

報道関係各位
プレスリリース

2023年12月11日
株式会社クラシコム

**「北欧、暮らしの道具店」初のスキンケア商品、4年かけて独自開発
国産オーガニックハーブエキスを配合のミスト化粧水「オイルインミスト」発売
化粧品販売ノウハウ活かし発売に合わせてYouTube／ポッドキャスト等 スペシャルコンテンツ公開**



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、代表取締役社長：青木耕平、以下「当社」）は、企画から4年の期間をかけ独自開発した初のスキンケア商品として、「オイルインミスト」を発売します。

発売に合わせ「北欧、暮らしの道具店」では、Webページ・YouTube動画・ポッドキャストにて、製作秘話や暮らしの中での活用事例などを伝えるスペシャルコンテンツを公開いたしました。

背景：“カテゴリーの花束戦略”、コロナ下伸長 化粧品販売ノウハウ活かし、スキンケア進出へ

「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ビジネス等を展開しております。

当社D2Cの成長戦略としては、ターゲットを“「北欧、暮らしの道具店」の世界観を好きな顧客”に限定した上で、開店当初から扱っていた雑貨・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年からはオリジナル化粧品を販売開始するなど「カテゴリの花束戦略」と称して販売カテゴリを増やすことでビジネスの拡大を図ってまいりました。



カテゴリの花束戦略イメージ

なかでも化粧品カテゴリは、「雑貨や洋服を選ぶように、メイクも『自分らしさ』を表現する手段として楽しみたい」というコンセプトで2020年4月にアイカラー5種とリップカラー3種を発売し、コロナ下に関わらず発売から約1ヶ月で5000個を販売。その後も、2021年8月に販売開始したオリジナルのネイルカラーは22種類・累計3万個超を販売、ヘアケア・フレグランス・ハンドクリームなどでも順調に売上を伸ばし、化粧品は主要な商品カテゴリのひとつに成長しています(*1)



SYMBOLIC EYECOLOR／シンボリック アイカラー SYMBOLIC LIPCOLOR／シンボリック リップカラー



SYMBOLIC NAILCOLOR／シンボリックネイルカラー

そして化粧品の開発・販売により蓄積したノウハウを活用しながら、暮らしの必需品として大きな可能性を秘めた「スキンケア」カテゴリにおいても商品開発を進め、この度、国内生産のオーガニックハーブエキスとオイルを配合した化粧水「オイルインミスト」を発売しました。

足掛け4年、独自開発したオイルインミスト。国内生産のオーガニックハーブエキス使用

「オイルインミスト」は、スキンケアカテゴリ初の商品として、企画開始から足掛け4年をかけて独自開発しました。肌を柔らかくうるおすオイルと国内生産のオーガニックハーブエキスを配合した深く心地よい香りのミスト化粧水です。

特徴1：肌を柔らかく、潤いを引き寄せる「オイルイン」

「オイルインミスト」は、肌を潤す化粧水成分と、水分を角質層まで浸透しやすくするオイルの2層構造。肌の最も表層にある皮脂膜となじみの良いオイルが、乾燥でこわばりがちな肌を柔らかく整え、そのオイルに引き寄せられるように、肌全体に水分が広がることで、うるおい成分のフィット感が高まります。保湿を大事にしながら、ベタつかず程よくしっとりする配合で、朝・昼・夜、どのタイミングにもご使用可能です。



特徴2：まんべんなく潤うミストスプレー

ボトルは手軽に使えるスプレータイプ。霧のように細かなミストにより、均一に無駄なく肌の上に広がります。

特徴3：国内生産のオーガニックハーブエキス使用

天然由来のハーブエキスを配合。標高800mにひろがる農場山梨県のオーガニックハーブ農場でたくましく育った植物から一滴一滴、時間をかけて抽出したアルテア根エキス、セージ葉エキス、ゼニアオイ花・葉・茎エキス(*3)という3種の厳選したハーブエキスを、贅沢に使用しています。

数々のチャンネルでスペシャルコンテンツを配信、魅力を余すことなくお届け

「北欧、暮らしの道具店」は、商品の発売に際し様々な形態のコンテンツでその魅力を顧客に訴求する点が特徴です。今回、4年の歳月をかけた懇親の初スキンケア商品「オイルインミスト」発売に際しては、4つのWEB記事、YouTube動画、ポッドキャストでアイテムの魅力や開発秘話等を公開しております。

(1)WEB記事「商品ページ」:商品詳細から、使用場面を紹介

タイトル:[「調子いいなの新習慣」シンボリックオイルインミスト/SYMBOLIC OIL IN MIST](#)

(2)WEB記事「開発担当コラム」:企画意図から、ハーブ園への訪問レポートなど

タイトル:[【新商品】みずみずしくフレッシュな気分に。香りよく潤すオイルインミストが新発売です！](#)



(3)WEB記事 使用例:30代～60代の3人の女性による、2週間使用した感想紹介

タイトル:[【きれいな肌をつくるには】30代から60代まで。年齢も肌悩みもそれぞれの三人に「オイルインミスト」を使ってみてもらいました](#)



(4)WEB記事 店長インタビュー:スキンケア商品に挑戦した理由、オイルインミストに込めた想い紹介

タイトル:[【ひと足先に愛用中】どうしてスキンケア？ 店長 佐藤に、足掛け4年の思いとおすすめの使い方を聞きました](#)



(5)YouTube動画:北欧、暮らしの道具店 スタッフ2名が出演。オイルミストのある生活を描く。

タイトル:[今年始めた「調子いいな」の新習慣](#)



(6)ポッドキャスト:開発秘話をパーソナリティ 店長・佐藤のトークでお届け

タイトル:[【ラジオ | チャポンと行こう!】第148夜: 当店初のスキンケアアイテム「オイルインミスト」の開発秘話をおしゃべりしました!](#)

出演: 北欧、暮らしの道具店 店長 佐藤友子／スタッフ青木



発売に寄せてのコメント

株式会社クラシコム 取締役 副社長(「北欧、暮らしの道具店」店長)

佐藤友子

暮らしにまつわるものを少しずつ取り扱っていくうちに、私たちもお客さまも日々使い、必要としているスキンケアというカテゴリーでもお役に立てたら、というのを自然に思うようになりました。

ただ機能が優れているだけではなくて、使うたびに心を豊かにしてくれるものにしたいと模索する中で、オイルインミストとの出会いがありました。心からいいと思える香りであること、そして使っているうちに肌が心地よくなっていくことをきちんと感じられること。この2つは絶対に妥協をしないと決め、かなりの敏感肌である私自身が、オイルの配合割合や成分の内容を変えたサンプルを数ヶ月かけて試し、開発担当スタッフたちと一緒に山梨県にあるハーブ農園にも足を運び、一つ一つ納得しながら進めていきました。しっかりと自分の肌や感覚に向き合ったものになったと思っています。

このミストがお客様の日々のお供としてそばにあって、一日の中で「ああ、気持ちがいいな」とホッと
していただける時間が生まれたら、それ以上に嬉しいことはないです。

新商品情報

商品名:SYMBOLIC OIL IN MIST / シンボリックオイルインミスト

ブランド:KURASHI&Trips PUBLISHING(北欧、暮らしの道具店オリジナルブランド)

生産国:日本

価格:2,970 円(税込)

販売URL:https://hokuohkurashi.com/product_contents/11268

※1:参考プレスリリース [\[「北欧、暮らしの道具店」オリジナルコスメ3周年記念～ネイル販売2万個超・スキンケア好調、自分らしい暮らしをつくるコスメ3年間の軌跡～\]](#)

※2:

アルテア根エキス(保湿成分):肌を守りながら潤します。大地のエネルギーをダイレクトにとり込む根っ
こから抽出したエキス。

セージ葉エキス(整肌成分):古くから肌荒れを防ぐ和漢植物として幅広く用いられたセージ。肌にうるお
いをあたえ、整えます。

ゼニアオイ花・葉・茎エキス(柔軟・保湿成分):ヨーロッパ原産とするゼニアオイの花には、粘液質多糖
類の含有量が多いことが特徴です。そのエキスは、肌を柔らかく整え、うるおいを保ちます。

■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

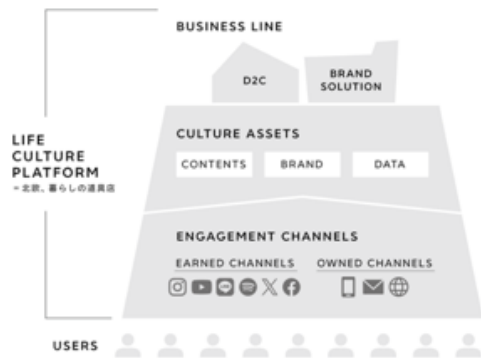
LINE
88万登録

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



(左)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

(右)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