

日本のロック・フェスティバルにおける

オーディエンスについての一考察

——オーディエンスの実像とその分析——

055067

音楽教育専修

嶋田春奈

指導教員：大澤弘之

指導教員：田中多佳子

<目次>

はじめに	 1
第1章 ロック・フェスティバルとオーディエンスに関する先行研究	 6
第1節 ロック・フェスティバルに関する先行研究	 6
第2節 ロック・ミュージックにおけるオーディエンスに関する先行研究	 9
第3節 ロック・フェスティバルにおけるオーディエンスに関する先行研究	 11
第2章 調査方法とオーディエンスの実像	 14
第1節 調査方法	 14
1. エスノグラフィーについて	 14
2. インタビューについて	 17
第2節 調査対象者の概要	 18
第3節 オーディエンス S のインタビュー	 22
第4節 オーディエンス A のインタビュー	 33
第3章 調査対象者の比較と分析	 46
第1節 オーディエンス S、オーディエンス A の音楽傾向についての比較	 46
第2節 ロック・フェスティバルに関する比較	 47
まとめと今後の課題	 56
引用・参考文献一覧	 59
参考ホームページ一覧	 61
参考資料一覧	 62

<凡例>

「」・・・強調したい言葉
下線・・・強調したい語句

はじめに

「ロック・フェスティバル」。直訳すれば、ロックの祭りである。筆者は以前、学士論文¹において「ロック・フェスティバル」について論じた。目的は、日本におけるロック・フェスティバルの発生や、これまでの変遷をまとめること、そして今後の展望について筆者なりの考えを述べることであった。そして日本におけるロック・フェスティバルの歴史を一通り編修することが出来た。本論文では、以前の研究を発展させようと考えている。

まず、改めて本論文で扱う「ロック・フェスティバル（またはロック・フェス）」について述べなければならないだろう。現在、ロック・フェスティバルについて明確な定義はなされていない²。しかし、研究対象としているものが一体何であるのか、明らかにしておく必要がある。そこで、まず「ロック・フェスティバル」の定義を行う。これはあくまで、筆者が本論文においてロック・フェスティバルを扱う為の定義である。

FUJI ROCK FESTIVAL³等を研究している岡田宏介は、「1997年よりスタートした『フジ・ロック・フェスティバル』を皮切りに、以後続々と類似の競合イベントが登場して今日の活況を呈するに至った、一連の巨大音楽イベント群」[岡田 2004: 186]を現代日本の野外ロック・フェスティバルであるとしている。岡田が言う現代日本の野外ロック・フェスティバルは、筆者の研究対象としているイベントの中に含まれるが、全てではない。今回は、野外で行われるイベントのみに焦点を当てるわけではない。したがって、上記の定義では、本論文における「ロック・フェスティバル」の定義としては不十分である。ここで扱おうとしているのは、ロック・ミュージックを中心に、さまざまなアーティストが出演する大型イベントである。具体例を挙げるならば、日本で開催されている、FUJI ROCK FESTIVAL(略してフジロックとも言われる)やSUMMER SONIC⁴(同、サマソニ)、ROCK IN JAPAN FESTIVAL⁵(同、ロック・イン・ジャパン)、RISING SUN ROCK FESTIVAL⁶(同、エゾロック)である。これらに共通しているのは、①演奏される音楽がロック・ミュージック中心であること、②複数のアーティストが出演すること、③延べ数千人～数万人の集客数があること(大規模である)、そして④ライブ鑑賞以外に聴衆が楽しめる「祭り」としての要素を含んでいること、である。ここで言う「祭り」の要素とは、出店やキャンプ施設、花火等である。単なるライブやコンサートであるというよりも、「イベント」とするのが相応しい。上記の四つの条件に当てはまるイベントを、本論文では「ロック・フェスティバル」と定義する。したがって、公演タイトルにロック・フェスティバルの単語が

入っている単独アーティストのライブ・コンサート、またはライブハウスで開催されるような小規模のイベント等は含まない。

また、日本ではこれらのイベントを「夏・冬フェス」「野外フェス」「都市型フェス」等とも呼ぶ。これは、それぞれのフェスティバルをその特徴ごとに区別した呼称である。雑誌、TV、新聞等のメディアでよく用いられるのは、ロック・フェスティバルやロック・フェスよりも、むしろ夏フェスや野外フェスの方だろう。しかし、夏フェス等の呼び方には、ロック・ミュージックが中心ではないイベントも含まれる。例えば、夏フェスの中にはレゲエを中心とした、横浜レゲエ祭⁷がある。今回は、ロックを中心としたイベントを取り上げるため、本論文では「ロック・フェスティバル（またはロック・フェス）」を用い、基本的には夏フェスや野外フェスといった呼び方はしない。

夏フェス、野外フェスと呼ばれるような、様々な大型イベントがある中で、なぜロック・フェスティバルに焦点を当てるのか。それは、現在日本で開催されているフェスティバルの中でロック・フェスティバルが最も一般的なイベントとなっているからである⁸。ロック・ミュージックを中心にしたイベントの方が他ジャンルのイベントより浸透していると言える。特に夏場は、「野外フェス」としてロック・フェスティバルを取り上げるテレビ番組やラジオ番組、雑誌が多く見られる⁹。衛星放送ではイベントの様子を何時間も放送し、地上波でも特集されるようになった¹⁰。このようなロック・フェスティバルに対するメディアの反応からも、日本においてこれらのイベントが受け入れられていることが窺える。また、現在代表的なロック・フェスティバルは数万人から十数万人の集客数を誇り、この数字からも若者を中心にひとつの音楽文化としての存在感は無視できない¹¹。以上のような状況を踏まえ、本論文ではロック・フェスティバルを扱うこととした。

ここまで、「ロック・フェスティバル」について述べてきた。本論文では以上のようなイベントに参加¹²するオーディエンス（聴衆）を研究対象とする。そして、本論文の目的はオーディエンスの実態を明らかにすることである。ロック・フェスティバルという大規模なイベントには様々な人間が関わっている。主催者、出演者、オーディエンスなど多くの人間が集まり、ロック・フェスティバルが成り立っている。大掛かりなイベントの成功に、チケット代を払い参加するオーディエンスは出資者とも言える。その存在が重要であることは言うまでもない。数千人、数万人のオーディエンスが参加することによって、ロック・フェスティバルは成立する。すなわち、オーディエンスの実態を明らかにすることで、ロック・フェスティバルの成立要因や魅力を明らかにすることが出来るのではないかと考え

た。また、筆者自らも、オーディエンスとしていくつかのイベントに参加した経験があり、一番身近な存在がオーディエンスである。そこで、ロック・フェスティバルの重要構成員であるオーディエンスに着目した。

オーディエンスに関する先行研究は、表面的で全体的なオーディエンス像を述べるに止まっている¹³。それは、その調査方法がアンケート等の量的調査であることも原因であろう。自らが参加し、その眼でオーディエンスを見てきた筆者にとって、実際のオーディエンス像との差異を感じずにはいられなかった。オーディエンスと言っても、結局は個人の集まりである。ロック・フェスティバルに参加している以上、何らかの共通点はあるだろうが、異なった人間である限り全く同じ枠には収まらない。筆者はオーディエンス一人ひとりを個性をもった人間として捉えたい。その人間性を始めとして、オーディエンスとしての在り方などを通して、本当のオーディエンス像を明らかにしたいと考える。その為に、質的調査方法の一つである、エスノグラフィーを用いた調査を行うこととした¹⁴。そして、2人の調査協力者を得ることが出来た。調査対象者を理解し、掘り下げることで、「実際のオーディエンス像」が描き出せるであろう。

これは、あくまでオーディエンスの一例にしか過ぎない。しかし、まずその実態を解明することで、今後の研究に繋がたいと考えている。そこで、本論文では更に、「実際のオーディエンス像」を分析し、これからオーディエンス研究を進める上で指標となるものを抽出する。その際、キーワードとして用いるのが「ブランド」である。

ブランドは、もともとは品質・内容・製造所・所有者などを示す為に家畜・商品などにつけた烙印から始まり、商標を意味する「ことば」（表象、記号）であった。その表象は、会社全体の宣伝活動などの消費者への働きかけやコミュニケーションにより、その商品性に対する消費者の知覚と記憶と相対的経験を通して「商品の選択行動と嗜好・満足度・優越性などの記憶」（経済学のいう選好関係・効用関数）に働きかける手段として理解されるようになっていった。[刈屋 2005：17]

本論文は上記の引用を参考にし、ロック・フェスティバルの選択や嗜好、優越性などに働きかける手段として「ブランド」という言葉を用いる。筆者は拙論文で持論の一つとしてオーディエンスの「ブランド志向」¹⁵を挙げた¹⁶。数々のロック・フェスティバルを一つのブランドとして捉え、その名前自体、存在自体に魅力を感じているのではないかと

う考察を述べた。この「ブランド志向」をオーディエンス像分析の際、一つの視点とする。また、違った角度から「ブランド」を用いた言説が存在する。

フジ・ロックは次第にある種の「ブランド」として広範に認知されるようになり、オーディエンスにとっては新しい音楽の発見の場（見本市）として、またレコード会社にとっては契約ロックバンドの（数万人規模での）プロモーションの機会として無視しえないものとなる。音楽誌メディアの側も…中略…その巨大な影響力にむしろ追随していくかの様相を強める。こうしたプロセスは他の後続イベントも同様であり…後略…。

[岡田 2003 : 116]

以上の岡田の言説から、ロック・フェスティバル自体のブランド化がうかがえる。これを基に、先程とは逆にロック・フェスティバル自体の「ブランド化」がオーディエンスに与えた影響も考察する。さらには、ブランド化を経て得るであろう「ブランド力」についても同様に考える。ここで留意すべき点は、あくまで本論文の目的が実際のオーディエンス像を描くことにある、ということである。「ブランド」をキーワードに分析を行うが、その結果が持つ意味を正しく理解する必要があることを念頭に置おかなければならない。今回の調査対象者は二人である。この二人から言えることが、集団としてのオーディエンス全体に当てはまるわけではない。しかし、本論文で掘り下げたオーディエンス像の分析によって、これからのオーディエンス研究に必要な指標が析出できると考える。

本文の構成は以下のようなものである。まず第1章では先行研究を検討する。その際、ロック・フェスティバル、ロック・ミュージックにおけるオーディエンス、ロック・フェスティバルにおけるオーディエンス、という三つの視点から先行研究を考察する。次に、第2章でまず調査方法を述べた後、エスノグラフィーを用いて今回調査対象者に選定した二人の人物の実際のオーディエンス像を描き出す。それを受け、第3章では、調査対象者の比較を通して分析を行う。ここでは、先述した通り「ブランド」をキーワードとする。最後に、これらの結果をまとめ、今後の課題を指摘し、本論文を締めくくる。

-
- 1 「ロック・フェスティバルについての一考察——日本におけるロック・フェスティバルの発生・変遷・展望——」 京都教育大学 2004 年度卒業論文 2004
 - 2 辞書類に収録されてないという意味で、定義されていないとした。
 - 3 FUJI ROCK FESTIVAL は、1997 年富士天神山スキー場で第 1 回が開催され、第 2 回の東京ベイサイドスクエア開催を経て、1999 年から 2006 年現在まで新潟県苗場スキー場一帯で開かれているロック・フェスティバルである。2005 年の動員数は 125,000 人であった。
 - 4 SUMMER SONIC とは、関東、関西で同時に開催されるロック・フェスティバルである。第 1 回は 2000 年に開催され、現在まで都市部で行われる大規模イベントとして多くの観客を集めている。
 - 5 ROCK IN JAPAN FESTIVAL とは、2000 年から国営ひたち海浜公園で開催されているロック・フェスティバルである。国内のアーティストが多く出演する。
 - 6 RISING SUN ROCK FESTIVAL は、1999 年に RISING SUN ROCK FESTIVAL 1999 in EZO として始まり、2006 年で 7 年目を迎える。最終日は夜通し演奏が続けられ、最後に日の出をみる事が特徴的である。
 - 7 横浜レゲエ祭は、1998 年に始まり現在では 2 万人以上の集客数がある。
 - 8 それは、2006 年に開催されたイベントを見ても明らかである。『日経エンタテインメント!』2006 年 8 月号、特別付録「全国夏フェス 70 本 開幕直前ナビ」参照。
 - 9 2006 年、スカイパーフェク TV では「夏フェス'06 10 日間連続放送」を行い、SUMMER SONIC や ROCK IN JAPAN FESTIVAL の模様を放送した。また、WOWOW では、FUJI ROCK FESTIVAL を放映した。
 - 10 朝日放送の「サマソニ命」という特集番組や、よみうりテレビでの RUSH BALL 06 の放送など。
 - 11 拙稿「ロック・フェスティバルについての一考察——日本におけるロック・フェスティバルの発生・変遷・展望——」 京都教育大学 2004 年度卒業論文、参照。
 - 12 ここで「参加」という言葉を用いるのは、ただ音楽を聴く、ライブを観るだけではなく、その他のイベントとしての要素があるからである。
 - 13 これについては第 1 章第 2 節、第 3 節において詳しく述べる。
 - 14 エスノグラフィーについては、第 2 章で詳しく述べることとする。
 - 15 有名ブランドを身につけたり、所有したりすることによって、自己の優越を誇示しようとする性向や風潮。（「ブランド志向」『大辞泉』小学館 2345 頁 1995）
 - 16 ここでいうブランド志向も先述の「ブランド」に関する言説を踏まえ、より広い意味で用いている。

第1章 ロック・フェスティバルとオーディエンスに関する先行研究

本章では、①ロック・フェスティバルについて、②ロック・ミュージックにおけるオーディエンスについて、③ロック・フェスティバルに参加するオーディエンスについて、という三つの視点から先行研究を検討し、まとめる。第1節ではロック・フェスティバルについての先行研究を分析する。そして、日本でのロック・フェスティバルの成立と発展が主な焦点であったことを明らかにする。第2節では、ロック・ミュージックにおけるオーディエンス研究に着目する。これまでの、概念研究やアンケート調査等から導き出される一般的なオーディエンス像の問題点を指摘する。第3節ではロック・フェスティバルにおけるオーディエンスについての先行研究を扱う。第2節同様、大規模集団としてのオーディエンス像が導き出されていることを明らかにする。そして、本論文でオーディエンスの実態を明らかにすることがオーディエンス研究を発展させる上で重要であることを示し、これを本論文の目的としていることを述べる。

第1節 ロック・フェスティバルに関する先行研究

本節では、これまでのロック・フェスティバルに関する先行研究を検討する。また、はじめに述べたように、本論文ではロック・フェスティバルをロック・ミュージックを中心に、さまざまなアーティストが出演する大型イベントであると定義する¹⁾。

今日若者を中心に支持を集めるロック・フェスティバル（以降本文中は、ロック・フェスと表す）が日本でいつ、どのように開催され始めたのか。筆者はこれを拙論文²⁾の主要な課題として取り上げた。その動機は、日本でのロック・フェスの始まりが、1997年のフジロック・フェスティバル FUJI ROCK FESTIVAL（以下、フジロックと表記する）であるような記述を目にし³⁾、違和感を覚えたからである。実際フジロック以前にロック・フェスは存在しなかったのかどうかを明らかにする為、また日本におけるロック・フェスの歴史を編修するため、その発生・変遷・現状について文献研究を中心として論じた。

その結果、1997年に開催されたフジロック以前にもロック・フェス、またはフェスティバルと呼べるイベントが存在したことを明らかにした。例えば、初期のロック・フェスに

は1969年の「ニューロック・ジャム・コンサート」や1971年の「箱根アフロディーテ」が挙げられる。その後日本では、「ロック・フェスは存在するが、定着したとは言えない」という状態が続いていた。しかし、1997年のフジロックをきっかけとして、現在まで続くロック・フェス・ブームが起こる。サマーソニック SUMMER SONIC やロック・イン・ジャパン・フェスティバル ROCK IN JAPAN FESTIVAL、ライジング・サン・ロック・フェスティバル RISING SUN ROCK FESTIVAL といった（フジロックを含め現在では）4大フェスとも呼ばれるイベントをはじめ、各地で次々にロック・フェスが開催され始めた。⁴

2006年現在も多く、多くのロック・フェスが日本で開催され⁵、夏場を中心に多くのオーディエンスが参加している。そして、先述したように、現在のような大型フェスのブームのきっかけとなったのは、「フジロック」である。それは、フジロックがロック・フェスの先駆けであるような記述が存在することからも明らかである⁶。フジロックの存在は他のロック・フェス以上に注目すべきであるという見方から、このイベントを中心対象としている研究がある。社会学の立場からロック・フェスティバルを研究している岡田は「フジロック・フェスティバルは、九〇年代後半から今日にかけて、様々な側面においてもっとも成功した、存在感のある音楽イベント」[岡田 2003: 103] であると述べ、「フジロックの定着と成功は、そのもっとも端的な余波として、日本各地における同種の野外ロック・イベントの相次ぐ登場・乱立をもたらす」[岡田 2003: 114] としている。つまり、数々のロック・イベント（岡田は主として、野外ロック・フェスティバルを対象としているが、これには、筆者が対象としているロック・フェスに含まれる）が誕生したきっかけにはフジロックの成功があることを示している。そして、それはその後のロック・フェス・ブームに影響しているという。これを踏まえれば、フジロックの成功要因を探ることが、他のロック・フェスの成功要因に繋がると言えるだろう。

また、岡田は2003年の論文で、フジロックのメディアによるポピュラー化を中心課題として据えている。

今日まで紆余曲折を経たこのイベントの社会的軌跡は、まずは産業側が新たなイベント・スタイルを提示し、それに呼応した一群のロック系音楽誌メディアの「文化仲介者」としての盛んな働きかけを媒介として定着し、さらにより広い社会空間へと様々な形でその影響力を伝播・浸透させつつある。[岡田 2003: 121]

このように、フジロックを事例として、文化生産の過程の中で、メディアが果たした役割の重要性を明らかにしている。

その他にも、岡田は現代日本の野外ロック・フェスティバルとそれ以前の 60～70 年代の野外ロック・フェスの間には、構造上異なる点があるという見方も示している⁷。筆者は拙論文において、欧米のロック・フェスの歴史についても調査した⁸。アメリカ合衆国で 1969 年に開かれた「ウッドストック・ミュージック & アート・フェア Woodstock Music and Art Fair」を始めとし、60～70 年代欧米では多くのロック・フェスが開催された。しかし、その背景には、「対抗文化」が存在していた。若者が親や政府、社会に反抗心を持ち、それまでの商業的な文化を否定するような思想、運動があった。ロック・フェスもその思想の影響を受けていた時代である。ロック・フェスは対抗文化の象徴として存在し、そこにはロックの商業化に反対する動きがあった。岡田は、60～70 年代の野外ロック・フェスティバルの発展プロセスを、

「みんなが理想を掲げて」行動すること——すなわちイベントを「反商業主義」的に実践しようとする——が、結果として、会場内外の混乱やイベント運営上のさまざまな困難をひきおこす。同時にそれは主催者側の経営的困窮を帰結して、フェスティバルの継続的な開催をしだいに不可能なものにしてゆく。[岡田 2004 : 187]

と、述べている。ただし、60～70 年代の野外・ロック・フェスティバルといっても、日本と欧米では大きく状況が違うことも論じている。それは、ロック産業やロック・ミュージシャンの立場から見る商業主義、反商業主義といった点においての相違を指摘している。これに対し、現代日本の野外ロック・フェスティバルについてはフジロックを例に取り、

そこには、かつての若者たちが表明した、産業と貨幣交換のロジックへの激しい対抗姿勢はほぼ見出すことができない。かわって垣間見ることができるのは、むしろそれへの過剰なまでの適応・順応ぶりではないだろうか。[岡田 2004 : 187]

としている。現代日本の野外ロック・フェスティバルにおいては、『オーディエンス』はすでに単なる『消費者』の域を超えた、文化創出の現実的なスポンサー」[岡田 2004 : 194]

なのである⁹。60～70年代も現在も、野外ロック・フェスティバルという形態をとり、表面上は同じようにみえるイベント群も、その背景にある思想が異なることを示している。しかし筆者は、フジロックの例のみで、現代日本の野外ロック・フェスティバル全体を総括することは不可能であると考ええる。果たして他のロック・フェスにおいて「オーディエンスのスポンサー化」が見られるのかどうか、この点には更なる研究の必要性を感じる。このオーディエンスのスポンサー化については、フジロックで見られる現象として捉えておくべきであろう。

以上のように、岡田の言説を中心にロック・フェスに関する研究をまとめてきた。そして、この分野の研究自体がまだまだ少ないことが明らかとなった。そして、これまでのロック・フェス研究は、それ自体が発展途中であると同時に、その内容は、筆者自身の研究も含め、ロック・フェスの歴史や、成立過程・要因についてであると言える。更なる、ロック・フェスに関する研究の必要性を感じた。筆者は、ロック・フェスの成立にはオーディエンスが欠かせない要因であると考ええる。先述したロック・フェス研究においてオーディエンスについての言及もあったが、よりオーディエンスの本質に着目した研究の必要性について次節以降で指摘したい。

第2節 ロック・ミュージックにおけるオーディエンスに関する先行研究

音楽にとって、聞き手、聴衆、リスナーそして、オーディエンスと呼ばれる存在は、無くてはならない。本節では、ロック・ミュージックの受けてとしての存在「オーディエンス」に関するこれまでの研究についてまとめる。

メディア研究やポピュラー音楽研究を行っている栗谷は、「ロック」の意味という問題について、サイモン・フリス Frith, Simon を中心としたそれまでの社会学的な言説を用いて検討している¹⁰。その過程で、ロックのコミュニケーション過程におけるオーディエンスの重要性を指摘している。本節ではこれに注目してみたい。栗谷は、オーディエンスが音楽に対してどのように意味付与を行い、そして何故重要なのかという問題を通し、オーディエンスとポピュラー音楽が生み出す新たな「意味」の可能性を提示している〔栗谷 1998 : 24〕。スチュアート・ホール Hall, Stuart らが指摘したそれまでのオーディエンス研究に対する問題点と、展開について考察しているのだが、注目したいのは、その中でエスノグラ

フィーを用いた研究に触れている点である。エスノグラフィーの手法を使いながらオーディエンス研究を行っているシャウン・ムーアーズ *Moore, Shaun* は、オーディエンスが一ヶ所に集まる「群集」という言葉で語られるような、ネガティブな存在であるという考えを退け、日常生活におけるメディア受容を議論しているという[栗谷 1998:30]。同じく、フランスのミシェル・ド・セルトー *De Certeau, Michel* のオーディエンスの実践についての議論にも注目している。栗谷が、これらのオーディエンスに関する考え方が、エスノグラフィーによる調査にも有益なヒントを提供しているのでは、と指摘している点が興味深い。しかし、エスノグラフィーを用いた具体的な手法や研究結果についてではなく、その研究概念、オーディエンス概念についてのみ触れられている。筆者は、これらの概念的なオーディエンス論以上に、具体的なオーディエンス研究が必要であると感じる。

より具体的なオーディエンス研究において、その対象が本論文とも通ずるという点で注目すべき研究がある。家族関係について研究を行っている吉光正絵は、ロック・コンサートとそこに集まる「オッカケ」と呼ばれる青年期未婚女性に着目し、そこから彼女達の行動と家族状況との関係を抽出しようと試みた¹¹。ここで用いられている方法は、完全参与観察と質問紙調査（アンケート）である。主としては質問紙調査であり、その結果を、数量化第三類分析、クラスター分析を用いて数値的にオッカケ行動と家族状況の相互関係の析出を試みている。結果として、それらの相互関係は数値として明らかになっているが、吉光自らも指摘しているように、より精密な研究が必要であると言えるだろう。また、完全参与観察を行ってはいるが、それが活かしきれていないことも指摘したい。質問紙を用いた量的調査を主な分析材料としているのだが、その前提として行った完全参与観察で更にインタビューなどを実施すべきであったのではないだろうか。そして、質問調査と併用し、量・質的に充実した研究結果が得られたのではないかと感じる。これからの研究に期待したい。

以上、現在までのロック・ミュージックのオーディエンスに関する研究について検討した。そして、オーディエンスの概念的に捉える研究の存在が明らかとなった。しかし、これまでしばしば指摘されているように、オーディエンスは決して画一的な存在ではない¹²。よりオーディエンスの本質に触れる研究が必要であると言える。そして、その為のエスノグラフィーは有効な方法である。

また、オーディエンス研究における量的調査法を用いた研究についても取り上げたが、そこから導き出されたものはオーディエンスの概念研究に見られるように、表面的、画一

的なオーディエンス像であると言える。これは、オーディエンス（＝大衆）の持つ特徴の一部である。オーディエンスの実像を明らかにする為には、量的調査方法による研究に加え、より質的な研究が必要であると言える。

第3節 ロック・フェスティバルにおけるオーディエンスに関する先行研究

本節では、ロック・フェスに参加するオーディエンスについてどのような研究がなされてきたのか、先行研究を検討しまとめる。また、その中で、オーディエンスの本質に触れる研究がまだなされていないことを明らかにし、本論文でオーディエンスに関してより深く掘り下げる意義について述べる。

ロック・フェスに関する先行研究は、その成立や発展、成功要因に触れられたものが主であった。同時にロック・フェスにおけるオーディエンスは、ロック・フェスの構成要素の一つとして着目されてはいるものの、そこで語られているオーディエンス像は筆者の知りうるそれとは齟齬を感じる。

例えば、岡田が述べる『『成熟』したコア・オーディエンス」[岡田 2003 : 109] 像や、「オーディエンスのスポンサー化」[岡田 2004 : 193] である。「成熟」したコア・オーディエンスとは、音楽雑誌等のメディアの影響を受け、オーディエンスがフジロックに適応しうる存在として主体化したものである。岡田が行ったアンケート調査によると約 75%が「音楽雑誌をよく読む」「たまに読む」と回答し、雑誌等のメディア上での理想のオーディエンス像を受けて自らをコア・オーディエンスとして構築していくという [岡田 2003 : 113]。このアンケートが全体の動員数¹³に対し 429 人という少人数であったことは勿論、メディアの影響でオーディエンスとして主体化するという点が、（岡田の研究がフジロックというイベントに焦点を当てているとしても）一般的なオーディエンスのある側面でしかないことを指摘したい。確かにそういった傾向のオーディエンスの存在は否定できないが、それがオーディエンス全体に当てはまるとまで言うことは出来ない。また、筆者の知人でフジロックに参加経験があるオーディエンス¹⁴は、音楽雑誌を限られた場合にしか読んではいない。その限られた場合とは、好きなアーティストが掲載されている時である。そして、ロック・フェスの特集だからと音楽雑誌を買うのは、参加後である。このオーディエンスの場合、音楽雑誌から理想のオーディエンス・モデルを読み取っているとは言えない。こ

のように、フジロックに参加するオーディエンス全体を一つの枠に捉えることは極めて困難である。

また、岡田の述べるもうひとつのオーディエンス像、「スポンサー化するオーディエンス」も同様に指摘したい。確かに、フジロックにおいてオーディエンスがスポンサー化した現象は否定できない。しかし、これもオーディエンス全体に対して適合するかどうかは疑問である。また、フジロックの現象が、他のロック・フェスにも見られるかどうかは、検証されていない。

オーディエンスは、ロック・フェスに参加することによって、あたかも一つの大きな集団のように感じる。しかし、実際は個々の小集団の集まりであり、個人の集まりである、と捉えることはオーディエンス研究において重要な視点であると考え。ロック・フェスに参加しているという点でのみ共通しているが、実際に求めるものや、嗜好は異なっていて然りである。オーディエンスは確かに主体化し、スポンサー化しているのかもしれない。しかし、個々のオーディエンスが如何にしてオーディエンスとなりうるのか、またオーディエンスとしてロック・フェスに何を求めているのか、その実態を知る為にはよりオーディエンスを深く掘り下げる必要があるだろう。そのために、筆者はエスノグラフィーを用い、特定のオーディエンスに焦点を合わせた研究方法をとる。そこで、実際のオーディエンス像を明らかにし、それをひとつのケースとして、より多くのオーディエンスを研究するための指標を発見したいと考える。

その指標として、有効ではないかと思われるキーワードを以下の言説から見出した。それは、「ブランド」¹⁵である。

フジロックは次第にある種の「ブランド」として広範に認知されるようになり、オーディエンスにとっては新しい音楽の発見の場（見本市）として、またレコード会社にとっては契約ロックバンドの（数万人規模での）プロモーションの機会として魅しいえないものとなる。音楽誌メディア側も…中略…その巨大な影響力にむしろ追隨していくかの様相を強める。こうした、プロセスは他の後続イベントも同様であり…後略…。[岡田 2003 : 116]

ここでは、ロック・フェスの「ブランド化」が述べられている。また、筆者は以前の研究において、日本人の「ブランド志向」¹⁶がロック・フェスの目覚ましい発展に繋がっている

のではないかと、という仮説を立てた。これは、高級ブランド店の相次ぐ日本出店など¹⁷、日本人のブランド志向が多く語られていることに着想を得たものであるが、検証の段階には到らなかった。本論文で、改めて一つの着目点として捉えてみたいと考える。第2章においてエスノグラフィーを用い特定のオーディエンスの実態を描き出した後、分析を行う上でこれらを切り口として検討する。

-
- ¹ 詳しくは、序章を参照。また本節で挙げる論文には、筆者と異なった定義をしているものもあり、且つロック・フェスティバル（ロック・フェス）以外の名称を使用している場合もある。
- ² 拙稿「ロック・フェスティバルについての一考察——日本におけるロック・フェスティバルの発生・変遷・展望——」京都教育大学 2004 年度卒業論文 2004
- ³ 例えば、『日経エンタテインメント！』2004 年 4 月号の記事に「日本で大型ロックフェスが盛んになったのは、97 年に山梨県の天神山で開かれたフジロック・フェスティバル以降。」と書かれている。
- ⁴ 拙稿「ロック・フェスティバルについての一考察——日本におけるロック・フェスティバルの発生・変遷・展望——」より。
- ⁵ 『日経エンタテインメント！』2006 年 8 月号特別付録参照。
- ⁶ 前掲『日経エンタテインメント！』2004 年 4 月号より
- ⁷ 岡田宏介「音楽／貨幣／ハビトゥス——現代日本における「野外ロック・フェスティバル」の秩序——」『ソシオロギス』28 号 185～201 頁 2004
- ⁸ 以下、拙稿「ロック・フェスティバルについての一考察——日本におけるロック・フェスティバルの発生・変遷・展望——」による。
- ⁹ これについては、第3節で詳しく述べる。
- ¹⁰ 栗谷佳司「ロックの『時代精神』からオーディエンスへ——文化研究とポピュラー音楽——」『ポピュラー音楽研究』第2号 23～34 頁 1998
- ¹¹ 吉光正絵「ロック・コンサートに集まる青年期未婚女性のオッカケ行動と家族状況——首都圏・関西地方で行われたあるバンドのライブで行った調査から——」『日本家政学会家族関係学部会誌』第16号 1～11 頁 1997
- ¹² 前掲 栗谷「ロックの『時代精神』からオーディエンスへ——文化研究とポピュラー音楽——」より。
- ¹³ 10 万人を超える動員数。
- ¹⁴ 第2章で述べる、調査対象者 S さん。
- ¹⁵ 序文を参照。
- ¹⁶ 有名ブランドを身につけたり、所有したりすることによって、自己の優越を誇示しようとする性向や風潮。「ブランド志向」『大辞泉』小学館 2345 頁 1995
本論文では、更に広義の意味で「ブランド志向」という言葉を用いる。例えば、ロック・フェスに参加している自分に対して誇りを感じていたり、ロック・フェスに参加すること自体に特別な意味を感じている場合も「ブランド志向」に当てはまるものとする。
- ¹⁷ 例えば、2000 年の朝日新聞の記事には、ヴィトングループの日本出店が取り上げられている。

第2章 調査方法とオーディエンスの実像

本章では、本論文で用いる調査方法の概要を述べると共に、調査対象から収集したデータをまとめ、調査対象者の人物像を浮かび上がらせる。まず第1節では、調査方法について述べる。本論文の目的はロック・フェスに参加するオーディエンスの実像を描き出し、分析することである。よって、調査方法は質的調査のひとつであるエスノグラフィーを用いることが適当であること示す。次に第2節で、調査対象者の基礎情報や音楽イベント参加記録をまとめ、調査対象者の概要を明らかにする。ここで用いる収集データは、調査対象者に行ったアンケート調査と提供してもらった音楽イベント参加記録である。そして、第3節、第4節では収録したインタビューを再構築し、調査対象者のエスノグラフィー（民族誌）を描き出す。

第1節 調査方法

1. エスノグラフィーについて

「ロック・フェスに参加するオーディエンス」と一言で表せる人々が、本来個別の人間の集まりであることを忘れがちではないだろうか。＜オーディエンス＞は（イベントによって）数万人、十数万人にも上る人々の総称である。けれども、「オーディエンス」は、個人を指す言葉でもある。筆者が本論文で対象とするのは後者である。総称としての＜オーディエンス＞を対象とする場合、調査方法として有効なのはアンケートなどの量的調査法であろう。しかし、大規模なアンケート調査を行うことは、個人的調査の範囲では難しい。つまり、多数のオーディエンスに対して十分な調査をすることが現段階では不可能である。この点については、筆者が拙論文においても指摘している¹。また、例えば大規模なアンケート調査が可能であったとしても、それは本論文の目的にはそぐわないのである。数字から描き出せるオーディエンス像は、画一的で表面的である可能性がある。先にも述べたが、イベントによって十数万人にも上る人々を、ただ単にひとつの集団＜オーディエンス＞として捉えることには抵抗を覚える。彼らは、ロック・フェスに参加するという目的で一箇所に集まっているが、その空間の中においては決して纏まった集団ではない。これは、筆

者のこれまでのロック・フェスへの参加経験から感じた正直な感想である。つまり、アンケート調査によって導き出されたオーディエンスの特徴は、オーディエンスをひとつの集団として捉えたときにのみ有効であると同時に、個人たる「オーディエンス」の側面にしか過ぎないのだ。そこから、大衆の傾向は見えてくるが、大衆の中の個人は見えては来ない。本論文で「オーディエンス」の実態を明らかにすることを目指す限り、量的な調査は適当でないと判断した。

繰り返すが、筆者が本論文で明らかにしたいのは、個人としての「オーディエンス」の実態である。個々の人間が如何にしてオーディエンスとなるのか、またロック・フェスをどう認識し、参加する意味をどう感じているのか。それらを明らかにする為には、アンケートのような量的調査を行い全体的な傾向を示すよりも、質的な調査で本当のオーディエンス像を浮かび上がらせることの方が有効である。そこで、本論文では「エスノグラフィー」を研究方法として採用する。

エスノグラフィーの定義については、様々な記述があることがわかった。社会学者の佐藤郁哉は、エスノグラフィーについて以下のように述べている。

この言葉には、少なくとも三つの意味があります。まず第一に、これを「民族誌」あるいは「調査モノグラフ」と訳せば、それは、フィールドワークの結果をまとめた^{モノグラフ}報告書ということになります。次に、エスノグラフィーは「民族的アプローチ」とも訳されますが、この場合は、フィールドワークという調査の方法あるいはその調査の作業やプロセスそのものを指します。さらに、第三の意味を表わす訳語として、少し古い用法ですが、「民族誌学」というものもあります。この言葉は、「記述民族学」とだいたい同じ意味です。…中略…現在の用法では、エスノグラフィーという言葉は、第一か第二の意味で用いることがほとんどですが、実際にはこの二つの意味は重なりあっています。ですから、何かについての^{エスノグラフィー}民族誌という時、多くの場合は、①その対象についてフィールドワークという方法を使って調べた研究、②その調査の成果として書かれた報告書、という、二つの意味が含まれます。[佐藤 2002 : 285]

また、心理学・社会学研究者の箕浦康子は、

エスノグラフィーとは、他者の生活社会がどのようなものか、他者がどのような意味

世界に生きているかを描くことである。その人たちが世界をどのように見て、何を喜び、どのような行動をとるのか、その背後にあるその人の文化を描くことである。[箕浦 1999 : 2]

と述べている。このように表現は様々であるが、これらの本質は同じである。つまりエスノグラフィーの目的は、ひとつの文化を描き出すことだと言えるだろう。そして、そのためにフィールドワークの方法を用いる。筆者は、現代のロック・フェスに参加する「オーディエンス」という文化を描き出したいのである。そして、それはいったいどういう意味を持つのか。

エスノグラフィは、人類学者が、人間の社旗と文化を研究するうえで用いる質的調査方法のひとつの形態である。…中略…まず、第一に、データ収集のさいに用いられる一連の方法である。そして、第二に、エスノグラフィの技法を用いた調査の記述記録である。…中略…エスノグラフィは、データの社会的解釈なのである。[メリアム 2004 : 18-20]

つまり、ひとつの文化を描き出し、そしてそれを社会的に解釈するという目的において、エスノグラフィーは有効な調査方法である。以上のような文献を参考とし、本論文ではエスノグラフィーを調査方法として用いる。

具体的に使う技法については以下の引用を参考とする。

一般的なデータ収集の技法としては、インタビューや文献の分析、生活史の検証、調査日誌の作成、参与観察などがある。[メリアム 2004 : 19]

調査対象者へのインタビュー調査、聞き取り調査、生活史・音楽イベント参加記録の検証、参与観察を行い、そこから得た情報・データを用いて、オーディエンスのエスノグラフィー（民族誌）を描き出す。

本論文で対象とするのは、ロック・フェスに参加経験のある「オーディエンス」2人である²。複数の協力者が得られたことで、それぞれのオーディエンス像を比較することが可能となった。そして、その比較から明らかとなる共通点や相違点は、オーディエンス研究

における新たな指標を得る上で、注目すべき点である。

2. インタビューについて

第3節、第4節では、調査対象者がロック・フェスをどう捉え、またどのような過程でオーディエンスとなったのか、インタビューを再構成し、それぞれの人物像を浮かび上がらせる。ここで、インタビューを行う際の手順や留意点、具体的な状況について述べる。

インタビューを行う上で、質的調査やエスノグラフィーについて書かれた文献を参考にした³。それらをもとに、調査対象者に2回ずつのインタビュー（録音有り）と、聞き取り調査（録音無し）を行った。インタビューは、十分な情報が得られると筆者が判断した時点で終わっている。インタビューの日時や場所の設定は調査対象者の希望を考慮し決定した。インタビュー場所は、公園や喫茶店、調査対象者の自宅である。

次に、行ったインタビュー収録の状況について述べる。筆者は、あらかじめ必要と思われる質問項目を想定し、簡単なメモを用意した。資料12は、第1回インタビューで用いたものである。インタビューは以下の手順を経て始めている。

- ① 本論文の趣旨を説明し理解を得る。
- ② 録音及びインタビューの使用許可を得る。

また、インタビュー中、重要な発言はノートに書き残すようにした。またインタビュー収録前後に注目すべき発言があった場合も書き留めた。この聞き取った内容も資料として用いる。

1回目のインタビューでは、資料12にあるように、ロック・フェスについての概略的な質問を中心に行い、2回目はそれぞれ1回目の回答内容から発展させた質問項目を設定し、行った。但し、設定した質問項目はあくまで目安として用いている。それぞれの対象者によって、質問の順番や聞き方は異なっている。また、会話の発展具合、雰囲気によって項目以外の質問を行っている。

インタビュー録音は、全て文章に起こし、付録に掲載している⁴。ここで、1回目と2回目のインタビューで、言葉遣いが異なっていることについて述べておく必要がある。これは、意図的なものである。1回目のインタビューは、インタビューの録音が念頭にあったため、敢えて対象者に対して通常とは違った、丁寧な言葉遣いで行った。しかし、普段の会話と雰囲気が異なった為か、両方の調査対象者にやや話しにくい様子が見られた。これ

は、筆者の力量不足であることも自覚している。そこで、より調査対象者が本心を語れるように、2回目からは自然な会話（普段の会話）を目指した。その為、筆者と調査対象者の間で普段用いられる話し方でインタビューを収録した。したがって、インタビュー録の掲載にあたって、一部論文では不相当だと判断した部分⁵を、その文脈や内容が変わらない程度に修正した。その作業では、発言の本質が損なわれることが無いよう充分留意した。また、会話中にお互いの意思疎通が出来ている為に省かれている言葉や、略されている単語は、文脈を理解する上で必要だと思われるものに関して括弧付けで補足している。

第2節 調査対象者の概要

本論文ではエスノグラフィーを調査方法として採用し、特定の人物に焦点をあてることとした。本節では筆者が選定した調査対象者の基本的な情報をまとめ、その人物の実像を明らかにする。

調査対象を選定する段階において、筆者がその人物を深く知る為の時間や環境が整っていなければならなかった。そして、研究に協力できるという本人の意思が必要であった。そこで、

- ① 比較的筆者の身近である（関西及び京都在住）。
- ② ロック・フェスに参加経験がある。
- ③ オーディエンスの中で大部分を占める10代後半から20代前半の若者である。
- ④ 調査に協力できる。

以上四つの条件に当てはまる人物を今回の調査対象者として選び出した。その結果、「オーディエンスS」、「オーディエンスA」という2人の協力者を得ることができた。両者のプライバシーを考慮し、仮名（イニシャル）を用いることとした。

付録の資料1はオーディエンスS（または対象S）、オーディエンスA（または対象A）に行ったアンケート結果を中心に基礎情報を表にまとめたものである。資料8、資料9はそれぞれに行ったアンケートの回答である。資料1では、アンケート以外にオーディエンスS、オーディエンスAから聞き取った情報も扱っている。そして、資料10、資料11はS、Aのライブ及びコンサート参加記録である。記録の対象期間は、それぞれがチケットや日記等から参加が確認できたものである。両者に関連資料を提供してもらい、筆者が表として

まとめた。したがって、日時やイベント名が不明なものも含まれていると共に、それぞれの記録には欠落している可能性がある。しかし、2人の積極的な協力を得ることが出来、殆どの記録は収録できた。資料 10、11 の中で、フォントが赤色であるイベントは、筆者がロック・フェスに当てはまると判断したものである。以下、データから読み取れる情報をまとめる。

まず、2人の共通点は、20 代前半の女性であることだ。年齢に関しては、彼女達を調査対象に選ぶ過程でも重要視した。2006 年現在 20 代前半であるということは、(年齢や彼女達の経歴を調べた結果からも) 第 1 回フジロックが開催された 1997 年以降に中学生や高校生としての学生生活を送っていたことがわかる。第 1 章で述べたように、フジロックの成功は、それ以降の同様のイベント群が立ち上がって行く上で重要である。そして、ロック・フェスにとってオーディエンスは重要な存在であるとともに、その中心は若者である。これは、拙論文でも述べたとおりである⁶。つまり彼女達は、フジロックの成功とその他のロック・フェスの発展を担う上で重要であった世代(当時から現在まで若者世代)に当てはまる。実際に資料 10、資料 11 からは、両者が高校時代に最初のロック・フェスに参加していたことがわかる。オーディエンス S は 1999 年の Augusta Camp 99⁷、オーディエンス A は 2002 年の Monster baSH 2002⁸である。但し、この二つのイベントを彼女達が最初に参加したロック・フェスであるとする考えは筆者の定義に基づく。彼女達がどのような認識を持っているのかについては、次節以降のインタビューで明らかとなる。

次に、アンケート結果を参照する。資料 8、資料 9 によると、オーディエンス S、A はそれぞれ音楽に対する関心が「ある」、「かなりある」と答えている。同様にロックに対する関心についても、オーディエンス S は「ある」、オーディエンス A は「かなりある」と回答している。両者とも、音楽やロックに興味を持っていることを認めている。実際、どの程度音楽に関する出費があるのか検証する。購入する CD の枚数について、オーディエンス S は中古で購入することが多いようで、月に買う枚数は 1～2 枚である。中古は、定価の半額から安ければ 500 円前後でも売られている。それに対し、オーディエンス A は月に 0.5 枚とあまり購入しないが、定価で購入しているようだ。また、音楽をダウンロードすることがあるようである。音楽のダウンロードは一曲につき 200 円程度である⁹。また、オーディエンス S、A 共にレンタル店を利用している。オーディエンス S は音楽のダウンロードをしないと答えている。以上のことから、月に音源入手の為に金額はそれぞれ数千円であることがわかる。そして筆者が接する中で、両者共、ポータブル音楽プレーヤーを愛用して

いることがわかった。つまり、低価格で音源を入手し、ポータブル音楽プレーヤーで日常的に聴くという、音楽聴取スタイルが見える。かける金額は高いとは言えないが、音楽は日常生活において常に身近なものであることが窺える。

次に、資料 10、資料 11 を中心にオーディエンス S、A の音楽イベントへの参加について考察する。資料 11 を分析すると、S は 1999 年から 2005 年¹⁰の 7 年間は 1 年間あたり平均 25.4 回ライブ等に足を運んでいる。彼女の音楽イベント参加記録をグラフにしたものが資料 5 である。1998 年以降ライブやコンサートへの参加数は上昇し、2003 年をピークに下降している。また、ロック・フェスへの参加も 2003 年が最も多い。オーディエンス S にとって、2003 年は最も音楽イベントに参加しやすい環境が整っていたと予想される。つまり、参加意欲や時間の余裕、金銭面での余裕があったのではないかと考えられる。しかし、それ以降は徐々に参加回数が減少傾向にあり、これには、学生生活を終え自由な時間や金銭的負担が増えたことが関係しているだろう。年間平均 25.4 回という数字は、そのチケット代を 3000 円程度と仮定しても 76200 円支払っていることになる。実際はこれ以上の価格のチケットもある。S はライブハウスへ足を運ぶことが多く、一回につき 500 円から 600 円のドリンク代も必要である。また交通費もかかっている。つまり、年間十万元以上は音楽イベントへの支出が予想される。

対するオーディエンス A は、資料 11 を分析すると、2000 年から 2005 年¹¹は平均して年間 4.8 回音楽イベントに参加している。資料 6 は A の音楽イベント参加記録をグラフに表したものである。彼女の場合、ライブ・コンサート等への参加は年々増加している。しかし、ロック・フェスへの参加は 2004 年がピークであり、その後は減少している。資料 1 によると、高校卒業後は都市部の専門学校に進学している。これは、A にとって音楽イベントに参加しやすい環境が整ったことに繋がるだろう。その後、2005 年には就職していることから、時間的な余裕が減り、ロック・フェスのように長時間のイベントへの参加は困難になったと考えられる。オーディエンス A が参加しているイベントは、比較的有名なアーティストのものが多く、そしてそれは、大きな会場でのライブやコンサートである。また関西圏以外の公演へも赴いている。以上のことから、チケット料金を一公演 6000 円程度だと仮定して、年間 28800 円。ただし、これ以上の価格のチケットも含まれている。そして、関東や四国などの遠方へも参加しているため、交通費・宿泊費用等は数万円である。つまり、彼女の場合も音楽イベント参加に年間平均十万元以上かけていることがわかる。

次に、オーディエンス S とオーディエンス A の音楽イベント参加記録を比較する。資料

2から、参加回数は圧倒的に対象 S の方が多いことがわかるように。グラフ上からは、S がより音楽イベントに興味を持っているように読み取れる。これは、それぞれの音楽傾向やこれまでの生活環境によるものであると考える。S は、関西近郊の小規模な音楽イベントに参加することが多いのに対し、A は関西圏以外も含めた比較的費用のかかるイベントに参加している。常に関西在住のオーディエンス S にとって、関西近郊のイベントに行くことはこれまでも現在も難しいことではない。そして、現在 S はフリーターであるが、実家で家族と同居している為、家賃や生活費などの面で負担は少ない。時間的に制約の少ない彼女の方がライブやコンサートにより行きやすい状況であると予想できる。逆に、オーディエンス A は高校時代地方在住で、家族と同居していた為、ライブ・コンサート等に足を運ぶ機会に、それほど恵まれていなかった。専門学校に入学し、都市部へ移り住んだことで、音楽イベントへの参加が以前より可能となった。そして現在は社会人となり学生時代に比べ、金銭的な余裕も出てきている。趣味にどの程度お金をかけるか、自ら決定権を持つようになった。但し、実家暮らしではないため、家賃、生活費等を負担しており、収入のうち趣味に当てられる範囲は限られているはずである。そして、オーディエンス S に比べオーディエンス A は一公演にける金額が高い。これは、資料 11 や資料 9 を分析して明らかとなった。以上のことから、オーディエンス S の方がより多くの音楽イベントに参加している、という結果に繋がっていると考ええる。

資料 2 が 2 人の音楽イベント参加記録を西暦で比較したものであったのに対し、資料 3 は年齢で比較したものである。対象者はそれぞれ 20 代前半であるが同学年ではない為、年齢ごとの比較も行った。これを見ると、資料 2 のように、回数自体はオーディエンス S が上回っているが、同じように折れ線グラフが右肩上がりになっていることがわかる。両者とも、年を追うごとに音楽イベントへの参加が盛んになっている。生活環境や、興味の範囲は異なっているが両者が、共に音楽イベント参加回数が増えていることが興味深い。

ロック・フェスの参加回数はオーディエンス S が 1999 年から 2005 年¹²まで年間平均 2.9 回、オーディエンス A は 2002 年から 2005 年まで¹³の年間平均が 1.3 回である。ロック・フェスは比較的値段が高いものが多く、また開催数や期間、開催場所が、通常のイベントとは異なっているため、それほど参加回数が多くはならないことは予測できる。資料 5、資料 7 はオーディエンス S、A が音楽イベント全体に対し年間どのぐらいの割合でロック・フェスに参加するのかをグラフで表したものである。A の方が数値的に高い割合を示しているが、それはライブに参加する回数自体が S に比べて少ない為である。普段から音楽イベ

ントに多く参加しているオーディエンス S の方が、ロック・フェスの参加頻度も高いことに注目する。

以上、資料から読み取れるオーディエンス S、オーディエンス A の情報を分析した。次節から、オーディエンス S、A に行ったインタビューをそれぞれの人物像が浮かび上がるように再構成する。

第3節 オーディエンス S のインタビュー

本節ではオーディエンス S のインタビューを、ロック・フェスに対する考えやオーディエンスとしての在り方をキーワードとして再構成する。第2節でも述べたが、オーディエンス S は、音楽イベントに年間平均 25.4 回参加している。また、ここ数年においては、年間 40 回を超えるライブやコンサートに足を運んでいる。音楽に対する関心やロックに対する関心もあると答え、彼女の生活において、音楽に触れるということは重要な地位を占めていると言えるだろう。オーディエンスは普段どのようなことに興味を持っているか尋ねた。

H：音楽以外で興味があることはありますか？

S：あります。

H：例えば？

S：絵とか写真とか。

H：絵とか写真とかにどのくらい（お金を）かけてるのかわかる？

S：写真は結構かけてる。

H：写真にどのくらいの割合かけてるの？

S：うーん。基本（的に）お金が無いから。

H：値段とか、金額とかではなくて、一番どれにかけてる？

S：それはたぶん写真。カメラ代とか機材代とかが一番かかってるかな。

H：その次に音楽？

S：うんうんうん。絵にはかけへんし。写真集見たり、美術館行ったり。

H：音楽は CD 買ったり、ライブに行ったり。

S：うん。雑誌を買ったり。

[オーディエンス S 第2回インタビューより]

資料1によれば、Sは写真の技術を学ぶ為、高等学校卒業後専門学校に進学している。現在も、一般的な肩書きとしてはフリーターに当てはまるのだが、様々な機会を得て、カメラマンとしても活動している。その中には、関西で開かれたロック・フェスでのオフィシャル・カメラマンの経験も含まれる¹⁴。インタビューからもわかるように、オーディエンス Sの生活において「写真」は音楽と同じ、またはそれ以上に重要なものである。これは、彼女の仕事の一部であるからだ、とも言える。趣味の領域で考えれば、音楽に最もお金をかけており、関心ある事柄である。先述したように、オーディエンス Sは音楽に触れることが、その生活の中で重要な要素である。

多くのライブやコンサートに足を運んでいるオーディエンス Sであるが、彼女は「ロック・フェス」¹⁵をどのように捉えているのだろうか。まず、ロック・フェスについての認識を敢えて問わずに、ロック・フェスの参加経験について尋ねた。

H：今年参加したロック・フェスティバルはありますか？

S：はい。

H：何に？

S：ロッキンオン（ROCK IN JAPAN FESTIVAL）と…何か行ったかな。どこまでがフェスティバルかわからへん。

H：ああ自分の中でロック・フェスだなんて思うもので。

S：じゃあ、それだけです。

[オーディエンス S 第1回インタビューより]

オーディエンス Sは、ROCK IN JAPAN FESTIVAL（以下ロック・イン・ジャパン）を所謂「ロック・フェス」とであると認識しているようだった。しかし、インタビューからは、彼女の中でロック・フェスというものが確固としたものではないことも窺える。では、彼女はロック・フェスに対してどのような考え・イメージを持っているのだろうか。

H：他にどんなフェスに今まで行ったことがあるでしょうか。

S: 野外のフェスですか？

H: うん、とかまあ屋内でもいいんですけど、大きい（フェスに）。

S: 大きい…。どこからが大きいんですか？3バン、4バンド以上出たら大きいですか？

…中略…

2日以上やったら大きい？

H: うん、人数的にも。ロック・イン・ジャパンだったら（集客数が）延べ10何万人とかじゃないですか。だから万単位とか、数千人単位とか、それくらいの（集客数がある）大きいイベント（が…）。

S: ハコ、ハコで言ったら…。

…中略…

わからん（困った感じで）。

H: じゃあロック・フェスについて、自分の中で何かありますか？こういうのが、ロック・フェスやなっている。

S: ……。なんかロック・フェス、イコール野外っていう概念があったから。

H: ああ、うん。

S: はい。

H: サマソニ（SUMMER SONIC）とかフジロック（FUJI ROCK FESTIVAL）とかはロック・フェス？

S: と、思っていました。

H: ライジングサン（RISING SUN ROCK FESTIVAL）は？

S: うん。

H: じゃあ、カウントダウンジャパン（COUNTDOWN JAPAN FES.）¹⁶は？

S: ああー、わからん。どうなんやろ…。

H: ロック・フェスって感じではない？

S: 3日間あるから、ロック・フェスやと思ってました。

H: ああ。

S: 1日じゃなくて。

H: その中で何か他に参加されたものは？今までに経験したものが。

S: フジロックと、サマソニと、その中やったらそれだけです。

[オーディエンス S 第1回インタビューより]

オーディエンス S が考えるロック・フェスの条件は、まず野外で開かれること、そして開催期間が1日以上であることだとわかった。それに当てはまるのは、先にも述べたロック・イン・ジャパンやFUJI ROCK FESTIVAL (以下フジロック)、SUMMER SONIC (以下サマーソニック)、RISING SUN ROCK FESTIVAL (ライジング・サン) であった。第1回のインタビューにおいて、彼女なりの「ロック・フェス」を一度構築したことで、2回目のインタビューでは、

H : 最初に行ったロック・フェスは何だと思う？

S : MINAMI WHEEL¹⁷。

[オーディエンス S 第2回インタビューより]

と、スムーズに回答していた。このインタビューによれば、MINAMI WHEEL の規模が年々大きくなってきたことで、鑑みた結果ロック・フェスだったと考えたようだ。だが、資料10の分析からは、最初に参加したロック・フェスは1999年のAugasta Camp 99だと言える。これは、筆者の定義にあてはまる最初のイベント、という意味である。つまり、1999年の時点では、ロック・フェスを意識していないことがわかる。その後の会話からは、彼女の中で確実にロック・フェスとして捉えられているのはフジロックであることもわかった。それを踏まえれば、オーディエンス S にとって最初に参加したロック・フェスはMINAMI WHEEL というよりフジロックであると言える。フジロックに関する認識は後に明らかにする。

ここで注目したいのは、第1回目のインタビューからは、オーディエンス S が「ロック・フェス」という言葉をそれまでそれほど意識せずにいたという点である。これについては第2回のインタビューでより明らかとなる。

H : ロック・フェスって言葉を意識し始めたのってどれくらいからやと思う？

S : あんまり意識してない。今でも。

H : してないよね。確かにしてないと思うわ(笑)。(周りから)言われたらロック・フェスやと思う？

S : うーん……。

H：(周りから)言われても、別にロック・フェスって思うんじゃないくて、フジロックはフジロック、ロック・イン・ジャパン (ROCK IN JAPAN FESTIVAL) はロック・イン・ジャパン、って感じで、全体をロック・フェスとして一括りに考えることはあんまり無い？

S：うん。だから、ロック・フェスやから行きたいとか、そういうのではない。

[オーディエンス S 第2回インタビューより]

筆者は、その必要性からロック・フェスの定義を最初に取って行っている。その前提でオーディエンス S にもロック・フェスという言葉を用いながらインタビューを行った。しかし彼女は、筆者に問われるまでは、それほどロック・フェスという言葉を意識していたわけではなかった。それ以上に、その後の会話から「ロック・フェス」という言葉に抵抗があることもわかった。

H：ロック・フェスって何って前聞いたよね？

S：うん。

H：で、野外でやってるライブって言ってたよね。

S：うんうん。

H：で、あと三日ぐらいやってるって。そのイメージは別に変わらず？

S：うーん。何かわからへん。ロック・フェスって言う言葉自体も何か商業用の言葉って気もするし、あんまり深く考えたことが無い。

H：確かに、ロック・フェスをあんまり意識してなかったらそんなイメージ無いよね。漠然としたものはあるかも知れんけど。

S：うん。ロック・フェス、ロック・フェスって言うようになったのも最近の気がするし。

H：最近って？

S：ここ2、3年。3、4年？わからん。行くようになって、そんなのが入ってくるようになっただけかも知れんけど。

…中略…

だってロック・フェスって言葉自体ダサいし、そもそもロックなんか？みたいな。

[オーディエンス S 第2回インタビューより]

このように、実はオーディエンス S が「ロック・フェス」を商業的で格好悪い表現であると考えていることが判明した。また、「メディアによって騒がれ過ぎだと感じるか」という問いにも、「そうだ」と答えている¹⁸。よって、オーディエンス S のロック・フェス定義というものは、このような意識の上に成り立っているのである。彼女自身もインタビューの中で何度か「わからない」といつていたが、これが本音である。その上で敢えて定義するならば、ロック・フェスは野外で数日間行われる大規模なイベントである、という程度なのだ。オーディエンス S は、筆者がロック・フェスであると定義したイベントに参加することを以下のように述べている。

S：別に普通の、何ていうの、いつも行ってるライブとかイベントとかと同じ感覚。

H：延長線上にあるってこと？

S：同じような感覚で、ちょっとお金がかかるかな、ってぐらいで。それが、ひと夏最大のイベントとか、自分の中でそういうのではない。

[オーディエンス S 第2回インタビューより]

オーディエンス S は、年間多くのライブやコンサートに足を運んでいるが、ロック・フェスはその中の一部であり、特別なものではないのである。では、オーディエンス S がロック・フェスと認識する（そして筆者の定義にも当てはまる）イベントにどういうきっかけから参加し始めたのだろうか。彼女にとってフジロックは最初に参加したロック・フェスであると認識されている。参加するに至った経緯を尋ねた。

S：でもあえて初めて行った、いかにもロック・フェスって言ったら、フジロック（FUJI ROCK FESTIVAL）。が、2001 かな。2001 か 2002 かどっちか。

H：フジロックって、その時既に有名だったよね？

S：うん。有名やった。

H：それは、フラカン（フラワーカンパニーズ）¹⁹が出た時に行ったの？

S：バックホーン（THE BACK HORN）²⁰が出た時。レッチリ（RED HOT CHILI PEPPERS）²¹が出た時。二回目かな。

H：それは、フジロックに行きたかったの？それとも、バックホーンとかが見たかった？どっちかって言うと。

S: どちらも。行きたいけど、その行くきっかけっていうのがなかなかなくて、で好きなもんが出んねやったら、行くきっかけって言うか。

H: 行きたかった理由は？フジロックに行きたいな—と思ったのは。

S: 色んな…。楽しそうやった。ずっとライブ見て、ってというのが、一日、三日間か。楽しそう（だと思って）

[オーディエンス S 第2回インタビューより]

フジロックに対する憧れを抱いていたと同時に、行くきっかけが無かった。しかし、自分の興味があるアーティストの出演を機に参加するに至った。2006年に参加したロック・イン・ジャパンも、好きなアーティストを目当てに行ったと述べている。

H: じゃあ、そのロック・フェスに行こうと思ったきっかけは何でしょう。

S: 今年？今年は好きなバンドが出てたからです。

[オーディエンス S 第1回インタビューより]

以上のことから、オーディエンス S にとってロック・フェスに出演するアーティストが重要であると言える。それは、普段観に行っているライブやコンサートの延長と捉えていることからわかる。好きなライブを観ることが重要なのである。インタビューにおいてもそのような発言があった²²。ここから、オーディエンス S が参加するロック・フェスを選ぶ条件が見えてくる。

H: その（ロック・フェスを）選ぶ基準はやっぱり自分の好きなアーティストが出るかどうか。

S: はい。

[オーディエンス S 第1回インタビューより]

H: フジロックに最初に、全然好きな人とか出なかったら、行こうとは思わなかった？

S: かもしれん。行きたいな、行きたいな、で終わってたかもしれん。

[オーディエンス S 第2回インタビューより]

オーディエンス S は、自分の好きなアーティストを基準に参加する音楽イベントを選んでいる。つまり、それがロック・フェスに参加するきっかけであるとも言える。彼女自身がロック・フェスとして認識していようといまいと、筆者のいう「ロック・フェス」に参加する基準はそこにあるはずである。そして、現在までに（筆者の定義に基づけば）24回のロック・フェスに参加している。

オーディエンス S は実際にロック・フェスに参加し、何を見て、何を感じたのだろうか。まず、最初のロック・フェスであるフジロックは、「すごく楽しかった」と述べている²³。

S：うん。一番…、どんなん（ロック・フェスに）行っても、やっぱり一番フジロックは良かったなと思う。なんか知らんけど。

H：他の、ロック・フェスに行ってるよね？それはフジロックと比べたら、面白くない？

S：面白いけど。全体が楽しかった。ライブ見てへん時とかも、若かったのもあるかも知れんけど、雰囲気とか、オブジェの一個一個とか、それと自然の…、自然な感じとかも、良かった気がする。

[オーディエンス S 第2回インタビューより]

フジロックは、彼女の中でロック・フェスとしてひとまず確立したイベントである。そして、そう感じた理由は、以上のようにイベント全体が彼女の嗜好に当てはまっていたからである。良かったと感じる理由を、「よくわからない」と述べているが、逆にそのイベントの雰囲気が自分に合っていた、居心地が良かったことの表れともとれる。インタビューによれば、フジロックは、専門学校の仲間とバスを貸しきったり、雨でサバイバル体験をしたりと良くも悪くも思い出深いものとして記憶しているようだ²⁴。オーディエンス S は、それを基準に他のロック・フェス（音楽イベント）を判断している。

今年参加したロック・イン・ジャパンの感想は、

H：では、その参加したロッキンオンの感想何かありますか？

S：まあまあ楽しかったです。

[オーディエンス S 第1回インタビューより]

と、述べるに止まっている。また、出演アーティストについては「ミーハーっぽい」²⁵とし

て、来年以降の参加はわからないと語った²⁶。彼女は、表2からもわかるようにライブハウスで行われるライブをよく観に行っている。ロック・イン・ジャパンはCDの売り上げも多く、テレビ等でよく見かける国内アーティスト多数出演している。オーディエンスSは興味があるアーティストのライブを観ることを重視しており、ロック・イン・ジャパンに出演している有名アーティストにはあまり関心がないようである。また、サマーソニックに至っては、悪い印象が残っているようである。

H：じゃあ、サマソニ、サマーソニック（はどうでしたか？）。

S：サマソニは、行儀が、大阪の人たちは行儀が悪いなと思いました。

H：そうなんですか。

S：はい。ゴミ（が）。街を、全体が会場みたいになってるけど、すごいゴミとか散らばってたし。あと入場規制がかかったときに、すごいみんな「入れろ、入れろ。」とこう怒鳴り散らして、窓ガラスが割れるハプニングなどありました。

H：それはすごいですね。

S：はい。

[オーディエンスS第1回インタビューより]

H：他の、例えばサマソニとかそれ自体に魅力は？

S：サマソニは何か下品やから、お客さんが下品やったかから、あんまり。で、値段高し、よっぽどじゃないと行こうとは思わへん。

…中略…

H：サマソニもよっぽど好きな人が出ないかぎり。

S：うん。

[オーディエンスS第2回インタビューより]

他のオーディエンスの質や会場の衛生面が気になったようである。オーディエンスSは、写真の専門学校の実習で、サマーソニックで撮影を行った経験がある²⁷。スタッフとして参加し、イベントの裏側が見えてしまったことが関係しているのかもしれない。彼女にとって、フジロックは魅力あるイベントであり、機会があればまた行きたいと答えている²⁸。それに対し、ロック・イン・ジャパンやサマーソニックは彼女にとってよほど興味のあるア

ーティストが出演しない限り、参加しないという。

数々のロック・フェスに参加経験のあるオーディエンス S からみて、現在のロック・フェス文化は日本で定着していると言えるのだろうか。

H：日本でサマソニとかフジロックとかロック・イン・ジャパン・フェスとかいっぱい開かれていますけど、そういうものは文化として若い人たちの中で定着してるなと感じますか？

S：感じないです。

H：ああそうですか。その理由は？

S：みんなに知らんって言われます。周りの人に。

H：ああ。好きな人には知られてるけど、別に一般的には知られてないと。

S：はい。

[オーディエンス S 第1回インタビューより]

オーディエンス S は、現在ロック・フェスは定着してはいないと言う。それは、身の周りの友人・知人に知られていないことが理由である。ということは、彼女の周りにはロック・フェスに参加する人があまりいないのだろうか。

H：自分のまわりに、そういうフェスに行ってる人って、どれぐらいいますか？

S：全然いないです。

H：全然？

S：昔はいたけど、年をとるにつれて少なくなってくるし、まわりの同年代の人はやっぱり。

[オーディエンス S 第2回インタビューより]

やはり、オーディエンス S の身近で、ロック・フェスに参加経験のある友人や知人はあまりいないようである。また、過去にはいたが、それが年々少なくなっていることも読み取れる。フジロックには是非参加したいが、一緒に行ってくれるような人がいない、とも述べていた²⁹。オーディエンス S はテレビやラジオを視聴する習慣がなく、メディアでロック・フェスが採り上げられていたとしても、目にする機会が少ない。そのような環境にあ

っては、実際に参加したロック・フェスの熱気と普段の生活では大きなギャップがあるはずである。その結果、ロック・フェスの定着には賛成できないのだろう。彼女自身がロック・フェスの情報をどこから得ているのかといえば、

H：じゃあ、フジロックとかサマソニとかの情報は主にどこから仕入れてる？

S：今ですか？

H：今まで。最初は友達から聞いたりしてたんだよね。

S：とか、ライブに行ったらチラシが入ってるのと、あとネット。

H：テレビとか雑誌とかは？

S：雑誌（は読む）。テレビはあんまり。

〔オーディエンス S 第2回インタビューより〕

ネットや紙媒体からは、現実世界での盛り上がりはそれ程感じられない。定着していないと回答した理由がこのように明らかとなった。しかし、オーディエンス S はロック・フェスの今後の発展には肯定的である。

H：では、主なその大きいフェスティバルは今後も続いていくかどうかという点について、
どう考えられますか？

S：続いていくと思います。

H：それはどういう理由が（あるんですか）？

S：私の周りには、興味ない人ばかりかも知れないですけど、やっぱり行ったら、たくさんそういうのが好きな人がいっぱいいるんで、続いていくんじゃないかなって思います。

〔オーディエンス S 第1回インタビューより〕

というように、実際に参加して熱気を肌で感じたことで、ロック・フェスの成立を担うオーディエンスは存在し続けると考えているようだ。そのオーディエンスについて、オーディエンス S は「ミーハー」ではないかとも感じているようだ。

H：ブランド志向って言うのは、年々フェスが大きくなってる要因の一つなんじゃないか

など、私は思ったんですけど。

S：それはミーハーっていう（事なんですか）？

H：ああ、うんうん。多少感じることはありますか？

S：それはあります。

[オーディエンス S 第 1 回インタビューより]

筆者の問いに対し、オーディエンス S は「ブランド志向」を「ミーハー」という言葉に置き換えて理解したようである。20 代の若者にはミーハーなオーディエンスもいると感じている。

ここまで、オーディエンス S のロック・フェスをどう捉えているか、そして如何にしてロック・フェスのオーディエンスとなったか、そしてロック・フェスに参加しての感想など、インタビュー録を基に再構成した。次節ではオーディエンス A のインタビューをとり上げる。

第 4 節 オーディエンス A のインタビュー

本節はオーディエンス A のインタビュー録を用いながら、ロック・フェスに対する考えや、オーディエンスとしての実像を描き出すことを目的としている。オーディエンス A はオーディエンス S に比べ、音楽イベント自体に参加する回数は少ない。また、興味関心のあるアーティストも異なっている。筆者が定義するロック・フェスへの参加は、これまでに 6 回である³⁰。オーディエンス S とはまた異なった環境において、オーディエンス A が如何にしてロック・フェスに参加するようになったのだろうか。

まず、オーディエンス S 同様、第 1 回目のインタビュー冒頭で、詳しい説明をせずにロック・フェスへの参加経験を尋ねた。

H：今年のロック・フェスについてお伺いしたいんですけども、今年参加したロック・フェスティバルはありますか？

A：あります

H：そのロック・フェスは何ですか？

A：サマソニ（SUMMER SONIC）です。

H：サマソニだけですか？

A：はい。

[オーディエンス A 第 1 回インタビューより]

オーディエンス A がロック・フェスと言う言葉をスムーズに受け入れていることがわかる。このインタビューによれば、サマソニックはロック・フェスに当てはまるようだ。つまり、彼女にはロック・フェスについての何らかの見解があるのだろう。またその他に参加したロック・フェスとして、**Monster baSH**（モンスターバッシュ）と **ROCK ODYSSEY**³¹（ロック・オデッセイ）を挙げている³²。これらのイベントの共通点は、ロックが中心であることと規模が大きいことである。オーディエンス A はどういう基準でこれらのイベントを挙げたのだろうか。

H：では、あなたはロック・フェスってどういうものだと思いますか？

A：……。

…中略…

A：ロック・フェスって、ロックのアーティストがたくさん出るライブ。

H：ライブ。

A：ライブの大きい版みたいな。

[オーディエンス A 第 1 回インタビューより]

第 1 回目のインタビューで、ロック・フェスをロックのアーティストが多く出演する大規模なライブであると述べている。そして、それは 2 回目のインタビューでも同様であった。そこで、さらに詳しく尋ねたところ、以下のような回答をした。

H：ライブが大きかったらロック・フェスって感じ？大きいライブ？

A：いっぱい出るってこと。

H：いっぱい出るのがロック・フェス？

A：でっかいライブで、色んなアーティストが出て、……。

H：会場ってというのは、どういうのを想像する？

A：野外。

H：野外。屋内はあんまり想像せえへん？

A：ロック・フェスって聞いたら、野外っぽい。

H：ああ、ロック・フェスって聞いたら野外っぽいんや。

A：うん。でフェスティバル。

H：フェスティバルってどんなんやと思う？

A：フェスティバル……。

H：フェスティバルって祭りって意味やけど。

A：祭りやと思う。

[オーディエンス A 第 2 回インタビューより]

それまでの、①ロックのアーティストが出演する、②大規模なライブ、という認識に加え、③野外のイメージと④祭りというイメージを持っていることがわかった。これにはロック・オデッセイが当てはまらないが、オーディエンス A は「野外っぽい」と述べていることから絶対的なイメージではないと言える。つまり、オーディエンス A は①から④の条件に当てはめて、ロック・フェスであると認識している。オーディエンス S の場合はロック・フェスと言う言葉自体に抵抗感を抱いていたが、A の場合はそのような印象を受けない。しかし、オーディエンス S 同様に自ら進んでロック・フェスという言葉を使っていたわけではない。

A：フェスなんてそんな言葉は無かった。

H：ロック・フェスなんて言葉は無かった。ロック・フェスなんて言葉は使われてなかった？

A：うん。

H：でも、A さんはこれ（モンスターバッシュ）をロック・フェスだって思ってるんやんな？一応。それは何で？

A：知らん。ロック・フェスのテレビとか見て、こういうのがロック・フェスって言うんや。んじゃモンバッシュ（モンスターバッシュの略）もそうやなと思った。

[オーディエンス A 第 2 回インタビューより]

オーディエンス A はそんな言葉は無いと言い切っているが、それは彼女なりの認識である。「ロック・フェス」³³と言う言葉が無かったわけではない。しかし、オーディエンス A の身の回りでは使われていなかったのである。また、ロック・フェスという言葉を使う必要も無かったのだろう。そんな中、彼女の地元でモンスターバッシュの開催が決まり、国内ではフジロックをはじめとした大型ロック・フェスの成功や、その他の新たなロック・フェス開催の情報がテレビや雑誌を通して得られた。

H：2001 年って言ったらさ、もうサマソニ (SUMMER SONIC) とかフジロック (FUJI ROCK FESTIVAL) とかあったやん？それは知ってた？

A：どういこと？

H：それがロック・フェスって言われてるって知ってた？

A：うん。

H：それがロック・フェスって言うのはわかった、というか思ってたんやね。

A：はい。

H：それがロック・フェスやと思ってたから、モンスターバッシュもロックフェスやと思った？

A：うん。

[オーディエンス A 第 2 回インタビューより]

このようにして、「ロック・フェス」とモンスターバッシュが関連付けられた。モンスターバッシュ (Monster baSH) は 2001 年から香川県で開催され始めたロック・フェスである。これは、オーディエンス A にとって初めて参加したロック・フェスでもある³⁴。は、オーディエンス A はどのようなきっかけでモンスターバッシュを知り、参加することに決めたのだろうか。

H：具体的にどうやって (モンスターバッシュを) 知ったか思い出せる？

A：えー。

H：モンスターバッシュが開かれるって。

A：学校で。

H：学校で？友達に？

A：聞いた。

H：どういう風に聞いたか思い出せる？

A：満濃で、なんか、ライブやるみたいやでって言うのを聞いて、いっぱい来るって。そんな時はモンパチ（MONGOL800）³⁵とかHY³⁶とかいっぱい来るって。流行ってたから。で来るって言われて、んで、皆で行こうかって言われて、行くって。

H：ああ。いっぱい来るから。

A：地元で初めて。近くで。自分の家の近くで。

H：その地元で初めてって言うのは、何が初めてやったん？

A：その、でっかい、フェス。

[オーディエンスA第2回インタビューより]

学生時代、友人・知人から情報を得ることは珍しいことではない。オーディエンスAも、友人を通してモンスターバッシュの存在を知った。そして、当時流行っていたアーティストが多数出演すると聞き、友人の誘いを受けて参加するに至った。

H：何故それ（モンスターバッシュ）に参加しようと思ったんですか？

A：地元で開催されると聞いたから。

H：そうですか。その出るアーティストは関係なかったんですか？

A：1回目は関係なかった・・・、あ、関係ありました。

H：はい。

A：関係なく行こうと思ってたけど、出る人を見て、好きな人が出てたから、やっぱりこれは絶対行こうと、また思いました。

[オーディエンスA第1回インタビューより]

当初、出演アーティストに関係なく参加しようとしていたことから、オーディエンスAの「ロック・フェス」への憧れがあったことがうかがえる。当時Aは高校在学中であり、頻繁に県外に出られる環境には無かった。しかし、ロック・フェスの地元で開催という好機に恵まれた。そして、興味のあるアーティストの出演が決め手となり、彼女にとって最初のロック・フェス参加が実現した。

高校卒業後、オーディエンスAは都市部（京都市）の専門学校に進学した³⁷。第2節でも

述べたが、それは高校時代よりも更に様々な音楽イベントに行く機会を得ることにも繋がった。専門学校進学後、モンスターバッシュ以外のロック・フェスにも参加している。それは、ロック・オデッセイとサマーソニックである。これらは、どのようなきっかけで参加したのだろうか。まず、ロック・オデッセイは、インタビューによれば出演アーティストが重要な要因であったようだ。

A：大好きなアーティストが出てたからです。

H：それは誰ですか？

A：ラルク（L'Arc~en~Ciel）³⁸です。

H：だけですか？

A：ブラック・アイド・ピーズ（BLACK EYED PEAS）³⁹と、レッド・ホット・チリ・ペッパーズ（RED HOT CHILI PEPPERS）と、HY。

H：が出ていて。出ていたから、楽しかった。それで行こうと思ったんですか？

A：はい。

[オーディエンスA第1回インタビューより]

好きなアーティストの出演に伴って、ロック・オデッセイに参加した。では、サマーソニックはどうか。

A：リンキン（LINKIN PARK）⁴⁰。

H：リンキンだけですか？

A：MUSE⁴¹。

H：MUSE ですか。

…中略…

H：サマーソニックに行った理由として、その二つのアーティストが見たいからということとでいいですか？

A：はい。

H：他に理由は無いですか？

A：はい。

[オーディエンスA第1回インタビューより]

サマーソニックの場合も同様に、好きなアーティストの出演が参加理由である。そして、参加した感想を尋ねたところ、好きなアーティストが見られて楽しかったと述べている⁴²。

ここで前節を振り返ってみると、オーディエンス S も好きなアーティストを参加理由に挙げていた。そして、彼女は自らロック・フェスをライブやコンサートと同じであると述べ、特別視してはいないと語っている。常に気に入った、そして気になるアーティストのライブに行く、と述べていた。それに対し、オーディエンス A のインタビューからはロック・フェスとその他のライブ・コンサートを明確にはないが区別していることがわかる。

H：どういうところが楽しいと思いましたか。

A：みんなで騒げるところが（楽しいと思った）。

H：他には？

A：……………。

H：わからないですか？騒げるところが楽しかった。

A：えー、その音楽が聴けるところが。生で。

H：ああ。でもそれは、普通のコンサートでも聴けますよね？

A：ううん。何か違う。あ、色んなアーティストの。今まで興味なかった人のも聴いて好きになったりとかありました。

H：そうですか。

A：出会いがあるので楽しかったです。

H：それは誰との出会いですか。

A：その、アーティスト。

H：ああ、アーティストとの。新たなアーティストとの出会いが。

[オーディエンス A 第 1 回インタビューより]

上記のインタビューにおいて、オーディエンス A はロック・フェスで音楽を聴くことは、普段のコンサートと「何か違う」と述べている。また、騒げるところや新たなアーティストを発見できる楽しみが、ロック・フェスにはあることも挙げている。

そして、

H：他に屋台があったり、そんなの楽しくない？

A：パイナップル食べておいしかった。

…中略…

A：で、あの人（コザック前田）⁴³と写真取れて良かった。

H：そういうのが普通のライブじゃあ無い？

A：うん。ロック・フェスやったらアーティストがその辺歩いてそんな感じがする。

H：あー。

A：一体となって。見せる側と見る側と区別されて無い感じがする。

H：区別されて無い感じ？

A：アーティストも見erほうも皆で楽しむ。ごちゃ混ぜになって。

H：それがフェスティバルって部分やと思う？

A：そう。

[オーディエンス A 第2回インタビューより]

と、第2回のインタビューでは語ってくれた。ライブ以外の楽しみ方や、アーティストとの触れ合い、また一体感がロック・フェスの特徴であるとしている。これらを総合すると、オーディエンス A はロック・フェスをライブやコンサートとは違った、ひとつのイベントの形態として捉えていると言える。ロック・フェスにはロック・フェスとしての楽しみ方があると考えているのだ。その中で、自分の興味の対象となるアーティストの有無によって、ロック・フェスを選択し、参加している。

しかし、関心をもっているアーティストが出演するからと言う理由だけではないのではないか、と疑問が浮かんだ。それは、オーディエンス A が参加している音楽イベントの選ばれ方から言える。資料 11 を参照してみると、インタビューを通してロック・フェスへの参加理由として挙げた好きなアーティストであっても、そのアーティスト単独のライブやコンサートを観に行っていない場合があることがわかる。また、好きなアーティストが出演するロック・フェス全てに参加しているわけではない。オーディエンス A は、一体どのような判断基準を持って、ロック・フェスやその他音楽イベントを選んでいるのだろうか。それについて、詳しく尋ねてみた。

H：今までさ、これは 2003 年の物（オーディエンス A の音楽イベント参加記録を見なが

ら) やけど、行ってるのはラルク (L'Arc~en~Ciel) とかディズニー系とか。

…中略…

あとバンブ (BUMP OF CHICKEN) ⁴⁴とか。これ、A さんが好きなバンドは少しはフェスに出てるけど、そんな出ない人ばかりじゃない? 特に一番好きなラルクとか。

…中略…

で、ロック・フェスに行く目的として好きなバンドの、モンパチ (MONGOL800) とか HY とかゴーイング (GOING UNDER GROUND) ⁴⁵とか、好きやけど、そんなにライブ行かへんよね?

A: …うん。

H: ライブに行った記憶ある?

A: 一回ぐらい。

H: ゴーイングは一回?

A: でも、モンパシュでも見たから二回。

H: それを入れずに、普通に、彼らのコンサート (に行った) って言うのは一回やろ?

A: うん。

…中略…

H: モンパチは、行ったことない。ラルクやったら絶対行きたいやん? でもゴーイングとか、ゴーイングとかモンパチやったら、ライブが京都であるっていっても行かへんやろ?

A: …。

H: 行くほどでもない?

A: 行けたら行く。

H: 行けたら行く。

A: それと、お金があったら。

…中略…

H: この辺 (ノートで好きなアーティストを指しながら) はどうやってでも行きたいわけやけど、他の、フェスで見たいようなアーティストは、フェスやったら見たいって感じ?

A: (頷く)

H: フェスやったら、ゴーイング足すモンパチとかやったら見に行きたいって思う? それ

に HY が足されたら、ああ絶対見に行きたいなって思うんだよね？単独ではこれに（ラルクを指しながら）全然かなわないかも知れへんけど。

A：うん。みんな出るなら行く。

H：みんな出るなら行く。例えば、ラルクが出ますって行ったら絶対いく？

A：絶対行く。

H：それは、ラルク目的で行くわけやん。それと、モンスターバッシュに行った時と、気持ち的には違うよね？

A：うん。

…中略…

H：でも、この人（ノートでゴーイング等を指しながら）が出るからって絶対行きたいわけじゃないやろ？ゴーイングとHYとモンパチと・・・、とかって出るなら行きたいと思うんだよね。（そういう基準）でAさんは今までフェスに行ってきたの？

A：うん。

H：Aさんはあんまり遠いフェスには行かへんやろ？

…中略…

好きやけどそこまでじゃないって人がいっぱい集まっても遠いところに行きたいって思えるほどじゃない？

A：うん。

[オーディエンスA第2回インタビューより]

徐々に、オーディエンスAのロック・フェスを選ぶ基準が明らかとなった。まず、オーディエンスAの中では、とても好きなアーティストと、ほどほどに好きなアーティストが区別されている。とても好きなアーティストは、単独のライブ・コンサートであっても、ロック・フェスであっても行きたいと考えている。しかし、ほどほどに好きなアーティストは、単独ライブ・コンサートは時間や金銭面で都合がつかなければ諦め、ロック・フェスに出演する場合も複数のそれらアーティストが出なければ行こうとは思えない。そして、とても好きなアーティストは、イベント開催地が遠くても行きたいと考えるが、ほどほどに好きなアーティストは比較的近距離の開催地でなければ行こうとは思わない。以上のような法則に基づいて、オーディエンスAの参加イベントは決められている。但し、この法則に則りながら、時間や金銭といった他の条件も実際は働いているようである。例えば、

とても好きだからといって、ツアーの全てに足を運んだり、海外まで行ったりすることは無いのだ。オーディエンス A のロック・フェス選択は、好きなアーティストの出演だけではなく、その時の状況や自己の判断基準を考慮したものであった。よって、これから開催されるロック・フェスへの参加も、上記の法則に則り決められると予想される。

次に、オーディエンス A からみる国内ロック・フェスの現状についてインタビューをまとめる。オーディエンス A に対して、日本でロック・フェスが定着しているかどうか尋ねた。

H：日本でロック・フェスというのは、定着してると思いますか？

A：はい。

H：何故そう思うんですか？

A：いっぱいあるから。

H：たとえば？

A：……。サマソニ。

H：サマソニとか。

A：ロック・イン・ジャパン (ROCK IN JAPAN FESTIVAL) とか、ライジングサン (RISING SUN ROCK FESTIVAL) とか、いっぱい色んな、大きいイベントがいっぱいあるから。で、みんないっぱい行ってるから。

H：うん。

A：テレビでもやってるから。

H：ああ。

A：なんか、地上波でもとり上げられるぐらいやから。衛星放送じゃなくて。だから定着してると思います。

[オーディエンス A 第 1 回インタビューより]

オーディエンス A は地上波放送を始め衛星放送も視聴している。テレビからロック・フェスの情報を得ることがある。そして、テレビ番組やコマーシャルでロック・フェスについての放送が多いと感じている。特に、有料の衛星放送だけではなく、地上波放送でもロック・フェスの特集等があることを知り、ロック・フェスの定着に結びつけたのだろう。また、今後のロック・フェス存続には肯定的であるが、ロック・フェスがブームになって

いるとは感じていない⁴⁶。

以上オーディエンス A のインタビューを再構成してみたが、その結果オーディエンス S とはいくつかの相違点が見えてきた。やはり、オーディエンスと一括りにするのではなく、その一人ひとりに個性があるということがわかった。

第2章を通して、オーディエンス S、オーディエンス A というオーディエンスのエスノグラフィー（民族誌）を描いた。次章では、いくつかの観点から分析を試みる。

¹ 拙稿「ロック・フェスティバルについての一考察——日本におけるロック・フェスティバルの発生・変遷・展望——」参照。

² 調査対象者については次節で更に詳しく述べる。

³ 北澤毅・古賀正義編 『＜社会＞を読み解く技法』 福村出版 1997

古賀正義 『＜教えること＞のエスノグラフィー——「教育困難校」の構造過程』 金子書房 2001

佐藤郁哉 『フィールドワーク——書を持って出かけよう——』 新曜社 1992

佐藤郁哉 『フィールドワークの技法 問いを育てる、仮説をきたえる』 新曜社 2002

箕浦康子 『フィールドワークの技法——マイクロエスノグラフィー入門——』 ミネルヴァ書房 1999

メリアム、シャラン B. 堀薫夫・久保真人・成島美弥訳 『質的調査法入門——教育における調査法とケース・スタディ——』 ミネルヴァ書房 2004

⁴ 付録 18 頁以降を参照。

⁵ 言葉遣いやわかり難い言い回し等。

⁶ 拙稿「ロック・フェスティバルについての一考察——日本におけるロック・フェスティバルの発生・変遷・展望——」参照。

⁷ Office Augusta のアーティストが出演するロック・フェスティバルである。

⁸ Monster baSH とは、香川県国営まんのう公園で開催されているロック・フェスティバルである。

⁹ Yahoo!ミュージック、mora、iTunes Store 等参照。

¹⁰ 1 年間の音楽イベント参加記録が判明している期間。

¹¹ 1 年間の音楽イベント参加記録が判明している期間。

¹² ロック・フェスに参加し始めてから、1 年間のロック・フェス参加回数が判明している期間。

¹³ ロック・フェスに参加し始めてから、1 年間のロック・フェス参加回数が判明している期間。

-
- 14 資料 10、スタッフの中にカメラマンも含んでいる。
- 15 インタビューにおいては主に「ロック・フェス」と言う言葉を用いた。これは、「ロック・フェスティバル」略であり、一般的には略した形で使われることが多いからである。筆者は「ロック・フェスティバル」と「ロック・フェス」を同じ意味で用いている。
- 16 COUNTDOWN JAPAN FESTIVAL とは、rockin'on 主宰のロック・フェスティバルである。2003 年から始まり、年末の年越しイベントとして、また冬のロック・フェスティバルとして人気を誇っている。
- 17 MINAMI WHEEL とは大阪のミナミ一帯のライブハウスを中心に行われるロック・フェスティバルである。
- 18 オーディエンス S 第 2 回インタビュー参照。
- 19 フラワーカンパニーズは、名古屋出身のロック・バンド。鈴木圭介、グレート前川、竹安堅一、ミスター小西の 4 人組。年間 100 本以上のライブを行っている。
- 20 THE BACK HORN とは、1998 年に結成されたロック・バンドである。メンバーは山田将司、菅波栄純、松田晋二、岡峰光舟。
- 21 RED HOT CHILI PEPPERS は、アンソニー・キーディス、フリー、ジョン・フルシアンテ、チャド・スミス、からなるアメリカのロック・バンドである。
- 22 オーディエンス S 第 2 回インタビュー参照。
- 23 オーディエンス S 第 1 回インタビュー参照。
- 24 オーディエンス S 第 2 回インタビュー参照。
- 25 「みいちゃんはおちゃん」の略。ふつう「ミーハー」と書く。軽薄な、また、流行に左右されやすいこと。また、その人や、そのさま。『大辞泉』 2521 頁 参照)
- 26 オーディエンス S 第 1 回インタビュー参照。
- 27 資料 10 参照。
- 28 オーディエンス S 第 2 回インタビュー参照。
- 29 オーディエンス S 第 2 回インタビュー参照。
- 30 資料 11 参照。
- 31 ROCK ODYSSEY とは、2004 年に関東関西で同時開催されたロック・フェスである。国内外の有名アーティストが参加した。
- 32 オーディエンス A 第 1 回インタビュー参照。
- 33 注 6 でも述べたが、インタビューの際は「ロック・フェス」という言葉を主に用いている。しかし、ロック・フェスと同様に「ロック・フェスティバル」という言葉も存在していたことはいうまでも無い。
- 34 オーディエンス A 第 2 回インタビュー参照。
- 35 MONGOL800 とは、沖縄県出身のロック・バンドである。インディーズながらオリコンのアルバム・チャートで一位を記録するなど幅広い人気を誇っている。
- 36 HY は、2000 年結成された沖縄県出身のバンド。インディーズながら、オリコンのアルバム・チャートで一位を記録する。
- 37 資料 1 参照。
- 38 L'Arc~en~Ciel とは、hyde、ken、tetsu、yukihiro からなる日本を代表するロック・バンドである。海外公演を行うなど国内外で強い人気を誇っている。代表作は《虹》《HONEY》など。
- 39 BLACK EYED PEAS とは、Will.i.am、Apl.de.ap、Taboo、Fergie からなるアメリカの HIP HOP グループ。代表作には《Where Is the Love》がある。
- 40 LINKIN PARK は、チェスター・ベニントン、マイク・シノダ、ブラッド・デルソン、ロブ・ボードン、フェニックス、ジョー・ハーン、の 6 人からなるアメリカのヘヴィ・ロック・バンドである。HIP HOP やエレクトロニックの要素を取り入れる独自のスタイルで日本においても人気を得ている。
- 41 MUSE は、マット・ベラミー、クリス・ウォルステンホルム、ドミニク・ハワードからなる UK ロックバンドである。クラシック音楽とオルタナティヴ・ギター・ロックを融合させたスタイルで、ヨーロッパを始め日本でも人気が高い。
- 42 オーディエンス A 第 1 回インタビュー参照。
- 43 ロック・バンド、「ガガガ SP」のヴォーカル。
- 44 BUMP OF CHICKEN は、藤原基央、増川弘明、直井由文、升秀夫の 4 人からなるバンドである。《天体観測》《sailing day》など独自のメロディアスな楽曲は若者を中心として支持を集めている。
- 45 GOING UNDER GROUND は、松本素生、河野文洋、石原聡、伊藤洋一、中澤寛規からなるロック・バンドである。2000 年メジャーデビュー。
- 46 オーディエンス A 第 1 回インタビュー参照。

第3章 調査対象者の比較と分析

本章は、第2章で描き出した2人のオーディエンス像を分析し、今後のオーディエンス研究にとっての指標抽出を目的とする。まず第1節で、調査対象者の音楽傾向の比較を行う。第2節では、ロック・フェスについての考え方を比較する。ここで、序文で述べた通り「ブランド」¹という言葉がキーワードになる。前出の岡田の言説を基に、ロック・フェスの「ブランド化」が実際オーディエンスに影響を及ぼしているのかどうか考察する。さらに、「ブランド化」を経て生まれる「ブランド力」についても考察する。また、オーディエンスの「ブランド志向」についても同様に検討する。両者に「ブランド志向」があるかどうか、実際にロック・フェスへの参加に影響しているのかどうか検討する。

第1節 オーディエンス S、オーディエンス A の音楽傾向についての比較

第2章第2節、第3節、第4節を通して、オーディエンス S、オーディエンス A の基礎情報やインタビューをまとめ、それぞれの個人としてのオーディエンス像を描き出した。本節では両者を比較し、注目すべき点や今後考察すべき着目点を挙げる。

まず、オーディエンス S、オーディエンス A の音楽傾向について比較する。両者には、20代前半で女性であるという共通点がある。しかし、これはあくまで表面的な共通点に過ぎない。言うまでもなくこれまでの生活環境は異なっており、また興味の対象についても違っている。資料10からはオーディエンス S が興味を持っている音楽の傾向が読み取れる。彼女がよく足を運んでいるアーティストには、「フラワーカンパニーズ」「THE BACK HORN」「COCK ROACH」²「エレファントカシマシ」³「B-DASH」⁴が挙げられるだろう。特にフラワーカンパニーズにおいては、資料を見る限り74回のライブに行っている。オーディエンス S がフラワーカンパニーズのライブに行き始めたのは1999年である。約7年間で74回ということは、年間平均10.6回、これは同一アーティストのライブ参加数として多いと言っていいだろう。このように年間に何度も同じアーティストのライブに行き、その開催地の殆どは関西圏である。言い換えれば、好きなアーティストの関西圏で行われるライブには毎回行く⁵、ということである。また、資料10からは、上記の主要5アーティスト以外にも、オーディエンス S は様々なアーティストのライブやコンサートにも積極的に

参加していることがわかる。1998年9月から2006年10月までの間（記録に残っている限りでも）207公演の音楽イベント参加という事実から、彼女にとって音楽イベントが日常的なものであると、言えるであろう。

対するオーディエンス A は、音楽イベント参加回数こそオーディエンス S には及ばないが、共通点もある。それは、特に興味を持っているアーティストのライブには年間何度も参加していることである。彼女が好きなアーティストは、資料9、11からもわかるように、「L'Arc~en~Ciel」や「HYDE」⁶、「BUMP OF CHICKEN」である。特に前記2アーティストのライブについては、可能な限り参加している印象を受ける。それはインタビューでの発言からも明らかである⁷。しかし、彼女は「特に好きなアーティスト以外の音楽イベントにはあまり興味がない」とも述べていた。その点で、オーディエンス S と異なっている。したがって、ここで注目すべきことは、オーディエンス S とオーディエンス A の音楽イベント参加に対する姿勢の違いである。オーディエンス S の方がより幅広いライブやコンサートに対して価値を認め、且つ日常的なもの、身近な音楽聴取手段として捉えていることがわかる。

これは、興味の対象としているアーティストの違いから来るのではないかと予想する。オーディエンス S がフラワーカンパニーズのライブに年間平均10回以上行く背景には、そのアーティストがインディーズでありライブ活動を多く行っていることが関係している。それとは対照的に、オーディエンス A が興味を持っている L'Arc~en~Ciel は日本で有名なメジャー・アーティストであり、CDの売り上げランキングでも上位である。彼らのライブは、フラワーカンパニーズに比べ絶対数が少ない。また、両者のチケット価格を比べてみても、その差は大きい⁸。好きなアーティストのライブに何度も行きたいという同一感情を持っているが、先述したような違いが、その参加回数に影響している。オーディエンスが、普段どのようなライブやコンサートに参加し、どのような音楽傾向があるのかによって、ロック・フェスに参加するオーディエンスとしても異なる点が出てくるのではないだろうか。次に、ロック・フェスに対する考え方について比較する。

第2節 ロック・フェスティバルに関する比較

まず、ロック・フェスについてオーディエンス S、オーディエンス A の各々がどういつ

た考えを持っていたのか第2章第3節、第4節を参照する。オーディエンス S の場合、ロック・フェスを野外で数日間開かれるものであると認識していた⁹。それに対し、オーディエンス A のインタビューからは①ロックのアーティストが出演する、②大規模なライブ、③野外のイメージ、④祭りという四つの条件が抽出できた。これらを比較すると、「野外」というイメージが共通している。これは、夏のロック・フェス、所謂「夏フェス」の影響であると考えられる。ロック・フェスは1年中開催されているが、やはり夏の開催が圧倒的に多い。そして、夏フェスの場合、一部を除いて¹⁰ 野外で開催される。そして、それが夏に開催するウリでもあるのだろう。また、オーディエンス S は自身最初のロック・フェスがフジロックであるとし、オーディエンス A はモンスターバッシュであると述べている。これらは共に野外で開催されるイベントである。自らの経験と、実際に野外で開催されているイベントが多いことから、ロック・フェスは「野外」というイメージを持っていると考えられる。筆者が本論文で定義した、①演奏される音楽がロック・ミュージック中心であること、②複数のアーティストが出演すること、③延べ数千人～数万人の集客数があること、④ライブ鑑賞以外にオーディエンスが楽しめる祭りとしての要素を含んでいること、のうちオーディエンス A が①、③、④を挙げていた。しかし、敢えて定義から除外した「野外」が S、A 共通のイメージであることが興味深い。

そして、更に共通している点があった。それは、ロック・フェス（ロック・フェスティバル）という言葉の両者共それほど意識していなかったことである。オーディエンス S は、

H：ロック・フェスって言葉を意識し始めたのってどれくらいからやと思う？

S：あんまり意識してない。今でも。

[オーディエンス S 第2回インタビューより]

と述べ、オーディエンス A がロック・フェスに参加し始めた当初の認識について、

A：フェスなんてそんな言葉は無かった。

H：ロック・フェスなんて言葉は無かった。ロック・フェスなんて言葉は使われてなかった？

A：うん。

[オーディエンス A 第2回インタビューより]

と振り返っている。序文で筆者がロック・フェスを定義したのは、今回取上げる対象を明らかにする為であった。したがって、様々な特徴を有するロック・フェスに対する、明確な定義が困難であることを理解していた。しかし、筆者は「ロック・フェス（ロック・フェスティバル）」という言葉がオーディエンスの中で、ある程度浸透しているものと考えていた。筆者自身の感覚では、そうであっても、今回の対象者においては異なっていた。これは、注目すべき点である。つまり、オーディエンスは筆者がロック・フェスと定義するようなイベント群を総称する言葉を必要としていない事である。それらイベントを一括りに考えているのは、世の中の現象を言葉で表現することが必要なメディアや研究者といった一部の人間である可能性がある。これについてオーディエンス S は、

S：うーん。何かわからへん。ロック・フェスって言う言葉自体も何か商業用の言葉って気もするし、あんまり深く考えたことが無い。

…中略…

だってロック・フェスって言葉自体ダサイし、そもそもロックなんか？みたいな。

[オーディエンス S 第2回インタビューより]

と述べ、メディアの影響を言及するとともに、ロック・フェスという言葉自体に否定的であった。以上のことを踏まえると、実際オーディエンスにとって、「ロック・フェス」という言葉がどの程度浸透し、そしてどの程度受け入れられているか。そもそも、ロック・フェスと一括りに考えること自体に価値はあるのかどうか、といった疑問が浮かぶ。

そして、これは「ロック・フェス」という言葉にブランド力¹¹があるかどうかという問題に発展させることが出来るだろう。先述した岡田の言説¹²によれば、フジロックは「ブランド」として力を持つようになり、後続イベントも同様であるという。つまり、各ロック・フェスにブランド力が備わっている、ということである。それぞれのロック・フェスがブランド化されているとすれば、その総称である「ロック・フェス」についても、ある程度のブランド力があると考えるのが妥当である。しかし、今回のオーディエンス研究ではそれほど「ロック・フェス」という言葉には重きが置かれていないことがわかった。オーディエンス S にとってロック・フェスは、普段観に行くライブやコンサートの延長線上のものであり、特別視するほどのものではないと言う¹³。言葉同様、その存在も特別なものでは

ないようだ。逆に、オーディエンス A は第 2 章第 4 節でも述べたように、明確にはないがロック・フェスと他のライブやコンサートを区別していた。他のイベントには無い魅力がロック・フェスにはあると感じているようである。オーディエンス A はロック・フェスを普段意識して用いることは無いがオーディエンス S 程その言葉に否定的で無く、受け入れていた。「ロック・フェス」という言葉に対する捉え方によって、その存在自体に魅力を感じるかどうかは決まってくるのではないだろうか。これは、前節で述べた、オーディエンスの音楽傾向によって生まれる違いであるとも考えられる。インディーズのアーティストを好むオーディエンス S にとって、商業的な存在は受け入れ難い。逆に、メジャーなアーティストに対して抵抗がないオーディエンス A にとっては、それ程問題にはならないのだろう。これは、オーディエンス全体の場合どういう傾向で現れるのか、更なる研究が必要である。

仮に、「ロック・フェス」にそれほどブランド力が無いとなれば、それぞれのイベントにおいてもブランド力が生まれていないとも考えられる。岡田が現代日本の野外ロック・フェスティバルの中心として考えているフジロックは、まず初めにブランド力を持ったイベントであると言う [岡田 2003: 116]。オーディエンス S は、自身最初に経験したロック・フェスがフジロックであった。そして、フジロックについて、参加する前から憧れを感じていたと語っている。

S: 行きたいけど、その行くきっかけっていうのがなかなかなくて、で好きなもんが出んねやったら、行くきっかけって言うか。

H: 行きたかった理由は？フジロックに行きたいな—と思ったのは。

S: 色んな…。楽しそうやった。ずっとライブ見て、っていうのが、一日、三日間か。楽しそう（だと思って）。

[オーディエンス S 第 2 回インタビューより]

体験する以前に、オーディエンス S にはフジロックが既に魅力あるものとして映っていたのである。これは、フジロックのブランド力の現れとも取れる。また、オーディエンス A もフジロックへの参加経験こそ無いものの、フジロックの存在はテレビ等のメディアを通して知っていた。と同時に、そのようなイベントに対して興味を持っており、類似イベントの地元開催に積極的に参加した。フジロックをきっかけとしている点から、フジロック

に人を惹きつける魅力があることが示される。参加経験のある無しに関わらず、調査対象者が魅力を感じていた。したがって、岡田が言う「フジロック」のブランド力は、オーディエンス全体に対してもある程度有効ではないかと予想される。

他のロック・フェスについても検証してみる。オーディエンス S、オーディエンス A 共に、フジロックをはじめとして、これまでいくつかのロック・フェスに参加してきた。彼女達の、最も重要な参加理由は「自分の好きな（または興味を持っている）アーティストが出演するかどうか」である¹⁴。オーディエンス S は先述したように、普段観に行くライブやイベントとロック・フェスを同等に捉えている。ロック・フェスも一つのライブであり、それに好きなアーティストが出るのなら、（条件が整いさえすれば）参加したいと考えている。今年参加したロック・フェスに来年も参加するかどうかは出演アーティスト次第であることも述べている¹⁵。これは、オーディエンス A も同様であった。参加するかどうかは、常に興味対象であるアーティストを基準に判断していた。そして、オーディエンス A の場合、単に好きなアーティストが出るかどうかというだけではなく、一定の規則¹⁶に則って参加するイベントを選んでいたことも注目すべき点である。各々のロック・フェスにブランド力があるとすれば、その存在だけで集客力が見込める。しかし今回の調査対象者に限っては、ただサマーソニックである、ロック・イン・ジャパンであるというだけで参加を決めてはいなかった。よりシビアな眼を持って、ロック・フェス選びを行っていた。

それぞれのロック・フェスの開催者にとって、アーティストの重要性は言うまでもない。サマーソニックをはじめとするロック・フェスは、毎年春頃から開催日の直前まで数回に分けて出演アーティストを発表する。オーディエンス側からすれば、どのイベントにはどのようなアーティストが出るのか、自然と予想できるようになる。

H：サマソニは（他のイベントと）違うんじゃない？

A：サマソニは海外の人（が出るイベント）やし。

[オーディエンス A 第2回インタビューより]

このように、オーディエンス A が述べていることからわかるが、サマーソニックは海外アーティストを多く呼んでいるイベントである。そして、オーディエンス A には、海外アーティストの出演するイベントであると認識されている。また、オーディエンス S はロック・イン・ジャパンについて次のように述べている。

S：何かちょっとミーハーっぽいから

…中略…

出演者が、結構ポップなポピュラーな感じやから、あんまり、そんなに興味あるものがそんなに出てないから、別に。

[オーディエンス S 第 1 回インタビューより]

オーディエンス S にとって、ロック・イン・ジャパンはポピュラーなアーティストが出演するイベントである。実際にロック・イン・ジャパンには、日本でもトップクラスの CD セールスを誇るアーティストが出演しており¹⁷、その部分が彼女にとってはミーハーに感じられる。これは、彼女がインディーズのアーティストを好み、商業的なものに抵抗感を抱いていることから自然な反応である。これらのことから言えるのは、ロック・フェスが出演アーティストによって個性化を図っている、ということである。言い換えれば、オーディエンスは、ロック・フェスによって出演するアーティストの系統を予め想像している。

これは、ある種のブランド化の現れであるとも取れる。オーディエンス S はロック・イン・ジャパンをポピュラーなアーティストが出演するミーハーなイベントであると認識し、オーディエンス A がサマーソニックを海外アーティストが出演するイベントであると認識していた。つまり、いい意味でも悪い意味でもイベントごとに個性を認められている。そして、それがブランド化へと発展する。序文で述べた、ロック・フェスの選択に働きかける手段としてのブランド化が起こっていると言える。ただし、そこにオーディエンスを惹きつける魅力が在るかどうかは別問題である。オーディエンスにとっての、ロック・フェスの「ブランド化」と実際の「ブランド力」の関係が注目すべき点として浮かび上がってくる。

筆者は、拙論文において日本人のブランド志向が昨今のロック・フェス・ブームに影響しているのではないかと考えていた。しかし、その時点では自論でしかなく、それを裏付けることは出来なかった。ここでもう一度その点について考えてみたい。日本人のブランド志向については、新聞等の媒体でもしばしば取上げられている。例えば、2000 年 11 月 8 日の朝日新聞朝刊には『ヴィトングループ、日本に続々出店 2002 年、東京に世界最大店』という見出しが踊っている。ルイ・ヴィトンが日本に次々と出店することを伝え、その中で日本人のブランド志向についても言及している。日本人にとって、ブランド品を持

つことは一種の優越感を得る方法であり、自らの価値を高める行為でもある。若者にとっては「ロック・フェス」もブランド品を持つような感覚ではないだろうかと予想した。ロック・フェスに参加する自分自身に喜びを感じたり、有名なロック・フェスに参加していることに優越感を感じたりしていると、考えた。これは、実際にロック・フェスに参加している時に体験した、若者の行動が起因となっている。それは、ライブ中、何人もの若者が会場を埋め尽くすオーディエンスの上を転がっていく、所謂「ダイブ」という行為である。これは、人間が人間の上にのしかかる非常に危険な行為であり、場内アナウンスやポスター、ビラで禁止を呼びかけている。しかし、この「ダイブ」が無くなる気配は無い。それは一体どうしてなのか、と疑問に思った。ある意味、盛り上がりを示す方法ではあるのかもしれない。しかし、「ダイブ」をしいる本人は、その間ライブを聴く事もままならないだろう。つまり、この行為を行う人達にとって、ライブはそれほど価値が無いのではないだろうか。では、何の為にライブに参加したのだろうか。「ダイブ」をすることにどのようなメリットがあるのか。そこで、ブランド志向を結びつけて考えた。筆者は、「ダイブ」行為をしている人達がブランド志向であると言っているわけではない。関連は否定しないが、ライブに参加しライブを観るという本来的行為以外に参加理由を見出す人間がいることに注目したのである。そして、ロック・フェスにも、本来的な目的からではなく、別の目的で参加を決める場合もあるのではと考えたのである。そこで、「ブランド志向」との関連を思い立った。

ブランド志向の前提には、ブランドの存在が不可欠である。つまり、ブランド品をほしがる人々がいるということは、有名ブランドが存在し、その価値が知られていなければならない。オーディエンスにブランド志向があるならば、ロック・フェスがブランド化され、ブランド力を持っていなければならないことになる。しかし、本論文では、それを実証するには至っていない。そして、これまで述べてきたように、オーディエンス S、オーディエンス A 共にロック・フェスやそれぞれのイベントにブランド力を感じていないことがわかっている。特に、オーディエンス S は、

S: それ（ロック・フェス）が、ひと夏最大のイベントとか、自分の中でそういうのではない。

[オーディエンス S 第 2 回インタビューより]

と、ロック・フェスを特別視すること自体に疑問を持っていた。また、ミーハーなものを避ける傾向もインタビューからは読み取れる¹⁸。オーディエンス A の場合、「ロック・フェス」という言葉や、イベントによっては、確固たるものとは言えないまでも、魅力を感じている。そして、興味を持っているアーティストも比較的良く知られている、CD の売り上げも高いものが多い¹⁹。それがミーハーであることにはならないが、オーディエンス S のようにミーハーなものを快く感じないわけではない。しかし、ロック・フェスに関しては、あくまで出演アーティストによって参加を決めている。ロック・フェスだから、サマーソニックだから、が理由にはならない。

ここで、例外として挙げられるのが「フジロック」だ。このロック・フェスに関してはオーディエンス S オーディエンス A 共に多少のブランド力を感じていた。そして、オーディエンス S は実際に参加する前から、行きたいと思っていたと言う。中身を知る前から商品を信頼し、手に入れたと思うように、フジロックを体験する前から、参加を希望していた。そこには、優越感を得るためではなく、「信頼」と「憧れ」を含んだブランド志向が存在するのではないだろうか。そういった意味で、ブランド志向に新たな可能性を見出すことができる。筆者がこれまで考えていた意味に加え、信頼感や安心感を得るための「ブランド志向」についても検討する価値があるだろう。

以上のように、オーディエンス S、オーディエンス A の比較を通し、オーディエンス研究を進めるに当たり、注目すべき着眼点をいくつか発見した。次に、この結果をまとめると共に、今後の課題を提示する。

-
- ¹ 「ブランド」の定義については、序章にて詳しく述べている。
 - ² COCK ROACH。メンバーは、遠藤仁平、本田裕也、杉浦哲郎、加藤拓也、前沢壘。1996年結成し2005年に解散した。
 - ³ エレファントカシマシ。1981年結成。メンバーは、宮本浩次、石森敏行、富永義之、高緑成治。
 - ⁴ B-DASHは1997年に結成。東京都出身のGONGON、ARASE、TANAMANの3人から成るバンドである。
 - ⁵ オーディエンスSに対する聞き取りからも明らかになった。
 - ⁶ HYDE。L'Arc~en~Cielのヴォーカルでもある。2001年にソロデビュー。作品は《HELLO》《HORIZON》など。
 - ⁷ オーディエンスA第2回インタビュー参照
 - ⁸ 2006年のイベントに限れば、L'Arc~en~Cielが一公演8000円であったのに対し、フラワーカンパニーズは（会場によるが）一公演3000円前後である。
 - ⁹ 第2章第3節参照。
 - ¹⁰ 例えば、SUMMER SONICには、屋内ステージも存在する。
 - ¹¹ ここでは、強く惹きつける魅力、という意味で用いる。
 - ¹² [岡田 2003: 116]
 - ¹³ オーディエンスS第2回インタビュー参照。
 - ¹⁴ 第2章第3、4節参照。
 - ¹⁵ オーディエンスS第1、2回インタビュー参照。
 - ¹⁶ 第2章第4説参照。
 - ¹⁷ 2006年は、矢沢永吉、COCCO、くるり、平井堅、スピッツ、吉井和哉、氣志團、ORANGE RANGE等が出演した。
 - ¹⁸ オーディエンスS第1回インタビュー参照。
 - ¹⁹ 資料9、オーディエンスA第2回インタビュー参照。

まとめと今後の課題

第2章においてエスノグラフィーを用い、調査対象者のオーディエンス像を明らかにした。第3章では第2章で描き出したオーディエンス像の分析を行った。ここからは、それらを振り返り、まとめとしていくつかの要点を挙げる。と共に、今回の反省点も示す。そして、今後のオーディエンス研究の展望を提示し、本論文を締めくくる。

第2章では、オーディエンス S、オーディエンス A のインタビューを軸として、個性を持った個人としての「オーディエンス」像というものを明らかにした。そして、個人としてのオーディエンスが、ロック・フェスティバルをどう捉えているのかを描くことが出来た。どのような意識でロック・フェスティバルに参加し、また、これから参加していくのか、そういった疑問についてそれぞれ興味深い見解を述べていた。ここで、第2章を通して得た、オーディエンス S、オーディエンス A の特徴をまとめる。

まず、オーディエンス S の特徴において、特筆すべき点は以下の通りである。

1. 「ロック・フェスティバル」という言葉をそれほど意識してはいない。更に、商業的で野暮ったいと、抵抗感を抱いている。
2. 「ロック・フェスティバル」は野外で数日間行われる大規模なイベントというイメージを漠然と持っている。
3. オーディエンス S にとって、FUJI ROCK FESTIVAL はブランド力のある（魅力ある）存在である。
4. ロック・フェスティバルに参加するかどうかの判断基準は、興味のあるアーティストが出演するかどうかである。
5. ロック・フェスティバルが定着しているとは感じていないが、今後の存続には肯定的である。

次に、オーディエンス A のインタビュー分析からは以下のような特徴が見えた。

1. 「ロック・フェスティバル」に対して、①ロックのアーティストが出演する、②大規模なライブである、③野外が多い、④祭り、というイメージを持っている。
2. 「ロック・フェスティバル」と言う言葉自体に抵抗感を抱いてはいないが、意識して用いているわけでもない。
3. ロック・フェスティバルへの参加は、出演アーティストに対する興味レベルを中心に、独自の判断基準・法則に則って決定している。

4. ロック・フェスティバルには、その他の音楽イベントにはない魅力を感じている。
5. ロック・フェスティバル・ブームについては否定的であるが、今後の存続については肯定的である。

以上のような特徴が第2章第3、4節から明らかになったことである。

第2章を通しての反省点は、インタビューでの筆者の経験不足である。第1回のインタビューで、調査対象者の本音を引き出すような技術がまだまだ足りないことを実感した。今回は、インタビュアーが調査対象者に助けて頂いたようなものであると感じている。こちらの言葉足らずな質問にも、誠実に答えていただいた。その結果、今回のようなエスノグラフィー（民族誌）が描けたのだ。より良いインタビューを行う為には、更なる経験が必要である。今回得た教訓を活かし、準備段階でより答えやすい聞き方を工夫する。また、話しやすい雰囲気作りや、インタビュー時の話し方にも更に気を付けていきたい。

第3章では、第2章を受けて、オーディエンス S とオーディエンス A の比較を行った。そして、オーディエンス研究を発展させていく上で指標となるものを析出した。まず第1節では、オーディエンス S、A の音楽傾向の比較をおこなった。それぞれ異なる系統のアーティストに興味を持っていることがわかった。S はどちらかといえば、インディーズのアーティストに興味があり、A はメジャーなアーティストに興味を持っている。両者共、好きなアーティストのライブによく足を運んでいるが、アーティストの違いからその参加回数は大きく異なる¹。オーディエンス S はそれに加え、ライブハウスで行われるようなライブにもよく足を運んでいる。つまり、日常生活の中で、ライブやコンサートに行くことの多いオーディエンス S の方が、そういった音楽イベントを身近なものとして捉えていると分析した。

第3章第2節では、オーディエンス S、オーディエンス A のロック・フェスティバルに関する発言を中心に比較・分析を行った。その結果、オーディエンス研究に必要であると考え着目点が導き出された。それは以下の通りである。

1. オーディエンスにとって、「ロック・フェスティバル」という言葉がどの程度浸透しているのか。そしてどの程度受け入れられているか。また、そこに普段の音楽傾向は関係するのだろうか。
2. 「ロック・フェスティバル」として筆者が定義するイベント群を、一括りに考えること自体の意味。
3. オーディエンスの「ロック・フェスティバル」という言葉に対する捉え方と、ブラン

ド力（その存在自体に魅力を感じるかどうか）の関係について。

4. FUJI ROCK FESTIVAL のブランド力は、オーディエンス全体に対してもある程度影響があるのではないか。
5. それぞれのロック・フェスティバルが出演アーティストによって個性を出していると共に、オーディエンスもその違いを感じている。これは、ある意味「ブランド化」の現れとも取れる。イベントが、良くも悪くも個性を認められることによって、「ブランド化」へと繋がる。
6. オーディエンスにとっての、ロック・フェスティバルの「ブランド化」と「ブランド力」の関係の考察。
7. 筆者がこれまで考えていた意味に加え、信頼感や安心感を得るための「ブランド志向」についても検討することの可能性。

これら、七つの点は今後のオーディエンス研究の上で、深く掘り下げる可能性や必要性があると考えられる。言い換えれば、オーディエンス研究を進める上での指標となりうるだろう。そして、更なるエスノグラフィーによる調査を進めることで、他の着眼点が見出せることも予想される。今後は新たな指標抽出と、本論文で抽出した指標をもとにしたオーディエンス研究の方向性を追求していきたい。そして、オーディエンス研究自体を進めていくことを課題とする。

最後に、本論文の調査に協力してくださった調査対象者に心から謝辞を述べたい。

¹ 資料 10、11、資料 2 参照。

<引用・参考文献>

粟谷佳司

「ロックの『時代精神』からオーディエンスへ——文化研究とポピュラー音楽——」
『ポピュラー音楽研究』第2号 日本ポピュラー音楽学会 23～34頁 1998

石井慎二編

『わかりたいあなたのための社会学・入門』宝島社 1993

岡田宏介

「イベントの成立、ポピュラー文化の生産——『(悪) 夢のロック・フェスティバル』
への動員はいかにして可能か」 東谷護編 『ポピュラー音楽へのまなざし——売
る・読む・楽しむ』 勁草書房 102～124頁 2003

岡田宏介

「音楽／貨幣／ハビトゥス——現代日本における「野外ロック・フェスティバル」の
秩序——」 『ソシオロゴス』28号 ソシオロゴス編集委員会 185～201頁 2004

影山伴巳編

『スカイパーフェクTV! ガイド』149号 東京ニュース通信社 2006

刈屋武昭

『ブランド評価と価値創造』 日本経済新聞社 2005

北澤毅・古賀正義編

『<社会>を読み解く技法』 福村出版 1997

古賀正義

『<教えること>のエスノグラフィー——「教育困難校」の構造過程』 金子書房
2001

佐藤郁哉

『フィールドワーク——書を持って出かけよう——』 新曜社 1992

佐藤郁哉

『フィールドワークの技法 問いを育てる、仮説をきたえる』 新曜社 2002

品田英雄編

『日経エンタテインメント!』138号特別付録 日経BP社 2006

嶋田春奈

「ロック・フェスティバルについての一考察——日本におけるロック・フェスティバ
ルの発生・変遷・展望——」 京都教育大学 2004年度卒業論文 2004

志水宏吉編

『教育のエスノグラフィー——学校現場のいま——』 嵯峨野書院 1998

田家秀樹

『ジャパニーズポップスの巨人たち～21世紀に語り始めた22人の音楽スピリット～』
TOKYO FM 出版 2002

韓東賢

『チマ・チョゴリ制服の民族誌』^{エスノグラフィー} 双風舎 2006

広瀬義州他

『ブランドの考え方』 中央経済社 2003

フリス、サイモン 細川周平・竹田賢一訳

『サウンドの力 若者・余暇・ロックの政治学』 晶文社 1991

松村明編

「ブランド志向」 『大辞泉』 2345 頁 小学館 1995

松村明編

「みい - はあ」 『大辞泉』 2521 頁 小学館 1995

南田勝也

「いま、野外ロックフェスに集まる人々——音楽ライブにおける聴取スタイルの変容——」 『Aura』 164 号 フジテレビ編成制作局知財情報センター調査部 14～18 頁 2004

箕浦康子編

『フィールドワークの技法と実際——マイクロエスノグラフィー入門——』 ミネルヴァ書房 1999

メリアム、シャラン B. 堀薫夫・久保真人・成島美弥訳

『質的調査法入門——教育における調査法とケース・スタディ——』 ミネルヴァ書房 2004

山崎洋一郎編

『ROCK IN JAPAN FESTIVAL 2006』 ロッキング・オン 2006

吉光正絵

「ロック・コンサートに集まる青年期未婚女性のオッカケ行動と家族状況——首都圏・関西地方で行われたあるバンドのライブで行った調査から——」 『日本家政学会家族関係学部会誌』 第 16 号 日本家政学会家族関係学部会 1～11 頁 1997

<参考ホームページ>

HY

<http://www.hymode.net/top/top.php>

エレファントカシマシ

<http://www.faith-group.co.jp/ElephantKashimashi/>

Augusta Camp 06

<http://www.office-augusta.com/ac2006/>

OTODAMA'06

<http://www.shimizuonsen.com/event/otodama06/top.html>

COUNTDOWN JAPAN 06/07

<http://www.rjfes.co.jp/countdownjapan/>

GOING UNDER GROUND

<http://www.aquamusic.co.jp/going/>

COCK ROACH

<http://cockroach.jp/top.html>

THE BACK HORN

<http://thebackhorn.com/index.html>

SUMMER SONIC 2006

<http://www.summersonic.com/index.html>

HYDE

<http://www.hyde.com/index2.html>

BUMP OF CHICKEN

<http://www.bumpofchicken.com/>

B-DASH

http://www.b-dash.com/index_pc.html

FUJI ROCK FESTIVAL '06

<http://www.fujirockfestival.com/>

BLACK EYED PEAS

<http://www.universal-music.co.jp/u-pop/artist/bep/>

フラワーカンパニーズ

<http://www.flowercompanyz.com/>

MINAMI WHEEL 2006

http://funky802.com/minami_2006/index.php

MUSE

<http://wmg.jp/muse/bio.html>

MONGOL800

<http://www.highwave.co.jp/mongol8/>

L'Arc〜en〜Ciel

<http://www.larc-en-ciel.com/>

LINKIN PARK

http://www.wmg.jp/artist/linkin_park/

ROCK IN JAPAN FES.2006

<http://www.rjffes.co.jp/06/index.html>

横浜レゲエ祭

<http://www.yokohamareggaesai.com/index.html>

<参考資料>

- ・ ROCK IN JAPAN FES.2006 パンフレット
- ・ SUMMER SONIC 2006 パンフレット

付録

055067

音楽教育専修

嶋田春奈

指導教員： 大澤弘之

田中多佳子

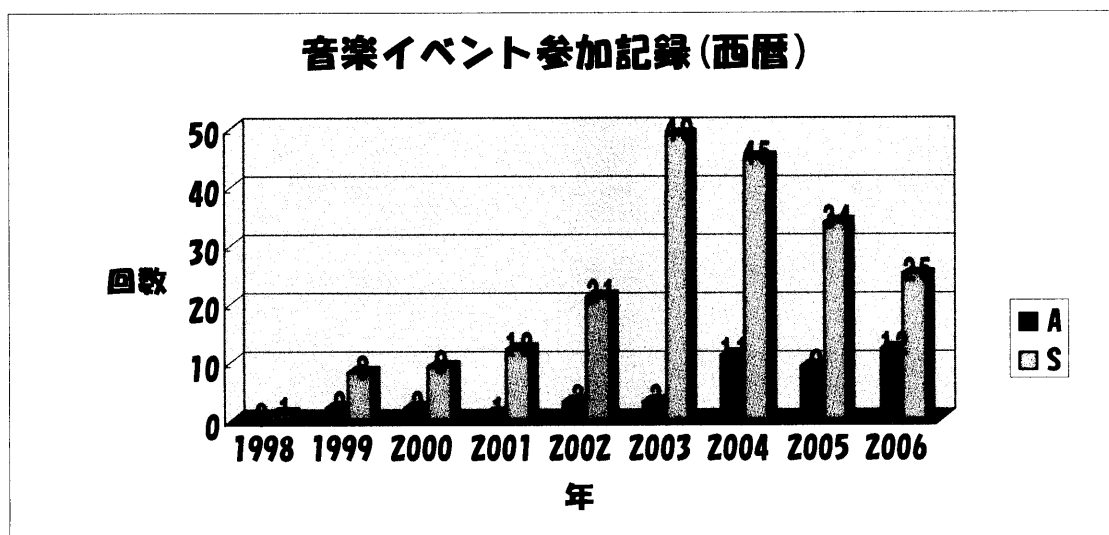
<目次>

資料1	調査対象者の基礎情報	 1
資料2	音楽イベント参加記録（西暦による対比）	 1
資料3	音楽イベント参加記録（年齢による対比）	 2
資料4	音楽イベント参加数の推移（オーディエンス S）	 2
資料5	ロック・フェスティバルの割合（オーディエンス S）	 3
資料6	音楽イベント参加数の推移（オーディエンス A）	 3
資料7	ロック・フェスティバルの割合（オーディエンス A）	 4
資料8	オーディエンス S のアンケート	 5
資料9	オーディエンス A のアンケート	 6
資料10	オーディエンス S の音楽イベント参加記録	 7
資料11	オーディエンス A の音楽イベント参加記録	15
資料12	インタビューの質問項目	17
オーディエンス S	第1回インタビュー	18
オーディエンス S	第2回インタビュー	24
オーディエンス A	第1回インタビュー	31
オーディエンス A	第2回インタビュー	38

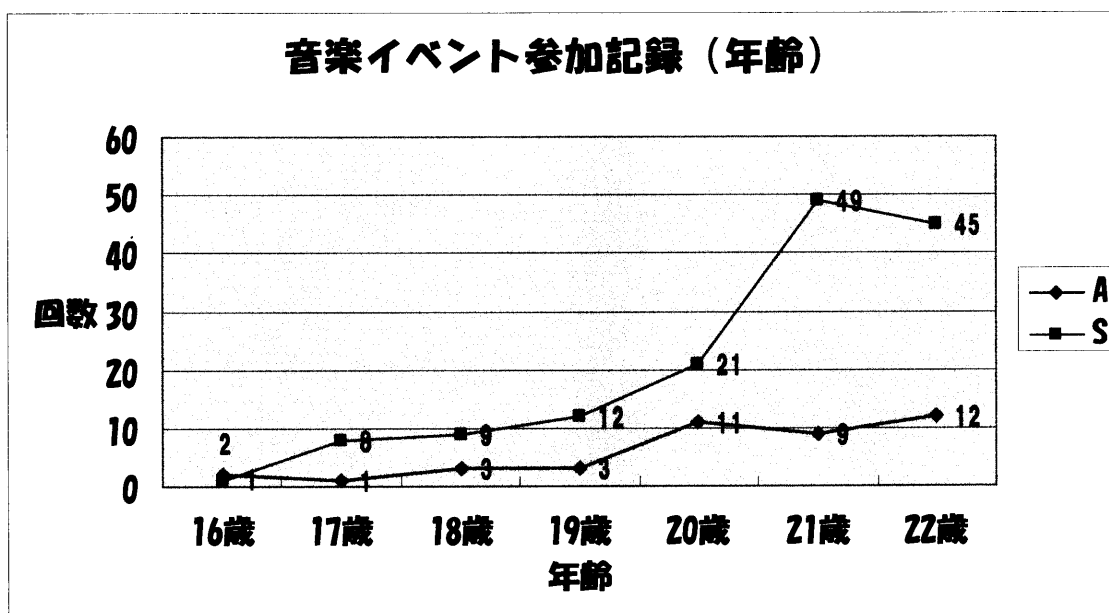
資料1 調査対象者の基礎情報

	オーディエンス S(仮名)	オーディエンス A(仮名)
年齢	20 代前半 (24 歳)	20 代前半 (22 歳)
性別	女	女
職業	フリーター	会社員
現住所	京都市	京都市
家族との同居	有り(実家)	有り(賃貸マンション)
月収	約 12 万円	約 17 万円
出身	京都市	香川県
これまでの 経歴	2002 年 3 月 高等学校卒業 2002 年 4 月 写真科のある 専門学校へ入学 2004 年 専門学校卒業	2003 年 3 月 県内の高等学校を卒業 2003 年 4 月 京都市内の福祉・保育系 専門学校へ入学 2005 年 3 月 専門学校卒業 2005 年 4 月 京都市内で就職
興味・趣味	写真、絵画鑑賞	テレビ、読書、サッカー
音楽経験	ピアノ、バンド活動	エレクトーン、サックス

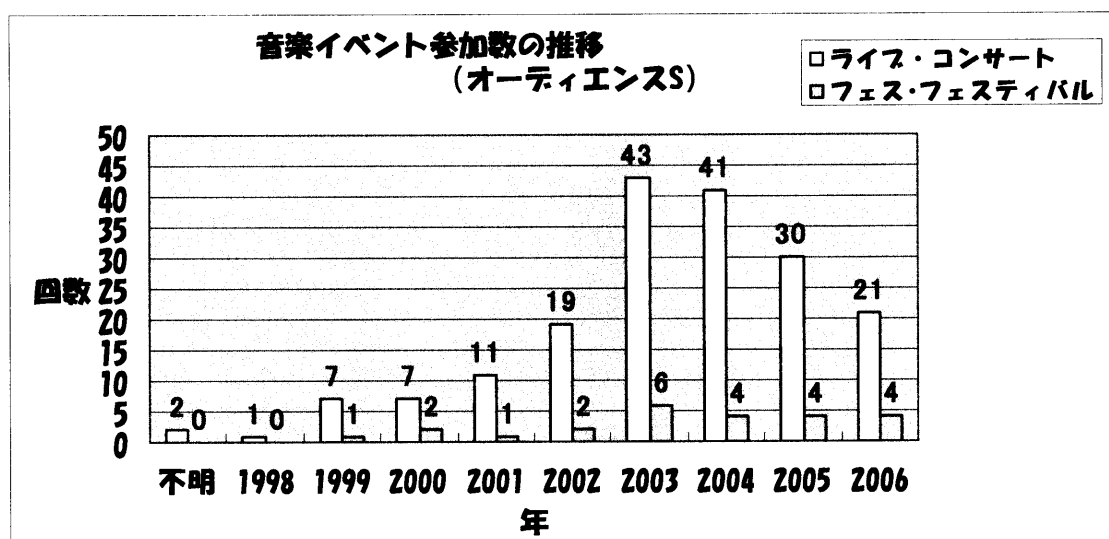
資料2 音楽イベント参加記録(西暦による対比)



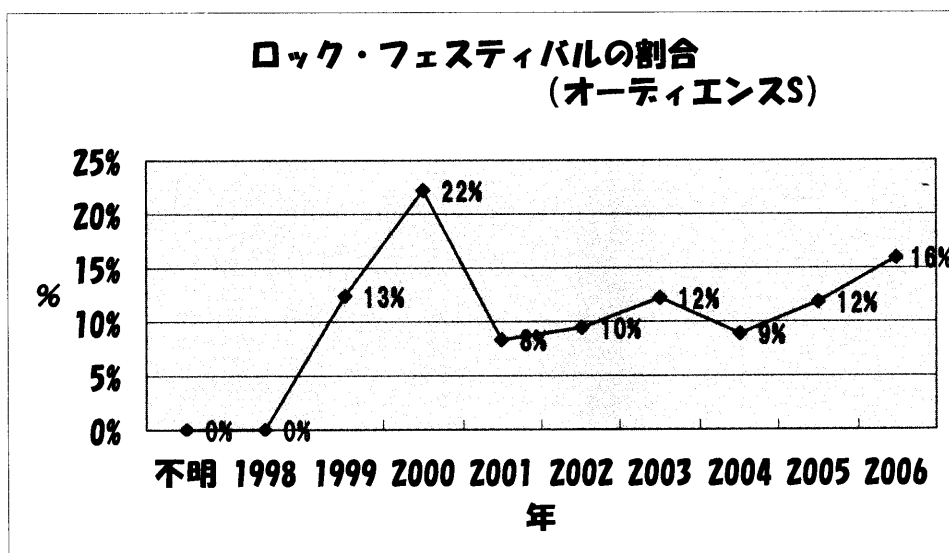
資料3 音楽イベント参加記録(年齢による対比)



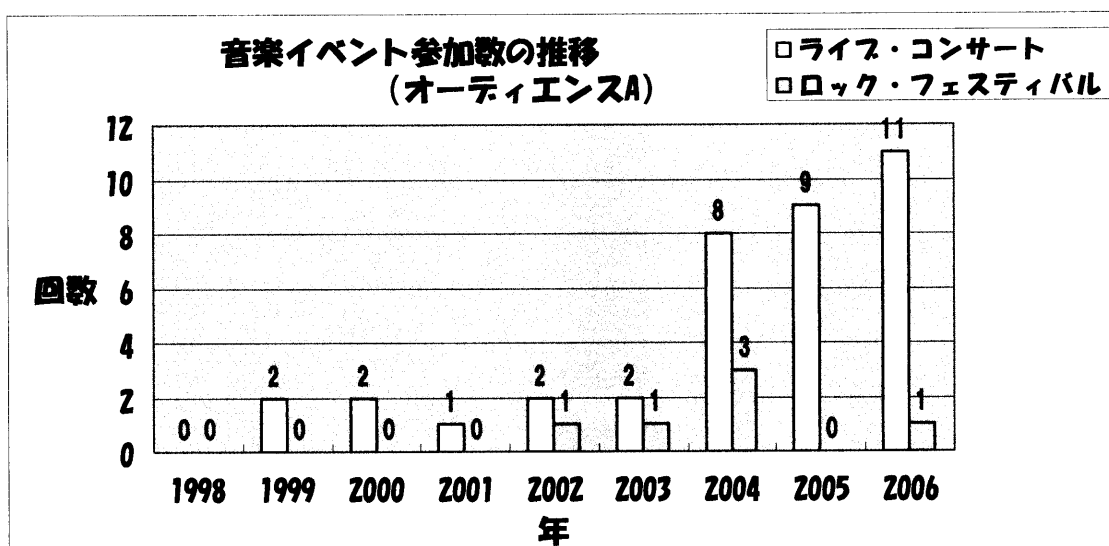
資料4 音楽イベント参加数の推移(オーディエンスS)



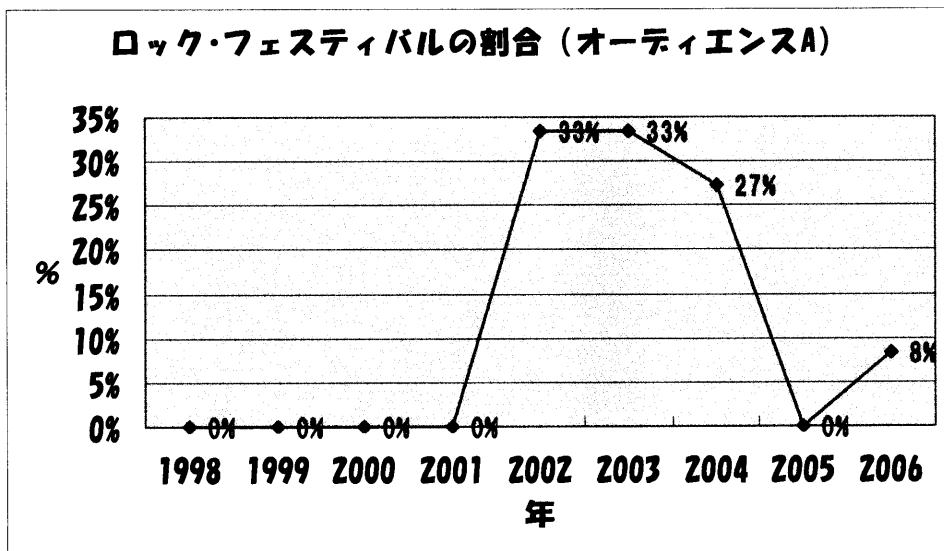
資料5 ロック・フェスティバルの割合(オーディエンス S)



資料6 音楽イベント参加数の推移(オーディエンス A)



資料7 ロック・フェスティバルの割合(オーディエンスA)



資料8 オーディエンス S のアンケート

オーディエンス S の回答

<アンケート>

1. あなたの性別は？ 男 ・ 女
2. あなたの年齢は？ 10 代前半・10 代後半・20 代前半・20 代後半・30 代前半・その他
3. あなたの職業及び平均月収は？ 学生・フリーター・会社員・公務員・その他
(12) 万円
4. 音楽に対する関心 全く無い・あまり無い・ある・かなりある
5. ロックに対する関心 全く無い・あまり無い・ある・かなりある
6. 好きなアーティスト (フラワーカンパニーズ、COCK ROACH、eastern youth)
7. ライブに行く頻度 平均・月 (1 ~ 5) 回
8. 購入する CD 数 平均・月 (1 ~ 2 中古で) 枚
9. ダウンロードする曲数 平均・月 (0) 曲
10. レンタルする CD 数 平均・月 (キャンペーン時に 5) 枚

資料9 オーディエンスAのアンケート

オーディエンスAの回答

<アンケート>

1. あなたの性別は? 男 ・ 女
2. あなたの年齢は? 10代前半・10代後半・20代前半・20代後半・30代前半・その他
3. あなたの職業及び平均月収は? 学生・フリーター・会社員・公務員・その他
(17) 万円
4. 音楽に対する関心 全く無い・あまり無い・ある・かなりある
5. ロックに対する関心 全く無い・あまり無い・ある・かなりある
6. 好きなアーティスト (L' Arc~en~Ciel、LINKIN PARK、KASABIAN、MUSE、GREEN DAY、SUM41、AVRIL LAVIGNE、EVANESCENCE)
7. ライブに行く頻度 平均・月 (1) 回
8. 購入するCD数 平均・月 (0・5) 枚
9. ダウンロードする曲数 平均・月 (1) 曲
10. レンタルするCD数 平均・月 (1) 枚

資料10 オーディエンスの音楽イベント参加記録

日時	イベント	主な出演者	会場	同伴者(人)
1998/9/24	?	宮本浩次	大阪厚生年金会館大ホール	1
1999/2/1	ドミノめぐり ツアー	山崎まさよし	京都金館大ホール	1
1999/7/30	MIDSUMMER GIG	田辺マモル、松崎ナオ、いしのだなつよ、JEFO	BIG CAT	1
1999/8/9	インストアライブ	田辺マモル	タワーレコード京都店	1
1999/8/22	Augusta Camp 99	山崎まさよし、スガシカオ、香子など	神戸ポートアイランド	1
1999/8/30	West20 スガシカオ ストリートライブ	スガシカオ、ヒロ寺平	京都駅ビル	1
1999/11/24	One Night Stand tour 99 ツアー	山崎まさよし	京都金館大ホール	1
1999/12/10	ラブコメがいっぱい ツアー	田辺マモル	クラブクアトロ	1
1999/12/26	SOUL BONE ATTACK ツアー	フラワーカンパニーズ	BIG CAT	1
2000/4/25	怒りのBONGO	フラワーカンパニーズ	磯磔	1
2000/6/25	?	宮本浩次	梅田ヒートビート(ON AIR OSAKA)	?
2000/7/20	Augusta Camp 2000	山崎まさよし、スガシカオ、香子など	舞洲スポーツアイランド	1
2000/9/10	オリンポップ 301	フラワーカンパニーズ、NONA REEVES、カーネーション、COIL など	大阪城野外音楽堂	1
2000/9/23	ロック アラウンド コウベ 2000	フラワーカンパニーズ、スパークス GOGO、ジャイアン トステップ	チキンジョージ	1
2000/10/20-22	MINAMI WHEEL 2000	フラワーカンパニーズなど	BIG CAT など	1
2000/10/29	檸檬の囃つき ツアー	宮本浩次	Zepp Osaka	1
2000/11/14	冬の祭り ツアー	フラワーカンパニーズ	十三ファンダンゴ	1
2000/11/20	あすなろ杯 2000	フラワーカンパニーズ、テルスター、ザ・クラッツなど	BIG CAT	1
2001/1/14	?	bohemian café など	CRUST	1
2001/3/3	Cozy-Time ツアー	宮本浩次	京都ミュージズホール	1
2001/4/17	?	田辺マモル、今西太一、柴山一幸	都雅都雅	1
2001/4/20	? ツアー	WEEZER	Zepp Osaka	1
2001/5/1	A LA CARTE	杉本まこと、ブライアンバンドなど	エム・キューブ	1
2001/5/8	BATTLE CIRCUIT WINNERS SHIP	FREEK'S, one setttable view など	光明アムホール	?
2001/5/19	SOUND GREAT ドリームロード 2001	?	大阪城野外音楽堂	1
2001/8/8	シリーズ人間の爆発 vol.1	フラワーカンパニーズ、ソウルフラワーユニオン	チキンジョージ	1
2001/9/14	FLOWER TONE vol.2	bohemian café など	エム・キューブ	1
2001/10/13	transit time ツアー	山崎まさよし	京都金館大ホール	1
2001/10/19-21	MINAMI WHEEL 2001	田辺マモル、GOING UNDER GROUND、THE BACK HORN など	BIG CAT など	1

2001/11/5	幸せまっぐら ツアー	フラワーカンパニーズ	碌碌	1
2002/1/17	tour grooblee?	SUPER BUTTER DOG	ON AIR OSAKA	1
2002/3/3	爆ひな `02	フラワーカンパニーズ、YOGURT-poooh など	クラブクアトロ	1
2002/3/4	白眼充血絶叫天国	フラワーカンパニーズ	碌碌	1
2002/3/30	FLOWER TONE 2002	bohemian café など	エム・キューブ	1
2002/4/15	MUSIC FREAKS 53	bohemian café など	アトランティクス	1
2002/5/1	EVERY GO FIGHT!	THE BACK HORN、NANANINE、GOING UNDER GROUND	京都ミュージズホール	1
2002/5/10	Toshi Acoustic Live ツアー	Toshi(X JAPAN)	絵巻	1
2002/6/1	JAPAN SOUL	山崎まさよし、宮沢和史、元ちとせ、松たか子など	大阪城ホール	1
2002/6/12	絶叫社がため	フラワーカンパニーズ	碌碌	2
2002/6/13	GO ON THE SPREE 19	二東三文、とめ など	アトランティクス	1
2002/7/3	流れ星ランナー ツアー	THE BACH HORN	なんばロケッツ	1
2002/7/21	MEET THE WORLD BEAT	SUPER BUTTER DOG、HY、PEZ、The boom など	もみじ川芝生公園	1
2002/7/22	Rock Stream	bohemian café など	BIG CAT	1
2002/7/26-28	FUJI ROCK FESTIVAL 02		苗場スキー場	1
2002/7/30	絶叫ヒグラシ夏を斬る ツアー	フラワーカンパニーズ	バナナホール	2
2002/8/27	ATMC 02?	フラワーカンパニーズ、PENPALS、SNAIL RAMP、TRICERATOPS など	なんば Hatch	1
2002/10/1	丸腰ソウルフラワー	フラワーカンパニーズ	十三ファンダンゴ	1
2002/11/2	京都女子大学祭	GOING UNDER GROUND など	京都女子大学体育館	1
2002/11/23	京都大学学祭	ハックルベリーフィニ	京都大学グラウンド	1
2002/11/30	真冬の盆踊り ツアー	フラワーカンパニーズ	碌碌	1
2002/12/11	シリーズ人間の爆発 vol.8	フラワーカンパニーズ、The Youth、BAZRA	バナナホール	1
2003/1/17	心臓オーケストラ ツアー	THE BACK HORN	バナナホール	1
2003/1/26	ROCK SIDE	406、フラワーカンパニーズ、ザ☆キャバレー	十三ファンダンゴ	2
2003/2/12	?	スパイク(友人)など	スタークラブ	0
2003/2/15	?	スパイク(友人)など	ネバーランド	1
2003/2/17	?	スパイク(友人)など	なんばロケッツ	2
2003/2/19	?	スパイク(友人)など	ベイサイドジェニー	0
2003/3/11	?	?	京都 MOJO	1
2003/3/16	実録男達のバラード ツアー	フラワーカンパニーズ	バナナホール	1

2003/3/22	?		COCK ROACH、乱舞など	京都 MOJO	1
2003/3/29	実録男達のバラード ツアー		フラワーカンパニーズ	磯磔	2
2003/3/30	フリーライブ		BONNIE PINK	京都駅	1
2003/4/13	実録男達のバラード ツアー		フラワーカンパニーズ	スタークラブ	1
2003/5/9	SUM41 ツアー		SUM41	大阪城ホール	1
2003/5/10	SWEET LOVE SHOWER 2003 SPRING EXTRA-FREE		THE BACK HORN、くるみ、Scoobie Do など	大阪城野外音楽堂	1
2003/6/6	ベガサイコ2		ROOTS OF MINE、BEGA Mush—Head など	なんばロケッツ	1
2003/6/12	Hip Shot 5th Anniversary ライブ		THE BACK HORN、COCK ROACH	Hip Shot Japan	1
2003/6/15	スタークラブ イベント		フラワーカンパニーズ、鉄と鉛、ストレイトテナーなど	BIG CAT	1
2003/7/2	JAPAN TOUR 03		B-DASH	ON AIR OSAKA	3
2003/7/4	フラカン一座熱狂低気圧		フラワーカンパニーズ	磯磔	2
2003/7/5	フラカン一座熱狂低気圧		フラワーカンパニーズ	磯磔	1
2003/7/7	百花繚乱 Vol. 2		乱舞、鉄と鉛など	京都 MOJO	1
2003/7/10	裏キャン		ROSSY、sprito、など	ベイサイドジェニー	?
2003/7/13	TIME FOR AGAIN		鉄と鉛、SOUL JACK 76 など	京都ミュージズホール	1
2003/7/16	?		鉄と鉛、ROOTS OF MINE など	江坂ブーミンホール	2
2003/7/25-27	FUJI ROCK FESTIVAL 03		BJORK、UNDERWORLD、PRIMAL SCREAM、 MASSIVE ATTACK、フラワーカンパニーズ and more ...	苗場スキ場	1
2003/8/2-3	SUMMER SONIC 2003		BLUR、BLINK182、TRAVIS、東京スカパライズオー ケストラ、ZEBRAHEAD、THE HIGH-LOWS、MEW and more...	WTC OPEN AIR STADIUM、INTEX OSAKA、ZEPP OSAKA	1&3 日はス タッフとして
2003/8/10	The Tug of Rock'n Roll 03		O.P.KING、GO GO 7188、THE BACK HORN など	宜野湾市海浜公園屋外劇場	1
2003/8/21	お祭りビッグバン ツアー		THE BACK HORN	パナホール	1
2003/8/22	ROCKTHIS TOWN		鉄と鉛、detroit7、ロットングラフティなど	ベイサイドジェニー	1
2003/8/28	NATU-FES 2003		フラワーカンパニーズ、ジャパハリネット、Bivattchee など	マザーホール	2
2003/8/31	NOMU ROCK FESTIVAL 2003		COCK ROACH など	高松ミュージズホール	1
2003/9/19	9月の悲社と饗宴		鉄と鉛、宙ブラリ、インビシブルマンズ・デスベット、倉 橋エエコなど	スタークラブ	2
2003/9/25	天使がワゴンでやってくる ツアー		フラワーカンパニーズ	チキンジョージ	1

2003/9/26	天使がワゴンでやってくる ツアー	フラワーカンパニーズ	磯磔	1
2003/10/17-19	MINAMI WHEEL 2003	宙づり、406、テルスターなど		1
2003/10/21	?	友人	京都 MOJO	1
2003/10/22	METEORA TOUR 2003	LINKIN PARK	大阪城ホール	1
2003/10/31	ベガサイコ	ROOTS OF MINE、BEGA Mush-Head など	江坂ブーミンホール	1
2003/11/1	京都外国語大学祭	ガガガ SP、セックスマシーン	外大グラウンド	1
2003/11/2	京都女子大学祭	クレイジーケンバンド	京都女子大学体育館	1
2003/11/18	?	鉄と鉛、detroit7 など	スタークラブ	1
2003/11/21	絶望アッパーカット ツアー	THE BACK HORN	スタークラブ	1
2003/11/22	絶望アッパーカット ツアー	THE BACK HORN	磯磔	1
2003/11/23	東京タワー ツアー	フラワーカンパニーズ	磯磔	2
2003/11/24	東京タワー ツアー	フラワーカンパニーズ	パナホール	2
2003/11/30	?	藍華柳など	VOX	スタッフとして
2003/12/14	?	藍華柳など	京都ミュージックホール	スタッフとして
2003/12/16	ONE NIGHT STAND TOUR 2003	山崎まよし	京都会場大ホール	1
2003/12/30-2004/1/1	COUNTDOWN JAPAN 03/04	ASIAN KANG-FU GENERATION、奥田民生、斉藤和義、くるり、BEAT CRUSADERS、レミオロメン、フラワーカンパニーズ and more...	幕張メッセ	1
2004/1/24	絶望アッパーカット ツアー	THE BACK HORN	BIG CAT	2
2004/2/7	藍華工業高校伝説の入学式	藍華柳	ARCDEVX	1
2004/2/10	シリーズ人間の爆発 vol.14	フラワーカンパニーズ、ザ☆キャバレーなど	十三ファンダンゴ	1
2004/3/6	?	藍華柳など	VOX	1
2004/3/28	Cinema vol.2	THE BACK HORN、ACIDMAN	なんば Hatch	1
2004/3/29	?	ザ☆キャバレー、倉橋ヨエコなど	京都 MOJO	1
2004/4/3	フラカン15周年 磯磔30周年	フラワーカンパニーズ	磯磔	1
2004/4/4	SET YOU FREE TOUR 2004	フラワーカンパニーズ、サンボマスター、銀杏 BOYS など	ベイサイドジェニー	1
2004/4/12	魔界大宴会	宙づり、騒音寺、全カオニーズなど	クラブメトロ	1
2004/4/19	4月の悲壮と饗宴	鉄と鉛、インビジュアルマンズデスベツなど	クラブメトロ	1
2004/4/24	?	藍華柳	VOX	1
2004/5/9	SWEET LOVE SHOWER 2004 SPRING	THE BACK HORN、スキマスイッチ、スクーピードゥー、レミオロメンなど	大阪城野外音楽堂	1
2004/5/11	ロックは爆発だ！！	フラワーカンパニーズ、HIGHWAY51、ピンクリボン軍	スタークラブ	1

2004/5/22	パワーインザワールド ツアー	エレファントカシマシ	BIG CAT	1
2004/5/23	パワーインザワールド ツアー	エレファントカシマシ	チキンジョージ	1
2004/5/30	?	藍華柳など	京都ミュージズホール	3
2004/6/3	日本震撼 暗黒街頂上決戦 ビリーvsジャック ツアー	ホテル、SCAR など	京都ミュージズホール	1
2004/6/6	STYLUS	?	アトランティクス	1
2004/6/12	続東京タワー セミファイナル ツアー	フラワーカンパニーズ	パナナホール	1
2004/6/21	?	ザ☆キャバレー、乱舞、インビシブルマンズデズベツトなど	京都 MOJO	1
2004/7/2	夏のワンマン市街戦！夕焼け目撃者 ツアー	THE BACK HORN	御堂会館	1
2004/7/9	上常～夏の陣～	COCK ROACH、G-FREAK FACTORY	水戸ライトハウス	1
2004/7/19	SF vol.5	フラワーカンパニーズ、赤犬	十三ファンダンゴ	1
2004/7/24	0724 YAMABIKARI	エレファントカシマシ、JUDE、フジファブリック、東京事変	チキンジョージ	1
2004/8/7	SUMMER SONIC 2004	BEASTIE BOYS、THE MAD CAPSULE MARKETS、THE MUSIC、B-DASH など	WTC OPEN AIR STADIUM、INTEX OSAKA、ZEPP OSAKA	1
2004/8/12	ONE NIGHT SUMMER TIME BLUES 2004	エレファントカシマシ、THE イナズマ戦隊、押尾コータローなど	なんば Hatch	1
2004/8/21-22	MONSTER baSH 2004	フラワーカンパニーズ、B-DASH、サンボマスター、山崎まさよしなど	国立讃岐まんのう公園	2
2004/8/30	静かなる虫達の夜奏	COCK ROACH、THE BACK HORN	新宿ロフト	1
2004/9/3	?	フラワーカンパニーズ、騒音寺、鉄と鉛など	神戸 VARIT	1
2004/9/19	?	藍華柳	京都ミュージズホール	4
2004/9/22	ビッグバラックストア ツアー	B-DASH	磯磔	1
2004/9/23	SET YOU FREE	メガマサヒデ、フラワーカンパニーズ、サンボマスター、銀杏 BOYS など	ベイサイドジェニー	1
2004/9/24	?	COCK ROACH など	DROP	1
2004/9/25	爆走！沸騰一直線！ ツアー	フラワーカンパニーズ	磯磔	1
2004/9/26	爆走！沸騰一直線！ ツアー	フラワーカンパニーズ	磯磔	1
2004/10/11	?	鉄と鉛、乱舞など	京都 MOJO	1
2004/10/30	?	フラワーカンパニーズ	十三ファンダンゴ	1
2004/11/3	関西学院大学 学園	くるり	関西学院大学	2

2004/11/11	LIVE GO! GO! 25th	THE BACK HORN、銀杏 BOYS など	なんば Hatch	1
2004/11/23	色なき空とあをい月	COCK ROACH など	knave	1
2004/12/4	世田谷夜明け前 ツアー	フラワーカンパニーズ	奈良ネバーランド	1
2004/12/18	?	エレファントガシマシ	なんば Hatch	1
2004/12/26	Rock'n Roll Rider 年末スペシャル	フラワーカンパニーズ、うつみようこ&YOKOLOCO BAND など	クラブメトロ	1
2004/12/27	FANDANGO NIGHT 2004	フラワーカンパニーズ、メガマサヒデ、ザ 50 回転ズ、ロボピッチャー	十三ファンダンゴ	1
2004/12/29-2005/1/1	COUNTDOWN JAPAN 04/05	忌野清志郎、奥田民生、GOING UNDER GROUND、エレファントガシマシ、グループ魂、くるり、KREVA、サンボマスター、フラワーカンパニーズなど	幕張メッセ	1
2005/1/16	SET YOU FREE	フラワーカンパニーズ、銀杏 BOYS など	十三ファンダンゴ	1
2005/2/18	世田谷夜明け前 ツアー	フラワーカンパニーズ	バナナホール	1
2005/2/26	?	藍華柳	京都ミュージズホール	3
2005/3/26	ヘッドフォンチルドレン ツアー	THE BACK HORN	磯磔	1
2005/3/27	ヘッドフォンチルドレン ツアー	THE BACK HORN	神戸 VARIT	1
2005/3/30	シュアルツアー	B-DASH	BIG CAT	3
2005/4/3	SET YOU FREE	フラワーカンパニーズ、テルスター、LINK	2nd LINE	1
2005/5/4	FLY THE FRAGE?	THE イナズマ戦隊、ハイロウズ、GRAPVINE など	大阪城ホールなど	1
2005/5/8	SWEET LOVE SHOWER 2005 SPRING	BEAT CRUSADERS、ストレイテナー、ELLEGARDEN、フラワーカンパニーズなど	大阪城野外音楽堂	1
2005/5/15	?	藍華柳など	京都ミュージズホール	?
2005/5/26	Re:Re: ツアー	ASIAN KANG-FU GENERATION	磯磔	1
2005/5/27	世田谷夜明け前 ツアー	フラワーカンパニーズ	磯磔	1
2005/5/29	ヘッドフォンチルドレン ツアー	THE BACK HORN	なんば Hatch	1
2005/6/26	放～至樂～	eastern youth、無戒秀徳アコースティック&エレクトリックなど	京都大学西部講堂	1
2005/7/2	すまねえ魂 2006 ツアー	エレファントガシマシ	チキンジョージ	2
2005/7/8	世田谷夜明け前 part2 ツアー	フラワーカンパニーズ	バナナホール	1
2005/7/25	?	友人たち	クラブイースト	1
2005/8/6	世田谷夜明け前 part2 ツアー	フラワーカンパニーズ、The Collenters、ファンキーパンキー	和歌山オーラドタイム	1

2005/8/7	世田谷夜明け前 part2 ツアー	フラワーカンパニーズ、The Collenters、ファンキーパ ンキー	スタークラブ	1
2005/8/14	Sky Jamboree '05	フラワーカンパニーズ、サンボマスター、MONGOL800 など	稲佐山公園	1
2005/8/21	GOING KOBE 05	ガガガ SP、NICOTIN など		スタッフとして
2005/8/24	K 点越え	鉄と鉛、インビジュアルマンズデスベツトなど	京都ミュージズホール	0
2005/8/31	道頓堀暴走テクニカル ツアー?	銀香 BOYS、水中それは苦しいなど	マザーホール	1
2005/9/3	COCK ROACH 解散ライブ	COCK ROACH	水戸ライトハウス	1
2005/10/1	磁磔2DAYS	フラワーカンパニーズ	磁磔	1
2005/10/2	磁磔2DAYS	フラワーカンパニーズ	磁磔	1
2005/10/18	?	the pencil shop on the 2nd floor(友人)など	十三ファンダンゴ	1
2005/10/21	MINAMI WHEEL 前夜祭	フラワーカンパニーズ、アナログフィッシュ、怒髪天な ど	なんば Hatch	1
2005/10/22	FANDANGO 18th ANNIVERSARY	フラワーカンパニーズ、怒髪天	十三ファンダンゴ	1
2005/10/24	?	メレンゲ、ボメラニアアンスなど	磁磔	スタッフとして
2005/11/3	Fes な花火 2005	THE BACK HORN	花園大学講堂	1
2005/11/9	俺達いつでもロックバカ vol.69	ニューロティカ	京都ミュージズホール	1
2005/12/6	It's Only Rock'yun'Roll ツアー	フラワーカンパニーズ	バナナホール	1
2005/12/29-2006/1/1	COUNT DOWN JAPAN 05/06	くるり、エレファントカシマシ、B-DASH、サンボマス ター、10FEET など	幕張メッセ	1
2006/1/7	?	エレファントカシマシ	なんば Hatch	1
2006/1/27	?	インビジュアルマンズデスベツト、乱舞など	磁磔	1
2006/2/1	エレキレストラン 22	the pencil shop on the 2nd floor(友人)など	京都 MOJO	1
2006/2/9	シリーズ人間の爆発 vol.19	フラワーカンパニーズ、ザ 50 回転ズなど	十三ファンダンゴ	1
2006/3/8	SET YOU FREE	フラワーカンパニーズ、銀香 BOYS など	ペイサイドジェニー	1
2006/3/23	?	サンボマスター、THE BACK HORN	バナナホール	0
2006/3/26	明日なき遁走 ツアー	フラワーカンパニーズ	磁磔	1
2006/3/31	STAR CLUB 9 周年 前夜祭	B-DASH、ががが SP	スタークラブ	1
2006/4/4	春の音楽祭り 堂山夜明け前に ?	フラワーカンパニーズ、The ピーズなど	バナナホール	1
2006/4/16	明日なき遁走 ツアー	フラワーカンパニーズ	スタークラブ	1
2006/5/5	?	鉄と鉛	磁磔	0
2006/5/7	SET YOU FREE	フラワーカンパニーズ、セカイイチ	十三ファンダンゴ	1
2006/5/13	GOING KOBE 06	ガガガ SP、B-DASH、テルスターなど	メリケンパーク	スタッフとして

2006/6/11	RUSH BALL☆8		うつみようこ&YOKOYOKO バンドなど	大阪城野外音楽堂		1
2006/6/16	明日なき遁走 ツアー		フラワーカンパニーズ	スタークラブ		1
2006/7/10	松健 aniki 祭りスペシャル		フラワーカンパニーズ、ニューロティカ、POLYSICS、radio caroline	スタークラブ		1
2006/8/4-8/6	ROCK IN JAPAN FES. 2006		フラワーカンパニーズ、エレファントカシマシ、平井堅、矢沢永吉、cocco、スピッツ、くるり、など	ひたちなか海浜公園		1
2006/8/11	音泉魂勝手に前夜祭		鈴木圭介、NALU など	神戸ウインターランド		1
2006/8/12-13	音泉魂 OTODAMA 06		つじあやの、セカイイチ、The ピーズ、フラワーカンパニーズ、GOING UNDER GROUND など	服部緑地野外音楽堂?	スタッフとして	
2006/8/15	?		10FEET、RIZE、ジッタリンジンなど	BIG CAT	スタッフとして	
2006/8/24	エレキ大浴場 9		フラワーカンパニーズ、eastern youth	京都 MOJO		1
2006/9/9	青春狂時代 ツアー		ガガガ SP、B-DASH、銀香 BOYS など	なんば Hatch		1
2006/9/16	SOUNDGREEN ?		元ちとせ、ベベチオ、キャラバンなど	大阪城野外音楽堂	スタッフとして	
2006/10/15	PACKING RUNS GREAT 2006		フラワーカンパニーズ、うつみようこ&YOKOLOCO BAND、THE NEATBEATS	B-FLAT		1
2006/10/16	PACKING RUNS GREAT 2006		フラワーカンパニーズ、うつみようこ&YOKOLOCO BAND、THE NEATBEATS	キングコブラ		1
?	キャッツ			?		?
?	沢田研二		沢田研二	?		?

資料11 オーディエンスAの音楽イベント参加記録

日時	イベント名	主な出演者	会場	同伴者 (人)
1999/7/18	1999 GRAND CROSS TOUR	L'Arc~en~Ciel	大阪コスモスクエア特設ステージ	1
1999/12/31-2000/1/1	RESET>>LIVE*000	L'Arc~en~Ciel	幕張メッセ	1
2000/11/11	TOUR 2000 "REAL"	L'Arc~en~Ciel	大阪ドーム	1
2000/11/12	TOUR 2000 "REAL"	L'Arc~en~Ciel	大阪ドーム	1
2001/8/26	ウォルト・ディズニースーパースターズ100周年記念ディズニースーパースターズ センターニバル		大阪城ホール	2
2002/4/29	Nachito Fujiki Live Tour ver4.0 ~吉他小子的動作喜劇電影和演唱會~	藤木直人	香川県県民ホールアクトホール	2
2002/8/14	劇団四季ミュージカル オペラ座の怪人	劇団四季	京都劇場	1
2002/8/25	満濃池築堤1300年記念事業 MONSTER baSH 2002	Dragon Ash、氣志團、麻波 25、MONGOL 800、PENPALS、SNAIL RAMP、ケツメイシ、HY and more...	国営讃岐まんのう公園内芝生広場	4
2003/7/5	Shibuya Seven Days 2003	L'Arc~en~Ciel	国立代々木競技場第一体育館	2
2003/8/10	ディズニースーパースターズ 美女と野獣~スペシャルエディション~		大阪城ホール	1
2003/8/23-24	MONSTER baSH 2003	東京スカパライダースオーケストラ、エレファントカシマシ、ガガ SP、HY、ジャパハリネット、KICK THE CAN CREW and more ...	国営讃岐まんのう公園内芝生広場	2
2004/1/10	tour "every breath"	GOJING UNDER GROUND	なんば Hatch	1
2004/2/21	2004 FIRST TOUR 666	HYDE	高知 BAY5 SQUARE	2
2004/6/9	SMILE TOUR 2004	L'Arc~en~Ciel	大阪城ホール	1
2004/6/10	SMILE TOUR 2004	L'Arc~en~Ciel	大阪城ホール	2
2004/6/13	SMILE TOUR 2004	L'Arc~en~Ciel	大阪城ホール	2
2004/7/24	ROCK ODYSSEY 2004	矢沢永吉、RED HOT CHILI PEPPERS、Black Eyed Peas、LENNY KRAVITZ、L'Arc~en~Ciel、HY、TRAPT	大阪ドーム	1
2004/8/8	SUMMER SONIC 2004	GREEN DAY、AVRIL LAVIGNE、SUM41、MANDO DIAO、ORANGE RANGE、稲葉浩志 and more...	WTC OPEN AIR STADIUM、INTEX OSAKA、ZEPP OSAKA	1

2004/8/21-22	MONSTER baSH 2004	フラワーカンパニーズ、B-DASH、 GOUNG UNDER GROUND、氣志団、 ORANGE RANGE、ASIAN KANG-FU GENERATION、湘南乃風、SPITZ and more...	国営讃岐まんのう公園内芝生広場	2
2004/9/29	BACKSTREET BOYS	BACKSTREET BOYS	国立代々木競技場第一体育館	1
2004/12/11	Tour Final "PEGASUS YOU"	BUMP OF CHICKEN	幕張メッセ展示場ホール 9、10、11	1
2004/12/26	Kinki Kids DOME TOUR 2004-2005~font de Anniversary.~	Kinki Kids	大阪ドーム	3
2005/3/1	Bonez Tour 2005	AVRIL LAVIGNE	大阪城ホール	1
2005/8/17	AWAKE TOUR 2005	L'Arc~en~Ciel	大阪城ホール	1
2005/8/18	AWAKE TOUR 2005	L'Arc~en~Ciel	大阪城ホール	1
2005/8/20	AWAKE TOUR 2005	L'Arc~en~Ciel	大阪城ホール	2
2005/8/21	AWAKE TOUR 2005	L'Arc~en~Ciel	大阪城ホール	2
2005/8/31	AWAKE TOUR 2005	L'Arc~en~Ciel	国立代々木競技場第一体育館	1
2005/9/19	KDDI アレグリア2	シルク・ドゥ・ソレイユ	南港・コスモスクエア	1
2005/9/24	ASIA LIVE 2005	L'Arc~en~Ciel	東京ドーム	2
2005/9/25	ASIA LIVE 2005	L'Arc~en~Ciel	東京ドーム	2
2006/1/12	Never Gone Tour	BACKSTREET BOYS	大阪ドーム	1
2006/2/7	2006 TOUR "run rabbit run"	BUMP OF CHICKEN	大阪城ホール	1
2006/3/24	第109 回定期演奏会	大阪センチュリー交響楽団	ザ・シンフォニーホール	1
2006/4/27	The Rainbow Star	ENDLICHERI☆ENDLICHERI	横浜みなとみらい特設会場	1
2006/6/17	TOUR 2006 FAITH	HYDE	高知 BAY5 SQUARE	1
2006/6/18	TOUR 2006 FAITH	HYDE	松山総合コミュニケーションセンター	1
2006/6/20	TOUR 2006 FAITH	HYDE	高松オーリブホール	1
2006/6/25	TOUR 2006 FAITH	HYDE	岡山オルガルホール	0
2006/8/12	SUMMER SONIC 2006	LINKIN PARK、MUSE、MY CHEMICAL ROMANCE、WE ARE SCIENTIST、THE KOOKS and more...	WTC OPEN AIR STADIUM、INTEX OSAKA、ZEPP OSAKA	1
2006/8/19	TOUR 2006 FAITH	HYDE	大阪城ホール	1
2006/8/20	TOUR 2006 FAITH	HYDE	大阪城ホール	1
2006/8/27	TOUR 2006 FAITH	HYDE	横浜アリーナ	1

資料12 インタビューの質問項目

<インタビュー質問項目>

- ・ 自己紹介をし、次に調査・インタビューの趣旨や目的を明らかにする。
 - ・ テープ録音の許可を得る。
-

①今年のロック・フェスについて

- ・ 今年参加したロック・フェスティバルは？
 - ・ 参加したロック・フェスの感想、フェスの様子について簡単に聞く。
(何を見たのですか？誰と行ったのですか？等)
 - ・ どういったきっかけで参加しようと思ったのですか？
 - ・ 参加して良かったですか？
 - ・ 印象に残っている出来事がありますか？
 - ・ 困ったことや、嫌だった事がありますか？
 - ・ トイレやクローク、ゴミ箱等設備はどうでしたか？
 - ・ どんな人が参加していましたか？
 - ・ 来年も参加したいですか？
 - ・ その他
-

②過去のロック・フェスについて

- ・ 今までどんなロック・フェスに行ったのですか？
 - ・ それぞれのロック・フェスについての感想、様子は？
(印象に残っているアーティストは？出来事は？誰と行ったのですか？)
 - ・ それぞれ、どんなきっかけで参加しようと思ったのですか？
 - ・ 様々なロック・フェスに違いはありますか？
 - ・ どのロック・フェスが気に入っていますか？
 - ・ ロック・フェスに参加してみて、良かったことや嬉しかったことはありますか？
 - ・ ロック・フェスに参加してみて、困ったことや嫌だった事がありますか？
 - ・ その他
-

③ロック・フェスについての考え

- ・ ロック・フェスは日本で定着していると感じますか？
- ・ 今後も続いていくと思いますか？その理由は？
- ・ 現在のロック・フェス・ブームについて、どう思いますか？
- ・ その他

<オーディエンス S 第1回インタビュー>

2006年10月15日 (公園にて)

筆者(H)

オーディエンス S(S)

H:では、最初に今年のロック・フェスについて聞きたいと思いますが、今年参加したロック・フェスティバルはありますか？

S:はい。

H:何に？

S:ロッキンオン(ROCK IN JAPAN FESTIVAL)と…何か行ったかな。どこまでがフェスティバルかわからへん。

H:ああ自分の中でロック・フェスだなんて思うもので。

S:じゃあ、それだけです。

H:はい。では、その参加したロッキンオンの感想何かありますか？

S:まあまあ楽しかったです。

H:誰と一緒にいかれたんですか(笑)？

S:Hさん(友達)と一緒に行了きました(笑)。

H:そうですか(笑) えーと、何日間行ったんですか？

S:三日間です。

H:はい。では、何を見ましたか？

S:何を？

H:ああ見たアーティストとかは覚えていますか？

S:覚え切れないくらいいっぱい見ました。

H:それで何か印象に残った人たちはいますか？

S:……。え、誰やろ[考えるように]。……。

H:特に(笑) [同時に]

S:特に(笑) [同時に]

H:はい。じゃあ、そのロック・フェスに行こうと思ったきっかけは何でしょう。

S:今年？ 今年好きなバンドが出てたからです。

H:行ってみてよかったと思いますか？

S:はい。

H:行ったかいがあったと

S:はい。

H:あの、高いと思いませんでしたか？ 入場料は。

S:はい。

H:どのくらいやったらいいと思いますか？

S:このくらいでいいと思います。

H:何か、ライブ以外でもいいんですけど印象に残った出来事がありますか？三日間の中で？

S:お客さんが若いなあと。

H:(笑)どのくらいの年代の方が多いと感じましたか？

S:20 前後の人が多かったです。

H:男女はどれぐらいの感じ？

S:女性のほうが多いと思いました。

H:ああ。それに何かついていけないとか、そういうことは。

S:(それ)は大丈夫です。

H:はい。若いですからね(笑)

S:はい。

H:参加した時に、何か困ったこととか、嫌だったこととかありますか？

S:トイレが汚かったです。

H:ああ。トイレの数とか位置とかはどうでしたか？

S:うーん。数は少なかったかなと思います。

H:あー、もうちょっとあった方が良かったんですね。

S:はい。

H:あと、クロークとかは、どうでした？

S:はい。

H:良かったですか？

S:はい。

H:ゴミ箱などどうでした？

S:全く覚えていません。

H:(笑)そうですか。別に汚かったっていう印象は無いですかね。

S:それなりに頑張ってはった、きれいにしてはったと思いますけど。

H:そうですか。じゃあ、えっと、行って楽しかったという感想なんですけども、何がこう自分の中で楽しかったのかなという、要因は？

S:もともと好きやから楽しかったと思います。

H:その好きだというのは、アーティストが好きやから？

S:とか、野外のライブとかが。

H:開放感とかそういうことですか？それとも、みんなで一緒に所に集まってお祭みたいな感じが楽しかったとか。

S:うーん。いろんな人が、いろんなバンドがたくさん見れたり、するのが。

H:そうですね。いろんなバンドが見れたのが、楽しかったということで。では、来年もロック・イン・

ジャパン・フェスに参加したいと思いますか？

S:あんまり思わないですね。

H:その理由は？

S:何かちょっとミーハーっぽいから、あんまり好きなんがでえへんのやったら、そんなに行きたくないです。

H:今年はそのミーハーっていう部分ではどういう風に感じましたか。

S:……うーん。どういう意味ですか？

H:えーと、今年の出演していたバンドとか、今までに比べて系統が変わってきたなあとか、ミーハーなファンが多いなとか、そういう印象を今年はもたれましたか？今までって言うのがちよつと(わかりにくいですかね)。

S:出演者が、結構ポップなポピュラーな感じやから、あんまり、そんなに興味あるものがそんなに出てないから、別に。

H:ああ、じゃあ

S:かなって、いつも思っていました。

H:このフェスティバルは。じゃあ、何か他に自分の中で好きなフェスティバルとかありますか？他に。

S:……。

H:じゃ、他にどんなフェスに今まで行ったことがあるでしょうか。

S:野外のフェスですか？

H:うん、とかまあ屋内でもいいんですけど、大きい(フェスに)。

S:大きい……。どこからが大きいんですか？3バン、4バンド以上出たら大きいですか？

H:まあ、えーと。

S:2日以上やったら大きい？

H:うん、人数的にも。ロック・イン・ジャパンだったら(集客数が)延べ10何万人とかじゃないですか。だから万単位とか、数千人単位とか、それくらいの(集客数がある)大きいイベント(が……)。

S:ハコ、ハコで言ったら……。

H:えー。

S:わからん(困った感じで)。

H:じゃあロック・フェスについて、自分の中で何かありますか？こういうのが、ロック・フェスやなっていう。

S:……。なんかロック・フェス、イコール野外っていう概念があったから。

H:ああ、うん。

S:はい。

H:サマソニ(SUMMER SONIC)とかフジロック(FUJI ROCK FESTIVAL)とかはロック・フェス？

S:と、思っていました。

H:ライジングサン(RISING SUN ROCK FESTIVAL)は？

S:うん。

H:じゃあ、カウントダウンジャパン(COUNTDOWN JAPAN FES.)は？

S:あー、わからん。どうなんやろ…。

H:ロック・フェスって感じではない？

S:3日間あるから、ロック・フェスやと思ってました。

H:ああ。

S:1日じゃなくて。

H:その中で何か他に参加されたものは？今までに経験したものが。

S:フジロックと、サマソニと、その中やったらそれだけです。

H:それは、どうでしたか？楽しかったですか？

S:はい。

H:それぞれの印象について。フジロックは？どんな感じ(でしたか)。

S:フジロックは、すごい楽しかったです。

H:どのへんが楽しい、と思われた、と思いますか？

S:なんやろ[考えるように]…。

H:アーティスト？出てる人たち？

S:けっこう出てる人たちも、楽しんではったりする姿が見れたり、

H:うん。

S:会場がきれいだったり、

H:うん。

S:楽しかったです。

H:何か困ったこととか無かったですか？

S:特に無かったです。

H:じゃあ、サマソニ、サマーソニック(はどうでしたか？)。

S:サマソニは、行儀が、大阪の人たちは行儀が悪いなと思いました。

H:そうなんですか。

S:はい。ゴミ(が)。街を、全体が会場みたいになってるけど、すごいゴミとか散らばってたし。あと入場規制がかかったときに、すごいみんな「入れろ、入れろ。」とこう怒鳴り散らして、窓ガラスが割れるハプニングなどありました。

H:それはすごいですね。

S:はい。

H:行った年を覚えてますか？それぞれ。

S:…[思い出すように]…。何回行ったかな。2年前と3年前。

H に、サマソニ。

S:はい。

H:フジロックは？

S:フジロックは、3年前と、…。2002 と、何年やったっけ。3年前と4年前。

H:じゃあ年間に、何個ぐらい(行ってるんですかね)。平均して、2つぐらいのそういう大きいロック・フェスには行く感じなんですかね？ここ数年では。

S:はい。はい。

H:その(ロック・フェスを)選ぶ基準はやっぱり自分の好きなアーティストが出るかどうか。

S:はい。

H:じゃあ、来年はまたそのアーティストによって、行くロック・フェスが決まったりとか？

S:はい。

H:じゃあ、日本でサマソニとかフジロックとかロック・イン・ジャパン・フェスとかいっぱい開かれていますけど、そういうものは文化として若い人たちの中で定着してるなと感じますか？

S:感じないです。

H: ああそうですか。その理由は？

S: みんなに知らんって言われます。周りの人に。

H: ああ。好きな人には知られてるけど、別に一般的には知られてないと。

S: はい。

H:では、主なその大きいフェスティバルは今後も続いていくかどうかという点について、どう考えられますか？

S:続いていくと思います。

H:それはどういう理由が(あるんですか)？

S:私の周りには、興味ない人ばかりかも知れないですけど、やっぱり行ったら、たくさんそういうのが好きな人がいっぱいいるんで、続いていくんじゃないかなって思います。

H:そうですか。何か、私の自論として、日本人のブランド志向って言うのが関係あるかなって言うのを、ちょっと考えているんですよ。

S:はい。

H:それは、ただロック・フェスに行くことがカッコいいから行っているっていう人がいるんじゃないかな、と私は考えているんですが、行ってみてそういうのを感じたことがありますか？だから、サマソニに行ったら俺カッコいい、みたいな(笑)人がいるんじゃないかなって、思うんですけど。

S:はい。あー、いるんですかねえ。

H:別にそんなことは感じない？

S:はい。

H:ブランド志向って言うのは、年々フェスが大きくなってる要因の一つなんじゃないかなと、私は思ったんですけど。

S:それはミーハーっていう(事なんですか)？

H:ああ、うんうん。多少感じることはありますか？

S:それはあります。ブランド志向かって言うのは…。はい。

H:それはどんな年代の方に感じますか？若い人とか？10代とか？

S:20過ぎの人とか。

H:ああ。そうですか。ええーと、ちょっとこれで終わるのは残念なんですけども、また次回ということで今回は、ありがとうございました。

S:(笑)

<オーディエンス S 第2回インタビュー>

2006 年 12 月 10 日 (喫茶店にて)

筆者 (H)

オーディエンス S (S)

H:最初に行ったロック・フェスは何だと思う？

S:MINAMI WHEEL.

H:MINAMI WHEEL..行くきっかけは覚えてる？

S:フラカン(フラワーカンパニーズ)が出てたから.

H:ああ.2001?

S:覚えてない.高3の頃やから....

H:2000 年?2001 年か.

S:6年前.

H:結構前やな.そのときに、MINAMI WHEEL がロック・フェスやと思ってた？

S:思っていない.だんだん大きくなってきたから.それは、たぶんだんだん大きくなってきてる気がする、毎年.

H:後から考えたら MINAMI WHEEL ってロック・フェスやなって思う？

S:うん.でも、ロック・フェス....なんやろ.でもあえて初めて行った、いかにもロック・フェスって言ったら、フジロック(FUJI ROCK FESTIVAL).が、2001 かな.2001 か 2002 かどっちか.

H:フジロックって、その時既に有名だったよね？

S:うん.有名やった.

H:それは、フラカンが出てた時に行ったの？

S:バックホーン(THE BACK HORN)が出てた時.レッチリ(REDD HOT CHILI PEPPARS)が出てた時.二回目かな.

H:それは、フジロックに行きたかったの？それとも、バックホーンとかが見たかった？どっちかって言うと.

S:どっちも.行きたいけど、その行くきっかけっていうのがなかなかなくて、で好きなもんが出んねやったら、行くきっかけって言うか.

H:行きたかった理由は？フジロックに行きたいなーと思ったのは.

S:色んな....楽しそうやった.ずっとライブ見て、っていうのが、一日、三日間か.楽しそう(だと思っ).

H:フジロックの情報をどこから得てたん？テレビ？雑誌？

S:雑誌とか友達とか.

H:友達が行ったことがあったん？

S:うん。(行った)子もいたし、行きたいなあとか言う(子も)、皆で誰出る出んとか(言ってた)。学校で。

H:学校とかで。

S:学校とかで結構。

H:それで行くきっかけが無かったけど、自分の好きなバンドが出るっていうのがわかったから、じゃあ行ってみようかと。

S:そう。

H:その時誰と一緒に行ったか覚えてる？

S:Y ちゃん。

H:二人で行ったん？

S:二人。専門の一年の時、二十歳の時。専門の友達が、行きたい人募ってバスを出してはって。

H:そうなんや。それは結構すごいね。

S:うん。だんだん(と規模が大きくなった)…。

H:最終的に何人ぐらいでいったん？

S:バスは、小型のバス一台満々(いっぱいということ)やった。毎年やってはるみたいやから。

H:専門学校で？

S:ううん、その子が。音楽好きやったから。

H:そのあと1年開いてもう一回行ったんだっけ？続けて行ったんだっけ？

S:続けて2年。

H:そのあと行ってない？

S:行ってない。

H:その理由としては？

S:一緒に行く人がいないから(笑)。

H:(笑)

S:付き合ってくれないから…。

H:じゃ、一緒に行く人がいたら行きたいと。

S:うん。

H:ひとりで行くっていうのは考えないの？

S:考えない。

H:行ってみて？行ってみて一人はちょっと微妙かなあと？

S:長旅やし、うん、やっぱり一人でライブに行くのに慣れてへんし、結構サバイバルやから、一人で乗り越えられる自信が無いし。

H:フジロックに最初に、全然好きな人とか出なかったら、行こうとは思わなかった？

S:かもしれん。行きたいな、行きたいな、で終わってたかもしれん。

H:フジロックとしての魅力は感じてたけどってことやんな？

S:うん。

H:ブランドじゃないけど、魅力あるものとしては思ってたわけやん？でも手を出すきっかけがなかった、ってことかな？

S:うん。うん。

H:それで、行ってみたあとはフジロック自体に魅力を感じるようになった？

S:うん。一番…、どんなん(ロック・フェスに)行っても、やっぱり一番フジロックは良かったなと思う。なんか知らんけど。

H:他の、ロック・フェスに行ってるよね？それはフジロックと比べたら、面白くない？

S:面白いけど。全体が楽しかった。ライブ見てへん時とかも、若かったのもあるかも知れんけど、雰囲気とか、オブジェの一個一個とか、それと自然の…、自然な感じとかも、良かった気がする。

H:ロック・フェスって言葉を意識し始めたのってどれくらいからやと思う？

S:あんまり意識してない。今でも。

H:してないよね。確かにしてないと思うわ(笑)。(周りから)言われたらロック・フェスやと思う？

S:うーん…。

H:(周りから)言われても、別にロック・フェスって思うんじゃなくて、フジロックはフジロック、ロック・イン・ジャパン(ROCK IN JAPAN FESTIVAL)はロック・イン・ジャパン、って感じで、全体をロック・フェスとして一括りに考えることはあんまり無い？

S:うん。だから、ロック・フェスやから行きたいとか、そういうのではない。

H:ロック・フェスやからって言うよりも、フジロックやから行きたいって思う。

S:ううん。

H:でもない？

S:別に普通の、何ていうの、いつも行ってるライブとかイベントとかと同じ感覚。

H:延長線上にあるってこと？

S:同じような感覚で、ちょっとお金がかかるかな、ってぐらいで。それが、ひと夏最大のイベントとか、自分の中でそういうのではない。

H:でも結構言ってるやろ？テレビとかで。夏の風物詩やとか。そういうのは自分の中ではない？

S:私の中ではそういう感覚ではなかった。

H:えーと。じゃあ、フジロックとかサマソニとかの情報は主にどこから仕入れてる？

S:今ですか？

H:今まで。最初は友達から聞いたりしてたんだよね。

S:とか、ライブに行ったらチラシが入ってるのと、あとネット。

H:テレビとか雑誌とかは？

S:雑誌(は読む)。テレビはあんまり。

H:雑誌は、フジロックの特集がされてたりするのを買うことある？

S:終わって、行ってからは買う。最初にはあんまり、行く前には買わへん。

H:テレビはあんまり。

S:テレビはあんまり見ない。基本。ラジオもあんまり聞かない。

H:そうやね。えーと、ロック・フェスって何って前聞いたよね？

S:うん。

H:で、野外でやってるライブって言ってたよね。

S:うんうん。

H:で、あと三日ぐらいやってるって。そのイメージは別に変わらず？

S:うーん。何かわからへん。ロック・フェスって言う言葉自体も何か商業用の言葉って気もするし、あんまり深く考えたことが無い。

H:確かに、ロック・フェスをあんまり意識してなかったらそんなイメージ無いよね。漠然としたものはあるかも知れんけど。

S:うん。ロック・フェス、ロック・フェスって言うようになったのも最近の気がするし。

H:最近って？

S:ここ2、3年。3、4年？わからん。行くようになって、そんなのが入ってくるようになっただけでも知れんけど。

H:私も(そう感じる)。いきなりロック・フェス・ブーム、夏フェス・バブルとかって言葉が言われて、だからどうなのかな？って思って調べ始めて。

S:だってロック・フェスって言葉自体ダサいし、そもそもロックなんか？みたいな。

H:確かにそうかも。

S:そう。

H:ありがとう、ちゃんと(意見を)言ってくれて。じゃあ、音楽以外で興味があることはありますか？

S:あります。

H:例えば？

S:絵とか写真とか。

H:絵とか写真とかにどのくらい(お金を)かけてるのかわかる？

S:写真は結構かけてる。

H:写真にどのくらいの割合かけてるの？

S:うーん。基本(的に)お金が無いから。

H:値段とか、金額とかではなくて、一番どれにかけてる？

S:それはたぶん写真。カメラ代とか機材代とかが一番かかってるかな。

H:その次に音楽？

S:うんうんうん。絵にはかけへんし。写真集見たり、美術館行ったり。

H:音楽はCD 買ったり、ライブに行ったり。

S:うん。雑誌を買ったり。

H:フジロックの、オーディエンスについて書いてある論文があって、それではフジロックのオー

ディエンスは自らがフジロックのサポーターになることを希望している、みたいなことが書いてあったんやけど、そんなイメージある？

S:でも、みんなが楽しそうやった。

H:自分達がフジロックをつくってやるんだぜ、っていうようなことを書いてあったんやけど。

S:うーん。わからん。それは。どうなんやろ。

H:行ってみてそんなことは感じなかった？

S:何か、私はライブメインで行ってるけど、そうじゃなくって、後ろの方にシート敷いて一日のんびり家族で音楽聞きながら緩やかに過ごしてる人もようけ(たくさん)いはった。ライブに行ったら暴れてやるぜって人ばかりじゃなかった。全然。

H:何回も蒸しかえしになっちゃうんやけど、フジロック自体に魅力を感じてるって言ったやん。他の、例えばサマソニとかそれ自体に魅力は？

S:サマソニは何か下品やから、お客さんが下品やったかから、あんまり。で、値段高いし、よっぽどじゃないと行こうとは思わへん。

H:じゃあ、ロック・イン・ジャパンは？

S:ロックインジャパン(ロック・イン・ジャパンのこと)は、ある人に何かとロックンオン(ROCK IN JAPAN FES.の主宰)の雑誌のよからぬ話をいっぱい聞かされ(笑)。なんかイメージが悪くなって。別にでも、行きたくないとかはない。行ったら行ったで楽しいし、でも、うん。

H:ロックンオンやから行こうって気にはならへん？

S:うん。

H:人による？

S:うん。

H:サマソニもよっぽど好きな人が出ないかぎり。

S:うん。

H:じゃあ、フジロックだけは違うってこと？イメージ的に。

S:たぶん最初に行ってすごい楽しかったのもあるんやろうし、ほとんど都会でやってないから、でも今は知らんけど、こないだのロックンみたいに人ぎゅうぎゅうとか、道が狭いとか、そういうのあまり感じひんかったから、私が行った二年間は。結構ゆっくりできたし。うん。色々大変なこともあったけど。

H:サバイバルしたこと？

S:サバイバルしたこと。

H:じゃあ、そういうの(ロック・フェス)に行く時に友達を作ろうという気はある？

S:うーん、出来たらいいなあとは思うけど、作ろうとは。作ろうと思っっては行ってへん。

H:私は、みんな(ロック・フェス)に行くけど、何万人も集まるけど、別にそれは一個の集団やとは思ってない。個別の小集団の集まりでしかないと思ってるから。

S:うんうん。

H:だから、オーディエンスをひとつの価値観で見ている研究が多く感じてて、本当のとこどうな

んかなっていうので、今回聞いたりしてるんで。

S:どうなんやろ。友達、でも二人ぐらい友達(がいるかな)。

H:夏とか、(ロック・フェスが)多いやん。そのとき、「今年の何々に誰々が出るで」とか話する？

S:ん？

H:今年のフジロックだったら、「フジロックに誰々さんが出るみたいやで」って話はする？

S:誰と？

H:その、友達と。

S:うーん、でも。そうやな。するけど、遠いから、そんなにしょっちゅう連絡もとらへんし、うん。一人の人は仲良しやけど、もう一人、あとの二人の子はたまにメールするぐらい。一人とはする。年に一回くらいあってるかな。

H:わかってきた。

S:わかってきた？ほんとに。

H:自分のまわりに、そういうフェスに行ってる人って、どれぐらいいますか？

S:全然いないです。

H:全然？

S:昔はいたけど、年をとるにつれて少なくなってくるし、まわりの同年代の人はやっぱり。

H:屋台とかあったらフェスって感じがする？

S:あんまり、そんなことをあんまり意識したこともない。

H:フェスって、言い過ぎなんかな？

S:どういう意味？

H:メディアとか。

S:ああ。

H:テレビ番組とかで、フェスやフェスやって言って、特集とかし始めたやん？でも、そんな言うほどのもんじゃないのかなって。

S:よくわからへん。野外ライブ？

H:ただ野外ライブってだけなんかな？騒ぎ過ぎって気がする？

S:うん。するするする。

H:いきなりやし？

S:やんな。いきなりやんな。無かったよな。そんなん、無かったよな。

H:フジロックがすごく成功したから、色々なフェスが出てきて、ブームになったから雑誌とかで取り上げられるようになったんじゃないかって、あった。

S:うん。

H:でもね、フジロック以前にもそういうのはあった。調べたところ、結構昔からあるみたいやし。

S:でも増えてるやんな？西部講堂とかでもやってるやん？みやこ何とって言うの。ああいうのもフェスのうちになるの？ロック・フェスになるの？

H:人によってはフェスなんかも知れないけど。

S:よくわからへん。MEET THE WORLD BEAT とかもフェスになるの？すごい昔からやってるやん。

H:でも、新しく出来た価値観からするとフェスなのかもしれん。野外で大勢集まってるのは、フェスって感じになってるよね。世の中の的には。(区切りがついたところで)ありがとう。こんな感じで。ありがとうございました。

S:ありがとうございます。

<オーディエンス A 第1回インタビュー>

2006 年 11 月 1 日 (A さん宅にて)

筆者(H)

オーディエンス A(A)

H:はい。ではインタビューを始めさせていただきたいと思います。まず最初に今年のロック・フェスについて伺いたいんですけども、今年参加したロック・フェスはありますか？

A:あります

H:そのロック・フェスは何ですか？

A:サマソニ(SUMMER SONIC)です。

H:サマソニだけですか？

A:はい。

H:その感想はどうでしたか？

A:良かったです。

H:何が良かったんですか？

A:えーと、好きなアーティストが見られて良かったです。

H:例えばそれは？

A:リンキン(LINKIN PARK)。

H:リンキンだけですか？

A:MUSE。

H:MUSE ですか。

A:はい。

H:その二つ(のバンド)が見られたことが、とにかく良かったと。なぜ、その二つが見られたことが良かったと思うんですか？

A:海外の人なんで、なかなか会えへんから、

H:うん(相槌)。

A:貴重な会える機会が。あったから。

H:それは、サマーソニックに行った理由として、その二つのアーティストが見たいからということでもいいですか？

A:はい。

H:他に理由は無いですか？

A:はい。

H:では、誰といきましたか？

A:おねえちゃんです。

H: そうですね。では、そのライブ以外に印象に残っている出来事がありますか？

A: トイレに長く並んだことです。

H: それは何分ぐらい並んだんですか？

A: 30分？

H: それでどう思いましたか？

A: 間に合わないかと思いました。

H: 嫌でしたか？

A: はい。

H: 他にそのような困ったことはありましたか？

A: 会場で寝転がってる人とかいてウザイなと思いました。

H: 会場って言うのはどこのことですか？

A: 室内。

H: ああ。それが嫌だと思ったんですか。

A: うーん。みんなの通る道で。

H: ああ。込んでる時の話ですね？

A: 迷惑やなと思いました。

H: 後がありますか？終わった後とかはどうですか？

A: えっと。終わった後は、なかなか退場させてもらえなくて、一時間ぐらいあっつい中もみくちゃで待って、しんどかったです。

H: それは、どうしてそんなことになったと思いますか？

A: 退場の出口が一箇所しかなくて、二箇所かな？少なくって、しかもまた狭くて、しかも誘導とかも全然上手くできてなかったように思いました。

H: 周りの人はどんな反応だったんですか？

A: 怒ってる人もいれば、

H: うん。

A: 余韻を楽しんでる人もいました。

H: 怒ってる人は目に付きましたか？結構。

A: はい。

H: で、あなたも怒っていたと。

A: はい。

H: で、連れのお姉さんも怒っていましたか？

A: 怒ってませんでした。

H: 怒ってなかったんですか？

A: 怒ってました。

H: 怒っていたんですか。では、トイレは込んでいたってことなんですけど、クロークやゴミ箱などはどうでしたか？

A: えーと、ゴミ袋配ってて、みんなちょっと意識してると。

H: では会場自体はきれいだったと思いますか？

A: そんな汚いとは思いませんでした。でも意識して見てなかったです。

H: では、ちょっと話は変わりますが、どんな人が参加していたか覚えてますか？

A: ……。

H: たとえば、性別だったり年齢だったり。

A: 男女…。

H: どちらのほうが多かったと思いますか？

A: 男。

H: 男の人が多かったと思いますか。

A: はい。

H: 年齢的にはどのぐらいの方が。

A: 若者。

H: 何十代？

A: 20。

H: 20代。前半後半。

A: 前半

H: の方が多く感じられましたか。

A: はい。

H: サマーソニックに来年も参加したいと思いますか？

A: うーん。出る人によっては行きたいと思います。

H: そうですね。では、今まで、今年以外でどんなフェスに行きましたか？

A: えーと、モンスターバッシュ (Monster baSH) とロック・オデッセイ (ROCK ODYSSEY)。……(思い返している)。

H: だけでしょうか？

A: たぶん。

H: モンスターバッシュはいつ行かれたんですか？

A: えー、高校の時。

H: 何回ぐらい言ったんですか？

A: 3回。

H: それは3年連続ということですか？

A: 2年連続、1年あいて1年。

H: そうですね。何故それに参加しようと思ったんですか？

A: 地元で開催されると聞いたから。

H: そうですね。その出るアーティストは関係なかったんですか？

A: 1回目は関係なかった…、あ、関係ありました。

H:はい。

A:関係なく行こうと思ってたけど、出る人を見て、好きな人が出てたから、やっぱりこれは絶対行こうと、また思いました。

H:そうですか。それで、行ってみてどうでしたか。

A:暑かった。

H:モンスターバッシュは暑かった。でも、楽しいと思いましたが？

A:楽しかった。

H:どういうところが楽しいと思いましたが。

A:みんなで騒げるところが(楽しいと思った)。

H:他には？

A:.....。

H:わからないですか？騒げるところが楽しかった。

A:えー、その音楽が聴けるところが。生で。

H:ああ。でもそれは、普通のコンサートでも聴けますよね？

A:ううん。何か違う。あ、色んなアーティストの。今まで興味なかった人のも聴いて好きになったりとかありました。

H:そうですか。

A:出会いがあるので楽しかったです。

H:それは誰との出会いですか。

A:その、アーティスト。

H:ああ、アーティストとの。新たなアーティストとの出会いが。じゃあ、ロック・オデッセイの方はどうでしたか？

A:ロック・オデッセイは良かったです。

H:何故良かったんですか？

A:大好きなアーティストが出てたからです。

H:それは誰ですか？

A:ラルク(L'Arc~en~Ciel)です。

H:だけですか？

A:ブラック・アイド・ピーズ(BLACK EYED PEAS)と、レッチリ(REL HAT CHILI PEPPARS)と、HY。

H:が出ていて。出ていたから、楽しかった。それで行こうと思ったんですか？

A:はい。お姉ちゃんで行きました。

H:行ってみて楽しかったんですね。

A:楽しかったです。

H:他は野外のフェスが多いですが、ロック・オデッセイは屋内でしたか。

A:大阪ドームでした。

H:で、モンスターバッシュは野外ですね。

A:外でした。

H:それは、何か、違いは感じましたか？

A:はい。暑くなかった。

H:楽しみ方としてはどちらの方が楽しめましたか？

A:外。

H:外のほうが楽しめましたか。

A:はい。

H:それは何でだと思いますか？

A:えー……。

H:例えば開放感があるとか、空が見えて気持ちがいいとか。

A:そんなありきたりなことじゃない。

H:何ですか？そういうことでもなく？

A:そういうことです。

H:そういうことですか(笑)。

A:どうでもいい。

H:どうでもいいんですか。その二つのフェスで他に印象に残っている出来事がありますか？

A:ない。

H:特にありませんか？ロック・オデッセイとモンスターバッシュ。

A:ロック・オデッセイは自分の好きなアーティストの時には盛り上がるけど、どうでもええ時には座ってる人とかいっぱいいてちょっと嫌でした。モンスターバッシュは、みんなどんなアーティストが出て、みんなちゃんと盛り上がったように思いました。前のほうの人は。

H:じゃあ、イベント的にはどちらの方が好きですか？

A:……。モンスターバッシュ。

H:の方が好きですか？

A:うん。……。どっちも好き。

H:どっちも好き。例えば、今年もモンスターバッシュ開かれましたよね。

A:はい。

H:それでは何故今年は行かなかったんですか？

A:えーと、地元を離れたってということと、仕事の休みが取れないし、サマソニに行くともう既に決まってて、そこまで見たいアーティストもいなかったからです。

H:じゃあ、えー、そのロック・フェス(に行くというのは)、何々っていう大きなフェスだから行こうと思うんじゃなくて、やっぱりアーティストが出るから行こうと思うんですか？

A:はい。

H:例えば、サマソニだったら面白いから行こうという考えは無いですか？

A:別に無い。

H:無いですか。フジロックだったらキャンプして楽しそうだから行こうかなっていうのは。

A:しんどそうやから行きません。

H:もうちょっと若かったら行きたいと思いますか？

A:え、嫌。

H:あんまりアウトドアでキャンプなどは好きではない？

A:好きです。

H:では何故しんどいんですか？

A:遠いからです。

H:遠かったちょっと嫌なんですか。

A:はい。

H:近場がいいのですか？

A:はい。

H:日本でロック・フェスというのは、定着してると思いますか？

A:はい。

H:何故そう思うんですか？

A:いっぱいある。

H:たとえば？

A:……。サマソニ。

H:サマソニとか。

A:ロック・オデッセイじゃなくてロッキンオンとか？え、ロック・イン・ジャパン (ROCK IN JAPAN FESTIVAL) とか、ライジングサン (RISING SUN ROCK FESTIVAL) とか、いっぱい色んな、大きいイベントがいっぱいある、から。で、みんないっぱい行ってるから。

H:うん。

A:テレビでもやってるから。

H:ああ。

A:なんか、地上波でもとり上げられるぐらいやから。衛星放送じゃなくて。だから定着してると思います。

H:では、これからも続いていくと思いますか？

A:はい。

H:じゃあ、現在ロック・フェスはブームだと、ブームになっていると思いますか？

A:別に。

H:それは思わないんですか？急に盛んになったとは思いませんか？

A:増えました。

H:それはいつ頃増えたと思いますか？

A:ここ最近。

H:ここ最近というのは？

A:2、3年？

H:で急に増えたという感じがしますか？

A:はい。

H:それはやっぱりテレビなどでよく放送されるから、そういう風に感じるんですかね？

A:はい。

H:では、あなたはロック・フェスってどういうものだと思いますか？

A:……。

H:わからないですか？

A:ロック・フェスって、ロックのアーティストがたくさん出るライブ。

H:ライブ。

A:ライブの大きい版みたいな。

H:大きい版みたいな。あなたのそういう考えの中に当てはまるのは、先ほど言っていた、サマーソニック、ロック・イン・ジャパンやモンスターバッシュ、ロック・オデッセイなど、そういうことですよね。はい。じゃあ、今回は最初のインタビューということでここまでにしておきたいと思いますが、また伺うかもしれませんのでよろしくお願いします。ありがとうございました。

<オーディエンス A 第2回インタビュー>

2006 年 11 月 26 日 (喫茶店にて)

筆者 (H)

オーディエンス A (A)

H:A さん。ロック・フェスって何やと思う？

A:前言った。

H:前言ったことと覚えてる？

A:・・・。

H:ロック・フェスって、ロックのアーティストがたくさん出るライブ？

A:はい。

H:A さんが最初に行ったのは何やったっけ？

A:フェスティバル？

H:うん。ロック・フェスに行ったのは。最初はモンスターバッシュ (Monster baSH) ？

A:うん。モンスターバッシュ。

H:それはさ、具体的にどうやって (モンスターバッシュを) 知ったか思い出せる？

A:えー。

H:モンスターバッシュが開かれるって。

A:学校で。

H:学校で？友達に？

A:聞いた。

H:どういう風に聞いたか思い出せる？

A:満濃で、なんか、ライブやるみたいやでって言うのを聞いて、いっぱい来るって。その時はモンパチとか HY とかいっぱい来るって。流行ってたから。で来るって言われて、んで、皆で行こうかって言われて、行くって。

H:ああ。いっぱい来るから。

A:地元で初めて。近くで。自分の家の近くで。

H:その地元で初めてって言うのは、何が初めてやったん？

A:その、でっかい、フェス。

H:でっかいフェス。その時はさ、モンスターバッシュっていうフェスがあるんやけどって言われたん？それとも、モンスターバッシュっていうのするらしいよって言われたん？

A:うーん。

H:ロック・フェスあるらしいよって言われた？

A:フェスなんてそんな言葉は無かった。

H:ロック・フェスなんて言葉は無かった。ロック・フェスなんて言葉は使われてなかった？

A:うん。

H:でも、Aさんはこれ(モンスターバッシュ)をロック・フェスだって思ってるんやんな？一応。それは何で？

A:知らん。ロック・フェスのテレビとか見て、こういうのがロック・フェスって言うんや。んじゃモンバッシュ(モンスターバッシュの略)もそうやなと思った。

H:その時は、行ってる時は別に、ロック・フェスやなって気はなかった？

A:思ってた。

H:テレビとかで見始めて。何年かな 2002 年？2001 年？

A:2002。

H:2002 年。2001 年って言ったらさ、もうサマソニ(SUMMER SONIC)とかフジロック(FUJI ROCK FESTIVAL)とかあったやん？それは知ってた？

A:どうということ？

H:それがロック・フェスって言われてるって知ってた？

A:うん。

H:それがロック・フェスって言うのはわかってた、というか思ってたんやね。

A:はい。

H:それがロック・フェスやと思ってたから、モンスターバッシュもロックフェスやと思った？

A:うん。

H:それはどんなイメージ？というか。

A:え？

H:ライブが大きかったらロック・フェスって感じ？大きいライブ？

A:いっぱい出るってこと。

H:いっぱい出るのがロック・フェス？

A:でっかいライブで、色んなアーティストが出て、……。

H:会場ってというのは、どういうのを想像する？

A:野外。

H:野外。屋内はあんまり想像せえへん？

A:ロック・フェスって聞いたら、野外っぽい。

H:ああ、ロック・フェスって聞いたら野外っぽいんや。

A:うん。でフェスティバル。

H:フェスティバルってどんなんやと思う？

A:フェスティバル……。

H:フェスティバルって祭りって意味やけど。

A:祭りやと思う。

H:思ったんや(笑)じゃあ、ライブに行くやんか、Aさんが。ライブいったら、ライブ見るだけ？じゃ

なくて他にさ。

A:グッズ買う。

H:そうやね。他に屋台があったり、そんなの楽しくない？

A:パイナップル食べておいしかった。

H:一回目？

A:Hさんと行った時。

H:ああ、あの時やな。2000…。

A:で、あの人(コザック前田)と写真取れて良かった。

H:そういうのが普通のライブじゃあ無い？

A:うん。ロック・フェスやったらアーティストがその辺歩いてそんな感じがする。

H:あー。

A:一体となって。見せる側と見る側と区別されて無い感じがする。

H:区別されて無い感じ？

A:アーティストも見ろほうも皆で楽しむ。ごちゃ混ぜになって。

H:それがフェスティバルって部分やと思う？

A:そう。

H:ライブとは違う？

A:ええこと言った？今。

H:うん。ええこと言ったけど。

A:ええこと言ったって書いていて。

H:(笑)一回目のこと思い出せる？何人で行ったん？5人やったっけ？

A:うん。

H:女友達と？

A:うん。

H:クラスメイト？

A:クラスメイトと元クラスメイト。

H:最初から行った？一番どアタマ(開演時)から行った？

A:オープニング・アクトから聞いた。前の方で。

H:前の方、張り切って(笑)？何か、始まる前とかドキドキした？

A:(頷く)

H:会場の雰囲気はどうやった？

A:普通。良かった。

H:のんびりした感じ？

A:後ろのほうはのんびりしてて、前のほうはザワザワしてた。

H:何か、フェスって初めてやったわけやんか？いつものライブと違うなって思った？

A:思った。

H:それは何で？野外やからってこと？

A:えー、野外初めてやったし、いろんな人がおるやん。ファン層が。

H:いろんな人がいる。今まで会わないような。

A:そうそう。

H:直接関わるわけじゃないけど、見るのが楽しい？

A:(頷く)

H:今までさ、これは 2003 年の物(A さんの音楽イベント参加記録を見ながら)やけど、行ってるのはラルク(L'Arc~en~Ciel)とかディズニー系とかやん？

A:はい。

H:あとバンブ(BUMP OF CHICKEN)とか。これ、A さんが好きなバンドは少しはフェスに出てるけど、そんな出ない人ばかりじゃない？特に一番好きなラルクとか。一番好きなのは何？アーティストは？

A:ラルク。

H:で、ロック・フェスに行く目的として好きなバンドの、モンパチ(MONGOL800)とか HY とかゴーイング(GOING UNDER GROUND)とか、好きやけど、そんなにライブ行かへんよね？

A:…うん。

H:CD はもってるやろ？CD とか音源とかもってるやん。でも、ライブに行った記憶ある？

A:一回ぐらい。

H:ゴーイングは一回？

A:でも、モンパシュでも見たから二回。

H:それを入れずに、普通に、彼らのコンサート(に行った)って言うのは一回やろ？

A:うん。

H:で、バンブは(何回)？

A:バンブ二回ぐらい。

H:モンパチは、行ったことない。ラルクやったら絶対行きたいやん？でもゴーイングとか、バンブはA さん最近(結構)好きやから違うかも知れへんけど、ゴーイングとかモンパチやったら、ライブが京都であるっていても行かへんやろ？

A:…。

H:行くほどでもない？

A:行けたら行く。

H:行けたら行く。

A:それと、お金があったら。

H:優先順位はこの辺(ノートを指しながら)がトップなわけやん。この辺とこの辺が。

A:不動の一位や。

H:この辺(ノートを指しながら)はどうやってでも行きたいわけやけど、他の、フェスで見たいようなアーティストは、フェスやったら見たいって感じ？

A:(頷く)

H:フェスやったら、色んな(バンドが)。ゴーイング足すモンパチとかやったら見に行きたいって思う？それに HY が足されたら、ああ絶対見に行きたいなって思うんだよね？単独ではこれに(ラルクを指しながら)全然かなわないかも知れへんけど。

A:うん。みんな出るなら行く。

H:みんな出るなら行く。例えば、いきなりラルクが出ますって行ったら絶対いく？

A:絶対行く。

H:それは、ラルク目的で行くわけやん。それと、モンスターバッシュに行った時と、気持ち的には違うよね？

A:うん。

H:絶対これ(ラルクを指しながら)が見たくて行くわけやん。ラルクが出る場合は。

A:うん。

H:でも、この人(ノートをさしながら)が出るからって絶対行きたいわけじゃないやろ？ゴーイングと HY とモンパチと…、とかって出るなら行きたいと思うんだよね。(そういう基準)で Aさんは今までフェスに行ってきたの？

A:うん。

H:Aさんはあんまり遠いフェスには行かへんやろ？

A:しんどい。

H:それは、

A:時間無いし。

H:単独でラルクがライブするっていうなら行くやろ？

A:うん。

H:でも、好きやけどそこまでじゃないって人がいっぱい集まっても遠いところに行きたいって思えるほどじゃない？

A:うん。

H:それは何でやろうね。でもフェスは楽しいやろ？

A:うん。

H:フェスに行って、新しくバンドを好きになるって言ってたやんか？何か(好きになったバンド)ある？

A:アジカン(ASIAN KUNG-FU GENERATION)。

H:アジカン。でもアジカン単独のライブには行ってないやん？

A:CD 聞くようになった。

H:うん。でもフェスに行って見つけたバンドで、これらかライブに行きたいなって思うようなのはないんかな？

A:…。

H:単独でライブに行きたいって思うのは(ノートをさしながら)このぐらいなんや。ラルクとかバ

ンブとか、BACKSTREET BOYS なんや。

A:うん。

H:生活の中でライブっていうのはそんなに重要じゃない？

A:重要。

H:サマソニは(他のイベントと)違うんじゃない？

A:サマソニは海外の人(が出るイベント)やし。

H:国内のアーティストが出るロック・フェスと、海外の人がいっぱい出るロック・フェスやったら違う？

A:全然違う。

H:サマソニとかは絶対見られへんような人がいっぱい来るから、行く？

A:めったに見れんやん。

H:そうやね。

A:サマソニ行ってよかったから、アヴリル(AVRIL LAVIGN)の(来日)ライブ行っだし。

H:もし、今年だったら、リンキン(LINKIN PARK)しか(好きなバンドが)出てなくても行こうと思った？

A:うん。

H:12000 円、13000 円するよね。

A:リンキン見れる機会が無かった。

H:でもリンキンは日本でも単独公演してるやん？

A:いつするかわからん。行ける時に行っとかんと！

H:ああ。行ける時に行っとかなっ！て感じなんや。

A:しかも大阪まで来てくれるし。

H:どっちかって言えば、ラルクに近い感じ？

A:うん。

H:好きなアーティストを一番から言うなら？

A:ラルク、バンブ、〇〇…。

H:(ノートに書き留める)この辺(ノートを指しながら)は(単独)ライブがあったら行きたいって感じ？

A:うん。

H:リンキンと、MUSE と、

A:GREEN DAY。

H:GREEN DAY と、アヴリルと、サム(SUM41)？

A:サム。

H:KASABIAN？

A:うん。

H:あとは？

A:レッチリ(REL HAT CHILI PEPPARS)、BACKSTREET BOYS…。

H:この中で、絶対行くのは？

A:これとこれとこれと(ノートをさす)…。

H:これらは単独でも行きたい、この辺はサマソニとか(のロック・フェスに出る)なら行きたいと。

A:うん。

H:これは(ノートをさしながら)国内の、アジカンとかゴーイングに近い感じか。

A:今はなあ。

H:そういう風に分かれるんや。絶対、どうしても見たいっていうのはどこであってても行くけど、まあちょっと好き、ぐらい(のアーティスト)やったら、フェスに出るなら行く、単独やったら行かへん。

A:うん。

H:で、フェスによって一番行きたい人がいたら行くし、まあまあ好きな人がいっぱい出る場合は行く。

A:うん。

H:一番行きたい人が出たらどのフェスでも行く、まあまあ好きな人が出るフェスは近場なら行く。

A:うん。

H:そういうことかな？

A:うん。

H:ありがとうございました。では、今回はこのへんで終わります。