

QUESTORY'S MESSAGE

私があるイタリアンレストランを選ぶ理由



■ 会社の近くの2軒のイタリアンレストラン

食べることが好きです。お昼時になると今日は何を食べようかと迷います。時間がない時は別ですが、何でもいいやという気にはなれません。会社から歩いて10分以内のところに2軒のイタリアンレストランがあります。片方をA店、もう片方をB店としましょう。

A店のオープンが2009年11月。ビルの2階にあります。普通のオフィスビルの奥まったところにあるエレベーターか階段を使わなくてはならないので、知らないと通り過ぎてしまいます。パスタランチは3種類あり、サラダとドリンクがついて900円~1000円です。

料理はどれもおいしく満足出来ます。ドリンクでワインが選べるのもいいですね。接客は可もなく不可もなくですが、感じが悪いわけはありません。いまではランチタイムには並ばないと入れない人気店のひとつになりました。とくに女性客が多いのが特徴ですね。

■ どちらもおいしくて行列の出来る人気店です。

B店は表通りから裏道に入ったところにある目立たないお店です。数回入ったのですが、味も接客もいまひとつで1年ほどは足を運ぶことはありませんでした。しかし、昨年7月に経営者が変わり、現在の新しいお店がオープンしました。

こちらのパスタランチも3種類あり、サラダとパンが付いて1000円です。ドリンクは別料金で100円かかります。B店もランチタイムには満席で入れないことがあります。A店同様に圧倒的に女性客が多い店です。女性はおいしい店を本当によく知っていますね。

A店もB店も味のおいしさでは定評があります。ランチの内容は若干異なりますが、ほぼ同様です。B店はA店よりも数分近いのですが、A店も10分以内で行ける距離です。A店はビルの2階、B店は路地裏と条件がいいわけではありませんが、ランチタイムは満席です。

■ 店ならではの物語も価格のうちの一部です。

店の好みは人によって異なりますが、私がランチでよく利用するのはB店です。ディナーもA店は一度利用しただけですが、B店は何度も利用しています。仕事関係のお客様といっしょの場合は必ずB店を選びます。先月はイタリアのお客様といっしょに行きました。

なぜB店をよく利用するようになったのかを考えてみました。A店は料理のおいしさには満足しています。ところが店の特徴がないのです。店の特徴とは外観や内装ではありません。残念なことにコンセプトが不明確で、ただのおいしいイタリアンレストランなのです。

こちらが知らないだけかと思い、ホームページを見たのですが、やはり特別な説明はありませんでした。コンセプトをまとめたページも見当たりません。セールスポイントとして、“旬の野菜をふんだんに使った料理”と言うのが“グルナビ”には掲載されていました。

■ この店を選ぶ決定的な理由とは何でしょうか

B店は一度聞いただけでは覚えにくい店名です。イタリアのサルディニア島の郷土料理をベースにした料理を出しています。オーナーシェフは築地で生まれ、割烹料理の板前を父に持つ環境の中で育ちました。20代前半でイタリアへ渡り、料理の修業を5年間しました。

そしてサルディニア島で特別な恩師に出会い、レストランオープンのイメージが固まり帰国をしたのだそうです。サルディニア島ってどんなところか、特別な恩師ってどんな人なのか聞いてみたくなりませんか。そうです、バックストーリーも価格の一部なのです。

A店とB店の決定的な違いがあります。それは店内が混んでいてもB店は必ずお見送りをしてくれることです。大げさなパフォーマンスではなく、ドアを開けて“またお越しください”と笑顔で言葉を掛けてくれます。実はこれに魅かれてB店を選んでいるのです。

今週の POINT

さりげない気配りが店選びの大事な要素になります。

味は主観ですので、人によって好み分かれます。

店舗は上を見ればきりがありません。では何が店の差を分けるのか、それは明確なコンセプトと物語、そしてそのステージでお客様と接するスタッフのさりげない気配りです。