

絶好調! ディナーレストランの 「愛される理由」

丸の内のオフィスビル、新東京ビルの1階に出店するブラッセリー。車の通行量が少なく、歩道のある路面に面していることから、パリの街角にあるブラッセリーの雰囲気そのまま切り取った雰囲気を提供している。営業時間は、朝8時のカフェからランチ、ディナーの終わる夜12時までのフルタイム営業を実施。

さらに、立ち飲みとテーブル



(東京・千代田区)

ブラッセリー・オザミ

充実の料理とワインを気取らない
雰囲気を提供するグループ最新店

- (右上) ソファの赤が内装のアクセントになっている
- (左上) 羽立昌史料理長が手掛ける料理は大胆さと繊細さが同居しているのが特徴
- (左) パリのブラッセリーの雰囲気を切り取ったような店内





オマール海老のブイヤベース。プリフィクスコース4500円の中の一品。カナダ産のオマールエビを使用。スープがポイントで、アナゴ、ヤガラ、舌平目、ホウボウ、ウイキョウ、玉ネギ、ニンジンを5時間煮込んでベースにしている

サービスにより価格設定を変え
るなど、まさにフランスのスタ
イルを踏襲している。

問口いっぱい開いた店内は、
濃いブラウンを基調にデザイン
し、シートはあえて真っ赤なビ
ニール張りを取り入れて大衆的
なチープシックな感じを演出。

羽立昌史料理長が作る料理は、
ブラッセリーにふさわしく、大
胆かつダイナミックな中に繊細
な味付けを特徴とする。ランチ
タイムは日替わりで提供し、デ
イナータイムはオードブル、ア
ントレ、デザート、ドリンクの

プリフィクスコース(4500
円)とフォワグラのボワレ、エ
スコフイエ風2800円やパイ
ヤベース6500円(2人前)
などのアラカルトの2本立てで
組んでいる。

フレンチフライやカッスレ
などをさかんにグラスワインを
立ち飲みするもよし、テーブル
に着いてプリフィクスコースや
ブイヤベースなどを、ピアノの
生演奏を聞きながら味わうもよ
し。ワインを主にした既存のオ
ザミグループ店とはちよっと異
なる新機軸店である。

オザミ ワールド(株)代表取締役 丸山宏人氏



まるやま ひろと
1963年東京・立川市出身。91年フランス料理の
修業のため渡仏。ワインに魅せられ、93年世界的
ソムリエのフォール・ブラック氏師事を経て、当
時の二つ星レストラン「ル・ベルノワ」「アンフ
ィクレス」でソムリエとして働く。95年帰国、ワ
インビストロ「竹とんぼ」開業。その後「オザミ・
デ・ヴァン」、「ヴァンピククル銀座」、「オザミ・ト
ーキョー」、「ヴァンピククル丸の内」などを出店

初め、私はフランス料理の料
理人になるつもりで料理の修業
をしていました。27歳の時にフ
ランスに渡って向こうの二つ星
や三つ星のレストランで修業し
ていましたが、途中からワイン
の魅力に心を奪われて、のめり
込んでしまったのです。そのき
っかけは、たまたま出たワイン
会。その時のブライントテスト
で全品正解し「よし、おれは
ソムリエになるぞ」という気
持ちに一気に傾いてしまいました
。それから、安いワインを
飲みまくり、暇を見つけてはワ
イナリーを巡ってワインを体で
覚えました。そして、二ツ星の
レストランでソムリエとして働
くまでになったのです。

帰国して、最初にかかわった

のは「竹とんぼ」という20席の
ワインビストロ。ここの営業に
約2年間携わった後、銀座に
「オザミ・デ・ヴァン」をオー
ブンさせて新たなスタート。起
業するなら、絶対に銀座とい
う思いを強く持っていました。こ
うして、現在のオザミ、ワール
ドの端緒を切ったのです。

この店ではとにかくワインを
強くアピールし「初めにワイン
ありき」という雰囲気強く押
し出しました。私自身、高級店
志向は全くありませんので、オ
ザミも気軽なフランス的な雰
気の中で、幅広いワインの品揃
えとリーズナブルな価格のコー
ス料理をアピール。これがワイ
ン好きのニーズに受けたのです。
そのうちに、内臓類が好きな
私は、塩、コショウして炭火で
焼いた仔牛のレバーやリ・ド・
ヴォーと手ごろな価格のワイン
を組み合わせてみたい、と思う
ようになりました。それがきっ
かけになって出店したのが「ヴ
ァンピククル銀座」。この発想
は、すごく日本的なものだ
と思います。フランクにわいわい
がやがやとした雰囲気、ワイ
ンと料理を楽しんでほしい、と
願っている私としては、この手
の店をもっと出していければ
いいな、と思っています。

そうした私の姿勢が、三菱地



ブラッセリー・オザミ
 東京都千代田区丸の内3-3-1新東京ビル1階 ☎03-6212-1566 オープン/2003年9月24日 店舗面積/26.3坪
 客席数/45席 営業時間/8時~24時(土日祝11時~23時)、無休 客単価/昼1200円、夜6000円 スタッフ/正12、PA10 月商/1500万円

オザミ ワールド既存4店の概要

| | オープン | 店舗規模 | 客単価 | 月商 |
|---|----------------|------------|------------------|--------|
| オザミ・デ・ヴァン 東京都中央区銀座2-5-6 P.Vビル ☎03-3567-4120 | 1997年 9月29日 | 45坪 65席 | 7500円 | 1500万円 |
| ヴァンピックル銀座 東京都中央区銀座4-3-4 銀座屋酒店ビル2階 ☎03-3567-4122 | 2000年 12月8日 | 11坪 20席 | 5000円 | 600万円 |
| オザミ・トーキョー 東京都千代田区丸の内 2-4-1丸ビル35階 ☎03-5220-4011 | 2002年 9月6日 | 37坪 55席 | 昼2500円 夜9000円 | 2300万円 |
| ヴァンピックル丸の内 東京都千代田区丸の内 3-3-1新東京ビル地下1階 ☎03-6212-1011 | 2003年 6月18日 | 23坪 40席 | 昼1100円 夜6000円 | 750万円 |



(上) フォワグラのポワレ エスコフィエ風 秋トリュフ風味2800円。鴨のフォアグラとブリオッシュを交互に重ね(エスコフィエというフランス料理の古典的な手法)、オーチドエッグとその上にトリュフを載せた。味付けはマデラソースで

(下) 小鴨2600円。ジビエの中の一品でワイルドライス、フリグール、セップ茸、黒イチジク(カリフォルニア産)を添えている

所さんの目に留まり、丸ビルの35階に出店する機会を頂きました。私からしたら、万に一つもあるかどうかのチャンスでした。出店までに1年半のスパンがありましたので、ニューヨークをイメージして「オザミ・トーキョー」をつくりました。

この出店があったからこそ、引き続き地所さんからの声掛かりで「ヴァンピックル丸の内」と「ブラッセリー・オザミ」につながった次第です。そういう意味から言うと、ワインを強くアピールすることに、オザミという存在を強くアピールできました。今でも、オザミ・デ・ヴァンは、いわばオザミグループのフラッグシップとして「ワインだったら、オザミ」といわれることを目指しています。実が伴わなければいけませんので、現在、ワインの在庫は1億円を確保し、その保管コストだけでも年間1000万円を掛けています。

ただ、経営的な視点で見た場合、ワインをメインにした展開には限界があります。ですからオザミ・デ・ヴァン以外の店では、あくまでもメインは料理で、ワインにもこだわっています。というコンセプトにしています。しかしそのこだわり方も、400アイテムほどの品揃えにし、しかもそのほとんどを有機農法栽培のブドウで造ったナチュラル・ワインにするという、まさにワインの世界の最先端を行く店であることをアピールしています。