



Executive Interview

エグゼクティブ
インタビュー

no.7

このコーナーは神奈川トヨタのお客様である経営者の方にお話を伺うコーナーです。

株式会社 なんだき 代表取締役社長

横山 貢 様

こだわりの味と食材で地元にも愛され45年。今年度の神奈川フードバトルでは看板商品の「茅ヶ崎メンチ」が1位の金賞受賞。店の味を広く伝えるため、出張販売にも力を入れ、進化を続ける株式会社 なんだき 代表取締役 横山 貢氏にお話を伺いました。

■ 地元にも伝わる民話をもとに、愛される店を

——創業40年を超えているということですが。

1970年創業で45年になります。元々父がドライブインという形で店を立ち上げました。店の前の産業道路ができて間もない時期だったので、周りは建物が何もなく、富士山が綺麗に観える場所で、富士見食堂にしようかなと思ったくらいのロケーションでした。

私が28歳の時建て替えて今の形態にしましたので、なんだき牧場としては27年目になります。

——なんだき牧場という店名はとても個性的ですね。

「なんだき」というのは茅ヶ崎の民話由来です。店がある辺りは、元々相模川が流れていて、小さい土橋がありました。江戸時代にはこのあたりは宿場町で、

恋人を待ちわびるお姫様の幽霊が橋のそばに佇み、旅人に「なんだきですか」と尋ねて怖がらせていたとして「なんだき橋」と名付けられたという民話です。橋脚の跡も近くにあります。

——「なんだき」を店名に使われた理由は？

やはり、なんだき橋の近くだということ。「なんだき」というフレーズは一度聞いたら頭の隅に残るということで、周囲の人の熱い推しもありまして「なんだき牧場」としました。また、紐説くと宿場町の時代に祖先が橋のそばで蕎麦屋をやっていたみたいなんです。そういう商売つながりで「なんだき」を店名に入れました。

■ こだわりが詰まった「茅ヶ崎メンチ」が復調の起爆剤に

——オイルショックやバブル期の混乱、BSE問題など、時代に応じて長くお店を続けるには相当ご苦労されたのでは？

我々が悪くなくても周りの状況で商売に影響が出てしまいます。東日本大震災も少なからず影響があり、厳しい現状がありました。

そんな困難がありながらも地道に続けていった中、「茅ヶ崎メンチ」が神奈川フードバトルで優勝して、復調のきっかけになりました。頑張ってきたかいがあったかなあというところです。

——メンチカツを作ろうと思われたきっかけは？

メンチの肉は豚肉で、当店の豚肉は





地元の食材を愛し最大限に活かす心で生まれた 茅ヶ崎メンチを全国ブランドに

神奈川県産の良質な豚肉を使っています。豚は一頭買いが原則で、レストランでとんかつ、しゃぶしゃぶを提供していると肩ロースやヒレなど3割ぐらいしか使わず、残りは業者に買ってもらっていました。それでは経費面でももったいないと思い、ひき肉にしてハンバーグなんかも試したのですが、最終的に落ち着いたのがメンチでした。いろんな部位が混ざっているので、結果的には美味しく仕上がっています。

通常メンチは小判形が多いんですが、うちのメンチは肉を主体としたコロコロとした丸い形が特徴です。その形にもこだわりがあって、丸くすると揚げるのにも時間がかかるのですが、肉汁がぐっと閉じ込められてジューシーに召し上がっていただけるんです。また、主役のお肉を引き立たせるために、あめ色になるまで炒めた玉ねぎや、つなぎにおからを使い食物繊維も同時に摂れます。こだわりは食べていただくと解っていただけると思っています。

■地元つながりを大切に、共に成長を

——市の活動などもされていらっしゃるんですか？

飲食店組合の方では組合長となり、かなり密接に活動しています。飲食業というものは、待つ立場なんですけど、外に出てアピールしましょうということで、桜まつりとか市の中央公園で主催したり、屋台村などの出店も積極的に参加しています。「茅ヶ崎フェア」など市の外に出てアピール活動もしています。

今、「茅ヶ崎サザン」というカクテルをご当地カクテルとして立ち上げています。市内50軒くらいで飲めます。

——「茅ヶ崎サザン」と言うとサザンオールスターズを連想しますが？

それもちょっとありますけど、元々音楽の街ニューオーリンズ発祥のサザンコンフォートという女性好みの飲みやすいリキュールがあって、それをベースに各店でオリジナルカクテルを作ることです。うちでは牧場のカクテルと言って牛乳で割ったものを作りました。

また、うちのデザートで元々牛乳プリンというものがあるのですが、茅ヶ崎市が10月にハワイのホノルル市と姉妹都市になるのを機に、ハワイの塩を使った一味違った味わいのオリジナルレシピで再デビューします。いろいろと地域に関連し地元の方々に意識してもらおうと考えています。

■お客様目線を忘れずに、自社ブランドを全国へ

——仕事をするうえで大切にしていることを教えてください。

まずはお客様目線ですよ。自分が食べる側に立って物事を考えるようにしていますね。

やっぱり口に入れるものなので、素材・

調理方法にはかなり気を使っています。ご家庭とは違った意味できっちりしたものをと考えています。非日常を演出していかないといけないので。味だけでなく店の雰囲気も含めトータルで考えています。自分も食べ歩きをよくしているので、いやな場面とかもたまには目にするので、そういうことがあっては駄目だと思います。

——今後の目標を教えてください。

以前は店舗展開を考えていたのですが、今は加工品の流通に力を入れています。

サービスエリアや百貨店などで、自社ブランドを全国的に広められたらいいなと思っています。

——メンチと言えばなんどき牧場の茅ヶ崎メンチと全国的に広まるといいですね。

そうですね。自信を持って作っていますから。



まるごとピクルス：

季節ごとに異なる様々な野菜を丸ごとピクルスにしたもの。農業新聞の一村逸品のコーナーで2009年大賞を受賞。



レストランなんどき牧場

〒253-0072 茅ヶ崎市今宿1024

TEL：0467-83-2775

URL：http://www.nandoki.co.jp/

<インタビューを終えて>

元々和食の勉強をされていたという横山社長。商品開発もほとんど社長のアイデアだとのこと。そのアイデアは地元の食材を有効に使い切るまさに地産地消の精神で、地元食材に対する愛情を感じました。次はどんな味を生み出してくれるのかとても楽しみです。

同じく地元茅ヶ崎を愛し、愛され続けるサザンオールスターズが「今何時♪」と歌にしていたのは偶然でしょうか？！