ジュークボックスによる音楽聴取の様相
――公的空間での私的な音楽選択と経験――

東京大学大学院学際情報学府
片桐早紀

１．目的

戦後、進駐軍の払い下げ品として日本に登場し、キャバレー・バー・喫茶店・旅館といった様々な盛り場で大衆に親しまれた音響装置「ジュークボックス」は、いかなる音楽の聴取経験をもたらしたのか。本報告では、筐体自体のマテリアルな組成や、設置された場所(ロケーション)の産業的な成立過程、法規といった諸要因が、ジュークボックスの特性である「公的な空間での金銭を伴う私的な音楽選択」に影響し、その音楽受容がある種の相互行為として立ち現れるに至った様を明らかにすることを目的とする。

２．方法

本研究では、主な資料としてインタビューによる聞き取りを用いている。凡そ戦後～1980 年代初頭当時にジュークボックスの販売／リース代理店の営業、技術者、レコード会社社員、個人コレクター、飲食店経営をしていた者に対してインタビューを行い、文脈に応じて産業従事者あるいはオーディエンスの発言として扱った。またデザイン史、社史、雑誌記事、広告等を適宜援用した。これらは、インタビューと同じく時系列や事実関係の論拠として一次資料的に扱ったものと、ジュークボックスについて「どのように語られてきたのか」という二次資料的に分析したものがある。

３．結果・結論

分析の結果、ジュークボックスの日本における登場から衰退までを、普及期(終戦から 1960 年代半ば)と成熟期(1960 年代半ば～1980 年初頭)に大別でき、それぞれの時期・空間特有のジュークボックス経験が明らかになった。前者では、ジュークボックスの音楽は主に「踊る」という受容をされた。キャバレーやクラブといったいわゆる水商売の空間において、酒の肴として、大きな筐体からの艶かしい光と暖かい音色に心地よく沈む曲が選択された。あるいは、厳格な風営法の規制から、異性同士にある従業員と客が触れないようアップテンポの曲で、その場でステップを踏むという遊び方がなされた。後者の、喫茶店やレジャー施設など広く設置されるようになった成熟期には、「奢る」という様式が加わった。友人、気になる常連や異性に対し、自分の選んだ曲を大きな音量で流すことで会話のきっかけとしたのである。有線放送やラジオ放送と共に音楽のリクエスト文化を担っていたが、その後さらに曲の選択肢が広く「歌える」カラオケの登場によりジュークボックスは衰退していった。このように、さまざまな技術・文化・制度的編成のなかで、音楽の「個人的」「集中」のみならず「共同的」「ながら」聴取スタイルや、音楽の選択行為自体をコミュニケーションとして創出した装置としてジュークボックスは位置付けられる。

主要参考文献

Pearce, Christopher, 1988, *Vintage Jukeboxes the hall of fame*, New Jersey: Chartwell Books.
吉見俊哉, 1995,『「声」の資本主義――電話・ラジオ・蓄音機の社会史』講談社.
永井良和, 2002,『風俗営業取締り』講談社.
モラスキー・マイク, 2005,『戦後日本のジャズ文化』青土社.