

# 商いの新しいものさし

(株)商い創造研究所  
代表取締役

## 松本 大地

第48回

### 盛り場交流を楽しむカワサキハロウィン

2006年9月、JR川崎駅西口に誕生した「ラゾーナ川崎」。昨年度の売り上げは、核店舗の1つであるビックカメラの売り上げを除いても761億円と、日本一のショッピングセンターである。

ラゾーナ川崎がオープンする前の川崎駅は一日の乗降客数が42万人、駅ビルだけでなく東口には百貨店や専門店ビル、地下街、商店街がひしめく大型商業集積地でありながら、2000億円以上が川崎市以外で流出消費されていた。工業都市川崎は男の労働者の街、競輪、競馬、パチンコとい

ったギャンブルの街というイメージが染みつき、デートを楽しむカップルや子連れが安らぐ場所とといった印象は薄い街であった。しかし、ラゾーナ川崎の出現は街の様相を大きく変え、わざわざ遠方から訪れ、集い、楽しむといった都市資産を大きく向上させた。川崎市の人口も開業前の05年の132万人から、直近では146万人へと増加を続けている。

一方、東口では来年60年の歴史に幕を閉じる「さいか屋川崎店」の閉店というニュースもあるが、「ラ チッタ デッラ」が街と共生したイベ

ントで進化を続けている。1936年から川崎駅東口に根を張り、映画を核にした良質なエンターテインメントをつくりだし、02年には複合商業施設ラ チッタ デッラが誕生した。

昨年より神奈川県からの依頼で、活性化戦略のアドバイザーとして助言を続けている。今年10月末に開催された日本最大規模のカワサキハロウィンは、チッタエンターテインメントを中心にプロジェクトチームが編成され、川崎市の他東口周辺商店街、百貨店、駅ビル、専門店ビルといった住民

カワハロ・バーホッピングで仮装を楽しむ筆者(後列中央)



昨年のハロウィンパレードでは過去最高の11万人の観客だったが、今年

は12万人を超えたとの予測である。カワサキハロウィンは18年間の歴史があり、参加者の手作りコースチュームはクオリティの高さが際立つ。レベルの高い「ハロウィン・アワード」という仮装コンテストにより年々ヒートアップするが、親子揃っての衣装で楽しめるキッズ・パレードもあるな

験型のイベントとして定着してきた。

今回は10月25日、26日の土日で終わるのではなく、本来のハロウィンである31日金曜日に再度仮装を集まってもらおうと「カワハロ・バーホッピング」を提案した。

ど、幅広い年齢層が参加するのが特徴である。パレード参加者を年齢別で見ると、20代の51%を筆頭に、30代26%、10代12%、40代7%と幅広く、10歳以下でも3%と世代を超えて楽しめる参加体

験型のイベントとして定着してきた。今回は10月25日、26日の土日で終わるのではなく、本来のハロウィンである31日金曜日に再度仮装を集まってもらおうと「カワハロ・バーホッピング」を提案した。

バーホッピングとは、仮装した状態で、東口の街全体が会場になり、仮装した飲食店を仮装で訪れると割引やおつまみサービスなどのほか、3軒はしごをするとオリジナルTシャツプレゼントや無料写真撮影サービスの特典が付くイベント。初めての試みだったが、お酒を飲まない若い人や子供達も大勢がラ チッタ デッラに集まり、最後のハロウィンを楽しく過ごす夜となった。

このカワハロ・バーホッピングで評価したいのが、チネチッタ商店街事務所の積極的な活動である。東口全体を盛り上げたいの思いから周辺の商店街、店舗を訪ね歩き、仲見世通り、銀座街など計14商店街から49店、大型商業施設から17店の参加を取り付けた。自分たちの施設だけ、お店だけが良くなるのではなく、街区、街路の全体最適を考えたことが質の高い日本最大のハロウィンイベントになった原動力だろう。当日のカワハロ・バーホッピングでは、筆者もドラキュラのマントを

羽織ったが、気恥ずかしさはすぐに抜け、来年は血糊や傷痕などの特殊メイクにチャレンジしたいの思いが募った。

川崎駅西口はラゾーナ川崎がつくりだす新しい都市空間の川崎、東口はラビリンズな川崎の匂いが残る盛り場空間の川崎。この「聖」と「俗」の2つの顔が同居することで、個性と人間らしさが息づく。今年のハロウィンの市場規模は前年比9%増の1100億円との推計(日本記念日協会)もあり、日本各地でも年々大きな季節行事となってきた。カワサキハロウィンのように楽しみながら仮装を表現することで、仲間と共有する思い

出づくりが得られる。来年はさらに多くの女性が仮装をしながらのしご酒で盛り場の面白さを知り、川崎の夜が若い女性で華やぶよう期待をしたい。