

## Firadis Newsletter

2017年5月号

### — もじ —

◇【フィラディス繁盛店インタビューNo.7】トラットリア・築地パラディーゾ 久野 貴之オーナー …P1

◇若手ソムリエ応援プロジェクト『テイスティングとヴィンテージの考え方』セミナー 講師: 大越 基裕氏 …P3



### 【フィラディス繁盛店インタビュー】

フィラディスの営業がお客様とお話する中でよく聞かれるのが、「今どんな店が流行っているの?」という質問です。お客様が求める情報をご提供するのが私たちの仕事!・・・ということで、今消費者に支持されている繁盛店にインタビューを行い、フィラディスの視点で分析させていただきました。お役立ていただけますと幸いです。

## 《インタビューNo.7》 トラットリア・築地パラディーゾ 久野 貴之オーナー

築地場外市場初の本格イタリアンレストランとして、2011年10月にオープンしたトラットリア『築地パラディーゾ』。

「築地でイタリアンをやるなんて自殺行為だ」という周囲の予想を裏切り、オープン後すぐに人気が発火して予約の取れない店となり、その状況は5周年を迎えた現在まで続いている。

築地に集まる観光客にも、常連となる地元客にも愛される店舗作りの秘訣とは?

『築地パラディーゾ』のオーナーであり、自身は現在2店舗目となる『築地トゥットベネ!』で腕をふるう久野貴之氏にお話を伺った。



＜和の店構えが多い築地に突如現れる陽気なイタリアン＞

### 築地場外での出店

久野氏が『築地パラディーゾ』を立ち上げたのは38歳の時。それまではイタリアンの料理人として長く働き、日本にいたイタリア人シェフから様々な料理を学んできた。また、務めていたのが急成長した会社だったため多くの店舗立ち上げを経験しており、自分の店としては初めてであるものの、実に8店舗目のオープンだった。何件オープンさせようが毎回様々な苦労があるそうだが、苦労や失敗を散々したことによって、どんな問題が起こっても想定範囲内で対処でき、時間のロスがなかったという。

築地場外という特殊な場所ではあるが、元は大家さんが営む惣菜屋が店を畳むことになり入居募集の告知を出したところ、たまたま久野氏を見つけ、なんとか説得して今に至る。

開店してからも、築地市場で仲卸や行商との関係を築くにはたくさんの苦労があったが、今はお互いに信頼しあえる良い関係が出来ている。そして何よりも、毎朝台車を持って市場に出かけ、山のように食材を仕入れ、更にそれが料理になってドンドン出ていくというのは、築地で料理人をする醍醐味であり、これ以上の幸せはないそうだ。

独立にあたって、勢いとタイミングだけで計画性は全くなかったという久野氏だが、偶然にも築地で今の物件に巡り合えたことは、繁盛店となる上で非常に大きな意味があったと考えられる。

### お客様のニーズを最優先する

冒頭で「築地でイタリアンをやるなんて自殺行為だ」という予想があったと述べたが、『築地パラディーゾ』が入る以前には築地には本格イタリアンの店は無かった。いや、よくよく事情を聞けば、イタリアンは“無い”のではなく“潰れて”しまっていた。その理由として、久野氏は店側の都合とお客様のニーズが合っていなかったことを挙げる。

店側は、「築地＝新鮮で質の高いもの」という考えから素材にこだわり、一皿が高い値段になってしまったのではないだろうか。しかし、お客様は「築地＝新鮮で質の高いもの」であることに加え、「量」や「コストパフォーマンス」も当然のように求める。この無謀とも言えるお客様のニーズに応えられたイタリアンがなかったのではないだろうか。

その点、久野氏の行動指針は明快だ。それは、「自分がやりたいこと」ではなく「お客様が必要としていること」を優先すること。お客様がこの場所で何を求めているのかを考えるのだ。数多く立ち上げを経験する中で、誰でも最初はカッコつけて自分のやりたいことをやってしまうが、それだと失敗するか結局遠回りになることを学んだからだ。オープンする時には、安い皿でも、安い内装でもいい。まずお客様が一番求めるものを提供して店が軌道に乗ったら、いくらでもやりたいことをやればいい。多くの人が店を出すにあたって順番を間違えてしまうので、後々苦しくなるのだ。

### お客様のニーズを最優先する …2軸の料理構成

『築地パラディーゾ』の謳い文句は、「ナポリ系骨太南イタリアンレストラン」。アマルフィで数日間勉強した経験もあり、築地＝魚介、魚介＝南イタリアという自然な発想から、アマルフィの海岸沿いにあるようなラットリアをイメージした店づくりを行っている。

ふんふん、魚介類を豊富に使ったイタリア料理ね…と単純にくることなかれ。お客様のニーズを最優先するという久野氏の姿勢は、この店のメニュー構成にもよく表れている。キーワードは“2つの軸”である。

まず1つ目の軸は、もちろん魚介。築地にお客様が求めるものといったら、新鮮な魚介類だろう。南イタリアで魚介をたくさん使った料理と云ったらペスカトーレが一番！という素直な考えでペスカトーレ「本日の貝類とチェリートマトのリングイネ」を提供したそうだが、これでもか～！とたっぷり貝が入ったペスカトーレは見た目のインパクトも絶大で、分かりやすく消費者の心を掴むメニューである。これが『築地パラディーゾ』の名物料理としてメディアで取り上げられ口コミを呼び、現在では全国からお客様が食べにくる一番人気のスペシャルティになっている。

そしてもう1つの軸は、肉料理だ。全ては『築地パラディーゾ』の大事なお客様である築地場内で働く方や近隣住人達のことを考えればこそ。毎日魚を見ていて飽き飽きしているだろう方々には、肉料理を提供するのはとても自然なことだ。実際にパラディーゾがオープンした当時の一番人気のメニューはソーセージだったそうだ。

お客様のニーズを最優先することは、常識や固定観念にとらわれないことに繋がる。枠をあえて作らなかったからこそ、様々なお客様に受け入れられる店づくりが出来たのではないだろうか。

### 常識を覆し、臨機応変に対応する

お客様のニーズを最優先することの次に久野氏が大切にしているのが、お客様に“驚き”をもって帰ってもらうことだ。具体的に言ってしまうと、最後にお会計で驚かせたい！ということ。美味しい料理やサービスでいくら満足しても、出てきたお会計への感想が「まあそんなもんだね。」であつたらそれで終わり。「え、これで大丈夫～?!」と驚きがあつてはじめて、リピーターになってもらえるという考えだ。

会計で驚かせるためには、通常よりも原価をかけなければいけない。飲食業界では“成功する店の原価率は0%”といった業界の通例のようなものが存在する。もちろん久野氏も働いていた店舗で0%以内に抑えなさいと叩き込まれていたそうだが、『築地パラディーゾ』の開店にあたって、このパーセンテージは一体何の意味があるのか？と疑問に感じ、こうした経営サイドの話にお客様を付き合わせるのはいかがなものか？と、食材にもワインにも基準を大幅に超える原価をかけることにしたのだと語る。お客様に来てもらって喜んでいただけて初めて自分たちの喜びとなるわけだから、とにかくお客様をとことん喜ばせたいという気持ちの大きさ故だ。

ここでもポイントとなるのは、久野氏は自身の信念にさえ沿っていれば、常識を覆すことを厭わないということである。原価率は0%以内といった業界の通念は、先の見えない店舗経営では指針となるものであり、そこから外れるのはとても怖いと思う。しかし、お客様には関係ない話でしょうと簡単に捨てることができるのが久野氏の強みとなっている。

### ランチタイムの常識も覆す

この「常識を覆す」姿勢は、ランチでのアラカルト提供にも見られる。

『築地パラディーゾ』では980円のランチコースを提供しているが、お昼のお客様単価は平均1800～2000円。この金額は、アラカルトで頼むお客様が多いから可能になる。

ランチのお客様は夜には来ないという定説が飲食業界にはあつたが、それは値段設定の低いランチメニューでは提供できるものが限られるため、その店のポテンシャルが感じられないから。であれば、昼から夜と同じ高いレベルの料理を提供して、「夜はどんなことをやるんだろう？」と思わせれば良いと考えた。こうして『築地パラディーゾ』では、他のレストランよりも早い段階からランチタイムにアラカルトを提供する形態を始めた。



＜元々あった素材を最大限活用しながら、アマルフィをイメージした明るい店内＞

これは、2軸の料理でも触れた築地場内で働く人たちのニーズに応えた結果という側面もある。彼らは朝暗いうちから働く代わりに仕事の終わる時間も早く、ランチタイムは夕飯の時間となる。こうしたお客様が一定数いることを知って、臨機応変に対応した結果なのだ。

「お客様のニーズを最優先」し、時には「業界の常識を覆す」ことを厭わず、「臨機応変に対応する」こと。これらによって、現在『築地パラディーゾ』は常連のお客様が集まる店になった。築地場外という場所でも、本格イタリアンレストランとして運営できることを証明したのだ。

## 変わりゆく築地

現在移転問題に揺れる築地市場だが、築地場外市場は移転せず、このまま残ることになる。観光客は急激に減ることが予想されるため痛手を負う店舗も多いが、これまでの築地場内頼りの商売を止め、場外単独でしっかりと集客できるエリアにしなければいけないというポジティブな動きが起こっているようだ。築地という名前を殺さないように、しかし昔の遺産にしがみつくのではなく、築地を守るために変わろうとしている。これからの築地場外市場には、目が離せない！

## ★ 若手に夢を持ってもらうということ ★

たくさんの店舗立ち上げを経験した久野氏。独立を目指す若手に対して、40代50代の先達が近道を作らなければならないと考えている。それは目標を作るということでもある。3Kどころではない大変な下積み時代を耐えられるように、またそもそも若者に料理人になりたいと思ってもらうためにも、先輩が若手の目標となる人間にならなければいけないのだ。

久野氏が若手だった時には、料理人は派手であってはならないと教育された。しかし、成功したのであれば成功したことを見せるべき時代になりつつある。店が流行ればこれだけのことが出来る、と思わせなければ、今時の若者は料理人になろう、お店をやろう、とは思わないのだから。ロールモデルとなるような料理人が出てこなければ、料理人という仕事自体がなくなるかもしれないという危機感が常にあるのだという。

## 【若手ソムリエ応援プロジェクト】

『テイスティングとヴィンテージの考え方』セミナーを大公開！

講師：大越 基裕氏

フィラディスでは、2013年の創立10周年を機に【若手ソムリエ応援プロジェクト】を立ち上げ、未来のワイン業界を担う若手の育成に力を入れています。今回は、プロジェクトの一環として昨年実施した『ソムリエ基本スキルUPコース』の中から、『テイスティングとヴィンテージの考え方』セミナーの内容をご紹介します。講師は、ワインテイスターとして活躍中の大越基裕氏です。

## I. テイスティング

ソムリエにとってテイスティングとは、何となく…といった曖昧なものではない。なぜ余韻が長いのか、何故酸が高いのかをロジカルに考え、ワインの味わいを明確にお客様に伝える必要がある。

こうしたロジカルテイスティングは、「タンニン量が〇〇だから、△△の厚さで□□の脂のお肉に合う」といったように、マリアージュをまとめ上げる際にも役立つ。第三者の人に分かりやすく説明するには、自信を持ってロジカルに話が出来ることが大切になる。そのためには、比較対象となるワインの情報を仕入れられるだけ仕入れ、経験値として自分の中に持たねばならない。ソムリエにはワインのチェックという素晴らしい機会が与えられているので、絶対に活かすべきである。

以下では、ロジカルテイスティングを行うにあたって、必要な要素を解説していく。

※次ページの図を参照のこと※

### ① 外観

ワインの外観を見れば、そのワインが重そうなのか、軽そうなのか、酸化熟成傾向にあるのか、アルコールが高そうなのか、残糖がありそうなのか、濁っているからノンフィルターワインではないか、といったように、想像できることは非常に多い。



## ② 香り

香りの強さや印象を、様々な形容詞で表現する。

「ベリー香」だけをとっても、カシス・ブルーベリー・ブラックチェリーといった果物から、フレッシュ・熟している・コンポート・コンフィチュール・ドライといった、その果実の状態の表現も付け加えることが出来る。

香りには、「果実系」「スパイス系」「焦臭系」「土系」「植物系」「花系」「化学系」「乳製品系」など様々な分野があるので、一つの分野を複数羅列するよりも、幅広い分野で香りのバリエーションを説明するとより理解しやすくなる。

また、それらの香りが何に由来するものかを紐付けられると非常に役立つ。マロラクティック発酵(MLF)は例として分かりやすい。MLFはその反応の副産物としてダイアセチルというワインに発酵バターや杏仁豆腐の様な香りを与えることが特定されている。ワイン中の香りは何百も存在するが、それぞれの香りの由来など、まだ解明されていないことが沢山ある。



<ワインを見抜くためのステップ>

## ③ 味わい

### <味わいの基本構成>

広義な意味では、五味(酸・甘・塩・苦・旨)、刺激(渋・辛)、フレーバー を差す。

ワインのテイastingにとって特に重要なのは、酸味、甘味、渋味、フレーバーだが、近年は塩味の表現も世界的によく使用される。

塩味: 海からの風の影響、土壌からの影響は断定できない、引き締まっている構成のワインに見られることが多い

苦味: 酸味が控えめなブドウから造られる白ワインに見られることが多い

Ex.) ゲヴェルツトラミネール、ミュスカ、ヴィオニエ、ルーサンヌ、マルサンヌ等

旨味: 熟成したワイン、シュール・リーによって澱の自己溶解により旨味成分であるアミノ酸がワインに溶け込む

### <ワインにおける味わいの違い>

#### ◇ クリマの違い

クリマとは、AOC、AOPで定められた場所の名前のこと。リューディーという言葉もよく使われるが、これは昔から言われている区画の名前や行政区画を差す。例えばLa Tacheは、クリマはAOC La Tacheだが、リューディーはLa TacheとLes Gaudichotsの2つに分かれる。

- ・マイクロクリマ…土地による細かな違い
- ・マクロクリマ…もっと大きな、国や地域の違い



#### ◇ ブドウのポリフェノールの熟度や、糖、酸の量に大きく影響



#### ◇ アロマや味わいの骨格とフレーバーに違いが出る

### <ワインのフレーバーの違い>

特に果実感には大きな違いが現れる。

- ・冷涼なクリマ ⇒ フレッシュな果実感が生じる、品種や年によってグリーンノートが残ることもある
- ・温暖なクリマ ⇒ 熟したニュアンスやコンポート・コンフィチュールの果実感(甘いニュアンス)、スパイス感が生じやすい

#### ④ 骨格

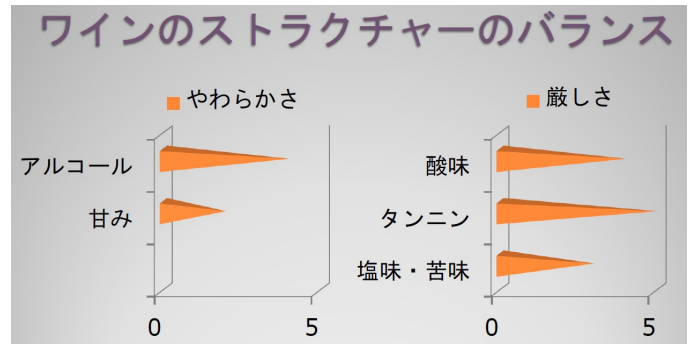
残糖の甘み、アルコール度数の高さ、酸、タンニン、塩味によって、味わいのストラクチャーバランスが決まる。

##### ◇ 厳しさ(ストラクチャーを与えるもの)

…酸味、タンニン、塩味

##### ◇ やわらかさ(ストラクチャーを柔らかくするもの)

…糖、アルコールに加え、旨みも影響する



#### ⑤ 醸造的特徴

例えば、2014VTなのに既にレンガ色がかっている赤ワインがあるとすると。外観と香りから酸化熟成していると推測するが、香りや味わいは意外にフレッシュ。タンニンもまだしっかりしている。ここから考えられる事はいくつかある。

樽で1カ月熟成させて、瓶で数年置いたものであったら考えられない色素の酸化速度である。ということは、樽の中に長く入っていたのではないだろうかという風に推察できる。タンニンの多さからも長期樽熟成による酸化によって、タンニンの結合(重合)をはかり、滑らかにする狙いがあることが伺える。

このように、色や香りから醸造的な特徴を推察することができる。全房発酵、低温浸漬、マセラシオンカルボニック法等それぞれに異なる特徴がある。どんな醸造を行えばどのような特徴が出るかを理解すると、見えてくるのが沢山ある。

#### ⑥ BLICC

果実感や骨格を理解しても、残念ながらそれだけでは概要を分かっているに過ぎず、ワインの質を理解することは出来ない。1er CruとGrand Cruの違いといったワインの質を見極めるには、BLICCが必要。

**Balance(バランス)、Length(余韻の長さ)、Intensity(強さ)、Complexity(複雑性)、Concentration(凝縮度)**

これらが分かればはじめてテロワールの理解に近づける。バランス良さや複雑性をもったワインの味がより質の高いものとして評価される

①～⑥まで全て理解した上でマリアージュを造るのが一番の理想。ソムリエは基本的にはワインに料理を合わせるのではなく、料理にワインを合わせる。1つの料理に対してどんなアプローチをするのか、ロジカルテイastingが可能になれば、より精度の高い推測が出来る。

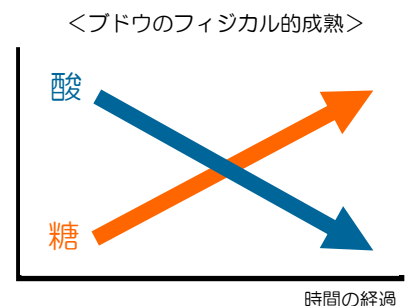
## II. ヴィンテージが与えるもの

### ① ブドウの熟度

・フィジカルの成熟: 時間の経過とともに糖が上がって酸が下がる

・フェノールの成熟: タンニン、アントシアニン(色調)、香り成分などの成熟度合い。

フェノールには様々な種類があり、成熟するとアントシアニン等は増えるが、香りも密接な関係があり、熟した時は熟したフレーバーをもたらす。栽培条件や品種で大きく変化するため数値化は困難。



栽培では、フェノールの成熟を捉えることが重視されている。収穫タイミングをブドウの種の味わいで決めるという造り手がよくいるが、種をかじってその味わいでフェノール類の熟度を見ている。

カベルネ・フランは青ピーマンのようなグリーンノート(メキシピラジン)を持っているが、これは本来カベルネ・フランの特徴ではなく、ブドウが熟成していないから出るもの。熟していなければ、カベルネ・ソーヴィニヨンだろうがシャルドネだろうがグリーンノートは出る。ブドウだけでなく、イチゴだろうがトマトだろうが植物には若い時分にこの香りを持つものが多い。ロワールは冷涼なので熟しづらいためであり、カベルネ・フランをどう造るかの話。つまり、品種ではなく、テロワールに影響している。

## ② ミルランダージュ(結実不良)

ブドウの房は通常コンパクトにぎっしり実がつくが、房にバラバラにしか実がつかないことがある。理由は様々で、主に春に天候が悪かったり(雨、寒)、花ぶるいによっても結実不良は起こる。これによって収量が減る。

ブドウにとって一番大切なのは、ヴェレゾン(色付き)以降どれだけ日光を浴び、効率よく光合成を行えるかである。フィジカルの、フェノールの双方の成熟に関わるため、味わいに大きく影響する。ミルランダージュによって、皮が厚くなり、果汁に対しての皮や種の割合が多くなる。そのため、ミルランダージュで造るワインは味が濃くなる傾向がある。果汁に対して、皮や種といった物質量の比重が大きくなるので、色合いやタンニンもしっかりする。なので、通常ライトボディのワインが造られるブルゴーニュでは、ミルランダージュが発生すると喜ばれることも多い。

## ③ ワインの凝縮度、果実味、タンニン、酸

酸と糖のバランスがどの状態の時に収穫するかで変わる。

また、タンニンについてはその量や質を見極める必要がある。タンニンの量が多くなっても渋くなるとは限らない。カリフォルニアのCSとボルドーのCSを比べてみる。カリフォルニアの方が日照量が多くブドウは確実にボルドーより熟しているはずなのに、なぜカリフォルニアの方が渋くないと感じるのか？その理由は、一つは果実味が強いので、渋味を中和しているから。もう一つは、タンニンはその分子が単体の状態が一番渋いが、タンニンの分子はゆっくりとした酸化熟成によって重合(分子同士が結合)する。そうすると渋さが滑らかさへと変化する。そしてこの重合がブドウが熟すと実の内部でも起きるからである。

タンニン分子がまだ単体の状態にあって若く強い赤ワインは、樽に入れて熟成させ滑らかにすることが多い。例えばバローロはタンニンが強すぎるため5年も大樽で熟させている。ただ、近年は栽培技術の向上によってよりブドウを熟させることができるようになり、タンニンをそれほど抽出しない醸造方法も選択できるため、酸化熟成させずに果実味が豊富なモダンなスタイルのバローロが生まれている。

また、フランス南西地方マディランで開発されたマイクロ・オキシジェナシオンという醸造技術は、貯蔵・熟成中の赤ワインに微量の酸素を吹き込んで酸化を促進し、タンニンの重合を促進するというもの。マディランではタナーという品種からとてもタンニンの強いワインを造っているが、それを早くから飲めるようにするために生まれた技術である。

タンニンの重合はいつまでもずっと続くわけではない。分子量が大きくなりすぎると水に溶けなくなり、澱となる。そのため、年を経たボルドーは渋く感じなくなる。

## ④ 熟成の進度

ヴィンテージの弱い年は凝縮度や様々なポリフェノールが少ないので、熟成の進度は早くなる。

---

尚、ブドウは花が咲いてから収穫まで100日と言われるが、必ずしも花は一斉には咲かない。暖かい場所は比較的一斉に咲くが、寒い場所や雨が降った年はバラバラになりやすい。それでも収穫タイミングは同じなので、異なった葡萄の熟度レベルがワインの味わいに対して影響を与えられられる。

しかし、昨今は選果の技術が非常に上がっており、優れたブドウのみを選別してワインを生産することも可能である。この場合ヴィンテージの個性はやや少なくなるのではないかと予想できる。

\*\*\* このニュースレターに関するご意見・ご感想は [info@firadis.co.jp](mailto:info@firadis.co.jp) または FAX:045-222-8876 までお願いします \*\*\*