

# 商いの新しいものさし

第60回

（株）商い創造研究所  
代表取締役

## 松本 大地

### 地域の人と人をつなぐホール・イン・ザ・ウォール

先日、先進国を対象にした「あなたは友達が多いほうだと思えますか？」というアンケート結果に驚いた。友達が多いと答えた順が、米国40%、イギリス30%、中国25%、韓国20%に対し、日本は8%と著しく低かった。米国で友達が多いと答えるのは、日常的にパーティー文化が浸透していたり、地域活動を通じて人と交わる機会が多いことが考えられるが、ホール・イン・ザ・ウォールの存在もあるのではないかと思う。

ホール・イン・ザ・ウォール(hole in the wall)は



チームペナントに囲まれた店内(スタンニッチ)

直訳すると壁の穴。見た目はきれいとは言えないが、気取ったところがなく料理は旨く、近所に根付いたお店のこと。人は壁に穴が開いていると覗きたくなるといった、隠れ家的な存在を称して使

われている。ホール・イン・ザ・ウォールに該当する条件を列挙すると、「個人経営であり、チェーン店ではない」「目立たない場所であり、探さないとわからない」「表の看板も目立たず、無理に宣伝をしない」「洗練性やデザイン性はなく、ラフでカジュアルな環境」「近隣住民が自慢する店独自の味がある」

「ほとんど情報誌やカスタマーレビューには載らない」といった特徴がある。つまり、きれいでおしゃれなお店ではなく、ワクワク感を求めるよりも安心して行く店。だからこそ近隣住民が自分らしくいられる居心地の良い溜まり場になり、自然と友達が増えていく。店主もお客さまを感動させたといった気負いや、サービスを向上したいといった感覚は皆無。ホール・イン・ザ・ウォールの存在は、家族、生活、コミュニティを結びなおす、新しいつながりかもしれない。

どの街にも1つや2つのホール・イン・ザ・ウォールはあると思うが、米国オレゴン州ポートランドでは、どの街区にも住民が自慢のお店がある



家の延長線上にあるお気に入りの(ザ・ピーナールズビック)

ようなハンバーガーは小さい頃から慣れ親しんだ地元味であり、慈しむ店である。慈しむとは、可愛がって大事にすること。そんな慈しむお店が無くなっていくと、肩ひじ張らない緩い絆が広がらずにコミュニティが崩壊し、街が衰退していくケースもある。だからこそ、住民が大切に守っていくのがホール・イン・ザ・ウォールのお店なのである。

そこには観光客の姿は見当たらない。2つのお店を紹介すると、「ザ・ピーナールズ ビック(The People's Pig)」はポートランドのノースイーストにあるバーベキューの豚肉料理店。ドアを開けると、薄暗い店内には席待ち行列ができていた。無駄な装飾はなく、シンプルな台所が大きくなったような佇まい。オープンキッチンでは黙々と肉を焼き調理をする姿が覗ける。

お一人様、カップル、グループ、ファミリーと様々な客層が、炭火で焼

2つ目は「スタンニッチ(Stanich)」というノースイーストにある1949年創業の家族経営のハンバーガー・ショップ。スポーツ好きが集まる店内には、所狭しとバスケットアメフト、野球のチームペナントが飾られている。決してヘイルシーな料理ではないが、懐かしい家庭料理の

大きく果立っていきこともある。ポートランドでサードウェーブコーヒーの先駆けとなったスタンパタウン・コーヒーは、99年にまだ人通りの少ないデヴィジョンストリートに1号店を開店した。今ではポートランドだけ

でなくシアトル、ロサンゼルス、ニューヨークにも進出した。16年前はホール・イン・ザ・ウォールだったのが、今秋20億円強で大手コーヒチェーンに買収され、ホール・イン・ザ・ウォールがアメリカカントリームの1ページになった。ホール・イン・ザ・ウォールは地域密着型というよりも、暮らしの延長線上にある街区に欠かせない生活密着型であることに着目したい。これを商いのものさし目線でとらえると、周りに住宅地があり固定ファンが頻繁に訪れるホール・イン・ザ・ウォールの存在を見直すことで、地域コミュニティ形成や地場ビジネスの新発見もできよう。慈しまれるお店になるには、小さいからこでできる店主のこだわりと、住民と一緒に育っていく共生感覚が大切となる。