



フライパンを振るコック姿をデザインしたC.D.TAKOHのロゴと、その下にモンブランのロゴを刺繍。「信頼できるブランドを着ている、という自負はあります」と田幸さん。



田幸

オーナーシェフ

C.D.
TAKOH
シェフ 田幸

和純

「大切なのは、究極のアンビエンス。」
ユニフォームも演出の一部です。

一見では入店できない紹介制の洋食レストラン、C.D.TAKOH。その営業スタイルゆえに情報は一切公開されず、まさに知る人ぞ知る存在です。今回はモンブランのユニフォームをご着用いただいているご縁で、オーナーである田幸和純シェフへのインタビューが実現。各界の著名なゲストを数多く迎えてこられた田幸シェフに、店づくりやユニフォームについて、お話を伺いました。



PROFILE

「C.D.TAKOH」オーナーシェフ。19歳で料理の道に入り、29歳で開業。修行時代から現在に至るまで、時間と手間と鍛錬が必要な「洋食」というジャンルにこだわる。店名のC.D.はCreative Dishesの意。テレビドラマや映画等で、役者への料理所作のアドバイスなども行う。趣味はフォーミュラカーレース。

「紹介制」という営業スタイルを選んだ理由

この店は一見の方はお断りをしていて、お客さまの紹介でなければご入店いただけません。ですから、電話もホームページもありません。テレビや雑誌などのメディアにも一切出ませんし、店内の撮影も禁止させていただいています。

ではなぜ、このような営業形態にしているのか。それは、心地よい時間をご提供したいからなんです。レストランが美味しい料理をお出ししていれば流行る時代は、もう終わりました。広さ、照明、インテリア、音楽、スタッフなど、無機物と有機物に関係なく、その空間が醸し出す雰囲気や「アンビエンス」と言うのですが、このアンビエンスが流行る店・流行らない店を分けるとしています。

例えば、初めて行ったお店のドアを開けたときに、どんなに照明やインテリアが美しくても、ガヤガヤ騒がしければ、その店は「うるさい店」という印象になってしまいます。僕はアンビエンスの整った空間で大切なお客さまをおもてなしたいので、紹介制という営業形態を選びました。

ユニフォームも、アンビエンスを構成する大切な要素。雰囲気づくりのためのひとつの要素と考えています。一生懸命料理を作ったからといって、汚れた白衣でお客さまの前に出るのは違う。それは僕の矜持が許さないというか、美学に反することですね。美しいものが美味しいのと同じで、ユニフォームにも機能や美しさが必要だと考えています。



少数精鋭のスタッフ陣は、調理はもとよりホールも担当。ソムリエの資格も持つスタッフの杉本裕希さん(↓写真右)は、ユニフォームについてこう語ってくださいました。「良いものを着ていると気持ちもキリッと引き締まりますし、サービスの際も、自信を持ってお客さまの前に出ることが出来ます。機能性ももちろんですが、気持ちの部分でもプラスに働いていますね。黒地に白のロゴがよく映えますし、デザインもスタイリッシュなので、お客さまから「変わったね」「かっこよくなったね」と褒めていただくこともあります。」



ユニフォームは仕事服であり、舞台衣装でもある

僕は開業して、今年で19年目になります。これまでにそれはもう、たくさんのユニフォームを着てきました。僕らの修行時代のコック服は、ひどいものだったんですよ。でも今は自分の意向に合ったものを選べる、自分の店に合ったものをオーダーできるようになりました。良い時代になったなと思いますね。質の良いユニフォームは、料理人の地位も上げてくれました。今回は開業19年目にして初めて、黒を選びました。黒は高級感のある色ですし、今までは全く違う印象を演出する狙いもありました。今はシェフが料理だけでなく、サービスも兼ねることが多くなっています。そうすると、表に出るときにはパリティとしていないといけません。料理や仕込みをしながら、お客さまの前に出て

も耐え得る性能とデザインを求めた結果が、このユニフォームだったんです。水陸両用というか、中表兼用ですね(笑)ユニフォームはシェフにとって、舞台衣装みたいなもの。これは非常に舞台映えます。スタッフも仕込みの時からずっと着用しているので、動きやすいんでしょうね。僕はユニフォームをイメージアップのひとつの手法として使っていますが、現場の仕事服としての機能も十分に果たしてくれている。1日のフル稼働の営業に耐えられる、ユニフォームとしてはこの上ないクオリティです。できれば、趣味でやっているレース用のスーツも作ってほしいぐらいですね(笑)

