

「ノリ」はいかにして生産・消費されるのか ——ライブパフォーマンスの形態を比較して——

序章

現在あらゆる場面において、「ノリ」は存在する。例えばワールドカップにおいては様々な人、状況の中であっても、その瞬間だけはサッカーに夢中になり一緒に喜び、または嘆くのである。またこの現象は悪い面もある。「ノリが悪い」といった理由により、いじめの標的になる。またその周りの人たちは暗黙の了解(「ノリ」)によってそれに参加、または黙認する。しかしこのように「ノリ」は人々の上に君臨し、人々を操っているにもかかわらず、我々はそれに気づかず「ノリ」の正体すら理解していない。そんな中「ノリ」を販売するビジネスが登場した。端的に言うと、映画館でライブ。つまり「ライブ・ビューイング」である。本論文ではまず「ノリ」とは何かを考察し、「ライブ」「ライブ・ビューイング」という形態の中でどのように発生しているのかを吟味する。その過程から「ノリビジネス」の可能性を検討する。

1章 「ノリ」「ノル」とは何か

本章では、「ノリ」「ノル」の第一人者で関西大学社会学部長の小川博司氏の書籍・取材を軸に、「ノリ」「ノル」とはなにか吟味する。まず「のり」「のる」という言語に焦点を当て、「のる」のコア・ミーニングから「のられる」対象が「動く・不安定なもの」に限定された。「ノル」は「のる」から派生した語であるから、「ノラれる」の対象も同様であると推測された。続いて「ノリ」の構造を推察した。「ノリ」は4つの階層から成り立っている。第一は「流れに乗る」。これは「リズム(拍子)をとらえ、抑揚・波を他者と共有する」という意味である。第二に「参加」がある。これは観客が「主体的」になるという意味だ。第三に「変身・快樂」がある。これが一般的に「ノッている」と言われる状態を指す。最後に「ノリのマネジメント」がある。これは「ノリのためのノリ」であり、かつ第一～第三の階層をつなぎ合わせるものである。これらの4つの階層によって「ノリ」は「サイクル」をつくりながら発展している。

2章 ライブとは何か

本章においては、ライブパフォーマンスの形態にはどのようなものがあるのかを、明らかにしていく。まず、「ライブ」とは本来どのようなものを指すのか。ライブ概念の変容をメディアの発達・発展とともに考察し、ライブの定義付けを行う。結果、本論文におけるライブとは「いま・ここに限定されたライブパフォーマンス形態」とした。次いで、「ライブ」の枠から外れてしまったライブパフォーマンスの形態を順に紹介し、それらに含まれる要素について分析する。最後に、「同時性」「共存性」「共有意識」を軸に、ライブパフォーマンスの形態を分類した。

3章 ライブにおいてノリはどのように生産・消費されているのか

1章で示したノリの構造をライブという状況に絞り、より具体的に

考察する。ライブという状況下で、ノリに関係している要素は次のようなものと推測し、考察した。①スタンディング②コールとフリ③コメント機能④有料⑤予習⑥非日常性、の6つである。これらは主にノリの構造において「参加」及び「ノリのマネジメント」に相当するものが多い。これらの要素は、すべて揃わないとノれない訳ではない。しかしながら、以上の要素が多ければ多い程、「ノリ易い」ライブパフォーマンスの形態であると結ぶ。

4章 ライブ・ビューイング・ジャパンに取材して

本章では、ライブ・ビューイング・ジャパン代表取締役社長の久保田康さんへの取材を記録した。ライブ・ビューイングは現在、大変需要がある。「ノリ」生産に成功し、参加者の満足度も高い。しかし、まだまだ認知度が低いため、「商品」の良さを伝えきれていないと言う。けれども、今後期待できる用途やライブ会場の危機について伺い、様々な可能性を感じられた。また筆者の提案した企画を検討し、具体的に問題点や見解を示した。

終章 「ノリ」はいかにして生産・消費されるのか

「ノリ」を生産するにはノリの「流れに乗る」「参加とズレ」「変身・快樂」のフェーズが必要となる。そして「変身・快樂」を経て「ノリのマネジメント」が可能となり、人はノリやすく、また大きなノリにノルことができるようになっていく。その流れをスムーズに行わせる要素として、特にライブという状況下では①スタンディング②コールとフリ③コメント機能④有料⑤予習⑥非日常性、が挙げられる。これらの要素が多ければ多い程、「ノリやすい」ライブパフォーマンスの形態となる。

そして現在、「ノリ」はついにビジネス化されている。「ライブ・ビューイング」をはじめとする「ノリビジネス」は新たな市場である。そのため認知が進んでいないことが難点である。しかしながら、この市場において、顧客の満足度は高く、需要もある。また、この形態は用途や企画においても、まだまだのびしろがある。これらの点で今後、大きな可能性が期待されている。

今後の展望

本論文では「ノリビジネス」の中の「ライブ・ビューイング」を題材に推察していった。この見解は「ノリビジネス」として通っているのかを、他の「ノリビジネス」(スポーツシーンなど)を題材に検討していきたい。

主な引用・参考文献

- ・小川博司『音楽する社会』勁草書房、1988年
- ・宮入恭平/佐藤生実『ライブシーンよ、どこへいく ライブカルチャーとポピュラー音楽』青弓社、2011年
- ・山口哲一等『ソーシャル時代に音楽を“売る”7つの戦略 “音楽人”が切り拓く新世紀音楽ビジネス』リットーミュージック、2012年