

新宿のネオンを巡る

——ネオンライトは東アジアのシンボルとなるか？

神宮寺 航一

近未来のロサンゼルス、立ち並ぶ超高層ビルの下、漢字で書かれたネオン看板の光が降り注ぐ荒廃した街。これは 1982 年のアメリカ映画『ブレードランナー』の冒頭のシーンである。この映画に代表される、テクノロジーの過剰な発達、そしてそれとは対比的に退廃的な人々の未来を SF として描く「サイバーパンク」と呼ばれるジャンルの創作では、ネオンが煌々と輝く繁華街はしばしば日本や東アジア的なものを連想させるアイコンとして機能してきた。「退廃的な未来」の部分の描写に東アジアの表象が用いられてきたことはたびたびオリエンタリズム的であると指摘されてきたが、英語圏の代表的な旅行ガイドブック Lonely Planet の『Tokyo』(第 14 版)の冒頭でも新宿・歌舞伎町のネオンについて触れられている¹ [Lonely Planet 2024 : 4] など、現在でもネオンは日本を含む東アジアの繁華街のイメージと頻繁に結びつけられる。

一方で、実際の日本の繁華街のネオンサインは昭和期に全盛期を迎えた後、環境負荷や景観への悪影響といった問題により 1990 年代頃には減少し始め、21 世紀初頭には絶滅寸前となってしまうていた [小野 2002 ; 横山 2011]。しかし近年では、「かわいい」「エモい」と若者を中心にネオンの魅力が見直され始め、ネオンだけを集めた展覧会も開かれるなど、「ネオンブーム」とも言える状況になっているのだという [井口 2023]。そしてネオンブームは、韓国や中華圏など日本以外の東アジアの国々でも起こっているようだ。

そこで本稿では、海外からの観光客で賑わう東京都の新宿地区を、新宿駅周辺から東アジア系の店舗が連なる新大久保駅まで「ネオン」に注目して歩き、ネオンブームのいまを報告する。なお、前述の問題などから近年のネオンサインはネオン管ではなく LED を用いてネオンに似せたものが殆どを占めている [井口 2023]。本稿では便宜上、これらのネオン管風の電飾全体を指し、「ネオン」とする。

¹ 「東京は、あなたを完全に虜にしてしまう都市であろう。私は新宿の靖国通りに立ち、夜が訪れ、歌舞伎町のネオンライトが点灯し始めるのを見たその時が、この街に心を奪われたしまった瞬間だった」 [Lonely Planet 2024 : 4] 和訳は筆者による。

JR 新宿駅西口を降りるとまず、西口の家電量販店の大きな看板が目に入る（写真 1）。このネオンは昭和期からあるもので、繁華街・新宿の象徴として写真に収める外国人観光客も多い。また、新宿駅周辺では、ラーメン店、古着店、居酒屋などの看板に、ネオンが多く使用されていた。グルメサイト『食べログ²』の情報によると、それらの店舗の多くはここ 10 年以内に開業したようだ。中でも、駅東南口近くの大きな龍のネオンが歩行者の目を引いていた（写真 2）。2022 年に開業したこの飲食店街の店内は、非常に多くの香港風のネオンの光で彩られていた。



写真 1 新宿駅西口近くの家電量販店（2025 年 1 月 17 日、筆者撮影）

² 食べログ <https://tabelog.com/> 2025 年 5 月 21 日閲覧



写真 2 新宿駅東南口近くの飲食店街（2025 年 1 月 17 日、筆者撮影）

歌舞伎町周辺では、ディスカウントストアの大きなネオンが特に目を引く（写真 3）。筆者の記憶の限り、この店舗のネオンは 20 年以上前から存在しているものである。一方で、2024 年に開店した中国料理店（写真 4）、同年開業の水タバコ店（写真 5）などの新しい店舗でも巨大なネオンが輝いていた。また、2023 年に開業した「東急歌舞伎町タワー」の館内にも多くのネオンが飾られ、2 階の飲食店街には香港の街並みをイメージしたものが、3 階のゲームセンターにはキャラクターをモチーフとしたものなどが数多く展示され、どちらの店舗もインバウンドの観光客で賑わっていた。



写真3 ディスカウントストアのネオンは中国語で「安いスーパー」韓国語で「激安市場」と書かれている(2025年1月17日、筆者撮影)



写真4 中国料理店 (2025年1月17日、筆者撮影)



写真5 水タバコ店 (2025年1月17日、筆者撮影)

次に、多国籍タウンとして知られる JR 新大久保駅周辺を歩いてみる。新大久保駅東側のエリアには韓国系の店舗が多いが、それらの店舗には非常に高い密度でネオンの装飾が施されていた。化粧をする女性(写真6)やお酒を飲む蛸(写真7)など趣向を凝らしたネオンが多く、ネオンをテーマにしたというカフェもあった(写真8)。韓国では、ドラマ『梨泰院クラス』の影響により2016年頃からネオンがブームになり始め、日本でのブームも韓国のネオン人気の一つの要因であるようだ³。

³ 朝日新聞デジタル 2021年10月20日「ネオンサイン、街に増殖中 その理由は韓流に？」
<https://www.asahi.com/articles/ASPBH7268P55PQIP001.html> 2025年1月27日閲覧

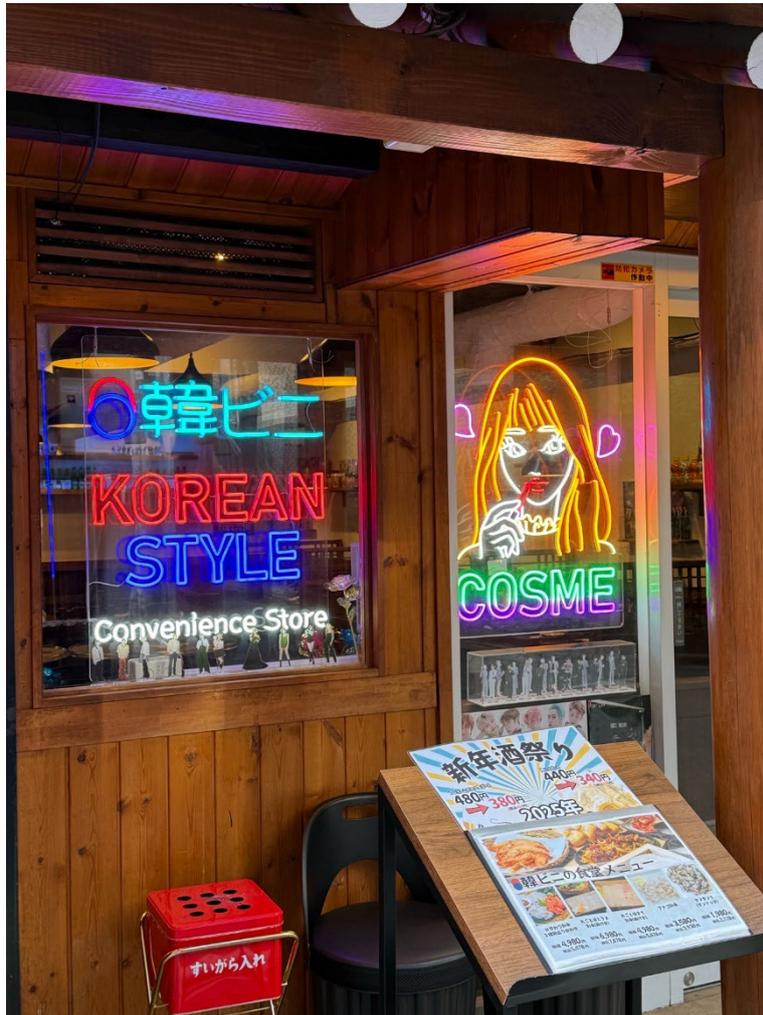


写真 6 韓国料理店の化粧をする女性のネオン (2025 年 1 月 8 日、筆者撮影)



写真7 韓国居酒屋のお酒を飲む蝮のネオン（2025年1月17日、筆者撮影）



写真8 ネオンをテーマにしたカフェ（2025年1月24日、筆者撮影）

JR 新大久保駅の西側には中華系の店舗が多く存在するが、ここでも多数のネオンが飾られていた。ある中国料理店の店内には、店で提供される料理名や中国の縁起物などをモチーフとしたネオン装飾が飾られ、異質な雰囲気形成されていた（写真 9、10、11）。中国でもネオンはブームで、この店舗のように中国の伝統的な意匠を現代風にネオンでアレンジした装飾を施すレストランは、若者に大きな人気を集めているのだという [東京ディープチャイナ研究会（編） 2022 : 23]。



写真 9 中国料理店の店内（2025 年 1 月 8 日、筆者撮影）



写真 10 中国料理店の店内 (2025 年 1 月 8 日、筆者撮影)



写真 11 中国料理店の店内 (2025 年 1 月 8 日、筆者撮影)

本稿で取り上げた施設の中には外国人観光客向けにネオンを展示していることをメディア取材などで明言しているところもあり、ネオン増加の要因の一つがインバウンド客の増加であることは間違いない。一方でここ数年に設置されたネオンは、インバウンド客が思い描くであろう「退廃的な未来」のイメージを内面化したものというよりはむしろ、ポップでかわいく、明るさを強調するものであるとの印象を筆者は受けた。その傾向は、韓国や中華系の店舗でも同様である。いまはまさに、日本や東アジアの冷たい繁華街のイメージのアイコンとして描かれてきたネオンを、東アジアの様々な国々の人々が自らの手で洗練させている途上の段階にあるのかもしれない。桜や富士山、キムチやチマチョゴリ、パンドや万里の長城など、東アジアの人々が自らの国の文化を表す際に多用されるアイコンは数多いが、東アジアをまたいだシンボルとしての「ネオン」が人々に愛される未来を、筆者は思わず想像した。

参考文献

井口エリ 2023「実はネオンは“絶滅危惧種”、アオイネオン荻野さんに聞く、文化や技術を残すために必要なこととは」『CEMEDYNE Style』2023年3月27日ウェブ記事 https://www.cemedine.co.jp/cemedine_reports/aoineon.html 2025年1月21日閲覧

小野博之 2002「ネオンサイン・イルミネーションの歴史」『照明学会誌』86(4): 227-232。
東京ディープチャイナ研究会(編) 2022『東京ディープチャイナ ガチ中華セレクション』産学社。

横山 巖 2011「サイン(屋外広告など)」『照明学会誌』95(8B): 554-555。

Lonely Planet 2024 *Tokyo*. Lonely Planet Global Limited.

謝辞: 本研究は JSPS 科研費 JP24KJ1856 の助成を受けたものです。

(じんぐうじ・こういち 東京都立大学大学院)