

**「北欧、暮らしの道具店」アプリ 500万DL突破！**  
**SNS との相互効果で成長加速、アプリ経由売上が全体の約8割へ**  
**～顧客接点となるエンゲージメントアカウントは1000万を突破～**



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」）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](#)」のアプリが500万ダウンロードを突破しました。これに伴い、EC売上の約8割がアプリ経由となるなど、顧客体験の中心を担う存在へと成長しています。また、SNS フォロワー数においても着実に成長しており、アプリを含む顧客との接点となる“エンゲージメントアカウント”の総数は1,000万を突破しました。

**売上8割がアプリ経由、独自プラットフォームへ**

当社では、2019年11月に「北欧、暮らしの道具店」のiOSアプリ、2020年4月にAndroidアプリを提供開始いたしました。そして、2025年8月にアプリ全体で500万ダウンロードを突破いたしました。

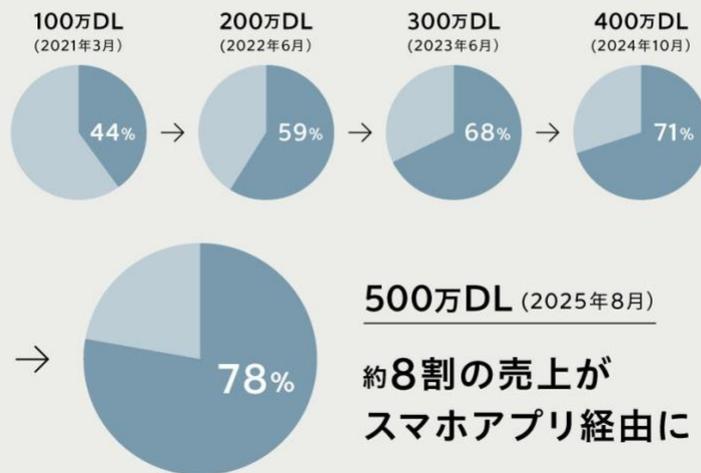
「北欧、暮らしの道具店」は、EC販売に加えてコラム・動画・ポッドキャストなど多彩なコンテンツも発信しています。アプリでは、それらのコンテンツと商品ページをシームレスに行き来し、コンテンツ視聴から購買までワンストップで完結できる仕組みを提供。外部サービスに依存しない、自社アプリならではの独自プラットフォームを形成しています。

## 暮らしを彩る商品とコンテンツ すべてをひとつのアプリでお届け



Web サイトよりも直感的で没入感のある導線、プッシュ通知によるタイムリーな情報提供もあいまって、アプリ経由での購入比率が順調に上昇し、現在では EC 売上の約 8 割を占めるまでに成長しました。

## 北欧、暮らしの道具店 EC 売上 スマホアプリ経由率の推移



## SNS とアプリの相互作用でサービス成長を加速

アプリの成長に並行して、Instagram フォロワー数は 170 万、YouTube 登録者数は 100 万を超えるなど、SNS を中心とした顧客接点も拡大しました。当社では、アプリ・SNS・メルマガなどの顧客接点を「エンゲージメントアカウント」と定義しており、その総数はアプリ 500 万ダウンロード達成と同じ 2025 年 8 月末時点で 1,000 万アカウントを突破いたしました。(\*)

※Instagram フォロワー数は当社運営アカウントの総フォロワー数。グラフは当社は 7 月決算のため、前年までは 7 月時点、2025 年のみ 8 月達成時点の数値です。



アプリの成長は、この SNS・メルマガ等との相互作用が下記 2 点において支えています。

### (1) SNS での認知獲得による、アプリダウンロード広告の効率性の向上

近年強化しているアプリダウンロード広告への投資において、SNS で認知を向上することにより、高い費用対効果で新規ユーザーの獲得を可能にしています。

### (2) 日常的な接触によるアプリ起動率の向上

アプリダウンロード後も、アプリのプッシュ通知によるリマインドだけではなく、SNS からの継続的な導線によって高いアプリ起動率を維持することができます。これがアプリ内購入率の向上にもつながり、サービス全体の成長を後押ししています。

## 北欧、暮らしの道具店 SNS とスマホアプリの連携

各種 SNS

スマホアプリ

認知拡大

アプリDL  
起動率UP

日常的な  
アクセス

当社では、多様なジャンルの商品と多様なチャネルから集まる顧客を、一貫した世界観でつなぐ「マルチチャネル・マルチカテゴリ」戦略を展開しています。今後もエンゲージメントアカウントの開拓・育成を重要指標として位置づけ、ブランド価値と顧客体験のさらなる向上を目指してまいります。



## 【「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://hokuohkurashi.onelink.me/LD1j/hmk7tosb>

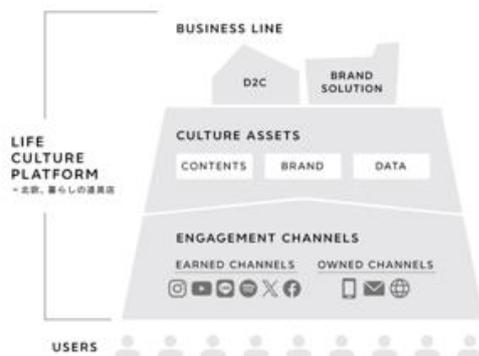
特徴：アプリ上で商品の購入から、ウェブ記事や動画・音声コンテンツの視聴などをシームレスに利用することができます。スマホアプリでは、全コンテンツを一覧化してブックマークできる「お気に入り機能」を搭載しています。気になる商品を登録して後からじっくり検討したり、動画コンテンツで作ってみたいレシピを保存したりすることで、“暮らし”に関連する様々なコンテンツを楽しむことができます。

## ■主要サービス「北欧、暮らしの道具店」とは

サービス開始：2007年9月 サイト URL : <https://hokuohkurashi.com/>

「北欧、暮らしの道具店」は「フィットする暮らし、つくろう。」をテーマに雑貨・アパレル等を販売しながら、暮らしに纏わる様々なコンテンツをお届けするライフカルチャープラットフォームです。

2007年にビンテージの北欧食器専門ECサイトとして始まり、現在は日本を含む世界中の商品を取り扱いながら、オリジナル商品を企画・販売しています。レシピ・コラム・インタビュー記事、ポッドキャスト、ドキュメンタリー動画、そして2021年に映画化された『青葉家のテーブル』をはじめとするオリジナルドラマなど、様々なコンテンツを860万超のエンゲージメントアカウント（公式スマホアプリや・SNSのフォロワー）を通して発信することで、顧客との強い結びつきを作り出しています。



(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：東京都国立市中 1-1-52 nonowa 国立 SOUTH 3F

設立：2006年9月

代表者：代表取締役社長 青木耕平

従業員数：98名（パート・アルバイト4名含む 2024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/>

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）

【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 [umai@kurashicom.jp](mailto:umai@kurashicom.jp)