

(有) 鬼頭商店

東京都練馬区豊玉北5-18-10

定休日/毎週月曜日 営業時間/10時~22時

お 店 拜 見

食品からシガーまで

ワイン特化で生活提案



三男 鬼頭 弘さん



「早めに引退して楽をしたいからいま一生懸命やってんだよ」

兄はテレを隠しながらそう呟いた。忙しそうに動かす手を止めることはない。

西武池袋線練馬駅。複数の路線が乗り入れ、活気が溢れている。駅前には商店がいくつも並び、雑多さと賑やかさがほどよく混在している。その街に鬼頭商店はある。

鬼頭家の長男と三男が、こだわりを持って経営の陣頭指揮を取る。けつして押し付けではなく、さりげなく、なにげなく主張する。

焼きたてのフォカッチャの薫りに誘われて、店に吸い込まれたくなる……。そんな店がこの鬼頭商店なのだ。

いまだ止まるところを知らない手をせわしなく動かしながら店長の兄・克己さん（49歳）は語り始めた。

「専門バカになってはいけない。料理の雑誌などでは、いろんな人が勝手にうんちくを語っているでしょ、これがセオリ―だと言わなければかりに押し付けてくる。酒屋も酒を勉強していくとそうなりがちなんだけど、それではないけない。赤ワインは牛肉が合うなんてそんなのどうでもいい。お客さんが買われた以上、好きに飲んでいただいたらいいんですよ。それを牛肉にしなさい的な言い方をしてはいけません」

こだわりを追求したからこそ、旨いも



のを求め日本を飛び出すフットワークの良さを誇れるからこそ言える……言葉の端々にそんな自信が見え隠れする。そう、さりげなく、なにげなく。

「一時はコンビニになるも「合わない」を理由に

鬼頭商店の誕生は大正時代のことだ。名古屋からやってきた鬼頭きんさんが始めたのがきっかけだ。おっとりがたなで話に加わってきた社長夫人である兄弟の母が話し始めた。

「私の両親の時代、もともと母が恵比寿にいた関係から、早い段階でサッポロビールの特約店になりました。当時からのあたりは飲み屋さんも多く、業務用が主力。サッポロビールの生樽がたくさん売れました」

駅の反対側に文化センターがあるが、そこは当時、隆盛を誇っていた大手紡績会社だった。その女工さん向けにも大量にビールを届けていたし、遠く新橋や高田馬場、埼玉は蕨市の方まで商圏を広げていた。

母が続ける。

「昭和40年代の頃ですかね。もともと酒屋さんをやっていた方が店を閉め、ウチに勤めるようになるのですが、その方が持っていた新橋のお客さんなどをウチが担当するようになります。そうした経

緯もあって商圏は拡大していきました。キリンビールの独壇場だった時代にウチはサッポロビールの比率が高かった」

なんと練馬地区の3分の1の売り上げを誇っていたという。

サッポロビールの社長はこれのお母さんに足を向けて眠れないはずだ。

その両親の背中を見て育った兄弟は、自然と店を継ぐようになる。

三男の弘さん（45歳）は言う。

「とにかく両親の忙しいさまを見て育ちまして、気がつくとも自然と手伝いをしていましたね。小学生時代、言われなくてもダンボールの箱を片付けていたり……」

だが、父であり社長でもある功さんは、父親としてもきつちり息子たちに接している。

「僕ら兄弟がリトルリーグに入って野球に明け暮れることができたのも、父のおかげなんです」

父はそのリトルリーグの監督も務めていた。だから弘さんは「将来の夢は野球の選手」だったという。いまでも高校野球の監督就任という夢は捨てていない。ところが、その弘さんは、大学卒業

後、大手花卉会社に就職する。

「私が花屋さんになってもらいたく勧めてしまいました」

花好きの母がそのいきさつについて口を挟んだ。

だが、弘さん26歳の時、人手不足から



花卉会社を退職し、店を手伝うようになる。兄の克己さんは当初、料理人を目指していたがすでに鬼頭商店に戻っていた。ちなみに次男は、京都で野菜を作っているという。

「京都にある外国大学で農業についての教鞭を執っています。もともと海外青年協力隊に参加したことで野菜作りを学んだようです」

現在、父、母、長男、三男を中心に運営をしているが、今の店に改装したのは今年の春のことだ。同時に品揃えもワインに特化した。

「ここまで来るのに紆余曲折がありました。一時はコンビニだったこともありましたから」

とは、弘さんの弁だ。



20年ほど前のこと、大手の酒類卸会社

系列のコンビニエンスストアになった時期がある。だが、やがて自由がきかない、規制が多い、家族の性格に向いていないなどを理由に方向性を修正した。そして、兄弟の出した答えがワインだった。

プロのワインを探して 海外を飛び回る

「少子高齢化はこうした小売店にももろに影響してきます。それに加えてお酒を飲む人が少なくなってきた。その一方で、ビールやお酒を扱う店は増え、少ない客の取り合いという様相になってきました。業務用を中心にやってきましたが、その得意先ももちろん高齢化します

し。それで……」（弘さん）

それで、選んだのがワインを中心とした生活提案だった。現在の商圏は昔から取引がある焼き鳥屋、寿司屋、中華店など20軒、それに近隣のマンションの人たち。

弘さんが続ける。

「それならばどこでも売っているものではなく、ワインに特化しようとアクションを起こしたのです。もちろん日本酒も同じ。自分たちで酒蔵を回り、自ら飲んだものを選ぶ。実は酒屋でありながら酒の知識が乏しかった。レストランのコックさんの方がよほど造詣深い。ワインを仕入れから扱ってみてそう感じたのです。ワインは本当に奥が深いのです。でも私たちにとって大切なことはワインコレクターになることではなく、日本酒や

ワインを中心とした食生活をいかに提案できるかなのです」

弘さんは99年に日本ソムリエ協会認定のワインアドバイザーの資格を取得した。いま鬼頭商店が扱っているワインは1000種。どれもこれも兄弟2人で選びぬいた一品だ。

きっかけは食品だった。一見、紀ノ国屋か明治屋かと思紛うほどの外国食品がところ狭しと陳列棚に並ぶ。市中のスーパーには無い品揃えを心がけた。そうした食品に合う日本酒やワインを意識したのである。

克己店長が言葉を引き取る。

「百聞は一見にしかず。直接海外に足を運んで探します。いい酒はいい人が造っている。そうしたいいい人に出会えるか。いい人に巡り合えれば、またいい人を紹介してもらえ。いい人脈が出来上がるのです。私の言ういい人というのは、まさにこだわりを持っているプロということです。目を見ていればその人がプロかどうか、いい仕事をしているかわかります」

今年の春に、ビルを新築した。店内も兄弟のイメージにあったものに仕上がった。焼きあがったフォカッチャの薫りが鼻孔をくすぐった。

