

不思議? この店の お水には甘さがある

今回、紹介するフランス料理レストラン、エスコフィエのこだわりは三つある。

先代が銀座に店を出して、もう半世紀。代は変わっても基本となる精神は変わらない。

第一のこだわりは「下座の心」。これは、「お陰様の気持ち」ですべての行動を律して、一歩下がった態度でお客様をはじめあらゆる関係者に接すること。

こだわりの二つ目は、従業員を家族同様に大切にすること。

社長である平田之孝氏は、従業員とのコミュニケーションにおいて、形式ばった朝礼や定期的なミーティングを好まない。一緒にまかないの食事をとり、一緒のフロアで働き、顔を合わせて、実際に言葉をお互いに交わすことでお店のあるべき姿を伝えていく。

最後は、「もの」へのこだわり。つまり、提供する飲物、料理へのこだわりだ。エスコフィエは「本物は何か?」「本当においしいも

もスリケートな調理法にまで及ぶ。「確かに、おいしい味に仕上がった料理であっても、ワンパターンになっていないか。一度目のお客様に感動を与えられても、二度、三度と通ってくださる方にはどうか」と、批判の矛先を内に向け続ける。

さらに、ここまで、本物にこだわり続けると、こんなマジックまで起こってきた。

たとえば、この店のワインについて、お客様の間で「同じ銘柄でも、フランスで飲むより、ここで飲んだほうがおいしい」という声があるようになってきているのである。

おそらく「店の醸し出す雰囲気」が、ワインをおいしく感じさせているのには違いない。などと考



平田之孝氏
「本物から入るか偽物から入るか。一つひとつの選択が、その人の人生を大きく変えてしまう」
http://www.escOFFIE.co.jp

のは何か?」の問いを繰り返す。「料理店であるから、そんなことは当たり前」と言われそうだが、そんなことはない。

コスト削減が叫ばれ、農業の工業化が進展する中で、「日本の食」は荒れている。名ばかりのフランス料理店も増えた。おいしいもの、安心して口に入れられるものを見つけないことは、そうたやすいことではない。

平田社長は、自分の足で歩いて

こだわりミッション経営

クラーク・フューチャー代表・赤木美香



本物を追うというこだわりが、 すべてを「最善」に導く

vol. 1 エスコフィエ

それを探し出す。自分の舌で味を確かめて食材を仕入れる。

たとえば、コーヒの豆がそう。仕入れに甘さがない。まず、評判の工房を歩く。そして、生豆の時点で最上のもので、均等な大きさのものをだけ選んで焙煎して持ってくる。

水についてもそうだ（不思議なことなのだが、このお店の水には甘さまで感じられる）。

それも「スーパー・ウォーター

てしまうことがある。

しかしながら、昨今のブームなどにより、「高額であればおいしい」とか、「名の通った銘柄なら間違いなし」という先入観でワインを語る人が増えてしまった。

そこには、「ワインのおいしさを保つ」という発想はない。「高額であれば、確かな銘柄のものであれば、いつでも、どんな状態であつてもおいしい」と考えてしまいう大雑把さがある。平田氏は、「おいしさを保つ努力」が大切だと言いたいのである（彼流に言えば、「ワインの健康を保つ」という表現になるのか）。

エスコフィエでは、ワインの管理を怠らない。そして、平田氏は「どうしたら、ワインの本当の味を広く伝えられるかが永遠の課題

赤木の目線

エスコフィエは、フランス・ボージョレー地区から、「ボージョレーワインの本当のおいしさを広く日本に伝えていること」を称えられ、「ボージョレーの騎士」の称号を受けている。日本のノーベル賞受賞者や優れた芸術作品をつくるアーティストなどの評価と同じ。よいものは、まず先に海外で一定の評価を受ける。私は、この店で「シャサーニュ・モンラッシュ」を口にしたとき、「爽やかで軽やか」という白ワインのイメージが、「香り高い味」へと変わった。尋ねると、一本一本のワインについて、その時々状態によって、提供温度や抜栓時間、グラスまで変えているという。食へのはつきりとしたこだわりがうれしい。



1965年生まれ。85年、短大卒業後、大手広告代理店入社、経営コンサルタン会社などを経て2000年4月、コンサルタントとして独立。Clark Future 代表に就任する。

1・システムを導入し、逆浸透現象を利用し、不純物をゼロにしている」という。こういう水を使っているからこそ、料理そのものの味も変わってくるのだらう。

以上のような「こだわり」があるから、このお店は半世紀にわたってお客様に愛されてきたのだ。

本物を目指すなら、たびたびの 軌道修正は当然だ

また、経営という観点から見ても、このお店は凄いい。そのポイントには、軌道修正だ。

「店全体の様子を一变させる改革が必要な時は、さすがに支配人とシェフとの話合いの機会を持って見直す」というが、とにかく、このお店は、本物を目指して修正を繰り返す。よくある企業のように、「一度、制度をつくったらそのまま」「二度、製品を世の中に送りだしたら、何があつても変えない」といった悪しき硬直性は微塵もない。

お客様の生の声に耳を傾け、すぐ変えられるものは、次の朝を迎える前に変える。その対象は、最

だ」とも語っていた。

世の中には立派な耳学問をお持ちでも、本当のワインの味を知らない方が多いようである。

本物から入るか、偽物から入るか、これは、ワインにだけにいえることではない。ある一人の人間の一生さえも左右してしまいかねない大きな選択なのである。

本物を手にすると、社会の矛盾が見えてくる。本物を目指す人間も同じである。だから、「本物を追求する」というミッションを掲げるエスコフィエは、常にお客様に対し新しい提案を用意する新鮮なお店であり続けることができるのだ。もし、こうしたミッションがなければ、このお店がここまで評価を得ることはできなかったに違いない。（毎月第2週号連載）