

P.12~13 掲載店 MAP



「歌舞伎町の由来」

歌舞伎町商店街振興組合・歌舞伎町睦(新宿熊野神社氏子の一つ)のシンボルマークは、揚羽蝶と三升という歌舞伎役者の紋を独自に組み合わせてつくられたもの。叶わなかった歌舞伎劇場誘致と道義的繁華街建設という歌舞伎町誕生時の「志」がこめられている。



「歌舞伎」の語源は「かぶく(傾く)」(動詞)から来てます。「かぶく[kabuki]」とは、派手な衣装や一風変わった異形を好みだり、常軌を逸脱した行動に走ることを指した語で、江戸時代の初期に京や江戸で流行した立ち振る舞いで、特にそうした者たちのことを「かぶき者」と言ったとか。「かぶき者」の斬新な動きや派手な装いを取り入れた踊りを「かぶき踊り」と称し、慶長年間に京で一世を風靡、これが今日の伝統芸能「歌舞伎(かぶき)」に繋がったそうです。

「歌舞伎」劇場誘致は実らなかったものの、その名を冠した「歌舞伎町」誕生に立ち会った先人たちの想いは「道義的繁華街」と言われていますが、一方で、図らずも街にはその音(おん)に引き寄せられるかのように「かぶき者」たちが大勢集まってきて、その両方のパイアスが切磋琢磨し、拮抗してこそ、街のポテンシャルとなってきたのではないかと思います。

600m四方の空間に全てがある。ある人がこんなことを言っていました。「歌舞伎町は実に平和な街なんです。どんな過去もルーツがあったとしても、この街に潜り込めばひっそりと静かにいられる。誰でも受け入れてくれる懐が深い街なんです。」と。歌舞伎町は、見えるところでは年中お祭りのように派手で賑やかで誘惑の多い魅力的な街です。しかし、街のもう一つの顔は不可視な部分にあり、実は静かで平和な「かぶき者」たちが集い憩う街なのです。

ようこそ歌舞伎町へ。

<p>J Discovery VOL.5 2022年3月発行</p>	<p>発行者：歌舞伎町商店街振興組合</p>	<p>協力：新宿社交料飲食業連合会</p>
	<p>発行人：杉山元茂</p>	<p>新宿区福島県人会運営事務局</p>
	<p>編集：Q Publishing, Inc.</p>	<p>一般社団法人スポーツ振興地域開発機構</p>
	<p>印刷：株式会社アレックス</p>	



TAKE FREE
無料

特集紹介

- P3 歌舞伎町の祭り/花園神社例大祭/鬼王神社例大祭/熊野神社例大祭/新宿エイサーまつり
- P6・16 達人が教える歌舞伎町の魅力/エンタメ/夜の街
- P9 新たなランドマーク誕生 東急歌舞伎町タワー
- P20 新宿ゴールデン街を楽しむコツ

歓楽街 × 観光地

ドラマチック歌舞伎町。



ご挨拶

歌舞伎町商店街振興組合 理事長
杉山元茂(すぎやまとしげ)
名代とんかつ 新宿すずや
(株式会社すずや代表取締役)

歌舞伎町は、第二次世界大戦の敗戦後、焼け野原になったこの地に「道義的繁華街を建設する」という構想をもとに昭和23年4月に誕生しました。その際、歌舞伎劇場の誘致を目指していたことから、新興文化地域にふさわしい町名を、との声が起こり、都で戦災復興に奔走していた石川栄耀都市計画課長が提案した「歌舞伎町」という名を採用しました。

歌舞伎劇場の誘致は諸般の理由で断念せざるを得なかったのですが、その後、東宝や東急といった興行会社の誘致に成功、コマ劇場や、最盛期には15スクリーン1万席を擁した映画興行街を核として発展、多様な文化を取り込みながら、後に東洋一の繁華街と呼ばれる

に至りました。

その興行街も老朽化が進み、2008年に大方が閉館、歌舞伎町の中心街の再開発事業が進み始めました。やがて、2015年に旧コマ劇場跡地には新宿東宝ビル、そして旧新宿ミラノ座跡地には新宿東急歌舞伎町タワーが2023年に竣工予定です。

それぞれの施設には映画館をはじめ、劇場なども新たに建設されますが、同時に大規模なホテルも入ります。2015年の新宿東宝ビル完成を機に、歌舞伎町は歓楽街であると同時に観光拠点の街としての顔を持つようになりました。

しかし、そのことで、このコロナ禍は、その観光拠点化した街に大きなインパクトを与えましたが、コロナ禍以前、歌舞伎町に観光客も含め大勢の人が行き交う街の賑わいがあった、まさに70年前、街を作った方々もそういう繁華街を夢見て、汗を流し街を造られたのだと思います。これからも、その志をうけ、再びこの街に、世界中から多くの人々が集まって、そういう人々を迎える街の自分たちも生き生きと輝き、おもてなしができるよう、優しく温かく魅力的な繁華街を目指してまいります。

より生まれ変わっていくであろう歌舞伎町を、ぜひ楽しんでください。

歌舞伎町を氏子とする神社は3社ある。「歌」[大久保]の名の由来となる窪地の湿地帯と元大村藩主大村氏邸があったところで、池があり、明治以降は鴨場だった。その後、1893年、淀橋浄水場建設に伴い、残土で鴨場の池が埋め立てられ、造成、今のゴジラヘッドが鎮座する新宿東宝ビルの場所には東京府立第五女学校(現在の東京都立富士高等学校・附属中学校)があり、角筈(つのはず)と呼ばれた地区の一角の閑静な住宅街でした。第二次大戦で一面焼け野原となったのち、「歌舞伎の演舞場を建設し、これを中核として芸能施設を集め、新東京の最も健全な家庭センターを建設する」という復興事業を行い、この計画から、昭和23年、新しい町は歌舞伎町と名付けられました。

実際には、現在の歌舞伎町1丁目と当時の「歌舞伎町」であり、現在の歌舞伎町2丁目は西大久保1丁目から昭和53年の町名統合により歌舞伎町になった場所です。旧・角筈地区である歌舞伎町1丁目を氏子とするのが十二社熊野神社、大久保を氏子とする稲荷鬼王神社、そして今や人気の観光スポットとなった新宿ゴールデン街は今は歌舞伎町1丁目1番地ですが、ここも三光町からの合併で、三光町を氏子とするのが花園神社なのです。

今では一つの町となった歌舞伎町ですが、こうした歴史の経緯により、歌舞伎町では3社の例大祭がそれぞれ行われる由来です。それぞれ特徴のある神社であり、そこには祭りがあり、一つ一つが、新宿、そして歌舞伎町の多彩な魅力の一つとなっています。

特集:歌舞伎町の祭り

花園

東京新宿鎮座



5月 花園神社例大祭

春、桜の美しい花園神社ですが、5月、新宿・花園神社の例大祭の呼び物は、なんとと言っても表の年に執り行われる、本社神輿と雷電神輿(花園神社相殿・雷電稲荷神社の宮神輿)二基の宮神輿が出御する神幸祭です。花園神社の例大祭は、毎年5月の28日に一番近い土・日・月曜日に行われます。表の年には、獅子頭や島田囃子を乗せた山車を先頭に、本社神輿と雷電神輿の二基が神社から靖国通り、新宿通り、明治通りを練り歩きます。陰の年には八ヶ町の神輿が集合し、連合渡行が行われます。



4月、桜の季節の花園神社境内 東京新宿鎮座 花園神社

古来新宿の総鎮守として、内藤新宿に於ける最も重要な位置を占めてきた神社です。徳川氏武蔵国入国以前の御鎮座にして、大和国吉野山より御勧請せられたと伝えられています。江戸期の二度にわたる大火で社殿を焼失、再建するため境内に劇場を設け、見世物や演劇、踊りなどを興行したのを機に、街道の宿場として多様なエネルギーに満ちた新宿と相まって、花園神社は芸能と所縁のある神社となって今に至っています。御祭神:倉稲魂神(うかのみたまのかみ) / 日本武尊(やまとたけるのみこと)

〒新宿区新宿5-17-3 ☎ 03-3209-5265



11月 新宿・花園神社大酉祭

花園神社と言えば、11月に行われる大酉祭。毎年、境内の内外に約200軒の飲食を始めさまざまな露店が出店、60万人が訪れるというこの花園神社の西の市は、明治時代に始まったそうです。西の市は、大鳥神社の祭神である日本武尊が東夷征伐の戦勝祈願をし、帰還の時に礼参りをしたことにちなみ、日本武尊の命日である11月の酉の日に行われるようになったとか。商売繁盛の熊手を売る露店商のにぎやかな声は、師走を迎える街に欠かせない歌舞伎町・冬の風物詩。

動画 平成30年度 新宿・花園神社大酉祭(11月1日 一の酉本祭より)

J Discovery × beyond

【beyond i】の使い方!

- 上記QRコードから【beyond i】を起動。「歌舞伎町特集号」の番号【1006】を入力。
- 画面中心の「かざして見る」を押すとカメラが起動します。
- 【beyond i】マークが入った本誌の写真にカメラをかざすとその写真に関連した動画の再生が自動的に始まります。
- 「かざすに戻る」ボタンで再度別のマークの入った写真にカメラをかざすと、次の動画が楽しめます。

【beyond i】をホーム画面に追加しよう!

読み終わった後、次回また動画をお楽しみいただく際は、ホーム追加手順で【beyond i】アプリをスマホのホーム画面に設置頂くと、QRコード読み込みが不要になります。ぜひ、繰り返し動画をお楽しみください。

iOS

Android

稲荷鬼王神社



9月 鬼王神社例大祭

歌舞伎町の2丁目を氏子の範囲とする鬼王神社は、全国唯一の鬼の福授けの社として信仰を集め、「撫で守り」の授与で有名。皮膚病・その他病氣平癒に御利益がある。境内の三鳥神社に祀られている恵比寿神は新宿山ノ手七福神。例大祭は毎年9月に行われ、2鬼面が彫られた珍しい神輿が出御します。



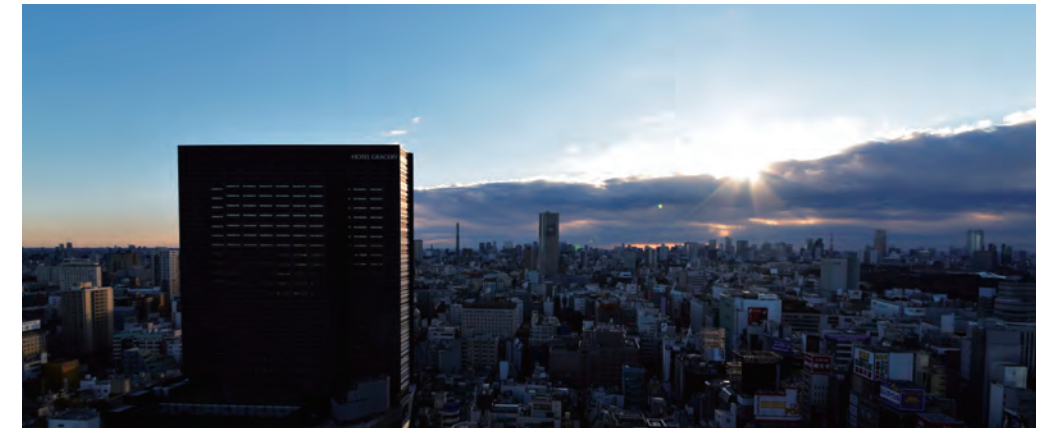
稲荷鬼王神社

厄除け、心願成就の鬼の王様という名前を持つ全国唯一の神社。歌舞伎町の奥座敷にある小さな神社ですが、新宿区文化財の水盃石が、新宿区文化財の水盃石め二富士山、山犬の狛犬、可愛い狛犬、かえる石、神秘的な音色を奏する2基の水琴窟などがあります。
御祭神:宇賀能魂命(うがのみたまのみこと)／鬼王権現(きおうごんげん) [月夜見命(つきよのみこと) 大物生命(おおものぬしのみこと) 天手力命(あめのたじからのみこと)]
〒新宿区歌舞伎町2-17-5 ☎ 03-3200-2904

初詣の景色より～

歌舞伎町界隈だと、ゴールデン街裏手にある花園神社か、区役所通りの大久保通りに佇む鬼王神社が初詣スポットです。花園神社は観光客が多く賑わいますが、鬼王神社は、大久保地区の氏神ということもあってかその地区の住民の参拝が多い神社です。

花園神社境内には、ほかに芸能浅間神社、威徳稲荷神社、納め大明神がある。芸能浅間神社には、歌手の藤圭子さんの歌“圭子の夢は夜ひらく”の歌碑が奉納されています。藤圭子さんは、デビュー時、新宿の繁華街で25時間連続でギターを抱えて流しをするというキャンペーンをはるところから始まったそうで、縁深いこの新宿の地に歌碑が建てられました。



元旦 歌舞伎町から望む初日の出(新宿プリンスホテルより)

歌舞伎町の隠れ聖地 ～実はここが 歌舞伎町の“へそ”

歌舞伎町弁財天は歌舞音曲、商売繁盛の神様。歌舞伎町の守護神です。かつてこの地一体は肥前国(長崎県)大村藩守だった大村家の土地(明治～大正)で「大村の森」と呼ばれ、池と湿地と森で囲まれ絶好の鴨場でした。その池のほとりにあった祠がルーツです。大正二年、上野寛永寺の不忍弁天様の分祀として本尊を勧請しました。現在は歌舞伎町商店街振興組合が管理、年に一度の祭礼を行うほか、熊野神社例大祭では歌舞伎町睦の神酒所となります。



歌舞伎町弁財天
新宿区歌舞伎町1丁目13 歌舞伎町公園
本尊の宇賀神弁財天、頭に鳥居が乗っています。



女神輿の渡御長をつとめた柴本ありきさんはお好み焼き店「大阪家」の女将。



9月中旬に開催される新宿最大のお祭りが、「新宿十二社 熊野神社例大祭」です。

熊野神社

新宿十二社(じゅうにそう)



-真夏の新宿の風物詩- “新宿エイサーまつり”

エイサーとは沖縄の伝統行事で魂を揺さぶる勇壮な掛け声ですべての人の血を熱くたぎらせるイベントです！毎年7月最終土曜日開催



7月・新宿エイサーまつり新宿がいっぱい暑い日。



動画 2019年7月27日(土)新宿エイサーまつり2019【夜の部ダイジェスト】



新宿十二社 熊野神社

十二社熊野神社は、室町時代の応永年間(1394～1428)に中野長者と呼ばれた鈴木九郎が、故郷である紀州の熊野三山より十二所権現をうつし祠つたものと伝えられます。江戸時代には、熊野十二所権現社と呼ばれ、幕府による社殿の整備や修復も何回も行われました。また、享保年間(1716～1735)には八代将軍吉宗が鷹狩を機会に参拝するようになり、滝や池を擁した周辺の風致は江戸西郊の景勝地として賑わい、文人墨客も多数訪れました。明治維新後は、現在の榑御氣野大神・伊邪奈美大神を祭神とし、熊野神社と改称し現在にいたっています。氏子町の範囲は、西新宿ならびに新宿駅周辺及び歌舞伎町を含む地域で、新宿の総鎮守となっています。
御祭神:榑御氣野大神(くしみけぬのおおかみ)／伊邪奈美大神(いざなみのおおかみ)

〒新宿区西新宿2-11-2 ☎ 03-3343-5521

新宿十二社 熊野神社例大祭

旧角筈地区は広く、新宿駅の西口から東口、歌舞伎町にまで及び、この地区を氏子とするのが新宿十二社・熊野神社。歌舞伎町の睦もこれに属します。新宿駅周辺から歌舞伎町、西新宿を氏子町の範囲とする新宿総鎮守が新宿十二社・熊野神社。例大祭では氏子各社の神輿が神社周辺並びに新宿駅周辺、歌舞伎町などを練り歩きます。近年は恒例となった華やかな「女神輿」渡御も行われます。

十二社 熊野神社の神輿の担ぎ方は、伝統の千鳥担ぎ

伝統美、文化の継承の大切さ、難しさ「千鳥担ぎ」この担ぎ方は熊野神社の他に新宿区須賀町の須賀神社の「四谷担ぎ」と並んでとても希少な担ぎ方。リズムとりに鉦(やんちゃ)を使っているのも特徴があります。千鳥足…という酔っ払い歩きがその代表でふらふら…というイメージですがこの千鳥担ぎは、それとは違い、小刻みに足踏みし、ちょこ

動画 平成30年度 新宿十二社熊野神社例大祭

ちょこ振り足で進む感じ。お神輿の先棒・花棒(はなぼう)担ぎ棒の先端を肩で担ぐのではなく、首の後ろをついて現在の主流の担ぎ方、腰を突き出し脚をびんと張って千鳥足で進むところもお神輿の珍しい特徴です。但し昔から千鳥担ぎをよく知っている方は、やはり肩で担ぎ、担いだ肩の方の腕はしっかり棒を押さえ空いている腕は頭の後ろから回し上から棒を押さえます。掛け声も、江戸前担ぎの「そいや そーれ」と違い、「おいさあ ちよいさあ」「こりやさあ ころりや」等、この珍しいが故に難しい担ぎ方をしたくて、お神輿好きが各地から集まってきます。

三年に一度の陽祭、間の2年は陰祭

十二社熊野神社の例大祭は3年周期(陽・陰・陰)で、陽の開催では1.5tの大きな本社神輿2基が新宿駅周辺を練り歩き、各社ごとに町内渡しを行います。陰祭の年は、各社の街神輿がそれぞれの街を渡御するほか、新宿駅前などでは一部睦が連合を組み、数基の神輿が新宿通りを練り歩く壮観な風景が見られます。



“表現の場をなくしてはいけない。音楽の灯火を消してはならない。”

ライブハウスと歌舞伎町は、再び立ち上がります。

CONNECT歌舞伎町2022開催によせて

オーガナイザー 柴本新吾 × 新宿LOFT 柳沢英則

達人

歌舞伎町の
たっじん



2008年、歌舞伎町からエンタメの軸が消えた。演歌の殿堂と呼ばれたコマ劇場、そして日本最大級の映画館だった新宿ミラノ座の閉館。それまで15スクリーン1万席を擁した歌舞伎町の映画館がすべてなくなった。「ボクがお店を継いだのはあの頃、一番の(景気の)底はあの時期でした。今のコロナ禍は大変だけど、あの時に比べれば人はまだいます。」と柴本氏は言う。

歌舞伎町のエンタメの灯が消えようとしていた。ブロードウェイがコマ劇場やミラノ座なら、小さなライブハウスはオフブロードウェイだ。こちらは粛々と活動を続けてきてはいたが、やはり街にやってくる“動機”が弱い。

この街にやってくる人たちへもっと強い動機付けになる“何か”を自ら生み出そう、そういう中で、2014年、街中ロックフェス『CONNECT 歌舞伎町』は誕生した。2015年、旧コマ劇場跡地に最新のシネコンと大型ホテル施設を基幹とした新宿東宝ビルが建つと、街は一気に賑わいを取り戻しはじめた。『CONNECT 歌舞伎町』もスタート当初は10月開催だったが、春開催へと変更し、いよいよ盛り上がりを見せ始め

たところに、再び試練の時はやってきた。2020年からのコロナ禍だ。生活におけるエンタメは不要不急のものとしてその優先順位を下げざるを得ず、歌舞伎町のエンタメはいよいよ追い詰められた。試行錯誤の中、ライブハウスは延命を図った。「明らかに公演の本数が減って、また、お客さんをフルに入れられないということで、非常に苦労してたと感じます。」(柴本氏)

徐々に社会はwith コロナに慣れようとはしていたが、かろうじてのろしを上げるも「フジロックなんかにも行ったんですけど、現場に行くと、もちろん内心ではお客さんは楽しんでいただろうし、心待ちにしていたというもあるんですけど、実際にライブに足を運んでも、例えば歓声を聞かないとか、ソーシャルディスタンスを保たないといけないとか、いろいろあるので、言っても100%心から楽しめる状況ではない。ライブに行くと、爆音で音楽を聴くということ満たされる部分もあるんですけど、なかなか物足りないところはある。」(柴本氏)

ライブハウスはエンタメの延命にライブ配信という手法を取り入れた。「このコロ



ナ禍、案外アイドルよりもバンド系の配信が多かった。配信の時はお客さんがいないんで困惑してるアーティストも多かった。どうやって楽しみをやればいいのか、なかなか難しかった。感染が落ち着いた時期には、お客さんを入れるようにして、そこで少しずつ楽しんでるのが伝わってくるようになってきた。2021年はアタマから、お酒は出さないでくれとか時短だとか、ずっとそういう営業が続いてたので、結構しんどかったですね。その中で、毎日アーティストもなかなか、そういうのばかり気にしちゃう感じになっちゃうんで、本来のエンターテイメントとしての役割を伝えずらかった。」(柳沢氏)

柳沢氏は新宿ロフトでブックングを長くマネジメントしてきた方で、2020年に改め

てロフトの店長になった。店長になっていきなりコロナ禍と対峙することになったわけだ。

「そうっすね。まあ今年からですけど、イベントの制作として、面白いコンテンツをつくらうって動きはしてるんですよ。今まではロフトでしかやってないけど、うちのグループでもロフト、シェルター、フラワーズ、ヘブンもあるし、4日づつ2マンをやって16日間をつかってそれを一気に解禁する。そうするとより話題にできるんじゃないかなとか。ライブハウスでできる制作において、ただ1日を埋めるのではなく、面白いコンテンツを作っていくのが大事かなと。」(柳沢氏)

お客を入れるようになったら配信のチケットが売れなくなったとか。

「元々、配信って、向いてない気がするんですよ。同じ絵で、出演者が変わるだけ

で。でも、現場に来れば面白い、音を体感できるが、配信だとそこまでは伝えにくい。だから自分的には、配信ってなくなっていい気がするんですよ。それが健全な営業状態だと思う。」(柳沢氏)

あと5年、あるいは10年経てば、あの時期はなんだったんだらうって時がくるかもしれない。しかし、その前に、ボクらはどこかで立ち上がる必要がある。エンタメここにありきと。そういう意味では、まだ最中ではあるけど『CONNECT 歌舞伎町』は今年はやるつもりだと聞いた。

「やります。今回は6会場を計画してます。シネシティ広場も使います。やっぱり大音量で音を聞かせるのは違うと思ってる。」(柴本氏)

思うのだが、押し込められてきたアーティストたちが、ここで、どういった歌詞を、どういった曲を書いてくるのか、興味深い気



がする。「やってほしいですよ、このコロナ禍、自分たちがどういう気持ちで過ごしてきたとか、未来に描くメッセージとか、歌に載せて発信してもらえたらと思う。」
「CONNECTは、2年間、お休みをしました。2020年は5周年の年だったので、盛大にやりたいと思っていろんな準備をしてたんですけど、あの時、僕たちのイベントが最初に中止を発表したほうだったかと思う。判断の是非はともかく、やっぱりやれなかったなあという思いがありましたし、21年はそもそもやれる状況でもなかったんで、アーティストに声もかけなかったし。今回、2022年はやる。大げさかもしれないけど、



柴本新吾(しばもとしんご)

CONNECT 歌舞伎町 オーガナイザー 歌舞伎町で老舗お好み焼き店「大阪家」店主(ゴジラロード中央付近) Dr.ShingoとしてDJ活動を継続。アメリカ・パークリー音楽院に留学経験があり、その頃からテクノ、エレクトリックミュージックの制作を手掛ける。2000年代にはドイツの音楽レーベルから自身の作品をリリース。日本でもメジャーアーティストのリミックスを手掛けたり、内外のイベントに多数出演。現在、歌舞伎町商店街振興組合・専務理事。



柳沢英則(やなぎさわひでのり)

新宿ロフト店長。1979年生まれの42歳。ホワイトルーサーのベースや月狼レコードを主催。2001年に渋谷屋根裏のブックングとして勤務。半年ほどで退社し、蕎麦屋や警備員などをして2011年に下北沢GARDENブックングとして勤務。2013年に退社し、同年に新宿LOFTの運営アルバイトスタッフとして入社。2014年にブックングの社員になる。2016年に下北沢SHELTERに移動し、2017年に新宿LOFTに副店長としてカムバック。2018年8月に新宿LOFT店長になる。サブカル番組・酒・旅行・温泉・幕末・格闘技・映画・動物・ドキュメンタリー・探

検・珈琲・チョコ・整体が好き。川崎CLUB CITTAで開催したLOFT MUSIC & CULTURE FESTIVAL 2017-2018の製作を担当し、現在も歌舞伎町燻音楽祭 / ええじゃないか 歌舞伎町 / パッパキ / 東京STREETなどの自主企画を新宿LOFTで毎月開催している。CONNECT歌舞伎町では2014年の初開催よりブックングの中心的役割を担っている。歌舞伎町でお勧めはと聞いたら「ラーメン『わ蔵』にはよく行きます。」と。「それと、うちのオムライスおすすめですよ!」



LOFT店長 オススメ!

博多豚骨 味噌 新宿歌舞伎町店
本場博多中州伝承の100時間仕込みの本格豚骨ラーメン。板橋を本店に都内に4店舗、千葉県船橋に1店舗展開。24時間営業時間の新宿店では、定番の味玉らーめん他、スペシャルめん(トッピング全部)が人気。スペシャルめん 1,150円



打ち上げ名物 新宿LOFTの オムライス 2,500円

4/29(金祝)
開催決定!

新宿最大級のサーキットフェス [CONNECT歌舞伎町2022] の開催が決定 歌舞伎町ライブハウスが再集結! 歌舞伎町発の音楽フェスを再起動!

CONNECT歌舞伎町2022 OPEN 12:00 / START 13:00

新型コロナウイルスの影響で2020年、2021年と開催を断念。この様な状況下でも表現の場を守るため、音楽の灯火を消さないために歌舞伎町とライブハウスは再び立ち上がり、CONNECT歌舞伎町の開催を決定しました。CONNECT歌舞伎町2022の会場は全部で6つ。参加者は全会場を自由に往来可能。ライブハウス6会場ですぐにライブが繰り広げられる!



出演者は1/31より順次発表。前売りチケット(4800円【税込】)も1/31より販売開始。当日券は5500円【税込】。前売りチケット e+にて独占先行販売開始 e前売りチケットを、1月31日よりe+にて販売開始。 e+ チケット販売ページURL <https://eplus.jp/connectkabukicho22/> 前売り券4800円 1月17日より販売開始予定。e+にて販売 当日券 5500円(フェスティバル当日に指定の窓口で販売。)

開催概要
開催日:2022年4月29日(金・祝) 開場:12時 開演:13時~22時
会場:新宿BLAZE / 新宿LOFT / MARZ / Marble / Zircó Tokyo / shinjuku SAMURAI

●主催:コネクト歌舞伎町実行委員会 / 歌舞伎町商店街振興組合 ●公式サイト<http://www.connectkabukicho.tokyo>
●Twitter https://twitter.com/Connect_MF ●Facebook <https://www.facebook.com/connect.kabukicyo?ref=hl>

これを、歌舞伎町でやるのが、大事なメッセージなんじゃないかなと。あれだけたかれた町で、街の人間がこれをやる、挑戦だと思う。声をあげて、絶対に音楽の灯は絶対消しちゃだめだと思ってる。だから、いつものイベントとは違う気持ちです。こうなんか、新しく始めるような気持ちです。(柴本氏)

「僕は(CONNECT歌舞伎町)の最初から一緒にやってきたんで、やっぱり、今回は絶対成功させたいなと。外で、あのシネシティ広場のステージで楽しんでるのをいろんな人に見てほしいし、それってすごい大事なメッセージになると思う。面白いとも思うし。アーティストのパワーも強いし、いいライブを見せてくれるんじゃないかな。」(柳沢氏)

「いろいろネガティブなことも多い歌舞伎町ですが、やっぱり歌舞伎町はエンタメの街で、みんなで集まって楽しむというのは、ネットではできないことなので、リアルに人と会うミーティングポイントだし、人が人を楽しませるといふエンターテインメントの場所なので、それを見に、あるいは感じてもらいたいですね。人のエナジーを肌で味わう、体感してもらいたい。」(柴本氏)

CONNECT歌舞伎町2022開催によせて

日本最大の歓楽街、歌舞伎町。実はライブハウスが密集している街です。歌舞伎町の音楽シーンをもっと盛り上げよう!そんな思いに共感したライブハウスと歌舞伎町の商店組合が手を組み音楽フェスを始めた---2014年、CONNECT歌舞伎町が誕生しました。出演するアーティストは、大型フェスに常連の有名アーティストから、ライブハウスが応援する若手アーティストまで幅広い。でも全部、ライブハウスが選んでいます。運営も、歌舞伎町を愛する人々が協力して行っている。まさに歌舞伎町が作り上げた、歌舞伎町発の音楽フェスなのです。今活躍中の有名アーティストも、その始まりはライブハウスから。ライブハウスで腕を磨き、ファンを増やして大きくなり、夢を掴んで来ました。全てのアーティストにとってライブハウスは始まりの場所。そんな宝箱の様なライブハウスをCONNECT歌舞伎町を通じてもっと楽しんでもらいたい、という思いも込めています。

2020年、CONNECT歌舞伎町は5周年を迎えるはずでした。盛大にお祝いしたかった。しかし新型コロナウイルスの影響で開催を中止。2021年も開催する事が出来ませんでした。この間、ライブハウスは苦しみました。アーティストは表現の場を失いました。それでも表現の場をなくしてはいけない。音楽の灯火を消してはならない。僕たちを勇気づけて、応援してくれる歌を聞きたい!ライブハウスと歌舞伎町は、再び立ち上がりま。新しい時代を受け入れながらも、みんなで音楽を楽しめる場所を作り直そう!2022年4月29日、歌舞伎町で会いましょう。

CONNECT歌舞伎町 実行委員会より



2023年春、歌舞伎町に新たなランドマークが誕生します。

東急歌舞伎町タワー「“好きを極める場”の創出」をコンセプトに掲げ、「見出す~育てる~羽ばたかせる」といった新たな「好き」を生み出すストーリーがここからはじまる。



歌舞伎町のエンタメカルチャーを担う新しい施設のコンセプト、未来像について、運営を統括する株式会社TSTエンターテインメント、木村知郎(きむらともお)社長に話を聞いた。

かつて日本最大級の映画館「新宿ミラノ座」(2008年閉館)があった歌舞伎町の中心地が東急株式会社によって再開発され、いよいよ高さ225mという超高層の施設がその全貌を現しつつあります。2008年に閉館した旧コマ劇場跡地には2015年、新宿東宝ビルが竣工、大型ホテルが基幹となり、その後も観光客向けの宿泊施設、ホテル事業への投資が集まったことで、歌舞伎町はいわゆる歓楽街から一気に観光拠点の街へと変貌しました。しかし、そのことで、コロナ禍によるインバウンド消失による大きなマイナスのインパクトを与えることにつながった。やがてその失ったものをとり戻す機会はあるのかもしれないが、しばらくは歓楽街特有の内側の循環経済によって回っていく。その中で、2023年に新たに竣工する東急歌舞伎町タワーは、どのような影響を街に与えるのか、期待するところも大きい。

▶▶木村氏「今まで渋谷の仕事をして、109のコロナ対策でも大変な思いをしたんですけど、同じように、歌舞伎町では、ホストクラブを主にそこだけをピックアップされてものすごいたたかれた(主に2020年)。魔女狩り的な報道をされて、渋谷から見ても、歌舞伎町の皆さんがこれまで築き上げてきたものが一瞬にして信用を失ってしまう、報道がこれでもかと叩く、あれは本当に悲しいことだなとは思っていた。」

—その渦中の歌舞伎町によろこそ。

▶▶木村氏「いわゆる歓楽街が観光地へという中で、案外、インバウンドで新宿、そもそも歌舞伎町へという、目的としてきているという方が大変多くいる。買い物したり、また新宿はホテルも渋谷なんかより全然多い。泊まる場所の足元で飲食をするというのは、いつも渋谷は抱えてる課題で、そこは新宿に勝てないよねと感じてた。そのポテンシャル、もう一つは、世界的に有名な映画であるとかゲームであるとか、バーチャルの世界でも、ものすごく多くの人々がここを覗いている、その覗いてきた世界に自分がいるっていう、バーチャルな世界からリアルに自分の身を

ライブハウス紹介 / CONNECT歌舞伎町会場のライブハウスより

新宿 LOFT



LOFT
LOFT project
1976年より新宿でロックシーンを見続けてきた老舗ライブハウス。パントリーも併設したロック・コミュニケーションスペースとして朝まで営業。
〒新宿区歌舞伎町1-12-9タテハナビルB2
☎ 03-5272-0382

Live House Marble



Marble
「表現者の思考を感じて自分の思考を解放して欲しい。」と、音楽、お笑い、アートなど、様々な自由な表現が集う非日常的な場所。
〒新宿区歌舞伎町2-45-2 新宿ジャストビルB1F
☎ 03-5272-3558 ☎ 14:00-22:00

新宿BLAZE



BLAZE
オールジャンル。収容キャパ800名、現時点では歌舞伎町最大のホール。
〒新宿区歌舞伎町1-21-7新宿アネックス B2F
☎ 03-5155-5990

Shinjuku Live Space MARZ



MARZ
オールジャンル。吹き抜け2フロア構造の店内は開放感があり、音響、照明システムにも定評がある。
〒新宿区歌舞伎町2-45-1 ☎ 03-3202-8248
☎ 14:00-22:00 ☎ 年末年始

Zirco Tokyo



Zirco Tokyo
新宿区役所の目の前にあるライブハウス。キャパシティは250名。ジャンルや形態にこだわらず多様なミュージックライブに柔軟に対応。
〒新宿区歌舞伎町1丁目2-5 東陽ビルB2F
☎ 03-6278-9190

shinjuku SAMURAI / ライブハウス



SAMURAI
2016年6月、新宿・歌舞伎町にオープン。収容人数150名(スタンディング・椅子出し50名前後)。
〒新宿区歌舞伎町2-42-16第2大滝ビルB1
☎ 03-5287-3390

置いて、且つ、同じようにキラキラで、テンションが上がる中、面白いレストランがあったり飲んだりという、そういうことが、外国人にとって大変楽しいということのようだ。パーチャルな世界に感じていたことがリアルで感じられる、そこは、いままで培ってきたものに新たに乗りかかっているというよりも、そこがあったから人が来ているということはずごく思います。まさに歌舞伎町の“歴史”の積み上げじゃないかと思うし、歓楽街がスパーンと観光地になっているというよりも、そのままの状態が資源として生きていくということがすごく面白い。何か新しいものができてそこにたくさんの観光客が来ているというよりも、今までの歴史の延長線上に観光地としてのプラスアルファができてきている。そういう意味では、東京の中でも極めて珍しいと思う。」

一とは、コロナ禍の影響が消費者のマインドに与える影響は大きい。影響を受けにくい一部層で内側的に経済が回っているのが今の歌舞伎町である一方、インバウンドも含め、こういった歓楽街から足の遠のいた人たちをどうやって再び動機づけをするのか。

▶▶木村氏「今は確かにインバウンドが少なくなっていて、こればかりはどうにもならないが、渋谷も再開発をしていくときに、外国人的な街に作り替えましよう的な話が出るんですが、それってまったく間違っていて、日本人が積み上げてきて、日本人が楽しめる、COOL JAPAN的な感覚を持てる、そういったところに外国人観光客は魅力を感じる。そこは、新宿は積み上げてきてるので、準備さえしていれば、いずれ時期が来て、インバウンドは必ず戻ってくる。ただ、もちろんビジネスなので、戻ってくるまでどうにもならないよねというわけにもいれないので、国内の方たちにエンターテインメントに対する渴望のようなものを引き出せるようなコンテンツをつくりながら、施設の魅力をあげていく。」

一かつてコマ劇場がこの街にあったころ、2000人のキャパを埋められるコンテンツを持ってくるのに相当苦労していた。北島三郎、氷川きよし、劇団新幹線など成功はあるが、多くの失敗もあった。この新しい施設には、大きな劇場が入る。東急ではなく、TST、もっと言えば、ソニーが投資してくれたことへの期待は大きい。ここで生で宇多田ヒカルが歌い、NiziUが踊り、また、ソニーミュージックのオーディションが行われ、乃木坂や日向坂のように、

歌舞伎町の、角筈(つのはず)とか花道46とかそういう新しい何かがここから生まれていくのでしょうか？

▶▶木村氏「絶対やりたいですね。今回ソニーさんも一緒に参画している。ぜひ、街で発掘して、育てて、羽ばたかせておきたいなって思います。それが使命なん



じゃないか。ほかにも映像とか、学生も大勢いるじゃないですか、そういった人たちが、なんかこう夢を見て、表現できる街に歌舞伎町がなっていくと、すごくいいなって思いますね。」

一施設のコンセプトとして“好きを極める場”の創出“を掲げ、街の未来や文化、延いてはさらなる多様性を紡いでいくこと(MASH UP)を目指す。とある。わかるようなわからないようなまあまあきれいな文章ですが、その真意はどういうところにあるのか？

▶▶木村氏「新宿は、歴史を見ると、宿場町から出来上がってきてるので、そこにあったコンテンツ、宿屋があって、賭博があって、居酒屋があって、芝居小屋があって、みたいな、そういったものが根付いている街だと思う。戦後、そういった歴史をつなごうとして頓挫したりいろいろなことがありましたけど、そういったものが未来に向かって紡がれている。今の若者たち、Z世代ってよく言うんですけど、その人たちが、10年後、実は日本の消費の中心になるんですよ。109の仕事をしてきて、このコたちって、如何に今までの世代と違うかということをやまざとみてきて、マーケティング的に研究してきて、そのコたちの消費をよく見てみると、ただ単にものを買ってはい満足という昭和世代の我々とは全く違うんです。「SIPS(シップス)」という消費者行動モデルがあるんですが、まず【共感】からはじまり、次にどういふのか【確認】をし、

【参加】をしてみても、良かったら【拡散】をする、【共有】する、こういう仕組みなんです。そこにプラスでネット上でもリアルでもコミュニティをつくる。このコミュニティの作り方が、例えばSNSのアカウントをたくさん持つ。で、この個人、この個性、というのをアカウントごとにつくってるんですよ。その個性ごとにコミュニティがある、そのつながりが自分たちの支えになる。例えばこういうアイドル好きというのを、共感から拡散へと広がり、コミュニティでさらにその好きが増していく、そういう消費のマインド、サイクルに、これからの商品というのはみんなそこにあわせていかなくてはならない。新大久保なんかに来る若い女の子たちというのは、“推し活”というのをしてるんです。この推すの推は、カタカナで書くと「ヲ」なんです。ヲタクもオジャなくてヲ(WO)なんです。今の世代のコたちは、オタじゃなくヲタなんだと。

リアルの消費というのは下がっていきつつ、自分の好きなものへの単価はむしろ上がってる。これだけお小遣いが少なくなったり、バイトがなくなったりしてるのに、呑み代とか余暇代よりも、自分の好きなものへの投資というのはさらに今後、増えていくなあと思う。それは若い人たち特性のものかという、そうではなくて、どの世代も、自分の好きなものへの投資をどう広げていくのか、ここはビジネスの肝なんだと思う。で、好きなものを並べると、普通にある話なんですけど、この施設は、これだけホテルがあって、エンターテインメントがある、はじめてのコンプレックスの事業なわけですよ。ここで劇場があったりライブハウスがあったりと、好きなことをリアルに提案していくが、そこで、観ただけじゃなくて、観終わった後に集まって飲んで、もう一回余韻に浸れるだとか、あるいは、ホテルの部屋で、さらに仲間たちと動画を見ながら、パーティをしながらそれを高められるだとか、そういった、リアルとデジタルを含めながら、自分の好きさをもっと高めていく、極めていく、そんなような場にしていきたいと思ってる。様々なものを紡いでいく、人の考えていることだとか、過去と未来だとか、そういうものを紡いで、新しい化学反応を起こしながら、極めていく、それを(MASH UP)と言っている。」

一未来の話。この建物は、おそらくもう倒せないというか、ここに100年200年とあり続けるのでしょうか。今は最新でも、やがて、そうではなくなる。映画館がそうであるように、常に最新の設備のところにお

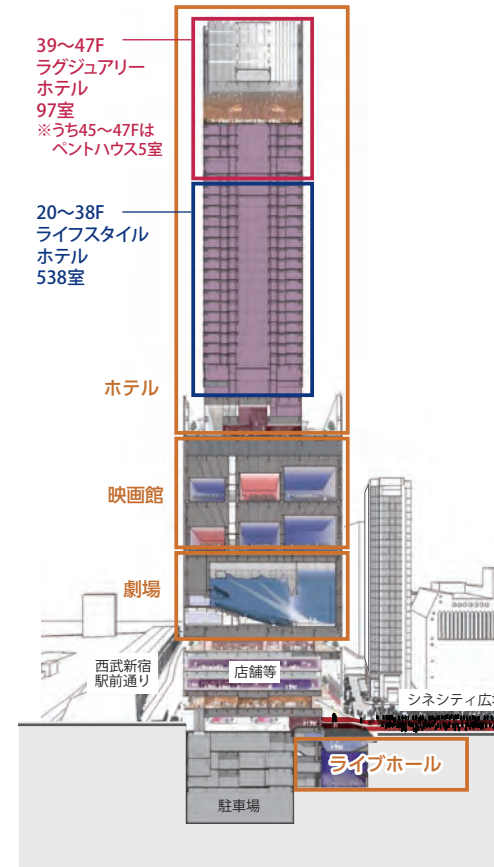
客は流れ、古くなったところから淘汰されていく。多くのカルチャーが創造と破壊を繰り返す中で生まれては消え、そういう意味では、こういう建物が建つということは、ゼネコンには大変な時代に向かっているということなのかもしれないが、創造と破壊が当てはまらない時代に入るべき時に来たということなのか。

▶▶木村氏「109で、変換点は、ファッションの聖地からエンターテインメントの聖地に変えたことだった。スイーツフロアみたいなものをつくらせたり、エンターテインメントのポップアップをつくらせたり、そこで一番大事なことは“可変性”なんです。ネットとリアル、どこかで戦いがあるかという、大きな観点では戦いではないのですが、物を買うという観点でいえば、ネットの可変性ってすごいんですよ。ネットでもものを見ながらリアルで買いに来ると、あまりに何か月も前から変わっていない場合があると、そうすると、お客さんは可変性のあるものに流れていく。それを考えていくと、これからの商業施設、エンターテインメント施設も、可変性というのはすごく大事なんです。ただ、この施設はほぼ物販ではない。中身のコンテンツの可変性というのは一番大きなところなのか。ホテルというのは装置産業なので、どうしても新しいところに行きたがるというのはあるかと思う。そこはサービスだったり、CS(Customer Satisfaction:顧客満足)だったり、そういうところの向上と合わせて、このコンプレックスでしかできない部屋の作り方というのがおそらくある、エンターテインメントの世界がそのまま部屋でも楽しめる。そんなようなホテルづくりをしていくことが差別化につながる。そのコラボレーションには、可変性が重要。これをビジネスと絡めながら可変させていくことは、109で可変させてきたことと、そう変わらないかなと。

109で、Kポップスがすごく人気があるじゃないですか。Kポップスのコたちは、最初デビューするときに必ず109と組むんですよ。あの渋谷のど真ん中を占拠し、物販がされ、そこに人が集まりそこでしか味わえない体験をしてもらう。そのような状況を、リアルとデジタルの間で作れると、すごく楽しいことがたくさんあるなど。ホテルは600室ある、大きなホテルなんです。でも、むしろ、そういった個性を作っていく。ボクも開発をやってきた身として、そろそろ縦積み商業というか、ビジネスというか、そもそもオフィスもだんだんといらなくなってくるし、物販もネットで買えちゃうよねと。では、なにを都心の高層ビルで

表現するのかと。そこでエンターテインメントというのは来なくては味わえない。それが大きくなるかなと。

ここで難しいのは、物販って、セールができるんです。セールで山をつくる。その物販のない商業施設でどうやって山をつくるのか、これは知恵をださなくてははいけ



ない。ただ、物販ではできない、リアルコンテンツには大きな山が年に何回かあるんですね。その大きな山に対して、ビル全体として発信ができるのか。そして、こんなに狭い土地に背の高いビルが建ってるわけで、やはり地域の人たちに支えてもらわないと倒れちゃう(笑)。シネシティ広場であったり、街であったり、何か同じテーマで発信をしていったり、コンテンツを作り出していくことが、いま歌舞伎町にきてくれているお客様のプラスアルファになっていくかなと。それを街の皆さんと一緒にできると、魅力が続いていくかなと思う。」

一歌舞伎町は今も昔も、若いコたちが大勢集まってきます。働く側も遊ぶ側も実はみんな若い。もちろんそのモラルとしての良しあしはあるかもしれないが、モラトリアムなどところがある。

▶▶木村氏「いわば、Z世代って、デジタルでつながってるじゃないですか。そこで

の他人からの評価に自分の価値基準を置いている人たちなんです。正直、この他人に評価される自分というのにつかれちゃうんじゃないかなって、思うんです。」

一やはりどこかで解放されたいという願望、案外、リアルを求めているのは、ほっとしたいからなんですかね。

▶▶木村氏「そうだと思う。そこで、本当の自分ってなんだろうかと思ひながら集まってきて、そこでは、量産系とか言ってるファッションがあったり、あるいは自分たちが好きなアイドルであったり、そのコミュニティができていくなかで癒されもするし、成長もしていく。」

一街の中心に広場(シネシティ広場)がある意味がそこにあるのかもしれない。レッドカーペットイベントとかの賑やかさも結構ですが、せつかく施設の隠しテーマが“噴水”なのですから、龍の水飲み場的な意味で、施設への“水場”の採用はコスト的に却下されましたが、広場の今後には、何かそういったマイナスイオンのものもできたらいいなと思ってます。

▶▶木村氏「僕たちも積極的に、街の皆さんと一緒に広場の価値を高めることをしていきたいと思ってます。今後ともよろしくお願ひいたします。」



株式会社TSTエンターテインメント代表取締役
木村知郎(きむらともお)

木村氏は1964年、東京・世田谷区生まれ。大学卒業後、東京急行電鉄(現東急)に入社。2017年よりSHIBUYA 109(株式会社SHIBUYA109エンターテインメント)社長に就任。2021年4月より株式会社TSTエンターテインメント社長に就任。歌舞伎町にやってきた。ちなみに、TSTエンターテインメントは、東急歌舞伎町タワーにおける、エンターテインメント施設の企画・運営のために、再開発企業である東急株式会社、旧新宿ミラノ座を運営してきた株式会社東急レクリエーション、そして東急とは縁の深いコンテンツホルダーである株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント、この3社によって2018年に設立された合弁会社。

インタビュー:木村知郎氏(きむらともお)
株式会社TSTエンターテインメント代表取締役
インタビュー:撮影:寺谷公一 2021/12/22

Editor's Select 名店・老舗 ~歌舞伎町の飲食店紹介

歌舞伎町には約600棟のビルに約4,000軒の飲食店がひしめいています。当然どこかには、それぞれの目的に応じたちょうどいいお店があるはずなのですが、数多いお店の中からそこを見つけるのは至難の業。そこで入口になりそうなお店をピックアップ。

MAP P24 NO.1

とんかつ



名代とんかつ すすや新宿本店

歌舞伎町を創った鈴木喜兵衛氏につながる名店。ランドマークの一番街アーチすぐ隣

1954年、鈴木喜兵衛の長男夫婦創業「民芸茶房すすや」をルーツに、洋食店から現在のとんかつ専門店に。まかないから生まれた「とんかつ茶づけ」は棟方志功や柳沢悦、芹沢銈介など民芸運動の著名人に愛された、すすやの名物です。とんかつのほか、復刻メニューのハンバーグ等洋食メニューも。お一人でもグループでもどうぞ。創業当時より多くのお客様に親しまれ進化してきた「とんかつ茶づけ」は、お醤油味のとんかつにたっぷりの炒めたキャベツ。お食事のメにお茶づけにしてお召上がり下さい。



● ロースかつ定食 1,600円 ● 名物 とんかつ茶づけ 1,580円

年中無休 11:00-23:00(LO22:30)
新宿区歌舞伎町1-23-15 SUZUYAビル5F ☎ 03-3209-4480

MAP P24 NO.4

お好み焼き・鉄板焼き



大阪家(おおさかや)

本誌冒頭、街中ロックフェス『CONNECT歌舞伎町』を紹介しましたが、これをオーガナイズしているDr.Shingoこと柴本新吾氏の経営するお店、お好み焼き店「大阪家」はゴジラロードの真ん中あたり。歌舞伎町の音楽関係者利用も多いそうです。365日24時間、まさに眠らない街の眠らないお店、いつ行ってもやっつるお店はそれだけでもありがたい。

2020年で創業40周年!大阪家は毎晩が宴会のよう。乾杯でグラスを合わせる音と笑い声、ソースが焦げるうまそう匂い…まだ体験されていない方は、ぜひ名物モダン焼きと生ビールを試してみてください!24時間営業でお待ちしております!
全80席/テーブル19卓・カウンター4席



24時間営業 年中無休
新宿区歌舞伎町1-17-12 浅川ビルB1F ☎ 03-3209-0760



お料理4品+飲み放題120分「ガッツリ!大阪家」コース 2,970円/お好み焼き看板メニュー「モダン焼き」1,375円

女将のありささんは、十二社熊野神社のお祭り時、歌舞伎町睡の“女”渡御長を務めます。歌舞伎町女将会のアイコン的存在。

MAP P24 NO.2

和食・しゃぶしゃぶ・すき焼き・ステーキ



しゃぶしゃぶ にいむら本店

小泉総理が歌舞伎町視察の際にも訪れた名店。「にいむら」は一番街にあるとんかつ店があり、ゴジラロードにある本店ではしゃぶしゃぶ・すき焼き・ステーキが味わえます。

40年の歴史のある、しゃぶしゃぶ・すき焼き・ステーキの専門店。とくに、毎日6時間かけて最高の食材を使用して造るごまだれは大人気。和牛しゃぶ肉をたっぷりつけてお召上がりください。
席数:90席



◎山岸店長より一言/しゃぶしゃぶ・すき焼き・ステーキをはじめ、お刺身もおいしいお店です。冬季にはカニ・フグもお楽しみいただけます。



●和牛しゃぶしゃぶセット4,180円~
●和牛すき焼きセット4,620円~
予算:4,800円~6,000円(ディナー)、1,200円(ランチ)

12:00-26:00(LO.25:00) 年中無休
新宿区歌舞伎町1-14-3 川新ビル1F・B1F ☎ 03-3205-2200

MAP P24 NO.5

ホテルレストラン(新宿プリンスホテル25F)



和風ダイニング&バー FUGA(風雅)

新宿プリンスホテル最上階、歌舞伎町にしながらまるで別世界のような空間が時には癒されます。夜は歌舞伎町の夜景を見下ろしながらバーも楽しめます。

素材を活かし和をベースとしたコンテンポラリーなレストラン&バー「和風ダイニング&バー FUGA(風雅)」のコンセプトは「東京GOHAN」。東京に集まる各地の食材やその食材に合う調味料等を使用し、和食の基本を活かしながらも、人気の高い和牛など肉を中心としたメニューの他、盛り付け方法も従来の固定概念にとらわれない表現でご提供いたします。また、和の食材に合う飲み物もご用意しております。東京の景色を彩る食前酒からソムリエが厳選するワイン、お客さまの特別な日にあったカクテルまで豊富な味わいをご堪能ください。

●ディナーコース
プリフィックスディナー:前菜、主菜からデザートまで、選べるプリフィックススタイルのディナーコース。地上約90mから新宿東西の夜景とともに和洋フュージョンコースをお楽しみください。料金 6,500円より



●アフタヌーンティー
バラや柑橘を取り入れた爽やかなゼリー、パニオとあまおういちごの甘みと酸味が絶妙なタルト等をお召しあがりいただけるアフタヌーンティーセット。料金5,000円

ランチ11:30~14:30(LO.14:00) ティータイム 14:00~17:30(LO.17:00) ディナー17:30~21:00(LO.20:30) バー18:00~23:00(LO.22:30)
※バー一定休日:日曜日・祝日 ※政府・各自治体等の発表に合わせて営業内容、時間を変更する場合があります。
新宿区歌舞伎町1-30-1 プリンスホテル 25F ☎ 03-3205-1124(レストラン予約係 10:00~17:00)

※料金は消費税込み、別途サービス料(10%)が加算されます。

MAP P24 NO.3

うなぎ料理専門店



新宿うなぎ はなれ

どの町にも一軒はあるうなぎ屋さん。歌舞伎町民御用達のうなぎ店が「うなぎはなれ」です。新宿歌舞伎町で創業70年、うなぎ料理の専門店。多くの常連様に愛され賑わう人気店。本店は街の中心部、新宿東宝ビルの横さくら通り側にあるのですが、観光客需要を受けて新店をえび通りにオープンしたのが2019年、本店より広く3フロア67席、様々な用途にうってつけ。

老舗専門専門店(新宿うなぎ)の「はなれ」は2019年10月10日にオープン。自慢のうなぎの串焼きを中心に多彩な鰻料理を提供。全国各地から選りすぐった地酒(日本酒)も豊富に扱う、繁華街の喧騒を忘れさせる落ち着いた雰囲気「新宿うなぎはなれ」。うなぎは生きたまま仕入れ熟練の職人が一本一本丁寧に串打ちし、秘伝のタレで仕上げる。創業70年の伝統の味、是非ご賞味ください。接待やデート、おひとりさままで幅広くご利用いただけます。1Fカウンター席/14席、2Fテーブル席/24席、3F座敷/27席(合計65席)



◎アラカルト、コース、ご要望に柔軟にお応えします。
【料金】(税込)
●おまかせコース高蒲(しょうぶ) うなぎの様々な部位と料理が楽しめるおまかせコース・8800円
●うなぎ重 特上4,200円
●鰻串焼き 280円~

11:00-24:30(LO.24:00) 年中無休(年末年始12/31-1/2は休業)
新宿区歌舞伎町1-22-2 ☎ 03-6233-7878

MAP P24 NO.6

ホテルレストラン《ホテルグレイスリー新宿8F》



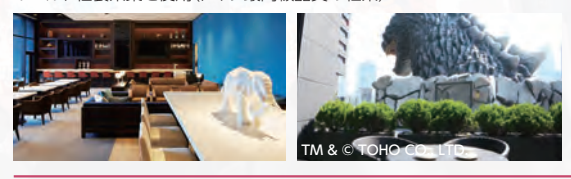
カフェテラス ボンジュール

歌舞伎町のランドマーク、ゴジラヘッドの傍らでゆったりお茶をする、ホテルグレイスリーのカフェテラス。

都会の喧騒の中でも、ゆっくりとした静かな空間が広がります。天気の良い日には、ゴジラヘッドが間近に見られるテラス席がおすすめです。もちろん店内からでも見ることが可能です。女性に大人気のアフタヌーンティーを始め、軽食やディナーも楽しんでいただけます。歌舞伎町の中心地で優雅なひとときをお過ごしいただけます。

●アフタヌーンティー

2021年秋は¥4,000(税込み)でした。使用するフルーツ等により料金が変わる場合があります。2021年秋メニューより
上段:スコーン・マドレーヌ・フィナンシェなど 中段:フルーツゼリー、季節のデザート、マカロンなど 下段:クロワッサンサンド、フルーツサンドなど ドリンクメニュー:紅茶(お替り自由、茶葉替え自由)10種、コーヒーなど。ロンネフェルト社製茶葉を使用(ドイツ最高級品質の紅茶)



月~金:14:00~17:00 土日・祝:12:00~17:00(※予告なく営業時間変更となる場合があります。)
新宿区歌舞伎町1-19-1 ホテルグレイスリー新宿(新宿東宝ビル) 8F
☎ 03-6833-1703(※2022年3月末まで休業予定。お問合せはこちらまでお願いいたします。)



キャバクラ講座



歌舞伎町の嬢王 愛沢えみり

日本で一番有名な元キャバ嬢。
歌舞伎町での引退式では2日間で2億5000万円の
売り上げを記録した。現在はアパレルや芸能、美容関連の
事業を手掛ける会社社長として活躍している。



左上からみおん、れみ、まゑ、ティナ、あなみ、水音、かれん、響、せな、ゆり。2022、1月現在の看板嬢たち

20:00~25:00 土日祝日も営業 ☎ 03-5155-5245
東京都新宿区歌舞伎町1-9-6 三経32ビル2F

日本で一番有名な元キャバ嬢・愛沢えみりがプロデュースするキャバクラです。YouTubeやSNSだけでなく、TVやメディアにも取り上げられる事多い当店。常に明るく楽しいキャストが皆様をお出迎えいたします。ぜひ、お近くにお立ち寄りの際はご来店くださいませ。

No.2 キャバ嬢からの5つのアドバイス

最近是比较的治安が良いとされる歌舞伎町。でも、まだまだ注意しないとイケません。これだけ守っていれば安心なアドバイスを聞いてね。

- 料金は先に必ず確認♥
- 客引きについていかないで!
- 有名なお店を選びましょ♪
- キャバクラの営業時間は1時までだよ
- 酔いすぎないで♥

No.1 キャバクラの楽しみ方 ~初めての方への来店講座!~

歌舞伎町にあるFourty Fiveでの楽しみ方をご説明します。明朗会計! 不明点などがあれば、直接お問合せください。スタッフが丁寧に対応いたします。

- まずはドリンクを決めましょう! 1セット(60分)でハウスボトル(ウイスキーやブランデー)というお酒をご用意があります
- 1セットのうち3~4人のキャバ嬢が接客してくれます。キャバ嬢のドリンクも注文しあげると好感度もアップしますよ♥
- お気に入りのキャバ嬢が見つかったら指名をしてみましょう。場内指名と言います。独り占めして楽しむことができます!
- 当店自慢のピアノ演奏はお客様、キャバ嬢からも大人気! リクエストして頂ければ演奏させていただきます
- 延長は30分毎にできます。盛り上がったらシャンパンやテキーラ観覧車などを注文して、さらに楽しみましょう!
- お帰りまで気持ちのいい接客をさせていただきます。キャバ嬢とお店が終わった後に遊べるアフターも楽しみの一つです

No.3 歌舞伎町グルメをご紹介します

毎日歌舞伎町で働くFourty Fiveのキャバ嬢がおすすめする飲食店をご紹介します! 同伴やアフターなどに活用しよう!

- 肉割烹 肉かぶく**
住所 新宿区歌舞伎町2-22-1 ホテルシェーナ2F
電話 050-5597-2006
営業時間 18:00~5:00 (L.O 4:00)
定休日 不定休
- やきとり 鳥籠**
住所 新宿区歌舞伎町1-2-17 桂昇新宿ビルB1F
電話 050-5890-4441
営業時間 18:00~23:00 (最終入店 21:00)
定休日 日曜および祝日
- 辛麺 華火**
住所 新宿区歌舞伎町1-2-17 桂昇新宿ビルB1F
電話 03-6380-3179
営業時間 19:00~翌朝 10:00 (L.O 9:30)
定休日 毎月1日、不定休あり

達人 たっじん 2

歌舞伎町“夜の市長”(ナイトメイヤー) 手塚マキ氏インタビュー



手塚マキ (Maki Tezuka)
歌舞伎町でホストクラブ、BAR、飲食店、美容室など20数軒を構える「Smappa! Group」の会長。1977年、埼玉県生まれ。歌舞伎町商店街振興組合常任理事。JSA認定ソムリエ。96年から歌舞伎町で働き始め、ナンバーワンホストを経て、独立。ホストのボランティア団体「夜鳥の界」を仲間と立ち上げ、深夜の街頭清掃活動をおこなう一方、NPO法人グリーンバードでも理事を務める。2017年には歌舞伎町初の書店「歌舞伎町ブックセンター」をオープンし、話題に。2018年12月には接客業で培った“おもてなし”精神を軸に介護事業もスタート。近著に、「新宿 歌舞伎町」(幻冬舎)がある。

☆Smappa! Group (スマッパグループ) は、2003年に創業。歌舞伎町を中心にホストクラブ、バー、飲食店、ヘアサロン、通所型介護施設、アートスペースなど26店舗を運営しています。事業は多岐に渡りますが、お客様ひとりひとりを個別の人間として捉え、プロフェッショナルサービスの提供を主軸展開。

「まあ、観光客の人は、歌舞伎町は楽しめないと思う。」

いきなりだが、元も子もないというか、ある意味、核心から、彼のインタビューがはじまった。インタビューは歌舞伎町にある彼の会社、Smappa!グループの事務所にて。従業員数約300名を超える。歌舞伎町ではそれなりに存在感のあるグループのここが司令塔というところか。

手塚マキ。現在、7軒のホストクラブ、ほかにもパー形態の飲食店を歌舞伎町内で複数経営する実業家だ。元々“カリスマホスト”として名を馳せたあたりが彼の歌舞伎町キャリアのスタートだけに、

あるいは彼の事業の礎がホストクラブ(風俗営業)であることから、時折“区別”される立場ではあるが、その発信力や感性が多くの歌舞伎町“人”に認められ、今では歌舞伎町商店街振興組合の常任理事である彼の会社、Smappa!グループの中心を務め、名実ともに歌舞伎町の“顔役”、夜の経済の観光魅力の活性化(ナイトエコノミー)と言われるようになった昨今、歌舞伎町においてナイトメイヤー(夜の市長)は誰?という議論が起きたりするようになったが、10人中9人が「それはマキ君でしょ。」と言う。

そんな、歌舞伎町の“夜の市長”(ナイトメイヤー)―手塚マキ。そう呼ばれる彼に話を聞かないわけにはいかないだろう。「そんなにエンタメの街じゃないし、そういうお店が増えていくのも表層であって、脈々と続いてきた歌舞伎町の魅力ではまったくくない。」

2015年にコマ劇場跡地に、ゴジラヘッドで有名になった新宿東宝ビルが建ち、そこに大規模ホテルが基幹テナントとして入居。このあたりを期に、歌舞伎町の観光地化がはじまった。というよりは、利便性

を中心とした滞在地域なので、観光拠点化といった方が正しいが。

「もしそれでも、(短時間で)どうしてもこの街のらしさを感じたいんだしたら、一軒の店に行って、朝まで呑むしかない。それでしか、歌舞伎町を知れる方法ってないんじゃないかな。それでやっと入口を覗けるくらいじゃないですか。」言い換えれば、どこの店でも入口になる。ということになる。

「ただ、そういう、タガが外れた時間が、本来の自分がなんなのかっていうのを考えるきっかけになるわけですよ。歌舞伎町を理解するなら、ここは『枠から外れた場所』だというのがそもそも重要。」だと。この日は若干酒が入ってたせいか、珍しく熱く語ってくれる彼がいた。

「ニューヨークの片隅だって、恵比寿の片隅だって、歌舞伎町的要素はある。飲み屋、ってのはそういうもの。それが、こう、あまりにも集合していて、濃くて、自分にとってもぴったり合う場所がある、その可能性が、確実に世界中で断トツに凝縮しているのがこの街。」なのだ。この言葉は、この街の『魅力』わかりやすく

説明してくれてと思った。これだけ濃く凝縮されると、街そのものが、自ら自浄や進化を繰り返していく、もはや生命体となっているからだ。

「本来の歌舞伎町の意味というのは、どんな状況だろうが、ぱらっと立ち寄れて、どう? 元気だった? みたいな感じで会える。一年後、また行ったら、いろんなことがあったに、1年前とまったく同じ店主が、まったく同じ話をしてくれるとか。そういうのが飲み屋の価値な気がする。変わらないでいる価値というか。受け入れてくれる、そして居場所になる。いつだって帰れる家というか。スタバでいうサードプレイ

スじゃなくて、なんかあったら帰れる場所。セカンド“実家”みたいな感じがいいんじゃないんですかね。飲み屋の価値というよりは、結局は、その人の価値じゃないですか。恋人でもないし、結婚相手でもないし、家族でもない。お金を払っているわけだから友達、というわけでもない。なんだけど、自分の人生の、大事な“友”でいる人をつくるのは、結構大事なことのような気がする。昔の武將だとか、経営者たちが、お坊さんをずっと置いていたとか、占い師をもっとるとか、あるじゃないですか。そういうのに近いというか。人と人が出会うのって、基本的に人の紹介でしか出会え

ないんですよ。だから何か一つ粗相をすれば、いろんな繋がりを失う。なんですけど、繁華街の人たちって、それが全くなく、出会えるんですよ。自分とその人の直接の関係だけなんです。そこからの広がったコミュニティができる。そういうことを、大人になって、お金を払えばできるというのは、魅力的だと思うんです。それぞれの人が、普通の生活とはまったく別のキャラクターとして、その街の中のコミュニティに存在できるっていうのはすごい魅力的だと思う。」

栗ノ花

■ 14:30-23:00 月曜定休
■ 東京都新宿区歌舞伎町1-13-11 甲斐ビル4F
栗ノ花モンブランプリン 880円(税込)
季節限定モンブランプリン 880円(税込)~

100%国産高級和栗を使用した極細1mmの押しだてモンブランプリン。甘さ控えめに仕上げたプリンと、香ばしく焦がしたカaramelがモンブランの中に隠れていて、和栗本来の旨味と香りと共に絶妙なハーモニーがお楽しみいただけます。



「栗ノ花モンブランプリン」工芸茶セット 1,980円(税込)



「人間レストラン N.N.G.N.」。同店舗内に和栗モンブランを売りにする「栗ノ花」とカレー店「negombo33 新宿」が横丁的に存在。ここで3つのブランドを展開している。

ところで、手塚氏のSmappa!グループについて。今や300人を超える従業員数を数える。実に歌舞伎町の2%近い労働人口を抱える。今回、彼のグループから「栗ノ花」を紹介する。説明しにくいこのお店、「人間レストラン N.N.G.N.」という飲み屋がこの“箱”のもともとのコンテンツなのだが、その中に、和栗モンブランを売りにする『栗ノ花』とカレー店「negombo33 新宿」が横丁的に存在する。3つのブランド展開、おそろく一つのブランドが成長過程で、いずれ独り立ちして

いく“過程”がここに混在しているという感じなのだろうか。この雑多な感じと、平等というのか、さまざまなキャラクターが並列して共生している、これって、Smappa!グループ全体に言えることなんだが、どうも歌舞伎町っぽいなと。「成功体験が」歌舞伎町ブックセンター“なんですよ。あそこが本屋だと思ってる人、全然いなかった。だけど、通りすがりの人とか、アフターの人とか、いろんな人がいろんな目的で、たまたまそこに同居するっていう店が作れ

なかったんじゃないですか。」歌舞伎町ブックセンターとは、2017年に歌舞伎町2丁目得手塚氏が当時開業した路面のブックカフェのこと。立ち退きによって今はなくなってしまったが、筆者もよく立ち寄らせてもらった。「あそこってまさに“歌舞伎町”だと思うんですよ。共生するけど共存しないっていう、まさにジャンルの違う人たちがあつた場所、それぞれの目的で居たのってすごい面白かった。立ち退きの後、再びそれをほかの場

所でやりたかった。リトル歌舞伎町をただつくってただけなんです。ただそれが結構難しい。商売するのは、やはりわかりやすすくないとだめで、メニューも何屋か?ってのがはきりしてないんだめとか。印象にちゃんと残らせないといけないというか、それがビジネス。でもそれって、ちょっと違うんじゃないか。どういう意味なんだろうって考えることが生きてる価値なんじゃないかなっていうか。」

資本主義に揉まれながらも、どうやらそこにジレンマを感じながら、納得できる落としどころを探る日々なのだろうか。「歌舞伎町って、ゴリゴリの資本主義じゃないところがある。互助的な部分もある、お互い周年だったら行き合うとかもある。村なところもある。」確かに言われてみればそうかもしれない。歌舞伎町は案外ほっとする、どこかそういうつながりを嫌って都会にやってくる人たちが多い印象はあるが、だからこそ逆に故郷を求める“村”なのかもしれない。

歌舞伎超祭

コロナ禍初の歌舞伎町商店街振興組合主催 シネシティ広場パフォーマンスイベント



歌舞伎町商店街振興組合主催で手塚氏がプロデュース。歌舞伎町は究極のダイバーシティ、「外」からは、あたかもそれが当然のように見えるかもしれませんが、コロナ禍においても様々な課題が噴出してきたように、街になかにも分断や排除が存在し、むしろ「内側」から見ると、多様性や寛容は歌舞伎町に足りない部分なのかもしれません。「歌舞伎超祭」は、歌舞伎町シネシ

ィ広場に特設のライブステージを設け、屋外空間で芸術文化を楽しむパフォーマンスイベントとして企画、オーガナイザーの歌舞伎町商店街振興組合常任理事の手塚マキ氏は「歌舞伎町に“色”をつける。」と表現していました。今はリアルには足りてない、街にやってくる人たちのイメージする歌舞伎町への幻想を彼らの感性でブランディングしつつ、10年後20年後の街の姿はどういう姿が望ましいのか、そこに街を“寄せていく”、まさに街づくりの一端としてイベントを位置づけているのがわかります。2020年は、手塚氏からの発注で、イベントのプロデューサーにTOKYO2020オリンピック開会式のキャスティング等にも携わるなど多方面で活躍する「Oi-chan」を迎え、ニューブランディング「歌舞伎超祭」の開催となりました。

引き続き、歌舞伎町では、四季折々にイベントを企画、春「CONNECT 歌舞伎町」(街中ロックフェス)、夏の「BONODORI」、秋はまだ企画がありませんが、冬にはこの「歌舞伎超祭」をぜひ見に来て楽しんでみてはいかがでしょうか。



イベントプロデューサーを務めたOi-chan(OIP)と手塚マキ氏

動画 //KABUKICHO OFFICIAL ARCHIVE// 歌舞伎超祭 2021/11/20

グループ全体での初詣は花園神社へ。

スマッパグループ Smappa! Group で # はじめてのホストクラブ

女性の遊び場「ホストクラブ」

ホストクラブ、興味はあるけれど、よくわからない...どうやって行けばいいんだろう？料金が高かったらどうしよう？詳しい人と行ったほうが良いのかな...などなど、初めてだとわからないことも多いかも？Smappa! Group (スマッパ!グループ) なら3つの安心であなたのホストクラブデビューをがっちりサポート！Smappa! Groupで素敵な思い出をつくってみませんか？

Smappa! Group 3つの安心

お店までの
エスコート
サービス

安心の
定額料金

1名様から
OK!

TOUR PLAN

選べる2種類のプラン

ホストクラブ体験ツアー

¥3,000 税込

60
分

焼酎・ワイン(赤・白)飲み放題

スペシャルワインツアー

¥5,000 税込

90
分

ワインに合わせた軽食をサービス
ソムリエが厳選したワイン6種類

当日はどうするの？

僕が案内します！

1
歌舞伎町周辺で
お待ち合わせ

2
Smappa! Group
店舗ご案内

3
サービス終了
現地解散

ツアーのお申し込み・ご相談窓口(WEBからも予約可)

03-6380-3990

※お申し込み当日、毎月1日、毎月月末のご案内はできません。他、休店日、イベント時など一部日程も実行できない場合があります。ご予約フォームよりお気軽にお問い合わせください。※開始時間は19:00~20:00でご希望のお時間をお問い合わせください。※ご案内する店舗は弊社が運営させていただきますが、ご希望の店舗やホストがおりませんでしたらお申し込み時にお申し付けください。なお、スペシャルワインツアーはSMAPPA! HANS AXEL VON FERSENでの開催となります。



ホストクラブ体験ツアー
予約フォーム



スペシャルワインツアー
予約フォーム



MUSASHI
Smappa! Group ジェネラル・マネージャー、
JSA認定ソムリエ、夜鳥の界リーダー。

SHOP LIST



WEBで知る ~ホストクラブの世界~



HUFFPOST
夜鳥の界
「外見より中身を磨け」歌舞伎町で
ホストがゴミ拾いを続ける理由



Qetic
青山礼調
「ホストの輪郭」
~シティボーイのステイホーム~



HUFFPOST
手塚マキ
カリスマホストの裏説書術



YOUTUBE
ホスト歌会
「#ホスト万葉集」チャンネル

ようこそ ゴールデン街へ



いらっしゃいませ。

新宿ゴールデン街、昭和の空気をそのままに、グラスを傾けながら朝までゆったりとした時間を楽しめる街—

歌舞伎町1丁目1番地、花園神社に隣接するこの50m四方の小さな一角は、もともとは第二次大戦後、新宿駅東口にあった闇市(和田組マーケット)が起りである。1950年ごろ駅前の闇市が撤去された際の替地として当時都電沿いの土地であったこの場所に移転してきた(都電の跡が現在、四季の道という遊歩道)。当時は、多くの店が飲食店の名目で、風俗営業法(当時)の許可を取らないもぐりの売春営業店が軒を連ね、青線と呼ばれていた。売春防止法施行(1958年)後、飲み屋としての営業形態へと変化し「ゴールデン街」と名を変え、昭和39年東京オリンピックの前には治安対策の一環で街ごとと消えそうになった時期もあったが、この街を愛する文化人やジャーナリストも多かったことから、街の外見の姿自体は変えることなく、現在でも50~60年代の雰囲気を残す場所として続いている。2000年以降、新宿ゴールデン街も世代交代が進み、新たに若い人たちが店舗を借りて経営する“今風”のお店も増えてきた。だが、自分のヒューマンスケールごとに安息の場があっただけであって、いいママさん、いいマスターを見つけては仲良くなるというのがこの街の楽しみ方というのは変わらない。現在、約290件の飲み屋が、50~60年代の雰囲気を残したまま、多くの人たちに愛されてありつつは、癒しの場を提供し続けている。

新宿ゴールデン街で楽しい夜を。

私は新宿三光商店街振興組合で事務局員として働いている、和田山名緒です。みなさんのゴールデン街で過ごす夜が、素敵な思い出となるように願っています。ゴールデン街は自由な雰囲気のある場所です。個性的なお店が多く、魅力的な人が集います。夜ごと酒を介して会話を楽しんだり、愚痴をこぼしたり、涙を流したり、様々な感情が行き交います。たまたま隣り合わせになった客同士が一生の友達になったり、憧れの有名人と同席することがあるかもしれません。そんな不思議なことが起こるのも、この街では良くあることです。ゴールデン街でどうしても楽しい夜を過ごせるのかは、誰にとっても重要なテーマです。

頑張っても楽しくなれるものではないし、落ち込んでいても楽しい気分はさせてくれる時もあります。お店に入った瞬間の冷たい空気に凍りついて、和やかな雰囲気になっても、どうぞ調和することを楽しんでください。そして気に入った店に何度か通うようになり、顔を覚えてもらえたら、あなたは「常連」と呼ばれるようになります。常連の座を獲得したら、他の店の「常連」になることを目指すのもいいでしょう。一晩で数軒を「はしご」するようになればこの街の上級者です。楽しい夜を実現するためには努力はいりません。むしろ好奇心が必要です。一人の夜を持て余していたら、団体行動に飽きてゆっくりしたいと思ったら、ゴールデン街があなたを待っています。見知らぬ人と会話をすることで世界はより広がっていくでしょう。

最後に、ゴールデン街の狭い路地や簡素な建物は私たちの貴重な財産です。それは壊れやすく燃えやすい儚い存在でもあります。この街の夜が長くように、皆さんへマナーの協力も呼び掛けております。詳しくは街の掲示ポスターをご覧ください。



EDITOR'S SELECT

290軒もあるお店の中から、最初のお店を選ぶのはなかなか難しい。その中で、最初の一杯にいいんじゃないかな、というお店をいくつか紹介します。



ALBATROSS G

営業 20:00~5:00
東京都新宿区歌舞伎町1-1-7花園五番街(1~3F)
チャージ:500円 1ドリンク1,000円前後



1にあるSUZU BAR(スズバー)。個人的にはよく行くお店である。マスターは河井さんということも若いバーテンダーのお店だ。歌舞伎町にあるとんかつ茶漬で有名な「すずや」さんの系列店であるということもあって安心感にはさらには高まる。ゴールデン街では珍しい本格派のバー。「季節のフルーツを使ったカクテルなどもお楽しみ頂けます。スタンドグラスの灯火の中で、一杯如何ですか?」と河井さん。



民藝酒房 SUZUBAR

営業 20:00~翌3:00
東京都新宿区歌舞伎町1-1-10 新宿ゴールデン街 G1通り1F
チャージ:1,000円(はじめてのお客様はノーチャージ) ビール、ハイボール700円、カクテル800円



G2通りの2階にあるのがBRIAN BAR(ブライアンバー)。2階だが、ロフトの3階があって、団体客も入れる。おすすめとして作ってもらったのはレモンサワー(ドライ)900円。愛媛の無農薬レモンをまるまる絞ったキンミヤ焼酎のサワー。レモンサワーには甘いタイプのスイートというのがある。そっちはシロップに付け込んだレモンを使ったまろやかさが売りのサワー。店内に何気にかかれていた絵が気になったので見てみると、ジョン・ドウ(John Doe)と書いてある。John Doe=名無しの権兵衛という意味だが、聞いてみると、イギリスのシルクス

クリーンの職人さんの作品だとか。「BRIAN BARは居合わせるみんなとフレンドリーになれる空間を提供するバーです。80年以上前に発売された希少な復刻版角瓶を使用した氷無しハイボールや、ウイスキー各種、無農薬レモンを丸ごと絞ったドライなレモンサワーがおすすめです。」とのこと。



著書「キッチン・コンフィデンシャル」などで有名な外国人の料理人でフードジャーナリストだったアンソニー・ボーデイン氏(故人)が愛した東京の横丁、彼が世界で紹介したことで外国人観光客がたくさん訪れ、有名になったお店がある。アルバトロスG。元々はスタイリスだったオーナーが趣味でアンティークの輸入家具を販売していて、その経緯で18年前にこの地に開業した。花園五番街に構える店の1階はガラス越しに中の様子が見えて入りやすい。ここは2階、3階もあり、ゴールデン街の中では比較的大人数でも利用しやすいお店だ。今は、向山さんという若いバーテンダー

がお店を切り盛りしている。「ウイスキー、ジンといった洋酒から、焼酎、日本酒など幅広く取り揃えています。カクテルもスタンダードなものから、唐辛子を付け込んだスパイスジン、季節ごとのオリジナルのカクテルとして、今であればコーヒーとザクロのカクテル、リンゴとセージのカクテルなども用意しています。」と向山さん。取材の際に作ってくれたのはコーヒーとザクロのカクテル(The Coffee Martini with Pomegranate 1,000円)自家製のカルダモンシロップが隠し味、コーヒーの苦さとザクロの甘酸っぱさを生かしたオリジナルカクテル。

1Fにあって入りやすいという意味では花園一番街にあるMISO SOUP。本誌冒頭で紹介した「ナイトメイヤー」こと手塚氏の店だ。日本人が心をほっこり温める「お味噌汁」、それを店名に「お味噌汁」の提供もあるというそういうお店。利酒師の資格を持つ店長が季節に合わせたこだわりの日本酒を常に数種類セレクト。その他にも焼酎、ウイスキー、ビールなど各種取り揃えている。

MISO SOUP (ミソスープ)

営業 月~金:15~24時/土日:12~24時
東京都新宿区歌舞伎町1-1-9 新宿ゴールデン街 花園一番街
チャージ 男性2,000円/女性1,000円(インバンドは一律1,000円)
※19~21時:男性1,000円 女性500円
味噌汁飲み放題、お通し2品付き
メニュー料金 1,000円~ ビール800円・日本酒、カクテル 900円~ ほかジャンパン各種あり



BRIAN BAR(ブライアンバー)

営業 19:00~5:00 東京都新宿区歌舞伎町1-1-9 新宿ゴールデン街G2通り2F
チャージ 男性1,000円 女性無料 メニュー料金1,000円~
ハイボール/レモンサワーなど 900円~ その他焼酎など 700円~

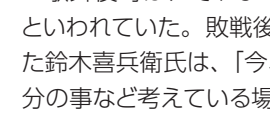
都市は人なり

1698年(元禄11年)、甲州街道・日本橋と高井戸の距離15kmの間に、それまでなかった「新しい宿場町」=「新宿」が誕生した。徳川家康の時代に内藤家(高遠藩主/信州の高遠町、新恵那市あたり)が拝領した約21万坪の土地の、屋敷として使っていた場所の一部であったことから「内藤新宿」と呼ばれ、その後、紆余曲折(色町としての色合いが濃く、風紀の乱れなどでたびたび廃止など)はあったが、街道筋の物流・旅人なども多く、繁栄した。

戦後、日本の主要都市は空襲で壊滅。国は特別都市計画法を制定、行政主導による戦災復興事業を推進した。そんなご時勢に、東京では、地元の民間主導によって計画が進められ、行政が追隨する形で支援にまわった特異な例がいくつかある。「興行街実現」という将来ビジョンを掲げ、その実現を目指した「歌舞伎町」もその一つ、そして、民間主導による戦災復興事業のまちづくり(新宿第一復興土地画整理組合)を推進したのが鈴木喜兵衛(すずき・きへい)である。



歌舞伎町一番通り入り口付近近からの区画整理工事現場

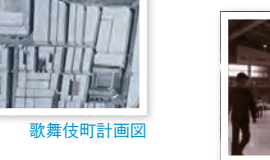


歌舞伎町計画図

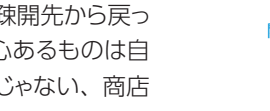
歌舞伎町は、それまでは角番北一丁目といわれていた。敗戦後、疎開先から戻った鈴木喜兵衛氏は、「今、心あるものは自分の事など考えている場合じゃない、商店街や住宅は、土地使用については再編成すべきである。町会では計画復興をする。私らの町では借地権は私が一番多く持っているが、借地権をたくさん持っているものは、納得のいく方法があれば、進んで開放して土地利用を再編すべき」と呼びかけ、また、「東向きに芸能施設をなし、道義的繁華街を建設する」という構想を訴えた。この鈴木喜兵衛氏の構想に、この地域の最大の地主であった峯島茂兵衛が協力を約束したことで、一気に実現性が高まった。また、歌舞伎座の誘致を目指していたことから、新興文化地域にふさわしい町名を、との声が起こり、都で戦災復興に奔走していた石川栄輝都市計画課長が提案した「歌舞伎町」に決まった。そして昭和23年4月1日、新宿に「歌舞伎町」が誕生した。

鈴木喜兵衛氏の誘致活動によって、歌舞伎を公演する菊座や映画館、演芸場、ダンスホールの建設計画が立てられ、いよいよ着工・建設という段階になり突然の臨時建築等規制と預金封鎖の金融緊急措置令が発動。計画は不可能となり頓挫する。当時、すでに着工されていた地球座(いまのHUMAXの前身)のみが建設を許可され続行された。先に完成した地球座は、その入場者の行列が駅まで続いたという。その後、昭和25年の「東京文化産業博覧会」の開催に歌舞伎町は名乗りを上げ、博覧会のために会場に建設された、いわゆるパビリオンが、今の劇場街の原型となった。

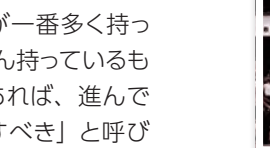
この博覧会で、計画は鈴木喜兵衛氏の意図した方向に進んだものの、博覧会のイベントそのものは大失敗に終わる。私財を投げ売って奔走していた喜兵衛氏は破産状態に陥り、急速に影響力を失っていった鈴木喜兵衛氏に代わってあらたな影響力を発揮したのが藤森作次郎氏(初代の歌舞伎町商店街振興組理事長)である。歌舞伎町商店街振興組と興行4社(東宝、東急レクリエーション、ヒューマックス、東亜興行)がつまみ折り合い、昭和30~50年代の歌舞伎町隆盛期を築くことになる。



当時の東京スケートリンク



開館当時の新宿ミラノ



昭和31年当時、劇場通り一番街に設置された「初代アーチ」。「新宿娯楽センター歌舞伎町」とある。

昭和31年、東急文化会館が完成、日本最大の映画館「ミラノ座」やアイススケート場「東京スケートリンク」が併設、後に「演歌の殿堂」と呼ばれる新宿コマ劇場もこの年に開業、鈴木喜兵衛氏が夢見た「道義的繁華街」の原型はここに完成した。劇場街を地域の産業構造の中核とし、歌舞伎町は日本有数の繁華街に成長する。一方、歌舞伎町およびその周囲には、売春街が常に存在していたことも事実で、

いわば男女の健全な出会いの場としての映画館やスケート場という文化的存在が性風俗産業と拮抗することで、歌舞伎町のポテンシャルを支えてきたという側面がある。劇場街は、昭和50年代から60年代には、年間50億円以上の興行収益を上げていた。

昭和60年、新風営法(以下風適法)が施行。これが歌舞伎町の運命を大きく変えることになる。風適法施行に伴い、深夜の風俗営業店の営業が規制され、ゲームセンターやディスコ等が一緒にネオンを消すことになる。一方、風適法施行に駆け込んで既得権を得た性風俗店(店舗型個室マッサージ店など)が大量に開店。深夜の賑わいが冷える中、映画館街は次々とオールナイト営業ができなくなり、深夜の経済構造が破壊され、飲食店等の売上も激減。反対に性風俗目的の来街者の比率が高くなり、歌舞伎町の、繁華街としてのバランスに大きな変化を与えた。昭和60年代からのキャバクラブームは、フツウの女子大生が働いているということがウリの「新宿キャッツ」から始まった。平成に入ると無店舗型性風俗店(デリバリーヘルスなどが増殖、平成10年の風適法改正によって届出制となり、結果として性風俗業が市民権を得る形になった。その後の第二次キャバクラブーム、そして現在に続くホストクラブのバブルへと繋がっていくことになる。



昭和59年キャバクラ「新宿キャッツ」誕生。キャバクラという言葉もこのとき生まれた。それまで水商売はプロが接客するものという常識を覆し、素人の女子大生が接客ということで爆発的な人気を博す。これをきっかけに「キャバクラ」と称する店舗が急増、社交飲食業における新たなジャンルとなった。

歌舞伎町の名付け親となった石川栄輝が理想とした都市構造は、中心に広場があり、そこに市民が集い、憩い、議論する、民主的的市民社会に支えられる西欧型の都市構造だった。例えば、市民による街の清掃も都市計画の一部であると考えていたという。都市の風格というものは、市民の心や行動によって生まれるものであり、そこに集まる人々の生活や姿が、すなわち街の姿であると考えていた。「都市は人なり」これが石川栄輝の残した言葉である。



Kenzo's Bar
 20:00~5:00
 東京都新宿区歌舞伎町1-1-7花園三番街2F
 チャージ:500円 ワンドリンク700円~

最後に、ゴールデン街一の有名店、ケンゾウさんのお店に行ってみた。Kenzo's Bar(ケンゾーズバー)は、ヒョウ柄一色のお店です。全身ヒョウ柄の高宗謙三さん、「19の時からずっと」だそうです。熊本から出てきて、元々役者をやってたそうだが、「食べれなくてお店を出した。」のが18年前。このヒョウ柄のいでたちで歌舞伎町にやってきた謙三さんのおかげで、歌舞伎町ではヒョウ柄を着る人はほかにはいない気がします。「しばらくヒョウ柄かわいいとか言って着てたコも、ある日着なくなる。なんでもって聞いたら、(オレの)ファンだと思われたくないって(笑)」お店には、自身の出身の熊本のお酒も売っている。熊本の麦焼酎「一本槍」は、もともと酒蔵の人と友達で、ここに卸すボトルには「ヒョウ柄」のオリジナルラベルが貼られていた。すっきり、呑みやすい焼酎。

新宿三光商店街・ゴールデン街 全店舗配置図



これまで建物の老朽化で再開発の動きなどでたびたびゴールデン街がなくなるんじゃないかって噂はあったが、むしろ観光地化したことで、新宿の観光資源として認知されるようになって故に、むしろ守られた景観という気もする新宿ゴールデン街。コロナ禍で外国人観光客が離れ、最近は常連客がいやすくなったという話を聞く。

とはいえ、アンソニー・ポーデイン氏は「ライスヌードルフィッシュ」という本の序文でこう述べている。「東京は非常に濃密で、多様なもので満ちあふれています。複雑で、魅惑的で、美味で、知り尽くすことができないように思えます。たった1つのビルの中にも、狂おしいほど興味深い居酒屋が多層的に集まっています。最初に東京を訪問した時、私の感覚は輝かしくも永続的に狂わされ、それ以来、元には戻っていません」と。皆さんも、ぜひ、狂わされてみてはいかがでしょうか。

