



魚津の「町の洋菓子店」が SNSでバズり世界にも認められて大人気店に

文・江口絵理 撮影・柴佳安

フルーツ？ それともケーキ？

つやつやと輝く丸ごとの桃が、キウイが、パイナップルがショーケースに並ぶ。通りがかりに、「ここは果物屋さん？」と尋ねる人もいる。

ところが、果実にナイフを入れると、中にはカスタードクリームやチョコムースが品よく収まっている。なんとも気になるこのスイーツブランドの名は、文字通り「KININAL」(キニナル)だ。

キニナルを立ち上げたのは、魚津で半世紀以上も洋菓子店を営んできた株式会社リンデンバウムの3代目社長、玉森周一さん。経営を引き継いだ18年前、会社は苦境に陥っていた。

「全国的にショートケーキやシュークリームが売れなくなり、魚津の人口も減少の一途をたどっていましたから。事業を整理するだけでなく、新しいことを始めなくては早晚行き詰まるだろう、とずっと思っていて目についたのが、リンデンバウムの人気商品である、桃を丸ごと使ったケーキでした。そうだ、桃に限らず、フルーツ丸ごとのスイーツを軸に新ブランドを作ろう、と思い立ったのです」

実は、魚津には知る人ぞ知る名所がある。長い時間をかけて森が丸ごと地中に埋まり、ずっと後になって根っこの部分だけが多数発掘された「埋没林」の博物館だ。

5年ほど前、この博物館エントランスのリニューアルでカフェが入ることになり、玉森さんはかねてからつきあいがあつた気鋭のデザイナー太刀川英輔さんと組んで、「キニナル」のショップ兼カフェを出店。博物館の個性である「木」を感じさせるしかけをそこここに仕込み、“木になる”果



富山県魚津市生まれ。東京の大学を卒業後、株式会社リンデンバウムに入社。2005年社長就任。2018年にスイーツブランド「KININAL」を立ち上げ、魚津埋没林博物館にショップを出店した。https://kininal.co/

物を使ったスイーツを味わえる場を作り上げた。すみずみまで世界観が統一されたブランドデザインは海外のデザイン賞で高い評価を受け、複数の賞を受賞している。すごいですね、と言われても玉森さんは、太刀川さんのおかげと笑う。

「僕はお金も権力もない。あるのは人のご縁だけです」

もっとも、そのご縁は積極的に作りにいくのが玉森さん流だ。

東京を飛びこえて海外へ

ブランドが立ち上がってまもなく、玉森さんはキウイのサイズが前年よりずいぶん小さいことに気付いた。卸業者に相談してもなんともならない。そこで玉森さんは、東京にある大手輸入業者を直接訪ねて行った。すると、飛び込みだったにもかかわらず、営業部門の幹部自ら出迎えてくれた。なんと、SNSでキニナルの存在

を知って、魚津まで食べに行っただけだったという。サイズの問題は無事に解決し、その後もいい関係が続いている。

キニナルの“映える”見た目はSNSで評判を呼び、一時は朝から大行列が続いた。コロナ禍を経て少し落ち着いたものの、それでも「東京や大阪では買えないのですか？」と聞かれることは多い。

「魚津で成功したら富山に出店、その次は金沢で、次が東京というのが定石ですが、僕はまずシンガポールに店を出したいと思っています。キニナルのスイーツは説明なしでどんな文化圏の人にも伝わる魅力があると思っていますからです」

コロナ禍の直前に行った現地での展示会では大きな手応えがあり、現地の業者がその後、わざわざ魚津まで食べに来たほど。魚津からダイレクトに世界へ。新たなご縁を紡ぐ日がまたすぐそこに来ている。