BAR EVITA.

おもてなしの心を伝え、業界・地域の結束を強め難局を乗り切る

お酒を通して豊かなひとときを提供する、大人だけが楽しめるバー。一杯ずつ丁寧におもてなしの心を添えて、ここでは非日常という体験をワンランク上の銀座の夜を演出するオーセンティックなバー、BAR EVITA. である。

住所：〒 104-0061 東京都中央区銀座8- 4-24 藤井ビル9F
創業：2004（平成 16）年
従業者数：3人
https://bar-evita.jp

background 背景

BAR EVITA. は、ビジネスマンの往来が多い東京の新橋に近く、カウンター席をメインにテーブル席と個室があり、ビジネスやプライベートを問わずに、肩ひじを張らずに過ごせるバーである。ビルの9階にあるため、外の喧騒とは無縁の銀座らしい静かで落ち着ける、居心地の良い空間を提供する。

BAR EVITA. では一杯ずつ丁寧におもてなしの心を添えてお酒をじっくり味わっていただけるようにと、最良のサービスを心がける。四季折々のフルーツや新鮮な野菜を組み合わせたオリジナルのフレッシュフルーツカクテルなど、メニューを 1 週間ごとに変えているのも常連客には好評だ。

また、「マティーニ」「サイドカー」「スクリュードライバー」などに代表されるスタンダードカクテルの魅力や浪漫を感じられるように提供している。そして、数量限定のウイスキー、年代もののブランデーなど、貴重なお酒も取り揃えて、人生の彩りに、特別な日には特別なお酒を、一期一会の出会いのような稀少なお酒との巡り合わせも提供している。そのような特別な場所を提供してきた BAR EVITA. でさえも、コロナ禍の自粛要請にあっては客足が遠のいた。

連合会／お客様／営業者の声

私はこの店のオーナーでもありますが、一般社団法人銀座社交料飲協会（GSK）の理事長も務めています。2020 年はコロナ禍で皮肉にも時間的余裕ができたこともあり、この地域周辺の他店とのコミュニケーションを図ることができました。これによりクラスター感染を引き起こさない対策を講じたのです。これが奏功して、GSK 独自の感染予防のガイドラインも他店から受け入れてもらえたのです。お客さまとの距離の近いクラブでの、マスクとフェイスシールドの併用を受け入れてもらいました。こうした腹を割っての話し合いは皆との協力態勢の重要さを認識できましたし、一業態だけではなくさまざまな業態との連携によって銀座の街を良くしていく気持ちが、皆に生まれました。やはり業界組織・団体への加入は重要であったと痛感しています。業界組織や地域での結束が強まれば、銀座の文化も守れ、経済にも良い影響があると考えています。［店主談］

action 取組

感染防止策を万全にしてコロナ対策に臨む

路面店とは異なり気軽に来店いただけない店舗なので、9階でも再来してくれるおもてなしを提供することをモットーに、これまでも営業を続けてきた。創業から10年ほどの間は、今日の自分のおもてなしはどうであったかと、従業員各人が自己採点してサービス向上に努めてきた。そのような努力によって洗練されたおもてなしを提供でき、路面にある店舗に比べると顧客数は多くはないがリピート率は非常に高く、常連の顧客がほとんどである。

アクリル板を設置したカウンター席

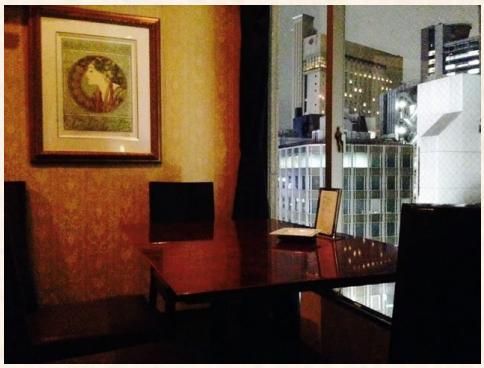
新型コロナウイルスの感染拡大による緊急事態宣言後の4～5月は完全休業にしたが、6月に入り時短営業で営業を再開。多くのビジネスマンは在宅勤務でリモートワークになったが、時折会社に出向く人たちが帰宅時に寄ってもらえるようにと、午後4時からの営業でサンドイッチなどの軽食を準備した。この営業再開の情報をSNSなどで発信すると、すぐさま常連客が来店してくれた。一人ひとりの来店客に一杯ずつ丁寧におもてなしの心を添えて、いままでと変わらぬ接客で美味しい酒と心地よい場をしつらえた。

バーテンダーは2メートル以上の距離をとっている

また、感染症予防策として、お客さまには入店時に検温のご協力をいただき、消毒用のアルコールスプレーを手元に置いた。もちろんカウンター席は6割に減らし、テーブル席は8人掛けを4人掛けに、アクリル板の設置も行った。従業員とお客さまのカウンター越しの距離は2メートル程度だが、マスクは必需品となった。

future 今後

銀座、新橋界隈の店は大人の社交場として長い歴史を持つが、誰に対しても寛容なところもあり、個人も楽しめる。お酒を飲まない、飲めないときでも、飛び込んでみると、温かく、居心地の良さを提供してくれる。「その時」を格別な時間にしてもらうためにも、来店客のその日の気分や好みの味に応えていく。バーテンダーは“人間メニュー”と呼ばれ、お客さまのリクエストに合わせたオリジナルカクテルを提供してきた。今後も、コロナ禍のような状況のなかであっても来店してくれたお客さまには、これまで同様の「おもてなしの心」を提供していくという。


店内の客席位置も感染対策で工夫をした

AQUAVIT

変わらぬ心のこもった接客と、集客策は近隣店舗との連携で

AQUAVIT は名古屋市の繁華街である錦三丁目にあり、バー文化をけん引し見守り続けてきた名古屋を代表する老舗バーのひとつである。心がこもったカクテルは気持ちを和ませると評判で、大人の隠れ家としても愛されている。

住所：〒 460-0003 愛知県名古屋市中区錦 3-13-32
第四錦ビル 4F
創業：1985（昭和 60）年
従業者数：1 人

background
背景

バーテンダーである店主は、惜しまれて閉店した名古屋の名店で修業を積んできた人だ。その後、名古屋市内の栄の繁華街である錦三丁目の「錦三」に AQUAVIT を創業し、以来 25 年にわたって名古屋のバー文化をけん引してきている。店主のつくるカクテルは、素材の味が生きており、心がこもったカクテルであると評判だ。AQUAVIT は、一人でも気軽にお酒が楽しめる、大人の雰囲気を醸し出すバーである。

コロナ禍においては、同店が入居するビルからの要請もあって 2020 年3月から営業を自粛、緊急事態宣言の期間を含めて約3カ月間休業した。宣言前の4月初めに少しだけ店を開けたが、顧客は一人も来なかった。6月から再開したものの顧客は戻らず、売上は例年の8～9割減となった。

名古屋市内のこの地域の店に来る顧客は大企業の社員が大半であり、飲み会の自粛が社内で徹底されているのが影響したと思われる。愛知県内でも地域によって新型コロナウイルス感染拡大の影響度は異なり、特に名古屋の繁華街が大きなダメージを受けている。このまま感染拡大が収まらなければ、営業時間短縮・休業要請などにより店と経営者や従業員が疲弊していくことになる。

連合会／お客様／営業者の声

With コロナの時代に世の中全体が大きく変化しています。それに伴って、お酒の飲み方や集まり方も変わらざるを得ないでしょう。何が正解かはわかりませんが、新しいカタチを考える余地はあると思いますし、いまできることを何でもやっていくことしかないと思っています。

環境が変わっても、癒しの場、家に帰る前のワンクッションとなる場所が必要であることは変わりません。私たちはそのような大切な時間・空間を提供しているという自負を強く持ち、最大の感染対策を行って、「ここなら安心して飲める」ことを実感してもらえれば、次の来店や他の顧客へとつながっていくことを願っています。［店主談］

action 取組

感染予防対策を万全にして「きんさん」を守る

店内では、カウンターの内側と客席を仕切るために、アクリル板を端から端まで並べた。さらに、顧客同士の呼気が交わらないように、２席おきにアクリル板を置いた。客席はコの字型にアクリル板に囲われ、安心感のある空間をつくり出した。そして、顧客用の消毒液を入口に置き、カウンターはこまめに消毒、入口の扉を時々開放して換気に気を配っている。

６月からの営業再開で、店主は「もしかしたら一人でもお客さまが来てくれるのではないか」と思って店を開いたという。すると、年に数度ではあるが来店してくれていた馴染み客が出張のついでに立ち寄ってくれた。このお客さまとは 30 年来のお付き合いがあり、店の状況が心配になり来店してくれたのだという。店主のこれまでの顧客との心のこもったお付合いの積み重ねが、このようなエピソードを生んだのであろう。

店内カウンターにはアクリル板が設置された

AQUAVIT が入居する錦成ビルでは、「錦三の夜を盛り上げたい!」と願い、錦三で“食べ歩き＆はしご酒”を楽しめるイベントの「きんさん de ないと」を 2010 年にスタートさせ、今回で 10 年目を迎える予定であった。錦三飲み歩きイベントの「きんさん de ないと」は、毎年、春と秋の年２回開催しており、いまでは夜の街を彩るビッグな恒例イベントへと成長した。

「街全体で安心して飲める場を提供し続けたい」と話す店主

しかし、2020 年は新型コロナウイルスの感染拡大防止のために中止となった。代わって、愛知県の「Go To Eat キャンペーンあいち」を利用して、甚大な影響を受けている錦三飲食店を紹介、「Go To きんさん de EAT キャンペーン」を 2020 年 10 月から翌年３月にかけて実施している。この錦成ビル飲食店応援プロジェクトに参加する AQUAVIT も、“プレミアム付食事券でお得に飲食”での今後の来客が期待される。

future 今後

このような状況では、一店舗ごとに別々の行動をするのではなく、飲食店応援プロジェクトのように皆が一つになって活動していくことが重要である。また、名古屋市の栄は東海地区最大の繁華街と言われ、そのように言われる街としては、客引きがいない、安心して歩ける街、全国から取材に来るようなモデル地区にしていくことが望ましいと考えている。

そうした安心できる街づくりを、新型コロナウイルス感染症対策でも実施していく。業界団体から出ている感染防止ガイドラインの徹底によって営業をし、安心して飲んでいただけるバーをめざしたいという。

Go To きんさん de EAT キャンペーンのパンフレット