

ビデオテクノロジーの歴史的展開にみる 技術／空間／セクシュアリティ

—1970年代日本におけるビデオ受容空間とそのイメージの変遷

Technology, Space and Sexuality in the Media History of Video Devices

The Transformation of Spaces and the Images of Video Technology in 1970's Japan

溝 尻 真 也
Shinya Mizojiri

1. 問題関心

1-1. ビデオテクノロジーのメディア史に向けて

日本において家庭用ビデオデッキが本格的に普及するのは、1980年代半ば以降である。ビデオデッキの普及は、それまで一度観たら終わりであった映画やテレビ番組を、好きな時間に、繰り返し観ることのできるコンテンツへと変化させた。また、録画しコレクションされることを前提としたテレビ音楽番組が生み出されたり(溝尻[2007])¹、ビデオでしか観ることのできないオリジナルのコンテンツ制作も盛んになるなど、コンテンツの内容や形式にも影響を与えており、家庭用ビデオデッキの普及は、日本のテレビ放送や映像文化の歴史を考える上でひとつの転換点であったと考えることができるだろう。

しかしながらビデオテクノロジー²は、1980年代半ばに突然社会の中に出現し、映像コンテンツと視聴者の関係をドラスティックに変えてしまった訳では決してない。たとえば、ビデオテクノロジーの普及については、1970年代末以降激しさを増していく、いわゆる「VHS／ベータ戦争」を発端として語られることが多い訳だが、上書き可能な形で映像をテープに保存する装置自体は1960年代から存在しており、それは一般的ではなかったにせよ、テレビ局のプロ以外の人も触れることのできるテクノロジーであった。「VHS／ベータ戦争」は、こうしたテクノロジーが家庭化していく最後の過程で起こった一事例に過ぎない。既にさまざまな形で醸成されていたビデオテクノロジーのイメージの上に、規格の統一や低価格化などの要因が重なった結果として、1980年代半ば以降ビデオテクノロジーは急速に家庭内に浸透したのである。

こうしたビデオテクノロジーの歴史の連続性について論じるために、本研究は主に1970年代の日本におけるビデオテクノロジーに対するイメージの流過程に焦点を当てる。「VHS／ベータ戦

争」が起り、ビデオが家庭用のテクノロジーとして広く浸透しはじめる以前の段階で、ビデオはいったいいかなるテクノロジーとしてイメージされていたのだろうか。またそれは、どのような過程を経て現在のようなビデオテクノロジーのイメージへと収斂していくのであろうか。本論ではビデオテクノロジーのメディア史を、ビデオという言葉が流通するようになった1970年代初頭にまで遡って捉えることで、ビデオに対するイメージが生成・流通していく過程の、より複雑な位相を明らかにしたいと考えている。

1-2. ポルノビデオ／アダルトビデオへの照準

何とかテープを入手する努力をし「ケンちゃん」欲しさにビデオデッキを買った人も多かった。

1本のポルノビデオがビデオデッキの普及を推進したのは、当時の電機メーカーの営業マン全てが理解している事実である。（『週刊実話』2006年11月9日号 日本ジャーナル出版:87）³

「裏ビデオの場合、テープはVHS用のものしか出回ってませんよ。ベータのものをつくっても、ベータのビデオデッキを持っている絶対数が少ないから売れないんです。（…）」

「今日までVHSを育てたのは、何を隠そう、裏ビデオとアダルトビデオですよ。裏を見たいがためにVHSを買った人が随分いるんだから」（『週刊読売』1988年1月31日号 読売新聞社:28）

ビデオテクノロジーのメディア史を語る際に、必ず引き合いに出されるのが、こうした「ビデオテクノロジーの普及にとって、アダルトビデオは決定的に重要であった」「VHS／ベータ戦争でVHSが勝利したのは、松下(=VHS)の代理店がビデオデッキ販売時にアダルトビデオをおまけとして配っていたからである」といった神話であろう。この雑誌記事にも見られるように、こうした神話は、既に1980年代末の段階で流通を始めていた。

この神話の真偽を明らかにしたい訳ではない。むしろ本論は、こうした神話が現在でも一定の信憑性を持って語られている状況の生成過程を、メディア史的アプローチを用いて検討することに主眼を置く。すなわち、「ビデオテクノロジーの普及にとって、アダルトビデオの存在は決定的に重要であった」という言説が、いかに構築され、流通するに至ったかを明らかにすることを目指す。そしてこれらの記述を通して、これまでメディア研究の対象としてはほとんど扱われてこなかった(故にこうした神話が信憑性を持って語られてきた)、ビデオテクノロジーおよびそのイメージの普及過程を明らかにすることを、とりあえず本研究の目的として設定したい。

1980年代以降のアダルトビデオに対しては、主にフェミニズムの文脈で、これまでも様々な研究が蓄積されてきた。しかし本論において極めて重要な先行研究は、永井[1992]および赤川[1996]であろう。

永井良和はその論の冒頭で、「フェミニズムの追い風を受けて＜アダルトビデオ＝男性支配の縮図＞というのはいかにもたやすい。しかし、あるイデオロギーから私たちの感覚や行動を批判することの妥当性にはやはり疑問が残る。そこで、ここではポルノが性差別かどうかという問題をいったん留保して、部屋の中で男がアダルトビデオをく見る＞というコミュニケーション・スタイルについて考えてみたい」（永井[1992:179]）と述べ、フェミニズム的な文脈ではなく社会史としてアダルトビデオを記述するための視座を提示した。そしてアダルトビデオを「男性の欲望喚起装置」として捉えた上で、個室ビデオなどに象徴されるような受容空間において、こうした膨張する「男の過剰な欲望」が「狭い空間へと圧縮」されていくことの意味について論じた。

赤川学の論考は、この永井の論を受けて書かれたものである。赤川はアダルトビデオのテキストの分析を通して、「自己がいかなる性的人間であるかの『問いかけー再認』の場として、すなわちイデオロギー装置」（赤川[1996:186]）としてのアダルトビデオについて論じた。

こうした先行研究はメディア史研究の視座から見ても極めて示唆に富んでおり、本研究もこれらの研究に多くを負っている。しかし、ビデオテクノロジーのメディア史へ照準を合わせようとした場合は、これらの先行研究でも決して十分とはいえなくなるだろう。たとえば永井も赤川も、アダルトビデオの起源を1981年としている。それは、「ポルノ映画の画像をビデオテープに焼き直して商品化したものではなく、はじめからビデオソフトとして企画制作された作品、いわゆる『生撮り』が『日本ビデオ映像』から発売されたのは八一年五月で」（永井[1992:181]）ある、という意味ではその通りである。しかし後述するように、ビデオテクノロジーを通じてポルノ映像を受容するという行為自体は、1970年代から既に行われていた。したがって1981年のいわゆる「日本初のアダルトビデオ」の発売とそれに伴う受容空間ーセクシュアリティの変容も、こうした流れの中で捉える必要があるだろう⁴。

したがって以下本論では、この「日本初のアダルトビデオ」が発売される以前、主に1970年代において、ポルノビデオがいかなる場で受容されていたのか、論じていくことにしたい。そしてこうした「ビデオ≒ポルノ／アダルトビデオ」というイメージの結びつきが次第に強まっていく過程の記述を通して、この時期に起こっていたビデオテクノロジーに対するイメージの生成・変容過程を、考察することにした。

1-3. 言説とイメージのポリティクス

一次資料としては、『大宅壮一文庫雑誌記事索引総目録 件名編』の3巻および5巻にて、「モーテル」「ラブホテル」「ブルーフィルム、ポルノビデオ」の項目に分類されていた雑誌記事、計524件（重複を含む）を用いた。この大宅文庫を用いた資料収集の方法が、赤川学が述べるように「いかに不十分であるか」（赤川[1996:53]）は承知しているが、それでもだいたいの傾向を把握するやり方として、ある程度の有効性はあるだろう。また業界向け専門雑誌の記事は大宅文庫の索引に載っていないことが多いため、それを補うため、今回は国会図書館に収蔵されている、創刊から1985年までの『レ

ジャー産業資料』『月刊ホテル旅館』『月刊ビデオ&ミュージック』を通読した。またそれ以外にも、独自に発見した資料を適宜使用した。

なお、本論は上記のような資料からビデオ／ビデオテクノロジーについて言及している言説をピックアップし考察するものだが、留意しておかなければならないのは、こうした言説を実態の反映と捉えることの危険性である。家庭用のビデオテクノロジーが出現した1960年代末から、それが実際に家庭の中に浸透していく1980年代半ばころまでの間、ビデオ／ビデオテクノロジーについて言及していた雑誌記事の多くは男性・女性週刊誌の性風俗に関する記事であり、その信憑性には疑わしさが残るといわざるを得ない。しかしながら、本研究が明らかにしようとしているのはビデオテクノロジーをめぐるイメージの生成・変容過程であり、こうしたかたちでしか言及される機会がなかったこと自体、ビデオテクノロジーをめぐるイメージ構築のひとつの結果であり、また要因であると考えることができるのではないだろうか。

本論はこうした視座の下、言説とイメージが再帰的に結びつきながら、あるテクノロジーが実体化され家庭化していく過程に着目し、その記述を試みるものである。

2. 1970～80年代におけるビデオイメージの生成過程

2-1. 1970年代における業務用ポルノビデオの流通

ビデオという言葉が認知されるようになったのは、1970年の講演会で語られた、石田達郎・フジボニー社長による「ビデオソフトウェア産業は十年後には五千億円規模の産業になるであろう」という宣言が契機であったとされる。業務用ビデオデッキが米・アンペックス社によって開発されたのは1956年だが、日本でも、1965年にソニーが家庭用ビデオデッキを発売して以降、各社が相次いでこの分野に参入していた。1969年にはビクターとソニーがカラービデオデッキを発売しており、石田発言は、このように白熱しつつあったメーカーの技術開発競争を背景になされたものであった(中村[1996:6-18])。

しかしながらこの時期、個人でビデオデッキを所有するケースは極めて稀であり、したがってビデオデッキの用途も「業務用市販ソフトの再生」が圧倒的であったことを、下記のデータは示しているといえるだろう。1971年に行われたビデオソフト流通に関する調査では、当時流通していた個人向けビデオソフトはわずか0.5%に過ぎず、実に98%が業務用ソフトとなっている。

表1：創生期ビデオソフト産業のビデオソフト流通の現実

市販ソフト：100%						
業務用：98%					一般市販ソフト：2%	
成人娯楽	企業訓練	学校教育	娯楽関係(船舶)	ロビーサービス等	営業見本用	個人用
60%	25%	3%	5%	5%	1.5%	0.5%

(中村[1996:35])

同時にこの調査からは、その中でも成人娯楽、すなわちポルノビデオの占める割合が、群を抜いて高かったことが分かる。いわば、ポルノビデオが圧倒的多数を占める状態から、ビデオソフト業界は始まったのである。したがってこの時代、多くの人々にとって、ビデオ＝ポルノというイメージは極めて強かったものと推測される⁵。

このようにビデオソフト業界は、業務用の成人娯楽が6割を占める状況から始まった。1970年頃まで、こうした成人娯楽のためのソフトは一般的にピンクビデオと呼ばれていたが、この時期のピンクビデオはピンク映画を焼き直したものが主であった。

ピンク映画は比較的小規模の映画配給会社によって制作されたものが多かったが、1971年、大手映画会社であった日活がテレビ普及の煽りを受ける形でポルノ路線へ転換すると、日活ロマンポルノはピンク映画の代名詞として流通するようになる。この日活ロマンポルノは、それまでのピンク映画と較べて極めて潤沢な予算と専門のスタジオを用いて制作され、その後宮下順子や美保純などのスターを生むことになる。またポルノ路線に転向した日活は、ビデオ製作にも積極的であり、1971年の秋から「毎月四本ずつ成人向けビデオテープを下請け業者に製作させ、日活のマークをつけて販売してい」（中村[1996:52]）たという。

では、家庭用ビデオデッキがほとんど普及していなかったこの時代、こうしたピンクビデオ／ポルノビデオは、どこで受容されていたのであろうか。

1972年1月、日活と高松市のビデオレンタル業者が、わいせつ物図画頒布で摘発を受けている。「わいせつ」の定義をめぐってこの後7年に渡る裁判となる「日活ポルノビデオ事件」の始まりであるが、さしあたり本研究において重要なのは、この高松市のレンタル業者が、モーターにポルノビデオをリースする業者であったという点である。中村朗はこの頃の状況について「七一年頃モーターは競争も激しく、モノクロのテレビからカラーへの切り替えが盛んだったが、その際に電気店の勧めで、VTRのシステムを導入するところが多かった。VTRは帳場に置き、各室にはモニターを置いて、客室から電話で注文があれば、一回二百一三百円でテープを回すのである⁶」（中村[1996:53]）と論じている。つまり、当時ポルノビデオとは、モーターやラブホテルなどで受容されるメディアだったのである。

モーターやラブホテルにビデオ設備が設置されたのはいつからか、いまのところ厳密に特定することはできていない。しかし1970年、埼玉県旅館組合に加入する業者856軒（モーター300軒を含む）は、「電動ベッド等、VTR装置等、ミュージックテープ等、寝室ミラー(…)以上は、いっさい使用しない」とする自粛申し合わせを行っており（『週刊文春』1970年11月2日号 文藝春秋:146）、逆にいえばこの段階で、ビデオ設備は自粛しなければならないほど一般的になっていたと考えられる。また1972年に女性誌『ヤングレディ』に掲載された、未婚女性1675人へのアンケート調査結果によると、「次のモーターの設備、装置を知っているか」という設問に対して、ピンク映画を「知っている」と答えた回答者は76.5%に上っている（『ヤングレディ』1972年8月7日号 講談社:117）。モーターやラブホテルにおける、ポルノ視聴装置としてのビデオテクノロジーの存在は、少なくとも1970年代初頭にはかなり認知されていたといえるだろう⁷。

2-2. 親密な空間におけるポルノビデオ受容

前節では、1970年代初頭におけるポルノビデオの受容空間がホテルであったことを明らかにした。しかしながらここでいう「ホテル」とは、いわゆるモーテルやラブホテルといった、主に性行為を目的とした空間であって、ビジネスホテルやシティホテルなど、一般的にホテルと呼ばれる宿泊や宴会等を目的とした施設群は含まれていない⁸。

いまでこそビジネスホテルにアダルトビデオの視聴装置(あるいは衛星放送やCATVの受信設備)が設置されているのは一般的になっているが、1970年代初めの段階でこうした装置がビジネスホテルに導入されていた事例は、今回の調査では発見することができなかった。

業界誌『レジャー産業資料』1971年4月号には、先述の石田達郎・フジポニー社長らによる「VTRの導入と事業家の展望」と題された特集記事が掲載されているが、内容はホテルの従業員教育のためのメディアとしてのビデオの有効性を説くものであり、宿泊客向けサービスとしてビデオ設備を売り込むような姿勢はあまり見られない⁹。

そこで、全国にチェーン展開する大手ビジネスホテルおよびシティホテルの運営会社10社、そして東海地方を本拠地とするホテル運営会社2社に、ビデオ視聴設備の導入時期について問い合わせを行ったところ、残念ながら多くは無回答か「分からない」「資料が残っていない」という回答であった。しかし導入時期について何らかの言及があったホテルについて見ると、1970年代から導入していたと回答したホテルは1社のみであり(1978年頃には既に導入)、その他は1981年の導入が1社、1983年の導入が1社という結果であった。

また、日本有数のホテルチェーンである第一ホテルの社史には、以下のような記述がある。

コンピュータと連動してサービスの付加価値を高める画期的なシステムである「CATV」(有線テレビ網)を、日本のホテルで最初に導入したのはホテルニューオータニであり、昭和五十五年であった。(…)「新橋第一ホテル」が国内初のセンサーユニット方式による有料テレビ(三チャンネル)を全客室に設置したのは、昭和五十六年七月二十七日であった。続いて、翌五十七年九月十日、「銀座第一ホテル」が全客室にビデオシステム(四チャンネル)を導入した。(第一ホテル編[1992:361])

なお、業界誌『月刊ホテル旅館』1975年2月号には、「ビデオチャンネルコインタイマーによる『館内カラービデオシステム』」を導入した「館山寺ロイヤルホテル」の事例が紹介されている。今回の調査で確認することができた、ポルノビデオが視聴可能な(ラブホテル以外の)ホテルの存在を示唆する雑誌記事としては、これが最も早いものである¹⁰。なおこの記事の最後には「今後、館内カラービデオシステムはビジネスホテルでも採用される余地があり、人手不足のおり、ホテル経営に大きく貢献できるものである」(『月刊ホテル旅館』1975年2月号、柴田書店:113)という一文がある。ここからも、この時期のビジネスホテルには、まだこうしたビデオ設備はほとんど導入されていな

かったと考えることができるだろう。

ビジネスホテルやシティホテルでビデオ視聴設備が本格的に導入され始めたのは1980年前後であり、1970年代の段階でこうした設備を設置していたビジネスホテル・シティホテルは、極めて少数であった。つまり、1970年代にビデオテクノロジーに触れることができたホテルとは、ビジネスホテルのような男性の一人客が主な客層であるホテルでは決してなく、モーテルやラブホテルといった、複数人数で宿泊することが前提となっているホテルであったと考えられるのである。当然そこでのポルノ受容も、男性が単独で自慰行為を行うための受容ではなく、複数の人間間(主に恋人や配偶者)における、性行為の際の性的興奮を高めるための受容であったと考える方が妥当であろう。つまり少なくともこの段階では、永井や赤川が論じたように、ビデオテクノロジーによってポルノ受容空間の「個室化」が進行したとはいえないのである。むしろビデオテクノロジーの出現によって、ポルノを受容する空間は、映画館などの、不特定多数の人間(主に男性)が集まる儀礼的無関心の空間から、ラブホテルという、ごく少数の人間間に共有される密閉された親密な空間へと変容したといふべきではないだろうか。

2-3. 「観る」ビデオと「撮る」ビデオ

さて、溝尻[2007a]でも論じたように、少なくともこの時期の業界誌を見る限り、ビデオ設備の販売店は、教育関連の現場にプライベートソフトの撮影・再生装置としてビデオデッキやカメラを売り込んでいたように思われる¹¹。それに対してソフトメーカーは、前節までに見てきたように、何よりポルノビデオをメイン商品として、主にモーテルやラブホテルに売り込みをかけていた。そしてその結果、1970年代初頭の段階において、ラブホテルにおけるポルノビデオ受容はかなり広く認知されるに至っていた。そこで起こっていたのは、ポルノ受容空間の親密空間化というべき現象である。

しかし同じ頃ラブホテルでは、これらの要素がさらに組み合わせられた現象が起こっていた。それが当時ラブホテルで展開されていた、自分たちの性行為を備え付けのビデオカメラで撮影しその場で鑑賞する、というサービスである。その多くは、料金を投入するとベッドの上に備え付けられた固定式のビデオカメラが録画を開始し、一定時間経つと自動的にその録画された映像がテレビモニター上で再生される、というものであった。再生が終わるとテープは巻き戻され、次の利用者の映像が上書きされていく。

この、自分たちの姿を撮るテクノロジーとしてのラブホテルのビデオ撮影装置を採り上げる雑誌記事は、ポルノ作品を観るテクノロジーとしてビデオを捉えるそれよりもはるかに多い。「ビデオ・コーダー(の実用化)は(昭和)43年からと言われるが、モーテルでの実用化は(昭和)45、46年ごろ」(『週刊ポスト』1973年10月5日 小学館:140 カッコ内は引用者による)であるといわれており、実際、雑誌記事中のビデオ撮影装置への言及も、1970年以降急増していく。

そこで、ここぞとばかり登場するのがVTR。／(…)／スイッチ一つで録画→再生→消滅と

自動的に作動するVTRで、あますところなく本番を撮影してみよう。／あとで再生して、じっくり自分たちの奪戦(ママ)ぶりを見れば、これが促進剤となって二ラウンド目オーケー。(『週刊大衆』1974年9月5日 双葉社:113)¹²

こうした記事に顕著に見られるように、当時ラブホテルにおけるビデオ撮影装置は、ビデオ視聴装置以上に明確に、性行為時における被撮影者の性的興奮を高めるためのテクノロジーとして言及されていた。換言するなら、ここでビデオテクノロジーは、密閉された親密な空間で、その親密さを確認するために、自らを録画・再生するテクノロジーとして言及されていたのである。

ただし、当時ビデオカメラを用いて自らを撮影し鑑賞するという行為は、極めて高価な機材を必要とするものであり、こうしたラブホテルのような場を除けば、多くの人々にとってはほとんど縁のない行為であった。したがって、ラブホテルにおけるビデオ撮影装置を紹介する記事には、前述のような「パートナー間の性的興奮を高める」という記述とともに、「テレビやポルノ映画の主人公になれる」といったフレーズも多く見られる。

料金表に「次回お越しの節はポルノシステム秘特別VTRのお部屋をどうぞ」とメッセージがはさみこんであって、いわく「愛し合う二人がその場で自分達のポルノをテレビの画面で声と一緒に鑑賞し主役を褒めたたえ、そして、再び燃えてもらいます」(原文のまま)とあった。(『週刊大衆』1972年4月13日号 双葉社:29 カッコ内は原文)¹³

ラブホテルでは、こうしたビデオ撮影装置が一般的になっていく以前から、自らの性行為を投影し性的興奮をさらに高めるための装置として、鏡張りの部屋などを造っていた。ビデオ撮影装置も、基本的にはこうした装置の延長線上に位置づけることができるだろう。しかし、テレビに自分を映す行為は、鏡に自分を映す行為に較べて、当時まだ一般には普及していなかったテクノロジーを介して行なわれる非日常的な行為であるという特徴を有しており、そうしたビデオ撮影／視聴という行為が持っていた極めて強力な非日常性、すなわちテクノロジーとしての物珍しさ自体が、ラブホテルにおけるビデオ撮影装置利用の動機になっていたであろう点について、考える必要がある。

ラブホテルにおける鏡張りの部屋とビデオ撮影装置の関係については、鈴木由加里が次のような考察を行っている。まず鈴木は、鏡張りの部屋について「鏡を使って女性に性的な身体を自覚させるということは、ヘテロセクシュアルな男性用ポルノグラフィ類で多用される、性的興奮のためのコードである」(鈴木[2002:39-40])とした上で、ビデオ撮影装置について「自分の性行為を記録に残すということは、『鏡』のところで述べた、見ると見られるということのポリティクスを新たな局面に移し替えるものかもしれない」(鈴木[2002:59])と分析する。

確かにラブホテルにおけるビデオ撮影装置の利用を駆動させる欲望の中には、見られることの羞恥心を女性から引き出すことによって性的興奮を得ようとする欲望も含まれていただろう。その意味で、永井良和がアダルトビデオを指して述べた「男性の欲望喚起装置」という表現は、このビデオ

オ撮影装置にも当てはまるかもしれない。また「見ることと見られることのポリティクス」について考えるなら、赤川学が指摘したような「性欲の再認」の装置としても、このビデオ撮影装置は機能していたといえるかもしれない¹⁴。

しかし本研究において最も重要なのは、1970年代前半のこの時期において、ビデオ撮影／視聴装置というテクノロジーそのものが有していた非日常性である。これらの表現から、新たなテクノロジーを自在に使いこなす楽しさ(というイメージ)を読み取ることはできないだろうか。また「あなたもポルノ俳優／女優のように…」といった文句に、「自分もポルノ俳優／女優のような性行為を実践してみたい」という欲望の表れのみならず、「最新のテクノロジーを用いて、自分たちをテレビの画面に投影してみたい」というテクノロジーへの欲望の表れを見ることができないのではないだろうか。こうした性的欲望とテクノロジーへの欲望を、同時に分節不可能な形で喚起するものとして、当時ラブホテルのビデオ撮影／視聴装置は語られ、またイメージされていたのである。

ただし、こうしたラブホテルにおけるビデオ利用の背景には、前述のようなビデオ設備販売店の戦略とともに、滞在時間を延ばそうとするラブホテル側の経営戦略も働いていた¹⁵。こうした受け手の性的欲望およびテクノロジーへの欲望、そしてこうした欲望を作り出しつつ受け止めるラブホテル側の戦略、カメラとセットでビデオデッキの売り込みを企図するメーカーや販売店、ポルノビデオの売上げが事実上の生命線であったソフトメーカー等々、各アクターの極めて複雑なかかわりの中で、ビデオはこの親密な空間で受容されるメディアである、という認識は生成・強化されていったのである。

2-4. ビデオテクノロジーの家庭化／個人化

その後、親密な空間としてのビデオ受容空間のイメージは、ビデオ受容空間をラブホテルという外部空間から家庭という内部空間へ移行させる際の言い訳としても言説化されていくことになる。1980年代半ば頃からVHS／ベータの普及は急速に進んでいくが(表2参照)、それに少し先行する形で、1980年以降、ポルノビデオに関連する雑誌記事は急増している¹⁶。

表2：ビデオデッキ普及率の推移（単位：％）

1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990
1.3	2.0	2.4	5.1	7.5	11.8	18.7	27.8	33.5	43.0	53.0	63.7	66.8

日本統計協会編[1988:553]、総務庁統計局編[1988:546]、同[1990:548]、同[1993:584]を元に筆者作成

それらの記事のほとんどは市販されているポルノビデオや裏ビデオを紹介するものであるが、こうしたソフトがいかにか受容されていたのかに焦点を当てると、その多くに「夫婦で楽しむ」という

記述があることに気づかされる。

休日など、子供を外に追い出して、昼間からカーテンをしめ、「あなた、アレ、見ましょうよ」なんてことになり、思わぬエネルギー消費を強いられることになるかも。(『週刊文春』1982年3月20日号 文藝春秋:183)¹⁷

もちろんこれまでの言説と同様、これら男性週刊誌に掲載された記事が、実態をそのまま反映していたとは考えにくい。むしろ男性がポルノビデオ(あるいはビデオデッキそのもの)を購入/視聴するための言い訳として、このような言説が用意されたと考えた方が妥当であろう。しかしながらたとえこれらの言説が言い訳であったとしても、これらが言い訳として機能し得るようなビデオテクノロジーに対するイメージは、1970年代を通して既に形成されていた。

1980年代後半、ビデオデッキが本格的に普及しはじめるその直前の時期まで、ビデオは個人化というよりはむしろ家庭化の流れを辿っていたといえる。それは、ビデオテクノロジーがポルノ受容のための技術として認識されると同時に、親密な空間で受容される、自らのパートナーに対する性的欲望を喚起するための技術としてもイメージされていた流れを考えれば、当然のことであろう。

しかしながら、ビデオテクノロジーが家庭化していくにしたがって、当のラブホテルからビデオ撮影装置は姿を消し始める。鈴木由加里はその理由の一つとして、「素人流出もの」の拡大を挙げている。「実際に、『ラブホテル流出ビデオ』事件もあるし、アダルトビデオのジャンルにも『素人流出もの』が存在している。密室性を求められるラブホテルの設備としては、この流出の恐れが大きなマイナス要因になったことは想像に難くない」(鈴木[2002:59])のは、おそらくその通りであろう。少なくとも1970年代までは、ビデオテクノロジーとラブホテルの結びつきは強固なものとして一般的には認識されており、1980年代に入り家庭用ビデオデッキの普及が始まった後も、こうした認識はある程度残っていたと考えられる。したがって、ビデオデッキの普及とともに急速な拡大を始めたアダルトビデオ市場において、俗に「消し忘れ」と呼ばれるジャンルが生まれたのは、自然な流れである。しかしこのアダルトビデオにおける「消し忘れ」ジャンルの生成と拡大が、当のラブホテルにおけるビデオ撮影装置を消滅させたのは、皮肉としかいいようがない。

しかし一方で、これまでの本論の流れを鑑みれば、ラブホテルからビデオ撮影装置が消滅した要因はそれだけではないだろう。ビデオが家庭化するということは、それが単なるイメージの次元を超え、生活空間の中で実体化されるということでもある。特に1985年にソニー・ハンディカムが発売されて以降は、撮るテクノロジーとしてのビデオも家庭化していく。自分たちの身体を映像に撮るという行為が非日常でなくなるにしたがって、ラブホテルのビデオ撮影装置はその姿を消し、「消し忘れ」というジャンル呼称——それはラブホテルという空間とビデオテクノロジーの必然的な結びつきを表していた——も、次第に広い意味での「素人もの」(藤木[2009:187])へと変わっていったのである¹⁸。

この後、ビデオデッキの普及と価格の低下により、ビデオは家庭のテクノロジーからさらに個人

のテクノロジーになっていく¹⁹。先行研究が示しているのは、この間のポリティクス——どのようなソフト(たとえばアダルトビデオ)が生み出され、それが受け手の身体や受容空間の変容とどのような相互作用の下にあったか——であった訳だが、このポリティクスを語るためにはそれ以前の段階、すなわち、ビデオというテクノロジーそのものに対する認識がいかかに生成され、それが受け手の身体の変容とどのような相互作用の下にあったか、を明らかにしなければならないだろう。本研究が明らかにしてきたビデオイメージをめぐる複雑なかかわりの歴史は、あるテクノロジーが受容され、それが最終的に個人化していくプロセスの複雑性と流動性を表しているといえるのではないだろうか。

3. まとめ

井上章一は、1970年代のラブホテルにおける「電動ベッド」ブームについて、当時の雑誌記事を丹念に紐解きながらも、次のような疑問を呈している。

客もホテルも、新しいベッドをもとめつつけていた。だから、電動の工夫が、どんどんエスカレートしていったのだという。

しかし、どうだろう。ほんとうに、こういう言葉を信じてしまっても、いいのだろうか。とりわけ、利用客がそれをのぞんでいたという話には、疑問を感じてしまう。(…)

どうして、ある一時期の利用者だけが、それをほしがったのか。その点が、まず不可解である。この時期の男女には、何か特殊な性意識があったとでもいうのだろうか。(井上[1999:316])

この問いに対して井上が与えた解答は、次のようなものであった。

あんがい、ベッドの新機軸をもとめたのは、週刊誌の記者たちだったのかもしれない。今までにないうごきをしめすベッドの登場は、記事になる。読者の性的好奇心をくすぐる読みものが、これを素材にすれば書き出せる。そんな作文上の都合もあって、新しいベッドの出現が歓迎された可能性はあろう。(…)(井上[1999:316])

これは、「電動ベッド」を「ビデオテクノロジー」に置き換えれば、そのまま本研究にも当てはまる指摘であろう。たとえば本論2-3では撮るテクノロジーとしてのビデオ撮影装置について論じた。しかし、当時多くの雑誌がこの装置に言及していたことは事実だが、だからといって「利用客がそれをのぞんでいた」と早急に結びつけることはできないだろう。実際、前述の未婚女性1657人に対する調査では、モーテルの「ピンク映画」については76.5%が「知ってる」と答えているが、逆に「VTR装置」は、67.9%が「知らない」と答えている²⁰。また『アサヒ芸能』に掲載された「張り込み調査」の結果を見ると、1977年6月4日の日中に東京・名古屋・大阪のラブホテル利用者全33

組中、ビデオを使用したカップルは10組だったという(『アサヒ芸能』1977年6月23日号 徳間書店:171)。

また、ビデオ撮影装置を利用した客の反応も、「はじめて自分たちの愛し合っている姿をビデオで撮って見たときから、私たち夫婦の仲は深くなったように思うんです。そりゃ、とつても恥ずかしかったけど…」(『ヤングレディ』1980年11月25日号 講談社:117)といった好意的なものから、「あるラブ・ホテルに泊まったら天井からも前から後ろからもVTRのカメラが作動しててね、スイッチを入れて私たちの行為を全部映してみたの。あとでそのフィルムをうつしてみたら、あまりにもリアルで吐き気がしちゃった」(『週刊女性』1975年1月28日号 主婦と生活社:54)といった否定的なものまで、様々である。したがって繰り返しになるが、こうした雑誌記事の言説をもって、当時ビデオが本当に親密性を確認するテクノロジーとして機能していた、ということとはできない。

しかしながら重要なのは、この時代こうした雑誌記事などを通して、ビデオが、親密な空間でその親密性を確認するためのテクノロジーとしてイメージされていたであろう点である。そこでは、赤川学が「AVオナニー空間」と呼んだような受容空間とはまったく異なった受容空間が想定されていた。そして、こうしたイメージの上に、1-2で論じたような、「ビデオの普及には、アダルトビデオの存在が決定的に重要であった」をはじめとする言説は堆積していったのである。

新しいメディアが普及していくとき、そこにファクターとして性的欲望を見出すことが可能なのは、ビデオテクノロジーに限ったことではないだろう。たとえば、インターネットの普及においても同様のことがいえるかも知れない。しかしながら本研究が射程に入れたのは、新しいメディアに対して向けられる性的欲望の存在をある程度認めつつも、必ずしも性的欲望という単一的なファクターに還元することが困難な、メディアをめぐる複雑な欲望のあり方である。この欲望は主に言説として流通し、それが新たな欲望／言説を生産するような、再帰的な関係にある。

アダルトビデオに象徴されるような性的欲望はもちろんのこと、メディアの生成過程にはコンテンツ消費への欲望が不可避的につきまとう。それが特に強くなっていくのが主に1970年代以降だった訳だが(溝尻[2007b])、こうしたコンテンツ消費への欲望が言説として大量に流通していく裏で、テクノロジーへの欲望は次第に不可視なものになっていった。それは現在の「オタク」をめぐる言説を見ても明らかであろう。しかしながらビデオテクノロジーに向けられてきたイメージの歴史を通して見えてきたのは、少なくとも1970年代初期の段階において、テクノロジーへの欲望はメディアの生成過程にとって重要なファクターであったであろう点である。このファクターが他のファクター(たとえば性的欲望とそこに向けられたコンテンツ)との結びつきを強めつつ、一方で次第にその姿を不可視なものにしていったのが、この1970年代という時代であったということ、ビデオテクノロジーのメディア史は示しているのではないだろうか。

注

- 1 本格的な普及期を迎えるまでビデオデッキの価格は極めて高価であり、ビデオソフトの流通網も整備されていなかったため、一般のユーザーの多くはビデオを「テレビを録画するためのテクノロジー」として用いていた。こうした特性は、オーディオマニアやFMファンの間に既に幅広く浸透していたエアチェックの文化と極めて親和的であり、そこからFM音楽番組と同じ形式を持つ、エアチェックを前提としたテレビ音楽番組なども生み出された。
- 2 本論においては、ビデオデッキやビデオカメラなど、いわゆるビデオのハードウェアにあたる部分を「ビデオテクノロジー」という言葉で指し示す。また「ビデオ」という言葉は、ハードとソフトの両方を含む、ビデオをめぐる総体という意味で用いることとする。なお「アダルトビデオ」「ポルノビデオ」などの一般的に流通している言葉については、そのまま当該のソフト群を指す言葉として用いる。
- 3 「ケンちゃん」とは、1980年代前半に広く流通したといわれる(この記事によると30万本が出回ったという)裏ビデオ『洗濯屋ケンちゃん』のこと。
- 4 こうした中で、いのうえ[2002:11-21]は、「アダルトビデオはビデオデッキと共に登場したといっている」と述べ、アダルトビデオの歴史をビデオテクノロジーの歴史とのかかわりの中で整理している。しかしいのうえの論考は、アダルトビデオをめぐる現代的問題を主に女性の立場から指摘することに主眼を置いており、こうしたかかわりの歴史が持つ意味については、ほとんど触れられていない。その一方、フリーライター藤木TDCが描き出した、ビデオテクノロジーの展開と結びつきながらアダルトビデオが生成・変容していく有様は、本研究にとって極めて興味深い。藤木によると、1981年以降独自の手法でアダルトビデオを制作し人気を博すことになる監督の中にも、1970年代から既に民生用ビデオカメラを用いて行われていた、アンダーグラウンドでの裏ビデオ制作を出自とする人物がいるという。「それらは70年代後半のビデオ機器の進化と浸透がなければ成立しなかったものだ。一種の自動撮影装置的な方法論であり、(…)こうしたビデオ的演出が現われた話題性により、80年代前半、AVはますます注目されてい」(藤木[2009:60])だったのである。
- 5 なお、全流通量の25%を占める「企業訓練」を目的としたビデオソフト利用や、学校教育現場でのビデオ利用の実態も注目に値するテーマではあるが、本研究においては、とりあえず当時圧倒的であったポルノとビデオの関係に照準を合わせることにする。他の利用法についての考察は、今後の課題としたい。
- 6 この頃のビデオ視聴装置が設置されたモーターやラブホテル内の描写としては、たとえば次のようなものがある。「カラーテレビの上には、ピンク映画の案内板。今週の映画『甘い行為』『色ざんげ』、次回放映『肉体泥棒』『泣きどころ』とあり、わきに『他に希望がありましたら電話で知らせてください』と、パンフレットが置いてある。頼むと、『初体験』なる映画が、ふつうのカラーテレビのチャンネルにうつるから、おどろき」。なお料金は「そなえつけの小さなボックスに、百円硬貨を入れる」システムだったという。(『週刊文春』1970年11月2日号 文藝春秋:146-148)
- 7 ただし「認知されていた」ことは、必ずしも「利用されていた」ことを意味しない。同記事において

も、モーテルのピンク映画を「利用した」と答えた回答者は 29.1%にとどまっている。したがって仮にこの調査に一定の信憑性を認めるとしても、当時「モーテルにはピンク映画の視聴装置がある」というイメージが流通していた、という点までしか指摘することはできない。しかし、ビデオテクノロジーに対するイメージの生成過程を考察の対象とする本研究においては、ポルノと結びつく形でビデオテクノロジーが認知されていた(というイメージが流通していた)点が指摘できれば、さしあたり十分といえるだろう。

- ⁸ 前述の永井良和の論考には「そもそもアダルトビデオ産業は、シティーホテルやビジネスホテル、ラブホテルなどの客室サービス用にポルノ映画を再編集して業務用テープを制作する業種が基礎にあった」(永井[1992:201])という一節がある。しかし後述するように、いわゆるアダルトビデオが広く制作されるようになる 1981 年以前の段階において、「シティーホテルやビジネスホテル」向けのポルノビデオ制作が本当に一般的に行われていたのかについては、再検討の余地がある。
- ⁹ この記事には、ホテル内に VTR 中継室を設置し、独自の客室向け番組を制作・送出している「ホテル・ナゴヤ・キャッスル」の事例が紹介されているが、そこでは「同ホテルはその形態から見てピンク系は望ましくない」というホテル側の判断に基づき、「ホテル内のガイドはもちろんのこと、愛知県に関し ETVR、トヨタ自動車工業ガイド、日本の名所ガイド、時には天気予報」などを放送していた。そのため「ピンク系番組を期待してくる客には受けが悪」かったという(『レジャー産業資料』1971 年 4 月号 日本エコノミストセンター:142)。裏を返せば、ホテルのビデオ設備と聞いたときに「ピンク系番組を期待する客」が、この段階で既にそれなりの数存在していたことを示しているともいえるだろう。
- ¹⁰ この記事中には、このホテルでポルノビデオが上映されていたという直接的な記述はない。しかし管理人の「最初は品位の低下などの懸念がありましたが、時代の流れもあり、(…)心配はしていません」(『月刊ホテル旅館』1975 年 2 月号 柴田書店:113)という発言から、ここでポルノビデオが上映されていた可能性は高いと考えられる。
- ¹¹ とはいえ、もちろん最大の顧客はラブホテルであり、ここには当時のビデオデッキ代理店の「理想と現実」を垣間見ることができる。
- ¹² なお同様の記事は、『週刊大衆』1970 年 11 月 5 日号 双葉社:154、『週刊ポスト』1973 年 10 月 5 日号 小学館:140、他多数。
- ¹³ なお同様の記事は、『週刊大衆』1970 年 11 月 5 日号 双葉社:147、『週刊プレイボーイ』1975 年 6 月 24 日号 集英社:149、他多数。
- ¹⁴ 鈴木由加里いうところの「性的興奮のためのコード」を、ビデオ撮影装置ほど強烈に見せつけるテクノロジーはないだろう。確かに、性行為およびその相手の多様なバリエーションを提示してくるアダルトビデオ(視聴装置)は、性欲の再認を迫る装置ではある。しかし、画面の中に視聴する対象として自らが投影され、さらにそれによってさらなる「性的興奮のためのコード」が確認されるとき、ビデオ撮影装置もまた極めて強力な「性欲の再認」のためのテクノロジーであるといえる。

- ¹⁵ 「この装置は、(…)要するに、自作自演のポルノ映画を楽しむわけだが、そのポーズを眺めているうちに刺激され、また連チャンの時間延長なんてことにもなって…ニヤリほくそえむのは、むろんホテル側」(『アサヒ芸能』1976年4月29日号 徳間書店:122)とあるように、ラブホテル側には、ビデオ撮影装置の利用料金に加えて、それを再生する(場合によっては再度の性行為に及ぶ)間の延長料金が入るメリットがあったと考えられる。
- ¹⁶ 大宅壮一文庫において「ブルーフィルム、ポルノビデオ」に分類された記事の数は、1969年以前1件、1970～1974年8件、1975～1979年20件、1980～1984年140件となっている(大宅壮一文庫編[1985-5:655-659])。
- ¹⁷ なお同様の記事は、『週刊現代』1982年5月15日号 講談社:212、『週刊現代』1983年4月23日号 講談社:180など、他多数。
- ¹⁸ ラブホテルでの「消し忘れビデオ」に端を発したドキュメンタ的な表現手法が、片手で操作可能なビデオカメラの流通と結びつきつつ、様々な形の「素人もの」ジャンルへとその幅を広げていく過程については、藤木[2009:180-194]を参照のこと。
- ¹⁹ そして、アダルトビデオもまた赤川学が言及するところの「個室ビデオ店や一人部屋という空間的条件のもとで鑑賞・視聴されるポルノグラフィ」(赤川[1996:177-178])になっていく。元々は親密な空間で、パートナーや自らの性的興奮を高めるために撮影された映像が、それ故にリアリティを持った映像として、個室でひとりで受容されるようになるという振れた過程に、アダルトビデオ受容空間の変容の複雑さが現れているといえるだろう。
- ²⁰ 「ピンク映画」と「VTR装置」が別項目となっていることから、ここでいう「VTR装置」は、(視聴装置ではなく)ビデオ撮影装置のことを指していると思われる。

参考文献

- 赤川学 1993b 「セクシュアリティ・主体化・ポルノグラフィ」『ソシオロギス』17号 ソシオロギス編集委員会
- 1993c 「性欲の巨大市場—アダルトビデオのポリティクス」『imago』1993年11月号, 4巻12号 青土社
- 1996 『性への自由／性からの自由—ポルノグラフィの歴史社会学』青弓社
- 1999 『セクシュアリティの歴史社会学』勁草書房
- 第一ホテル編 1992 『夢を託して』第一ホテル
- 土橋臣吾 2004 「家庭空間における情報テクノロジーの消費」『情報メディアセンタージャーナル』5号, 武蔵工業大学環境情報学部
- 藤木TDC 2009 『アダルトビデオ革命史』幻冬舎
- Giddens, Anthony 1992 *The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love and Eroticism in Mordern Societies* Polity Press (=1995 『親密性の変容—現代社会におけるセクシュアリティ、愛情、エロテ

イズム』松尾精文・松川昭子訳 而立書房)

Gray, Ann 1992 *Video Playtime: The Gendering of a Leisure Technology* Routledge

花田一彦 1996 『ラブホテルの文化誌』現代書館

いのうえせつこ 2002 『AV産業——兆円市場のメカニズム』新評論

井上章一 1999 『愛の空間』角川書店

溝尻真也 2007a 「日本におけるミュージックビデオ受容空間の生成過程—エアチェック・マニアの実践を通して」『ポピュラー音楽研究』10号 日本ポピュラー音楽学会

——— 2007b 『音楽メディア』としてのFMの生成—初期FMにみるメディアの役割の変容』『マス・コミュニケーション研究』71号 日本マス・コミュニケーション学会

永井良和 1992 「アダルトビデオと欲望の変容—縮みゆく男性性」アクロス編集室編『ポップ・コミュニケーション全書』PARCO出版局

中村朗 1996 『検証 日本ビデオソフト史』映像新聞社

大宅壮一文庫編 1985 『大宅壮一文庫雑誌記事索引総目録 件名編3』大宅壮一文庫

——— 1985 『大宅壮一文庫雑誌記事索引総目録 件名編5』大宅壮一文庫

サンボウレジャー研究所編 1972 『ビジネスホテル(プランニング経営実態)資料集』サンボウレジャー研究所

Silverstone, Roger 1996 *"From Audiences to Consumers :The Household and the Consumption of Communication and Information Technologies"*, Hay, J. et al. (eds.) *The Audience and its Landscape*, Westview Press

下川秋史編 2007 『性風俗史年表 昭和[戦後]編』河出書房新社

総合ユニコム編 1982 『レジャーホテル百科—レジャーホテルの経営から運営まで1982』総合ユニコム

総務庁統計局編 1988 『第三十八回 日本統計年鑑』日本統計協会

——— 1990 『第四十回 日本統計年鑑』日本統計協会

——— 1993 『第四十回 日本統計年鑑』日本統計協会

鈴木由加里 2002 『ラブホテルの力—現代日本のセクシュアリティ』廣済堂出版

安田理央・雨宮まみ 2006 『エロの敵—今、アダルトメディアに起こりつつあること』翔泳社