報道関係各位
プレスリリース

2026 年 8 月 24 日

『熱狂しない経営 「北欧、暮らしの道具店」クラシコムが 20 年磨き続けた“らしさ”の正体』 日経クロストレンド連載が書籍化、予約受付開始

～約 4 年にわたる単独取材の記録が 1 冊に。株式会社日経 BP より 2026 年 9 月 21 日発行～



「北欧、暮らしの道具店」を運営する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、以下クラシコム）を約 4 年にわたり取材した日経クロストレンドの連載が、書籍『熱狂しない経営 「北欧、暮らしの道具店」クラシコムが 20 年磨き続けた“らしさ”の正体』（日経クロストレンド著）として発行されます。株式会社日経 BP より 2026 年 9 月 21 日発行予定で Amazon.co.jp で予約受付を開始しました。

上場、理念体系の刷新、売上高約 2 倍―変化の 4 年間を追った単独取材

2022 年 8 月の東京証券取引所グロース市場への上場を目前に控えた時期に始まった、日経クロストレンドの連載「『北欧、暮らしの道具店』はなぜ愛されるのか」。以来クラシコムは、経営・マーケティング・ブランディング・商品開発・広告・広報・人事・採用など多岐におよぶ領域について、約 4 年にわたり同メディアの単独取材を受けてきました。この間、クラシコムは上場、理念体系の刷新を経て、売

上高は 2022 年 7 月期の約 52 億円から 2026 年 7 月期の業績予想 102 億円へと約 2 倍に成長しています。
今回の書籍は、その過程を記録した連載記事をもとに再構成・加筆されたものです。

［画像：取材時の様子］





書籍の構成

【目次】
●はじめに
クラシコムとは何者か―20年間、全方位に“同じ顔”で向き合い続けた企業の軌跡
●序章：「らしさ」とは何か
●第1章：「自分たち」と向き合う
―ミッション・ビジョン・バリューは「道具」である
・PART1：柔らかいミッションが、なぜ最強の武器になるのか
・PART2：ダサいバリューは浸透しない　MVV経営の本質
・PART3：なぜクラシコムはパーパスを掲げないのか、パーパス経営の死角
・PART4：MVV更新の裏側　ミッション・マニフェスト・ポリシー・フォームへ進化させたわけ

●第2章：「働く仲間」と向き合う
―人こそが「らしさ」の担い手
・PART1：社員の8割が元顧客―KPIなし、ガクチカ不問…斬新採用の謎
・PART2：大事なのは「ケアのOS」　クラシコムを形づくり“ドライ”な組織論

●第3章：「お客さま」と向き合う
―熱狂させない。理性に訴えかける。

・PART1：アプリが EC の 6 割を売る理由　心地よい体験を生む極意
・PART2：ラジオが 1400 万再生―「ぬるい」コンテンツが“熱い”理由
・PART3：「私の濃度」が共感を呼ぶ―EC で読まれる記事づくりの極意
・PART4：バズらなくてもいい？　“鉄は熱いうちに打たない”YouTube の作法
・PART5：売上の 5 割超を稼ぐ PB ―商品開発の哲学と独自プロセス

●第 4 章：「他企業」と向き合う
―競争しない、でも孤立しない

・PART1：「広告は嫌われる」の誤解に挑む　ブランド支援の進化
・PART2：D2C の「foufou」を買収した本当の理由　シナジーの生み方

●第 5 章：「パブリック」と向き合う
―自己紹介を積み重ねることが、最強の PR である

・PART1：ミッション実現の手段としての上場　模索する社会とのつながり方
・PART2：取材件数を KPI にしない　対等な広報を目指す理由
・PART3：テレビ出演解禁の裏側―「マス」とどのように付き合うか

【特別対談】
「世界観はつくれない」―yutori 社長・片石貴展氏との対話
「競争しない」マーケ論―ヤッホーブルーイング社長・井手直行氏との対話

●終章
“らしさ”を次世代へつながる　創業兄妹ロング対談

●おわりに
取材を終えて―「正論を貫く」ということの覚悟と意味

【予約サイト】
Amazon.co.jp：URL 入る

書籍情報

書名	『熱狂しない経営　「北欧、暮らしの道具店」クラシコムが 20 年磨き続けた〝らしさ〟の正体』
著者	日経クロストレンド
発行	株式会社日経 BP
発行日	2026 年 9 月 21 日
定価	2,420 円（税込）
体裁	四六判・400 ページ
AmazonURL	https://www.amazon.co.jp/dp/4296220845/

当社事業：「北欧、暮らしの道具店」とは

「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 年にヴィ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エンゲージメントアカウント（SNS・アプリ）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。
公式サイト：https://hokuohkurashi.com/

■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：99 名（パート・アルバイト 2 名含む　2026 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）
上場：2022 年 8 月 5 日 東京証券取引所グロース市場（証券コード：7110）」
URL：https://kurashi.com/

本件に関するお問い合わせ
株式会社クラシコム 広報担当
press@kurashicom.jp