

## 「嗜好品としての音楽コンテンツ——同人音楽作品を事例に」

### はじめに

「同人音楽」とはオタク系文化において同じ趣味を持つ者たちによって作られ聴かれる音楽であり、作品には個人の嗜好が大いに反映される。その為、作品は商業的市場ではなくより個人の嗜好性を共有できる同人イベントでの対面的な頒布が多い。日本国内における音楽コンテンツ産業のパッケージ市場は1990年代末より縮小傾向にあるが、それらの市場とは切り離された同人音楽サークルはCDを作品発表の主たる媒体として活用しながら、その数は年々増加の傾向を辿っている。このような事態は時代の潮流から逆行していると言っても過言ではなく特異性を持っていると考えられる。本発表では「CD」を嗜好品と捉えつつ、複数の同人作品の事例を挙げ、それらの特徴や、同人シーンにおいてCDが持つ役割を検討する。

### 1 嗜好品と音楽

#### ●音楽は「嗜好品」となりうるのか

音楽が嗜好品になりうるための三つの条件 (小川2008 : 122-125)

- ①音楽が他の身体運動から切り離されて、音楽のみが取り出されて経験されること。
- ②音楽が持ち運びできる「品」になること。(オルゴール、レコード、CD、携帯型音楽プレーヤー)
- ③個人が自らの心身の状態をコントロールするために、音楽を用いること。

#### ●嗜好品が「対人関係」を円滑にする機能も有することにも着目したい (藤本2008)

「文化を共有する個人が関係/集団を構築している」 (七邊2005 : 395)

### 2 CD及びCDを取り巻く産業実態について

1980年 規格化

1982年 CDの生産開始、発売後5年でLPとの世代交代。併行して、読み出し専用メモリとして利用するため、CD-ROM、および画像、データ、音声を記録するCD-Iなどの新しい商品群も開発。

1988年 太陽誘電が録音可能なCD (CD-R) を商品化 (一般的な普及は1990年代後半頃)

#### ●コンテンツ産業の縮小

1998年をピークに音楽CD・レコード総生産金額は減少。

2017年のCDの売り上げ枚数は約1億5229万枚、金額は約1706億円。

### 3 同人、及び同人音楽について

「同人」…文芸の分野における著述の発表機関が始まり 道楽雑誌から職業作家への道へ

1975年～…コミックマーケット (1975年～。現在は夏と冬の年2回開催。参加サークルは3日間で35000。)

#### 同人音楽について

●オタク系文化において、「音」や「音楽」を表現手段とする同人活動…「音系同人」、「同人音楽」  
同人音楽の成立時期…1990年代後半頃 (富井、國田2008 : 3)

#### ●同人音楽発表の場

##### ・同人イベント (即売会)

- ・コミックマーケット
- ・M3 (1998年～。現在は春と秋の年2回開催。参加サークルは約1200サークル。)
- ・インターネット
- ・ライブ

●創作される音楽のジャンル

- ・アニメやゲームなどの音楽をアレンジした「アレンジ系」
- ・作り手のオリジナルである「オリジナル系」

「M3」でのカテゴライズ…クラシック、民族音楽、ジャズ、ロック、テクノ・クラブ、アニメソング（カバー）、放送劇など

#### 4 同人音楽シーンにおけるCDの活用方法

●作品頒布媒体…圧倒的にCDが多い（プレスCD、手焼きCD-R）

- ①録音 ②データ記録 ③ブックレット ④ジャケット ⑤（購入特典）

●ミュージックカードの登場…2015年頃より「モノとしてのコレクション性、ダウンロードという利便性をかけ合わせた<sup>(1)</sup>」

●bermei.inazawaの同人活動…CD、ハイレゾ音源（ダウンロード）、ミュージックカードを用いた作品頒布

ミュージックカードでの頒布の理由<sup>(2)</sup>

- ① CDよりもコストが安い
- ② 本来サークル側でやるべきJASRAC許諾申請の煩雑な処理を代行してくれる

●ミュージックカードの問題点

「ダウンロードカードが期限付きだとやっぱりニーズを簡便に満たす以上のものにはしにくい」

「半永久的に残る形じゃないのはファンアイテムとしては虚しいっていう意見をいくつかもらった」

bermei.inazawaのCD作品とダウンロードしたハイレゾ音源を視聴したファン

「ブックレットは紙質やデザイン含めて必見の内容」、「ハイレゾ版では味わえない所有の満足感がある」<sup>(3)</sup>

#### おわりに

「モノの所有に依拠する音楽聴取体験の時代は「参照」<sup>(4)</sup>に依拠した新しい実践が登場することで、消滅はしないものの、やがて終焉を迎えるだろう」（井手口2009：238-239）

歌手と作品（キャラクター）を結びつけるための媒体として

同人たちが集まる空間でお互いがCDを持つ→CDが同人意識をより強固なものにする手助けとして

#### 【主要参考文献】

- 藤本憲一 「広がりゆく嗜好品の世界—ケータイ」高田公理、嗜好品文化研究会編『嗜好品文化を学ぶ人のために』pp.126-129（世界思想社、2008）
- 井手口彰典 『ネットワーク・ミュージッキング「参照の時代」の音楽文化』（勁草書房、2009）
- 小川博司 「多様な嗜好品の世界—音楽」高田公理、嗜好品文化研究会編『嗜好品文化を学ぶ人のために』pp.122-125（世界思想社、2008）
- 七邊信重 「文化を生み出す『集団』——オタク現象の集団論的分析から」現代社会理論研究会『現代社会理論研究』第15号、pp.394-405（2005）
- 富井公、國田豊彦 『同人音楽制作ガイド』（秀和システム、2008）

#### 【CD】

『晴れやかなるソラの行方』, CLOSED/UNDERGROUND, MIN-0010.

『月追いの都市 Plus Edition』, tieLeaf, LAG-003.

(1) 「スマホ用音楽カード『SONOCA』（ソノカ）」<https://sonoca.net/>（2018年1月8日最終アクセス）

(2) 2017年10月17日のbermei氏のTwitterより

(3) ハイレゾ音楽制作サークル「Beagle Kick」橋爪徹氏のブログより。「ハイレゾ版『berpop melodies & Remixies vol.2』を聴いてみた」

<https://ameblo.jp/10ru-rec/entry-11922533381.html>（2018年1月8日最終アクセス）

(4) 対象となる記録メディア（ハードディスクやウェブサーバー）との間で情報の遣り取りができる環境であることを前提とし、記録メディア自体の所在や物理的な移動とは無関係なままに、そこに納められたデータにアクセスしまた利用すること（井手口2009：7）