



和食×クラフトビールの 化学反応が与える衝撃 「酒蔵レストラン宝」の 新しいチャレンジ

酒蔵レストラン宝
東京国際フォーラム店の
社長・敷波徹也氏(右)。120
席ある大箱の店内では、
酒蔵の地元の料理はもちろ
ん、「アボカドと海老のNY
サラダ」(左)などのメ
ニューも提供している



コンサートやイベント、カンファレンスなど、数多くの催しが行われる東京国際フォーラム有楽町駅から徒歩1分、東京駅から徒歩5分の場所にあり、都内だけでなく、関東圏以外にも多くの人が足を運ぶ。

同施設内には複数の飲食店があり、和食居酒屋として人気を集めるのが、株式会社フオーブス(東京都千代田区/代表取締役 松崎充宏)の運営する「酒

蔵レストラン宝 東京国際フォーラム店」だ。同店は120席の大箱店にもかかわらず、連日大盛況を博し、同社の中でも旗艦店としての役割を果たす。同店の特徴について、店長の敷波徹也氏はこう説明する。

「当店のコンセプトは、『蔵元に最も近い地酒バー』です。日本名門酒会と全国九つの蔵元が共同でつくった店で、日本酒の世界発信を目指しています。また、お酒だけでなく、料理にもこだわっており、酒蔵各地の気候や風土から生まれる食材を集めて、その地域の魅力を伝えていきます。当店のメニューを通して、郷土料理と地酒のマリアージュを楽しめるのではないでしようか」

九つの酒蔵は、宮城県塩竈市の「佐浦」や山形県鶴岡市の「加藤嘉八郎酒造」、京都府宮津市の「ハクレイ酒造」、大分県国東市の「萱島酒造」などで構成されている。東北から関東、関西、九州まで日本全国に存在し、同店に提案の幅広さを生み出す。こうした特徴が活かされて、2003年のオープン以来、近隣のビジネスマンを中心に口コミで人気広がって、多くのファンを持つ。

そんな同店では、17年4月からタップ・マルシェを使い始めた。きっかけは、クラフトビールのニーズが高まっているので、同店でも試してみたいと考えたからだ。気軽に導入できるタップ・マルシェの利点が活かされたからこそ、提供が実現したといっても間違いではない。

とはいえ、クラフトビールはバリエーションが豊富なため、客からの質問が多くなり、スタッフの提案力などが求められる。しかし同店では、オペレーションでほとんど問題は発生しなかった。

同氏も「これまで当店では、おいしいものをいかにお客様に伝えるかに注力してきました。そこで培ったノウハウが、クラフトビールの提案でも活かされています」と話す。

また、しっかりとした教育体制を整えて、クラフトビールについての勉強会も行っている。キリンビールの営業担当者が、クラフトビールの種類や味のニュアンスの違いについて勉強会を開催してくれたりもしたそうだ。現在、同店にはホールスタッフが10名いるが、自分の言葉で商品説明ができないスタッフはいない。

4種類セレクトできるクラフトビールは、「オンザクラウド(スプリングバレーブルワリー)」「アフターダーク(同)」を軸にして、他の2種類は、1ヵ月半に1回ほどのペースで変えている。同店では、「アフターダーク」と「ガトリーヨコラ」「オンザクラウド」と「自家製ピクルス」、「常陸野ネストホワイトエール(木内酒造)」と「アボカドと海老のNYサラダ」、そして「常陸野ネストラガー(同)」と「黒豚のつくね炙り焼き」などのペアリングを提案しているため、若い方はもちろん、年配の方が注文するケースも珍しくない。

クラフトビールで店の可能性をさらに広げた、酒蔵レストラン宝。同氏は、今後のビジョンについて次のように語る。

「タップ・マルシェを導入して、和食とクラフトビールの相性の良さに驚いています。新商品を開発しても、クラフトビールがあることで提案の幅が広がり、私自身が新しい発見をするケースも少なくありません。今後、さらにペアリングなどを追求していったら、日本酒の魅力はもちろん、クラフトビールの魅力も伝えていきたいですね」