

2026年4月7日
株式会社クラシコム

**YouTube 発ドラマ『ひとりごとエプロン』、日韓で展開拡大
～日本国内で見放題配信、韓国ではテレビ放送・配信がスタート～**



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)が運営する「[北歐、暮らしの道具店](#)」のオリジナルドラマ『ひとりごとエプロン』が、国内および韓国での配信・放送を開始しました。国内では FOD,Prime Video,U-NEXT などの定額制動画配信サービスでの見放題配信がスタートし、韓国ではテレビ放送およびデジタル配信が開始されました。

**日韓で配信・放送を開始
YouTube 発コンテンツが 6 年のロングヒットを経て、展開を拡大**

『ひとりごとエプロン』は、2019年12月に「北歐、暮らしの道具店」の公式 YouTube チャンネルで公開されたオリジナルドラマです。1話約10分の短編形式と、料理と音楽を軸にした独自の世界観が特徴で、シリーズ累計再生数は1,700万回を突破しています。公開当初から英語字幕付きで配信し、2022年には韓国語・中国語(簡体字・繁体字)の字幕にも対応しました。現在では、視聴の約20%を海外ユーザーが占めています。

その後、YouTube や Instagram などの SNS を通じて国内外で支持は広がり続け、2026年3月に韓国の配給会社の関心をきっかけに、現地でのテレビ放送および配信がスタートしました。韓国ユーザー向けに展開している「北歐、暮らしの道具店」の公式 Instagram で

は、配信開始の知らせに対し、「YouTube で観ていた癒しのドラマが OTT でも観られるのが嬉しい」「本当に大好きだった作品、もっと多くの人に届いてほしい」といった展開拡大を歓迎する声が多く寄せられています。なお、「北欧、暮らしの道具店」にとって韓国での展開は、第 1 弾ドラマ『青葉家のテーブル』に続く 2 作目となります。

そして、このたび日本国内においても FOD,Prime Video,U-NEXT といった定額制動画配信サービスでの見放題配信が開始されました。

■ 配信情報

YouTube: [「北欧、暮らしの道具店」公式チャンネル](#)

日本: [FOD](#)、[Prime Video](#)、[U-NEXT](#) にて見放題配信。他サービスでも順次配信予定。

韓国: テレビ放送 (IPTV・衛星放送等)、各種配信サービス (TVING、Wavve、Watcha 等) にて配信。

「ひとりごとエプロン」とは コロナ禍のおうち時間に寄り添い支持が拡大

『ひとりごとエプロン』は、2019 年 12 月に「北欧、暮らしの道具店」のオリジナルドラマ第 2 弾として公開を開始しました。料理と音楽を起点に物語が生まれる制作スタイルが特徴となっています。クラムボン、トクマルシューゴ、矢野顕子などの楽曲と、料理家・瀬戸口しおり監修のレシピをもとに脚本が制作されています。

キャッチコピーは「ただいま、ワタシ時間」。日常の中でさまざまな役割を担う大人の女性が、自分自身に立ち返る時間や、心の中で大切にしている世界を描いています。公開後まもなくコロナ禍を迎え“家で過ごす時間”への関心の高まりと重なったことも追い風となり、日々の暮らしに寄りそうドラマとして支持を広げてきました。





実績と広がり

1700万回再生、DVD/グッズ・企業とのコラボドラマも展開

本作は、2019年当時のショート動画の視聴スタイルの広がりを背景に、1話約10分の1話完結型で制作されました。その後、2019年のシーズン1公開を皮切りに、2021年、2022年と続編を展開し、全12話を公開。シリーズ累計再生数は1,700万回を突破しています。

2022年に「北欧、暮らしの道具店」にて4,500枚限定で販売したDVDは、発売後まもなく完売。これまでに、さまざまなオリジナルグッズも展開してきました。



DVD(オリジナルレシピブック付)

オリジナルグッズ(Tシャツ、鍋つかみ、エプロン等)

また本作は、雑貨やインテリア、料理などを“真似したくなるドラマ”として設計されており、Instagram のハッシュタグ「#ひとりごとエプロン」には 5,000 件を超える投稿が寄せられるなど、公開から 6 年経った現在も国内外へその影響を広げています。

さらに、クラシコムが企業のブランディング支援を行う BRAND SOLUTION の案件として、タイアップによるスピンオフドラマも 2 本制作しており、2022 年に公開した UCC とのコラボ作品は YouTube Works Awards のファイナリストに選出されました。*

※参考プレスリリース：[『ひとりごとエプロン』×UCC「ドリップポッド」コラボドラマ、グーグル主催の広告賞「YouTube Works Awards」ファイナリスト選出！（2022 年 4 月 26 日発表）](#)

作品情報



タイトル:ひとりごとエプロン

(英: Kitchen for Singles 韓: 에이프런 모놀로그 簡: 自言自语的围裙 繁: 自言自语的圍裙)

公開: 2019 年 12 月～

監督: 杉山弘樹

主演: 松本妃代

ストーリー: 朝 8 時に家を出て、夜 6 時に帰ってくる。そんな、ルーティンな日々を過ごす 26 歳 OL の林夏希。普段はスーツに身を包む彼女も、家に帰ってくればそこは彼女のお城。学生時代から収集してきた雑貨類に囲まれ、2DK の団地に住んでいる。そんな彼女の日課は、音楽を聴きながら晩御飯を作ること。レシピは全て頭の中。その日の出来事、気になるもの、懐かしい思い出。頭に浮かんだものを、そのままリズムカルに料理にしていく。ひとりごとをつぶやきながら、音楽に身を任せ、今日も新しいレシピが生まれていく。

配信情報

YouTube: [「北欧、暮らしの道具店」公式チャンネル](#)

日本: [FOD](#)、[Prime Video](#)、[U-NEXT](#) にて見放題配信。他サービスでも順次配信予定。

韓国: テレビ放送 (IPTV・衛星放送等)、各種配信サービス (TVING、Wavve、Watcha 等) にて配信。

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1000万超の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>



左: ライフカルチャー構成図。お客様と世界観(ライフカルチャー)でつながるプラットフォーム。
右: 「北欧、暮らしの道具店」イメージ図。独自の世界観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へ。

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: 96名(パート・アルバイト2名含む 2025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)

証券コード: 7110

URL: <https://kurashi.com>