

オザミワールド
丸山宏人社長
インタビュー

「ブラスリーオザミ」 東京ソラマチ 出店の秘密

複合商業施設での
勝算はいかに？

複合商業施設へ出店した そもそものきっかけ

「東京ソラマチ」に出店した「ブラスリーオザミ」が好調な滑り出しをみせるオザミワールド株式会社は、丸の内丸ビル、新東京ビルなど、現在都内5カ所の複合商業施設で人気レストランを運営している。同社の全11軒のレストランのうち5軒が商業施設内にあることから、丸山宏人社長は積極的に商業施設に出店しているように見えるが、もともとはそれほど出店に積極的だったわけではないという。

「丸ビルの場合はデベロッパさんがウチのお客さまだったんで、2002年の丸ビル開業前に出店のお話をいただいたんですが、このときは社運を賭けた挑戦でした。幸い、当時は丸の内全体が活気づいていましたから、成績も好調で会社も大きく伸びました。ほかの商業施設の場

2002年の丸ビル出店を皮切りに、都内各地の複合商業施設に

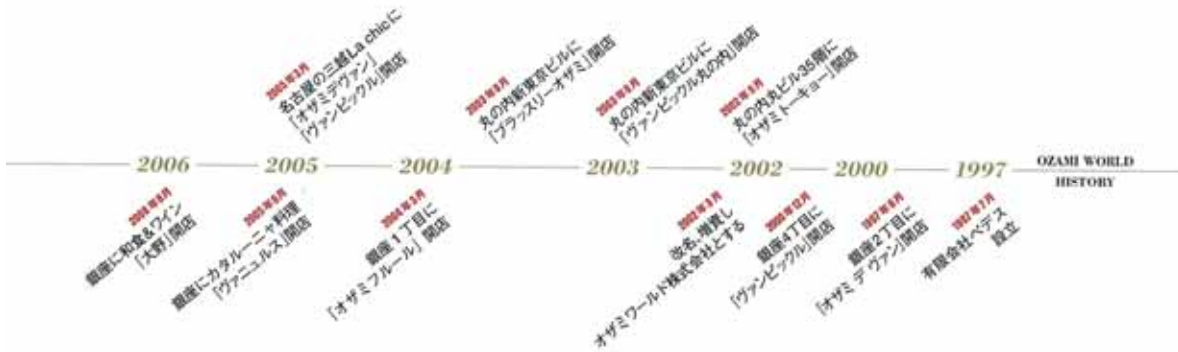
ワインにかかわるレストランを開店し、成功を収めつつワイン文化を広めてきた

オザミワールド代表取締役丸山宏人社長は、現在11店舗を運営する丸山社長に、複合商業施設への出店のメリット、そしてデメリットをお尋ねした。

北村美知子氏
Interview with Makiko Ozami, CEO of Ozami World

合もやはりデベロッパさんからお話をいただいたのですが、そのつど立地や集客力、出店業態、会社全体の経営状況など、いろんな条件やタイミングを考えて検討してきました。

上野アトレの場合は1階の路面なので、商業施設という意識はあまりなかったですね。他袋サンシャインは59階の眺望も魅力ですし、他袋には本格的なレストランも少ない。日本有数のターミナル駅なので、潜在的ニーズはあると思うんですけど、そんな丸山社長は、過去に商業施設



設から撤退した経験もある。三越ラ・シッタに出した店は数字的には最後まで黒字だったが、3年で閉めた。「名古屋にワイン文化を根付かせよう」という意気込みもあってスタートしたのですが、開店当初はよかったものの次第に施設自体の集客力が落ち、お客さまが来なくなりました。名古屋ではオザミ自体の知名度も低く、ワイン業態の需要もなかったんでしようね。そこで、思い切って閉店しました。翌年はリーマンショックだったんで、あのととき店を閉めたのは賢明な決断だったと思います」

開業タツシユの魅力と同時に リスクもあるのが商業施設

店舗に潜在能力があっても、商業施設そのものが衰退すると、運命をともにすることになる。それでも、丸山さんに東京ソラマチへの出店を決意させたものは何だったのか？

「正直、もう商業施設は充分だと思っていたのですが、ちょうどスカイフリーが世界一の電波塔として話題になっていった2年前、過去にお世話になったリトリープの丸山朗社長（14ページ）からお話をいただき、考え直したんです。30階の眺望のよい場所なら丸ビルの時のように数年は開店タツシユが期待できるし、話題の施設への出店はスタッフのモチベーションが上がります。また、東京ソラマチが求める業態はウチしか

・ブラスリーオザミ
東京スカイツリータウン・
ソラマチ店

Brasserie AUX AMIS
Tokyo Skytree Town



ボタンエビのミキユイ

ネナスのマリネの上に新鮮なボタンエビのミキユイ、春巻のサラダを置ね。甘酸っぱいカシスのソースを添えた前菜。夜の11000円のコースより。



北海道 白老町で特別委託肥育
黒毛オザミ和牛の富士山溶岩
遠赤プレート焼き

白老町で育てられた白老牛の溶岩焼き。フレンチフライ、トマト、白老町産の黒木シイタケのソテーを添えて、6000円、8500円のコースのメイン。



「ブラスリーオザミ」
料理長
羽立昌史さん
Masashi Hatada

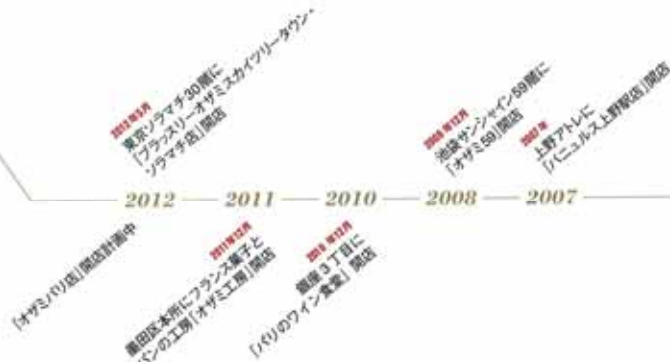
1971年北海道生まれ。「コートドール」を経て、1994年に渡仏。「ラムロワーズ」「ル・ブルターニュ」「レ・ピレネー」などの星付きレストランで3年間務め、ベルギーでも星付きレストランで3年間経験を積む。帰国後、シェフを務めた「オーバカナル等宿」の閉店に伴い、2003年「ブラスリーオザミ」開業時よりシェフとして活躍中。



東京都墨田区押上 1-1-2 ソラマチ 30F
☎ 03-5809-7477
● 11:00 ~ 15:00LO、17:00 ~ 21:30LO
● 無休 ● 昼コース 2800円〜 / 夜コース 6500円〜 ● www.auxamis.com

”店と複合商業施設は
運命共同体。
将来性は自分で
見極めるしかない”

オザミワールド株式会社 代表取締役
丸山 宏人 さん Hiroto Maruyama
1963年東京生まれ。調理師学校卒業後、フランス料理店で料理・サービスの修業をし、91年渡仏。「アルページュ」などの星付きレストランで料理修業後、ブルゴーニュでのソムリエ見習いを経て、パリでソムリエ世界のフォルブブラック氏に師事。修業をしつつ各地のワイン産地を自転車でまわる。帰国後、07年「オザミ デ・ヴァン」開店。現在、銀座・丸の内を中心に11店舗を経営。



「路面店との違いは何だろうか？」
「路面店の場合、一度来店して気に入っていただければ徐々にお客さまが増えてきます。一方、商業施設の場合はマスコミにも取り上げられ、開店グッズが期待できますが、商業施設の客足が減ると必然的に店の客も減るので、路面店に比べて長期的に残れる可能性は低いでしょうね。注意すべきは、その商業施設に将来性があるかどうかです。費用面でも、商業施設では出店も閉店も路面店の倍はかかりますから、会社自体に体力がないと危険ですね。施設側もリスク回避のために、出店前に決算書の提出を求めています」
丸山さんは、出店時はつねに最低の数字を想定することでリスクを回避しているという。商業施設で成功するには、それなりの勝算と覚悟が必要ということだろう。