

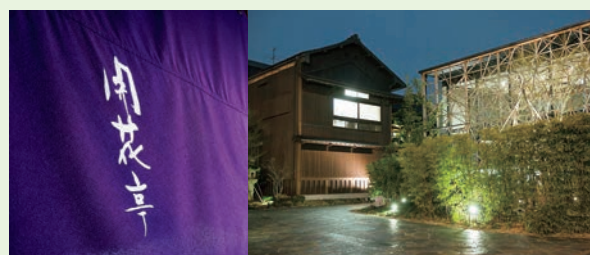
地元福井の食を愛し、担い手を育て、  
食から始まるコミュニケーションをデザインする

## 創業明治二十三年の老舗料亭 開花亭

調査研究部 主任研究員 辻野 秀信

### 概要

企業名 合資会社 開花亭  
所在地 福井県福井市中央3-9-21  
代表者 開発 毅 (かいほつ たけし)  
創業 1890 (明治23) 年  
設立 1949 (昭和24) 年  
従業員数 38人  
事業内容 料亭、高級弁当・食品販売  
U R L <https://www.kaikatei.biz/ryoutei>



福井市の中心部を流れる<sup>あすわ</sup>足羽川のほとり、春には桜並木が美しいこの場所に、創業明治23年の老舗料亭「開花亭<sup>かいかてい</sup>」がある。国の登録有形文化財となる本館と、世界的建築家・隈研吾氏が設計したモダンな新館「開花亭 sou-an (草庵)」が並び建つ景観は、伝統を継承しつつ新たな価値へと昇華させるこの店の在り方を象徴している。

### 明治23年の創業から受け継がれる伝統

開花亭の名は、中国・唐代の詩人李白の詩の一節「<sup>りょうにんたいしやく</sup>両人对酌して<sup>さんかひら</sup>山花開く」に由来する。人が出会い、盃を酌み交わすことで、まるで周囲に美しい花が咲き誇るかのような情景が生まれる——そのような、出会いの喜びや心通うひとときを大切にしたいという想いが込められている。

創業以前は三国湊から足羽川をさかのぼって運ばれる海産物を扱う問屋だったが、初代が料亭へと転身<sup>だいいんぜんじ</sup>。大安禅寺の山を売却し、その資金と木材を投じてこの地に



創業時の200畳の大広間

壮大な屋敷を構えた。200坪の敷地に200畳の大広間を備える

数寄屋造り。当時の福井市役所に隣接する好立地も相まって、人流の要衝として栄えた。

しかし、昭和20年の福井空襲で全てを焼失し、再建した建物も昭和23年の福井地震で倒壊。それでも、先々代主人は災厄のたびに不屈の精神で立ち上がり、店舗を再建した。現在の主屋<sup>おもや</sup>は、昭和23年11月に建てられたものだ。

その後、朝鮮戦争を機とした県内繊維産業の活況、さらに高度経済成長期を経て、開花亭は地元政財界のサロンとして全盛期を迎える。玄関に入ると客室までの動線が左右に分かれるが、これは競合他社や政治的に対立している人同士が建物内で鉢合わせしないよう、地方都市ならではの濃密な人間関係に配慮したものである。

### 老舗料亭5代目が挑む、「開花亭の経営哲学」

現在の5代目主人・開発毅<sup>かいほつたけし</sup>氏が店を継いだのは1991 (平成3) 年、23歳のときだった。東京の大学を卒業後、そのまま都内の会計事務所に勤めたが、早くに父を亡くしていたこともあり、祖父と母を支えるための決断であった。

会計の現場にいた経験から、帰郷後すぐに帳簿を精査すると、店の経営が決して盤石でないことを知る。「こんな小さな会社<sup>がくぜん</sup>でこれまで自分を育ててくれたのか」と愕然とする一方、家族の苦勞の大き

さも思い知った。同時に、新たな店主として、変わりゆく街の姿や旧態依然とした店のあり方に強い危機感を抱いた。中心市街地の空洞化や郊外型商業施設の進出により人の流れが変わり、接待需要などの減少によって、経営環境は厳しさを増していたのだ。そんな中で、この老舗の看板をどう守っていくか。

「何もしなくてもお客さんが来てくれるような時代は終わった。攻めの姿勢に転じなければ、生き残ることはできない」。それは、中心市街地の衰退と老舗の伝統に対する、若き5代目主人の挑戦の始まりだった。

まず着手したのは顧客管理の徹底だ。ITを導入し、自作のデータベースで来店履歴や嗜好を記録する。「昨日と同じ料理は出さない」「苦手食材は事前に把握する」といった心遣いを仕組みに落とし込んだ。当時の料亭では「お任せ」が常識であり、お品書きもないのが通例だったが、あえて事前に献立を提示した。異例の試みに常連客の一部から批判もあったが、結果としては顧客全体で満足度は向上した。

開発氏は自身の取り組みを「コミュニケーション成就業」と定義する。料理を売るのではなく、ここで時を過ごすことによって人間関係を結実させる——その“場”と“記憶”を提供することこそ本質だとする哲学だ。

開発氏の視点は店舗経営にとどまらない。福井市の都市構造や地域経済にも強い問題意識を持っている。福井市は郊外開発が進み、中心市街地の空洞化が進んだ地域でもある。こうした状況を打開すべく、「歴史の見える街づくり」という方向性が打ち出され、保存と活用を両立させる都市政策が模索されてきた。開発氏自身も青年会議所や都市計画の活動を通じて街づくりに関わり、地域の人々とともに、開花亭がある浜町の街づくり協議会の設立にも関わった。

料亭という存在は、単なる飲食施設ではなく、地域文化の核となり得る。開花亭はまさに、地域の歴史・文化・経済をつなぐハブとしても機能してきた。

### 隈研吾氏による新館設計と「文化財登録」の秘策

開花亭は、ブランド価値の維持と進化のため、本格的な懐石料理をカジュアルに楽しむことができる新館「開花亭 sou-an (草庵)」を2008年に建設した。

2000年頃から客層が変化し、従来の男性中心の法人接待に依存する経営は限界を迎えていた。典型的な料亭文化から脱し、新たな顧客、とりわけ女性

層を取り込む必要があった。

そこで白羽の矢が立ったのが、建築家・隈研吾氏だ。当時はまだ現在ほど広く知られておらず、著書『負ける建築』を出版し、建築界で注目を集め始めていた頃だった。開発氏が隈氏に依頼した新店舗プロジェクトでは、建物そのものだけでなく、街づくりとの関係性も重視された。福井を訪れた隈氏は、まず周辺街区を歩いて回り、店と街の関係性を丁寧に読み取ろうとした。その姿勢に開発氏は深く共感したという。隈氏が示した方向性は、「従来の接待文化の象徴であった開花亭の価値を損なわず、新しいコミュニケーション空間を創る」というもの。提案されたのは、全面をガラスで覆い、竹林のように細い柱を林立させる、斬新かつ大胆なデザインだった。



本館に並び建つ新館「開花亭 sou-an (草庵)」

しかし、このプロジェクトは、着工直後から絶体絶命のピンチに陥る。立ちほだかったのは「消防法」の壁。既存の建物に手を入れたことで、消防法が適及適用され、スプリンクラーの設置が求められたのだ。敷地内に防火水槽を設ける余地はなく、営業許可が下りなければ数億円規模の計画は頓挫する。窮地の中、隈氏から「国の登録有形文化財であれば特例適用が可能だ」と提案された。

「リノベーションしようとしている建物を文化財に？」と耳を疑う開発氏をよそに、隈氏は文化庁へと働きかけ、文化財保護の観点から消防法の特例適用を引き出すという策に打って出た。そこからは時間との戦いで、竣工予定日の1週間前に文化財登録の答申が出るという綱渡りだった。

しかし、新聞に「開花亭、登録有形文化財へ」の記事が出た瞬間、形勢は逆転した。行政も県も、そして世論も「文化財を守れ」という方向に動き出し、こうして誕生した開花亭の新館は、単なる飲食施設の枠を超え、福井の新たなランドマークとなった。

### 看板商品「蟹の淡雪」の誕生秘話

2016年に、専用調理施設「開花亭 kuri-ya (厨)」を開業した。弁当や鯛・海老・蟹の生ふりかけなどギフト商品の需要に対応するため、料亭の厨房と切り離れた製造体制が必要となったのだ。

きっかけは、生産が追いつかないほどの大ヒットとなった「蟹の生ふりかけ」。実はこのふりかけは、日本航空や全日空のファーストクラスで、ご飯のお供として提供されていたものだ。市販はしていなかったものの、限られた場面ながら確かな支持を得ていたことから、「これをきちんと商品として販売しよう」と本格的な商品化に踏み出した。

商品化前のタイミングで参加したテレビ番組『全国ふりかけ選手権』において、県代表、中部地区代表となり、放送回の週を追うごとに注目を集め、最終結果は全国1位となった。アドバイザーとして加わった百貨店のバイヤーの「これはたいへんなことになる」という予想的中し、一夜で6万個の注文が殺到。発送まで2年待ちの人気商品となった。全国の百貨店からの引き合いが相次ぐなか、生産は1日20個が限界であったことから、急ぎ生産体制を再構築すべく専用施設を整備した。さらに新型コロナウイルスの感染拡大によって百貨店からの注文が途絶えるようになると、ケータリングビジネスの拠点としても展開。2021年6月には低手数料の独自デリバリーシステム「スマートレストラン福井」を立ち上げ、地域飲食店と連携した持続可能なモデルを構築した。

### 福井から世界へ——開花亭が進めるガストロノミー戦略と世界的シェフとの出会い

海外からの旅行者は多く来ているものの、「期待感からすると、まだまだ」だという。そこで、京都や金沢といった近隣の強力な観光地に引けを取らないインバウンド誘致を目指し、開花亭は果敢に世界に向けて発信を続ける。フランス大統領官邸のエリゼ宮における食事提供や、スペイン・マドリードで毎年開催される料理学会「マドリード・フュージョン」におけるプレゼンター登壇など、その活動は多岐にわたる。

そうした活動を支えているのが、開発氏の驚くべき行動力と、それによって築かれた世界的なトップシェフとの深い信頼関係だ。特に、フランス料理界

の大御所であり、料理界のオリンピックとも称される料理コンクール「ボキューズ・ドール」の大会委員長も務めるレジス・マルコン氏との出会いはドラマチックだ。

マルコン氏のレストランは、フランス南部の山あい、パリから車で約6時間、リヨンからも1時間半という、人口わずか200人の小村にある。

「なぜこんな場所でエクスクルーシブなレストランが成り立つのか」——その答えを知るため、開発氏は村に1週間滞在し、毎日350ユーロのランチを食べ続けた。その熱意に呆れつつも興味を持ったマルコン氏が、「おまえは何しに来たんだ」と問いかけ、「あなたに会いに来た」と答えた開発氏を「面白いやつだ」と自宅の夕食に招いた。家族と共に囲んだその家庭料理は、レストラン以上に感動的なおいしさだったという。そして、料理と土地、人との結びつきこそが食の価値の本質であることに確信を持った。この時に結ばれた個人的な絆が、後のプロジェクトへとつながっていく。

マドリードの料理学会での発表は、まさにこの関係性があるからこそ成立したものだ。日本の地方料亭が単独でアピールしても世界には響かない。そこでマルコン氏を福井に招いて、永平寺で精進料理を味わう姿を映像で紹介。「あのマルコンが認めた料理」というフィルターを通すことで世界中のシェフやジャーナリストの注目を引きつけ、「日本のオリジナルな精進料理の聖地が福井にある」として説得力を持たせたのだ。

このオープニング映像の後に、開発氏と開花亭の料理長が登場して、精進料理を作る過程を実演してみせた。この戦略は功を奏し、海外の富裕層向けのラグジュアリー誌やライフスタイル誌からの取材を呼び込み、実際の送客へとつなげることに成功した。



料理学会「マドリード・フュージョン」で流された  
レジス・マルコン氏と福井の映像  
<https://youtu.be/hTHyotlfqJQ>



## 福井の食文化を「点」ではなく「面」のストーリーとして世界に売り込む

福井の食文化の海外への浸透を図るため、開発氏が発起人となり、2013年に福井ガストロノミー協会を設立した。同協会は、生産者や料理人、経営者らが立場を越えて連携し、福井の風土や歴史に根ざした食の価値を掘り起こし、内外へ発信することを目的として活動をしている。

「福井の食の文化度を高めて、地域の競争力に上げていきたい」。

福井の食文化を世界に知ってもらおううえで重要なのは、名物や有名店といった「点」の魅力を並べるのではなく、風土・歴史・人を結んだ「面」の物語として編み上げることだ。「禅が育てた食の精神性」といったテーマで束ねることで、福井の食として一つの世界観を持つことになるのではないか。この方向性は、決して間違っていなかった。むしろ、時代の先を行く戦略だったと言えるだろう。マドリードの料理学会での発表も一定の成果に結びついた。だが、新型コロナウイルスの感染拡大という思いもよらぬ事態に見舞われる。インバウンド需要は激減し、国際的な食の交流も途絶えた。海外発信の舞台は突然失われ、世界と直接つながる回路は断ち切られた。とりわけ飲食業界への打撃は大きく、料亭という業態は会食自粛の影響を真正面から受けた。

その苦境においても、開発氏の行動力が活路を切り開いた。きっかけはコロナ第二波の混乱が収まっていないとき、ニューヨークの三つ星レストランが評判の肉料理を止め、完全菜食主義のメニューへ移行したというニュースだった。それでもなお1万5000人もものウェイティングリストを抱えているという事実が開発氏は衝撃を受けた。そして、その劇



足羽川が見える開花亭本館広間

的な転換の指導役が、精進料理を海外に広めた日本人であることを知るや、面識の有無などお構いなしに連絡を取り福井へ招聘。開花亭に精進料理を指導してほしいと直談判したのだ。

こうして再構築された精進料理「The Shojin」は、従来の質素なイメージを覆す華やかな見た目と、繊細な味わいでインバウンド客から高評価を得た。さらに、海外の名だたる三つ星レストランのスターシェフたちも次々に福井を、開花亭を訪れるようになった。感度の高いアーリーアダプター層への訴求力は実証済みで、あとはこれをいかにして開花亭のみの「点」ではなく「面」として束ね、福井を一つの食の文化圏として世界に示すことができるか。複数の店舗・企業が連携するエコシステムを築くことができるかという挑戦である。

2021年からは、飲食事業者以外にも越前打刃物製造業者など新たなメンバーが加わった「福井グルメディーズ事業協同組合」を発足させた。開発氏は、開花亭だけの発展ではなく、地域全体で福井の食の価値を高めることを重視している。ブランド向上は一店で完結するものではなく、飲食店同士の連携によってこそ実現できると考えているからだ。

開花亭の挑戦は、飲食業の枠を超えている。

料理は文化であり、空間は物語であり、時間は記憶になる。人と人が出会い、関係を深め、未来を創る。その舞台装置を作ることこそが本質だ。「コミュニケーション成就業」という言葉は、単なる理念ではない。地域文化、都市づくり、世界との接続——それらを一体化する、新しい産業の定義とも言えるだろう。

伝統を守りながら変革を続ける開花亭。その歩みは、地方都市における文化価値創造の可能性を示している。



ライトアップされた開花亭本館