

ジャパニーズ

ハロウィンの謎

若者はなぜ渋谷だけで
馬鹿騒ぎするのか？

松井剛 編

一橋大学商学部松井ゼミ15期生



賛否両論のハロウィンブームを

最新レポートと

消費者行動論

で読み解く!

ジャパニーズハロウインの謎

若者はなぜ渋谷だけで馬鹿騒ぎするのか？

松井剛 編 一橋大学商学部松井ゼミ15期生

星海社

154



SEIKAISHA
SHINSHO

はじめに

穂積由

10月下旬。街のあちこちにはカボチャのオブジェが置かれ、テレビではゾンビに追いかけられるシーンのCMが流れる。ドン・キホーテの入口にはポリスやナースなどのコスチューム売り場が設けられ、カフェではカボチャ味の期間限定ラテが発売される。

そう、10月31日はハロウィンだ。日本ではすっかり馴染み深い行事の一つである。暑さがようやく収まって過ごしやすい季節になる10月初頭頃から、街の至る所で、少しずつハロウィンの気配を感じるようになる。

ハロウィンのイマ

10月末になると日本各地でハロウィンのイベントが開催される。一概にハロウィンといっても、それぞれの場所によってイベントのテーマや雰囲気ふんいきが異なっているのが面白い。

ザ・ジャパニーズハロウィンともいえる渋谷には、全国各地から、仮装をした人が多く集まる。スクランブル交差点やセンター街は人の激流と化し、異様な熱気と空気感に包まれる、まさにお祭り騒ぎである。渋谷ハロウィン（以下、「渋谷ハロ」）は、主催者が存在せず自然発生したイベントであるにもかかわらず、こんなに多くの人が集まるから驚きだ。ハロウィン以外にも、サッカー日本代表戦や年越しのカウントダウンなどの特別なタイミングで、自然と多くの若者が渋谷に集まる。渋谷ハロには、「若者が集まる場としての渋谷」の特殊性がよく表れているといえる。

同じく渋谷では「地味な仮装限定ハロウィン」（以下、「地味ハロ」というイベントが開催されている。魔女やガイコツの仮装は禁止で、参加者はとんちを効かせた仮装を楽しむ。例えば「友達の引っ越しを手伝いに来た奴」「ホテルのオートロックで締め出された人」や「センター試験会場で英語が書かれた服を裏返しに着させられた人」などだ。参加者の仮装テーマが話題を呼び、SNSやメディアでも取り上げられ、年々参加者は増えている。2018年10月31日にはツイッターのトレンド1位に輝いた。

川崎では、「カワサキ ハロウィン」（以下、「カワハロ」というイベントが開催される。まだ日本でハロウィンがほとんど馴染みのなかった1997年、地元のエンターテインメント

企業が、川崎の街の元気と魅力を全国に発信することを目的に立ち上げた。22回目の開催であった2018年のカワハロ仮装パレードのギャラリーは、約12万人であった。仮装パレードを小学生以上が対象のハロウィン・パレードと中学生未満が対象のキッズ・パレードに分けており、小さな子供でも安全に楽しめるように工夫されている(2019年は「キッズ・パレード」を「カワサキ・ランウェイ」に予定変更)。

池袋では、「池袋ハロウィンコスプレフェス」(以下、「池ハロ」というイベントが開催されている。株式会社ダウンゴや株式会社アニメイトが企画する池袋ハロウィンコスプレフェス実行委員会の主催のもと、豊島区が共催した池ハロは、官民一体のカルチャーフェスティバルといえる。2018年のイベント開催時には国内外から2万人のコスプレイヤーが集まり、それぞれが自慢の衣装を披露した。また、2日間で合計10万人以上が来場した。池ハロの様子は公式ニコニコ生放送で配信され、視聴者数は18万人を超えた。

東京デイズニリゾートやユニバーサル・スタジオ・ジャパンなどのテーマパークでは、期間限定のパレードやショーを開催したりグッズを販売したりする。長いところでは2ヶ月以上もハロウィン期間を設けているようだ。お菓子メーカーは、オバケやカボチャなどのハロウィンにちなんだイラストをパッケージに施したり、カボチャ味の商品を発売した

りしている。家電量販店がくじ引きを実施していたり、「ハロウィンなので冷やし中華始めました」という張り紙が個人経営のラーメン屋さんの店先に貼られていたり……。とにかく日本中、ありとあらゆる場所で「ハロウィン商戦」が巻き起こっている。

一般社団法人日本記念日協会によると、2016年のハロウィンの推計市場規模は約1345億円で、同年のバレンタインデーの約1340億円を超えるまでに至った（日本記念日協会記念日文化研究所、2016）。2018年のハロウィンの推計市場規模は約1240億円で2年続けて減少しているものの、依然として日本におけるハロウィンの経済的なインパクトは大きい（日本記念日協会記念日文化研究所、2018）。企業側からしても、ハロウィンが逃しがたい商機であることは間違いない。

ハロウィンのカゲ

ハロウィンは経済効果などのプラスの側面がある一方で、マイナスの側面もある。ニュースでもよく取り上げられているのが、ごみのポイ捨てである。渋谷区の公式ツイッターは「近年、10月31日のハロウィンならびにその数日前から、主に渋谷駅周辺でビンや缶、タバコなどのポイ捨てや、車両による騒音などの迷惑行為が目に見え、状況となっています」

と投稿している（2018年10月26日）。またハロウィンごみゼロ大作戦 in 渋谷実行委員会という団体が、渋谷のハロウィンマナーアップに取り組んでいる。しかし依然として、2018年のハロウィンでも大量のごみがポイ捨てされた。街角にはごみの山があらこちらにあり、フリーペーパーの棚や花壇にまで、ごみが捨てられていた。

また、2018年のハロウィンで注目を集めたのが、渋谷での軽トラック横転騒動だ。若者が軽トラックの荷台の上でジャンプしながら騒ぎ、さらに軽トラックを横転させた様子は、大きな話題を呼んだ。「クレイジー・ハロウィン事件」と呼ばれたこの事件では、車の横転・損壊の中心となっていた4人が逮捕された。また軽トラック横転以外にも、窃盗や痴漢、盗撮の被害が相次ぎ、計19人が逮捕された（『朝日新聞』2018年12月5日、『日本経済新聞』2018年10月29日、2018年11月1日）。こうしたトラブルが相次いだ渋谷区では、2019年、ハロウィンや年越しのカウントダウン時に渋谷駅周辺の路上での飲酒を禁じる条例を可決した。

ハロウィンのナゾ…この本の目的

この本は、ジャパニーズハロウィンの謎を解き明かすことを目的としている。なぜ日本でハロウィンがここまで大きなイベントになったのか？ 一橋大学商学部でマーケティング

グや消費者行動論を教える松井剛教授のゼミの15期生が、この問いに取り組むために現地調査と分析をおこなった。

2018年7月、株式会社星海社の櫻井理沙さんから松井教授のもとに、いま日本でなぜこんなにハロウィンが流行っているのか、解説する本を書いて欲しい、という企画書が送られた。2人が相談して、この本の執筆を松井ゼミのプロジェクトとして進めることになった。

私たちが3年生の時にこのプロジェクトを始めて以来、約1年間、先行研究のレビュー、ハロウィンイベントの現地調査や分析、原稿の執筆をおこなってきた。その成果をまとめたのがこの本である。以下の章は、リレー形式でゼミ生が1章ずつ担当して執筆している。この本は、ジャパニーズハロウィンという謎に満ちた現象を、現役の大学生の肌感覚に基づいて学術的に分析している。そのため、各章では、あえて「私」や「僕」という一人称で語っている。

この本では、いま日本で盛り上がっている4つのハロウィンイベント（渋谷・カワハロ・池袋・地味ハロ）を調査した。またハロウィンの歴史も振り返った。これに加えて、私たちが学んでいる消費者行動論の理論や概念（キーワード）を使って、ハロウィンという謎現象に

ついて分析している。

消費者行動論とは、とても簡単に言うと、消費者がなぜこのようなものを買って使ってしまうのか、あるいは買わないのか、について考える学問分野である（ソロモン、2015）。多くの人は、ハロウィンの仮装のための材料や衣装、ハロウィン限定のお菓子などを買う。このように、流行に参加するということは、何かしら買って使う、つまり消費をすることである。つまりこの学問分野の理論や概念を活用すれば、ハロウィンの謎を解き明かすことができるのだ。

「概念とはサーチライトである」という言い方を聞いたことはあるだろうか。概念が思考のはたらきにとって重要なのは、ある概念が与えられることによって、それまでは見過ごされていたことがらに光が当てられるようになることにある。アメリカの社会学者タルコット・パーソンズは、このような概念の働きを「サーチライト」に例えた（荻谷、2003）。新しい概念は、それまで暗闇の中で見えなかったことがらに光を当てて、その存在を示すサーチライトだというわけだ。

なぜジャパニーズハロウィンが大流行したのか、という問いを考えると役に立つキーワードが、実は消費者行動論の中にはたくさんある。例えばその一つが「印象操作」とい

うキーワードだ。印象操作とは、他人が自分をどのように見るかを「管理」する行動のことである。人は他者に与える印象を操作するために、行動や外見を戦略的に選ぶ。自分の長所を実際より誇張^{こちょう}して表現することも、印象操作の一つだ。

大学4年生の私は普段はラフな格好をして大学に行く。しかし都心の恵比寿にあるおしゃれなレストランで友達と夜ご飯の予定があるときは、授業後に一度家に帰り、おしゃれな服に着替えてメイクを直してから出かける。名古屋で生まれ育ち、一橋大学という東京の都心から外れた大学に通う私の、「キラキラした東京に馴染んでいるように見られたい」という感情の表れだ。

ハロウィンの仮装にも、印象操作の要素がある。肩を露出^{ろしゅつ}したバニーガールの仮装をした写真をインスタグラムにアップする女子大学生は、「時代にのったイケてる可愛い子」と見られたいのかもしれない。ピンクの全身タイツにカービィのお面をかぶった写真をツイッターにアップする男子大学生は、「人とは違ったアイディアを持つ面白い奴」と見られたいのかもしれない。また、仮装をせずに家でゴロゴロしている様子をインスタグラムのストーリーにアップする人は、「ハロウィンのような流行に流されずに、自分のペースで生きている人」と見られたいのかもしれない。

このように人は、「こういう風に他人から見られたい」というそれぞれの理想があり、それを実現できるように行動や外見を選択しているのだ。

この本は、「印象操作」といったこのような消費者行動論のキーワードを「サーチャイト」として活用することで、ジャパニーズハロウィンという現象の不思議を解き明かすことを目指している。

この本の構成

この本は、「第1部 ハロウィンのイマ」「第2部 ハロウィンのカコ」「第3部 ハロウィンのサキ」の3つから成り立っている。

第1部で、4つのハロウィンイベント（渋ハロ・カワハロ・池ハロ・地味ハロ）での現地調査をもとに、ジャパニーズハロウィンの現状についてマーケティング的な視点から分析をしていく。また区役所、振興組合、企業へのインタビューをもとに、消費者以外の視点からもジャパニーズハロウィンの分析をする。章の冒頭にある、ゼミ生が実際に現場で体験した内容を踏まえたレポートを読んで、ぜひ各地のハロウィンのイベントを頭に浮かべて欲しい。

第1章では、ハロウィンと言えば、誰もが思い浮かべるであろう渋ハロについて、区役

所と商店街振興組合のお話を聞いて、その苦勞について見てみる。第2章では、子供が多く参加するカワハロの現地調査を報告する。第3章では、コスプレヤーの一大イベントとなっている池ハロについて見る。第4章では、SNSでユニークな仮装がバズっている地味ハロについて見る。第5章では、再び渋ハロに戻り、現地調査で見えてきたことを説明する。

第2部では、そもそもハロウインは、いつどこでどのように生まれ変化してきたのかということに焦点を合わせる。

第6章では、2000年以上の歴史を遡り、ケルトとアメリカを中心に海外のハロウインの歴史に注目する。第7章では、ハロウインがどのように日本に流入し今に至ったのかを、日本で初のハロウインパレードから始め、業界ごとのハロウイン、そしてジャパニーズハロウインの良い面と悪い面の両方を知る。

第3部では、第1部と第2部の調査と分析を踏まえて、これから日本でハロウインはどんな行事になっていくのか、あるいは、ハロウイン的なイベントとの付き合い方、といったことを「若者」の視点から考える。

第8章では、これまでの調査研究から得られた学びや感想を共有する座談会の内容をま

とめた。一人ひとりが、執筆前に日本のハロウィンについてどう感じていたのか、調査や執筆した経験を通じてなにを学んだのか、今、改めて日本のハロウィンについてどう感じるのか、といったことを語った。そして第9章では、これまでの内容を踏まえて、「なぜ日本でもハロウィンがここまで大きなイベントになったのか」という問いへの答えをまとめ、また今後のハロウィンのあり方について論じる。

以上がこの本の流れである。読者の皆さんがこの本を読み終えたとき、ジャパニーズハロウィンへの理解が深まり、ハロウィンについて違う景色が見えるようになることを、私たちは目指している。この本が、皆さんの心の中にあるジャパニーズハロウィンについてのモヤモヤを解消し、そして自分なりのジャパニーズハロウィンとの付き合い方を見つけるきっかけになれば嬉しい。

では、さっそくハロウィンの現場に入りましょう。2018年10月終わりに時間を巻き戻します。

目次

はじめに 3

ハロウインのイマ 3

ハロウインのカゲ 6

ハロウインのナゾ…この本の目的 7

この本の構成 11

若者用語集 27

〈第1部〉ハロウインのイマ 29

第1章

悩める街

— 渋谷ハロウイン 30

品行方正な女子大生が最も避けて通るべきだったはずの渋ハロ 30

○現場レポート センター街に入れない 31

○インタビュー 渋谷区役所 主催者ではないのに責任を負わされる苦惱 36

ハロウィン対策の夜明け 36

ハロウィンの「シメ」としての渋谷 40

カウントダウンのようにには解決できない理由 45

マナーの悪さを許さない空気を 50

○インタビュー 渋谷センター商店街振興組合 マイナスの経済効果の被害者 55

カウントダウン、サッカー、ハロウィン 55

「変態仮装行列」をする「バカ者」たち 60

マスクミを利用し、新たなハロウィンの形を 62

▽分析 渋ハロを分析する 66

観光化する渋ハロ 66

「珍走団」的な「変態仮装行列」 67

渋ハロは、鍋の雑炊 72

◎まとめ 「そして意思は言葉を変え 言葉は都市を変えてゆく」 73

第2章

子に引き継がれる続く伝統

——カワサキハロウィン 77

ヘイトを溜めないために 77

カワサキハロウインの概要 79

○現場レポート 思い出は続く 80

キッズ・パレードの日 80

○インタビュー (株)チッタ エンタテイメント

20年を超える歴史を誇るハロウィンイベント 87

トラブルのない運営 87

22年前、開催のきっかけ 88

子供も楽しめるイベント 91

強いクリエイティブ志向 92

親子の期待にも応えるカワサキハロウィン 94

伝統行事らしい安定感 96

▽分析 カワハロを分析する 99

参加者にとつてのカワハロ 100

主催者にとつてのカワハロ 102

◎まとめ ハロウィンはひとつではない 104

コラム1 中国のハロウィン — 中国人留学生の話 — 107

第3章

繋がるコスプレイヤーの情熱

— 池袋ハロウィン —
110

モチベーションは肉盛り濃厚つけ麺 110

池袋ハロウィンコスプレフェスの概要 112

○現場レポート 同志と出会う場所 113

タピオカを飲むセーラーズたち 113

これは「コスプレイベント」 116

見た目も心も、「海棠薫」 118

渋谷はお祭り、ここは繋がり 120

渋谷は怖くて行けない 123

3方向に収束した意見 125

▽分析 池ハロを分析する 128

叶えられるもの 128

なりたくないもの 131

得られるもの 135

「コスプレ 初心者 始め方」 136

○インタビュー 株式会社ドワンゴ コスプレヤーの「居場所」を創る 137

ドワンゴ、行くンゴ。 138

コスプレイヤーに市民権を 139

表現のためか、盛り上がるためか 144

三位一体が生む自浄作用 145

街になにを乗せるか 147

「安心・安全・文脈」が肝 149

調査兵団、入隊募集 149

◎まとめ 僕たちは、異端なハロウィンを見たんだ 151

コラム2 オーストラリアのハロウィン | 留学してきた学生の話 | 154

第4章

拡まる個人

— 地味ハロウィン — 157

地味ハロウィンの概要 157

「地味」とはいつたいなんだろう？ 158

気づけば当日。私の地味ハロウィン 159

○現場レポート 地味と情熱のあいだ 161

地味に賑わう地味ハロウィン 161

参加者は互いになにを思うのか 163

「仮装カブリ」にみる参加者の交流関係 166

バズりたい、新潟在住大学生 168

とはいえ、地味ハロウィンは渋谷の夢を見るか？ 170

崩れていく、私たちの「地味Ⅱ陰キャ」仮説 172

○インタビュー デイリーポータルZ編集長・林雄司さん

映画『ベスト・キッド』がヒントだった 173

改めて、「地味」とはなんなのだろう？ 174

▽分析 地味ハ口を分析する 178

「地味」に懂れて 178

参加者たちの協調関係はどこから来るのか 181

◎まとめ 地味ハロウインは地味なのか？ 184

変革期にある地味ハロウイン 184

マインドは決して「地味」じゃない 187

コラム3 ブルガリアのハロウイン — 地味ハロでバズったブルガリア人留学生の話 — 190

第5章

薄まる集団

— 再び、渋谷ハロウイン 193

2018年夏、狂乱の前触れ 193

とうとう、渋谷ハロウインへ 194

○現場レポート 個性を失くしスクランブルする人々 196

10月26日…ハロウインは華金から？ 196

渋谷ハロは「しょうもない」 199

10月28日…人々の脳裏に焼きついた軽トラのあの日 202

10月31日…「俺は最強だ」と自己暗示をかけた
204

群衆の一員たち
205

渋ハロトパリピ
210

▽分析 渋ハロを分析する
210

渋ハロが抱える問題
211

31日の魔力
211

渋ハロ参加者はなにを求めているのか？
213

渋ハロが荒れるのは群衆が没個性化するから
215

◎まとめ 渋ハロは「絶対悪」なのか？
217

〈第2部〉ハロウィンのカコ
221

第6章 祭りの始まり — ケルトからアメリカへ、カブからカボチャへ
222

第7章

祭りの輸入

——アメリカから日本へ、カボチャが軽トラに

241

ハロウインはケルトの祭りだった 223

キリスト教会の思惑 225

カボチャは元々カブだった 227

宗教的イベントだったトリック・オア・トリート 228

ケルトのハロウインはアメリカへ 228

アメリカンハロウインの始まり 229

アメリカンハロウインの移り変わり 230

現代のアメリカンハロウイン 234

ちよっとだけマーケティングのお話

——脱〇〇化——

237

ハロー、ハロウイン 241

1Q83 242

各プレイヤーのトリック・オア・トリート 245

ハロウィンに見られるポジとネガ 249

テーマパーク×ハロウィン 253

近年のハロウィン 256

「ハロウィーン・フィーバー」 257

〈第3部〉ハロウィンのサキ 261

第8章 ハロウィンの景色がどう変わったか？

— 座談会 262

はじめに 262

地味ハロウィンは「渋ハロ化」している？ 264

変化する「ハロウィンっぽさ」 268

渋ハロが無法地帯になるワケ 270

ハロウィンがあぶり出すインサイト 273

『ジャパニーズハロウィンの謎』の、その先 276

・「ホラー」という概念の消失 277

・リピーターが多いハロウィン、少ないハロウィン 278

・世代によるハロウィンの捉え方の違い 278

第9章 なぜ日本でハロウィンがここまで

大きなイベントになったのか？

——まとめ

281

ジャパニーズハロウィンができるまで 281

ジャパニーズハロウィンあれこれ 283

想像と実態は一致しない 286

結局、なぜ日本でハロウィンがここまで大きなイベントになったのか？ 288

ジャパニーズハロウィンのこれから 291

ハロウィンでおカネは生まれるか 293

ハロウィンから世の中を照らす 296

参考文献一覧 299

あとがき 310

年表 314

執筆者一覧 316

	用語	読み	品詞	意味	登場する章
エモい	えもーい	形容	エモは「エモーション」からきている。転じて感情が動かされたときに広く使われるようになった。	8章	
オフ会	おふかい	名	ネット上で交流関係を持つ人々が、現実世界で集まること。オフラインミーティングのこと。	4章	
陽キャ	ようきゃ	名	集団の中で目立つ人。人と行動することが多く、友達が多い。対…陰キャ	4章・8章・9章	
陰キャ	いんきゃ	名	集団の中で目立たない人。実際はそうではないのに自虐的に用いられることもある。対…陽キャ	3章・4章・5章	
ンゴ	んご	助	2ちゃんねる発祥で、女にかをやらかしてしまった時など自虐的な文脈で語尾につける。転じてどのような場合にも使われるようになった。	3章	
パリピ	ぱりぴ	名	「パーティーピーポー」の略。その名の通り、集団で遊び騒ぐことが好きな人。	3章・4章・5章・8章	
ウエイ	うえい	名	大勢で盛り上がるのを好む人。楽しむ様子を表す擬音語「ウエイ」が名詞になった。	3章・4章・5章・8章	
バズる	ばずーる	動	投稿などがインターネット上（主にツイッター）で拡散され、話題になること。虫の羽音を表す英語の「buzz」から来ている。	1章・4章・5章・8章・9章	
リア充	りあじゅう	名	広く現実の交友関係が充実している人。対…非リア	1	

悩める街

渋谷ハロ
ウィン

子に引き継がれる続く伝統

カワサキハロ
ウィン

繋がるコスプレイヤーの情熱

池袋ハロ
ウィン

拡まる個人

地味ハロ
ウィン

薄まる集団

再び渋谷ハロ
ウィン

悩める街——渋谷ハロウィン

よしはら
吉原なつめ

品行方正な女子大生が最も避けて通るべきだったはずの渋谷ハロ

ハロウィンのスクランブル交差点は、温かかった。全然知らないけれど、大昔の、文明が発達する以前のお祭りも、こんなだったのかも知れない、と思う。見ず知らずの人々とぎゅうぎゅうに密着し合って、不思議と安心感すら覚える。私は、今までの私とは無縁だったはずの、真逆の存在だったはずの、最も避けて通るべきだったはずの、渋谷のハロウィンに来ていた。

「ゼミの勉強のために必要なこと」を拒否するなんて、品行方正で真面目に生きてきた私にとっては不可能だった。渋谷ハロウィンがどんなに苦手な要素の結晶だろうと、教授の指示に従わない、なんてできない。私はこれまで、様々なリスクを避けて、安全に、ひっそりと、でもそれなりに楽しく生きてきた。実家暮らしで門限は厳守、サークルの飲み会でもお酒は1杯まで、暑い日も念のためカーディガンを持ち歩く。それだけではない。な

により、センスが良くて奥の深い文化（と思われるもの）を一人で嗜むたしなようなタイプとして生きてきたはずだった。映画や演劇を観に行ったり、古い音楽を聴いて感想を綴つづったり、そういうほうが何倍も楽しいはずだ。ナンパや盗撮、飲酒によるトラブルや帰宅困難といったリスクを考えずに、思考を停止させて、見ず知らずの人々と騒ぐなんて、まっぴらごめんだ。その中に、いったいどんな楽しみがあるというのか。……しかし、だからと言って、「これはあくまでもフィールドワーク、私は渋谷ハロウィンをただ観察しに来ただけです」とわざわざ言い訳がましくするのも、これはこれでダサイ。私は結局「いい子」なのだ。参加もしていないくせに、真っ向から否定することなんてできない。

この日、渋谷を訪れてしまった時点で、もう逃れられないのだ。

現場レポート

センター街に入れない

2018年10月31日。

ハロウィン当日。京王井の頭線けいおういの改札を出てから、マークシティのエスカレーターを降り、ゼミのメンバーたちと落ち合う。一度、渋谷の地に降り立つと、その熱気にやられてしまった。自意識なんて全てふっとんだし、リスクがどうこうなんて考える間もない。人の波に身を任せるしかなかった。ちよつとした仮装をしている人、ただ見物けんぶつに来たような集団、互いに写真を撮る人、かわいい女子に声を掛けてハグを続けている酔っぱらい、大きな恐竜の着ぐるみ、おそらくハロウィン以外の理由で渋谷に来てしまった怪訝けげんな顔の男性、異様な景色に興奮きんぷんしている観光客、はぐれないように手を繋ぐカップル、キラキラした衣装の女性3人組、自撮り棒じどぼに括り付けたiPhoneで配信を続けている男女、嬉しそうに写真を撮られている仮装したおじいさん……。とにかく多種多様な人々が渋谷に集結している。飲み物や仮装の衣装の一部など、多くのごみが道に散乱している。10月28日の午前1時に起きたという軽トラ横転事件のせいか、街は異様なほどの厳戒態勢。私は毎週バイトに向かうために渋谷を通ってはいるが、普段の渋谷とはわけが違う。こんな渋谷は、見たことがなかった。

ひとまず、3人のチームで駅前から移動することを試みる。普段ならば駅から徒歩1く

2分のロクシタンカフェあたりまで、倍ぐらいの時間をかけてたどり着いた私たちは、ベ
ンチのようなところに立ち、数十センチメートル高い場所からスクランブル交差点を眺め
る。群衆。センター街に入っというかと試みる人もいれば、駅のほうへ帰っていく人もい
るし、交差点を歩き来しながらその周辺に留まって、通る人々に声を掛け続けているグル
ープもいる。

信号が変わるたびに、黄色い紐を持った警官たちは、交差点を封鎖したり開放したりを
繰り返している。マスゲームみたいでちょっと面白い。信号が変わったタイミングで、い
よいよセンター街のほうへ渡っていく。その日、一番大変だったのは、この横断かもしれ
ない。満員電車ごと街の中を移動しているような感じであった。行きたい方向にすんなり
進んでいくことは不可能。周囲の人に接触しないことも不可能。全員が繋がり合ったよう
な状態で、誰かと私との境さかいめ 目もわからなくなってくる。

なんとかか追いつけたゼミ生のほうに手を伸ばし、その温かい塊かたまりから救い出してもらおう。
そして、いよいよセンター街に入っというかとしたが、そこはまた新たな塊かたまりになっている。
交差点以上に、進んでいくことが難しい。私たちは、ツタヤの右側に回り込み、西武百貨

店の前を通って、井の頭通りからセンター街に回り込もうと考えた。ツタヤのほうまで行くのも一苦勞だったが、そこから公園通りのほうに回ると、心なしか空すいている。

気合の入った仮装をした人が西武百貨店に沿って数人並んでおり、一緒に写真を撮ろうとする人々が列をなしている。一般人が一般人のところところに並んでいる、と考えるとおかしな話だが、並んでいるのを見ると、人気のある人なのかな、せっかくだから写真を撮ってもらおうかな、という気持ちにさせられるのもまた不思議だ。

井の頭通りのあたりにたどり着き、センター街のほうへ曲がろうとすると、なんと入場が規制されていた。しかし、その理由も聞き取ることができないほどの混沌こんとんである。センター街の中で火事が起きているとか、横入りできずツタヤ横の正規の入り口からしか入れないとか、単に混雑を避けるためだとか、様々な説が聞こえてくる。よくわからないが、ともかくせっかくだこここまで来たのに、センター街に入れないということだけは確かかなようだった。

そして、入れないことがはっきりとわかった瞬間、ここまで共に戦ってきたゼミのメンバーが地面にしゃがみこんだ。人に酔ってしまったのか、センター街に入れないことがショックだったのか。そのときはわからなかった。しかし今思えば、彼は考え事をしすぎて

具合が悪くなったのかも知れない。

これから続く第2章の川崎、第3章の池袋、そして第4章の地味ハロウインのレポートに続いて、第1部を締めくくる第5章は再び「渋谷」の地に戻ってくる。この第5章のレポートを書いた人こそ、ここでしゃがみこんでしまった彼、山内君である。彼がこの渋谷でなにを考えていたのかは、改めて第5章で確認してほしい。

とにかく、たくさんの疑問が湧いてくる。「いったいこれはなんなのか」「なぜ渋谷にここまで人が集まっているのか」「どんな人が来ているのか」「実際、どのような問題が起きているのか」「年々激しくなっているのか」などなど。

こうした疑問を解き明かすにあたって、イベントの主催者といった管理側の声を聞いていく方法と、一般参加者の声を聞いていく方法の2つが考えられるだろう。後者の参加者へのインタビューは第5章にゆずるとして、この第1章では手始めに、この渋谷の行政の関係者にお話を伺おうと思う。

渋谷区役所 主催者ではないのに責任を負わされる苦悩

ハロウィン対策の夜明け

渋谷ハロウィンは自然発生的な現象であって、誰かが主催しているわけではない。厳密には、イベントの責任を負う管理者はいないので、誰が「関係者」なのか難しいところだが、まずは公的に渋谷という場所を管理する立場である渋谷区役所広報コミュニケーション課長の杉山氏すぎやまにお話を伺うことにした。軽トラ騒動のあったハロウィンから7ヶ月ほど経った2019年6月12日、我々は渋谷区役所を訪れた。この数年のハロウィンがどのように盛り上がり、どのような変遷へんせんをたどったのか。渋谷区はどのような苦悩を抱えているのか。そういった視点からハロウィンの現状を見ていくことにしよう。

杉山氏は元々PR会社出身で、2015年から3年間区長の秘書を、そしてそれ以降は広報コミュニケーション課長をしている。民間出身ということ、一般市民に近い意識を持ちながら、行政側の立場で様々な調整をおこなっている。渋谷区では、2015年に長谷部健区長せべけんが就任するまで、ハロウィンに関する特段の対策は取られていなかったという。

現区長が就任してから様々な事業が動き出した、ということがわかった。

杉山 「2015年の夏に、渋谷駅周辺の交通事業者、そして周辺の小売・商業店舗といった方々が集まる場があり、そこに区長秘書として来てもらえないか？ とお声がけ頂いたことが最初です。それ以前、渋谷区の職員がそういう場に行ったことはなかったと聞いていて、そこで初めて、ハロウィンに伴う窮状を訴える声を頂きました」

具体的には、駅や商業施設のトイレが仮装の人に占拠せんきよされていて、多目的トイレの中で宴会をする集団がいたり、スプレー缶を便器に流して詰まらせたり、壁や床が血のりで汚されるなど、とにかくマナーが悪いという。また、コインロッカーにお金を入れずに荷物だけ詰めている人がいたり、着替える場所がない女の子たちが道端などで着替え始め、それを撮りに来る盗撮者がいたり、様々な問題が起きている、という話を聞いたとのこと。

杉山 「阿鼻叫喚あびきょうかんというべき色々な問題があります、ということでした。渋谷の大事なステークホルダーの皆さんが困っているならば、『なにもやらないわけにはいかない』

という問題意識がありました」

そこで初めて渋谷区としておこなった対策は、区立の神宮通公園にメイク場所・着替え場所のテントを設置したことだった。日本コカ・コーラや東急グループの協力を得て実現したという。しかし、本来使いたかった区立宮下公園は別のイベントで使用されていたことや、着替え場所を設置したことの周知に予算をかける余裕がなかった、といった理由から、その年は利用者が少なかった。そのため、「ただテントを置いただけで、お役所仕事ではないか」といった批判も寄せられたという。

杉山「でも、ステークホルダーである地元の事業会社の皆さんからはすごく感謝していただきました。2015年以前までは、駅ビルや商業施設のトイレにおいて、各社それぞれがハロウィンのために警備を増強していました。その際、明らかに着替え目的の人々のトイレ利用を断ると『じゃあどこで着替えればいいんだ』と食って掛か



ロッカーの前で着替え中の男性。お金を入れずにコインロッカーを使う人もいるとか（渋谷区区役所提供）

られたりしていたのが、この年からは『ここへ行って着替えてください』と案内できる先ができただけでも大変ありがたい、と言っていただけなんです」

ほかにも、2015年からは「ハロウィンごみゼロ大作戦in渋谷」を実行委員会形式でスタート。2016年からは仮設トイレの設置にも踏み込んだ。

杉山「ただ、『あのバカ騒ぎに行政が加担かたんするのか?』『区として公認したのか?』という反対、疑問、苦情もたくさんありました。これは痛いたし痒かゆいで、長谷部区長が就任する以前の渋谷区であれば、おそらくそういうリスクも想定したうえで、このような政策はやらなかったかもしれない。でも、区長はよく、『ノイジーマイノリティーにまど惑まどわされるな、サイレントマジョリティーに耳を傾けなさい』と言っています。実際に困っている人がいて、着替え場所を設置することで地元の関係者が助かるのであれば、やろう、と迷いはありませんでした」

そうした経緯があったほか、渋谷駅周辺の混乱の輪の中に渋谷区民はほとんどいないこ

とから、ハロウィン対策には区の予算ではなく、主に企業からの協賛金を使っているのだという。東急グループを始め、ドン・キホーテといった民間企業の協力や、また「ナイトタイムエコノミー」（インバウンドの増加に伴い近年、消費の拡大を期待されている、深夜の経済活動を指す言葉）を推奨している関係でクラブ関係者から人的な支援もあったという。「様々なステークホルダーさんとハロウィン対策を通じて繋がっていったんですよね」と杉山氏は語る。

「お役所仕事」と言われても、まずは公式の着替え・メイクの場を設置すること自体に意味がある。駅や付近の商業施設の人々が少しでも助かったならば、この政策には意味があったといえるだろう。渋谷ハロウィン問題の根本的な解決とはいったいなんなのか、考えれば考えるほど難しいところだが、まずは目の前の問題から少しずつ手を付けていく、というやり方はとても現実的なものに感じられる。

ハロウィンの「シメ」としての渋谷

また、東京都は2015年と16年、東京のハロウィンを観光資源にするということで、

カボチャ柄のごみ袋であるパンプキンバッグを作った。その際、渋谷、新宿、六本木、池袋、秋葉原の5ヶ所で、マナーを呼びかけつつパンプキンバッグの無料配布をおこなったという。しかし、その袋にごみを入れたとしても、多くの人々はそれをどこかに捨てて帰ってしまう。捨てられたバッグを拾って清掃するのは、結局、区などの地元自治体だった。都の意識ややり方と地元自治体の実態とのギャップが浮き彫りとなり、印象深い出来事だったようだ。さらに、ここで意外だったのは、パンプキンバッグの無料配布をおこなった際、新宿、池袋、秋葉原の3エリアではほとんど需要がなかったことだそう。そのため、これらのエリアにいたスタッフは、すぐに六本木と渋谷に振り分けられ、移動したという。ハロウインの盛り上がりは、都内の繁華街はんかがいでもエリアによって色が全く違うようである。

杉山 「渋谷の街を深夜2、3時まで見てから新宿を通ると、深夜の歌舞伎町かぶきちょうってこんなに

安心安全な街なんだ（笑）と思えるぐらい、新宿はハロウインの喧騒けんそうとは無関係です

ね。池袋や秋葉原も、どちらかというところと仮装というよりもコスプレの文化ですしね

（この違いについて、詳しくは第3章を参照）。ハロウインの日によく見かけるのは、六本木で飲んでいた人たちが、タクシーで渋谷のスクランブル交差点まで乗り付けて仮装

のまま降りてくる、というケースです。六本木で温まって、渋谷で最後に盛り上がるぜ、という。あるいは、逆に渋谷から六本木に向かう人たちもいる。渋谷に比べると六本木では、客層の年齢や外国人の比率が高かったり、11月1日に日付が変わってからの騒ぎの終息時間が遅い、と聞きましたね」

一方で、日本のハロウィンブームはすでにピークアウトしている、という話もある。ハロウィン市場商戦自体は2016年秋がピークで、以降は年々右肩ダウンしており、渋谷区としても人混みが減りつつあるという実感があつたそうだ。

杉山「2018年は特に、『去年より人が減ったよね』『金曜日の夜も大丈夫そうだ』という話をしていました。そうしたら、ハロウィン前の週末に『軽トラ（横転）事件』が起きてしまって。ハロウィン当日に向けてメディアの報道が過熱して、月、火、水曜日と結局混んでしまった」

——軽トラの報道を見て渋谷に来てしまう人って、どういう人なんでしょう？

杉山「軽トラの事件で逮捕された人々の構成が、示唆しきに富とんでいると思います。確

か、渋谷区民は一人もいなかったんですね。あとは関東近郊の人や、外国人も交ざっていて多様だったかと思います。その様相は、渋谷のハロウィンに来ている人たちの構成をうまく示しているのではないかという気がします。車のナンバーを見ている、普段の渋谷ではあまり見かけないものも多いです。遠いところでは九州方面のナンバーも見かけたりします」

ニュースの記事によれば、昨年の軽トラの事件では「警視庁は暴力行為等処罰法違反（集団的器物損壊）容疑で20代の男4人を逮捕した。フランス人や英国人、ベルギー人を含む」（石井、2019）人々が書類送検されたとのことで、逮捕された4人の住所は目黒区、世田谷区、川崎市、山梨県という構成だったようだ（『日本経済新聞』2018年12月5日）。杉山氏の言うとおり、渋谷区の間人はその中におらず、23区外に住む者や外国人が一定数存在していたことがわかる。外国人に関しては観光客と在住者とどちらがどれだけいるのか不明ではあるが、なにより彼らには条例やルールの呼びかけを届けるのが難しい、という悩みがあるという。

では、そのような渋谷に縁のない土地から、あえて渋谷に人が集まってきているのはなぜだろうか。川崎や池袋のようにイベントとして開催してはどうかという意見もあるというが、それでは根本的な解決にはならないと考えられる。なぜなら、杉山氏が指摘するように、また後の章で説明する通り、川崎や池袋のハロウィンイベントは10月31日ではなく主に前週の土日の昼間におこなわれているからだ。

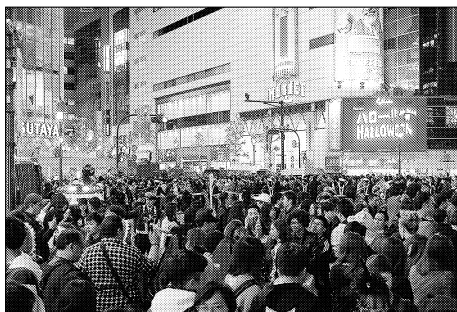
杉山「私が知る限りでは、31日の夜にイベントを開催している自治体はないんじゃないでしょうか。私の感覚では、10月に入って徐々に色々な業界のハロウィン熱が温まってきた、衣装を買ったけれど1回しか着ないのもったいない、じゃあ最後31日に渋谷へ行くこう、という流れになっていると思います。実際に渋谷に来ている人たちに聞いてみると、前の週の週末は川崎に行っていたという人もいました。そういう風に温まった人たちが、最後に渋谷へとやってくる。渋谷が荒れてしまうのは、全国他の都市で盛り上がってきた人たちが最後31日に一手に吸収しているから、という側面もあると思います」

渋谷は日本のハロウインの「シメ」になっているのだというのが杉山氏の意見だ。確かに他の街での取材をおこなう中でも、最後は渋谷のハロウインに行きますという声が聞かれた。土日は渋谷以外のエリアで平和に楽しんで、そのシメとして、ファイナーレこうやさいや後夜祭こうやさいのようなノリで、31日の夜は渋谷に集まって騒ぐ……。そのようなフロアが形成されているのかもしれない。

カウントダウンのようにには解決できない理由

報道は年々過熱している。令和の改元のカウントダウンにおいても、渋谷のスクランブル交差点をテレビが映すなど、「なにかあると渋谷」というイメージが形成されつつある。メディアの煽りあおによる

影響は大きいのではないだろうか。このような報道の過熱もあって、渋谷区はついに路上飲酒禁止条例の制定に踏み切った。渋谷区では2019年、ハロウインや年越しのカウントダウン時に渋谷駅周辺の路上での飲酒を禁じる条例を可決した（『日本経済新聞』2019年6月20日）。



スクランブル交差点に集まるこのような群衆を、まるで観光のように見物に来る人々も多い（著者撮影）

——元々は条例を出すべきではない、とお考えだったんですか？

杉山 「元々、長谷部区長はなんでも規制するというスタンスではありません。むしろ、若者文化に寛容で、若者を縛りたくない。狼狽なところも含めて渋谷、という思いを持っている人です。ただ、もはや地元区長として看過できないところまでいってしまっただ、ということだと思います」

それでも、「渋谷区はハロウィンに対して無策すぎる」と言われてしまうそうだ。ここまですでに伺ったような対策は意外と知られていないものも多く、また市民はそれ以上に強固な規制を求めているのかもしれない。しかし、ハロウィン同様に人が集まる様々な騒乱について渋谷区は試行錯誤しながら対策を講じてきた歴史がある。例えば年末年始のカウントダウンにおける対策を見ると、2013年から2015年のカウントダウンにおいて警察とも連携して大規模な交通規制をおこなっていた(『日経速報ニュースアーカイブ』2015年12月28日)。そして、翌2016年末からは日本コカ・コーラがメインスポンサーとなってカウントダウンイベントを開催。すると、逆に騒乱は解決の方向に向かい始めた。

杉山「秩序のあるカウントダウンを実現させるため、『北風と太陽』でいうところの北風を吹かすのではなく、カウントダウンの渋谷にふさわしいイベントをおこない、終わったらマナーを守って帰ってください、ということにしました。結果、逮捕者はほぼいなくなり、騒乱も無くなったんです。きちんとイベント化することで、交通規制をして、警察や地域と連携した結果、騒ぎを極小化することに成功しました」

このカウントダウンがうまくいった理由は、参加者の滞在時間が短いことである。ハロウィンのように滞留することが目的ではなく、『3、2、1、0』のカウントダウンで盛り上がるのが目的であり、それが終わったあとも電車が終夜運転をおこなっている。しかも寒い。そこから初詣^{はつもうで}に行くもよし、帰るもよし。深夜1時を過ぎると、多くの人がスクランブル交差点からいなくなるのだそう。また、2020年開催の東京オリンピックに向けたマナーの啓発をしたり、小池^{こいけ}都知事のメッセージを流したり、最後には「蛍の光」を流して帰りやすい雰囲気を作る。かつて見られたカウントダウンの騒乱は、イベントの実施によって解決できたといえるだろうし、渋谷区がこのような騒動に対して常に無策で

ある、という批判は間違っている。

——では、なぜハロウィンではカウントダウンと同じように抑えることができないのでしょうか？

杉山「ハロウィンは、金曜の夜から騒ぎが始まり、そこからメディアの報道が過熱しますし、YouTubeやSNSでの発信もすごいんです。31日が平日の年は直前の土日より人が減るかというと、はけるのはちょっと早いですけど、瞬間風速的には土日を超える混雑になります。土日でいったんピークアウトしても、31日に向けてカウントダウン的な報道が煽るので。曜日の配列によっては、足掛け1週間ぐらい連日、終夜にわたって盛り上がり続けます。夕方から終電にかけて新たに街に人が供給されて、始発で帰っていく。カウントダウンとは違って、滞留して、ナンパ目的だったり写真を撮ったり撮られたり、ぐるぐる回って楽しむという目的の人が来られます。ですので、行政が主体となって足掛け一週間毎日、夕方から始発まで、そしてセンター街や道玄坂^{どうげんざか}などを含む広範なエリア全体で秩序のあるイベントを開催することは、残念ながら現実的ではありません」

また、深夜になると爆音で音を流す車も各地から連日やってくる。渋谷区としては対策が難しい問題の一つだ。こういった迷惑車両は、人混みの喧騒などとは比にならず広範囲の近所の住民に対し、直接、騒音の被害を与えてしまう。そのうえ取り締まりはあくまで警察がおこなうものであり、区役所が対応することは極めて困難だという。

ここで重要なのは、仮装してハロウィンを楽しむ人と、仮装などせずにハロウィンに乗じて騒ぎたいだけの人、という2つのセグメントを分けて考えなければならない、ということだ。後者は、0時を過ぎてからセンター街で酔っ払って喧嘩けんかをするような人々である。「渋谷区がきちんと管理して責任を取れるイベントをするべき」という声があるというが、行政が主導するようなイベントは、健全な時間と健全な場所でおこなう健全なイベントにならざるを得ないことを考えると、前者に向けては楽しいハロウィンイベントを提供できるかもしれないが、そもそも後者のようにハロウィンとは関係なく暴れたり騒ぐことが目的の人々に対しては、効果は期待できない。現に、軽トラ事件の逮捕者たちは、仮装をしていない人たちだったのである。

杉山「健全なハロウインを楽しむことが目的ではない人が半分はいると思います。仮装で来ている人のほとんどは平和ですよ。見ていてとても楽しそうです。ナンパ目的とか爆音目的とか、ハロウインに乗じて酒を飲んで騒ごうとする層が大きな問題です。2015年くらいまでの暴走車や改造車は、車両を飾っていたり、ドライバースも装をしたりしていてまだハロウイン感があったんですけど、一昨年ぐらいからはもうハロウインと関係なく、ただただマナーや交通法規なんかを守らない人たちがばかりになった気がします」

マナーの悪さを許さない空気を

杉山氏は、2018年のハロウインで報道番組の「ZIP!」（日本テレビ系列）が紹介していた看護師2人のエピソードを話してくれた。彼女らは静岡県からバスを利用して東京までやってきて、夜の渋谷を徘徊はいかいしていたという。そのドキュメンタリーの中で印象的だったのは、彼女らがほとんどお金を使わなかったということだそう。一晩で、せいぜい2000円足らずの買い物を買ってコンビニで買った程度であつたらしい。渋谷のハロウインは、若い10代、20代が多く参加しており、彼らは店に入るわけでもなく、ほとんどお金を使わ

ないといわれている。渋谷ハロウィンは地域経済への貢献こうけんがない、というのがまた一つの問題点である。

一方で、杉山氏が「コスパの良いエンタメ」と表現するように、手軽に安く参加できて、かつ少しイケている仮装をするだけで誰もがヒーロー／ヒロインになれることは、渋谷ハロウィンの魅力だ。誰でも、数千円程度の出費で注目されてちやほやされ、写真を撮ろうと声を掛けられ、一晩楽しめる。それだけでなく、顔を隠すことができる、匿名性とくめいせいがあることも特徴の一つだ。日頃は家にこもっている人も、むしろ参加しやすいのかもしれない。

杉山「渋谷に来れば、わずかの出費でヒーロー、ヒロインになれる、創意工夫やパフォーマンス次第で注目されてちやほやされる。これって、快感だと思っただけですよ。参加者は非日常感を求めている、という分析やネット上のコメントを読んだときには、たぶんこれが本当なんだろうなと思いました。コスパの良いエンタメなんですよね。学校や職場、自宅生活などからいったん断絶し、顔を隠してヒーロー、ヒロインになれるっていうのはこの日の渋谷ぐらいしかないんだと思います。それから、軽トラが倒れたあとは、日本に若者にとっての『ハレの場』がなくなった、日本人は元々

祭りが好きだった、といった論調を多く見かけました。山手線の内側がどんきレイになって、集まって騒げる、良くも悪くも多様性を存分に吸収してくれる場所が多いの都市でなくなった。唯一残された渋谷がその役割を一手に担っている。これも実感として、そうなんだろうと思います」

——なんでそういった人々は、渋谷に来るんですかね？

杉山「渋谷になにか言葉にし難い期待のようなものがあるんでしょうね。それから、地方と比べて刺激があるという声はよく耳にします」

——来る人を減らすには、ブームが過ぎ去るのを待つしかないんでしょうか？

杉山「渋谷のハロウインの騒ぎを冷ややかに見ている論調は、近年、増加傾向にあると思います。それが去年の軽トラあたりで決定的になったんじゃないでしょうか。リアルタイム検索を見ても、間違いなく批判的に見る日本人は増えていると思います。ただ、そういった世間の^{せけん}目を全く気にすることなく渋谷のハロウインをめがけて来る人たちもまだまだたくさんいるので、なかなか、どうなるかわからないですね」

——渋谷ハロウイン、もとい参加者には、これからどういことを期待しますか？

杉山「海外でおこなわれるサッカー日本代表の試合で、日本人サポーターが試合後にスタジアムのごみを拾って帰って称賛しょうざんされる、という記事がよくあるじゃないですか。東日本大震災のあとも、きちんと並んで秩序が保たれ、暴動が起きなかったことも称賛されてましたよね。日本人は民度が高くて世界で一番マナーが良い国民だと皆喜んでいいる。でも、日頃そんなニュースを礼賛らいざんしているような人たちが渋谷のハロウィンになると平気でごみを捨てて、それこそ海外に恥ずかしいニュースを提供してしまっている。だから、私は皆あの日本代表のサポーターみたいにごみを拾う人たちになってほしい。逆に、マナー違反や法律違反をする人を見かけたら正す側の人になってほしい、ということですよ。渋谷に当日いない人も、ハロウィンに乗じて騒ぐ悪質な人たちを決して許さず、冷ややかに突き放す空気を作ってほしい」

若者を制限して縛りたくはない、できることならモラルや節度せつどを呼びかけるにとどめて、「若者の街」を守り続けたい、という区長の願い。それとは裏腹うらはらに、過熱して煽あほっていく報道と、民間企業と一体になって様々な対策を模索していることは知られず世間から受ける

批判。「区」という行政機関として対応できる範囲と、どうしようもない範囲。限られた予算、そもそも区の税金を区外の人々の迷惑行為のために用いたくはないという葛藤^{かっとう}。渋谷区の抱える苦悩が、だんだんと見え始めた。

様々な都市のハロウインのフィナーレとして、さらにはハロウインとは関係なくそこに乗じて騒ぎたい人々の集う場として、日本中の騒ぎの受け皿のようになってきている渋谷ハロウインに、区は加担もしなければ責任だってないはずだ。これは日本全体の問題であり、マスメディアやソーシャルメディア^{ぞうふく}が増幅^{ぞうふく}させている側面が確実にある。もはや、渋谷やハロウインだけに留まらない大きな問題を、渋谷は一人で抱えているのだ。今まで煽る報道をしてきたメディアの力で、世間の風潮^{ふうちよう}が変化していくことを望むばかりだ。



渋谷に集められる多くのごみ。一人ひとりのマナーが改善されることを望むばかりだ（渋谷区役所提供）

カウントダウン、サッカー、ハロウィン

続いて、渋谷センター商店街振興組合理事長である小野寿幸氏おのとしゆき、そして同・副理事長の鈴木達治氏すずき たつじへのインタビューに移る（2019年6月11日に実施）。2015年から渋谷区に参画した杉山氏と比べれば、55年以上、渋谷で働いてきた小野理事長は渋谷の歴史と共に歩んできたと言っても過言ではない。

どういう歴史の中で人々が渋谷に集まるようになったのかを中心に、商店街としてはどのような対策をしていて、今後、渋谷ハロウィンをどうしていきたいのか、先ほどとは違う視点からのお話を伺うことができた。

小野理事長（以下、小野）「昨年のハロウィンは暴動化して、逮捕まで至ったわけですね。でも、この逮捕は渋谷を大事にするためにやったわけではなくて、実は警察による来年のオリンピック、パラリンピックの実践訓練だったんです。ハロウィンのためだけに警視庁本部があんなことしません。これをはっきり言うの、僕だけですから」

インタビューは、こんなお話からスタートした。小野理事長は、なんでも赤裸々せきららに、あつげらんかと語ってくださいる方だった。

渋谷センター街の歴史を少し振り返ろう。まず、旧西武せいぶ・セゾングループのまちづくり戦略により、68年に「渋谷西武」、73年に「渋谷パルコ」などのファッションビルがオープン。続いて東急が79年に「109」、89年に「Bunkamura」を開業していく(三橋、2014)。こうして、80〜90年代からは若者ファッションの街という立ち位置を確立させていく渋谷だが、不良・非行の少年少女が集う街というイメージもまた、生じるようになってきた。鈴木氏によれば、ニュース番組では、青少年の問題が起きるたびに「イメージ画像」としてセンター街の景色が使われてきたという。

小野「センター街に来る人は、首都圏から来ていたんですね。世田谷区、大田区など城南

8地区、俗にいう山の手の人が多い。でも、おやじ狩りがあったり、高校生の不良がセンター街に来て喧嘩や恐喝きょうかくをしたり、ガングロやチーマーが流行りだした時代で。山の手のお母さんたちやPTAは、センター街に行っはいけないと言っ

たんです」

このようにセンター街が荒れる中、スクランブル交差点で騒乱が起きるようになった歴史は99年のカウントダウンイベントから始まる。交差点の中心に位置するツタヤの入ったビル「QFRONT」がオープンした年に、東急がイベントを仕掛けたのが最初だった。日本にはそれまでカウントダウンイベントで盛り上がる都市がなく、2000年へと変わるミレニアムのカウントダウンを機に、渋谷がその盛り上がりを率先していこうという計画だった（『日本経済新聞』1999年12月20日）。しかし、地下鉄入り口のガラス屋根が崩れ落ち、そこに上って騒いでいた17歳から23歳の男女4人が重傷を負う事故が発生してしまった（『日本経済新聞』2001年1月3日）。

カウントダウンの次にやってきたのが、サッカーの時代だ。小野理事長が「なんちゃってファン」と呼ぶような本当のファンではない人々が、ただ騒ぐことを目的としてスクランブル交差点に集まってハイタッチなどをして盛り上がるようになった。こういった事態を受け、今ではサッカー協会によるサポーターへの啓蒙活動が功を奏して、マナーが、ある程度、保たれている。しかし、数年前のワールドカップで騒いでいた群衆の映像は記憶

に新しいだろう。元々の始まりは、2002年の日韓ワールドカップ。警視庁本部を通じて、六本木や渋谷のパブにヨーロッパからフリーリガンたちがやってくるという話が入った。そこで、渋谷区、警察、商店街で協力して、路上の出っ張り看板（路上に置くタイプの看板や販売ワゴンなど、店外に出ている販促物のこと）を全て片付けることにしたのだそうだ。意識したことはなかったが、実際に今のセンター街を歩いてみても、店頭や路上に目につくような看板やワゴンは存在しない。

しかし、サツカーが終わってみれば「元もとの木阿弥もくあみ」。商店街は2003年に「渋谷センター街パトロール隊」を立ち上げた。鈴木氏は別のインタビューの中で、「『汚い・暗い・危険』というイメージが出来上がってしまっていて、このままでは街がダメになると思いました。それを改善していきたいという強い思いから、パトロール隊の活動を始めました」と語っている（渋谷区広報コミュニケーション課、2017）。最初は警察や区役所もあまり協力的ではなかったが、マスコミに取り上げられるようになり、徐々に活動が評価されるようになった。商店街発のパトロール隊の元祖がんそとしてほかの地域から講演の依頼が来るなど、ロールモデルとされるケースも多いそうだ。

小野「当時は、来るお客が悪いというより、商店街のモラルがなさすぎるといふ見方をしています。悪い人を相手にする店があるから悪い人がくる。出っ張り看板やプリクラ、ゲームセンター、店の前に座っている高校生の食べ散らかし、飲み散らかし。ゴキブリとかネズミも退治たいじしましたね。警察があるんだからそこまでやる必要はない、と組合には言われました。でも、我々は商人だからこそ、商店が流行はやる街にしたい、あるいは商店から文化を発したい。そういうイメージが僕の中にありました」

ブランド品のコピー商品などの露店ろてん販売、居酒屋の客引きやぼったくり行為、最近ではアダルト系への勧誘といった様々な問題が絶えないセンター街だが、早くから手を打ってきたことが功を奏している、と小野理事長は語る。90年代から若者の街というイメージが定着した渋谷センター街では、2000年に入り、カウントダウン、そしてサツカーを機に群衆が集まる街となった。今も続くパトロール隊の活動により少しずつ安全が保たれるようになったが、次に起こったのが、ハロウィン問題だった。

「変態仮装行列」をする「バカ者」たち

小野「1番目がカウントダウン、2番目がサッカー、その次に出てきたのがハロウィンなんです。例えばロンドンのハロウィンでは、大人はパブの中で騒いで、外では絶対に騒がない。郊外ではお子様のイベントになっている。ところが、このハロウィンは『変態仮装行列』。とんでもないです。6、7年前からあれっという間に参加者が倍々に増えて、去年はトラックが倒されて問題になった。マスコミも今までは煽る傾向にあったんですけど、さすがに同情的になってきました」

ハロウィン当日のセンター街の売り上げは普段より大きく下がるといい、今では18時以降は路面店を閉めているそう。ハロウィンには経済効果があるのにもったいない、という論調を、小野理事長は「あんなのマイナス経済効果だよ」と一蹴いっしょくした。センター街の店舗の従業員も、店から駅まで行くのが難しく、帰るのに困っているという。

0時までに帰宅するよう渋谷区が訴えかけても、皆、終電で渋谷にやってきてしまう。イベント化・ルール化して抑えようという動きもあったそうだが、参加者たちは結局イベント後にセンター街に集まってくるだろう、というのが小野理事長の見解けんかいだ。

小野「だから、変態なの。モラルのない人にモラルの話をしても糠ぬかに釘くぎ。センター街の中に警備車両、機動隊を入れてほしい。警備態勢で抑えていこう、と僕は言っている。渋谷には『若者の街』という冠かんむりが付くから、その若者を追い出すとはどういうことか、という声もある。ところが、あれは若者ではなく『バカ者』。しかも、地元じゆんの企業や若者は参加していない。渋谷区の人、あんな騒動しないんです」

渋谷区役所の杉山氏も言っていたように、最近是全国的にハロウインの様子が放送されることから、名古屋や仙台からハロウインの渋谷にやってくる中学生などもいるらしい。厳密に数えることは不可能だが、集まる人のうち仮装しているのは3割だけでもいわれている。参加するのではなく、ただ見に来ている人が7割はいるのだとか。取材のために訪れた我々ゼミ生も、その中に入るだろう。どのような思いから若者がハロウインのセンター街に集まるのか。小野理事長の口からは、杉山氏の考察に近い回答が得られた。

小野「自分の所属している会社に満足していない人や、組織から外れかかった人がいっば

いるんですね。その人たちの鬱憤うっぷんや不満がここに集まっているんじゃないですかね。自分の地域であんな格好したら疎外そがいされるんじゃないかな。センター街へ来たら、同じような人ばかりいるから、すぐ友達になる。都会には注意する人がいますからね」

マスコミを利用し、新たなハロウインの形を

先の渋谷区役所のインタビュは、若者の街のイメージを保っていきたい、なるべく規制はしたくないというスタンスだった。しかし、商店街側には少し強固な姿勢を見せていかなければならない、という意識があるようだ。

小野「追い出すより受け入れてモラルを作ろうと言うけど、『バカ者』に対しては無理だ
と思うね。若者を冷たく追い出したくない、という考えがあるみたいだけど、悪い
ことする人に優しくできないもんね。ゆるやかさの中でも、ダメなものはダメって
線を引かないといけない」

また、今回の路上飲酒禁止の条例に関しても、理事長らは「ハロウィン」と銘打ってほしいそうだ。小野氏と鈴木氏から頂いた『渋谷センター街』が考える——渋谷ハロウィン検討会の現時点での整理と方向性——という資料によれば、「仮称『ハロウィン対策条例』といった条例」について、「渋谷区、商店会連合会、警察などが一致団結して対応するということを内外に知らしめるために必要」というコメントが続く。

小野 『ハロウィン』と銘打てば、マスコミが食いついて区長も僕らもコメントを出せる。そうすれば、『あいつらうるせえよな』『もう行くのやめようぜ』という抑止にも繋がる。規制して痛い目に遭あわせないと、もう効かないんですよ」

鈴木副理事長（以下、鈴木） 『渋谷は騒げる』という風潮が出来上がっていますから。マスコミは2018年の軽トラを機に、煽りから同情に変わり、今度は『渋谷、どうするの？』と追い詰める方向になってきている。これを機にインパクトのある対策、改革を打ち出さないといけない。オリンピックもありますし、今年がタイムリミットでしょうね。区長としては『違いを力に』と言っていますけれど、我々としては『間違いを力に』してはいけませんから」

規制や封鎖をおこなわなくてもどのみち売り上げは落ちている。だから、商店街としての強固な姿勢を印象付けるために、思い切ってセンター街を封鎖するレベルの対策をとってもいいのではないか、というのがお二人の意見だ。

鈴木「行ってもつまらないな、と思わせるぐらいでちょうどいいですから。恐れなくて大胆にやってほしい」

小野「ハロウインのときに僕が『変態仮装行列』と発言したら、苦情は1件しかなかった。あとは『よく言った』『確かにそうです、応援します』といった応援、共感の声
が30通ぐらい届いた。3ヶ月前に言っていたら、流行語大賞にノミネートされただろうね(笑)。騒ぎが自然消滅するように、逆にマスコミを用いて改革していかないとけない」

—— 今後の渋谷、今後のハロウインは、どういう方向にもっていきたいとお考えですか？

小野「元々来ていたファミリー客は、怖くてハロウインの時期の渋谷には来られないんですよ。今の区長は、安心安全の治安と賑わいにぎわいを一緒に走らせたい、という考え方。

でも僕は、治安が先にいけば、賑わいはあとからついてくると思う。渋谷もヨロップパを見習って、商店街のスタンプリーのような新たなハロウィンを提供しようと言っています。要するに、お店の中でやる。そうすれば、お店側もウエルカム。従業員が仮装をしてお客さんを迎えるとか、方法はいっぱいでてくるはず」

『家庭と防犯』（2019年2月）においても「若者の街・渋谷はファミリーが楽しめる街へ」というタイトルでお二人へのインタビュが掲載されていた。ロンドンのように屋内で上品に楽しむハロウィン、家族が安全に楽しめるような渋谷を作っていくことが、小野理事長らの理想なのだ。「変態仮装行列」「バカ者」といった表現は非常にユーモラスだが、センター街や近隣住民、買い物客が受けている被害は決して笑えるものではない。「若者の街」のイメージと安心・安全な街との狭間^{はざま}で葛藤する渋谷を、商店街、そしてパトロール隊の立場から支えるお二人の熱い思いが伝わってくるインタビュだった。

渋谷ハロウを分析する

観光化する渋谷ハロウ

両者のインタビューにおいて、渋谷のハロウインの熱狂にはメディアが大きな影響を与えているという発言がたびたび登場した。杉山氏はハロウイン対策検討会の中で「ハロウインの最大の受益者じゅえきしやはマスメディアだ」という声があったことを明かした。ハロウインについての記事はPV数が高くなるらしく、テレビやネットといったメディアは、ハロウインについて取り上げるほど儲かるもつのかもしれない。実際、ここ数年多くのメディアが煽るような報道を続けてきたのを、皆さんも見てきたことだろう。その影響で渋谷ハロウを訪れた人は少なくないはずだ。2019年5月の「ハロウイン対策検討会中間報告」には、来訪者の7割は仮装をせず見物などを目的としていたという情報まで掲載されていた。

このように、渋谷ハロウインはもはや一つの観光地と化しているといえる。我々が現地調査でおこなった参加者へのインタビューの中でも、せっかくだから一度は見てみたかった、といった理由で訪れている人は多かった（詳しくは第5章を参照）。

「観光」がすでに知っていることを確認する行為である、という考え方を、社会学者のジョン・アーリは「観光のまなざし (Tourist's gaze)」と呼んだ (アーリ&ラースン、2014)。観光客というのは、事前にガイドブックや様々なメディアで観光地に関する情報を収集し、そうして構築されたイメージを現地でなぞるように楽しむ。

ハロウィンも同様で、人々はテレビやネットで見たあのスクランブル交差点を見てみたい、確認したいという動機で来ているのではないだろうか。もしかすると仮装だって、「仮装して参加する人の様子」という対象を自身で再確認しているだけで、仮装自体をそこまです楽しんでいない可能性すらある。群衆を見るために集まっている群衆というわけだ。そう考えると、渋谷ハロウィンが非常に虚しい、空虚なイベントであるように思えてきた。また、このような意見は、渋谷ハロウィンに熱狂している人々をしらせさせることに一役買うかもしれない。

「珍走団」^{ちんそうだん}的な「変態仮装行列」

話が元に戻るが、このような「まなざし」の対象となる渋谷ハロウィンのイメージを作り上げたのは、やはりメディアの力である。インタビューで、メディアは元々煽るような

報道を続けていたが、軽トラの事件を機にそれが同情に変わってきた、と鈴木氏は述べていた。このように、メディアでの報道のされ方や世間の態度は、一つの事件をきっかけに急変することがよくある。2018年の渋谷ハロウインを象徴するワードは「軽トラ」で間違いないだろう。この言葉によって例年以上に荒れて治安が悪かったという印象が残ったはずだ。実際には例年よりも参加者が少ない傾向にあったはずなのに、軽トラ報道を受けた揺り戻しで結局混雑してしまった、ということからもその影響力の大きさがわかるだろう。

様々な事象を選択的に強調し、それを単純化して伝えることで、それが正しかろうと誇張であろうと「時代のキーワード」となっていく過程は、「フレーミング (framing)」と呼ばれる (Barford & Snow, 2000)。マスメディアの報道、出来事の捉え方や切り取り方は、世間の認識を形作っていくのである。

去年は軽トラ事件についての報道が大きかったことよって、「渋谷ハロウインといえば軽トラだよな、あの事件はびっくりした、とにかく酔っぱらった人たちが夜中に集まって、なにも考えずに騒いでいて、迷惑行為を働いて、人のものを壊したんでしょ、渋谷って

怖いよね、ハロウィンって危ないよね、犯罪者の集まりだよ」といった連想が繰り広げられ、イメージが形成されてしまう。小野理事長らが心配しているのも、こうした報道やフレーミングによって、せっかく守ってきたセクター街の安全なイメージが損なわれること、現実以上に悪いイメージが膨れ上がっていくことなのである。

一方、このフレーミングが良い方向に働いたといえるのが、「珍走団」の事例だ。暴走族が流行っていた頃、「暴走族」は格好良すぎるといふ理由から「珍走団」というダサイ呼び方が生み出され、警察などがポスター化した話は有名だ（ひろゆき、2019）。このように「ダサイ」フレームを付与することによって、事態の沈静化を図ることもできるかもしれない。実際、杉山氏もインタビュの中で「珍走団」について言及し、同じようなことがこの渋谷ハロウィンでも起こせれば、と話していた。

小野理事長の「変態仮装行列」というワードがハロウィンより前にバズっていれば、渋谷はどのように変わっただろうか。漢字6文字の仰々しい並び、口にしたときのどこか古臭い感じ、「変態」という単語の強さとダサさから、2018年のハロウィンはここまで盛り上がりながら終わったかもしれない。一方で、実際に問題を起こしているのは仮装すらし

ていない、ただ騒ぐことを目的にやってくるタチの悪い人々だ。この人々にこそ、「変態便乗集団」とか、なにか名前が付けば、また印象が変わるかもしれない。

このフレーミングと関連して、「アジェンダ設定 (agenda setting)」というキーワードもある。マスメディアの報道が、世間の中で議論されるべき議題の優先順位や重要度、ひいては世論に影響を及ぼし態度や意見を形成していくことを指しており、選挙戦に関する報道などについて語られる際に用いられている概念だ (McCombs & Shaw, 1972 / マコムズ, 2018)。31 日に向けて報道が過熱していく影響を受け、視聴者たちの意識の中でハロウインの占める割合が高まっていくことも、これで説明できそうだ。

また、ハロウインに関連する報道の中には、「ナイトタイムエコノミー」や「経済効果」と関連づけているものが数多く存在する。我々はそのような報道を見れば、実際の如何いかににかかわらず、渋谷ハロウインは儲かるもの、経済のためにはある程度仕方ないお祭り騒ぎ、と思ひ込むかもしれない。しかし、売上げが大きく下がるといふ報道がされたとな、手のひらを返したようにネット上で批判が相次いでいたのを覚えている。

実際、2018年11月にヴィレッジヴァンガード渋谷店の方にお話を伺ったところ、街

の盛り上がりとは裏腹に、マーケットは小さくなってきたと感じるようだ。仮装グッズをそのまま購入するよりも自分で揃えたり作ったりする人のほうが多いことや、参加層が大人から大学生、高校生へと低年齢化したことなどが、理由として考えられるらしい。ハロウィンが盛り上がり始めた5年前ほどの爆発力はもうなくなった、とも語られた。そもそもハロウィン期間中は道が混雑して塞^{ふさ}がっているため、お客さんが店舗にたどり着くこと、中に入ることすらできないのだとか。一部の「ナイトタイムエコノミー」の報道とは異なり、ハロウィンは意外と儲からないイベントなのだ。

このように、フレーミングもアジェンダ設定も、メディアの切り取り方、情報の選択や強調が我々のイメージ形成に影響を与えることに關するキーワードである。本書においても、第1章と第5章はいずれも渋谷ハロウィンを扱っているが、その立場や切り取り方はまるで異なる。この第1章では行政の苦悩や商店街の思いを伝えているが、第5章では、参加者がどのように盛り上がっているかという見識を得られるはずだ。なにを強調するかによって同じ事象の見え方が変わってくる、というのは非常に重要なポイントである。2019年は路上飲酒禁止条例が成立したことで、渋谷ハロウィンに関する報道のされ方が

変わるかもしれない。

渋谷ハロウは、鍋の雑炊

このように、報道の影響によって人々は、31日に渋谷ハロウインに集まるようになってきた。行かない人にとっても、31日に渋谷に人々が集まるという景色けしきが当たり前になっている。もはや毎年の恒例行事のようだ。

特に面白いのは、金曜日の夜や土日はほかの都市のハロウインイベントなどで過ごし、最終的に31日にシメとして渋谷ハロウインに来る人が多いことだ。これは一種の「スクリプト (script)」と呼べるのではないだろうか。私たちの消費者行動は、まるで台本どおりに演じているかのように決められた手順の中を進んでいることがあり、これはスクリプトと呼ばれる (Solomon, Surprenant, Czepiel, & Guitman, 1985)。例えば日本の飲み会では「とりあえずビール」と言って全員がビールで乾杯する一方で、アメリカのレストランでは食事後にチップを置くといった習慣がある。このように、スクリプトは文化や社会、時代によっても異なるのが特徴だ。飲み会のシメにラーメンを食べたり、鍋のシメとして余ったスープにご飯を投入してシメの雑炊を作ったりといったスクリプトが存在するように、「シメ」はスクリ

プトになりがちなキーワードかもしれない。渋谷ハロウィンも、ラーメンや雑炊のように、「最後はこれで終わるよね！」という定番となっているのだ。分析のシメとして、このスク립トというキーワードを紹介したが、言い換えるならば、このスク립トを変更することができないのなら、荒れる渋谷ハロはなくなるのかもしれない。そのためのフレーミングが必要だということはすでに説明した通りである。

まとめ

「そして意思は言葉を換え 言葉は都市を変えてゆく」

自称・品行方正で真面目に生きてきた女子大生が渋谷ハロウィンと向き合った結果が、この第1章である。絶対に避けて通りたいと思っていた渋谷のハロウィンだったが、巻き込まれてみれば非常に興味深く、最終的には渋谷区役所、そして商店街へのインタビュという貴重な場に立ち会うことができた。時にはリスクなんて考えずに飛び込む勇気が必要だということを学んだ。

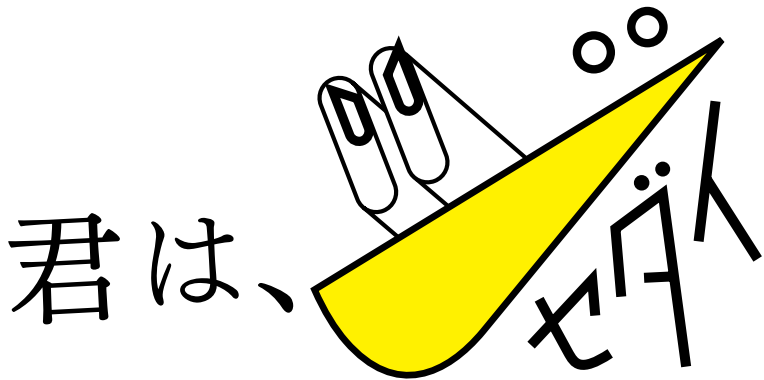
若者の街のイメージを守るべく、なるべく規制をしたくないという区の考え方にも共感

できるし、日々パトロールしている小野理事長と鈴木氏の努力を思えば、積極的な取り締まりも仕方ないと思える。

ほかの全ての街のハロウインのシメとして、若者にとつての数少ない「ハレ」の場の役割を担う渋谷。それは誰の手にも止められない。唯一、解決できる可能性があるとするれば、「珍走団」のように渋谷ハロウインはダサイ、行っている人はつまらない、という風潮をなんとか作っていくことだろうか。2018年の軽トラ事件によって渋谷ハロウインの歴史も区切りを迎えたのではないかという気がするが、将来、どうなっていくのか、実のところ、それは誰にもわからない。

かつて渋谷系（90年代に流行した音楽ジャンル）の王子とも呼ばれた歌手、小沢健二おざわけんじの『流動体について』という曲に、「そして意思は言葉を変え 言葉は都市を変えてゆく」というフレーズがある。渋谷ということもあってか、今回の取材を通じて思い出したのがこの歌詞だった。渋谷ハロウインをどんな風にしていきたいか、立場やスタンスによって、その意思は違うことだろう。その意思が、こうしたインタビュや本、メディアやツイッター

などに乗っかって、言葉になって、渋谷を変えてきたのだ。渋谷は、これまでもこれから「流動体」なのだ。



何と闘うか？ <https://ji-sedai.jp>

「ジセダイ」は、20代以下の若者に向けた、**行動機会提案サイト**です。読む→考える→行動する。このサイクルを、困難な時代にあっても前向きに自分の人生を切り開いていこうとする次世代の人間に向けて提供し続けます。

メインコンテンツ ジセダイイベント

著者に会える、同世代と話せるイベントを毎月開催中！ 行動機会提案サイトの真骨頂です！

ジセダイ総研

若手専門家による、事実に基いた、論点の明確な読み物を。「議論の始点」を供給するシンクタンク設立！

星海社新書試し読み

既刊・新刊を含む、すべての星海社新書が試し読み可能！

マーカー部分をクリックして、「ジセダイ」をチェック!!!

行動せよ!!!