

特 集

一

杯

の

集

客

力



くつろげる場所、それがすべて

丸山宏人氏
(オザミワールド株式会社代表取締役)

〈特集〉一杯の集客力



銀座オザミデヴァン本店

ワインの教育には力を入れてきました

現在、オザミ・グループは都内に9店舗を持ったに至りましたが、多店舗化を目的としてきたわけではありません。もし店舗を増やすだけなら何軒でもできます。しかし、それは自分の納得いく店にはなりませんからね。また、売り上げの倍々ゲームなどということも考えずにやってきました。

120人のスタッフを抱える経営責任者として、そのスタッフが大きく伸びれば、活躍する場を与えてあげたい。その結果としてグループが次第に大きくなってきたのです。出店するとしても、せいぜい1年に1店舗くらいでしょう。

スタッフには、昔から「ハキハキしていく元気のいいサービス」と言つてきました。お客様に元気を回復してもらつてお帰りいただくのがレストランの命ですから。おかげさまで「いいスタッフがそろつているね」とよく言われますし、それが我々の誇りにもなっています。

実際、特にワインの教育には力を入れてきました。そのためにはワイン課というセクションを設けています。毎月2回の勉強会だけではありません。月替わりで違ったワインをスタッフ全員に渡して勉強してもらっていますし、毎年春と秋には研修を行ないます。

また、ソムリエ資格を取れば資格手当も出す。ただし、大事なのは資格ではありません。自分の扱っているワインをよくわかつてほしいからなのです。ワインは知識がないと売れません。同時に、サービスも大事です。お客様がちょっとお疲れ気味であれば、すばやくそれをフォローする。そうしたプロ意識を育ててきただつもりです。

入社時点ではワインに興味がなくとも、当社のこういう教育を受けて一変した人は何人もいます。なかには山梨のワイナリーに入つてしまつた人間もいるほどです。

日本に戻つたら ワインを気軽に飲める店を

銀座の「オザミデヴァン」がオープンしたのは1997年である。銀座の一軒家を改造したこのレストラン&ワインバーは、コストパフォーマンスのいい料理とワイン、ビストロ的な内装などを含め、たちまちフランス料理ファンやワイン好きのあいだで評判の人気店となった。以後、着実に店舗を増やし、現在は和食も含めて都内に9軒を数える。何と言ってもその魅力は良質なワインを納得のいく価格で提供していることだろう。特に「オザミデヴァン」のリストなど、見ているだけでも気持がはずむ。グループ全体では年間に10万本も売るという。オザミワールド株式会社代表取締役の丸山宏人氏にその背景をうかがった。



ヴァンピックル丸の内

一キハウスでコックのアルバイトをしているうちにフランス料理にあこがれ、調理師学校を出て、フランス料理店に就職しました。

当時、フランス料理と言えばとても高級なもので、誰もが食べられるものではありません。私が手掛けてきたような気軽なビストロはほとんどありませんでした。お店の数も今に比べればかぎられていましたね。

ワインも今とは状況が違っています。例えば、ブルゴーニュであれば、大手ネゴシアンのものがほとんどでしたし、インポーターも数が少なく、ボージョレだつたらどこそこといった具合でした。

10年ほど日本で修業し、フランスに渡ります。向こうでは5年ほどソムリエの勉強をし、シェフソムリエのいない時などは代役として頑張つたものです。

いろいろカルチャーショックを受けましたね。まずびっくりしたのが昼の賄いでもワインが出たことです。身近なんですよ、ワインが。

2つ星のシェフソムリエだつたその店の友達が独立してビストロを出したことがあります。「ワインは気軽に安く飲んでもらうのが大事なんだ」と彼は言っていました。これに

は大きな影響を受けましたね。

夏に休暇をもらつてスペインに行き、もちろんバルものぞきました。そこでは若者から老人まで、ワインを飲みながらワイワイやつていて。こういう環境はいいものだと感じました。お酒つて、自分をいい気持ちにさせるものですからね。

日本に戻つたら、そんな感じの店をやってみたいと思ったものです。高級店ではないけれど、質の高いワインを提供し、気楽に飲める店。そもそも性格から言って、私に高級は向いていません(笑)。

料理を作りながらワインの説明もするので、どうしても料理が出るのが遅くなってしまう。しかし、「あの店は待たされるけど、いいワインが安く飲める」と評判を呼び、満席を続けることができました。

日本一ワインを売る
ソムリエになろう

日本に戻つてきてからのことです
が、たまたま閉店しかかっていたお店があり、そこを借りて店を出すことにしました。私が考えてきた食事とワインが楽しめるビストロ的な店が実現できるのではないかと思つたのです。

場所は本郷。わずか8坪、17席ほどの小さい店で、女房と二人で始めました。店名は「竹とんぼ」。料理は2800円のコースで、ワインは

グラス300円から。何とかワインを気軽に飲んでいただこうと考えたのです。

フランスで安く仕入れたワインをスツケースや特大のリュックサックで持つて帰つてきましたから、今では信じられない価格で提供できました。小売価格が2万円くらいのものを7000円で出したものです。また、DRCのモンラッシエはわずか1万7500円でした。

2年ほどしてある程度の資金が貯まり、その店を買い取ろうと思つたのですが、何しろ深夜までワイワイやつていたので、大家さんから断られてしまつた。そこで、以前から魅力を感じていた銀座に店を出すことにしました。それが我々の1号店である「オザミデヴァン」です。

いかに料理とワインを安く楽しめる場にするか。これがスタートのボリシーでしたし、それは今も変わっていません。特にワインですね。僕は日本一のソムリエではなく、日本



バニユルス上野駅店

私が愛情を込められるのはフランス・ワイン。もちろん、銀座と上野の「バニユルス」はスペイン・バルですからスペイン物になりますが、あくまで基本はフランスです。自分のところで直接インポートしているのは、扱うワイン全体の10～15%くらいでしょうか。我々の店にしかないワインですから、お客様には喜ばれます。ただ、インポートにはリスクも伴うので、このあたりの比率がベストでしょう。

ストックは約4万本。5ヶ月分ほどの量です。グループ全体とすると、現在は年間で10万本ほどを売っている計算になりますね。在庫は各店舗のカーヴ、事務所のカーヴ、貸し倉庫などで保管しています。

心掛けているのは、価格に見合った品質で、どの店も価格帯に穴が空かないようにしています。ただ、店舗によつてワインリストは異なります。例えば「オザミデヴァン」なら、

かなり以前に仕入れたものをオンラインするなど、オザミの歴史が刻まれていなければいけません。しいて

こんな時代でも 本数は増やしたい

リストにする必要があります。また、和食の「銀座 大野」であれば、それに合わせたりストとなるわけです。それはともかく、こんな時代ですから、利益率は下がっています。今年に入つてからは特に厳しい。予想以上のものがあります。しかし、スタッフに言い続いているのは、ワインの本数だけは増やしてほしいということです。彼らも一所懸命にやつてくれていて、実際にも増えています。

今年ももう1店舗出す予定です。また、長年の夢なのですが、フランスへの出店も考えています。フランスも現在は不況で、海外の労働力を歓迎していないものの、それでもぜひ実現したいですね。

こんな時代でも 本数は増やしたい

どの店でもほとんどのお客様がワインをお飲みになります。売り上げに占めるワイン比率はずつと45%ほどでしたが、最近では35%ほどになつています。

どなたにしても高いワインをお飲みになるわけではありません。でも、それでいいんです。僕にしたって、値の張るワインを開けるのは月に一度くらい。市価1000～2000円クラスで美味しいワインはいくらでもありますからね。

10年間で 10万本は売っています

私が愛情を込められるのはフランス・ワイン。もちろん、銀座と上野の「バニユルス」はスペイン・バルですからスペイン物になりますが、あくまで基本はフランスです。

しかし、フランス人が炭火焼を作つたらという発想で生まれた「ヴァンピックル」であれば、わかりやすいリストにする必要があります。また、和食の「銀座 大野」であれば、それに合わせたりストとなるわけです。

かなり以前に仕入れたものをオンラインするなど、オザミの歴史が刻まれていなければいけません。しいて

これが、ワインは売上げの金額を見るより、売れた空のボトルを見るのが好きなんですよ。

ここ10年ほどのことですが、お客様はワインをよくご存じになりましたね。かつてのボージョレ・ブーム、またチリやオーストラリアが話題になつた時期とはずいぶんと違つてしま

うが、ワインは売上げの金額を見るより、売れた空のボトルを見るのが好きなんですよ。

そこ10年ほどのことですが、お客様はワインをよくご存じになりましたね。かつてのボージョレ・ブーム、またチリやオーストラリアが話題になつた時期とはずいぶんと違つてしまつた時期とはズ