The University of Osaka
Institutional Knowledge Archive

Title	アンチJ-POPとしての〈邦楽ロック〉 : 1985年以降の日本におけるオルタナティヴなメディアによる音楽ジャンルの形成
Author(s)	菊池, 虎太郎
Citation	阪大音楽学報. 2025, 21, p. 137-159
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/100685
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

https://ir.library.osaka-u.ac.jp/

The University of Osaka

アンチ J-POP としての〈邦楽ロック〉
――1985 年以降の日本におけるオルタナティヴなメディアによる音楽ジャンルの形成――

菊　池　虎太郎

要旨

日本では、1985 年ごろを画期として若者音楽のメインストリームがニューミュージックからロックへと移行しつつあり、メジャーシーンでは BOØWY や HOUND DOG、レベッカといったロック･バンドがヒット曲を生み出した。インディーズシーンでは、パンク/ニューウェーブの地域的な実践がレーベル群の発足と JICC 出版局発行の『宝島』による注目を経て「インディーズ・ブーム」として編成されつつあった。

メジャーシーン/インディーズシーンの両面におけるこの潮流は、CBS・ソニー出版発行のファン目線に基づいたロック雑誌による応援や、アマチュアプレイヤー向け雑誌の普及と相補的に関連しあい 1980 年代末には「バンドブーム」として急速に大衆化した。

バンドブーム自体は 1990 年代初頭に沈静化したが、一連のムーヴメントが引き起こしたロックのメインストリーム化は、音楽産業を取り巻く好景気や、「J 回帰」と呼ばれるような国内回帰の志向と複合的に作用し、J-POP の全面化へとつながる重要な流れを形成した。

J-POP は戦後日本のポピュラー音楽が蓄積してきた「洋楽への憧れ」を相対化しアレンジを施した音楽として日本のポピュラー音楽市場をほぼ独占し、国内の洋楽市場の規模を決定的に縮小させた。

その結果、洋楽至上主義的なイデオロギーに依拠していた既存のロック・ジャーナリズムの求心力は低下し､新譜情報を圧縮し大量に掲載する情報誌的な性格を持つものや､ヴィジュアル系と呼ばれるバンド群を美麗なグラビアで取り上げた音楽雑誌が大きな売上を記録するようになった。

そのような状況下で、バンドブーム以降の日本のロックの方向性を模索していた『ロッキング・オン・ジャパン』などの音楽雑誌は、特定のルーツにとらわれることのない引用と編集の賜物である渋谷系や、それに続く下北系と呼ばれるような地域的なシーンに注目し価値

づけを施すことで、「アンチ J-POP」的な性格を有するジャンルとしての〈邦楽ロック〉を編成した。

はじめに

本稿の目的は、1985 年以降の日本のミュージシャンを扱った音楽雑誌群を中心とした分析を試みたうえで、バンドブーム期以降の日本のロックの方向性を模索した雑誌『ロッキング・オン・ジャパン』（以下『ROJ』）を中心としたオルタナティヴなメディアによって、J-POP に対するアンチテーゼとしての性格を有する〈邦楽ロック〉[1] と呼ばれる音楽ジャンル[2] が形成された過程を明らかにすることである。

戦後日本の音楽雑誌に関する諸研究を見ると、先駆的なものとして、一般書ではあるが、日本における代表的なロック雑誌を当時の編集者へのインタビューを交えながら年代記風に綴ったもの［篠原，2001］や、学術論文としては、日本におけるロック音楽受容の展開に注目しながら、新興の音楽ジャンルの担い手であるミュージシャンの価値を増幅させる装置としての音楽雑誌の機能を分析した研究［南田，2008］などがある。

近年の研究動向としては、雑誌『ニューミュージック・マガジン』に代表される 1970 年代のロック雑誌における政治性の研究［山崎，2024］や、1980 年代前半のサブカルチャー雑誌『ビックリハウス』を事例とした当時の若者の政治意識の実態を分析した研究［富永，2024］、雑誌『ロッキング･オン』における実際の記述から「ロック音楽について語ること」を分析した研究［長﨑，2021］、日本における音楽批評を通史的にまとめた書籍［栗原･大谷，2021］など、多岐にわたっている。

ところが、〈邦楽ロック〉を取り巻く諸言説や、1985 年以降の音楽雑誌を中心的に取り上げた研究は管見の限りでは見受けられない。篠原章は 1990 年代における音楽雑誌の影響力

1　〈邦楽ロック〉あるいはそれを縮めた〈邦ロック〉の用語は日本国内で活動するロックバンドを示す名称としてごく一般的に用いられているものである。〈邦楽ロック〉という語の一般化以前の日本のロックはそのまま「日本のロック」と呼ばれており、例えば毎年夏に北海道石狩市で開催される RISING SUN ROCK FESTIVAL の 1999 年の初開催にあたって公式ホームページ上に掲載された「プロローグ」と題された文章中では、「［日本のロック］という響きにはどうしてもかすかな違和感があった。［ブリティッシュ･ロック］や［アメリカン･ロック］［ジャーマン･ロック］といった言葉に対して、どうしても背筋が伸びきっていない後ろめたい気分が付きまとっているような気がしていた。」［WESS，1999］とある。この日本のロックにつきまとう「後ろめたい気分」はマイケル･ボーダッシュの指摘する「洋楽に近しくあることが真正である」という戦後日本のポピュラー音楽に内在したイデオロギー［ボーダッシュ，2012］が強烈に意識された結果発露したものであることは想像に難くない。
一方で WESS（RISING SUN ROCK FESTIVAL 運営会社）はその「後ろめたい気分」を振り払うために、1999 年の日本において純国産の大型フェスの開催に踏み切ったのであり､1999 年は「洋楽に近しくあることが真正である」イデオロギーが動揺しつつあった――「後ろめたい日本のロック」から「日本独自の音楽としての〈邦楽ロック〉」へと認識が転換しつつあった時期であることもわかる。
それを踏まえ本稿では、1990 年代後半の日本で成立したロック音楽の新形態を〈邦楽ロック〉と呼称し、1990 年代初頭のバンドブーム期までの「日本のロック」とは区別して考え、主な分析対象として設定する。

2　外来音楽の受容と応用の歴史であるともいえる日本の音楽文化の特徴を前提に、輪島裕介による「「洋楽」や「ポップス」といった雨傘的な括りをひとつのジャンルとしてとらえ、その含意や機能を分析する」［輪島，2023，116］方法論を採用する。本稿ではジャンルとしての「洋楽」あるいは「J-POP」の分析を通じて、それらのジャンルとの関係性の中で相対化されるジャンルとしての〈邦楽ロック〉を浮き彫りにする。

の減衰を指摘したほか［篠原，2001，290-292］、南田勝也はロック音楽においては音楽雑誌の役割が事実上完了したことが 1990 年代の音楽雑誌の低調の原因であるという考察を行っているが［南田，2008，154-155］、いずれも 1990 年代当時の音楽雑誌について詳細に分析しているわけではない。しかし本稿で後述するように、1980 年代末のバンドブームを経て若者音楽の様相は大きく様変わりしながら、市場規模は拡大を続けていた。出版業に目を向けても、1996 年をピークとして国内の雑誌総発行部数は拡大の一途を辿っており［『50 年史』編集委員会編　2007：28］、ポピュラー音楽の受容において当時の主要なメディアたる音楽雑誌の影響は当然無視できない。それにもかかわらず、1990 年代以降の音楽雑誌が学術的な興味関心の対象とされてこなかった理由の一つは、当時大きな発行部数を誇った音楽雑誌の多くが、無機質な新譜情報やミュージシャンのグラビア写真と販促の域を出ることのないインタビューの掲載に終始するものであり、その内容に踏み込んだテクスト論的な分析自体が困難であったからであると考えられる。

それを踏まえ本稿では、当時若者音楽のメインストリームとして急速に全面化した J-POP を取り巻く諸言説や、各都市で独立的に運営されていたインディーズ・レーベル、急速にチェーン展開が進んでいた大型 CD 小売店といった、諸要素の連関の中で雑誌メディアの動向を捉え、総合的な分析を試みる。1985 年ごろを一つのターニングポイントとして大きな変革期を迎えていた日本のポピュラー音楽産業において、これまでの日本のロックとはその性格を異とする〈邦楽ロック〉がオルタナティヴなメディアによって形成された過程を明らかにする。

本研究が主題とする、戦後日本のポピュラー音楽文化に強固に内在した「進んだ洋楽/遅れた邦楽」を前提とした構造の変容と、西洋圏の音楽文化に対する相対的な自律性を有した〈邦楽ロック〉の成立という事例の分析を通じて、非西洋圏のポピュラー音楽文化における自律性の探求の一助となれば幸いである。

1．1980 年代前半のポピュラー音楽雑誌出版史概要

『ニューミュージック・マガジン』（1969 年創刊）、『ロッキング・オン』（1972 年創刊）といった、日本でのロック音楽受容において重要な役割を担った雑誌は、シリアスな批評に基づいて当時新興の若者文化であった洋楽（ロック）の価値づけに努めたものであった。

『ニューミュージック・マガジン』創刊号の巻末に付せられた編集長中村とうようによる後記では、「いまやロックは、新しい若者の大衆文化として、重要な役割をになうようになっているのだから、文化論的な立場から、ロックを正当に把握するための活字メディアが必要だ」［中村，1969，64］とある。美麗なグラビア写真で彩られた『ミュージック・ライフ』と比べると半分ほどの判型に活字でびっしりと埋め尽くされた紙面構成や、時にはミュージ

シャンに対する叱責も厭わない点数制のアルバムレビュー、新左翼の檄文のような熱を帯びることさえある編集長のコラム「とうようズトーク」――それらは全てロックを批評の対象とみなし真剣に向き合うに値する音楽とみなす編集方針によるものであると考えられる。

『ロッキング･オン』は、編集長渋谷陽一の「ロックを文学的に読む」という姿勢［渋谷, 1982, 3］が象徴しているように、その創刊初期の紙面は、ロックを単なる音楽以上の生き方そのものと捉え、その歌詞や音像に自らの精神性を投射した投稿が多く掲載されており、その認識に耐えうる文学性をロックに求める若者のニーズを巧妙にくみ取ることができたのが『ロッキング・オン』の語り方だった。

山﨑隆弘は、両雑誌における吉本隆明主宰の政治批評同人誌『試行』の思想的な影響を指摘している［山崎, 2024, 148, 173］ことからも明らかなように、1970 年代におけるロック･ジャーナリズムは進歩的思想の批評言説と密接に関連していた。

ところが中村とうようは 1970 年代後半以降世界各地のルーツ音楽への興味を表明[3]、彼の態度は 1980 年の『ニューミュージック･マガジン』の『ミュージック･マガジン』への誌名･編集方針の変更へとつながり、『ミュージック・マガジン』はロック専門誌を離れ様々な分野のポピュラー音楽を幅広く扱う路線へと転換した。また『ロッキング・オン』は、ミニコミ誌然とした不安定な刊行形態から、1977 年に月刊誌化を果たした以後は徐々に編集体制が固まっていった。長﨑励朗は、1978 年 10 月号に英国の音楽雑誌『sounds』誌と契約を結び翻訳記事を載せるようになったことを一つの象徴として、最新の洋楽事情を即座に届ける情報誌化が進むこととなったことを指摘している［長﨑, 2021, 180-184］。

また、1970 年代後半から 1980 年代にかけてのオーディオ機器の一般家庭レベルへの普及を背景とした FM ラジオ情報誌の隆盛も重要である。『FM fan』『週刊 FM』『FM レコパル』『FM STATION』の 4 誌に代表される、エアチェックを行うリスナーに向けた放送情報の提供を目的とする FM 誌は、FM ラジオの番組表と放送される楽曲の紹介が中心的な内容であり、批評的な記事はほぼ皆無でありながら 1980 年台中盤の最盛期には 4 誌で 150 万部近い市場を形成していたという［恩藏, 2021, 10］。

その他『ニューミュージック・マガジン』『ロッキング・オン』と並び三大ロック誌と称された新興音楽出版社[4]の『ミュージック･ライフ』[5]、三大誌に先行して洋楽を紹介していた音楽専科社の『音楽専科』（1967 年創刊）、欧米圏のパンク/ニューウェーブを初期より紹介

3　中村が『GUTS』誌上で 1976 年 10 月号から全 14 回にわたって連載していたコラム「ぼくだけの音楽史」では、ロック･ジャーナリズムにおける欧米圏のロック音楽の偏重傾向が繰り返し指摘されており、後の中村のワールドミュージックへの興味を窺わせる内容となっている。

4　1983 年にシンコー・ミュージックに改称、2004 年に現社名シンコーミュージック・エンタテイメントに改称。

5　1951 年の復刊以降、最新の洋楽事情を耐えず発信し続け、特に 1960 年代の日本のビートルズ受容において多大なる役割を果たした雑誌である。

した『ZOO』（1975 年創刊）と『フールズメイト』（1977 年創刊）[6]、『INROCK』（1979 年創刊）、関西を中心に発行されカルト的な人気を誇った『ロック・マガジン』（1976 年創刊）など、洋楽需要の高まりもあり多様な洋楽雑誌が創刊され、それぞれが読者のニーズにあったロックの価値づけを行なった。

その一方で吉本隆明の思想的な影響下にあった既存のロック・ジャーナリズムと、1980 年代の批評のトレンドであったニュー・アカデミズムの空気は本質的に反目し合うものであった［栗原・大谷，2021，292-296］ことからも明らかなように、1980 年代の音楽雑誌は急速に批評的な語り方とは距離を取るようになっていった。

そのような状況下において、1970 年代とは異なる音楽雑誌のあり方を明確に見せたものが JICC 出版局の『宝島』（1973 年創刊）である。サブカルチャー雑誌であった『宝島』が本格的に音楽を取り上げるようになるのは 1980 年に関川誠が編集長となり編集方針を転換させてからだが[7]、その直前 1979 年 7 月号には関川による中村とうようへの批判記事「中村とうようさんへ――ぼくがほんとうに書きたかったこと」という、次の時代のロック・ジャーナリズムの空気を予見する記事が『宝島』には掲載されている。

> 70 年代に入って、大学紛争が平静化し、全共闘運動が党派の内ゲバに転換するようになり、「シラケ」という言葉が、否定的な意味ではなく、むしろ積極的に時代を語るとして使われるようになるなかで、ロックを“つまらなさ”“やるせなさ”をなんとかする慰めの“刺激”として聴く人たちが圧倒的に増えてきています。だからこそ、いまロックが確実に大衆化し始めているのではないでしょうか。（引用者により中略）誰でもが、“諦らめ、醒めている自分”を全肯定して生きているとは思えないし、それでいいと思っているわけではない。とうようさんに、それに共感してほしいと思っているのでもない。ただ、その部分を身に近づけようともしないで、あるいは、若者はダメだという単純な反撥を前提として“批評行為”を続けるならば、言葉は言葉だけで空転し、言葉の単なるゲームにしかならないでしょう。［関川，1979，143-145，全て原文ママ］

関川は、欧米のロックを安全圏から批評するのではなく、現場に身を置きロックを体感し、自らギターを手に取ることが時代の「醒め」を乗り越える手段であると断じる。1980 年代以降の『宝島』は彼の編集方針のもと現場主義的な態度を表面化させ、当時急速に盛り上が

6　欧米圏のパンク/ニューウェーブを初期より日本に紹介したロック雑誌であるが、1990 年 1 月号（通算 100 号）より邦楽専門誌となり、洋楽記事は新創刊された『MIX』誌に集約されることとなった。その後 1990 年代のヴィジュアル系のムーヴメントに伴い、1990 年代後半にはヴィジュアル系専門雑誌へと変容している。

7　関川が編集長に就任したのは 1980 年 8 月号からであるが、その直前 1980 年 6 月号にはこれまでの 480 円から 250 円へと大幅な値下げが行われており、より若者を志向した誌面が目指されたいたことが窺える（1985 年 1 月号に 350 円へ値上げし、その後価格はわずかに上昇していったものの大きな変動はない）。

りつつあった日本のパンク/ニューウェーブを積極的に取り上げるようになる。

上の引用文にもあるように、大学紛争の鎮静後の若者は「シラケ」をひとつの標語とし、「特定の理念や思想にとらわれることなく、ファッションや趣味などの消費の水準における『記号的な戯れ』によって自己を提示する」［大澤，1996，46］世代であると論じられた。佐伯啓思は、当時の社会が極めて均一化されたものであるからゆえ逆説的に人々の欲望は「人並み化」から「差異化」に転じた時期であったと指摘する［佐伯，1993，158-180］[8]。

若者文化の表層に浮上した政治忌避の姿勢と、記号化と表裏一体の差異化を求める欲求とが合流した結果、1980 年代のロック雑誌は、徹底したファン目線に基づいた編集方針や、実践を志向する姿勢といったさまざまな形で日本のロックを応援し、1980 年代末の「バンドブーム」へと繋がってゆく重要な要素を形成した。

2．バンドブームを通じた日本のロックのメインストリーム化

2－1．「ニューミュージックの葬式」とインディーズ・ブームの 1985 年

本章では、若者音楽のメインストリームがニューミュージックからロックへと移行したターニングポイントを 1985 年ごろとしたうえで、1980 年代後半が直後の J-POP の全面化に至った重要な準備期間であると考え、分析を実施する。

1985 年 6 月 15 日に旧国立競技場で開催された「国際成年記念 ALL TOGETHER NOW」はその象徴的なイベントである。はっぴいえんどとサディスティック・ミカ・バンドの再結成に始まり、吉田拓郎、オフコース、松任谷由実から、チェッカーズ、THE ALFEE、佐野元春、サザンオールスターズなど、1970 年代から 1980 年代にかけて活躍した「ニューミュージック」のミュージシャンがその主役であり、各メディアからは「ニューミュージックの葬式」[9] と形容された、世代の総決算的な側面の強いものであった[10]。

当時の日本における自主制作的な性格の強いロックに目を向けると、1970 年代以降の各都市におけるパンク/ニューウェーブの実践は徐々にレーベルによってシーンとして編成さ

8　富永京子は、このような社会学者らの時代論・世代論に対する反論として、戦後日本社会が連続的に重視してきた「自主的・主体的な参加」「他者の自主性の尊重」こそが 1970-80 年代の若者が「啓蒙や強制を伴う政治参加や社会運動を忌避した」背景であると指摘している［富永，2024，296-304］。

9　「ニューミュージックの葬式」の初出は定かではない。インターネット上の言説などでは、はっぴいえんどのメンバーの発言とされていることが多いが『シンプジャーナル ベストセレクション '80s』に再録された 1985 年当時の財津和夫と南こうせつの対談記事で南は「誰か評論家が演る前に言ってましたけど“ニューミュージックの葬式”になっちゃいますからね」［南，1985，160］と述べているほか、『ROJ』1987 年 5 月号に掲載された大瀧詠一へのインタビューでは（はっぴいえんどの再結成に関して）「例のフジサンケイ（引用者注・ALL TOGETHER NOW はフジサンケイ系列のニッポン放送が主導した企画である）が適当なアイデアを立てたわけだよ。で断ったわけ一番最初。バカなことやるんじゃないって言って。誰が見たってそんなライヴ・エイドの真似みたいな情けないパターンでさ。あとで各評論家がいろんなことを書いてたけれども、あんなもの百も二百も承知だし、とっくに言ってたんだよ。そのぐらいわかんなくてやってるわけじゃないよ、言っとくけども。だいたいこいつらだったらこう書くだろうってのを全部書いてんだよ俺、やる前に、終った後の批評みたいなのを」［大瀧，1987，50-57］とある。

10　日本のロックを通史的に編纂した JICC 出版局の『日本のロック大百科』では、「「オール・トゥギャザー・ナウ」を境に日本の音楽産業はロック主導型に移行」［JICC 出版局編，1992，160］とあるように、バンドブーム直後期の音楽業界において同イベントはすでに象徴的なイベントであったことが窺える。

れ、ブームとしての盛り上がりを見せていた時期であり、『DOLL』（1980 年に『ZOO』から誌名変更）や『フールズメイト』といった 1970 年代から海外のパンク/ニューウェーブを紹介していた先行誌も徐々に国内シーンを取り上げるようになっていったほか、シーンの当事者らによって制作されたミニコミ誌もブームの盛り上がりと比例するように質・量ともに充実していった。

このような状況下において、現場主義的な態度を打ち出した『宝島』は、比較的小規模なレーベル発の新譜レビューや実地に赴いたライブレポートを積極的に掲載しただけでなく、1985 年にはレーベル「キャプテンレコード」を発足させ、比較的大規模な資本力を背景としたインディーズ・レーベルとしてムーヴメントの中心的存在となった。また『宝島』1985 年 7 月号では「試験に出ない !? 日本ロック史」と題された巻頭特集において、1969 年末以来の日本のロック史の編纂を試みたほか、1986 年にはレコードショップ WAVE との共同編集のもと『Indies：世界自主制作レコードカタログ』を出版し、1,000 枚近い国内外の自主制作・インディーズ盤を紹介している。これらは前掲の『日本のロック大百科』などと併せ批評行為とは別の側面から日本のロックを価値づけ･体系化する試みであるように考えられる。

このように 1980 年代の『宝島』は局地的な活動が主であったパンク/ニューウェーブをひとつのシーンとして編成する役目を負い、中でも、ラフィン・ノーズ、ザ・ウィラード、有頂天の 3 バンドは『宝島』などによって繰り返し「インディーズ御三家」と表象され、彼らを中心として 1985 年ごろには「インディーズ・ブーム」と呼ばれる盛況を呈すことになった。

同時期のメジャーシーンでは、BOØWY がセルフタイトルのアルバム『BOØWY』を、HOUND DOG は代表曲となるシングル『ff（フォルティシモ）』をリリース、レベッカはアルバム『REBECCA IV ～ Maybe Tomorrow ～』において 100 万枚を超えるセールスを記録巣るなど、ビート・ロック[11] のスタイルは急速に一般化していった。

ここで留意したいのは、1980 年代中期のトップチャートはいまだアイドルやニューミュージックが独占的であり、ビート・ロックが既存の音楽産業のゲームチェンジャーになったわけではないという点である。むしろ、メジャーシーンにビート･ロックのスタイルが流入し、これまでニューミュージックの意匠でプロモートされたミュージシャンらもロックの表象を身に纏うようになっていった。この流れは、日本のロックが記号化し、メジャーシーンの音楽制作の手法のひとつに取り込まれた過程であると言える。

11　BOØWY や、初期の BUCK-TICK といったパンク/ニューウェーヴの流れを継承しながらもメジャーシーンを志向し、後のヴィジュアル系のムーヴメントへと接続していったバンド群らは、歌謡曲的なメロディラインを採用しながらもキャロル以降の英語風に日本語詞を発声する歌唱、スネアドラムの 8 ビートとカッテングギターを多用した音像と、パンクの影響を受けつつより瀟洒に、華美に彩ったファッションを特徴とした。彼らは音楽雑誌などで「ビート・ロック」と呼称されることが多かったが、ジャンル的な包摂性は緩やかであるといえる。本稿では 1985 年ごろのメジャーシーンで脚光を浴び、後のバンドブームに多大な影響を与えたバンド群を便宜的にビート・ロックと呼称する。

２－２．CBS・ソニー出版の躍進とバンドブームの全面化

メジャーシーン/インディーズシーンの両面におけるこの潮流の中で、CBS・ソニー出版[12]の『Gb』（ギターブック）（1977 年創刊）[13]『Pati-Pati』（パチパチ）（1984 年創刊）[14]といった邦楽専門誌が大きな影響力を持つようになっていった[15]。

その内容は新譜レビューや編集部のコラム・批評記事といった既存の音楽雑誌では一般的であった記事はほぼ存在せず、数十組のミュージシャンのカラーグラビア写真とインタビューが主体の、発達したファンダムを読者として想定したものであった。強大な資本力を背景とした贅沢な誌面構成は、構造上小規模で限定的なシーンを扱うことに終始せざるを得ないミニコミでは補完しきれなかった需要を満たし、飛躍的にその売り上げを伸ばしていった。

立東社の『ロッキン f』（1976 年創刊）[16]音楽専科社の『ARENA 37℃』（1982 年創刊）[17]といった既存の音楽雑誌も徐々に日本のロックを中心的に扱う内容に転向していったほか、CBS・ソニーの躍進に追随するように、ビクターエンタテインメント社の『R&R NEWSMAKER』（1988 年創刊）、シンコー・ミュージックの『B PASS』（1985 年創刊）といった『Pati-Pati』に類似した誌面構成の邦楽誌も発行された。それ以外にも、シンコー・ミュージックの『BURRN! JAPAN』（1987 年創刊）、ロッキング・オン社の『ROJ』（1986 年創刊）など、洋楽専門誌の邦楽版も創刊されるなど、メジャー/インディーズ双方のミュージシャンが雑誌メディアによって数多く取り上げられた。

また、JICC 出版局の『BAND やろうぜ』（1988 年創刊）やシンコー・ミュージックの『GiGS』（1989 年創刊）[18]は、リットー・ミュージックの『キーボード・マガジン』（1979 年創刊）『ギター・マガジン』（1980 年創刊）といったプロ志向のプレイ誌[19]と比べるとよりアマチュア志向の内容であり、バンドスコアやメン募と呼ばれたメンバー募集のコーナーは多くの若者にとってバンドを始めるきっかけとして機能していたと考えられる。

12　CBS・ソニー傘下の出版社として、1972 年に設立。1991 年ソニーの CBS 買収を機に「ソニーマガジンズ」に改名、2012 年に放送事業のソニー子会社「ミュージックオンティーヴィー」と合併し「エムオン・エンタテインメント」となったのち、2021 年にソニーミュージックソリューションズとの吸収合併により消滅。
SONY（2008）「1968 年、CBS・ソニーレコード創業」、『ソニーグループについて　タイムカプセル』vol.15、https://www.sony.com/ja/SonyInfo/CorporateInfo/History/capsule/15/
Sony Music Solutions Inc.「事業紹介」、https://www.sonymusicsolutions.co.jp/s/sms/diary/detail/737?ima=0000&link=ROBO004

13　創刊当初はニューミュージック系のミュージシャン専門雑誌であったが、徐々にロック系の記事量が増加し、1980 年代末には主にメジャーシーンで活躍するバンドの特集記事が大半を占めていた。

14　1986 年に『Pati-Pati ROCK'n'ROLL』、1990 年に『パチパチ読本』などの姉妹誌・関連雑誌も相次いで創刊された。

15　1990 年に RO 社に入社後『BUZZ』『ROJ』などの編集長を歴任した鹿野淳は「ソニマガの雑誌は自分たちの作っている雑誌に比べて、桁が 1 つ違うくらい売れていました」と回想している［鹿野，2021，15］。

16　初期の内容は洋楽が中心であったが、徐々に日本のハードロック・ヘヴィメタルバンドを中心的に扱うものに変容した。

17　ごく初期はニューミュージック系のミュージシャンも扱っていたが、1980 年代後半にはロック系のミュージシャンが中心となっている。1990 年代にはヴィジュアル系ムーヴメントに同調し専門誌に変容した。

18　インタビュー誌とプレイ誌の中間的な内容の雑誌で、カラーグラビアやインタビューだけでなく、ミュージシャンの使用機材の紹介や楽曲のスコアも掲載されていた。

19　リットーミュージックは『サウンド & レコーディング・マガジン』（1981 年創刊）『リズム & ドラム・マガジン』（1982 年創刊）『ベース・マガジン』（1985 年創刊）など各楽器専門誌を 1980 年代を通じて相次いで創刊させた。

このように、音楽産業のメジャー/インディーズの両面において、1985 年ごろをひとつの画期として 1990 年代前半の J-POP の全面化へとつながる重要な流れが形成されていた[20]。その状況に、CBS・ソニー出版の音楽雑誌などがファン目線の編集方針でバンド音楽を広く人口に膾炙させ、『BAND やろうぜ』などが参入障壁を極限まで下げた結果、市井にはアマチュアバンドが氾濫する。所謂バンドブームの状況である[21]。

その象徴であった「ホコ天」[22] ではジュン・スカイウォーカーズやザ・ブーム、「イカ天」[23] ではたま、ブランキー・ジェット・シティや BEGIN のような独自色の強いバンドも輩出された。しかしバンドブームの熱に浮かれギターを手に取った若者の多くは十分な経験を積まないまま音楽事務所に青田買いされデビューするような状況であり、まさにバブル経済と同様の過剰な投機がなされた結果、1990 年代初頭にはバンドブームは急速に沈静化することになる。

バンドブームの中心的な存在であったジュン・スカイウォーカーズの宮田カズヤはブームの過剰な盛り上がりに対して「とにかくバンドを食いもんにして商売をしてやろう……という奴らが多すぎるよ。雑誌もテレビもレコード会社もね」[『シンプジャーナル』1990 年 5 月号，53，宮田カズヤへのインタビュー部より引用］と述べているほか、『宝島』編集長関川誠は、1991 年以降編集方針を大きく変更し音楽系の記事を掲載しなくなった背景として「『表紙にしてくれないんだったらインタビューは受けません』とか、『『パチパチ』の表紙になったんで今月はできません』とか、『あっちは10ページやるのに、なんで宝島は２ページなんですか』とか」［篠原，2005，227-228、関川誠へのインタビュー部より引用］と回想しており、過度な資本の流入によってこれまでの現場主義的な編集方針が取れなくなったことを原因として挙げている。

その一方で重要な点は、あまりに急速なブームの盛り上がりの結果、バンドブームを経てロックを取り巻く環境はより開かれたものになったことである。サエキけんぞうは、バンド

20　４章において述べる渋谷系と呼ばれるポピュラー音楽の源流のひとつもまた 1985 年ごろの東京に見ることができる。ピチカート・ファイヴを 1985 年に結成した小西康陽や、同じく 1985 年に The Red Curtain を結成（1987 年にオリジナル・ラブに改称）した田島貴男らの音楽性に強い影響力を与えた日本のインディーズ・シーンは「ネオ GS」と呼ばれ、1960 年代の日本で活動したビートルズ影響直下にあったバンド群「GS（グループ・サウンズ）」の再評価に基づいた音楽性を有するシーンだった。ネオ GS の代表的なバンドであるザ・ファントムギフトのマネジメント・制作を行なっていた高護は、『定本はっぴいえんど』『定本ジャックス』（両者とも 1986 年、SFC 音楽出版、のちのウルトラ・ヴァイヴ、より出版）などを相次いで出版し 1960 年代の日本語ロックの再評価の流れを形作った。この『宝島』によるシーンの掘り下げ・歴史の整序化ともリンクする初期の「日本語ロック」の再評価の文脈は、ソフト・ロック、ソウル、ラウンジ・ミュージックの再評価などと並んでのちの渋谷系へとつながる重要なファクターである。

21　バンドブームの直後期である 1993 年版の『現代用語の基礎知識』ではすでに「バンド・ブーム」の項目が掲載されており、「最近では、バンドは若者の普通の楽しみとして定着しつつあ」るとあり［自由国民社編，1993，1178］バンドが急速に人口に膾炙した当時の時代状況が窺える。

22　1977 年から 1998 年までの約 20 年間、原宿駅前から青山通りにかけての約２キロが休日の間は車両通行が禁止となり、歩行者天国＝「ホコ天」となった同地では様々なストリート・カルチャーが形成された。特に 1980 年代後半は「ホコ天」で路上ライブを行うアマチュア・バンドが急増、バンドブームの重要な一側面となった。

23　1989 年２月から 1990 年 12 月にかけて放送された「三宅裕司のいかすバンド天国」＝「イカ天」はオーディション形式の音楽番組であった。深夜放送かつ約２年という短い放送期間でありながら多くのバンドを輩出し、バンドブームの最盛期を象徴する伝説的な番組として知られる。

ブームの遺したポジティヴな面として「全国にライブハウスと楽器屋の数を増やし、中学校・高校にバンドを公認化させ、ライブの『総立ち』を当たり前にした。（引用者により中略）レコードのプロモーションシステムやライブハウスの営業など、音楽のインフラ作りに貢献したこと」を指摘しており［サエキ，2011，242］、実際、クラブクアトロ[24]、ON AIR[25]といった、若者文化の発信地であった渋谷に位置する比較的規模の大きいライブ会場はこの時期に相次いで開業している。

バンドブームを経て、音楽産業における「日本のロック」は記号化の一途を辿ることとなり、その軸足を失ったままビート・ロックのスタイルのみを継承、音楽聴取・実践から制作の方法に至るまで広くメインストリーム化されたのであった[26]。

３．J-POP の全面化と「音楽雑誌なんか読むな！」

３－１．J 回帰とポピュラー音楽産業の構造転換

本章では、浅田彰の「J 回帰」の言説を引用しながら 1990 年代の J-POP の全面化に至った背景を概観し、その時期の音楽雑誌の動向について述べる。

浅田彰は、1990 年代の日本における国内志向の傾向を「J 回帰」と呼称し、「J-POP」[27]「J リーグ」（1991 年発足、1993 年開幕）のような表現文化や消費経済における記号的な変化だけでなく、批評言説に及ぶ複合的な自閉化の構造を指摘した［浅田，2000］[28]。

1980 年代末の日本には、空前の好景気によって「ジャパン・アズ・ナンバーワン」の標語のもと名実共に世界一の経済大国になったことを国民に自認させる浮かれた空気があった。その空気が「J」の表象とともに世界へと踏み出してゆこうとする姿勢へと接続したことは想像に難くない。その一方で、バブル景気は 1990 年代に入るとすぐに停滞し、「J」の表象はただ宙ぶらりんに日本経済に残り続け、国民の関心は内へ内へと向かってゆくこととなった。だからこそ、「J 回帰」――氾濫する「J」の表象とは対照的な自閉化の原因はバブル崩壊後のグローバル資本主義に取り残された空気を反映したものであると浅田は指摘するのである。

しかしながら、バブル崩壊後の慢性的な不況は音楽業界については例外であった。1996-

24　旧セゾングループが経営母体として、1988 年渋谷に一号店が開業した。
25　1991 年開業。現在では Spotify O-EAST という名称で、他３つの会場と併せシブヤテレビジョンが経営している。
26　記号化した「日本のロック」のメインストリーム化の事例としてはやはり、1993 年ごろを最盛期とするビーイング・ブーム――音楽事務所ビーイング（現株式会社 B ZONE）所属ミュージシャンによるトップチャートの独占が挙げられるだろう。「自前でスタジオを所有し、作詞・作曲・アレンジャーやスタジオエンジニアと専属契約、多数のスタジオミュージシャンを抱えている。クライアントの意向に合わせた音楽を即応体制で制作できる」［増田，2005，136］手法を確立し、音楽番組出演よりもテレビ CM やドラマ、アニメへのタイアップを優先するプロモーションを通じてヒット曲を量産した。
27　「J-POP」の用語としての起源は、1988 年代末にこれまで洋楽のみをオンエアしてきた FM 局 J-WAVE が邦楽を流す際に名付けた「J-POP CLASSIC」のコーナー名である。
28　「『J 回帰』の行方」『VOICE』2000 年３月号＝浅田彰本人のウェブアーカイブ（http://www.kojinkaratani.com/criticalspace/old/special/asada/voice0003.html）

98 年を売り上げのピークとして CD の市場規模は拡大を続け、音楽雑誌についてもそれに追随するように 1990 年代後半は空前の好況を迎えることとなる。

注目すべき点は、この「CD バブル」と呼ばれる状況は「自閉化」と連動した動きを見せていたことである。1980 年代に 60% 対 40% ほどで推移していた邦楽対洋楽の音盤生産金額の構成比は、1990 年代には 75% 対 25% ほどにまで傾くことになった[29]。CD バブル最盛期の 1996 年から 1998 年であっても邦楽の市場規模が拡大する中で押されるようにして洋楽はその売上を落とし続け、以後現在に至るまでポピュラー音楽市場においてその存在感は希薄である。

この状況を作り出した主たる要因は、端的には J-POP が日本のポピュラー音楽市場をほぼ独占したためである。J-POP は CD 小売店の普及やテレビ･タイアップなどのプロモーション、カラオケ・ボックスの普及などといった複合的な要因によって 1990 年代後半には年間 100 万枚を超える売上を連発するようになり、CD バブルと呼ばれる状況が形づくられることになる。

南田勝也は J-POP を「限りなく洋楽に近づいた」ことを送り手と受け手が相互に承認しあった「共同幻想の所産」［南田，2014，159］と定義するほか、金成玟は、1987 年に制定された「日本ゴールドディスク大賞」の分類が 1990 年代を通じて急速に再編され「ロック」と「ポップ」の 2 部門に絞られていったことを引用しながら、J-POP は 1970-80 年代の日本の音楽産業が蓄積した洗練された「現代性」を発現させた「選択と集中」の賜物であることを指摘している［金，2024，98-99］。

実際、例えば 1990 年代に活躍したビーイングのプロデューサーであった長戸大幸、織田哲郎はモータウンサウンドやハードロック、エイベックスの松浦勝人はユーロビート、小室哲哉はシンセ・ポップ主体のダンス・ミュージックといったジャンルを得意とし、1970-80 年代の日本のポピュラー音楽における洋楽の蓄積を相対化しアレンジを施した楽曲で数多くのヒット作を生み出した。

これらの認識は浅田の「J 回帰」の認識と一致する。冷戦の終結と共に急速に再編が進むグローバル市場と、バブル崩壊後の長期的な不況が相互的に作用し合う中で「J」の表象のもと洋楽と肩を並べる音楽として登場した J-POP はその実、国内で消費されることに終始する音楽文化だったのである[30]。

29　一般社団法人日本レコード協会「音楽ソフト 種類別生産数量推移」（https://www.riaj.or.jp/f/data/index.html）のデータより。レコードの生産額に輸入盤を含んでいないことは留意が必要である。安価な輸入盤は外資系 CD ショップの進出も影響して 1990 年代急速に増加した。

30　日高良祐は、J-POP の市場は極端に国内に偏重しており、2010 年代においても海外市場の開拓には十分に成功していないことを指摘している［日高，2019，244-277］。

３－２．音楽雑誌の動向

「進んだ洋楽/遅れた邦楽」の認識に基づいたイデオロギーは J-POP という「共同幻想」すら生み出し肥大化を続け、国内の洋楽市場の規模を決定的に縮小させるまでの高度な商業化を果たした。その結果、例えば1970年代の「日本語ロック論争」[31]のように戦後日本のポピュラー音楽が前提とし、繰り返し表面化してきた洋楽/邦楽の対立構造自体は無効化されてしまったように思われる。洋/邦の対立構造を前提として進展してきた 1970 年以来の日本のロック・ジャーナリズムは、J-POP の全面化に象徴される日本のポピュラー音楽の構造転換に対応することができなかった結果、その求心力を決定的に低下させることになる。

そのような状況下において、CBS・ソニー出版の『What's in?』（ワッツイン）（1988 年創刊）[32]、音楽出版社の『CD ジャーナル』（1984 年創刊）角川書店の『CD でーた』（1988 年創刊）ぴあの『ぴあ music complex』（1989 年創刊）といった新譜情報を圧縮し大量に掲載する性格を持つ雑誌が、『週刊 FM』（1971 年創刊 -1991 年休刊）『FM レコパル』（1974 年創刊 - 1995 年休刊）『FM STATION』（1981 年創刊 -1998 年休刊）といった FM 雑誌が相次いで休刊となる中で、入れ替わるようにして音楽情報誌の主流となっていった [33]。

そのような状況下で、タワーレコード発行のフリーペーパー『bounce』が大きな勢いを持つようになったことは想像に難くない。『Quick Japan』1999 年 12 月号の「音楽雑誌なんか読むな！」と題された巻頭特集で掲載された国内の主要音楽雑誌の発行部数をまとめたグラフでは、『Pati-Pati』の 7 万部、『ROJ』の 6.3 万部に対して『bounce』の発行部数は 35 万部とされている。基本的に発行部数は出版社の企業秘密であり、この数値の正確さには疑問が残る部分は大きいが、その影響力の多大さが窺える。実際『bounce』は無料の販促誌でありながら国内外の新譜情報を網羅的に掲載する情報量を有しており、洋楽/邦楽問わず新譜情報や最新の流行を追いかけるだけであれば CD ショップのレコメンド棚やフリーペーパーを手に取れば十分であったと推察できる [34]。同特集の一節では、

> 仕事柄、ひととおりの音楽雑誌には目を通してるんだけど、どれもあんまりおもしろくないんですよね。やたら情緒的なだけで無内容な文章が並んでて。それを隠すため

31　『ニューミュージック・マガジン』1971 年 5 月号の特集「日本のロック情況はどこまで来たか」に端を発し 1970 年代初頭に繰り広げられた「日本語ロック論争」は、ロックは日本語で歌うべきか、英語で歌うべきか、もしくはロックにおいて歌詞は重視すべきか（言葉かサウンドか）という問題にまつわる論争である。中村とうようは、欧米で本場のロックを体験し、言葉よりもサウンドを重視する立場を表明した内田裕也に対して「ロックのいちばん大事なところはビート一打に込めるその潔さだと思ってきたところがあって、まず言葉でウケようとするのが気に食わなかった。日本語で歌うと言葉の部分に寄りかかって、音楽の真剣勝負にならないという、基本の部分を裕也とは共有していた」［篠原，2005，116、中村とうようへのインタビュー部より引用］と支持する立場を表明していた。

32　編集長にダイヤモンド社の『FM STATION』編集者であった長谷弘一が就任しており、FM 雑誌からの連続性は見て取れる。

33　例えば、FM 雑誌の最大手『FM STATION』は 1986 年 -1991 年の間にその部数を約 37 万部から約 12 万部にまで減少させている［出版ニュース社編，1997，206］。

34　タワーレコード以外にも各 CD ショップ発行のフリーペーパーは存在しており、HMV は『the music master』（現『music and movie master』）、ヴァージン・レコードは『VIRGIN issue』を発行していた。

にビジュアルにたっぷりお金をかけても、もともとの中身がないから全然「本気で記事を作ってる感」がない。[『Quick Japan』1999 年 12 月号，36]

とある。この挑発的な特集は、1996 年をピークに減少に転じた国内の雑誌総発行部数によって休刊・廃刊となった雑誌の多さや発行部数の減少に対してだけでなく、かつてのロック・ジャーナリズムが有していた「本気で記事を作ってる感」（＝特定のイデオロギーに基づいて音楽を価値づけ、シーンを編成するような力強さ）がなくなり、求心力を消失してしまったことに対する感情が直接的に表明されているといえるだろう。

また『音楽生活』（2000 年創刊）は 2001 年冬号において表紙に『ミュージック・ライフ』の遺影を持った喪服の女性を配し、「さようなら音楽生活」という音楽雑誌の退潮を嘆く特集を掲載[35]、篠原章は「ロック雑誌と自称する雑誌は今も存在するが、ロックやロックファンに与える影響力はもはや望めなかった」[篠原，2005，290] と綴った。

これらの怒りや嘆きは、1996 年をピークに減少に転じた国内の雑誌総発行部数＝出版バブルの崩壊［『50 年史』編集委員会編，2007，28］によって休刊・廃刊となった雑誌の多さや発行部数の減少のみにとどまらず、かつてのロック・ジャーナリズムが有していた「作り手の気迫やら情熱やらが、紙面から厭というほど伝わってきた」「過剰な熱」［『音楽生活』2001 年冬号，５］がなくなってしまったことに対するものである。確かに、前節の検討のように 1990 年代を通じてポピュラー音楽産業の構造が転換し、既存のロック・ジャーナリズムが依拠していた価値観がリアリティを失った中でロック雑誌が陳腐化したという認識が広まっていったことは想像に難くない。

その一方で、1990 年代後半には『ROJ』は『ロッキング・オン』本誌を凌ぐ発行部数を獲得するほどに成長し、『ROJ』を中心とした〈邦楽ロック〉のジャンルは 2000 年代を通じて拡大を続けた。

ロック・ジャーナリズムが求心力を失った地平において、『ROJ』を中心としたメディアはどのように日本のロックの価値付けに努め、〈邦楽ロック〉の編成に至ったのだろうか。

４．『ロッキング・オン・ジャパン』が主導した〈邦楽ロック〉

前々章の検討のように、1985 年以降 CBS･ソニー出版（ソニー･マガジンズ）の躍進によって、ロック・ジャーナリズムの主眼は、そのミュージシャンのファンに向けられたグラビア写真とインタビューを中心としたもの、あるいは新譜情報を網羅的に掲載した情報誌的なものに変質していった。ロッキング・オン社は、「マーケットは邦楽が追い付き、追い越して

35 『ミュージック・ライフ』は 1999 年 12 月号をもって休刊。

いる」［増井，2016，63-64］という方針の元、1986 年に『ロッキング・オン』の邦楽版として『ROJ』を創刊した。創刊の前月の『ロッキング・オン』本誌には編集長渋谷陽一直々の「創刊の辞」が載せられている。

> 確かに日本のロックは売れているし、いろいろな所で日本のロックは語られてはいるけれど、シリアスなロックがシリアスに語られる場というのはほとんどないのではないか、ジャーナリスティックな視点が決定的に欠落しているのではないか、そうした状況認識の下に、この雑誌のコンセプトは作られました。（引用者により中略）「シリアスなロックをシリアスに語る」、これが創刊のコンセプトです。［『ロッキング･オン』1986 年 9 月号，52-53］

創刊当初の『ROJ』は、佐野元春や忌野清志郎といった、既にある程度のキャリアを積み上げていた世代のロック・ミュージシャンが自らの音楽をシリアスに語る場としての役割が期待されていた。しかし初期の『ROJ』の売上は低迷し、1993 年には廃刊の話さえ持ち上がることになる[36]。ロックバンドがある種アイドル化していったバンドブーム期において、彼らをシリアスに表象することの需要は見出されなかった。

そのような状況下において、これまでメジャーシーンで活躍するミュージシャンを中心的に扱ってきた『ROJ』は 1994 年 1 月号の誌面改訂以後、中心的に扱うミュージシャンを大きく変更する。バンドブーム以降のメインストリームにおけるロックのムーヴメントについては一貫して冷淡な態度を貫いた『ROJ』が注目したのは、当時一般化しつつあった渋谷系とよばれるミュージシャン群であった。

音楽ディレクター/評論家の柴崎裕二は渋谷系を「メインカルチャーへのアンチテーゼ」であったと定義する［柴崎，2023，170］[37]。アンチテーゼとはいっても、渋谷系は 1990 年代に全面化した J-POP に対して、積極的に NO を突きつけるようなマッチョさを有していたわけではない。むしろ、それらとは一線を画した地表において、これまであまり顧みられてこなかった時代や地域のポップ・ミュージックが、逆説的に華美で瀟洒であると提示する余裕さこそが渋谷系の本質だった。

そしてそれを可能にさせた重要な要素は、渋谷系の発信地とされた東京都渋谷区宇田川町が世界でも有数の輸入レコード販売店の密集地帯であったことである。漫画家岡崎京子が「引用と編集」のキーワードで渋谷系を繰り返し紹介していたように［A.K.I.，2021，

---

36 「最初の編集会議で、「何の議題ですか？」って山崎洋一郎さんにきいたら、「『JAPAN』廃刊」って言われて（笑）」［稲田，2017］「カルチャー雑誌／音楽雑誌は死んだ？ 雑誌天国の 90 年代から 20 年、何が変わったのか？～ 90 年代『ロッキング・オン』編」（https://www.fuze.dj/2017/12/mr-inada-1.html）

37 渋谷系の語は、HMV 渋谷店をはじめとする同地の CD ショップで、全国の他の店舗のチャートと比較したときに局地的に高い売り上げを記録したミュージシャン群を指す用語として登場した［柴崎，2023，170］。

287]、ありとあらゆる時代・地域の音楽が狭い地域に氾濫することによって独自の分脈が編成・再発見され、同地のライブハウスやクラブでその混淆と実験が繰り返された結果出力された「編集感覚」の賜物が渋谷系である。

しかしその局所的で特権的なムーヴメントだった渋谷系は、あくまでサブカルチャーの領域ではあるにせよ、1990 年代中ごろには全国的なムーヴメントとして成長することになる。

ここで注目したいことは、渋谷における先鋭的で洗練された音楽が即座に全国へと伝播する「メディア」として機能したものは、既存の音楽雑誌というよりもむしろ、1990 年代の日本で急増した CD 小売店であった。なかでも、タワーレコード[38]、HMV[39]、ヴァージン・メガストアーズ[40]の３社に代表される外資系大型 CD 小売店はバブル経済の勢いも借りつつ全国に展開した。また、セゾングループ資本の六本木 WAVE[41] はレコードショップだけでなく地下にミニシアター「シネ・ヴィヴァン」を併設した都会的で洗練された文化の発信基地であった。こちらも 1990 年代には全国にチェーン展開し渋谷系の定着に重要な役割を果たした存在であるといえる。

烏賀陽弘道は、この外資系大型 CD 小売店の興隆を、1970 年代後半より急速な全国展開を遂げたセゾングループ資本の大型商業施設 PARCO 文化の受容と連動した「渋谷流の消費文化の全国展開」としての「全国総渋谷化現象」と呼称した［烏賀陽，2005，146-147］。

創刊以来売り上げの低迷に苛まれていた『ROJ』が注目したのが、この当時急速に人口に膾炙しつつありながら、洗練された文化潮流としての渋谷系だった。

判型を現行のものと同じ A5 版に縮小し、掲載する情報についても大幅な整理を敢行した、およそ半年後の号である『ROJ』1994 年６月号には、編集長山崎洋一郎による次のような「決意表明」が掲載されている。

> 道は２つある。一コは大またのピボット・フットをかまして、もっとメジャーなミュージシャンに JAPAN 流の切り口と方法論をぶつけて、よりメジャーな雑誌へと強化していくという道である。雑誌としては極めて健全な成長を図る道である。しかし、これはやらない。（引用者により中略）やはり意固地と言われても心底から信頼・評価できるミュージシャンだけを掲げてさらに戦い抜き、空恐ろしいまでの激辛とうがらしのようなゲリラ雑誌として邁進すべきなのだ。［『ロッキング・オン・ジャパン』1994 年５月号，169］

38　1981 年宇田川町に１号店を出店。
39　1990 年宇田川町に１号店を出店、2011 年にローソンに吸収合併。
40　ヴァージングループと丸井が合弁し 1990 年新宿に１号店を出店、2009 年に TSUTAYA に売却され全店閉鎖。
41　1983 年 -1999 年閉店。跡地に六本木ヒルズが建設。

また、『ROJ』2006 年 6 月号の創刊 20 周年特集記事では、当時の状況が以下のように振り返られている。

> 1992 年ごろ、バンド・ブームも崩壊。音楽業界を不景気の波が襲い、ロック・シーンが活気を失っていく中、アーティストもファンも我々も、次のヴィジョンを模索しなければならない時期に差しかかる。その結果、本誌史上最大のリニューアルを決行、本のサイズを小さくし、スタッフの人数を削り、スタジオ撮影をやめロケを増やすなどして、雑誌の制作費を思い切り抑えた。登場アーティストも半分にまで絞り込み、雑誌のフォーカスをよりはっきりさせた。という新たなスタンスと意志のもと、「これでダメだったら廃刊だ」という悲壮でヤケクソな覚悟と共に、94 年 1 月号から再スタートを切る。ちょうどその時期、例えば小沢健二、小山田圭吾、オリジナル・ラヴ、ピチカート・ファイヴ等ののちに渋谷系と称されるアーティスト、そして電気グルーヴ、ソフト・バレエ、ブランキー・ジェット・シティ、カプセル・マーケッツ、ザ･イエロー･モンキー、スピッツといった、非常に強い独自のカラーと方法論を持ったバンドたちは、それまでの音楽業界のルールとは違う形でリスナーにアピールし、新たなファン層を開拓して行っていた。そして JAPAN は、この新しいシーンの動きに注目し、彼らをメインとする新しい雑誌の方向性を定めていった。[『ロッキング・オン・ジャパン』2006 年 6 月号，18]

当時の『ROJ』は、バンドブーム及びメジャーシーンの流れに対して明確な距離をとろうと試み、渋谷系とそれに連なるミュージシャンを「独自のカラーと方法論を持ったバンド」として「心底から信頼・評価」しようとしていたことがわかる。

誌面の内容を見ると、確かに 1994 年 1 月号以降の『ROJ』は以前よりカラーグラビア写真の掲載量が減少し、A5 版へのサイズに変更に伴って大きく増加したページ数は『ミュージック・マガジン』のような硬派な雰囲気を感じさせる。その一方で、毎月の巻頭特集である二万字インタビューをはじめとする、あくまでインタビューを通してミュージシャンのパーソナリティを明らかにしようとする姿勢は誌面改訂以後も継続して続けられ、『ROJ』創刊以来の「ロックをシリアスに語る」という編集方針自体は一貫しているようにも見える。

ここから考えられるのは、誌面改訂後の『ROJ』は渋谷系に特有の「余裕さ」「豊かさ」によって規定される編集感覚を取り入れようとしていたわけではないことである。

むしろ、J-POP の全面化によってこれまでロック・ジャーナリズムが依拠していた洋楽/邦楽の二項を前提とした価値観が無効化した中で、「進んだ洋楽/遅れた邦楽」の構図に基づいた洋楽の模倣と応用の図式をそもそも想定していない渋谷系の真正さを誌面に代入することで、「J-POP に対するオルタナティヴなロック音楽」という構造に基づいた価値観を現出

させようとした試みだったのではないか。

当時の状況を『ROJ』二代目編集長の鹿野淳は次のように語っている。

> 日本では渋谷系の時代を経て、邦楽ロックを論じることのニーズが高まっていきました。アーティスト側もそれを求めるようになっていったし、音楽業界だけはまだバブルがのこっていたので、マーケットも広がっていったんです。（引用者により中略）ある意味で洋楽ロックに対してコンプレックスを持ち続けていた時代とも言えるんですけど、それが渋谷系辺りから解消されてきて、洋楽と邦楽を分け隔てなく聴く人たちが出てきた。2000 年前後まではそういう流れだね。［加藤編，2021，17–18，鹿野淳へのインタビュー部より引用］

もちろん「渋谷系の時代を経て洋楽に対するコンプレックスが解消されてきた」ために「邦楽ロックを論じることのニーズが高まっていった」という直線的な因果関係を認めるのはいささか早計であろう。これまで本稿において述べてきた 1985 年以降のポピュラー音楽産業における構造転換が複合的に作用し、ポピュラー音楽の作り手と受け手、そして両者を媒介するメディアの三者が J-POP に対するオルタナティヴを志向した結果、ロッキング・オンの編集の方法が渋谷系に接近したのだと考えられる。

実際、この『ROJ』の方針転換は功を奏し、1990 年代後半には本誌『ロッキング・オン』の発行部数を凌ぐ巨大な雑誌として成長する［加藤編，2021，16］。当時の『ROJ』は、1995–97 年のヴィジュアル系の全盛期についてもそれらのミュージシャンについてはほぼ無視に近い態度を維持し（X JAPAN や BUCK-TICK など、誌面改訂以前から取り上げていたバンドを除く）、東京のインディーズ・シーンでは Hi-STANDARD らによって牽引されたハードコア・パンクシーンの躍進が大きなムーヴメントになる中でも小さい扱いに留め、渋谷系以後の感覚にあるミュージシャンたちを注目し応援するようになる。

渋谷から地理的にもシームレスに接続できる下北沢では、1990 年第中期以降クラブ Que（1994 年開業）を中心としたギターポップのムーヴメントが発達していた。当事者の一人であったノーナ・リーヴスの西寺郷太は、1995 年の時点で下北沢における渋谷系のブームは翳りを見せ始め、いくつかのインディーズレーベルを中心に独自の道を模索しつつあった時期であると述懐している［西寺，2023，20］。その地域的な実践は「下北系（ギターロック）」と呼称され、「ハイライン・レコーズ」[42] や、「K.O.G.A Records」（ケーオージーエー・レコー

42　1987 年設立、1990 年下北沢に移転レコード会社の UK. PROJECT（クラブ Que の経営母体）傘下のレーベルである。下北沢移転直後の 1991 年に設立したインディーズ・レーベル「WONDER RELEASE RECORDS」はヴィーナス・ペーター、ペニー・アーケードといった渋谷系直系のバンドを数多く抱えていた。その後 1997 年に CD ショップを兼ねるレーベルとして「ハイライン・レコーズ」を設立、その第一弾として BUMP OF CHICKEN を輩出し、「下北系」における中心的な影響力を確立することになる。

ズ）[43]、「UNDER FLOWER RECORDS」[44] といった代表的な「下北系」のインディーズ・レーベルがシーンを編成した。

下北系のレーベル群に共通することは、渋谷系以降の感覚を模索する中で、1990 年代の欧米圏のインディー・ロックに代表されるような、同時期の J-POP が取り入れてこなかったルーツを取り入れたミュージシャンをフィーチャーするようになった点である。

『ROJ』は、ビーイング系やヴィジュアル系ではなく、日本のポピュラー音楽の蓄積を（相対的に）前提としていない渋谷系とそれに続く下北系に注目し応援することによって、「アンチ J-POP」を前提とした価値観が構築され、「日本独自の音楽ジャンル」（＝〈邦楽ロック〉）としての真正さを送り手と受け手の間で相互に確認することができた。

その後、当時『ROJ』編集長だった鹿野淳は 1998 年に『BUZZ』の編集長に就任、「邦楽ロックと洋楽ロックの完全なる融合」［加藤編，2021，18］というコンセプトのもと、渋谷系から US オルタナティヴまでを並列に扱う構成に踏み切ったほか、1995 年にロッキング・オン社から独立したタナソーこと田中宗一郎は『SNOOZER』を創刊、こちらもジャンル・国籍にとらわれず選定されたミュージシャンの紹介を中心とした誌面構成を特徴とした。その他、元『ロッキング・オン』の編集長だった増井修がアドバイザーを務めたソニーマガジンズの『What's in? ES』（1995 年創刊）や、『ロッキング・オン』の編集者であった市川哲史が創刊したシンコーミュージックの『音楽と人』（1993 年創刊）など、ロッキング・オン社周辺の人物を中心としてオルタナティヴな価値観を模索する雑誌メディアが徐々に増加、〈邦楽ロック〉という一定の方向性を有するジャンルとして確立していった。

特に 1997-98 年ごろにデビューしたロックバンド群は、NUMBER GIRL、くるり、スーパーカー、GRAPEVINE、トライセラトップス、ノーナ・リーヴス、中村一義といった後続の〈邦楽ロック〉バンドの多くが影響元・参照点として挙げるようなミュージシャンが多く、彼らは「97 世代」「98 年の世代」と表象され、〈邦楽ロック〉における特権的な地位を確立していった。

『SNOOZER』2002 年 4 月号の「特集：『98 年の世代』、以前・以後」で掲載された編集部員の鼎談では、NUMBER GIRL、くるり、スーパーカーの 3 組を「大体、98 年前後から、彼らの活動がスタートしてるっていう、大雑把な括り」として「98 年の世代」とラベリングしたうえで、彼らの共通点を「微妙に売れない感じ」「『別に“売れる/売れない”がポイントじゃない』って感じ」と評する［『SNOOZER』2002 年 4 月号，79-80］。当記事が掲載

43　元ヴィーナス・ペーターの古閑裕によって 1994 年に設立され、1999 年には NUMBER GIRL のファースト・アルバム『SCHOOLGIRL BYE BYE』再発させたほか、同年 Scoobie Do のデビューシングル『夕焼けのメロディー』リリースするなど、新たな音像を模索するミュージシャンを積極的に取り上げた。

44　1992 年 田中謙次により設立され、初期の所属ミュージシャンにゼペットストア、N.G.Three など渋谷系直系のネオアコ・アノラックなどと分類されるバンドを擁していたが、レーベル初の単独ミュージシャンによる CD は 1994 年、サニーデイ・サービスの『Super Disco』であり、1996 年にはノーナ・リーヴス『Sidecar』発売させるなど「下北系」の重要な一角をなした。

された時期のNUMBER GIRLはダブ、スーパーカーはテクノ、くるりはハウスといった、ロック以外の音楽にインスパイアされ、チャートとは一線を画した価値基準に基づいてシーンを開拓していった時期であり、渋谷系以降のオルタナティヴ（代替）文化が有した軽やかなアンチテーゼが感じ取れる。

おわりに

以上のように、バンドブーム及び J-POP の全面化以後のロック・ジャーナリズムを志向した、誌面改訂後の『ROJ』を中心としたオルタナティヴなメディアは、渋谷系とそれ以後の様々な実践と同調する中で、J-POP に対するアンチテーゼとして独自の方向性を定めていった。それらは「97 世代」「98 年の世代」を一つの象徴として新たな参照点として機能し、その影響下にあるミュージシャン群とともに〈邦楽ロック〉というジャンルが形成されていった。

そこでは戦後日本のポピュラー音楽文化がこれまで依拠してきた「進んだ洋楽/遅れた邦楽」を前提とした価値観は背景化し、西洋圏の音楽文化に対する相対的な自律性を有した「日本独自の音楽」として胎動していたのである。

本稿の結びにかえて、2000 年代以降の音楽雑誌および〈邦楽ロック〉が辿った顛末を簡単に記述する。

ソニー・マガジンズは本稿で紹介した雑誌以外にも、女性ミュージシャン専門雑誌の『GiRLPOP』（1992 年創刊）渋谷系専門雑誌の『モアベター』（1994 年創刊）ヴィジュアル系専門雑誌の『uv』（1995 年創刊）など、1990 年代を通じて若者音楽の流行に合わせ多様な音楽雑誌を創刊した。その一方で多くの雑誌は 2000 年代には休刊・廃刊し、主力誌の『Pati-Pati』と『What's in?』も 2010 年代に相次いで休刊、2024 年現在、ソニー・マガジンズの事業を継承するソニー・ミュージックソリューションズが定期刊行している音楽雑誌はアニメソング専門雑誌の『リスアニ！』（2010 年創刊）のみである。

ポピュラー音楽を扱うメディアとしては web サイトの『ナタリー』（2007 年設立）が多くの支持を得たが、内容は新譜情報誌の流れを受け継いだ批評的ではないものである。

1990 年代後半以降、音楽業界･出版業界の好況も終焉を迎え、かつて『宝島』がインディーズブームを牽引したような音楽雑誌の強いオピニオンが消失し、一つのシーンをまとめ上げるキュレーション機能は消失したといって良いだろう。そのような状況下において、ロッキング・オン社は 2000 年には主催の大型邦楽フェスティバル「ロック・イン・ジャパン・フェスティバル」の開催を実現、以降規模を拡大させながら現在に至っており、現在なお一定の影響力を持つように見える。このような、キュレーション機能が雑誌メディアからフェスという体験を主軸にした媒体に移行したことは、南田勝也の提唱する 2000 年代のロック音楽

における、聴取よりも体験を志向する「ロックのスポーツ化」の傾向［南田，2014，138］と関連しているようにも思え、今後の検討材料としたい。

引用・参考文献

雑誌/ムック

『GUTS』1976 年 10 月号、集英社
『Indies：世界自主制作レコードカタログ』1986 年、JICC 出版局
『ニューミュージック・マガジン』1969 年 4 月号、ニューミュージック・マガジン社
『ニューミュージック・マガジン』1971 年 5 月号、ニューミュージック・マガジン社
『音楽生活』2001 年冬号、シンコーミュージック
『Quick Japan』1999 年 12 月号、太田出版
『ロッキング・オン』1972 年 8 月号、ロッキング・オン社
『ロッキング・オン』1986 年 9 月号、ロッキング・オン社
『ロッキング・オン・ジャパン』1987 年 5 月号、ロッキング・オン社
『ロッキング・オン・ジャパン』1994 年 5 月号、ロッキング・オン社
『ロッキング・オン・ジャパン』2006 年 6 月号、ロッキング・オン社
『シンプジャーナル』1990 年 5 月号、自由国民社
『シンプジャーナル ベストセレクション '80s』2003 年、自由国民社
『SNOOZER』2002 年 4 月号、リトルモア
『宝島』1979 年 7 月号、JICC 出版局
『宝島』1985 年 7 月号、JICC 出版局

論文/一般書

『50 年史』編集委員会編（2007）『日本雑誌協会　日本書籍出版協会　50 年史』、社団法人日本雑誌協会
A.K.I.（2021）「岡崎京子と渋谷系のシンクロニシティ　“引用と編集”の先に見えていたもの」、音楽ナタリー編集部編『渋谷系狂騒曲』、pp.285-291、リットーミュージック
ボーダッシュ、マイケル（2012）、『さよならアメリカ、さよならニッポン　戦後、日本人はどのようにして独自のポピュラー音楽を成立させたか』奥田祐士訳、白夜書房
日高良祐（2019）「J ポップを輸出する――「音楽メディア」としてのアニソン」、南田勝也編『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』、pp.244-277、花伝社
自由国民社編（1993）『現代用語の基礎知識　1993 年版』、自由国民社

加藤一陽編（2021）『音楽メディア・アップデート考　批評からビジネスまでを巡る８つの談話』、リットーミュージック
金 成玟（2024）『日韓ポピュラー音楽史：歌謡曲から K-POP の時代まで』、慶應義塾大学出版会
栗原裕一郎・大谷能生（2021）『ニッポンの音楽批評 150 年 100 冊』、立東舎
増田聡（2005）『その音楽の〈作者〉とは誰か　リミックス・産業・著作権』、みすず書房
増井修（2016）『ロッキング・オン天国』、イースト・プレス
南田勝也（2008）「音楽言説空間の変容――価値増幅装置としての活字メディア」、東谷護編『拡散する音楽文化をどうとらえるか』、pp.133-163、勁草書房
南田勝也（2001）『ロックミュージックの社会学』、青弓社
南田勝也（2014）『オルタナティヴロックの社会学』、花伝社
長﨑励朗（2021）『偏愛的ポピュラー音楽の知識社会学 愉しい音楽の語り方』、創元社
西寺郷太（2023）『90's ナインティーズ』、文藝春秋
恩藏茂（2021）『『FM ステーション』とエアチェックの 80 年代 僕らの音楽青春記』、河出書房新社
サエキけんぞう（2011）『ロックとメディア社会』、新泉社
佐伯啓思（1993）『「欲望」と資本主義――終りなき拡張の論理』、講談社
柴崎祐二（2023）『ポップミュージックはリバイバルを繰り返す「再文脈化」の音楽受容史』、イースト・プレス
渋谷陽一（1982）『音楽が終った後に』、ロッキング・オン社
篠原章（2005）『日本ロック雑誌クロニクル』、太田出版
出版ニュース社編（1997）『出版データブック：1945-1996』、出版ニュース社
宝島編集部（1992）『日本ロック大百科』、JICC 出版局
富永京子（2024）『「ビックリハウス」と政治関心の戦後史――サブカルチャー雑誌がつくった若者共同体』、晶文社
烏賀陽弘道（2005）『J ポップとは何か――巨大化する音楽産業――』、岩波新書
山崎隆広（2024）『音楽雑誌と政治の季節：戦後日本の言論とサブカルチャーの形成過程』、青弓社
輪島裕介（2023）「ジャンル」、永冨真梨・忠聡太・日高良祐『クリティカル・ワード　ポピュラー音楽　〈聴く〉を広げる・更新する』、pp.110-118、フィルムアート社

ウェブ（すべて 2024 年 12 月 23 日最終閲覧）

浅田彰（2000）「『J 回帰』の行方」『VOICE』2000 年３月号、PHP 研究所＝『批評空間アーカイヴ』、http://www.kojinkaratani.com/criticalspace/old/special/asada/voice0003.html

一般社団法人日本レコード協会「音楽ソフト 種類別生産数量推移」、https://www.riaj.or.jp/g/data/annual/ms_m.html

小林祥晴・田中宗一郎・稲田浩（2017）「カルチャー雑誌／音楽雑誌は死んだ？ 雑誌天国の 90 年代から 20 年、何が変わったのか？～ 90 年代『ロッキング・オン』編」、『FUZE』、https://www.fuze.dj/2017/12/mr-inada-1.html

SONY（2008）「1968 年、CBS・ソニーレコード創業」、『ソニーグループについて　タイムカプセル』vol.15、https://www.sony.com/ja/SonyInfo/CorporateInfo/History/capsule/15/

Sony Music Solutions Inc.「事業紹介」、https://www.sonymusicsolutions.co.jp/s/sms/diary/detail/737?ima=0000&link=ROBO004

WESS（1999）「RISING SUN ROCK FESTIVAL 1999 開催に向けて」、http://rsr-arch.wess.co.jp/1999/pro.html

本研究は、JST 次世代研究者挑戦的研究プログラム JPMJSP2138 の支援を受けたものです。

“Hougaku Rock” as Anti-J-Pop : A Musical Genre Formed by Alternative Media in Japan since 1985

KIKUCHI Kotaro

In Japan, around 1985, the predominant music genre among the youth shifted from new music to rock, with major rock bands such as BOØWY, HOUND DOG, and Rebecca producing hit songs. Concurrently, in the indie scene, the regional punk/new wave movement was organized into an “indie boom” following the establishment of a group of labels and coverage by “Treasure Island,” published by JICC Publishing Bureau.

This trend in both the major and indie scenes received support from fan-oriented rock magazines published by CBS/Sony and the proliferation of magazines for amateur musicians. By the end of the 1980s, this support had contributed to the rapid popularization known as the “band boom.”

Although the band boom waned in the early 1990s, the mainstreaming of rock music, spurred by these developments and coupled with the economic boom in the music industry and the “return to Japan” trend, played a significant role in the full-scale popularization of J-POP.

J-POP nearly dominated the Japanese popular music market by adapting to the postwar “longing for Western music,” significantly reducing the size of the domestic Western music market.

Consequently, traditional rock journalism, which had depended on a Western supremacist ideology, lost its central appeal. Music magazines that either provided dense, comprehensive information on new releases or featured striking photogravures of “visual-kei” bands saw a growth in sales.

In this environment, magazines such as “Rocking on Japan,” searching for a new direction in Japanese rock music after the band boom, began to emphasize and appreciate regional scenes, such as Shibuya-kei and Shimokita-kei, which were the result of quoting and editing without being bound to specific roots. These scenes, helped define “Japanese rock” as a genre distinctly opposed to J-POP.