

・ピザ100名店 ・なんだ! ?この建物は。インパクト大
・日常使いのサヴォイ ・日本のピザの父の店

訪問店舗:ピッツアマン オオイマチ

1995年にオープンしたピッツェリア「中目黒サヴォイ」。本場ナポリの味とスタイルにこだわり、東京のナポリピザの先駆けとなった**言わずと知れた伝説店**。現在は「聖林館」と名前を変えていますが、2010年に「聖林館」のオーナーシェフである柿沼進さんがプロデュースして開店したのが「ピッツアマンオオイマチ」。当時長い行列でかなり話題になりました。

大通りから一歩入った路地に突如現れるかまぼこ型の建物も目を惹きますし、入店してすぐカウンター注文し、ドリンクをその場で受け取りテーブルで待つ**セルフスタイルなども個人的です**。マルゲリータ1300円、釜揚げシラスのマリナーラ1700円、グリーンサラダ900円、生ハム盛り1400円。ランチはピッツア1枚注文ごとにソフトドリンクが1杯ついてきます。ピカンテオイルやタバスコ、カトラリー、水等が一カ所にまとめられ、こちらもセルフになっていますが、専門店では見かけないタバスコがあるのは意外。イタリア系ピザを提供する店が軒並み**譲らないポイントを取って外す意図は自由への挑戦でしょうか**。

生地はもちもちサクサクと軽くて甘い。全体的に塩分はかなり控えめ。トマトの酸味もほど良い感じではありますが、特筆すべきポイントが見つかりません。生地が丁寧に作られてる香りの良さや食感は感じますし一般的に美味しいですが、控えめすぎる塩のせいで印象が薄く、窯焼きしているピッツア店の標準的な味わい、満足度といったところです。聖林館と言えば強い塩味のあるガツンとくるピザを想像していましたので驚きです。本日の作り手の問題かもしれません。**お客様が持つ商品イメージのハードルを越える事は、名物商品を扱うレストランの一番の勝負どころです**。

ほぼ、目的客でリピーターも多いようです。ランチはパスタ等がないので、皆さま1人1枚を食べていますし、サイドメニューでフレンチフライ520円を頼む人が多かったです。オープン前に5組が待っており、並んでいる順に1組ずつ店内に招かれ店頭レジでお会計までを済ませて好きな席に着くので、オープンしてもなかなか店内に入れず寒い外で待ちます。1組30分で回転、追加オーダーの場合はほぼ順番通りに焼いていくのでショートカットはなく20分待ちになります。

ピッツァ職人に愛想は必要ないかもしれませんが、ホール含めて4人が皆真顔で存在感が薄く、流れ作業のようです。もともと聖林館は職人氣質ですが、「ピッツアマン」の**強烈なキャラクターや特徴的な環境、カジュアルスタイルには似合っていません**。

サラダや生ハムなどサイドメニューを頼み、複数枚のピザを注文していましたが、テーブルに乗らないほど一度に出るのではなく、ある程度食べ進み具合から調整して提供している気配を感じました。**看板商品を最もよい状態で食べさせる意志を感じます**。

ある程度美味しい窯焼きピザならどこでも食べられる時代になりました。ですが、シェフや成り立ちやこだわりといった**ストーリーのあるレストラン**に引き付けられるお客様は多く、こちらのお店は今後も根強い人気を保つことでしょう。

ランチで3人、40分少々滞在で8500円超え。接客はほぼ無いセルフスタイルです。ボリュームや味だけで見ればコスパは低めです。ですが、**どれをとっても「取ってなんだろう?」と強引に納得させてしまうほどの、お店の持つストーリーの強さ**がありました。

余計なお世話 : キーワード「ストーリー」「環境・商品・接客の統一」……………

ピッツァの世界に新たなスタイルを確立しようとしたオープン当時の意欲が相変わらず伺えます。ただ、会社の気質でしょうか、接客に重点を置かない淡泊な態度や表情、言動は、**店舗キャラクターや環境に不釣り合い**。特筆するほどの商品が無い中で、「伝説ストーリー」がどれほど長続きするかは疑問ですが、何よりの強み。固定客と共に、**ストーリーを食べに来られる新規様のワクワクを満たす受け皿**が必要です。職人氣質の打ち出しと、**看板商品の徹底した追求**、そして**笑顔**も是非。



覆面調査



訪問つれづれ

マーケティング

時事他