

[博士論文審査要旨]

申請者：朝岡 孝平

論文題目 市場カテゴリーのダイナミクス:渋谷系音楽を事例として

審査員 松井 剛  
ジェスパー・エドマン  
岡本 純也

本論文の目的は、1990年代の日本で隆盛を極めた「渋谷系」と呼ばれる音楽ジャンルの事例研究を通じて、既存の製品の分類の仕方とは異なる新たな分類が生まれ、ひとつの市場カテゴリーとして人々に認識されるようになるプロセスを明らかにすることである。

本論文には3つの貢献がある。

第1の貢献は、問題設定がユニークであり、事例の選択が適切であることである。本研究の問題設定は、既存のマーケティング論におけるカテゴリー研究には見られない新しいものである。「渋谷系」という音楽ジャンルは、ロック、ジャズ、ヒップホップといった既存の分類をまたぐ説明のしにくい分類である。こうした事例を選択することで、既存の分類を超越した新たなカテゴリーが生成するというプロセスを明らかにすることができる。

第2の貢献は、消費文化理論や文化社会学など多様な学問分野の文献を渉猟することで、本研究に必要な概念道具を導き出していることである。ピエール・ブルデューに由来する「場」、社会運動研究などで注目されてきた「フレーミング」、哲学由来であり近年、消費文化理論で活用されている「集合体理論」(assemblage theory)の3つを用いて、事例分析を立体的に行うことを可能にしている。

第3の貢献は、メディアの言説を中心とした丁寧なデータの解釈が行われていることである。大量の雑誌記事、新聞記事、書籍のみならず、当事者に対するインタビューも実施している。二次資料が中心とはいえ、これだけ大量のデータを体系立てて分析する力量は評価に値する。

しかし課題がないわけではない。第1に、「渋谷系」ジャンルが衰退したという解釈の妥当性である。確かに分析対象となるメディアの言説では「渋谷系」に関する記事は見られなくなった。しかし、「渋谷系」ミュージシャンが確立した新しいスタイルが、後続のミュージシャンに継承されたことを考えるならば、報道がなくなったことで衰退したと結論づけることはできない。第1の点に関連する点として、第2に指摘すべきなのは、多様な当事者へのインタビューが手薄であることである。メディアの言説という間接的なデータと補完するかたちで、多くの当事者に対して話を聞くことができるならば、この現象へのより深い解釈が可能であろう。しかし、むしろこうした課題は、今後、研究を発展させるべ

き方向性を示していると言え、決して本論文の価値を損なうものではない。

よって、審査員一同は、所定の試験結果をあわせ考慮して、本論文の筆者が一橋大学学位規則第5条第1項の規定により一橋大学博士（商学）の学位を受けるに値するものと判断する。