

グルメ系YouTuber
品川イツコーさん
(平21・国経)



しながわ いっコー ● 東京都出身、1985年生まれ。経済学部国際経済学
科卒業後、工業機械の専門商社に就
職。4年後、医療機器の商社へ転職。
YouTuberとしての活動も本格的に始
め、サラリーマンとの二重生活が始
まる。2022年12月で退社し、2023
年からテリヤキ株式会社で“食”文化
の活性化に向けた活動を本格始動。

「高級店といわれるお店の料理が、どうして高額なのか。その理由を多くの人に知ってもらいたかったんです」

こう語るのは、グルメ系YouTuberとして活躍している品川イツコーさんだ。日本全国の料理店を紹介する動画が、多くのリスナーから高い評価を獲得。いわゆるB級グルメから超高級店までを、幅広く取り上げている。彼のYouTubeチャンネル『IKKO'S FILMS』は登録者数が21万人を超えており（2023年3月時

点）、数十万回や100万回超再生の動画も少なくない。その人気の秘密は、イツコーさん独自の視点や動画のクオリティーの高さにある。

「以前、高級寿司店を動画で紹介したとき、リスナーから“高い”“ぼったくり”といったコメントがついたことに驚きました。ネタを何日も寝かせたり脱水したり、一貫をつくるためにフランス料理一皿分くらいの手間暇をかけ、職人が技術を駆使して握った逸品は、機械化が進む回転

寿司店のものとは別の料理です。この事実を多くの人は知らないのではないか。それなら、そのことを伝える動画をつくらうと考えたんです」

YouTubeにそれまでなかった、単に料理やお店の紹介をするのではなく、「つくる人」にもフォーカスを当てたコンセプトと、ドキュメンタリー映画を想起させるような洗練された動画のクオリティーに対する評判がじわじわと広がり、現在の礎を築くことになったのだ。 ✓

“至極の名店”を渡り歩き、築いた実績と発信力。動画で食文化の活性化に貢献

人気グルメ系YouTuberとして、チャンネル登録者数21万人を誇る品川イツコーさん。独自の視点とこだわりによって、「食を伝える」動画の可能性を切り拓いてきた彼が、どのような経緯で、今の道を選ぶに至ったのかを伺った。

専大の友人たちとつくった映像が、活動のルーツに

イツコーさんがYouTubeを使うようになったのは、日本版YouTubeのサービスがスタートして間もない頃だった。当時は専修大学の学生で、フォークソング研究同好会に所属しバンド活動に明け暮れていたという。

「鳳祭などイベントごとにバンドを組んで、ロックやテクノなど、そのときにやりたい海外バンドの音楽を演奏していました。毎回、曲目もメンバーも変わるため、バンドメンバーにYouTubeの音源映像を共有して“耳コピ”してもらっていたんです。当時は洋楽の楽譜や音源が手に入りにくかったので、YouTubeを便利に使っていたという感じですね」

ただ、当初は動画を投稿するようなこ

とはなかったし、考えもしなかったそう。後々、動画を投稿するようになるきっかけは、卒業後に行った大学の仲間たちとの旅行だったという。

入念に計画を立ててその通りに行動するよりも、突然思い立ったように仲間を誘って旅行に出かけていたという。行き先も旅程もその場の思い付き。当然、うまくいくわけもなく、目的の店が閉まっているなど、毎度のようにトラブルが発生していた。

「でも、それが面白いんです。思ってもみなかったことに遭遇して、さあ、どうしようかって。それを味わいたいから、また計画もせずに旅行へ行くことを繰り返していました」

旅行に行くたびに写真や動画を撮影して編集し、DVDに焼いて仲間へ渡していたが、そのうちDVDにするのが面倒

になり、編集した動画をYouTubeに投稿するように。それがYouTuberへの第一歩だった。

この旅行動画のテイストを色濃く受け継いでいるのが、専修大学の仲間たちとつくった『専修どうでしょう』という動画コンテンツ。タイトルでピンとくる人もいるだろうが、大泉洋さんが出演している人気のテレビ番組『水曜どうでしょう』のオマージュである。

「水曜どうでしょうの“ムダの美学”みたいなところが好きなんです。深夜バスで日本を横断するとか、彼らがやっていることにあまり深い意味はありません。でも、そこから生まれる笑いや経験など、語れることは一杯ある。そこが魅力で、自分たちもやってみよう、と始めました」

大学を卒業したイツコーさんは、当時、工業機械製品商社の営業として朝から夜



まで忙しく働いていた。リーマンショック後ということもあり、ボーナスカットや給与カットなども経験しつつ、朝は満員電車で揺られ、遅くまで残業する毎日。工業機械分野では中国や韓国の安価な製品の台頭が目立ってきており、営業活動も順調とは言い難かった。

「正直、理想としていた仕事ではなかったし、景気も給料もよくないしで、鬱々としていました。大学時代は友人たちとバンドを組んだり、旅行したり、充実していた分、そのギャップがしんどかった。だから、週末は羽を伸ばそうと『専修どうでしょう』に力を注いでいたところがありました。別に会社が悪いと言っているわけではありません。単に、自分のモチベーションが上がらず、友人との時間に癒しを求めているという感じでしたね」

工業機械製品商社に4年務めた後、医療機器の専門商社へ転職。心の奥底にあった「人の役に立ちたい」という想いを実現するには、医療業界のほうがいいのではないかというのが、転職理由の一つだった。

しかし、実際は患者さんと直接的に接する機会などほとんどなく、自分のとこ



スマートな映像で、料理だけでなく店全体の空気感まで伝える品川さんの映像は、多くの支持を集める

ろにまで感謝の声が届くこともない。人の役に立っているという実感はなかなか得られないままだった。

「そんなとき『専修どうでしょう』時代から私の動画を見てくれていたお寿司屋の方と出会い、その方を通じていろいろな高級料理店を撮影することが増えていったんです」

『IKKO'S FILMS』としてグルメ系動画を中心にしてから「動画を見てお店にきました」というリスナーのコメントも、お店の方から感謝されることも増えていった。

料理人の人柄まで 伝わる動画にこだわる

ただ、イッコーさんの動画人気が上がってきた時期には多くのYouTuberが台頭してきて、同じようなつくりのグルメ系動画が増えていった。テレビやSNS、アプリなどYouTube以外のメディアまで対象を広げれば、料理に使われている材料やつくり方を細かく紹介している動画は、次第に目新しさのないものになっていた。「人と同じことはしたくない」という気持ちから「つくり手の人間味やお店の空気感を伝えること」に重きを置いた動画へとシフトしていくことになる。

「料理評論家の山本益博さんと仲良くさせてもらっているのですが、彼から“人間味が一番おいしいよ”と言われたことがありました。出汁よりも人間味だと。そう言われてみると、お店を選ぶ時は“こ

の料理が食べたい”というより“この人の料理を食べたい”という理由で決める場合が多いことに気づいたのです」

そこからは料理だけを映すのではなく、料理人との何気ない会話から人となりを引き出すなど、料理も含めたお店全体の雰囲気や動画を落とし込むよう注力しているという。この転換からチャンネル登録者数や再生回数が伸びただけでなく、「うちも取材してほしい」という料理人の声もグッと増加。人の役に立っているという実感も高まっていったのだった。

お店を紹介する活動が楽しくなるにつれて「サラリーマンとの二重生活が難しくなってきた」ことから、グルメの世界で仕事ができたら幸せだろうと考え、2023年1月にテリヤキ株式会社に入社している。同社は、『“絶対にハズさない”美味しいお店を検索できる』グルメ検索アプリや、国内最大級のグルメオンラインサロン『美食倶楽部』の運営など、“食”に関するさまざまなサービスを展開している企業である。

「グルメに関する幅広い人脈や動画づくりのノウハウなど、この会社なら僕にしかできないやり方で“食”に貢献できると思えたのが入社決め手です」

イッコーさんの動画がきっかけでお客さんが増えたり、寿司職人になることを決めたりと、「微々たるものではあるが、反響を感じている」という。この発信力を少しでも「食文化を活かすことにつなげていきたい」というのが、彼の目標である。

「今、こういった目標を持っているのも、この世界で仕事ができるのも、専修大学と一緒に“ムダなこと”を楽しんでくれる仲間と出会えたから。だから、専修大学は今の私の人生の基盤をつくった、かけがえのない場所だったと思っています」

(2023年2月8日取材)

品川さんの
YouTubeチャンネル
IKKO'S FILMS



2012年より公開スタート。日本は世界で最もミシュランの星が多い国。そんな日本の本場に美味しいお店を紹介するチャンネルです。鮨、和食、フレンチ、イタリアン、中華、ラーメンなどなど。高価格帯の店からB級グルメまで様々なタイプのお店を紹介します。