

【論文】

アナログレコードの〈復活〉はどう語られてきたか
1988年から現在まで井手口 彰 典[†]

はじめに

2010年代に入って数年が経った頃から、アナログレコードの「復活」が一種のブームとして語られるようになったのは記憶に新しい。そのきっかけの一つとしてしばしば言及されているのが、アメリカから持ち込まれたレコードストアデイ (RECORD STORE DAY) である。同イベントの日本版をプロデュースする東洋化成によれば、レコードストアデイとは「レコードストアの文化を祝い、宣伝し、独立した小売店舗を活性化し、フィジカルメディアを手にするよろこびや音楽の楽しさを共有する、年に一度の祭典」¹⁾であり、アメリカでは2008年4月に始まった。「Google Trends」で確認すると、日本ではやや遅れて2013年頃から知られるようになり、14年以降は毎年高い関心を集めるようになったことが読み取れる (図1参照)。

期を同じくして、2014年8月には渋谷・宇田川町に「HMV record shop 渋谷」が開店し話題となった。また国内の著名アーティスト、たとえばサカナクション・Perfume・AKB48・福山雅治なども、概ねこの時期に作品をアナログレコードで発表している²⁾。2016年にはパナソニックが「テクニクス」ブランドのレコードプレーヤーを復活させ、2018年にはソニーがアナログレコードの自社生産を再開した。こうした一連の変化は日本レコード協会の統計資料にも現れ

ており、過去10年間の「音楽ソフト種別生産数量推移」からはアナログレコードの生産枚数が明確な増加傾向にあることが見て取れる (図2参照)³⁾。

上述した諸々の状況を踏まえるならば、確かにアナログレコードの復活を宣言したい気分が駆られる。長らくCDの陰に隠れていたレコードが遂に再び日の目を見たのだ、と。だが結論を急がず落ち着いて過去の言説を掘り起こしてみると、ここ数年を指して特権的にアナログレコード復活の時代と位置づけるのは難しいように思われる。というのも、アナログレコード (やそれを再生するプレーヤー) の復活はどうも、この時期に限定的に語られるようになったものではなさそうなのだ。

具体的に見るのが手取り早いだろう。表1は日本経済新聞 (以下「日経新聞」) の1988年以降の記事のなかから、特徴的と思われるタイトルを筆者が任意に10件ほどピックアップしたものである。日経新聞から例を引いたのは経済紙としての強みに鑑みてのことである。また期間を1988年以降としたのは、前掲の日本レコード協会資料においてアナログレコード全体⁴⁾の生産数量がCDのそれに追い越され、市井における録音メディアの主役の座から陥落したのがこの年だからだ⁵⁾。

この表に示された記事のうち下から二つ (2015年と19年) は、その日付から明らかなおり、既に触れた当代のブームに関わるものである。だがそれらに限らず、他のタイトルにもアナログレコードの復活を匂わせる多くのポジティブな言葉

[†] 立教大学社会学部教授

2 アナログレコードの〈復活〉はどう語られてきたか

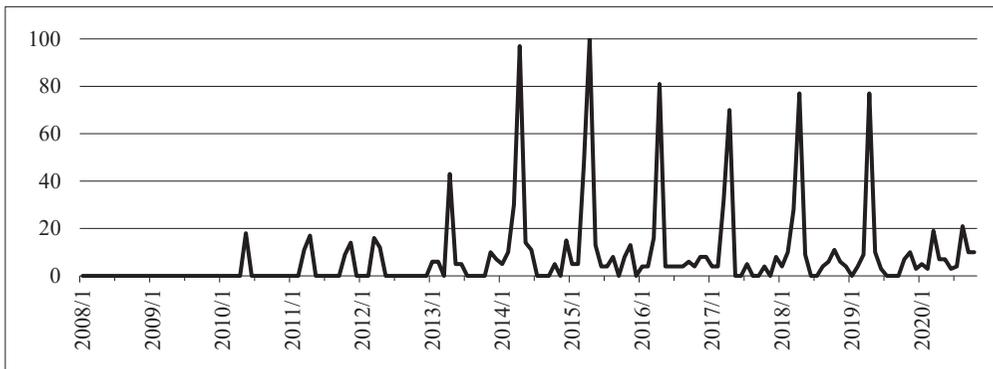


図 1. Google Trends で見た「レコードストアデイ」の関心度合

※ 検索キーワード:「レコードストアデイ」、2020年11月17日取得。
検索条件:「日本」、「2008/1/1~2020/10/31」、「すべてのカテゴリ」、「ウェブ検索」。
(縦軸数値は対象となるキーワードの人気度を最大=100として相対的に示したもの)

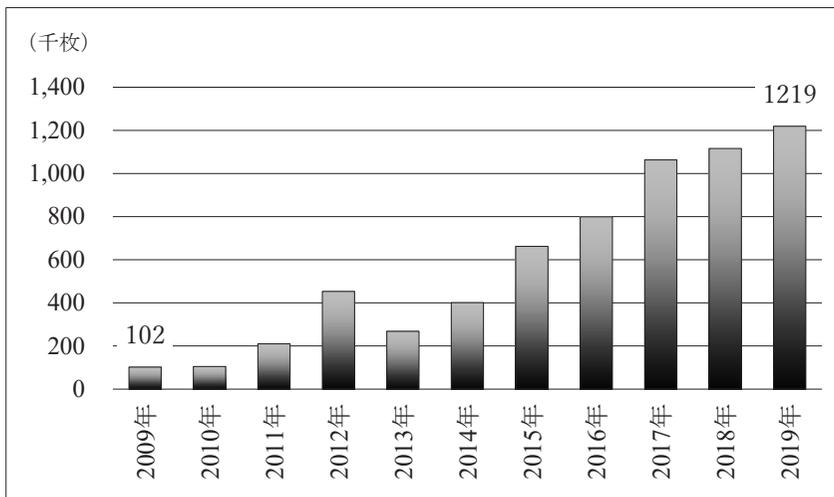


図 2. アナログレコードの生産数量推移 (2009-2019)

※日本レコード協会の資料を基に筆者作成

(転調・人気・復権・脚光・回帰・再発見・再生…)が並んでいることが分かる。またこうした記事はなにも日経新聞に独自のものではなく、他の媒体でも同様の言説を多く見つけることができる。どうやらアナログレコードは1988年にCDに敗北して以降、ずっと復活し続けているらしいのだ。

アナログレコードをめぐるこうしたポジティブ

な諸言説(以下それらを「復活言説」と呼ぶ)の氾濫を、我々はどう解釈すればよいのか。ごく短いスパンでレコードが何度も死んだり復活したりを繰り返しているわけではあるまい。むしろ考えられるのは、いくつかの時代ごとに、それぞれ異なった観点からレコードの復活が説明されている、という可能性だろう。その場合、問われるべきは

表 1. 日本経済新聞に掲載された記事タイトルの例

掲載年月日	朝夕・面	記事タイトル
1988年3月23日	夕10-11	ヒトの感性に訴えてどっこい復活LP人気
1993年5月8日	夕1	嘆き節から転調、アナログ盤に光
1995年1月13日	朝15	アナクロでないアナログ人気
1997年8月20日	夕16	アナログ盤じわり復権
2002年5月21日	朝31	新鮮アナログ盤、「CDより優しい音だ」若者気付いた
2006年10月10日	夕20	LPレコード、再び脚光 懐かしの音色、中高年ら回帰
2008年1月19日	朝12	音楽CD・DVD生産額4%減 アナログ盤は伸びる
2012年8月14日	朝29	レコードの味わい再発見
2015年11月8日	朝12	レコード、若者が魅力再生、手間をかけ聴く新鮮さ
2019年7月16日	夕13	レコード復権、若者つかむ、SNS映えも背景、10年で生産11倍

各記事が復活の根拠として強調するポイントが具体的にどのようなものなのか、であるはずだ。だがそうした研究は、管見の限り国内ではまだ見当たらない。

そこで本稿では、CDの覇権が確立された1988年以降のレコード復活言説について、その内容的な変化を分析する。結論を先取りして述べると、そうした言説はおそらく、緩やかに区分される四つの時期としてまとめることが可能である。すなわち、1988年を起点とする第Ⅰ期、90年代半ば（概ね1994年頃）からの第Ⅱ期、00年代半ば（概ね2005年頃）からの第Ⅲ期、そして10年代前半（概ね2013年頃）から現在へと至る第Ⅳ期だ。以下、これら四つの時期のそれぞれについて、時代背景にも注意を払いつつ言説の内容を順次確認していく。

なお本稿では、業界など特定の領域における限定的な語りではなく世間一般における言説に注目する目的から、全国的に読まれている新聞を主要な分析対象に取り上げた。具体的には、既に紹介した日経新聞の他、発行部数の多い全国紙として読売新聞と朝日新聞に注目した⁶⁾。また補助的に書籍や雑誌にも目を配った。ただし本稿は各紙（誌）における関連言説の網羅的な収集を試み

るものではない。またそのため、分析に際してももっぱら質的なアプローチを用いる。

その他として、本文中では読みやすさを図るため新聞・雑誌・ウェブサイトの記事タイトルにゴシック体を用いた。新聞の典拠については〔発行年月日＋朝夕の別（地方版の場合はその区分も）：掲載面数〕を基本とし⁷⁾、本文と重複する情報は適宜省略した。引用文中の筆者による補足等は〔亀甲括弧〕で示し、記者名等は略した。

第Ⅰ期（1988年～）

前述のとおり、アナログレコードが生産数量でCDに追い抜かれるのは1988年である。では、この頃から徐々に囁かれるようになったレコード復活言説には具体的にどのような傾向が見られるのだろうか。

手始めに1988年1月、すなわち本稿が対象とする期間における最初期の例として、読売新聞から「CD天下にLP復権」〔1/29朝：23〕と題された記事を見てみよう。同記事ではまず、CDがすっかり普及したはずのレコード業界において「このところLPレコードの復権が目ざましい」ことが報告される。次いでその理由として、「LPの生産を再開する企業が出」ていることや、「高額

4 アナログレコードの〈復活〉はどう語られてきたか

なレコード針の売れ行きも好調」であることが述べられ、またその背後に「音にうるさい“本格派”」の存在があることも指摘される。さらに同記事は、CDが「人間の耳には聞こえないとされる高周波と低周波」を「人為的にカットしている」ことに触れ、「音をそのまま記録、再生するシステム」であるLPと対比させつつ「マニアの耳には、この微妙な音の違いを聞きわけることができるらしい」とまとめている。

以上に見た記事内容からは、往時のレコード復活言説を把握する上で重要となるキーワードをいくつか拾い上げることができる。「生産を再開」、「本格派」、「高周波」などがそうだ。順に詳しく見ていこう。

第一の観点として、関連企業がこの時期に「生産を再開」するようになったアナログレコードとは具体的にどのようなものであったのか。先の記事のなかでは、日本フォノグラムが「クラシックを中心に60種類のLP発売に踏み切った」ことや、キングレコードが計30種類の最高級LP「スーパーアナログディスク」を出してヒットしていることなどが紹介されているものの、できればもう少し情報が欲しいところだ。後続の記事に目を向けつつ、当時の状況をより詳しく確認してみよう。

たとえば1991年の朝日新聞「アナログは死なず」[10/12夕：16]では、「ジャズやクラシックのLPの名盤復刻が目立つようになった」と前置きした上で、キングレコードが「ヴァンガード、サヴォイ両レーベルが1950年代から60年代に録音したジャズ名盤を集めたシリーズ」を90年2月から発売していること、同じくキングレコードがクラシックにおいても前述の「ザ・スーパー・アナログ・ディスク」を86年12月から展開中であること、東芝EMIが「50年代の豊富なソフト」を背景にした「ブルーノート最後の復刻」シリーズを89年12月から始めていること、新星堂が「スイングジャーナル誌が掲載したゴールドディスクのなかから選んだ」ジャズLPを91年3月から出していること、などが報告されている。さら

に同記事では、今後の動きとしてパシフィック・ジャズ・レーベルが「11月から来年にかけ〔…〕計60タイトル出す予定」であることや、日本フォノグラムが「12月に〔…〕20タイトルのジャズLPを限定発売」する構えであることなども紹介されている。

こうしたジャズやクラシックの復刻に続き、1992年頃からはロックもその仲間に加わる。朝日新聞「復刻LPに人気」[1992/10/19朝：17]は、MMGからレッド・ツェッペリンが、BMGビクターからエルビス・プレスリーが、それぞれ近日中に復刻予定であることを報じ、東芝EMIから既に発売済みのビートルズやベンチャーズなども含め、従来のジャズ・クラシックに「最近は〔…〕ロック系の復刻盤が加わってブームになっている」と指摘している。これらの記事を踏まえれば、この時期に生産が再開されるようになったアナログレコードが、①ジャズ・クラシック・ロック（特に洋楽）などに偏っており、かつ②その多くが過去の名盤の復刻であったことが分かる。

続いて二つ目の観点に移ろう。本節冒頭で見た1988年の読売新聞記事では、音にうるさい「本格派」がアナログレコードの復権に一役買っていることが示唆されていた。そんな本格派に向けた商品として同記事が紹介している「高額なレコード針」というのは、デンマークのオルトフォンが販売する20万円のカートリッジのことである。価格からして確かにマニア向けの商品と見てよさそうだ。さらに同記事には、オルトフォンの東京支社長による「CDはいわば、インスタントカメラ。〔…〕本格派ならちゃんとしたカメラを手元に置くように、LPから離れない」との談話も掲載されている⁸⁾。ここからは、“大衆向けのCD”対“本格派向けのLP”という対比構造を読み取ることができそうだ。実際、他の記事でも、アナログレコードを支える中心層は「アナログディスクのLP盤をこよなく愛するレコードマニア」（日経新聞「限定生産のLP盤 マニアに根強い人気」[1991/2/13夕：18]）、「ジャズはアナログに

限る、というマニア」(読売新聞「アナログレコードが静かに復活」([1992/5/9夕:11])など)と形容されている。

第三の観点として、1988年の読売新聞記事がアナログレコードの優位性を高(／低)周波の点から説明しているのも見逃せない。知られているとおり、CDのサンプリング周波数は44.1kHzであり、概ね22kHzを越える帯域の音は原理的に記録することができない。他方、レコードにはそうした制限がなく、条件を整えればそれ以上の周波数帯を記録することも可能だと言われている。翻って、人間の耳が感知しうるのは20kHz程度までであり、それ以上の高周波は聞き取ることができない。どうせ聞こえないなら記録できなくても構わないのでは、と考えてしまいそうになるが、それでも高周波を含むアナログレコードと含まないCDとでは何が違う、とレコード支持者らは主張する⁹⁾。

なお、そうしたLPにおける高周波の有効性を主張する根拠としてこの時期によく持ち出されていたのが、脳科学者の大橋力らによる研究である。たとえば1988年の日経新聞「ヒトの感性に訴えてどっこい復活LP人気」[3/23夕:10-11]は、「耳には聞こえない高周波成分が入ることで人間の感性に訴え、音に深みが出たり、伸びやかになるらしいという説」が「最近」浮上してきたと報じ、「人間は26キロヘルツ以上の高周波に対して感受性を持っている」という大橋の主張とその実験を紹介している。また(時期的には第Ⅱ期に重なるものの)1994年には朝日新聞「LPにあるα波効果」[7/1夕:11]が、やはり大橋らの実験を紹介する形で、音楽鑑賞中の脳波を測定したところ高周波を含んだLPではリラックス時に出るα波が増えて長持ちしたがCDではそれが弱まった、という結果を報じている¹⁰⁾。

さて、ここまで1988年の読売新聞記事を端緒に往時のレコード復活言説の特徴を三点ほど確認してきたが、加えてもう一つ、同記事では言及されていないもの見落とすことのできない重要な

観点として、レコードジャケットにも注目しておきたい。この時代の復活言説のなかには既に、ジャケットの存在をアナログレコード(特にLP)の魅力の一因として評価・強調する言説が見受けられる。たとえば1992年の朝日新聞「レコード死すともジャケット死せず」[2/17朝:19]は、LPのジャケットを「30センチ四方のキャンバスに広がる芸術」に喩え、そこに「音楽ファンの関心が集まっている」と指摘している。また同年の日経新聞「レコード復権、アナクロでないアナログの良さ」[1992/4/25夕:10]にも「レコードの魅力」の一つとして「ジャケットの大きさ」を挙げるファンの声が載せられている。

では以上に見てきた第Ⅰ期のポイントをまとめておこう。1988年以降のレコード復活言説においては、特定のジャンル(ジャズ・クラシック・ロック)における名盤復刻の増加がその重要な根拠としてしばしば挙げられていた。またそんなレコードの支持層は、いわゆる「本格派」や「マニア」と呼ばれる人々を中心としていた。さらにアナログレコードが人気を集める理由として、高周波に起因する音のよさやジャケットの魅力が強調されていた。

こうした言説の広まりに呼応するかのようになり、下落する一方だったアナログレコードの生産数量のうち特にLPのそれは1991年に至って僅かな増加に転じる。この変化は復活言説を勇気づけたようだ。翌92年の朝日新聞「レコードが元気回復」[12/5夕:7]は、「90年の時点で73万枚」¹¹⁾だったLPの年間生産数量が「91年には89万枚に回復」したと報じ、「今年も〔…〕昨年の数字を上回るのではないかと書いている。実際、レコード協会の資料によれば92年のLP生産数量は98万枚にまで増えた。

なるほど、そこだけを切り出してみれば、確かに73万枚から2年間で25万枚の回復ではある。ただ、かつてLP生産がピークを迎えていた1976年の9460万枚という数字から見れば、この増加幅は0.3%にも満たない変化である。また同じ

6 アナログレコードの〈復活〉はどう語られてきたか

1992年のCD生産枚数は、シングルを除いた12cm盤だけで2億2000万枚超である。それらに比べると、僅か25万枚の回復ではどうにも焼け石に水の感が強い。実際、LPを含むアナログレコード全体の生産数量はその後再び下落に転じ、1995年には53万枚にまで縮小してしまう（後で取り上げる図4を参照）。

第Ⅱ期（90年代中盤～）

前節で見たような状況に変化が生じるのは、（もちろん厳密に線引きできるわけではないもの）1990年代の半ば（概ね1994年頃）からであったと考えられる。きっかけは、ヒップホップ文化の流入が進みラップやダンスミュージックが国内でも広く支持されるようになった点に求められそうだ。それらの流行に伴い、2台のターンテーブルにアナログレコードを乗せて回すDJプレイが脚光を浴びるようになったのである。

ただし、DJプレイ（特にディスコにおけるそれ）をアナログレコード需要の要因として指摘する例は、実は第Ⅰ期にもある程度見られたものである。たとえば朝日新聞社が発行する雑誌『AERA』は1990年5月の時点で、アナログレコードが「ディスコの世界」で幅を利かせていると報じている¹²⁾。また前掲「アナログレコードが静かに復活」は、若者が「LPを回すディスコのDJにあこがれて」レコードを買う例も多いと紹介している。

だがそうした音楽実践は、やがてディスコという限られた空間を離れ、より広く世間に浸透するようになる。国内のポピュラー音楽シーンではまず1993年にm.c.A・Tの《Bomb A Head!》が登場、翌94年にはEAST END×YURIの《DA.YO.NE》や小沢健二とスチャダラパーによる《今夜はブギーバック》などがヒットを記録した¹³⁾。またDJ KOOがリーダーを務めるTRFがミリオンセラーを連発するようになるのも概ねこの頃からだ。これらのアーティストの活躍により、ラップ、ダンス、あるいはそれらのイデオロムを取り

込んだ楽曲におけるDJの存在と役割も次第に広く認識されるようになっていったと考えられる。

そうした社会変化を受け、第Ⅱ期におけるレコード復活言説ではかなりの頻度でDJへの言及が見られるようになる。たとえば1994年の朝日新聞「ソニー・ミュージックがアナログレコードの生産再開」[6/2朝：12]は、「ダンス音楽の人氣が高まっていることに目を付け」た同社が「全国の主要ディスコに提供する非売品のレコード」の生産を再開させたと報じている。また翌95年の読売新聞「脚光浴びるDJ」[8/19夕：7]はソニーのディレクターの言葉も交えつつ、「この分野〔二つのターンテーブルを使うDJプレイ〕は最近までごく一部のマニア向けの世界だった」が「日本語ラップの流行などで、最近、ようやく認知されるようになった」と説明している。

レコードの受容層に生じた変化も見逃せない。前述のとおり第Ⅰ期における中心的なレコード支持層は「本格派」や「マニア」であった。だがDJが紡ぎ出す音楽を積極的に消費し模倣したのは「若者」たちである。読売新聞「アナログ盤が若者に人氣」[1996/2/25朝：31]はそうした状況を端的に説明するものだ。同記事によれば、「これまで、アナログ盤は、CDにない音の深みや柔らかさにこだわる、ジャズやクラシックのファンによって細々と支えられてきた」が、「ラップなどのダンス音楽の流行で〔…〕十代を中心にファン層が広がった」という。

若者らは、レコードをこだわりの対象というよりもむしろ流行ファッションの延長として受容したようだ。1994年の『AERA』は「アナログ盤を聴くのが格好いいという若者が出てきた」との東芝EMI・A&R第一部長の言葉を紹介している¹⁴⁾、朝日新聞「アナログレコードのプレーヤーが人氣」[1995/11/18朝大阪：31]も「〔持つて歩くとおしゃれ〕とレコードをかけながら歩く若者」の存在に触れている。

そうした若者の意識の在り方に関連して、彼らがアナログレコードの音質をどう捉えていたのか

は興味深い問題である。先行する第Ⅰ期と同様、第Ⅱ期においても高周波の観点からレコードの音質的な優位性を主張する声はあった¹⁵⁾。だがその一方、この時期の主役たる若者たちにとっては、そうした音質のよさはさほど重要な問題ではなかったのかもしれない。たとえば第Ⅰ期でも紹介した大橋力は、1994年の日経新聞「アナログレコード、若者の間で人気」[7/7夕大阪]において、「若者には、トレンドや埋もれた名曲がCDより手に入りやすいことの方が重要で、音質の違いは余り意識していないのかもしれない」と所感を述べている。また別の記事に目を向けても、当の若者らの声として「CDに比べて音が素朴なのがいい」(日経新聞「アナログレコード、若者が乗る」[1996/8/24夕:10])、「CDより音質は悪いが、何か音に柔らかみがあって新鮮」(同「レコードプレーヤー、デジタル全盛だから新鮮」[2000/4/22夕:12])などの言葉が見て取れる。彼らは高周波云々の難しい理屈よりも、自身の好みや生活スタイルに属する問題としてレコードを

捉える傾向にあった、と考えてよさそうだ。

さて、上述してきたDJプレイやそれに付随する音楽の人気の高まりは、輸入レコードの増加という数量的に把握可能な変化をもたらした。1996年の日経新聞「アナログレコードプレーヤー、根強い人気」[1/11朝:15]は、「ディスコミュージックでは輸入アナログ盤が売れている」と報告しているが、その言葉どおり財務省貿易統計¹⁶⁾によるアナログレコードの輸入数量は94年頃から大きく増加を見せている(図3参照)。

また、おそらくは上述したような諸々の状況と連動する形で、第Ⅱ期には日本人アーティストがレコードで自作品を発表する例も多くなる。あくまで一例としてだが、そうしたアーティストたちの名前を複数の新聞記事¹⁷⁾から拾い上げてみると、ウルフルズ、奥田民生、吉川晃司、サザンオールスターズ、谷村新司、電気グルーヴ、山下達郎、などとなる。またMISIAの《つみ込むように…》(1998年1月)や宇多田ヒカルの《Automatic》(1999年2月)などは、デビュー作か

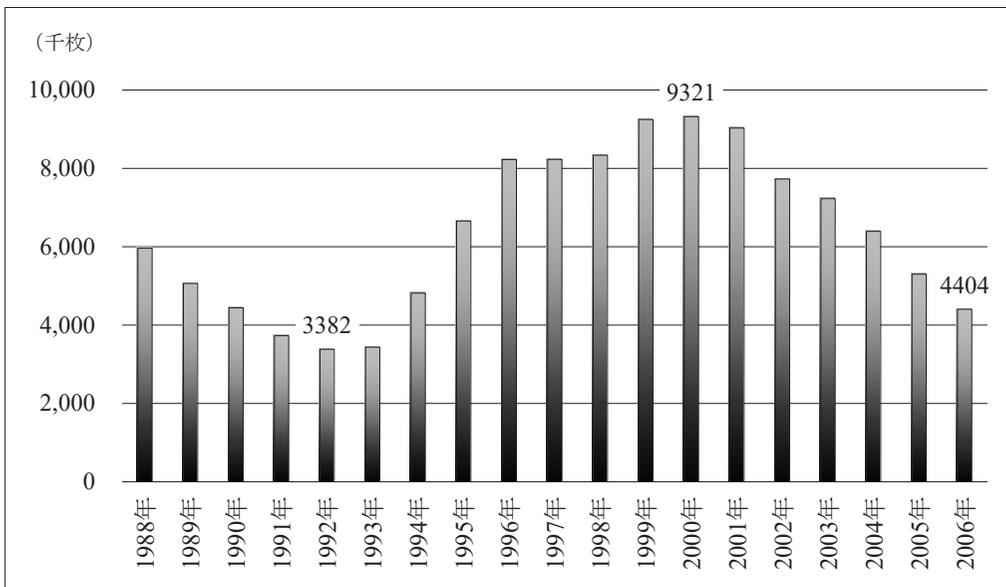


図3. アナログレコードの輸入数量推移(1988-2006)

※財務省貿易統計(税関ホームページ)を基に筆者作成

8 アナログレコードの〈復活〉はどう語られてきたか

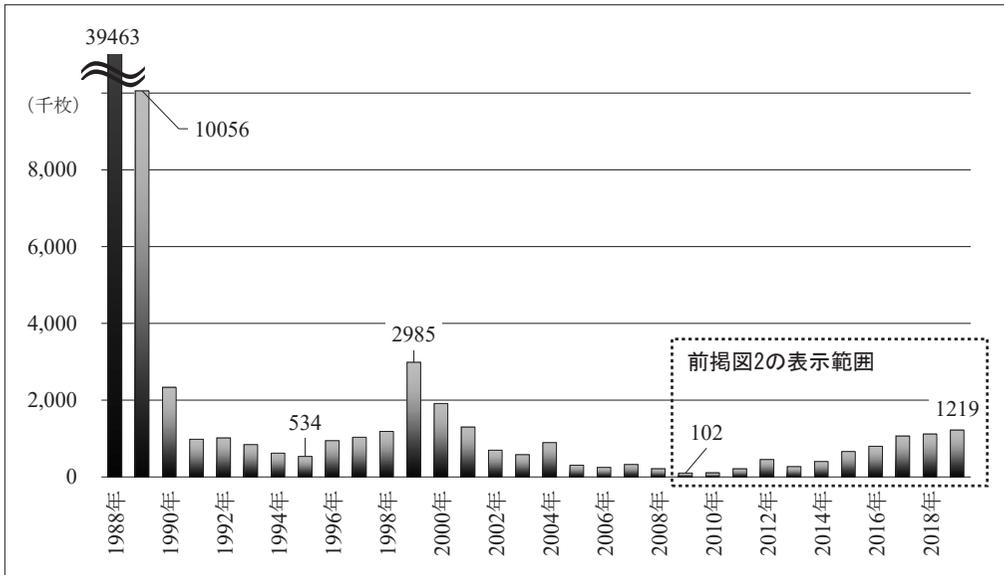


図 4. アナログレコードの生産数量推移 (1988-2019)

※日本レコード協会の資料を基に筆者作成

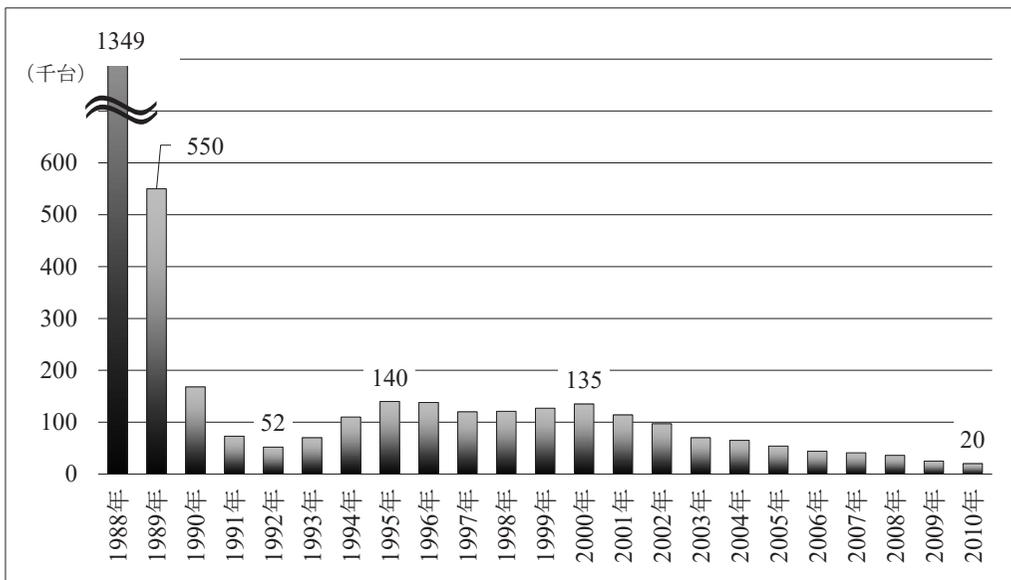


図 5. レコードプレーヤーの国内出荷台数 (1988-2010)

※日本電子機械工業会・電子情報技術産業協会の資料を基に筆者作成

らCD・レコードの双方が併売された例である¹⁸⁾。こうした動向を反映し、レコードの生産数量もまた、95年を谷底にいったんの回復へと向かうことになる(図4参照)。

なお後述する第Ⅳ期との比較において重要になるので先回りして指摘しておく、図4に見られるこの時期の生産数量の回復は、1999年の約299万枚を頂点としている。他方、2010年代半ば頃から本格化し今日まで続いているレコードブームは、2019年現在でも122万枚であり、実は1999年の数値の半分にも達していない¹⁹⁾。感覚的な問題はさておき数字の上では、国内におけるアナログレコードの「復活」という表現に最も合致しそうなのは、実はこの第Ⅱ期である。

もう一点、レコードプレーヤーにも注目しよう。レコードを聴く若者の増加と無関係ではないと思われるが、この頃には廉価な(必ずしも「本格派」向けではない)機材が人気となっていたようだ。そうした変化自体は(本稿における第Ⅱ期にやや先立ち)1990年代の前半頃から生じていたようで、たとえばオーディオ評論家の小原由夫は1996年の著書において「90年初頭辺りから[...]比較的ロープライスのアナログ・プレーヤーが数モデル発売され、現在隠れたヒット商品となっている」と述べている[1996:24]。また前掲「アナログレコード、若者が乗る」は、1996年当時の状況について「1万2万円程度の製品が売れ筋」と報じている。

そうした廉価なプレーヤーのなかでもとりわけ象徴的なモデルが、コロムビアの「GP-3R」だ。日経産業新聞(同紙は日経新聞とは別の業界紙だが状況を詳しく報じているのでここで引用する)の記事「日本コロムビア、携帯レコードプレーヤー「GP-3R」」[1996/10/15:21]によれば、同モデルが発売されたのは1980年のことで、当初こそ月に3000台ほど売れていたものの、その後「ラジカセの普及、CDの登場で月産台数は300台にまで縮小」した。ところが「昨年[1995年]5月ごろから販売台数が急激に伸び始め

[...]今は月平均で3000-5000台に」なったという²⁰⁾。なお同モデルの価格は記事掲載時点で12,800円と紹介されている。

ただ、GP-3Rに代表される低価格帯の機材が人気を博す一方、高級機に関する言説もなくなったわけではない。特にエポックメイキングだったのは、セイコーエプソンが発売したΣ5000(320万円)とその下位モデルのΣ2000(140万円)だろう。1997年の朝日新聞「アナログプレーヤーじわり復活」[9/6夕:6]によれば、これらのシリーズ²¹⁾に「年間100台程度の注文がある」という。こうした点からは、アナログレコードの受容層がマニアとライトユーザーとに分化していたらしいことが窺い知れる。ともかくも、日本電子機械工業会(現:電子情報技術産業協会)がまとめたレコードプレーヤーの国内出荷台数の統計²²⁾を見ると、その減少傾向は1992年にいったん底を突いた後、1995年から2000年頃にかけて一時的に復調していることが分かる(図5参照)。

まとめよう。概ね90年代の半ば頃から始まる第Ⅱ期においてアナログレコードは、限られたジャンルや受容者層に留まらず、DJ人気と連動する形で多くの若者によりオシャレに消費される対象と(も)なった。その結果、レコードの生産数量や輸入数量、またプレーヤーの国内出荷台数などはいずれも増加を見せ、概ね1999年から2000年頃にかけてピークを形成した。

ただし、そうした生産数量・輸入数量・出荷台数が、21世紀に入った頃からいずれも漸減を始めるのは見逃せないポイントである。そのメカニズムについて深く踏み込むことは本稿の役割を超えた作業になってしまうが、おそらくはDJ文化においてもシーケンサ等を用いたデジタルな音作りが普及したことにより、アナログレコードの重要性が相対的に薄れたことなどが関係しているのではないかと思われる。ともかくも、上述したマイナス変化に引張られるかのように、レコード復活言説も特に2003-04年頃にかけて退潮し、その勢いを弱めてしまう²³⁾。

第Ⅲ期（00年代中盤～）

前節末で述べたとおりレコード復活言説は00年代前半にいったんの減衰を見せるが、やがて00年代の半ば（概ね2005年頃）になると、また新しい（第三のタイプの）語りが見られるようになる。だがその内容の検討に入る前に、話の前提として、本節で扱おうとしている第Ⅲ期が今日までのアナログレコードの生産推移において最も低調な時期であった点を確認しておきたい。前掲図4に再度目を向けると、グラフの縦棒は（微細な上下こそあれ）2005～2011年頃に深く広い谷底を形成していることが分かる。

この点を踏まえた上で、第Ⅲ期の状況を具体的に見ていこう。最初に指摘したいのは「CDのLP化」とでも呼ぶべき動きについてだ。これは厳密にはアナログレコードについての言説ではないのだが、その性格を考える上で無視できない内容であるため、ここで取り上げる。そもそも、第Ⅰ～Ⅱ期の復活言説においてCDは、レコードとの対比関係のなかで（しばしば強力なライバルとして）言及されることが多かった。ところがそんなCDが、特にそのジャケットにおいてLPを範とするようになったのである。

どういうことか具体的に見ていこう。2005年の日経新聞「LPサイズのジャケット再現」[8/1朝：17]によれば、「でかジャケCD」すなわち「LPサイズのアルバムジャケットを再現した」CDがユニバーサルミュージックから発売され「好調な売れ行き」なのだという。LPの魅力としてジャケットの大きさを挙げる声は第Ⅰ期からあったが、それをCDが真似るようになった、というわけだ。また翌06年の朝日新聞「四十男の心と財布、わしづかみ」[7/1夕：5]によれば、紙製のLPジャケットをCDサイズに縮小した「紙ジャケ」も再発が続いているという。紙ジャケCDそのものはより古く（1994年）からあったのだが²⁴⁾、同記事によればこれが2005年には12月だけで「250タイトルも」発売されるなど「静かなブームを呼」んでいるという²⁵⁾。さらに同

記事には、美術家の横尾忠則による「紙ジャケの持つ温かみ、質感、アナログ的な雰囲気」が、求められているのではないかとコメントも添えられている（傍点引用者）。

なぜCDはこの時期に、アナログレコードのアピールポイントを模倣するような素振りを見せるようになったのか。節の冒頭で指摘したとおり、00年代中盤におけるレコードは決して活況を呈していたわけではない。だが当時のレコード業界にしてみれば、そんなことよりも21世紀に入って本格化したCD不況の方がはるかに深刻な問題として立ち現れていたと考えられる。また後述するように、この時期にはノン・フィジカルなオーディオデータを用いた音楽配信やストリーミングも次第に定着し始めていた。2005年に始まった「でかジャケ」や、また同時期に「静かなブーム」と形容されるに至った「紙ジャケ」の試みは、そうした時代状況を背景としたCD陣営の弱気な姿勢の表れであったようにも思われる²⁶⁾。

続いて第Ⅲ期におけるもう一つの、より顕著なポイントとして「団塊」に目を向けてみよう。団塊の世代、すなわち1947年から1949年に生まれた人々が国内の人口分布において突出していることは広く知られているとおりだが、彼らが60歳を迎え一斉に退職を始めると予想されていたのが2007年であった（いわゆる2007年問題）。それに先だっては、退職した彼らによって新たに創出されるであろう市場が経済界の注目を集め、「団塊マーケティング」²⁷⁾なる言葉も登場した。

そうした社会背景のなか、レコード復活言説においても、その主役として「団塊」（あるいは「中高年」）の存在が注目されるようになる。たとえば2006年の日経新聞「コロムビア、団塊向けにLPレコード」[7/31朝：11]によれば、同社は「約18年ぶりにLPレコードの生産を再開」して「団塊の世代など中高年層の音楽需要を取り込む」つもりだという。ラインナップにはジャズやクラシックに加え、「美空ひばりや舟木一夫らの楽曲」も揃えられており、世代的な趣味嗜好への

配慮が窺える。また同年の読売新聞「レコード回帰 プレーヤー部品販売好調」[10/3夕西部：1]は、「『団塊の世代』を中心に、古いプレーヤーを取り出して、レコードを聴き直そうとする人が増えている」と報じており、あるいは翌07年の朝日新聞「LP生産、再開相次ぐ」[2/9夕：8]も、「聴き手と作り手双方に絡むのは、団塊世代だ」と指摘している。

こうした状況を眺めていると、「本格派・マニア」(第Ⅰ期)から「若者」(第Ⅱ期)に移ったアナログレコードの牽引役が、第Ⅲ期には「団塊」へと移行したかのような印象を受ける。ただ、繰り返すように00年代中盤以降のアナログレコードは決して好調だったわけではない。2007年の生産数量には多少の回復が見られるものの、2年後の2009年には(おそらく前年のリーマンショックの余波もあり)最低値(10万2000枚)を記録してしまう。ことレコードに限って言えば、団塊マーケティングはさほど成功しなかったと言わざるを得ないのではないか。

もう一点、第Ⅲ期に見られるようになった変化として、アナログレコード・CDに対する“第三のアクター”の出現にも目を向けておきたい。前述したオーディオデータがそうだ。CD-Rドライブやmp3フォーマット、ブロードバンド通信網などの普及と並行する形で、概ね90年代末から00年代前半にかけてパソコン上で音楽を聴いたりインターネットを介して音楽ファイルを遣り取りしたりすることが徐々に広がるようになった。そうした状況が、どうやら00年代の半ば頃からレコード復活言説にも影響を見せるようになったようで、レコードはそれまでのCDのみならず、時代の最先端たるオーディオデータとも対置されるようになる。たとえば前掲「レコード回帰 プレーヤー部品販売好調」は、「音楽はCDをかけるか、インターネットでダウンロードして聴く時代」なのに「レコード・プレーヤーの部品がどしどし売れている」と書いている。あるいは日経新聞「LPレコード、再び脚光」[2006/10/10夕：

20]では、「CDでも、デジタル音楽プレーヤーでもない」ものとしてのLPレコードへの回帰が伝えられている。

またこの時期にはアナログレコードをデジタル化して聴きたいニーズも生じていたようで、再生される音楽をCD-Rに録音したりパソコン等に転送したりする機能を備えたプレーヤーも増えてくる。読売新聞「レコードプレーヤー アナログの繊細な音堪能」[2008/6/17夕大阪：7]は、そうしたプレーヤーを複数紹介しつつ、「アナログレコードの良さを見直す動き」の一環として位置づけている。

ただ、オーディオデータの出現に関するこれらの記事は目新しさこそあれ、見たところ第Ⅲ期においてさほど重要なポジションを占めているわけではなさそうだ。オーディオデータの存在が復活言説に大きく関わるようになるのはむしろ第Ⅳ期であると考えられ、従ってこの時期はまだその予兆が見られるようになったに過ぎない、と捉えた方がよいように思われる。

では第Ⅲ期の状況を整理しておこう。この時期、アナログレコードの生産は決して好調だったわけではない。だがそれ以上に深刻な問題としてCDの衰退が顕在化してきたため、相対的にレコードへの期待が高まったのではないかと推測される。また2007年には団塊の世代の大量退職が見込まれており、そこに期待を寄せるメディアや音楽産業の動きが活発化したことも、この時期の言説に少なからぬ影響を及ぼしたようだ。加えて指摘するならば、レコードに対立するものとしてこの頃から徐々にオーディオデータに照準が当てられるようになったことも、ひょっとするとCDの退潮と無関係ではないのかもしれない。

第Ⅳ期(10年代前半～)

第Ⅳ期、すなわち国内では2010年代の前半(概ね2013年頃～)に始まり現在まで続くアナログレコードブームは、日本単独というよりも世界規模の潮流に連動した現象である。その象徴的な

12 アナログレコードの〈復活〉はどう語られてきたか

先導役となったのがアメリカ発のレコードストアデーであったことはおそらく間違いがないだろう。アメリカレコード協会（RIAA）が公開しているデータベースによれば、同国におけるアナログレコードの売り上げ枚数（Sales Volumes）は、レコードストアデーの始まった2008年以降、漸進的な回復を見せている²⁸⁾（図6参照）。国内における第Ⅳ期の復活言説は、そうした世界的状況を背景としつつ語られるようになったものである。

では、そんな第Ⅳ期の言説にはどのような特徴が認められるのだろうか。全体を通してまず目に入ってくるのは、第Ⅲ期でも触れたオーディオデータ（あるいはそれをを用いた音楽配信やストリーミング視聴）が広く普及・定着したことによって際立つようになったと思われる、いくつかのポイントである。

たとえば、音楽聴取に際しての姿勢（態度）に関わる言説がそうだ。朝日新聞「「古くて新しい」アナログ盤再評価」[2015/10/3朝be：4]は、スキップボタンのないアナログレコードでは「片

面二十数分を、ミュージシャンの意図した曲順で最後までじっくり付き合うことになる」が、「デジタルな音楽を聴いて育った若者には、そんな営みが新鮮に感じられるらしい」と指摘している。あるいは読売新聞「レコード 若者に響く」[2017/7/14朝：8]にも、「良い音を再生が終わるまでしっかり楽しむ感覚がいい」というリスナーの意見が載っている。これらの感覚は、（アルバムという体裁をまだ維持していたCDというよりむしろ）無数の選択肢のなかから好みの曲を1曲単位でセレクトできる音楽配信やストリーミングとの対比において、大きな意味を持つものであるように思われる。

またレコードの再生プロセスをある種の儀式として肯定的に評価する声もある。「盤面を裏返したり、針を取り換えたりする一手間がたまらない」（日経新聞「音楽の「聖地」再び」[2015/8/7夕：12]）、「わざわざ音楽をかける」手間を惜しまないことが今、魅力」（読売新聞「ラジオ音楽番組 レコード回帰」[2016/5/20夕大阪：4]）

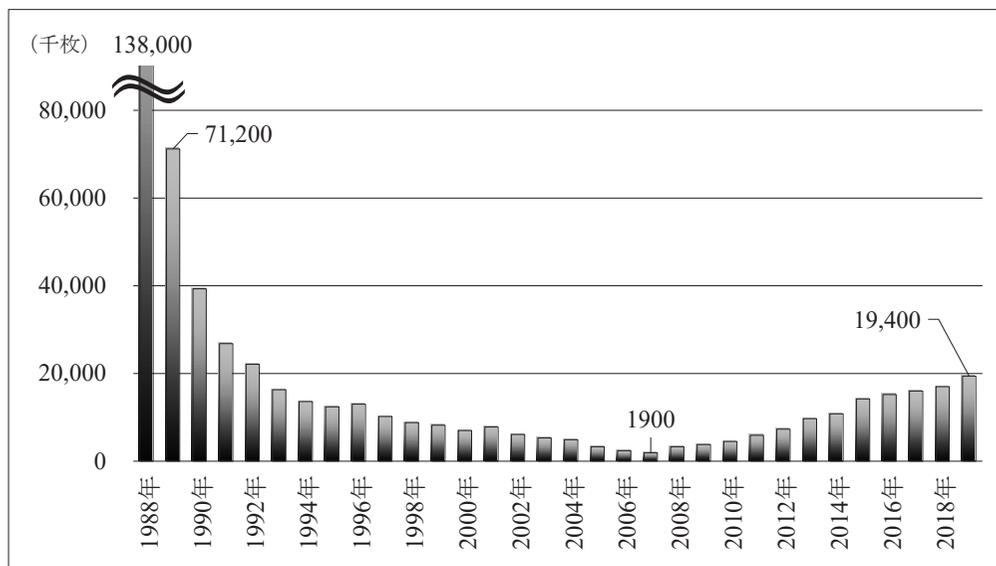


図6. 米国におけるアナログレコードの売上枚数推移（1988-2019）

※アメリカレコード協会（RIAA）の資料を基に筆者作成

といった具合だ。音楽社会学者の小泉恭子はこうした状況について、「ネットで簡単に聴ける時代だからこそ、ひと手間かけるレコードの儀式性が重視される」との見解を示している（日経新聞「レコード、若者が魅力再生」[2015/11/8朝：12]）。

もう一点、「形あるモノの所有」に関する議論にも触れておきたい。2015年の読売新聞「レコード 復権の流れ」[1/16朝：29]は、「最近のアナログ盤再評価の流れ」について、理由の一つに「音楽配信が普及する中で、より形のあるものを求めようとする心理も影響しているのかもしれない」と説明している。また前掲「レコード若者に響く」でも、「好きな楽曲を「モノ」として手にする実感」が挙げられている。付け加えるならば、実は筆者（井手口）も2015年に日経新聞の取材を受け、音楽を「形あるものとして所有したい欲望」が現在のレコード人気の背景にあるのでは、と指摘した（前掲「レコード、若者が魅力再生」）。

以上に見た三つのポイント（音楽にじっくり向き合うこと／手間を楽しむこと／モノとして所有すること）は、実は先行する第Ⅰ～Ⅲ期においてもアナログレコードの魅力の一端として散発的ないしは間接的に指摘されており、厳密には第Ⅳ期に独自というわけではない。しかし管見のところ、これらの指摘は第Ⅳ期においてずいぶん目立っているようだ。時代状況を踏まえるならば、これらの主張が散見されるようになった背景にノン・フィジカルなオーディオデータの普及・定着が影響していることはおそらく間違いないと思われる。

ただ、どうも第Ⅳ期のアナログレコードは、オーディオデータとの対比のなかでいくつかの肯定的な意味を獲得するようになった、というだけではなさそうだ。上述のような指摘を集める一方で、レコードは長らく担ってきた「音楽を聴く」ツールとしての役割を次第に希薄化させつつあるのではないか。その端的な現れとして、近年ではアナログレコードを買うと、ネット上からオー

ディオデータをダウンロードするためのコードが付いてくる場合が多い、という点は見逃せない²⁹⁾。もしも購入者にとってレコードを聴くことが決定的に重要ならば、当然彼は購入したそのレコードをターンテーブルに載せるはずであり、従ってダウンロードコードなど（さほど、あるいは全く）必要としないだろう。だが実際には、ダウンロードコードは今日のレコードにとってしばしば重要な付属品の一つとなっているようだ。

この問題を考えるに際して、2017年の雑誌『週刊エコノミスト』のなかでユニバーサルミュージックの営業統括本部長が述べている、LPレコードは「若い人たちにとって〔…〕Tシャツやタオルと同列のグッズではないか」という指摘は示唆的である³⁰⁾。私見だが、たとえば音楽イベント等で物販される「グッズ」としてのTシャツやタオルは、必ずしも「着ること」「拭くこと」を第一義としない（そこにはただのシャツやタオルとは違う役割が見いだされる場合がある）。ひょっとするとそれと同じことが今日のレコードにも起きているのではないか。もちろん個々人の考えや状況によって捉え方は様々だろうが、今日のレコードは時に、聴くことから離れた何かとしても受容されているように思われる。

話を戻そう。ここまでは主にオーディオデータとの対比のなかでアナログレコードの語られ方やその現代的な機能を見てきたが、以下では第Ⅳ期の復活言説にしばしば見られるその他の重要な特徴として、「支持層の全年齢化」と「過去の回復状況の閑却化」の二点を見ておきたい。

まず一点目だが、第Ⅳ期に入る頃からアナログレコードは特定の世代に限定的に紐付けて語られることが少なくなる。第Ⅰ期は音にこだわるマニア層が、第Ⅱ期はDJに憧れる若者らが、第Ⅲ期は団塊の世代が、それぞれ重要なレコード支持層として（実際のところはさておき言説上では）強調される傾向にあった。だがそうした世代カラーが、第Ⅳ期にはさほど見られないのだ。前掲表1に上げた2015年と19年の記事タイトルにはどち

14 アナログレコードの〈復活〉はどう語られてきたか

らも「若者」の語が入っているものの、他紙も含め全体的に眺めるならば、「20～30代を含む全世代で、アナログレコードの人氣が再燃」（朝日新聞「今、レコードを楽しむ」[2015/11/25朝：18]）、「〔レコードプレーヤーの〕売り場を訪れる来店客も、レコード全盛期を知るシニア層から若者まで幅広い」（読売新聞「気軽にレコード鑑賞」[2015/12/21朝：10]）、といった記述が目につく（傍点引用者）。

続いて二点目、すなわち過去の回復状況の閑却化について見ていこう。これは、過去（特に第Ⅱ期）の状況に触れることなく、当代におけるアナログレコードの復活だけを限定的に強調するような傾向を指す。もちろん、紙幅に限りのある新聞記事や雑誌記事では過去の経緯を丁寧に追えないという事情もあるのだろう。ただ、単に過去の経緯に触れないというばかりでなく、まるでそれがなかったことであるかのように読めてしまう言説が見られるのは、少し気になるところだ。

たとえば2013年の日経新聞「レコード、魅力再生」[2013/2/22夕：15]では、レコード生産数量は「CDの台頭で減り続け、2009年は約10万枚に落ち込んだ」が、その後は「右肩上がりでの回復が続いている」と説明されている（傍点引用者）。だが前掲図4からも明らかなおと、CD台頭後のレコード生産数量は、決して2009年に底を打つまで「減り続け」ていたわけではない。また2019年の日経新聞「レコード復権、若者つかむ」[7/16夕：13]における、レコード生産数量は「82年に発売されたCDに取って代われ、2009年に約10万枚にまで落ち込んだ」が「その後は一転して回復」し「17年に16年ぶりに100万枚を突破し」た、という記述も、誤解を招きかねないと思われる（傍点引用者）。これらの語りは、アナログレコードの歴史を“CD登場以降の低迷”と“近年の劇的な復活”という分かりやすい二項対立の構造で捉えるものだと見てよさそうだ³¹⁾。

では最後に、第Ⅳ期の特徴を再確認しておこう。

海外、特にアメリカのレコードブームに先導されて始まった感の強い第Ⅳ期だが、この時期には国内でも既に音楽配信やストリーミングが一般化しており、アナログレコードはそうした先端メディアとは異なる独自の聴取体験を提供してくれるツールとして、あるいは音楽を物理的に所有するためのアイコンとして、幅広い世代に利用されるようになったと考えられる。またその一方で第Ⅳ期には、先行する第Ⅰ～Ⅲ期の状況を顧みることなく当代におけるレコード復活だけを限定的に語る傾向が強まっているようにも見受けられる。推測になるが、そうした傾向は第Ⅳ期におけるレコードの復活をより劇的なものとして強調したいという半ば無意識的な心理に影響されたものではないだろうか。

結尾

本稿で明らかにしてきたとおり、1988年以降、国内ではアナログレコードの復活を示唆する言説が定期的に繰り返されてきた。それらの言説は、その内容に沿って大まかに（互いに重なる部分はあるものの）Ⅰ～Ⅳ期に分けて捉えることができる。それら各期の具体的特徴については対応する節の末尾でまとめたので、ここで再度繰り返すことは控えたい。ただ、最後の第Ⅳ期については、それが現在進行形（本稿執筆時）のものである点に注意が必要である。

第Ⅳ期におけるアナログレコードの盛り上がりがいつまで継続するのかはまだ定かでない。だが2020年春頃から世界規模で深刻化した新型コロナ禍はブームの行く末に大きな影響を及ぼすものと思われる。全世界で2020年4月18日に予定されていたレコードストアデイだが、国内についてはまず6月20日に延期され、さらに8月29日・9月26日・10月24日の分散開催へと変更された³²⁾。今後のレコード販売量の推移やアーティストたちの対応、また人々の意識の変転について（言い替えるならば、第Ⅳ期の到達点について）、

引き続き観察・分析を続ける必要がある。

また、その他の残された課題として、第一にカセットテープなど関連領域の状況に注目する必要がある。本稿では論旨が逸れるため敢えて取り上げなかったが、概ね第Ⅳ期に重なる形で、アナログレコードのみならずカセットテープの人気再燃も喧伝されるようになってきた。それらの言説に目を配ることで、昨今の音楽文化状況をより重層的に把握できるようになると思われる。第二に、海外の状況との比較・突き合わせも有意義だろう。北米を中心とした状況についてはSax [2016 = 2018: chap.1]、またドイツ他についてはBartmanski & Woodward [2015] がある。それらとの対照によって、国内の言説の特殊性ないしは普遍性をより正確に測ることができるようになるのではないか。いずれも今後の課題としたい。

追記

2020年9月、アメリカ市場において2020年上半期のレコード売り上げがCDのそれを抜いたことが報じられた³³⁾。

注

- 1) <https://recordstoreday.jp/> (2020年11月確認、URLについては以下全て同)
- 2) サカナクションが初めてアナログレコードを発表したのは2013年、同じくPerfumeは2014年、AKB48と福山雅治は2015年。
- 3) https://www.riaj.or.jp/g/data/annual/ms_n.html、なお同資料での名称は「アナログディスク」。
- 4) 「17cm」および「25・30cm」の合計値（どちらも「33回転」・「45回転」を含む）。
- 5) アナログレコード全体でなくLP（25・30cmかつ33回転）のみの生産数量をCDのそれと比較した場合、両者が入れ替わるのは1986年である。またアナログレコード全体とCDを生産金額ベースで比較した場合、交代は1987年となる。だが本稿ではレコードがCDに完全に（想定しうどの観点から見ても）追い抜かれたタイミングとして、1988年

を基準年に採用する。

- 6) 記事の確認には「日経テレコン21」・「ヨミダス歴史館」・「聞蔵Ⅱビジュアル」の各データベースを用いた。なおデータベースと実際の紙面とで記事タイトルに若干の齟齬が見られる場合があったが、追跡的な検索の利便性を考え本稿ではデータベースの表記に準拠した。
- 7) 日経新聞の地方面については、データベースに具体的な面数が記載されていない（その場合も本稿でも記載なし）。
- 8) いわゆる復活言説ではないものの、朝日新聞「アナログレコード 今秋ついに生産中止」[1991/3/26朝：29]にはCDをインスタントラーメンに喩えつつ「手打ちのラーメン」（＝アナログレコード）には「とともかなわない」とする声が紹介されている。
- 9) そうした主張を紹介する例として、前掲「アナログは死なず」、日経新聞「嘆き節から転調、アナログ盤に光」[1993/5/8夕：1]など。
- 10) なお、大橋が自身の研究をまとめた文献として、大橋 [2017] がある。
- 11) この「73万枚」という数字だが、レコード協会の資料では1990年のLP生産数量は「703」千枚となっており、誤記ではないかと思われる。
- 12) 「アナログが限りなくゼロに…」[1990/5/1-8号：49]（もちろんこの記事自体は復活言説ではないのだが）。
- 13) 一連の状況を報じる記事として日経新聞「和製ラップ、ヒット続々」[1995/2/7夕：8]
- 14) 「アナログ盤復興 若者に人気」[1994/9/5号：67]
- 15) 朝日新聞「アナログ盤は不滅だ」[1995/5/23朝：12-13]、日経新聞「LPで「究極の音」再現」[1996/7/29朝：36]など。
- 16) <https://www.customs.go.jp/toukei/info/index.htm>、なお同統計における名称は「蓄音機用レコード」、品目番号8524.10。2007年以降はデータなし。
- 17) 前掲「アナログ盤は不滅だ」、朝日新聞「CD世代にレコード復権」[1997/2/8夕大阪：12]、同「アナログ復権 レコード工場、増産態勢」[1999/9/1夕：1]、日経新聞「アナログ盤じわり復権」[1997/8/20夕：16]など。
- 18) ただし、どちらの例もリリースのタイミングはCD

16 アナログレコードの〈復活〉はどう語られてきたか

とレコードとで若干ずれている。丸括弧内はレコード盤のリリース時期。

- 19) なお生産金額で見た場合、1999年は約36億円、2019年は約21億円。
- 20) GP-3Rが再ヒットした背景としては、1995年に発表されたスピッツのCDジャケットに同機が写っていたことも影響したと考えられる。
- 21) 同記事にはΣ5000の名前が直接出ていない(「320万円のタイプ」とのみ記載されている)が、そうだと見なして間違いないだろう。なおΣの開発経緯については森谷 [1992 = 1995] に詳しい。
- 22) 民生統計委員会 [1995] および電子情報技術産業協会 [2019]。両統計における名称は「レコードプレーヤ」、なお2011年以降はデータなし。
- 23) そんななか、音出版の季刊誌『Audio Accessory』の特別増刊扱いであった『analog』が2004年9月から季刊化されたのは興味深い動きである。
- 24) 「『紙ジャケ』ブームの意外な主役。」、『潮』 [2006/6号: 70-71]
- 25) ブームを報じる同時期の資料として前掲「『紙ジャケ』ブームの意外な主役」。他方、『AERA』掲載の記事「22 面体アルバムジャケット」 [2006/6/12号: 60] では、紙ジャケは「ここ2年ほどブームを呼んでいる」と説明されている。
- 26) たとえば前掲「LPサイズのジャケット再現」では、「でかジャケ」企画の背景に「音楽のネット配信が進むことへの危機感」があったことが紹介されている。
- 27) 当時編まれた団塊マーケティングに関する文献として、電通シニアプロジェクト [2007]
- 28) <https://www.riaa.com/u-s-sales-database/>「LP/EP」と「Vinyl Single」の合計。なお図6における縦軸の数値(枚数)が図4とは一桁違うことに注意。
- 29) Wedgeのオンライン記事「めんどくさいのいい? ！ 若者がレコードを支持する意外な理由」(2016/4/15付、<https://wedge.ismedia.jp/articles/-/6563>)は、アナログレコード普及の背景にダウンロードコードがあるとするとジェイ・コウガミ(音楽ジャーナリスト)の指摘を紹介している。またGIZMODEのオンライン記事「『体験』する音楽。レコードが目目される理由とは」(2014/3/28付、https://www.gizmodo.jp/2014/03/post_

14269.html) は米版の英語記事を翻訳したものが、そこには「今のレコードは、無料ダウンロード版がついてくるのが主流」とある。

- 30) 「やっぱりレコードが好き」 [2017/8/15・22合併号: 45]
- 31) 両記事にはレコード生産数量のグラフが添えられているものの、前者は2008~2012年、後者は2000~2018年までの期間に限られている。なお、管見のところ同様の語りの傾向は僅かながら第Ⅲ期にも確認できる。一方で、もちろん第Ⅳ期にも経緯を丁寧に追う記事はある。
- 32) 「RECORD STORE DAY JAPAN」公式サイトに掲載されたニュース「RECORD STORE DAY 2020、8月・9月・10月に「RSD Drops」として開催」、<https://recordstoreday.jp/news/20200429-2/>
- 33) アメリカレコード協会(RIAA)のオンラインレポート「Mid-Year 2020 RIAA Revenue Statistics」、<https://www.riaa.com/wp-content/uploads/2020/09/Mid-Year-2020-RIAA-Revenue-Statistics.pdf>

参考文献

- Bartmanski, Dominik & Woodward, Ian 2015 *Vinyl: the analogue record in the digital age*, London: Bloomsbury Academic.
- Sax, David 2016 *The revenge of analog: real things and why they matter*, N.Y.: PublicAffairs. (=2018『アナログの逆襲:「ポストデジタル経済」へ、ビジネスや発想はこう変わる』、加藤万里子訳、インターシフト)
- 大橋力 2017『ハイパーソニック・エフェクト』、岩波書店。
- 小原由夫 1996『アナログレコード再聴戦』、径書房。
- 森谷正規 1992『アナログを蘇らせた男』、講談社。(=1995同題、講談社。)
- 電通シニアプロジェクト編 2007『団塊マーケティング』、電通。
- 民生統計委員会編 1995『民生用電子機器データ集』(1995年版)、日本電子機械工業会。
- 電子情報技術産業協会編 2019『民生用電子機器国内出荷データ集』(2019年版)、電子情報技術産業協会。