

ポストコロナの音楽ベニュー

——郊外の中小規模ライブハウスに対する調査を事例に——

太 田 健 二

The Live Music Venues in the Post-COVID-19: A Survey of the Suburban Live Music Venue

OTA Kenji

Abstract: Since May 2023, when Japan has reclassified COVID-19's category to class 5, live entertainments appear to have recovered rapidly. However, the inner workings are not uniform. This paper highlights the changes in music venues before and after the COVID-19 pandemic, from Larence Lessig's arguments, using the ongoing survey of small suburban live music venue as a case study.

Key Words: COVID-19, Music Venues, Live Entertainment

要旨: 2023 年 5 月コロナ 5 類移行後、ライブ・エンタテインメントは急速に回復しているように見える。しかし、その内実は一様ではない。本稿では、継続的に調査をしている郊外の小規模ライブハウスを事例に、ポストコロナの音楽ベニューの変化について、ローレンス・レッシグの「コモンズ」の考え方をもとに考察する。

キーワード: 新型コロナウイルス感染症、COVID-19、コロナ禍、音楽ベニュー、ライブ・エンタテインメント

1. はじめに

2023 年 5 月 8 日から、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）が 5 類へ移行し、法律に基づき行政が要請、関与をしてきた感染対策も、個人の選択を尊重し、自主的な取り組みを基本とするように変わった。様々な行動制限が解除されていた結果、2024 年上半期（1 月～6 月）には、訪日外国人旅行者数が過去最多になった（日本政府観光局（JNTO））。このペースが続けば、2024 年は 3,500 万人も視野に入り、2020 年東京オリンピック開催前に目標とされた 4,000 万人も夢ではないという。

訪日外国人観光客に限っても、同様の傾向が指

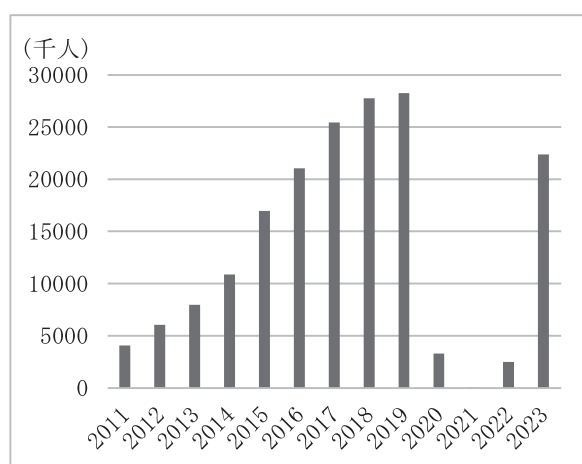


図 1 訪日外国人観光客の推移（日本政府観光局（JNTO）¹⁾）

摘できる。2019 年が約 2,830 万人だったのに対して、2023 年は約 2,240 万人で、コロナ禍前の約 8 割まで回復した（図 1）。インバウンドの回復か

らすると、コロナ禍はすでに過去のものという印象が色濃く見える。

ライブ・エンタテインメント分野（音楽コンサートとステージでのパフォーマンスイベント）では、訪日客の変化より早く、2022 年にはコロナ禍前 2019 年における過去最高水準の市場規模の約 9 割まで回復した。音楽コンサートの動員数を見ても、2022 年は 2019 年の約 8 割まで（図 2）、公演回数は 6 割程度まで回復している。

ぴあ総研の『2023 ライブ・エンタテインメント白書』によれば、「市場回復を牽引しているのは集客力のある大規模イベントが主力である」という。実際、首都圏において、東京オリンピック・パラリンピックの競技会場として整備された 15,000 人収容規模の「有明アリーナ」は 2022 年 8 月 20 日に開業、民間企業によって新設された 12,000 人収容規模の「ぴあアリーナ MM」は 2020 年 7 月 10 日に、20,000 人収容規模の「K アリーナ横浜」は 2023 年 9 月 23 日、千葉の「ららアリーナ東京ベイ」は 2024 年 5 月 29 日に開業している。他にも、神戸の「ジーライオンアリーナ神戸」が 2025 年春、名古屋の「IG アリーナ」が同年夏、お台場の「トヨタアリーナ東京」が同年秋、少し先の 2028 年開業に向けた川崎新アリーナ建設も進められている。こうした大規模会場の存在が、コロナ禍で抑制された供給の反動増の受

け皿となり、市場回復を支えていると見られている。

一方で、中小規模の音楽ベニユーの回復は遅れている。収容定員 300 人未満の音楽ベニユーの動員数は、2019 年に約 170 万人だったのに対して、2022 年には約 65 万人にとどまり、4 割弱しか回復していない（図 2）。公演回数も 2019 年に約 21,000 回だったのに対して、2022 年には約 6,500 回にとどまる。

本稿では、こうした中小規模の音楽ベニユーに焦点を当てることで、ポストコロナのライブ・エンタテインメントの一面を浮き彫りにしていく。その際、アメリカの法学者ローレンス・レッシグの「コモンズ」の考え方を分析の視点にしたい（Lessig 1999, 2001, 2006）。レッシグによれば、コモンズとは「共有のもの」として保有されているリソースを意味し、「共同の使用または所有下にあること、多数の人びとによって平等に保有または享受されること」と定義される。音楽ベニユーは、こうしたコモンズとしての側面を持つ。

コモンズは「多数の人々」にとって「フリー」であるものの、レッシグによれば、法や規範、市場、そしてアーキテクチャという四つのモードによって規制されるという。なかでも、いちばん強大な力を有するのが法であるとする。実際、コロナ禍の緊急事態宣言下において、音楽ベニユーは休業や営業時間の短縮、イベント等の人数制限、感染防止対策の実施などを要請されてきたが、新型インフルエンザ等特別措置法に基づいたものだった。こうした法による規制は、規範や市場、アーキテクチャといったモードにも影響を及ぼした。

筆者は、大阪府郊外茨木市にあるライブハウス「ジャックライオン」の店長眞柴祥一氏に対して 2020 年から継続的にインタビュー調査²を実施してきた。今回は、主に 2023 年 8 月 11 日、2024 年 8 月 9 日に実施したインタビュー調査を通して、ポストコロナのライブ・エンタテインメントの一面を浮き彫りにする。

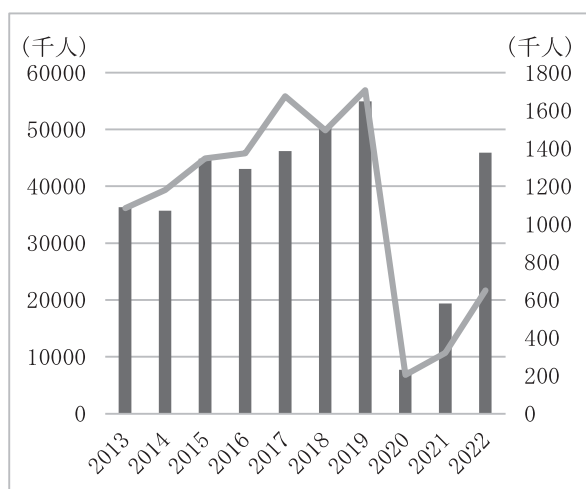


図 2 音楽コンサート動員数（ぴあ総研 2023）
※縦棒は全体、折れ線は収容定員 300 人未満の音楽ベニユー

2. 法による規制と規範意識

表1 音楽ベニユー関連コロナ対策年表（大阪市新型コロナウイルス感染症対策本部（2024）より筆者作成）

2020 年	4 月 7 日～ 5 月 21 日	緊急事 態宣言	外出自粛・イベント開催自 粛要請
	5 月 29 日 ～6 月 18 日		イベント： 屋内では、収容定員の半分 以内、上限 100 人、屋外で は、人と人との距離を十分 に確保できること、上限 200 人
	6 月 19 日 ～7 月 9 日		イベント： 全国的な人の移動を伴うイ ベントは、無観客で開催 同上の条件で上限 1,000 人
	7 月 10 日 ～9 月 18 日		イベント： 同上の条件で上限 5,000 人
	9 月 19 日 ～2021 年 1 月 13 日		イベント： 【参加人数の上限】 ①収容人数 10,000 人超⇒ 収容人数の 50% ②収容人数 10,000 人以下 ⇒5,000 人 ※①と②でどちらか小さい 方を限度（両方の条件を満 たす場合） 【収容率】 ①大声なしでは 100% 以内 （席がない場合は適切な間 隔） ②大声ありでは 50% 以内 （席がない場合は十分な間 隔）
2021 年	1 月 14 日 ～2 月 28 日	緊急事 態宣言	飲食店等： 20 時までの時短要請 イベント： 屋内では収容率 50% 以下、 屋外では人と人との距離を 十分に確保、人数上限 5,000 人
	4 月 5 日～ 4 月 25 日	まん延 防止等 重点措 置	飲食店等： 時短要請（大阪市内：5 時 ～20 時、大阪市外：5 時～ 21 時） イベント： 大声なしでは収容率 100 %、大声ありでは収容率 50%、人数上限 5,000 人
	4 月 25 日 ～6 月 20	緊急事 態宣言	飲食店等： 酒類又はカラオケを提供す

	日		る場合は休業要請、酒類等 を提供しない場合は 20 時 までの時短要請 イベント： 無観客開催要請
	6 月 21 日 ～8 月 1 日	まん延 防止等 重点措 置	飲食店等： 措置区域（33 市）では 20 時まで、措置区域外（10 町村）では 21 時までの時 短要請 イベント： 大声なしでは収容率 100 %、大声ありでは収容率 50%、人数上限 5,000 人、 21 時までの時短要請
	8 月 2 日～ 9 月 30 日	緊急事 態宣言	飲食店等： 酒類又はカラオケ設備を提 供する場合は休業要請、そ れ以外の場合は 20 時まで の時短要請 イベント： 収容率 50%、人数上限 5,000 人、21 時までの時短 要請
2022 年	1 月 27 日 ～3 月 20 日	まん延 防止等 重点措 置	飲食店等： ゴールドステッカー認証店 舗の場合 ①5 時～21 時まで時短営業 （酒類提供は 11 時～20 時 30 分） ②5 時～20 時まで時短営業 （酒類提供は自粛） のいずれか ゴールドステッカー認証店 舗ではない場合 5 時～20 時まで時短営業、 酒類提供は自粛 イベント： 感染防止安全計画を策定す れば、人数上限 20,000 人 まで（対象者全員検査によ り収容定員まで追加可）、 収容率 100%
	3 月 21 日 ～	まん延 防止等 重点措 置解除 後	イベント： 安全計画を策定すれば収容 定員まで、安全計画を策定 しない場合は 5,000 人上限 （大声なしでは収容率 100 %以内、大声ありでは収容 率 50% 以内）
2023 年	5 月 8 日	コロナ 5 類 移 行	イベント開催制限解除

音楽ベニユーは、法と相互作用的に規範による

規制を受けて来た。

新型コロナウイルス感染症が指定感染症に指定された 2020 年 2 月 1 日から 1 か月も経たない同月 29 日、感染者 3 名が、同月 15 日に大阪・京橋のライブハウスで開催されたコンサートに参加していたと大阪府知事が発表した。すなわち、音楽ベニユーからクラスターが発生したことが明るみに出たのだ。これにより、感染リスクが高い場としてネガティブなレッテル、ゴフマンがいう「スティグマ」(Goffman 1963) が刻印されたのである。

その後、2020 年 4 月 7 日から東京、神奈川、埼玉、千葉、大阪、兵庫、福岡の 7 都府県で発出された 1 回目の緊急事態宣言では、密閉・密集・密接の「3 密」でクラスターが発生するおそれがあるイベント開催の自粛が要請され、音楽ベニユーは、実質的に休業を強いられたのだった。

この緊急事態宣言が解除された 5 月末以降、とりわけ屋内におけるイベントの開催は、収容定員の半分以上、上限 100 人という厳しい人数制限が課せられた。同時に、飲食店営業許可で営業することが多い中小規模の音楽ベニユーは、時短営業要請にも応じなければならず、夜にイベントを開催することの多い音楽ベニユーにとっては、困難な状況だった。

その後、数度にわたる緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の発出による巻き戻しがあったものの、音楽ベニユーに対する法による規制は段階的に緩和されていった。

3. 制限解除とアーキテクチャの変化

イベント開催制限も、2023 年 5 月 8 日のコロナ 5 類移行によって、解除された。中でも、人数制限の解除は大きかったという。

人数制限がなくなったのは、すごいやりやすくなりました。チケットの予約とかも、制限があるとどうしてもあるラインで切らないとだめだったので。ずっと前は 30 人だった

んですよ。その後、39 にして。ものすごくちゃんと（座席間）1m とか測って、いろいろ守ろうとすると 39 だったんですね。その後、50 にして。50 でずっと行ってたんですけど、もうスタンディングとかにして、70 で行こうよって。（中略）

150 まで上げたのは、もう今年（2023 年）になってからで、3 月 17 日にしたんですよ。そのバンドもお客さんもすごく協力的だし、統制取れるだろうなということで。5 月 8 日で 5 類になったんで、制限なくして。（2023）

人数制限は、音楽ベニユーにとって売上に直結するだけでなく、予約など運営上の手間を増やしていたことがわかる。

それだけでなく、人数制限と関わる感染防止対策は、音楽ベニユーのアーキテクチャにも影響を与えた。たとえば、ソーシャル・ディスタンスをとるために、フロアにオーディエンスの立ち位置を示す「バミリ」を貼ったり、受付やバー・カウンターにはアクリル板のパーテーションを設置するところも多かった。

ジャックライオンでも、テーブル席の配置に苦労したという。

ライブハウスで非常にややこしいのは、椅子を置いた状態で営業してますが、みんながステージの方を向いているっていう想定になっているわけです。そこに例えばドリンクをみんな持ってるわけですけど、ドリンクを置くテーブルがあると、こう（ステージではない方を）向いてるんじゃないですかって言われちゃうんですよ。お客さんの向きをちゃんと説明しないと、ここにパーテーションを入れてくださいという話になるので、その辺の説明の難しさはあったし、それから 1m っていうくだりもすごくわかりにくい説明じゃないですか。1m って、どこを 1m あけるのか。（中略）口と口を最低 1m あける。ということは、実際には（テーブル間は）1m もあい

てないわけですね。そういうことなんだというのが「見回り隊」が来て、ちゃんと質問して初めてわかったんですけど。(2021)

他にも、エントランスや受付に消毒液の足踏み式スタンドや非接触型検温スタンドを置いたり、石鹸による手洗いを勧奨するポスターをトイレ等に貼ることもあった。

中でも、音楽ベニューにとってクリティカルな問題なのは換気だったといえよう。

換気の問題ってあるじゃないですか。換気もね、全然やっぱり違うんですね。音の出る場所の換気扇ですね、これって音を外に漏らさないための工夫がされているような換気扇を付ける必要があるんですよ。結構、これって高価なので、なかなか難しいと思うんです… (2020)

従来から音楽ベニューが抱える防音の問題は、コロナ禍において要請された換気の問題と大きな矛盾を孕んでいた。すなわち、防音に注力すればするほど、換気はおざなりになってしまう。近隣に住宅地がないジャックライオンは大きな足枷にはならなかったが、多くの音楽ベニューはこの矛盾する課題に苦しむことになった。

Global Nighttime Recovery Plan (VibeLab 2021)でも、感染リスクが高い「3密」である屋内空間の使用制限が続くなか、屋外空間の可能性に着目している。ただ、そこでも防音が課題として指摘されるが、その課題をクリアできる野外フェスなど大規模な音楽イベントは、事実、いち早く回復している。

一方で、法による規制がもたらした音楽ベニューにおけるアーキテクチャの変化は、制限解除後には無用の長物となってしまった。アクリル板のパテーションを代表に、検温や消毒など各種スタンドやポスターも、今ではほとんど見られない。

ただ、拙速なアーキテクチャの回復は、感染リ

スクをめぐるオーディエンスの規範意識のあり様にはうまく合致せず、イベントに参加するかどうかの「判断」にもつながったのではないだろうか。

ジャックライオンでも、コロナ5類移行による制限解除後にどのように感染対策を周知すれば良いか、対策をめぐる逡巡やその表明のぼやかしが見られる。

(感染予防についての)考え方が人それぞれなので、店としては、ものすごくはっきりしない言い方で、ホームページ上にも書いてたりするんですけど、マスク着用もどっちでもいいですよみたいな、あやふやな書き方してたんです。(2023)

実際、ホームページでは、コロナ5類移行直後、混雑した場面におけるオーディエンスのマスク着用推奨が省かれた程度の変化しかない。

【感染予防に関してのお願い】 2023. 3. 18

■ 開場時間に合わせてお越しください。早からのご来店はどうかお控えくださるようお願いいたします。

■ 37.5 度以上の発熱のある方はご入場いただけません。

■ 混雑した場面においては引き続きマスク着用在が推奨されていますので状況に合わせてご協力ください。大きな声を出される際も必ずマスクの着用をお願いします。

■ イベント主催者からのマスク着用要請がある場合はマスク着用にご協力いただきます。

■ お客さまに直面して接遇・案内等を行うスタッフについては、マスク着用が推奨されておりますので実施します。

■ そのほか新型コロナウイルス感染予防に関して、会場内におきましてはみなさまのご協力をお願いいたします。(ジャックライオン公式ホームページより)

【感染予防に関してのお願い】 2023. 5. 8

■ 開場時間に合わせてお越しください。早くからのご来店はどうかお控えくださるようお願いいたします。

■ 37.5 度以上の発熱や体調不良時には来場をお控えください。

■ イベント主催者からのマスク着用要請がある場合はマスク着用にご協力いただきます。

■ お客さまに対面して接遇・案内等を行うスタッフについては、マスク着用が推奨されておりますので実施します。(同公式ホームページより)

基礎疾患や高齢者など、感染リスクを恐れる人は今も少なくない。そのような人びとにとって、中小規模の音楽ベニユーは今なお参加しやすい場所であるとは言い難いのである。

4. 市場の変化

法による規制の変化は、市場というモードにも大きな影響を及ぼした。

コロナ禍においては、イベント開催自粛や休業、時短営業が要請され、音楽ベニユーの経営状態を悪化させた。SaveOurSpace、一般社団法人ライブハウスコミッション、クラブとクラブカルチャーを守る会など、音楽ベニユー関係の 10 団体が、2020 年 7 月 29 日～8 月 21 日の期間で全国 400 店舗を対象に行った「全国のライブハウス／ミュージッククラブ（ライブバーやライブカフェ、DJ バー等を含む）を運営する事業者の方々へのアンケート」では、「今の状態が続いた場合、今後のライブハウス／クラブ運営の見通しを教えてください」という質問に対しては、「1 ヶ月もつかわからない」が 1%、「3 ヶ月もつかわからない」が 15%、「半年もつかわからない」が 44%、「1 年もつかわからない」が 31% と、計 91% が 1 年以内の見通しがわからないという結果だった。

一方で、コロナ禍において、持続化給付金をはじめ、さまざまな経済支援が実施された。たとえ

ば、事業主が労働者に支払う休業手当等の一部を助成する雇用調整助成金（新型コロナウイルス感染症の影響に伴う特例）や、コロナ禍で売上が減少した個人事業主や企業に対し、金融機関が実質無利子・無担保で融資するいわゆる「ゼロゼロ融資」の制度は、多くの飲食店が申請したといわれるが、音楽ベニユーも例外ではない。上記の「全国のライブハウス／ミュージッククラブ（ライブバーやライブカフェ、DJ バー等を含む）を運営する事業者の方々へのアンケート」によれば、87.3% が持続化給付金を、44.5% が雇用調整助成金を、43% がゼロゼロ融資を活用したという。

しかし、こうした支援も 2023 年を境に打ち切られていった。前述の雇用調整助成金の経過措置は 2023 年 3 月 31 日で終了し、「ゼロゼロ融資」の返済開始時期は 2023 年 7 月から 2024 年にかけて集中した。

その影響は大きく、帝国データバンク (2023)³によれば、「飲食店」の倒産は 2023 年に 768 件発生し、過去 10 年で最も少なかった前年 (452 件) から 1.7 倍に急増した。また、新型コロナウイルス感染拡大に伴う緊急事態宣言の発出で経営環境が大幅に悪化し、事業の継続を断念した飲食店が多く発生した 2020 年の 780 件に次ぐ過去 2 番目の高水準を記録したという。コンサートホール、ライブハウス、劇場、ライブカフェ、ライブバーなど、あらゆるライブコンサート会場の情報総合サイト「ライブ部」⁴によれば、2020 年にはこれまでで最多の 177 店の音楽ベニユーが閉店している。

実際、2023 年から 2024 年のインタビューでの発言から、経営状況はさらに深刻になっていることがうかがえる。

経営状況、最悪です。コロナ融資で受けた分の返済も、もう来年からなんですよ。来年から始まって、そのまま借りた金で払うような状態になったら、もう借りた金もだいたなくなってますからね。だから、それで残高で払うようなことになったら、なくなったら

もう終わりですからね。まあ、追加融資を受けたところで、多分そんな経営状態で受けられるわけもないんで。いや、マジでやばいですよね。じゃあどうすんのって言われてもね。その辺が、さあどうなるかな思ってるけれども、博打ですよ。(2023)

やっていけなくなってる感は、やっぱりありますよ。もうお客さんなんて少ないのが当たり前みたいになってきてますから。(中略)
経営的にはしんどいっすね、今。やたらとしんどいですね。本当にこのまま続けられるかどうかかわかんない瀬戸際にもういますからね。(2024)

感染リスクに関する規範意識が招いたイベントに参加するかどうかの「分断」は、閉鎖的な空間であることが多い中小規模の音楽ベニューにとって、集客を戻すことの大きなハードルとなった。

ぴあ総研の『2023 ライブ・エンタテインメント白書』で、1公演あたりの平均動員数を見ると、ポップスのジャンルに限れば、コロナ禍前の2019年は1,095人だったのに対して、2022年には1,467人と大幅に増加している。前述の全体では約8割回復したことからすれば、動員数が多い大規模な会場の公演数が増えた一方で、中小規模の会場における公演数や動員数は回復していないことを推察させる。

市場規模を見ると、収容定員800人未満の中小規模の音楽ベニューは、2019年には約267億円だったのに対し、2022年には約224億円と8割程度しか回復していない。他方で、収容定員5000人以上15000人未満の大規模音楽ベニューは、2019年には約504億円だったのに対し、2022年には約855億円とむしろ増加を見せているのである。

また、相対的に大規模なイベントが活況を呈していることと、画一的なノリの増加とも関わっているところがある。

みんなで歌う。コロナの時はできなかったんだけど、コロナ前から、みんなで歌えるパートめっちゃくちゃ増やしたんですよ、色々なバンドがね。あとサビになったら、みんなで同じように手を上げるとか。それが一体感という意味で、すごく今のライブシーンにマッチしてると言うか、「それがライブだ」みたいなところがあるんですけど。(中略)わかりやすくネットとかでそういう動きとか、ムーブメント(画一的なノリ)っていうのが存在してるのを知ることができたんで、それが現場でできなかった、だから行ってそういうことをやりたいっていう部分では、すごく密接にコロナは結びついているのかわかんない。(2023)

コロナ禍ではしたくてもできなかった「一体感」を感じるライブ・エンタテインメントは、メディアを通して喧伝される大規模な音楽ベニューでのイベントとして想像されているのかもしれない。

もちろん、市場規模の変化にはチケット代高騰も関わっている。コンサートプロモーターズ協会⁵によれば、2019年にはチケットの平均価格は7,397円だったのに対し、2023年には8,731円(ただし、K-POPを除く、K-POPのチケット代の平均価格は13,080円)と増加している。付け加えて言えば、K-POPアーティストは大規模な音楽ベニューにおける公演が多く、大規模なほどチケット代が高騰していることが推察される。

さらに、大規模な音楽ベニューと中小規模の音楽ベニューの対照的な市場動向の背景にあるのは、日本社会が抱える少子高齢化、人口減少問題がもたらす人手不足である。『2023 ライブ・エンタテインメント白書』レポート編でも、ライブ・エンタテインメント業界において、「アルバイトの担い手であった若年人口の減少に加え、コロナ禍による産業の長期的な停滞が、人材流出を加速させ、既に深刻な働き手不足に陥っている」と指摘される。この「働き手不足には、アルバイト等

の人数が足りていない「人員不足」と、必要なスキルや技術を持つ専門的技能者が足りない「人材不足」があり、とりわけ後者の方が深刻だという(びあ総研 2023: 2)。

中小規模の音楽ベニユーでは「人員不足」と「人材不足」は連続した問題である。すなわち、アルバイト等の「人員」が長く働いて行く中で、専門的スキルを身につけ、中小規模の音楽ベニユーにとって、必要な「人材」に成長していくことが、中小規模の音楽ベニユーでは当たり前だった。

この一年は、要になっていた若いスタッフがいなくなっちゃって、次が育たなくて困っています。常駐のスタッフは減らしていて、ライブをやる上での非常勤のスタッフっていうのは結構な人数確保しているんですけど、その中から誰か常勤でもやってみたいみたいなやつが出るのかなと思ったら全くで。だから、ほとんど今、もう毎日ひとりでやってますよ。(中略) 非常にちょっと困難な状況に入ってるんです。スタッフが非常に不安定なので、ブッキング入れても、本当にライブできるかみたいな不安も抱えたりするんですね。(中略)

自分も年食ってるのもあるんだけど、やっぱり若いスタッフがいないと、そういう(若い)ところにそういう情報を届けたくても、じいちゃんが言ってる言葉になっちゃうんですね。誰か中間がいてくれると伝えやすいんですけど。(中略) なかなかね、それが思うように行っていないっていうところは辛いところですよ。(2024)

他にも、市場に関する変化として、以下のようなものがある。

変化はね、ジュースのサーバーが引き上げられちゃったんですよ。コロナを機にっていうところが多分あると思うんですけど、ソフ

トドリンクのサーバー用のタンクがあるんですけど、これ賞味期限があるんですよ。コロナの時って営業すらできなかったから、残った状態で賞味期限を迎えちゃうんですよ。それは全部廃棄しないとダメで。(中略) その管理することの大変さとか、効率を考えて、よっぽど売れてるところ以外、サーバーを引き上げていってるんですよ。全部缶などの販売にしてくださいみたいな。ウチにもとうとうこの春に連絡が来て、今入ってる在庫がなくなり次第、引き上げさせてもらいたいですって。(中略) 結果的にペットボトルで対応するような形式に変えるために、新しい冷蔵庫も購入しました。だから今月だけで冷蔵庫で 20 万円を使いました。(2024)

とりわけ中小規模の音楽ベニユーにとって、ドリンクの売り上げは無視できないものがあるという。ワンドリンク制で、チケットにあらかじめ 500 円程度上乗せした価格で販売する場合、単価の安いソフトドリンクを飲んでもらった方がかえって利益率が上がる。さらにサーバーによる提供は、仕入れ等の手間もかからないというメリットがあった。

収益と同時に SDGs に関する取り組みが求められる飲料メーカーにとって、中小規模の音楽ベニユーからサーバーを撤退させるきっかけとなった。その結果、音楽ベニユーの経営状況はより厳しいものとなっていったのだ。

市場という面では、中小規模の音楽ベニユーがこれまで採用してきたチケットノルマ制も限界を迎えつつあるという。チケットノルマ制とは、音楽ベニユーが出演者(バンドやミュージシャン)に課すチケット売上枚数のことで、ペイラインの費用に見合う枚数が通例である。「インディーズのシーンに関しては、前からガラガラやったやんけっていうね、戻って来てないとかいう言い方はおかしいような気がして」(2023)というように、ノルマ制の限界はコロナ禍前から見えていた変化だが、コロナ禍を経て、より顕著となった。

チケットは事前に購入せずに「置き置き」という形で予約することもできるが、ここに変化が見られる。

（最近の若い出演者は）告知を送った人を全部、置き置きの当日のリストに書くんですよ。これもめちゃくちゃ変わった点ですけど、ほぼほぼ9割以上は来てたリストが、今やもう下手すると7割来ないですよ。（2023）

こうした変化の原因は複雑に絡み合ったものだと考えられる。たとえば、対人関係のコンフリクトを回避しようとする変化が指摘される。

LINE とかでね、ライブがあるから来て来てっていうんだけど、送っただけで確認はほとんどしないんですよ。断られると、人間関係としてギクシャクしちゃうんで。（2023）

それだけでなく、コストに対する考え方の変化も指摘される。

チケットノルマは、僕はペイラインで見えてたんですけど、今の子は端から「費用」なんです。例えば1000円のチケット20枚って言われたら、もう2万円は「費用」なんですよ。（2023）

ペイライン以上に集客があれば、出演者に売上が還元されるが、儲かるかもしれないというより、必要最低限のコストを払えないかもしれないという意識が強く、その意識は出演者の状況と関わっている。

いろいろ理由があるんですけど、一つのバンドがライブする回数が増えたんですよ。ということは、いろんなハコが声かけてるわけですよ。これまたね、断るともう呼んでもらえないか分かんないっていう恐怖心もバンド側は持ってるんですよ。だからまあ一応出て

こうかみたいなのところもあって、結構一ヶ月ぎょうさんライブしてたりするから。でも、さっき言ったように「費用」になってきてるわけですよ。「いや無理やで」ってなる。（2023）

そうした出演者の状況をふまえ、音楽ベニューの方も変化している。

「ちょっとね、お金が…」とかって言うと、ライブハウスの方も「じゃあ今回はこんだけにするから、出してくれへん」とか、ノルマを安くしたりね。その辺は、いろんなさじ加減するわけですよ。「もう今回はノルマなくていいよ」とかね。とにかく出て欲しい、ちゃんと数を埋めたい、そのバンドとの付き合いを続けたいから。そうやってるうちに、ノルマも全体的にどんどんどんどん、下がってきてですね。前は20枚とか平気で言ってたのが、15枚になり、10枚になり、今もう5枚とかありますよね。5枚しかノルマをつけないバンドを数集めるんです。6バンドとか8バンドとか。そういう経営の仕方になって、もうライブハウスも、いわゆるお客さんからお金もらうというよりは、バンドからお金をもらう感覚なんで。そうやってきましたよね。だから、バンドがお金がないっていうのは、いっぱい出てるからっていうのもありますよね。

そういう意味では、解決方法ってもうライブの数を減らすしかないんですけど。ライブの数を減らすか、ライブハウスの数を減らすか。そういうことになっていっちゃうんですけど、ちょっとね、だから必死ですよ。ライブハウス側もとにかく自分のところの売り上げを落とさないためにも必死ですからね。（2023）

若手ミュージシャンやバンドのイベントに関わるコスト意識は、イベントを開催する中小規模の

音楽ベニユーの経営状況と相互作用的に醸成され、それはスパイラル的に高まっている。

5. 音楽ベニユーの取り組み

ポストコロナ禍において、市場のモードでは中小規模の音楽ベニユーには厳しい状況になっていることがわかった。これをふまえ、中小規模の音楽ベニユーでは、どのような取り組みがなされているのだろうか。ジャックライオンでは、一見、無謀にも見えるチャレンジをしている。

あえて今、無謀なんですけど、いわゆるノルマ制を一切やってないんですよ。バンドからノルマを頂かない。でもそれでお客さん呼ばなきゃって思わなくなったら困んですよ。だから、ノルマがなくても、お客さんはある程度呼びたいねって思うようなものにしたっていう、いわゆる元々の原点に帰る必要もあるのかなと思ったから。そんな綺麗事言ってもどうにもならんよっていうことを、やっちゃってるんですよ今。だから、下手するとお客さんいてなかったら、まったく売り上げないですよ。

(中略)「また今度あいつらも呼んでみようか」とか「こういう子らがいてるんだけど、一緒にやってくれへん」とか、少しずつ数珠つなぎのようにして。もともと、ジャックライオンのブッキング、プロ関係は全部数珠つなぎなんです。だから、アマチュアのところでもそういう数珠つなぎがずっと起きていくことを、チャレンジしないとダメなん違うかなと。(2023)

つまり、これまでイベントのブッキングは、音楽ベニユーをハブ（結節点）として「数珠つなぎ」的にネットワークを広げていたが、コロナ禍を経て、とりわけ、若手やアマチュアのレベルでネットワークが脆弱化したことが推察される。音楽ベニユーをハブとしたコミュニティを再構築す

るためのひとつの試みとして、ジャックライオンではチケットノルマ制をやめたという。前述のノルマを「費用」と考える若手ミュージシャン側の意識の変化に対し、いったんチケットノルマ制をやめることは、イベントに出演しやすくさせ、知り合いのバンドなど、ネットワークを広げていくことを狙ってのことだろう。

ノルマ制の廃止だけではなく、「中打ち」にも、同じような狙いが垣間見える。「中打ち」とは、とりわけ複数のバンドが出演する「対バン」形式のライブイベント後に、ライブハウス内で打ち上げすることであり、その費用は売上キープのためにもなる。

発端は動員の減少だという。当然、売上も減少するが、前述のように、若手ミュージシャンにとって、ノルマは「費用」であり、これ以上上げるわけにもいかない。その一方で、ミュージシャン同士、バンド同士が仲良くなるための「付き合い」には対価を支払う傾向があるという。その意味で、「中打ち」は音楽ベニユーと出演者とそれぞれに「Win-Win」なものだった。

中打ちすることでライブハウスは売上をキープできるやんってなったわけですよ。で、どこのライブハウスでも今、中打ちするんですよ。そのためには、対バン同士が仲良くなってくれないと成立しないところがあるじゃないですか。だからライブハウスが、まずライブの前にバンド同士が仲良くなるように、いわゆる顔合わせをして、ハイタッチして回るわけです。あれも中打ちのための一つの流れですよ。そういうふうにしたっていう流れの中で生まれてきた文化なんですよ。だからあんなもん昔なかったですからね。ここ 15 年ぐらいの話ですよ。中打ち、それから顔合わせ。

なぜ生まれてきたかと言うと売上ですよ。事情があって、ジャックライオンも中打ちという言葉ができる前からやってるんですけど、なぜかって言ったら周りに飲食店がない

からです。なにせ、打ち上げする場所がないんで、じゃあここでやるしかないよなというところから始まって。最初のうちは全員参加ですよっていう文化じゃなかったけれども、今や、もう中打ちが当たり前の文化になっちゃったら、もう当然全員分のバンドが残ってるのが普通になっちゃったけども。(中略)

バンド同士が仲良くなることによって、中打ちもそうなるし、ライブ中もお客さんがいないフロアにバンドがちゃんと出てきて見えてるんで。それもいわゆるその顔合わせが生み出す一つの流れですよ。(2023)

「中打ち」は、もちろん売上や出演者同士の顔合わせのためという側面があるものの、音楽ベニユーをハブとしたネットワークを再構築する狙いがある。

もう一個やり続けてることが、どこまで僕が対応できるのか未知数なんですけど、全ライブ、中打ちやるわけなんですけど、打ち上げの食べ物は無償で全部出してるんです。B級料理を、しかも俺が作って。なるべく安い材料でできそうな、酒のあてになりそうなものを、自分でメニューを研究して、しかも、人数多いときはそれに対応できるような形のことを考えて。ライブ終わってからぶわーって作って、「これはおごりや。その代わり飲んでくれ」って言ったら、結構飲んでくれるんですけどね。ライブ後の打ち上げの酒の売り上げが10万ぐらいになったりして、ありがとうみたいな時もあるんで。経営的な戦略としては大間違いですよ。(2023)

中打ちは今も続けてます。中打ちで利益を上げるというよりは、自分で振る舞って、どこまでできるかわかんないけど、人間関係を構築していくことで、何か変化が起きるかなと思ってやってるんですけど。そうなるよね、なんでもかんでもブッキングしてするっ

ていう気になれなくなるんですよ。結構しんどいっすよ、実を言うと。毎回仕入れも行って、メニュー考えて、人数分作って。適当なブッキングだとね、力出ないんすよ。そうなるよね。やっぱり自分への挑戦みたいなのところもあって。絶対出て欲しいっていう思う人しかブッキングできなくなるという、なんかこれでいいんかみたいなのとかあるんですけどね。(2024)

このように、店長自ら手料理を振る舞うことで、より音楽ベニユーとミュージシャンの関係の再構築をしようとしている。

その背景には、そもそもジャックライオンをハブとしたネットワークの存在がある。ジャックライオンで「育った」アーティストとして、フジファブリックの山内総一郎や、韻シストの古川卓、ギタリストの ISAO などがおり、ホームページでも「僕にとってのジャックライオン」として、その声が紹介されている。

例えば、山内はジャックライオンを「遊び場」と表現し、「その遊び場も遊具が変わったり、訪れる人が変わったり、その遊び場を変えようとする人がいたりするから独特なニオイを放ちながら日々変化や進化を繰り返しているのだと思います」(ジャックライオン公式ホームページより)と述べている。

「育った」アーティストには気志團にドラマーとしてサポートメンバーとして参加している叶亜樹良もいたが、彼が出演した2024年7月13日～15日に茨城県ひたちなか市で開催された「LuckyFes'24」で、「ジャックライオン出身」の出演ミュージシャンと撮影したSNS投稿が反響を呼んだ。

ウチと関わっていた叶亜樹良っていうドラマーが気志團にサポートメンバーとして入って、ここ10年くらいやっているんですけど。ファンクラブ向けの配信で、「一体、ジャックライオンってなんやねん」「こうなったら

一回行こうぜ」っていう話になってますよっていうのをファンの人がメッセージで僕に送ってくれて。でもまあそういう話になってるっていうのは嬉しい話やなと思いますね。

ファンの人はもうすでに、亜樹良の出身地ということで、例えばツアーのポスター持ってきたり、実際に来てます。それ「工作人員」っていうんですよ。それをこう写真に撮って、また投稿しはるんですよ。(中略)

フジファブリックとか気志團とか、実際に本当に身近で育って、頑張ってる、そういうポジションに行ったやつがいっぱいおるのに、なんかあんまり地元の子には響いてないっていうね。ああいう投稿 (LuckyFes'24 でジャックライオン出身ミュージシャン同士で次々に写真を投稿したこと) は無駄にはしたくないなと思うんですけどね。(2024)

音楽ベニユーをハブとしたネットワークは、さらに SNS を通じてファンにも知られ、「聖地巡礼」のような現象を生んでいる。だが、新旧の世代交代が進んでおらず、とりわけ若者世代の参入が乏しい。それはコロナ禍だけが原因だったわけではない。中小規模の音楽ベニユーにおいては、コロナ禍以前からの傾向として、ネットワークが希薄化し、チケットノルマ制という収益システムは事実上、崩壊しつつあった。

むしろ、そうした中小規模の音楽ベニユーの行き詰まった傾向を打開するきっかけとして、コロナ禍をとらえる可能性がジャックライオンの事例に見て取れるのかもしれない。

お わ り に

ライブ・エンタテインメントの現場は、コロナ 5 類移行からイベント開催の制限が解除され、マスク着用率も目に見えて減った。しかしながら、今でも病院に足を運べば、待合室ではマスク着用をお願いされる。感染リスクに対する意識の「分断」は依然として残っている。こうした「分断」

は、法による規制が解除された後も、規範や市場の面で足かせとなり、イベントに参加するか否か、参加するなら大規模な音楽ベニユーか中小規模の音楽ベニユーかといった間の溝として残っているのではないだろうか。それは、見えないライブ・エンタテインメントの「分断」といえる。

「分断」は、また、これまで音楽ベニユーをハブに培ってきたネットワークを脆弱化させている。ジャックライオンでは世代やプロとアマの垣根を超えた「数珠つなぎ」のようなネットワークがあったが、とりわけ若い世代へつながらなくなっている。それを再構築するような、ノルマ制の廃止や店長の手料理による「中打ち」の試みがあることがわかった。

インタビューで眞柴氏は、次のような矛盾するような二つの発言をしている。

「もう元に戻るというか、一つの文化が途絶えましたよね」。(2023)

「ここはここでの文化が生まれればいいっていう考えはやっぱり変わってないんで」。(2024)

この矛盾するような感覚が、ポストコロナにおける中小規模の音楽ベニユーの現状を象徴しているのではないだろうか。

コロナ禍によって経営状況を一気に悪化させた音楽ベニユーも多い一方で、これまでインディーズ文化を育くみ、新たな音楽文化を発信してきた矜持のようなものを未だに持っている。

全国の大御所たちがここでやりたいっていうのは、そういう他では得られない空気があるからであって。(中略) やっぱ僕としては、そういうの (若手ミュージシャン) がお客さんの中に混じって見てくれてるっていう環境が、またその子らを育てたり、新しい今まで無かった雰囲気をお客さんの中での雰囲気を生み出したりして。ずっと見に来て

お客さんも「今日なんか若いのがあって面白かったわ」みたいなね。そんなものもあるし。その辺の価値を生んでいかないと、この意味はないですよ。(2023)

僕はこういう仕事やってる以上は、やっぱり自分の考えもあるし。時代にそぐわないかもわかんないけども、この部分だけはちょっと譲れないなっていうふうな部分は、持っておきたいと思うんですよ。なんか頑固じじいみたいなのはね。そういうのがあるところで、その自分の個性を発揮するようなやつに「それでいい、それでいい。他人はわかってくれへんかわからんけど、いい全然いいよ。オッケー、オッケー、やりやり」って言う部分は、やっぱりちゃんと僕は余地みたいなものとして残しておきたいと思うし。バズったもん勝ちとかじゃなくて、なんかおもしろいことやってるし、「ええよ、応援する、応援する」っていうね。そういう理解は示したいなと思うんですよ。「やりたいことや」って言ってあげられるようにしたいなと思ってやってるんだけど。(2024)

アンビバレンスな状況に置かれているジャックライオンも、2025年に25周年を迎える。眞柴氏は「長いという感じが全然しないです」と語っているが、その行く末を見守っていきたい。

本研究は、JSPS 科研費 JP21K12496（基盤研究(C)「ポストコロナのライブエンターテインメント：中小ミュージックベニユーを事例に」）の助成を受けたものです。

註

- 1 「国籍別／目的別 訪日外客数」より作成。
- 2 2020年4月28日にオンラインで、2021年7月22日に対面で、2022年8月9日に対面で、2023年8月11日に対面で、2024年8月9日に対面で実施したインタビューは、引用の末尾にそれぞれ、(2020)、(2021)、(2022)、(2023)、(2024)と表記する。
- 3 帝国データバンク, 2023, 「飲食店」倒産動向調査 (<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000798.000043465.html>)。
- 4 ライブ部「ライブコンサート会場 年別 オープン・閉店数」(<https://www.livebu.com/openclose/>)より。
- 5 コンサートプロモーターズ協会「年別基礎調査報告書」(<https://www.acpc.or.jp/marketing/kiso.php>)による。

参考文献

- Goffman, E., 1963, "Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity," Prentice Hall. (=石黒毅訳, 1970『ステイグマの社会学』せりか書房.)
- Lessig, Lawrence, 1999, *CODE and Other Laws of Cyberspace*, New York: Basic Books. (山形浩生・柏木亮二訳, 2001, 『CODE: インターネットの合法・違法・プライバシー』翔泳社.)
- , 2001, *The Future of Ideas: The fate of commons in a connected world*, Random House. (山形浩生訳, 2001, 『コモンズ: ネット上の所有権強化は技術革新を殺す』翔泳社.)
- , 2006, *CODE Version 2.0*, New York: Basic Books. (山形浩生訳, 2006, 『CODE VERSION 2.0』翔泳社.)
- 大阪市新型コロナウイルス感染症対策本部, 2024, 「大阪市新型コロナウイルス感染症対策記録誌」.
- ぴあ総研, 2023, 『2023 ライブ・エンターテインメント白書』(レポート編、データ編(詳細版))ぴあ.
- VibeLab, 2021, 「Global Nighttime Recovery Plan」(ナイトタイムエコノミー推進協議会, 2021, 2022, 「同(日本語翻訳版)」).

おおた けんじ

甲南女子大学人間科学部文化社会学科准教授