

CDs and Cassettes as Recording Media

—The Intermediacy of Materials to Promote Collaborative Creative Activities—

FUJISHITA Yukari

The development of technologies for producing, distributing, and consuming music has influenced the significance of music in society and the production/consumption relationship. From SP records in the 1920s to CDs in the 1980s, the music media that create the listening experience have evolved.

This paper focuses on CDs being both a medium for listening to music and a medium that enables the recording and editing of content, even by amateurs. It also examines the continuity of collaborative or creative activities between cassettes and CDs, both of which allow for similar activities.

Chapter 1 provides a diachronic overview of the acceptance of cassettes and CDs from the perspectives of both developers and users and discusses how the popularity of cassette tapes was carried over to CDs.

Chapter 2 examines how the joy of “sharing the pleasure of listening to music with others” was reflected in amateur music production, through the activities of Dojin music artists, who stopped recording media on cassettes and started using CDs as the times changed.

Chapter 3 discusses how the movement from cassettes to CDs inspired collaborative creative project and addresses the value of these physical media for amateur productions.

録音メディアとしてのカセットテープとCD

—協働的創作活動を促進する「モノ」の媒介性—

藤 下 由香里 FUJISHITA Yukari

序

本論文ではCDが音楽を聴くメディアであると同時に記録可能なメディアでもあること、アマチュアでも編集が出来るメディアであることに着目し、それに類似した行為が出来るカセットテープとの連続性について検証する。CDは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の拡大と衰退¹⁾の文脈において、Jポップの成立とともにしばしば語られる。産業や技術を戦略的に巻き込んで作り込まれたJポップは「CDによって購買される音楽」(輪島2016:270)と位置付けられたが、大衆が徐々にCDに依拠しない音楽聴取へと移行するとともに、CDの時代も終焉を迎えたとされる。CDは、一般的にはアナログ・レコードの延長線上に位置づけられる(中川2015:215)とされているが、単純にレコードの延長線にあるメディアとして集約されないようにも考えられる。CD登場と同時期に音楽聴取のソースとなっていたのはレコードの他に、FM放送、カセットテープ、ビデオテープであることから、CDの周縁にあるメディアとの関係性や連続性にも目を向ける必要があるだろう。

デジタルメディア技術については日本でも議論が行われてきた。例えば、谷口文和は、デジタル技術を用いた音楽制作におけるキーボード観に着目し、1980年代のデジタルシンセサイザーの受容について論じている(谷口2009)。また長谷部広道は、CDやウォークマンの製品開発を行った当事者たちの主体的役割について明らかにした(長谷部2017、2019)。これらの先行的な研究は、技術的な環境に対して問題意識が向けられる一方で、それらを受容する受け手側の営みについてはこれまであまり触れられては来なかった。キーラン・ダウンスは、アメ

リカのオーディオマニアのコミュニティにおけるCDに対する反応を分析し、アメリカにおいてはCDが登場した当初は否定的な意見が目立っていたことを明らかにしている(Downes 2010)が、この論考ではCDを「聴くメディア」として扱っているにすぎない。本稿でも述べるとおり、CDはカセットテープのように一般人でも比較的容易に扱える「録音メディア」でもあり、営利目的ではない自由な個人間の交歓に用いられることがある。つまり、録音メディアには、音や音楽の容れ物という音楽メディアに与えられた元来の意味作用があるのと同時に、大衆文化に浸透した時には、元来の用途とは違った受容形態が生まれると考えることができるだろう。本稿では、録音メディアの在り方を、それらを受容する人々の活動とともに総合的に観察し、人々がメディアを用いる協働的あるいは創造的な営みの中で通底する「連続性」をカセットテープとCDに見出しながら言及する。

音楽を制作、流通、消費する技術の発展は、音楽の社会における意味や、生産/消費の関係にも影響を与えた。音楽のデジタル化は、音楽をデータ化することで様々なデジタル機器での再生を可能にし、更にはインターネットを通じて場所を問わずに送受信も出来るようになった。誰もがスマートフォンを保有する今日では、定額制音楽配信サービスを利用した音楽聴取が隆盛の兆しをみせている。音楽の容れ物であった音楽メディアはもはや不要となり、音楽の消費スタイルは「購入による所有」から「必要な時だけ利用」(藤竹、竹下2018:243)へと転換しつつあるといえる。フィリップ・オースランダーは、CDを含めた物理的なメディアが消滅し、純粋なデジタルな情報としての音楽(MP3など)が消費されるようになったのは、音楽の音それ自体が商品とな

り、物理的なものから切り離されてしまったからだ」と述べている (Auslander 2017:82)。しかしながら他方で、物理的なものから切り離されなかった音楽は、音楽を売ることが目的としない人々によって、「売る」こと以上の意味を与えられる。このようなCDの在り方を探ることは、「モノ」としての音楽メディアが存在する意義を考えるための一助にもなるだろう。

以上のことから、本稿ではそれらのメディアに関する新聞記事、雑誌、文献などを調査し、カセットテープやCDが開発・販売される中で、どのように大衆へ受け入れられていったのかということに着目しながら議論を進める。まず第一章では、カセットテープとCDの受容を開発側と利用者側の双方の視点から通時的に俯瞰し、カセットテープでの楽しみ方がどのような形でCDへと継承されたかについて考察する。なお、カセットテープについては、アマチュアのレベルでカセットテープを個人の好みに合わせて編集する、所謂「生録」文化には先行研究が存在するが、マイクロフォンが無差別に拾う雑音のなかから、録音家自身が目標とする音を見つけ出すこと」に創作の楽しみを感じ (金子2017:100-101)、現実の世界の音を前提とする「生録」文化に対して、今回はより創造性を重視した作品創作を事例として取り上げたい。続く第二章では、カセットテープからCDへと時代に合わせて録音媒体を移行した音系同人の活動から、「他人と音楽を聴く楽しみを共有する」という楽しみ方がアマチュアの音楽制作にどのように反映されたかについて検証する。そして第三章では、今日におけるCDの在り方について、アマチュアによる制作物あるいはモノであることの価値観という観点も踏まえながら、協働的な創作で用いられるカセットテープとCDに通底する連続性について考察する。

1 カセットテープから延長したメディアとしてのCD

1980年代はアナログオーディオからデジタルオーディオへの過渡期であり、同時期にはCD、レコード、FM放送、カセットテープ、ビデオテープが音楽聴取のソースとなっていた。本章では、1970年代から1980年代を中心とした新聞記事や雑誌などを参照し、カセットテープやCD及びそれらに近いメディアの関係性や連続性を読み解く。そのうえでそれぞれのメディアがどのような価値観の元で登場し、どのような楽しみによって普及したか、そ

してカセットテープのどのような文化がCDにも受け継がれることとなったのかについて検証する。

1-1 カセットテープ

本節ではまず、1970年代後半から1980年代中頃を中心に、当時一般に普及しつつあったカセットテープ (コンパクト・カセット) およびFM放送のエアチェック文化を踏まえながら、カセットテープがどのようなメディアとして扱われていたのかについて述べる。

1-1-1 カセットテープの普及

カセットテープは1962年にフィリップスによって開発され、その後1966年にTDKが国産化し、発売した。その使いやすさと携帯性によりカセットテープは1970年代に広く普及した。発売当初は主にテープレコーダーと共に録音のためのメディアとして利用されていたが、カセット式テープレコーダーの音質はオープンリール式に及ばず、学習用などの一般録音機として使われていた。やがて、技術の向上とともに、音楽の録音・再生、さらにハイファイサウンドが楽しめるようになり、その後、ラジオカセット (ラジカセ) などの複合商品が登場すると、コンパクトカセットを使った音楽の楽しみ方はますます拡大していった。オープンリールの時代であった1965年は、日本の磁気テープ産業は約35億円であり、輸出もほとんどなかった。それが、コンパクトカセットが誕生し、さらに音楽にも使用され始めた1969年には100億円を突破、1981年にはオーディオテープだけで約1,300億円の産業となり、輸出額も660億円となっていた。

ステレオタイプのテープレコーダーは、家庭で、または自動車内で広く親しまれていた。しかし、小型で軽量のものは、まだ内蔵スピーカーやイヤホンを使うモノラルタイプに限られていた。1978年5月には、ソニーのテープレコーダーの一つの潮流となっていたポータブルタイプの肩掛け型録音機「ダンスケ」シリーズに、教科書サイズの小型ステレオ録音機「TC-D5」が登場した。「TC-D5」は生録マニアの間で人気を集めたが、携帯用としてはまだ重く、値段も10万円前後と高価であった。その翌年にはソニーが携帯用ステレオ再生専用機ウォークマン「TPS-L2」(33,000円)を、サンヨーが小型ラジカセ「MR-U4」(43,800円)を、シャープがダブルカセットデッキ「ザ・サーチャー W GF808」(95,000円)をそれぞれ発売し、廉価で小型の再生機器も徐々に

登場することとなる。この頃より新たな音楽の聴き方が登場した。特にウォークマンは音や声を録音して聞き直す録音機器であったテープレコーダーから、「外で音楽を聴くという目的のため」²⁾に録音機能を取り払った再生専用機器として販売され、次項で述べる「ヘッドフォン文化」という新たな聴取スタイルを提示した。

1-1-2 カセットテープとミックステープ文化

「ヘッドフォン文化という新しい流行が始まります」というのは、ソニーの創業者の一人で、当時ソニーの代表取締役会長だった盛田昭夫がマスコミ向けにウォークマンをプレゼンテーションした時の言葉である。盛田昭夫が唱えた「ヘッドフォン文化」は2つの新たな改革をもたらした。「誰もが、好きな音楽を、好きなときに、好きな場所で」という四項すべてを実現したユビキタス化と、パブリック・ノイズを遮断し「公共のなかの個人的自由」を実現してくれるパーソナル化である(榎本2021:70-71)。1930～1950年代を振り返ると、音楽ファンはラジオやレコードで反逆的な音楽を聴く行為に、現代社会からの自由を投影していた。彼らは高度に組織化された社会が押しつける、規格化された価値観から自由になりたかった。そういう若者にとってのノイズはイヤホンで遮断され、個人の自由が保たれたのである。

パブリックなノイズを遮断するという事は、すなわち音楽を聴く者の孤立を招くのではないかという懸念を誰もが抱くことは想像に難くない³⁾。しかしながら、榎本はウォークマンの普及で「ミックステープ文化」が誕生し、それは孤立化とは反対のベクトルを持っていたと指摘する(榎本2021:72)。かつてミックステープの制作は、一連の技術を熟知したプロフェッショナルが行うものだった。だが、カセットテープの普及により、一般消費者でも様々なレコードから好きな曲を一本のカセットへまとめられるようになった。ここにパーソナル化とは違ったベクトルの文化、つまり他人とミックステープを交換する文化が生まれる。ウォークマンのミックステープ文化は「他人を喜ばせると楽しい」という人間の本质に依って立っていた(榎本2021:74)。

「ミックステープ」という言葉自体は、1970年前半のヒップホップシーンで生まれた。初期はアルバム作品を発表する前段階のプロモーションとして作られたものだった。やがて、人気のDJが曲をつないだものを発売するようになり、1990年代には抜

群のプロモーション効果から、メジャー・レーベルが流通経路にまで介入するようになる(小林2018:59)。人気のDJのミックステープに収録されることは無名のアーティストのヒットに繋がり、またそのようなミックステープは最新の流行へのアクセスでもあった。だが「ミックステープ」という言葉が一般的に使われる時には、「特定の相手(交際中の人や、憧れの人)に聞いてもらえることを前提に、曲を選び、テープに録ったもの」を指すこともある(小林2018:10)。つまりミックステープ自体は作品を商業的に成功させるためのプロモーション商品である場合と、自分の選曲により純粹に他人を喜ばせる作品に特化する場合という二面性を持つメディアといえる。本論文では、後者の「他人との交歓のためのメディア」としてミックステープを捉えておきたい。そのような捉え方をした時に重要となる文化がカセットテープなどに番組を録音するエアチェック文化である。

1-1-3 カセットテープとエアチェック文化

1970年代後半から1980年代にかけてカセットテープと共にあったのがFM放送である。FM放送が「レコードを売るためのメディア」(FM放送で新しい音楽を発見し、レコードを買うことでその音楽をリピートする)から「エアチェック中心のカセットというメディアを売るためのメディア」⁴⁾へと代わり、FM放送でオンエアされる番組と曲と網羅したFM雑誌が乱立する⁵⁾。

1970年代後半から若者中心に盛り上がったエアチェック文化は、カセットテープのための文化でもあった。FM誌を活用して、内容に合った図柄のカセットレーベルと番組表から曲目リストを切り抜いて貼り付け、背にタイトルを書いて愛蔵版エアチェックテープを作成し(カセットテープのドレスアップ)、エアチェックしたラジオ番組を友人に渡すというように聴き手は楽しんでた。このような丹精を込めて制作されたオリジナルテープは、その人の個性を示す情報ツールであり、「他人を喜ばせたい」という共通意識の元で作られるという意味では、協働的であり創造的な制作物と捉えても良いだろう。

1980年代半ば頃よりFMエアチェックに対する人々の熱気は徐々に下がることとなる。その理由は、1980年代半ばにレンタルCD店が急増したことに伴い、音楽をCDからダビングするのが一般的になったことに加え、AM放送でもステレオ放送が始

まったことやバブルの崩壊でFM放送の広告料が減ったことなど、複合的な影響によるものである。CDの登場でFM放送のブームが衰退の一途を辿ることになった一方で、1985年頃のカセットテープ市場は中高生までをターゲットにし、レンタルCDをカセットにダビングしてウォークマンで聴くというスタイルへ組み込まれていく。このように、1980年代中頃はカセットテープとCDのそれぞれが依存関係を保ちながら音楽の聴取メディアとして存在していたのである。

1-2 CD

本節では、1982年に登場したCDについて、発売当時の新聞記事や雑誌でどのようなメディアとして扱われ、「レコードに対するCD」というイメージが「カセットテープに対するCD」へと変化した時に、CDのどのような面が強調されたのかについて検証する。

1-2-1 CDの登場

CDの規格化は1980年のことである。DAD (Digital Audio Disc) 懇親会⁶⁾で、ソニー、フィリップスによる「光学式」、ドイツのテレフンケンによる「機械式」、「日本ビクター」による「静電式」の3方式が提案され、結果、「光学式」がCDの標準規格として採用された。当時の雑誌ではこの新たな「光学式」のメディアの登場により、「DAD時代がいきなり目前に開けてきた」と紹介している⁷⁾。同年10月14日の読売新聞には、同日から東京の晴海で開催される全日本オーディオ・フェアで、各社がDADプレーヤーの試作機を出品したとする記事が掲載されている。この記事ではDADを「夢のオーディオ」と紹介し、ソニー・フィリップスによる「光学式」システムを「コンパクト・ディスク・デジタル・オーディオ・システム」と記している⁸⁾。同時にこの記事では、CDの特徴を「レコード盤の大きさ」や「一分間のレコードの回転数」、「片面六十分の録音が可能」というように、従来の音楽メディアだったレコードと比較するかたちで紹介している点も興味深い。つまり、CDはレコードに置き換わるメディアとして捉えられていたと考えられる。

CDは1982年に生産が開始された⁹⁾。同年の8月の読売新聞では「夢のコンパクト・ディスク 秋に発売」という見出しでCDのメカニズムを詳しく紹介する記事が組まれている。この記事では、「ポケットに入る大きさ」で「振動に強くカー用にも」使用

でき、「レコードのイメージを大きく変える画期的なものである」と記されている¹⁰⁾。この記事からはCDというメディアが持ち運びをすることを想定されていたことが伺える。新メディアのコンパクト化については、日経産業新聞も1面で取り上げており、ヘッドホンラジオなどにも流用される公算についても言及している¹¹⁾。

1982年10月1日の読売新聞朝刊10面に掲載されたソニーによるCDおよびCDプレーヤーの広告では、CDがLPレコード、テープ、FM放送、ビデオに続く「第五の音楽ソース」と位置付け、アナログオーディオに代わるハイファイサウンドのデジタルオーディオと紹介している。レコードに置き換わるメディアとして登場したCDであったが、発売当初は一般の聴衆もソフトメーカーも移行には保守的だったようである¹²⁾。しかしながら、発売後1年でCDおよびCDプレーヤーの「過渡期は終わって、普及期に入ったとみ」られる¹³⁾。

1-2-2 カセットテープと対比されるCD

1984年頃からレコードに置き換わるCDというイメージが次第に変化の兆しを見せる。1984年12月の読売新聞夕刊に掲載されたソニーの「CDP-D50」(以下「D50」)というCDプレーヤーの広告内では、「ほら、コンパクトディスクは、カセットテープと同じ感覚で扱える音楽なんですね。」という記述があり、「レコードに対するCD」というイメージが、この頃より次第に「カセットテープに対するCD」というものに変化したことが分かる。

この頃(1983~84年)のCDシステムを購入していたのは、音質に非常にこだわるクラシックやジャズファンという、いわばハイファイマニア層が中心で、多くの方は、まだ馴染みのあるLPレコードを愛好している状態だった。そこで「マニアだけでなく大衆にも普及させる機種」¹⁴⁾として「D50」が1984年11月10日に発売されたのである¹⁵⁾。「D50」のカタログの表紙は、赤いネイルを施した女性の手が、化粧品のコンパクトを開けているかのようなアングルの写真が採用され、女性でも気軽に、どこへでも持ち運べるような印象を与えている。

さらに、1985年10月21日に発売された、「D50」の後継機「CDP-D50Mk-II」(通称「ディスクマン」)のCMは、「彼女は今日、ウォークマンかディスクマンか」という問いかけからはじまり、明確にCD(プレーヤー)とカセットテープ(プレーヤー)の対比が行われている。この問いかけに対しては、「今

日はウォークマンでした」あるいは「今日はディスクマンでした」という2種類の答えがあり、その後の展開も数種類用意されている。「ウォークマン」の場面では、いずれも登場人物がウォークマンを聴きながら、一人で読書をしていたり、屋外を歩いたり、待ち合わせ場所に立っていたりや単独行動をしている。対して「ディスクマン」になると、交際している（であろう）相手の車の助手席に座る女性がディスクマンを操作していたり、屋外でディスクマンをラジカセに接続し、友人たちと一緒に聴いていたという複数人での行動を際立たせている。このような明らかなシチュエーションの違いは、カセットテープで音楽を聴くことに対する孤立化イメージの付与を助長しているようにも見受けられる。CDは仲間と一緒に聴ける、仲間と聴くことこそがCD聴取の楽しみであると言わんばかりである。

振り返ると、CDデッキ発売当初、CDはレコードに代わる高音質なものとしてオーディオ愛好家を引き寄せた。一方ディスクマンのようなポータブルCDプレーヤーの売りは、手軽に外に持ち運ぶことができ、外出時でも気軽に頭出しができる点である。この「モビリティ」と「アクセシビリティ」（榎本2021:140-141）が音楽ファンのライト層を取り込んだのである。かつてレコード・アルバムを聴く場所は自宅の大型オーディオであった。それがCDウォークマンの登場により、アルバムの市場は自宅、室外、車中とあらゆる場所が対象となる。CDならば収納ケースを使えば何枚もアルバムを持ち運べ、いつでも聴きたい曲を「頭出し」でしかも高音質で再生できる。このような「モビリティ」と「アクセシビリティ」、さらに「ハイファイ」はレコードに対する優位性のみならず、ミックステープへの優位性にもなりうる。先のCMにおけるウォークマンとディスクマンの対比の違いの真意は定かではないが、先述の通りウォークマンは発売当初「誰もが、好きな音楽を、好きなときに、好きな場所で」さらに「公共のなかの個人的自由」を保障してくれるデバイスとして売り込まれ、ウォークマンは個人で使用するものというのが前提だった。しかしながらウォークマンに収められるカセットテープに目を向けると、様々な音楽を一本のカセットテープに収めるミックステープも含まれ、ミックステープを用いた交歓という文化もまた人々の中に浸透していた。ウォークマンの普及には「誰もが、好きな音楽を、好きなときに、好きな場所で」そして「誰かと」ということもまた重要な項目だったのである¹⁶⁾。その

ためポータブルCDプレーヤーも「誰かと」楽しむことを強調することで、普及を狙う意図があったのではないだろうか。これはプレーヤーと共にあるCDも複数の人々とコミュニケーションを行いながら音楽を聴取するためのメディアであることをメーカー側が望んでいたことを示唆する。

このように、アナログ・レコードの延長にあるメディアとして認識されがちなCDであるが、その一方で、カセットテープで音楽を聴取する文化からも多大に影響を受けていると言える。FM放送のエアチェックと密接に繋がるミックステープやウォークマンは、他人と音楽を聴く楽しみを共有するものであり、その楽しみ方は音楽プレーヤーの世代交代と共にCDへと受け継がれたと言える。

本章ではメディアの開発側の意図と、それぞれのメディアを使用し音楽を聴取する側の経験からカセットテープとCDの関係を明らかにした。CDはその後、CD-Rをはじめとする記録用メディアにもなることで、個人レベルで音楽作品を制作するための重要なメディアとなった。次章ではアマチュアの音楽制作からカセットテープとCDの関係性について、音系同人の活動を事例に検証する。音系同人は、作品発表のためのメディアをカセットテープからCDへと切り替え、現在もCDを用いて作品制作をしている。このような音系同人たちの活動を参照することで、音楽を用いた他人との交歓に対する作り手側の意識が、メディアの変遷とともにどのように作品へと反映されたかを明らかにしたい。

2 音系同人とCD

本章では、CD-RとDTMを用いた音楽制作を行う音系¹⁷⁾同人の活動に着目し、「他人と音楽を聴く楽しみを共有する」というカセットテープ・CDの楽しみ方がアマチュアの音楽制作にどのように表れたかについて検証する。

2-1 CD-R開発史

まず本節では前章の流れを汲み取り、CD-Rがどのような意図から開発されたのか述べておく。

CDは、発売後5年でLPレコードと世代交代し、併行して、読み出し専用メモリとして利用するためのコンピュータ周辺メモリとしてCD-ROM、および画像、データ、音声を記録するCD-I、ビデオCDなどの新しい商品群も開発された。

コンピュータで読み取れるデータを収録できる

CD-ROMが規格化されたのは1984年のことである。1988年には太陽誘電が使用する側が記録できるCD-Rを商品化した。1995年にWindows95が発売となったことも一因となり、1990年代後半以降、本格的にパソコンが家庭に普及するとCDは大容量のデータを扱うために重用され、個人でマルチメディアな作業を可能にさせた。1997年には繰り返し記録ができるCD-RWの発売も始まり、CDは音声だけにとられない様々なデータを記録する媒体として受容されることとなった。

CD-Rの開発時、開発者が意識していたのは、CDコンパクト（互換性）とDAT（デジタル・オーディオ・テープ）に続く次世代の光記録ができる媒体であることだった。CDとの互換性は、世の中にある全てのCDプレーヤーにかかり（中島2017:32）、CDに投資した全ての部品や製造設備までが流用できることが大きかった。CD開発責任者の中島平太郎は、CD-Rの商品化にあたり、レコード協会へ赴き、CD-RによるCDソフト制作システムをPRした。中島は一連のCD-R事業¹⁸⁾を「テープの時代は終わった。代わって操作性抜群の光ディスクの登場です」と案内した（中島2017:36）。このことからCD-Rに対比されるメディアは磁気テープであったことが窺える。

CD-R事業は順風満帆とはいえず、最初の一ヶ月に売り上げたCD-Rディスクはわずか27枚だった（中島1998:202）。アナログカセットに収録されたものばかりが持ち込まれ、デジタル信号に変換するのに費用と手間がかかったからである。中島平太郎は1998年に出版した自著『次世代オーディオに挑む』の中で、CD-Rがその当時は「オーディオのツール」として大手を振ってひとり歩きできていないと述べている（中島1998:204）。当時、CD-Rはオーディオ分野ではなく、CDソフトとして販売されていたコンピュータ・ソフトやゲーム・メディアにおける制作の最終段階での動作確認用の検証盤として利用されており、増大するソフト数に比例するかたちで検証用としての需要が爆発的に増えていたのである。

1998年の時点でCD-Rがオーディオのツールとして使われていないことに中島は嘆いていたが、奇しくも同年に同人界隈においてはCD（CD-R）を用いて創作活動を行う音系同人たちの即売会が誕生することとなる。その即売会に先駆けて、1990年代中頃の音系同人界隈では、当時同人音楽文化の中心にいた青年男性たちが、パソコンの美少女ゲームのア

レンジ曲を次々と発表していた。この頃は1995年のWindows95発売とともに、1996年にはCD-Rドライブ内蔵のパソコンも販売されることで、CD-R市場が急速に拡大しつつあった。したがって、パソコンや音楽制作に関わる技術が一層身近になることで、一般人でも音楽を制作し、媒体を通じて聴き手へ届けるプロセスが形成しやすくなった時期だといえる。青年男性が文化を牽引してきた同人音楽シーンにおいて、1990年代後半にCD-Rがパソコンとともに一般家庭に普及したこと、そして同時期に音系オンリーの同人即売会が開催されるに至ったことは、モノを通じて対面的なやりとりを前提とする文化においてCDという録音メディアが定着するための重要な事象であったと考えられる。

2-2 音楽メディアの変遷と共に歩む音系同人

音系同人の「同人」とは、もとは文芸の分野における著述の発表機関が始まりである。しかしながら音系同人は文芸というよりは、マンガやアニメなどオタクの文化における「同人」の流れを汲むものであると考えられる。黎明期よりコミックマーケット¹⁹⁾などの同人誌即売会で作品の流通が見られるのがその理由である。同人たちは即売会で作品を頒布することを主目的としており、作品は手に取れる「モノ」であることが必要とされる。音系同人もそれは同様で、そのために現在でも作品の大半がCDで制作されている。そしてCDが登場する前の時代には、CDの代わりにカセットテープが用いられていた。

本節では、音系同人たちが黎明期から今日に至るまで用いてきたメディアの変遷を辿り、どのような文化の元で作品を制作しているのかについて述べる。

2-2-1 1980年代の音系同人

国内最大の音系同人即売会であるM3²⁰⁾立ち上げの中心メンバーだった寺西慶祐²¹⁾によれば、音系同人の作品は少なくとも1980年代の前半には購入できたという（井手口2012:153）。1980年代前半当時、同人誌即売会ではTVニュースやアニメの音楽やセリフといった音素材を自由に組み合わせ、カセットテープに収録したMADテープ²²⁾やソフトウェア音源などを利用した打ち込み系²³⁾、さらには作り手が演じた劇の音声をカセットテープに録音した音響劇やボイスドラマなどが存在していた。

音系同人の黎明期において、音楽を複製して作品として頒布するためのメディアはカセットテープし

かなかった。「M3」立ち上げの中心メンバーであり、同人音楽サークル「不気味社」でも活動している寺西氏によれば、「不気味社」で CD-R を使用したのは 1990 年であったが、当時は、個人で音楽を「焼く」ための機器は個人レベルで所有するものではなく、またその新しい技術の導入自体に慎重になる者もいた。そのような中で、新しい技術の意義を理解した者が CD-R を順次導入し、その後環境が整った時に「突然利用者が増える時期がきた」のだという（寺西 2012 : 157-158）²⁴⁾。

音系同人が作品を制作する際にはほぼ DTM (Desk Top Music) が用いられる。DTM という呼称は、1988 年に発売されたローランドの製品「ミュージくん」のリリースの際に「パソコンや電子楽器について専門知識がなくても、誰にでも簡単に、コンピュータを使った本格的な音楽の制作・演奏を楽しむことができる製品群を“DESK TOP MUSIC SYSTEM”」と名付けたと発売元が発表したのが初出である。またこの呼称は、1970 年代に台頭するテクノポップ・ミュージックのようなコンピュータ・ミュージックともまた電子楽器類で音楽を制作するシステムとも異なるという認識のもと、音楽業界誌でも使われ始めたという（田中 1996 : 56）。

音符の演奏情報などを管理しているパソコンで制作・演奏する制作行為には DTM に加えて、1982 年に MIDI (Musical Instruments Digital Interface) が登場したことも大きい。MIDI は端的に言うと 1982 年に作られた統一規格で、パソコンや電子楽器の間で演奏情報をやり取りするためのプロトコルである。規格の統一化により、MIDI の端子を装備した機器は総じて同様の音や演奏が奏でられるようになり、データの交換も容易になった。

DTM は楽器店ではなく、パソコンショップや家電店を中心とした販路をとることで、コンピュータ・ミュージックやパソコンの愛好者をユーザーの対象とした。音系同人たちも現在でこそ男女問わず幅広い年代が活動を行っているが、黎明期は青年男性が文化の中心を担っていた。音系同人が DTM を主体とした音楽制作を行うに至った一因として、文化の中心にいた青年男性との親和性が挙げられるだろう。DTM 文化が芽生える前には音系同人たちは、時にインターフェースやシンセサイザーを自作するというようなソフトウェア・ハードウェアの技術を各々工夫しながら創作活動をしていた。自主制作であり、流通経路が限定的な同人音楽の特性上、黎明期当時の作品を追って参照することが非常に困難な

ため、詳細については定かではないが、当時の音系同人活動は、自身で楽器を用いて演奏し、それを録音した作品を頒布する活動ではなかったようである。1980 年代前半には生演奏系ミュージシャンがデモテープを作ることはあったものの、それは同人ではなく、即売会でも見かけなかったという（寺西 2012 : 155）。同人たちの活動を辿ると、技術環境の発展と共に歩む中で、全ての制作をデジタルで完結できるマルチな技術力と機械的知識を持ち、常に新しい技術への可能性を探究し続けた者たちが同人音楽黎明期を支えていたといえる。

2-2-2 同人たちによる CD での作品制作

音系同人による音楽制作はパソコン周辺の技術環境の発展と密接に関わっている。この時期に同人音楽の制作・頒布スタイルがある程度確立されたことは重要である。つまり、同人音楽シーンにおいて、現在も頒布媒体として主流である CD というモノに依拠する文化の成立を意味するからである。

CD の最も一般的な活用方法としてまず挙げられるのは、音源を録音する機能であろう。加えて、音源だけでなくデータを記録し、それをパソコンなどで読み込む機能も CD は持ち合わせている。このような機能を最大限に活かしながら作品を作る同人たちは数多く存在し、CD に音楽の他、コミック、作品告知ムービー、制作資料、壁紙のデータを収録する場合や、ジャケットにケースを重ねて通常とは異なったパッケージにすることで、作品の内容を暗喩するような工夫を凝らす場合もある。ブックレットも作品に込められたストーリーを説明する為に必要とされることもある。

もちろん音系同人たちによる CD の作品全てがこのようにこだわりを持って制作されるわけではないが、少なくともジャケットは制作者の嗜好を反映されることが多く、音楽と CD がインタラクティブに楽しめるように密接に結び付けられているのが同人音楽 CD の大きな特徴だといえる。即売会では、そのような作者の嗜好を反映したパッケージをサークルスペースに陳列し、その場に来た一般参加者（聴き手）へ手渡しして作品を頒布する。つまり、そこでは同じ趣味や趣向を持つ不特定多数の参加者との何らかの社交が行われる²⁵⁾。自身の音楽の嗜好を視覚的、直接的に表現するためにも音系同人には CD が必要なのである。

このように同人活動の醍醐味のひとつとしてリアルな場での人との繋がりが挙げられる。同人誌即売会

のような同人イベントにおいて同人作品の作り手は、同じ会場内で同じ活動を行う者を同じ集団の成員として肯定的に評価し、集団の文化に同調し、結果、制作者は共同目標に動機づけられ、積極的に同人作品制作に関わることとなる(七邊2005:401-402)。つまり、同人イベントは同人たちの協働性を促進させ、同人たちの創作意欲は同じ文化を共有している者同士の繋がりによって生じているといえる。2020年以降の世界的な新型コロナウイルスの流行による対面的な活動の制限という状況下においても、音系同人イベントは「人との繋がり」という醍醐味を失わせることが無いような策を講じている。M3は「リアルイベント」と同時に「オンラインイベント」も開催し²⁶⁾、オンラインイベント」のM3でも「リアルイベント」と同様に仮想のサークル配置図が用意され、サークル参加者とオンライン一般参加者がネット上の掲示板で直接やり取りできるシステムを取り入れている。作品は開催日当日のみオンラインサイトから購入可能であり、デジタルデータの他に、CD作品も販売される。イベント当日ならではの高揚感や臨場感を仮想的に演出しつつも単なる通販サイトにならないように、人との繋がり場の提供も提供している点がオンラインイベント版M3の特徴である。そして何よりもオンラインでのイベントであってもCDでの作品販売が音系同人にとっては至極当然な行為となっていることが非常に重要である。

本章では音系同人たちが用いるメディアの変遷を読み解いた。かつてカセットテープで作られていた作品は、メディアと作曲両面のデジタル化に伴いCDを用いたものへと変化した。音系同人作品は、同人誌即売会という人との繋がりが重視された一般的な流通とは異なる領域で手渡しで頒布される。したがって、パッケージから音楽まで作者自らの手により入念に作り込めるCDは、作者自身の趣味趣向を直接聴き手へ視覚的・聴覚的に訴えかけるためにも有用である。同人音楽はまさにCDによって支えられている文化といえよう。

3 カセットテープからCDへ連続するモノのメディア性

コンテンツとメディアの関係についての議論は、しばしばメディア同士の連続性が軽視されてしまう傾向がある。CDを取り巻く文化の言説を踏まえると、CDソフトはとりわけ1990年代において、音楽

をマーケティングの対象に対して適切に正しく届けるためのもののメディアとして台頭していた。だが、インターネットが普及し、音楽の視聴方法が動画共有サイトやサブスクといった物理メディアに寄らないものへと移行しつつある現状は、確かに表面的にはCDの時代は終焉したように見える。しかしながら実のところその水面化では、音系同人たちのような所謂アマチュア的な活動を行う者たちによって、CDは自由に録音と聴取ができるメディアとして音楽文化に脈々と根付いていった。そしてCDはカセットテープの文化のように、作品制作者の個性を主張し、人との繋がりを介在するものとしての性質も帯びるようになった。

本章では、今日におけるCDの在り方について、アマチュアによる制作物とモノという物質性という2つの観点からカセットテープとCDの連続性について考察する。

3-1 「RO文化」と「RW文化」の対比からみるカセットテープとCD

ローレンス・レッシグは、一般市民(受け手)が自身の文化を読むだけの行為を行うことを「RO(Read Only)文化」、読む行為に加えて、身の回りの文化を創り、また再創造により自分の文化に追加することを「RW(Read/Write)文化」と呼ぶ。「RO文化」の本質が、利用者あるいは消費者が、買った文化を消費する許諾を与えられるということに対して、「RW文化」は作り直されるための文化であり、一般市民は文化の創造の主体とされた。20世紀は「RO文化」が花開いた時代であり、同時期に初めて「複製」に対する規制がなされた時はRWの自由が狭められたという。レッシグは、ビデオテープやカセットテープが合法的に複製できる装置が発売されるに至っても、それらのメディアが「RW文化」の中心とはなりえなかったとしながら、ミックステープは例外かもしれないと述べている(Lessig 2008 = 2010:94)。ミックステープにおいてはミックスする作品の選択における創造性こそが重要だった。つまり「RO文化」中心の20世紀において、カセットテープはアマチュアの創造性が発揮できるようになるための数少ない音楽メディアの一つだった。

レッシグは、「RW文化」におけるアマチュアの再創造には、プロが使うのと同じツール(ピアノ、バイオリン、ギター、マンドリン、バンジョー)によって実践され、自然が与えてくれたツール(声)も使われたとし、この世界はフラットだと主張する

(Lessig 2008 = 2010 : 24-25)。ジェイソン・トインビーは、ポピュラー音楽をつくるというプロセスは、「社会的作者の素養」と理解されるべきで、創造的仕事とは、えてして英雄的かつ個人的なものと思われがちだが、そうではなく、むしろ日常的かつ協働的な行為であると主張する (Toynbee 2000 = 2005 : 2)。レッスグの議論も踏まえるならば、それはアマチュアの文脈でも行われていると理解出来る。トインビーが既知の技法の流用には独創性が無いと断じた (Toynbee 2000 = 2005 : 25) 一方、レッスグによる「RW 文化」の議論では、アマチュアによる制作の技法の新しさとその技法による産物の共有の容易さが重要視される。個人の趣味嗜好を創造的に作品へと反映する同人文化はアマチュアによる「RW 文化」と位置付けることが可能だろう。そして音系同人たちが扱う CD もまた「RW 文化」を担うメディアとしての性質を帯びている。CD は特に 1990 年代において画一的なフォーマットと作り込まれた制度によっていわば「RO 文化」的メディアとして消費されていたが、その一方で「RW 文化」においても重要なメディアだったのである。

3-2 環境としてのモノである CD

ポピュラー文化には物質的な「モノ」に価値を置く受容が数多く存在する。物質性は、メディアという本来形をもたない対象に対して暫定的な輪郭を与え、私たちに「メディア」という認識を可能にさせる要件にもなりうる (山森 2019 : 50)。松井広志はモノのメディア論に関して①「モノがそれぞれのメッセージをもつメディウムになっている」という「環境としてのモノ＝メディア」論、②「人・モノを同格のアクターとして関係し、それぞれのアクターが相互に媒介し合って、総体としてネットワークを形成している」という「アクターとしてのモノ／ネットワークとしてのメディア」論、③「実在的な内奥としては孤絶している人・モノが、関係性のなかにある感覚的な部分では他の人・モノとつながっている」という「実在的なモノと感覚的なメディア」論という三つの視座を提示している (松井 2017 : 216)。そのうち「環境としてのモノ＝メディア」論はマーシャル・マクルーハンによるメディア論とその応用に依るもので、「私たちを取り巻くさまざまなモノが、それぞれ特定のメッセージをもつメディウムとなって、人と人(あるいは人と世界)をつなぎ、コミュニティを形成している」という図式である (松井 2017 : 204)。このような「環境としてのモノ＝メ

ディア」論という観点から見た時に、カセットテープと CD もまた人と人を繋ぐメディアであると言えるだろう。カセットテープは他人を喜ばせるため、楽しみを共有するためにお互いにお気に入りのテープを交換するというエアチェック文化での慣習において重要なメディアであり、CD を取り巻く文化においても、同人誌即売会の対人関係を形成する機能の流れを汲んだ音系同人の例では、CD は自身の嗜好を反映したモノとして、社交を通じて頒布されていた。同人音楽は、その黎明期から、制作者個人が自由に楽しみながら創造性に富んだものを対面で発表することを目指しており、その作品の容れ物は個人で録音・複製・編集が出来る物理的なメディアでなければいけなかった。CD は、作品を自主制作し、人との繋がりを重視した対面で物質的なやり取りをするという、協働的創作行為の土壌が長年培われてきた同人文化と非常に親和性が高かった。さらに言えば、音楽のみならず小説などと共にインタラクティブに楽しむことができ、音楽そのものと、パッケージングが密接に結びつくマルチメディア作品を対面で受け手へ届けるには、CD の特性は非常に有用である。そのため、インターネットの普及により、音楽の聴取がダウンロードへと移行し、結果的に音楽と記録メディアの連関が脆弱化する中でも CD が広く使用されていると言える。対人関係を仮託し、純粋に他人と喜びを共有するメディアであるためには、持ち運びが容易であることと、マルチメディア作品であることにより、個人の趣味嗜好が一見して理解できること、そして「RW 文化」のアマチュアのような一般的な受け手でも扱うことができ、さらには創造性も発揮できるメディアであることが必要だった。そういう共通項からもカセットテープと CD は連続性をもったメディアと位置付けることができるだろう。

内容として措定されるメディアの種類や性質次第で、形式としてのメディアの位相はいかようになりうる (山森 2019 : 49)。ジョナサン・スターンは、音響技術がメディアとして社会に受容される道程は複数あり、常に同時代の制度や経済などの社会的背景と関連していることを指摘している。「まずはメディア、その後に技術」というように、音響技術を受容する社会的な文脈は、新しい技術が生まれる前からある程度はすでに形成されており、その技術がどのように受容されていくかもある程度道筋が決定されている (Sterne 2002 = 2015a : 264-265)。すなわち、カセットテープも CD 受容の方向性をあらか

じめ掌握していたと考えられるだろう。スターンは、「デジタル・オーディオは信じられないくらい可動的だし、信じられないくらい社交的だ」とする (Sterne 2006 = 2015b : 70-71)。スターンが想定しているデジタル・オーディオは、MP3のようなデータとして可動性に優れているオーディオも含まれてはいるが、可動性に優れているという点はデジタルなメディアとして生み出された CD も同じだろう。ある時期に J ポップを売るための容器であった CD は、音楽制作のアマチュアが手にした時、他人と喜びを分かち合うための媒体へと変貌した。可動的で社交的というデジタル・オーディオの本質に則った CD は、カセットテープの文化を源流とし、人々の日常へと密着しつつ個人のパーソナリティを体現させながら社交をもたらすメディアとして完成したのである。

結

本論文では、アナログオーディオからデジタルオーディオの過渡期である 1980 年代に登場した CD が、音楽を聴くメディアであると同時に記録可能なメディアでもあり、加えてアマチュアでも編集が出来るメディアでもあることから、カセットテープに類似するメディアと捉えた。そのうえで、録音メディアに与えられた音や音楽の容器という元来の意味作用の他に、録音メディアが大衆文化に浸透した時に、元来の用途とは別の受容形態が生まれるという仮説を立て、一般大衆がメディアを用いる中で行う協働的あるいは創造的な営みの中で通底する「連続性」をカセットテープと CD に見出した。

第一章では、カセットテープや CD 及びそれらに近しいメディアがどのような価値観の元でどのような楽しみを共有するのか、そしてカセットテープのどのような文化が CD にも受け継がれることとなったのかについて検証した。その結果、FM 放送のエアチェックと密接に繋がるミックステープやウォークマンは、他人と音楽を聴く楽しみを共有するものであり、その楽しみ方は音楽プレーヤーの世代交代と共に CD へと受け継がれたことが明らかとなった。第二章では、「他人と音楽を聴く楽しみを共有する」CD が、音系同人たちの音楽制作と頒布においてどのように活用されているかについて検証を行った。同人音楽作品は、同人誌即売会という人との繋がりが重視された場で対面的に頒布される。このような場でパッケージも音楽も入念に作り込める

CD を頒布することは、自身の趣味趣向を直接聴き手へ視覚的・聴覚的に訴えかけるためにも非常に有用といえる。第三章ではこれまでの検証を元に、カセットテープと CD には持ち運びが容易であること、音楽そのものと、パッケージングが密接に結びつくマルチメディア作品であることにより、個人の趣味嗜好が一見して理解できること、アマチュアが扱えるメディアであることというような、対人関係を仮託し、制作者の創造性も発揮できるという、人々の協働的あるいは創造的な営みの中に通底する連続性がみられることを明らかにした。

本稿では、一般大衆がメディアを用いる中で行う営みを探ることで、パッケージビジネスに依拠しない音楽メディアの在り方の一端を示すことができた。一方で、本稿ではカセットテープと CD という音楽録音メディアの歴史の中でも、ほんの一部の文化について言及するに留まったのも事実である。一般大衆の営みにはあらゆる音楽メディアがあるはずで、他のメディアも含めて仔細に眺めることで、録音メディアと人々の関係性の新たな可能性も見出せるだろう。他方では、アナログレコード店の新規開店や、若者の間でのレコードブームなど「モノ」としての音楽メディアの需要は、今もなお様々な場面で見受けられる。その目的を、時代や社会背景なども含めて多角的に精査することで、「モノ」としての音楽メディアへの知見もさらに深められるだろう。さらには、メディアと社会のより良い有り様を模索することも出来ると考えている。

【註】

- 1) CD などの音楽ソフト総生産額は 1998 年の 6074 億円をピークとして減少傾向である。2021 年は 1936 億円だった。
- 2) 「変化する社会と価値観、そしてデザイン」
<https://twist-design.life/special/society-values>
(以下 Web ページは全て 2022 年 9 月 16 日最終アクセス)
- 3) 細川周平はウォークマンにとって重要なことは、「好きな時に好きなところで音楽を聴く」という第一次機能を越え、「都市のサウンドスケープに潜入される」という第二次機能にある」と述べている (細川 1981 : 61)。細川の指摘を踏まえると、ウォークマンは人を孤立化させるものではなく、むしろ都市への積極的な介入を導くものとして捉える方が妥当である。もちろん私的空間に限定されるかもしれないが、少なくとも 1980 年代においてウォークマンは人々を積極的に都市へと向かわせる力を秘めていたと考えることができるだろう。

- 4) 『ステレオ時代 vol.9』(2017年), p.32。
- 5) 『FMステーション』(ダイヤモンド社)、『週間FM』(音楽之友社)、『Fmfan』(共同通信社)、『FMレコパル』などのFM雑誌が1981年に創刊した。
- 6) 日本電子機械工業会により1978年9月に設置。DADの規格統一の審議のため、国内外50余りの会社や団体から構成された。
- 7) 『無線と実験1980年8月号』第67巻第8号, p.134。
- 8) 1980年10月14日 読売新聞朝刊8面。おそらくこの頃から新たな「光学式」メディアの名称がコンパクトディスク(=CD)と呼称されるようになったのだと思われる。
- 9) 1982年の商品化の際にはほとんどの会社が、ソニー・フィリップス方式、通称CDシステムの採用を発表し、CDシステムは「事実上の世界統一規格」となっていた。CD発売当初、ソニーはクラシックなど洋楽を中心に、国内向けには佐野元春や大滝詠一、山口百恵などの日本のポピュラー音楽をソフトとして取り揃えた。ソニー・フィリップス方式の規格に集約していったのは、このようなソニーのソフトパワーも関係があったのだろう。
- 10) 1982年8月5日 読売新聞夕刊9面。
- 11) 1982年9月1日 日経産業新聞1面。
- 12) レコードのファンは「針を下ろす瞬間の“あのドキドキ”を感じる事が無い」と残念がり(『無線と実験1982年10月号』第69巻第10号, p.288)、ソフトメーカーは「せっかくLPレコードという世界のスタンダードがあり、我々はその音に満足している。余計なことをしないでくれ」と言ったという。
(「ソニーについて 第2部第9章石もて追われる大賀」
<https://www.sony.com/ja/SonyInfo/CorporateInfo/History/SonyHistory/2-09.html>)
- 13) 『無線と実験1983年12月号』第70巻第12号, p.16。
- 14) 1984年10月3日 朝日新聞朝刊9面。
- 15) 「D50」はCDケースを4枚重ねたサイズまで小型化に成功し、従来の機種よりも安価(49,800円)であった。また同時期にCBS・ソニーグループもCDソフトの価格を1984年12月から300~600円値下げし、3,200円にすることを発表している。
- 16) 実際にウォークマンには1機に2つのステレオミニプラグがついているものがあり、誰かと一緒に音楽を聴く前提になっていた。
- 17) M3のWebページでは「音系」を「音でなにかを表現しようとする全てのサークルを総称するジャンル名」と説明している。(https://www.m3net.jp/about/index.php)
- 18) ソニーと太陽誘電は1989年6月14日に合弁会社として株式会社スタート・ラボを設立している。社長は中島平太郎、営業品目はレコーディングサービス、CD-R記
録機・ブランクディスク販売とされた(中島2017:360)。
- 19) 第1回目にあたる「コミックマーケット1」は、1975年12月21日に東京都港区虎ノ門の日本消防会館会議室で行われた。参加サークルは32、来場者は約700人であった。2022年8月13、14日に開催された「コミックマーケット100」では、東京国際展示場(東京ビッグサイト)全館を会場とし、コロナ禍での開催に伴い入場者数の制限を行いながらも、2日間で20,000のサークルが参加し、約17万人の来場者を数えた。(コロナ禍前は、3日間の開催で会期中延べ50万人を超える人数が参加していた。)
- 20) 「Music Media Mix」の略称。1998年より開始した音や音楽、映像を中心とした同人即売会。基本的に春と秋の年2回開催されている。
- 21) 「祐」の字の偏は示偏。
- 22) 例えば、NHKのニュースを一日中録音し、それらの言葉を入れ替えて編集したものなどがあつた。(相川2012:134-135)
- 23) 後述のとおりMIDI規格が策定されたのは1982年のことであるが、MIDI規格が普及するまではインターフェースやソフトウェアを自作したうえで、打ち込み系の音楽を制作していたという。
- 24) 現在、同人イベントで頒布されるCDは、制作者自身が自宅で録音する手焼きCD-Rの他に、業者委託により市販のCDと同レベルの品質で制作されるCD(プレスCD)もある。CD-RあるいはプレスCDのいずれも音楽データやジャケットや盤面のデザインデータなどのマスターデータの作成は制作者自身が行っており、制作者の趣向はそのままCDに反映される。
- 25) 同人音楽サークル「うんちく商事」所属メンバーである富井公と國田豊彦は、同人音楽の醍醐味の一つに「集まる場所があり、仲間がいる。そして楽しみを共有できる」(富井、國田2008:4)ことを挙げている。曲作りの目的は、売ることではなく聴く人と共に楽しむことであり、創作活動を通じて出会った作り手あるいは聴き手は、音楽制作や人生の糧となる。逆に売ることを目的とした場合、他の同人音楽サークルは「邪魔なライバル」となってしまうという(富井、國田2008:227-228)。
- 26) 「コロナ禍における大イベント、M3-2020秋が無事に開催。音系・メディアミックス同人即売会の様子を見てきた」
<https://www.dtmstation.com/archives/32420.html>

【参考文献】

- 相川宏達 2012「プロムナードA 音系同人活動の過去・未来 — 相川宏達氏インタビュー」井手口彰典『同人音

- 楽とその周辺 — 新世紀の振源をめぐる技術・制度・概念』東京：青弓社, pp. 130-167。
- Auslander, Philip, 2001, "Looking at Records", The MIT Press, *TDR*, Vol.45, No.1, pp. 77-83.
- Downes, Kieran, 2010 "Perfect Sound Forever'- Innovation, Aesthetics, and the Remaking of Compact Disc Playback", *Technology and Culture*, Vol. 15, No. 2, pp. 305-331.
- 榎本幹郎 2021『音楽が未来を連れてくる — 時代を創った音楽ビジネス百年の革新者たち』東京：ディスクユニオン。
- 藤竹暁、竹下俊郎編著 2018『図説日本のメディア [新版] — 伝統メディアはネットでどう変わるか』東京：NHK出版。
- 長谷部広道 2017「デジタル録音の技術開発 — ソニーにおける技術者の主体的行為を中心に —」経営史学会『経営史学』第51巻第4号, pp. 3-27。
- 長谷部広道 2019「イノベーションプロセスにおける当事者の行為主体性 — 複数のソニー・ウォークマンの開発ストーリーから —」『杏林社会科学研究』第35巻1号, pp. 13-36。
- 井手口彰典 2012『同人音楽とその周辺 — 新世紀の振源をめぐる技術・制度・概念』東京：青弓社。
- 細川周平 1981『ウォークマンの修辭学』東京：朝日出版社。
- 金子智太郎 2017「一九七〇年代の日本における生録文化 — 録音の技法と楽しみ」美学・藝術論研究会『カリスタ』第23号, pp. 84-112。
- 小林雅明 2018『ミックステープ文化論』東京：シンコーミュージック・エンタテイメント。
- Lessig, Lawrence, 2008, *REMIX : Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*, London: Penguin Books. (レッシグ, ローレンス 2010, 『REMIX — ハイブリッド経済で栄える文化と商業のあり方』山形浩生訳, 東京：翔泳社.)
- 松井広志 2017『模型のメディア論 — 時空間を媒介する「モノ」』東京：青弓社。
- 中島平太郎 1998『次世代オーディオに挑む — いい音、心地よい音を求めて50年』東京：風雲舎。
- 中島平太郎 2017「音との付き合い70年〜(その5)スタート・ラボ時代」日本オーディオ協会『JAS Journal』通巻446号, pp. 31-45。
- 永井貴 2009『同人作家のヒミツ!? 教えます』音楽同友会シープスローリースリーブ。※頒布品
- 中川克志 2015「第12章 解き放たれた音 1990年代以降の「流通」の変化をめぐる」谷口文和、中川克志、福田裕大『音響メディア史』京都：ナカニシヤ出版, pp. 219-240。
- 七邊信重 2005「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。
- Sterne, Jonathan, 2002, *The Audible Past: Cultural Original of Sound Reproduction*, Duke University Press. (スターン, ジョナサン 2015a, 『聞こえる過去 — 音響再生産の文化的起源』中川克志、金子智太郎、谷口文和訳, 東京：インスクリプト。)
- Sterne, Jonathan, 2006, "The Death and Life of Digital Audio" *Interdisciplinary Science Reviews*, 31:4 (December 2006), pp. 338-348, (スターン, ジョナサン 2015b, 「デジタル・オーディオの死と生」中川克志訳, 表象文化論学会, 『表象09』, pp. 60-75。)
- 田中健次 1996「"DTM"について」佐賀大学教育学部『研究論文集』第43集第2号, pp. 55-62。
- 谷口文和 2009「デジタル・シンセサイザのユーザにとってのキーボード観 — 1980年代における「音作り」の実践を事例に」日本ポピュラー音楽学会『ポピュラー音楽研究』第12号, pp. 3-17。
- 寺西慶祐 2012「プロムナードB 表現のための『場』を求めて — 寺西慶祐氏インタビュー」井手口彰典『同人音楽とその周辺 — 新世紀の振源をめぐる技術・制度・概念』東京：青弓社, pp. 147-167。
- Toynbee, Jason, 2000, *Making Popular Music: Musicians, Creativity and Institutions*, London: Arnold, a member of the Hodder Headline Group. (トインビー, ジェイソン 2005, 『ポピュラー音楽をつくる — ミュージシャン・創造性・制度』安田昌弘訳, 東京：みすず書房。)
- 富井公、國田豊彦 2008『同人音楽制作ガイド』東京：秀和システム。
- 烏賀陽弘道 2005『J ポップの心象風景』東京：文藝春秋。
- 山森宙史 2019『「コミックス」のメディア史 — モノとしての戦後マンガとその行方』東京：青弓社。
- 輪島裕介 2016「J-POP」戸ノ下達也編著『〈戦後〉の音楽文化』東京：青弓社, pp. 269-271。

【参考雑誌】

- 『無線と実験1980年8月号』第67巻第8号。
 『無線と実験1982年10月号』第69巻第10号。
 『無線と実験1983年12月号』第70巻第12号。
 『ステレオ時代 vol.9』(2017年)