

その3

「年代を越えて集うバーにしたい」  
“未知の旅”への道案内人  
バーテンダーとして問われるセンス



BAR YAMANOI

業 種 社交業

代表者名 やまの い ゆうぞう  
山野井 有三

創 業 年 平成16年

所 在 地 栃木県宇都宮市江野町2-6  
高橋ビル2階

従業者数 3人

電 話 028・637・8011



ビルの入り口にある看板

◆「カクテルの街・宇都宮」の始まりは…

宇都宮は「餃子ギョーザの街」として有名ですが、「カクテルの街」でもあります。

「カクテルの街」の始まりは、昭和六十二年。第十四回全国バーテンダー技能競技大会（日本バーテンダー協会主催）で、現在の「BAR YAMANOI」のオーナーバーテンダーの、山野井有三さんが総合優勝し、「カクテル・オブ・ザ・イヤー」を獲得してからです。そして、四年連続同大会で宇都宮の「パイプのけむり」のバーテンダーが優勝したことで、「カクテルの街・宇都宮」の名が全国的に定着したのです。以来、若いバーテンダーたちも腕を磨き、現在も新しいカクテルを生み出しています。

「BAR YAMANOI」は、JR宇都宮駅西口駅前から大通りを西へ一・三キロメートル進み、オリオン通りのアーケード街とシンボルロードの交差する一角のビルの二階にあります。周囲には北に県庁舎、南に市庁舎、西に東武百貨店と東武宇都宮駅を抱え、人通りが絶えない繁華街に位置しています。



ずらりとボトルが並ぶ店内カウンター

◆「年代を越え、いろいろなお客様が集えるバーを」と創業

山野井さんは十八歳のとき、調理師を志して京都の洋食屋で見習いをはじめましたが、郷里の栃木県小山市で洋食店を経営していた知人の強い要望で店長を務めることになりました。しかし事務や接客ばかりで「好きな料理をつくらせてもらえない」と調理師になることをあきらめ、その後、知り合いのバーのマスターに勧められてバーテンダーの道に入り、宇都宮市内の老舗バー「パイプのけむり」などで修業を積みました。

平成十六年に約二十年勤めた「パイプのけむり」を辞め、「BAR YAMANOI」をオープン。長引く不況の中で船出でした。店は、約二十坪の店内に二十五席。店のキャッチフレーズは「オーセンティック（英語で「権威のある」「本物の」の意）でカジュアルな雰囲気の中、『店の主役はお客様』という当たり前的事实を実感してください」です。

山野井さんが創業を決意したのは、障害をもっている人、若い人、年配者が気軽に集い、カクテルを楽しむんでもらおうということでした。開店後、その思いは

年を追って実を結び、あらゆる層のお客様が来店するバーとして親しまれています。もちろん、カクテル以外の酒類も楽しめます。

### ◆若い人たちも気軽に来店できる料金設定

山野井さんは、接客の心得を「一人のお客様を大事にすること。一人のお客様を満足させられなければ、十人のお客様も満足させられません。高価なシャンパンの注文があればとか、どこかの会社の社長さんが来てくれれば売りが伸びるだろうなどと考えなくてもいいんです」と話します。

山野井さんはどんなお客様も分け隔てなく接し、行き届いたサービスを積み重ねてきました。そのかいあって、お客様が引きも切らず訪れ、店に活気があります。その理由は、山野井さんとスタッフの接客や、線路の枕木と杉材を使ったフロア、ウイスキー樽のテーブルなど手作り感のある店の雰囲気はもちろん、客単価が平均三千円という手ごろな料金設定にあります。例えば、客単価が五千円で十人来店すれば五万円の売り上げになります。それを二千五百円の客単価にして、二十人のお客様に来ていただくほうが、同じ売り上げでも来客数が多い店の方が活気づきます。山野井さんは、一人でも多くのお客様に喜んでもらいたいと後者のやり方を選んだのです。

このところ、カクテルバーには若い人が増えています。「BAR YAMANOI」の場合は平均三千円とリーズナブルな客単価が魅力になっているのはもちろんですが、ほかにも理由があります。居酒屋などで仲間だけで飲み、会話する機会が多い若い人たちは、ベストと蝶ネクタイで身を固めたバーテンダーが迎えるオーセンティックバーのような、あらたまった場所には慣れていません。しかし、偉ぶらず、そうかといってへりくだりもせず、静かな応対に徹するバーテンダーとの打ち解けた会話をとおして「くつろぎのひととき」を満喫できるようになり、以後、リピーターになっていくのです。

「お客様は店に付くのではなく、人に付くのです」と山野井さん。来客の多い・少ないはバーテンダーの人柄が大いに関係してくる、ということなのです。

### ◆手作りメニューに工夫をこらして売り上げ増、誕生日サービスも

カクテルを注文されるお客様は、まず飲み慣れたものを注文し、二杯目からはメニューの中から探したり、「おすすめのものを…」とバーテンダーに注文します。メニューの中から探すといっても、名前だけで味を想像するのはむずかしいものです。そこで山野井さんは、カクテルを紹介している本にならって、ベースに使っている酒類別に、材料とアルコール度数を表示した写真入りのメニューを手作りしました。このメニューを出すように

なって、お客様は、出来上がり写真と酒の情報を見て味を想像し「次はこれを飲んでみよう」と杯を重ねます。その結果、カクテルの売り上げが二倍になったそうです。

お客様に喜んでいただくのと常に考えている山野井さんは、誕生日を迎えたお客様にスパークリングワインをプレゼントしています。店の窓から通りに向けて栓を飛ばしてもらい、前もって通りでスタンバイしている友だちなどが栓をキャッチできれば、誕生日のお客様は無料にするというサービスです。店内では、ほかのお客様にもクラッカーを渡して、みんなで誕生日を祝います。このサービスは、若い層のお客様にとっても好評です。

「BAR YAMANOI」では誕生日を証明する必要はありません。「『今日が誕生日』とか『昨日、誕生日だった』と言っていただければ、それでOKです」と山野井さんは笑顔で言います。

### ◆おもてなしの心〓お客様を大事に思う心

バーに来られるお客様は、自宅では味わえない雰囲気、会話を求めています。山野井さんは「お酒を飲み、会話を楽しみ、来てよかったというお土産をもって帰ってもらえるような店でありたい」と考えています。

常連客の中には、車いすで来られるお客様や聴覚障害のお客様など、障害をもったお



「BAR YAMANOI」のスタッフ (左から) 山野井さん、奥様の訓子さん、従業員の栗山さん

に点検するのが習慣になっています。

こんなエピソードがありました。

店からほど近いところに自宅がある車いすの常連さんが、「もう一杯！」と追加オーダーしました。山野井さんは帰りを心配し、「今日はもうお帰りなさい」と静かに、そしてきっぱり断りました。その人はしぶしぶ帰ったのですが、次に来店したとき、「この前はありがとう。もう一杯飲んでいたら、帰りの坂道を上れなかったかもしれない」と山野井さんにお礼を言ったそうです。

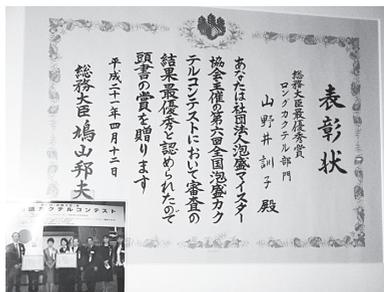
お客様も多いそうです。車いすのお客様がエレベーターで二階の店に来ると、入り口にある枕木の段差を車いすでは越えられないので出迎えたスタッフがお手伝いし、カウンターの席にお連れします。視覚障害のお客様の場合は、耳が敏感なので一人のときはスピーカーの影響を受けないカウンターの真ん中の席を、数人で来られたときは窓際の席を用意し、おしぼりやグラスの位置などを教えます。さらに、フロアにくぎが出ないか、けがをするような障害物がないかを開店前

| 山野井氏の<br>オリジナルカクテルのレシピ |             |   |
|------------------------|-------------|---|
| 「フィールドシンフォニー・          |             | 草原のささやき」  |
| ブルースベリー                | 40ml        |  |
| オレンジジュース               | 30ml        |   |
| レモンジュース                | 10ml        |   |
| ホワイトミント                | 1 tsp       |   |
| シャンパン                  | 適量          |   |
| ブルーキュラソー               | 1 tsp. ドロップ |   |
| (注・tsp = ティースプーン)      |             |   |

「おもてなしのころは、お客様を大事に思う心から自然に生まれるものです。むずかしく考える必要はありません」

### ◆バーテンダーに問われるセンス

オーセンティックバーの誇りを持ち続ける山野井さん。押しつけがましくならないように気を配りながら、カクテルの本当の楽しみ方をお客様と共有したいと願っています。例えば、カクテルは器の選択、素材の割合、色、口に含んだ時の味わい、器に添えたフルーツのカットなど、どれをとってもバーテンダーのセンスが試されます。例えば、山野井さんのオリジナルカクテル「フィールドシンフォニー・草原のささやき」と題したカクテルをお客様が注文したとします。そのお客様はカクテルにつけられた名、器の形状、カクテルの色合い、添えられたフルーツからどんなメッセージを受け取るでしょう。そして、実際に飲んだときの印象は？ お客様は五感を総動員して、未知の世界に誘われることでしょうか。「カクテルを一口飲んで満足の笑みを漏らすお客様の表情は、バーテンダー冥利に尽きます」と山野井さん。



奥様でバーテンダーの訓子さんが受賞した総務大臣最優秀賞の賞状

そのようなことから、バーテンダーは「未知の旅への道案内人」と言われています。

一年目の売り上げは二千四百万円でした。二年目以降は順調に推移しましたが、四年目になって売り上げが初めて前年より四万円ダウンしました。四年目のマイナスがバネになり、平成二十一年の五年目は十一月の時点で三千万円を超えました。山野井さんは単に売り上げの多寡にこだわっているわけではありません。オーセンティックバーとしてお客様に認められるかどうかの「真剣勝負の結果」と考えているのです。

◆ 「宇都宮カクテル倶楽部」 結成、カクテル普及に尽力

平成二十一年には、山野井さんの奥様で同店のバーテンダー、訓子さんが第六回総務大臣杯全国泡盛カクテルコンテストで最優秀賞を、同店のもう一人のバーテンダー、栗山剛さんが「P.B.O. Cocktail Festival 2009」（主催「NPO法人プロフェッショナル・バーテンダーズ機構」）で銀賞をそれぞれ受賞しました。その評判が広まって、お客様のリピート率はこれまで以上にアップしました。

加盟二十四店舗では、ユニークなサービスを行っています。お客様が希望されれば、そのお客様だけの「オリジナルカクテル」のレシピを掲載したカードを発行することです。このカードを市内、県内はもちろん、県外のバーでバーテンダーに見せれば即座に「オリ



「宇都宮カクテル倶楽部」加盟店の位置を示す地図(白抜き数字)。

⑩が「BAR YAMANOI」=同倶楽部のリーフレットから)

とは言え、カクテルはまだまだ日常の飲み物として一般的に普及していないことも事実です。「もっと気軽にカクテルを楽しんでほしい、その味を知ってほしい」と、宇都宮餃子に続くまちおこしを目指す市の商業観光課のバックアップを受けて平成十一年、「宇都宮カクテル倶楽部」を設立。現在も、山野井さんは加盟会員二十四店舗の中心的なメンバーとして活躍しています。



「まちおこしフェスタ」に参加した「宇都宮カクテル倶楽部」のメンバー。テントのなかでシェーカーを振るのは山野井訓子さん

ジナルカクテル」を作ってくれます。「このカードをつくる条件はたった一つ。あまり一般的なでない酒類のレシピの注文はご遠慮を願っています。たいていのバーなら置いてある酒類で、いかにオリジナリティーを発揮するか、加盟店バーテンダーの腕の見せどころです」と山野井さんは熱っぽく話します。

### ◆青空のもとでワンコイン・カクテルをサービス

「宇都宮カクテル倶楽部」は宇都宮観光コンベンション協会の協力を得て、毎年二〜三回、市内でイベントを開いています。平成二十一年十二月には、栃木県生活衛生営業指導センターと栃木県生活衛生同業組合協議会主催の「まちおこしフェスタ」に参加。各イベントでは、同倶楽部所属のバーテンダーが五百円でカクテルをサービスしました。「本格的なカクテルの味を楽しむこともあって評判がいいですね」と、山野井さんは言い

ます。また、同倶楽部の十周年記念として平成二十一年九月に「宇都宮カクテルナイト」を開催。ここでもカクテルをすべて五百円で販売し、好評でした。

「宇都宮カクテル倶楽部」のこうした活動をとおして「BAR YAMANOI」の存在が口コミで広がり、山野井さんらバーテンダーによるオーセンティック（本物）なおもてなしと会話による「くつろぎのひととき」を満喫しようと来店するお客様の数は、このところ確実に増えています。

◆取材メモ

山野井さんは「カクテルの街・宇都宮」を代表する名バーテンダーの一人です。その見識と技量を修得し、「あとに続こう」と、「NP O 法人 プロフェツシヨナル・バーテンダーズ機構」など関係団体が山野井さんを講師に招き、「オリジナルカクテルの作り方」「フルーツの上手なカッピング」などのセミナーを各地で開催しています。山野井さんは、表舞台に出ることのない道具などにも徹底したこだわりをもっています。たとえば、フルーツカッピングに使うペティナイフを開店前に丁寧に研ぐこと。そして、レモンの果汁を逃すことなく、一個を均等に二十枚のスライスにする手業は、お客様の目の前で披露してほしいほどの見事さです。調理師を志したこともある山野井さんの「おもてなし」の心は、こんなささいなことにも宿っているのです。