

ライブエンタテインメントの存在

—ライブと音楽消費—

遠藤愛菜（後藤ゼミ）

論文の目次

1. はじめに
2. 「ライブ」と「ライブエンタテインメント」
 - 2-1. 「ライブ」とは
 - 2-2. 「ライブエンタテインメント」とは
3. 音楽とライブ
 - 3-1. 音楽を経験する
 - 3-2. ライブ概念と音楽経験
 - 3-3. 音楽産業とライブ
4. 消費行動
 - 4-1. 消費行動の変化
 - 4-2. 音楽産業と消費行動
 - 4-3. トキ消費とライブエンタテインメント
5. インタビュー調査①：ライブエンタテインメントの需要
 - 5-1. ジャニーズアーティストのライブエンタテインメント
 - 5-2. LDH アーティストのライブエンタテインメント
 - 5-3. ライブエンタテインメントの需要に対する考察
6. インタビュー調査②：有観客と無観客の比較
 - 6-1. 有観客ライブのメリット・デメリット
 - 6-2. 無観客ライブのメリット・デメリット
 - 6-3. 人々が求めるライブエンタテインメント
7. 現代社会のライブエンタテインメント
 - 7-1. ライブエンタテインメントの力
 - 7-2. 終わりに

【注】

【参考文献】

論文の要旨

1. はじめに

ライブエンタテインメントは 2020 年から世界中で感染が拡大した新型コロナウイルスの影響を大きく受けた。

だが、そうした中でも「無観客ライブ」や人数制限ありの「有観客ライブ」など、社会状況に合わせ、行われ続けた。

ライブエンタテインメントは、一見、「不要不急」であり、私たちの生活の中でなくなっても困らないものの一つである。

にもかかわらず、なぜライブエンタテインメントは人々に求められているのか。

こうした問題意識から、私は本稿で、現代社会におけるライブエンタテインメントの存在意義を明らかにする。

2. 「ライブ」と「ライブエンタテインメント」

音楽のライブという概念には、「生演奏」や「生配信」というような「同時的」な音楽体験が可能であるということが重要視されている。

一方、「エンタテインメント」は人々を楽しませる娯楽という意味を持つ。

そこで本稿では、同時的な音楽体験としての「ライブ」に加えて、ライブ前後の娯楽の時間（ライブグッズの購入や、ファン同士のコミュニケーションなど）を含めて、「ライブエンタテインメント」を定義し、研究を進める。

3. 音楽とライブ

たとえ録音された音楽であっても、それが人々の集まった場所や空間で再生され、音楽が

集団的に聴取されるのであれば、その状況はライブだといえる（山田 2017）。

この点を踏まえれば、ライブの基礎的性質は「空間性」や「集合性」「集団性」「共同性」ということができる。

そして、これらの性質を持つがゆえ、ライブでは、音楽経験によって人と人のコミュニケーションを生み、一体感や共同性を感じることができる。これは「ライブエンタテインメント」の力なのだといえる。

4. 消費行動

「モノ消費」から「コト消費」に移行した 1980 年から 1990 年代にかけて、音楽産業において、レコード産業がピークを迎え、その後、低迷している。そして、2000 年から 2010 年では、ライブエンタテインメント産業が増加傾向にある。

ライブエンタテインメントを通して体感できる「コト」は、「いまここ」という限られた時間と空間でしか享受できないからこそ、何よりも価値がある（太田 2019）。

このライブエンタテインメントの非再現性は、昨今の消費行動として考えられる「トキ消費」と繋がる。つまり、ライブエンタテインメント産業が増加傾向にある背景には、人々の消費行動の変化（「コト消費」から「トキ消費」への移行）がリンクしている。

さらに、現代社会において「トキ消費」が求められている要因の 1 つには、新型コロナウイルスの影響を受け人との交流が断たれてしまったことが考えられる。

5.6. インタビュー調査①②

本研究では「ライブエンタテインメント」へ参加したことがある女性 6 名にインタビュー調査を実施した。ライブエンタテインメントの内容や楽しみ方は、アーティストにより異なるため、ジャニーズアーティストと LDH アーティストのライブエンタテインメントを調査対象とした。

インタビュー調査①では両アーティストのライブエンタテインメントにおいて、アーティストとのコミュニケーションだけではなく、参加しているファン同士のコミュニケーションが生まれ、それを一つの楽しみとしている事が分かった。

インタビュー調査②では、オンラインライブにおいても有観客ライブと同様の音楽経験をすることが出来るが、直接的なコミュニケーションができる有観客ライブを求めている事が分かった。

宮入は「ライブは繋がっているという感覚を求めている」（宮入 2019）と述べている。

つまり、ライブエンタテインメントは人との繋がりを覚えることができる一つの娯楽であり、現代社会の人々にとって必要な経験である。

7. 現代社会のライブエンタテインメント

ある一人の女子高生は、医師に余命宣告されたが、「生きているうちでいいから EXILE に会いたい」という想いを支えに、余命三か月を超えても生き続け、ライブに参加した（稲富 2014）。

このエピソードが語るように、ライブエンタテインメントを通して伝えられる、アーティストのパフォーマンスは人々に力や希望を与える。

動画配信をはじめ、多様なデジタル音楽経験があるのにも関わらず、ライブエンタテインメントが求め続けられている理由は、ライブエンタテインメントから得られる力を日常生活への活力にしているからなのだ。

主要参考文献

- 稲富治男、2014、『EXILE 夢の向こうの志』、宝島社
粟谷佳司・太田健二、2019、『表現文化の社会学入門』、ミネルヴァ書房
宮入恭平、2019、『ライブカルチャーの教科書 音楽から読み解く現代社会』、青弓社
山田陽一、2017、『響き合う身体—音楽・グループ・憑依』、春秋社