

2000年代～インターネット以後（電子配信とライブ）

前回のまとめ

90年代の日本語ラップ

- ▶ サブカル指向：TINY PUNX、ECD、SDP、カセキサイダー
- ▶ ハードコア指向：マイクロフォンベイジャー、ECD、キングギドラ
- ▶ J-Pop指向：EastEndxYuri

マーケットの生成と分化（1990年代末）

レコード会社の対応

- ▶ メジャーレーベル
 - ▶ 洋楽ディレクター
 - ▶ 邦楽ディレクター
- ▶ ヒップホップ専門のインディーレーベルのディレクター

メディアの対応

- ▶ テレビ：
 - ▶ 地上波テレビ局：完全に無視
 - ▶ 衛星・ケーブルテレビ
- ▶ FMラジオ
- ▶ 専門誌

輸入盤レコード店

- ▶ 外資系大型チェーン
- ▶ 小型店：渋谷に集中

クラブ

- ▶ ヒップホップのパーティーの曜日
- ▶ ヒップホップのパーティーの場所

《場》と媒介

- ▶ ジャンルの確立には、マス対コアの対立が不可欠
 - ▶ ジャンル＝作品の集合体
 - ▶ ミュージシャンは、作品を通してリスナーと繋がろうとする
 - ▶ リスナーも、作品を通してミュージシャンと繋がろうとする
- ▶ レコード会社や各種メディアの内部や間でも、マス対コア的な対立がある
 - ▶ ジャンル間（作品間）の対立と、それをリスナーの耳元まで届けるメディア間の対立には、共犯関係がある
- ▶ つまり、ヒップホップの対立関係とは、《アーティスト（あるいはリスナー）とメディア産業による資本主義的搾取の対立》ではなく、《ヒップホップを擁護するアーティスト・メディア・リスナーと、それに価値を見いださないアーティスト・メディア・リスナーの対立》に他ならない。

デジタル技術の意味

CDからMP3へ

- ▶ 1982年：ソニーとフィリップスにより開発されたCDが市場に投入される。
- ▶ 1987年：CDの売上がアナログレコードの売上を上回る（日本）
- ▶ 1989年：CD-Rの商品化が始まる
- ▶ 1992年：ソニー、ミニディスク（MD）を発表
- ▶ 1998年：韓国の子ハン情報システムズ、最初の量販向け携帯MP3プレイヤー「MP Man」を発表
- ▶ 1999年：ソニー、メモリースティックウォークマンを発売
- ▶ 2001年：米アップル、iPodを発売

アナログとデジタルの違い

- ▶ パルス符号変調（PCM）技術
 - ▶ 音声などのアナログ信号を、一定の時間毎に写真のように記録（サンプリング）し、数値データに変換して記録する
 - ▶ 記録されたデジタルデータの品質は、1秒間に何回数値化するか（サンプリング周波数）と、データを何ビットの数値に表現するか（量子化ビット数）により決まる（音楽CDの場合、16ビット44.1kHz）。
- ▶ 劣化しないコピー
 - ▶ アナログ録音
 - ▶ 再生機器によって音が変わり、放送したり、カセットテープにダビングするたびに音質が劣化する。
 - ▶ デジタル録音
 - ▶ どのような媒体（CD、DAT、ハードディスク…）に記録しても劣化しない。複製はデータの移動であり、何度行っても音質が劣化することはない。

圧縮とデータベース

- ▶ 補いながら聴く
 - ▶ MP3（MPEG-1 Audio Layer-3）を始めとするフォーマットは、CDのビットレート（1411.2kbps）を、通常の聴取に耐える範囲で約128kbps程度に圧縮したもの
 - ▶ 実際にはCDよりも音質は悪いが、人間の聴覚心理を利用し（鳴っているけれども人の耳では聴こえない音や、あまり聴こえなくても人の耳が補ってしまうような音を集中的に圧縮する）、ファイルサイズを小さく出来る。
 - ▶ 一日では聴ききれない量の音楽を持ち歩く
 - ▶ アップルiPod：大容量の小型ハードディスクを搭載（初期型は5GB。現行型iPod classicは160GB、4万曲）
 - ▶ 持っているMP3ファイルの全てまたはほとんどを格納可能

ミュージシャンにとっての意味

- ▶ 無限化するトラック数
 - ▶ 磁気テープを使ったアナログ多重録音は、テープ幅など機材側の物理的制約により、トラック数に限界があった
 - ▶ プロ・ツールズやCubaseなど、ハードディスクを使ったデジタル録音システムでは、トラック数は100以上
 - ▶ 録り直しの場合でも、前の録音データはハードディスク上に残しておく
- ▶ 視覚的作曲・制作の復権
 - ▶ 録音された音は、コンピュータ画面上に波形として表示され、その一部を選択してカット＆ペースト編集が可能→最も良い録音を部分的に取り出し、ループにしたり、重ねたり出来る

- ▶ 音楽制作への楽譜的なアプローチの回帰？
- ▶ レコード会社を介さずリスナーとつながる
 - ▶ ミュージシャンにとっては、制作面での利便性や表現力の拡大と同時に、流通面でのメリットが大きい
 - ▶ 圧縮技術の発達による楽曲ファイルの軽量化
 - ▶ ブロードバンド回線の普及による物流コストの大幅な軽減
 - ▶ しかし、プロモーションについては、既に名前の知られているアーティスト以外は埋もれてしまっているのが現状

仲介者にとっての意味

レコード会社

- ▶ P2Pと海賊盤対策
 - ▶ 1998年を境に日本のレコード売上は減少
 - ▶ 1998年のレコード売上は6074億円。48作品（シングル20作、アルバム28作）がミリオンセラー
 - ▶ 2008年のレコード売上は3618億円。ミリオンセラーは16作品（シングル0作、アルバム7作、オンライン配信9作）
 - ▶ CCCD
 - ▶ 一部メジャーレーベルは、売上激減の原因はCDの違法コピーにあると考え、PC上にコピー出来ない仕掛けを施したCD（コピー・コントロールCD）を導入
 - ▶ 一部で再生装置が故障するなどの不調続出→逆にユーザーのCD離れを助長
 - ▶ 有料電子配信
 - ▶ 日本では早くから有料音楽電子配信サービスが存在したが、普及は遅れた
 - ▶ カタログ数不足／高価／コピー防止機構が厳格過ぎ
 - ▶ アップルのiTunes Store
 - ▶ 2003年4月、米国で有料音楽配信サービス、iTunes Music Store（2006年にiTunes Storeと改称）を開始
 - ▶ 2005年8月、日本に参入
 - ▶ 2009年末現在、日本ではソニー系楽曲は販売されていない。
 - ▶ パッケージビジネスの行き詰まり
 - ▶ レコード業界の再編
 - ▶ 2005年、日ソニー・ミュージック・エンタテインメントと独BMGが合併
 - ▶ 2006年末、東芝が音楽ビジネスから撤退し、東芝EMIがEMIになる
 - ▶ ユーティリティとしての音楽
- ☞D・クセックとG・レオナルト（2005）『デジタル音楽の行方～音楽産業の死と再生、音楽はネットを超える』翔泳社
- ▶ 「音楽が水や電気のように我々の周りのいたるところで流れ、音楽へのアクセスが一種の「ユーティリティ」になっている世界」（p.2）
 - ▶ 音楽は従来のレコード産業には売上をもたらしていないが、人々にとって音楽の重要性は増している
 - ▶ 「音楽ビジネスは今日もなお非常に好調」だ。問題はレコード産業とCDセールスである」（p. 12）

あたらしい共犯関係

- ▶ web 2.0：「送り手と受け手が流動化し誰でもがウェブを通して情報を発信できるように変化したwebの利用状態のこと」（wikipediaより）
 - ▶ ソーシャル・ネットワークキング・サービス（SNS）：Mixi、Facebook、マイスペース
 - ▶ ブログ、掲示板、ニコニコ動画、Youtube、Twitter……
- ▶ 楽曲のダウンロードだけではなく、参加者それぞれのプレイリストやランキング、批評、コメント機能など

ライブへの回帰

- ▶ クセックとレオナルト（前掲書）によると、CD売上が厳しく落ち込む一方で、アメリカのコンサートビジネスは拡大し続けており、1998年の13億ドルから2003年には21億ドルに売上を増やした（p. 13）
- ▶ フェスティバル
 - ▶ 1997年にフジロックが開催（第一回目は台風とぶつかり、伝説化）
 - ▶ 1999年以降、フジロックの他、ライジングサン、サマソニ、ロック・イン・ジャパンの4大フェス

リスナーにとっての意味

- ▶ レコード会社を介さずミュージシャンとつながる
 - ▶ ヒットチャートの多様化と信用失墜
 - ▶ アーティスト直営のインターネットサイトなどを通した新しいコミュニケーション
 - ▶ 英米のビッグアーティスト（プリンス、U2……）
 - ▶ 日本のヴィジュアル系、ヒップホップアーティストなど
 - ▶ ライブハウスやクラブでの演奏が終わった直後に自分たちのブログに寄せられたコメントにレスを書くのが仕事の一部となってゆく
 - ▶ データベースに裏打ちされた散漫な聴取
 - ▶ 自分のPCやiPodのハードディスクに蓄積されている楽曲やアーティストさえ把握していないリスナー
 - ▶ iTunes内蔵のジャンル分け機能やシャッフル機能で流れるままに、場合によってはアーティスト名や曲名も気にせず聴く

「プロシューマー」

- ▶ 音楽制作・流通技術の廉価化により、生産者（プロデューサー）的な参与をする消費者（コンシューマー）が誕生
 - ▶ 二次創作、マッシュアップ…
- ▶ 二つの視点
 - ▶ ベンヤミンの楽観
 - ▶ クリエイティヴィティはついに大衆の手に奪取された
 - ▶ アドルノ的悲観
 - ▶ 都合のいい暇つぶしの道具を与えられ、クリエイティヴな活動をしているような見目の満足感に酔いしれているが、それで儲けているのはISPやプラットフォーム事業者に過ぎない

スキゾフォニア（まとめに代えて）

☞マーリー・シェーファー（1986）『世界の調律～サウンドスケープとはなにか』平凡社

- ▶ スキゾフォニア（schizophonia）＝スキゾフレニア（shizophrenia）：分裂症＋フォーン（phone）：音
 - ▶ 「元々の音と、再生された音との間の分裂」という意味→音分裂症
 - ▶ レコード産業が生まれる前提条件
- ▶ 音分裂症は、音楽産業の誕生にとって前提条件であるが、同時に音楽産業がその商品に市場性を持たせるにあたっては、音分裂症はむしろ障害であった
 - ▶ この分裂が意識される限り、録音され、商品化された音楽は《偽物》に聴こえてしまう
 - ▶ 本講義が第一回目からなぞって来たのは、録音技術というものが発明されてから一世紀以上の間に渡り、ポピュラー音楽に関わる人々が、いかにしてこの分裂を乗り越えようとしたかという努力の歴史である。

参考文献

増田聡・谷口文和（2005）『音楽未来形～デジタル時代の音楽文化のゆくえ』洋泉社

津田大介（2004）『だれが「音楽」を殺すのか？』翔泳社

八木良太（2007）『日本の音楽産業はどう変わるのか～ポストiPod時代の新展開』東洋経済新報社