The University of Osaka
Institutional Knowledge Archive

Title	文化産業としてのインディーズ
Author(s)	米田, 幸弘
Citation	年報人間科学. 2003, 24-2, p. 345-358
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/3648
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

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

The University of Osaka

文化産業としてのインディーズ

米田　幸弘

〈要旨〉

本稿の目的は、音楽産業（レコード産業）における小企業である「インディーズ」についての先行研究を整理し、問題意識や論点を確認することにある。二〇世紀の後半に多くの国でインディーズ・セクターが影響力を拡大した事実は、背景に音楽産業の構造変化やより大きな社会変動と深い関わりがあるという視点から、欧米では研究が蓄積されつつある。

インディーズにかんする学問的な研究は、七〇年代からさかんになったマクロな産業論的視点と、八〇年代後半から出てきたミクロなサブカルチャー論的視点の二つに大きく分けることができる。前者の産業論的な視点においては、産業全体のなかでのインディーズの役割が位置づけられた。メジャーの取り上げない音楽にたいするニッチな下位文化の需要を満たし、メジャー産業との「共生的関係」によって、アントレプレナー的な機能をも果たしているとされた。だが産業論においては、インディーズ自体が中心的な考察対象となることは十分になされておらず、メジャー産業に影響を与えている限りでその役割が問題にされる傾向がある。

後者のサブカルチャー論に近い立場からなされたインディーズの事例研究は、インディーズに固有の音楽生産や価値観に光が当てられており、産業論の視点を補う重要なデータを提供しているといえる。だが、ミクロとマクロの視点をつなぐ中間項となる社会的な文脈にたいする考察はまだ十分でないように思われる。日本でまだ手つかずのインディーズを分析するにあたっては、まずミクロな視点から事例研究を積み重ね、それをマクロな音楽産業（文化産業）の問題につなげることが必要である。その際に、日本社会に固有の社会的文脈を考察の対象とするような、国際比較の視点（比較社会学的な視点）から日本文化の特性を明らかにしていくような問題意識も求められる。

キーワード

インディーズ　音楽産業（文化産業）　メジャーとの共生　サブカルチャー　比較研究

1　はじめに

本稿の目的は、音楽産業としてのインディーズに関する論点を整理し、問題意識を明確にすることにある。インディーズ（indies）とは元々「independent label」や「independent recording firm」が省略されたものであり、小規模なレコード会社およびレコード産業のことを指している。インディーズはこれまで、メジャー企業と異なる独自の音楽性や理念を担う存在として、その文化的な意義が強調されてきた(1)。Kennedy and McNutt（1999）は、アメリカのインディペンデント・レーベルが、産業としての規模の小ささにもかかわらず、今世紀のポピュラー音楽史の方向を決定づけるほどの大きなインパクトを与えてきたと指摘する。確かに、アメリカのポピュラー音楽史はインディーズ抜きに語れないと言ってもいい。

イギリスでは、七〇年代半ばのパンク・ムーブメントをきっかけとして、インディーズが産業セクターとして定着した。日本でも遅ればせながら一九八〇年代の半ばから、ほぼ数年おきにインディーズがブームとなり、社会現象として話題にのぼるようになっている。それぞれの国で事情はことなるにせよ、音楽産業のなかでインディーズの影響力が増大している点では共通している。欧米の研究者のあいだでは、インディーズをめぐるこれらの現象は、音楽文化やより大きな社会の変動と深い関わりを持っていると考えられている。実際にこのような問題意識を反映して、八〇年代から英米を中心とする音楽社会学の分野では、インディーズという音楽産業セクターを正面から取り扱った文化研究や産業研究が見られるようになっているのである。だが日本では、今のところインディーズを本格的に扱った研究は見当たらず、ほとんど手つかずの状態にとどまっている。

そこで本稿では、まず英米を中心とした先行研究を整理し、そこで語られた問題意識や論点を確認することにする。欧米でインディーズがどう論じられてきたのか、何が論点になってきたのかを確認し、これまでの研究で何が明らかにされ、何が明らかにされていないのかを検討してゆきたい。そして、日本においてインディーズという対象に切り込むための基本的な視座も得たいと思う。

2　音楽産業論のなかのインディーズ

単にある個人やグループがレコードを制作・販売するということと、彼らの活動が音楽産業のセクターとして確固たる位置を占めるようになることとの間には、大きな距離がある。アメリカでは、レコード産業史の初期にあたる一九二〇年代からすでに、マイナー・レーベルの動きが確認できる（Kennedy and McNutt 1999）。だが、どの段階をもって、これらのマイナー・レーベルを音楽産業と位置づけうるかという問いに答えることは難しい。だが少なくとも、インディーズが音楽産業史の表舞台に登場するのが一九四〇～五〇年代のアメリカであるということは言えるであろう。アメリカでは一

九四〇年代前半から各地でインディーズ・レーベルが乱立し、五〇年代半ばにはメジャー産業のシェアを侵食しはじめるからである。インディーズが音楽産業史の中心に踊り出るこの時期から、インディーズがどのように語られてきたのか、まずは産業論の視点から整理してみよう。

かつてメジャーとインディーズは、明示的にであれ暗黙のうちであれ、しばしば「対抗的（競争的）な関係」として描かれてきた。それは、今世紀半ばのアメリカポピュラー音楽史のなかで、インディーズが黒人音楽のレコードの生産拠点として影響力を持っていたことに最もよく象徴されている。黒人文化の土壌のなかでインディーズによって育くまれたリズム&ブルースやロックンロールが市場を拡大させるに従い、メジャーの商業主義によって取り込まれていった、という図式でこれまで何冊もの本が書かれてきた（Gillet [1970] 1996; Chapple and Garofalo 1977; George 1988=1990）。例えばGillet（[1970]1996）は、九十六年版の前書きで初版執筆当時を振り返り、メジャーとインディーズの関係をダビデとゴリアテの闘いになぞらえ、「小は善で大は悪」という「偏見（bias）」にもとづいてストーリーを描いていたことを認めている。ここに挙げた文献はいずれもすぐれた研究書であるが、その語り口には多かれ少なかれ、Frith（1981=1993）やNegus（1992）が指摘するような、インディーズの音楽性や理念にたいするある種の「ロマンティシズム」が伴っていることは否定できない。

音楽産業論の視点から、インディーズ／メジャー間の「対抗的（競争的）な関係」が展開されたもっとも有名な例は、Peterson and Berger（[1975]1990）である。この論文は、音楽産業論のなかですでに古典的な位置を占めており、議論の叩き台として利用されることも多い影響力のある論文である[2]。

彼らは、一九四八年から一九七三年までの期間のアメリカのヒットチャート（Billboard）を分析し、ヒット・シングルの週間トップ一〇にメジャー企業のレコードが占める割合の変化と、その背景とを分析した。その結果、アメリカの音楽産業マーケットは、メジャーレーベルによって寡占化される企業集中期と、インディーズ・レーベルの参入によって競争が比較的活性化する時期とが周期的に生じていると指摘したのである。このようなサイクルが生じる理由として彼らは、寡占化した市場において提供される画一的な商品が、消費者ニーズとの潜在的なギャップを拡大させるからだと考えた。この需要との潜在的なギャップのことを、彼らは「満たされざる需要（Unsated demand）」と呼ぶ。「満たされざる需要」の増大が、消費者の市場からの逃避を生み、五〇年代前半のレコード市場の停滞を生んだと考えるのである。

この「満たされざる需要」に応えることになったのが、インディーズによって担われる多様なスタイルの音楽であった。一九五一年から一九五四年までの四年間は販売成長率がマイナス三・〇%～プラス四・八%の間を彷徨っていたアメリカのレコード産業は、インディーズのシェア拡大によって競争期に入り、五五年から五九年の四年間にはプラス七・五%～二五・五%という高い成長率を達成す

ることになる。

インディーズが取り上げて商品化していったのは、大手が見向きもしなかった音楽ジャンルやアーティスト達である。だが、それらの音楽マーケットが拡大して注目を集めるにしたがい、金になると見込んだメジャーがそこではじめてインディーズのアーティストを引き抜いたり、レーベルごと買収したりする等の行為にでる。また、インディーズで黒人が歌った曲を白人にカバーさせて、インディーズを排除しようと試みる。このようにして新しい音楽や人材はメジャーに取り込まれていき、インディーズの力は弱体化する。一方、メジャー企業は、市場において自らの統制力を強めようとするが、新たな音楽ジャンル、新たなアーティストがインディーズから登場することによって常に脅かされる——。

要するに、このようなモデルにおいてメジャーとインディーズはまさに「対抗的」(Negus 1996) な関係にあり、両セクターの市場における関係は「周期的」(Burnett 1996) に変動するというわけである。インディーズは、メジャー産業に取り上げられないような音楽をレコード化する。特にアメリカでは、黒人文化の生活様式や価値観に根差した音楽を発信するという、「対抗文化」の担い手としての役割がとくに強調された。と同時にインディーズは、メジャー産業の音楽にたいして革新的 (innovative) なアントレプレナーとしての役割を果たすものとしても捉えられている。つまり、市場の集中と音楽スタイルの画一性との間には相関関係があり、インディーズの市場参入によって音楽の多様性が生じ、それによって潜在的な需要が満たされるという仮説を彼らは立てたのである。これは、ポピュラー文化を「規格化された画一的な商品」としてのみ捉えるような、従来の大衆社会論や文化産業論の見方にたいする強力な批判でもあった。

3 「対抗」から「共生」へ——音楽産業の変容

Peterson and Berger ([1975] 1990) がここまで紹介したような分析を行って以後、Rothenbuhler and Dimmick (1982) は、同様の分析を八〇年まで拡張している。彼らは、市場集中と市場競争のサイクルが一回転し、再び少数のメジャー企業が市場を占有する集中の時代に入りつつあると分析した。

ところが実際に八〇年代にはいると、インディーズとメジャーが寡占と競争の時期を繰り返すというこのサイクルに異変が生じるようになる。Lopes (1992) は、Peterson and Berger ([1975] 1990) やRothenbuhler and Dimmick (1982) の行った分析を八〇年代にまで延長し、八〇年代においては、少数のメジャー企業による高いマーケットシェアにもかかわらず、「音楽の多様性」も実質的に高まっているという結果を見出した。市場の集中と音楽の多様性がともに高いという、従来の説では説明できないこの現象にたいし、Lopesは以下のように答える。市場の集中と「音楽の多様性」の両立が可能になったのは、メジャー企業が「開発と生産のオープンなシステム」を採用し、インディーズ・セクターと協力的な関係を形

成して新しい音楽やミュージシャンを吸い上げるチャンネルを形成したからである、と。「たえずポピュラー音楽市場を活性化し、大きな満たされざる需要が現れないようにしておくために、新しいアーティストやプロデューサー、そして新しい音楽スタイルを組み入れることが有利であることに、メジャー・レコード会社は気づいているからである。」(Lopes 1992:70)

このようなメジャー産業の変化に気づいたのは、むろんLopes (1992) が最初ではない。「商売上の配慮として、新曲や実験的な曲を拒否しようという傾向が強い」(Rublowsky, 1967=1970) というかつてのメジャー・レコード会社の姿勢が変化したのは、もっと以前の話である。既にアメリカでは、ビートルズの登場をきっかけとして、六〇年代の後半から市場の激しい動きに適応するため、新しいスタイルの音楽を積極的に取り込んでいこうという姿勢に企業が変化したとされている (Chapple and Garofalo 1977)。それがインディーズとの提携／協力的関係という制度的なレベルで行われだしたことも、Hellman (1983) やVignolle (1980) によって先駆的に指摘されていた。このメジャー企業の戦略の変化が、八〇年代になってから「市場の集中と音楽の多様性の関係」の異変として現れたのである。

八〇年代後半からは、この音楽産業の変容が「対抗から共生へ」という図式によって多くの論者に語られるようになる (Garofalo 1987; Frith 1988a; Lopes 1992; Burnett 1996; Hesmondharh 1996; Negus 1996)。メジャーが最大公約数的な嗜好をすくおうとすることで売上の最大化をはかるのに対し、インディーははじめから限定的なニッチマーケットを見込んで売るというふうに、両者はそもそもターゲットにしている領域が違うため、根本的に異なる資本戦略を敷いているとされる。さらに、自分には無いが相手が持っている経営資源を互いにもとめて契約関係を結ぶこともしばしばであるため、「対抗的」であるよりむしろ「共生的」な関係に近いという図式が描かれるようになるのである。企業として生き残るために重要な資源や手段をそれぞれのセクターが有しているため、両者は排除しあうのではなしに、むしろ積極的に手を結ぶという相互依存的な関係を持つようになる。

メジャーにとっては、インディーズが発掘した新しいアーティストや音楽ジャンルは将来の「金のなる木」である。「インディペンデント・レーベルは今日、全体として専門的な消費者サービスを音楽市場に提供している。(・・・) また他方で彼らは、産業のリサーチ部門や開発部門として機能しており、成功が保証される程度に新しい行動を持ちこむのである。」(Frith 1988a: 110) 一方のインディーズにとって、メジャーが持っている国際的流通網や宣伝力・資金力を活用するメリットは大きい。「多国籍企業との共生 (symbiobis) のうちに、数千もの小規模なインディペンデント・レーベルやオルタナティブ・レーベルが音楽の生産を援助し、今度は多国籍企業が、細かく分化したオーディエンスにむけて音楽を売らなければならない。」(Burnett 1996: 114)

このように企業として生き残るためにきわめて重要な資源や手段

を相手が持っているために、両者が契約によって手を結ぶ必然的な理由が生じるわけである。ただし、「共生的関係」であるとはいっても、あくまでメジャー産業が優位な立場に立っている点には注意が必要である[3]。Frith（1988a: 110）は、このような「インディーズとメジャーのビジネス上の和解は、人々の嗜好の細分化（fragmentation）に依っている」と述べているが、この現象がここ二・三〇年の間に生じた社会の何らかの変化に対応していることは確かであろう。

4　サブカルチャーとしてのインディーズ

これまで言及してきた音楽産業論の議論では、音楽産業全体のなかでのインディーズの位置づけや役割はどのようなものか、メジャー産業との関係はどのようなものなのか、といった視点からインディーズが論じられる傾向があった。どちらかといえばメジャーの考察のほうが中心テーマであり、インディーズは産業全体のなかで果たす役割が論じられるにとどまっていた。インディーズという産業セクターは、メジャーに影響を与えている限りでは問題にされるが、インディーズ自体を中心的な考察対象とすることは十分になされてこなかったといってよい。

また、複数の論者によって描かれている「対抗的関係から共生的関係へ」という図式にも、注意しておかなければならない点がある。まず、前者の「対抗的関係」は、事実上アメリカ一国の特殊なデータから導き出されたものであるということである。だがそのかわり、Peterson and Berger（[1975] 1990）やChapple and Garofalo（1977）のように、アメリカに固有の文化事情やメディア環境などの、時代的・社会的文脈を考慮した分析はかなり詳細になされていたといえる。

それにたいし、後者の「共生的関係」は多くの場合、「（多国籍）メジャー対インディーズ」という図式を国際的なレベルで抽象化したものである。それは特定の国に絞った図式でないぶん、各国ごとの事情にかかわらず当てはめられるが、逆にそれだけ一般的な枠組みの域を出ていないということでもある。各国ごとの事情や音楽ジャンルごとの文化の違いなど、要するに時代的・社会的文脈がほとんど捨象されてしまっているのである。

だが、音楽産業論の議論でインディーズの役割の変化がさかんに言われだすようになった八〇年代後半頃から、それに対応するかのように、インディーズそのものを中心的な考察の対象にすえた研究が出てくるようになる。加えて一九八〇年代のこの時期は、Bennet（2002）が指摘するように、サブカルチャー論の主要なテーマを構成していた「ポピュラー音楽と若者文化」の研究においても、認識上のおおきな視座の転換があった。ポピュラー音楽と若者文化にかんする研究は、エスノグラフィーによって集めたデータを、マルクス主義が前提とする階級関係に還元させて解釈する、というような議論がこの時期まで主流だったとBennetはいう[4]。

「サブカルチャー」と呼ばれるような実践を、階級関係に還元し

ないような視点で明らかにしようとする研究が増えてくるのは、八〇年代からである。「サブカルチャー」よりもさらに細分化した多様かつ流動的な下位世界が描かれるようになったのである。そこでは、細分化した流動的な独自の文化的空間のありようをよりふさわしい表現に置き換えるべく、「サブカルチャー」にかわる新たなキーワードとして「シーン（Scene）」（Straw［1991］1997）、「ネオ・トライブ（Neo tribe）」（Bennet 1999）、「テイスト・カルチャー（Taste culture）」（Lewis, 1988）といった語が提示された（Bennet 2002）。このような変化をBennet（2002）は「エスノグラフィー的転回（Ethnographic Turn）」と呼んでいる。以上のような潮流を背景としてピュラー音楽研究の分野でも、アマチュア・ミュージシャン（Finnegan 1989）や地方都市のロック・シーン（Cohen 1991;Kruse 1992）、クラブ・カルチャー（Thornton 1995）といった、マイナーでローカルな世界に光を当てるエスノグラフィックな研究が数多く出てきたのである。

同じ時期に登場したインディーズ研究（Gray 1988; Lee 1995; Hesmondhalgh 1998a; 1998b; 1999）も、同様の潮流のなかに位置づけることが可能である。産業論の議論でもみたように、インディーズは、より細分化した時代の音楽シーンの需要に応えるものだったのであり、マイナーでローカルな文化生産の担い手としてのインディーズに焦点が当てられたといってよいだろう(5)。

アメリカの研究では、まずGray（1988）が、Theresaレーベルというジャズのインディーズを事例にしたフィールド・ワークを行っている。そこで彼は、マクロな視点からインディーズの機能や役割を位置づけるのではなく、インディーズにかかわる当事者自身による経験や意味付けを重視している。「インディペンデント・レコーディング企業は、意味や関係、文化生産の方法において特徴的な傾向をもって運営されている」（Gray 1988: 31）のであり、メインストリームとは異なる音楽や経験、イデオロギー、アイデンティティ等を形成している。だが実際には、財政上の困難をはじめとした様々な問題があるため、現実と折り合いをつけながら理想とする音楽をかたちにしていく必要がある。レーベル運営の継続のために時には妥協しつつも、ミュージシャンやオーディエンス達と「音楽を媒介とした独自の経験」を共有しようと彼らは試みる。レーベル活動を通じて音楽を発信することで、いかにしてメインストリームとは異なる独自の文化的空間を維持するのか、という「オルタナティブな文化生産」のありかたが具体的に描かれるのである。

マクロな産業論の視点とは異なり、インディーズの視点に立てば、メジャーと提携を結ぶという選択も、インディーズ・レーベルのイデオロギーやアイデンティティの問題と関わってくることになる。それは例えば、音楽や思想上の問題と商業的な問題との折り合いをどう着けるかといった葛藤となって現れるからである。Lee（1995）は、このインディーズ／メジャー間の関係という問題について、多国籍メジャーではなくインディーズの側に立脚して事例研究を行っている。彼は、Wax Trax!というダンス・ミュージック・レーベルが、レーベル運営の継続というプラクティカルな問題と折り合いを

つけるために、当初は拒絶していたメジャーとの提携を結ぶに至るプロセスが紹介されている。Wax Trax! は、一九八一年にレーベル活動を開始してから一二年間、メジャー産業のシステムに頼らずに生産や流通を行うという「独立（independence）の精神」「オルタナティブの精神」を貫き、社員たちもその理念を共有してきた。だが、レーベルに所属するアーティストの売上げが伸びてくると、従来の手法では経営が成り立たなくなってくるのである。ある曲に人気が出て、注文が殺到したとしても、その需要に対応するだけの財政的な資源を持ち合わせていないため、ヒット曲を売るせっかくの機会も逃してしまう。消費の回転が速いダンス・ミュージックにおいては、人気が出て落ちるまでの期間がきわめて短い。皮肉にも、人気が出ることでレーベルの財政状況はむしろ急激に悪化し、社員たちは「レーベルが「インディペンデント」として成功すること」から「会社として生き残る」ことへと目標を変えざるをえなくなるのである。この「イデオロギー上の移行」の結果として、外部からコンサルタントを招いたり、他の企業と流通契約を結ぶかわりに資金面でのサポートを受けるといった選択に踏み切ることになる。Leeは、Gray（1988）の事例になっているジャズのTheresaレーベルが「完全なインディペンデントにとどまることができた」のに、Wax Traxにはそれが不可能だった理由を、ダンス・ミュージックの持つ市場特性に求めている。彼の事例研究は、メジャーとの提携が、インディーズの側のどのような事情によって生じたのかという一つのパターンを明らかにしているといえる。

イギリスの研究では、パンク・ロックについての研究であるLaing（1985）が、インディーズ研究の先駆けとしても位置づけられるであろう。本書でLaingは、パンク・ムーブメントをきっかけとして、レコードの生産だけでなく流通の面でもメジャーと距離を置いた自前のネットワークがイギリスで形成される過程を描いている。また彼は、労働者階級の対抗文化のなかにパンクを位置づけようとしたHebdige（1979=1986）の視点を批判し、既成のサブカルチャーの区分では括れない独自のジャンル文化として、パンクという音楽文化を描こうとしている。

九〇年代にはいってからなされたHesmondhalgh（1998a; 1998b; 1999）の一連の研究は、Laingの仕事をフォローするものとなっている。一九七〇年代のパンクの制度的影響をLaingが論じた後を受けて、Hesmondhalgh（1998a）では一九八〇年代の「ポスト・パンク」のインディーズがもたらした制度的帰結を検証している。そこでは、アーティストへの高い報酬率や、音楽活動における自律性の保証など、Rough Tradeをはじめとするいくつかのレーベルが実践しようとした「ミュージシャン本位の（musiciancentred）」契約関係というスタイルが、音楽産業内の構造を変革する十分な力にはなりえなかったことが述べられている。既成の音楽ビジネスの慣行に挑戦するポスト・パンクの試みは矛盾に直面し、九〇年代初頭までには多くのインディー・レーベルが破産の道を余儀なくされたのである。

Hesmondhalgh（1999）では、ポスト・パンクのさらに後の世代のインディーズが対象となっている。九〇年代の「ポスト・パンク

以降」のインディーズにおいて「メジャーとの提携・協力」が進行した背景を、オアシスを生んだことで知られるCreationと、ビョークを世に送り出したOne Little Indianという二つのレーベルを事例に検証している。そして、九〇年代に生じたメジャーとの提携という流れは、「メジャーから自立（独立）したレーベル運営」という、「以前に持っていた理想主義的な立場を放棄（＝sell out）した」というような、よく言われる単純な図式では捉えられないと結論づけている。Creationは国際市場での成功を最初から目指していたし、One Little Indianは、元々はパンク・ムーブメントのなかでアナーキズム思想に触発されたバンドのメンバーによって始めらたレーベルだが、どちらも「インディー・イデオロギーからの堕落」という図式には当てはまらない。二つの事例をここで簡潔に要約することは難しいが、Lee（1995）で取り上げられたWax Traxとは異なる状況が描かれており、導かれた結論もまた異なるものとなっている。

さらにHesmondhalgh（1998b）では、今度はダンス・ミュージックのインディーズの事例が取り上げられている。「メジャーとの共生的関係」がここでは、「クロスオーバー・ヒットやコンピレーション・アルバムに依存している」というジャンルの産業特性と関連付けて論じられている。イギリスのインディーズを対象とした彼の一連の論文は、八〇年代～九〇年代の音楽産業の状況を、インディーズ・セクターの側から説明することに成功しているといえる。メジャーとの提携・協力という選択は、インディーズが音楽生産を担う独自の産業としての位置を確保するために、様々な模索や試行錯誤によって行き着いた答えなのである。

5　終わりに――残された課題

前の節で紹介したLee（1995）やHesmondhalgh（1998a; 1998b; 1999）の研究は、八〇年代以後の産業論における「インディーとメジャーの共生的関係」というマクロな図式に具体的な事例を提供するものである。インディーズが持つ固有の文化に着目しながらも、単なる事例の提示に終始することなく、マクロな産業論的視点へと接続することで、より一般的な水準にまで議論を引き上げている点が評価できる。また、Leeはジャズとダンス・ミュージック、Hesmondhalghはポスト・パンクとそれ以降のロック・インディ、そしてダンス・ミュージックというふうに、複数のジャンルに目配りして比較を行うことで、ひとつのジャンルの事例を相対化しようとする視点を持っていることも注目に値する。そのため、比較によってはじめて明らかにしうるような、ジャンルに固有の文化というものに光が当てられているのである。

だが、インディーズの文化そのものを明らかにすることより産業論的な問題設定のほうに引きずられているという点は、一方では弱点も抱えている。事例の選択に際して、メジャーと協力関係を持つようなインディーズだけを掬い上げているからである。ジャンルや制度的な方向性などに関して、ある特定の傾向を持った少数のレーベルを取り上げることで、結局は「多国籍メジャーとの共生的関係」

という一般的な図式にすべてが落とし込まれてしまっているのである。

このために、二つの問題が生じている。一つ目は、インディーズの多様な文化が一括りにされてしまいがちだということである。ジャンルの問題に限ってみても、複数のジャンルに言及がなされているとはいえ、まだ比較しうる事例が限られている。ジャンルごとの文化の違いによって、どのような多様性があり、それがメジャーとの関わりにどう影響しているのかという視点からの研究はもっと蓄積されてよいだろう。

二つ目に、このような視点からは、各国ごとの文化的な事情や社会的文脈などが考察の対象として十分に浮かび上がってこないという問題がある。国際的な視野でマクロに捉える産業論的視点と、キメ細かくミクロに文化を捉えるサブカルチャー論的視点とをつなぐ中間項となるべき、中範囲の社会的文脈にたいする眼差しが抜け落ちてしまいがちなのである。それぞれの社会に固有の特性を浮かび上がらせるためには、LeeやHesmondhalghがジャンル間比較を行うことでジャンル固有の文化をある程度明るみに出したように、国際的なレベルでの比較が必要になるのではないだろうか。これは各国別の事例研究の地道な積み重ねによってしか明らかにできない問題である。重要なのは、ジャンルごと、国ごと（地域ごと）の時代的・社会的な特性を明らかにしようとすれば、結局ジャンルごと、社会ごとに比較を行い、そこからそれぞれの共通点と差異を見出すという比較社会学的な視点が欠かせないということであろう。

以上から、日本を対象としたインディーズ研究、音楽産業研究の方向性も示されることになる。まずは、ミクロな視点からインディーズの事例研究を積み重ねることである。時代ごと、ジャンルごとにどのような特性があるのかを見ていくことである。そのうえで、そのデータをマクロな音楽産業論の議論につなげれば、欧米で組み立てられた枠組みを日本で検証していくことが可能になるだろう(6)。さらに、日本社会に固有の社会的文脈を考察の対象とするためには、これらのデータをもとに国際比較の視点（比較社会学的な視点）から日本文化の特性を明らかにしていくような問題意識も必要になる。例えば、日本はもともとポピュラー音楽にかんしては文化輸入国であるが、現在では邦楽がCD売上げに占める割合が高く、国内での自給自足的な傾向が強い市場構造になっている。したがって日本の場合、国際的な音楽産業の動向とは別に、国内で完結した音楽市場を見ていく必要があることになる。インディーズとメジャーとの関係も、多国籍メジャーとインディーズとのそれではなく、国内市場に限定して考えたほうがより実態に即している。つまり、インディーズのもつ意味が、ここまで本稿で紹介してきた英米とは異なる可能性があるのである。

日本では、インディーズの影響力が注目されだしたのも、メジャー企業との関わりを持ち出したのも、アメリカやイギリスと比較すればより最近のことであり、その歴史はやや浅い。その違いは日本のどういう時代的・社会的文脈と関わっているのだろうか。また、いくつもの点で違いがあるにも関わらず、二〇世紀後半の先進諸国

でインディーズ・セクターが拡大した点では共通しているが、それはなぜなのか(7)。それは先進諸国のどんな事情と関連しているのか。文化産業や社会のより広い問題と関わらせることなしに、これらの問題を明らかにすることはできないだろう。

注

(1)「インディペンデント」という概念についての検討は、Frith (1981=1993)、Wallis and Malm (1984=1996)、Gray (1988)、Negus (1992)、Lee (1995)、Hesmondhalgh (1996) らが行っている。なかでもGray (1988) は、この概念をアメリカの音楽産業の実態に即して歴史的に追っている。

(2) その後、Rothenbuhler and Dimmick (1982) やLopes (1992) において、ほぼ同じ視点から後の時期をフォローした追試がなされた。また、Christianen (1995) では、分析枠組みの変更を加えたうえで、同様の分析をアメリカではなくオランダに適用する試みを行っている。

(3) Hesmondharh (1996) は、インディーズとメジャーの主なパートナーシップの形態を四つにまとめている。1. メジャーと国際的なライセンス契約を結ぶ。2. メジャーと流通面と資金面での契約を結ぶ。3. メジャー資本やベンチャー資本にレーベルの経営権を売るかわりに、流通面や資金面での援助を受ける。4. 企業買収。

(4) このような議論の代表的なものとしてバーミンガム学派によるS, Hall, ed. のResistance from Ritual (1975) をはじめとして、P, ウィリス『ハマータウンの野郎ども』(1977) やHebdige (1979=1986) 等を挙げることができる。

(5) ただし、インディーズという研究対象の性格上、当事者へのインタビューによってデータを集めることはなされても、エスノグラフィックな手法を取った研究はGray (1988) を除いてほとんど見当たらない。

(6) この点にかんしては、筆者が日本で行ったフィールド・ワークをもとに別稿を期する予定である。

(7) 先進国に見られるこのような傾向を、ポスト・フォーディズム体制への移行と関わらせて説明しようとする立場もある (Shapiro et al. 1992など)。またHesmondhalgh (1996) は、この理論的立場の批判的検討を行っている。本稿ではこの点の議論は紙幅の都合上割愛せざるをえないので、別の機会に譲ることとする。また、Wallis and Malm (1984=1996) は、先進国と途上国を含む十二ヶ国におよぶ大規模な事例調査をもとに、多国籍メジャー資本が小国に参入することによって生じる、音楽文化の共通の「変化のパターン」を導き出している。これは、「インディーズ 対 メジャー」の関係を、「(大規模な市場を持たない) 小国の音楽産業 対 多国籍メジャー資本」の関係に重ね合わせて分析した貴重な例といえよう。

参考文献

Bennet, Andy, 1999, "Subcultures or neo-tribes? Researching the relationship between youth, style and musical taste," *Sociology*, 33, 3: 599-617.

———, 2002, "Researching youth culture and popular music: a methodological critique," *British Journal of Sociology*, 53, 3: 451-466.

Burnett, Robert, 1996, Grobal Jukebox: *The International Music Industry*, London: Routledge.

Chapple, Steve and Garofalo, Reebee, 1977, *Rock 'n' Roll is Here to Pay: The History and Politics of the Music Industory*, Chicago: Nelson Hall

Christianen, Michael, 1995 "Cycles in symbol production? A new model to explain concentration, diversity and innovation in the music industry," *Popular music*, 14, 1: 55-94.

Cohen, Sarah, 1991, *Rock Culture in Liverpool: Popular music in the making*, Oxford: Clarendon Press.

———, 1993, "Ethnography and popular music studies," *Popular music*, 12, 2: 123-138.

Finegann, Ruth, *Hidden Musicians: Music-Making in an English Town*, Cambridge: Cambridge University Press.

Frith, Simon, 1981, *Sound Effects*, New York: Pantheon. (=1991, 細川周平・竹田賢一訳『サウンドの力』晶文社.)

———, 1988a, "Video Pop: Picking up the pieces," in *Facing the Music*, New York: Pantheon.

Garofalo, Reebee, 1987. "How Autonomous Is Relative: Popular music, the Social Formation and Cultural Struggle," *Popular Music*, 6, 1:77-92

George, Nelson, 1988, *The Death of Rhythm & Blues*, New York: Pantheon. (=1990, 林田ひろゆき訳『ブラックミュージックの死』早川書房.)

Gillett, Charlie, [1970] 1996, *The Sound of the City*, 2th ed., London: Souvenir Press.

Gray, Herman, 1988, *Producing Jazz: The Experience of an Independent Record Company*, Philadelphia: Temple University Press.

Hebdige, Dick, 1979, *Subculture*, London: Methuen. (=1986, 山口淑子訳『サブカルチャー』晶文社.)

Hellman, Heiki, 1983, "The New State of Competition in the Record Industry," *Sociologia*, 20(4): 355-367.

Hesmondhalgh, David, 1996, "Post-Fordism, Flexibility and the Music Industries," *Media, Culture and Society*, 18: 469-488.

———, 1998a, "Post-Punk's attempt to democratize the music industry: the success and failure of Rough Trade," *Popular music*, 16, 3: 255-274.

———, 1998b, "The British dance music industry: a case study of independent cultural production," *British Journal of Sociology*, 49. 2: 234-251.

———, 1999, "Indie: The Institutional Politics and Aesthetics of A Popular Music Genre," *Cultural Studies*, 13-1:34-61.

Kennedy, Rick and Randy, McNutt, 1999, *Little Labels—Big Sound: small record companies and the rise of American music*, Bloomington & Indianapolis: Indiana University Press.

Kruse, Holly, 1993, "Subcultural identity in alternative music culture," *Popular music*, 12, 1: 33-41.

Laing, Dave, 1985, *One Chord Wonders: Power and Meaning in Punk Rock*, Milton Keyns: Open University Press

———, 1990, "Making popular music: the consumer as producer," Tomlinson, Alan, ed. Consumption, Identity, & Style. London & New York: Routledge, 186-194.

Lee, Stephen, 1995, "Re-Examining the Concept of the "Independent" Record Company: The Case of Wax Trax! Records," *Popular music*,

14, 1: 13-32.

Lewis, George H., 1988, "Patterns of Meaning and choice: Taste Cultures in Popular Music," in Lull, James ed., *Popular Music and Communication*, London: Sage

Longhurst, Brian, 1995, *Popular Music and Society*, Cambridge: Polity Press, 198-211.

Lopes, Paul L., 1992 "Innovation and Diversity in the Popular Music Industry, 1969-1990," American Sociological Review, 57:56-71.

Negus, Keith, 1992, *Producing Pop: Culture and Conflict in the Popular Music Industry*, London: Edward Arnord.

———, 1996, *Popular Music in Theory: An Introduction*, London: Wesleyan University Press.

Peterson, Richard and David, Berger G., 1971, "Entrepreneurship in Organizations: Evidence from the Popular Music Industry," *Administrative Science Quarterly*, 16:97-107.

Peterson, Richard A. and G. David Berger, [1975] 1990, "Cycles in Symbol Production: The Case of Popular Music," Frith, Simon and Andrew Goodwin eds., *On record: Rock, Pop and the Written Word*, New York: pantheon.

Rothenbuhler, Eric and John Dimmick, 1982, "Popular Music: Concentration and Diversity in the Industry, 1974-1980," *Journal of Communication*, 32:143-149.

Rublowsky, John, 1967, Popular Music, Basic Books: Inc, publishers. (=1970, 岡部理子訳『ポピュラー・ミュージック』音楽之友社)

Sanjek, Russel and David Sanjek, 1991, *American Popular Music Business in the 20th Century*, New York Oxford: Oxford University Press.

Shapiro, Dan, Nick Abercrombie, Scott Lash and Celia Lury, 1992, "Flexible Specialization in the Cultural Industries," Ernste, Huib and Verena Meier eds., *Regional Development and Contemporary Industrial Response: Extending Flexible Specialisation*. London: Belhaven, 179-94.

Straw, Will [1991] 1997 "Communities and scenes in Popular music," Gelder, Ken and Sarah Thornton Eds., *The Subcultures Reader*, London & New York: Routledge.

Thornton, Sara, 1995, *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*, Cambridge: Polity Press.

Vignolle, Pierre J,. 1980 "Mixing Genres and Reacheng the Public: The Production of Pop music,", *Social Science Information* 19(1):79-105

Wallis, Roger and Krister Malm, 1984, *Big Sounds from Small Peoples*, London: Constable. (=1996 岩村沢也、大西眞司、保坂幸正、石川洋明、由谷裕哉訳『小さな人々の大きな音楽』現代企画室.)

'Indies' as a Cultural Industry

YONEDA Yukihiro

The aim of this paper is to review the research about 'Indies (Independent recording industry)' and to show the problem unexplored. Indies is a minor sector of the music industry. The (musical) cultural influence of indies increase since the mid 20th century, which is supposed to be connected with wider social and (musical) cultural change.

There are two main perspectives about indies research: the one is the point of industry and the other is the point of subculture. The former reveals the relationship between the industry of indies and majors from macro perspective. The later describes how the alternative (musical) culture is produced in indies sector from a micro perspective.

When I try to analyze the distinction different social and historical contexts, the comprehensive perspective including macro and micro and comparative research is necessary.

Key Words

indies, music industry(culture industry), symbiosis with the majors, subculture, comparative research.