

レコードの世界から、いま集まることを考える

Hachi Record Shop and Bar / レコードバイヤー

神谷勇人 インタビュー



神谷勇人氏

サブスクリプションというサービスが全盛のこの時代に、レコードが再評価されています。私たちの生活の場であった製図室についても、コロナ禍にデジタルな製図室の在り方が提案されてきました。そうした時に再発見される製図室のアナログ的な性質の魅力がどこからきているのか。レコードと製図室がともに持つ共通点を探り、アナログの豊かさを見出していきます。

聞き手＝谷口颯一郎、山口結衣、神田晋大朗
2023.09.07 Hachi Record Shop and Bar にて

——まずはこれまでの経歴や、Hachi Record Shop and Bar を構えたきっかけについてお聞かせください。

まずお店の成り立ちから言うと、私たちの会社は株式会社酒八というクラフトビールや日本酒を提供する飲食店舗を中心にした事業店舗を展開してる会社なんです。僕が入ったのはここ1、2年なんですけど、仕事としてはいわゆるレコードのバイヤーと、バーの接客をしています。旧遊郭の余韻を今に残しつつ、近代洋館の意匠を纏った不思議な佇まいの京町家を改装しています。うちの会社はもともと日本酒の蔵元だったんですが、日本酒の醸造としては廃業しており、大きな日本酒の蔵が当時の姿を今に伝えるのみです。いつかはメーカーに戻るっていう希望があるようですが、その前段階としてビールと同じように日本酒もカジュアルに楽しめる空間を作りたいというコンセプト

があります。

僕個人は、ここに勤める前は大手のレコード屋で6年ほど働いていて、レコードの仕入れやレコードに関わる仕事をずっとしていました。ちょうど僕が京都に引っ越してきたくらいの時にレコードの担当者が不在になり、タイミングが重なったことでこちらで働くことになりました。そのため僕の仕事はレコードが圧倒的にメインで、2階のレコードの仕入れ全て担当しています。海外から買ってきたり、日本で良いものを見つけたり、あとは最近出た新譜も全部チェックしたりするのが僕のメインの仕事ですかね。海外にも行けたらいいのですが、渡航費も高いですし、うちはそんなに坪数があるわけではないので、他のお店と比べるとそこまでがっつり海外に行くということはないです。ここ2、3年はコロナなど色々な事情もあり、オンラインや買取でレコードを仕入れていました。



Hachi Record Shop and Bar 外観

インコンビニエントなものについて

Hachi Record の HP には「レコードはデータ音源に比べ、コンビニエントとは言えませんが、かつて帯びていたメディア性・丁寧に音を聴く・選ぶ空間をもう一度と考えました」とあります。より便利な方向へと進化した時に生まれるデジタルに対して、アナログはどうあるべきなのか、議論していきます。

——便利な方向に進化したサブスクに対して、インコンビニエントなレコードの魅力って何なのでしょう。あるいは、レコードを好きになったきっかけやそのエピソードはありますか。

僕は大学を辞めてすぐレコード屋で働き始めました。音楽が好きだったのでたまたまレコード屋で働き始めて、レコードに触れる機会が多くなり、好きになっていきました。それがちょうど 2015 年くらいです。レコードブームがちょうど始まったくらいの時ですかね。

レコードの魅力か。難しいですね（笑）。ジャケがでかい。まずでかい。こうやって飾っているとだいぶ映えるっていうのがまず 1 個ですね。かっこいいっていうのと、僕のメインの扱ってるジャンルってジャズなんですけど、今でこそレコードをなんとなくかけてるカフェって多いじゃないですか。日本にジャズ喫茶っていう文化があって、そこでジャズのレコードをかけるのがほぼ当たり前のように行われている場所があるんです。地元のそういうお店に行くのが元々好きで、レコードも当然かかっていたのでレコードにそもそも憧れがありました。僕が買い始めた当時は、レコードがまだ安かったんですよ。サブスクも当然ないですし。CD はあったけど、CD って新譜で出てもアイドルでもなんでも 1 枚 2000 円くらいするじゃないですか。それがジャズの CD を買うときに、同じ内容のものをレコードで探すと 500 円とかで買えたりしたんですよ。安く買えるというのは、まず 1 個の魅力ではあったんですよ。あと基本サブスクが台頭しても、サブスクにない音源がいっぱいあるっていうのがレコードの魅力です。やっぱり当時出たものを今出し直そうとすると、原盤権とか権利の問題で出せなかったりとか、サブスクや CD を出せないという例がいっぱいあるので、誰も知らないような音楽に巡りつけるのが、レコードの 1 個の魅力ではあるかなって思います。

——レコードが持つ不便さやあまり一般受けしないようなところについてはどのように考えていますか。

例えばレコードブームが来てレコードを聴きたいとなっても、まず機材を買わなきゃいけないじゃないですか。ものすごくアナログなので携帯電話 1 個で済まないですし、レコードプレイヤーってとにかく場所をとるんですよ。おそらく製図板もアナログでやると、すぐでかい製図板になりますよね。それからレコードはパチパチ音がして、レトロっぽい暖かい音がするっていう魅力がよく言われるんですよ。レコードって表面に溝がずっと刻んであって、そこに音が入ってるんですけど、これに傷が入っちゃうともう音に出ちゃうんですよ。パチパチ音がなって音楽を邪魔しちゃうので、そういう面はコンビニエントじゃないですね。手入れも杜撰にすると、あっという間にその音楽を邪魔するノイズになってしまいます。あとは、長年倉庫に置きっぱなしにすると全部カビだらけになったりもします。当然カビだらけになると音楽を邪魔するノイズが入るので、すごく不便で嫌ですよ、やっぱり。



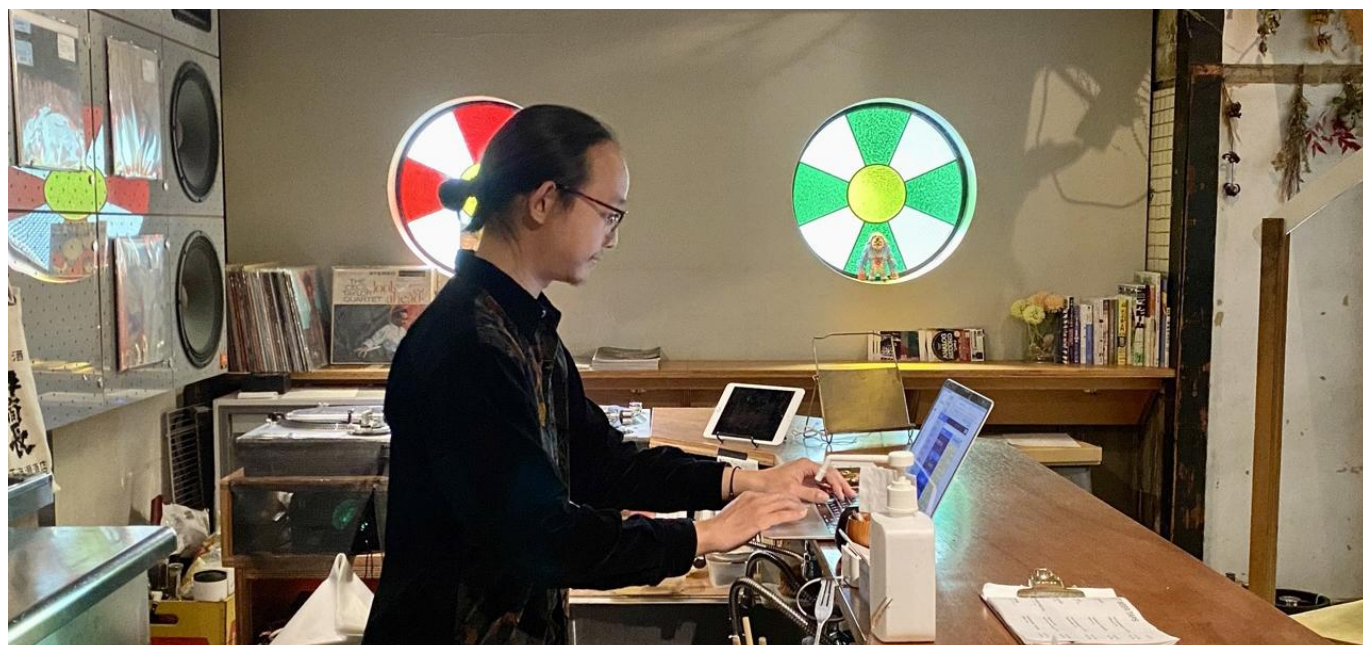
店内 2 階にはニッチなレコードが並んでいる

——今はサブスクがたくさんあるので、レコードって本当に音楽が好きの人しか手を出さないというイメージがあります。

うんうん。最近のバンドでもとりあえずレコードを出すっていうバンドはすごく多くて、アニソンでも、バンドでも、アイドルでも、とりあえずレコードで出すというのがブームになっていますね。だから最近レコードがすごく好きな人じゃなくても、レコードを買うパターンがちょっとずつ増えてる感じはしますね。アニメ好きの人がグッズを買う延長でレコードを買うというパターンも最近は割と聞きますね。プレイヤーは持っていないけどレコードを買うみたい。そういった意味でレコードにはコレクション的な側面やファンアイテムのような側面もかなりあると思います。

——ホームページの文章でメディア性というワードが気になりました。私たちはまだ 20 代前半なので、レコードや CD が全盛期の頃はあまり記憶にありません。そこでレコードの社会的な立ち位置の変遷などをエピソードとともに教えてほしいです。

基本的にいわゆるこの形のレコード（LP レコード）は大体、



店舗1階でバイヤーの作業を行う神谷氏

1940年代から普及し始め、そのあと50年くらいずっとレコードの歴史が続きます。その後80年代後半から90年代くらいにCDが出てきて、需要が一気に下がるんですね。だんだんCDに移行して行って、90年代後半から2000年代は、レコードの人気は全然なくて、それこそコアなファンの人が買うメディアでした。その後なんかの拍子に、2010年代中頃からとんでもないブームになって、今に至るっていうのがレコードの変遷だと思います。レコードが不人気になった90年代から2000年代にかけての間でも、すごくマニアックな曲のレコードが出ていたり、CDになっていないものがあったりして、誰も知らないレコードを世界中回って探してきて、いわゆるDJのひとが踊らせるための音楽として使ったり、ヒップホップのサンプリングという手法で使われていたりするというのが、歴史の1個じゃないですかね。

——サブスクのメディア性について考えてみると、今はサブスクが一番影響力があって、どうやってサブスクの中で聴かれるかのような、逆に音楽に影響を与えている部分があると思います。こういった現象はレコードが全盛の時にもあったのでしょうか。

レコードの場合は外側が一番音が良くて、内側が一番音が悪くなるので、外側に良い音楽を置いたりすることがあります。どうしても曲の収録の幅も狭まっちゃうので、そこである種の制約があったり、1枚に収めるためのクリエイティビティが活かされたりもします。音楽をご家庭で再生できるための一番最初のフォーマットじゃないですか、ここ100年で。ビートルズやロックが流行ると、ジャケットに仕掛けができたり、ジャケットがちょっと動くようになったり、レコードは最後針がずっと内側で回り続けるんですけど、ここに音を入れるギミックを入れたり、ずっと音がリピートするようなギミックを入れたりする遊びみたいなのは、60年代とか70年代ぐらいになると出てきますね。そのような新たな遊び方みたいなのはロックが流行ってから出てきたはずですよ。もっとレコードを作品と

して、メディアとして楽しむようなギミックが出てきたのは、多分60年代ぐらいからだと思います。

——レコードを主にバイヤーとして扱っている人たちはサブスクに契約しているのでしょうか。

それね、めちゃめちゃ聞かれます（笑）。僕個人で言うとSpotifyとYouTubeとAppleMusicを契約していて、僕はめちゃめちゃサブスクを使います。例えば新しく新譜が出たりすると、やっぱりすぐレコードは買えないので、まずサブスクでとりあえず聴くしかない。あと、買いに来る人も基本サブスクで聴いちゃってから来るってパターンが多いんですよ。視聴を家で誰でも簡単にできるので、レコードを仕入れてから売り方を考えると、もう遅いってなりますよね。全然内容が良くなかったりすると、もうおしまいみたいな感じになるパターンが多いんで（笑）。あと、このアルバムの内容はどんなのだったかなっていうときにレコードに針落とすよりサブスクで聞いた方が早いですし。ただやっぱりレコードが好きで集めてるので、好きな音楽とか気に入った音楽を聴くのはやっぱりレコードが多いですね。わざわざ買ってまで、レコードに針を落としてまで聴く。聴きたくるようなものはレコードで聴きますね。



キッチン横に置かれたレコードプレーヤー

レコードのノイズ

配信サービス上では聴きたい音楽に対して一直線に検索できるという特長があります。その反面、ノイズが入らず寄り道のない検索は偶発的な面白さを持ちません。製図室というノイズが詰め込まれた場所とレコードの持つノイズの共通点について議論します。

——例えばレコードショップに行くということだけでもいろんなノイズがあると思います。そのような偶発的な体験や実際にあったエピソードがあればお聞きしたいです。

変なノイズで言うと、当然なんとなく音楽がかかっているバーに行きたいとか、レコードバーに行きたくて行くという方が基本的に多いです。レコードが好きな人も来ますし、外国人観光客もいっぱい来ますね。全然直線的じゃないエピソードとしては、うちでたまたまかかっているものを気に入って「これ欲しい」と言われたり、「こういう音楽が好きなんだけど、なにかおすすめはありますか」と聞かれて、この場で聴いてから買っていくとか。そういうのは、サブスクには全然できないようなおすすめの仕方という感じがしますね。一応アルゴリズムでサブスクもいくらでもおすすめが出てきますけどそういうのじゃない。そのちょっと回り道をしたレコメンドはレコード屋だからできることという感じはありますか。偶然というと、お店がかかってたり、たまたま会話の中から生まれた言葉の端々からちょっとインプレッションを受けてかけてみたものが気に入ってもらえたりとか。そういうのはサブスクにはないですし、周りの人がノイズみたいなものに近いかもしれないですね。

——ここに来るお客さんはやはり音楽好きやレコード好きが多いのでしょうか。

割と多いです。クラフトビールが好きで来ますという人もいますが、割と音楽好きな人が多いと思いますね。定期的にDJの人を呼んで選曲してもらってイベントをやっている、その人それぞれにしかできない選曲を聞きたいということがあったりして。お客さんへのおすすめを2階から持ってきてながら、これも店舗の魅力の一つです。



壁面に貼られた音楽や個展などのポスター

——他に店内のしつらえで工夫しているところはありますか。

しつらえか、そうですね。まずレコードを飾ると、とりあえず来たお客さん同士で「あのレコード知ってる」とかっていう会話になったりしますね。バー的な空間、つまり飲み屋の空間と、レコード屋が一緒になっている空間って全国探してもあまり数がないですよ。目につく前面にレコードがあってお酒を飲めるというのは割とスペシャルな環境になっていると思いますし、なかなか珍しいしつらえの1個ではありますね。レコードは別に買わなくても、冷やかしてレコードみに行ってもかまいませんし(笑)。

あとはもっとちゃんとDJの人も隔離されたブースがあって、というのが一般的にメインだと思うんですけど、うちはブースとお客さんの距離がすごく近くて、それも良いことだと思います。イベントでDJのレコードを流す人がそこに立っているわけですから、すぐにアクセスできますし、すぐに会話もできるような環境になっています。バー的な空間とブースが一直線で繋がっているというのは、しつらえ的にある意味ノイズの生まれる空間になっているのかもしれないですね。

——カウンター席しかないという部分で、お客さん同士でも初対面で仲良くなったりすることはありますか。

多いです、特に外国の方とかね。ここで偶然出会う人も同じような音楽を聞いていたというパターンも多いです。音楽好きな人で集まっているパターンが多いので、たまたま横の人が話している音楽の話がめっちゃめっちゃ自分とマッチしてたら、ちょっと話してみたいということも多いと思います。それこそDJの人に直接今かかっている曲を聞いたり、これもカウンターと一直線になってからこそ生まれる会話だという感じがしますね。その日の状況によって店全体がよく喋るときもあれば、静かに愉しむときもあります。もちろん喋らないから疎外感を受けるとか、仲間外れ感がある嫌だなということは別ないです。常に仲がいい人ばかりいる訳じゃないですね。もちろんバーだと、いわゆる喫茶店より距離が近いので、顔を覚えてもらったり、どういう音楽が好きなのかという会話をしたりというところから距離が近い会話が生まれることは多いと思いますね。

——曲の選曲は、その時の気分で決まるものなのでしょうか。

気分もありますが、基本はうちで扱っている商品を流してっていうのが多いです。そこからセレクトして、バー的な雰囲気や壊れない程度に、好きな音楽をかけてるというパターンが多いです。熱量がある音楽をずっとかけると、だんだんお客さんもうるさくなってくるし、すごく静かな曲をずっとかければ、すごく静かに過ぎてくれるっていうパターンもありますし、音楽が空間を掌握する力は割と大きい。結構うちの店、大きな声で喋ると空間が会話で満たされちゃう小さいお店なんで、音楽で誘導されるパターンは結構多いと思います。静かにしてほしい時は静かな音楽をかけたりすることが多いです。雰囲気に合わせて寄り添いつつ、あえてちょっと寄り添わなかったりとかして(笑)。

——レコードが流れているこの空間の中で、ノイズから自身が成長したようなエピソードがあればお聞かせください。

普段音楽を聞いてると、好きな音楽ばかり聴いちゃうじゃないですか。ジャンルが割と固定されてしまったりしますよね。というので言うと、DJ がかけてる曲が面白かったり、このアーティストは知らないけどすごくいい曲だとか、お客さんから全然知らない知識を教えてもらったりしたことはありますね。

レコードってクリエイティブされているもので、僕はクリエイティブではないのだけれども、刺激を受けたりします。レコードのバイヤーやっけていても、バイヤーより詳しい人はいっぱいいるので、会話をしてる中で知らない音楽に出会ったり、全然知らない視点や視座を取り入れさせてくれるというのは、こういう場所だからこそというのはありますかね。それこそ、サブスクだと自分の好みと似たようなものばかりレコメンドされますけど、この環境はそうはいかないですよ。それはうちで働いてるスタッフも、多分お客さんも同じだと思うんです。基本的に自分の好きな音楽のジャンルがかかっているというパターンの方が少ないと思うので、そこからこの曲良いなとか、家で聴きたいなと思ったりしますよね。クリエイティブなこととはちょっと違うかもしれないですが、来る人の多様性のような、そういうところから生まれるところがあると思いますね。



歴史を感じさせる床の繋ぎ目

残っていくもの、残していくべきもの

製図室の一つの側面として、何代にも渡って同じ箱が使われるという特徴があります。その代ならではの使われ方をすることもあれば代々残っていくものもあります。Hachi Record Shop and Bar の旧遊郭の余韻を残した空間の中でレコードを扱う暮らしを通して、残っていくものの価値に迫ります。

——製図室も代々使われていくという性質があって、京大の場合は一つの部屋が年度ごとに下の代に残っていくものがあります。先輩が使っていたものがそのまま持って帰られずに置いていかれたりして（笑）。部室みたいな感じですよ。それで遊郭の名残りを残している店舗の話をお聞きしたいです。まずざっくりと、どういったところに残っているのでしょうか。

例えば店の前のタイルです。ああいったタイルも当時の石をそのまま使っています。この建物全部もざっくりそのまま残っていて、建築が好きな人にはたまらないようです。この辺りの足元のタイルなど所々に残っていますね。どこからどこまで手を加えているのかは僕も定かではないのですが、表のタイルの壁の意匠も当時のままらしいです。

——先ほど店内の酒蔵のコンセプトについて、他店舗の意匠を踏襲している部分があるとおっしゃっていましたが、遊郭の意匠と組み合わせるような提案になったんですかね。

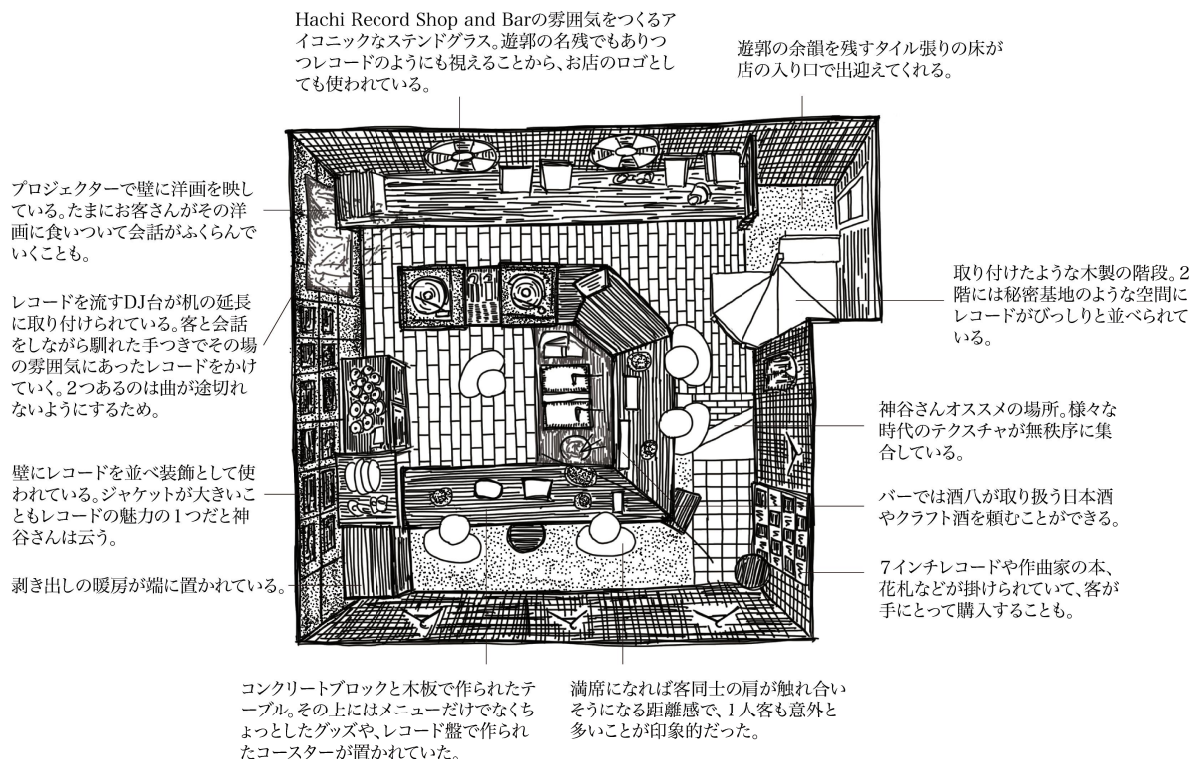
現在のようにレコードが置いてある2階へ続く階段が作られたのも6年前です。天井をぶち抜いてわざわざこうやって階段を内側でつくったりしていて面白いですよ。こんなに可愛いステンドグラスを使わないわけにはいかないです。めっちゃめっちゃ可愛いですよ。大正時代からずっとあるものですし、たまたまこの丸い形がレコードっぽいので、お店のロゴにもそのまま使っています。中身のクールな内装は他のお店も一緒だと思いますが、その中でもあの辺りは剥がれていたり、ところどころ露骨になっていますね。その露骨さに遊郭っぽい茶屋の雰囲気を残していますね。まるごと全てクールな感じにはしていないというのもこのお店ならではのテーマの1つになっているんだと思うんです。

——2階へ行くこのきつい階段も面白いですね。

いや本当に強引ですよ（笑）。無理やりやっている感じがします。でもちょっと秘密基地っぽくて、下手したらレコード保管庫みたいになっているくらいです。レコードショップって初めて行くところだとやっぱりちょっと緊張しますし、壁があるじゃないですか。このお店は2段階で壁があるので、かなり秘密基地感があるなと思いますね。ここ来るのにもちょっと狭かったりハードルがありますけど、ある意味そういう行きづらいい感じも良さではあると思います。この辺りは四条とかに比べるとかなり落ち着いた雰囲気じゃないですか。だからわざわざ来る場所になっているし、その分お客さんとも心が通うことが多いです。誰でも彼でも入ってきてごちゃごちゃな雰囲気になるということもないので、そういう点では遊郭だったという入りづらさというか、閑静な雰囲気みたいなものが延長にあると言ってもいいかもしれないですね。ちょっと行くのにハードル



京町屋の内装に白いスクリーンが溶け込む



1階 Bar 部分の空間分析 作成：traverse24 編集委員

があるし、わざわざ行く場所というのは遊郭がなくなっても今でも残っているエリアではあるかもしれません。

——あるものが残されているこういう空間を残していくべきだと思いますか。この空間を使っている方の所感をお聞きしたいです。

やっぱり残していくべきだと思います。価値みたいなものがあると思いますよ。こういうステンドグラスをデザイン的に今作れるのか、可能なのか僕はよくわかりませんが、昔はもっとこういったステンドグラスのある建物がいっぱいあって、そういう建物がなくなっちゃって悲しいという話も聞きます。京都もいろんな空き家が増えていて、使い道がなくて結局駐車場になるというパターンも多いじゃないですか。そう考えると、ある意味レコードとちょっと近いんですよね。もっと便利になったからと言って、新しいCDとかにどんどん乗り換えるんじゃなくて、古いものをあえて買ってそれを使って聴くというか。ここも古い建物をわざわざ使って一応がわだけは意匠として残してそのまま使うとか、ちょっとリサイクル、リユースっぽい感覚はやっぱり古いもの好きとしては大事だと思います。

実はレコードっていろんな国でつくられていて、欧米発祥のハイテクノロジーなんですけど、いわゆる第三諸国と呼ばれていた国にもそういう技術が持ち込まれていたんですね。ただ、ありえないくらい汚いんですよ。なんならもうその辺に捨ててあったり、土の中に埋まっていたり、ごちゃごちゃのゴミ捨て場みたいなところにレコードが大量にあって、そうは言っても

それらの国で作られたレコードって当然欧米の人は誰も知らないわけですよ。そういう場所のレコードって扱いも当然雑で、汚いのが当たり前なんですよ。ノイズがガシャガシャに乗るし、バチバチだったりします。ただ、傷が入っててもオッケー、入っているのを当たり前として聞くというのもレコードの魅力ですね。今の電子データって劣化しないですよ。でも最近よく考えるのは、サブスクがなくなったらどうしようと思うんです。最近はCDも買ったり、最後に信じられるのは現物だったりします。僕は皆さんより世代が上だから思うことなのか、一緒のことを思うのか分かりませんが、現物だから信じられるという感覚もありますね。

撮影：traverse24 編集委員

神谷 勇人

Hachi Record Shop and Bar レコード担当

神奈川県出身。大手レコード店でバイヤーを経験したのち京都へ移住。100年以上の歴史を持つジャズとその周辺の音楽が専門。レコードバイヤーのほか、選曲活動なども行う。ご不要なレコードがあればご相談ください。

オンラインショップ：<https://music.sakahachi.jp>

(株) 酒八

Hachi Record Shop and Bar：<http://sakahachi.jp/hachi/>

Instagram：[hachi_kyoto](https://www.instagram.com/hachi_kyoto)