

第IV部門 イベント後の「余韻」が芸術・娯楽体験の価値を高める効果の質的研究

京都大学大学院工学研究科	学生会員	○廣瀬	友紀
京都大学大学院工学研究科	正生員	川端	祐一郎
京都大学大学院工学研究科	正会員	田中	皓介
阪南大学経営学部	非会員	森下	信雄
京都大学経営管理大学院	非会員	浜崎	洋介
京都大学大学院工学研究科	正会員	藤井	聡

1. 研究背景

近年、世界中に広がっているあるべき都市の姿のビジョンの一つとして「創造都市」があり、文化芸術と産業経済の結びついた創造性に富んだ都市として定義されている。しかし、そのコンセプトは「娯楽産業の振興」という生産者側の視点に留まっており、その都市を生きる市民が娯楽や芸術などの創造的な文化をどのように楽しんでいるかという消費者側からの観点は十分に考慮されていない。一方、消費者や生活者の視点から提案されているビジョンが「余韻都市」であり(中村他, 2022)、娯楽・芸術の楽しみが、鑑賞している時間だけでなくその前後の時間を通じて持続すること(余韻)を可能にする都市、また、その街に暮らしているだけで文化の味わいを感じられる都市を指す。本研究では、余暇活動や娯楽に関する既往研究では十分に扱われてこなかった、娯楽・芸術体験の前後の「余韻体験」の具体的な姿を、消費者インタビュー調査を通じて描写することを目的とする。

2. 既往研究

Kawabata et al. (2022)¹が東京、ニューヨーク、ロンドンの三都市で行った、「音楽のコンサート」「演劇やミュージカル」「それ以外で最も好きな娯楽」についての人々の行動に関する調査によると、イベント後に約20~50%の人が夕食に行き、15~30%の人がお酒を飲みに行くことが分かっている。当該調査のデータを総合的に考慮すると、余暇活動に参加した人のうち約40~60%がイベント後の付随活動を楽しんでいる。また、Scott & Harmon(2016)は余暇活動を期待と計画、現地への移動、現地での活動、現地からの帰路、活動の回顧という5段階のプロセスから成ると整理しており、「活動の回顧」は本研究でいう「余韻体験」に相当する。Scott & Harmon(2016)²はこれを「extended leisure experience」(拡張余暇体験)と呼び、コントラクトブリッジのゲーム後の議論や、ジャム・バンドのファンたちが特定のコンサート限定の曲を聴きなおすことによる回顧などいくつかの具体例を報告している。しかしアドホックかつごく少数の事例紹介に留まっており、包括的で詳細な調査はこれまでのところ行われていない。

3. 研究手法

そこで本研究では、(1) ミュージカル・演劇、(2) 歌舞伎・文楽・能・狂言、(3) クラシック音楽のコンサート、(4) クラシック以外の音楽のライブ、(5) 野球・サッカー、(6) 格闘技(プロレス・ボクシング・MMA など)、(7) 美術・ファッション・歴史資料などの展覧会、の7種類の娯楽イベントに高頻度で参加している人々を対象に、半構造化インタビューと自由討論を組み合わせる形式のインタビュー調査を行い、余韻の楽しみ方、つまり、娯楽活動前後の行動や同じ娯楽を楽しむ仲間との交流方法、また、娯楽施設付近の公共交通機関を含む環境に関する意見や、特に余韻を味わうことが出来た体験、逆に余韻を楽しめずに興ざめた体験などのエピソードを聞き出し、「余韻」の実態を明らかにした。インタビュー対象者は株式会社アスマークのパネルとその提携パネルのうち、東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県に在住の人とし、イベントへの熱意が強くかつ余韻行動の経験を持つ消費者を

集めるため、「あなたは、以下の7種類のイベントにそれぞれ今年何回参加しましたか。」「それぞれのイベントについて、普段、何人くらいで参加しますか。」「それぞれのイベントについて、直接会って感想を語り合ったり、情報交換をしたりする仲間はいますか。」等の質問により、イベントへの参加頻度が高く、複数人で参加する傾向のある参加者を各娯楽につき5~6人抽出した。インタビューは、2024年12月14日、15日、21日に、京都大学東京オフィス及びふれあい貸し会議室「秋葉原加藤」にて実施した。

4. 結果と考察

インタビューの結果、まず、いずれのグループでも、イベントの後に仲間と食事へ行って感想などを話すという発言が多く見られ、中には、すぐに帰ったり一人で見たりするのは本当につまらないという旨の意見もあった。

ではそのような「余韻」を味わう時間で人々がどのような内容の話をしているかについての意見を整理したところ、おおきく4つの会話の型に分けることができた。(1) 直感的かつポジティブな感想、(2) ネガティブな感想(ダメ出し)、(3) 比較トーク、(4) 将来トーク、の4種類である。(1) 直感的かつポジティブな感想は、「演劇・ミュージカル」グループ、「歌舞伎・文楽・能・狂言」グループ、「クラシック音楽のコンサート」グループ、「クラシック以外の音楽のコンサート」グループ、「美術・ファッション・歴史資料などの展覧会」グループといった文化系の作品のグループで多く見られたもので、作品を見て純粋に「良かった」「素晴らしかった」という類のものである。一方で、(2) ネガティブな感想(ダメ出し)は、「格闘技(プロレス・ボクシング・MMAなど)」グループや「野球・サッカー」グループなどの勝敗が決まるスポーツ観戦の分野で多く見られた。(3) 比較トークはミュージカルや歌舞伎など、同じ演目をキャストや演出を変えて何回も上演するケースがある舞台タイプの娯楽や、クラシック音楽のように有名な曲を様々な楽団や指揮者が演奏するようなタイプの娯楽、また、ポップスやロック音楽のように1つのツアー内でセットリストや衣装が変わるといった娯楽でよく見られ、熱心なファンはライブエンターテイメントの様々な点を比較して仲間で意見を交わすことを楽しんでいることが分かった。また、(4) 将来トークは、次回どのような演目を観に行きたいかを話し合っただけでなく、期待をふくらませる観客としての会話と、自分が応援する団体の今後の戦略について経営者のような目線で考えるような会話の2種類に大別でき、ライブエンターテイメントへ参加した直後こそが、観客が「今見てきたもの」だけでなく、今後のイベントへの参加に大きく興味をそそられている瞬間であり、この時間にイベント提供者が何か仕掛けをすれば、観客の余韻体験の質を高めるとともに、次回もイベントに参加させるという好循環の構造を生むことができる可能性が示唆された。

また同行者との会話以外に、帰宅後に音楽を聴きなおす、パンフレットや過去の資料を読み返す、SNSで他の人の感想を調べる、などの仲間との会話以外の余韻の楽しみ方も普遍的であることが分かった。

娯楽施設の周辺環境についての意見では、周辺の飲食店がイベントに関係するアーティストの曲を店内で流したり、イベントとのコラボメニューを出していたことで強く印象に残る余韻体験ができたという声があったほか、野球の試合後は花火を挙げたり有名歌手を呼んでアフターイベントを行うのが近年のトレンドであり、それを評価する声も多かった。このような余韻体験の好事例は、イベント企画者が消費者に良質な余韻体験を提供し、イベントそのものの質を高めるための大きなヒントになるであろう。また、ある小さなアイドルグループがライブ直後の観客の熱意が冷めやらぬうちにサプライズ発表をするという例もあり、やはり「将来トーク」が多く交わされているという事実と合わせると、イベント直後の時間の工夫が重要であることが示唆された。

こうした余韻体験の具体像を踏まえると、消費者の「余韻体験」の時間と空間を充実させるための環境整備やサービス提供を積極的に行うことで、市民の娯楽・芸術体験の質が向上するとともに、イベントへのエンゲージメント向上や関連グッズ売上などの経済的機会も創出することが可能であると考えられる。

1 Kawabata, Y., Kusakabe, H., Fujii, S., Nakamura, F., Friman, M., & Olsson, L. E. (2022). A Study on the Relationship between Subjective Well-Being and Accompanying Activities in Urban Leisure Experiences. *Journal of Tourism and Leisure Studies*, 7(1), 1.

2 Scott, D., & Harmon, J. (2016). Extended leisure experiences: A sociological conceptualization. *Leisure Sciences*, 38(5), 482-488.