

京都文教大学臨床物語学研究センター主催 公開トークセッション  
物語と音楽～物語が生まれる場としてのライブハウス

講師

角田 恭平（株式会社ケイピーエス代表取締役・京都 GROWLY 代表）  
司会・コーディネーター  
山崎 晶（本学総合社会科学科准教授）

日時：2023年5月17日（月）13:00～14:30

会場：京都文教大学 弘誓館G102教室

山崎 それでは、お待たせしました。「物語と音楽～物語が生まれる場としてのライブハウス」ということで、京都文教大学臨床物語学研究センターの主催のイベントを始めたいと思います。

本日、ゲストでお越しいただきましたのは、角田恭平さんです。どうぞ拍手でお迎えください。本日はどうぞよろしくお願ひします。（拍手）

角田 よろしくお願ひします。ありがとうございます。

山崎 角田さんは、以前皆さんにご紹介したと思いますが、ライブハウスを中心としたさまざまなビジネスを京都で展開されておられます。

なぜ角田さんと私がつながったのかということをお話しておきますね。

角田さんはライブハウス京都 GROWLY というところの代表をなさっています。なぜ角田さんと私がお縁があったかといいますと、2021

年に、山崎ゼミの3回生では雑誌を作っているのですが、この雑誌というのは、ゼミ生たちが企画をして取材して、そして冊子の状態にするというところまでやっています。そこで、とあるグループが京都のライブハウスについて取材したいということで企画を出してきました、それが企画コンペに通って、学生が3人で取材をしたという、そういう流れがあります。

その時にインタビューを取ってきなさいということをお知らせしました。そうしたらライブハウス班の学生たちが「角田さんが、このインタビュー——オンラインでやったのですが——YouTube にアップせえへんかって話をしてくはったんです。どうしましょう」と言ってきて、「それは、でも、角田さんのご厚意に甘えたらいいんじゃない？」という話で、このように角田さんが持っておられる YouTube チャンネ

ル、『ライブハウスの裏側チャンネル』に1本の動画を上げていただいたという、そういう流れで、私は角田さんを知りました。

その後、実はゼミの卒業生がGROWLYさんでライブをさせてもらっていることを知ったりして、今回思い切ってお声がけをしたという次第です。

今日はどうぞよろしくをお願いします。

角田 はい。ありがとうございます。お願いします。

山崎 角田さんのお仕事についてお話をうかがいます。いただいたお名刺に載っていた順番に挙げてみたのですが、ライブハウス、それから、練習スタジオ。ライブハウスは2つあるのですか。

角田 そうですね。京都は、二条にあるGROWLYで、もう一個は、三重県鈴鹿市にある鈴鹿 ANSWER というライブハウスを経営しています。

山崎 この「Antonio」というのは。

角田 これはGROWLYのビルの2階にある練習スタジオですね。3部屋あります。

山崎 飲食店も経営されておられる。

角田 はい。

山崎 ロゴがどれも格好いいですね。

角田 そうですね。全部丸いですね。

山崎 全部。ロゴにこだわりのある感じですか。カレーと、それから、お隣は油そば。

角田 そうですね。カレー屋と油そば屋とまぜそば屋。ちょっと似ていますけれども、汁なしラーメンのような感じですか。

山崎 それからレーベル。

角田 はい。レーベル。

山崎 レーベルというのは。

角田 レーベルというのは、結構レーベルと事務所で、違いは何かという質

問があったりするのですが、レーベルというのは簡単にいうと、CDを制作する会社です。事務所はアーティストを、ツアーを組んだり、ライブにプッシュしたりするのが仕事で、僕はレーベルのほうだけを一応やっています。今ちょっと所属アーティストはいないのですが、6バンドほどリリースしました。

山崎 レーベルというのは、音楽をつくるお手伝いのような理解でいいですか。

角田 そうですね。音楽をつくる際の経済的なお手伝いと、あと、今ちょっとCDの時代が終わりつつある感じですけども、CDを全国のタワーレコードやHMVにリリースする際の作業だったり、つながりだったりを手伝うというような感じですかね。

山崎 そして、制作ということで、「京都大作戦」の牛若ノ舞台のプロデュース。

角田 そうですね。これはまたちょっと複雑なのです。「京都大作戦」という、京都の10-FEETというバンドの主催するフェスですが、宇治の太陽が丘で、もう13～14年ぐらい行われています。そこで、「源氏ノ舞台」という大きいステージと、「牛若ノ舞台」という小さいステージの2つ、小さい牛若のほうでも2,000人、3,000人ぐらいは入れる感じで、大きいほうで多分1万5,000人ぐらいか、合わせて2万人来る、毎年もうメンツを発表する前にチケットがソールドアウトするというフェスなのです。その牛若ノ舞台、小さいほうの、今年は誰を出演してもらうかという会議の一員という感じですか。

僕が1人で組んでいるわけではなくて、10-FEET チームと、あとサウンドクリエイターというイベント

制作会社と、ライブハウスチームというくりがあるのですが、そのライブハウスチームというのが、10-FEETがもともと育ったライブハウスが京都のKYOTOMUSEというライブハウスと、あと、祇園にあったWHOOPEE'Sというライブハウスがあって、そこの2つで10-FEETが育ったので、そこのライブハウスの人たちの意見を聞きたいということで、僕が当時、WHOOPEE'Sの店長をしていたので、チームWHOOPEE'Sで入っていました。ですが、WHOOPEE'Sが閉店して、そこで働いていたメンバーがばらばらに、GROWLYと、あと、京都のGATTACAというライブハウスと、あと、Octaveというクラブに分かれたので、このイベントを組む時だけ、その4つのライブハウスが集まって、一緒に会議をして、今年誰を出そうというような感じで組んでいる一員という感じです。

山崎 活きのいいバンドって、こんなのがありますよというような、そういう提案などもあるのですか。

角田 そうですね。枠があるというよりは、出し合って、みんなで決めるという感じなので。

山崎 では、最前線にいる人、という感じの。

角田 そうですね。だから、10-FEET的にも、結構売れて、ワンマンツアーばかりしているので、今ライブハウスで熱いのは誰かというのをライブハウスの人から聞きたいということで、僕らを毎年呼んでいただいているという感じです。

山崎 ということは、「京都大作戦」はわりと大きなバンドがたくさん来るというところがどうしてもフィーチャーされます。でも、意外と牛若

ノ舞台にどのような新しい新星が現れるのかというのを観に行くというのも楽しい感じですね。

角田 そうですね。「牛若ノ舞台」から火が付いて、次の年、「源氏ノ舞台」に出るようなバンドもたくさんいますし。

山崎 それはすごい。それで、今日はライブハウスの話を伺うということで、まず、ライブハウスというのはどのようなところなのかというお話をしていこうと思います。

ライブを生演奏や実演というところで広くくると、「メディア研究法」の学生の8割、9割は経験しているという感じを、私はレポートで印象を持ったのですが、実際ライブハウスに行きましたよという人というのはそんなに多くないのですね。なので、皆さんと認識を共有していきたいと思います。

この写真はGROWLYさんですね。

角田 はい、そうですね。

山崎 素晴らしい正面のお写真だなと思って拝見していますが、GROWLYさんの売りは何ですか。

角田 どういうところですか。設備的なところですか。

山崎 設備的な感じで。もし、この写真にそういうのが表れているならば。

角田 そうですね。ちょっと分かりづらいのですが、うちのキャパは、コロナ前はばんばんで200人入れていましたが、200人というのは、ライブハウスの規模としてはそれほど大きいところではないです。小さめ、手頃なサイズのわりにステージが高く、天井が高いというのが、結構うちの設備的なところでの使いやすさというか、そこがいいから使ってくれるというアーティストも結構います。

山崎 私もしじめて伺った時には、ス

テージが本当に高いなという印象を持ちました。それでは、角田さんと私の間で、ライブハウスってこういうものだよねという定義をしていきたいと思います。

ライブハウスというのは、生演奏が聴ける場所というイメージがあるかもしれませんが、実はこちらのほうが大事で、生演奏が聴けて、加えて飲める場所というところですね。基本的には、入場時にワンドリンクを購入するという形ですよ。

角田 はい、そうですね。

山崎 これは、会場というか、客席に持つて入ることができるという理解でよろしいですか。

角田 はい、大丈夫です。

山崎 実は、かなりライブハウスを営業の規則的にどのように整備するかというところで、随分もめていましたが、1つの解が出てきていて、2016年以降、ライブハウスというのは飲食店ですよということになっています。

角田 そうですね。今おっしゃっていただいたとおりで、2016年以前は、わりとライブハウスって、営業許可的にグレーな部分があって、そこに飲める場所と書いてありますが、ライブハウスという区分が、今まで法律上なかったのです。

では、ライブハウスをするためにはどうしたらいいかということで、飲食店、いわゆるバーのようなところで演奏をついでにやっていますというような、メインは飲食ですよ、と。だから、飲食店営業許可を取れば、ライブハウスが出せるという認識で、それこそ200、300、あと100人ぐらいのキャパのライブハウスは、どこも飲食店営業許可を取って営業していました。

もっと大きい、多分500以上のキャパや1,000人ぐらいのクラスになると、劇場という扱いになって、いわゆる映画館や能などを見るようなホールと同じような扱いになるのですが、やはりそうなる設備のハードルが高くなるので、200～300ぐらいのところは飲食店で申請していました。ただ、それが、ちょっとグレーだったのです。飲食店でいいのではないかとというような。

その2016年のちょっと前ですか、2012～2013年ぐらいに、ライブハウスではないのですが、クラブ、いわゆる深夜にオールナイトで音楽を聴きながら踊ったり、酒を飲んだりするところが摘発されるということが始まりました。ここもちょっと複雑なのですが、クラブは深夜にかかるので、風営法、風俗営業法を取らなければいけないということになっていて、それを取ってなくて、深夜酒類販売、飲食店として登録していたところが多くて、飲食店で夜に音楽をかけて、人を踊らせているというのは、それは風俗営業法ではないかということで摘発が始まって、もめ出して、その後、裁判などもありました。

では、そういうクラブやライブハウスなど、飲食店だけれども、別の楽しみ方をさせるついでに飲食をさせるようなお店、例えばスポーツバー、サッカーの試合を見ながらお酒を飲んだり、あと、ダーツバーなど、そういう飲食以外を客引きに使うという区分をつくろうということで、2016年に新設されたのが、「特定遊興施設」という区分でした。それは24時以降、そうやって踊らせたり、サッカーの試合を見せたり、ライブ演奏を見せたりするところは



パという扱いにしているライブハウスが多いです。

ただ、本当にそれも消防法として、このスペースに200人入れるのはどうなのかという議論があったりするのですが、もしかしたら、また風営法のようにもめたりすることもあるかもしれないですが、全然、だから、これの半分以下ぐらいかもしれないです。

山崎 なるほど。

角田 それはコロナ前なので、やはりコロナになると、そういう密集が駄目ということになったので、コロナ禍以降は、今マックスで150までしか入れていないです。ちょっと余裕を持たせるようにしています。

山崎 コロナの中でGROWLYさんがどういうふうに関染対策を進めてくれたのかというのは、後で写真で見せしますが、GROWLY、なぜ私が学生たちに取材に行っておいでと言って、夜の取材にも行かせたのですが、なぜ行かせたのかというと、まず駅に近いです。

角田 はい。駅、JRと地下鉄と2つあります。

山崎 駅が2つあって、しかも、1階なのです。1階にライブハウスがあるって、私はとても珍しいタイプだと思いますし、こういうところは初心者でも割と行きやすいと思いました。

今見ていただいている写真、これは私が撮った写真になるので大したことはないのですが、GROWLYの建物です。これは駅から歩いたら、ほとんど道に迷わずに来られるところで、これがGROWLYのお店の設計図といえます。

角田 見取り図ですかね。

山崎 見取り図ですね。失礼しました。今、黄色で囲ったところがドアで

す。ここにお店の方が立っていて、チケットの確認や、あるいは検温などが、私が行った時はなされていますけれども、この道って、普通におうちに帰る人たちが歩いていきます。私が行った時は、保育所から帰る道なりの子どもがここに入りたいたって、ぐずっていました。何ていいところなのだろうと思った記憶があります。

この黄色で囲ったところがドアですが、これが見取り図でいうと、ここですね。ここから廊下があって、そして、バーカウンターまで行って、1杯ドリンクを買って、中へ入って行って、ステージという感じになります。

こういうふうに関染対策を進めてくれたのかというのは、後で写真で見せしますが、GROWLY、なぜ私が学生たちに取材に行っておいでと言って、夜の取材にも行かせたのですが、なぜ行かせたのかというと、まず駅に近いです。

といますのも、私はどちらかといえば、大阪の心齋橋、アメリカ村あたりのライブハウスは割とよく足を運んでいたことがあって、そこで得たライブハウスのイメージはこうです。

まず、これは割と初心者でも行きやすいライブハウスなのですが、南堀江のknaveというライブハウスです。一応戸を開けてあるのですが、地下に入らないといけません。ここはかなり明るい木目調で造られていますが、多くの場合は、内装にそれほどお金をかけて造られるところって、あまり多くないのです。雑居ビルの中という感じで造られていて、所によっては非常階段を上がりなさいという指示が出る場所もなきにしもあらずです。

なので、GROWLYさんは、とても初心者が行きやすいし、そして、明るいイメージというのがあるなと思って、そういう印象を持っています。なぜこの建物を白になさったのですか。

角田 これはそのまま何もしていないですね。当時、借りる時のままだったといえますか。

山崎 そうなのですね。もともとあった建物をライブハウスの仕様にされたということですか。

角田 そうです。ビルでやっているの、持ち物だと思われがちなのですが、賃貸で、これは一棟貸しで借りています。もともとが酒屋の倉庫だったのです。なので、1階がとても天井が高くて、この内装を入れる前は本当にならなくて、何もない状況だったのですが、天井が高いということ、駅近で、家賃も安かったので、ここを賃貸して、ライブハウスの内装だけで2,000万ぐらいですか、防音を含めて。スタジオも上に3部屋あるので、1部屋500万ぐらいで、1,500万ぐらいで防音を入れたという感じなんです。

だから、それが地下に造ると、先ほどちょっと言いましたが、防音工事は非常に高いので、地下だと、多分同じスペースだったら、それこそ500万ぐらいでできるのかもしれないかなという感じなんです。だから、その質問の答えとしては、壁は、借りた時とそのままです。

山崎 でも、この壁に合わせて、多分デザインされたと思うのですが、ロゴなどもとても・・・ライブハウスって、暗い、割と黒っぽいイメージがあるのですが、とても明るい感じだなと思って。この日は曇っているの、あまりロゴが映えないですが、

晴れた日の写真は本当に美しいビルだなという印象を持っています。

さて、それで、入りにくいかも分かりませんが、GROWLYはかなり別格ですよという話をしたところで、では、ライブハウスでどのようなイベントが行われているのか。お客さんの立場からすると、何かミュージシャンがイベントをやっているぞという、そういう空間のように思えるのですが、実はちょっと違いますよね。

それで、角田さんのアドバイスなども踏まえて、私なりに整理したものがこのような感じなんです。

まず、ライブハウスが主催するものと、そうではないものというのが、大きくあります。ライブハウスが主催されるものと、そうでないもの。

そうでないものも、実は3種類あって、イベンターが主催するもの。先ほどの「京都大作戦」は、あれはイベンターはどちらでしたか。

角田 イベンターはサウンドクリエイターでした。

山崎 ほかに大手はどのようなところがありますか。

角田 あと、うちが使うのは、グリーンズですね。フェスでいったら、OTODAMAなど。大阪のイベンターですね。グリーンズ。その2つぐらいがメインですかね。あとはキョードー大阪さんなどもたまにあります。

山崎 イベンターって、ぴんと来ないかも分かりませんけれども、そういうイベントを仕掛ける専門の会社というのがあって、それが行うもの、それから、アーティストの側が、いろいろなお友達のバンドなどを誘って、やろうぜというタイプのもの、それから、学生の軽音部などがホー

ルを貸してくださいというタイプのものもあるようです。

割合的には、(スクリーンに表示されている) A と B1 から B3 まで、どのあたりが一番、GROWLY の場合は多いのでしょうか。

**角田** 割合でいうというのは、コロナ禍と関係なく、現状でということですよ。

**山崎** はい。もちろん。

**角田** 現状でいうと、一番上の A が 6 割ぐらいで、B が 4 割ぐらいです。その中で、イベンター、先ほど言ったグリーンズさんやサウンドクリエーターさんがやるのは 2 カ月に 1 回ぐらいしかないの、かなり少なく、アーティスト主催が、本数でいったら、月に 6 本ぐらいなので、どうですかね、割合でいったら、ライブハウス以外が主催するものの中では一番多いかもしれないです。

学生のホールレンタルはやはり時期によるので、2 月、3 月の卒業シーズン、春休みと、あと 8、9 月の夏休みは結構、多い時は月 10 本ぐらいホールレンタルになる月もあれば、1 月や 7 月などはテスト期間になるので、その期間はほぼないですよという感じですかね。

**山崎** だから、学生もそうですが、結婚式の 2 次会なども、写真で拝見しましたけれども。

**角田** はい、あります。

**山崎** そういうこともあるようですね。本当に披露宴の会場のような感じでテーブルが並んでいるという、写真で見た時には、ここがライブハウスなのかという感じの写真でしたけれども、そういうものもあるようですね。

では、実際にどのような感じで、ライブハウスで演奏しているのかというのを、ちょっとだけ動画を見て

いただこうと思います。

HITOKOTO というバンドが、去年の 11 月に GROWLY さんでやった、これはライブですかね。YouTube に上がっていたのですが。

**角田** ちょっと見ないと分からないです。  
**山崎** 角田さんとのやりとりの中で、文教に関わりのある方もメンバーにいらっしゃるようなので、ちょっとだけ流します。

**角田** 今のはライブです。

**山崎** ライブですね。すみません。

**角田** ライブをワンカメで、カメラマンが撮って、MV 風に編集しているという感じですね。HITOKOTO は多分、全員、出身が文教だった気がします。

**山崎** そうですか。でも、あおりで撮れるぐらいにステージが高いということが、ここから見て取れるかなと思いました。

**角田** そうですね。

**山崎** 本当に照明の美しいライブハウスなので、それがきれいに動画の中にあるなと思いました。もし、続きを聴きたいという人がいれば、YouTube にアップされていますから、ぜひ続きを聴いてみてください。なかなかいいバンドです。

それで、ここからちょっと本題に入っていこうと思いますが、コロナに関してです。

コロナって、いろいろな私たちの当たり前というのをことごとく覆していった、そういう出来事だと私は認識しています。もちろんそれはライブハウスも同じことで、今見ている(スライドの写真)のは、このペケ印は何ですか。

**角田** これは本当にコロナ禍になった初期に、いろいろなことが言われて、コロナがはやり出した 2020 年 3 月、



山崎 4月ぐらいに大阪のライブハウスで。  
角田 クラスターが。

角田 クラスターが発生して、結構ライブハウスというものの自体がとても叩かれて、行ったこともない人も、あんなところに行くから駄目だと、クラスターを起こしたのはライブハウスにも責任があるというような感じで結構叩かれたので、全国のライブハウスで一時期、4月、本当にあの緊急事態宣言が出た時は1カ月丸々休みましたが、それ以降、ずっと休んでいられないということで、対策をしながら営業をしていこうという中の1つで、この写真にあるバツ印というのは立ち位置です。

左右前後の人とこれだけ距離を、1メートル距離を取ってくださいということで、1メートル間隔で足元の立ち位置の印があります。あと、前に見えるポール、あれは、ちょっと分かりにくいのですが、緑のポールが立っていると思うのですが、あそこに柵を付けて、そこが最前でした。

GROWLYはそこも特徴で、アーティストとかなり近い距離でライブが見られる、最前がとても近いという状況だったのですが、演奏者から、ボーカルの口から2メートル離してくれということで、ステージから1メートルのところに、ここから前に行かないでくださいというバリケードを作って、対策をしていたという感じでした。

山崎 この緑のポールというのはこれですよね。

角田 それです。それに刺して、こういう手すりのようなのがあったのですが、それを取って、それより前に柵を作ったという感じですかね。

山崎 だから、本当にこの当初の、私は幾つかライブハウスをこの時期に

回っていますが、いろいろなところが本当に過剰なまでに、過剰というと、言い過ぎかも知りませんが、とても繊細に対応しておられるな、涙ぐましいなと記憶した印象があります。

それで、ではお客さんたちは、その当時、何を考えていたのかということ、私が所属しています日本ポピュラー音楽学会というところの緊急調査班が、調査結果を出しています。前回の「メディア研究法」の授業で計量調査の話をしたから、少し話をしておきますね。

ライブハウスに行けなくなってしまった今、調査しなければいけないということで、私の先輩に当たる、南田さん、木島さん、永井さん、そして、後輩の平石君の4名が、ネットの調査を使って、とりあえずどのような感じかということのをざっくり調べてみようということをやりました。回答者は469名いますが、その中で、音楽が趣味です、ライブに行ったことがありますという人に絞り込んだ調査結果です。

質問項目はたくさんあったのですが、この中で私がびっくりしたのは、コロナで社会が大変だと言っている時に、ライブに行ったことがあるという人たちは、国や行政の支援が手薄いということを感じていますと答えていたのです。実際ほとんど、ライブハウスに対する支援はないに等しいですよ。

角田 いや、当時はありました。本当の緊急事態宣言やマンボウ。

山崎 まん延防止等重点措置。

角田 緊急事態宣言の時などは、やはり先ほど言ったとおり、ライブハウスって飲食店なので、一般の飲食店と同じように、酒を出してはいけな

かったり、マンボウの時は、8時までは酒OKで、9時に閉店しなさいなど、何かいろいろありました。それに従えば、協力金を出しますということで、ライブハウスも飲食店だったので、それに従って、申請して、もらっていました。

ただ、やはり一般の飲食店、あれもいろいろあって、数字が結構、一律だったので、やはりライブハウスって、規模が大きくて、家賃も高いので、それでいえば物足りないなという部分もありました。

それ以外にも、配信事業をもっとやりましょうというような、ライブ配信、今もされていますけれども、カメラやネットの設備を引くお金などを国が支援したり、GoTo（キャンペーン）にちょっと近いような、ちょっと落ち着いてきたころに大きいイベントをする場合は、配信込みでやるなら、半分補助金を出すなど、いろいろな種類が結構ありました。

この1年ぐらいは全然なくなりました。ただ、大阪は独自に、先ほど言ったように、大阪のライブハウスが一番初めにクラスターを出してイメージが下がったということもあったので、僕も最近知ったのですが、大阪でイベントをやる場合は補助金を出しますというのは大阪独自であるらしいですけれども、京都はないようです。今はそういう行政の自治体によって違うという感じです。これは（調査で）聞いたタイミングの時は、もしかしたら、なかったかもしれないですね。

**山崎** これは2020年、だから、京橋のライブハウスでクラスターが発生した直後の調査なので、4月ぐらいの段階で。

**角田** では、その当時はなかったかもし

れないですね。

**山崎** あまり聞かないなというオーディエンスの実感だと思います。「ステイホーム」と出てきたあたりから、どのような行動の変化がありましたかというのを尋ねたもので、一番多かったのが、アーティストの情報発信を何らかの形で受け取るというものが増えたよという——このオレンジは増えたということですからけれども——が一番多い。

私はこの調査票を作る時にちょっと関わっていたので、次に来るのって、ファンの情報交換ではないかなと思っていました。そうしたら、意外や意外、こちらが多かったです。ライブ施設の店長やスタッフさんと連絡を取る。

これはどういうものかというのと、プライベートではなくて、例えばTwitterなどをフォローしたり、そういうことだとは思っています。

**角田** これはもしかしたら僕かもしれないです。当時、先ほど紹介していたように、YouTubeの発信を、もともと少しずつやっていましたが、コロナ禍で暇ということもあったので、ほかの全国のライブハウスの知り合いと生配信で対談しながら、それを配信したり、YouTube発信を多くやっていたので、それを見てくれていたのではないですか。本当に僕ぐらいしかやっていなかったです。

**山崎** そうですか。

**角田** ただ、やはりデリケートな部分も多いので、よく炎上したり、叩かれたりしたので、最近はやっていないですけれども。

**山崎** でもここから、角田さんがやっていたり、あるいは自分の知っている人が出ていたり、知っている店長さんが出ていたり、そういうこと

もあつただろうし、あるいは、個人的に発信されているものに、よりスタッフの人たちが身近になってきて、オーディエンスの側からすると、そういう印象を持っていたのかもしれないということがここから見えてきます。

**角田** クラウドファンディングをやったライブハウスさんも多かったです。うちはコロナではやっていませんが、結構、本当につぶれてしまうので、何百万を集めますというようなのをやったところも多いので、そういう意味で、スタッフさんの顔を知ったりというのもあったかもしれないですね。

**山崎** そうですね。うちにも（クラウドファンディング系の）Tシャツがたくさんあります。そのようなことで、音楽の空間はどのように変わったのかというのが、もし何かあれば、お聞かせいただけますか。

配信ライブはほかもやっていますが、GROWLYさんにもありますし、それから、ほかにもどのような変化があったのだろうかということをお教えいただけないでしょうか。

**角田** そうですね。配信がやはりまず1番に挙げられると思います。個人的に、コロナが来る前、何年前か、Ustreamという、もう今はないのですが、要は配信サイト、今でいうYouTubeやツイキャスのようなUstreamというのがあったのですが、それで結構、同時配信がちょっとだけ流行った時期があって、その頃は僕は大変それのアンチでした。やはりライブというものはライブハウスに行って体感するもので、それを電波に乗せて、家で聴くなんて、しかも、それをただで聴けるなんて面白くないから、大変なアンチでし

た。コロナが始まってから、配信ライブをしよう、それこそ支援金が出ますという時も結構渋りましたが、でも、もうやるしかないということで踏み切って、配信ライブが始まりました。

あとは、結構大きいところでいったら、先ほどの立ち位置マークにもつながるのですが、ライブやフェスなどに行ったことがある人がどれだけいるか分かりませんが、モッシュ、ダイブという遊び方があって、いろいろな遊び方はあるのですが、人と人が押しくらまんじゅうのようになって、体をぶつかけたりするのがモッシュで、ダイブというのは、密集している人の上に人が乗って、クラウド・サーフといわれるような感じの、普通の人が見たら、頭がおかしい遊び方があるのですが、もうそれが完全に封じられました。

そういうのは、もともと禁じられている遊び方なのです。ライブハウスでは、モッシュ、ダイブ等禁止ですという中で、勝手にお客さんがやっているという、これも難しいニュアンスで暗黙の了解のグレーな部分だったのですが、それが完全にいったん全てなくなって、ホワイトになりました。

あとは声出しですね。コール・アンド・レスポンスや「オイオイ」と言うようなのも、飛沫対策ということで禁止されました。

フェスなども、軒並み中止だったのですが、復活していく中でも、モッシュ、ダイブは禁止、声出し禁止、あとは立ち位置を守りましょうというようなところで始めて、今、またさらにその次で、それがコロナが落ち着いてきたので、5類になりましたよね。

山崎 はい。5類に分類されました。

角田 なので、マスクなども任意になったので、結構ライブシーンもそれが緩やかになってきたのです。立ち位置などももう今はないし、声出しもOK。マスクはイベントによっては、してくださいというのがありますが。

そこで起きているのが、モッシュ、ダイブが復活してきていて、この3年ぐらいで、ライブハウスやフェスに行き出した人たちは、それを知りません。映像やYouTubeなどで見たことはあるけれども、実際に目の前で人が人の上に乗っている、自分にも降りかかってくるというようなことを初めて経験した人たちが、このようなどころだったら行きたくないというような。禁止ではないのか、禁止と書いてあるではないか、何でやっているの、というような。暗黙の了解が変わってしまったことによって、ライブハウスの常識が変わって、そういう遊び方にも影響が出ていて、これは今後どうなっていくのかなという。

「京都大作戦」なども、とてもダイブなどが多いフェスだったのですが、ここ3年などはもうなくて、今年どうなるのかなという。僕はやはりイベントの制作のアーティスト・ブッキングのほうなので、内部をまだあまり把握していないので、どうなるのかなと思っていますね。

山崎 新しいライブハウスのマナーといったらいいのでしょうか、そういうものがもう今、作られつつあるのかも分かりません。だけど、もともといた人たちからしたら、それはとても窮屈だと感じるという、そういうところもあるかもしれないですね。

特に、モッシュ、ダイブの話というのは、10回目ぐらいの授業で取

り上げようと思うのですが、巻き込まれたくなくても巻き込まれる可能性もあって、実はそれが、音楽のノリを生み出すところでもあったりすると保留付きで話をしておきます。本当は駄目ですよ。だから、欠かせないと思う人というのも結構な数でいらっしゃるわけですが、それがどういうふう整理されていくのか。ひょっとすると、モッシュやダイブというのは、過去の遺物になる可能性もゼロではないわけです。

角田 もともとライブハウスというのは、先ほども地下が多いということもありましたし、いわゆる言葉でいうと、アンダーグラウンド、アングラなもの、サブカルチャー、メインカルチャーではなくて、サブのほうだったので、結構やはり、人の上に乗ったり、普段できないようなことができる、要は目に見えない空間だったのですよね。

それが結構、やはり昨今そういうマニアックな人たちだけで楽しんでも、お金が回らなかったり、もっとメジャーにしていこうということで、結構ロックバンドなどがテレビに出たり、フェスに出たりすることによって、そういうアンダーだったカルチャーがオーバーになってしまったところにコロナが来たので、そこで難しくなったのかなと。

なので、もしかしたら、またアンダーに戻って、もう本当に好きな人たちだけがする、フェスなどではもうしないというような変化が起きるのかなと最近は思っています。

山崎 棲み分けがうまくいくと、モッシュ、ダイブでががんやっていきたいという人たちだけが集まるイベントというようなものができてくる可能性もゼロではない。

角田 そうですね。だから、その心構えでしようね。今日はそういう日だぞというのを認識して行くのか、知らずに行き、それが起きるのかというのと全然違うと思うので。

山崎 あと、GROWLYで行われたイベントをサブスクで配信するサービスというのも今やっておられるのですか。

角田 そうですね。それはコロナ禍で始めた試みなのですが、ライブ配信のアーカイブがたまってきたので、それをサブスク、月額でもらったら、見放題で視聴できますというサービスは、コロナ禍でやったサービスなのですが、僕はやはり、先ほど言ったように、現場主義なので、コロナ禍だけのものかなと思います。今後はやはりライブハウスに戻ってきてほしいなという思いがありますね。

山崎 そうですね。私自身も、生音がやはり一番自分の体に合います。ただ、今、私はまだ1歳児を育てていて、ライブに行くなんて、とてもじゃないけど無理で、どうしたものかなという時に、時々配信ライブを買って見えています。

配信ライブは何がいいかというと、最後まで見られるのです。終電を気にしなくていい。これはこれで、ひょっとしたら、アリなのかもしれません。でも、やはり実際、箱を運営しておられる方からすると、やはり来てほしいというところもあって、どうやって折り合いをつけていくのかというのは、これからオーディエンスにとっても大事な課題、音楽文化を支えていくのはオーディエンスですから、オーディエンスにとっても課題でもあるなと思います。

ライブの、最後の最後になって、ミュージシャンが泥酔し切って、も

うどうにもならないような状態というのは、終電を気にしている時は観られませんでした。だけど、どんどんお金を払って行って、払われた分だけ飲みますなどと言っている顛末の最後を見届けることができた時のあの感動は…。

角田 どんなライブを観てるんですか(笑)。そんなのあんまりないですよ。

山崎 (笑) そうですか。私が見ている限界がそういうものかもしれません。でも、最後まで見られたり、アフタートークの配信を見ながらでも参加できるというのは、これはこれでひとつ嬉しいなと思ったことがあります。

角田 そうですね。やはりライブハウスを運営していて、コロナになって、いろいろ考えるようにはなりました。ライブハウスってどういう場所なのかって、一番最初にあったと思いますが、僕は、一般的にはライブ、バンドを観たり、お酒を飲むというところが表面にありますけれども、根本は空間と時間を共有する場所だと思っています。

あるアーティストを好きな人たちが集って、そこにいるから、同じ空間にいるから、それこそモッシュ、ダイブもできるし、別にモッシュ、ダイブが全てではないですし、一緒に観るといっても含めて、思い出になりますし。

その空間を共有できないのが配信ライブだと思っていて、配信ライブは、唯一時間は共有できますよね。ちょっとしたタイムラグはあるかもしれませんが、今新曲をやっているのを家で観られる。僕が好きだったあの曲を、会場でもみんな一緒にやっているけれども、家でも同時に観られるという、時間の共有ができ

るという部分でいえば、配信ライブもありはありかなとは思いますが、空間はどうしても共有できないので、やはりライブハウスに来てほしいというのはありますね。

山崎

うまい具合にまとめていただいています。空間というキーワードが出てきたので、これから、ライブハウス、いわゆる音楽を中心として飲む空間はどういうふうになっていくのだろうかということについて考えていきたいと思っています。

私は当初、「ライブハウスと物語」と考えた時に、バンドがどんどん成長していく、あるいはバンドが力を付けていく中で、ある日突然解散してしまったり、活動を休止してしまうということもありますよね。だから、一瞬、一回一回のライブが本当にドラマで、彼らの紡ぎ出すドラマだと思っていましたが、角田さんとお話をしていく中で、ちょっとこれは変えたほうがいいなと思ったところがあります。

それが、1つはライブハウスという空間というのがキーワードになります。

先日あった、これはGROWLYさんのイベントですが、「ワルプルギスのマジックパーティー」というイベントです。ライブハウスって、音楽を聴きに行く空間だと思っていると、意外とそうではないよという、その1つとして、今日は(フライヤーを)持ってきたのですが、ちょっと見にくいので、ここを拡大します。

ライブペイントというのがあります。もう一つ、出店というのがありますね。つまりここに3つ、アーティスト、音楽をやりますという人たちが出ていますが、それ以外に、音楽以外に何かしらの出来事があるわけ

です。

どのような感じなのかというと、ライブペイントというのは、まさにライブでペイントします。その場で何もないキャンパスに絵を描いていくというもので、ここでは完成した絵はこういう絵らしいのですが、このミュージシャンたちの雰囲気と似たようなテイストの方がいらして、絵を描いているというものです。

いかにもという感じですね。これは、はるやみさんという方なのですが、はるやみさんとニンゲン界の姿さんとほか2人ということで、このフライヤーの世界観に沿った方たちが同じような趣旨で集まって、ペインティングしているわけです。

もっと言うと、「出店って何？」という話ですよ。これは調べてみると、雑貨屋さんです。雑貨屋さんのサイトから(写真を)お借りしてきたのですが、歯です。歯形を指輪にしたり、ピアスにしたり、アクセサリーにしたり、あるいは注射器など、結構中二病の空気むんむんのような感じのコンセプト的なアクセサリーや雑貨を作っている人がやってきていると。

これに加えて、たしかバーでは、このイベントの世界観に沿ったドリンクをお出ししますという、そういう感じのイベントでした。

つまり何か1つのコンセプトに基づいて、そこに同じような人たちが集まってくるという、そういう場、空間として成り立っているという、そのようなイベントでした。これはかなり異色なタイプですよ。

角田

これはだいたいぶディープですね。先ほど言ったように、一番上に「MonsterMusicaPresents」と買っているように、うちの主催ではなく

て、持ち込みイベント、主催者が組んだイベントで、かなりディープな感じですね。

それこそライブペイントに付け加えると、すみません、僕はこの日ちょっといなかったのですが、ライブペイントというのは、演奏中に同時にやります。ライブをしている横で、絵を描く人が一緒に、音楽やバンドにインスピレーションを受けながら描くという感じなので、それこそ本当にその空気感というのは、その場にいないと感じられないかなというものです。配信でそのライブの映像だけ、音だけを届けても、その空気感は伝わらないかなと。だから、とてもディープですね。これが、ザ・サブカルチャーだと思います。

**山崎** たぶんお客さんもこういうコンセプトに共感して、似たような、こういう感じのテイストの服装をされていたのではないかと予測するのですが、あるいは、この手のテイストが好きな人たちが集まっているから、ウェブで同好の士を集めるって、結構 Twitter やインスタで探すことは簡単ですけれども、こういうところに来ると、実際にいるので、仲間がいるというような、そんな気分になっていたのではないかと思います。

**角田** そうですね。もう一種のコミュニティですよ。全員が全員、仲がいいわけではないと思いますが、それを機会に友達になったり、カップルができたりということもあると思うので、そういうことこそオンラインでは起きづらいかなと思います。

**山崎** ですよ。だから、カップルができるほどディープな関係が結ばれることというのもそれほど多くはないと思いますが、でも、「独りじゃないぞ」という感じや、あるいは実際に

オフラインで出会って、それがオンラインで交友関係が継続するという。そういう今、私たちはどちらかというところ、オンラインでお友達になって、オフラインで会うという、そういう2段の流れを取ることがわりと多いかと思いますが、この逆というのもまたあるのかなと思われま。

**角田** その「独りじゃないぞ」というのは、とても重要なことだと思いますよ。これは心理学のような話になってくるとは思います、それこそ今マスクを外してOKなのに、みんなはしている。僕もしているほうですが、やはり周りの目って気になるわけですよ。自分がこのアーティストがとても好きだ、音楽が好きだ、見た目が好きだと思っても、それが自分だけとなると、ちょっと不安になりますよ。

でも、言うように、これほど好きな人がいるのだ、自分が推しているのは間違いではないのだということにもつながっていくので、やはりその「独りじゃない」というキーワードは大事かなと思います。

**山崎** そうですね。音楽の調査をする、好きなアーティストを答えてくださいという、対面で聞くと、大体ヒットチャートの10位ぐらいに上がってくる人たちの名前を言います。仲良くなってきて、個人的にインタビューを1時間ぐらいしていくと、とてもディープなものがポロポロ出てくるのです。

研究者たちは、音楽の好みって、実は公言していい趣味と公言してはいけない趣味と3種類ぐらいあるのではないかということも言ったりもして、なかなか表で言えないことというのは、その場に行くと、「独りじゃない」ということを実感でき

るといふ、そういう場として、ライブハウスのイベントというのがあるのではないかとも思います。

これはかなりディープなタイプだと角田さんはおっしゃっているのです、では、どのようなものがあるのかということを出していこうと思います。

そもそもライブハウスというのが出来事をプロデュースする場、出来事がある場所といわれているわけです。近年のGROWLYさんのすてきなフライヤーを見てみましょう。

その中には例えば、GROWLYの11周年記念で、5月6日の土曜日にあったイベントや、それから、降之鳥って、これは6月にあるイベントかな、そのようなものを見てみると、DJがクレジットされていたり、それからフードの出店というのが、出演者と同じようにクレジットされていますよね。フードの出店とはどういうことなのか、少しお話しただけませんか。

**角田** 先ほどからずっと飲食店と言っていますが、フードを常に用意しているライブハウスの中にはありますが、うちは用意してなくて、本当の軽食、スナック菓子と、あとはポップコーンなどがあるのですが、四角いライブハウスのところは、そういうフードを用意していないライブハウスがとても多いです。なので、外部から来てもらって、フード出店をしてもらう、その日限りのものを作ってもらったりして。だから、クレジットされているということは、それがあるから、お腹を空かせてきてくださいという事前の告知になるという形です。

**山崎** このフードの出店というのは、どのように人を呼んでこられるのですか。

**角田** それも、主催者だったり、ライブハウス主催だったら、ライブハウスからのつながりだったり、本当に人のつながりで呼んできています。

**山崎** なるほど。だから、例えば今日はこういうバンドが集まるから、では、例えばGROWLYさんが主催の場合だったら、今日はこのようなバンドが集まるから、この人に来てもらおうかなと、そういう形で声をかけられると。

**角田** そうです。やはり先ほど言ったDJなども含めて、出演者に親和性がある人を呼んだほうが、売れ行きや盛り上がりも変わってくるので、この出演者にフードを呼ぶなら、この人というような、それもアーティストを呼ぶのと同じようなブッキングをします。

**山崎** ありがとうございます。DJを呼ばれる場合、DJブースはどこにあるのですか。

**角田** DJブースは作ります。フロアの奥側にDJブースをセットして、やはりお客さんがライブへ行った時に、複数バンドが出る時に、聞いて暇ですよ。結構DJがいない時というのは、PAという音響のスタッフが、わりと適当にCDを再生していたりするのですが、それをDJが、このバンドとこのバンドの間だったら、こういうバンドなども聴いてみたら盛り上がるのではないかと、それこそ空間を演出してくれて、お酒を飲んで楽しくなりやすくなるし、次のバンドも楽しみが増えるという感じで、BGMを選んでくれるという感じですかね。

**山崎** その場の、もちろんその日集まっているアーティストがどういう人たちなのかということに加えて、お客さんの雰囲気などに都度つど合わせ



て流してくれる、そういうDJさん。  
角田 そうですね。こういうロックDJはやはり空気を読む仕事だと思いますので。いわゆるクラブでやっているDJとはまたちょっと違うとは思いますが。そうですね。本当に空気を読む仕事という感じですかね。

山崎 ありがとうございます。その場に行けば、それが面白いなと思いますよね。ただ、私たちは、ライブハウスに行くという時、何かイベントがあって、自分の好きなアーティストが出るから行くという、何か用事を済ませに行くような、そのように思いがちなのですが、よくよく見ていくと、いろいろなところにライブハウスの仕掛けというのがある、実は私が気付いていなかっただけなのではないのかなとも思うのですが、フード出店をクレジットされるようになったのはいつごろからですか。始まった当初からですか。

角田 最近では僕も意識的にフードを入れていきたいというのがあるので、増えたとは思いますが、フード自体は全然前から文化としてはあったと思います。クラブでもありますし。

山崎 何かお店が出しておられるという。

角田 …の、パターンもありますね。

山崎 そういうところが多いような気がします。

角田 だったり、個人的に料理がうまいから、やっている人などもありますし。

山崎 なるほど。最初に、劇場やホールと違いますというお話を角田さんがしてくださっていいました。あえて劇場やホールと違うというところで、なぜその差異化を図っていきたいのかということについて、最後話をしていこうと思うのですが、私も実は、劇場とホール、そして、ライブハウスやクラブというものの違

いって何なのかというのは、長年もややや抱えてきたものなのです。

というのも、私は劇団にいたことがあって、その劇団は野外演劇をやっている劇団でした。実際に更地のところに柱を立てるところからスタートして、劇場を造って、ちょっとした町のように造って、観客席を造り、ステージを造り、そして、お客さんたちが、芝居が終わった後に話せるような空間まで造るということをやっていた、そういうところなのです。

なぜわざわざ劇場を造るのかというと、それは自分たちなりの世界観を構築したかったからと言うことができるのですが、それだけではないですよ。

代表の人に率直に聞いたことがあるのです。飲食の場を提供するって、もうとても大変なのです。水道をたくさん引かなければならないし、それから、火回りのプロパンガスがいっぱい入りますので、とても危ないから、その辺の安全管理などもリスクが大きいし、それから、飲食の人たちって、どうしても油物の処理や、スパイスや、そういったものの処理が大変で、このようなことをなぜ毎回、毎年やっているのだろうかと思って、なぜあえて野外でやって、屋台村を建てるのですかと聞いたことがあったのです。そうしたら、「いや、でもさ、芝居を観ながら酒が飲めたら、こんなにおもしろくないやん」と言うわけです。その芝居の世界観に合った飲食物が出て、それを食べながら、芝居を観る。それも90分間ぐらい見るわけですね。「それって、やっぱりぜいたく、ええ体験やと思わへんか」と言われて、確かにそうだなと思った経験がありま

す。

なぜならば、劇場やホールって、飲食禁止なのです。映画館は若干ハードルが低くなりますけれども、それでも、食べられるものって、ポップコーンなど、こぼしても大丈夫なものに限られてきますから、なかなか、いわゆる食事ということは難しい。だけれども、自分たちで劇場を建ててしまって、その芝居がはねた後に食べてねという感じでやると、そこが一直線につながるし、何なら物によっては、持って入っていいよと言うと、もっとお客さんがリラックスできるということで、そういうことをやっていた劇団があります。今はどうかちょっと分からないですけども。

ライブハウス、音楽を楽しむ空間として、もともとはスタートしているところがあると思いますが、では、これからどうなるのかというと、角田さんのお話を聞いていると、生演奏が核にあって、そこで食事であったり、あるいは飲みであったりという飲食に加えて、VJが入れば、映像というのものもあるだろうし、あるいは先ほどお見せしたライブペインティングというのものひとつの在り方ですし、それから、バンドのグッズの販売のようなものもありますけれども、そうではない販売というものにも開かれていくのではなかろうかと思えます。

ということは、音楽を中心とした複合的なエンターテインメントの空間というの難しいかも分かりませんが、そこに行ったら、何かがあるという、そういう場所へと、そういう色を強くしていくのではないかなと思われま。

今後、例えば、このようなことを

やってみたいなど、そのようなことがもしあれば。

**角田** それはライブハウスでということですか。

**山崎** そうですね。ライブハウスで。

**角田** ライブハウスで…やはりコロナ禍でかなりいろいろなものが厳しくなっていて、正直、僕は100%戻らないと思っているので、いろいろなことをやっていかなければいけないと思っています。

対策としては、フードやDJを入れるということで、ディープなものをよりディープにして、本当に演奏を聴きに行くだけだったのが、ご飯も食べて、お酒も飲んで、音楽を聴きながら、もう一杯飲みたくなったというような、数字の話でいうと、客単価を上げるようなことを考えていかなければいけないなという時代になってきているかなと思えます。

やはりオーディエンスも、あとバンドもとても減りましたし、正直この3年間で初めてライブハウスに行ったオーディエンス、あと、ライブを始めたアーティストは、コロナ前の常識とだいぶ変わってきてしまっていて、コロナ前はこうだったというのが、本当に昔話のようになってしまう、老害のようになってしまうので、かなり常識が変わったという認識をしていかなければいけないなど、こちら側は思っています。

**山崎** なるほど。もともとライブを楽しむということ自体が大人の文化になりつつあるのかなというのは、コロナの前ぐらいから、例えばフェスに行くと、大学生に出会うフェスと、全然出会わないフェスというののははっきりしているなどというような印象を持ったあたりから、少しずつあったのですが、このコロナで決定的に

なったなという感じがあります。

あとは、どうでしょう。角田さんが今いろいろ手がけておられる音楽を中心とした、いろいろなお仕事の中でこのようなことをやってみたいなど、そのようなことはありますか。

**角田** YouTube、それこそ休んでいましたが、YouTube でやりたかったことがずっとあって、それが海外のライブハウスの裏側を僕も見てみたいですし、日本に伝えたいなというのがあって。よく聞きますよね。例えば、外国の方はとてもお酒を飲むので、チケット代はなしでも、とても売り上げが上がって、ノルマのようなものなくて、アーティストに、今日出てくれたから、これだけお酒が売れたから、ギャラを払うよというような世界があったり、それこそドラムセットなどが置いてあるのは、日本のライブハウスの文化であって、海外ではドラムセットや何なら音響なども全て持ち込みでやらなければいけないという話も聞くので、それは本当なのかということなどを、実際、今はもう海外に行きやすくなってきたので、行って、取材して伝えたいというのは思っています。

**山崎** それは面白い。本当にお酒と音楽が一心同体のような感じで、私も海外の音楽文化って、それほど数は知りませんが、感じていて、日本は割とみんな集中して音楽を聴いていますよね。

**角田** そうですね。あと、日本人がやはりお酒をあまり飲まないといわれますしね。それこそ最近の若い子はお酒を飲まない人も多くなってきているので、結構ライブハウスの収入の核となるのは、チケット代もそうでしたけれども、お酒も多かったのも、そこが世代的に若いところだと売り

上げが上がりにくいから、自然とお酒をいっぱい飲む人たちを呼ぶというようになってくるかなという感じはあります。

**山崎** お酒ではないところで収入を得ようというのはちょっと難しいのですかね。

**角田** 難しいのではないですかね。

**山崎** すみません。全然知らないままにお酒が駄目なら、何かほかのものって、素人的に発想したのですが。

**角田** それのひとつがフードだと思います。やはりお腹はみんな減るので。外部から呼ぶ場合は多分その外部の人がお金に関係していると思いますが、ライブハウスでもフードを常設したほうがいいのではないかなと思います。

**山崎** 「ここに行ったら、こういうのがある」というような、そういうキャラ付けのようなものがあると、それはそれでまた楽しいかもしれないですね。

**角田** そうですね。

**山崎** なるほど。ありがとうございます。GROWLY さんのフライヤーは本当にきれいで、サイトにぜひ皆さん行ってほしいと思います。京都 GROWLY という言葉で、片仮名で大丈夫です。探すと、GROWLY さんのサイトに飛んでいけますので、それで見てもらっても、本当に美しいフライヤーが見られます。

(スクリーンに) 2枚フライヤーを出していますが、左側が、今度6月にあるイベントです。右側は、もう終わってしまったものなのですが、GROWLY は今年で11周年なので、たくさんスペシャルなイベントがあったのですよね。それの中の1つです。京都のバンドがたくさん出ていますよね。

角田 九州のバンドも。上2つは九州です。  
山崎 そうなのですか。この2つ。ここにフードということで出ています。こちらもフードが大きな文字でクレジットされていて、フードもアーティストの1つですよというメッセージとして読み取ることも可能です。

それでは、ちょっと時間が押してしまいました。何か角田さんに聞いてみたいということがあれば、皆さんお送りください。

今、口頭で聞いてみたいという人がいれば、挙手していただけたら、マイクを持ったスタッフが走ってまいります。何かないですか。

角田さん、いろいろネタがあり過ぎて、今回本当にその一部しか皆さんにお伝えできないのですが、なぜこのようにたくさんのお仕事ができるのですか、どうやって起業されたのですかなど、そういうことでも気軽に答えてくださるのではないかと思います。どうでしょう。

平尾和之（臨床物語学センター長）

すみません、学生ではなくて、教員ですが、平尾です。

角田 ありがとうございます。

平尾 今日はありがとうございます。

角田 ありがとうございます。

平尾 本当にエネルギーで、ちょっと尖った感じの話で、とても刺激になりました。聞いていて、こちらがどきどきしてくる、まさにライブな感じでしたし、それから、山崎先生ととてもテンポのいい掛け合いもまさにトークセッションという感じで、舞台上でライブをしているようで、こちらも巻き込まれて、ダイブされたらどうしようという感じでした。

僕は今、名前だけ軽音顧問なのですが、軽音の学生たちもきつといつもお世話になっていると思います

し、それから、HITOKOTOって、実は僕のゼミ生が3人いるというので、とても今日取り上げてもらって、うれしかったです。

ちょっと時間があまりないので、聞きたいことを聞くのですが、やはりその空間と時間を共有して、その場に行って、いろいろな人がそこへ集まって、今日は「物語が生まれる場としての」とあるのですが、やはりそこでいろいろな刺激を受け合ったり、インタラクションが起きて、何か新しいものが生まれる。

特に大きな箱ではなくて、顔が見える場で、アンダーグラウンドで、そういうところでこそ、新しい文化や新しいものが生まれるという予感がこちらもあったりするのですが、角田さんが今までされていて、これはGROWLYで生まれた新しいものだというような、何かそういうものがあれば、ちょっと聞きたいなと思ったのですが。

角田

とても期待外れな答えですが、あまり生まれませんね。出会いは生まれると思います。例えば仲良かったバンドが解散して、2つ解散したから、こことここでもう一回やろうだったり、GROWLYで出会ったから、ツーマンツアーを全国で一緒にやろうだったり、そういう出会いはあると思いますが、結構ライブハウス、僕が知っているライブハウスですよ。やはりライブハウスと一言でいっても、例えばジャズセッションが行われているようなところなど、いろいろありますし。

僕が思うライブハウスでは、結構できものを演奏するものですし、先ほどのライブペイントの方たちも、生演奏に合わせて絵は描きますけれども、多分ある程度のものは頭の

中で考えてやってきていると思うので、なかなかそこで新しいものが生まれるというのはないかなと思います。少ないかなと。

出会いのタイミングは何回も見てきました。有名なアーティストが、全然お客さんがいない時から来ていて、気付いたらテレビに出ているというようなこともありますし、そこで、レーベルの人と出会ったというのがありますし、出会いはあると思いますが、なかなか、その場で何かが生まれるというのは、セッションバーなどのほうが多いかもしれないですね。

平尾　でも、そこから芽生えて、いろいろと新しいものが多分、その後出来上がっていったりすることはあるのでしょうかね。角田さんって、最初ちょっとだけ写真が写っていましたが、自分でもドラムをされるのですか。

角田　そうですね。もともと、十何年は言い過ぎかな。もともとはバンドマンとして、この業界に入ってという感じですね。

平尾　なるほど。プレーヤーからこういういろいろなものを仕掛けて、いろいろなそういうステージというか、場をつくるという、そこの喜びって、最後に一言聞きたい感じなのですが。

角田　僕は、プレーヤーとして始めたのですが、プレーするよりは、マネジメントのほうが得意だったので、結構最近までやってはいましたが、どちらかという、裏方のほうが合うなと思って、やってきました。

平尾　分かりました。ありがとうございます。

角田　ありがとうございます。

山崎　ほかはいかがでしょうか。新しい

流れというのをとても角田さん自身が意識しておられて、そういう点で見ると、自分のやってきたことの中ではそういうのはないって、とても厳しい評価だなと感じました。感想です。

角田　そのニュアンスがちょっと難しいですけども。僕自身は、やはり誰もやっていないことをやりたいというのが常にあったので、YouTubeなども、コロナ前からやっていましたし、先ほど言った海外のことを伝えたいというのも、誰もやっていないので、やりたいのですが、ライブハウスはやはりそのアーティストを見に来るし、「今日誰がやってんのやろ」といって来る人というのは少ないので、やはりホームページを見てくる人が多いので、なかなか偶然の産物が生まれるということは少ないですね。

山崎　なるほど。情報の取り方自体が、自分の興味のあるものを引っ張ってくる時代になってきていて、たまたまあるものをそのまま受け止めるということ、生理的に受け付けなくなっている、そのような時代でもあるので、偶然の出会いというのがあるといいなと祈るけれども、でも、かなり実現が難しいものかもしれませんね。

時間がもうかなりいいところまで来てしまいましたので、京都 GROWLY、もう一回宣伝しておきますと、「京都 GROWLY」で探していただきますと、すぐに Google のトップで上がってきます。

常に1週間に何回かはライブがかかっていますので、もし興味のある方はこちらに行ってみてください。大体、相当大きいイベントでない限りは、2,000円、3,000円ぐらいで一

晩楽しめるかなという感じです。

あと、音楽イベントや音楽業界、あるいはエンターテインメント業界に興味があるという方であれば、「ライブハウスの裏側チャンネル」、角田さんのチャンネルですけれども、YouTube にあります。そこにいろいろと運営されている側の話というのがたくさん上がっていますから、そちらを見てみるというのも、とても勉強になるのではないかなと思います。

それでは、もうぎりぎりになってしまいましたけれども、角田さん、今日はお忙しいところ、ありがとうございました。

角田　こちらこそありがとうございました。

山崎　皆さん、お礼、大きく声は出せませんから、拍手をお願いします。(拍手)

角田　ありがとうございました。