JOUHOKU-X

「弟は絶対に失敗させない」
和食の激戦区・浅草で繁盛店をつくる

くずし割烹　しま正

島田 遼

RYO SHIMADA

島田 遼（しまだ りょう）

台東区浅草出身。高校時代に料理人の道を選び、調理専門学校を卒業。赤坂の蕎麦懐石、大宮の寿司屋、銀座の和食店で腕を磨く。２０２２年１月１日、浅草にて日本酒とおばんざいが看板料理の「くずし割烹 しま正」を立ち上げる。

X

知名度ゼロの和食店を、日本酒好きに愛される店にするために、二人は何をしてきたのか？ 「くずし割烹　しま正」を構える島田遼と、中小企業診断士の石丸優香梨。姉弟で歩んだ繁盛店への道のりを聞いた。

文：外山 武史（中小企業診断士）
写真：石田 紀彦（中小企業診断士）

中小企業診断士

石丸 優香梨

YUKARI ISHIMARU

石丸 優香梨（いしまる ゆかり）

台東区浅草出身。ＷＥＢマーケティングのコンサルティング企業でＳＮＳマーケティングの知見を養う。アパレルメーカーに転職後、ＥＣサイトの戦略立案・ディレクションを行っている。会社勤めと子育てをしながら、経営支援にも携わっている。

「職人として生きろ」父の言葉に背中を押される

島田：僕は子どものころから食べることが好きだったんです。将来は飲食に携わりたいと思い、料理人だけではなく栄養士などの仕事も幅広く考えていました。親父に相談すると「やるなら職人として生きろ。厳しい世界で生き抜けば、人生の強みになるから」と言われたんです。親父は職人じゃなかったんですけれど、自分の腕で食ってきた実直な男。父の言葉に押されて、料理人になろうと思いました。

僕が料理人の道に進んだもう一つの理由は、学生時代の親友「正人」の存在です。毎日のように一緒に遊ぶ仲で、よくお互いの家を行き来していました。彼の家は料理屋で、遊びに行くと、お父さんが美味い料理を振る舞ってくれたんですよ。そのお父さんの影響なのか、正人も「料理人になる」と言っていました。

二人で店を作るのが夢で「人と話すのが好きな自分がホール担当で、料理が上手い正人は料理担当」とかよく語ったりしていたんですよ。やがて「二人とも料理ができるほうが、お店として強いよね」という話になり、やっぱり僕も料理人になろうと思いました。「お客さまのリクエストに、気の利いた料理でパッと応える割烹みたいな店をやろう」と正人と話していた記憶が今も鮮明に残っています。それが今、僕がやっている「くずし割烹 しま正」の原型なんですよ。

「くずし割烹　しま正」店名に込めた熱い魂

島田：学校を出てから僕と正人は別々のところで修行していました。お互い忙しい中で時間をつくって会っては夢を語り合っていましたね。将来二人で店をやることに何の疑いもありませんでした。けれど、二十五歳のときに正人は交通事故で死んでしまったんです。いくらなんでも早すぎるし、突然すぎてすぐには受け止められませんでした。でも、あのとき僕は決めたんです。「俺は正人の分も生きる」って。独立して店名を決めるときには「息子さんの名前を借りたい」と親友の親父さんに挨拶しにいきました。「しま正」の「正」は正人の名前からとっています。二人分生きる決意を店名に込めているんですよ。

「しま正」をつくるまでに僕は十二年間修行しています。最初に修行したのは赤坂の蕎麦懐石。お客さまには社長や議員が多かったですね。舌の肥えた客を満足させるには、食の素材を生かす味付けを知らなきゃいけない。和食の世界で最高峰を目指すと、出汁を利かせて素材の味を引き出す京料理寄りの味付けになるんです。食材の目利きと味付けを学びました。

次は大宮の寿司屋。赤坂で魚を捌くのは日に二、三本でしたが、寿司屋の場合は二十本、三十本とケタ違い。マグロ、ブリ、カツオ、サバ、アナゴなど種類も多い。いつも時間との勝負だし、重労働だし、一日終わったらぐったり。でも、そこで身につけた魚を捌く技と速さは、独立後の強みになっています。

最後は銀座「酒菜おかだ」に移り「しま正」の看板料理「おばんざい」を学びました。「おばんざい」は東京でいう「お惣菜」のことです。うまい日本酒と四季折々の食材を組み合わせた「おばんざい」を振る舞ってお客さまに楽しんでもらいたいと思いました。銀座での学びが「しま正」の土台なんです。

修行の場で計画的に武器を身につけてきましたが、食の世界は生半可な覚悟じゃやっていけない世界です。辞めたいと思ったこともあります。体がキツいのはもちろんだし、料理長の理不尽な要求とか、仕事を舐めている若い子とか、「しばき倒してやろうか」と思った瞬間が何度あったことか（笑）。でもグッと堪えて「まだ勉強できる余地があるよな」と思い直して続けてきたんです。途中で辞めなくて良かったですよ。

料理は作れても経営はど素人

島田：僕が最後に修行した銀座「酒菜おかだ」はとても良い店だったこともあり、すぐにやめるつもりはありませんでした。独立に向けて一気に心が動いたのは、コロナがきっかけです。料理人は拘束時間が長いので、将来のことなどをじっくり考える時間がないんです。コロナの営業自粛のときに時間ができたので独立プランを書き出してみると、自分の中で眠っていた店のイメージがどんどん溢れ出た。そうなるともう独立まで止まれないですよね。僕は料理を作れても経営はど素人。でも、姉の石丸優香梨が、会社員をしながら平日の夜や週末は中小企業診断士になるために必死で勉強していたのを知っていました。正直、どんなことを勉強していたのか詳しくはわからなかったんですけど「経営のことで困ったら姉に相談すればいい」ということだけは頭の中にあったんですよね。だから、独立しようと思ったタイミングで「姉ちゃんの中小企業診断士の知識を俺のために役立ててくれ！俺の店を実験台にしてもいいから！」と相談したんです。

石丸：弟が修行している期間に、私はアパレルとWebマーケティングの会社で働きながら、中小企業診断士の資格を取りました。マーケティングの知識と中小企業診断士の経営の知識を掛け合わせて、「良いものを取り扱っているのにうまく伝えられない企業」を支援したいと思っていたんです。弟から独立の相談を受けた時に感じたのは、弟の頭の中にお店のイメージはあるけれどフワフワしていて言語化・数値化できていないことでした。本人もお店のイメージを書き出してはいたんですけれど、経営計画をつくるために数値的な目標設定を立てた経験はなかったんです。なので、数字の裏付けも弱かった。「日本酒とおばんざいを軸にしたお店をやりたい」とは聞いていたけれど、肝心要のコンセプトももやっとしていたんです。具体的に、ターゲットは何歳くらいの日本酒好きなのか、地元客なのか観光客なのか、土日・平日のランチ・ディナーの割合はどうするのかなど二人で話しながら、細かく、細かく、言葉と数字に落とし込んでいきました。お店の内装やロゴ、メニュー構成、販促物など、全てはコンセプトが基点になるからです。

救えなかった母の店 弟は絶対失敗させない

石丸：経営経験のない三十二歳の弟が、数千万円の借金を背負って浅草にお店を出すのは相当ハードルが高いです。

JOUHOKU-X

店のウリは、こだわりの食材と銘酒、カウンター席で花咲く大将と客の酒談義。（写真提供：くずし割烹　しま正）

石丸：出店は勢いに任せてやっていいことじゃないと私は思います。特に飲食業界は廃業が多いですから、一、二年でお店が潰れて借金を背負うようなことは絶対にさせたくないと思っていました。

そもそも、私が中小企業診断士を目指した一番大きなきっかけは、母の経営するブティックを支えられなかった悔しさだったんです。母はとびきり明るい人で、パワフルな商売人でした。私はそんな母に憧れていたし、弟がお店を開いたのも、母の生き方を見てきた影響が大きいんじゃないかと思います。母のブティックは小さな会社でしたけれど、六本木と赤坂という家賃も高く、お客さまの見る目も厳しい場所で店を構えていたんですよ。自分で香港や中国に買い付けに行き、選りすぐりの商品を並べていました。それこそ、品揃えで差別化できていたと思うんですが、その良さを伝える術がなかったんです。リーマンショックの影響もあって贔屓のお客さまのお財布の紐も固くなり、お店は傾いてしまいました。だから、私は、資金が潤沢ではない会社でも良いものを世の中に発信するために使えるWebマーケティングを学び、次に包括的な支援ができる中小企業診断士を目指したんです。

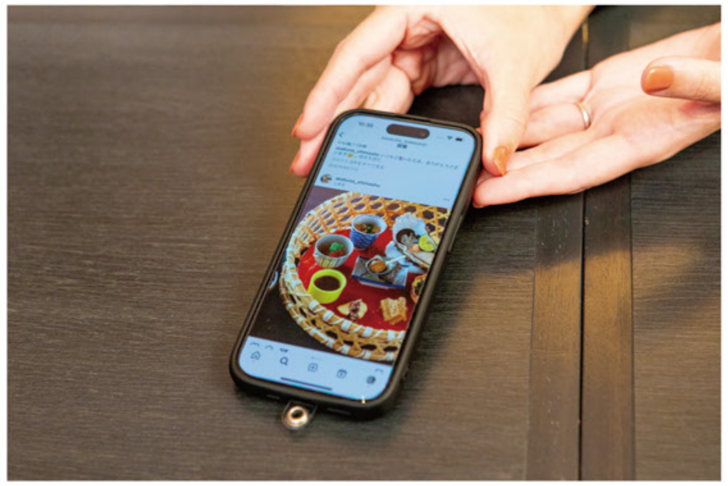
弟は夜中の二時、三時まで働いて、ゆっくり休む間もなく翌朝に築地や足立の市場で旬の食材を集めています。こだわりのお酒も、素材を活かした料理も、お互いを引き立てています。でも、それを自分から発信しないことには誰にも伝わらないんです。

島田：姉の言う通りで、自分の料理には自信がありましたが、「しま正」を知っている人がほとんどいなかったので、最初は集客が課題でした。店が地下にあるから、フラッと入ってくるお客さんもいないんです。姉にチラシをつくってもらって、それを店頭で配ったり、ポスティングをしたり。営業中も手が空いているスタッフにポスティングをお願いすることもあるし、自分で配りに行ったこともありました。チラシ配りやポスティングで半年くらい駆けずり回っていましたね。

石丸：チラシ配りとポスティングを地道にやりながら、SNSとGoogleマイビジネスでの情報発信も並行してやりました。ネットで検索して出てこないお店は、存在していないのとほぼ同じです。Googleマイビジネスの情報は検索やマップに反映されるから、情報が充実すれば看板を出すよりも効果があります。大事なのは、お酒や料理、イベントなどの情報をこまめに更新しながら、口コミを獲得することです。来てくれたお客さまにもお声がけして口コミをお願いしました。口コミの信用がお客さまを呼ぶんです。

一日の売上三千円 心労で体重八kg減

島田：毎日コツコツSNSとGoogleマイビジネスから発信して、口コミを集めていたものの、安定して集客できるようになるまでは時間がかかりました。最初の数ヶ月はめちゃくちゃ暇だったんです。酷いときは一日の売上が三千円。時間だけはあるから余計なことも考えるじゃないですか。精神的にキツくて八kgくらい痩せちゃって。毎日顔を合わせている家族の変化って普通は気づきにくいじゃないですか。それなのに家族にめっちゃ心配されたということは、よっぽど僕の顔がやつれていたんだと思います。実際のところ、お客さまは来ないし、お金は減るし、先行きが全然見えなかった。あんまり悩む性格じゃないんですけど、あのときばかりはかなりメンタルをやられていましたね。姉は情報発信が大事っていうけど、お客さまが来る手応えを感じられなくて「これ、本当にやって意味あんのかな？」って死ぬほど思いましたよ。



石丸：SNSやGoogleマイビジネスの施策は効果が出るまで時間がかかるものなんです。SEO（※検索エンジンからサイトに訪れる人を増やすことで、Webサイトの成果を向上させる施策のこと）と同じように、SNSやGoogleのアルゴリズムに「信用できる情報」「有用な情報」と認識されないと、検索の上位には反映されません。上位に出てこないと、お客さまに見つけてもらえないんです。効果を出すためにやれることは本当に地味で、おいしそうに見える写真を撮って、マメに投稿してと言う具合に、ユーザーが興味を持つ情報をコツコツ発信していく以外にないんです。最低でも三ヶ月から半年くらいかかって、ようやく効果が出始めます。

島田：インスタグラムにも慣れていなかったから、最初のころは姉から「この写真見栄え悪いから撮りなおして」と、よくダメだしを食らっていました。でも、「こうやって撮影したら、料理のシズル感や立体感、彩りを感じられる写真になるから」という具合に姉がお手本を見せてくれました。それでもときどき、投稿の間隔があいてしまうと姉から突っ込まれて、言い訳しようものなら「自分から情報発信しないで誰がここに来るの？」と正論パンチを食らっていましたね（笑）。厳しいけれど、こんな風に、相手のために正しいことをビシッと言えるのが、ウチの家族のいいところなんですよ。

「くずし割烹　しま正」のインスタグラム。フォロワーの反応が乏しくても地道に投稿し続けた。

JOUHOKU-X

「ふだん肩を組んだりします？」と問いかけると「しません」と笑った。

地道な情報発信に インフルエンサーを絡める

石丸：最初は苦しかった「しま正」も今は「浅草 和食」などでGoogle検索すると上から四番目くらいに出てきます。写真の撮り方を工夫したり、投稿内容を精査したり、投稿頻度を高めたり、双方向コミュニケーションを意識したり…やっていることは地味です。でも、一つひとつ地道にやり続ければ、結果は出るものなんですよ。

島田：フォロワーが二万人近くいる著名なインスタグラマーにお店に来てもらい、日本酒の情報を発信してもらったこともあるんですけど、あれも姉の力がなかったら無理だったと思います。そのインスタグラマーさんがきっかけで、日本酒好きのお客さまが増えました。

石丸：インスタグラマーさんにはDM(ダイレクトメッセージ)からアプローチして来てもらいました。SNSの距離感ってけっこう難しいんですよ。馴れ馴れしいのはダメだし、固すぎるのもダメ。適度に絵文字を使いながら、フランクに。弟にはちょっと難しいかなと思いました。

島田：姉の言う通りで、僕がやっていたら「お世話になっております」から始まるカッチカチの文章を送って返信もらえなかったと思います（笑）。インフルエンサーの話で言えば、ついこの間も、チャンネル登録者数三十二万人のユーチューバーユニットの方が、ネットで「しま正」を見つけて、店で撮影してくれたこともありました。これも地道な発信の一つの成果だったのかなと思います。

情報発信以外のところでも、今一歳の子どもを育てている姉の意見はすごく参考になりました。お店は浅草にあるんですが、店の前の通りを見ると、土日はファミリー層も結構多いんですよ。でも、ベビーカーの子連れのお客さまって入れる店が限られているんですよね。だから、ウチの店はエレベーターがある物件に決めましたし、店内でも過ごしやすいようにバリアフリーのつくりにしました。これらは全部姉の助言を聞いて決めたことなんですよ。自分は男だし、子どももいないですから、姉と違って家族連れのお客さまの困りごとまでイメージできていなかったです。やっぱり姉に相談して良かったと思いました。

集客力が上がり 強みに磨きがかかる

島田：開店して半年くらいからお客さんも売上も増えて、仕入れにお金をかけられるようになりました。おばんざいのきんぴら一つにしても、選りすぐりの素材でつくれるようになります。お客さまが少ないと、食材が余るのが怖くてあまり仕入れられないんですよ。おばんざいは素材の味を活かす料理だから、仕入れが命なんです。僕自身、日本酒が大好きで、しょっちゅう飲み比べているから、どんな食材にどんな酒が合うのか知っています。例えば、「だし巻き玉子」など繊細な出汁を利かせたメニューには、料理の味をつぶさない「而今」「寒菊」などの吟醸や大吟醸、バランスの整った酒を合わせます。こんな風に、料理と酒の楽しみ方を無限に広げられるのがウチの強みです。そして、この強みを出せるのは、安定してお客さまが来てくれることが前提なんですよ。

石丸：集客面の課題は克服できたと思いますが、うまくいっている話だけではないです。せっかくお客さまが来てくれているのに、今度は人手が足りません。生産性を上げながら、採用と育成に取り組んでいくことが課題です。人手不足の問題は、飲食店の宿命。人をどう雇って育てるかというのは、弟と二人でずっと考え続けなきゃいけないことだと思っています。

島田：売上を伸ばすためにお客さまをいれなきゃいけないんですけれど、質が落ちたら本末転倒じゃないですか。質を落とさないためにメニューを絞っているのが現状なので、もう一度、体制を立て直さなきゃいけないと思っています。人手不足をはじめとして、食材や光熱費の高騰など、足元にはいろんな課題が転がっているんですけれど、それを乗り越えて「浅草の『しま正』に行けば、うまいものにありつける」と思われる店にすることが目標です。それと、最初にも言いましたけれど、僕は「しま正」の名前を背負って二人分生きていくと決めているんです。「もしあいつが生きていたら、どんなお店をやりたかったんだろう？」と考えながら、今日もまな板の前に立ち続けています。

店舗情報

■くずし割烹　しま正

くずし割烹とは、固定観念に捉われない独創的な日本料理のこと。浅草駅から徒歩６分。和食の堅苦しさを払拭したカウンターメインの気軽な雰囲気で、日本の食文化であるおばんざいや日本酒を堪能できるのが「くずし割烹 しま正」です。

■住所：〒111-0032
東京都台東区浅草１丁目 12-8 B1F
■電話：03-5811-1937
■席数：26 席（テーブル席 10 席、カウンター 10 席、半個室６席）　※貸切可

■Google ビジネスプロフィール
https://tinyurl.com/yvx8cv87

■Instagram
(@asakusa_shimasho)

ASAKUSA_SHIMASHO