

[TOP](#) > [地方](#) > [地方を元気に](#)

[地方経済](#) [地域振興](#)

薬師寺境内でイタリア料理店、超弩級のヒットに 地方に眠るお宝を次々掘り当てた1人の金融マン（2）

2017.1.10（火） 船津 康史



薬師寺の東塔（国宝、手前）と西塔。ウィキペディアより

前回まで：外資系金融機関に勤め、数千万円の年収を手にしてきたエリート金融マンだったが、顧客と一緒に海外の機関投資家を回るうち、世界では日本の地方にある伝統工芸品が非常に高く評価されていることを目の当たりにする。

日本の本当の価値を知らないのはむしろ日本人の方なのではないか。そう思い始めたら居ても立っても居られなくなり、高額な年収をかなぐり捨てて日本の伝統工芸士巡りの旅に出た。そして奈良の薬師寺に来たとき・・・。

なぜ世界遺産「薬師寺」の境内でイタリアレストランなのか

最初に始めたのは、日本の伝統工芸品を集めたECサイト『TASUKI』の立ち上げです。

漆塗りの万年筆や漆を施した革製品で作った 아이폰 (iPhone) ケースなど、伝統工芸と現代をクロスさせた新しいアイテムを企画し、サイトで販売したのですが、これが思うような売り上げを得られませんでした。

電化製品や時計やカメラなどの機械ものと違って、漆器や陶芸品の類は、実物を見て触って見ないと、お客さんの心も動かないのです。「イメージと違った」と返品する人も多く、伝統工芸品とECサイトは相性があまりよくないことに気づき、1年半で閉じました。

仕方なく次のチャレンジを探そうとしていた矢先、突然、興味深い話が舞い込んできました。奈良県の薬師寺の境内にある日本料亭が閉じることになったから、そこで何かやってみないかという依頼でした。

そこで私はすぐに西ノ京にある薬師寺を訪ねました。2010年の春、3月8日のことです。

この日、大谷徹英さんという有名なお坊さんに初めてお会いし、「これ、どう？」と案内されたのが、なんと建坪だけで350坪、枯山水の庭と駐車場まで入れると1200~1300坪という広大な物件でした。

正直、圧倒されました。そこに「なんかできそう？」と大谷さんに爽やかに聞かれて、つい、「まあ、できると思います・・・」と答えてしまったのです。そこから私の人生は急展開。

急いで東京に帰り、企画書づくりにかかりました。なんとかプロジェクトの中身をまとめたのが3月末のこと。私の考えをまとめて薬師寺に提出したところ、気に入っていただき、お寺からもGOサインをいただけたのでした。

「ほな、来月からお願いしますわ」と、やっぱり笑顔でおっしゃるわけです。

《1カ月でオープンってそんな無茶な.....》と衝撃を受けていた私をよそに、ニコニコしていらっしゃる姿はさすが偉いお坊さん。浮世の細かいことなど気にされないのだなあと呆気にとられたものでした。

これは後で知ったことですが、私のところに話が来る前、薬師寺側は奈良ゆかりの大手企業数社に声をかけていたそうですが、色よい返事がもらえなかったようです。

それもそのはず、その道のプロなら誰もが、お寺の中のお店が儲かるのだろうかという疑問に思うのも無理はありません。

しかも薬師寺のある西ノ京は繁華街から少し外れたところにあり、日が暮れると人影もまばら。夏場などは聞こえてくるのはカエルの鳴き声ばかりといった寂しい場所なのです。

それに普通に考えても、寺の境内では何かと営業にも制約が出てきそうです。それが世界遺産ともなればなおさらでしょう。

お店の看板も自由に出せないだろうし、営業時間その他も、自社の都合で設計するお店とは違って、自由が利かないのは目に見えています。私自身、通常の店舗をオープンするのだとしたら、断ったと思います。

しかし、私には地元の飲食業の方々とは違い「よそ者」にしか見えないものを見出していました。それは、「世界遺産の薬師寺」であることの、圧倒的な価値です。

地元の人から見れば夜は閑散とした場所かもしれませんが、「よそ者」にとっては、世界が認める極上の「宝」。やりようはいくらでもあるだろうと感じていたのです。

私は、さっそくこのプロジェクトの事業・運営に特化した「四縁」という会社を立ち上げ、大急ぎで店内のリフォームに取りかかりました。

折しも2010年は奈良遷都1300年に当たる年で、薬師寺を訪ねる観光客も、平年より増えていました。薬師寺としても1日でも早いオープンを望んでいたのです。

そこで私は、なるべく工期とコストをかけないように、壁も床も和室も、今あるものを生かした形でリフォームを進めました。そして2010年5月、「薬師寺門前AMRIT」はオープンしたのです。

船津流、地域で流行る レストランの作り方とは？

AMRITは、もともと高級料亭だった建物を4区画に仕切り、イタリアレストラン（リストランテ）、カフェ、日本の伝統工芸品を扱うアンテナショップ、そしてギャラリーと、4つの事業体で構成することとしました。これはすべて私の発案によるものです。

伝統工芸を主体に事業をしてきたのに、なぜ食やアートにまで手を出すのか、と疑問に思うかもしれませんが、実は伝統工芸と食とは結びつきが非常に深いのです。

伝統工芸というのは、主に人が生活上、使うものを作る技術から始まっています。器、茶碗、湯飲みなど、食にまつわる工芸品は多々あるのです。

また、有田焼や輪島塗などを見ても分かるように、伝統工芸というものはやがてアートになっていくものです。昔から地域に腕の良い職人がいると、それがたちまち評判になり、やがては殿様に献上するきらびやかな品を頼まれるようになるからです。

殿様への献上品を作ることが、職人の誉れとされてきた歴史があるのです。漆塗りも庶民がふだん使うようなお椀は赤か黒ですが、一方では蒔絵、螺鈿、沈金といった豪華な細工を施す技法が編み出されていったのも、そういうわけです。

このように伝統工芸とアートもまた、切っても切れない関係なのです。

そこで私は、今回のお話をいただいた時に「食」、「伝統工芸」、「アート」の3つを柱に構成を考えました。

当時「なぜ薬師寺で和食ではなく、イタリアンなのか」と聞かれたものですが、その問いに対する答えは極めてシンプルです。お寺に和食ではあまりに当たり前だから、です。

レストランと聞いた時から、和食はやめにしようと思っていたのです。ただ中華がいいのか、はたまたフレンチがいいのか、あるいはインドやアジアの料理がいいのか、というところは正直、判断しかねました。

というのも私自身に奈良という場所の土地勘がなく、判断のしようがなかったのです。

そこで、高級路線にもカジュアル路線にもフレキシブルに変更がきくイタリアンがいいだろうと思うにいたったのです。ただし、そこは世界遺産の薬師寺ですから、イタリア料理店の中で最高品格である「リストランテ」にしようと思ったのです。

そこから先はオープンしたのち、お客さんの反応を見ながら調整すればいいと考えたのです。

世界遺産なのに観光客に頼らないビジネスにする

レストランをオープンするうえで考えたのは、地元の人がりポートしてくれるお店作りです。奈良という土地柄を考えれば、観光客相手に商売をすることもできたと思います。でも私は、それでは商売が成り立たないと考えました。

というのも観光客を対象にして成功するには、年間200万人を超える観光客数が必要です。しかし奈良でそれに該当するのは東大寺だけで、薬師寺は年間75万人でしたから、観光客が主では商売にならないと見切ったのです。

では、地元の人がりポートしてくれるお店とはどういうものなのか、ということですが、やはり食に関心があって、時間にもお金にも余裕のあるマダム層に支持される店です。そこで近隣のマダム層を取り込むことをメインに据えたのです。

また、お客さんにリポートしてもらうには、あまり高額帯のメニューでは難しいわけです。そこで、本格的でありながらリーズナブルな値段で提供するランチに力を入れることにしました。

しかし最大のネックは、いかにして寺の境内のお店を知ってもらい、親しんでもらうかということでした。なにぶんお寺の中というクローズドな場所だけに、まずは知ってもらうための趣向が必要だったのです。

そこで私は大仕かけのアドバルーン企画を考えました。

それは、最初の1年間で「ラ・ベットラ・ダ・オチアイ」の落合務シェフと、「リストランテ・ヒロ」の山田宏巳シェフ、「リストランテ・アルポルト」の片岡護シェフという3人の有名シェフに協力をお願いすることでした。

彼らに3~4カ月ごとの持ち回りで「AMRIT」のシェフをお願いしたのです。「あの東京の名店の味が楽しめますよ」という触れ込みで、まず近隣のみなさんの関心を集めたいと考えたのです。

これが功を奏し、たくさんのメディアに取り上げられ、奈良県内は言うに及ばず、関西一円の食通に知っていただくことができました。

メニューづくりでの面で1つこだわったのは、全国でもここでしか食べられない、という要素を取り入れること。

そこで考えたのが、大和伝統野菜を採用することでした。関西で野菜と言えば、京野菜が有名ですが、実は奈良にも地域特有の野菜があるのです。

例えば「大和丸なす」という丸い形をしたなすびや、形は唐辛子と同じですが色が紫という「むらさき唐辛子」など、奈良に都があった時代から食されていた大和伝統野菜が20種類ほど、今も生産されているのです。

遷都1300年のタイミングでもあり、また地産地消ブームにも後押しされて、地元生産農家と契約して「大和伝統野菜」を始め、地産地消をテーマに料理を振る舞うことにしました。

こうしたやり方が功を奏して、「儲かる気がしない」と関係者の誰もが思ったお寺の中のお店は、オープン直後から盛況となり、ランチの予約が取れないお店と言われるほどの人気店になりました。

約70席のお店で昼間は2回転。地元の女性が8割以上。客単価3000円というとても優秀なレストランになったのです。

夜は、価格を上げてのコース料理をメインに構成し、接待コースを狙いました。さすがに平日の夜に70席を満席にするのは難しいですが、地元では接待に最適なお店として好評をいただくことができました。

夜の客単価は7000円。男性の利用が7割といったところでした。

枯山水の庭と雄大な世界遺産を借景に、時には笛の演奏などを盛り込みながら、季節のイベントなども行ったところ、売り上げが順調に伸びていったのです。

近隣の人がふだんの生活で 便利に使える店づくりを考える

もう1つ、AMRITのプランニング上で私がこだわったのが、日本の伝統工芸品を販売するアンテナショップを設けることです。この店では奈良以外の全国の伝統工芸を扱っています。

「なぜ奈良で、他の地方の工芸品を売るのはですか？」と聞かれることも多いのですが、実はこれも地元の人に利用してもらうことを意識してのことでした。

奈良の人たちにもっと他の地方の伝統工芸品に親しんでもらいたいのと同時に、ちょっと気の利いた記念品や手土産を購入したいときに利用してもらいたい、との思いがありました。

地元の人が地元の人を訪ねるのに、ちょっと珍しいものを手土産にしたというときがありますよね。そういう折に、奈良のお土産を持って行く人はいません。だいたい百貨店などで何かこれはという品を購入することになるでしょう。

その際に、陶芸などの工芸品を選ぶこともあるはずですが、しかしわざわざ都会の百貨店に行かなくても、ここで選べるという場所にしたいのです。

ギャラリースペースでは、幅広いジャンルの作品の展示&即売会を催したいと考えました。

現在はレンタルギャラリーとして市民の方に開放していますが、オープン時には人気ゲーム「ファイナルファンタジー」のキャラクターデザインなどを手がけた天野喜孝さんのデザイン作品などを展示して、即売会をするというイベントを実施しました。

薬師寺というと奈良にゆかりのある人の重厚な絵画作品や歴史的な展示物が似合いそうですが、そういう類は美術館や博物館にお任せすればいいのです。

こちらは、あえて奈良とは関係のない作家や画家で、しかも若い世代が喜んで来てくれるようなものを扱いたいと思ったのです。

ちなみに天野さんには特別に、墨でガッチャマンを描いていただきましたが、来場者に好評でした。そんなふう地域の人たちが楽しめる施設、ということ意識したのです。それもここが薬師寺発の情報発信の拠点にしたいという全体のコンセプトによるものでした。

最後にカフェについてですが、お寺に来た観光客の方々に、ほっと一息ついていただける場所を作ろうということで施設に組み込みました。さすがにこれは外せないだろうということです。

これに加えて季節のイベントとして、夏季限定（7月～9月中旬）の野外ビアガーデンを開設することも企画に盛り込んでいました。

門前にパラソルとテーブル、イスをしつらえ、ライトアップされた塔を見ながらビールと料理を楽しんでもらえるこの催しは、地元の人たちにも観光客にも毎年、楽しみにしてもらっていて、今では薬師寺門前の夏の好例イベントとして、知られるようになっていきます。

歴史のあるお寺に、地元地域の人たちがより親んでもらえる機会になっていると感じています。

こうしてAMRITは地元でも話題となり、遷都1300年を飾る話題として様々なメディアに取り上げていただき、たちまち盛況となったのです。

(つづく)



© 2008-2017 Japan Business Press Co.,Ltd. All Rights Reserved