

〈研究ノート〉

渋谷カジ考*

難波 功 士**

前稿で論じたように、クルマ関連のユース・サブカルチャーズを除いて¹⁾、1990年代以降、ある若者の集団や類型が「〇〇族」と呼ばれ、広く世の中に認知され、定着することはほとんど無くなった（難波, 2005b）。本稿では、最後の「族」とも言うべき「渋谷（族）」をとりあげ、その社会的背景を考察することで、90年前後の日本社会の一側面を描き出していきたい。

【1】都市論としての「渋谷」カジ(ユアル)

1885年の山手線渋谷駅の開業に始まり、1907年の玉川電鉄開通、32年の東横線渋谷・桜木町間全線開通、その翌年の井の頭線開通、38年の地下鉄銀座線開通と、戦前にすでに「ターミナルとしての渋谷」は完成していた。しかし、50年代中頃に行われた磯村英一らの調査によれば、新宿・銀座に比べて、渋谷の人出は相対的に少なく、駅周辺、特に駅に接する東横百貨店界隈に人の流れは集中しており、通勤・通学客にとってはまさに通過するだけの街であり、世田谷・目黒・渋谷区の女性を中心とした買い物客のための街であった（磯村, 1989）。また60年代、若者文化の震源地は銀座や新宿であり、渋谷は副次的な地位に甘んじ

ていた（難波, 2004a・2004b）。

だが60年代中盤以降、田園都市線や小田急線沿線を中心にいわゆる「第四山の手」が形成され、渋谷の後背地として、比較的裕福なホワイトカラーのための宅地が広がるようになり（月刊アクロス編集室編, 1987・1989；三浦, 1995）²⁾、また西武・東急による空間開発や77年の新玉川線の渋谷—二子玉川園間開通、翌年の地下鉄半蔵門線の渋谷—青山一丁目間開通などを経て、70年代、渋谷は若者の街として急速に脚光を浴びるようになっていった（吉見, 1987；難波, 1996）³⁾。そして、渋谷・原宿・六本木を結ぶ一帯では、80年代の初頭の大学生を中心とした高級海外ブランド・ブーム（難波, 2005a）やDCブランド・ブームの狂騒を経て、80年代後半には高校生を中心に「アメリカン・カジュアル」ブームが始まっていた（村岡, 1988）⁴⁾。

『アクロス』がアメカジが流行り始めた87年2月に渋谷センター街でインタビューしたところ、ファッション雑誌が「アメカジ」の名の元にあるスタイルを提案したのではなく、ティーンズの間、経済的、時間的に恵まれた有名私立大学付属高校生を頂点とした情報ヒエラルキーが存在し、

*キーワード：ストリート・ファッション、ユース・サブカルチャーズ、モラル・パニック

**関西学院大学社会学部助教授

- 1) 最近では奈良公園付近をクルマで周回しながらナンパをする「周回族」など（2005年5月15日放送『ザ・サンデー』読売テレビ）。
- 2) 1988年5月の時点で、すでに「第四山の手」に住む「ドーナツくん」たちこそが、渋谷の主役だと指摘されている（押切・川勝, 1990）。
- 3) 1972年に地下鉄千代田線が代々木公園まで開通し、73年にはNHKの内幸町からの移転や、西武流通グループによるバルコ（パートI）の出店があった。その後、74年の文化屋雑貨店、77年のビームス渋谷店のオープンなど、徐々に渋谷・原宿間の一帯が若者文化の発信源となり、東急も78年に東急ハンズを、79年に109をオープンした。
- 4) 1987年7月号『アクロス』『インターナショナルファッションシティ TOKYO に遊ぶ“アメリカン＝ジャパニーズ”ティーンズ』によれば、渋谷と原宿を結ぶ公園通りやファイアー通り沿いの、インポート物の古着などを扱う「路面店」に広がるアメカジブームの波が火付け役であった

アメカジの震源地はこの頂点に立つティーンズで、彼らが渋谷などの情報タウンで一般ティーンズに広めた、というのが普及の背景らしい。……88年夏にはこの山の手ファッションの流れを汲んで、軽装でも上品なティーンズファッションが出てきた。87年のアメカジに代わった「シブカジ(渋谷カジュアル)」と呼ばれる、ヨーロッパテイストのファッションである。第三・第四山の手に住んでいるような高校生、大学生が、ポロシャツ、インポートジーンズ、モカシンに身を包み、大型のヴィトンバッグを担いで渋谷の街を闊歩した。アメカジのプリントTシャツ、スウェットパンツ、スニーカー、フラッグバッグとは、同じカジュアルでもアメリカvsヨーロッパ、ジャンクvsシックという見事な対比である。……良質の定番アイテムをカジュアルに着こなすという風潮は、流行とは無関係の社会的、時代的な風潮であり、80年代末の東京に登場した階層化社会を生きているという“クラス(階層)”に対する意識を持つ「クラスコンシャス」な消費者によって作られたものである(アクロス編集室, 1989: 271-9)

この記事からは、渋谷が、88年頃にまずファッションのある特定のスタイルとして浮上してきた様子が見てとれる(表参照)⁵⁾。そして、当初このスタイルが、クラス・コンシャスなものであったことは、多くの雑誌記事も言及している。たとえば、1989年6月21日号『POPEYE』の記事「渋谷’89ライフスタイル・レポート」では、「キミの学校は渋谷スクール’89か?」と題して「渋谷度」の点数化がはかられ、青山学院・玉川・成城・明治学院・成蹊など大学の付属校

や暁星高校の生徒たち——「カトリック系のいわゆるおぼっちゃま校が高得点を出してしまやすい」——が登場している⁶⁾。

また、当然こうした渋谷のクラス志向は、女子高生たちにも共通していた。1990年6月6日号『POPEYE』の渡辺和博の連載記事「[㊦]式新マーケティング理論」では、「美少女時計回り論。7時～9時の間の私鉄に美少女は出現する」と題して、次のように論じられている。

「まず第一に、東京においてカワイイコというのは女子高生のことである。／このことは、女子大生というのはもうオバンなので朝通学しているところを見ても心がなごむようなものでは決してないということだ。……渋谷が旬である今、美少女度というもの＝渋谷度である、ということをもまず頭にタタキ込んでから始めなくてはならない。／時計というのはつまり、まーるい緑の山手線の円を考えてほしい。……渋谷を7時とすると新宿が9時であり、池袋は11時、という具合にだいたいなる。／そして、女子高生のかわいいの、美少女がいる地域というのは7時から9時の間だけ、ときっぱり言ってしまう。／ちなみに、この地域には井の頭線、東横線、小田急線が走っている。……そして最も渋谷度が高いとされている小田急線には、成城学園(成城学園前)、日本女子大付属(読売ランド前)、カリタス女子(登戸)、玉川学園(玉川学園前)、和光大付属(町田)と、渋谷少年少女の学校がたくさんあって、ショートパンツ少女出現率が高いのである。／というわけで、東京の美少女というのは、渋谷の中心地である渋谷、自由が丘、下北沢を結んだ黄金の三角地帯(ゴールデン・トライアン

5) 1985年1月の石川弘義の講演「現代の若者気質」には、「シブカジ族」の語が見えるが、これは後に本にまとめられた段階で加筆された可能性が高い(社会教育協会, 1991)。1988年10月25日号『週刊プレイボーイ』「さよなら“ボディコン”今日は“渋谷”!」には、「血中の外人濃度が急上昇しつつある、都内女子高に在学中の日本人ギャルが、アメリカの青春映画などで見られる、アメリカン・ハイスクール・ギャルが着こなすアメカジ・ファッションに憧れて、日本娘なりにアレンジされたファッション。ステイタスはもちろん渋谷。／渋谷を簡単に定義づけると、こういうことになる。もちろん、ここで言うアメカジとは、アメリカン・ハイスクールに通う、普通のお嬢様スタイルのこと。主にストライプのシャツやポロ、パーカーなどの下に、ジーンズやミニスカートって感じだ。今まで“アメカジ”という名称で日本に定着していた「アメリカン労働者の普段着」とは、きっちり区別しないと、大恥をかくからそのつもりで」とある。

6) その一方で、『POPEYE』誌が全国発売であることを勧誘してか、「東京になくても「^{ウチ}学校の環境、結構渋谷じゃん」なんていえる学校ってけっこう多いと思うが」「たとえ、得点が低くてもガックリせず、そのときは学校よりも個人の資質に期待して前向きに渋谷をマスターしてほしいもんだ」といった記述も見える。

グル)を核として、周辺の私鉄沿線に広がっているものなのである」

渡辺は、他にも井の頭線沿線の立教女学院なども挙げているが、これらはすべてが私立大学の付属校である。そして、こうしたエリアに暮らし、通学する彼・彼女たちが、放課後ないし休日を過ごすのは、やはり渋谷であった。1988年10月25日号『週刊プレイボーイ』の記事「さよなら“ボディコン”今日は“渋谷カジ”!」には、正しい渋谷カジの見分け方として、「基本は女子高生から女子大生まで。フランス製のシピーとかピカデリーといったジーンズをはき、洋服以外のアイテムとしてなにかひとつ、例えばヴィトンのバッグやロレックスの時計など、高級ブランド品を身につけていること」を挙げ、「主に渋谷は井の頭通り、バルコ・SEED・LOFTへんやスペイン坂通り、ディスコじゃラスカラ、J-TRIP バーあたりが、その主要生棲地」とある。当時、若者の注目の溜り場は、かつてクリスタル族の大学生が集った「六本木のディスコ」から、「渋谷界隈のクラブ」へと移行しつつあった(2004年8月号『Studio Voice』「クラブカルチャー伝説80's」)。

川本三郎の言うように「東京は西に移動する」(川本, 2002)わけだが、80年代若者文化の主役が、大学生から高校生へと交代するにつれ⁷⁾、その震源となるエリアも、山手線の内側からその西側へと遷移していったと言えよう。そして、それは単に都市空間における重心の西進というに止まらず、自身も高学歴であり、管理職や専門職などに従事する親のもと、高額な教育費を負担しうる家庭に育った子どもたちへの文化的なヘゲモニーの移行という、きわめて「クラス・コンシャス」な事態でもあった。

【2】世代論としての「渋谷カジ(族)」

そして渋谷カジ現象は、東京圏における階層間の棲み分けの問題とともに、東京西郊にマイホームを構えた団塊(倉沢・浅川, 2004)、およびそのジュニアたちの世代論の問題としてしばしば議論された⁸⁾。

「ストリートの団塊ジュニア：八〇年代末頃から、次代の消費の主役として、当時一〇代後半の団塊ジュニア(七一～七四年生まれ)が注目を集めはじめる。……東京在住のこの世代の間で、自然発生的に生まれたファッションが「渋谷カジ(渋谷カジジュアル)」である。紺ブレ(紺色ブレザー)など、トラッドで普通感覚だが高品質な定番アイテムを、自分なりに組み合わせる。重厚なヨーロッパ・ブランドに代わり、ラルフ・ローレンが人気となった。この定番志向それ自体はお嬢様ブームの頃からあったが、世代共通のファッションにまで広げたのは彼らだった。／この中で若者文化の中心としての渋谷も、微妙にその顔を変えてくる。七〇～八〇年代のこの街の中心は、バルコのある公園通り。新人類世代にとって、最新のDCブランドやカフェバーのある先端的なシティーだった。だが、渋谷カジを生んだ高校生たちにとって、センター街はなじみの遊び場。放課後に制服でぶらつき、友達に友達を紹介して交流を広げる、いわば自分たちのストリートである」(イミダス編集部, 2003: 86-7)

この第二次ベビーブーマーである団塊ジュニアに関しては、80年代中葉から「第五世代人」(博報堂トレンド研究会, 1984)や「イチゴ世

7) 93年の街頭調査をみても、新宿が「高校生：5.8%、大学生：18.3%」であったのに対し、渋谷は「高校生：10.9%、大学生、22.5%」、立ち寄り先もファストフードが「新宿：21.4%、渋谷31.7%」であった(朝日新聞東京本社広告局, 1993)。

8) 三浦展は、人口構成上の山となっている71～74年ではなく、「一九七三～八〇年生まれ、特に七五年から七九年生まれを、団塊世代の本当の子供の世代という意味で「真性団塊ジュニア世代」、七一から七四年生まれを「ニセ団塊ジュニア世代」と名付け」(三浦, 2005a: 22)、その真性団塊世代こそが「フリーター世代」であり、「コギャル」であると論じている。本稿では通例に従い、三浦の言う「ニセ団塊ジュニア世代」を団塊ジュニアとして論述する。

9) 1990年11月21日号『SPA!』「平成最新版死語大辞典」には、「イチゴ世代は無理に作った深みのない言葉」「団塊の世代の子どもたちは団塊ジュニアと呼ばれたが、彼らの中心が'89～'90年に15歳だったことから、彼らは“イチゴ世代”とも呼ばれた」とある。

代)⁹⁾、「イルカ世代」(稲垣, 1999)、「まさつ回避世代」(博報堂生活総合研究所, 1994)などとも呼ばれながら、アメリカの“Generation X”を参照しつつ(Ritchie, 1995=1996; Rosen, 2001; 渡辺, 2002; Ulric & Harris, 2003; Brabazon, 2005)、マーケティング関係者らを中心にさまざまに議論されてきた(辻中, 1988・1989; 橘川, 1993; 千石, 1994; 岩間, 1995; エイムクリエイツ, 1995・1996; 土方, 1996; 油谷・辻中, 1999)¹⁰⁾。こうした議論や調査結果においては、経済的な豊かさや高度情報化、都市圏への人口集中などを背景に、団塊ジュニアたちを語るキーワードとして、過度の上昇志向を持たず、あくまでも無理をしない「自然体」、何かへの熱中やコミットメントを避ける「モラトリアム」、親や社会に反抗をしない「まさつ回避」、気持ちのいい仲間集団や空間への「自閉」、「ジェンダーフリー」などが挙げられることが多い¹¹⁾。とりわけ「自然体」は、彼・彼女らのファッションのカジュアル指向と関連して、言及されることの多いポイントであった。

そして、団塊ジュニアたちからなる「渋谷(族)」特有の行動ないし生活の様式は、当然それら世代の特性とも関連していた。中でも「仲間意識の強さ」に関して言えば、渋谷・ファッション自体が、「チーム」において共有されたスタイルに端を発していたことは、多くの雑誌記事等によって繰り返し言及されている¹²⁾。

「大人の街」と言われていた渋谷に、「ワンオー ナイン」「ザ プライム」ができ、センター街にファストフード各店が学園祭の模擬店のよう

に移した高校生のグループ。そのグループは、それぞれ核になる高校と、友だちの友だちは皆友だち式に、気が合った他校生とで構成されています。／3～4年前までは、広尾の「東京都立中央図書館」で勉強を目的に集まり、それから“シブヤ”へ流れていたグループと、そのグループに“シブヤ”で合流してから、放課後のひと時を、情報交換と、たわいもないおしゃべりで過ごしていたらしい。やがて、卒業パーティーなどを企画するようになり、幹事役として、正式にグループが構成され“チーム”と呼ぶように(1989年12月18日号『Olive』)

「'89年9月15日夜、女の子とのつきあいをめぐって、成城学園と桐朋学園の男子生徒同士がケンカし、桐朋学園2年生がナイフで刺されて死亡した。／名門高校生同士の事件であること、加害者の父親が有名な音楽家であったこと、加害者被害者ともにふだんは「イイ子」と思われていたこと、桐朋学園の生徒たちが「チーム」に所属していたことなどから、各種マスコミに大きく取り上げられた。「チーム」とは、中・高校生が組織する交遊のための組織。メンバーは男だけ、リーダーもいて、渋谷・六本木のディスコなどでパーティーを開いたり、いってみれば大都市の自然発生的若衆宿。集まる場所が渋谷センター街などの路上と飲食店。服装はいわゆる渋谷カジである。チームは必ずしも同じ学校の生徒で作られてはいない。一般に大学生になるとチームを卒業するらしい(太田出版, 1989: 213)

だが渋谷・ファッションは、それ以前の80年代

10) 1989年3月号『checkmate』「渋谷カジギャル早わかり○と×」に「ディスコ○ ニューウェーブ× 音楽、これまであくまで健康的に、マニアックはダメ」とあるように、基本的に渋谷カジ(族)は、DCブランドを愛した新人類世代に反発していた。

11) 『FINE BOYS』編集長の榊原達弥によれば、「昔のアイビーは絶対に女がマネできないファッションだったと思うんですよ。それが渋谷カジ以後すごくユニセックスになってしまった」(日本経済新聞社, 1995: 117)。アイビー全盛期には『MEN's CLUB』から『mcSister』が派生し、また『POPEYE』に対して『Olive』が生まれるなど、80年代前半までは男性(ファッション)誌がリードする時代が続いたが、80年代半ばからは『non-no』→『men's non-no』や『FINE』→『FINE BOYS』など、男性誌が女性誌から派生する例も多くなっていく。

12) 「ファンキーズやウォーキーズだとかのこの頃の東京の私立高校生不良チームの黒革スタジャンがどうしたこうしたのお話ではありません。彼らの志向してやまないスーパーカジュアルが相変わらず六本木のディスコくんだりでしか輝けないんじゃない、あんまりだと思うのです」(佐山, 1987: 189)とあるように、渋谷カジ・ファッション以前の「チーム」は、「スーパーカジュアル: ネクタイは締めますが、上着はジャンパーかセーター。ヤッピーと違い、BMWは不要。バイクでいい。だけどボクは高学歴」(佐山, 1987: 219)であったという。

の諸族—竹の子族・クリスタル族・暴走族・カラス族など—のそれに比して、さほど強いユニフォームリティや四六時中の拘束力を有していたわけではなく、個々人のアレンジの余地も大きく、また融通無碍にさまざまなアイテムを取り入れ、シーズン毎の流行を持ち、刻々と変化していった点に特徴がある¹³⁾。個人主義的でありながらも、街にいる間はそのでの仲間関係を最優先し、かつ家庭・学校などのいくつかの帰属集団にも無理なく適応するといった団塊ジュニアたちの特性が、ファッションにも反映されていたといえよう¹⁴⁾。

【3】メディアと「渋谷(族)」

自然発生的に生まれた渋谷は、当初、マーケティングやファッション誌の編集者などの注目を集め、新たなトレンドないしユース・マーケットとしてとりあげられ、主として若者向け男性誌が、広く渋谷(族)を紹介していった(表参

照)。たとえば、1989年1月号『checkmate』「渋谷カジを完璧マスターする」は、「人気ショップベスト5 ①ビームス②スラップショット③レッドウッド④ミュージアム フォーシッパス⑤キャンパス」のアイテム紹介以外にも、「よく行く喫茶店&ディスコ、TOPDOG J・トリップバー」「渋谷カジヘアの代表、サラサラヘアは、グラレイヤー主体でサラリとした前髪が命。ワイルドなウエアを着ても、どこかに品を感じさせてくれるのが人気のヒミツだ」「渋谷カジヘアのもう一派、ウエットヘア。これは刈り上げとリフトアップが大原則で、男らしくハードなイメージがウリだ。ワイルドな冬の渋谷に欠かせないぞ」と事細かに渋谷と渋谷・スタイルについて解説している。

その後、1989年4月10日号『Hot Dog Press』「渋谷カジ」、そのファッションから生態まで、徹底研究マニュアル」は、ショップの地図や「渋谷カジ族の出没スポット一覧表」とともに、「最新渋谷カジ少年御用達ワード」を紹介している¹⁵⁾。また

- 13) 新人類世代を「くびれ世代」と呼ぶ荷宮和子によれば、「九〇年代が近づき、くびれの世代が「若者」と呼ばれるにはトウがたってきた頃、団塊ジュニアたちは渋谷にたむろし、「渋谷カジ」ファッションで闊歩するようになった。／そう、くびれの世代とは異なるメンタリティを持ち、はるかに数が多い「団塊ジュニア」＝「皆と同じはイヤだけど、皆と違うのはもっとイヤ」の台頭が始まったのである(荷宮, 2004: 38)。1989年2月7日号『週刊プレイボーイ』「渋谷カジの40人」には、「DCブランドなんてもういいよ」「安い服をセンスで組み合わせる。それがキマっているヤツがカッコイイと思うね」「流行は少しは気になるけど、それをそのまま着てるなんて頭ワリーンじゃないの」等々、次々に言葉がでてきた。今、東京でも一番ファッション・センスの光る街・渋谷「渋谷カジ・ファッションを語る時に気になるのが、特に高校生たちの小物使いのセンスだ。一見トラッドやアメカジ、イタカジっぽく見えても、必ず遊び心をいれて崩すのがお坊ちゃま風渋谷カジの極意。……みんな、服の選び方、着こなしはそこそこうまくなってきたからこそ、靴、ベルト、メガネ、帽子、チーフ、タイなど、部分の凝りようが“ちょっと渋谷カジ”の差になってくるぜ!」とある。また渋谷カジの中でも、「最近では渋谷カジも五分類化されていて(ここまできると、かなりマニアックだが)①バックドロップ(これは渋谷にある彼らの御用達ショップ〈バックドロップ〉で洋服を買う男の子達)②ナムスピニスト(これは女の子で、〈ナムスピ〉の服が気に入ってる)③レッドウッダー(これも御用達ショップ〈レッドウッド〉のファンたち)④レイジェンヌ(こちらも同じく〈レイ・ビームス〉のファンの女の子だけです)⑤ルイセッティ(同じく、ショップ〈ルイセット〉ファンの女の子たち)に分かれるそう。これはショップの雰囲気がそのままおしゃれに反映しているのである(松木, 1989: 11)といった細分化が進み、「渋谷カジ以降、九〇年代のファッションは、キレカジ(九一年)・デルカジ(モデル・カジュアル)といったバリエーションを生み出しつつ、全体的にカジュアル化へと向かっていく。この流れは次第に世代を越え、大人も巻き込んでいった(イミダス編集部, 2003: 88)。
- 14) 博報堂生活総研の調査によれば、94年の若者(19～22歳)は、84年のそれに比して「一人で行動することが多い」「仲間の目は気にならない」傾向を有するにも関わらず、「友人や仲間という時、生きがいや充実感を感じる」「友達は気の合った者がいればいい」という傾向を示している。また「家族といるとき、生きがいや充実感を感じる」のポイントも上がっている(博報堂生活総合研究所, 1994)。
- 15) 同号で紹介されている渋谷族用語には、「シャバ僧: 由来は「ビー・バップハイスクール」。今どきビー・バップみたいな格好しているヘンなヤツらが転じて、ダサイファッション、エグい格好している「何コイツ?」というよな奴らを示すようになった。類似語として「ボンバー狩り」という言葉があり、ボマージャケットを着ているダサイ奴らをイジめることを意味する」や、フリーターもしくはプータロー(無職)の20代前半の青年への蔑称「にいちゃん」, 「オヤジ: カラオケバーなんかでネクタイしたまま、若ぶった歌を熱唱しているサラリーマン族。カラオケの場面でのみ有効なので、いつでも使えるワケじゃない」など、一種の選民意識を反映したものが多。

表. 新聞・雑誌記事にみる渋谷(族)

発行年月日	新聞・雑誌名	記事タイトル・見出し
1988年 6月18日	日経流通新聞	渋谷、上品っぽく。山の手ヤング in 渋谷、ストライプのシャツ、輸入ジーンズ
1988年 9月16日	FRIDAY	ヤング街・渋谷で「デカイ顔」したい! 「改造4WD」転がす「車高族」のプライド
1988年10月	checkmate	シブヤ感覚のカジュアルが新しい
1988年10月25日	週刊プレイボーイ	さよなら“ボディコン”今日は“渋谷カジ”!
1989年 1月	checkmate	渋谷カジを完璧マスターする
1989年 1月16日	朝日新聞	自分流楽しむ渋谷カジ 幼年期の終わり (ファッション迷図89)
1989年 2月	CanCam	こだわり派の男のコがお手本 真冬の渋谷カジはアウトドア感覚で
1989年 2月 7日	週刊プレイボーイ	渋谷カジの40人
1989年 3月	checkmate	渋谷カジギャル図鑑
1989年 4月10日	HotDogPress	“渋谷カジ”、そのファッションから生態まで、徹底研究マニュアル
1989年 4月19日	POPEYE	渋谷カジ着こなし図解
1989年 5月	checkmate	初夏のシブカジスタイルブック「育ちの良さ」がわかる服
1989年 5月27日	日経流通新聞	初夏の渋谷カジ、ひと味違うエスニック調—人気女優まねし心はサンタフェ
1989年 6月	商店界	銀座・渋谷定店観測—渋谷=気取らない“渋谷カジ”が大流行
1989年 6月21日	POPEYE	渋谷カジ'89ライフスタイルレポート
1989年 6月27日	読売新聞	[写会学89]「渋谷カジ」ご存じ? 若者のファッション
1989年 7月15日	朝日新聞	東急百貨店の浦岡良夫さん 渋谷カジ研究 (ウチの辞令・ヨソの事例)
1989年 8月	checkmate	渋谷カジの夏が来た
1989年 8月 1日	週刊プレイボーイ	渋谷カジ、海へ行く。渋谷カジの夏のオキテをチェック!
1989年 8月19日	日経流通新聞	渋谷カジ派に、DC派に—時計各社デザイン競う
1989年 8月24日	スコラ	渋谷・シブカジ大特集だ: ファッション、ディスコ、バー、風俗からナンパまで
1989年 8月25日	週刊朝日	ヒット商品の仕掛け人: 渋谷カジ 渋谷よいとギャルも服も現地調達
1989年 9月	商店界	銀座・渋谷定店観測—渋谷=脱渋谷カジは上品でリッチ
1989年 9月	checkmate	89秋渋谷カジ完璧マスター BOOK
1989年 9月 1日	an-an	噂の東京カジュアル! イラスト比較研究! 渋谷カジよりワンランク大人の理由。
1989年 9月 7日	女性セブン	映画「どっちにするの。」渋谷カジ vs 山の手お嬢
1989年 9月20日	POPEYE	キャノン Q-PIC、POPEYE 渋谷カジ'89グランプリ
1989年10月	checkmate	秋の必須アイテム 渋谷カジジーンズ着こなし事典
1989年10月 6日	週刊朝日	シブカジ: 渋谷のストリート・キッズ
1989年10月17日	週刊プレイボーイ	渋谷カジ宣言 限りなくダセー「渋谷カジ兄ちゃん」の研究
1989年11月 9日	週刊文春	蜂起するシブカジ
1989年11月23日	GORO	女子高生マニュアル 渋谷カジ vs ビーバン ファッションは自分にも BFにもウルサイ!!
1989年12月	婦人公論	“渋谷カジ” ヤンキー知ってますか
1989年12月 5日	週刊女性	萩野日流の渋谷カジでキメッ!
1989年12月 6日	週刊テラミス	渋谷カジ族 麻薬・レイプ・傷害・家庭……
1989年12月19日	週刊女性	あつシちゃんが田中美奈子と“渋谷カジ”デート!!
1990年 1月16日	週刊 AERA	渋谷カジの髪はざりげなく茶色に (時代通り)
1990年 2月 1日	BRUTUS	マーケティング商品学: ライフスタイルのカジュアル化に見る、アメリカンの逆襲 渋谷カジ
1990年 2月 7日	読売新聞	[新生活人] 渋谷カジは“茶色の髪” 毛髪脱色剤の誘惑 私もバリジェンヌ
1990年 2月 9日	FRIDAY	大小40チームが「何もせず朝までブラブラ」: 渋谷を占拠した日本版『ウォリアーズ』の生態
1990年 2月21日	POPEYE	この際イッキに渋谷カジ流ひとり暮らし
1990年 3月 5日	non-no	ツッポイ男が、やっぱり素敵 渋谷カジ+米カジで、自分流の着こなしを
1990年 3月 7日	POPEYE	渋谷カジ卒業生はこんなニットを着ている
1990年 3月15日	週刊新潮	警視庁の追放宣言で右往左往の「シブカジ族」
1990年 3月27日	女性自身	話題の最終局面! 戸戸開、両親も公認! 小林聡美との渋谷カジデート目撃
1990年 4月 3日	日経流通新聞	Hello! I'm a 新・新人類、来たぞ究極の消費者—ネオ渋谷カジ
1990年 4月 4日	POPEYE	ブランドカジュアルをシックに。渋谷カジ当たり前、ひと味ださないとお洒落失格
1990年 4月13日	週刊ポスト	娘、息子を渋谷に行かせるな! いちご族が「薬物、レイプ」にはしゃいでいる
1990年 4月26日	読売新聞	“渋谷カジ族”の遊び場だけじゃない タウン誌発行 “大人の渋谷” アピール
1990年 4月30日	週刊大衆	本音で生きられない大人が羨む? “シブカジ族”の現実
1990年 5月 9日	宝島	渋谷カジ、暴走族のご用達! ポケベル新生活案
1990年 5月24日	女性セブン	われらの時代に (153回) 渋谷カジ族
1990年 5月25日	HotDogPress	新カジュアルで、お洒落上手になる!
1990年 6月21日	DIME	渋谷カジ、イタリアの次はブラック!?
1990年 8月 9日	GORO	恐怖チーム族=“渋谷カジ”の仮面をかぶった狼たち
1990年 9月19日	POPEYE	渋谷カジを超えた新スタイルの誕生。ニュースタンドードファッション
1990年 9月25日	週刊 AERA	浸食作用 アメ横に渋谷カジブーム (時代通り)
1990年 9月25日	週刊 AERA	WORD: ポスト「渋谷カジ」は「キレカジ」で決める (時代通り)
1990年10月 3日	毎日新聞	渋谷の連続路上強盗事件で「渋谷カジ」スタイルの少年6人を逮捕—警視庁
1990年10月 7日	サンデー毎日	東京・渋谷を占拠する「渋谷カジ」って何だ!
1990年10月 9日	日経流通新聞	渋谷カジは足元から、バスケットシューズ売れる
1990年10月20日	週刊現代	アジア大会の新ヒロインたち 渋谷カジパワー 北京で爆発 (小菅麻里、千葉すずら)
1990年10月26日	FRIDAY	なんと900万円のベンツがラーメン屋台に、渋谷カジに大人気「間坂亭」の味とお値段
1990年11月 1日	日経流通新聞	渋谷カジからリバカジ—復活ファッションいかが
1990年11月21日	SPA!	ブーヤキッズの青春: 高校生が占拠する町・渋谷で生まれたニューウェイブ
1991年 1月31日	毎日新聞	「渋谷カジ族」15人を監禁致傷で逮捕 対立グループに乱暴—警視庁世田谷署
1991年 1月31日	読売新聞	「渋谷カジ族」が少年らを監禁・暴行 15人を逮捕/東京世田谷署
1991年10月16日	SPA!	夜になるとたむろする渋谷カジチームの生態に現代少女の孤獨な一面が現れている

1989年6月21日号『POPEYE』「渋谷'89ライフスタイル・レポート」は、「これを知らなきゃ、渋谷は歩けない。と、いうわけで。渋谷の常識、シェイクハンドをイラストで紹介。知らない人はマスターしていただきたい」^{パンフレター}「竹文字が書ければ人気者」といったように、単に語彙の問題だけではなく、渋谷族独特のコミュニケーションの様式を詳説している¹⁶⁾。

「渋谷少年たちの会話」^{コミュニケーション}を支える、J-WAVEの言語感覚。……J-WAVEの新言語感覚の特徴を端的に言うと、日本語と英語（もっとはっきり言えば、米語）の見事な調和であろう。ひとつの言葉の中に、漢字とひらがな、そしてアルファベットがそれぞれ仲良く並んでいる。言ってみれば、和英（米）ちゃんぽん言葉だ。……リターナーが帰国直後よく陥る、音引き日本語が乱発されたり、クォーターが興奮した時や、しっかりと主義主張を述べる時に出る、妙な文語体が教室やファストフードの店でくりかえし練習される。……▶例③音引き日本語「どォーして（ですかァー）」／▶例④変な文語体「僕もそう思う。なぜならば……」／さらには、やたらと両手を使つてのボディランゲージも習得するだろう。例⑤「私？」という疑問視を投げかける時に、両手を胸にあてる。／こうして、家に戻って、渋谷少年たちは、81・3FMで新言語感覚を復習しているのである。もはや、東京では偏差値54以上の高校で、「シーユー」「バイ・ナオ」「ハウ・ジ？」程度のあいさつは、日常茶飯事だというし、ボーイフレンドのことを「シユア」「スクエア」「アバウト」と形容している「渋谷のボーイズ&ガールズは眠らない。毎週土曜日に、チームという仲間うちで渋谷のセンター街に集まれば、『笑っていいとも増刊号』の始まる少し前くらいまで、ただ路上でブラブラしている、というのが

真性渋谷の実態だ。……恋人より友達重視。恋愛よりみんなで遊ぶのが好き。……昼さがりのディスコパーティ。大勢で訪れるビーチサイド、そして朝までの路上^{トーク}討論^{ゴールデンウイーク}。G・Wの上京組によって、確実に渋谷から全国へと直輸送されたに違いない」

もちろん、このようにマスメディアで紹介されるスタイルを、そのまま受容することが推奨されていたわけではない。前出の1989年4月10日号『Hot Dog Press』「最新渋谷少年御用達ワード」の中には、「まったく渋谷」という言葉が採録されており、「本家“渋谷”少年に言わせれば、雑誌で紹介される渋谷をうのみにしてどっぷりつかつてるよーな人々」とされている。しかし、前出の1989年6月21日号『POPEYE』には、「ブラウン管からの追い風」と題して、「あの『ねるとん紅鯨団』ののりさんが、しっかりとしてるじゃないの！ 渋谷。そう、あれをお手本にするやいいのよ。／のりさんだけじゃないぜ。かつてはこぞってDCのスーツなんか着ていたテレビスターたちも、今じゃ、ちょっとハイイ人はみんな渋谷してる。……さらには、渋谷センター街が生んだ渋谷スター、真木蔵人。一方、女のコの代表は、『とんねるずのみなさんのおかげです』の宮沢りえ。そして、渋谷少女の目標の、浅野ゆう子にとどめ!!」とあり、マスメディアの影響力の大きさをうかがわせている¹⁷⁾。また、当初1988年10月号『checkmate』「シブヤ感覚のカジュアルが新しい」——「ぼくたちの大好きな街は渋谷。世界でいちばんおしゃれな街も渋谷（だと思っている）。DCショップにアメカジショップ、ディフュージョンブランドのイタカジショップ。それから、話題のサンタフェショップと世界中のトレンドとカジュアルウェア大集合。で、渋谷のカジュアルを、最先端の〈シブカジ〉を、

16) 1989年6月21日号『POPEYE』「渋谷人類学 ボディコンギャルズ大量渋谷変身の理由」には、「渋谷の社会的背景……まず経済社会的に見ると、アメリカものがめっちゃ安く、日本にドンコ入ってくるということ。円高や、新税制のおかげだね。……これも円高や経済大国の恩恵だろうけど、アメリカ・ステイの経験者がうなぎ上りに増えたこと」とあり、アメカジ以来の、アメリカ的な、ないしはアメリカンスクールの生徒のようなライフスタイルへの憧れや親近が、渋谷には受け継がれている。

17) 実在するショップを舞台とした『オクトパス・アーミー 渋谷で会いたい』（1990年）——渋谷族出身とされた東幹久主演、音楽はフリッパーズ・ギター——や、「渋谷族」のチーム「モッパーズ」のリーダーひろしは、街中で有子に一目で心ひかれてしまう……という『真夜中の少年達』（1991年）などの映画も製作された。

じっくり研究してみようね!」——に見られたような多様なスタイルの可能性が、雑誌によって季節毎にある型にはめられていった側面も否定できない。

そして1989年6月21日号『POPEYE』は、「渋谷カジ高校生のカリスマ、「チーム」の存在を知ると題して、チームが外見だけではなく、その行動もよりワイルドになりつつある様子を次のように描写している¹⁸⁾。

「新品のベースボールキャップをライターで焼き、足で踏んづけ汚したり。スウェットを洗って伸ばして乾燥機に入れて、とどめにカットオフしたりして「3日で10年」の「味」を競い合ったりする。フィッシングベストにサープラスパンツ。鍵とキーホルダーをループにジャラジャラ付ける。高校生はこんな攻撃型ファッションを思う存分楽しんでいる。そのカリスマが、渋谷に集まる「チーム」と呼ばれる集団である。その中でもファンキーズ、エンジェルズ、ノーティーズが3強で明大中野の高校生を中心にいろんな高校生が交じり合って構成されている。週末にプライム前に集結。その日のノリにあわせて渋谷をかき回すように遊ぶ。ファッション、遊び、どれをとって

も彼らはまさにカリスマだ」

そして、1990年6月6日号『POPEYE』には、「今、渋谷ってコワイですよ。渋谷カジくんたちは、カッコつけ用のアーミーナイフとか、ホントにケンカで使ったりするし、マスクして夜ふらついている渋谷カジくんは、代々木公園のアベック殴るし。……センター街のスラム化。なんだかニューヨクみたいになってきたような……」といった投書も見られる。

こうした動きは、当然さまざまなメディアによる渋谷カジ族の「モラル・パニック視」を生み出していく。1990年11月21日号『SPA!』「ブーヤキッズの青春：高校生が占拠する町・渋谷で生まれたニューウェイブ」として、ポスト渋谷(族)を次のように描き出している¹⁹⁾。

「彼ら〈ブーヤキッズ〉たちは、ほとんどが有名私立高校の生徒たちで明大中野、成城、明治学院といった大学の付属高校に通う少年たちだ。／家庭は中流より上、商店や中小企業主の息子が圧倒的に多く、小遣いは週1万円が“相場”だという。／チームのリーダーになるには資格がある。渋谷育ちが、不文律だ。場合によっては、恵比寿

18) 1997年9月号『アクロス』「若者とファッションの17年の記録」では、88～89年を「シブカジ(初期)」、90～91年を「シブカジ(後期)」と区分し、1991年10月号『アクロス』において「渋谷カジワイルダー」が取り上げられたことを回顧している。また、1989年12月18日号『Olive』には、「チームに所属している渋谷キッズのファッションは、アメカジ、渋谷カジと区別して、チーカジ(チーム・カジュアル)と呼ばれています。その差は、ワードローブのアイテムの凝り方に特徴があるよう」とあり、Gジャン、香水(ポロのローレン)、ニューバランスのスニーカー、細身のレザーパンツなどをそのアイテムとして挙げている。

19) 同号には「チーマー」の出現が描き出され、他の逸脱的ユース・サブカルチャーとの差を次のように指摘している。「そんな「センター街」の様子がこの2年ほど前から少しずつ変わってきた。／300mもあるかないかの「センター街」の、ほぼ中央にあるファーストフード・ショップ『ファーストキッチン』と、その目の前に位置する『ロッテリア』のあたりに、通りを行き交う〈渋谷カジ族〉や大学生とは明らかに異質な、何か暴力的な匂いさえ感じさせる少年たちがたむろしはじめたのだ。……彼らは、いち早く渋谷におけるメインストリートである「センター街」をテリトリーにし、早朝の公園通りをスケボーで駆け下りてスリルを楽しむくスラッシャー)たちや、帰りそびれたギャル目当ての〈車高族〉とは一線を画して、同じ高校同士か、それに近い仲間同士でチームを結成し、実質的に「センター街」をシキっているのである」。そして彼らはあくまでもクラス・コンシャスな存在であり、暴走族への蔑視は根強いものがある。「気がつくのは、カタカナのチーム名がほとんどということだ。／「カタカナの名前のほうがやっぱりカッコイイでしょ。それに漢字とかだったら、暴走族みたいじゃん。あいつらとは一緒にされたくないからさ」(『マリナーズ』のケンジ・16歳)／「名前? 別に特に意味はないよ。メンバーのオヤジでベント乗ってるのがいてさ。車のうしろに書いてあったから、この名前に決めたわけ」(『AMG』のヨウスケ・16歳)(柄内, 1989: 375)。一方「どうやら、ゾッキーたちによるチーム狩りが始まっているらしい。／「ヤツら、半ツツパリのクセにナマイキですよ」◎関係者はキッズに対して敵意をあらわにする。／……あるキッズのひとり、渋谷から消えた理由をこういって笑う。「ゾッキーがヤバイって? ヤバイことはヤバイけど、10月は学校の中間試験があったから、たまたま目立たなかつただけだよ。一応、大学行かなきゃなんないから」(1990年11月21日号『SPA!』)。

や三軒茶屋、駒沢周辺まで資格の幅が広がることがあるが、いくらケンカが強く金を持っていても、埼玉や千葉出身ではハナもひっかけられない。／彼らは彼らなりの“ブランド志向”があるのだ。“ブランド”といえば、彼ら独自のファッションの“掟”がある。それは、①ジーンズ（特にリーバイス501の耳赤、と呼ばれるオールドタイプをベストとする）、またはチノパン②スカジャン、革ジャン（特にダブルのライダータイプを好む）③バンダナ（頭に巻き付けたり、パンツの尻ポケットにねじ込んでいたりする）④白のTシャツ（パンツの中に入れて）⑤ベースボール、またはサマーキャップをかぶる⑥エンジニアブーツ（アメリカのハーレー乗りが好んで履く爪先に鉄板の入った、ケンカ必勝ブーツ。これが、あたかも⑥の特攻服のごとき〈ブーヤキッズ〉の戦闘服なのだ。／さらに、彼らのなかには“バタフライ”と呼ぶナイフを持ち歩く超アブナイ少年もいるという。彼らはマリファナや睡眠薬などのドラッグにも手を出し、ワルの“トレンド最前線”にいる]「(渋谷は)もうダメですよ。見てくださいよ、ザコッキー（彼らは“雑魚”のことをそう呼ぶ）ばかりで……。さっきもカラオケで一般人（彼らのいう“一般人”とは彼ら以外のすべてを指す）ハタいてきましたけどネ、ダメですよ、もう。最近じゃ俺らが後ろ向きで歩っているとみんなヨケちまうんですから」／島田クンたちが現役の頃は、ケンカがしたくなると後ろ向きに歩いて、ぶつかった相手にケンカをふっかけていたらしい。……以前は他の街のチーム（池袋にも少数ながら“ブクロキッズ”ともいうべき少年たち

がいる）から人質を捕ってきて、宮下公園で40～50人で囲んでイジメたり……。明け方になると現れる“ゾッキー”（暴走族をそう呼ぶ）に罵声をあびせて楽しんだりしていたという。時には総勢100人も集まってケンカしたりもしたが、今ではせいぜい2～3人ずつが“ロフト裏”でバトルする程度である」

こうしたチームは、「灯ともし頃になると、センター街にティーンおよそ三百人が集まってくる。こうなると、一種の解放区だ。二、三年前からストリートチームと呼ばれるグループが生まれ、小は十数人から百人を越える大組織まで三十チームほど」あり、その「リーダーの条件は、面倒見がよくてモテること。幹部クラスになるとほとんどが液晶表示の出るポケベルを携帯している。例えば四二八一四九××は、渋谷、至急といった具合にリーダーが招集をかけるわけだ。それに誰よりも渋谷に詳しい。システム手帳には数十人の女の子の名前がズラリと記載してあった。渋谷に集まる目的の一つは、やはりナンパ」であり、チームの「メンバーの約七割は男」だという（1989年10月6日号『週刊朝日』「シブカジ：渋谷のストリート・キッズ」²⁰⁾。そして、ある特定のスタイルのファッションを指していた渋谷の語は、やがて非行少年少女たちへの呼称である「チーマー」にとって代わられていく。

「いまではチーマーというと、東京の高校生よりも千葉や埼玉といった関東近県からやってくる高校生のほうが多いぐらいだが、もともとは、渋谷

20) 90年代に入ると「SHIBUYA LADIES TEAMER」も登場し、「徹底的にアメリカン・カジュアルにこだわった女の子たち。ショーン・ベン主演の映画『カラーズ』などを見て、ファッションをチェックしている。イーグルのネックレス、鋏を打ったバッグを持ち、なかにはタトゥーを彫る子までいる」(1992年7月8日発行『別冊宝島158：あぶない少女たち』JICC出版)。中には「あたしたち、ヤンキーからバイクとってポーソー族なくしたヤツ」と公言する者もあり、「彼女のように、チームに属する少年少女はチーマーと呼ばれ、渋谷で遊ぶチーム外の中高生は、一般ピープル（一般人）を略してパンピーと呼ばれている」(田島, 1992: 97)。また、ここでも当然マスメディアによるモラル・パニック化が繰り返された。「この前、TVの人が通ったの。……どんな雰囲気撮りたいの？って聞いたら、「もっと夜になって、ふざけあってることか——」って言った。その時、充分ふざけ合ってたから、これじゃダメなの？って聞いたら、「もっとチームみたいな雰囲気ってあるじゃない」とか、わけわかんないこと言われて、すげえウザイの」(田島, 1992: 114)。またポケベル（ないしPHS）は、後の「コギャル」の専売特許と思われがちだが、「チーマー系の女子高生達にとっても、レディスたちと同様、ポケベルは必需品である。仲間との連絡に使うことが主な目的のレディスたちにくらべ、チーマー系のポケベルの使い方は、もっと犯罪のにおいがする。彼女たちがポケベルを使うのは、おもにシンナーや覚醒剤を売買するときだ」(栃内, 1993: 18)。

カジュアル、つまり渋谷ファッションをした、東京の名門私立高校生だけの集まりだった。慶応義塾高校、青山学院高等部、成城学園といった良家の子女が通う名門私立高生たちである。……名門校の渋谷族たちは、渋谷族などは卒業するまでの十八歳までで、大学にはいれば遊ぶ場所を六本木に変え、大学を卒業したら一流企業に就職する。そんなことを考えている要領のいい連中ばかりである。将来を考えれば、当然事件になど巻き込まれたくない。そこで、渋谷のセンター街から名門校生は姿を消し、渋谷族はいつしか不良系の少年少女のタマリ場となり、名前もチーマーと代わっていった」(柄内, 1993: 120-1)

【5】おわりに

このように渋谷(族)がよりワイルドなものへと変化していくにつれ、当初言われていたユニセックス性は薄れていき、時にはホモソーシャルなチームならではの男性中心主義が浮上してくる²¹⁾。1989年6月21日号『POPEYE』中の「現役の渋谷カジ対談」中には以下のような発言が見られる。

宇野さん(学生)「お姉さん達の頃と違って渋谷カジの女の子は、男の子にリードされて動いてるのよ」
田中さん(学生)「グループも男の子が始めたこと」

池田クン(学生)「そうだね。渋谷カジのカップルは男の子がリードしていることが多いね」

鈴木さん(学生)「渋谷カジの男の子って、みんなでいるときは悪ぶってたりするんだけど、ひとりになると変に保守的になっちゃったりするんですよ。女のコはこうでなくちゃいけない、なんてお説教しちゃうコがいるんです。同じコをしても、男の子はいいけど女の子がするのはイケナイなんてね。もし、そういうこと言われても、恋人だったらまだ許せると思うんだけど、ファーストデートで言う人がいる。……保守的でお坊ちゃまなのは好きなところだから残してくれて、それでいてシッカリしてる人がいいですね」

このようなお坊ちゃんのストリート・ファッションとしての渋谷カジは、ヒップホップなどよりハードなストリート・カルチャーの影響を受け、よりワイルドでマスキュリンなものへと転形していく²²⁾。カジュアル・ファッションの系譜の中で、女性が前面に再浮上してくるのは、「コギャル」の登場を待たなければならない²³⁾。

ファッションとしての渋谷カジに関していえば、それはファッション全般のカジュアルへの移行を決定づけるものであり²⁴⁾、その中での細分化の始発点であり、後に「裏原(宿)系」と呼ばれるようなファッションの源流でもあった。そしてそ

21) 1989年2月号『CamCan』「真冬の渋谷カジはアウトドア感覚」などは、男子から学ぶことを前提にしており、男性誌の側も、1989年3月号『checkmate』「渋谷カジギャル鑑鑑」において「単にラフなカッコしてスキップすりゃ渋谷カジかってえと、そうではない。それじゃアメカジにすらなっておりませんぞ。渋谷カジつうのは、アメカジ風のラフなスタイルに、インポートアイテムやエスニックテイストをセンスよくアレンジせにゃいかんのです」と、教えを垂れている。そして何より「渋谷カジボーイはJJガールが好き」(1989年1月号『checkmate』)。

22) 90年代以降のストリート・ファッションを先導した『BOON』は、「「由緒正しい紋章&名だたるバックペイント空軍フライトに緊急発進せよ」('92年2月号) / 「ラルフローレン・GAP・チャンピオン 工場放出品を底値でGET!」('92年3月号) / なにげに使ってる『ゲット』というワードは、実はBOONから飛び出したワードだった」など、ファッション・アイテムの確保を戦闘のアナロジーで語り、『Zipper』という女性誌を派生させたりもしている(1996年12月号『BOON』「BOONの10年を徹底検証」)。こうしてトレンドは、渋谷までのコーディネート至上主義から、アイテム「ゲット」至上主義へと移行したわけだが、それは次の『BOON』誌編集者の回顧——「『BOON』の読者はキャンパスにはいなかったことを思い知った」(小池, 2004: 162)——に見られるように、ホワイトカラー予備軍である私立大学付属校生から、異なる階層へのファッション・テイストの移動でもあった。注20に挙げた映画『カラーズ』などに影響され、チーマーはさらに「カラーギャング」へと変化し、『BOON』など「ストリート系」ファッション雑誌は、バイカーやヒップホップ、さらにはローライダーなどヒスパニック系の不良文化のテイストを広めていった。

23) もちろん「渋谷=渋谷カジ(=LAファッション)=コギャル」以外にも、10代女性の中には「渋谷系=クラブキッズ」へと展開する系譜もあった(1998年10月26日号『CUTiE』「原宿スタイルヒストリー」)。

24) たとえば、当時1988年12月号『JJ』では「神戸高架下、アメリカ村から発生した 下級生のニューカジュアル」といった記事が組まれていた。また、2004年4月号『SENSE』は、かつて渋谷カジの象徴といわれた俳優・松田ケンイチをフィーチャーして「大人の不良は今こそ「ネオ渋谷カジ宣言!」」といった特集を組んでいる。

れはまた、一人のデザイナーにすべてを委ねる DC ブランドから、着る人のアレンジを重視するセレクトショップ発、ストリート発のスタイルへの移行であり²⁵⁾、それゆえ最先端ファッションの震源地は、80年代から90年代にかけて、DC ブランドのメッカとしての原宿→インポートショップが散在する渋谷・原宿間→再度裏原宿エリアへの回帰、といった軌跡をたどることになる²⁶⁾。

こうしたプロセスの中で、ファッションは一部の若者たちのみの楽しみではなくなっていく²⁷⁾。そして多様化、個性化が進む中、その動向にファッション雑誌やブランドの細分化によって対応しようとする出版業界やアパレル業界の思惑とあいまって、若者たちのファッション支出は増大し²⁸⁾、東京を中心とした画一化の流れは強まっていた²⁹⁾。第二次ベビーブーマー市場をあてこ

- 25) ストリート・ファッションの構成要素として、「1. カジュアル性 2. 音楽・スポーツ系 3. 無性差 4. 非モード 5. コーディネート 6. ハンドメイド性 7. 娯楽性 8. 個性化」等が挙げられる(村田, 1999: 17)。アパレル産業が仕掛ける「モード」ではなく、たとえば「渋谷カジ」はいわば誰が仕掛けたわけでもなく自然発生的に生まれた本当のストリート・ファッションなわけで、誰かが今年は何ですよ、と作っていくのではなく、自然とファッションが生まれるようになった。これはいいことだと思います(1990年5月25日号『Hot Dog Press』での栗野宏文(ユナイテッドアローズ・マーケティング・ディレクター)の発言より)。またビームス社長の設楽洋も、「『ポパイ』などで、マニュアルがあふれて、若者はインプットばかりされてきた。それが八〇年代の終わりになって、やっと自分たちで自分たちのスタイルを加工・編集しはじめた。その象徴が渋谷カジです。「そもそも渋谷カジってどんなスタイルですか」なんて取材をよく受けましたが、具体的な格好のことではない。あれは、初めて街が生んだスタイルだったんです。それまでのアイビーにしろ、イタリアン、ロンドンパンクにしろ、海外にルーツがあって、形だけ取り入れるところがあった。ところが、渋谷カジはそのままだの格好がどこにもなかった。サンタフェがはやると、バンダナをジーンズに挿しちやったりするわけです(日本経済新聞社, 1995: 107)と語っている。一方、金子義則は「カラス族から渋谷系へ、東京アイデンティティの苦悩と幻想」と題した文章の中で、DCブランドの盛衰を振り返り、「これほど消費者の展開にファッション・メディアがつかめていない時代があったらと思う。ファッションはストリート主導で化してしまっただの。80年代はもう二度とよみがえることのない、デザイナー、クリエイター主導でいられたファッション・シーンの、最後の断末魔のようなディシプリン・ルームだった(金子, 1996: 19)と述べている。
- 26) 「DC ブーム当時、ファッションのメッカと呼べる場所は、青山・原宿だった(荷宮, 2004: 38)が、渋谷によってそれは渋谷方面へと南下していった。1989年4月19日号『POPEYE』「渋谷カジ着こなし図解」によれば、「都内の大学に通う男のコ100人へのアンケート結果によると、いつも買物に行く街は当然のごとく1位・渋谷、2位・アメ横。ま、渋谷は永遠不動の1位だろうけど、2年前なら2位はきっと原宿だったよね。アメ横の大躍進に、渋谷時代到来の到来をしみじみ感じる」。しかし、1989年9月20日号『POPEYE』「キャンオンQ-PIC、POPEYE 渋谷カジ'89グランプリ」では、後に裏原宿と呼ばれるエリアの中心にあったショップ「プロペラ」が、「渋谷カジグッズがとにかくたくさん」と紹介され、1989年9月号『checkmate』「'89秋渋谷カジ完璧マスターBOOK」では、「純銀製フェザー・ペンダントなら、やっぱり原宿のゴローズが最高」と、裏原系人脈に繋がる高橋吾郎のショップが紹介されている。また、1992年3月9日号『宝島』「全東京カタログ」中の記事「青山・原宿 流行のスタイルがざっくざく! 明治通りカジュアル・パラダイス」では、神宮前5丁目の「ネベッセ」が、「シブカジが脚光を浴びだす直前の88年秋にオープンし、いち早くラルフ・ローレンなどのベーシック・アイテムを送り出してきた正統派アメカジ・ショップ」と紹介され、また1990年5月号『アクロス』「1990渋谷徹底研究」は、渋谷カジの多様化とセンター街の閉塞状況を指摘し、「神宮前6(丁目)ゾーン」の急成長に着目している。
- 27) テリー伊藤は「みゆき族が話題になった一九六五年ごろは、ちょうど高校一年生で、僕自身もみゆき族をしました。みゆき族が銀座に集まったのは、盛り場らしい盛り場が銀座しかなかったから。／何していたかといっても今の渋谷族と一緒にじゃないかな。女を探してたんじゃないの。女探してナンパして、パーティー(日本新聞経済社, 1995: 71)と回想している。が、「三十年近い在社歴の中で、VAN、JUNなどのアイビー三文字隆盛時と今の DC ブランドのブームでは、やはりかなり規模が違いますか」と尋ねられた丸井の社員は、「そうですね。買う層の広さというのが全然違うと思いますね。当時のは若い人たちのごく一部だったと思うんですけれどもね。DCの感性っていうのはもう若い人たちが全般に及んでいるという見方をしてよいんじゃないか。若い人たちが全部、新しいファッション感覚に目覚めている時代といってよいんじゃないでしょうかね(佐山, 1987: 84-5)と答えている。
- 28) ベネッセの調査は、80年代のそれに比べ、90年代以降の高校生の支出可能な金額が、増大していることを示している(ベネッセ教育総合研究所, 1987・2001)。
- 29) 1989年6月21日号『POPEYE』には「京都・大阪・神戸にも渋谷カジ浸透中。で、—関西はエス(ETHNIC)カジだっ!」とあり、1990年4月4日号『POPEYE』には「関西カジュアル先進論」「心斎橋の生んだニュートラ、

んだ、マーケッターたちの予測を超えて暴走した渋谷カジ(族)ではあったが、その末裔たちの消費意欲は衰えず、やがてそれに対応するマーケティング手法を生起させてもいった。そして、多様なファッションをそれなりに受容し始めた社会にとって、渋谷カジは「奇異なファッションに現をぬかす若者集団」が「族」としてモラル・パニック扱いされる最後の事例となったのである。

参考文献

- 油谷遼・辻中俊樹 1999『終わらない<春>:意思決定の重層化』みき書房
- アクロス編集室編 1989『東京の若者』PARCO出版
- 朝日新聞東京本社広告局 1993『タウン調査報告書;街を歩く人びと 新宿・渋谷 1993年・金曜日』朝日新聞東京本社広告局
- ベネッセ教育総合研究所 1987『モノグラフ・高校生 Vol. 21: 若者文化』ベネッセ教育総合研究所
- 2001『モノグラフ・高校生 Vol. 62: 消費者としての高校生』ベネッセ教育総合研究所
- Brabazon, Tara 2005 "From Revolution to Revelation: Generation X, Popular Memory and Cultural Studies" Ashgate
- エイムクリエイツ編 1995『団塊ジュニア市場の読み方』ダイヤモンド社
- 1996『世紀末ヤングエイジ生態図鑑: 団塊ジュニアのストリートカルチャー』ダイヤモンド社
- 月刊アクロス編集室編 1987『「東京」の侵略』PARCO出版
- 1989『WASP: 90年代のキーワード』PARCO出版局
- 博報堂生活総合研究所 1994『若者: まさつ回避世代』博報堂生活総合研究所
- 博報堂トレンド研究会 1984『「第五世代人」2000万人の脅威: 「第二の団塊世代」は社会をどう変えるか』PHP研究所
- 土方文一郎 1996『団塊ジュニアの見方・活かし方』日経連広報部
- イミダス編集部編 2003『新語死語流行語』集英社新書
- 磯村英一 1989『磯村英一 都市論集Ⅱ』有斐閣
- 稲垣吉彦 1999『平成・新語×流行語小辞典』講談社現代新書
- 岩間夏樹 1995『戦後若者文化の光芒: 団塊・新人類・団塊ジュニアの軌跡』日本経済新聞社
- 金子義則 1996「カラス族から渋谷系へ、東京アイデンティティの苦悩と幻想」『Studio Voice』244
- 川本三郎 2002『東京おもひで草』筑摩書房
- 川島蓉子 2004『ビームス戦略』PHP研究所
- 橘川幸夫 1993『「生意気」の構造: 団塊ジュニアの発想が変える21世紀の日本』日本経済新聞社
- 小池りうも 2004『大ヒット雑誌GET指令』新風舎
- 倉沢進・浅川達人編 2004『新編東京圏の社会地図1975-90』東京大学出版会
- 松木直也 1989「渋谷カジのできるまで」1989年11月号『東京人』26
- 三浦展 1995『「家族と郊外」の社会学: 「第四山の手」型ライフスタイルの研究』PHP研究所
- 2001『マイホームレス・チャイルド』クラブハウス
- 2002『これからの一〇年団塊ジュニア一四〇〇万人がコア市場になる!』中経出版
- 2005a『仕事をしなければ、自分は見つからない。』晶文社
- 2005b『団塊世代を総括する』牧野出版
- 村岡清子 1988「アメリカ人になりたい: コカコーラ・キッズの自由への憧れ」『NAVI』56
- 村田仁代 1999「1990年代の流行動態」『大分大学教育福祉科学部研究紀要』21-1
- 難波功士 1996「広告化する都市空間の現在」吉見俊哉編『都市の空間 都市の身体』勁草書房
- 2000「ファッション雑誌にみる「カリスマ」」『関西学院大学社会学部紀要』87
- 2004a「戦後ユース・サブカルチャーについて(1): 太陽族からみゆき族へ」『関西学院大学社会学部紀要』96
- 2004b「戦後ユース・サブカルチャーについて(2): フーテン族からアンノン族へ」『関西学院大学社会学部紀要』97
- 2005a「戦後ユース・サブカルチャーをめぐって(3): 暴走族とクリスタル族」『関西学院大学社会学部紀要』98
- 2005b「「族」から「系」へ」『関西学院大学社会学部紀要』98
- 日本経済新聞社編 1995『永遠のIVY展』日本経済新聞社
- 荷宮和子 2004『なぜフェミニズムは没落したのか』中公新書クラレ
- 押切伸一・川勝正幸 1990『流行の素』JICC出版局
- 太田出版編 1989『Mの世代: ほくらとミヤザキ君』太田出版
- Ritchie, Karen 1995 "Marketing to Generation X", =1996 中江昌彦訳『ジェネレーションXマーケティング』

サーファーをタウンウエアとして定着させたアメリカ村……。東京より1年は確実に早い」とある。しかし、90年代のストリート系ファッション誌は、都市間のテイストの違いをミニマムなものにし、東京の「カリスマ」からの情報発信へと一元化を推し進めた(難波, 2000)。

東急エージェンシー出版部

- Rosen, Bernard 2001 “Masks and Mirrors: Generation X and the Chameleon Personality” Praeger
 佐山一郎 1987『東京ファッション・ビート』新潮文庫
 千石保 1994『マサツ回避の世代』PHP 研究所
 社会教育協会編 1991『現代の若者を考える』図書出版
 田島麻名生 1992「渋谷の夜は誘惑と冒険のディズニーランド!」『別冊宝島158:あぶない少女たち』JICC 出版局
 栃内良 1989「“渋谷カジ” ヤンキー知ってますか」1989年12月号『婦人公論』74-12
 1993『女子高生文化の研究』ごま書房
 辻中俊樹 1988『団塊ジュニア:15世代白書』誠文堂新

光社

- 1989『「団塊ジュニア」をつかまえる法:消費をリードする《情報世代》に何をどう売るか』こう書房
 2005『団塊が電車を降りる日』東急エージェンシー
 Ulrich, John & Harris, Andrea (eds.) 2003 “GenXegesis: Essays on Alternative Youth (Sub) Culture”, Popular press
 渡辺和博 1991『㊦式マーケティング理論』マガジンハウス
 渡辺孝二 2002『American Sports Style』織研新聞社
 吉見俊哉 1987『都市のドラマトウルギー』弘文堂

Rethinking 'Shibu-Kaji'

ABSTRACT

In 1988, some teenagers made a practice of gathering in the Shibuya area with their friends. Their style was casual, but their clothes were not so cheap. Basically, they had wealthy parents, lived in middle class areas and went to schools attached to private universities. Their style was called 'Shibu-Kaji' (abbreviation of Shibuya casual), and they were called 'Shibu-kaji zoku'. At first, they were only loitering in the Shibuya area as a group, especially on the Center-Gai (center street). They were represented in fashion magazines as stylish urban boys and girls. They were trendsetters for young people of the same age. It was said that they belonged to the generation of Dankai Jr. (Japanese second baby boomer). In the beginning of the 1990s, they came to be regarded by the media as delinquent youth. 'Shibu-kaji zoku' was the last one of the major youth subcultures which had a suffix '-zoku'. It was the turning point of youth subcultures, from '-zoku' to '-kei'. This means that the focus of youth subcultures in Japan was transferred from deviance to taste.

Key Words: street fashion, youth subcultures, moral panic