

ZONING

NOVEMBER 2001

VOL.
ZONING
INFORMATION NEWS

23

禁無断複写転載 ©2001.A.C.P.C.



PHOTO:KENJI KURO



PHOTO:NAOMI HARADA

今年の夏、ロック・イベントはひとつのピークを迎えた。“RISING SUN”や“SUMMER SONIC”などはすっかり定着した感があるし、“ロックロックこんにちは!!”など、手作り感あふれるイベン

ル型のイベントが、夏の楽しみのひとつに新しく加わったのだ。そして、そうしたムーブメントをリードしているのは、やはり“FUJI ROCK FESTIVAL”だろう。

今年もこのイベント

に行ってみて、ますます雰囲気が良くなっていることを感じ、さらに進化しているのに気付いて驚いたのだった。

会場に入ってすぐの広場には、食べ物や飲

大きな役割を果たし、会場内には携帯電話の充電サービスを行っているテントもあった。ライブがひとつ終わるたびに、観客が一斉に使うのか、携帯が繋がりにくくなることもあったが、仕方ない。それよりも、イベント全体の様子が把握しやすいように工夫されていて、快適だった。もちろんニール・ヤングを始めとする内容の充実も、特筆に値する。

第1回目には天候のトラブルによってキャンセルの日が出た。2回目は富士から東京に場所を移し、ひとつの形を提示した。そして苗場に場所を移して、充実した歴史を刻んでいる。昨年、札幌で行われた“MIX2000”というイベ

topic 2001 野外イベント～夏の足跡

トもしっかりと回を重ねている。主催者達の熱意も申し分ない。オーディエンスは成熟しきったとは言わないが、年を追うごとにイベントの楽しみ方が上手になってきた。

特に野外でのオムニバス形式のイベントが盛り上がりを見せている。それも、80年代のビッグ・スポンサーを付けた人気者主義のイベントではなく、キャンプサイトを用意したサバイバ

み物を売る店がたくさん並んでいる。おそらく店の数は去年よりも多く、内容も充実している。

それらは出来合いの屋台ではなく、タイ風ラーメンや焼き込み御飯など個性的な商品を提供している。また店の前にサウンドシステムを置いて大音量で鳴らし、DJプレイを行っていたりする。会場内のライブ・ステージばかりでなく、文字通りどこにいても、何時までも音楽を楽しめるエリアになっている。ふと見ると、

昨年出演して注目を集めたミッシェル・ガン・エレファントのメンバーがオープ・ン・バーで酒を売っていたりして、嬉しい気分になる。

イベントの前後には、コミュニケーション・ツールとしてインターネットが



PHOTO:NAOMI HARADA

ントで、FUJI ROCK の日高氏と、FM802 の古賀氏とともに野外イベントについてのパネル・ディスカッションに参加させてもらったが、そのとき日高氏が「予定調和になってしまふのなら、自分自身の手で FUJI ROCK のライバル・イベントを作る」と断言されていた。それは“馴れ合い”がイベントの質を落とし、ひいては事故にもつながりかねないという、氏の優しさから出た言葉だと改めて思うのである。

文:平山・ヤング・雄一

※ 写真は8月17日・18日に開催された“RISING SUN ROCK FESTIVAL”より



PHOTO:NAOMI HARADA

僕はイベントナーという仕事をしているつもりはないんです。—— 永田氏

山本：最近ACPCは、決着をつけなければならないことが多いんです。『イベントナー』と『プロモーター』という呼ばれ方も、一度テーマにしたかったことなんです。名は体を表すと言いますが、呼ばれ方も大事ではないかと思うんですけど。

中西：別に『イベントナー』という呼ばれ方を卑下するわけじゃないけど、「士農工商イベントナー」と言わされた時代があるという、その辺に根っこがあるような気がするんですよ。

山中：そんなに違うのかな？ こだわる必然性があるんだろうか。

永田：時代的なことがあるんでしょう。フォーク系の時代はイベントナーが興行師ですよね。興行師と差別化するために『イベントナー』という言葉ができるんじゃないかなと思うんですよね。

今時、英語にないような言葉で職業を表現したくないじゃないですか。僕はイベントナーという仕事をしているつもりはないんです。

中西：う～ん、じゃあ“イベントナー抹消キャンペーン”をって、つい言ってしまうじゃないですか。でも、ただ僕は

部でしかないような気がする。売ったらプロダクションの人とかレコード会社の一部の人とか。あとは以下同文みたいなところの風潮があるじゃないですか。

永田：そうですね。

中西：プロモーション自体は販売促進とか宣伝とか。でも、言葉尻の区別ではなくて、本当にそれをやっているのかという問題ってあるでしょ。プロモーターと名乗る以上はこうだ！みたいな定義付けの時代だという感じはありますけど。

永田：イベントナーだったら興行師の方がいいんですよ。

山中：博打っぽいね。

中西：博打は人生だけでいいんですけどね（笑）。

山中：ネガティブに考え過ぎかもしれないけれど、ケリをつけるべき言葉ではあるかもしないですね。でも、名前を付ける以上、それに見合った仕事をして欲しいということを前提に考えれば、改めてプロモーターとは何ぞや？

永田：そういう意識付けの仕方が一番望ましいですね。

山中：コンサートだけを変えるというのではなくて、業界全体が呼び方をもう1回見直そうよみたいにしないと、僕らも変わらないですよね。

永田：あと、アーティストもおかしいですよね。本来はミュージシャンですよね。

山中：個人商店だということを前提にしても、マネジメントが何をすべきかって時に、その正しいネーミングみたいなことを考えていかないと。付き人という言葉に対して、マネージャーとの違いって何だよみたいなことを詰めていくと、実はそこの「う～ん」ということになるんじゃないのかな。

中西：僕は社長とは呼ばせないです。個人名で仕事をしていくようなスタイルにしないと。社長の名刺を出したら態度が変わるみたいな…。（山中氏を指して）こんな金髪だって、社長の名刺を出せば…。

山中：変わらないよ。

中西：それは失礼だな。でも、日本ってそういうところあるじゃないですか。構造改革が必要ですよね。

山中：精神構造のね。

中西：そうそう。

山中：でも、業界も夢が無くなりつつあるみたいな。ミュージシャン自体にも夢が持てないのかもしれない、マネージャーも然りでね。コンサートをやっていれば時間もハードだし、業界で働きたい若い人がいっぱいいるかどうか疑問ですね。

永田：もたないってことでしょうね、お金の前に。

中西：魅力がないんでしょうかね、仕事がね。システムができ過ぎたんですよ。意外に僕らシステムを作ってし

『プロモーター』と『イベントナー』

『コンサート・プロモーター』と『イベントナー』。呼称をハッキリさせようという趣旨から企画されたこの座談会。話は業務内容から個人への意識付け、さらにはコンサート業界にとどまらず、音楽業界全体にまで発展。お三方によって語られた業界に対する提言を紙面上で展開します。

座談会

●ディスクガレージ 中西氏

●ワイエスコーポレーション 山中氏

ナビゲーター●ホットスタッフプロモーション 永田氏

聞き手●ACPC 事務局 山本氏

中西：タレントも変でしょう。才能ですから。

山中：この業界って、結構変な言葉が勝手に歩いているんじゃないですかね。

中西：良い機会だから、そういう定義付けもどうですか、音制連的にも。

山中：まあ、アーティストと自称するかどうかは、その人の問題だからどうでもいいとして。やっぱり意識付けの問題があつてのネーミングだということでしょう。例えば、あるミュージシャンがプロデューサーと名乗りたいなら、そのプロモーション行為とか金銭面も含めて管理しているかどうかでプロデューサー論を語るべきだと思う。A&Rだったら、社内の少なくとも営業行為に至ることまでを含めて、そのイニシャル付けからマーケティングから社内行政まで含めてやっているからA&Rだって言い切れるかどうかでしょ。

中西：最近、CEOとかCOOという言葉が定着しつつありますよね。その是非論は置いておいて、僕は評価しているんです。社長というより、経営の責任者が誰なのかを明確にしたと思う。日本は名前で呼ばずに役職で呼ぶんですもの。

永田：「部長さん」とかね、変ですよ。

中西：だから、飲みに行って「社長さん」って呼ばれて振り返っちゃう。やばいですよ。振り返ってる自分が恥ずかしいですもん。

またから、部門を任せられてもつまらないんですね。

プロモーターと言い切れる自信を持たないと。

中西氏

山中：例えば、コンサートを制作している人って、何で呼ばれているんですか？

中西：制作会社…。

永田：ブッキング・エージェンシーかな。今は言わないです。アメリカではエージェントかな。日本の業界ではないですよね。

山中：このアーティストを、こういう会場で、こういう見せ方をしたらこんな風に売れました、みたいなコンサートのプロとして客観視もできるような人って最近います？

中西：売りにしている人はいないですね。

山中：今って、新しいバイがどんどん増えていく感じがあるでしょ。i-modeみたいにメディア上で何かと組んだりね。そうすると、コンサートをベースにして何を売りますかみたいな。プロモーターは自立するという言葉を超えて、さらに新しい言葉があって、それを実行する人が出てこないとつらいんじゃないかなって。事務所も然りなんですね。

中西：それをぶち壊すくらいの何かが欲しいってことですよね、今の既成概念を。

良い悪いじゃなくて、プライドを持ってきっちり仕事をしますという宣言も含めてコンサート・プロモーターと言い切りたいんです。だから僕ら自身の問題なんんですけど。山中：『イベントナー』と『プロモーター』の違いを強いて言うならば、この時代にあってはプロモーション力も含めて、何かアイデアが出てくるようなコンサート・プロモーターでないと困っちゃうということかな。

中西：『イベントナー』は受身で、『プロモーター』はポジティブという感じがありますよね。

永田：攻めてるという感じがあるね、確かに。

中西：プランニングして、プロモーションやって、やっと満員になって。「PASS10枚足りないんだけど、今日のイベントナー仕切り悪いね」って言われちゃう時の傷つき度合いって結構でかいんですよね。

山中：ちょっと過敏な部分もあるでしょう。

中西：過敏になってますよね。

山中：でも、「マネージャーがさあ」っていう言葉もあまり地位が高くなさそうな感じに伝わってしまう。

中西：音楽業界というところは、リスペクトする人が一

山中：そうそう。でも、このご時世で言うと、演出家に近いプロモーターとか、独自流通を考えるようなプロモーターとか、セールスまでのプランニングができるプロモーターとか。

永田：それは本当のプロモーターですよね。

山中：こういう意識って下の世代に伝わらないのかな？ 何をすべきかみたいなことが先行しないといけない気がしません？ そこから生まれてくるプライドみたいなことを一個一個詰めていくと、何かが変わるかもしれない。

山中：でも、おかしな言葉っていっぱい出てくるけど、仕事 자체がおかしいから、そこから変えましょうよ。

永田：プライドを持って。

山中：例えば、打ち上げを仕切ってくれなくて結構ですってところから始めるとかさ。

中西：言って下さいよ、みんなに。打ち上げ命みたいな人がまだいるんですから。

永田：いますよねえ。

中西：コンサートが終わった後で、打ち上げ会場探すのにみんなが大変なことになっていると、もう非生産的みたいな。

永田：ゾッとしてますね。

山中：新人の頃から仕切ってもらっていて麻痺するでしょ、慣れちゃって。で、そのお金を事務所が持つこと自体だって慣習化したら変な宴会じゃない。赤字なのに…。

中西：他の企業がいろんな場面でリストラしているのに、音楽業界だけ変わらないですよね。無駄なお金が多すぎるんですよ、きっと。

山中：だからコンサートの中におけるビジネスをもう1回見直さなければいけないと思う。新人は売れない、中堅は辛いという時代になって、でもコンサートはなくならないって言葉じゃ言うけど、絶やすことになるっていうようなことを今はやっているでしょ。そこら辺がすごく肝になるんじゃないかな。

中西：プロモーターと言い切れる自信を持たないと。

永田：花のある業界なんんですけどね。

山中：花があって夢がないと。

中西：永田さんには昔から憧れましたから。格好良かったもんなあ（微笑）。

永田：何をおっしゃる…。

中西：とはいえる、環境整備をもう1回考へないとなあ。山中：意識の問題だけね。さっきの打ち上げの話もしも、花を贈ることも、舞台美術のこと、名義主催のこと、いろんなことをもう1回見直すことをしないと。無駄は無駄で横行している感じがしますよね。だから無駄を省くとか、残すべきところは残してとかね。どういう相手にチケットを売っていくのか、そのために宣伝行為としてどんなことを興していくのか。そんな発信者であって欲しいんだよね。

山本：「システム」と「慣習」という相反するような言葉が並立している業界。これって面白いテーマですよね。

僕らの下の世代が語り合ってくれないといけないよね。——山中氏

山中：これ1回、音制連の広報と共同企画でやらない？ 「名前に負けない仕事」みたいなさ。

山本：「in the city」という機会でも。

永田：もう少し噛み砕いてね。

山中：で、それを若い奴に聞いてもらいたいよね。もっと若い人に興味を持って欲しいんだけど、僕らの業界は時間的余裕がないのか、精神的余裕がないのか。

中西：そういう環境作りを僕らもやってあげていなさいっていう問題ですね。

山中：「サウスバイサウス」にしても、共同企画にして渡航費安くして、行かせるのは社長でしょ。当然何を学ぶべきかっていう考えに至るでしょ。すると、ウチの会社アメリカに進出しないもんってところで遮断してしまう可能性もあるし。

中西：ウチは参加レポートをメールで全部回したんですけど、結構面白かったですよ。普通の女の子の目線が面白いですね。やっぱり何でも感動できるじゃないですか。僕らはちょっと感動できなくなっていると思うんですよ、いろんなことに。

山中：そうねえ、やっぱり夢に燃えててさ、これやったらすごいぞとか、威張っちゃおうとか、そういう次元でもう1回モチベーションを持ち直さないと。上の人がヒーヒー言ってたらしゃあないと思うんだけど。

中西：同じく。

山中：だから、モチベーションを変えようっていうことのネーミング。何と呼ばれたいみたいなことまで含めて議論すると、結構面白いんじゃない。

中西：面白いですね。

山中：僕は優秀なマネージャーになりたい、優秀なプロモーター、A&R。ちゃんと理解できるような道を引いてあげて、語らせたいね。ハッタリりますよな若い奴いないかな。

永田：若い奴というのはいくつを指すですか？

中西：せめて35歳くらいでしょ。だって僕ら世代の一回り下って32、3でしょ。その世代が僕ら一回り上の世代に憧れるタイプじゃないですか。

永田：僕ら憧れられているんですかね？

中西：いや、全然ないです。

山中：あんな人になりたくないって。

中西：何が楽しいんだろうって。いつも苦しそうに仕事してんなとか。

山中：いや、でも、そういう意味じゃ遊びが見えるタイプはいいよね。そういう人が結構多いじゃないですか。

山本：皆さんはどうですか？

中西：まあ、マジかもしない。

永田：遊びが見えますもんね。

中西：いわゆる抜きどころがあるじゃないですか。

山中：プライドの問題でしょ。やることやっているんだから当たり前だろうって、一言で言えたから遊べたわけでしょう、かつては。

中西：で、夜もやることやってましたからねえ、永田さんは。

永田：いえいえ、とんでもない。



山中：やることやっていない人が遊んで、そんな場合じゃないんだろうと思ってしまう。でもそれが、スターブロデューサーだったら当たり前でしょ。すごく簡単な話でさ。そういうスターが存在していない時代でしょ。

中西：この業界は歴史が浅いから、結局、世代交代していないじゃないですか。

永田：で、先輩たちがみんな元気ですよね。

中西：元気ですよ。

山中：ということは、僕らの世代がもう1回、派手に遊んでいるフリをしてでもいいから、人を引っ張らなきゃいけない。

中西：たぶん、夢を与えなければいけないんでしょう、もう1回。

山中：何か業種を作っていく。それぐらいでないと変えられないんじゃないかな。サラリーマン化していく人たちの仕事を奪ってでも、こちらで権利に変えていくようなことをしなければダメだね。

中西：昔の井上さん（前サンデーフォーク・プロモーション代表・故人）のスタイルに賛同が多いのも、格好良いとか、いろんな意味でそこまでいったんだという人が、僕らの中から出てこないとダメですよ。コートを肩にかけて、サングラスして、かわいいお姉ちゃん連れて、コンサート会場に現れて、ああ後でエッチするんだって思いながらも、でもしょうがないなと思わせる感じ。ああなれたらしいな…僕は思わないけど、あれはあれで。

山中：してんじゃん、もう。

中西：してないですよ！ ファッションじゃないですか、やっぱり。根がマジメなんだろうな。

永田：誰ですか？

中西：いやいや…。

永田：大きな間違いですよ（笑）。

山中：でもホント、僕らの下の世代が語り合ってくれないといけないよね。

永田：横のつながりがないですよね、あんまり。

山中：昔みたいに無駄な遊びをしてないからさ。知り合はない、接点ない。

中西：とにかく夜飲まないんですよ、ビックリするくらい。

山中：これはね、やっぱりコンサートを作る本当の現場同士がもっと語り合って、新しいアイデアを生んで、それで勝ち組みになるかならないかってところでしょ。

中西：ここで話しても変わらないですね。

永田：変わらないですね。

山中：っていう議論だよね。

中西：お疲れ様、飲みに行きますか？

■委嘱理事インタビュー

渡辺真理

インタビュー 山本幸治(ACPC)



渡辺:偏見から自由であるという意味で、建築家は全てに対して「素人」でないといけないと考えています。その素人が、ある時は美術館を設計しなければならないし、ある時はコンサート・ホールだったり、集合住宅だったりする。一回一回テーマごとに集中的な勉強をしていかないといけないところがある。ですから建築家という職能には雑学の大家みたいな要素があります。建築の分野には大規模な組織型事務所と小さなアトリエ型の事務所がありますが、僕のようなアトリエ型の事務所は一種の「サーフィン」をしているようなもので、人々と押し寄せる波の合間に波から波へとキリモミ状態でサーフボードに乗っていくような状況が日常的です。もしかするとそういうところは音楽ビジネスと似ているかもしれません。

僕は、以前、建築家の磯崎新さんのところで働いていました。磯崎さんの設計事務所もアトリエ型の典型的ですから、僕も、まあ磯崎さんの鞄を持ちから始めたわけです。磯崎さんのアトリエで担当した仕事の一つがバラディアムで、それは、ニューヨークの14丁目にある、巨大な、5,000人くらい入る元のオペラハウスの内部をクラブとして改造したものです。バラディアムは単なるディスコティックじゃなくてライブもやります。当然コンテンポラリー・ポップ・ミュージックの場所になるから、そういうところにも非常に興味を持ちました。ニューヨークという都市でバラディアムみたいなアートと音楽

と社交界が一緒になってものすごい熱気がある場所を設計できたのは得がたい経験だったと思います。

ニューヨークはレストラン・シティーって言われるけれど、食事してからクラブに行ったり、食事の前に美術館やギャラリーのオープニングに行ったりして、その基本は社交なんですね。人と知り合う、付き合う、新しい人とドンドン知り合っていこうというモチベーションがある。それを突き詰めるとコミュニケーションということになっていくのだけれど、美術も音楽もコミュニケーションの媒体として、人を結びつける力を持っていて。建築の役目というのはそれをどうやって「覆っていく」かなんんですけど、その辺がなかなか難しい。あくまで建築は背景であるわけだけれど単なる背景でもいけない。美術館の場合では、建築がある程度作家や来館者を刺激するような建物である必要があるし、コンサートホールでも観客だけでなく、そこに出演するアーティスト(ミュージシャンの意味でのアーティストですけど)にもあそこはいいと思わせる何かが必要です。ホールのプロポーション、座席数、客席からステージまでの距離というのも一つあるけど、それだけでは全部ではない。建築のデザインがそれを統合しなくてはいけない。でも音楽ホールの場合でも、あまりに建築デザインが「喋り過ぎる」と、うっとおしい。下手なデザインがなされているよりは、それこそ今回僕の学生たちがアンケート調査(※)で調べて分析しているみたいに、例えばトイレの便器数とその男女比をもっと検討して、そういう数字をしっかり押さえるというような地道な調査は不可欠で、その結果は使いやすいホールに直結する。でもそういうことを「素人」の建築家がにわか勉強で調べるのは到底無理だから、まさに大学の研究室が調べてそれを新しいルールにしていく必要がある。僕たちも今回の調査の結果を何かそういう形で報告していきたいと思っています。

ある時知人から現代音楽のコンサート・チケットを貰ったので、銀座のヤマハホールというクラシック系の小さなホールに行ったんですよ。その時にバイオリニストが出てきて、弾き出したらこれがすごくうまいわけ。コンテンポラリー・ミュージックはうっかりすると退屈なばかりで忍耐力のテストになるのですけれど、彼の演奏には感動しました。後で聞いたらギドン・クレマー

ルという有名なバイオリニストだったんですけど、知らない人が行っても感動させる力を本当の名人は持っていると思いました。予期しなくてすごくいい人に会ったりするという楽しみは、コンサートも

バラディアム(ニューヨーク)／撮影:古館克明
そうだし展覧会もそう。そういうところは全てのアートに共通するところだと思うんですね。

(※)現在、渡辺理事の協力のもと法政大学工学部と共に、全国のコンサート・ホール及びライブハウスに施設調査アンケートを実施中。

●経歴

1950年	群馬県前橋市に生まれる
1973年	京都大学工学部建築学科卒業
1974~75年	ウェネツィア建築大学に留学
1977年	京都大学工学部大学院修士課程修了
1979年	ハーバード大学デザイン学部大学院修士課程修了
1979~80年	ケンブリッジ・セブン・アソシエーツ(米国)に勤務 携わった作品 Forest Hills Station(基本設計) IBM Glendale(基本設計) New England Aquarium(プラザ設計)など
1981年	磯崎新アトリエに勤務 携わった作品 ロサンゼルス現代美術館(ロサンゼルス/1985) バラディアム(ニューヨーク/1986) ディズニー本社ビル(オーランド/1991) ブルックリン美術館(ニューヨーク/1993) 設計組織ADHを設立
1987年	デキサス大学建築学部客員教授、
1994年	早稲田大学理工学部非常勤講師など 設計組織ADH代表 法政大学工学部建築学科教授 全国コンサートアーティスト事業者協会理事
現在	

●作品の受賞

1991年	商環境デザイン賞奨励賞(オモ・ノーマ・カミリ)
1993年	中部建築賞(RFヤマカワ・アネックス)
1993年	商環境デザイン賞(RFヤマカワ・アネックス)
1994年	ごすつーム設計競技入選
1995年	ハウジング・アンド・コミュニティ財団若手デザイナー助成受賞
1995年	前橋市千代田町第一種市街地再開発事業設計競技一等当選
1995年	但馬ドーム設計競技入選
1996年	花王芸術文化財団研究助成
1996年	SDレビュー入選(タウンセンターH)
1999年	商環境デザイン賞優秀賞(フォーリオSC板倉)
1999年	江東区東雲地区開発事業E街区設計プロポーザル選定
2000年	JIA日本建築家協会新人賞(NT)
2000年	神奈川建築コンクール優秀賞(SK)
2001年	日本建築学会作品選奨(NT)

第3回 還付金報告

合計金額: ¥7,176,355

対象公演: 平成13年4月~6月開催公演
(平成13年3月~平成13年5月申請公演)

参加会員数: 参加会員数: 40社(正会員)

from A.C.P.C

ACPC正会員のウエスが、12月17日札幌市にイベントスペース「KRAPSHALL」をオープンします。

イベントスペース **KRAPSHALL** 〒064-0804 札幌市中央区南4条西6丁目5「タイムズステーション札幌」1F
(TEL) 011-518-5522 (FAX) 011-518-5533 (URL) <http://krap.wess.co.jp>

※「ZONING」では会員の皆様の最新情報を随時募集しております。お問い合わせ 03-3445-8720(ACPC事務局)

著作権使用料は、新しい音楽の創造と音楽文化の発展を支えています。



未来に響かせます。

(社)日本音楽著作権協会

〒151-8540 東京都渋谷区上原3-6-12

TEL 03(3481)2121 <http://www.jasrac.or.jp>

JASRAC

