

商いの新しいものさし

代表取締役
松本 大地

第120回

ローカルソウルフードホールを地方都市再生の切り札に

最近の商業施設ではフードホールが続々と登場してきたが、中にはフードコートでありながらフードホールと名乗るなど混沌としてきたことも否めない。フードコートはショッピングセンターに見られるように中央に共通席を配置し、セルフサービス方式の短時間で提供され、カジュアルなメニューを揃えた均質化された食事中心の業態。一方フードホールは、ひとつの空間の中に手のかかった料理を出す複数の店と客席があり、アルコールも楽しめるフランクアップされた業態である。

大人の駅から300歩横丁「ピッツェリア・ダ・ガエターノ」



筆者が初めてフードホールを訪れたのは、2015年にニューヨークに「フードコート」とニューヨークに次々と出現した。その背景には、マンハッタンで飲食店を出店するには賃料が高騰し、新進気鋭のフードビジネス事業経営にはハードルが高くなったことだ。合わせて価格が高くなり、ニューヨークは外食に不満を抱いていた。そこで、席を共有することで低単

誕生した「アーバン・スペース・ウアンダービルト」。ブルックリンの名店をランドセントラル駅の近くに集めて大成功した。同時期にペンシルベニア駅にあった書店ポーターズの後継にフードホールの「ペンシー」、16年にはランドセントラル駅構内に北欧をテーマにした「ノルディックフードコート」とニューヨークに次々と出現した。

価なお店の個性が出る集合体のフードホール業態が誕生した。日本でも昼はランチ、夜はお酒を飲みながら大人が楽しめる食事を提供する二毛作で成功した好事例も出てきた。関西ではルカ大阪「バルチカ」、東京では新宿「ニューマン・フードホール」、九州では福岡の「駅から300歩横丁」の3施設がトップランナーだろう。その中でも「駅から300歩横丁」は、大都市でなくても地方都市でも展開可能なローカルフードホール業態である。

「駅から300歩横丁」はJRJP博多ビルの地下にあり、JR博多シティが運営する12店の構成で、16年に開業した。名前のように駅から離れた立地ながら、駅周辺のビジネスマンやOLを中心に、観光客からカップル、お一人様まで多様なターゲットを獲得し、昼夜の賑わいをつくる。成功要因は天神周辺などの人気店リーディングによる各店舗のシナジー効果だ。豚バラが名物の焼きとり店、博多独特の厚みある牛タン店、日本酒が20種類以上あるうどん居酒屋、博多一口餃子店、もつ鍋など、個性的な博多ソウルフードが気軽に楽しめるオシャレで開放的な雰囲気最大の魅力になった。

昨年12月には業院にあるナポリピッツァの「ピッツェリア・ダ・ガエターノ」が入居した。本場ナポリピッツァの名店から暖簾分けされたイタリア料理店は、本格的なピザ窯を備えてデビュー。ハムスライサーで切られた極薄の生ハムと、綿のようなふわふわのチーズのセットも看板メニューとなり、フードホールでも予約が必須の店舗となった。

「路面店の良さを失わないよう、販促費も必要」

「路面店の良さを失わないよう、販促費も必要」

「路面店の良さを失わないよう、販促費も必要」

「路面店の良さを失わないよう、販促費も必要」

「路面店の良さを失わないよう、販促費も必要」