

プロローグ

10月31日、またハロウィンがやってくる。筆者はハロウィンに関する論文等を発表していたが、昨年、TVや新聞に渋谷ハロウィンについてコメントする機会があり⁽¹⁾、ハロウィン騒動の根底に「規制と容認」の問題があることを指摘したが、本稿ではもう少し掘り下げてみたい。

1 渋谷ハロウィン

(1) 「渋谷ハロウィン」という名称

「渋谷ハロウィン」とは通称名である。ここで言う「渋谷ハロウィン」とはイベントではなく、「10月31日に近い週末あるいは31日当時に若者が自然発生的に集まる渋谷でのハロウィン」を指して言う。なぜここでこうした確認をするかといえば、地名プラスハロウィンの表現はイベント名として、カワサキハロウィンのような場合もあるからだ。これはもちろん「川崎」で行われているもので、表記がカタナカで表現されている。小さなイベントでは「渋谷ハロウィン」と銘打っているものもあるかもしれないが、主催者がある場合には〇〇主催「渋谷ハロウィン」と表記し、区別したい。

名前を付ける、即ちネーミングは人を集める、集客力の大きな力となっていることは言うまでもないことだ。不動産業界でも多摩川を境に神奈川県川崎市高津区と東京都世田谷区（二子玉川）、神奈川県川崎市中原区と東京都世田谷区（田園調布）では場所や土地名に価値観が出てくる。典型的なのは東京ではないのに、「東京」と冠を

付けるケースだ。東京ディズニーランド、東京ドイツ村、新東京国際空港（成田空港）など、枚挙に暇がない。東京都内でも池袋、新宿、原宿、渋谷など知名度の高い場所がある。中でも若者文化ということ念頭に置けば、原宿と渋谷は日本だけではなく、世界でも知られている。「知られている」はインターネットの登場により、また SNS の影響により、活字だけでなく視覚的効果を含め、マスコミが単に取り上げるだけでなく、一般人が自分の感性の基に発信している情報も加わり、以前よりも豊富に、時系列に情報が手に入るようになった。

（２）「渋谷ハロウィン」の場所

渋谷ハロウィンの場所をもう少し限定しておこう。渋谷でよく人が集まる場所として、「ハチ公（周辺）」とスクランブル交差点が象徴的である。この２つは渋谷の象徴を問うアンケートでは圧倒的な数字を表している。⁽²⁾しかし、「ハチ公（周辺）」はハロウィンとは関係なく、渋谷の待ち合わせ場所として定着している。スクランブル交差点は通常は横断する場所であるが、サッカーのワールドカップでのハイハッチや大みそかのカウントダウンなので有名になった場所である。もともとはイベントでなかったものだけに、人出の多さに急きょ歩行者天国となり、またイベント化される場合もある。

「渋谷ハロウィン」で若者が集まるのは基本的には渋谷センター街である。人が多くなれば、文化村通りや道玄坂にも集まるようになる。センター街は 2011 年 9 月 26 日にメインストリートを「バスケットボールストリート」（通称：バスケ通り）と改名したようだが、その定着度はどうであろうか。改名の理由はこれまでの「汚い、危険」といったような暗くて、汚いイメージを一新するためであったという。しかし、皮肉なことに「渋谷ハロウィン」が盛り上げりを

見せていくのは 2009 年頃あたりからと言われているが、東日本大震災のあった 2011 年以降はそれが顕著になったきたと思われる。

「渋谷ハロウィン」の盛り上がり、騒動はスクランブル交差点での渋谷ハイタッチムーブメント⁽³⁾やカウントダウンの影響もあってか、隣接しているこの地域に若者が集まって来る。渋谷センター街の特徴は以下のようにまとめることができる。

- (1) スクランブル交差点、道玄坂、文化村通りは道幅もひろく、交通量も多い。また、道玄坂は路線バスの経路になっている。このため、渋谷駅前の待ち合わせ、その後、センター街への移動という流れが出来上がった。センター街は時間帯によっては車両の規制がされている。歩行者優先状態となることがある。
- (2) センター街やその周辺には飲食店だけではなく、東急ハンズ、西武のロフト、ドン・キホーテをはじめ、いわゆるハロウィングッズを大量に扱う店があることも見逃せない。

これに加えて、劇場効果がある。コスプレの参加者は一種の出演者であると同時に観客でもあるからだ。「観る側」と「観られる側」が同時に意識する時空に変化しているのだ。

自然発生的に起きた「渋谷ハロウィン」の一つの対策としてシブヤハロウィン実行委員会（一般財団法人渋谷区観光協会・株式会社エイチジェイ・株式会社シブヤテレビジョン）が、2016 年 10 月 31 日（月）代々木公園イベント広場にて『SHIBUYA HALLOWEEN FES 2016 Supported by AbemaTV』を 12 時～20 時（イベント広場及びステージ）に開催した。しかし、プレスリリースされたのは 2016 年 10 月 26 日である。インターネットには 20 時 00 分にアップされた。このイベントは継続されなかった。告知された時期もハ

ロウィン間近であり、時間帯も比較的早い時間帯であったため、結局、このイベント後に渋谷センター街に若者が流れていくことになった。分散させるという意味では効果はあったのかもしれないが、本当の意味で分散させるのであれば、22 時くらいまでは開催していないと難しいだろう。しかし、実際には代々木公園は都立の公園ということから、夜の利用ができないという制約がある。折角の試みも単年で終わってしまった。

渋谷センター街で繰り広げられるハロウィン騒動で最も被害を受けているのはこのセンター街の飲食店・商店であることは報道等からも伺える。このセンター街には渋谷センター街商店振興組合（小野 寿幸理事長）がある。筆者は 2018 年 10 月下旬から 11 月上旬にかけてこの振興組合の HP をチェックしていた。しかし、HP ではこのハロウィンに関して注意喚起は全く掲載されていなかった。しかし、2018 年のハロウィン騒動ではマスコミが小野 寿幸理事長へインタビューした。J-cast ニュース「私はなぜ『変態仮装行列』と呼んだのか 商店街トップが語る渋谷ハロウィンの『惨状』」(2018/11/2 13:23) の冒頭を見ておきたい。

逮捕者も続出した東京・渋谷のハロウィンについて、地元商店街のトップが「変態仮装行列」⁽⁴⁾とテレビのインタビューで発言し、ツイッター上などで反響を呼んでいる。

その発言に至った思いについて、J-CAST ニュースでは、渋谷センター商店街振興組合の小野寿幸理事長（77）に話を聞いた。

「ハロウィン本来の姿ではない」

「ハロウィンではなく、暴動ですね。みな怒り心頭ですよ」。小野理事長は 2018 年 11 月 1 日、取材にこう話した。（中略）

「路地に入って、外でオシッコやウンチをしていくんですよ。店が閉まっているので、エレベーターの周りでする人もいましたね。こうした意味で、ひっくるめて『変態』だということですよ」

ほかにも、ガラスを壊して道路に破片が散らばったり、トイレに物を詰まらせたりして、掃除に数日はかかる有様だという。商店街では、自衛策として、店を早めに閉めてしまったり、ビン割らせないようにアルコールの販売を自粛したりしている。この影響で、全体の売り上げは、10月27日からの5日間で、3分の1に落ち込み、数億円の損失が出ているそうだ。

「来年は、ハロウィンを禁止してほしいという声が圧倒的です。責任者がいないので、イベント化するか、それとも禁止するか、2つに1つでしょう。今後、区や警察と話し合いたいと思っています」⁽⁵⁾

経営者として当然の発言だろう。筆者がここで思ったことはこのコメントが理事長の個人としてもものなのか、振興会の総意なのかということだ。前述の通り、振興会のHPには何も記載されていない、むしろ振興会からの発信がないからである。振興会の総意なのであれば、HPを通して振興会としての呼びかけができる手段を持っているのが、何も発信していない。ちなみに振興会の役員をHPより紹介しておきたい。

理事長

小野 寿幸 (株) 渋谷西村總本店

副理事長

鈴木 達治 (株) 高木本社

専務理事

梅原 秀一 (有) センター建物
松本 幹久 (株) エムズネットワーク
常務理事
藤野 宏忠 (株) 蓬莱屋酒店
瀬戸 英二 瀬戸空間プロデュース(株)
笠井 明人 坂善商事(株)
常任理事
宮川 幸一 (株) 高木本社
鈴木 大輔 太平洋商事 (株)
監 事
野本 昭二 野本商事 (株)
佐藤 圭司 (株) M2 トレーナー
理 事
小林 治 (有) 大松
遠藤 進一 (株) そごう西武 西武渋谷店
川田 博之 (株) パルコ
土屋 光夫 東急不動産(株)
森田 勝之 (株) 東急ハンズ
阿部 真由子 合同会社フォーエヴァー21
清水 悠佑 (株) TSUTAYA SHIBUYA TSUTAYA
山口 浩一 平和商事 (株)
土屋 仁 (株) エムズネットワーク
増田登志子 (株) 増田
長谷部 洋平 (株) ドン・キホーテ MEGA ドン・キホーテ渋谷本店
近藤 敏栄 (有) 丸日近藤商事
中村 三郎 中村ビル⁽⁶⁾

「渋谷ハロウィン」は自然発生的で、主催者がいないからという理由で 10 年程度推移していたことなる。しかし、振興会の尽力で渋谷センター街がクリーンなイメージに変わってきたことも事実である。理事長の怒りは最もであるが、渋谷の街は若者で潤ってきたこともまぎれもない事実である。感情的な言葉であるが、端的に言えば「利益につながる若者は渋谷に来てください。渋谷にお金を落とさない、迷惑行為をする若者は来ないで下さい。」というメッセージであったという趣旨だ。経営者にとって利益第 1 という考えを否定することはできない。渋谷センター商店街振興組合の HP には「センター街のルールについて」として 18 項目が取り上げられている。特に 3 つの項目をここでは紹介しておきたい。

⑧路上において、通行人に対してのナンパ行為を禁じる。

⑫路上及び店舗前において、地べたに座り込んだり（中腰でも）、複数で固まって立ち止まる行為を禁じる。

⑬乗用車、納品者共に全ての車両は、平日は 15:00～翌日 5:00、日曜祝日は 12:00～翌日の 5:00 まで、センター街への侵入及び駐停車する事を禁じる。⁽⁷⁾

ルールを定めること以上に、その内容の実効性についてどの程度まで本気で考えているのだろうか。ルールは周知も必要である。渋谷という街が若者を受け入れているからこそ、若者が集まって来る。

⑧と⑫はセンター街のクリーン化として理解できないわけではないが、若者の街を牽引している街のルールとしてはどうかとの疑問も残る。センター街は今、「容認」から「規制」の方向性に舵を切り始めているかもしれない。しかし、この 10 年間、センター街をはじ

め渋谷区と警察はどのようにこの「渋谷ハロウィン」を考えていたのだろうか。渋谷区も数日前にセンター街の商店等で特にビン類の酒類の販売を自粛するように要請する姿勢を見せた。

渋谷区「コンビニさん、ハロウィンは瓶の酒売らないでください」
販売自粛願い 2018年10月24日17:00

東京都渋谷区は、ハロウィーンの31日午後6時から翌日午前6時にかけて、瓶に入ったアルコール類の販売を自粛するよう、渋谷駅周辺のコンビニエンスストア17店舗に求めることを決めた。長谷部健区長が23日の記者会見で明らかにした。

区は、今年6月にあったサッカー・ワールドカップ日本代表戦3試合でもコンビニ18店舗に同様の要請を行い、7店舗が協力した。

区によると、渋谷駅前のスクランブル交差点では、4年ほど前からハロウィーンの前後、仮装した若者が大勢集まるようになり、昨年は酒に酔って瓶を割ったりするケースがあったという。⁽⁸⁾

この発表はハロウィンの1週間前である。発表の時期が遅い。しかも渋谷区は4年ほど前からハロウィン前後に若者が集結することを把握しており、その対応が後手後手になっていることが伺える。「容認と規制」のバランスをコントロールできるのはこの場合には行政としての渋谷区だろう。2018年には暴徒化の末、警察ははじめて機動隊を導入した事態となった。この「渋谷ハロウィン」を警察の対応だけに期待しているとすれば、それは渋谷という街から多大な恩恵を受けている商店街のとしても本意ではないだろう。若者とどう向き合うのかは新しい渋谷の過渡期である現在、「利益につながる若者は渋谷に来てください。渋谷にお金を落とさない、迷惑行為をす

る若者は来ないで下さい」が渋谷の在り方となるのだろうか。

(3) 「渋谷ハロウィン」の時期

ハロウィンは10月31日に行われるものであるが、そもそもハロウィンとは何か。タッド・トレジャ／北村弘文訳『アメリカ風俗・慣習・伝統事典』(1992)では次のように説明している。

サムヘインの祭りは、古代ケルト人の新年の祭りで、この時期には人間や動物のいけにえが死者のサーマンと呼ばれる主や太陽にささげられた。11月1日に祝われるサムヘインの祭りは、こんにちの万聖節の前夜祭(ハローウィン)の原型である。しかし、同時に現代の祭日は中世の聖職者、とくに8世紀に11月1日をキリスト教の聖人の祭日に選定した法王グレゴリオ3世の影響を反映したものでもある。ただ現在われわれが10月31日に祝うのは、万聖節の前夜祭、すなわち「ハローウィン」としてである。

この日に示される魔女や死者に魅せられた状態は、異教とキリスト教両方の祭日に逆上ることができるが、「いたずらかお菓子か」という世俗的な慣習も、おそらくそうであろう。

ロバート・マイアーズは、死者にご馳走をささげた後、「死者の魂を象徴する仮面と時代衣裳を着けた村人たちが郊外までパレードして亡霊たちと外へ連れ出す」サムヘインの祭りがこの習慣の源だとしている。

キリスト教徒のその後の貢献は聖人の遺品が展示されたり、教区民たちがそれぞれ好きな聖人の衣裳を着けたりして行われた中世の万聖節の行列の中に見られる。⁽⁹⁾

10月31日の年中行事が日本ではなぜ長期化の傾向にあるのだろうか

か。これには消費高度を喚起させるレジャー産業をはじめ、各業界の思惑がその根底にあることを理解しなければならない。拙著『ポップカルチャーとオタク文化の微妙な関係 増補版』（2019）で長期化の原因については次のように分析した。

夏休みが終わり、クリスマスまでの時期で市場をにぎわすことのできるものを利用しようとしていることだ。クリスマスのイベント関係も 11 月初旬あるいは中旬から始まる傾向にある。七五三の行事はかなり限定されてしまうため、おそらく業界としては 9 月中旬から 10 月の間で活用できるイベント等を探しているところへ、この数年急成長を遂げているハロウィンが特に目立って来たということだろう。これに加えて、地域振興や地域の活性化という自治体等の動きも加わっている。経済効果のあるものについてはこれを取り込み、活用しようという姿勢である。日本になかったイベント、クリスマス、バレンタイン・デー、さらにはバレンタイン・デーから派生するホワイト・デーが定着してきたのは企業戦略の役割が大きい。また、ウェディング・ドレス、「婚約指輪は給料の 3 ヶ月分」の定着もブライダル業界の戦略であろう。ハロウィンの場合には多方面に波及的効果があるため、クール・ジャパン政策によく似ている。いずれの場合にもハロウィンを活用して集客力を高めていると言った方がよいかのかもしれない。⁽¹⁰⁾

東洋経済記者の菊地悠人は東洋経済 ONLINE「ハロウィーン迷惑行為、渋谷区の対策とは？アンチを味方にして、市場を育てていけるか」（2016 年 11 月 7 日）で原田曜平の言葉を紹介している。

博報堂ブランドデザイン若者研究所の原田曜平氏は、「10月は若者が楽しめるイベントがこれまでなかった。男女のつながりが必要なバレンタインと異なり、ハロウィーンは友達同士などでも楽しめることが普及した要因」と分析する。⁽¹¹⁾

ハロウィーンの長期化は9月上旬からハロウィンイベントを開始している東京ディズニーランド（以降、TDR）とユニバーサル・スタジオ・ジャパン（以降、USJ）の存在は大きな要因である。

2018の「渋谷ハロウィン」を例にしてみると、2018年10月20日（土）～10月31日（水）あたりがひとつの時期となろう。特に週末の26日（金）、27日（土）、28日（日）、10月31日（水）が大きなピークではなかっただろうか。渋谷センター街で軽トラックがひっくり返されるという事件が起きたのは28日（日）の午前1時頃であった。前述の通り「渋谷ハロウィン」では「容認と規制」の問題が背後にあり、この問題の難しさの背後にあるのが時期の長期化である。ワールドカップでのスクランブル交差点でのハイタッチムーブメントや同じくカウントダウンはその日限りで、しかもある特定の時間に集中している。しかし、「渋谷ハロウィン」は自然発生的な現象であるだけに規制にするにも難しさがある。

2 意味を喪失した祝祭イベント

「渋谷ハロウィン」あるいは日本のハロウィンについて「本来のハロウィンではない」と言ったコメントが寄せられることが多いが、むしろ、ハロウィンがドルイド教を中心に形成されたケルト文化のサムヘインがアメリカに渡り、アメリカナイズされたものが日本に伝わり、日本でさらに変容したが現在の日本のハロウィンである。

従って、日本のハロウィンを正確に捉えることは難しいのである。

(11) しかし、ハロウィンだけでなく、クリスマスをはじめとした外来のイベント化した祝祭日や記念日に、現在意味を求めることが必要なのだろうか。

そもそも、日本の祝祭日や記念日も本来の意味が重視されているとはあまり思えないのである。国民の祝日に関する法律の「第三条」をみておきたい。

「国民の祝日」は、休日とする。

2 「国民の祝日」が日曜日に当たるときは、その日後においてその日に最も近い「国民の祝日」でない日を休日とする。

3 その前日及び翌日が「国民の祝日」である日（「国民の祝日」でない日に限る。）は、休日とする。

いわゆる「振替休日」が実施されている。1973年の改正より実施されている。1964年に東京オリンピック開催を記念した10月10日の体育の日は10月の第2月曜日となっている。2020年よりは「スポーツの日」に名称変更され、その年のみ2020年の東京オリンピックの開会式当日に当たる7月24日に変更となる。なぜこうした祝祭日の日が移動するのか。それはその祝祭日に本来の意味を重視せず、経済的効果を優先させた結果でもある。現在最も経済効果のある外来のイベントであるクリスマスも若者が流行らせたわけではない。経済効果に注目した商店や産業界が購買力を引き出すような工夫を凝らしながら、特に若者の消費行動に期待したイベントやアイテムを考え出し、定着したものだ。ハロウィンも同様だ。クリスマスほど若者の行動をコントロールできなかったということだ。クリスマスもハロウィンもそのイベントを考え出し、ひとつのシステムを

作り上げたのは大人の戦略といってもよいだろう。「渋谷ハロウィン」についてのコメントとして「商業主義になってしまった日本のハロウィンには、多くの批判がある」⁽¹³⁾と解説しているものが多いが、この商業主義になってしまった日本のハロウィンを作り上げたのは若者ではない。むしろ商業主義を推進した商店や企業は若者をターゲットにし、この10年ほどの間にそれは見事に花開いたのだが、商店や企業の思惑とは異なった盛り上がりと展開を見せたということだろう。若者自身の行動の自制も当然必要だが、本来であれば、推進者もこの展開の終息や方向転換に尽力すべきではないだろうか。奇しくも新しい2024年に導入される新しい1万円札の肖像画のモデルの渋沢栄一(1840-1931)は「道德経済合一説」を唱えたが、国の富を渋谷の富と置き換え、「渋谷ハロウィン」に集まる若者に方向性を示せる企業家・経済人はいないのだろうか。渋谷センター街商店振興組合にはそうそうたるメンバーがいる。

3 何故若者は渋谷に集まるのか

筆者は「渋谷のハロウィンとスクランブル交差点」(2019)において、「ハロウィンの時期に渋谷に若者が集まってくる要因」として9点を挙げた。⁽¹⁴⁾ その中でも次の4点は特に注目しておきたい。

- 二 2002年の日韓ワールドでスクランブル交差点でのハイタッチ・ムーブメントが行われ、その後もワールドカップでの日本代表の活躍にリンクして断続的に行われていた。
- 三 2015年、2016年と渋谷区などの行政側も加わり、スクランブル交差点でカウントダウンイベントが開催された。
- 七 マスコミの報道もあるが、SNSを通して渋谷に行けば何か

楽しいことがある、また、インスタ映えする写真が撮れると期待して、とりあえず渋谷に言ってみる。2016年8月のリオオリンピックの閉会式では日本のへの引継ぎセレモニーの映像は実質的には渋谷のスクランブル交差点から始まっている。

八 日常ではあり得ない、非日常化（劇場効果）を体験してみたいという気持ちから友だちと渋谷に行ってみようという気持ちが生じる。

渋谷自体がすでに若者の街となっていた背景に加え、第2及び第3の状態も特に禁止されることもなく、容認された状態が続いたことが定着の大きな理由として考えられよう。さらに第7のSNSの影響も「一時的な共同性を形成」⁽¹⁵⁾ するとして指摘する研究者もいる。渋谷というよりは日本の場合、禁止することは最悪の事態としてできるだけ、禁止せず「安全」を確保することが優先され、それを実行しているのが警察の警備の役割となっているのだ。機動隊の投入は禁止ではなく、むしろ安全確保をしながら容認していることを意味している。

「渋谷ハロウィン」はこれまで騒動もあったが、禁止されることなく、継続された状態で推移した。自然発生的なイベントであったとしても行政側の渋谷区や警察も対応として「禁止」とすることについて必ずしも積極的ではないようだ。公道である以上、道交法などに制限もあるが、むしろ歩行者天国にすることでやむを得ず「人」優先の対応をした。状況は若干異なるところもあるが、このことはワールドカップでのハイタッチムーブメントも同様で、大晦日のカウントダウンは渋谷区がイベント化したこともあり、こうした対応は若者にとっては「渋谷ハロウィン」も禁止されることはないだろうという思いを強めるばかりだろう。むしろ、機動隊などの投入に

より、何かあれば安全は確保されているといった反対の意味合いで受け取りかねないのだ。渋谷区は「渋谷駅周辺地域の安全で安心な環境の確保に関する条例」(2019年6月20日施行)を制定したが、果たしてこの周知がどの程度できるか、抑止力としてどの程度影響を与えるのか、今後どのように機能するかは運用側の対応によるのではないだろうか。

エピローグ

渋谷ハロウィンから見えるものは、意味を失った海外の祝祭をイベント化した日本の文化の「寛容さ」である。しかし、この「寛容さ」が新たな問題を引き起こしたのである。外来の祝祭の日本への受容についての研究⁽¹⁶⁾もなされているが、クリスマスやバレンタイン・デーとは異なった様相をみせているのが、「渋谷ハロウィン」である。

ハロウィンを導入したのは当初は商店等から始まり、1983年には原宿キディ・ランド主催によるハロウィン・パレードが開催された。1997年にカワサキハロウィン(10月25日、26日)、同年に東京ディズニーランド「ディズニー・ハッピーハロウィーン」(10月31日限定で開催)、2011年にユニバーサル・スタジオ・ジャパン「ハロウィーン・ホラーナイト」が広めたといったよいだろう。限られた時空で行われていたハロウィンが渋谷という若者の集まる街で自然発生的に行われるようになった。しかし、それ以前に2002年のワールドカップの渋谷スクランブル交差点でのハイタッチムーブメント以後、禁止されることなく、容認されてきた。その流れはスクランブル交差点から渋谷センター街へと舞台を変えた。宗教的な意味、聖なる意味をなくした「ハレ」は、「特別な日に入々が集まる所」

という意味合いを変えて「渋谷ハロウィン」という現象を巻き起こした。

若者にとっては渋谷センター街やスクランブル交差点は、宗教的な意味、聖なる意味をなくした「特別な日に人々が集まる所」として、若者を中心にインターネットやメディアによって新たな一過性の聖地になっているのかもしれない。

注

- (1) 2018年10月30日から11月1日にかけてハロウィンについてコメントしたマスコミは以下の通り。
 - ・「羽鳥慎一モーニングバード 渋谷ハロウィーン狂想曲の波紋」(テレビ朝日、2018年10月30日)に生出演。
 - ・「主催者なし、ステージのような魔力 渋谷ハロウィーン マナー守って」(『東京新聞』2018年10月31日、朝刊第22面にコメント)
 - ・「Nスタ ハロウィーン なぜ渋谷がこんな事に？」(TBS、2018年11月1日)に生出演、コメント)
- (2) 佐々木隆「渋谷のハロウィンとスクランブル交差点」(『むらおさ』第23号、むらおさ同人会、2019年7月)、pp.15-16.
- (3) 「ハイタッチムーブメント」という言葉自体はすでに存在しているが、ここでは特に渋谷という限定をつけ「渋谷ハイタッチムーブメント」(おもにワールドカップで日本代表の活躍とリンクして、渋谷スクランブル交差点の夜に見られる現象)と今回、佐々木が命名した。
- (4) 小野 寿幸理事長は2018年10月30日放送の「ひるおび」のインタビューで「変態仮装行列」との発言があり、この言葉が以

降のメディアやネット上で注目を浴びた。

- (5) J-cast ニュース「私はなぜ『変態仮装行列』と呼んだのか 商店街トップが語る渋谷ハロウィンの『惨状』」2018/11/2 13:23
(<https://www.j-cast.com/2018/11/02342769.html?p=all>) (2019年4月19日アクセス)
- (6) 「役員紹介」(<http://center-gai.jp/about01.asp>) (2018年11月1日アクセス)
- (7) 渋谷センター商店街振興組合「センター街のルールについて」(<http://center-gai.jp/rule.asp>) (2019年4月21日アクセス)
- (8) 「渋谷区「コンビニさん、ハロウィンは瓶の酒売らないください」販売自粛願い 2018年10月24日 17:00」
(<http://oryouri.2chblog.jp/archives/9929627.html>) (2019年4月21日アクセス)
- (9) タッド・トレジャ／北村弘文訳『アメリカ風俗・慣習・伝統事典』(北星堂書店、1992年3月)、pp.273-274.
- (10) 佐々木隆『ポップカルチャーとオタク文化の微妙な関係 増補版』(武蔵野学院大学佐々木隆研究室、2019年5月)、p.1930.
- (11) 菊地悠人「ハロウィーン迷惑行為、渋谷区の対策とは？アンチを味方にして、市場を育てていけるか」
(<https://toyokeizai.net/articles/-/143584>) (2019年4月18日アクセス)
- (12) 大久保衣純「日本のハロウィーン受容：カワサキハロウィーン2014年の実態調査から」(『國學院雑誌』第116巻第11号、國學院大學、2015年11月)、p.18.
- (13) 「渋谷区「コンビニさん、ハロウィンは瓶の酒売らないください」販売自粛願い 2018年10月24日 17:00」
(<http://oryouri.2chblog.jp/archives/9929627.html>) (2019年4月

21日アクセス)

(14) 佐々木隆「渋谷のハロウィンとスクランブル交差点」、pp.15-16.

(15) 秋野淳一「渋谷の都市祭りと地域社会—神田祭と比較して—」(神山和雄編著『渋谷 にぎわい空間を科学する』雄山閣、2017年2月)、p.289.

(16) 関口英里「『文化装置』を通して見る現代消費社会のメカニズム—日本における『アメリカ』をめぐる—」(大阪大学大学院言語文化研究科、博士論文(2001年3月)、その後『現代日本の消費空間—文化の仕掛けを読み解く』(世界思想社、2004年10月)へと発展している。

※“Halloween”について筆者は「ハロウィン」と表記しているが、参考資料や引用元では「ハロウィーン」としているものも多かった。引用ではそのままの表記を採用しているため、本文中で「ハロウィン」と「ハロウィーン」が混在していることをお断りしておきたい。

【キーワード】渋谷、ハロウィン、若者、渋谷センター街、スクランブル交差点