

Alkuperäinen julkaisu (verkossa 2020):

渋谷に召還される〈渋谷系〉—ポピュラー音楽におけるローカリティの構築と変容

*Popular Music Studies* ポピュラー音楽研究24 (1): 17–34.

[https://doi.org/10.11385/jasmpms.24.0\\_17](https://doi.org/10.11385/jasmpms.24.0_17)

Ken Katō (加藤賢)

Käännös: Lasse Lehtonen

KEN KATŌ

## Shibuyaan palautettu ”Shibuya-kei”-musiikki: Paikallisuuden rakentuminen ja muutokset populaarimusiikissa

Tämän artikkelin tavoitteena on selvittää tietyn *paikan* (place) ja *kertomuksen* (narrative) *samastamisprosessia* (identification) musiikkikulttuurissa käyttämällä tapaustutkimuksena 1990-luvun puolivälissä kukoistanutta musiikillista suuntausta, joka tunnetaan nimellä ”Shibuya-kei” (jäljempänä Shibuya-kei).<sup>i</sup> Tutkimuksessa analysoidaan prosessia, jossa erinäisten välivaiheiden kautta alun perin tiettyyn sijaintiin liittymättömät käytännöt yhdistettiin ulkopuolelta Shibuyaan kuluttamisen tilana. Kehityskulun myötä musiikki lopulta omaksuttiin symboliksi Shibuyalle, joka on sekä todellinen maantieteellinen paikka että aluehallinnollinen yksikkö. Prosessin kautta selvitetään populaarimusiikin ja paikallisuuden välistä vuorovaikutteista suhdetta, joka on täynnä ristiriitaisuuksia ja epä johdonmukaisuuksia.

---

<sup>i</sup> [Tämä, kuten artikkelin muutkin alaviitteet, ovat kääntäjän huomioita.] Alkuperäisessä artikkelissa käytetään Shibuya-kein kohdalla japanilaisia lainausmerkkejä (*kagikakko*) käsitteen häilyvän ja diskursiivisesti rakennetun luonteen korostamiseksi. Suomessa käytäntö olisi raskaslukuinen, joten käännöksessä lainausmerkit ovat mukana vain silloin, kun kyse on selvästi käsitteellisestä käytöstä tai termin lainaamisesta.

Sanana ”Shibuya-kei” ilmaantui käyttöön vuonna 1993. Termistä muotoutui monimerkityksinen, kun musiikin suosio kasvoi ja saavutti huippunsa noin vuonna 1995. Shibuya-keille on yritetty laatia erilaisia määritelmiä, mutta termin nykykäytön hahmottamiseksi voidaan hyödyntää kulttuurivarantotutkija Kōhei Kōnon esittämää määritelmää. Sen mukaan ”Shibuya-kei” voidaan käsittää seuraavilla kolmella tavalla: 1) se on yleistermi artisteille, jotka tietoisesti lainasivat ja samplasivat vanhempaa musiikkia ja kuvastoa; 2) se kattaa vanhojen äänitteiden keräilyn, esiin kaivamisen ja uudelleenjulkaisemisen, DJ-toiminnan sekä tiedon levittämisen musiikkiin liittyvien lehtien ja zine-julkaisujen avulla; ja 3) siihen sisältyy levykauppojen ympärille keskittynyt, genererajat ylittävä kuuntelijakulttuuri (Kōno 2018: 179–181). On syytä huomata, että ”Shibuya-kei” viittaa paitsi muusikoihin myös kulutuksen muotoon, jossa yleisö omaksui artistien musiikilliset suuntaukset ja jäljitteli heidän tyylejään.

”Shibuya-kei”-kategoriaan kuuluvina artisteina mainitaan usein muun muassa Flipper’s Guitar sekä sen hajoamisen jälkeen Keigo Oyamada (Cornelius) ja Kenji Ozawa, Pizzicato Five, Original Love, Love Tambourines, Hideki Kaji, Kahimi Karie ja U.F.O. Näiden muusikoiden ja yhtyeiden tunnetuimmissa kappaleissa voidaan havaita vaikutteita tuona aikana Japanissa suhteellisen tuntemattomasta englantilaisesta ja amerikkalaisesta indie-musiikista, sekä viittauksia ja samplausta, jotka haastoivat rockin ihannetta oman musiikin kirjoittamisesta ja esittämisestä. Näiden ikonisten luomistapojen ja tietynasteisen ulkomaisen kaupallisen menestyksen ansiosta Shibuya-kei mielletään usein ”1990-luvun kulttuurisen kypsyyden aikana muotoutuneeksi ilmiöksi, joka ensimmäistä kertaa Japanin populaarimusiikin historiassa saavutti länsimaisen musiikin tason ja rikkoi länsimaisen ja japanilaisen musiikin välillä vallinneen dikotomisen hierarkiasuhteen” (Minamida 2001: 189–191; Ugaya 2005: 152–153; Roberts 2013: 116).

Tämä artikkeli ei kuitenkaan keskity muusikoihin ja heidän ilmaisutapoihinsa, vaan tarkastelee muutoksia paikallisuuden käsitteessä. Tarkastelun kautta analysoidaan, millainen suhde on muodostunut Shibuya-kei-suuntauksen ja Shibuyan kaupunkitilan välille.

Viime vuosina Shibuyaa käsittelevissä kirjoissa ja mediassa on yleistynyt diskurssi, jossa aikoinaan ”Shibuya-kei-artisteiksi” kutsutut muusikot esitetään Shibuyan kulttuurin asiantuntijoina ja Shibuya-kei-liike Shibuyan kulttuurihistoriallisena ylpeydenaiheena. Esimerkiksi 28.4.2018 LINE NEWSissa julkaistu verkkoartikkeli ”’Asobiba mo Shibuya datta’ – Nomiya Maki to Kaji Hideki ga kataru ’90-nendai no Shibuya-kei’” (”Shibuya oli myös ajanviettopaikkamme”: Maki Nomiya ja Hideki Kaji keskustelevat ’90-luvun Shibuya-keistä”) alkaa esittelemällä Pizzicato Fiven laulaja Maki Nomiyan ”alkuäitinä ja Shibuya-kein kuningattarena” ja Hideki Kajin ”viimeisenä Shibuya-kei-artistina”. Artikkelissa

he keskustelevat Shibuyan kulttuurihistoriasta sekä Shibuya-kein innovatiivisuudesta ja yleismaailmallisuudesta samalla kun vierailevat esimerkiksi Shibuyan Scramble Crossing -risteyksellä, Shibuyan Tower Records -levyliikkeessä ja Deux Magots Paris -kahvilassa (Katō 2018).<sup>ii</sup> Myös entisen Flipper’s Guitarin tuottajan Ken’ichi Makimuran teos <sup>1</sup> *Shibuya ongaku zukan* (Shibuyan musiikkiensyklopedia) ja Parco-tavarataloketjun *Across*-lehden entisen päätoimittajan Atsushi Miuran toimittama *Shibuya no himitsu* (Shibuyan salaisuudet) käsittelevät Shibuya-keitä positiivisessa valossa. Shibuya-kei nähdään myönteisesti ”Shibuyassa kuulua urbaania populaarimusiikkia jatkavana perinteenä” (Makimura ym. 2017: 159) ja ”pioneerimaisena musiikkikulttuurina, joka kukoisti Shibuyan kasvualustalla ja teki Shibuyasta laajasti tunnetun musiikkialueen” (Kakihara 2019: 250–253).

Musiikkikirjoittaja Ryō Isobe (2019: 46) kuitenkin muistelee: ”Alun perin ’Shibuya-kei’ oli vahvemmin levykauppojen ja median suosima markkinointitermi, jota sekä artistit että intohimoisimmat fanit käyttivät mieluummin lainausmerkkien tai nauruhymiöiden kera.” Kuten lainaus heijastaa, 1990-luvulla ”Shibuya-kei”-kategorisointia pidettiin lähinnä keinotekoisena ja epätäsmällisenä leimana, joka ei onnistunut tavoittamaan artistien todellista arvoa tai olemusta. Tästä syystä termiä pikemminkin karteltiin asianosaisten keskuudessa. Mitä taas tulee kaupunkitilan ja musiikin yhteyteen, siinä huomio kiinnittyy lähinnä ulkomaisten äänitteiden import-myymälä HMV Shibuyaan, mikä erottuu narratiivista, jossa Parco-tavaratalo ja Kōen dōri -katu<sup>iii</sup> nähtiin Shibuya-kein lähtöpisteinä<sup>2</sup>. Sosiologi Akihiro Kitadan (2011: 154) mukaan ”80-luvun jälkeinen Shibuya-kei-sukupolvi ei tullut Shibuyaan siksi, että heitä olisi kiehtonut kaupunginosa merkitys tai symbolinen arvo, vaan yksinkertaisesti siksi, että se oli *sijainniltaan kätevä paikka*”. Shibuya-keitä ei siis alun perin mielletty Shibuyan paikalliseen kaupunkikulttuuriin juurtuneeksi ilmiöksi. Pikemminkin se ymmärrettiin yhtenä globaalina musiikillisena suuntauksena, joka kehittyi ajallisesti samaan tahtiin länsimaisen musiikkikentän kanssa ja jakoi sen hengen (mutta joka sattui nousemaan suosioon ensimmäisenä juuri Shibuyassa).

Tähän seikkaan liittyy artikkelin keskeinen ongelmanasettelu. Milloin Shibuya-kei alettiin nähdä tärkeänä osana Shibuyan kulttuurihistoriaa, eli eräänlaisena *pääsivuna* tai *pääkarttana* (master page, master map; Lashua ym. 2010: 129)? Entä

<sup>ii</sup> Valtava Scramble Crossing -suojatieristeys on yksi Shibuyan tunnetuimpia nähtävyyksiä ja väitetysti maailman kävellyin jalankulkuristeys. Niin ikään Shibuyan tunnetuihin kohteisiin kuuluva Tower Records on kahdeksankerroksinen levymyymälä ja kulttuurinen symboli, jossa järjestetään myös artistikohtaamisia ja musiikkiesityksiä. Ranskalaistyylinen Les Deux Magots -kahvila ei aivan vertaudu tunnettuudeltaan näihin kahteen.

<sup>iii</sup> Tavaratalo Parcon nimi tarkoittaa italiaksi puistoa, ja Kōen dōri kääntyy ”puistotieksi”. Näiden aluetta on pidetty Shibuyan monien nuorisotrendien kukoistuspisteinä.

millaisen dynamiikan kautta on muodostunut historiallinen käsitys Shibuya-keistä ”Shibuyan kaupunkitilan vaalimana ilmiönä”?

Vastatakseen näihin kysymyksiin artikkeli viittaa kulttuurisosiologi Reiichi Kimoton esittämään *ontologisen paikallisuuden* ja *epistemologiseen paikallisuuden* dikotomiaan (Kimoto 2009: 41–42; 2020: 142–143). Kimoto perustaa erottelun musiikkitieteilijä Keith Negusin (2004 [1996]) huomioon siitä, kuinka maantieteellinen ”paikka” (*place*) ja kulttuurisesti rakentunut ”tilan tuntu” (*sense of space*) eroavat toisistaan. Kimoto esittää, että populaarimusiikissa paikallisuuden käsitettä tulisi tarkastella sekä *ontologisesta* näkökulmasta, joka liittyy markkinoihin ja kulttuurisiin käytäntöihin, että *epistemologisesta* näkökulmasta, joka perustuu tilallisiin diskursseihin ja käytännön toimijoiden kokemuksiin, kuten tuntemuksiin ”japanilaisuudesta”. Shibuya-keitä onkin tärkeää pohtia molemmista näkökulmista. Tietyn soundin kutsuminen ”Shibuya-keiksi” ja ihmisten kokemus tästä soundista ”Shibuyalle ominaisena” ovat kaksi erillistä ilmiötä. Prosessia, jonka myötä Shibuya-kei hahmotettiin historiallisesti osaksi Shibuyan kaupunkikulttuuria, ei ole mahdollista analysoida ilman siihen liittyvän monimuotoisen vuorovaikutussuhteen ymmärtämistä. Tämä vuorovaikutus tapahtui sekä horisontaalisesti tosiasiallisten ja tiedollisten paikallisuuksien kesken että vertikaalisesti ajan kulun myötä noin 30 vuoden jaksolla.

Kuten Kimoto itse kuitenkin toteaa: ”Epistemologiset ja ontologiset ulottuvuudet eivät ole erillisiä, vaan pikemminkin toisiinsa kietoutuneita prosesseja” (Kimoto 2009: 163). Tämä erottelu on siis luonteeltaan joustava, eikä epistemologian ja ontologian sisältöjä ole tiukasti rajattu. Kimoto pyrkii tarjoamaan universaalia analyysikehystä, joka tavoittaa alati uudelleen muotoutuvan paikallisuuden monimutkaisuuden juuri siksi, että se välttää tarkkoja rajoituksia. Tämä artikkeli ei myöskään seuraa yksiselitteisesti olemassa olevia teorioita, vaan pyrkii käyttämään Kimoton ajatuksia lähtökohtanaan ja selvittämään paikallisuuden rakentumisen prosessia, joka poikkeaa huomattavasti aiemman tutkimuksen käsittelemistä esimerkeistä.

## Shibuya-kei-käsitteen rakentuminen ja muutokset

### *Ulkomaalaisomisteiset import-levykaupat ja Shibuya-kei*

Aloitetaan tarkastelemalla ”Shibuya-kei”-käsitteen varhaista merkitystä. Termi esiintyi tiettävästi ensimmäistä kertaa painetussa muodossa 9.11.1993 (26.10.)<sup>iv</sup>

<sup>iv</sup> 9.11. viittaa lehden viralliseen ilmestymispäivään, mutta se on todellisuudessa ilmestynyt jo

ilmestyneessä *apo*-lehden numerossa, joka oli Saison-yritysruppäeseen kuuluneen SS Communications -yhtiön julkaisema paikallislehti. Artikkelin otsikko oli ”Mitä on tämä ’Shibuya-kei’-musiikki, joka on jo itsestäänselvyys Center Gai-kadun tienoilla?”. Tekstin on kirjoittanut Jirō Yamazaki, joka julkaisi saman vuoden huhtikuussa Shibuyassa perustettua, klubimusiikkiin keskittyvää, neljästi vuodessa ilmestyvää *Barfout!*-lehteä. Seuraavaa kohtaa on lainattu aiemmassakin tutkimuksessa (Asaoka 2018), mutta koska itse lähde on harvinainen, lainaan alkua myös tässä:

On olemassa ”Shibuya-keiksi” luokiteltua musiikkia. Se ei tarkoita Oriconin<sup>v</sup> kaltaisilla valtakunnallisilla myyntilistoilla näkyvää musiikkia, vaan musiikkia, joka myy paikallisesti hyvin Shibuyassa. Jotkut kutsuvat sitä myös club-keiksi eli klubimusiikiksi, mutta sen sisin olemus on vaikeasti hahmotettavissa. En ole täysin samaa mieltä musiikin yksiselitteisestä kategorisoinnista, mutta on kiistatonta, että tällainen suuntaus on olemassa. Suuri syy tähän on Flipper’s Guitarin kaupallinen ja tyyllinen menestys 80-luvun lopulla, sekä heidän valtava vaikutuksensa nuorempaan sukupolveen. (*apo* 9.11.1993: 13; korostukset kirjoittajan.)

Artikkelissa analysoidaan, kuinka ”Shibuya” saapuvat, äänille herkkäkorvaiset nuoret reagoivat levykauppojen työntekijöiden musiikkiin kohdistuvaa intohimoa heijastaviin esillepanoihin, mikä rakensi luottamussuhdetta ja sai alueen toimimaan ihmisten kohtaamispaikkana”. Lisäksi artikkeli esittelee ”kaksi Shibuya-kein keskeistä hahmoa”, joilta pyydetään kommenttia aihepiiriin: HMV Shibuya -myymälän Hiroshi Ōtan sekä Shibuya Loftin WAVE-myymälän Mitsuteru Saitōn. Sivun vasemmalla puoliskolla on myös otsikko ”Näiden kymmenen albumin kautta pääsee aistimaan TOKION nykyhetken”, ja siinä on mukana Corneliuksen, Pizzicato Fiven, Kenji Ozawan, Original Loven, U.F.O.:n, Cool Spoonin, Silent Poetsin, Corduroyn sekä Manfred Mannin albumien kansikuvat.

Tätä artikkelia voidaan hyvin pitää kuvauksena alkuperäisestä Shibuya-kein merkityksestä, ja se määrittelee käsitteen selkeästi ”Shibuyassa paikallisesti hyvin myyväksi musiikiksi”. Tämä eroaa käsitteen nykyisestä käytöstä. Kaikki

---

26.10. Nämä päivämäärät pohjautuvat japanilaiseen lehtien numerointikäytäntöön. Esimerkiksi kuukausittain ilmestyvän aikakauslehden virallinen ”ilmestymiskuukausi” määritellään 40 päivän päähän varsinaisesta ilmestymisestä. Näin ollen ”maaliskuun” numero saattaa tulla myyntiin jo tammikuussa.

<sup>v</sup> Oricon on Japanin todennäköisesti tunnetuin ja seuratuin äänitteiden myyntilista. Sen taustayhtiö Oricon on kerännyt tilastollista dataa äänitteiden ja muiden mediatuotteiden myynnistä 1960-luvun loppupuolelta alkaen.

artikkelissa esitellyt albumit on julkaistu tai uudelleenjulkaistu vuonna 1993. Huomionarvoisinta on kuitenkin se, että termi ”Shibuya-kei” yhdistetään ensimmäisellä esiintymiskerrallaan Shibuyaan sekä epistemologisessa että ontologisessa mielessä ainoastaan siten, että se tarkoittaa ”tietyn levyvalikoiman myyntimenestystä tietyissä Shibuyan levykaupoissa”. Shibuya-kein keskeiset hahmot ovat nimenomaan HMV:n ja WAVEn kaltaisten import-levykauppojen työntekijät, eikä artikkelissa kiinnitetä huomiota siihen, missä artistit ovat kasvaneet, mihin yhteisöihin he kuuluvat tai millaista luovaa toimintaa he ovat harjoittaneet.

Liiketaloustieteilijä Kōhei Asaoka on huomauttanut, että *apo*-lehdessä toistuvasti esiintyvä narratiivi ”Shibuyassa paikallisesti hyvin myyvistä Shibuya-kei-musiikista” alkoi ajan myötä keskittyä yhä enemmän HMV Shibuya -myymälän rooliin (Asaoka 2018: 113–120). Tämä kehityskulku voidaan havaita esimerkiksi seuraavassa *Asahi shinbun* -sanomalehden artikkelissa:

[Shibuya-kein] leviämisen alkupisteenä ovat suuret, Shibuyaan keskittyneet levykaupat. Taustalla on myymälöiden ainutlaatuinen tapa luoda tiloja, joissa he vahvasti suosittavat omaperäisiä kotimaisia artisteja. Ulkomaisessa omistuksessa oleva HMV Shibuya -myymälä alkoi panostaa tähän noin kaksi vuotta sitten. He esittelevät aktiivisesti huomionarvoisina pitämiään artisteja, oli kyseessä sitten valtavirran tai itsenäinen (indie) tuotanto. Myymälävastaava Hiroshi Ōta kommentoi: ”Tuntuu, että asiakkaat veivät meidät mukanaan tähän ilmiöön ennemmin kuin että me olisimme ohjanneet sitä.” Ostajaryhmänä ovat lähinnä lukiolaiset. Vaikka puhutaankin Shibuyasta, asiakkaat tulevat kaikkialta Tokion alueelta. Viime aikoina indie-yhtye Love Tambourines on herättänyt huomiota poikkeuksellisella menestyksellään. Heidän ensimmäinen singlensä myi yksin HMV Shibuyassa 2500 kappaletta ja nousi myymälän myyntilistan ykköseksi. (*Asahi shinbun*, 25.2.1994, iltapainos.)

Tällaista kertomusta, jossa luetellaan nimiä kuten Kenji Ozawa, Keigo Oyamada ja Original Love ja keskitytään HMV Shibuya -myymälän valtakunnallisista myyntilistoista poikkeaviin myyntilistoihin sekä kerrotaan indie-yhtye Love Tambourinesin noususta ykköseksi, käytettiin usein selittämään Shibuya-kei-ilmiötä. Kertomus oli yleinen mediadiskurssissa vuosina 1993–94, jolloin termi tuli käyttöön (Asaoka 2018: 113).

HMV:n ja muiden ulkomaisten import-liikkeiden (kuva 1) vaikutus 1990-luvun Japanin musiikkimarkkinoihin oli huomattava, ja se perustui kolmeen päätekijään: 1) laajaan valikoimaan; 2) alennusmyynteihin (jotka kiersivät kiinteää

hintajärjestelmää); ja 3) kulttuuriseen legitiimiyteen, joka syntyi suorista yhteysistä länsimaiden "autenttisiin" musiikkikeskuksiin (Yasuda 2019: 185–187). Ulkomaisten levykauppojen historia Tokiossa alkoi yhdysvaltalaisella pääomalla perustetusta Tower Records Shibuya -liikkeestä (avattu maaliskuussa 1981, Udagawachō, Village 80 -rakennus), mutta 1980-luvun Tower Recordsin vaikutus oli rajallinen, sillä sen toiminta oli pienimuotoista eikä se myynyt japanilaista musiikkia. 1990-luvulle tultaessa tilanne muuttui, kun brittiläistaustainen Virgin Megastore avasi liikkeen Shinjukuun syyskuussa 1990 (Shinjuku Sanchōme, Marui Shinjuku -rakennus), ja HMV Shibuya avasi ovensa marraskuussa (Udagawachō, Tokyu 109 -rakennus). Näiden myymälöiden monipuolinen valikoima ja "autenttisen" länsimaisen musiikkikulttuurin legitiimiyshoukuttelivat puoleensa laajaa asiakaskuntaa. Tämä trendi alkoi hajota varsin nopeasti HMV:n ja Tower Recordsin siirtyessä avaamaan liikkeitä esikaupunkeihin noin vuodesta 1995 alkaen. Kuitenkin vuonna 1993, jolloin "Shibuya-kei"-käsite alkoi muodostua, ulkomaisen import-levykaupan hyllyille asetettu japanilainen musiikki sai eräänlaisen oman brändiarvonsa.



Kuva 1. HMV- ja Virgin Megastore -myymälät avajaistensa aikaan (Record Map '92, Gakuyō shobō, 1991).

Vuodesta 1991 HMV:n myymälässä työskennellyt Hiroshi Ōta otti vuoden 1993 maaliskuussa käyttöön laajennetulla japanilaisen musiikin osastolla ”SHIBUYA RECOMMENDATION” -nimisen hyllykön, jossa esimerkiksi heti Original Love -yhtyeen *Kesshō Soul Liberation* -levyn (1992) viereen asetettiin Brand New Heavies -yhtyeen albumi (Wakasugi 2014: 70). Tällainen tapa asetella vierekkäin kotimaisia ja ulkomaisia artisteja loi mielikuvaa rajat ylittävästä musiikillisesta yhteenkuuluvuudesta. Kuratointi vetosi kuluttajiin, ja vähitellen muodostui musiikillinen profiili, joka ”myi paikallisesti hyvin Shibuyassa”. Muun muassa edellä mainittu *apo*-lehti ja muut mediat vuosina 1993–94 kuvasivat ”Shibuya-keiksi” kutsuttua ilmiötä, joka ei kuitenkaan ollut enempää tai vähempää kuin kertomus import-levykauppojen katalogeista.

Muusikoiden reaktio Shibuya-kei-luokitteluun oli ristiriitainen. Anekdootti Original Loven Takao Tajimasta huutamassa ”minä en ole mitään Shibuya-keitä!” keikallaan Shibuya Public Hallissa 26.7.1994 on hyvin tunnettu, samoin kuin tämä Keigo Oyamadan eli Corneliuksen kommentti:

Original Love ei ole Shibuya-keitä. Tai siis sehän myy todella hyvin, joten se on valtakunnallinen ilmiö. Kuulin hiljattain Ōalta (HMV Shibuya), että vaikka Original Love myy hyvin Shibuyassa, se myy hyvin myös koko Japanissa. Cornelius taas ei myy valtakunnallisesti, mutta Shibuyassa se myy. Ja sitä kutsutaan sitten ”Shibuya-keiksi”. Siksi en ole ollenkaan iloinen tästä Shibuya-kei-leimasta (nauraa). (*HMV the music master*, No. 18, 19.2.1994: 12.)

Sarkastinen kommentti osoittaa, että myös asianosaisten näkökulmasta ”Shibuya-kei” oli ulkopuolelta annettu nimitys. Kuten Asaoka (2018: 76–78) myös on huomauttanut, 1990-luvun puoliväliin mennessä musiikkilehdissä alkoi esiintyä ilmiö, jossa ”Shibuya-kei”-termiä alettiin välttää siihen liitettyjä artisteja käsittelevissä erikoisartikkeleissa. Toisin sanoen syntyi jopa pyrkimys osoittaa syvällisempää ymmärrystä itse musiikista välttämällä ulkopuolelta annettuja määreitä, kuten Shibuya(-kei).

### ***Skene-tyyppiset käytännöt ja paikallisuus ”Shibuya-kein” esihistoriassa***

Yhteiskuntatieteilijä Kōji Nanban työ voisi asettaa kyseenalaiseksi edellä esitetyn käsityksen Shibuya-keistä. Nanba antaa esimerkkejä siitä, kuinka tiedonvaihto levykaupoissa ja henkilökohtaiset vuorovaikutussuhteet lehtien ja zine-julkaisujen tekemisen kautta muodostuivat Udagawachōn alueella Shibuyassa vuosien 1990–92 tienoilla (Nanba 2007: 300–301). Nanban mukaan juuri tällaisista,



”todelliseen” Shibuyaan juurtuneista tyyleistä syntyivät albumit, joita sitten myytiin (HMV:n kaltaisten kauppojen hyllyillä), ja Shibuyan paikalliset musii-kinharrastajat tunnistivat nämä julkaisut ”Shibuya-tyylisiksi” ja tukivat niitä. Näin ollen Shibuya-kei-genre, joka perustuu lainaamiseen ja samplaamiseen, on Nanban mukaan syntynyt näiden käytäntöjen kautta. Jos näin on, HMV siis tosiasiaassa olisi onnistuneesti nostanut esiin Shibuyan paikalliset musiikilliset tyylit – vaikka olisikin näyttänyt siltä, että sen markkinointi vain nimesi tietyn musiikin ”Shibuya-keiksi”.

Onkin totta, että vuonna 1993 Shibuya-keiksi luokitelluilla muusikoilla oli jo ennen tätä nimitystä tiiviitä yhteyksiä Shibuyaan. Esimerkiksi Original Love sekä Flipper’s Guitarin jäsenet Oyamada ja Ozawa olivat keikkailleet menestyksekkäästi Shibuyan Club Quattro -klubilla, minkä lisäksi Shibuyan klubit, kuten DJ Bar Inkstick ja The Room, toimivat acid jazzin keskuksina Tokion alueella. Myös HMV:n Ōta hyödynsi näitä musiikkityylejä toimintansa tietolähteinä. Näin ollen olisi virhe väittää, että Shibuya-keiksi kutsutuilla muusikoilla *ei* olisi ollut mitään konkreettista yhteyttä Shibuyaan paikkana.

Olisi kuitenkin yhtä lailla virheellistä vetää yhtäläisyysmerkit Shibuyan paikallisten kulttuuristen käytäntöjen ja Shibuya-kein välille. Kuten jo aiemmin mainittiin, ”Shibuya-kei” merkitsi alun perin vain ”tietyn levyvalikoiman myyntimenestystä tietyissä Shibuyan levykaupoissa”, eivätkä asianosaiset itse mieltäneet itseään tai tuotantoaan erityisesti Shibuyaan paikkana kytkeytyneiksi. Nanban esittämä väite laajentaa tulkintaa esittäen, että ”Shibuya-keiksi” kutsuttujen kulutusilmioiden lisäksi myös näiden muusikoiden tuotanto olisi suoraan kummunnut Shibuyasta paikkana. HMV Shibuya -myymälässä esiin nostettu musiikki ei kuitenkaan edustanut kuin vain pientä osaa niistä suuntauksista, joita kehitettiin eri puolilla Tokiota. Tässä paikan sijaan tärkeämpää olivat ihmisten väliset yhteydet.

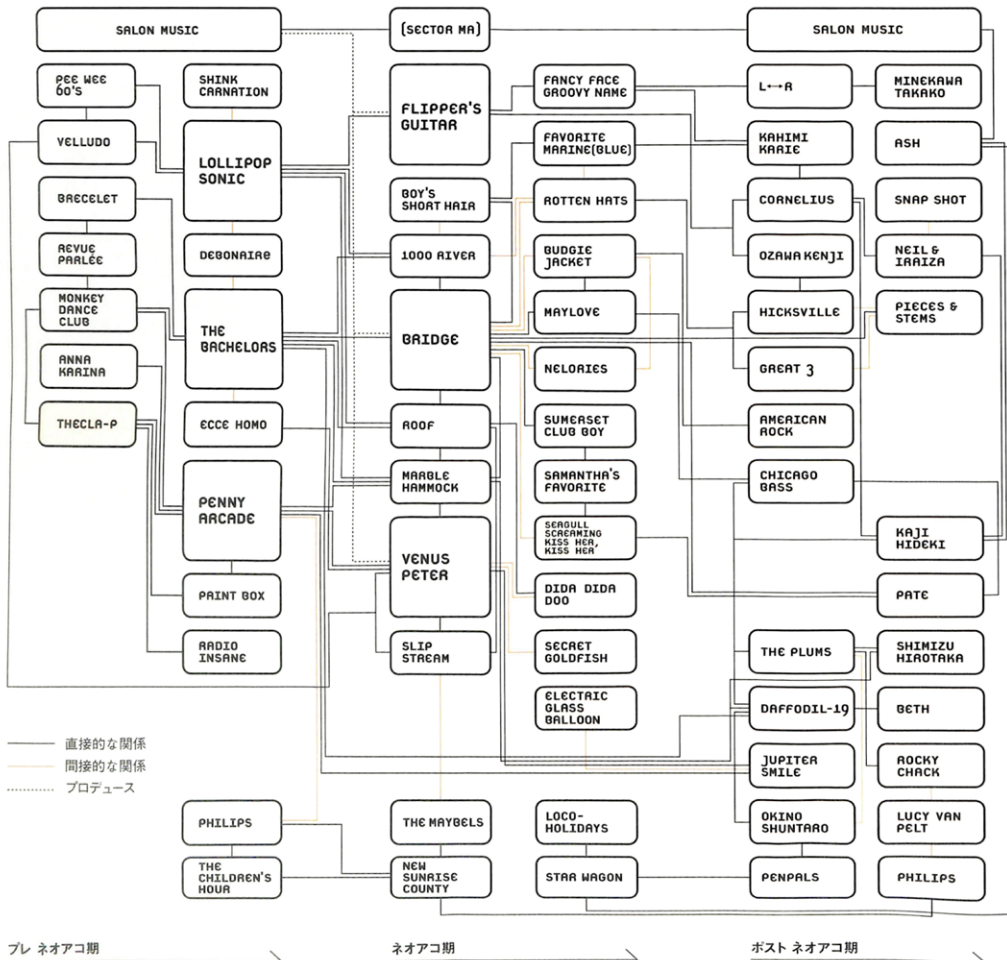
”Shibuya-kein” esihistoria voidaan jäljittää viiteen erilaiseen musiikilliseen suuntaukseen 1980-luvulta 90-luvun alkuun: teknopohjainen new wave (sekä hiphop), neo-mods, neo-GS<sup>3</sup>, neo-aco<sup>4</sup> ja acid jazz. Kaikki nämä suuntauksat erosivat valtavirran musiikista ja noudattivat post-punkin hengessä omia esteettisiä ideaalejaan. Tämän artikkelin raameissa suuntauksia ei voida käsitellä yksityiskohtaisesti, mutta Hamadan (2007), Wakasugin (2014), Koiden (2019) ja Okamuran (2019) kaltaisten toimijoiden aikalaistodistusten perusteella voidaan päätellä, että suuntauksiin osallistuneet loivat yhteyksiä muihin samanlaista tyyliä, normeja ja musiikillisia mieltymyksiä omaaviin ihmisiin niin sanotun ”musiikkiskenen” (*music scene*) kautta. ”Skenen” käsite on tässä akateeminen

analyysikehys, jolla tarkastellaan esimerkiksi populaarimusiikin tuotannon, esittämisen, vastaanoton, teollisuuden, organisaatioiden ja infrastruktuurien rakenteita. Se asetetaan usein vastakkain ”yhteisön” kanssa, joka (descartesilaisittain) kiinnittyy tiettyyn maantieteelliseen tilaan, tai ”alakulttuurin” kanssa, joka oletetaan kapinaksi massakulttuuria vastaan ja jossa kaikki osallistujat noudattavat tiettyjä normeja. ”Skene” muodostaa tiiviin verkoston, joka ylittää kansallisuus-, rotu- ja luokkarajat. Se luo kulttuurista tilaa kytkeytymällä kaupunkitilaan ja musiikkiteollisuuteen samalla jatkuvasti määritellen näiden rajoja uudelleen (Stahl 2004; Bennett & Rogers 2016).

Sosiologit Richard A. Peterson ja Andy Bennett (Peterson & Bennett 2004) luokittelevat tällaisen ”skenen” kehittymisen kolmeen eri muotoon: *paikalliseen*, joka muodostuu tiettyinä ajankohtana tietyssä maantieteellisessä tilassa; *yli-paikalliseen*, joka luo verkostoja alueiden ja valtioiden rajojen yli; ja *virtuaaliseen*, joka kehittyy internetin kautta. Shibuya-kein esihistoriassa korostui erityisesti yli-paikallinen ulottuvuus. Tärkeitä kokoontumispaikkoja olivat (vuokra-)levykaupat kuten Nishiaoyaman Pied Piper House, Roppongín WAVE ja Ochanomizun Janis, jossa Flipper’s Guitarin kaksi jäsentä vieraili viikoittain. Lisäksi tärkeitä olivat liveklubit kuten Shibuyan Club Quattro ja mod-kulttuurin pyhättönä toiminut Shinjुकun JAM; klubit kuten Harajुकun Pithecanthropus Erectus, Nishiazabun Yellow, Shimokitazawan ZOO; sekä Neo Group Sounds (Neo-GS) -skenen kasvualustana toiminut Santaman alue. Näiden paikkojen kautta ihmiset, jotka olivat pääasiassa suuria länsimaisen musiikin faneja, muodostivat ystävyysseuroja, soittivat musiikkia, loivat uutta ja keräsivät innokkaasti tietoa länsimaiden ”autenttisilta” markkinoilta, jotka sijaitsivat yli 10 000 kilometrin päässä. Pelkän musiikin kuuntelun sijaan he myös käänäsivät brittiläisten ja amerikkalaisten lehtien artikkeleita ja uutisia ja kommunikoiivat kansainvälisen postin välityksellä. Pienimuotoiset omakustannejulkaisut kuten *HERE TODAY* ja *Eikoku ongaku* (Britannian musiikki) myös auttoivat ihmisiä muodostamaan yhteyksiä toisiinsa.

Itse toimijat ovat dokumentoineet tällaisia skeneen liittyviä käytäntöjä yksityiskohtaisesti (kuva 2). Tästä esihistoriasta ei kuitenkaan juuri löydy mitään, mikä yhdistäisi musiikin erityisellä tavalla paikallisesti Shibuyaan maantieteellisenä sijaintina.

SHIBUYAAN PALAUTETTU ”SHIBUYA-KEI”-MUSIIKKI:  
PAIKALLISUUDEN RAKENTUMINEN JA MUUTOKSET POPULAARIMUSIIKISSA



Kuva 2. Neo-aco-yhtye Bridgen Mayumi Ikemizun laatima kaavio musiikkikenen suhteista. Näistä vain pienen osan katsottiin edustavan Shibuya-keitä (*Beikoku ongaku* Vol. 9, 31.7.1997: 72).

Japaninkielisten selitteiden vastineet suomeksi

Alareunassa vasemmalta oikealle:

- Pre-neo-aco
- Neo-aco
- Post-neo-aco

Viivojen selitteet:

- Yhtenäinen viiva: Suora yhteys
- Oranssi viiva: Epäsuora yhteys
- Katkoviiva: Tuottaja

Ensinnäkin, ontologisessa mielessä tällainen toiminta ei rajoittunut Shibuyaan. Jopa Flipper's Guitar, jonka sanotaan ”vaikuttaneen valtavasti Shibuya-keihin”, esiintyi debyyttilevyään edeltävänä aikana useissa eri paikoissa, kuten Shinjukussa, Shibuyassa, Harajukussa ja Shimokitazawassa<sup>5</sup>. Lisäksi 1980-luvun Shibuyan erillisalueella Yoyogin puistossa kehittynyt *hokoten*-kulttuuri [jossa autotie muutetaan väliaikaisesti kävelykaduksi; kääntäjän huomio], tai 1990-luvulla Shibuyan Center Gai -kadulle kokoontuneet ”teamer”- ja ”kogyaru”-alakulttuurien<sup>vi</sup> edustajat olivat aiemmin mainituille ”skeneen” liittyvälle musiikkitoiminnalle pikeminkin eräänlaisia vastapuolen edustajia.

Epistemologisessa mielessä taas on merkittävää, että 1980-luvun Shibuyalla ei juuri ollut mainetta musiikkikaupunginosana (Yasuda 2019: 173), ja että 1990-luvulla Parco ja Kōen dōri -katu menettivät kulttuurista vaikutusvaltaansa uusien trendien asettajana Saison-yritysrypeen taloudellisen ahdingon myötä (Ōshima 2008: 74). Tärkeintä kuitenkin oli, että nämä eri skenet katsoivat ennemmin kauas ”autenttisiin” musiikkikeskuksiin kuin Japaniin. Skenen ihmiset löysivät oman äänensä Japanin (Tokion) ja ”autenttisten” musiikkikeskusten (Länsi-Eurooppa ja Yhdysvallat) vuorovaikutuksesta, ja vaikka osa tästä musiikista päätyi HMV:n hyllyille ja se nimettiin Shibuya-keiksi, se oli lopulta epätasällinen ja ulkopuolelta annettu luokittelu.

### ***Shibuya-kein hiipuminen ja leviämisen aika***

”Shibuya-kei”, joka alkujaan tarkoitti vain ”Shibuyassa paikallisesti hyvin myyvää musiikkia”, alkoi siihen luokiteltujen muusikoiden suosion laajentuessa valtakunnalliseksi muuttua artistien eräänlaiseksi ”etuliitteeksi”. Esimerkiksi Original Love, joka sai runsaasti suosiota televisiodraamassa käytetyllä laulullaan ja nousi Oriconin viikkolistalla ykköseksi *Kaze no uta wo kike* -albumillaan (Kuuntele tuulen laulua, 1994), arvioitiin ”niin sanotun 'Shibuya-kei' -soundin edustajaksi” (*Asahi shinbun* 2.8.1996, iltapainos). Toinen esimerkki on ”Shibuya-kein prinsiksi” kutsuttu Kenji Ozawa, jonka albumi *LIFE* (1994) nousi valtavaksi hitiksi ja myi noin 800 000 kappaletta. HMV myös lisäsi vähitellen kotimaisen musiikin tarjontaansa laajentuessaan valtakunnallisesti, minkä seurauksena HMV:n ja

---

<sup>vi</sup> ”Teamerit” viittasivat amerikkalaisesta nuorisomuodista vaikutteita saaneisiin, yleensä nuorten miesten muodostamiin jengeihin, jotka on yhdistetty rötöksiin ja katuryöstöihin. ”Kogyarut” puolestaan olivat nuoria, yleensä lukioikäisiä, voimakkaasti meikkaavia tyttöjä, jotka hyödynsivät koulupukuja omassa pukeutumistyyliissään. Heidät taas on nähty pinnallisen ylikulutuksen symboleina. On syytä huomata, että negatiiviset mielikuvat ja yksioikoiset kategorisoinnit kummastakin tyylistä ja niiden edustajista edustavat julkiselle keskustelulle ja mediadiskursseille tyypillisiä kärjistyksiä, jotka eivät välttämättä sellaisenaan heijasta tarkasti todellisuutta.

Oriconin myyntilistojen väliset erot alkoivat liudentua. Näiden toimintaympäristön muutosten myötä Shibuya-kein alkuperäinen merkitys eli ”Shibuyan ulkomaisissa import-levykaupoissa hyvin myyvä musiikki” alkoi vähitellen unohtua, ja pelkkä epämääräinen mielikuva ”Shibuya-kei = Shibuyaan liittyvä soundi” levisi koko Japaniin.<sup>6</sup>

Kaupallisen menestyksen kauden jälkeen Shibuya-kei-buumi alkoi hiipua suurin piirtein vuonna 1997. HMV Shibuya -myymälän rakennuksen yläkerrokseen avattiin pachinko-halli<sup>vii</sup>, ja Shibuya-kei-ilmion luonut Hiroshi Ōta siirrettiin kesäkuussa 1996 HMV:n pääkonttoriin Akasakaan, mikä vähensi ”SHIBUYA RECOMMENDATION” -osaston merkitystä. Kenji Ozawa ja Kahimi Karie taas muuttivat ulkomaille, ja Cornelius sekä Original Love alkoivat etsiä uudenlaista soundia kokeilemalla erilaisia tyylejä. Loppuvuodesta 1996 debytoi Kazuyoshi Kajin markkinointisloganilla ”viimeinen Shibuya-kei-artisti” (*saigo no Shibuya-kei*). Tämä oli viimeinen merkittävä hetki musiikkisuuntaukselle, joka alkoi pian menettää kaupallista vetovoimaansa musiikkimarkkinoilla.

Shibuya-kei-musiikkikulttuuri kuitenkin uudelleentulkittiin ulkomailta Shibuya-kei-nimiseksi genreksi. Yhdysvaltalaisen Matador-levymerkin levittämät Pizzicato Fiven *Made in USA* (1994) ja Corneliuksen *Fantasma* (1997) myivät kummatkin kansainvälisesti lähes 200 000 kappaletta ja nousivat kulttimaineeseen. Mediatutkija Martin Roberts (2013: 119–121) käsittelee tutkimuksessaan Shibuya-kein globaalia leviämistä ja nostaa esiin, kuinka New Yorkissa esiintyi ”Shibuya-keinä” tunnettuja muusikoita, kuten Cibo Matto, joiden suosio levisikin myöhemmin takaisin Japaniin. Lisäksi Roberts mainitsee, kuinka Shibuya-kei-teemalle rakennetut levykokoelmat *Sushi 3003* (1996) ja *Sushi 4004* (1998) olivat laajasti saatavilla Euroopassa ja Pohjois-Amerikassa.<sup>7</sup>

Myöhemmin osa Shibuya-keiksi luokitelluista muusikoista ja heidän seuraajistaan (post-Shibuya-kei) alkoi tehdä anime- ja pelimusiikkia, ja heitä alettiin kutsua myös ”Akishibu-kei”<sup>viii</sup>-muusikoiksi. Alun perin Shibuya-kei-kappaleissa laulettiin usein fiktiivistä mielikuvaa ”muodikkaasta ja ylellisestä urbaanista elämäntyylistä” (Yamada 2005: 183), mikä saattoikin tehdä niistä hyvin yhteensopivia anime- ja pelimusiikin kanssa. Shibuya-kei etääntyi yhä kauemmas todellisesta Shibuyasta ja levisi epämääräisenä, ikään kuin vierasmaalaisen ”Shibuyan” symbolina (kuva 3) tai toimi fiktiivisten maailmojen ääniraitana.<sup>8</sup>

<sup>vii</sup> Pachinko on pelihalleissa pelattava kuulapeli. Vaikka Japanin laki kieltää uhkapelaamisen, käytännössä pachinko on uhkapeliä, joka kiertää lakia eräänlaisella palkintojärjestelyllä.

<sup>viii</sup> ”Akishibu” tarkoittaa ”Akihabaraa ja Shibuyaa”. Akihabara on Tokion *otaku*- eli nörttialakulttuureista tunnettu alue.



Kuva 3. Länsimaisille markkinoille tehdyn *Sushi 3003* -kokoelman kansitaidetta (1996, Bungalow).

## Shibuya-kei palautetaan Shibuyaan

### *Uudet tuulet puhaltavat: kaupunkikehitys, turismi ja hallinto*

Huhtikuussa 2000 perustettiin verkkolehti *Shibuya keizai shinbun* (Shibuyan talouslehti), joka tänäkin päivänä raportoi kaupallisia uutisia Shibuyan aseman ympäristöstä sekä ”laajemmasta Shibuyan alueesta” mukaan lukien Aoyama,

Harajuku, Daikan’yama ja Ebisu.<sup>ix</sup> Lehden päätoimittaja, Itsuki Nishi, kirjoitti vuonna 2002 artikkelissaan seuraavasti:

Shibuya vetää puoleensa katseita myös ulkomailta. Hachikō-patsaan<sup>x</sup> edessä olevat suuret videonäytöt luovat visuaalisesti arjesta poikkeavaa tunnelmaa, jota on käytetty amerikkalaisten yritysten mainoksissa. Udagawachōn alue, jossa sijaitsee maailman tiheimmin vinyylilevykauppojen keskittymä, on tullut myös vierailevien kansainvälisten huippumuusikoiden vakiokohteeksi. [...] Huhtikuussa käynnistyi luentosarja ”Shibuya-tutkimus” Kokugakuin-yliopiston perustamisen 120-vuotisjuhlan sekä Shibuyan erillisalueen 70-vuotisjuhlan kunniaksi. Noin 200 opiskelijaa ja työssäkäyvää osallistuu kursseilla samoille luennoille. [...] Koska Shibuyassa on vain vähän kehitettävissä olevaa maa-aluetta, on odotettavissa, että alue syventää asemiaan musiikin, muodin ja kulttuurin saralla muodostaen vastapainon muille alueille [kuten Roppongille ja Shiodomelle]. Kansainvälisen kaupunkien välisen kilpailun aikakautena on mielenkiintoista nähdä, miten Shibuya asemoituu 10 tai 20 vuoden kuluttua. (Nishi 2002: 20–22.)

Tämä artikkeli, jonka alaotsikkona on ”Shibuya-kei Business”, on nykyvalossakin varsin oivaltava. Se ennakoii kehityskulkuja, joita Shibuya on nyt seurannut lähes 20 vuoden ajan: Shibuyan syntyä turistikohteena, yhteistyössä hallinnon kanssa tapahtunutta ”shibuyamaisuuden” uudelleenmäärittelyä sekä kulttuuriteollisuuden keskittynyttä kaupunkikehitystä.

1990-luvun alun talouskuplan puhkeamisen ja sitä seuranneen Saison-yritysrypeen hajoamisen jälkeen Shibuyassa käynnistyi Tōkyū-konsernin johtama uudistusprojekti. Tōkyū, joka myös kärsi suuria tappioita talouskuplan puhkeamisen seurauksena, teki strategisen päätöksen keskittyä Shibuyan kehittämiseen ja investoi alueelle voimakkaasti. Tämän seurauksena Scramble Crossing-risteykseen rakennettiin peräjälkeen Q FRONT- (1999), Shibuya Mark City (2000) ja Cerulean Tower (2001) -rakennukset.<sup>xi</sup> Tōkyūn johtama kehitys kiihtyi vuonna 2002 säädetyn kaupunkien uudelleenkehittämisen erityislain ja sen vuoden 2011 päivytyksen myötä, kun Shibuyan aseman ympäristö valittiin ”kriittisten kehittämisalueiden” joukkoon. Vuonna 2012 valmistuneen Shibuya Hikarie

<sup>ix</sup> Kaikki mainitut kaupunginosat sijaitsevat Shibuyan erillisalueella. Aoyama, Daikan’yama ja Ebisu tunnetaan tyylikkäänä ja trendikkäänä alueina. Harajuku tunnetaan erityisesti nuorisomuodin ja -kulttuurin keskuksena.

<sup>x</sup> Hachikō-koiraa esittävä patsas sijaitsee Shibuyan juna-asemien ja Scramble Crossing -risteyksen läheisyydessä. Se on yksi Shibuyan tunnetuimpia nähtävyyksiä ja suosittu kohtauspaikka.

<sup>xi</sup> Kaikki ovat korkeita rakennuksia, jotka tunnetaan Shibuyan maamerkkeinä.

-rakennuksen vanavedessä alueelle nousivat myös Shibuya Scramble Square- ja Shibuya Stream -pilvenpiirtäjät.<sup>xii</sup>

Bunkamura-rakennuksen<sup>xiii</sup> valmistumisen (1989) jälkeen Tōkyū omaksui Shibuyan alueen kulttuuristrategiansa keskiöön aikuisille suunnatun, korkeatasoisen sisällön. Tämä strategia kohdennettiin lähiseudun yläluokkaisille asuinalueille, kuten Shōtōhon ja Nanpeidaichōhon, sekä Tōkyūn operoimien junaratojen varrella asuvaan ylempään keskiluokkaan. Samalla strategian voi tulkita pyrkimykseksi hillitä 1990-luvulla Shibuyassa yleistynyttä nuoren sukupolven alakulttuurien kuten ”teamerien” ja ”kogyarujen” nousua. Strategia jatkui myös 2000-luvun kehitystyössä. Selkein esimerkki tästä oli Tōkyūn luoma Shibuyan uudelleenkehityskonsepti ”Entertainment City Shibuya” (vuonna 2009). Sen tavoitteena oli edistää musiikkia, muotia, elokuvia, teatteria, taidetta ja *nō*-teatteria, luoda uusia liiketoimintamahdollisuuksia ja tukea innovatiivista tiedonvälitystä. Yleislinjauksen mukaisesti Hikarie-rakennukseen perustettiin TOKYU THEATRE Orbin kaltaisia tiloja, ja myös verkkosivusto ”Shibuya Cultural Project” perustettiin ”Shibuyan kulttuurisen vetovoiman edistämiseksi ja tiedon levittämiseksi alueen kehityssuunnasta”. Lisäksi Tōkyūn tuella alettiin järjestää paikallisia tapahtumia, kuten Shibuya Music Festival (vuodesta 2006) ja Shibuya Art Festival (vuodesta 2009).

Tätä kulttuurisisältöjen hyödyntämistä Shibuyan uudistamisessa tuki ulkomaalaisten turistien määrän kasvu. Vuonna 2000 Japanissa vieraili noin 4,7 miljoonaa ulkomaalaista, ja määrä on jatkanut kasvuaan tasaisesti. Vuodesta 2013 alkaen kasvu kiihtyi huomattavasti, ja vuonna 2016 vierailijoiden määrä ylitti 20 miljoonaa, vuonna 2018 puolestaan 30 miljoonaa (”Japanin matkailutilastot [JNTO]”, Japan National Tourist Organization). Vierailijamäärän kasvuun vaikutti muun muassa vuonna 2003 käynnistetty Visit Japan -hanke, joka toi yhteen julkiset ja yksityiset tahot markkinoinnin vahvistamiseksi, jenin kurssin korjaaminen, Itä- ja Kaakkois-Aasian (ASEAN-maiden) talouskasvu ja viisumivapauden laajentaminen sekä halpalentoyhtiöiden (LCC) reittien ja lentojen lisääntyminen (Yoshihara 2018: 270–272). Lisäksi Nango (2016: 125–127) huomauttaa, että Tokion kaupungin turistitutkimuksen mukaan itäaasialaiset turistit erityisesti Koreasta, Kiinasta ja Taiwanista odottivat eniten käyntiä Shinjukussa ja Ōkubossa, Asakusassa, Ginzassa ja Akihabarassa,<sup>xiv</sup> kun taas Yhdysvalloista,

<sup>xii</sup> Myös nämä ovat tunnettuja rakennuksia sekä suosittuja ostos- ja ajanviettokeskuksia.

<sup>xiii</sup> Bunkamura (”Kulttuurisaareke” tai sananmukaisesti ”Kulttuurikylä”) on huomattava kulttuurikeskus, johon sisältyy esimerkiksi yli 2000-paikkainen pääsali ja yli 700-paikkainen pienempi sali, museo ja elokuvateattereita.

<sup>xiv</sup> Kaikki kuuluvat Tokion tunnetuimpiin ja matkailukohteena suosituimpiin alueisiin. Shinjuku tunnetaan viihdekulttuuristaan ja ostosmahdollisuuksistaan sekä Golden Gai -alueen pikku-



Iso-Britanniasta, Saksasta ja Ranskasta sekä ASEAN-maista kuten Malesiasta ja Indonesiasta tulevat turistit nimesivät Shibuyan sekä odotetuimmaksi että eniten tyytyväisyyttä tuottavaksi kohteeksi [”Raportti ulkomaalaisten vierailijoiden käyttäytymisestä kansallisuuden ja alueen mukaan vuonna 2018”, Tokion kaupungin teollisuus- ja työvoima-asioiden osasto]. Toisin sanoen Shibuya on ottanut paikkansa Tokion globaalissa matkailustrategiassa erilaisten ja useita kansallisuuksia edustavien turistien suosikkikohteena.

Turistien tarpeisiin vastaamiseksi perustettiin vuonna 2012 yleishyödyllinen Shibuyan matkailuyhdistys, joka sai tukea Shibuyan erillisalueen hallinnolta. Ensimmäiseksi puheenjohtajaksi valittiin Tokyu Groupin Sadayasu Nishimoto. Alkuvaiheen toimenpiteisiin kuuluivat muun muassa matkailuneuvontapisteiden perustaminen, monikielisten palvelujen tarjoaminen, ilmaisen Wi-Fi-verkon asennus sekä matkailulähettiläsjärjestelmän luominen. Vuonna 2015 Dentsū-yhtiön Jungo Kanayama astui uuden puheenjohtajan tehtävään, minkä jälkeen yhdistys alkoi toimia erittäin aktiivisesti. Julkisten ja yksityisten tahojen yhdessä Shibuyassa järjestämässä tapahtumissa esiintyy järjestäjänä tai tukijana lähes aina matkailuyhdistyksen nimi.

Jungo Kanayaman kutsui Shibuyan matkailuyhdistykseen vuonna 2015 Shibuyan erillisalueen johtajaksi valittu Ken Hasebe. Hasebe syntyi vuonna 1972 Shibuyan erillisalueella, ja hän työskenteli Hakuhōdōlla ennen ryhtymistään Shibuyan aluevaltuutetuksi vuonna 2003. Valtuutettuna hän oli mukana perustamassa Greenbird Shibuya -nimistä voittoa tavoittelematonta roskienkeruujärjestöä sekä säätämässä asetusta, joka mahdollisti samaa sukupuolta olevien pariin suhteen rekisteröimisen. Juuri ennen valintaansa erillisalueen johtajaksi Hasebe antoi haastattelun, jossa hän kertoi seuraavaa:

Ennen Shibuyassa oli Takenoko-zoku, DC-brändibuumi<sup>xv</sup> ja niin kutsuttu ”Shibuya-kei”-musiikki. Jossain vaiheessa Shibuyasta lähtöisin olevat ilmiöt ovat alkaneet vähentyä, ja alueen elinvoiman heikkeneminen aiheutti minussa surua ja kriisin tuntua. (AERA, 2.3.2015: 70; korostukset kirjoittajan.)

Shibuyan erillisalueen perusvisio, joka oli alun perin laadittu vuonna 1996, päivitettiin Ken Haseben tultua johtajaksi lokakuussa 2016 otsikolla ”Kaupunki,

---

kapakoista. Ōkubo on matkakohteena kuuluisa korealaisen kulttuurin keskittymästään, ”Korean Townista”. Asakusa tunnetaan jo 600-luvulla perustetusta Sensōji-tempelistään ja vanhan Tokion tyylin ostokaduistaan, Ginza taas korkealuokkaisista tavarataloistaan ja luksustavaraliikkeistään. Akihabarasta ks. alaviite viii.

<sup>xv</sup> Nämä ovat esimerkkejä lukuisista Shibuyaan liitetystä nuorisokulttuureista ja -tyyleistä.

joka muuttaa moninaisuuden voimavaraksi: Shibuya” (*chigai wo chikara ni kaeru machi. Shibuya-ku*). Tämän uuden perusvision kolmannen luvun, ”perusvision arvopohja”, ensimmäinen kohta kuuluu seuraavasti:

Shibuyan erillisalueen tavoite on, että sitä kutsuttaisiin ”kypsäksi kosmopoliittiseksi kaupungiksi”, joka rinnastetaan Lontooseen, Pariisiin ja New Yorkiin, vaikka mittakaava onkin erilainen. Tässä kypsyydellä tarkoitetaan sekä korkeaa kansainvälistä kilpailukykyä että vahvaa paikallisidentiteettiä. Lisäksi tämä tarkoittaa, että alueen asukkaat voivat olla ylpeitä asuinpaikastaan. Näitä seikkoja pidämme edellytyksinä sille, että alue herättää huomiota ja tulee rakastetuksi ympäri maailmaa. (”Shibuyan erillisalueen perusvisio”.)

”Lontoo, Pariisi, New York ja Shibuya” tuli sittemmin Haseben hallinnon sloganiksi. Vaikka perusvision tekstissä keskitytään ”kypsän kosmopoliittisen kaupungin” toteuttamiseen esimerkiksi ”monimuotoisuuden ja osallisuuden” kaltaisten avainsanojen sekä lastenhoidon, sosiaalihuollon ja teollisuuden edistämisen kautta, tämän artikkelin kannalta huomionarvoisin kohta on kuitenkin luvun 5 osio F, joka käsittelee kulttuuria ja viihdettä.

*Muoti ja musiikki* ovat aloja, joilla Shibuyan erillisalue on aiemmin synnyttänyt merkittäviä trendejä ja toiminut niiden veturina. Kehitämme tätä DNA:ta edelleen ja kasvatamme Shibuyan maailman elinvoimaisimmaksi *muodin kaupungiksi ja musiikin kaupungiksi*. (”Shibuyan erillisalueen perusvisio”.)

Tässä siis korostetaan muotia ja musiikkia nimeltä mainittuina kulttuuritrendeinä, jotka eivät olisi voineet syntyä muualla kuin Shibuyassa. Kohdan logiikan mukaan tällaisen kulttuurin edistäminen edesauttaa Shibuyan muodostumista ”kypsäksi kosmopoliittiseksi kaupungiksi”, jolla on ”korkea kansainvälinen kilpailukyky ja vahva paikallisidentiteetti”.

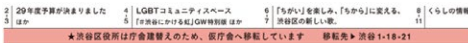
### ***Shibuyasta laulavan Shibuya-kein synty***

Edellä mainitun kolmen tekijän – Tökyүн johtaman uudelleenkehittämisen, ulkomaisten turistien lisääntyneen määrän sekä hallinnon tavan nähdä Shibuyan (erillisalueen) popkulttuuri kaupunkiperintönä (*heritage*) – taustavaikutuksesta Shibuya-kei (musiikkikulttuurina) alkoi kerätä uudenlaista huomiota. Tätä muutosta symboloi Shibuyan erillisalueen perusvision PR-kappale ”Yume Miru Shibuya YOU MAKE SHIBUYA” (Unelmien Shibuya YOU MAKE SHIBUYA, 2017), jonka kaupunginosan johtaja Hasebe itse tilasi<sup>9</sup> entiseltä Pizzicato Fiven laulajalta Maki Nomiyalta ja Hideki Kajilta, joista viimeksi mainittu oli aiemmin

debytoinut markkinointisloganilla ”viimeinen Shibuya-kei-artisti”. Kappaleen sanoitukset on laatinut Yōhei Ugaeri (Dentsū-yhtiö), sävellyksen teki Hideki Kaji ja laulajana toimi Nomiya. Laulussa ylistetään moninaisuutta ja mainitaan useita paikallisia maamerkkejä, kuten Yoyogi-puisto, Scramble Crossing ja uudistuksen myötä elpynyt Shibuya-joki. Tämän jälkeen ”Yume Miru Shibuya YOU MAKE SHIBUYAsta” on tehty *bon odori* -versio,<sup>xvi</sup> kuoroversio sekä tanssiversio, jonka koreografiasta vastasi EXILE-yhtyeen jäsen ŪSA ja jota käytetään jopa alakoulujen opetussuunnitelmassa. Tänä päivänä, vuonna 2020, kappaleeseen voi törmätä myös Kōen dōri -tien digitaalisissa mainostauluissa ja jopa kaupungintalon puhelinlinjan odotusmusiikkina (kuva 4).



みんなで歌おう、まちの未来を。  
渋谷区の夢を、音楽にのせて。



★渋谷区役所は庁舎建築のため、医務室へ移転しています 移転先▶ 渋谷1-18-21



Kuva 4. Valokuva kaupunginosan tiedotuslehdessä *Shibuya-ku nyūsu* (Shibuyan erillisalueen uutiset) ”Yume miru Shibuya” -kappaleen ilmestymisen aikoihin sekä kuva musiikkivideosta, joka pyöri digitaalisen mainonnan näytöllä Kōen dōri -tiellä (kirjoittajan 12.11.2019 ottama kuva).

<sup>xvi</sup> *Bon odoria* eli bon-tanssia tanssitaan suurella väkijoukolla ringissä. Eri paikkakunnilla ja alueilla on omat *bon odori* -perinteensä, joissa koreografia saattaa ilmaista jotakin kyseisen alueen elintavoista tai kulttuurista. Tanssilla on buddhalaiset juuret ja se liittyy alun perin edesmenneiden henkiä kunnioittavaan, elokuussa vietettävään *bon*-juhlaan, mutta *bon odoria* tanssitaan toisinaan erilaisissa paikallisjuhlissa (*matsuri*) muinakin ajankohtina.

Sosiologi John Urry (2014 [2003]: 126) nostaa esille ”glokaalin houkuttimen” (*glocal attractor*) käsitteen, jossa ”globalisaatio edistää paikallistumista ja paikallistuminen edistää globalisaatiota, mikä muodostaa rinnakkaisia, peruuttamattomia ja keskinäiseen riippuvuuteen perustuvia prosesseja”. Urryn mukaan paikallisen ja globaalin välinen suhde ei ole dominantin ja dominoidun suhde, vaan symbioottinen, epävakaa ja peruuttamattomasti yhteen kietoutunut. Glokaali houkutin korostuu esimerkiksi silloin, kun globaalin tason megatapahtuma, kuten olympialaiset, korostaa kaupungin ”paikallisia piirteitä” (emt.: 130) tai kun globaalin turismin laajeneminen ja siihen liittyvä ”turismin katse” löytää uudelleen paikallisia paikkoja ja kulttuuriperintöä matkailun resursseina.

Esimerkkinä ”glokaalista houkuttimesta” musiikkikulttuurissa voidaan mainita populaarimusiikin etnografiseen tutkimukseen erikoistuneen Sara Cohenin vuoden 2008 Euroopan kulttuuripääkaupunkia (European Capital of Culture) koskeva tutkimus, joka toteutettiin Englannin Liverpoolissa (Lashua, Cohen ja Schofield 2010; Cohen 2013). Cohen huomauttaa, että kaupungin kulttuuriperintöä, kuten Beatlesien musiikkia, hyödynnettiin paitsi juhla- ja tapahtumallaisuuksissa myös julkisten ja yksityisten sidosryhmien taholta osana kaupungin uudelleenkehittämistä ja uudelleenbrändäystä. Sitä käytettiin myös Liverpoolin ”virallisen” musiikkihistorian kokoamisessa sekä jopa gentrifikaatiossa,<sup>10</sup> jolla pyrittiin piilottamaan kulttuuripääkaupungille epäedulliset negatiiviset perinnöt. Toisin sanoen EU-tason megatapahtuma, kuten Euroopan kulttuuripääkaupunki, ei ainoastaan lisännyt kiinnostusta Liverpoolin rock-kulttuurin kaltaisiin ”paikallisiin ominaispiirteisiin” vaan myös loi tilaisuuden hyödyntää näitä ominaisuuksia osana kaupungin uudistamiseen liittyviä julkisia, hallitsevia narratiiveja, jotka peittivät alleen yhteiskunnallisia jakolinjoja.

Shibuya-kein ja Shibuyan välille syntynyt uusi suhde voidaan myös nähdä ”glokaalin houkuttimen” dynamiikan mukaisena ilmiönä. Shibuya-kei on löydetty uudelleen, kun se toimii kaupunkiperintönä, joka tuo historiallista pysyvyyttä muutosten keskellä olevalle alueelle. Samalla se vastaa kiristyneeseen kansainvälisten kaupunkien väliseen kilpailuun sekä kasvavaan turistien määrään liittyvään ”turismin katseeseen”. Niinpä Shibuya-kei löydettiin uudestaan ilmiönä, joka ilmentää ”Shibuyan erillisalueen perusvisiossa” painotettuja kosmopoliittisen kaupungin ja monimuotoisuuden käsitteitä. Se alettiin mieltää 1990-luvulla Shibuyassa kukoistaneeksi, kansainvälisesti menestyneeksi ja tuotannoltaan hienostuneeksi ”Shibuya-kei musiikiksi”, jossa lainaamisen ja samplaamisen kulttuuria symboloi vaihtoehtomusiikin monimuotoinen soundi.

Kuten jo edellä on todettu, musiikkikulttuurina ”Shibuya-kei” tarkoitti alun perin vain ”(tiettyissä) Shibuyan levykaupoissa hyvin myyviä levyjä”. Monet 1990-luvulla

Shibuya-keiksi luokitellut muusikot karttoivat termiä, eikä heidän sanoituksiinsa useinkaan sisältynyt konkreettista Shibuyan maantieteellistä kuvausta. Osoittivatko siis muusikot ja muut asianomaiset vastustusta 2010-luvulla tapahtunutta ”Shibuya-kein” uudelleenlöytämistä kohtaan?

Moista ei tapahtunut. Sen sijaan artistit osallistuivat Shibuya-kein ja Shibuyan paikkojen sekä tarinoiden yhdistämiseen keskenään riippumatta siitä, oliko heillä yhteyttä kaupunginalueen hallintoon tai suurpääomiin. Maki Nomiya muistelee seuraavasti, miten hän hyväksyi tarjouksen ”Yume miru Shibuya YOU MAKE SHIBUYA” -kappaleen tekemisestä:

Shibuyan erillisalueen johtaja pyytämässä Shibuya-kein edustajilta erillisalueen virallista laulua! Älyttömän kiehtova ajatus. Minua Pizzicato Fiven jäsenenä on kutsuttu ”Shibuya-keiksi” jo 90-luvulta lähtien, ja toimistoni sijaitsi myös Shibuyan erillisalueella.<sup>11</sup> Julkaisen Shibuya-kei-lauluja ja niiden esikuvia sisältäviä CD-levyjä sekä esiinnyn live-keikoilla edelleen *Maki Nomiya Sings Shibuya-kei Standards* -otsikolla. Olen aina tuntenut halua antaa jotakin takaisin Shibuyalle. (Tanaka 2018; korostus kirjoittajan.)

Maki Nomiya oli jo vuodesta 2014 julkaissut cover-albumisarjaa nimeltä *Maki Nomiya Sings Shibuya-kei Standards*. Myös kappaleen säveltänyt Hideki Kaji oli alkanut tuoda näkyvästi esiin ”Shibuya-kei”-termiä sen jälkeen, kun oli tehnyt laulun Shibuya-keitä parodioivaan elokuvaan *Detroit Metal City*<sup>12</sup> (2008). Levy-myynnin vähennyttyä 2000-luvulla kaupunginosan hallinnon tarjous entisille Shibuya-kei-muusikoille oli kaupallisten houkuttimien lisäksi myös mahdollisuus vahvistaa identiteettiään muusikkoina. Lopulta osa näistä muusikoista, jotka olivat aiemmin pitäneet Shibuya-keitä epätäsmällisenä, ulkopuolelta määriteltynä terminä ja ottaneet siihen etäisyyttä, valitsi sovun tekemisen termin kanssa.

Shibuyan erillisalue perusti useita julkisen ja yksityisen sektorin yhteistyöhankkeita myötäillen muusikoiden jälkikäteistä hyväksyntää Shibuya-keille. Yksi näistä projekteista oli huhtikuussa 2016 käynnistynyt paikallinen FM-radio-asema *Shibuya no rajio* (Shibuyan radio).<sup>13</sup> Maki Nomiya ja Hideki Kaji ovat alusta alkaen isännöineet ohjelmaa *Shibuya no rajio no Shibuya-kei* (Shibuya-kei Shibuyan radiossa), jossa kello 19 soivana tunnuslappaleena on Pizzicato Fiven tunnettu ”Tōkyō wa yoru no shichiji” (Tokio, kello seitsemän illalla, 1994). Shibuyan matkailuyhdistyksen ja Shibuyan erillisalueen yhdessä järjestämällä, Tokyu Groupin sponsoroimalla Shibuyan musiikkifestivaalilla 21.10.2017 järjestettiin myös tapahtuma nimeltä ”Shibuyan radion Shibuya-kei-festivaali”. Maki Nomiya, Yasuharu Konishi, Hideki Kaji ja muut artistit esittivät kappaleita kuten ”Tōkyō

wa yoru no shichiji” ja ”Yume miru Shibuya YOU MAKE SHIBUYA”. Myös aluejohtaja Hasebe nousi lavalle vierailijana vastaanottamaan aplodit. Näin ollen Shibuya-kei, joka oli epistemologisesti muodostunut suurpääomien, turistien ja hallinnon ulkopuolisista vaikutteista, sai entistä vahvemman ontologisen perustan muusikoiden osallistumisen kautta.

Tämänkaltainen Shibuya-kei-muusikoiden osallistuminen erillisalueen järjestämiin tapahtumiin on vähitellen muuttumassa osaksi arkipäiväistä kaupunkikuvaa. Nomiya Maki, Original Loven Takao Tajima ja Scha Dara Parr esiintyvät esimerkiksi vuosittain Shibuyan kesä-*matsurissa*,<sup>xvii</sup> joka on järjestetty Miyashitan ja Yoyogin puistoissa vuodesta 2016 lähtien, sekä Shibuyan *bon odori* -festivaalilla, joka on pidetty Shibuyan Scramble Crossing -risteyksessä vuodesta 2017. Tapahtumissa tanssitaan myös ”Yume Miru Shibuya YOU MAKE SHIBUYAN” *bon odori* -versiota. Lisäksi Nomiya toimi vuoden YOU MAKE SHIBUYA COUNTDOWN 2017–18 -tapahtuman avausesiintyjänä ja lauloi kappaleet ”Tōkyō wa yoru no shichiji” ja ”Yume miru Shibuya YOU MAKE SHIBUYA” yli 70 000 hengen yleisölle. Muita esimerkkejä ovat muun muassa muotiliike Beamsin 40-vuotisjuhlasävelmä, Kenji Ozawan ja Scha Dara Parrin cover-versio kappaleesta ”Kon’ya wa Boogie Back” (Boogie Back tänä iltana) sekä vuonna 2019 uudelleen avautuneen Shibuyan Parco-tavaratalon sisätilojen taustamusiikki, jonka sävelsi Cornelius. Vastaavia esimerkkejä on lukemattomia.<sup>14</sup> ”Tōkyō wa yoru no shichiji” on jopa ylittänyt Shibuyan rajat ja alkanut symboloida laajemmin ”Tokiota” ja ”Japania”, sillä kappaletta käytettiin muun muassa Rio de Janeiron paralympialaisten päätösseremoniassa (2016) sekä Tokyo Towerin 60-vuotisjuhlakappaleena (2018).

## Johtopäätökset

Vuonna 1993 syntynyt ”Shibuya-kein” käsite liittyi Shibuyaan sijaintina ainoastaan import-levyliikkeissä paikallisesti hyvin myyvänä musiikkina. Artistien toiminta ei rajoittunut Shibuyaan, eivätkä heidän kappaleensa edustaneet (*represent*) Shibuyaa konkreettisena paikkana. Tämä ominaisuus vahvistui entisestään myöhemmin, kun musiikki etääntyi todellisesta maantieteellisestä tilasta, hajaantui ja jäi menneisyyteen. 2000-luvulla tapahtunut laajamittainen Tokyu Groupin johtama uudelleenkehitys, Japanissa vierailevien ulkomaisten turistien määrän kasvu ja kansainvälisten kaupunkien kilpailun aiheuttama ”glokaalin houkuttimen” kehittyminen johtivat kuitenkin siihen, että Shibuya-kei löydettiin uudelleen. Tämä tapahtui paikallishallinnon ja muusikoiden yhteistyön kautta,

<sup>xvii</sup> *Matsurit* viittaavat paljon väkeä kerääviin paikallisjuhliin, joita järjestetään ympäri Japania.

kun Shibuya-kei tulkittiin uudelleen kaupunginosan kulttuuriperinnöksi. Näin syntyivät historian ensimmäiset ”Shibuya-kei”-laulut, jotka avoimesti kantoivat tätä määritelmää ja käsittelivät Shibuyan paikallisia ilmiöitä. Myös myytti siitä, että Shibuya-kei olisi ”Shibuyan maantieteellisen tilan synnyttämä ja kaupungin ylpeydenaiheeksi muodostunut kulttuuri”, muodostui vasta tällaisessa paikallisen ja globaalin välisessä jännitteessä.

On kuitenkin tärkeää huomata, että edes Shibuyan Parco ja Kōen dōri, jotka muuttivat Shibuyan ”nuorisoalueeksi”, eivät heijastaneet paikan historiaa tai ilmapiiriä vaan edustivat fiktiivistä ”mainoskaupunkia” (Wakabayashi 2016: 285). Pikemminkin alun perin Shibuyaan liittymättömän Shibuya-kein sisällyttäminen jälkikäteen ”Shibuyan kaupunkikulttuurin jatkuvuuteen” saattaa olla tämän kaupungin paikallisuuden olemuksen ydin. Myös Shibuya-keitä tullaan jatkossakin kirjaamaan, ylistämään, parjaamaan ja tulkitsemaan uudelleen yhtenä sivuna Shibuya-nimisen paikan alati päivittyvässä ”uutuuden historiassa”.

*Tämä tutkimus on saanut tukea Japan Society for the Promotion of Sciencen tutkimusrahoituksesta (projekti 20J11249).*

<sup>1</sup> Makimura tosin alkoi sisällyttää termin ”Shibuya-kei” Shibuyan musiikilliseen kulttuurihistoriaan vasta julkaisun Makimura, Shiba ja Fujii (2017) jälkeen. Aiemmissa teoksissaan ja haastatteluisaan hän joko tarkoituksellisesti vältti viittaamista Shibuya-keihin tai pyrki erottamaan ”Shibuya-kein” ja ”Shibuyan kulttuurihistorian” toisistaan (Tsuda ja Makimura 2010: 96). Tämä viittaa siihen, että termi ”Shibuya-kei” oli pitkään epätäsmällinen, ulkopuolelta annettu kutsunimi paitsi muusikoiden myös tuottaja Makimuran näkökulmasta.

<sup>2</sup> On olemassa yhteyksiä WAVEn, Club Quattron, Ikebukuron P’PARCON ja Saison-yritysruppään sekä Shibuya-kein välillä. Kyse on kuitenkin ennemminkin Saisonin valtakunnallisesti toteuttamasta mainos- ja kulttuuristrategiasta, joka osittain risteytyi Shibuya-kein historian kanssa, eikä sitä voi yksinkertaisesti yhdistää suoraan Parco-tavarataloon ja Köen dōri -katuun Shibuya-kein perustana.

<sup>3</sup> Uudelleentulkittua Group Soundsia garage rockin ja psykedeelisen rockin näkökulmasta. [Kääntäjän huomio: Group Sounds eli GS viittaa 1960-luvulla Japanissa suosittuun rockbändigenreen.]

<sup>4</sup> Lyhennys ”neo-acousticista”. 80-luvulla genreä kutsuttiin myös nimillä ”acoust” ja ”acoustic-kei”.

<sup>5</sup> Ennen virallista debyyttiään suurin osa Flipper’s Guitarin (tuolloin Lollipop Sonic) live-esiintymisistä tapahtui Harajukun Crocodile-klubilla, jossa he esiintyivät kahdeksan kertaa. Seuraavaksi yleisimpiä esiintymispaikkoja olivat Inkstick Roppongi (4 kertaa), Shinjuku JAM ja Shibuya La.mama (3 kertaa) (Asako Koide, Barbora, Momo Naka: ”ASK ZINESTERS3’ ALL WE KNOW ABOUT EIKOKU ONGAKU”, 14.7.2018, entinen Guggenheim-talo, tilaisuudessa jaettu materiaali). Lisäksi Koide (2019: 204) muistelee, että ”neo-acoustic skenen vahvin kokoonpano” esiintyi live-keikalla, joka järjestettiin 5.12.1988 Shinjuku JAMissa.

<sup>6</sup> Shibuya-kein ja hiphopin vaikutuksesta Udagawachō alkoi 1990-luvun puolivälistä, noin vuodesta 1994 lähtien, muuttua media-alan keskittymäksi, jota kutsuttiin ”levyjen saarekkeeksi” (rekōdomura) (Ōshima 2008).

<sup>7</sup> Tämän kokoelman laatinut saksalainen DJ-duo Le Hammond Inferno oli tiiviissä yhteydessä Japaniin ja oli säännöllinen esiintyjä Escalator Records -levymerkin (jota johti Masashi Naka, yksi neo-acoustic-skenen keskeisistä hahmoista ja monia muusikoita tukeneen levy-yhtiön omistaja) järjestämissä ESCAPE-klubitapahtumissa, joita järjestettiin Mishukussa, Shibuyassa ja Kiotossa.

<sup>8</sup> On myös esimerkkejä Shibuya-kei-termin käytöstä yksinkertaisesti erilaisten Shibuyan muoti-ilmiöiden kohdalla, kuten esimerkiksi ”Shibuya-kei kogyarū”, mutta kaikki tällaiset viittaukset olivat pudonneet käytöstä 2000-luvun puoliväliin mennessä (Asaoka 2018: 132).

<sup>9</sup> Hasebe työskenteli Hakuhoodolla ja vastasi Tower Recordsin NO MUSIC, NO LIFE -kampanjasta. Radiossa hän muisteli: ”(Vuoden 2017 tienoilla) tapasin (Kenji) Ozawan, ja hän kehui sitä (Shibuyan erillisalueen) perusvisiota sanoen, että se oli ’todella hieno’, ja hän esitteli myös tämän kappaleen (Ozawan samana vuonna julkaisema single ’Ryūdōtai ni tsuite’ [Nesteistä])” (J-WAVE: GOODNEIGHBORS-ohjelma, lähetetty 27.5.2019). Tämä osoittaa hänen suurta kiinnostustaan Shibuya-keitä kohtaan.



<sup>10</sup> Shibuyassakin Nike Japanin suunnittelema Miyashita-puiston kunnostussuunnitelma nousi yhteiskunnalliseksi ongelmaksi, koska sen katsottiin edustavan gentrifikaatiota. Elokuussa 2009 Nike teki Shibuyan erillisuusalueen kanssa nimeämisoikeussopimuksen, jonka myötä Miyashita-puisto olisi nimetty uudelleen Miyashita NIKE Parkiksi. Puistoon oli tarkoitus rakentaa skeittipuisto ja kiipeilyseinä, mutta tässä prosessissa puistossa asuvat kodittomat olisi häädetty puistosta pois väkisin, mikä herätti laajaa kritiikkiä (Sonobe 2014). Kiistojen jälkeen Nike vetäytyi hankkeesta, mutta myöhemmin Mitsui-kiinteistöt jatkoi kunnostustöitä. Heinäkuussa 2020 puisto avattiin uudelleen suurena monitoimitilana nimellä MIYASHITA PARK, johon kuuluu kattopuiston lisäksi muun muassa hotelli ja ostoskeskus.

<sup>11</sup> Toimisto sijaitsi Harajukussa.

<sup>12</sup> Hideki Kaji vastasi säveltäjänä kappaleesta ”Amai koibito” (Kultainen rakas), joka esitetään elokuvassa ”päähenkilön kirjoittamana ja täysin lytättynä” lauluna. Sävellystarjous itsessään oli vitsi, mutta elokuvan suosion myötä syntyneestä singlestä ”SATSUGAI / Amai koibito” (2008) tuli hitti, joka nousi Oriconin koko vuoden indie-listan sijalle 3. Tästä lähtien Kaji alkoi toimia eräänlaisena ”Shibuya-kein tarinankertojana”.

<sup>13</sup> Shibuyan radion luova johtaja Michihiko Yanai oli Haseben esimies tämän työskennellessä Hakuhödöllä. Tämän vuoksi voidaan sanoa, että paikallisista FM-aseamista tämä media on alttiin heijastamaan nykyisen paikallishallinnon toiveita.

<sup>14</sup> Vuoden 2019 lopusta lähtien COVID-19-pandemia, joka on aiheuttanut vakavia vahinkoja ympäri maailmaa, pakotti Shibuya-keitä edustavat musikit sopeuttamaan musiikillista toimintaansa. Erityisesti Shibuyan erillisuusalueella päätettiin rajoittaa Halloweenin, joulun ja muiden yleisötapahtumien järjestämistä ihmisjoukkojen keskittyminen välttämiseksi. Vaikka yksittäisiä tapahtumia, kuten Maki Nomiyan kuusikymppislive, järjestettiin elokuussa 2020 Billboard Live Tokyossa (Minato), keikkojen järjestäminen oli äärimmäisen vaikeaa. Myös Shibuyan erillisuusalueella järjestettyjen julkisten tapahtumien määrä väheni merkittävästi, mikä johti tässä artikkelissa käsiteltyjen Shibuya-kein paikallisuuden muutosten tilapäiseen pysähtymiseen. Yksi huomionarvoinen kehitys oli kuitenkin toukokuussa 2020 käynnistetty Shibuyan erillisuusalueen virallisesti hyväksytty suoratoistoalusta ”Virtuaalinen Shibuya”. Tämä palvelu perustettiin KDDI Corporationin, Shibuyan matkailuyhdistyksen ja Future Design Shibuya -järjestön johdolla osana ”Shibuya 5G Entertainment Project” -hanketta, johon osallistui yli 50 yritystä ja jonka tarjosi virtuaalitelisyyden palveluja tarjoava cluster-yhtiö. Virtuaalisessa tilassa, joka perustuu Shibuyan asemalle ja risteykseen, järjestettiin musiikkikeikkoja sekä Halloweenin, joulun ja uudenvuoden juhlan kaltaisia tapahtumia vaihtoehtoina todellisessa kaupunkitilassa kokoontumiselle. Kävijät pystyivät osallistumaan tapahtumiin maksutta tietokoneen tai älypuhelinsovelluksen kautta. Lokakuun lopussa 2020 pidetty Halloween-tapahtuma houkutteli 400 000 osallistujaa ja herätti erityisesti huomiota vaihtoehtona ongelmaksi muodostuneille Halloweenin hälinälle ja jätteongelmille. Vuoden 2020 loppuun mennessä ”Virtuaalisessa Shibuyassa” esiintyneet artistit, kuten Kyary Pamyu Pamyu, Nulbarich, Rinon, Ken Ishii ja Mirai Akari, eivät tosin liity suoraan Shibuya-keihin. Joulukuun lopulla pidetyssä virtuaalisessa joulutapahtumassa ”Virtuaalinen Shibuya au 5G X’mas”, DJ FPM (Tomoyuki Tanaka), joka oli aikanaan luokiteltu Shibuya-keiksi, esiintyi keskusteluohjelmassa ja soitti 90 kappaleen erikoissetin 90 minuutissa tapahtuman viimeisenä päivänä, 25.12. Tämän artikkelin kohdalla on myös tärkeää huomata, että FPM on kotoisin Kiotosta, ja hänen musiikillinen toimintansa on ollut globaalia eikä rajoittunut pelkästään Shibuyan maantieteelliseen tilaan.

## Lähdeluettelo

- Asaoka, Kōhei 朝岡孝平 (2018) *Ichiba kategorii no dainamikusu: Shibuya-kei ongaku wo jirei to shite* 『市場カテゴリーのダイナミクス: 渋谷系音楽を事例として』[Markkinakategorioiden dynamiikka: Tapaustutkimuksena Shibuya-kei-musiikki]. Väitöskirja, Hitotsubashin yliopisto, kauppatieteet.
- Bennett, Andy & Rogers, Ian (2016) *Pop Music, Culture and Identity Popular Music Scenes and Cultural Memory*. London: Palgrave Macmillan.
- Cohen, Sara (1991) *Rock Culture in Liverpool: Popular Music in the Making*. Oxford: Clarendon/Oxford University Press.
- Cohen, Sara (2013) ”’From the Big Dig to the Big Gig’: Live Music, Urban Regeneration and Social Change in the European Capital of Culture 2008.” *Musical Performance and the Changing City Post-industrial Contexts in Europe and the United States*. Toim. Fabian Holt & Carsten Wergin. New York: Routledge, 27–51.
- Hamada, Jun 浜田淳 (2007) *LIFE AT SLITS* 『ライフ・アット・スリッツ』. Tōkyō: Blues Interactions.
- Isobe, Ryō 磯部涼 (2019) ”’Shibuya-kei’ no keifu to saikōchiku sareru poppusu: Sekai yūsū no jōhōshū sekichi = 90-nendai no Tōkyō ga unda ongaku” 『渋谷系』の系譜と再構築されるポップス 世界有数の情報集積地=90年代の東京が生んだ音楽」[”Shibuya-kein” sukupuu ja uudelleenrakentuva pop: Maailman merkittävimpään kuuluvan tietokeskittymän eli 1990-luvun Tokion synnyttämä musiikki”. *Ketoru* 『ケトル』, 4/2019: 46–47.
- Kakahara, Shin 柿原晋 (2019) ”Ongaku: Shibuya afutā dāku raibu hausu to Shibuya-kei” 「音楽 シブヤ・アフター・ダーク ライブハウスと渋谷系」[Musiikki: Shibuyan After Dark -liveklubi ja Shibuya-kei]. *Shibuya no himitsu*. Toim. Atsushi Miura 三浦展. Tōkyō: Kabushikigaisha Paruko entateinmento jigyōbu.
- Katō, Takahiro 加藤貴大 (2018) ”’Asobiba mo Shibuya datta’ – Nomiya Maki to Kaji Hideki ga kataru ’90-nendai no Shibuya-kei’” 『『遊び場も渋谷だった』野宮真貴とカジヒデキが語る’90年代の渋谷系』 [”Shibuya oli myös ajanviettopaikkamme”: Maki Nomiya ja Hideki Kaji keskustelevat ’90-luvun Shibuya-keistä’]. LINE NEWS 28.4.2018: <https://news.line.me/issue/premium-nomiya-kaji/6bc1a3f8adb5> (luettu 11.5.2020).
- Kimoto, Reiichi 木本玲一 (2009) *Gurōbarizēshon to ongaku bunka: Nihon no rappu myūjikkū* 『グローバルイゼーションと音楽文化 日本のラップ・ミュージック』 [Globalisaatio ja musiikkikulttuuri: Japanilainen rap-musiikki]. Tōkyō: Keisō shobō.

- Kimoto, Reiichi 木本玲一 (2020) ”Rappu myūjikkū ni okeru rōkariti no imi”  
「ラップ・ミュージックにおけるローカリティの意味」[Paikallisuuden  
merkitys rap-musiikissa]. *Popyurā ongaku saikō: Gurōbaru kara  
rōkaru aidentiti e*『ポピュラー音楽再考——グローバルからローカルア  
イデンティティへ』[Populaarimusiikin uudelleenarviointi: Globaalista  
paikallisidentiteetteihin]. Toim. Mamoru Tōya 東谷護. Tōkyō: Serika shobō,  
140–163.
- Kitada, Akihiro 北田暁大 (2011) *Kōkoku toshi Tōkyō: Sono tanjō to shi*『広告都  
市・東京——その誕生と死』[Mainoskaupunki Tokio: Sen synty ja kuolema].  
Tōkyō: Chikuma shobō.
- Kōno Kōhei 高野光平 (2018) *Shōwa nosutarujii kaitai: ”Natsukashisa” wa dō  
tsukurareta no ka*『昭和ノスタルジー解体「懐かしさ」はどう作られたのか』  
[Shōwa-nostalgia purettuna: Miten ”kaipuu menneeseen” rakennettiin].  
Tōkyō: Shōbunsha.
- Koide, Asako 小出亜佐子 (2019) *Minikomi ”Eikoku ongaku” to ano koro no  
hanashi: 1986–1991 UK indii yara anorakku yara neoako yara..... no seishun*  
『ミニコミ「英国音楽」とあのことろの話 1986-1991 UK インディーやらアノラック  
やらネオアコやら……の青春』[Omakustannelehti ”Britannian musiikki” ja  
tarinoita tuolta ajalta 1986–1991: Nuoruus UK-indien, anorakkien ja neo  
acousticin ympärillä]. Tōkyō: DU BOOKS.
- Lashua, Brett & Cohen, Sara & Schofield, John (2010) ”Popular music, mapping,  
and the characterization of Liverpool.” *Popular Music History* 4:2, 126–144.
- Kakimura, Ken’ichi 牧村憲一 & Fujii, Takeshi 藤井丈司 & Shiba, Tomonori  
柴那典 (2017) *Shibuya ongaku zukan*『渋谷音楽図鑑』[Shibuyan  
musiikkiensyklopedia]. Tōkyō: Ōta shuppan.
- Minamida, Katsuya 南田勝也 (2001) *Rokku myūjikkū no shakaigaku*『ロックミュージ  
ックの社会学』[Rock-musiikin sosiologia]. Tōkyō: Seikyūsha.
- Nanba, Kōji 難波功士 (2007) *Zoku no keifugaku: Yūsu sabukaruchāzu no sengoshi*『  
族の系譜学: ユース・サブカルチャーズの戦後史』[Alakulttuurityylien  
sukupuutkimus: Nuorison alakulttuurien sodanjälkeinen historia]. Tōkyō:  
Seikyūsha.
- Nango, Yoshikazu 南後由和 (2016) ”Shōgyō shisetsu ni maizō saretā ’Nihonteki  
hiroba’ no yukue: Shinjuku Nishiguchi chika hiroba kara Shibuya  
sukuranburu kōsaten made” 「商業施設に埋蔵された『日本的広場』の  
行方: 新宿西口地下広場から渋谷スクランブル交差点まで」[Kaupallisiin  
tiloihin kätkeytyn ”japanilaisen aukion” kohtalo: Shinjokun aseman  
länsiuloskäynnin Underground Plazasta Shibuyan Scramble Crossing  
-risteykseen]. *Shōgyō kūkan wa nan no yume wo mita ka: 1960–2010-nendai  
no toshi to kenchiku*『商業空間は何の夢を見たか 1960～2010年代の都市と建  
築』[Mistä unelmoi kaupallinen tila? Kaupunkien ja arkkitehtuurin kehitys  
1960–2010-luvuilla]. Toim. Atsushi Miura 三浦展 & Ryūji Fujimura 藤村龍至  
& Yoshikazu Nango 南後由和. Tōkyō: Heibonsha, 69–166.

- Negus, Keith (2004 [1996]) *Popyurā ongaku nyūmon* 『ポピュラー音楽入門』 [Popular Music in Theory], käänt. Yasuda Masahiro 安田昌弘. Tōkyō: Suiseisha.
- Nishi, Itsuki 西樹 (2002) ”Kōiki Shibuya-ken, ’tsuyosa’ to haikei no yukue: Koraborēshon de fuka kachi wo sōzō suru Shibuya-kei bijinesu no gokui” 「広域渋谷圏、「強さ」と背景のゆくえ——コラボレーションで付加価値を創造する渋谷系ビジネスの極意——」 [Laajemman Shibuyan alueen ”voiman” ja taustan kehitys: Lisäarvon luomisen salat Shibuya-kein yhteistyöhön perustuvissa liiketoimintamalleissa]. *Kaigai tōyūshi* 『海外投融資』 [Ulkomaiset investoinnit ja rahoitus] 11/2002, 20–22.
- Okamura, Shino 岡村詩野 (2019) ”Ōku no sainō wo haishutsu shita neo GS shiin” 「多くの才能を輩出したネオGS シーン」 [Neo GS -skene, joka tuotti useita kykyjä]. <https://natalie.mu/music/column/355510> (luettu 11.5.2020).
- Ōshima, Tōru (2008) ”’Rekōdo no machi’ toshite no Shibuya” 『『レコードの街』としての渋谷』 [Shibuya levykaupunginosana]. *Ongaku kenkyū: Kunitachi ongaku daigaku daigakuin kenkyū nenpō* 20, 61–82.
- Peterson, A. Richard & Bennett, Andy (2004) ”Introducing Music Scenes.” *Music Scenes Local, Translocal, and Virtual*. Toim. Richard A. Peterson & Andy Bennett. Nashville: Vanderbilt University Press.
- Roberts, Martin (2013) ”’A new stereophonic sound spectacular’: Shibuya-kei as transnational soundscape.” *Popular Music* 32/1, 111–123.
- Sonobe, Masahisa 園部雅久 (2014) *Saimajutsuka suru toshi no shakaigaku: Kūkan gainen, kōkyōsei, shōhishugi* 『再魔術化する都市の社会学—空間概念・公共性・消費主義—』 [Kaupunki uudessa, maagisessa valossa: Tilakäsitteet, julkisuus ja kulutusyhteiskunta] Tōkyō: Minerva shobō.
- Stahl, Geoff (2004) ”’It’s like Canada reduced’: Setting the scene in Montreal.” *After subculture: Critical studies on contemporary youth culture*. Andy Bennett ja Keith Kahn-Harris (toim.). Houndsmills: Palgrave MacMillan, 51–64.
- Tanaka, Hisakatsu 田中久勝 (2018) ”Hasebe ken Shibuya-kuchō × Nomiya Maki taidan (zenpen): ’Shibuya-ku no uta ga, sedai ya jinshu, jendā wo koete tsutawatte hoshii’” 「長谷部健渋谷区長×野宮真貴対談<前編>「渋谷区の歌が、世代や人種、ジェンダーを超えて伝わって欲しい」」 [Keskustelu Shibuyan kaupunginosan johtajan Ken Haseben ja Maki Nomiyan välillä (Osa 1): ”Haluan, että Shibuyan kaupunginosan laulut välittyvät yli sukupolvi-, etnisyyss- ja sukupuolirajojen”]. Yahoo News: <https://news.yahoo.co.jp/byline/tanakahisakatsu/20180102-00079881/> (luettu 11.5.2020).
- Tsuda, Daisuke 津田大介 & Makimura, Ken’ichi 牧村憲一 (2010) *Miraikei sabaibaru ongakuron: USTREAM, twitter wa nani o kaeta no ka* 『未来型サバイバル音楽論 USTREAM、twitterは何を変えたのか』 [Tulevaisuuden selviytymismusiikin teoria: Mitä USTREAM ja Twitter ovat muuttaneet?]. Tōkyō: Chūō kōron shinsha.

- Ugaya, Hiromichi (2005) *J poppu to wa nani ka: kyodaika suru ongaku sangyō*『J ポップとは何か—巨大化する音楽産業』[Mitä on J-pop: Kasvava musiikkiteollisuus]. Tökyō: Iwanami shoten.
- Urry, John (2014 [2003]) *Gurōbaruna fukuzatsusei*『グローバルな複雑性』[Global Complexity], käänt. Naoki Yoshihara. Tökyō: Hōsei daigaku shuppankyoku.
- Wakabayashi, Mikio 若林幹夫 (2016) ”Nameraka de kinshitsuna kūkan ga kenzaika shihajimeta jidai”「なめらかで均質な空間が顕在化し始めた時代」[Aika, jolloin tasaiset, homogeeniset tilat alkoivat ilmaantua]. *1980 nendai*『1980年代』[1980-luku]. Toim. Minako Saitō 斎藤美奈子 & Ryūichi Narita 成田龍一. Tökyō: Kawade shobō shinsha, 277–289.
- Wakasugi, Minoru 若杉実 (2014) *Shibuya-kei*『渋谷系』. Tökyō: Shinko Music Entertainment.
- Yamada, Harumichi 山田晴通 (2005) ”Datsu/chimei no kashi sekai no naka de”「脱・地名の歌詞世界の中で」[Paikannimistä irtautuneen lyriikan maailmassa]. *Tökyō sutadiizu*『東京スタディーズ』[Tokio-tutkimus]. Toim. Toshiya Yoshimi 吉見俊哉 & Mikio Wakabayashi. Tökyō: Kinokuniya shoten, 175–187.
- Yasuda, Masahiro 安田昌弘 (2019) ”Tökyō no sutorito jenerēshon”「東京のストリート・ジェネレーション」[Tokyo Street Generation]. *Watashitachi wa yōgaku to dō mukiattekita no ka: Nihon popyurā ongaku no yōgaku juyōshi*『私たちは洋楽とどう向き合ってきたのか——日本ポピュラー音楽の洋楽受容史』*Miten olemme suhtautuneet länsimaiseen musiikkiin: Japanilaisen populaarimusiikin länsimaisen musiikin reseptiohistoria*. Toim. Katsuya Minamida 南田勝也. Tökyō: Kandensha, 167–209.
- Yoshihara, Naoki 吉原直樹 (2018) *Toshi shakaigaku: Rekishi, shisō, komyuniti*『都市社会学 歴史・思想・コミュニティ』[Kaupunkisosiologia: Historia, ajattelu, yhteisö]. Tökyō: Tökyō daigaku shuppankai.