

Marketing Conference

製品カテゴリーと言葉の意味 —渋谷系音楽を事例として—

—橋大学大学院 商学研究科
博士後期課程
朝岡 孝平

目次

1. はじめに：問題意識
2. 先行研究
3. 調査対象、方法
4. 調査結果
5. 考察
6. 限界と今後の課題

はじめに：問題意識

- 言葉による製品カテゴリーの命名

→製品カテゴリーが意味を含み、人々に伝えられるプロセス

- 生産者が製品に見出していた意味と、カテゴリーの命名により生じた意味にギャップが生じるという現象に注目

製品カテゴリー

- 製品カテゴリーのマネジメントは、マーケティングにおける重要な課題のひとつである(Aaker, 2011; Solomon, 2012; 新倉, 2005)
- 製品カテゴリーは言葉によって表される(松井, 2015)
 - 言葉を生み出し普及させる役割を担うのがメディア(松井, 2013)
 - 生産者が意図しない形で、製品カテゴリーの命名が行われることもあるのではないか

先行研究：社会学におけるカテゴリー研究

- 分類：集合的な表象としてのカテゴリー（デュルケム, 1975）
→その表象を客観化するのが言葉である（Berger and Luckman, 1966）
- 意味の問題への焦点（Negro et al., 2010）
 - ・アイデンティティ（Zhao, 2005）、正当性（Zuckerman, 1999）
 - ・メディアの言説を通じた意味の構築と安定（Rosa et al., 1999; Khaire and Wadhvani, 2010）

先行研究：まとめ

- 言葉で表されることにより人々に認識される集合的な表象としてのカテゴリー
- カテゴリー名をつける(ラベリングする)行為は十分には検討されていない
 - ラベリングを行う行為者は、カテゴリー形成の直接の当事者の意図とは別の意味をカテゴリー名とともに創りだす可能性がある

調査対象：渋谷系音楽

- 1990年代に流行した音楽ジャンル
- 渋谷のレコード店（特にHMV）で売れていたことから「渋谷系」
- 様々な音楽ジャンルを横断的に取り入れた音楽性

渋谷系に括られたミュージシャン

ピチカート・ファイヴ

オリジナル・ラブ

フリッパーズ・ギター

コーネリアス

小沢健二

カヒミ・カリィ

ラブ・タンバリンズ

サニーデイ・サービス

暴力温泉芸者

etc

ジャンル横断的な音楽ジャンル

ソウル

ボサ・ノ
ヴァ

パンク・
ロック

ジャズ

ハウス

...

渋谷系



調査対象とする理由

- 当事者が言い出した言葉ではなく、メディアが作り出し広めた言葉
- 音楽の事例であるため、カテゴリーの「意味」の問題に焦点を当てやすい
→ジャンル横断的であるため、音楽的なスタイルや技術だけで説明することもできない

調査方法

- 雑誌記事の言説の分析

→「渋谷系」という言葉を扱ったり、渋谷系のミュージシャンを取り上げた記事の解釈

- 先行研究(Rosa et al., 1999; Khaire and Wadhvani, 2010; Jones et al., 2012; Lena and Peterson, 2008)

- 「渋谷系」という言葉は主に雑誌メディアにより用いられていた

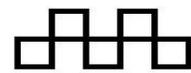
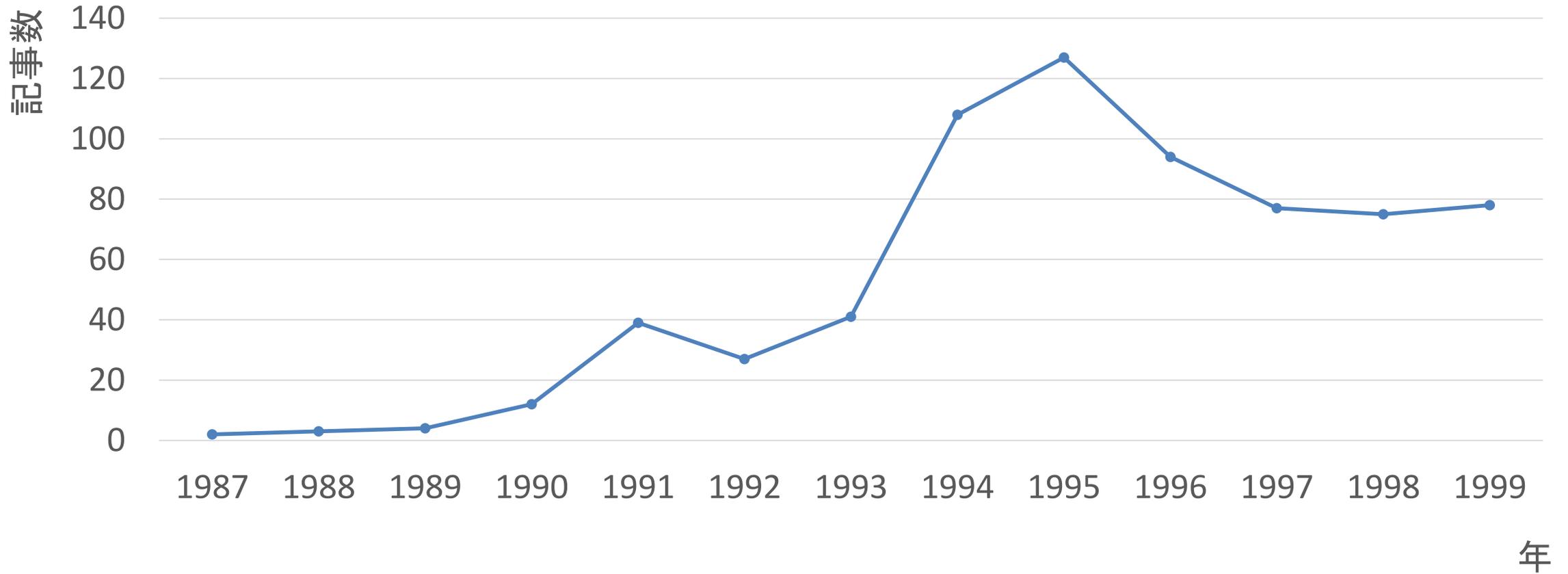
- インタビュー記事により、当事者であるミュージシャンの意図も見れる

調査方法

- 大宅壮一文庫のデータベース、Web-OYA BUNKOにより検索
(1999年12月まで)
 - 記事タイトルに「渋谷系」もしくは「シブヤ系」(96件)
 - ピチカート・ファイヴ(175件)、オリジナル・ラヴ(127件)、フリッ
パーズ・ギター(28件)、コーネリアス(小山田圭吾)(128件)、小
沢健二(138件)
- カテゴリーのエクゼンプラー(代表例)

雑誌記事数の推移

記事数の推移



Japan Marketing Academy

「渋谷系」の登場

□ 『宝島』1994年2月9日号

「そして、そうした流れの中で売れている音楽の中には、ポップで(!)オシャレで(?)キャッチー(!?)なものが多く、全部ひっくるめて「渋谷系」と呼ばれていたりするワケ(本当!?)」

□ 「一般的にお洒落なイメージを指す用語」、「時代やジャンルにこだわらず、心地よくて、オシャレな音楽を自然に取り込んだ、洋楽感覚のサウンドが魅力」、「その特徴はスタイリッシュ、つまり最先端のオシャレな音楽」、「若者からの支持」

□ →「オシャレ」、「若者の流行」といった意味

「渋谷系」の語られ方

- 「世間で広まっている言葉」という語り口（例：「最近“渋谷系”という言葉を目にする（SPA, 1994年3月16日）」
 - 消費者の流行を捉えている、という見せ方
- 雑誌記事のライターも、全てが無批判に使っているわけではない（例：「洋楽耳のオシャレないわゆる『渋谷系』という意味不明の修飾語でくくられた音楽（Hanako, 1994年5月19日）」
 - あくまでも「他人が使っている言葉」であるため？

ミュージシャンの反応

□ 肯定的な反応

ピチカート・ファイヴ

「見出しを付けてもらえるのは嬉しい」

□ 否定的な反応

オリジナル・ラヴ「俺は渋谷系じゃない」

コーネリアス「“渋谷系”とか言われているような奴のレコードなんか絶対買いたくない」

小沢健二→反応を示さない

考察

□ 雑誌メディアの役割 (Rosa et al., 1999; Khaire and Wadhvani, 2010)

雑誌記事が、「世間」で使われている言葉として用いる

その記事を見た別の記事のライターが自身の記事で用いたり、アーティストのインタビューで持ちだしたりする＝言葉の使用が別の場所での使用を生む

→「渋谷系」という言葉がカテゴリーの存在を客観化 (Berger and Luckman, 1966)

→言葉で括ることにより、アーティストにも「オシャレ」や「若者の流行」といった意味とともに認知がなされる

考察

□ アーティストの意図と「渋谷系」の持つ意味のギャップ

ピチカート・ファイヴは、以前から「オシャレ」という言葉を意識していた

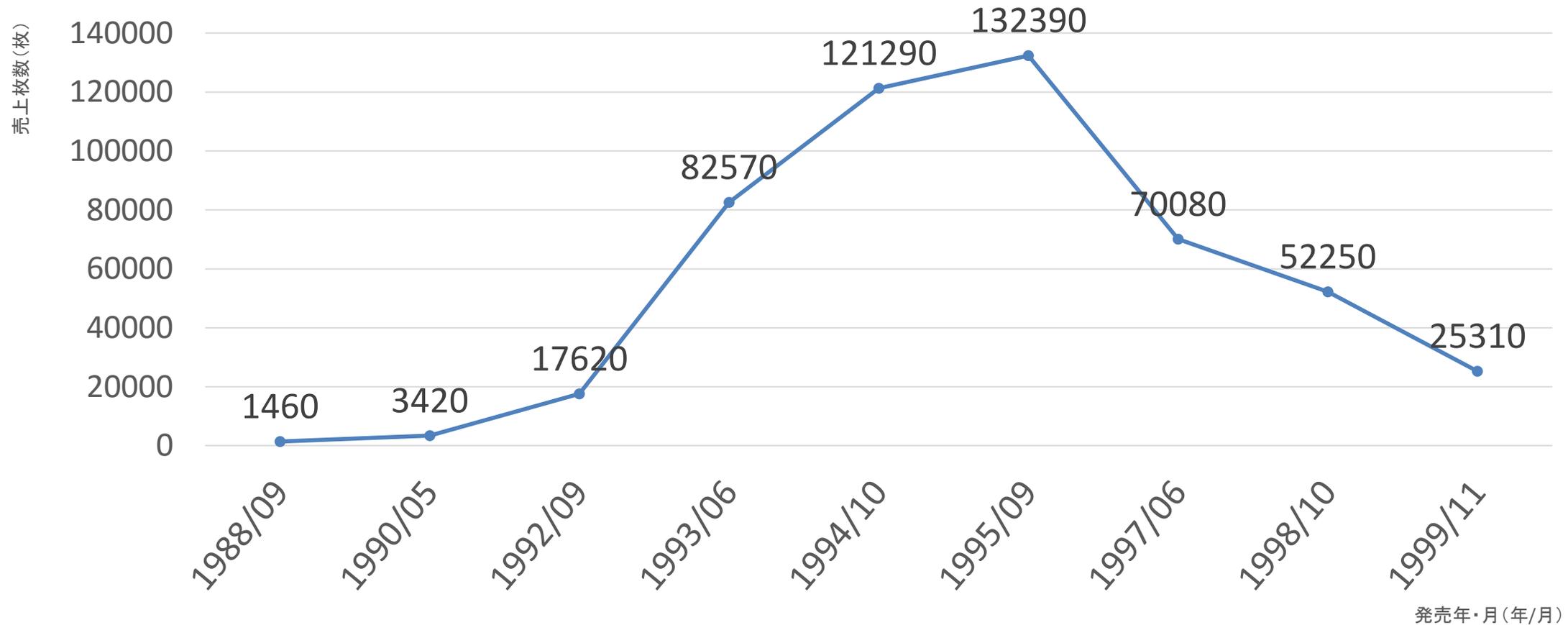
その他のアーティストはそういったことを意識していなかったり、「勘違い」であるとしていた

言葉を用いるメディアも批判的な立場をとる場合もあった

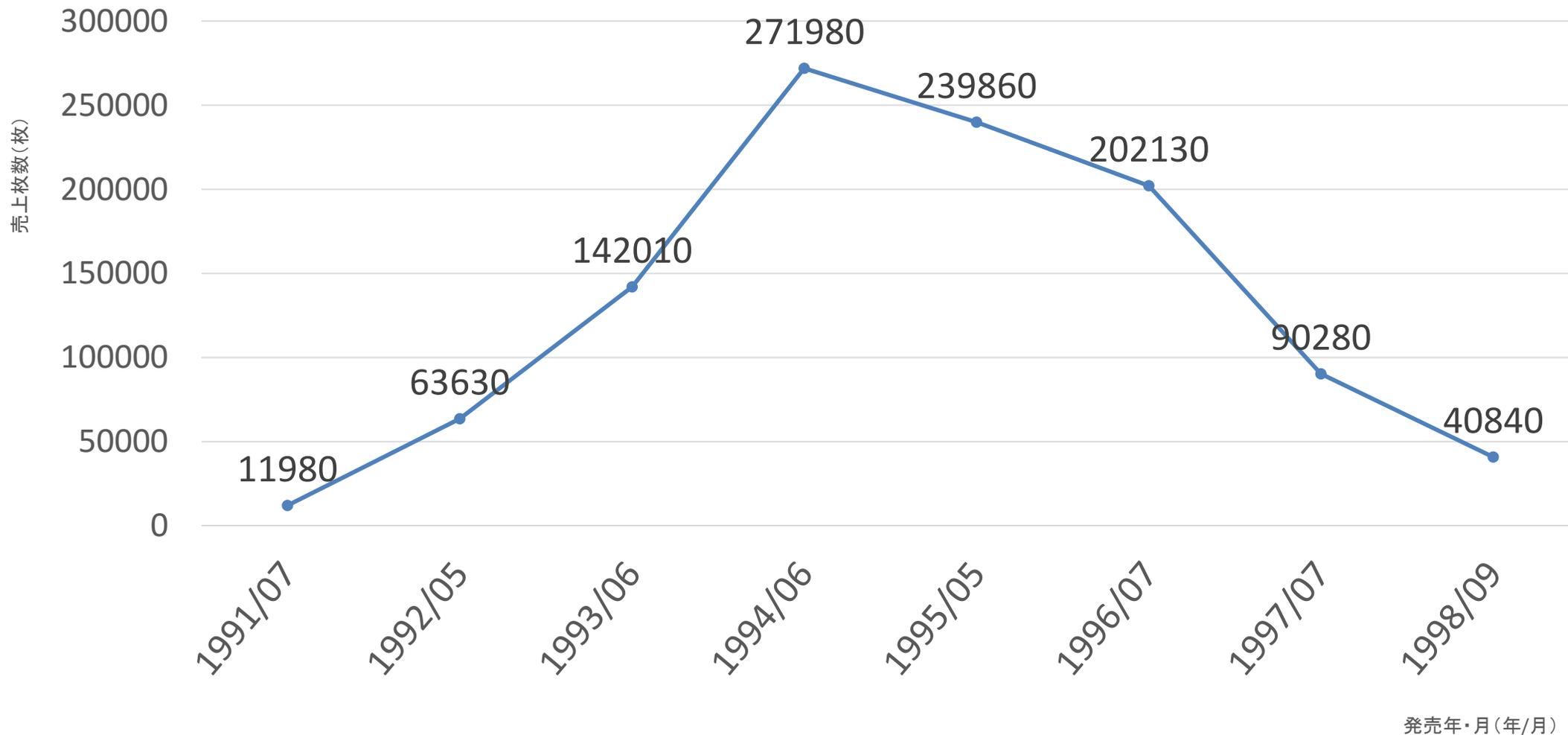
→Rosa et al. (1999) の述べる「安定化」は生じなかった

→アーティストの拒否により使用しづらくなる、音楽以外の分野での使用

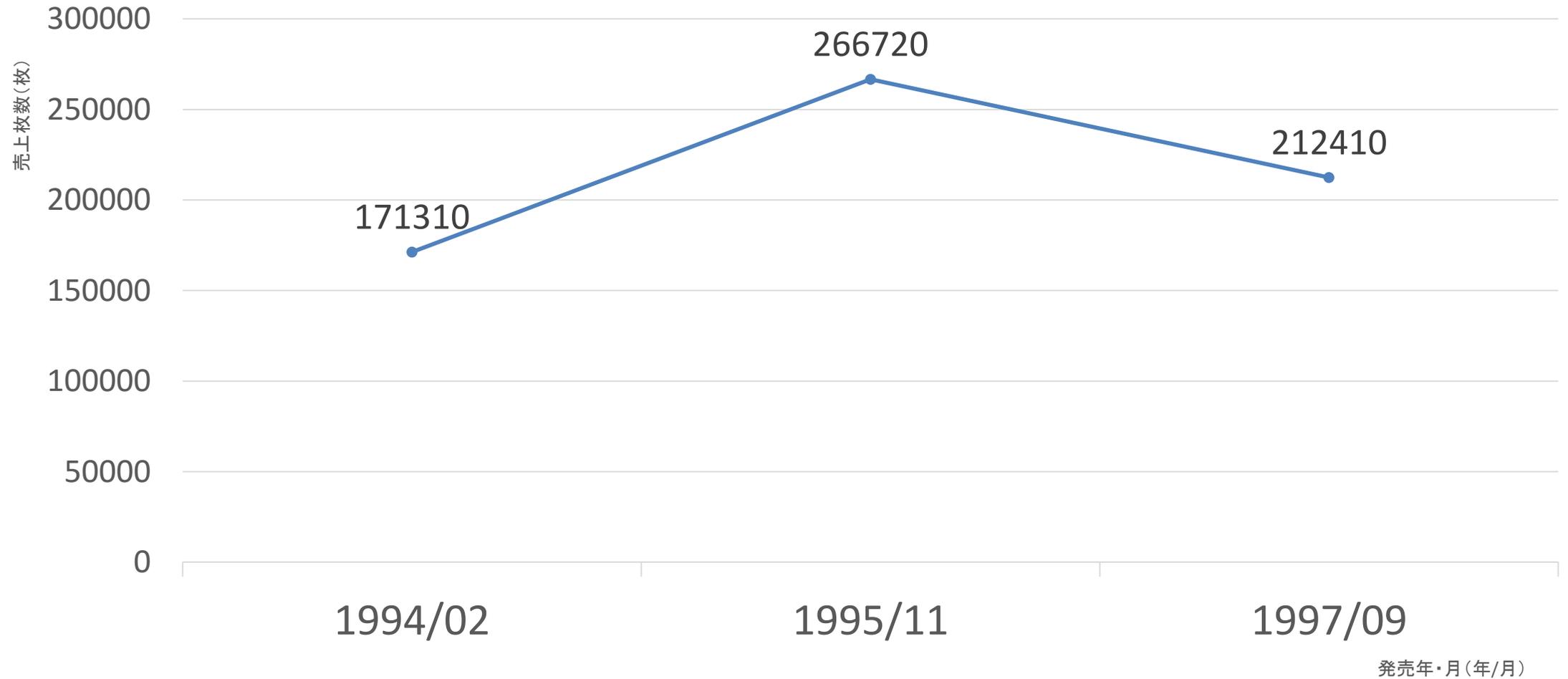
ピチカート・ファイヴ



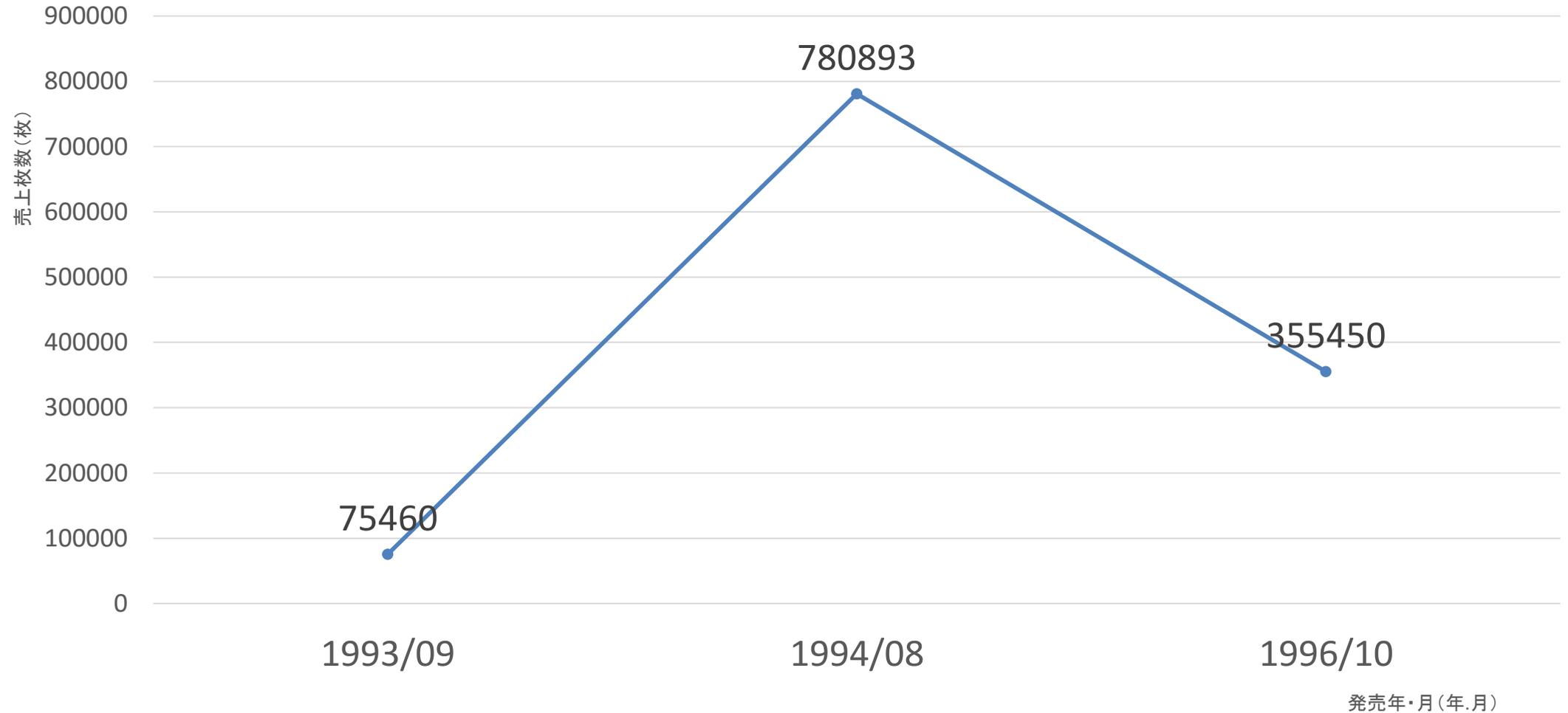
オリジナル・ラヴ



コーネリアス



小沢健二



インプリケーション

- 自社製品と、何らかの肯定的な意味やイメージを持つ言葉を結びつけることで、その製品にそのカテゴリー名の肯定的な意味を付与して、市場を広げられる可能性
- 意図しない製品と言葉の結びつきへの対処の必要性

限界、今後の課題

- 他のミュージシャンの「渋谷系」への反応
- 消費者の需要(→フレーミング)や小売店の視点
- 他の事例との比較研究

参考文献

- デュルケム、エミル(1975)『宗教生活の原初形態』岩波文庫。
- 新倉貴士(2005)『消費者の認知世界—ブランドマーケティング・パースペクティブ』千倉書房。
- 松井剛(2013)『ことばとマーケティング:「癒し」ブームの消費社会史』碩学舎。
- 松井剛(2015)「ことばを通じた市場創造:『女子』をめぐる消費者の価値観の変化と消費者行動に関する研究」吉田秀雄記念事業財団(第48次)最終報告書。
- Aaker, David A. (2011) *Brand Relevance: Making Competitors Irrelevant*, San Francisco: John Wiley and Sons (阿久津聡監訳『カテゴリー・イノベーション ブランド・レlevanceで戦わずして勝つ』日本経済新聞社、2011年)。
- Berger, Peter L. and Thomas Luckman (1966) *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*, New York: Anchor Books (山口節郎訳『現実の社会的構成:知識社会学論考』新曜社、2003年)。
- Jones, Candace, Massimo Maoret, and Felipe G. Massa (2012) “Rabels with a Cause: Formation, Contestation, and Expansion of the De Novo Category “Modern Architecture,” 1870-1975,” *Organization Science*, Vol. 23, No. 6, pp. 1523-1545.
- Khaire, M. and R. D. Wadhvani (2010) “Changing Landscapes: The Construction of Meaning and Value in a New Market Category –Modern Indian Art,” *Academy of Management Journal*, Vol. 53, No. 6, pp. 1281-1304.

参考文献

- Lena, Jennifer C. and R. A. Peterson (2008) “Classification as Culture: Types and Trajectories of Music Genres,” *American Sociological Review*, Vol. 73, No. 5, pp. 697-718.
- Negro, G., Ö. Koçak, G. Hsu. (2010) “Research on categories in the sociology of organizations.” G. Hsu, Ö. Koçak, G. Negro, eds. *Categories in Markets: Origins and Evolution. Research in the Sociology of Organizations, Vol. 31.* Bingley : Emerald Group Publishing, pp. 3–35
- Rosa, J. A., J. F. Porac, J. Runser-Spanjol, and M. S. Saxon (1999) “Sociocognitive Dynamics in a Product Market,” *Journal of Marketing*, Vol. 63, pp. 64-77.
- Solomon, Michael R. (2012) *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being (10th Edition)*, Boston: Prentice Hall(松井剛監訳『ソロモン 消費者行動論』丸善出版、2015年).
- Zuckerman, E. D. (1999) “The Categorical Imperative: Securities Analysts and the Illegitimacy Discount,” *American Journal of Sociology*, Vol. 104, No.5, pp. 1398-1438.

参考資料

年ごとの雑誌記事数

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	合計
渋谷系								10	23	16	16	15	16	96
ピチカート・ファイヴ	2	3	3	2	12	9	15	24	22	10	18	22	33	175
オリジナル・ラヴ					10	13	8	34	26	16	4	6	10	127
フリッパーズ・ギター					1	10	17							28
コーネリアス						4	6	20	18	17	23	21	19	128
小沢健二						1	12	20	38	35	16	11	5	138
合計	2	3	3	2	23	37	58	108	127	94	77	75	83	692

ピチカート・ファイヴ

- 1984年、小西康陽を中心に結成
- 1960年代のアメリカン・ポップスや1970年代のソウルミュージックなど、過去の洋楽からの影響が強い

「渋谷系」への反応：ピチカート・ファイヴ

□ 「元祖渋谷系」「渋谷系のオリジネーター」と形容される

（「今ピチカート・ファイヴを『渋谷系』みたいな、一つのイメージの一部として聴いてる人もいると思うんですよ」という問いかけに対し）

それは全然構わない。むしろ光栄ですけどね（『音楽と人』1994年11月）

渋谷系でも何でも見出しを付けてもらえるのは嬉しいことです。ピチカート・ファイヴは長い間、『何と言って売ればよいのかわからない』と言われ続け、冷遇されてきたことが忘れられないので（『SAPIO』1996年10月9日）

「渋谷系」以前のピチカート・ファイヴ

僕たちピチカートは東京の音っていうのを代表したい、というスタンスなんです。

(中略)

東京の字面は“TOKYO”か“トキョー”。そして、港区か渋谷区の音なんです。(『FM fan』1992年9月14日)

今若い人ってオシャレになってて音楽のセンスもすごく良いし、彼らがピチカートを聴いてる(『スコラ』1993年7月8日)

オリジナル・ラヴ

- 1985年に田島貴男により結成
- 田島貴男はピチカート・ファイヴにも一時期加入していた
- 年代は1940年代から1970年代まで、ジャンルはパンクロックからジャズまで幅広い音楽を好む

「渋谷系」への反応：オリジナル・ラヴ

□ 「渋谷系ジャンルの大御所的存在」

俺は渋谷系じゃねえ！（1994年7月のコンサートにて）

多少うざったいなとは思ってましたね。別に渋谷系の音楽をやろうとしてるわけじゃないのに（『音楽と人』1994年11月）

80年代のバブル的な匂いを感じられて、好きな言葉じゃない（『DIME』1994年6月16日）

「渋谷系」以前のオリジナル・ラヴ

オシャレと言われるのは、嫌じゃないですけど、オシャレ相当バンドみたいなことをやってる気はないです(笑)。音楽はこの次で、オシャレということだけを意識してやってるバンドもいますから。僕らはそうじゃない。結成したときからクオリティのあるポップスをやろうということは全く変わってないし。(『スコラ』1993年6月24日)

フリッパーズ・ギター、コーネリアス、小沢健二

- フリッパーズ・ギター：小山田圭吾と小沢健二による2人組
→1991年に解散
- 解散後、2人はソロデビュー、小山田圭吾はコーネリアスというアーティスト名

フリッパーズ・ギター

- 「単純で汗くさいロックにはちょっとついてけないおしゃれな少女たちの熱い眼差しを一身に浴びている」(『checkmate』1989年9月)
- フリッパーズ・ギター「勘違い引き起こし率が異常に高い(『03』1991年8月)」(オシャレな生活を描いた歌詞へのファンの反応に対して)

「渋谷系」への反応：コーネリアス(小山田圭吾)

□ 「渋谷系の頂点」「渋谷系のプリンス」と形容される

もし自分が高校生とかだったら、“渋谷系”とか言われているような奴のレコードなんか絶対買いたくないと思っちゃうよ。『SPA!』なら僕が普段暮らしている部分とリンクする部分があるけど、例えば『メンズ・ノンノ』かなんかでさ、“クラブ・シーンのお洒落な何とか”とか言って俺が出てたら、もう絶対買わない(笑い)。嫌だわ、そんなの(『SPA!』1994年2月9日)

だけど、僕なんか渋谷系でさ、オリブの『お洒落と思う有名人』の5位にランキングされてるわけだからさ、さぞや都会のアーバンライフを楽しんでると思われてんだらうけど、ついこないだまで人にポコチンロックと言われる部屋に住んでた男ですからね(笑)(『音楽と人』1994年10月)

「渋谷系」への反応：コーネリアス（小山田圭吾）

ネーミングがヒドイ（『SPA！』
1997年8月20日）

一番バカげているのは、『シブヤ系』が流行ってきたという時代に、やっぱりレコード会社の人間とかって『シブヤ系』をコンセプトにしたバンドというのを出すんだよね（『VIEWS』1995年3月）