を通して対話を推進～**



北欧、暮らしの道具店の試着会 オリジナルアパレル 2023 秋冬

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「北欧、暮らしの道具店」が2017年に開始したオリジナルアパレルにおきまして、靴下シリーズの累計販売数が3年で10万足を突破するなどロングセラー商品が複数誕生し、年間平均成長率180%を達成、アパレル全体で商品売上は2023年7月期には68.4%を占めるまでに成長している実績を発表いたします。

さらに、近年のアパレル販売の拡大に伴い、実際に商品を着用することができる機会の創出と、開発スタッフの顧客交流を目的に、「北欧、暮らしの道具店」にとって初の試着会を2023年10月14日(土)国立市にある本社オフィスにて開催したレポートも公開いたしました。

▼レポートは下記からご覧ください。

<https://hokuohkurashi.com/note/305640>

オリジナルは年間平均180%成長、アパレル全体で商品売上の68.4%へ

「北欧、暮らしの道具店」では、2017年3月にオリジナルのアパレル商品の企画・販売を開始し、年間平均180%と順調に成長を続け、2023年7月期にはアパレル商品が商品総売上全体のうち68.4%を占めるまでに成長いたしました。(*1)また、売上規模を拡大させながらも、定価消化率は95%を超え、商品廃棄率は限りなくゼロに近い値を保っています。(*2)

主要ブランドは「日常(KURASHI)のなかに、ひとさじの非日常(Trips)を」をテーマとした「KURASHI & Trips PUBLISHING(クラシアンドトリップス パブリッシング)」です。

オリジナルアパレル開始の翌年である2018年から毎シーズン販売し、5度目の再販となる『首もとスッキリのハイネックニット』『3WAYアレンジ襟のかるやかチェスターコート』などロングセラー商品が年間を通じて売上成長を支えています。



『首もとスッキリのハイネックニット』今秋は、新色「ネイビー」「ラズベリー」を追加

【参考】首もとスッキリのハイネックニット商品ページ

URL: https://hokuohkurashi.com/product_contents/11148

さらに近年は『気持ちに寄りそうブラックフォーマル』や今夏に発売した『リバティ柄のオールインワン』、2021年に開始した年齢・性別を問わないブランド「NORMALLY(ノーマリー)」からは初の『ダウンジャケット』など、デザイン性が高い商品や高価格帯商品も顧客の共感を呼び、さらなるアパレル商品の売り上げ好調を後押ししています。



NORMALLY「ダウンジャケット」

【参考】NORMALLY ダウンジャケット商品ページ

URL: https://hokuohkurashi.com/product_contents/11193

また、2019年春から春・秋計10回で累計5万本を販売している『春いちボトムス・秋いちボトムス』シリーズは、毎シーズン「今はきたいボトムス」としてデザイン・生地等を一新しながら、該当シーズン中に合わせてコーディネートできる様々なアイテムを販売することが特徴です。



秋いちボトムス2023

【参考】2023年10月17日公開プレスリリース [累計5万本販売の定番ボトムス、5年目の新作発売]

URL: <https://kurashi.com/news/13462>

『春いちボトムス・秋いちボトムス』とあわせてコーディネート販売する商品の中で、2020年秋から販売している靴下シリーズは、2023年10月で累計販売数10万足を突破いたしました。「足元のほんのわずかな15cmほどの隙間に、ちょっとでも自信がもてたら」というコンセプトのもと、難しく考えなくとも普段のボトムスに合わせやすい色やデザイン、長時間はいても足に負担がかからない絶妙なはき口などを追及し、好評を博しています。



秋いち・春いちボトムスと合わせたコーディネート展開が好評・靴下シリーズ

【参考】森に降る雪模様の靴下商品ページ

URL: https://hokuohkurashi.com/product_contents/11092

※1 年間成長率は2017年～2022年末時点、その他は2023年7月時点のデータ

※2 定価消化率: プロパー消化率のこと。そのシーズンに定価(正規価格)で売れた商品の比率。数字が高いほど定価で販売できたということ。数字は2023年7月時点でアパレルを含む全商品を対象。

オリジナルアパレル商品、初の試着会イベント開催の背景



アパレル販売好調の背景には、当社スタッフの約8割が元顧客であり、商品開発においても、顧客と趣味嗜好が近い社員が、高い解像度で顧客を理解しニーズを汲み取った上で商品開発を行っているという点が大きく関わっています。

そこで、「実物を着用してみたい」といった顧客からの要望にも応えながら、顧客と直接コミュニケーションを取ることができる機会を創出することで、商品開発におけるさらなるインプットや新たなニーズの発掘への期待を抱くとともに、2023年8月1日より子会社化したファッションD2Cブランド「foufou」(*3)が、過去に試着会で顧客と関係構築してきた実績も開催の後押しとなり、コロナ禍を経た2023年10月14日(土)、初の試みとなる試着会イベントの実施に至りました。

※3 2023年6月23日公開プレスリリース [ファッションD2Cブランド「foufou」を子会社化] URL: <https://kurashi.com/news/13762>

『北欧、暮らしの道具店の試着会 オリジナルアパレル 2023 秋冬』レポート



本イベントでは、会場での予約・販売は行わず、各回60分で試着のみを行い、1日4回(各回25名)合計100名の顧客を先着申し込み形式で「北欧、暮らしの道具店」のWebサイトにて告知し、開始数時間で定員枠が埋まりました。

また申込者の年代は、40代が50%、30代と50代以上がそれぞれ20%、20代以下が10%と、幅広い年代が集まり、近年の顧客層の拡大を反映する結果となりました。

当日は、クラシコムの本社オフィスのスタジオに「KURASHI & Trips PUBLISHING」「NORMALLY」の28商品138点を用意。商品開発スタッフがメインとなり、顧客への接客を行いました。スタッフは商品説明と共

に、顧客の感想や要望を細かにヒアリングし、商品の改善ポイントや今後の商品開発におけるニーズを探りました。

イベント終了後の参加者アンケートでは、イベントの満足度について、5点満点の評価に対し、回答者の94.5%が「4点以上」と回答。また「試着会で購入したいと思うアイテムはありましたか？」という質問に対し、回答者の98.1%が「購入したいアイテムがあった」と回答しました。



当日の様子は下記からご覧ください。

「北欧、暮らしの道具店の試着会 オリジナルアパレル 2023 秋冬」レポート

URL: <https://hokuohkurashi.com/note/305640>

イベント概要



<イベント名> 北欧、暮らしの道具店の試着会 オリジナルアパレル 2023 秋冬

<開催日> 2023年10月14日(土)

<開催時間> 10:00 / 12:00 / 14:00 / 16:00 ※全4回 各回60分

<開催場所> クラシコム オフィス

<参加費> 無料

<数値>

・申込人数: 100名

・申込者属性(約): 20代以下 / 10%、30代 / 20%、40代 / 50%、50代以上 / 20%

・満足度(5段階): 4点以上 94.5%

・商品の購入意欲: 「試着会で購入したいと思うアイテムがある」と回答 98.1%

■商品情報・関連リンク

ブランド名: KURASHI & Trips PUBLISHING

URL: https://hokuohkurashi.com/product_themes/215

「シワになりにくい秋いちボトムス」

URL: https://hokuohkurashi.com/product_contents/11129

「首もとススキリのハイネックニット」

URL: https://hokuohkurashi.com/product_contents/11148

「3WAYアレンジ襟のかるやかチェスターコート」

URL: https://hokuohkurashi.com/product_brands/640

「気持ちに寄りそうブラックフォーマル」

URL: https://hokuohkurashi.com/product_brands/1110

「リバティ柄のオールインワン」

URL: https://hokuohkurashi.com/product_contents/11087

「森に降る雪模様の靴下」

URL: https://hokuohkurashi.com/product_contents/11092

ブランド名: NORMALLLY

https://hokuohkurashi.com/product_themes/1875

「ダウンジャケット」

URL: https://hokuohkurashi.com/product_contents/11193

■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/BFIe3c_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ンコムは、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（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/>

【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