

November
28
2002

対談 インターネットの彼方に 第7回

【Guest】

桑原茂一

K U W A H A R A M O I C H I

×

小崎哲哉

O z a k i T e t s u y a

構成：長野弘子 photo：Kaizuka Jun-ichi



日本語版『ローリング・ストーン』誌の創刊、抱腹絶倒のラジオ番組『スネークマンショー』、日本初のクラブ『ピテカントロブス』など、桑原茂一が携わってきた活動には「伝説の」という形容詞が冠せられることが多い。だが、徹底して小さなメディアにこだわり、今も走り続ける桑原さんはバリバリの現役だ。インターネットを含めた氏のメディア観を、「幸せ」をキーワードにして聞いてみた 小崎哲哉

「選曲家」誕生

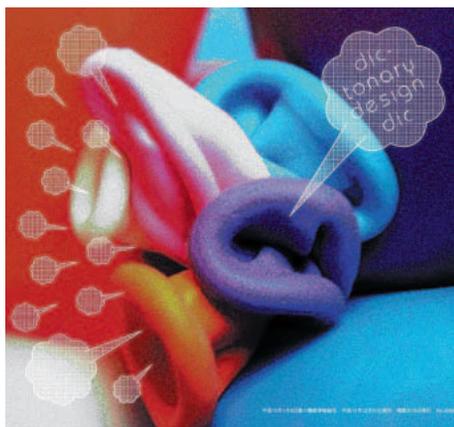
小崎：いろんな顔をもつ桑原さんは、フリーペーパー『dictionary』、ラジオ番組『スネークマンショー』や『ラジオクラブキング』、オンラインでは『media CLUBKING』^{Club}など、メディアの枠に捕らわれない活動をなさっていますね。REAL TOKYOでもインタビューしたばかりですが、今回はまず、「選曲家」という言葉を生み出したきっかけや背景から伺ってみたいと思います。

桑原：直接的な動機は、「自分は何者なのか」という問いかけですね。プラスチックス(*1)の頃から友人だった中西俊夫さんと、『メロン』という音楽グループを海外へ紹介する活動を80年代に始めましたが、その時代にヨーロッパのクラブカルチャーに触れたのです。そこでは、音楽家からDJ、批評家、メディア関係者、ミキサーやローディーまで音楽に関わるあらゆる人々が、人間としてフラットの関係構築しているんですね。これが、強烈な印象でした。フラットに人生を謳歌して、リスペクトし合う感覚、それが本来のあるべき姿であり、写真集『SMILE ROCK BOOKS』でも書いた「人間は幸せになるために生まれて来た。それをまっとうしようよ」という自分自身の哲学にぴったり通じたわけです。そのとき、私はコムデギャルソンのファッションショーの音楽を長く担当しており、選曲はクリエイティブな行為でありながら、社会的には認められていない。だったら、それに名前をつけ、きちんと社会に表明しようと思ったのです。

小崎：「音選協(日本音楽選曲協会)」を設立しましたね。

「人間は幸せになるために生まれて来た。それをまっとうしようよ」

KUWAHARA MOICHI x OZAKI TETSUYA



桑原茂一

KUWAHARA MOICHI / くわはら もいち
選曲家、クラブキング代表。1973年より米国『ローリング・ストーン』日本版を創刊号から運営、77年『スネークマンショー』をプロデュース。同年『コムデギャルソン』のファッションショー選曲を開始する。88年フリーペーパー『dictionary』を創刊、96年東京SHIBUYAFMにて『club radio dictionary』を開始。写真は苦手ということで、上は『dictionary』の表紙です。^{Club} www.clubking.com

桑原：ええ、社会がどう反応するかよりも、自分たちのやってきたことを認めたいという気持ちでした。当時はDJ=しゃべる人という認識が一般的で、人の曲を使って何がアーティストだと怒る人もいました。

小崎：視点を変えると、選曲自体がサンプリングだと思えます。それをクリエイティブだと名乗る行為は、いまの時代の先駆けとも言えますね。

桑原：セレクトするという行為は、音楽に限りません。優れた選曲家は、ハウスでもクラシックでもいいものを選び、音楽以外のものを選ばせても鋭敏です。それができない人は、その域まで達していない。そこまで奥の深い行為だと思います。

集めることで新しいものを作る

小崎：オリジナルなものが減りつつあるこ

とは、これまでも危機感をもって語られてきましたし、インターネットの世界でも論議が活発になっている著作権など知的所有権の問題もあります。しかし、サンプリングをオープンソース的な表現手法と考えると、個々の楽曲が開かれた形でソースとして存在し、それを組み合わせることで違った世界を出現させるという、新しい形のクリエイティビティーだと思います。

桑原：結論を急いではまえばその通りですね。そもそもロイヤリティーで儲けていいの、そこまで考える必要があると思います。坂本龍一さんが「知的所有権にもの申す」と言ったのは、非常にシャープな気づきだったと思うんですね。

私たちは音楽著作権協会と常に対立してきましたし、著作権はアーティストの自由を奪っていると感じていたので、胸のつか

えが取れた気がしました。同時に、これまでうまく表現できなかったことが、サンプリングという言葉に集約されるなど、ようやく言葉になってきました。コムデギャルソンのショーを担当したのは77年からですが、デザイナーの川久保玲さんは既存のものを壊して新たなものを作るという姿勢から、同じ楽曲を2度と使わないのです。そうすると、年4回のショーを90年代まで担当するなかで、現存している曲を聴き尽くし、結果的に曲のなかの非常に研ぎすまされた部分を選ぶしかなくなるんですよ。たった20分間に、無数の楽曲のエッセンスを散りばめていく。それはもう頭で考えるのではなく、実践としてそうせざるを得なかったのです。

小崎：エディトリアルというのは突きつめる

と、そういうことかもしれませんね。いろんな才能を集めて編集することで、新しいものを作っていくという。

桑原：自分では、毎日まかない料理を作っている感じですね。どれだけいい素材に出会えるかに尽きます。築地の最高級の本まぐろではありませんが、普段の生活で出会える素材をベストな状態にもって行く。オーディオ編集ソフトのプロツールズを使い、スタジオに散らばっているCDやレコードをその日の気分で料理する。この素材はこんな風に料理したら美味しいかも、という感じなので、好きなジャンルを尋ねられても答えられないのです。息をするのと同じ感覚で作っているの、モノづくりに関してはロジカルに話はできません。

「dictionary」とインターネット

小崎：素材をアウトプットする環境やメディアとの関わりはどうでしょう。桑原さんは雑誌や本、ラジオ、ネットのほかに、『ピテカントロプス』のような店舗から『T-SHIRT AS MEDIA』といったTシャツをデザインするイベントのプロデュースまで幅広く手がけていますよね。さまざまなメディアのなかで、相性がいいものはありますか。

桑原：どのメディアも重要ですが、想像力を掻き立ててくれるという意味では、ラジオの強烈さは死ぬまで変わらないですね。ラジオの影響から、映像作品もイメージを限定するようなものは作りませんし、コメディーマ「ここで笑ってください」と仕向けるようなオチには興味がありません。見る人によって感じ方が違う、そういう作品が好きですね。Tシャツに関しては、川久保玲さんの洋服が軽々と海外へ飛び出して世界中の人々を魅了し、新しい日本のカルチャーを伝達していく媒体になったのを目の当たりにして、真剣に取り組むべきメディアだと思ったのです。自分がどう見られたいか、というエネルギーは強烈ですね。あたりまえに思っているTシャツに、何か特別な発見があったらロマンチックだと思います。

小崎：桑原さんは、小さなメディア マクルーハンの的に言えば熱いメディア にこだわっていますね。スモールパブリッシングはニューヨークやサンフランシスコなどでは盛んですが、日本ではバブル以降は長続きしませんでした。そのなかで、「dictionary」は88年から発行されている息の長いフリーペーパーです。これを続ける原動力は、どこから来るのでしょうか。

桑原：「dictionaryがなくなることは、15年以上続いているコミュニティーがなくなることだ」という思いからですね。私個人の方でつぶせるものでもないし、私のものでもありません。私が死んだあと、必要だと思う人たちが残っていく。そうしないと、「人間は幸せになるために生まれてきた」という気持ちが途絶えてしまう。ネットに最初に触れたとき、コミュニティーを大切に「dictionary」の考え方で共通していると気づきました。



小さなメディア マクルーハンの的に言えば 熱いメディア にこだわるのが桑原さんだ



小崎：現在はインターネット上にもそのようなコミュニティが現れていますが、最初にネットに触れたのは、いつ頃ですか？

桑原：神戸の震災で、既存のメディアが役に立たないと思い知らされたときです。友人が私たちのオフィスにネットワークを敷いてくれました。つながったとき、「自分は1人じゃないんだ！」と感動したのを覚えています。その後、メディアアーティストの藤幡正樹君がSFC(*2)で教えていた頃、講義を聴きにきました。そこで、男性になりたい女性のためのサイト『Female-to-Male』(Jump)を見たのですが、誰にも言えずに自分を呪っていた人たちが、仲間が世界中にいると知り「これでいいんだ」と自分を受け入れるようになる。こうした個人の意識変容が衝撃的でした。インターネットがもたらす革命と、幸せになるために生まれてきたことが、根っこの部分でつながっていると感じました。彼はまた、成田～カリフォルニア間を飛ぶ飛行機は、どのくらいの酸素を燃焼するかを生徒に尋ねました。なんと四国の全人口が1年間に吸うのと同じ分量の酸素を燃焼しているそうです。そこまでして人々が旅をするのはなぜか。それは、1次情報に触れたいからです。ネットは、それにアクセスできるメディアなのです。

コメディーには何が見えるのか？

小崎：それでは、桑原さんが出がけているウェブサイト『media CLUBKING』は、どのような位置づけになるのでしょうか？

桑原：『media CLUBKING』は私たちのモノづくりのファクトリーになってほしいと思いますね。多くの人たちの目に触れて、最終的な作品へアウトプットできればと思います。まずはみんなで語り合う場、ぶつかり合う場がなければ始まらないと思います。できあがった作品だけ見せるのには興味がありません。

小崎：『コメディ・デイクシヨナリー』は、どういったものになりそうですか？

桑原：スネークマンショー以降、現在にいたるまで多くの人が表現してきたものをまとめてみたいという気持ちが強いですね。一時期は、お笑いの仕掛人と言われるこ

とから足を洗いたいと思っていたんですが、9・11以降、結局は自分の根っこにはお笑いがあるのだと気づきました。スネークマンショーをプロデュースするなかで、ありとあらゆるコメディに接する機会が多く、そこから自分たちが広がっていったことは確かだと思います。自分の足場をもう一度見直してみたいという気持ちでセレクトしています。対抗意識はないんですが、お笑いは吉本だけではないと言い続けたいですね。

小崎：笑いは「密室の楽しさ」という面もありますね。テレビで言えないギャグもたくさんあるけど、ライブにいくと凄いことを言ってます。桑原さんの根っこにあるコメディも、ラジオやインターネットと親和性が高いパーソナルなメディアだと思いますね。

*1：中西俊夫、立花ハジメ、佐藤チカ、佐久間正英、島武実によるテクパングバンド

*2：慶応義塾大学湘南藤沢キャンパス 藤幡正樹は、80年代初めからCGとアニメーションの制作、彫刻を手がけ、90年代からはインタラクティブな作品を次々に発表。代表作「Global Interior Project」

Jump www.clubking.com

Jump www.ftm-intl.org



(上)桑原氏のこれまでの、これからの動きを集約しているのが、ウェブサイト「media CLUBKING」。「dictionary」の紹介、購入窓口となっているほか、ラジオ放送も行われている。

Jump www.clubking.com

(下)ついに4枚目となった「s21」プロジェクト。

つながったとき、「自分は1人じゃないんだ！」
と感動したのを覚えています



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp