

今回のテーマ

パリで20年続く日本食レストランのシェフにインタビュー

今日、パリでは新しい日本食レストランが次々とオープンされています。その中で、パリの6区に店を構えるレストランAZABUは、オープンから今年で早20年を迎えました。

今回はレストランAZABUで開店からずっとシェフを務める田村さん、ホール責任者の亀崎さんにインタビューをさせていただきました。

地元に根差したレストランの様子や人気メニュー、20年間パリで日本食レストランを続ける中で気づいたお客様の日本食に対する意識の変化、パリでお店を続けることの魅力などをお伝えします。



(出所：AZABU提供)

開店のきっかけ：『パリで日本を再現したい』



写真左の方が、シェフの田村さん。右の方が、ホール責任者を務める亀崎さん。

(出所：筆者撮影)

【ご回答者】

田村氏 オーナー中村氏と東京で出会い、2002年よりAZABUでシェフを務めています。

亀崎氏 AZABUでホール責任者を務めています。「お友達が遊びに来てくれたような気持ちでの接客」をスタッフで実践しています。

オーナーである中村さんは以前フランスの高校に通い、お母さまはパリで寿司のレストランを経営されていました。その後、中村さんは日本に戻り過ごす中で、『パリで実際の日本にあるような和食レストランをしたい』と思うようになり、東京で出会ったシェフの田村さんと、2002年にパリでAZABUを開業しました。

AZABUはパリ6区に位置する鉄板焼きをメインとした食事を提供し、日本酒やワインも一緒に楽しむことができるレストランです。

中村さんが慣れ親しんでいたパリ左岸ということ、芸術や文化が根付いた地域、またセーヌ川等の観光地が近く、近隣にホテルもあり、インターナショナルな雰囲気もあるということで、6区にレストランの場所を選びました。

レストラン AZABU
住所：3 Rue André Mazet, 75006 Paris
昼営業時間：12:15 - 14:00
夜営業時間：19:15 - 21:30

店内：調理の様子が見えるカウンターと落ち着いた雰囲気

店内は木目調で落ち着いた雰囲気、1階と地下に席があります。1階にはカウンターとテーブル席があり、カウンター席からはシェフの料理姿を間近で見ることができます。地下階には大きなテーブルがあり、貸切でお料理を楽しむことも可能です。



店内1階の様子

(出所：AZABU提供)



地下の店内の様子 (出所：AZABU提供)

お客様：フランス人が約半数、お料理への安心感で常連増加

AZABUに来るお客様は、約1割が日本人、約9割が日本人以外の外国人で、そのうち約半数はご近所の方、パリ近郊に住んでいる方、または定期的にパリと海外を行き来されている方等のフランス人だという。「この味噌汁がパリで一番おいしいと聞いた」「いつもAZABUの茶碗蒸しが食べたい」などコメントをいただき、白いご飯やお味噌汁、定番の茶碗蒸しなどにも「安心感」や「ホッとした感覚」を持っていただけているようです。

今はお客様全体の6割くらいが常連の方々です。お料理への安心感によって、徐々に常連のお客様を増やすことができました。「心からゆっくりと食べたい」とか、「気の知れた友人のお家で食べているような感覚」で常連の方々に来てくれているのではないかと感じています。

人気のメニューは、鉄板で焼かれるスペイン産WAGYUを使ったメイン料理の他に、ナス田楽や野菜と味噌ディップなどという。価格はアラカルトでスペイン産WAGYUの野菜焼きが38€(5,396円)、ナス田楽が12.5€(1,775円)単品の他、昼は鉄板コース32€(4,544円)(土曜、祝日除く)、刺身コース48€(6,816円)、夜はAZABUコース47€(6,674円)、刺身コース62€(8,804円)も提案しています。

(お選びいただいたメイン料理によっては追加料金があったり、今後価格の変更があるかもしれないことにはご注意ください)

3ヶ月に1回お客様が来てくれたらという思いを込めた価格設定にしているそうですが、「それより頻繁に来られる常連客がとて多く、とても有難いことです。」とおっしゃっていました。

(為替レート：142円/€ | 2022年12月時点)



マグロのステーキ山椒添え (出所：AZABU提供)



スペイン産WAGYUの野菜焼き。(出所：AZABU提供)

お客様の变化：日本食の認知度の高まりを感じる20年間

パリで20年間日本食レストランを経営するAZABU。20年間経営している中で、常連客のお子さんが大きくなり、友達や恋人を連れて、また、お子さんまでをも連れて来る方もいるという歴史の長さを感じます。

この20年間でフランスの日本食への人気がどんどん高まるにつれ、お客様の意識も大きく変化しました。以前は、お箸を持ってない人が殆どでしたが、今ではほとんど全員のお客様がお箸を上手に持つことができるようです。

また、フランスで馴染みのない海藻、こんにゃく、山芋などの食材を食べられないお客さんは以前多かったのですが、今では皆さんおいしいと食べていただいています。また、AZABUで定番メニューの茶碗蒸しも、食感が好きでないという理由で全く手をつけずにいた方も多かったのですが、今ではコース料理のメニューには欠かせない人気料理になっています。



料理中の田村シェフ

(出所：AZABU提供)

日本酒：アルコール度数が高い食後酒という誤認識も改善

AZABUでは厳選された日本酒も提供しています。お料理に合う日本酒を基本的を選んでいますが、吟醸系だけでなく、新しい提案ができるように変化を付けて日本酒を選ぶこともあります。

以前は日本酒をアルコール度数が高い食後酒だと勘違いしている人が殆どでしたが、今では日本酒を注文する方が増え、日本酒の生産地域まで知っているフランス人もいようになりました。

日本酒の人気はさらに高まっていくのではないかとのことでした。



日本酒をお猪口で提供する様子 (出所：AZABU提供)

コロナによる影響①：お客様とのつながりが深まり、働き方に変化も

コロナウイルスにより、世界中のレストランが影響を受けた、2020年。AZABUももちろん例外でなく、店を一旦閉めることになりました。現在のフランスは、ほとんどの人がマスクをしておらず、かつて厳しい規制があった頃のコロナ禍の面影はほとんどなくなっています。

コロナ以前は、レストランの経営がとても忙しく、仕事をこなすことに一杯一杯になっていましたが、ロックダウンでレストランの運営が出来なくなり、余裕が出来、そこから新しい発想・新しい価値観が生まれました。近所に住んでいる常連客の方で、レストランのことを心配してくれる方が大勢いて、お客様との間により強い団結力が生まれました。そして、こうしたお客様とのより深いつながりにより、コロナ後の経営はさらに好転しました。お二人の働き方にも影響があり、仕事でいっぱいになるのではなく、余裕を持つことの大事さを学ばれたそうです。

コロナによる影響②：ヘルシー志向、安心・信頼できるものを

フランスの食文化全体にも影響が出ました。フランス人がより一層ヘルシー志向になり、また環境を考えたBIOの製品や、ベジタリアンの要望も増えてきました。そして、量よりも質を大切にしている価値観にシフトしてきています。さらに質の良いものでも、ただただ良いものでなく、安心・信頼出来るものを食べたいという考えに変わってきていることがお客様からも伝わってきます。

「AZABUではシェフの田村さんがお客様の目の前で調理をしています。お客様はシェフに100%の信頼を置き、シェフの料理を食べにレストランに来ることが伝わってきます。」(亀崎さん)

フランスでレストランを運営する魅力：お客様との活発なコミュニケーション



料理中の田村シェフ (出所：AZABU提供)

フランスでレストランを運営する魅力は、お客様とレストランで働く人との距離感が近いことです。フランスでは、お客さんがレストランで働く人も1人の人として、とてもフレンドリーに接してくれ、お客様とのコミュニケーションが頻繁にあります。さらには、レストランが混み、サービスが円滑に回らないときでも、忙しさを分かってくれるそうです。

メニューの記載は「Konsai」、「Yuzu-kosho」、「Chawan-mushi」等にして、あえて質問していただくようになっています。お箸で食べていただけるように鉄板焼きのものは一口大にしていたり、お味噌汁にスプーンはお出しせず「左手で包むようにお椀を持って箸をつかって食べてください」と説明しているようです。

難しかった点：日本文化を伝える

フランスではアジア人経営者による安い価格帯のお寿司屋＝日本食というイメージもある中、AZABUではレストランを通じて日本文化を伝えることに集中してきました。それは時間がかかるため、難しかった点といえば、「焦らずに時間を掛けてお客様に伝わることを信じる」ということだそうです。

レストランをオープンする方にアドバイス

フランス全体で、日本食のレストランが増え、AZABUの周りでもラーメン屋さんやお米専門店のお店などが新しくオープンしています。

新しくレストランをオープンしたい方にアドバイスを伺ってみると、「レストランをパリで長く続けるには、お客様を思う気持ちと、お客様との繋がりが特に大事」と亀崎さん。

お客様とのコミュニケーションをとる際に、「お友達が遊びに来てくれたような気持ちでの接客」をスタッフで実践しているそうです。



(出所：AZABU提供)

【レポート執筆者】



日本食品海外プロモーションセンター (JFOODO)
海外フィールドマーケター (フランス)

宮川 圭一郎 (MIYAGAWA KEIICHIRO)

1990年 来仏し、日本食レストランの支配人ソムリエとして10年勤務。

SSI INTERNATIONAL理事に就任以来、日本酒普及に尽力する。

2010年 アルコール輸入・卸・販売会社GALERIE K PARISを設立。

2017年 日本酒コンクールKURA MASTER開催、

2021年 同コンクールに本格焼酎・泡盛部門を新たに創設。

WSET Level1講師も務める。

2020年 酒サムライを叙任するなど、フランスで日本のアルコール飲料を広める啓発活動を続けている。

【免責事項】本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロおよび執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。