

ナカノ商会

肉バル「SNARKY」を葛西でオープン

28日間乾燥・熟成された牛肉をリーズナブルに提供



葛西駅から2分の肉バル「SNARKY」

40年前、船乗りだった時代に食べた肉の味が忘れられない。

ナカノ商会(本社・東京都江戸川区、沼澤宏社長)では、肉バル「SNARKY」を江戸川区葛西駅前

で、いわば他人の芸を勉強してきたが、自分たちオリジナルのコンセプト、レシピをつくっていききたい」と意欲を見せる。

日本の牛肉に「ある種の違和感」を感じていた沼澤社長。船員時代、船上で米国産、豪州産の免税牛肉を食べていた沼澤氏にとって牛肉は「普通に食べられた」。一方、同じ頃、日本では牛肉はぜいたく品で、庶民には高値の花だった。子供の頃、祖母の家で子牛の世話をした経験がある沼澤氏には、手塩にかけて育てた子牛が「父の月給の3倍ほどの値で売られていった」記憶がある。

オープンした。今人気のドライエイジングビール専門のバルで、本場アメリカ仕込みの熟成庫で28日間乾燥・熟成された牛肉をリーズナブルに提供。4月27日にグランドオープンして以来、ほぼ毎日「満員御礼」が続いており、今後、都心部への出店やフランチャイズ展開を目指す。沼澤氏は「今までフランチャイジーと

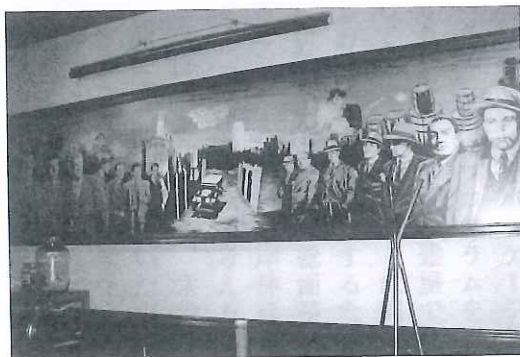
日本でもはやされる牛肉は「霜降り肉」。しかし、数百年、数千年の長きにわたって牛肉を食してきた欧米では、むしろ脂肪分の少ない赤身肉のほうが好まれる。「本来、毎日食べても健康に影響のないのは赤身肉。それもビタミンを摂取しやすいレアで食べるのがいい」と沼澤氏。昨年、ニューヨークで食べたドライエイジングビールに「これだ」とひらめき、さっそ



コーポレートマークの羊が描かれた看板



沼澤社長のアイデアが盛り込まれた店内



禁酒法時代のアメリカを再現したイメージ

く仕入れルートの調査を開始した。

ナカノ商会では1996年に千葉県市川市で「Bar SNARKY(バル・スノーキー)」をオープン。イタリアンレストラン「カステロ」の運営のほか、最近ではトレーラハウスを利用した移動式うどん屋「羊家」を試験的に始めるなど外食とのかかわりは深い。また、外食チェーン、コンビニエンスストアのフランチャイジーも積極的に拡大し、フランチャイズ事業部の売上高は年間30億円規模に成長している。

フランチャイズ事業でより利益率の高い分野に軸足を置くため、フランチャイジーとして蓄積したノウハウをいかし、自らがフランチャイジー(本部)に挑戦。その第1弾が「肉バル」

で、牛肉をターゲットとしたのは沼澤氏の「牛肉に対するこだわり」はもちろん、環太平洋連携協定(TPP)の日米交渉で、将来的に牛肉の関税が大幅に引き下げられる見通しとなったことも、牛肉ビジネスを後押しした。

肉バル「SNARKY」は東京メトロ東西線葛西駅から2分でナカノ商会の本社からも5分程度。チャックロール、ランプ、Tポーンステーキ、骨付きサーロインステーキがメイン。Tポーンステーキ、骨付きサーロインは「グラムあたり10円」の格安の価格設定となっている。店内は禁酒法時代のアメリカを再現したイメージで、看板には葉巻とボルサリーノ帽でアル・カポネ風の羊が描かれている。