

オーラルセッション — 要約

衰退した市場カテゴリーの再出現と存続

— 渋谷系音楽を事例として —

高知工科大学 経済・マネジメント学群 講師

朝岡 孝平**キーワード**

集合的記憶, ノスタルジア, レトロブランディング, 事例研究

本研究の目的は、一度衰退した市場カテゴリーの再出現やその存続といった現象が生じるメカニズムについて検討することである。本研究は、レトロブランディング、ノスタルジア、集合的記憶という概念を理論的枠組みとして用いて、渋谷系音楽に関する事例研究を行った。渋谷系音楽は、90年代に流行している音楽ジャンルとして盛んにメディアで取り上げられて以降、90年代後半にプレゼンスが低下した後に、2000年代以降に再び言及されるようになった。雑誌記事や書籍といった資料を用いた事例分析の結果、渋谷系は90年代という時代と結びついたカテゴリーとして再出現し、「現在の文化に影響を与えた」「意味が曖昧な言葉である」というフレームとメディア記事、社会的・商業的な諸実践が相互作用して存在が維持されていることが明らかになった。この事例分析から、本研究はある時代に存在した市場カテゴリーは、集合的な想起を促すフレームにより後年再出現する可能性があり、その存在は物的・社会的・心的次元の相互作用により維持されることを指摘した。