

30年まえ、バブルはあったのか？

～覚書：バブル文化の社会的記憶の構成過程

清水 一彦*

要 約

1989年を頂点とするバブルの経済的側面については、ジャーナリズムおよびアカデミズム的な視点から膨大な論述があり分析もされてきた。ただし、情報誌やライフスタイル誌などの誌面にあらわれるようなバブルの文化的側面については、それらがどのように社会的記憶として構成されてきたのか、管見の限りあまり議論されているようにはおもわれない。本稿では、バブル経済が破綻した後もバブル文化は続き、時系列が混乱した状態で社会的記憶が構成されていることを論じる。ただし、論考の方向性は示せたもののまだ詰めは甘く、理論に基づく分析もこれからの、さらに論文には不必要な個人的な雑記も含まれる覚書（ノート）である。

1. 要約（仮）

1989年12月を頂点とするバブル経済が破裂すると、新聞紙上ではバブルに対しての否定的な言説が1990年秋以降急激に増えた。それにもかかわらず、慣性のままにバブル文化は続いた。情報誌やライフスタイル雑誌群はいわゆるバブル的な価値観と消費行動様式を提案し続けることで、バブル文化が引き伸ばされることに加担した。出版市場自体には実態のある好景気が続いていたので、経済が泥沼化していることと、バブル文化的な誌面との矛盾は看過された。1990年代後半にようやく出版業界も縮小局面にはいった。出版も含めその後の長い沈滞のなかで、昔はよかった後付記憶としてバブルの社会的記憶が構成されることになる。

そのさいのバブルの記憶は、バブル経済が破綻した後のバブル文化の事象もバブル経済破綻前の事象として取り込んだ。時系列を混乱させながら社会的記憶が構成されたのだ。また、他人の経験

も自分の経験となり、針は丸太のように語られ、現在では、羨望と懐疑と嘲笑と共感と望郷がないまぜになったバブルの社会的記憶が再帰的に構成され続けている。さらに、バブル経済のときにはバブルの中にいると自己認識していなかったにもかかわらず、当時の生活者がバブルという非日常のなかにいることを認識していたように構成されている。バブル経済が破裂する前には、バブルということばが世間で一般的に使われることはなく、世間の主観では景気がよい日常であった。バブル経済が破裂するまでは、世間にとってバブルは存在しなかったのだ。

もし、この原稿が完成論文であったなら、こんな要旨を冒頭に置いただろう。残念ながら今回は、研究のアイデアスケッチだ。さらに、そのアイデアがなぜ出てきたのかの、個人的ないきさつも含めた覚書（ノート）である。

2. イントロダクション

今から30年前、1989年12月29日の東京証券取引所大納会での取引時間中に日経平均株価は、史上最高値38,957円44銭を付けた。いわゆるバ

2019年11月30日受付

* 江戸川大学 マス・コミュニケーション学科教授 出版学

ブルの絶頂だ。

雑誌の編集者だった私は、24時間戦えますかと聞かれるまでもなく、2徹3徹当たり前で、深夜の六本木でディスコやカフェバーから溢れ出るワンレン・ボディコンの女子大生やOLを網膜の片隅に映しながら、撮影スタジオから銀座の編集部に向かっていった。街ではオジサンが一万円札を振りかざしてタクシーを捕まえようと頑張っている。何10回電話してもタクシー会社の配車係に電話がつかまらないのだ。アッシー君の運転するフェラーリやベントレーをすり抜け、すぐに配車されたタクシーに飛び乗る。編集者たちには、上得意専用の秘密の電話番号が渡されていた。午前0時を回っているのに道は渋滞している。編集部にもどると編集バイト君たちが、会社もちの食券で寿司の出前を食べている。一人前1万円ぐらいか。機材を置いたら、GOLDに繰り出そう。ジュリアナなんてただの大衆ディスコだ。

この記憶は、どこまでが事実で、どこまでが後から構成されたのか。

経歴を話す機会があると、バブル崩壊後から30年もたっているにもかかわらず、たいがいの人から当時は流行を追う編集者として絵に描いたようなバブルを楽しんだのでしょと、羨望とやっかみと好奇心がないまぜになった質問を受け、そして相手が同世代なら、わたしもそのバブルを享受した一人ですよと同意を求められる。昔は良かった的な共感を強要されもする。

研究者の寄り合いでつい最近、バブルのときってどんな感じでしたかと若手から訊かれた。自分でもいつのことだったかはっきりしないまま、「某高級バッグブランドの発表会にいったら、市価数十万円のブリーフバッグがお土産だった」と答えたら、傍らにいたやはり元同業者の研究者が「あ、それ私ももらった」と続けた。これ以上の質問はなかった。羨望というよりは信じがたいことを見聞きして一時的な思考停止状態になったようだ。自分自身の体験に裏が取れたので、たぶんこれは事実だろう。筆者と元同業者は、べつに話を盛ったわけでも特別な例をもちだしたわけでもない。ふと思い出したライフスタイル雑誌の編集

者の日常を、それこそ質問者に偏った情報をあたえないように考慮して伝えたつもりだった。当時は、筆者だけでなく、すくなくとも筆者が関係していた仕事の場においては、この状況が主観的には平常なのであって、「もしかして、コレへん？」と立ち止まることにさえ考えがおよばないほど、このような日々は日常でしかなかった。家にかえってから気になったので、埃をかぶったスケジュール帳をひっくりかえすと、このエピソードは、1990年代後半のことだった。バッグの市価は確認できなかった。同業者とともども、自分の記憶は再構成されて歪んでいるのか。それともバブルは1990年代後半まで続いていたのか。

時がたつうちにバブルの伝説も多く語られるようになったが、それらの語りには違和感を覚えた。女子大生はBMW3シリーズを六本木カローラと呼んで、恋人に昇進させるつもりがない冴えない男友だちを顎で使って、車で送り迎えだけさせてアッシーくんと呼んでいたというけど、あんた、それって、ほんとうに自分で経験したの？

どこか頭の片隅にその疑問符を残したまま出版社での仕事はつづき、2010年に退職すると、空が青く広いことを数十年ぶりに確認しながら毎日区立図書館にかよひ、新聞の縮刷版を出版社に入社した1983年から日毎に読み始めた。バブルの手前で若者文化を牽引していた雑誌の編集者となり、バブルの真っ只中でバブルを謳歌していた自分自身の外の世界では、いったいなにがあったのかを確認したかったのだ。事象のただ中で生きていると、自分がなにをやっているのかを外側から見ることができないからだ。ところが読みすすめるうちに、享樂的で甘美な自分自身のバブル体験に対する疑惑が芽生え、さらにはバブルはなかったのではないかと思うほどになる。なにしろ、新聞紙面にはバブルということばがみあたらない。いつもどおりにさまざまな事件や関心事は起こるものの、鼓腹太平、ならしてみれば日常は何事もなく続いている。すくなくとも1990年の秋口までは。

3. バブルはいつ意識されはじめたのか

メディアのコンテンツを分析することで、逆算して世間の気分を知ることができる。読者はすでに知っていることをさらに知りたがるもので、自分が信じていることに沿った情報は受容しやすいが（植田 2009：219 杉村 1970：17-18 エーコ 2016）、自分の考えに反することはたとえ事実であっても受け入れ難い。記者一人ひとりの意識はともかく、紙上の論調は読者が読みたい方向に収斂していく（清水 2015a 2015b）。新聞には、大きな読者の塊がすんなりと納得して受け入れられるような事実が掲載される。エッジが効きすぎたり穿った切り口は排除される。新聞記事として記述され固定化されたテキストは、その記事が掲載された時点において、世間がそんなものであろうと受け入れて認識している現実の表出ととらえても、それほど的確ははずしてはいないだろう。いっぽう雑誌の記事を分析対象とすることも可能である。雑誌は特定の読者との共感によって成り立つ媒体なので、記事はピンポイントで個別的で偏った価値観から書かれているものの、おうおうにして新聞や電波メディアより下世話でリアルで詳細な現実の記憶が固定化されている。神は細部に宿

る。時代の細かなひだを読み解くなら雑誌が有効だが、漠然とした世間の気分や価値観、考え方、常識などを分析するには新聞が有利である。

ここでは朝日新聞の記事を、1984年から「バブル」をキーワードとして検索した⁽¹⁾。図1は「バブル」ということばが含まれる記事数を1988年と1989年は年ごと、1990年1月から1992年5月までは月ごとのグラフにした。図2は1988年から同様の記事数の年ごとの推移だ。

「バブル」の初出は1985年02月13日付けだ。「いまのドル高は理屈抜きの期待感で動くいわゆるバブル（アワ）現象だ。アワはいつか割れる」とあるが、論調は、「しかし今回の円安は、日本経済にとっては最近はやりのしつこい風邪みみたいなものだ。多少長引くようだが、じっと養生して切り抜けるしかあるまい」と景気の良さを表現したのではない。ここでの「バブル」が示す内容は、現在、バブルということばが一般的につかわれるときに認識される意味合いとは異なる。裏付けのない資産価値膨張という観点からのバブルが初めて朝日新聞紙上に現れるのは、1988年2月2日付けの記事のなかでだ。「株式市場があぶく相場（バブル）となって、最後には破裂して大恐慌へというのがシナリオだ。1930年代の恐慌からほぼ60年たった現在、状況は当時と類似してい

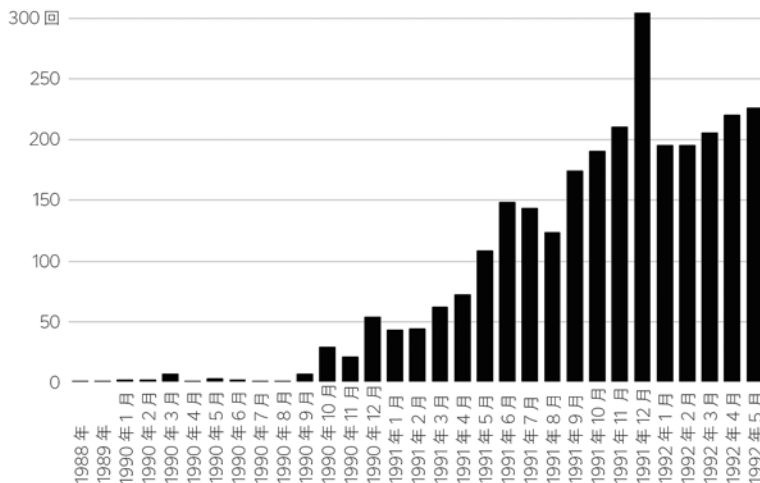


図1 バブルということばを含む記事の掲載回数（1992年5月まで）

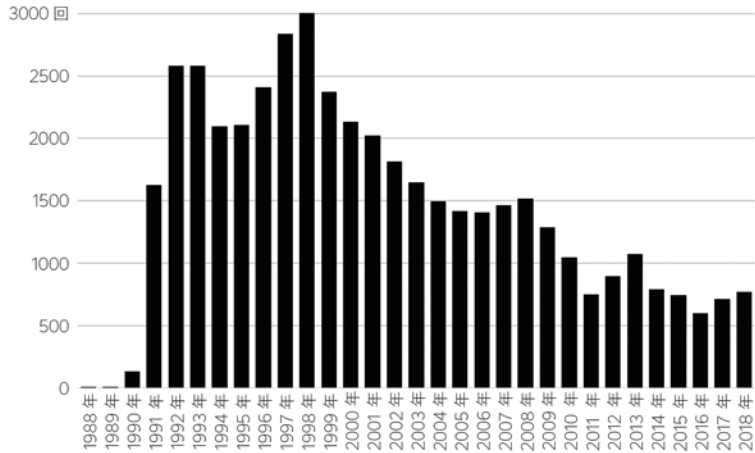


図2 バブルということばを含む記事の掲載回数（年ごと）

る」と書かれている。

次に紙上で「バブル」ということばを見るのは1989年6月7日だ⁽²⁾。後世バブルの絶頂といわれる日経平均株価が最高値をつけるまでで、バブル景気のこととして「バブル」ということばが朝日新聞に載ったのは、わずかにこの2回のみだ。3回目は1990年1月4日の社説だ⁽³⁾。「バブルは常に破裂する危険をはらんでいる」という論点は指摘されているが、記事は「日本は景気絶好調の中で新年を迎えた」ことを前提にかかれている。すでに危険領域に入ってしまったという危機感はない。同年1月21日付けでは、「今年になって東京市場の株価が下がっていますが、どう見えますか」という記者の質問に対して、グリーンデン米証券取引委員長が次のように答える記事が掲載されている。「楽観的に考えていいと思う。東京とニューヨークの株価はほぼ連動して動くものだが、昨年10月のミニ暴落の後、ニューヨーク市場が上下変動していたのに、東京の株価はほぼ一本調子で上昇していた。バブルがどんどん膨らんだ後に破裂して大きく下げるよりは、先に小さく下げたほうがよいだろう」。

同年2月27日付けでは「順調に拡大している景気の腰が折られないか、との懸念が出始めた」という記載があるが、続けて「これまでの下げ幅では「バブルが吹き飛んだ程度で心配ない」との

見方が主流で、「この程度なら、むしろ過熱気味だった景気を冷やして、結果的には景気は長持ちする」との見方すらある」と両論を併記している。ただし、同日の別記事のタイトルは「破裂したバブル 株式過剰も要因」となっている。このように朝日新聞紙上ではバブルが破裂したと問題視されはじめた。しかし、その後もバブルについての記事は増えない。掲載頻度が高まり始めるのは1990年秋口からで、2018年までの間に朝日新聞紙上には「バブル」ということばを含む記事が45266回掲載されている。1990年からの29年間のあいだ年平均1561回、1日平均約4.3回新聞紙上にバブルということばが含まれる記事が掲載されてきた。

病名ができて、患者が生まれる。世間では、1990年の夏まで自分たちがバブルのさなかにいたという認識はほとんどなかったと言えるだろう。いや、まったくなかったといえるかもしれない。そう推測することは、1990年に33歳だった筆者の感覚とも一致する。

4. 研究の糸口

理屈っぽく書いてはみたが、区立図書館に毎日かよって新聞の縮刷版を読んでいたときには、もちろんこんなことには思いもよらなかった。もっ

とシンプルな問、「バブルってなんだったのか」を知りたかっただけだ。研究者になるなどという大それた将来設計もなく、いったい自分がどういった時代になにをやってきたのかを岡目八目で知りたかった。紙面とにらめっこすることで、このもやもやに何らかの回答が得られるのではないかと期待していた。だが、甘かった。

主観的な自分の経験と、そのときの世間という客体との関係の認識手段や分析するための方法論、理論、先行研究にたいする知識、物事を学術的に処理する能力、そのための訓練、すべてが欠けていた。ぶつかっていく相手としてバブルは巨大で茫漠としてどこから手をつけてよいのか、出版社を退職しただけの素人にはなすすべがなかった。

そんな2011年春、江戸川大学に職を得ることができた。某大学の学長は卒業式の式辞で、「人生には努力と運が必要だ。ただし、運はどうにもならない」と、身も蓋もない社会の真実をさらけ出した。ある大物女性ミュージシャンは、私にはあふれる才能があって運もあるのとインタビューに答えていた。筆者は運の前髪をつかんだ。ただし、それだけである。まあ、研究者になってしまったのだから、なんとかなる。元編集者の強みといえば、現況をポジティブに処理していく図太さである。ことが起こってしばらくしてから構成される社会的記憶を研究テーマにするにはふさわしいスタートだったかもしれない。

まずは、勝負の土俵を小さくして現実的な線から始めた。1964年の夏のあいだだけ、銀座の一角に出現した「みゆき族」から手を付けることにした。バブルよりもずっと小さく、事象の時期が数か月と短い。さらに現在に至るまでに記述された後付記憶が、個人的記憶としても社会的記憶としても豊富にある。しかもそれらが、みゆき族がいた同時期のマスメディア上に固定化された記述とおうおうにして齟齬がある。初学者としても研究対象にしやすいネタである。編集の現場で諸先輩の思い出話をさんざん聞かされて、違和感をなんとなく感じてもいた。元編集者だから、キーボードをパチャパチャやるのはなんの抵抗もない

が、なにしろ論文と名前のつくものは卒業論文以来書いたことがない。卒論を指導する身になってしまっただけでおこがましいが、数十年まえに書いた卒論など、それこそ同窓会のネタにもならない。押しかけで社会学の大家で大学時代の先輩に教えを乞うた。ありがたいことに、繰り返し適切な指導をしていただけた。

土俵をさらに小さくした。関係者にあえてインタビューをしないことである。そもそも記憶は構成されるものである。編集者としての経験から、インタビューされる人は嘘をつくということを知っている。嘘というと悪意があるようだが、そうではなく、話をするということは自分自身にとって心地よいものへ、さらにはインタビュアーにとっても受容しやすいものへと、たいがいはあいはい話している本人が無意識に記憶を再構成しているのだ。サービス精神などと言われる、アレである。人様の経験がいつの間にか自分の経験になり、脇役はいつの間にかヒーローやヒロインとなる。現在の自分に都合のいいように記憶を構成して想起するのだ。マスコミの現場では、その発言の信頼性に疑問があることをわかりながらも使うことがある。

メディア関連の文献を読んでいて疑問に感じることもある。関係者に過去の事象を聞き取りしたことを、なぜそのまま論拠としてしまうのか。その発言の裏はとったのか、なぜその発言をしたのか、どのような構成過程を通して発言されたのか、時系列で内容に変化はあったのか。こういった資料評価をした後ではなければ使うことはできないはずだ。編集者には取材対象の発言に対しての猜疑心が実務のなかで埋め込まれている。

ではどうしたらいいのか。分析対象の事象が起こった同時期もしくは直後の外部記憶装置に固定化された記述を初期条件として、時系列に沿って後の記憶を分析する。具体的には雑誌や新聞、参考文献だけから論をすすめる。たとえば同一メディアが同一の事象について時間がたつにつれて異なる記事を掲載している事例があれば、なぜそのように変化したのかを分析する。どちらの記事が正しいかという観点ではなく、変化した理由と

その背景を分析するのだ。もちろん、誰がどういうつもりでその記事や書籍を書いているのかという評価をしながらだ。そんな方法論を査読者がメタ分析をしたのですね、と言ってくれたので、そうか、メタ分析なのかと自己認識できた。これも後付である。

さいわいなことに、こうして書いたみゆき族と『平凡パンチ』とVANがおりなす社会的記憶の構成とその機序についての論文(2013)が、学会誌に掲載されることになった。バブルが富士山の頂上だとすれば、みゆき族は登り口の浅間神社だ。研究者の仲間入りができたと勝手に解釈し、その後、1956年度の『経済白書』に書かれていてすぐに流行語となった「もはや「戦後」ではない」というフレーズの社会的記憶が、同書に書かれた意味合いとは真逆の意味として構成されていく過程(2015a)を、次には「若者の読書離れ」という「常識」の構成と受容を研究し、2000年代初頭までは若者は読書離れしているとは言えず、くわえて大人より読書時間が長かったにもかかわらず、1970年代から若者が本を読まないという言説が流布し始めたこととその機序を論じ(2015b)、さらに「江戸時代の識字率は高かった」という統計の裏付けがない常識がどのように構成されたのかについても研究をすすめた(2017)⁽⁴⁾。ところが、傍からみると、テーマがバラバラでいったいなにを目指しているのかわかりにくい。たしかに研究対象はとっちらかっているが、検証しやすい事例を選んで、社会的記憶がどうやって構成されたのかを探っているのだから、本人としては、研究対象を分析する目的という点では一環性があるつもりだ。しかも最終的には対象をバブルにしようという野望もある。とはいえ、富士山頂は遠い。

5. バブル文化の慣性

ヒーハーよろよろしながら歩を進めているが、ときにははるか高みに頂上をみながら、パソコン画面に置いたままのバブルと名付けたフォルダに新たな資料を突っ込んでいく。つい最近では、ふ

つうに仕事をして暮らしている人の金回り感覚を指標化しようとおもい、平均民間給与前年比と日経平均株価前年比と全国市街地全用途平均価格指数前年比を組み合わせて、勝手に金回り期待指標と名付けた数値を算出して3年移動平均でグラフ化してみた⁽⁵⁾。さらに単年度ごとの雑誌推定販売部数を重ねた。経済指標はいろいろあるが、世間の大多数の人にしてみればこの3つの指標が、貿易黒字赤字やGDPなどよりも自分自身の懐具合や主観的な金回りを期待したり心配したりして判断する指標にしやすいし、また日常的にマスコミや口コミに関連する情報を得ていると考えたからだ。給料の上がり下がりがもっとも身近な金回りの変動要因だ。自分で株式投資をしていなくてももちろんのこと、投資をしてなくても間接的ではあるが株価の上下も財布を開けるときの判断に影響を与える。さらに、土地価格は借家住まいでも持ち家でも気にかかる。ベタに言えば土地持ちにたいする羨望ややっかみを感じたり、きゅうに資産持ち気分になったりだ。いずれにせよ自分が所有しているかどうかにかかわらず株価や土地価格が上昇すると世の中の金回りがよくなって、自分にもおこぼれがまわってくるような気分になる。一般的にバブルと言われる時期は金回り期待指数の山と重なっているが、雑誌推定販売部数の山とは5~6年ずれがある。このずれにかんしては後述する。

人は加速度を感知して状況の変化を知りその変化に対応する行動を取る。どんなに速く飛ぶジェット旅客機でも、一定の巡航速度では乗客は停止しているのか飛んでいるのかわからない。加速度によって飛んでいることを知る。さて、もし人が外部のデータに思考や感情を連動させるのなら、1980年代前半に下降していたこの金回り期待指数が上昇する1986年から1987年ぐらいに気分が高揚し、物質的にも文化的にも消費行動が派手になり自己肯定感が強くなっているだろう。明日がある、しかもそれが明るいからこそ人ははしゃぐ。そして同指数が高台に乗り安定した1989年ぐらいまでは、その状態が常態となる。明日のことはともかく、この金回りのよさがふつ



図3 金回り期待指数と雑誌業界のピークとは時期が5～6年ずれる。

うだと感じている。ただし、上昇率がプラスであってその変化率が低下しはじめると理屈の上ではもうはしゃいでいる時期ではないと考え、はしゃぎ方も緩やかになるはずである。着陸態勢に入りさらに加速度がマイナスになりはじめる1990年以降は、状況変化を察して消費行動を抑制させる方向に変化させるはずである。はずなのに、世間は勢いではしゃぎつつけていた。たとえば詳しくは後述するが、バブルの申し子と言われる雑誌『Hanako』は1990年代中葉になっても、高額商品やサービスが所狭しと誌面を埋めている。バブルの象徴と記憶されているディスコのジュリアナ東京は、1991年5月に開店し1992年から1993年が全盛期である。バブル的消費行動が継続する時期は金回り期待指数の動きとズレがあるようだ。

前述のように、すでに1990年の秋以降は新聞紙上でバブルはさかんに「吹き飛ん」だり「破裂」したりして社会問題になっている。しかし、経済指標だけで人の気分ははかれない。とくに文化、いいかえれば人の価値観や行動様式やその表出としての流行や欲望は、巨大タンカーと同じようにエンジンを止めてからもその質量に応じて慣性のままに進んでしまう⁽⁶⁾。文化の慣性論については、雑誌広告の打ち合わせで広告会社のマーケットターがなんとはなしに口にしたとき、筆者は

えらく感心したものだ。さすが、広告会社の人はキャッチーなフレーズを生むのがうまい。バブル経済とバブル的な文化の盛衰は時期が一致しないようなのだ。ジュリアナ東京はバブル経済が崩壊したあとの徒花だったのか。それとも、バブル丸という巨大タンカーに積載されていたバブル的な文化は止まるまでに数年を必要としたのだろうか。そもそも、いつジュリアナ東京はバブルの象徴となったのだろうか。

6. バブル文化についての先行文献

どうやらバブルを論じるときには、経済的側面と文化的側面に分けて考えたほうが捉えやすそうだ。ここではそれらの2側面を、バブル経済とバブル文化と呼ぶことにする。バブル経済は、社会的記憶では1989年末を頂点として急激に破裂したとなっている。これははっきりとしている。ところがバブル経済が破裂しても、バブル文化は慣性で続く。そしてバブル経済破綻後の1990年代のバブル文化の事象は、時系列が混乱してあたかも1990年以前のことのように記憶されることもある。バブル文化の社会的記憶は一筋縄ではいかない。

ここでは、先行する文献として同時期に刊行された『バブル文化論』（原宏之 慶應義塾大学出版

会 2006) と、『バブルの肖像』(都筑響一 アスペクト 2006) の2冊を取り上げる。常套句としてなら先行研究とするところだが、前者は研究なのだが、後者は週刊誌の連載でよりリアリティのある平場からの目線で書かれている。立ち位置の方向性がまったくことなる両著作にリスペクトを込めて、ここでは2冊の先行する文献とした。

「いまだ語られずにいる「八〇年代」の特殊性を浮き彫りにする」とカバーに記された『バブル文化論』は、バブルを文化的側面から包括的に論じた数少ない研究で、『バブル文化期』を1986年～1993年頃(86p)とバブル経済期よりも引き伸して定義し、広汎な学術的知識とテクニクを駆使してあらゆる方向からバブル文化を論じている。しかし気になる点もある。たとえば1987年についてその当時に分析のまなごしを置きながら記述するさい、「一九八七年といえば、日本社会でもバブル崩壊を疑う者などそういなかっただろう」(11p) などというバブルが論じられるときに使われがちな表現を採用していることだ。バブル崩壊以前でも今がバブルであると世間が自己認識していたことを前提にしていなければ、その崩壊を疑うことはできない。だが、前述のようにこの時期にバブルを意識していた人はほぼいないと推測できる。「バブル期を高校・大学で過ごしながら『バブル文化期』を享受」(233p)した著者でも、時系列が混乱した後付の記憶からは逃れられていないのだろうか⁽⁷⁾。

いっぽう、『バブルの肖像』は41のバブル事象やその立役者について、2004年10月から1年間にわたって『週刊朝日』に連載された記事をまとめたものだ。同書ではバブルの時期を「1986年秋から1989年暮までの3年あまりしかなかった」(3p)としている。著者は、1980年代にはすでに出版業界内でフリーランスの編集者として取材、執筆をしている。また当事者として後にバブル的と呼ばれることになる事象を生むことにもかかわった。いわば「中の人」である。それにもかかわらず、対象に対しての素朴な興味から出発し、「いま考えてもバブリーだったと思うのは」(69p) というように、15年後の記憶と取材で論考して

いる。筆致は小難しい理屈も懐古も避け、対象から軽く距離をとりつつも、視線は好意と愛情に溢れている。へんにアカデミズム的な論理性や整合性を求めなかったために、著者自身が意識したかどうかはともかく、すなおなバブルの記録になっている。ところが、なんのきなしに読んでみるとバブルあるある話なのだが、全編の4分の1を超える項目は著者自身が定義したバブルの時期を超える1990年以降のことなのだ⁽⁸⁾。都筑はバブル経済の時期をバブルの時期としながら、バブル文化も含めてバブルを包括的にとらえていた。

つぎに、バブル自体ではなく、バブルの記憶の研究はあるのかといえ、視界に入っていない。「バブルのときには」と前置きをして、潤んだ目で遠くを見ながらバブル的消費行動をたがいに懐かしみあう、いわゆるバブル世代の中高年男女の記憶は誰によってどのように構成されたものなのか。小説を編むように個々人が好き勝手に妄想を組み立てるだけだったら、世間の常識と整合性が取れなくなり、齟齬が激しいばあいには、その個人の人格さえ疑われることになる。ということは、いつの間にか常識としてのバブルという記憶、すなわち社会的記憶が構成されていることになる。1990年の夏以前にいまがバブルであると認識していたとう記憶があれば、それはメディアによって後付で構成されたものだ。人はおうおうにしてメディアによって構成された社会的記憶を自分自身に敷衍し、無意識のうちにあたかも自分自身の経験のこのように取り込み個人的な経験の記憶として構成する。マスコミはその構成された個人の記憶を取材し新たな記事を掲載することで、社会的記憶は再帰的に構成し直されていく。では、その社会的記憶はどの方向に構成されていくのか。それは、個人にとってもメディアにとっても心地よいストーリーとして構成されていく。心地よさが社会的記憶を構成するモチベーションとなる。バブルにかんしてではないが、この一連の社会的記憶の構成過程については、4. 研究の糸口で述べたように別々の対象を分析しながら拙稿(清水 2013 2015a 2015b 2017)で考察している。

次セクション以降ではバブル文化の慣性の具体

例として雑誌『Hanako』を、また社会的記憶の構成過程を探る一助としてジュリアナ東京を取り上げる。『バブル文化論』で定義されたように、はたしてバブル文化は1993年頃で終了したのだろうか。

7. 『Hanako』でバブル文化を追う

バブル文化が慣性でいつまで続いていたのかを知るには、同時期の雑誌が役に立つ。「実体経済が下降しはじめても世相的にはモノや文化を消費することで生活の満足を得る意識は萎むことなく、雑誌から得る情報への需要も旺盛だった」(藤竹 竹下:150)のだ。デジタル化の波がまだ岸に寄せる前の1980年代から1990年代にかけては、電波と印刷メディアがマス・メディアとしての役割をほぼ独占的に担っていた。他メディアでは取り上げにくい、先鋭的であったり、逆に下卑であったりする文化的な情報は雑誌の得意分野だった。ふつうの人にとってのインターネットであるwwwを欧州原子核研究機構(CERN)のティム・バーナーズ＝リーが発明したのは1989年で、インターネット時代の幕開けと囃された「ウィンドウズ95」は1995年になって発売され、日本では1990年度末に0.7%にすぎなかった携帯電話普及率が50%を超えたのは2000年度末で、携帯電話からメールやウェブ閲覧などのインターネットサービスを使えるようにしたi-modeのサービス開始は1999年だった。国内初の商用検索サイトYahoo! JAPANの開始が1996年で、日本でのフェイスブックのローンチとiPhoneの販売開始は2008年だ。

雑誌のなかでもバブル文化を体現したメディアで「ハナコ族」ということばさえ生んだ『Hanako』は、1988年6月にマガジンハウスから週刊誌として創刊された。情報誌として販売地域を首都圏に限定したエリア誌だ⁹⁾。『バブル文化論』では「二〇代の女性に熱烈な支持を受け」「一世を風靡した」(135p)と指摘している。創刊号は「アーバンリゾート青葉台」(11p)などと名付けられた人気エリアの賃貸住宅紹介で巻頭特集を始

める。同誌は首都圏の可処分所得が高い若い女性に支持をえて部数を伸ばし、読者のニーズに煽られるように、高級ブランド、一流レストラン、有名ホテル、ゴージャスな旅行、自尊心を満足させるカルチャー情報などで誌面ははちきれそうだった。それに合わせるように広告ページも膨らんだ。号ごとの特集によって掲載される情報はことなるが、ワンランク上やクラスを目指して、それに見合った物質的・文化的消費を享受できることは読者にとって当然であるという前提で編集されていた。ホイチョイ・プロダクションズの馬場康夫¹⁰⁾がこの感覚を2018年になって次のように巧みに解説している。「バブルのころ、みんながやりたがったことは、だいたい上流階級というか戦前の華族の人がやっていたことです。ちょっといい服を着て、海外旅行に行き、フランス料理を食べ、軽井沢でテニスやスキーをする。そういうおしゃれな生活にみな憧れました」(朝日新聞1月14日)。馬場が30年前にこう感じていたかは検証ができない。だが、この発言の真偽が問題なのではない。馬場が2018年の時点での記憶で30年前を語った言説を、朝日新聞という看板を掲げた記者が、ほかの発言ではなくこの言い回しを同メディア上に載せたいと思い記事を書き、デスクや編集センターなどのゲートキーパーが掲載を決定し、朝刊の経済面に印刷され600万部弱が販売され、既読率はわからないが相当数の読者が目にして記憶したことである。ああ、面倒くさい。

試みに、『Hanako』のおもに特集タイトルを創刊号から経時的に追っていった。バブル経済の時期には、バブルということばはタイトルにはみつけることができなかった。これは、朝日新聞での検索結果と整合している。誌面からは経済が異常な状況であるという編集の認識は感じられない。ハナコとフロア違いで別の雑誌を編集していた本稿の筆者も2019年の現在、その時の経済状況は平常運行状態ととらえていたと記憶している。前出の馬場は「バブル当時、景気がいい実感はあまりありませんでした」(朝日新聞2018年1月14日)という。だが同紙1991年7月23日では、「わが国の経済を支える消費の担い手としての女

性の存在感はますます重みを増し、バブル崩壊後も日常の消費は着実に伸び続けている。「社会進出を積極的に果たし、高学歴、高収入で余暇の使い方に精通し、自己実現を貫くはつらつとした女性たち」は、雑誌に載った「情報をもとに」「自らの生活をより充実させるための消費を日々果敢に行っているのである」と明るく力強い論調で、今は「雑誌文化の時代」だとしている。1991年以前にキラキラとした「女性の時代」が始まっていて、バブル経済以降も続いていると捉えている記事だ⁽¹¹⁾。いつ、だれが、なんの契機で想起するのかによって、記憶はその形を変えてしまう。

ここではバブル経済後のバブル文化の盛衰を知るために、1990年の秋からの号に焦点をあてる(ページが書かれていない「」書きはタイトル。ページが記されている「」書きはリードや本文中)。

新聞紙上ではバブルが破裂したと社会問題視する記事が目立ちはじめたころ、『Hanako』1990年10月11日号では、巻頭特集に「有能なアッシー君10人分の価値あり／クルマまわり大情報」とタイトルが打たれ、イメージカットにはジャガー XJ-S クーペ (1050万円) が使われている。翌1991年1月17日号には、「ハイライフ in パリ、ミラノ、ローマ買い物ガイド大情報」が掲載される。3月7日号では、同誌の志向性をあらわすように、一流に対する強迫観念とも渴仰の変化球とも言える言い回しで「都会的女性はホテルの味について造詣が深くなければならない！」というタイトルが表紙に踊る。この「なければならぬ」、すなわち一流を知っていて当然であるというスタンスが他者に向かうと、「連れてってもらう銀座110軒大情報！」(7月4日号)という、自分自身の価値を高く評価しきっていることが前提の特集となる。9月に入っても12日号では「意識の高まりが私を文楽に連れてゆく」、11月21日号のクリスマスプレゼント特集では「私たちの幸福のカカク」とボルテージは上がったままだ。

1992年1月16日号では「そろそろ地中海で泳ぐ大情報」、4月23日号はリーズナブルな「伊豆・箱根の2万5千円台の名旅館75軒大情報」、

6月18日号にはモノコグランプリで「奇跡的勝利の夜、セナと一緒にクラブへ行った。」とある。伝説的F1ドライバーのあのセナだ。9月3日号のスキー特集ではバブルということばがタイトルまわりで見つかった⁽¹²⁾。「アフターバブルでも行けるカナダスキー。スケールも格式も申し分ない／ぜいたくなバンフ。」だ。バブル後ということばとは裏腹に悲壮感はまったく感じられない。年末も近い11月26日号の巻頭特集は「リーズナブルな価格が今年の統一原理！／コレデスマス・プレゼント436点大情報」と、景気の悪さを意識しているが、最初に紹介されているのはティファニーのペンダント〈ムーン〉で16万円だ。

1992年12月31日1993年1月7日合併号では、巻頭特集「1988～1992よかったよかった／ニッポン最強時代」を組み「黄金の泡賞」を決定している。しかしタイトルから察してもらえるように、暗さは微塵もない。『Hanako』にとっては、バブル崩壊もネタでしかないようだ。3月4日号の上京者のための東京暮らし方ガイドの巻頭特集で最初に取り上げているのが、ジョン・ロブのコインローファー7万2千円。世間の風を感じたのか、「銀座で2000円で夕食／1000円でランチ」とこれまでの勢いとは異なる路線の特集が3月18日号に組まれている。この時期から号によってOLの身の丈にあった情報にするのか、今まで通りの路線でいくのか編集の方向性にばらつきが目立つようになる。9月2日号は「まさにスキーヤーのために作られた大リゾート／ウィスラーはスキーの大テーマパークだ！」で、12月9日号には渋谷は午前2時以降南口タクシ乗り場がすいているとの「信頼できるウワサ」(18p)を掲載し、「聖夜のディナーのフィナーレを飾る限定販売のクリスマスケーキ。」として帝国ホテルの1日10個限定1万円の〈クリスマスツリー・インペリアル風〉を紹介している。相変わらずである。一方、12月16日号は「一流ホテルの1万円台のXmasディナー33軒大情報」としおらしい。30年近くたった現在からみれば、1万円台のディナーを「しおらしい」としたことに違和感を覚えるかもしれないが、当時の『Hanako』に絡みつ

いた金銭観からすればビンボー臭い価格設定である。

翌1994年になっても混乱は続いて、2月3日号は「贅沢かもしれないけれど、ひと冬に1回は、ぞんぶんにフグ・カニを食べたい!」と歯切れが悪い。3月24日号の新車情報での、2シータースポーツカーMG・RV8を「399万円という安さも、人気に拍車をかけている」(91p)という金銭感覚とはうらはらに、7月7日号「最高級ネームドスイートに酔う。」特集では、以前なら、私なら泊めてもらって、もしくは泊まって当然とばかりに紹介しただろう1泊45万円のフォーシーズンホテル椿山荘東京のインペリアルスイートなどについて、「羨望と野心芽生える部屋に泊まれるのはいつ?」(32p)と醒めた視点も垣間見える。バブルの申し子の同誌とはいえ、すでにバブル的な状況ではないことは認識している。でも、わかっていながらも、バブル的な行動様式を続けたい、いや続けるべきで、続けられるはずだという編集部の心持ち、とりもなおさず読者の願望が表現されている。頭ではわかりながらも、感情やカラダはまだバブル文化が継続している、していきたい、という二律背反を背景に、ふらつきながらもバブル文化がまだ慣性によって停止できない状態にあるといえる。

バックナンバーをくくるのをここまでやめれば、バブル文化は1993年頃までであるとの『バブル文化論』での定義に納得しているだろう。ところが、こんな殊勝な気持ははやくも1994年年末にはどこえやらで、11月24日号で「景気回復のキザシあり!？」と再度号砲が鳴り響くと、12月1日号「速攻買いのクリスマス、これが私の欲しいもの。」では、1980年代末の勢いと自信がもどり、「いまやオーダーしても1年半から2年待ちはあたりまえ」(6p)のエルメスの〈パーキン〉57万円で特集がスタートする。後続には高級ブランドの人気商品がずらり。徹しきれなかったものの『Hanako』誌面では、安いほうがいい時代は1年半程度だった。この間の誌面の揺れを慣性の観点から例えることができるだろう。一度踏んだブレーキで制動が効きカラダが前に傾いても、

ブレーキから足を話すとカラダが自由になり、残っていた慣性力で車がふたたび走り出したと感ずる。これに対して馬場は、「僕の感覚だと、バブル崩壊後も94年ぐらいまでは世の中にバブルの気分が残っていました。しかし、その後は急に景気が冷え込んだ。」(朝日新聞2018年1月14日)と、バブル文化は平野が崖で終わるような印象を想起している。馬場は世間全体の、すなわち世相をとらえたのだろうが、ターゲットメディアである『Hanako』はバブル文化を継続できる層を想定し、またそれに対応する、もしくは憧れる読者がいたということだろう。

1995年になると2月9日号では、忙しい毎日からの逃避行としてフォーシーズンズ東京やパークハイアット東京などの高級ホテルで優雅にリラックスすることを提案している。3月9日の東京初心者向けガイドは「あのブランド、あのショップ、あんなこと、こんなこと、すべて知りたい!」とエルメスからはじまって一流ブランドが並ぶ。4月27日号は「日本のナンバー1ショップがそろった銀座にお出かけ!」で、寿司の久兵衛で本物のおいしさに感動している。5月18日号「心からほしくなる'95年版ジュエリー図鑑。」では、ハリー・ウィンストンの〈ウェディングバンド〉218万円やブシュロンの水晶ネックレス140万円が取り上げられている。7月27日号には「高ければいいとされた時代を経て、安いほうがいいという時代も終わり、いま、ようやく、「かわいい」ものが大事にされる時期になってきた」(6p)とある。もちろん、ヴィジュアル的にはかわいくとも高価なのだが。9月28日の「秋色の鎌倉散策。」の1軒目はたじまでふぐ刺し1万5千円、コースで3万円。「贅沢かもしれないけれど／ひと冬に1回は」と謙虚だった1994年2月3日号の慎みはどこにもない。10月12日号は上海ガニが、「今が食べ頃。さあ、みんなで中華街に繰り出そうッ!!」。同月26日号は「すし食いねェ!」で久兵衛にさゝ木。11月23日号は「安息の島バリ」で、切り口はもちろんゴージャスなリゾートだ。

1996年1月25日号では、349万5千円のアウ

ディ A4 の紹介ページで「若奥さま用のセカンドカーというのが理想のスタイルかな」(87p) と軽やかで、3月7日号では「東京のいまと MUST」(6p) が詰まったブランドショップ紹介を、4月11日号の銀座名店ガイドでは、マキシム・ド・パリについて「ランチ 6000 円～というお値段は、濃密なフレンチの世界を満喫できると思えばむしろリーズナブル」(12p) と威勢がいい。1997 年になっても記事のノリはかわらない。誌面を見るだけならバブル経済が続いているようだ。予想通りに筆者の記憶がずれていないことが確認できた。というか、筆者は同じ本社社屋の別の編集部で仕事をし、最新刊がでると、すべての雑誌が配布されていたので否応なしに『Hanako』にもオン・タイムで目を通していたのだ。

このように、1988 の創刊以来、『Hanako』の誌面には 1992 年の夏過ぎまで、バブルということばは少なくとも主要なタイトルまわりでは見つけられなかった。1993 年から 1994 年にかけては一時的にバブル経済が終わってしまったことを意識しているが、1994 年末以降はふたたびバブル文化を体現したメディアに戻る。ただし、きわめて感覚的な言い回しにはなるが、1992 年までの祝祭への参加を強制するような熱量は感じられず、すでに知ってしまったバブル文化の快楽が誌面のデフォルト状態となって、醒めた安定感が感じられる。ことば遣いに過ぎないといわれればそれまでだが、タイトルまわりで頻出していた「大情報」「大百科」といった大仰なレトリックからしだいに「大」がとれることも散見され、「情報」「図鑑」などと抑えられていく。巻頭特集のタイトルに強調の「大」が加えられた本数は、例として 1989 年と 1996 年の 9 月から 11 月で比較すると、前者が 13 号中 9 特集あったのに対して後者では 13 号中 2 特集だけだった。こんなところにも、祝祭から日常への変化が感じられる。

高級な物質・サービスへの消費が祝祭から日常へ移った経緯については、『バブル文化論』4 章が具体例を交えて詳しく解説している。要約すれば、バブル経済以前には手に入るなどと夢にも思わなかった高級な高値の花も、一度味わってしま

えば 2 回目からは当たり前ものとなってしまいうという身も蓋もない真実である。馬場が指摘した「上流階級というか戦前の華族」の真似を一度でもしてしまえば、し続きたい欲望はこのこつても熱気は弱まる。さらに、高嶺の花を得る現実可能性が提示されただけで、自分が実際に得ることがなくても花のオーラは減耗していく。たとえば宇宙旅行だ。かつては夢物語であったが、自分では出せなくても誰か別の人が数千万円でロケットのチケットを購入することで、ファンタジーにともなう熱気は消えていく。バブル文化についても同じことが言える。エルメスのバーキンを友人が買ったなら、私も欲しいという欲望は強まるかもしれないが、だれにも手に入らないバーキンというオーラは消失する。憧れの久兵衛も一度食べてしまえば、「美味しいよね、あそこ」レベルに心のなかで整理整頓されてしまう。これが、『Hanako』の誌面から漂う熱気やオーラの減少といえるだろう。

1990 年代の中葉にまで引き伸ばされたバブル文化を反映した雑誌は『Hanako』だけではない。編集誌面にバブル文化を色濃く含ませ、高級ブランドからの広告を期待して、1993 年には『GQ JAPAN』、1995 年には『VERY』、『ラ・ヴィ・ドゥ・トランタン』、1996 年には『Grazia』、1997 年には『GINZA』、1999 年には『VOGUE NIPPON』などのライフスタイル誌やファッション誌が創刊されていく⁽¹³⁾。すくなくとも 90 年代の半ばをすぎても出版業界はバブル文化の享楽にひたっていた。ただし、これらの雑誌群はターゲット・メディアとして、バブル文化を受容できるもしくは受容願望がある、高い可処分所得と教育レベルのある層に想定読者を絞っている。バブル文化の慣性がどこかで続いていることは世間もわかっているが、この時期にはバブル文化はバブル経済の時期とちがって、だれもが参加できる祭りではなくなっていたのだ。1990 年代中期以降は大衆的な広がりはなくなった。一部の層に根強く残存し続けてはいるものの、もはやバブルはふつうの人にとっては終焉を迎えていた。一方、そのまま継続できる層にとっては、バブル文化はもは

や日常となり非日常の祝祭ではなくなった。

雑誌誌面上のバブル文化の慣性を維持させた要因として、出版業界の景気がバブル経済のピークよりも6~7年後にずれていることもある。図3には1995年でピークを迎える雑誌推定販売部数もグラフ化してある。推定発行部数と推定販売金額でのピークはさらに遅れて1997年だ。どの指標で測るかによって多少の差はあるが、出版景気の頂点は1990年代半ばである⁽¹⁴⁾。デジタル化の大波に洗われる前の1990年代中葉の出版景気には裏付けがあった。15歳から64歳までの生産年齢人口は、雑誌のピークとほぼ同じ時期の1995年に8,716.5万人でピークに達した⁽¹⁵⁾。いわゆる人口ボーナスである。読書時間も統計がある1968年以降は21世紀に入るまですべての年齢層で長くなっている。とくに、若者の読書時間はほかの年齢層よりつねに長かったので、戦後のベビーブームによる若者人口の増加はマス雑誌成立に大きく寄与したと考えられる。読書時間が減少するのは2000年前後になってからだ(清水2015b 藤竹 竹下2018)。さらには、旺盛な広告出稿需要もあった。

出版業界は1980年代以降1990年代中葉まで拡大し続けた、いわば巨大な金貨であった。その1枚の金貨の片面で週刊誌や経済誌などジャーナリズムの要素が強い雑誌はバブル崩壊を話題にしなが、反対側の面では情報誌やライフスタイル誌がバブル文化的消費行動を提案していたのだ。出版景気のさ中で雑誌周りの仕事をしているいわゆる業界人の金回りは、バブル経済破綻の影響を受けにくかった。また、自分自身が慣性としてのバブル文化の中にいるので、情報誌やライフスタイル雑誌の編集者は違和感も後ろめたさもなく、バブルは崩壊したんだってねえと言いながらバブル文化を反映させた誌面をつくっていた。その本や雑誌が売っていたのだから読者もまた共犯関係、もしくは共依存的にバブル経済の焼け野原でバブル文化を楽しむ、もしくは楽しもうとしていたのだ。このように出版は、バブル経済後のバブル文化が慣性を保つことに寄与したと考えられる。すくなくとも筆者の周りではそうであった。

8. ジュリアナ東京とバブル

雑誌メディア上でのバブル文化の盛衰を例示したので、今度は『Hanako』に代表されるようなブランドやグルメ欲とは方向性がことなるが、しかしやはりバブル文化の一側面である具体例をとりあげよう。ここではバブルの象徴として引っ張り出されることがおおいジュリアナ東京を取り上げる。ジュリアナ東京は、ウォーターフロントともてはやされた東京都港区芝浦に1991年5月15日にオープンした大型ディスコだ。特徴として言及されるお立ち台は1993年11月には撤去された。1994年8月31日には客足が遠のき閉店した。羽根をあしらった扇子(ジュリ^{セン}扇)を手にお立ち台で踊りまくるボディコンの女性客と、ビジネス・スーツとボディコンがぐちゃぐちゃに入り交じって踊り狂うフロア。そこは「一種の仮設祭礼空間だった」(都筑2006:20)。朝日新聞を「ジュリアナ東京」で2019年10月まで検索してみた。検索結果は88記事だった。そのうち記事中に「バブル」ということばが書かれているのは33。バブルとジュリアナ東京が別の文脈で出てくる記事もあるので、さらに両者を関連付けている記事に絞ると22あった。図4と図5はそれぞれ1991年以降、年ごとのジュリアナ東京という語句が含まれる記事と、そのなかでバブルと関連付けて記述している記事の掲載回数である。

朝日新聞での初出は1992年8月8日と開店から1年以上過ぎてからだ。バブルとジュリアナ東京を関連付けた記事はさらに遅く、1995年7月17日が初出だ。「新商法キーワードは大人 熟年より若い層 料理店、アパレルなど照準」という記事中に「バブル期の「ジュリアナ東京」」という表現がある。次は2000年5月1日「寺島実郎氏 戦略研究所長(新世紀を語る 第2章・情報革命:7) 三井物産戦略研究所長」という記事中に「そのころ(1993年頃:本稿筆者補足)日本は、若者がジュリアナ東京で踊り、ちまたでは『踊るボンポコリン』という奇妙な歌がはやっていた」とある。しかし、同楽曲は1990年のヒッ

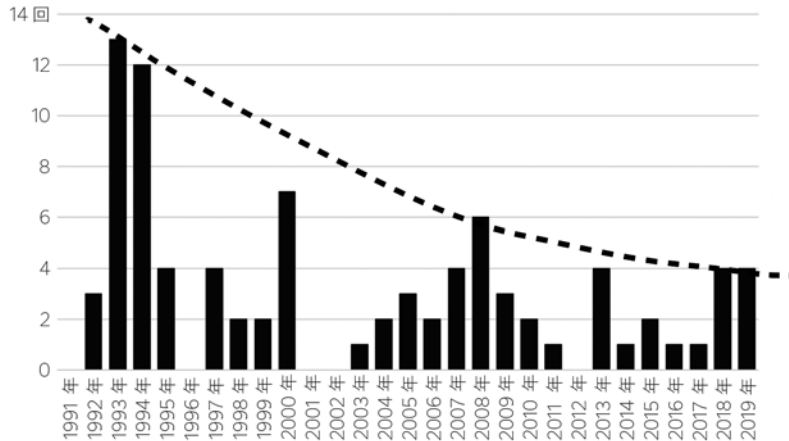


図4 ジュリアナ東京が含まれる記事の掲載回数（2019年10月まで）

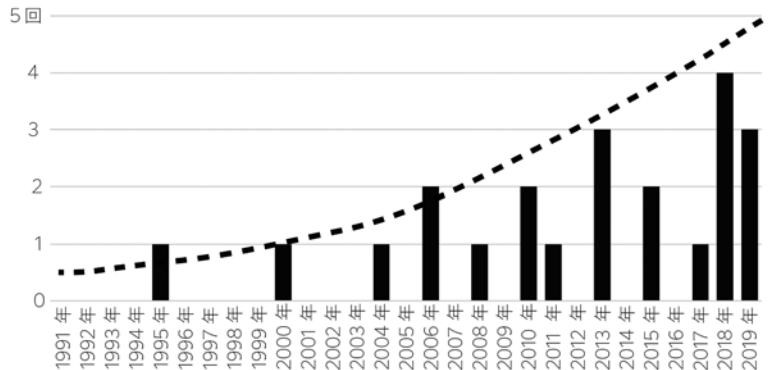


図5 ジュリアナ東京とバブルを関連させた記事の掲載回数（2019年10月まで）

トで、社会的記憶が構成されるさいによくある時系列での混乱が見られる。2004年10月15日の記事ではジュリアナ東京のことを「羽根のようなフワフワの扇子を持って、ボディコンを着て踊るディスコ」としている。同店の開店がバブル崩壊後であるとする記事もある一方、2006年7月8日付けにはディスコの大型化や高級化について「その隆盛はバブル期、「お立ち台」で知られたジュリアナ東京でピークに達した」とある。2010年3月17日の記事は、「バブルの象徴として語られるディスコ「ジュリアナ東京」が芝浦に登場した」が「そのときすでにバブルは崩壊を始めていた」と、事実とはズレがあるものの世間ではジュ

リアナ東京がバブルの象徴となっていることを前提としている。2018年12月24日付けでは「バブル景気のまっただ中」では、「ジュリアナ東京などのディスコでは「ワンレン・ボディコン」の女性たちが舞い踊り、映画「私をスキーに連れてって」の大ヒットでスキーリゾートも大にぎわい」だったと表現している。周知のように同映画は1987年に公開されている。このような時系列の混乱は、書き手のミスというよりは、そう書くのが社会的記憶として常識になっているからだと捉えたほうがよさそうだ。

ここで注目したいことは、4図と5図を重ね合わせると、ジュリアナ東京自体の記事掲載数が時

代を経るにしたがって減っていくのに対して、ジュリアナ東京とバブルを結びつけた記事が増加していくことである。バブル経済が破綻した後に開店したジュリアナ東京は、閉店して存在しなくなっただけで、すなわち後付で人々の記憶のなかでバブル、ボディコン、ジュリ扇、お立ち台などが常套句としてセットとなり、さらに時系列を混同した他のバブル文化と結びつくことで、バブル文化の象徴としてのステレオタイプ化した社会的記憶が構成されている。その記憶の構成はバブル経済から5年程度たつてからはじまり、その後にくども再帰的に再構成されながら30年後の現在ではいわば常識化している。

9. バブルの社会的記憶の構成過程

ここまでの分析で、以下のことがある程度は説得力をもつだろう。バブルということばが使われていないバブル崩壊以前には、世間の人々は、いつまでとはわからないけれど、このまま続いていってもおかしくはない景気のいい日常のなかで暮らしていた。バブルが崩壊したことで初めてバブルは認識された。だが、バブルが破綻したことを認識しながらも、特定のジャンルの雑誌はバブル文化を推奨し続け、バブル文化の慣性を保つことに加担した。そのバブル経済崩壊後のバブル文化をもバブル期の事象として遡及させ認識した人々は、「昔はよかった」と言って時系列の混乱を自己認識しないままに記憶を構成した。そのさい、実際に自分が体験していないことでもさも自分が体験したのごとく、無意識のうちに自分自身が信じ込んで再構成されることが起こる。「ジュリ扇、お立ち台、ボディコン、そう、オレもバブルのときはジュリアナに通ったものだ」といった具合である。そしてその記憶は同じような体験を共有する集団での集団的記憶となり、さらにはより広い社会的記憶となった。新聞や出版はその社会的記憶に沿った形でバブル文化の記事を再帰的に掲載し、読者はバブル文化の社会的記憶をさらに再帰的に構成していく。本稿では言及していないが、この構図は電波やインターネットなどの他メ

ディアにも当てはまるだろう。この繰り返される再帰的な社会的記憶の構成によって、もともと景気のいい日常としてしか認識されていなかった1980年代後半はバブルとして後付の社会的記憶となる。

そして、『バブルの肖像』が言うように、2000年代の「IT だの裏原宿だので儲けた、きょうびの億万長者たちは、きっとバブルのころみたいなバカげた散財はしないのだろう。(中略) アタマいいよね。でもつまらない」(159p) ということになり、バブル文化はもはや社会的記憶のなかになんか存在しないようだ。

10. バブル経済とバブル文化の評価

では、バブル経済とバブル文化は同方向の評価で記憶されているのだろうか。朝日新聞に掲載された膨大なバブルの記事は、ほとんどがバブル経済についてであって、一貫してネガティブにとらえている。ところが、バブル文化の記事はきわめてすくないものの、ネガティブからポジティブなものへと変化した。朝日新聞では、「バブル文化」ということばは2004年10月8日が初出である⁽¹⁶⁾。「金ピカのバブル文化が栄え、あつという間に泡と消え」という表現で明らかなように、バブル文化をネガティブにとらえている。その後、2018年までで7回だけ掲載される。2006年の2回は『バブル文化論』に関する書評と著者インタビューで、バブル文化については客観的立場からの分析だがどちらかといえばネガティブだ。2016年以降の4回はバブル文化へのリバイバルや憧れが流行しているという記事で、バブル文化をポジティブにとらえている。2017年5月14日の記事タイトルは「(文化の扉) 今ウケるバブル文化 自由に生きる女性・寛容さ、社会にあった」で、2018年8月25日は「(be ランキング) 行ってみたい時代 いまないものに憧れて」だ。

このように、バブル経済破綻から15年近く立ってはじめてバブル文化ということばは新聞に登場するが、最初はネガティブな社会的記憶としてであった。それが、さらにおよそ15年たつと

ポジティブなものに転化した社会的記憶として再構成されている。建前では狂った経済だったと理性で批判しているのだろうが、毒まんじゅうという享楽を味わって嬉しかった、もしくは味わいたかったのという人間臭い本音の部分が垣間見えている。ガルブレイスによれば、金融上の災厄の記憶が消え、狂気が装いを変えて再来し、人の心をとらえるにはまでには通常20年かかる(2008: 121)。1980年代末の日本のバブルについていえば、バブル経済についてはまだトラウマが残っているようにも思えるが、たしかにバブル文化はふたたび人の心をとらえはじめたのかもしれない。

11. とりあえずのまとめ

さて、そろそろこのノート(覚書)のまとめに入ろう。バブルの社会的記憶は茫洋として研究対象としにくいことは、先行研究の量からもわかった。ただし、バブルの社会的記憶の構成過程を分析するために、バブルをバブル経済とバブル文化に大別し問題を切り分けていった結果、今回は4点にかぎってある程度整理をすることができた。

①バブルは、後にバブルと言われる時期には世間の意識上には存在しなかった。もともと好景気下の日常でしかなかった1980年代後半は、バブル経済が破綻して以降、後付の社会的記憶としてバブルとなった。②『Hanako』の誌面で追っていくと、バブル文化には慣性があり、すくなくとも1990年代中葉までは続く。バブル経済より6~7年あとだった出版業界の好景気は、バブル文化の慣性を保持する一因となった。雑誌と読者はいわば共犯関係となってバブル文化が継続された。③ジュリアナ東京は時系列の混乱から、後付の社会的記憶としてバブルの象徴となった。④バブル経済は一貫してネガティブに評価されるが、バブル文化はネガティブからポジティブな評価に変化した。

本稿ではまだ上記①から④の理論的分析をするまでには至っていないが、これらの項目の背後には、①自己認識しないままに、バブル経済後のバブル文化をもバブル経済崩壊以前の時期の事象で

あったと遡及させて記憶を構成したこと、②実際に自分が体験していないことでも自分が体験したことごとく、無意識のうちに記憶を再構成したこと、そして、③再構成は再帰的に繰り返され、世間が共有化して最終的には常識にまで固定化すること、が共通項としてあるように思われる。以前に「江戸時代の識字率は高かった」という社会的記憶を分析するさい清水(2017)は、バーガーとルックマン(2003)の「制度化」「正当化」「維持」「内在化」という概念を枠組みとし、ガーゲン(2004: 82-85)の「既存のテキスト」「味方(協力者)」「レトリック(修辭的な工夫)」「記録」の工夫」という概念をツールとして応用した。この方法論はバブル文化を分析するさいにも応用できそうだ。ただし、分析材料をもうすこし集めてから作業にかかるつもりなので、今回は方向性だけを示すにとどめる。

研究を進めるにしても、先行研究が少ないのだから、もしかしたら筋の悪い研究テーマなのかもしれない。もし、筆者が職業研究者になるために通常ルートに沿って大学院で指導教員のもと訓練をはじめたのなら、この複雑なテーマは選ばなかったろう。しかし、幸いにして筆者は通常ルートで職業研究者になったのではないので、将来のことを考えずに研究対象を選ぶことができる。それに、研究者からは学術的にはほとんど相手にされていないらしいバブル文化のなかで仕事をし、生きてきてしまったのだ。

そんなこんなで、パソコンに向かってキーボードを叩いている2019年11月現在、いまだバブル富士の二合目あたりで登山道を探しあぐねている状態だが、江戸川大学紀要30号記念特集に「30」をモチーフとしてなにか書くように、論文でなくてもノートでも随想でもいいとお誘いがあったので、1989年のバブルの頂点から30年、私事でおこがましいが2010年に出版の現場を離れ研究者になろうとしてから10年、区切りがいいので、バブルをどう扱ったらよいか四苦八苦の現在進行中の状況を覚書(ノート)という形にまとめることにした次第である。職業研究者としては残り時間もすくなくなかったので、はたしてバブル富士

の頂上まで登りきれるかどうかは心もとないのだが、ともあれ、社会的記憶というキーワードを筋に一見まちまちな具体的事象を研究することで、螺旋状ではあるがすこしずつ登っていきたい。(本稿は2019年11月26日に投稿した)

《注》

※ URL は2019年11月12日に閲覧

- (1) 2019.10.14に朝日新聞の「聞蔵Ⅱ」で検索。「バブル」で記事を検索すると、バブルスターなどバブル経済とは関係のないことばも出てくる。本稿では1991年4月までは、これらの記事はカウントしなかった。ただし同年5月以降は、バブル経済記事の掲載回数が急激に増えるので、ヒットした記事をすべてカウントした。
- (2) 「土地・株評価額、87年の年間増は480兆円名目GNPの1.4倍」の記事中「値上りを期待した投資が、価格上昇を通じてさらにカネを呼ぶ、投機的な「バブル現象(あぶく現象)」を生んだ」との表現がある。
- (3) 「拝金主義の行きつく先は(社説)」。
- (4) このような常識や伝統の多くが後付であることの研究は、『創られた伝統』(エリック ホブズボウム、テレンス レンジャー編 前川啓治、梶原景昭訳、紀伊國屋書店、1992)をはじめとして、『創られた「日本の心」神話』(輪島裕介、光文社、2010)、『イレズミと日本人』(山本芳美、平凡社新書、2016)など豊富にある。ただし社会的記憶の構成過程の分析という観点を主要なテーマとしている研究は多いとはいえないだろう。
- (5) 日経平均株価前年比の変動幅に他の2つも合わせて標準化し、3指数を加えた。消費者物価指数の変動率をデフレーターとして使うことも考えたが、ふつうの人にとっては、CPIで上記3つの指標を修正して認識することはあまりないと考え、CPIはつかわなかった。

平均民間給与は https://www.nta.go.jp/publication/statistics/kokuzeicho/jikeiretsu/01_02.htm

日経平均株価は <https://indexes.nikkei.co.jp/nkave/archives/data?list=annually>

全国市街地全用途平均価格指数は <https://www.stat.go.jp/data/nenkan/back64/zuhyou/y1712000.xls>

を典拠とした。雑誌推定販売部数は『出版指標年報』より作成した。

- (6) 30万重量トンの大型タンカー(VLCC)が、原油を満載し16ノットのフルスピードで走っている状態で急にエンジンを停止しても、船がほぼ静止するまでには約30分かかり、この間に船は8キロメートルも進んでいる。[https://www.jsanet.](https://www.jsanet.or.jp/seminar/text/seminar_023.html)

[or.jp/seminar/text/seminar_023.html](https://www.jsanet.or.jp/seminar/text/seminar_023.html)

- (7) 原は自身を「凡庸な一青年」(17p)とも記述するが、例示された彼自身の体験もしくはその周辺でのバブル文化は、凡庸な人々がだれでも経験できるものだったのだろうか。また、ギデンズがグローバリゼーションということばについて「一九八〇年代末、学術論文でも、日常会話でも、このことばはほとんど使われたためしかなかった」(佐和隆光訳『暴走する世界』ダイヤモンド社、2001:22)と指摘するように、まだことばがないにもかかわらず、「七〇年代から八〇年代にかけて、冷戦からグローバル化へと」(14p)と常套句的に論を進めるなど、ことばにたいしての吟味が不足しているようにも思われる。
- (8) ジュリアナ東京、宮崎シーガイア、ザウス、柏崎トルコ文化村、ハウステンボスなど。
- (9) 「Hanako」は1989年の新語・流行語大賞の新語部門で銀賞を獲得している。
- (10) マンガ『気まぐれコンセプト』(1981年10月～)の作者で、『私をスキーに連れてって』(1987年)、『バブルへGO!! タイムマシンはドラム式』(2006年)などの監督。
- (11) 男女雇用機会均等法が1985年に制定、1986年から施行されたことも女性の時代を強調した背景にあるだろう。
- (12) 創刊号からおもに毎号のタイトルを目視しただけなので、見逃しがありこれ以前にバブルということばが使われているかもしれない。
- (13) 雑誌の創刊についていえば、その趨勢はバブル経済とは同期していない。バブル経済の時期に落ち込んだが、バブル経済の破綻以降にふたたび創刊は勢いを回復する。



図6 雑誌の創刊復刊数と廃刊数の推移

(電通「広告景気年表」より作成)

- (14) 雑誌にかんしての統計は『出版指標年報』から。雑誌の盛衰には、販売部数に広告売上を加えるべきである。雑誌広告について一般的に使われる資料は、電通がまとめている「日本の広告費」だが、1985年と2005年には広告統計の基準が変更されているので、時系列での評価がしにくい。し

かし、雑誌が売れている時期には広告出稿も多くなる傾向がある。したがって、ここでは、雑誌業界の勢いを推定販売部数で代表させている。

- (15) <http://www.stat.go.jp/data/nihon/index2.html>
日本の統計2018（総務省）
- (16) 「唐獅子図屏風（名画日本史 イメージの1000年王国をゆく）」

参考文献

- 植田康夫『雑誌は見ていた』水曜社，2009
- U. エーコ 橋本勝雄訳『プラハの墓地』東京創元社，2016
- K. J. ガーゲン 東村知子訳『あなたへの社会構成主義』ナカニシヤ出版，2004
- ジョン・K. ガルプレイス 鈴木哲太郎訳『[新版] バブルの物語』ダイヤモンド社，2008
- 清水一彦「“みゆき族”の社会的記憶変容における、『平凡パンチ』とVANの役割」『出版研究』43，日本出版学会，2013
- 「“もはや「戦後」ではない”という社会的記憶の構成過程」『江戸川大学紀要』，2015a
- 「若者の読書離れ」という“常識”の構成と受容」『出版研究』45，日本出版学会，2015b
- 「出版における言説構成過程の一事例分析：「江戸時代の識字率は高かった」という“常識”を例として」『出版研究』48，日本出版学会，2017
- 杉村楚人冠『最近新聞紙学』中央大学出版部，1970
全国出版協会・出版科学研究所『出版指標年報2019年版』
- 都筑響一『バブルの肖像』アスペクト，2006
- P. バーガー T. ルックマン 山口節郎訳『現実の社会的構成』新曜社，2003
- 原宏之『バブル文化論』慶應義塾大学出版会，2006
- 藤竹暁 竹下俊郎編著『図説 日本のメディア [新版]』NHK出版，2018