

2018 年度卒業論文  
「ライブキッズの変遷と今後」

指導教員 小関 隆志

学籍番号 1740150565

論文執筆者 小林 ほのか

## 目次

序章 研究動機、仮説、論文構成	3
第1章 ライブキッズとは	5
1-1 節 定義づけ	5
1-2 節 背景	8
第2章 各アーティスト別におけるライブキッズの例	13
2-1 節 UVERworld(ウーバーワールド)	13
2-2 節 THE ORAL CIGARETTES(ジ オーラル シガレッツ)	18
第3章 アーティストからの影響	24
3-1 節 服装	24
3-2 節 物販宣伝	28
第4章 ライブキッズが生み出すコミュニティの利点と課題	30
4-1 節 利点	30
4-2 節 課題	41
第5章 考察	46
終章 まとめ	50
参考文献一覧	51
巻末資料その①	53
巻末資料その②	56

## 序章 研究動機、仮説、論文構成

現代の日本では、様々なジャンルの音楽を個人で自由に聴くことが当たり前の世の中になっており、数多くの音楽アーティストの公演も全国各地で行われている。その中でも邦楽ロックバンドの音楽は、メンバー自身による作詞作曲やメンバーのメッセージ性、雰囲気などが直接表現されやすいことから、熱狂的なファンがつくことも多々ある。各アーティストにおけるファンに関しては昔から認知されているが、近頃特定のファンの人々を「ライブキッズ」と表現する機会に多く遭遇する。筆者自身もライブキッズという括りの境界線にいるような感覚であったのだが、そもそもライブキッズというのは一体何者を指すのだろうか。ライブキッズにおける認識を深めるとともに、ライブキッズ同士が音楽を通して生み出しているコミュニティに関する紐解いていくことをこの研究の大きな目的とする。

ここで、「ライブキッズ」についての仮説を筆者なりに提示したい。筆者の考えは2点ある。①ライブキッズは「現代における若者の人間関係の特徴を端的に表したものであること」、②ライブキッズは「その人自身が望む音楽との共存をはかることで、全身で喜びを感じる存在」であることだ。この仮説のうち①を立てた要因にはソーシャルネットサービス(以下、SNS とする)の普及が挙げられる。ライブキッズと SNS との関係性については、以後の章で詳しく論ずる。

筆者が足を運ぶライブ会場では「このバンドはライブキッズが多いよね」「ライブキッズ大量発生している」など、会場のあちこちで「ライブキッズ」という単語を耳にする。ネットワーク上のサービス「google」にてライブキッズと検索すると、約 138,000,000 件ヒットするなど、インターネット上では多く使用されている語句であることが分かる。また、日本最大級のファッションコーディネートサイトである「WEAR(ウェア)」上でも「ライブキッズ」とハッシュタグ検索をすると、タグ検索のみで 179 件がヒットした。履歴から一番初めに投稿されたライブキッズのタグ投稿は 2014 年 7 月 7 日であった。(なお、WEAR のサービスが開始された日は 2013 年 10 月 31 日である。<sup>1)</sup> また、インスタグラムでのハッシュタグを使用し「#ライブキッズ」で検索をすると、約 9000 件ヒットした。このように「ライブキッズ」というものは現代日本において近年現れたものであると推測される。

構成については、はじめに「ライブキッズ」に対して筆者の中での定義づけを行う。これを前提として、各アーティスト別における具体例を用いながら、ライブキッズの特性や共通点を洗い出していく。それらをもとに、ライブキッズが生み出すコミュニティの力や、一方で問題を引き起こしている事例を取り上げながらライブキッズに対しての見解を深めていく。

本題に入る前に予め宣言しておきたい点がある。ライブキッズに対する筆者個人の立場である。本題以降は、客観的な目線としてライブキッズを一種の社会現象として紐解いて

---

<sup>1</sup> FASHIONSNAPCOM. スタートトゥデイが 10 月 31 日に「WEAR」提供開始  
<https://www.fashionsnap.com/article/2013-10-10/wear-1031/>

いくことを目的としているが、筆者自身の研究前における意見は、「ライブキッズは必ずしも悪い存在、世の中から排除すべき存在ではない」ことである。先程、ウェブサイト上での検索数について紹介したが、この中の多くはライブキッズの問題点を取り上げている内容が多い。今回のライブキッズに対する仮説にも立てたが、あくまでライブキッズという存在は、純粹に音楽と共存し、全身で楽しみ喜びを感じる存在であると推測している。しかし、その「全身で楽しむ」手段が他の人々にとっては問題視されることが多いのかもしれない、もしくは事前知識として広まっていない可能性も考えられるのではないだろうか。今回の論文を通して、ライブキッズの当事者だけではなく、むしろ一般の方々にライブキッズとはどのような存在なのかということが利点を含めて知っていただければ幸いである。

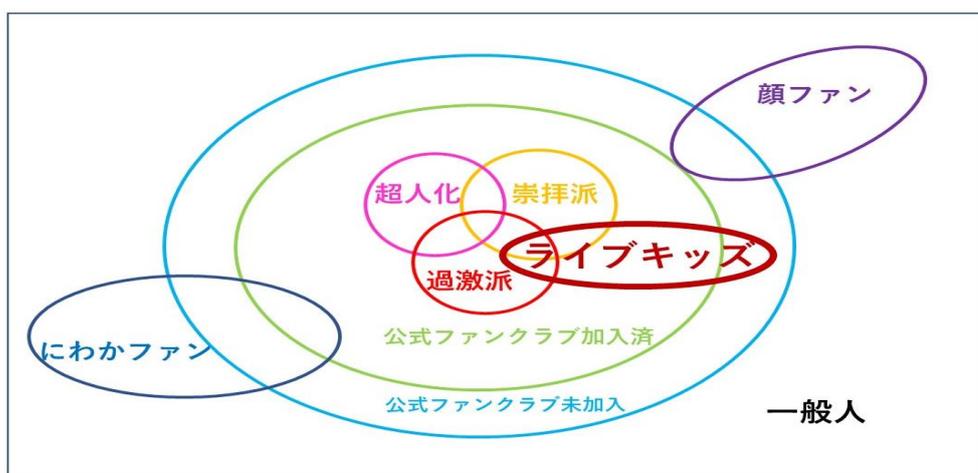
また、ライブキッズが引き起こす問題点については、詳しくは後の第4章 4-2節の中で詳しく論じるが、一部のライブキッズによる「マナー配慮のなさ」が引き金となって問題に発展するケースも多いのではないかと感じる。この「マナー」についても定義が難しいため、言葉を置き換えて「良心」という形で本題の中で様々な視点を含めて論じていきたい。そして、ライブキッズたちにとっても今後の行動において改めて考えるきっかけになれば幸いである。

## 第1章 ライブキッズとは

### 1-1節 定義づけ

「ライブキッズ」という語句に関して、インターネット上には「そのアーティストの音楽が好きな人たち」という意味が前提にあると論じているが、実は明確な定義が決められている訳ではない。音楽が好きな人たちというくくりをみても幅広く、いくつかの集団に分けられると筆者は考える。以下、とある邦楽ロックアーティストにおけるファンの構図イメージを筆者の視点から考察してみた。その図が図1-1である。

図1-1：音楽ファンの構図イメージ



(出典：筆者作成)

図1-1について説明をすると、外側が一般人であり、図の中心部にいくにつれて、コアなファン層になっていく構図である。この構図では①一般人 ②顔ファン ③にわかファン ④公式ファンクラブ未加入 ⑤公式ファンクラブ加入済 ⑥超人化 ⑦崇拜派 ⑧過激派 ⑨ライブキッズ、といった9種類の集団のカテゴリーに分けてみた。それぞれの集団について、筆者なりの定義付けをしていく。①一般人とは、その名の通りアーティストに対してさほど関心のない・もしくは耳にするくらいの人である。②顔ファンとは、言葉の通りアーティストの顔=ヴィジュアルのみが好きなファンである。③にわかファンは、番組のタイアップなどある特定の曲は好きだが、メンバーや曲の詳細等はまだ詳しくない人達である。④、⑤の公式ファンクラブの加入の有無については、個人にとって一団体に金銭投資をすることでそのアーティストのファンであるという証明にもなると筆者は考えたので加入の有無に関しても境界線を設けた。しかしこの境界線に関しては、諸々の経済的事実等といった、加入の意思はあっても行動に移せない人々もいるため明確には分けづらい境界であることもここに明記しておく。そしてコア部分に値する3つの枠は、⑥超人化、⑦崇拜派、⑧過激派の三つに大きく分類した。⑥超人化とは、アーティストや曲全般に関してマニアックな部分まで網羅するなど通常ファンとは次元が越えている段階にまで達しているファンのことである。⑦崇拜派とは、アーティストが発信するものに対して賛

同の意思を欠かさないといいた「神」的存在と認識し、アーティストの全てを崇めてしまうようなファンのことである。⑧過激派とは、そのアーティストへの愛が重すぎるあまり過剰な表現をしてしまう、もしくは他者がファンに適さないと判断した場合、攻撃してしまう、または過剰に反応・非難してしまうファンのことである。そして、⑨ライブキッズは上の構図イメージのようなこれまでにあげたいくつかの集団要素を複数含めたような分類に値すると位置付けた。この構図イメージはあくまで筆者の主観と経験に基づいたものであり、多少なりとも主観的バイアスがかかっていることも述べておく。

写真 1-1：ライブキッズの写真の例 Twitter より引用



写真 1-1, 1-2, 1-3 のように、平均的にライブキッズであると判断する範囲は、各バンドの T シャツを着ている状態で、①カラフルなハーフパンツ(ディッキなど)をはいている②リュックや腕に大量のラバーバンドを付けている このいずれかが当てはまっている場合に言われることが多い。これらの恰好をしているのが主に高校生から大学生に多いことから「キッズ」という表現が使われているのかもしれない。また、ライブ中に危険行為として禁止または規制されている行動を目的にライブハウスや音楽フェスティバル等に足を運ぶのもライブキッズに多く見受けられる。この危険行為については、後の第 4 章 4-2 節にて詳しく論じる。ライブキッズにおける定義の①の大半を占めるハーフパンツは写真 1-2 の「ディッキーズ」というブランドである。ディッキーズでは様々なカラーバリエーションのハーフパンツを取り揃えており機能性も優れているものである。

写真 1-2：ディッキーズのハーフパンツを着用している写真 筆者撮影



写真 1-3 : ラバーバンドを複数名が着用している写真 Twitter より引用



そこで今回は、筆者のライブキッズの定義づけとして、①各バンドの T シャツを着ている ②カラフルなハーフパンツをはいている ③リュックや腕にラバーバンドを付けている ④スニーカーを履いている 以上外見で判断可能な 4 点が全てそろっている人たち且つ、～20 代までの人たちをライブキッズであると定義づけしたい。

ライブキッズの中には、先ほど定義付けした条件からさらに全身を単色でコーディネートする者も存在する。彼らを単色でコーディネートする担当者であることから「色+単」と呼ばれることも多い。例えば全身を赤色のバンド T シャツに赤のハーフパンツを履いて、赤のスニーカーでコーディネートしているライブキッズがいたとすると彼は「赤単」なのである。

写真 1-4 : 各単色に揃えたコーディネート of ライブキッズ達 Twitter より引用



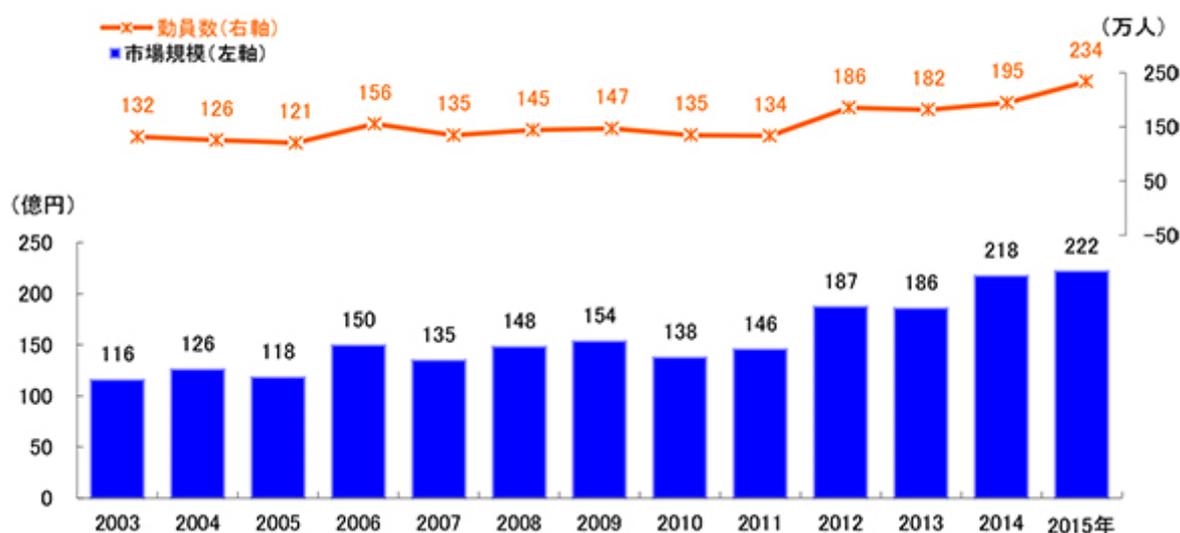
写真 1-4 からは、ライブキッズたちが個々の単色で揃えてコーディネートしているのが改めてわかる。また、「服装が単色である」という共通点から集まって彼らは写真を撮ったのではないかという推測もできる。このように共通点が増えれば増えるほど、ライブキッズ同士の交流は広がっていく傾向にあると考えられる。

## 1-2 節 背景

ライブキッズと呼ばれる人達が増加した背景には、CD 音源だけではなく、実際に生の音楽に触れるライブや音楽フェスティバル開催数が関連していると考えた。ぴあ総研による音楽フェスの市場調査データによると、表 1-1 のような集計結果が出た。表 1-1 は音楽ポップス分野のフェスティバル形式（同時間帯に複数アーティストが出演する形式）のイベントのチケット販売額を推計し、音楽フェス市場規模を算出しており、2015 年 1 月～12 月に開催されたイベントが対象である。

表 1-1：音楽フェス市場における動員数・市場規模の推移

### ■音楽フェス市場の推移:動員数、市場規模

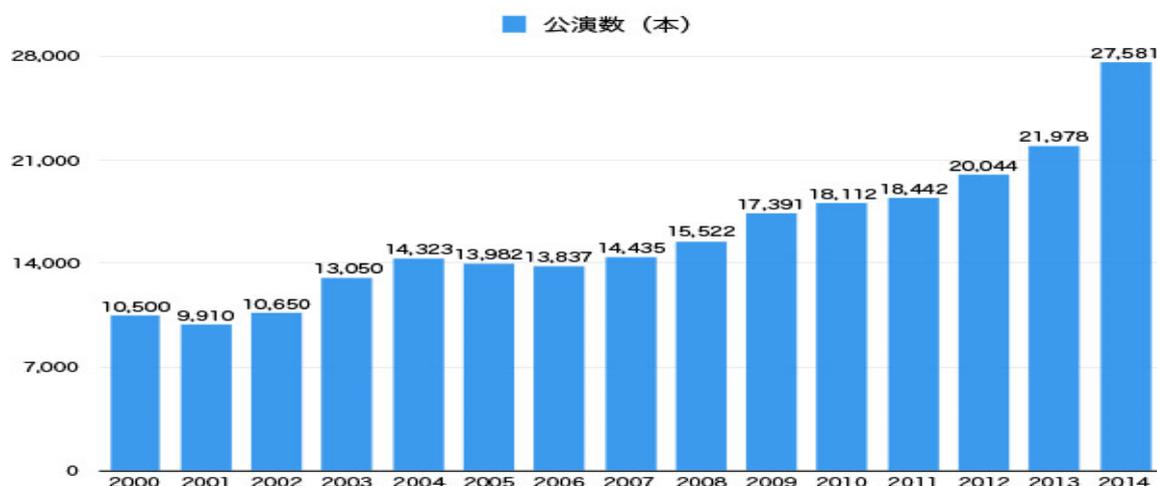


出典：「拡大を続ける音楽フェス市場/ぴあ総研が調査結果を公表」

[https://corporate.pia.jp/news/detail\\_fes\\_data20160630.html](https://corporate.pia.jp/news/detail_fes_data20160630.html)

この集計において判明したことは、2015 年の音楽フェス市場規模は 222 億円であり、動員数については 234 万人と膨大な数字をたたき出している。さらに同年では「ROCK IN JAPAN FESTIVAL」、「SUMMER SONIC」、「FUJI ROCK FESTIVAL」といった日本における主要 4 大フェスの動員数が軒並み増えたのに加え、レーベルやアーティスト主導型の新たなフェスも定着してきていることも分かった。

表 1-2：2000～2014 年までの「ライブ・音楽フェス」公演数の推移



(出典：「2015年の夏フェス 入場者から見る新しい潮流」2015年11月11日

<https://andmore-fes.com/9997/> より引用)

表 1-3：2000～2014 年までの「ライブ・音楽フェス」入場者数の推移



(出典：「2015年の夏フェス 入場者から見る新しい潮流」2015年11月11日

<https://andmore-fes.com/9997/> より引用)

表 1-2、1-3 は一般社団法人コンサートプロモーターズ協会による調査のもと作成された、ライブ・音楽フェスの公演数と入場者数の動向を示したものである。表 1-2、1-3 から読み取れるように両者とも右肩上がり続けており、今後も拡大することが大いに予想される。特に 2010 年以降は成長率の大きいことも注目する点である。<sup>2</sup>

<sup>2</sup> 「2015年の夏フェス 入場者から見る新しい潮流」(2015年11月11日)

<https://andmore-fes.com/9997/> (2019年1月17日閲覧)

以上のことを踏まえると、年々音楽フェスやライブに足を運ぶ機会が増加したことで、より多くの人々にとって音楽フェス自体が身近な存在になりつつあると推測される。

日本において、フェスとデジタルメディアは同時期に登場しており、両者は密接に関係している。永井純一の調査によると、4大フェスの隆盛とインターネットの普及率を重ね合わせたところ、1997年の開始当初は、4大フェス動員数が35,000人、インターネット人口普及率は9.2%であった。そこからどちらも右肩上がりの上昇をみせ、2014年においては4大フェス動員数が5,670,000人にまで増加、インターネット人口普及率も82.8%にまで増加していることが分かった。つまり両者は驚くほどきれいに一致していることが読み取れ、密接に関係していることが分かる。例として、フェスに行くには事前の情報収集が必須となるが、開催日時や出演アーティストに関する第一報など、フェスに関連する情報は、各フェスのオフィシャルサイトでアナウンスするのが慣例となっている。また複雑なチケットや参加者同士の交流にもインターネットが積極的に利用されているのが永井(2014)の研究で既に示されている。フェスとデジタルメディアは共存共栄しているといっても過言ではないと判断でき、フェスに限らず、ワンマンライブにおいても同様であると考えられる。さらに、アメリカのイベント情報掲載やチケット販売をするサイト、イベントブライトと調査会社マッシュワークが2013年8月から1年間のソーシャルメディアにおける音楽フェスについての投稿を分析した(Eventbrite and MASHWORK 2014)報告書によると、近年のアメリカにおける音楽フェス人気はソーシャルメディアをフル活用する17~34歳の『ミレニアル世代』が牽引しており、ソーシャルメディアの活用がフェス体験を豊かにしているという結果をもたらした。このミレニアル世代というのは、おおよそ先ほどライブキッズの定義づけを行った際に条件として位置付けた対象年齢が当てはまる。このミレニアル世代というのもライブキッズと関連性があると考えられる。

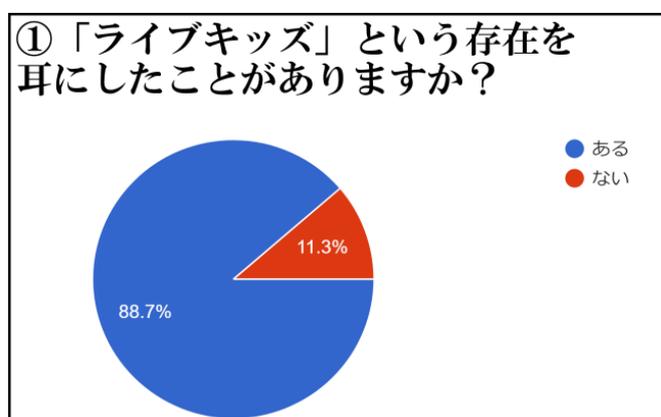
インターネットやデジタルメディアの普及と若者の関係性については、橋元(2008)によると、SNSの普及は公私の境界を曖昧にし、若者たちはそこで私生活を日々「告白」しており、SNSは身の回りに起こった出来事の報告書だけでなく、自分がイベントに参加したこと履歴書でもある。共同体幻想はイベントとともに消費されるが、そこに参加した事実や体験をもとに、個人は自己を構築し、そして「こうみられたい/なりたい」という自己を演出しSNSに提示する。イベントを渡り歩き、消費を繰り返すことによって、尚且つそれを他者に「告白」することによって、自己は常に更新されるのであると述べられていた。このSNSを通した「告白」の点については、第4章にて詳しく論じたい。

外見・服装の話に戻るが、日本テレビ系番組「ZIP!」といった朝の情報番組では「音楽フェスティバルのコーディネーター特集」が放送されることもあり、これらの報道も全国的に音楽フェスへの関心が増える要因に当てはまると考えられる。このコーディネーター特集で紹介された服装は、ライブキッズの定義づけに当てはまるようなものではなく、どちら

かというごく一般的な人々に向けての「流行のファッション」という位置づけで紹介しているのではないかという印象を受けた。<sup>3</sup>いわば音楽フェス導入編のようなファッションである。ここで一足違うのが「ライブキッズ」なのである。初めて音楽フェスなどに足を運んだときは、流行のファッションをして向かうかもしれない。しかし、実際のフェス会場で目撃する光景で目を引くのは流行ファッションをしている一般人ではなく、会場で思い思いの楽しみ方をしている「先輩ライブキッズ」なのだ。好きなバンドが販売しているTシャツが目に入り、カラフルなハーフパンツをはいて動きやすそうなスニーカーもはいているのではないか。あのバンドTシャツ…知っている、ハーフパンツはどこで手に入れたのだろう…生き生きとした笑顔で楽しんでいる…。そう心の中で感じ、次回足を運ぶときは同じ格好で楽しみたいと思ってしまうのだ。つまり、この時点において「一般人による音楽の楽しみ方」と「ライブキッズの音楽の楽しみ方」の理想に差が生じている可能性が高いと考えられる。それでは、ライブキッズたちが求めている「本質」とは何なのだろうか。以下の章で考察を深めていきたい。

補足資料として、「ライブキッズ」についてのイメージや印象を把握するため、SNS 上でアンケート調査を行った。（調査期間：2019年1月20日～23日の4日間、回答者数…62名）アンケート結果については巻末資料その①としてまとめて掲載している。この中のアンケートでは、図1-2で示したように、ライブキッズという語句を知っていた人は88%を超えておりとても高い数字であった。

図1-2：アンケート調査①集計データ



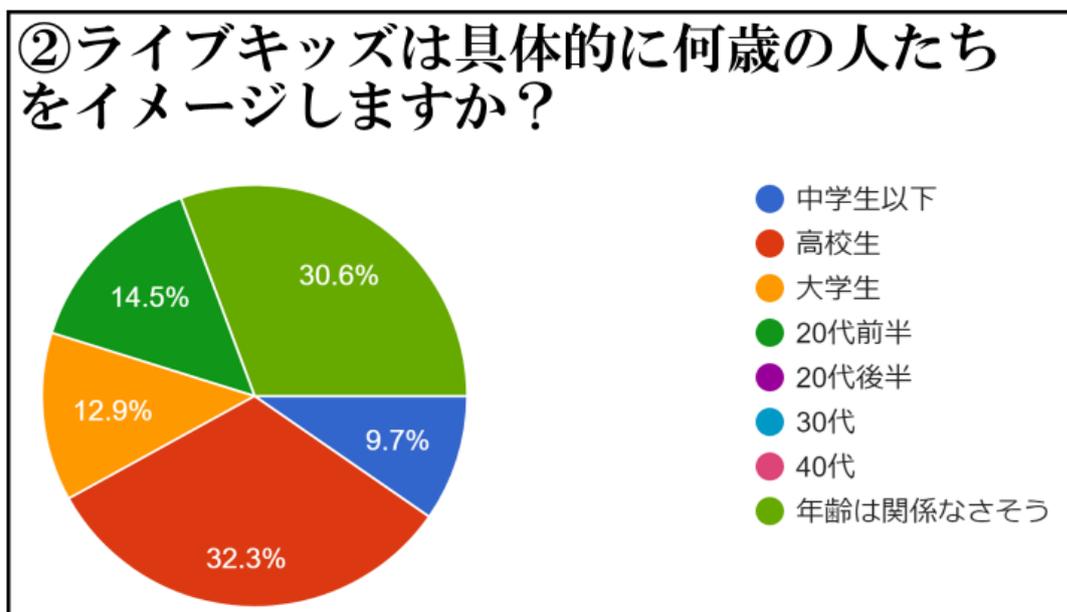
(筆者作成)

<sup>3</sup> フェスファッション2018 / 流行ニュース BOOMERS (ZIP! 日本テレビ2018年8月6日 放送) <http://www.ntv.co.jp/zip/boomers-news/post/010982.html>  
(2019年1月17日閲覧)

夏フェスガールの意外な楽しみ方 / HATENA VI (ZIP! 日本テレビ2013年7月30日 放送) <http://www.ntv.co.jp/zip/onair/hatenavi/404384.html>  
(2019年1月17日閲覧)

また、ライブキッズの対象年齢については、図 1-3 にて示したように定義付けした年齢に当てはまる割合が過半数を超えていた。一方で、年齢は関係なさそうという意見も 30%見受けられた。

図 1-3：アンケート調査②集計データ



(筆者作成)

外見についても、定義付けとおおよそ近い意見が寄せられていた。ライブキッズについての印象やエピソードに関してはマイナスな意見が多く挙げられていたので、その点は第 4 章 4-2 節の課題にて詳しく論じていきたい。

## 第2章 各アーティスト別におけるライブキッズの例

この章では、UVERworld と THE ORAL CIGARETTES の二つのロックバンドのライブキッズを具体例に挙げて考察していく。はじめにそれぞれのロックバンドを簡潔に紹介する。

今回はあくまで 2 つのバンドを論じるので、できる限り公平を期すつもりである。ただし、筆者には明らかにある種のバイアス(偏向)がかかっていることをここに表明しておくことが大切だと考える。

### 2-1 節 UVERworld(ウーバーワールド)

滋賀県出身の 6 人組バンドである。バンド名の由来は「自分たちの世界を超えて広がる」という意味からドイツ語を変形させた UVER(ウーバー)と world から名づけられた。独自のサウンドと TAKUYA∞の紡ぐ歌詞だけでなく、彼らの生きざま、人間力が今を生きる若者に届いており、絶大に支持を得続けている。直近では、2017 年 2 月さいたまスーパーアリーナにて約 23,000 人の男祭りを成功に収め、前人未到の記録を打ち立てた。また、2018 年 7 月には約 9 年ぶりとなるベストアルバム「ALL TIME BEST」をリリースし活動は拡がり続けている。

写真 2-1 : UVERworld メンバー全員の写真 公式サイトより引用

(左側から : Gt. 克哉、Gt. 彰、Ba. 信人、Vo. TAKUYA∞、Sax. 誠果、Dr. 真太郎)



UVERworld において、見受けられるライブキッズの例は写真 2-2、2-3 である。

写真 2-2 : UVERworld のライブキッズの例その①



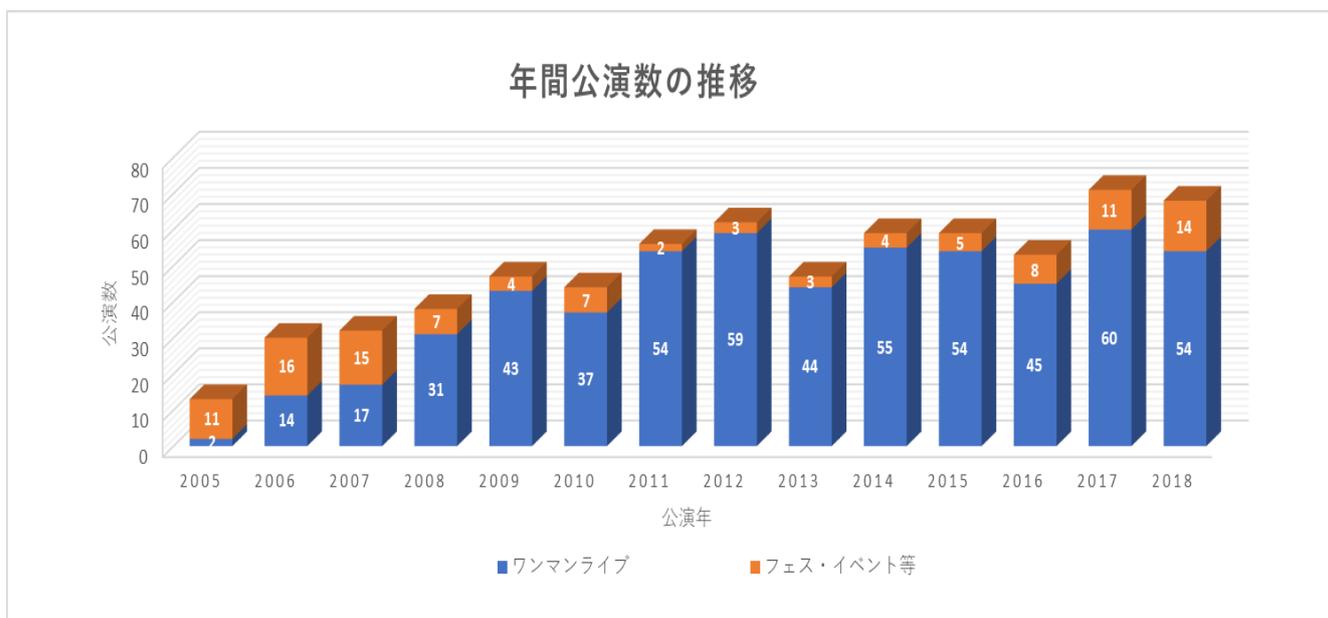
<sup>4</sup> UVERworld official website biography [www.uverworld.com/bio/](http://www.uverworld.com/bio/)(2018 年 12 月 20 日閲覧)

写真 2-3 : UVERworld のライブキッズの例その②



先ほど述べた第 1 章・1-2 節：背景にて、実際に足を運ぶライブや音楽フェスの増加が人々にとってより身近なものにし、その延長線上にライブキッズの発祥も関連していると述べた。その関連として、UVERworld のデビュー時から現在に至るまでに開催されたライブ数をグラフにまとめてみた。そのグラフが表 2-1 である。

表 2-1 : UVERworld の 2005 年～2018 年における LIVE 公演開催数の推移



(出所 : UVERworld-Wikipedia より筆者作成)

表 2-1 を見てわかることは、デビュー時から合計公演数はおおよそ右肩上がりに増加していることである。2011 年以降は、合計年間 50 本以上のライブを開催・出演しており、ファンにとっても足を運ぶ機会が多くあると考えられる。2010 年から 2011 年にかけて極端にワンマンライブ数が増加しているのは、47 都道府県での公演を予定したツアーが組み込ま

れたのが一つの要因であると考えられる。参考までに、UVERworld のライブ中の写真を公式 Twitter より引用し、写真 2-4、2-5 として紹介したい。

写真 2-4：2018 年 12 月 25 日 Premium of Christmas LIVE 2018 公演中の様子 UVERworld 公式 LINE アカウントから引用



写真 2-5：2018 年 12 月 31 日 マリンメッセ福岡公演中の様子 UVERworld 公式 LINE アカウントから引用



またワンマンライブと比べると、フェスやイベント等への出演はさほど積極的でないことも分かる。デビューから 3 年ほどはワンマンライブと同様の回数で行っていたが、2008 年～2016 年にかけては、限られたフェスやイベントのみ参加しており、その分ワンマンライブに力を入れていることが推測される。この件については、メンバー自身も言及しており、不特定多数が見るフェスよりも自分たちのファン＝crew を大切にしたいという意思からフェスの出演数を少なくしているとのことであった。しかし、2017・2018 年においては、これまでの「フェス嫌い」から一転し、より多くの人々へ UVERworld の音のメッセージを発信してみたい、UVERworld の力を試してみたいというメンバーの意思から断り続けてきたフェスやイベントのオファーに対して受ける姿勢を見せた、稀ともいえる 2 年間であった。その証拠を示す例のひとつに、2012 年以降出演しなかった学園祭公演において、2018 年に慶應義塾大学主催の学園祭「三田祭」の前夜祭ライブアーティストとしてオファーを受け、

大盛況に終わったのはファンの中でも驚くべきことであった。<sup>5</sup>もう行われることはない  
誰もが考えた、7年越しの「学園祭出演ライブ」である。前夜祭では、主催大学である慶應  
義塾大学生限定の「塾生チケット」と外部一般者向けの「一般チケット」の2パターン設  
けるなど、開放的な前夜祭ライブとして行われた。

UVERworld の魅力を一言でいうと、「己に真っすぐすぎる熱いバンド」ではなかろうか。  
特にヴォーカルの TAKUYA<sup>∞</sup>はストイックすぎる男である。UVERworld のヴォーカルとして  
喉を大切にするために、年に酒は3回まで、カフェインは摂らない、グルテンフリーのも  
のしか食べない、毎日10kmランニングを欠かさない、などといった超人ともいえるストイ  
ックぶりである。毎日の10kmランに関しては、健康や身体のために走っているのではなく、  
自分自身が何か「祈り」を捧げるために走っているのだとライブ中のMCでもよく語って  
いる。そのようにしてまで真っすぐに向き合っている UVERworld のメッセージとメロディ  
ーには、crewの心を真っすぐ突き刺すような強いメッセージ性のある歌詞が特徴的である。  
その歌詞と共鳴するかのようなメロディーを5人の楽器隊メンバーが作り上げていき、6人  
の音のメッセージへと完成するのだ。時には中二病<sup>6</sup>的な音楽ではないかと言われることも  
あるが、それほどに「アツすぎる」音楽を届けてくれているのが UVERworld である。こ  
こで、筆者による UVERworld のベスト曲トップ5を表2-2に挙げた上で、UVERworld の魅力、  
そして crew、ライブキッズに支持されるポイントについて考察したい。ベスト5といっ  
ても選ぶのは中々難しいのだが、今回は筆者自身が曲を通して何等かの影響を受けた度合い  
が大きいものを選抜した。

表2-2：筆者が選ぶ UVERworld ベスト5

1位	Colors of the Heart
2位	Fight For Liberty
3位	在るべき形
4位	ΦCHOIR
5位	Roots

(筆者作成)

迷った末、第1位に輝いたのは「Colors of the Heart」である。この曲は、4番目にリ  
リースされたシングル曲で TBS 系連続テレビアニメ「BLOOD+」第三期オープニングテーマ  
曲としてタイアップされた一曲でもある。この曲の一番好きな歌詞の部分は「願い続ける  
想い いつか色づくよと 教えてくれた 心に生き続ける人」という一番のサビの部分で  
ある。ある日大切な人を失ったことで心が暗闇に閉ざされ、孤独を抱いたとしても、その

<sup>5</sup>第60回三田祭前夜祭 <https://www.zenya.mitasai.com/> (2019年1月25日閲覧)

<sup>6</sup>中二病…中学二年生の思春期に見られる、背伸びしがちな言動を自虐するような語句であり、語句中の「病」とは治療が必要なものとは無関係である。

大切な人は心に生き続けており、光が虹色に照らしてくれる、だから前を向いて行ってほしいというメッセージを筆者は感じた。二番の B メロディーの中に「涙が枯れる前に聴きたかった言葉は 今はだれかを救うために」という歌詞も考え深い。私なら、今大切な人に何て言葉をかけたら良いのだろうと、これまでの生きてきた中で何度も自問自答してきた。そして、苦しくてつらい時でもいつか光が見えると信じられる、そんなパワーをくれる一曲である。2位の Fight For Liberty は、24 枚目のシングル曲であり、TBS 系連続テレビアニメ「宇宙戦艦ヤマト 2199」第二期オープニングテーマ曲としてタイアップしている。この曲の好きな歌詞は「戦う時はいつだって一人だぞ でも一人じゃないことも分かるだろ？」という部分である。人生というたった一回のチャンスしかないからこそ、険しい道を選び、前を向いて自分自身と戦って生き抜こうというメッセージが伝わってくる。しかし、ここぞという戦いは一人だが、支えてくれている仲間や大切なモノがあるから、一人ではないというこのメッセージも強く背中を押してくれるポイントになっている。筆者は受験時に何度も何度も救われた一曲である。第三位の在るべき形は、8 枚目のアルバム「Φ CHOIR」の中に収録された曲である。TAKUYA∞はこの曲の前の MC にて「どこのどいつが、俺たちの未来に絶望を感じたって、俺たち自身が自分たちの未来に絶望することはない、それが俺たちの在るべき形」と叫んで始まるのが多い。この言葉には、自分たちが大切なモノや、人、コトを他人がどう言おうと自分自身が選択した「答え」なのだからその答えを自分自身が信じて真っすぐ進んで行ってほしいというメッセージが隠れている。「他の誰かの正解は 僕の答えじゃない それぞれの複雑な数式の答えはきっともう僕は見つけたから」という歌詞からも伝わってくる。この曲を聴くと、自分自身の大切なコトへ改めて向き合おうと思わせてくれる。4位の ΦCHOIR は在るべき形と同アルバムに収録されている一曲である。この曲は UVERworld にとっても分岐点ともいえる曲である。現メンバーの Sax. 誠果はメジャーデビュー時サポートメンバーのポジションであったが、この ΦCHOIR のアルバムから正式メンバーとして認められ、新体制として活動が始まったのだ。タイトルの「Φ (ゼロ)」は始まりという意味であること、「CHOIR」は英語で聖歌隊という意味だが、この聖歌(せいか)と誠果(せいか)を掛けていることから、誠果を迎えて、ここからまた UVERworld の歴史は始まっていくのだという意味も隠されている。歌詞の中にも、自分の周りにいる大切な仲間には代わりはないのだから、そんなかけがえのない仲間を大切に生きてほしいという思いも込められている。第5位の Roots は 3 番目のアルバム「PROGLUTION」に収録されている。この曲には、絶望の中で音楽では救えないと分かっているけれども諦めることはないというメッセージがあり、つまるところ、希望も見えづらい現代だからこそ、俺たちは UVERworld の音楽で希望を与えることを諦めることはない、ということ伝えてくれている。どうしても立ち止まってしまいそうなとき、Roots を聞くと、まだ UVERworld のメロディが自分に届いている限りは立ち上がれる、と奮い立たせてくれた一曲である。

これまで 5 曲を通して筆者の経験談とともに UVERworld の曲を紹介してきたが、どれも

「一度きりの人生を自分らしく生きる」ことや「絶望の中でも光を見出せる」力、「出会えた仲間を大切に」することなど、将来に悩みがちな若者へ特にストレートに刺さるようなメッセージが多いように感じる。しかし人生観について説いているものも多いので、年齢は関係なく、このストレートなメッセージが受け取れる人たちに多大なる支持を得ているのが UVERworld である。筆者自身はこのストレートなメッセージが毎度自分の人生において何度も背中を押してくれた大切な言葉として今でも心に生き続けている。

## 2-2 節 THE ORAL CIGARETTES(ジ オーラル シガレッツ)

2010 年奈良県にて結成。人間の闇の部分に目を背けずに音と言葉を巧みに操る唯一無二の 4 人組ロックバンドと評されている。メンバーのキャラクターが映えるライブパフォーマンスを武器に全国の野外フェスに軒並み出演しており、直近では 2018 年 2 月に地元関西にて大阪城ホール公演を開催し、両日も即日完売で成功を収めた。BKW!(番狂わせ)の精神でロックシーンに旋風を巻き起こしている。<sup>7</sup>

写真 2-6 : THE ORAL CIGARETTES メンバー全員の写真 公式サイトより引用  
(写真左から : Ba. あきらかにあきら、Vo. 山中拓也、Gt. 鈴木重伸、Dr. 中西雅哉)



THE ORAL CIGARETTES はオーラルという愛称で呼ばれることが多く、以下は文章中ではオーラルと表記する。オーラルにて見受けられるライブキッズは写真 2-7 のような人たちが多い。

写真 2-7 : オーラルのライブキッズの例 Twitter より引用



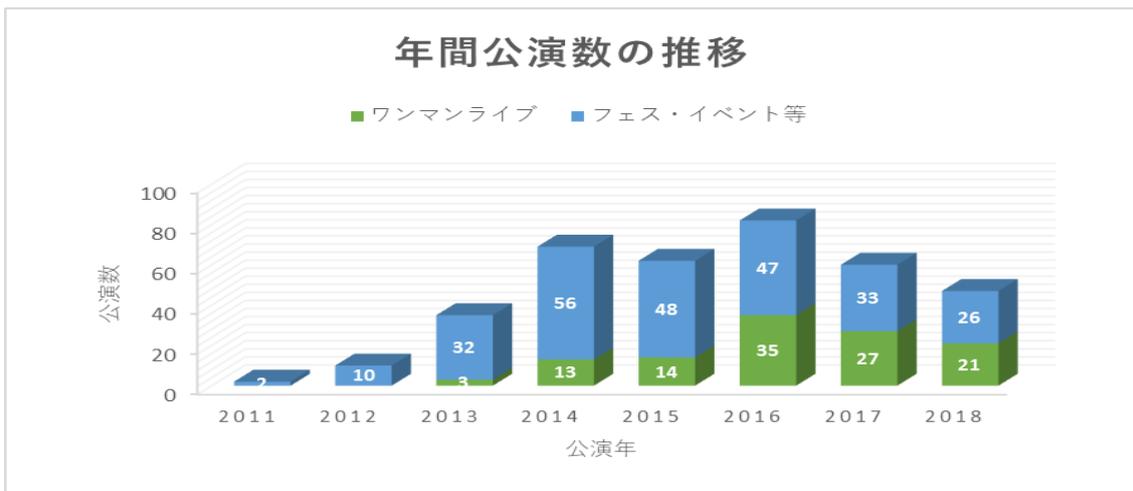
---

<sup>7</sup> THE ORAL CIGARETTES 公式サイト biography  
<http://theoralcigarettes.com/feature/biography> (2018 年 12 月 20 日閲覧)

写真 2-7 は、第 1 章にて定義づけした条件に当てはまるかつ、赤と青の単色で揃えているのも興味深い点である。彼らの中では「統一感」という点においても結束意識が生まれているのではないかと推測することが出来る。

オーラルのメジャーデビュー日は 2014 年であるが、メジャーデビュー前からフェスやイベント等の活動をしており、UVERworld との比較のため 2011 年からの統計グラフを作成した。オーラルのライブ公演数推移グラフは表 2-3 で示した通りである。

表 2-3 : THE ORAL CIGARETTES 2011～2018 年における LIVE 公演数の推移



(出所 : THE ORAL CIGARETTES-Wikipedia より筆者作成)

表 2-3 を見て読み取れるのは、ワンマンライブよりもフェスやイベント等への出演が多い点である。2014 年のメジャーデビューからはワンマンライブ公演も一気に増えたが、まだまだフェスやイベント等への出演が多いのに大幅な変化はない。第 1 章にて、音楽フェスとライブキッズの関係性を論じている点においても、フェス出演の機会が多いことは、その分ライブキッズが多く見受けられるのではないだろうか。オーラルも公式 Twitter より引用し、彼らのライブ中の光景を写真 2-8、2-9 にて紹介する。

写真 2-8: 2017 年 9 月 2 日 TREASURE05X 公演のライブ中の様子① オーラル公式 Twitter より引用



写真 2-9:2017 年 9 月 2 日 TREASURE05X 公演のライブ中の様子② オーラル公式 Twitter より引用



オーラルの魅力は、人間の誰しもが持つ「黒」・「負」の部分をさらけ出しながらも訴えかける強いパワーではないだろうか。よくライブ中の MC においても、「ここ (LIVE) では楽しいという感情を共有するためにあってもいいけれど、俺たちは現実世界の『苦しい』っていう感情をここで共有して強くなってほしい、その苦しさを共有できるようなバンドになりたい、そしてその人が強くなればよいなど」こちらへ投げかけてくれる。歌詞をみても、人間の負の感情であったり、苦しさや黒い部分を赤裸々に取り上げながら、背景にはそれぞれが抱える心理的な問題や社会問題に対して訴えかける強いメッセージ性が隠されていたりもするのが興味深い点でもある。負の感情をさらけ出しているだけでは、それはただのネガティブバンドである。その負の部分と真っすぐ向き合って、それも人間であるのだと認めながら一歩ずつ前へ切り開いていくのがオーラルらしさなのである。

UVERworld と同様に、オーラルにおいても筆者のベスト 5 を表 2-4 に挙げながら曲を紹介していく。

表 2-4 : 筆者によるオーラルベスト曲トップ 5

1 位	ONE' S AGAIN
2 位	5150
3 位	BLACK MEMORY
4 位	ReI
5 位	カンタンナコト

(筆者作成)

こちら迷いの末、1 位に輝いたのは ONE' S AGAIN である。この曲は 7 番目のシングル曲である。この曲はメンバーいわく「今だからこそできた曲」だそうだ。今の自分たちを見てほしい、そして共にこれからも歩いてほしいという想いもこもった一曲である。この曲の好きな歌詞は「周りのせいにしては誤魔化した 自分への愛がないと嘆いた そんなの勝手な自分の言い訳でしょ？弱さだろ 自分自身が責任を持ってそれでも手を差し

伸べてくれたら どれだけの感謝と喜びがそこに生まれるか気づくから」というラストのサビである。このサビこそ、今のオーラルからのメッセージが強く描き出されているのがひしひしと伝わってくる。筆者自身も、この曲で一度挫けた感情を奮い立出せて前へ進めたことが何度もある。メロディもどこか闇を抱えた状態であるが、それでも前へ進めるような曲調で、どこか寄り添ってくれているような優しさも感じるのがまた魅力の一つである。2位の5150は6番目のシングル曲である。この曲はVo.の山中拓也自身のつらさを歌った弱い楽曲かもしれないとブログにて綴っている。しかし、この楽曲でその弱さを強さに変えることができたとも語っている。強い人間に見えていたって、実は人一倍弱かったりするもの、苦しんだり、もがいたりするもの、その弱い部分をさらけ出した一曲であるとのことだった。その裏のメッセージとは打って変わって曲調はとてもパンチの聴いた強い曲の印象を受ける。好きな歌詞部分は、「叶えたい想いはあなたが歌えばいい 誰にも止められやしないよ 数えきれないほど抱えた運命の与えた最高地点は 独りで拓けよこの手で 5150」という最後のサビの部分である。このサビに山中拓也の弱さを強さに変えられたという想いが伝わってくる。3位のBLACK MEMORYは8番目のシングル曲であり、東宝系映画「亜人」の主題歌でタイアップされた曲である。この曲の歌詞は、社会の中でも不条理なことが次々と起きている中、その選択できない不条理な環境の中で自分がそれでも生きていく理由は何なのか？というテーマの中作られた。疾走感あるメロディにのせられた歌詞は、不条理に打ち勝つようなそんな力を秘めているように聴こえてくる。「幸か不幸かは自分の眼にしか見えないさ」という歌詞からも自分自身が本当に向き合うべきものへと自然に気づかせてくれるような一曲である。<sup>8</sup>4位のReIはオーラル主催の「ReI Project」の中で作られた楽曲であり、無料で配信されている。ReI Projectは山中拓也が震災の被災地へ実際に足を運び、現地の人から話を聞いて受けた衝撃や、そこで動いた感情を長い時間をかけて作り上げた楽曲である。起こってしまった災害や事件を背負いながら生きていく日本において、悲しい記憶でなく、先の明るい未来へと繋げられるようにと強いメッセージが込められている。このReI Projectは、2017年の冬ツアーから、初めはライブ会場へ足を運んでくれたファンへ。次に会場へ向かうことのできなかつたBKW会員へ、そして無料配信へと繋がっていった。筆者も東日本大震災の被災者であり、当時の記憶はつらく苦しいものであるが、それでも前を向いて明るい未来を信じて進まなければいけないと、歩んできたからこそReIの良さ、温かさが自分自身を優しく包み込んでくれるように感じる。<sup>9</sup>風化しがちな震災を、同情の感情でなく、共に明るい未来のために一歩前へこれからも受け入れながら共に進んでいけるような力を感じる一曲である。5位のカンタンナコトは3番目のシングル曲である。この曲は歌詞を追うと人間の葛藤や、鬱状態ともとれるぐらい

---

<sup>8</sup> THE ORAL CIGARETTES 公式ブログ [https://lineblog.me/oral\\_official/](https://lineblog.me/oral_official/) (2019年1月29日閲覧)

<sup>9</sup>ReI Project <http://www.rei-project.jp/> (2019年1月29日閲覧)

の極限状態にまで抱え込んだ感情をさらけ出している一曲である。背景には、山中がバンドの大事な時期に病気が発覚してしまい、ライブ中断やキャンセルなどの事態まで及んだ。その後しばらくの間ライブ活動を休止するまで発展してしまったことがある。その苦しみや悔しさをストレートにぶつけている一曲でもある。筆者もどうしてもなくいきづまりすぎたときはこの曲を聴いて一度スカッとしてからまた物事と向き合うなど、気持ちのリセットという意味では最適の曲になっているのかもしれない。

遅くなってしまったが、この二つのバンドを比較対象に選んだ経緯を説明する。1つは筆者自身が足を運ぶバンドであるため、より現地での調査が可能であると判断したためである。両バンドの比較点を筆者個人的な見解に基づいて表 2-5 に示した。

表 2-5 : UVERworld と THE ORAL CIGARETTES の比較一覧表

バンド名	UVERworld	THE ORAL CIGARETTES
楽器構成	ヴォーカル、ギター(2)、ベース、ドラム、サックス	ヴォーカル、ギター、ベース、ドラム
メンバー数	6	4
平均年齢	37 歳(2019 年 1 月 1 日時点)	29 歳(2019 年 1 月 1 日時点)
出身地	滋賀県	奈良県
メジャーデビュー日	2005 年 7 月 6 日	2014 年 7 月 16 日
メジャーデビュー曲	D-tecnoLife	起死回生 STORY
タイアップ曲数	3 7 曲	1 0 曲
ファンクラブ名	Neo Sound Wave	BKW!!
ファンを指す固有名詞	Crew	BKW
SNS にありがちなライブキッズによるアカウント名での主張	名前(ローマ字表記が多い)のうしろに「∞」をつける	あきらかに〇〇〇 (自分の名前が入る)

(筆者作成)

表 2-5 をみると、共通点と相違点の両方が見えてくる。楽器構成に関しては、メンバー数の違いも関係してくるが、オーラルに比べて UVERworld はギター奏者が 2 本であることと、サックスが入っていることで音の拡がりの方が大きいことが推測される。平均年齢においては、一回りほどの差があり、先輩・後輩の関係が存在するのではないかという推測もできる。出身地については、滋賀県と奈良県といった関西地方という共通点が見受けられる。さらに両県とも主要都道府県ではない「地方出身」での結成バンドであるといったところからも両バンドが下積み経験を歩んできた点において共通していると考えられる。メジャーデビュー日については約 10 年の差があるが、デビュー月は偶然にも 7 月と共通しているので、ここでは偶然の共通点として捉えたい。タイアップ曲数に関しては、デビューから約 10 年の差はあるにせよ、大きな差が生じている。番組やアニメ、ドラマなどのタイアップを通して出会うファンも沢山いるので、この差はバンドと一般人にとっても初

接触頻度の可能性という点においては大きな比較点と捉えられる。最後に SNS にありがちなライブキッズによるアカウントでの主張は、筆者の主観から基づいた比較点である。両バンドのファン固有名詞を使って説明すると、crew においては、名前のうしろに「∞」をつけたアカウント名であることが多い。というのは、UVERworld のヴォーカルである TAKUYA ∞ の「∞」表記を真似ているのである。TAKUYA ∞ 自身も「∞」は発音せず、「タクヤ」読みであるため、crew においても「∞」は読まないことがほとんどである。また、名前も TAKUYA ∞ と同様にローマ字表記にし、名前の後ろに「∞」をつけることで、「私は“crew”である」という意思表示にもなっている。BKW においては、ギターのあきらかにあきらの真似であきらかに〇〇〇(〇の中には名前が入る)というようなアカウント名を使用することが多く見受けられる。BKW の場合は、あきらかにあきらの「あきら」の部分が平仮名表記であるため、同様に平仮名で真似しているようだ。これらをまとめると、両バンドのファンとも、メンバーの名前の真似をして自らがそのバンドのファンであるという主張をアカウント名によって行っていることは大きな共通点であると考えられる。

このように両バンドには以上のような共通点と相違点が挙げられる。しかし、両バンドとも全国的に注目されているバンドであり、それぞれのファン層も厚い。また、ファンだけでなくアーティスト同士の関係にも注目すべき点がある。元々オーラルのヴォーカル・山中拓也は UVERworld ヴォーカル・TAKUYA ∞ に対して憧れの意を示しているジョージ・ウィリアムズとの対談にて、ジョージが理想の先輩やなりたい理想像を山中に尋ねた際、TAKUYA ∞ に対してちゃんと目を見て話せなかったと話した。その原因は TAKUYA ∞ と話す努力がまだ出来ていなかったのだと感じたという。その答えに対してジョージは憧れの人とは当時の TAKUYA ∞ に対して、対等に話しかけてくれていたという印象を受けたため、余計に悔しさを感じ、TAKUYA ∞ の前でも胸張っていられるくらいに自分に鞭を打たなければならないと感じたという。<sup>10</sup>このようにアーティスト同士においても、関係性が垣間見えるところがあり、完全に無関係な 2 バンドではないことがわかる。両バンドとも、ロックアーティストとして相応の結果を残しており、一定数のファン層も獲得していることを踏まえながらライブキッズも一定数それぞれに存在していることから、ライブキッズについて中々見落とされがちな利点の部分においても考察が可能であると考えた。

筆者が感じる両バンドの立ち位置としては、UVERworld は「自分自身が選んだ道だ、真っすぐ向き合って信じて進め！もし絶望の中で立ち止まりそうになったら俺たちの音楽で背中をいつでも押してやる」といったような強いパワーでメッセージを投げかけてくるようなイメージであるのに対し、オーラルは「その苦しさ、あるよね。人間だもの。でもそこから目を逸らしてはいけないよ。大丈夫、きっと前へ進めるから。共に乗り越えようか」とでも言うような、寄り添ってくれるようなイメージなのである。しかし、両バンドとも

---

<sup>10</sup>GG】THE ORAL CIGARETTES・山中拓也、大人嫌いだったからこそ現在の現在  
<https://www.m-on-music.jp/0000169707/>(2018年12月28日アクセス)

自らが抱える問題に真っすぐ向き合っただけで強さへと変えていく点においては共通しているように思えるのだ。その点が少なくとも筆者にとってはだが、一見両極端にも位置づけられるような両バンドをどちらも好きになったポイントであり、それも魅力なのではないかと考察する。

この2つのバンドを今回はライブキッズの具体例として、以下の章での考察を深めていくこととする。

### 第3章 アーティストからの影響

#### 3-1 節 服装

この章では、主に UVERworld のファンの中で起きているアーティストの服装を通じたコミュニティを2つ考察していく。1つ目は通称「むげらー」と呼ばれる人たちである。この人達に関しては、ライブキッズとはまた別のくくりになることを予め提示する。「むげらー」とは、UVERworld のボーカルである TAKUYA∞のライブ公演時やミュージックビデオの映像内にて身に着けていた服装や髪形などをコスチュームプレイヤーした人たちのことである。名前の由来は、「TAKUYA∞」の「∞」のマーク「むげんだい」の頭2文字を取って読んでいる。(本来 TAKUYA∞の「∞」のマークは発音せず、「タクヤ」と読むことは第2章で示している。) むげらーの全盛期は赤つなぎを着用していた時や、BURN OUT のチェックシャツを着用していたとき、REVERSAL のパーカーやMのTシャツなどが挙げられる。

写真 3-1 : TAKUYA∞ BURNOUT 青ジャケット着用 Twitter より引用



写真 3-2 : BURNOUT 赤ジャケットを着たむげらー Twitter より引用



写真 3-3 : TAKUYA∞ My Fuckin DreamT シャツ着用 Twitter より引用



写真 3-4 : TAKUYA∞ アユイテ ジャケット着用 Twitter より引用



写真 3-5 : アユイテと My Fuckin Dream T シャツを着用したむげらー Twitter より引用



写真 3-1、3-3、3-4 で紹介した服を TAKUYA∞は好んで着用していた時期があり、その時期はむげらーだけに限らず crew の中でも TAKUYA∞と同じ服を身にまとう人たちが多くいた。現在では本人は着用することが稀になったが、ファンの中では未だに根強いブランドである。中には、ライブグッズではなく、これらのようなブランド服でライブへ訪れる人も多い。Twitter 上では 2012 年の時点でむげらーの存在が確認されている。この当時の TAKUYA∞は髪型にも特徴があり、茶髪に髪の一部を金髪メッシュにするスタイルが定着していた。この髪型だけを真似する crew も多く見受けられた。

写真 3-6 : 2013 年むげら一集合写真 twitter より引用



写真 3-7 : 2012 年むげら一集合写真 twitter より引用



また、写真 3-6、3-7 の中に手を広げたポーズをとっているむげら一が何人かいるが、このポーズも TAKUYA∞にちなんだポーズである。当時の TAKUYA∞は手を広げた状態で人差し指と中指の間に目を当てたポーズをよくしていた。これを「むげポーズ」と呼ぶ crew も多くいた。このように TAKUYA∞の服装・髪型だけではなく、しぐさや行動までも真似することが crew の中では多く見受けられる。

服装の話に戻ると、現在は TAKUYA∞の着用服が GUCCI 等の高級ブランドにシフトしたせいか、むげら一人口は極端に減りつつあるが、TAKUYA∞への憧れを形に表現する crew はこれからも存在し続けるであろうと推測する。

一方で、ライブキッズに近い印象を受けるのは通称「あきら一」である。こちらは、ライブ会場でギターの彰プロデュースの T シャツである「俺 T」を身にまとった人たちのことをいう。高度になると、彰と同じ髪形や、黒のサルエルパンツを着用する人も多々いる。俺 T は主に彰の誕生日記念ライブの際に限定グッズとして販売されることが多く、販売名にバージョンナンバーも掲載している。写真 3-8、3-9 から分かるように、彰自身もライブ中に自ら着用することが多く、自身共に気に入っている様子である。

写真 3-8 : Gt. 彰本人によるライブ時俺 T 着用写真 公式サイトより引用



写真 3-9 : Gt. 彰本人によるライブ時俺 T 着用写真その 2 公式サイトより引用



写真 3-10 : 俺 T 集合写真 Twitter より引用



写真 3-10 に映っているライブキッズたちが揃って行っている、頭に同じデザインのタオルをかけているのがおわかりいただけたでしょうか。この行為もメンバー彰の真似をしているのである。このタオルも俺 T と同じく、彰がデザインしたものであり、「俺タオル」と呼ばれるものである。彰は元々見た目とは裏腹にシャイな一面を持っており、MC など大勢の人前で中々話せないくらい重症であった。ある時、頭にタオルを被ってマイクで話せば顔が見えないし恥ずかしくないのでは…? と考え、タオルを頭に被ってみたら、案の定恥ずかしさが和らぎ、話せるようになったというエピソードも存在する。最近、彰自身の

パフォーマンスの一つとしてライブ中に俺タオルを被る時も多々見受けられる。また、彰自身も俺 T や俺タオルを身に着けている crew を見つけるとその crew に向かって指をさしてくれたりするなど、関心が高いものとなっている。

### 3-2 節 物販宣伝

#### ① UVERworld の場合

UVERworld の場合は、主にスタッフ達が運営する公式 Twitter アカウントや、公式 LINE アカウントからの突然の発信をきっかけにして広がるケースが多い。

写真 3-11 : TAKUYA∞による EDEN スウェット着用写真 公式 Twitter より引用



写真 3-11 は、2018 年 11 月 8 日 23 : 49 に UVERworld の公式ツイッターアカウントから投稿されたツイートに掲載されていた TAKUYA∞の後ろ姿である。TAKUYA∞が着用しているのは、2018 年冬ツアーで販売される「EDEN スウェット」であった。この画像が投稿される前にグッズ販売の情報は解禁されていたのだが、当初はイマイチファンの中では反応が良くなかった印象がある。しかし、この画像の投稿から一変し、「やっぱり格好いいじゃん！」「TAKUYA∞が着ているのを見たらほしくなった」といったツイートが多数見受けられた。実際にこのツイートの後の公演ではスウェットは即完売するほどの人気であった。写真 3-12 のように 12 月 12 日の名古屋ガイシホール 1 日目の会場では、EDEN スウェットを着ている人たちで集合写真も存在している。

図 3-12: EDEN スウェット集合写真 Twitter より引用



## ②THE ORAL CIGARETTES の場合

オーラルの場合は、ツアーグッズが発表される度に公式 Twitter やメンバーのインスタグラム等を通して定期的に宣伝される。主にグッズの宣伝を流しているのは Ba. のあきらかにあきらである。毎度グッズのコンセプトやこだわりポイントなどを細かく説明し、ファンへの呼びかけをはかっている。写真 3-13、3-14 のように彼自身が着用したものを画像として掲載してくれるので、ファンとしても使う際のイメージがわきやすく、手に取りたい欲求が生まれやすい。他メンバーも着用して掲載されることも多く、デザイン自体も毎度オシャレなものが多いと好評を得ている。

写真 3-13：あきらかにあきらによるオーラルツアーグッズ着用写真(あきらかにあきら…金髪男性) 公式 Twitter より引用



写真 3-14：あきらかにあきらによるオーラルツアーグッズ着用写真その 2 (あきらかにあきら…金髪男性) 公式 Twitter より引用



写真 3-14 掲載グッズであるコーチジャケットで揃えたライブキッズたちの写真も Twitter 上で多く見受けられる。その例がこちらである。

写真 3-15 : オーラルのコーチジャケットを着用したライブキッズの写真 Twitter より引用



また、ライブ公演の終盤、アンコールがファンから起こっている際、Dr. の中西雅哉が再びステージに登場し、ジャパネットたかたのモノマネを披露しながらツアーグッズの宣伝をする『まさやんショッピング』が定番コーナー化しているのも魅力の一つである。中西がステージ正面から見て右側寄りのお立ち台に上がり、大きく息を吸い込むと、「ただあいまより！まささんショッピングの！〇〇(ツアー名)グッズ紹介のコーナー！！」とジャパネットたかたの声真似をしながらグッズ紹介へと入る。このまさやんショッピングは中西曰く、「この声(ジャパネットたかたのような甲高い声)が続く限り、そしてファンのみなさんが望む限り、続けていけたら」と考えているようだ。同コーナーでは、時折 Ba. のあきらかにあきらもゲスト出演し、宣伝グッズを身に着けた状態でステージに登場することもしばしば見受けられる。このコーナーを通じて終演後グッズを買うファンも多い。

両バンドにおいても、宣伝方法は多少異なっているが、メンバーが関与してグッズの宣伝を行うことでライブキッズに限らず全体的なファンに向けての関心度を向上させる効果が出ているのではないかと考えられる。得に、ライブキッズにおいては、3-1 の服装編で述べたようにメンバーを真似する傾向もあるため、メンバーによるグッズ宣伝効果は大きいと推測される。

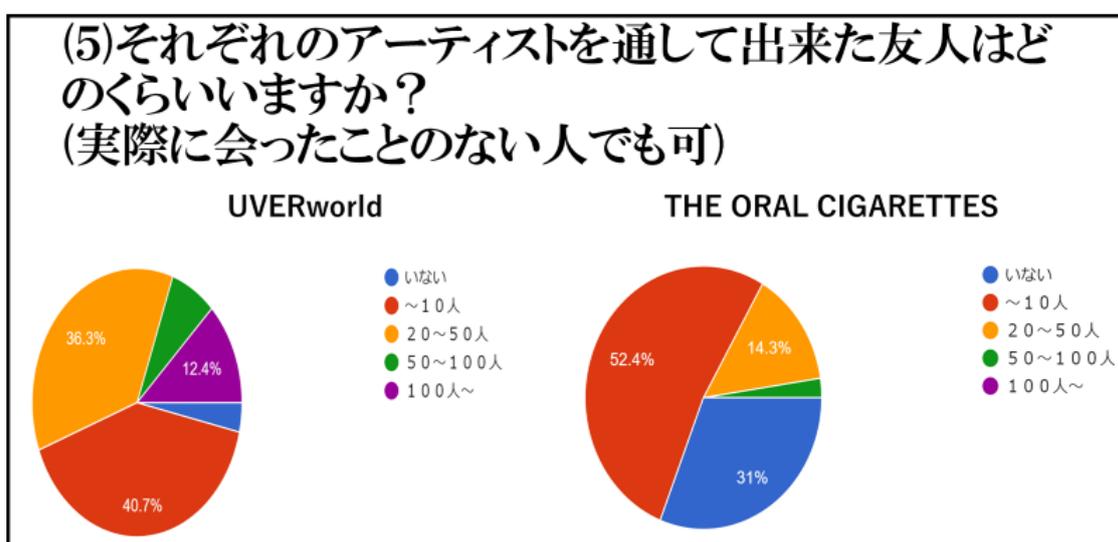
## 第4章 ライブキッズが生み出すコミュニティの利点と課題

### 4-1 節 利点

この章では、主にライブキッズ同士によって生み出される独自のコミュニティについて考察していく。ライブキッズの多くは少人数の集団で行動することが多く、多数のコミュニティを同じ界限内にもつことが多い。では、そのコミュニティはどのようにして生まれ、継続されていくのか、そしてどのように拡大していくのかを考察していく。初めに、第2章にて挙げた2つのバンドのファンにそれぞれのバンドを通して作られたコミュニティに関してのアンケート調査をSNS上にて行った。(集計期間：2019年1月18日～1月20日の3日間、UVERworld…114名、THE ORAL CIGARETTES…42名)アンケート結果は巻末資料その②としてまとめて掲載するので、参照していただきたい。このアンケート調査で判明したことを質問毎に追うことにする。まず明らかになったのが(3)の質問にて両バンドとも社

会人・学生関係なく、コミュニティが広がっていることである。これは回答率がおおよそ半数であることから推測される。(4)の質問でアーティストを知ったキッカケの回答率1位の「知人」による口コミが両バンドとも同じという点も興味深い。しかし、UVERworldの2位は「番組のタイアップ」であるのに対し、オーラルでは「音楽フェス」が2位に浮上しているのは相違点として挙げられる。この差は第2章の表2-5で示したタイアップ曲数の差と、図2-1、2で比較できるフェス出演数の差を裏付ける証拠にもなり得るのではないか。さらに(5)のアーティストを通して出来た友人の数を見てみると、驚くべき数字が出てきた。

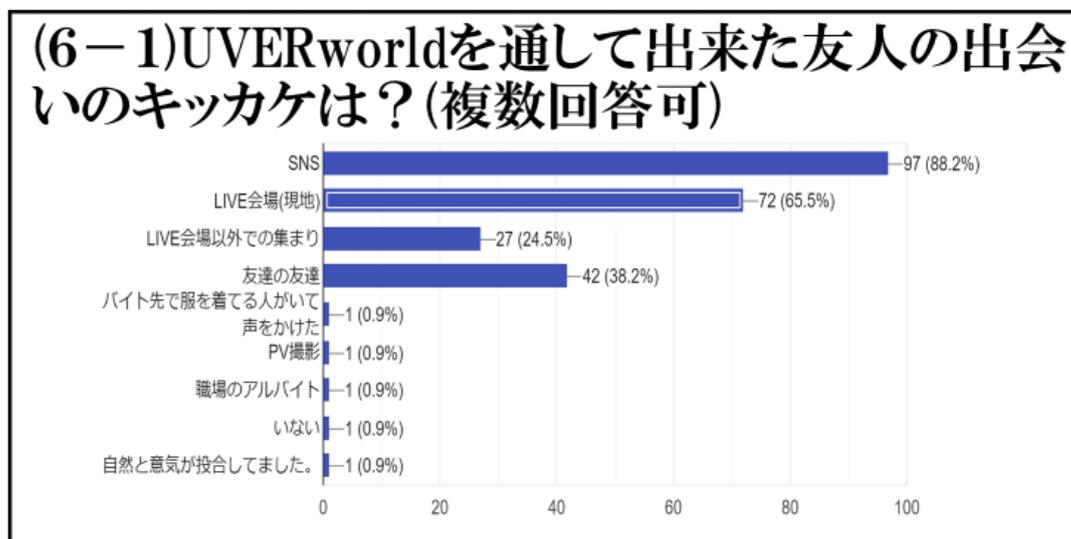
図4-1：アンケート調査(5)集計データ



(筆者作成)

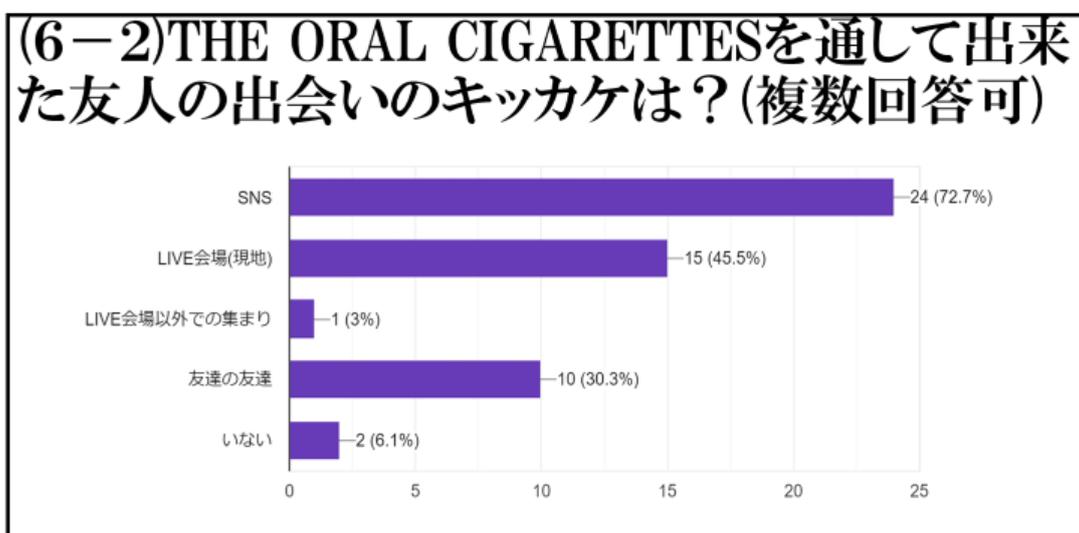
図4-1を参照すると、オーラルではアーティストを通して出来た友人が1人でもいると答えたのが約70%に対し、UVERworldでは約95%以上にも上っている。さらに、友人の数の割合に注目しても、オーラルでは1~10人の割合が過半数を占めているのに対し、UVERworldでは1~10人…約40%、20~50人…約30%、50人…約25%といった数字が表れた。この結果から見ると、オーラルではどちらかというと限られた少人数でのコミュニティの形成が多く、UVERworldでは大人数でのコミュニティ、もしくはより全国各地においてのコミュニティが盛んであるのではないかと推測が出来る。表4-1、表4-2で示している(6-1)、(6-2)のアーティストを通して出来た友人の出会ったキッカケでは、両バンドとも「SNS」が1位であり、その割合もUVERworldが88.2%、オーラルが72.7%であった。さらに、2位も同じく「LIVE会場(現地)」との結果が出ており、会場での交流もコミュニティを広げるひとつのキッカケになっていることが改めて分かった。このアンケートでも判明したように、アーティストにおけるコミュニティの拡がりにはSNSを通して行われる機会が多いと考察する。以下、SNSについての考察を深めていく。

表 4-1：アンケート調査(6-1)集計データ



(筆者作成)

表 4-2：アンケート調査(6-2)集計データ



(筆者作成)

### 例 1：SNS を通したコミュニティの拡がり

これは主にソーシャルネットワークサービスの一つである「Twitter」を活用したものである。Twitter の活用方法の中に「音垢(オトアカ)」というものが存在する。これは、音楽用アカウントの略であり、Twitter 内で自らの音楽における趣味専用を利用するためのアカウントのことである。このアカウントでは、音楽の趣味を通じて出会った人々が主なフォロワー、フォロワーの関係になり、交流が広まっている。投稿内容も、趣味の音楽内容に特

化していることが多く、ライブの内容や、アーティストの情報共有、発売音源についての会話などである。ここでは実際に面識のない人ともつながることが多いため、学校名や本名など個人情報を特定できる内容の投稿はしない場合のほうが多い。比較材料として、「リア垢(リアアカ)」というものも存在する。これは、音垢とは対照的に日常的に交流のある人々、すなわち「リアルで繋がっている人たち」との交流を目的に使用するアカウントのことである。このアカウントでは、日常に起きた内容の投稿をすることが多く、繋がっている人たちもアカウント本人との面識がある場合が多いため、個人情報を特定できる内容や、写真などを投稿する頻度も高い。Twitter 内では音垢を作成し、その中で交流を求める人が多く存在する。ライブキッズに限らず音垢の利用は広くとらえたファンの範囲においても多く活用されている。ライブキッズになるほど音垢の利用頻度は多いのではないかと感じる。

メディア・コミュニケーション学の観点から Twitter のような電子メディアを介して出会い取り持たれる人間関係を考察すると、この人間関係を従来の血縁や地縁などの対面的な関係と対比して「情報縁」あるいは「電子縁」と呼ばれるようだ。ちなみに、情報縁の出現が日本で注目されたのは、1980年代後半～90年代前半のパソコン通信の時代にまでさかのぼる。この時代から見知らぬ人達が地理的な距離をこえてアクセスし、共通の趣味や関心のもとで議論や情報交換を繰り返していた。その後、ポケットベル(ポケベル)や電子メール、i モードなどといったインターネットとケータイの融合までもが本格化していった。それらとはまた異なる形で情報縁を広げられる場として2004年に登場したのがSNS(ソーシャル・ネットワーク・サービス)であった。このSNSは各ユーザーの登録した友人もアクセス可能であり、それまでのネット上での出会いが見知らぬ人にいきなり話しかけるようなものだとすれば、SNSにおいては自分の友人を介して知り合うような安心感も得られるとのことだった。情報縁の広がりを示す調査では、総務省が2007年に行った「我が国の社会生活におけるICT利用に関する調査」(全国男女15～64歳対象)では、2004年のSNS登場から1～2年で「顔や本名を知らない友人・知人とよくコミュニケーションをとるようになった」という人が全体の15%に達している。ここから計算すると、日本では少なくとも1000万人以上が情報縁を取り持つと当時の時点で考えられ、調査から10年以上経った現在では大幅に人数が拡大していると考えられる。

ネット利用による人間関係の利点では、橋元(2008)によると、利用者のパーソナリティによってネットの影響に違いが出るという興味深い結果も得られており、内向的な者と対照的に、外向的な利用者の場合には、ネット利用によってコミュニティ参加や自尊心が増し、孤独感や否定的感情が減る傾向にあった。これは元々人間関係に積極的(外向的)な人がネット利用によって関係をさらに活発にし、より多くの心理的・社会的サポートを得るという「富者富裕化」説を裏付けるものであった。この富者富裕化説とは、もともと社会階層によってインターネット利用率に格差があるという「デジタルデバイド」が問題になった際に注目された議論である。この妥当性に関しては、さらに研究を積み重ねる必要が

あり、ネット利用が人間関係の格差を拡大していくかどうかは今後のメディア・コミュニケーション学においても注目すべき課題のひとつではないかと考えられる。

実際の例として、Twitterにおいて音楽コミュニティを広げる方法のひとつに拡散法がある。拡散法とは、ハッシュタグを利用してある特定の人々に向けて発信、共有をすることである。「#日曜だし邦ロック勢と繋がりたい」のようなハッシュタグ付きの投稿が、コミュニティを広げる拡散法を利用したものである。この投稿は写真4-1のような自分の好きな邦楽ロックアーティストをまとめた画像を作成して日曜日にこのタグをつけてツイートし、拡散してフォローをしてもらうものである。このツイートと共に簡単な自己紹介と好きなアーティストをいくつか挙げる人が多い。そのツイートと画像を見て気になった人はフォローをして新たな繋がりが生まれるというものである。このタグでのつながりはほぼフォロワー稼ぎで使われることも少なくないが、音垢を作ってからまだフォロワーも少ない頃であれば有効に使うことが出来るのではないだろうか。実際に活動できるようなコミュニティを作り上げるには、そのベースとなる小さな関わりが必要となるため、フォローから始まる交流も有効な手段なのではないかと考える。

写真4-1：#日曜だし邦ロック勢と繋がりたいタグの画像 Twitterより引用



これらのようなコンピューターを介したコミュニケーションは、自己開示を促進するといわれており、この自己開示にかかわるものとして橋元(2008)は「true self(本当の自己=多くの場面では表すことはできないが、現実の自分であると信じる自己の部分)」という概念を取り上げている。インターネットというメディアは「本当の自己」を表しやすい状態にし、インターネット上でよりスムーズに速く、そしてより親密な関係を築くように影響することを示している。そのため、初対面の人に直接対面で出会ったときに、いきなり普段は見せない自分をあらわにするのはかなり勇気がいることだろう。しかし、匿名性などの特徴をもつインターネットというメディアを利用することで、利用者はあまり懸念を感じることなく普段は出せない自分を他者に表すことが出来るようになり、これをお互いに重ねていくことで急速な人間関係の発展がなされる作用があることをこれらの知見は明らかにしているのだ。<sup>11</sup>特にライブキッズ同士のコミュニティでは、必ずしも住んでいる場所が近いとは限らない。しかし遠い場所同士の仲でも、SNSを通じて交流が継続され、定期

的な近状報告を SNS 上で互いにしあうことで直接会う機会が少なくともコミュニティは継続されやすくなると考えられる。

## 例 2：集合写真

集合写真とは、開催されるライブに参加した人たちが開催会場またはその周辺に不特定多数集まって記念写真を撮るといったものであり、必ずしも知り合いではないことが多い。ライブキッズ達の中での「集合写真」とは、共通の好きなアーティストの公演において、共にライブに参戦し、共に同じ場所で同じ時間を共有した記録という意味での行為であると推測される。集合写真では、音楽フェスとワンマンライブにおいて少々異なる点があるため、比較しながら論じていく。

### ①音楽フェスティバルの場合

音楽フェスティバルの場合は、出演アーティスト毎に同じブロック<sup>12</sup>にて楽しみ、盛り上がった人々で撮るケースがほとんどである。例えば、タイムテーブル・マキシマムザホルモンの時間に会場右手後方エリアにいた人たちがマキシマムザホルモンのライブ終了後に解散前にその場で写真を撮る、といったものである。ここに写る人々はライブ中にサークルやモッシュ等と一緒にいった人々であり、いわばライブ中に男女問わず一体となって空間を楽しんだ人々である。この写真は撮影者が SNS 等に投稿し、撮影アーティスト・撮影エリアを明記して拡散し、参加者へと届けるケースが多い。参考までに年間の集合写真の推移として、ツイッター上に挙げられていた年末に幕張メッセで行われる音楽フェスティバル「カウントダウンジャパン(CDJ)」にて撮影された集合写真を年別に紹介する。

写真 4-2：2013-2014 マキシマムザホルモンにて Twitter より引用



<sup>12</sup> ブロック…会場内の仕切りのようなもの。スタンディング形式の場合、チケットに鑑賞区域が予め設けられるケースが多い。例：A-1ブロック、B-2ブロック(この場合、A…ステージ前方、B…ステージ後方、1…左側エリア、2…右側エリア)

写真 4-3 : 2014-2015 マキシマムザホルモンにて Twitter より引用



写真 4-4 : 2017-2018 マキシマムザホルモンにて Twitter より引用



写真 4-5 : 2015-2016 BLUE ENCOUNTER にて Twitter より引用



写真 4-6 : 2016-2017 BLUE ENCOUNTER にて Twitter より引用



写真 4-7 : 2017-2018 BLUE ENCOUNTER にて Twitter より引用



写真 4-2~7 を見てもわかるように、撮影年は違っているが、ファン層やファンの熱さは変わらないように見える。特に音楽フェスでの集合写真は先程も述べたように、予め撮影参加する人々を募っているものではないため、映っている人たちで年をまたいで同一人物はほとんどいないかもしれない。しかし集合写真に入る意思のあるキッズたちはどの年でも同じ志と感受性を持っているのかもしれないと感じた。

## ②ワンマンライブの場合

ワンマンライブでは、第 2 章にて取り上げた UVERworld とオーラルのファンを例に挙げる。ワンマンライブでの集合写真は、予め参加者を SNS にて募集して行うケースが多く見受けられる。方法は、初めに集合写真の主催者が自らの SNS のアカウントで集合写真を行う旨を投稿し、参加者を募る。この時に LINE グループが別途作成されている場合は専用 LINE グループに招待される。LINE グループ等が作成されない場合は、主催者の SNS アカウントをフォローし、集合写真関連の情報を得る。LINE グループがある場合は詳細内容がグループ内で行われる。その後撮影当日までに集合写真撮影場所・集合時間等を参加者へ連絡し、当日を迎えるという流れである。音楽フェスティバルでの集合写真との大きな違いは、事前の計画性の有無である。ワンマンライブの際は計画性があるため、ライブ前に集合写真の「参加者である」という共通点から SNS 等を通じた交流が始まることも少なくない。例を挙げれば、集合写真に初参加するが、LINE グループの中で集合写真の集合時間に合わせて一緒に指定場所へ向かいませんか？などといった流れで新たなライブキッズ仲間が増えるのだ。また集合写真当日で集まった際に交流が始まることも多くある。さらに、撮影後 SNS 等を通じて写真が拡散・共有されることで始まる交流も多い。つまり、集合写真を通じて共通の音楽の趣味を持ったライブキッズと出逢える可能性が広がるのだ。集合写真に参加することで思い出の一部になると共に、新たな共通の音楽の価値観を持つ仲間と出逢うツールのひとつとしてもライブキッズにとって機能していることが分かる。

写真 4-8:UVERworld 2014 年 12 月 25 日日本武道館 集合写真 Twitter より引用



写真 4-9 : UVERworld 2015 年 12 月 25 日日本武道館 集合写真 Twitter より引用



写真 4-10:UVERworld 2017 年 12 月 25 日日本武道館 集合写真 Twitter より引用



写真 4-11 : オーラル 2018 年 1 月 26 日神戸ワールド記念ホール集合写真 Twitter より引用



これまで写真 4-2~7 のフェス会場での集合写真や、写真 4-8~11 のワンマンライブでの集合写真を例に挙げながら論じてきた。これらの写真を見て感じるのは、どこかの学生時代の中で体育祭や文化祭等のイベント行事で経験したであろう、一種の一体感を示すクラス写真に似ているという感覚である。体育祭などの学校行事でしばし当たり前のように撮影されるクラス写真も、一時のクラス全員で作り上げた「思い出の記録」として残す行為であり、この集合写真によって自らも参加者・イベントでの当事者であることが証明され、満足感を得る人も少なからずいるのではないだろうか。この「思い出の記録」という点においては、比較的身近な年齢層である今回定義づけしたライブキッズにも当てはまっており、尚且つこの「思い出の記録」に左右されがちな年齢でもあるのではないかと推測

する。この「思い出の記録」に関連する事例として、各音楽フェス・ワンマンライブにおいてセッティングされている「フォトスポット」での写真撮影を補足コミュニティ例として以下にて論じる。

#### 補足：フォトスポットでの撮影

フォトスポットでの撮影においては、ライブキッズだけではなく、一般のファンたちにも当てはまる事例かもしれない。フォトスポットは、音楽フェスでは会場の至るところにオブジェ化してあることが多々あり、具体例では「ROCK IN JAPAN 2018」の会場内では写真4-12のようなフォトスポットらが存在していた。このフォトスポット周辺において、ライブキッズは自らがつたオルを大きく広げ、共に参戦した仲間と記念写真を撮るのである。その後 SNS 等にアップされることもしばしば見受けられる。運営側の意図としても、現在 SNS を中心として流行の「インスタ映え」を狙った SNS 世代をターゲットにしていることも考えられる。この SNS 世代とライブキッズも関係性があることは既に論じてある。また、ワンマンライブにおいても、会場入り口付近にて宣伝用の看板を設置していることも多く、その場所を使って思い思いの記念撮影をしているファンも多い。永井によると、フェスの参加者は同時進行する複数のステージから自分のみたいものを選ぶというスタイルのもとで、自分だけのプログラムを作るのだが、その過程において目当てのライブを多能した後の行動についても注目している。その行動とは、目的のライブ以外の時間の過ごし方である。目的外のライブの合間の時間を利用して休憩や食事をする際に、地域名物や有名店が数多く出店しているフードコートがあるのだが、近年のフェスでは簡素な食事ではなく、趣向を凝らしたメニューが並ぶことが一般的であり、「フェス飯」と呼ばれる限定メニューや名物料理も数多く存在する。友人やフェス仲間とそれぞれがチョイスした一品を持ち寄りながらワイワイと食事をすれば、自然と笑みがこぼれる。食欲が満たされればしばし休憩の時間となるが、ここでも参加者たちが退屈しない策がとられている。巨大なオブジェやインスタレーションなど会場内のアートに目をやる時もあれば、フェス会場によっては、足湯やマッサージなどのリラクゼーションで癒されることもできる、などといった会場内における数多くのアトラクションがフェスの楽しさを更なるものにしており、ライブをみなくても一日楽しめるくらいだと言えるような、フェスには音楽をはじめとしてさまざまな選択肢が用意されており、参加者はあらゆる局面において選択を迫られる。このことが参加者の能動性の引き金となっており、ライブだけでなく、これらを含め会場の雰囲気を楽しむことこそが、フェスの魅力のひとつとなっていることを論じている。この主張は音楽フェスだけでなく、ライブキッズがよく足を運ぶようなアーティストのワンマンライブでも同様であると筆者は考える。その一例として UVERworld やオーラルのワンマンライブ会場にて設置されている看板を写真4-12~16にて紹介する。

写真 4-12 : ROCK IN JAPAN 2018 にて設置されたフォトスポット Twitter より引用



写真 4-13 : UVERworld QUEEN' S PARTY2018 にて設置された看板 筆者撮影



写真 4-14:UVERworld KING' S PARADE2018 フォトスポットでの写真 Twitter より引用



4-15 : オーラル神戸ワールド記念ホールにて設置されたフォトスポット Twitter より引用



写真 4-16: オーラル神戸ワールド記念ホールにて設置されたフォトスポットでの撮影写真  
Twitter より引用



写真 4-12～16 のように、音楽フェス・ワンマンライブにおいて、これらのようなフォトスポットで写真撮影をするのは、先ほど説明した集合写真のような大規模の撮影までいかなくとも自らのライブの思い出、その場所に居たという思い出をカタチに残すひとつの有効な手段であると考えられる。また、SNS を中心にフォトスポットで撮影された写真を拝見すると、多くの場合 2～4 で撮影されていることも分かった。この場合、元々友人である場合も考えられるが、ここには音楽コミュニティが生まれているとの仮説も考えられる。

では、なぜ既存の学校等コミュニティでの「思い出の記録」ではなく、音楽コミュニティにまで「思い出の記録」を彼らは求めているのだろうか。この問いについては、第 5 章の考察にて詳しく論じたい。

#### 4-2 節 課題

ロックバンドの公演において、ダイブやモッシュといわれる「作法」が発生することがしばしばある。これらの作法については、元々は音楽を聴いているうちに魂の底から湧き上がってくる“叫び”とも呼べるような高まりすぎた感情を、身体を使ってぶつけあったり、飛んだりするのがこの作法と繋がっており、いわば魂同士のぶつかり合い・共鳴といったところだろうか。この作法が行われる大前提としては、この「高まりすぎた感情」がある者たちによって行われるものであり、その他のゆったり音楽を聴きに来ているような観客までも巻き込んで行うものではないという認識が必要不可欠である。しかし、危険な行為でもあるため会場内や運営側から予め禁止事項として注意喚起されている場合がほとんどであるが、禁止されていない場合も少なからず存在している。ここではあくまで客観視した状態で論じるため、危険行為ではなくライブ中に行われる「作法」と称していくつか説明をしたい。

##### 作法例 1 : ダイブ

ダイブとは、主にライブハウスが会場でありオールスタンディング形式のライブにて、

ライブ中に人々の頭上を人がダイビングして先頭ステージ方面へ転がっていく行為である。その人にとって音楽を全身で感じるバロメーターの限界を超えたとき、無意識であるかのように飛びたくなる衝動に駆られて起こる現象と言われている。つまり、ダイブをしたくなった時こそが観客の一番精神的に高まっている状態であり、音楽を全身で体感している頂点であるといっても過言ではない。この場合、音楽と自身の精神状態がリンクした状態にある。セットリストが後半になるにつれてヒートアップすると共に、彼らの感情もピークに達し、限界を超えたときにダイブするのだ。

#### 作法例 2 : サークル

サークルとは、ライブ中に周辺で楽しんでいた人たち同士で丸く円になり、渦を描くように回る行為である。

#### 作法例 3 : モッシュ

モッシュとは、参加者同士が身体をおしくらまんじゅうのようにぶつけあう行為である。

#### 作法例 4 : サークルモッシュ

サークルモッシュとは、危険行為 2 と 3 が組み合わさったものである。はじめ、サークルが作られ、場合によっては円を作った後にその場を仕切る代表者のみ円の中心部に残り、他の円を作っている者は肩を組み音楽に合わせてヘッドバン等でリズムを刻む。音楽のサビにさしかかった時に代表者が合わせて合図をし、合図と同時に円を作っていた者たちが一斉に中心部へモッシュをはじめるのがサークルモッシュである。この場合、モッシュを行った後はすぐ元の定位置に戻ることがほとんどである。その後 2 番の B メロディーパートに入ると再びサークルが作られ、2 番のサビに差し掛かるとまたモッシュが起こるといった流れである。

これまでライブ中の作法の一部を紹介してきたが、一部のライブキッズにおいては、これらの作法が行われる前提の「高まりすぎた感情」の上で行うのではなく、「ただ暴れたい」「作法を行うこと自体がステータス」などといった目的で音楽と自身の感情がリンクせずに作法を行う者も少なくない。彼等にとっては、ライブ中にこれらの作法が出来ることが自身のステータスとなり、自身の感情を満足させている。ダイブを例に挙げると、ライブ前に「俺、明日のライブで〇〇〇〇(〇内はある特定の一曲がそれぞれに入る)きたらダイブするわ」と言ったような事前宣言をして実行する機会が多い。中にはダイブするには相応しくないような曲のタイミングでダイブを試みる者もあり、そのようなタイミングでライブキッズの定義に当てはまる恰好をしている人がダイブをするとよく SNS 等で批判を浴びるのが多く見受けられる。勿論、本来の意味に沿った状態で作法を行っているライブキッズも多数存在するが、やはり一部の会場マナーを極端に守れないライブキッズ達によつ

て印象に悪影響を与えていることも無視できない問題であると筆者は考える。実際に一部のライブキッズがこれらの作法を通して引き起こしてしまった騒動の一部を紹介し、検討したい。

### 事例：ユニバ大作戦 問題

2018年7月上旬、豪雨の影響で中止となった10-FEET主催ロックフェスティバル「京都大作戦 2018」に参加予定だった若者の一部が大阪市の「ユニバーサル・スタジオ・ジャパン(USJ)」に集まり、園内で「モッシュ」等の迷惑行為をする騒ぎが起きた。ツイッター等のSNSに投稿された動画には、前章で挙げた「ライブキッズ」の恰好をしている数十人の男女が大声で叫びながら園内でモッシュをする様子が映っていた。

京都大作戦では、京都・宇治市内の公園で2018年7月7日、8日に開催予定だったロックフェスティバルで同府出身のロックバンド「10-FEET」が主催する野外ロックフェスティバルである。今回では「WANIMA」や「マキシマムザホルモン」などといった若者に人気のバンドが多数出演する予定であった。しかし、西日本を襲った記録的大雨の影響で、京都府内では河川の氾濫や土砂崩れなどの被害が相次いでいた。その状況を考慮し主催者側は7日昼に全日程を中止することを公式サイト上で発表した。この開催中止の発表を受けて、同フェスに参加予定だったツイッターユーザーの一部が、「ユニバ大作戦」という企画を告知し始めた。これは中止となったロックフェスの代わりに、バンドのファンが集合してUSJを訪れようとするものであった。この企画はツイッター上で拡散され、翌8日のUSJには、本来は「京都大作戦」に参加する予定だった若者らが集結し、実際このパークを訪れていた来園者からもツイッター等のSNSにて目撃情報が多く寄せられていた。

だが同時に、上記のような経緯でUSJを訪れた音楽ファンの一部が園内でマナー違反にあたる行為を繰り返していたとの報告も目立った。スピーカーの大音量で音楽を流したり、大声をあげて集団で騒いだりする若者もいた。さらにツイッターには園内の「グラマシーパーク」と呼ばれる芝生のエリアで数十人の男女が集まって「モッシュ」と呼ばれる行為をする姿を撮影した動画もアップされている。その時の動画の長さは45秒。冒頭ではバンドTシャツの若者らが「オイ！オイ！」「イエーイ！」などと大声で叫びながら大きく広がって円を作り、一斉におしくらまんじゅうのように密着し、互いの体を激しくぶつけ合う。この集団は、音楽は流していなかった。なかにはタオルを勢いよく人に向かって投げつける男性もいた。こうしたモッシュ行為が終わると参加者らは笑いながら「最高すぎ」「ヤバい」などと興奮気味の様子で次々と口にしていった。こうしたモッシュ動画をはじめ、「京都大作戦」に参加予定だった音楽ファンによるUSJ園内での迷惑行為について、ツイッター上やネット掲示板にて批判が殺到。さらにはユニバ大作戦を企画したユーザーらに対しても批判や中傷のリプライ(返信)が相次ぐなどいわゆる「炎上騒ぎ」となった。

実際にネット上でとくに問題視されたモッシュ行為に参加していたというあるツイッターユーザーは9日J-CASTニュースの取材に対し、「本来は集合写真を撮って終わりの予定

でした」と説明し、その上で「ですが、何かフェス感がでればと、軽い気持ちで(モッシュ)を行ってしまいました」と述べていた。そのほか、このユーザーは「少し騒がしくしてしまう」という旨を事前にスタッフに伝えていたとも説明している。当時はそれで許可を得たものだと考えていた。また拡散された動画のほかにも音楽を流しながらモッシュ行為をする別グループもいたという。<sup>13</sup>

写真 4-10：ユニバ大作戦にて撮影された集合写真 ※Instagramより引用



写真 4-10 を見ても、先程利点の参考に挙げた写真 4-1～9 のような集合写真とはたから見れば同じように見える集合写真である。しかし、4-10 の彼らには少なくとも公共の場での「良心」が欠けていたのではないかと考えられる。テーマパーク内での楽しみ方や服装にはライブキッズに限らず思い思いの楽しみ方がすでにあるので割愛するが、他の一般観光客に対しての配慮の欠如が今回の騒動では目立ってしまった。また、SNS の拡散によって第三者からの注目が必要以上に多く寄せられたのも、大騒動に発展してしまった原因のひとつと考えられる。SNS の使い方によっては思いもよらぬところからの批判にも繋がることや、最悪の場合犯罪に発展してしまうケースも今後可能性として大いにあり得ることを警告したい。

社会心理学の観点から今回のケースを考察すると、羞恥心の働きがどうであったかが注目したい点である。羞恥心の働きの程度については、他者との「関係の重要性(関係評価)」と自己への「評価の不安定性」の二つの要因の掛け算によって決まると考えられており、心理的距離が近すぎたり遠すぎたりする他者相手だと気遣いの対象とはなりにくく、中間的な距離の他者の前で最も注意深くなると考えられるようだ。今回のケースにおいては、当パークに会場した一般の方々にはライブキッズにとっては遠すぎる他者と認識したと考えられ、さらにキャストまでも遠すぎる他者として認識していたと考えられる。仮に一般人に対しての気遣いが欠けていたとしても、キャストに対して中間的な距離と認識していたならば注意喚起の指示に従っていたのではないかと推測する。行動規制としての心のブレ

<sup>13</sup> J-CAST ニュース 2018/7/9 17:04 「USJ 園内で「大迷惑」モッシュ騒動 ロックフェス中止で若者「大暴れ」 2018 年 12 月 1 日アクセス  
<https://www.j-cast.com/2018/07/09333386.html?p=all>

一キを働かせる心理には「恥意識」があり、それは他者を気にすることによって生じる自己意識感情である。この感情は「その場にふさわしい行動をしていない」などといった自己のおかれた環境についての情報をフィードバックしてくれる、社会適応に必要な感情であるとされている。つまり、心のブレーキをかけさせ社会適応へと導いてくれる重要な感情である恥意識は、実は行動抑制というブレーキ機能だけをもっているのではないのだ。恥意識には、みんなと違うのは恥ずかしいから“やらない”だけではなく、みんなと違うのは恥ずかしいから“やってしまう”という行動促進のアクセル機能も存在するのだ。今回はこの後者の心のアクセルがかかってしまったのだろう。ユニバ大作戦の当事者のライブキッズの中には公共の場をわきまえてキャストの忠告に従うように考えた人もいるかもしれない。しかし、結局やめずに騒ぎを大きくしてしまったのは「みんなと違うのは恥ずかしいからやってしまう」が勝った瞬間だったのだろう。

今回の当事者インタビューにおいても、第3章で論じた「集合写真」が登場した。集合写真の多くは円満に終わるのだが、中には会場や一般公共施設において迷惑となる場所を集合箇所にしてしまうケースや、その周辺場所で溜まるなどの迷惑行為に発展してしまうケースも中にはある。実際に筆者が調査したアンケート調査においても、ライブキッズに関してのエピソードの回答には表4-1で示したようにマイナスな意見が多く寄せられていた。

表4-1：アンケート調査⑤集計データ

<p><b>⑤ライブキッズに関するエピソード等がありましたら教えてください</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ フェス会場で思いっきり潰されたという被害を聞いたことがある</li><li>・ 全般的に常識がない</li><li>・ いつも会場で騒いでいるイメージ。モッシュサークルダイブ大好き。</li><li>・ 行動全てが頭悪い</li><li>・ ライブキッズ=モッシュして騒ぎたいだけのような感覚があります。</li><li>・ 高校生くらいまで自分もライブキッズだと思い、楽しんでいました。</li><li>・ 音楽フェスやワンマンライブ等で無理やり曲の変な部分で無理矢理サークルを広げられた。ただ純粋にライブやフェスで音楽を楽しみたいのにすごく迷惑だった。</li><li>・ フェスで集団で踊ったりする</li><li>・ 悪い意味でライブキッズが取り上げられてしまったユニバ大作戦</li><li>・ マナーが悪いライブキッズのことは害悪キッズと呼ばれ、界限ではとても嫌われている。</li><li>・ マナーが悪い</li><li>・ 黒マスク集団って何でどのバンドにもいるの？</li><li>・ いい奴多いけどうるさい</li></ul>
--

(筆者作成)

表4-1で特に目立つ回答は「マナーが悪い」という点である。先ほど挙げた事例の問題点も「公共の場でのマナー」が問題であった。ライブキッズ自身にとっては「楽しい時間」

であるのだろうが、他人に対する配慮や良心については改善点があるように筆者は感じる。ライブキッズの外見はどちらかといえば目立つような恰好であるため、より注目を良くも悪くも浴びてしまうのだろうが、自分たちさえ良ければ良いという考えはライブキッズに限らず社会で生きていく上で見直さなければならない考え方であると筆者は考える。今回のライブキッズに関するアンケート調査は62名の協力によって作成したが、限られた人数の意見であるため、いい部分も悪い部分もまだまだ隠されているかもしれないという可能性もあり、一概にマイナスな意見ばかりであるとは言い切れない。

ライブキッズにとって集合写真は、4-2 節でも論じたように思い出の一部のような存在であり、集合写真に参加した後、ライブ仲間に発展するような出逢いもあるため、ライブを通した自身のコミュニティの広がりという点においては利点にもなる。この利点を失わないためにも、道徳的知識や価値観の規範といった「良心」と他者や周囲への敏感さである社会的感受性をライブキッズたちは身に着けることが改めて重要ではないかと感じた。

## 第5章 考察

この章では筆者の考察を論じたい。第一章にてライブキッズを定義づけしたが、この定義はあくまで外見的なものにすぎず、内面の問題や交友関係においては、現代の若者を中心にした日常的な交友関係と同類の環境下に近いものだといえるのではないかと考察する。序章にて、一種の社会現象ともいえるライブキッズ発生の仮説を立てたが、ここで改めてその仮説を考察していきたい。序章で述べた仮説は「現代における若者の人間関係の特徴を端的に表したものである。まず、若者の人間関係の特徴について、青年心理学の観点から考察する。西平(1981、1990)は青年期の友人関係の特徴について言及しており、心理的離乳、人間的成熟と友情との関係は相互浸透的で、原因となり結果となってパーソナリティを育てていると述べ、青年にとっての友情の重要性を示している。西平(1981、1990)は様々な資料を概観し、青年期の友人関係の心理学的特質として挙げられている4点を参考までに以下に示したい。(4点の箇条書き後の括弧内は西平(1990)による記述である)

### 1. 友人の渴望と厳しい選択

青年は親からの出区立に伴って激しく友人を求めるようになる。しかし、求める友人とは誰でもいいわけではなく、青年は個性的な共鳴や価値観を共有できる友人を求めて厳しい選択をすることになる。

### 2. 親密なふれあいとはげしい競争意識(友人そのものの中にひそむ葛藤)

青年の友人関係には愛の関係(親密感、共鳴、同感)と力(尊敬、競争意識、威圧感)が同時に存在している。内面ではひとりの友人に対する愛と尊敬は、互いに結びついてはなれないものであるが、互いに対立し、矛盾したものとして青年には意識されている。

### 3. 孤独を求め同時に孤独をおそれる(自閉的な孤立と連帯への志向)

青年には孤独になりたい気持ちである「孤独への愛」と、孤独への恐ろしさから友達と心をかよわせずにはいられない「孤独のおそれ」が両立している。西平(1990)は、青年期の友人関係は二人だけの世界に閉じこもろうとする、青年後期に入って自我が成熟してくると、自閉的孤立からより開かれた人間関係を求めた友人関係を形成するようになることを示している。

### 4. フィリア(友情)的要因とエロス(恋愛)的要因(友情の中に内在する友愛と性愛)

青年の友情はあまりにも真剣で人格の中心的な問題でありすぎるために、友情の中に排他性や告白性、嫉妬心、身体的接触という恋愛的な要素が入る。

西平(1990)によると「青年にとって友人関係とは一つの新しい社会的地位(new self-concept)を生み出す。ここで青年は心の錨をおろし(anchorage)、ひたすら自分の生活課題に取り組むことが可能になる」という。青年は友人関係を築き上げることで、精神的にも、社会的にも自分の居場所を見だし、安定することができると述べられていた。この友人関係の構築こそが青年期において誰しもが悩み葛藤する事柄ではないかと筆者は特に感じる。

榎本(2003)によると、基本的に男女中学、高校生とも友人に対して信頼感、安定感が持たず、不安感があることが生活の孤独感に関連していると述べられており、この「孤独感」においては、基本的に友人への「信頼・安定」の低さと「不安・懸念」が影響していた。友人と信頼感を築けないこと、さらに友人とかわわりを望むがうまく関係を保てない不安感とが孤独感に影響しており、親から離れ、友人との関係が深まるこの時期に友人と信頼感を築けないということは、「私をわかってくれる人がいない」という青年期に特有の孤独感を生じさせている。さらに榎本(2003)の研究によって判明したことは、中学生で主要に見られる男子の一緒に遊ぶ活動や女子の類似性を重要視した活動の背景には、互いの個性を尊重したくない欲求が存在し、また逆に大学生で主要に見られる互いの相違点を理解した活動の背景には、互いの個性を尊重したいという欲求が存在していたということである。相手の個性も認めず、自分の個性も出さないという互いに不寛容な欲求は、結局同じものしか受け入れられず、思春期の友人関係は友人同士でグループを作り、そのグループ内での一致への圧力が強くなることを指摘しており、グループ内での一致への圧力の背景には相手の個性も認めず、自分の個性も出さないという互いに不寛容な欲求があることを示している。

一方で男女とも大学生の年になると、欲求も変化し、互いの個性を尊重したいという欲求が生じてくる。それとともに交友活動は互いの欠点や長所を話し合うなど、異質性を前提とした関係が築かれていくことになる。個性の尊重を望み、互いに寛容になることによ

って得られた相手を受け入れる姿勢が、異質性を重視した関係への変化の基本にあると考えられるとのことであった。

上記のような中学・高校時代は、趣味や行動の類似性や一緒に遊ぶことで同質性を保とうとする時期であり、「同質」と一言と言ってもその背景には、一生懸命友人に合わせ、同じように振る舞う同質性と楽しいからこそ同じように行動する同質性の2つに分かれるようだ。どちらの背景にしても、友人関係はこの時期の青年の重要な「居場所」となっている。つまり一人であること、一人にされることから逃れるため、そして一人であると周囲から思われることから逃れるための居場所といえる。岡村・加藤・八巻(1995)は、青年期の集団所属欲求には防衛的＝適応的機能があるとし、仲間といることで内的な空虚感を実感しないで済み、内的葛藤に圧倒されても人中から引きこもらずにいられるとしている。無理して合わせていたとしても、一人ではないという気持ちが青年を支えているのであろうし、この「一人ではない」という感情自体が重要であるかのように筆者自身も当時感じた感情である。このように中学時代の友人関係は青年の居場所という点において大きな意味があるといえる。

この「居場所」について考察を深めたい。主に中学時代における青年にとっての「居場所」は個性を押し殺してまでも守り続けた居場所である可能性も少なくないということが考えられる。例えば、本当に好きなものを表に出さず、属している友人たちの好きなもののみ合わせて共存するといったことである。中学時代では、比較的狭いコミュニティの中の生活且つ、相手の個性も認めず、自分の個性も出さないようにする傾向が見て取れるため、必ずしも自分の本当に興味・関心のある事柄に対して同じように興味・関心を持つ友人を見つけることは容易ではないだろう。「居場所」を守るために使うエネルギーの方が圧倒的に高く、趣味や関心ごとについては、自分の心の奥底に秘められるケースも多いのではないかと考えられる。音楽だけに限らず、他の様々な趣味においても同様である。これらの要因も含めて、友人に対して信頼感が低く、不安感が高いことで生活の中での孤独感に影響を及ぼし、学校内において居場所を構築するのに悩んでしまう青年も現代は少なくない。しかし、高校から大学になるにつれて欲求の変化が生まれる。この変化こそ、「自分の好きな音楽を共有できる友人と繋がりたい」という意識も生まれてくるのではないかと筆者は考える。この意識こそがその後の音垢のコミュニティ(以下、音楽コミュニティとする)による交流の広がりにも当てはまるのではないか。音楽コミュニティは、必ずしも学校などといった狭いコミュニティ(以下、既存コミュニティとする)内で活動されるものではないため、誰もが新しく友人関係を構築するチャンスでもある。さらに共通の好きな音楽で音楽コミュニティが生まれることで、同じような価値観を持つ仲間という認識もよりしやすくなるのではないかと考えられる。このように既存コミュニティの中で悩んでいた青年までもが、自らのコミュニティを広げる一つの機会としても音楽を通して変化をもたらすことが可能であると考察する。そこで実際にライブ会場に足を運び、「ライブキッズ」という新たな存在とも対面し、彼らに新たな感情、つまりライブキッズへの憧れが生まれ

ばライブキッズの仲間入りともいえるのではないだろうか。「ライブキッズ」の根底には、元々青年心理による思春期の葛藤や青年期の友人関係においても孤独感・不安感も背景にあるのではないかと考察する。

もし、既存のコミュニティにおいてある種の生きづらさを感じていた青年が「ライブキッズ」や「音垢」を通して音楽コミュニティを構築し、自身にとって有意義な友人との出会いや関係性を持てたのであれば、ライブキッズの音楽コミュニティは青年の人生にとって多いにプラスになると推測される。この音楽コミュニティは既存コミュニティでは構築しがたいものであり、SNSの台頭・発達も含めて音楽コミュニティの獲得はその後の友人関係や青年自身の居場所、価値観の広がりにも良い影響を及ぼしていると考えられる。この音楽コミュニティには、既存コミュニティにはないものが存在する。ここで比較しやすいよう、それぞれのコミュニティの違いを筆者独自の観点から表にまとめてみたのが表 5-1 である。

表 5-1 既存コミュニティと音楽コミュニティの比較

コミュニティ名	既存コミュニティ	音楽コミュニティ
属する地域	特定の在住地域周辺に限られることが多い	全国各地、世界中にまで及ぶ
属する年齢層	同年代が多い	無制限である
主な交流内容	日常生活に起こる内容	共通の音楽を通じた話題
対面する頻度	ほぼ毎日	ライブ開催等限られる
個人情報共有	共有している方が多い	共有していない方が多い

(筆者作成)

表 5-1 のように比較することで既存コミュニティよりも新コミュニティの方がより様々な価値観の出会いのチャンスがあり、個々の人生の広がりをも期待できると推測される。

一方で、ある特定の小集団における結束や対立、SNS を通じたコミュニケーションでの関わりなど、現代若者が抱えている問題点や課題がライブキッズのコミュニティをみても浮かび上がっていると考える。寧ろライブキッズたちの交友関係における問題のほうが、元の繋がりが不特定から始まっているからこそ、SNS を通じたトラブルなどは、より重大な問題に発展しやすいのではないだろうか。現代若者の身近な友人関係のわだかまりは、毎日学校や日常的な界限の中で繰り広げられており、最低限の情報などは得ている状況で、かつ大半のケースで比較的毎日顔を合わせる環境下で起こっている。そのため、いざ問題が発生したとしても解決に向かう兆しは大いにありうるのだ。しかし、ライブキッズの場合、そうはいかないケースの方がほとんどであると推測される。今から数年前の SNS が登場していなかった時代においては、ライブ会場でファン同士の交流といっても手紙交換やお菓子のプレゼントなど物々交換が主であった。SNS の台頭によってより広範囲における交友の広がりが見られると同時に、情報の共有も容易になったのが要因の一つである。第 4 章で

とりあげたライブキッズのコミュニティの拡がりも SNS を応用した故のものではないかと考える。写真や動画も個人間で自由かつ簡単に発信できるようになったことがライブキッズのコミュニティ拡大に影響を及ぼしているのではないかと。

## 終章 まとめ

現代の社会現象とも言える「ライブキッズ」を結論づけると、音楽ライブに特化した、現代若者を表現づけたものであった。一般的な若者との区別としては外見と音楽趣味によって分けられるが、彼等が好きな音楽を心身で楽しみ、その中のコミュニティにおいても生きていける人々であった。一方で、ライブキッズのコミュニティでは現代の若者が抱える SNS を通した問題が起こりやすいことと、群集心理の悪用で引き起こされる公共マナー違反ともとれる行動が目立ちやすいということが課題点として判明した。その課題点では、現代若者が抱えがちな「居場所」への意識や SNS との付き合い方といった問題へと繋がっており、今一度社会全体として向き合うべき課題が見えた気がする。ライブキッズについてのアンケート調査ではマイナスな意見も多かったのだが、ライブキッズだからといって全員が非難の対象になるわけではないと強く主張する。音楽ライブでは非日常を味わうような感覚を覚えるため、つい羽目を外しがちだが、個々の意識の見直しを提言したい。ライブキッズ達が作り上げるコミュニティのちからは、これからの現代において既存のコミュニティだけでは中々居場所を作りづらい若者にとっても新たな居場所への発見に希望を見出せるような手段の一つになるとも考えられる。SNS は今後もより利便性や発展が予想される反面、使用方法によっては犯罪や騒動に発展するリスクも兼ねそろえているため、現時点で全てを判断することは難しい。SNS の使い方も今一度留意しながら、生まれながらにして与えられている既存コミュニティの中だけで過ごすことだけが全てではないことを改めて主張したい。趣味も人生において大切なコミュニティを広げるきっかけのひとつである。それぞれの若者がもつ「大切なモノ」それが音楽であるのなら、音楽を通して今後の人生の貴重な出逢いへ繋げることで、より豊かな時間を共有することが出来る仲間と過ごすことがひとりでも多く生まれることを切に願う。

## 参考文献一覧

### 【著書】

- ウォレス,P／川浦康至ほか訳(2001)『インターネットの心理学』NTT 出版(Wallace, P. (1999)The Psychology of The Internet, Cambridge University Press)
- NHK 放送文化研究所 世論調査部(2008)『日本人の好きなもの～データで読む嗜好と価値観～』NHK 出版生活人新書
- 榎本淳子(2003)『青年期の友人関係の発達的变化—友人関係における活動・感情・欲求と適応—』
- 岡村達也・加藤美智子・八巻甲一編(1995)『思春期の心理臨床 学校現場に学ぶ「居場所」づくり』日本評論社
- 柏木愛咲子 2016 年度卒業論文『現代人の求める音楽の変化～“聴く”文化から“消費”する文化になった背景～』  
<http://kosekizemi.net/seminar/kashiwagi.pdf> (2019 年 1 月 17 日閲覧)
- 佐藤亮太 2015 年度卒業論文『サブカルバンド人気の要因』  
<http://kosekizemi.net/seminar/satoryota.pdf> (2019 年 1 月 17 日閲覧)
- 関修(2014)『隣の嵐くん—カリスマなき時代の偶像—』株式会社サイゾー
- 総務省(2007)『我が国の社会生活における ICT 利用に関する調査』報告書  
[http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/linkdata/other012\\_200707\\_hokoku.pdf](http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/linkdata/other012_200707_hokoku.pdf)  
(2019 年 1 月 17 日閲覧)
- 通信総合研究所(2004)『インターネット利用動向に関する実態調査報告書 2003』
- 永井純一(2014)「ツーリズムとしての音楽フェス」遠藤英樹・寺岡伸悟・堀野正人編著『観光メディア論』ナカニシヤ出版
- 永井純一(2016)『ロックフェスの社会学 個人化社会における祝祭をめぐって』ミネルヴァ書房
- 永房典之[編著](2008)『なぜ人は他者が気になるのか?～人間関係の心理～』金子書房
- 西平直喜 (1981)『青年の世界3 友情・恋愛の探求』大日本図書
- 西平直喜 (1990)『シリーズ人間の発達4 成人になること—成育史心理学から—』東京大学出版会
- バウマン、ジグムント(2001)森田典正[訳]『リキッド・モダニティ—液化化する社会』大月書店
- 橋元良明[編著](2008)『メディア・コミュニケーション学』大修館書店
- 山田真茂留(2017)『集団と組織の社会学～集合的アイデンティティのダイナミクス～』世界思想社

## 【ウェブサイト】

「2015年の夏フェス 入場者から見る新しい潮流」(2015年11月11日)

<https://andmore-fes.com/9997/> (2019年1月17日閲覧)

第60回三田祭前夜祭 <https://www.zenya.mitasai.com/> (2019年1月25日閲覧)

Eventbrite and MASHWORK 2014 “Music Festival Study,” Eventbrite.

[https://eventbrite-s3.s3.amazonaws.com/marketing/MusicFestivalResearch/EventbriteStudyMusicFestivals8\\_25\\_14.pdf](https://eventbrite-s3.s3.amazonaws.com/marketing/MusicFestivalResearch/EventbriteStudyMusicFestivals8_25_14.pdf) (2019年1月24日閲覧)

FASHIONSNAP.COM. スタートトゥデイが10月31日に「WEAR」提供開始

<https://www.fashionsnap.com/article/2013-10-10/wear-1031/> (2018年12月28日閲覧)

【GG】THE ORAL CIGARETTES・山中拓也、大人嫌いだったからこそ現在の

<https://www.m-on-music.jp/0000169707/> (2018年12月28日閲覧)

J-CAST ニュース 2018/7/9 17:04 「USJ 園内で「大迷惑」モッシュ騒動 ロックフェス中止で若者「大暴れ」

<https://www.j-cast.com/2018/07/09333386.html?p=all> (2018年12月1日閲覧)

THE ORAL CIGARETTES 公式サイト biography

<http://theoralcigarettes.com/feature/biography> (2018年12月20日閲覧)

THE ORAL CIGARETTES 公式ブログ [https://lineblog.me/oral\\_official/](https://lineblog.me/oral_official/)  
(2019年1月29日閲覧)

THE ORAL CIGARETTES - Wikipedia

[https://ja.wikipedia.org/wiki/THE\\_ORAL\\_CIGARETTES](https://ja.wikipedia.org/wiki/THE_ORAL_CIGARETTES) (2019年1月24日閲覧)

ReI Project <http://www.rei-project.jp/> (2019年1月29日閲覧)

UVERworld official website biography [www.uverworld.com/bio/](http://www.uverworld.com/bio/) (2018年12月20日閲覧)

UVERworld - Wikipedia

<https://ja.wikipedia.org/wiki/UVERworld> (2019年1月22日閲覧)

THE ORAL CIGARETTES - Wikipedia

[https://ja.wikipedia.org/wiki/THE\\_ORAL\\_CIGARETTES](https://ja.wikipedia.org/wiki/THE_ORAL_CIGARETTES) (2019年1月22日閲覧)

ZIP! 「フェスファッション2018/流行ニュース BOOMERS」(2018年8月6日放送)

<http://www.ntv.co.jp/zip/boomers-news/post/010982.html> (2019年1月17日閲覧)

ZIP! 「夏フェスガールの意外な楽しみ方/HATENAUI」(2013年7月30日放送)

<http://www.ntv.co.jp/zip/onair/hatenavi/404384.html> (2019年1月17日閲覧)

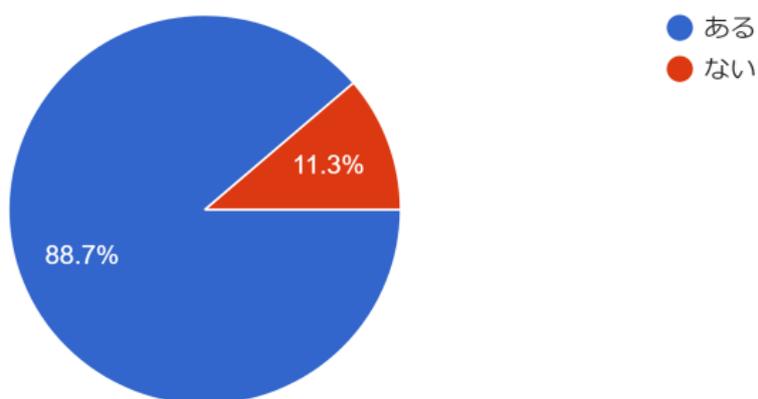
【巻末資料その①】

「ライブキッズに関するアンケート調査」

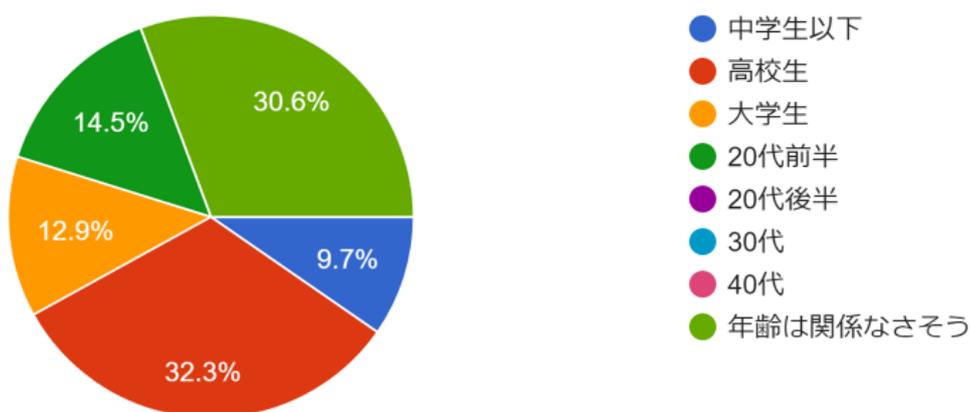
ライブキッズについてのイメージ・印象等を把握するため、SNS 上にて Google フォーム上のアンケート調査を実施した。

(1月20日～1月23日の計4日間 回答者数…62名)

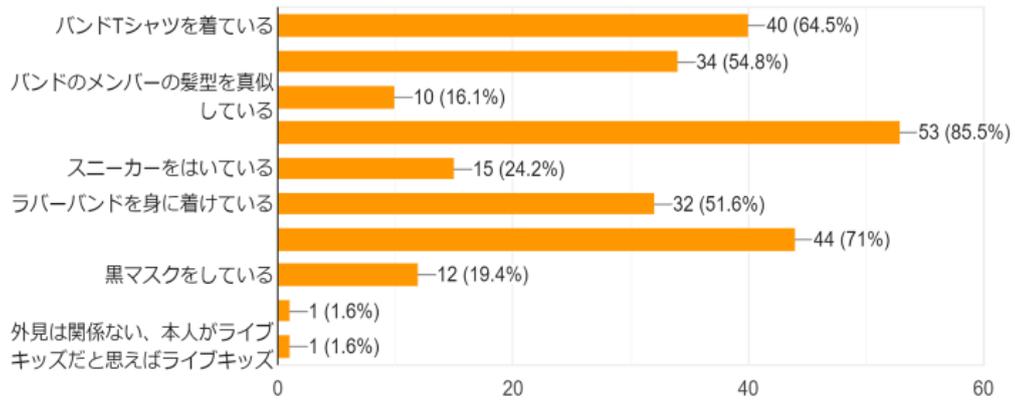
## ①「ライブキッズ」という存在を耳にしたことがありますか？



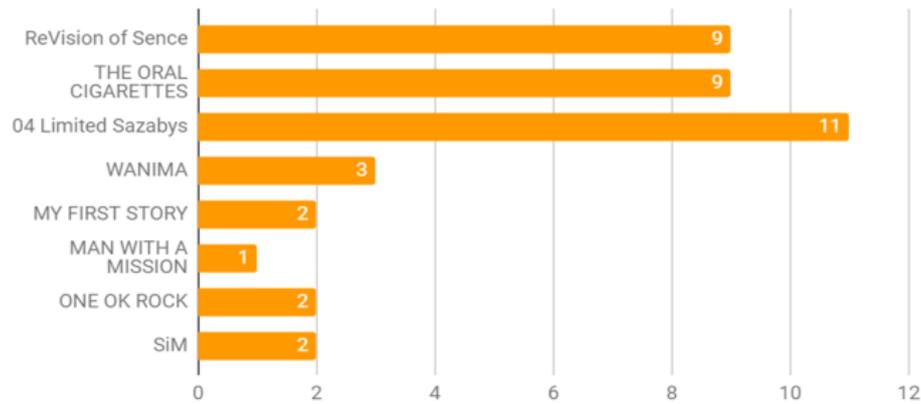
## ②ライブキッズは具体的に何歳の人たちをイメージしますか？



### ③ライブキッズはどのような外見が当てはまるとお思いますか？(複数回答可)



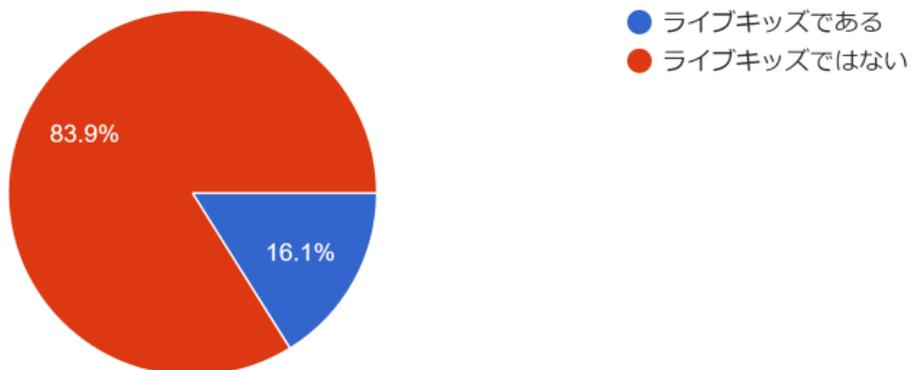
### ④ライブキッズが多いと感じたバンドがありましたら教えてください(任意)



## ⑤ ライブキッズに関するエピソード等がありましたら教えてください

- フェス会場で思いっきり潰されたという被害を聞いたことがある
- 一般的に常識がない
- いつも会場で騒いでいるイメージ。モッシュサークルダイブ大好き。
- 行動全てが頭悪い
- ライブキッズ=モッシュして騒ぎたいだけのような感覚があります。
- 高校生くらいまで自分もライブキッズだと思い、楽しんでいました。
- 音楽フェスやワンマンライブ等で無理やり曲の変な部分で無理矢理サークルを広げられた。ただ純粋にライブやフェスで音楽を楽しみたいのにすごく迷惑だった。
- フェスで集団で踊ってたりする
- 悪い意味でライブキッズが取り上げられてしまったユニバ大作戦
- マナーが悪いライブキッズのことは害悪キッズと呼ばれ、限界ではとても嫌われている。
- マナーが悪い
- 黒マスク集団って何でどのバンドにもいるの？
- いい奴多いけどうるさい

## ⑥ あなた自身はライブキッズであると思いますか？



## 【巻末資料その②】

### 「UVERworld と THE ORAL CIGARETTES に関するアンケート調査」

それぞれのバンドファンに SNS 上にて Google フォーム上のアンケート調査を実施した。

(1月18日～1月20日の計3日間)

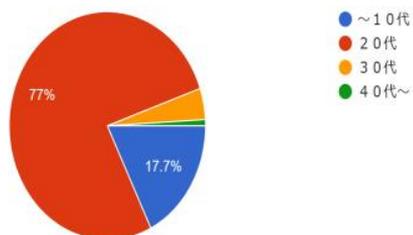
UVERworld 回答者数…114名

THE ORAL CIGARETTES 回答者数…42名

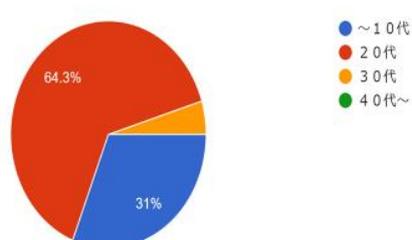
※アンケート調査はそれぞれのバンド別に行ったが、比較のため(1)～(5)までは並列して掲載する。

## (1) あなたの年齢は？

UVERworld

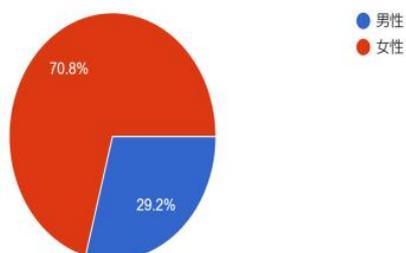


THE ORAL CIGARETTES

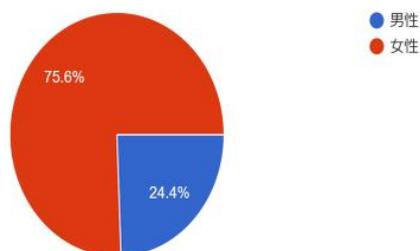


## (2) あなたの性別は？

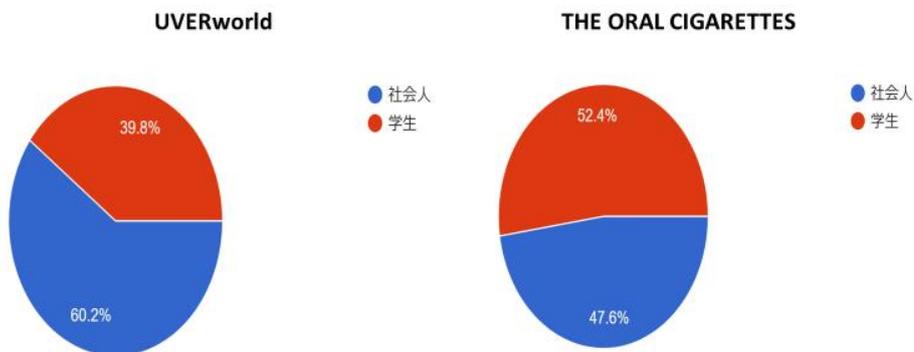
UVERworld



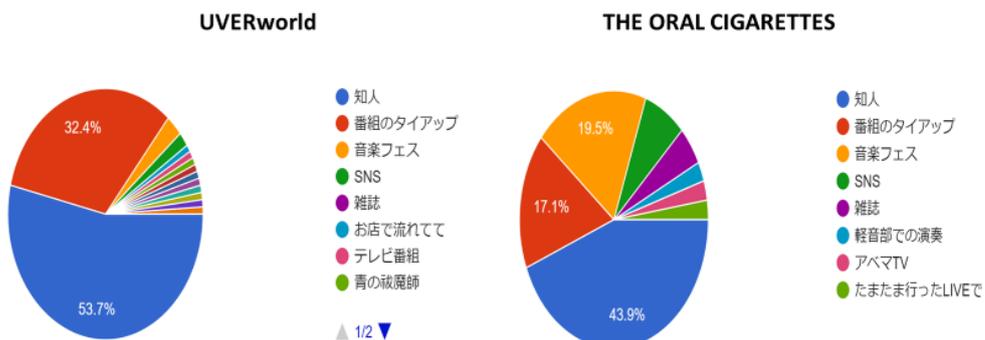
THE ORAL CIGARETTES



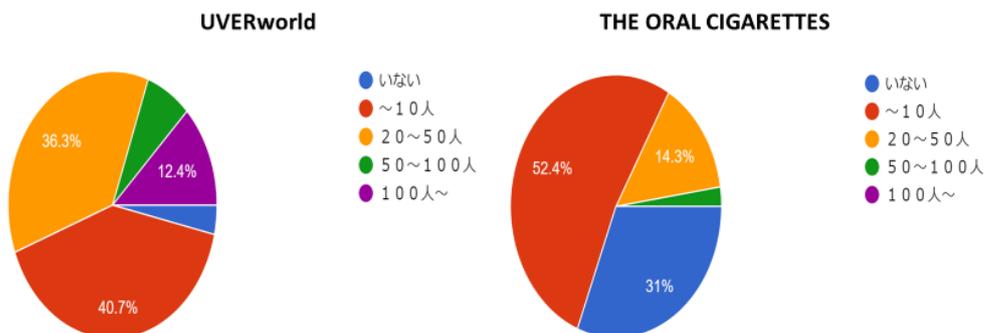
### (3) 社会人or学生？



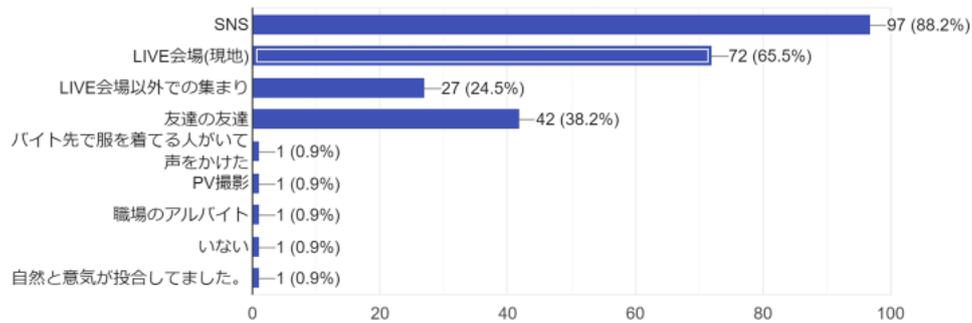
### (4) それぞれのアーティストを知ったきっかけは？



### (5) それぞれのアーティストを通して出来た友人はどのくらいいますか？ (実際に会ったことのない人でも可)



## (6-1) UVERworldを通して出来た友人の出会いのキッカケは？(複数回答可)



## (6-2) THE ORAL CIGARETTESを通して出来た友人の出会いのキッカケは？(複数回答可)

