

関西における中小規模「ライブハウス」の実態と評価に関係する属性

ACTUAL STATE OF SMALLER MUSIC VENUES IN KANSAI AREA AND ATTRIBUTES RELATED TO THE EVALUATION

建築環境工学分野 福村 薫美

Division of Architectural Environmental Engineering Kurumi FUKUMURA

関西三都市の中小ライブハウスについて、実態を把握するとともに、印象評価に関係する属性を明らかにするため調査を行った。都市ごとに演奏ジャンルや営業種別の特徴がある。内装は演奏ジャンルで異なり、パンクやHR/HMは黒色、ジャズは茶色が多く、材質よりも色の違いが表れやすい。また内装の違いによって店舗の印象評価が異なり、木の内装の店で【音質】がよく〔居心地〕が良い雰囲気、黒い内装の店で音の【力強さ】が良い。〔華やかさ〕には内装に加え照明も影響する。

We surveyed about smaller music venues in Kansai three cities to grasp actual state and to attribute related to the impression evaluation. Each city has its own performance genre and type. Interior decoration is different in performance genre, punk and HR/HM are black, jazz is brown a lot, the difference in color is more clear than the interior material. Moreover, the impression evaluation of the venue differs according to the interior difference, [sound quality] is good and [comfortable] at wooden interior venues, [sound strength] is good at black interior venues. [gorgeous] is influenced by the lighting in addition to the interior.

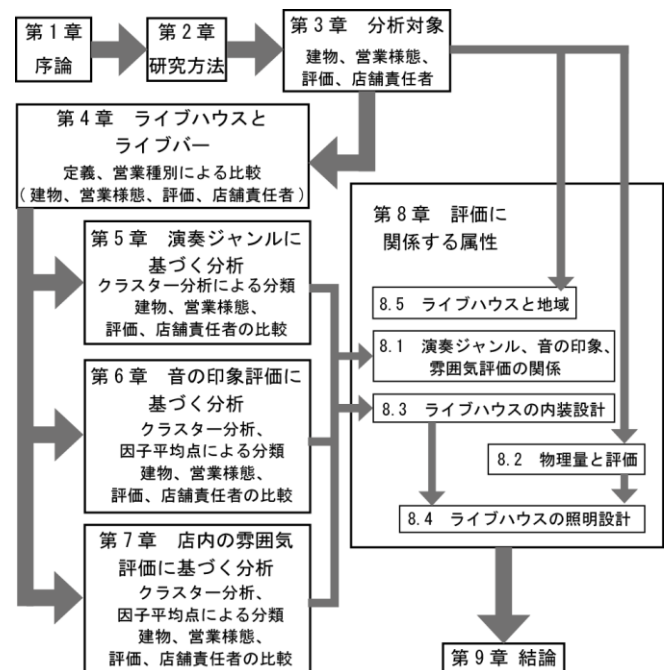
1. 背景と目的

情報技術の進展によって音楽聴取手段が多様化するなかで、生で演奏を聴くライブハウスの人気が高まっている。誰もが気軽に表現者になれる小規模な公演も増加している。ライブハウスの多くは繁華街やビルの中にあるため、騒音や振動を発生する迷惑施設とされる一方で、集積地での「サーキット型フェス」など、都市のにぎわい創出効果も期待されている。

太田ら(2008年)¹⁾は主に立地や運営実態に着目し、店舗周辺からの混雑、来場者の声、演奏音・振動に関する苦情を明らかにした。川尻ら(2003年)²⁾は、防音工事より演奏時間や音量の制限によって苦情に対応する店が多いことを明らかにした。しかし、ライブハウスの空間自体を評価した研究は少ない。

本研究は、「音楽の生演奏が行われ、飲食物が提供される店舗」を「ライブハウス」と定義し、関西における中小規模「ライブハウス」の建物(立地、規模、設備、内装他)、営業様態(営業種別、音楽ジャンル、営業動向)、主観評価(物的特性、音の印象、雰囲気)の実態を把握するとともに、「ライブハウス」の評価に関する店舗の属性について、具体的には、1)中小規模「ライブハウス」の建物、営業様態、店舗責任者の属性と評価の関係、2)店舗で演奏される音の印象評価に関する属性、3)店内の雰囲気評価に関する属性を明らかにする。

本論文の構成



上図に本論文の全体像を示す。本稿はこのうち「ライブハウス」の演奏ジャンルによる特性と内装を中心に述べる。

2. 方法

大阪府、京都市、神戸市に立地する「ライブハウス」のうち、ホームページの情報から収容人数 1000 人未

満の181軒(大阪79、京都56、神戸46)の店舗責任者に調査票を配布、またはヒアリング調査を行い、2016年7月から2018年9月までに71軒(大阪26軒、京都28軒、神戸17軒)から回答を得た(回収率39%)。調査項目を表1に示す。このうち演奏される音楽のジャンル(以下、演奏ジャンル)については、複数の音楽配信サイト³⁾の音楽ジャンルの分類を参考に、ライブハウスで演奏されると思われるパンク、ロック、ハードロック・ヘビーメタル(以下HR/HMと略)、テクノ/ハウス/EDM(以下テクノと略)、アイドル、アニメソング(以下アニソンと略)、ポップス、フォーク、ジャズ、カントリー、クラシックの11ジャンルとした。

3. 分析対象の特性と都市、営業種別による特徴

調査票の回答をもとに集計した分析対象71軒の演奏ジャンルの分布と、内装の表面材質および色の割合を図1に示す。「ライブハウス」は地下1階(30軒)、地上1階(21軒)を合わせて約72%が最下階に入居しており、ホール面積は平均74㎡、ステージ面積は平均24

㎡で、演奏ジャンルはポップス、ロック、フォークの順に多い。内装は店舗により様々だが材質は木とコンクリート、色は茶色と黒の割合が大きい。店舗の営業種別は71軒中50軒(70%)がライブハウス、14軒(20%)がライブバーである。営業種別の都市ごとの割合を図2に示す。大阪は26軒中21軒(81%)がライブハウスで、ライブバーは1軒のみに対し、神戸は17軒中7軒(41%)がライブバーである。

「音楽の生演奏を聴く」ことに重点を置くライブハウスと、「観客の飲食時にBGMとして音楽が演奏される」ライブバーでは規模や設備、評価の特徴が異なる。ライブハウスはホールが平均85㎡、ステージが平均27㎡、演奏ジャンルが幅広く、内装は黒や灰色が多い。観客と出演者が若く、平日と休日の観客数に差が大きい。「はっきりとした」、「騒々しい」音の印象で、「豪華な」「活気のある」雰囲気である。ライブバーはホールが平均46㎡、ステージが平均17㎡で、音響、照明設備はライブハウスに比べて少ない(表2)。内装は白色やクリーム色、茶色が多く、ジャズやポップス、フォークが演奏される。観客と出演者の年齢が高く、平日と休日の観客数の差が小さい(図3)。「静かな」、「落ち着いた」、「なめらかな」音の印象で、「居心地が良い」、「親しみやすい」雰囲気である。

各都市の演奏ジャンルは大阪はロック、京都はポップス、神戸はジャズが多い(図4)。規模は大阪が最も大きく神戸が最も小さい(表3)。これら都市間の店舗の特性については営業種別による差が大きいと考えられる。特に神戸はジャズが演奏されるライブバーが他と比べて多いが、これは日本で初めてジャズが神戸で演奏されたことから、「日本のジャズ発祥の地」と言われていること⁴⁾に由来していると考えられる。

表1 調査項目

建物設備	建物(竣工年、構造、用途、面積、収容人数)	
	内装(壁・天井・床の表面材質・色・吸音材の有無)	
	設備(音響・照明・空調設備、EV等の有無)	
	開店・改装(入居前の状況、改装内容)	
	店内の間取り(方位、ホール・ステージの寸法)	
営業	開業年	
	営業形態(店舗種別、チケット、料理・酒類の提供の有無)	
	音楽ジャンル(多いジャンル、禁止・制限しているジャンル)	
	営業日数、イベント回数	
	最近1年間の動向(イベント・観客・出演者・売上)の増減	
	トラブル・苦情	マナー
		近隣、利用者からの苦情
法律、条例		
収支(電気料金・使用状況、支出、売上)		
店の評価	客層・店内環境・設備・収益の評価	
	店内の雰囲気	
	ホールの音環境の印象評価	
	店の特徴・特色	
	店周辺の印象評価	
回答者属性	基本属性(性別、年齢、経歴、勤務年数)	
	意識	店への満足度、移転希望
		中小ライブハウスへの影響
		地域振興・まちづくりとの関係
		法規制

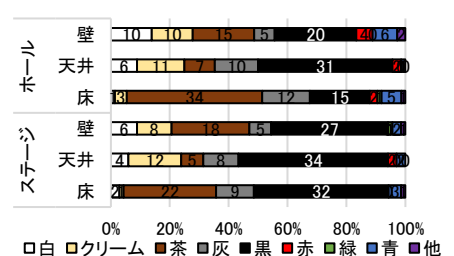
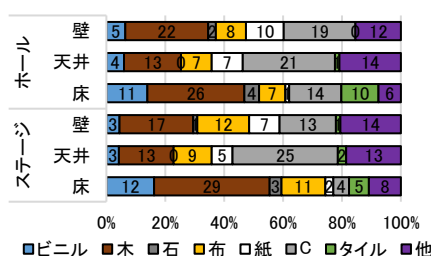
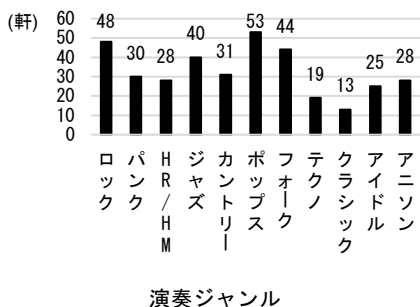
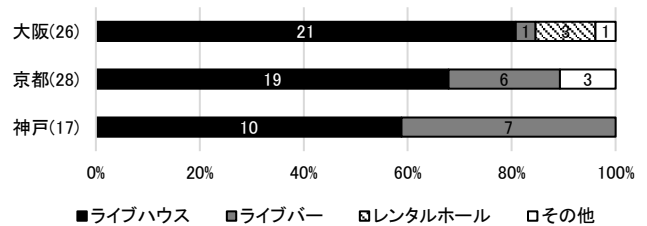


図1 分析対象の特性

4. 演奏ジャンル、音の印象、雰囲気評価の因子分析

演奏される音楽のジャンルの回答について因子分析を行った結果を表4に示す。初期因子抽出法は主成分分解とし、因子数は自動決定、因子構造の決定にはバリマックス回転を用いた。以下同様とする。パンク、ロック、HR/HM、テクノが第一因子に分類され、アイドル、アニソンが第二因子、ポップス、フォークが第三因子、ジャズ、カントリーが第四因子に分類されている。クラシックは単独で第五因子を構成している。

続いて、難波、桑野⁵⁾による音の印象評価の12尺度の回答をもとに因子分析を行った結果を表5に示す。

「丸みのある」、「なめらかな」、「落ち着いた」、「深みのある」、「柔らかい」、「融け合った」、「快い」の7尺度を【音質】因子、「力強い」、「迫力のある」、「騒々しい」の3尺度を【力強さ】因子、「はっきりとした」、「澄んだ」の2尺度を【明瞭さ】因子と名づける。

次に、店内の雰囲気評価の17尺度の回答をもとに因子分析を行った結果を表6に示す。「自然的な」、「居

心地のいい」、「安らぎのある」、「柔らかい」の5尺度を〔居心地〕因子、「豪華な」、「広々とした」、「派手な」、「鮮やかな」の4因子を〔華やかさ〕因子、「軽やかな」、「明るい」、「活気のある」、「親しみやすい」の4因子を〔快活さ〕因子、「整然とした」、「既存の価値観」、「日常的な」、「真新しい」の4因子を〔秩序性〕因子と名付ける。

5. 演奏される音楽のジャンルと関係する属性

各店舗で演奏されている音楽のジャンルに基づいて重心法によるクラスター分析を行い、店舗を5つのグループに分類した(表7)。

表4 演奏ジャンルの因子分析結果

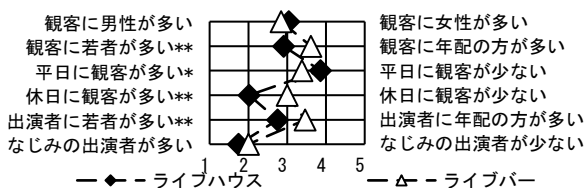
	F1	F2	F3	F4	F5
パンク	0.894	0.212	0.003	-0.065	0.060
ロック	0.797	0.082	0.340	-0.158	0.100
HR/HM	0.739	0.335	0.067	0.297	-0.043
テクノ	0.614	0.404	0.026	0.403	0.196
アイドル	0.364	0.857	0.142	-0.027	0.179
アニソン	0.269	0.780	0.295	0.193	0.158
ポップス	0.227	0.080	0.834	-0.112	0.223
フォーク	0.029	0.329	0.759	0.281	-0.101
ジャズ	0.030	0.038	-0.138	0.780	0.283
カントリー	0.009	0.113	0.455	0.740	-0.013
クラシック	0.100	0.236	0.113	0.245	0.873

※「F1」～「F5」は各因子、因子負荷量が最も大きいものを黒色、0.3を超えたものを灰色で示す。

表2 各営業種別の音響、照明設備の平均とp値

	ライブハウス	ライブバー	p値	
音響設備	ドラムセット	1.02	0.93	0.501
	キーボード	1.08	0.71	0.110
	ボーカルマイク	8.89	4.17	0.000
	スピーカー	9.02	4.00	0.000
	パワーアンプ	4.11	1.46	0.001
	ドラムマイク	7.91	1.69	0.001
照明設備	パーライト	30.26	7.58	0.002
	レーザー	0.50	0.00	0.111
	ストロボ	1.05	0.18	0.010
	ミラーボール	0.66	0.36	0.113
	スモークマシン	0.49	0.00	0.009

※p値はMann-WhitneyのU検定による値。<0.20を灰色、<0.05を黒色、<0.01を太字で示す。



※評価尺度の* $p < 0.20$ 、** $p < 0.05$ を示す。

図3 各営業種別の客層評価

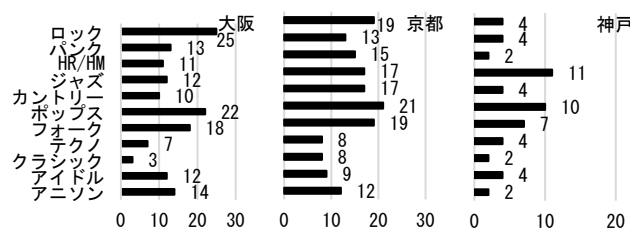


図4 各都市の演奏ジャンルの分布

表3 各都市の規模の平均とp値

	大阪	京都	神戸	p値
ホール面積	90.00	77.85	46.92	0.030
ステージ面積	32.07	22.45	18.08	0.003
スタンディング	208.00	152.22	186.25	0.279
座席数	99.33	62.08	50.88	0.004

※p値は多重比較検定による値。

表5 店内で演奏される音の印象評価の因子分析結果

	F1	F2	F3	
丸みのある	0.875	-0.198	0.168	とげとげしい
なめらかな	0.862	-0.067	0.154	ごろごろした
落ち着いた	0.855	-0.133	0.171	甲高い
深みのある	0.822	0.207	0.107	硬い
柔らかい	0.790	-0.117	0.010	金属性の
融け合った	0.677	0.270	0.116	ばらばらな
快い	0.643	0.221	0.405	不快な
力強い	0.133	0.890	0.150	弱弱しい
迫力のある	0.062	0.860	0.212	ものたりない
騒々しい	-0.433	0.666	-0.228	静かな
はっきりとした	0.031	0.262	0.878	ぼんやりとした
澄んだ	0.533	-0.111	0.694	濁った

表6 店内の雰囲気評価の因子分析結果

	F1	F2	F3	F4	
自然的な	0.747	0.114	0.291	0.168	人工的な
居心地のいい	0.728	-0.104	0.152	0.269	居心地の悪い
安らぎのある	0.710	-0.079	0.106	0.269	緊張感のある
柔らかい	0.699	-0.077	0.095	-0.071	硬い
暖かい	0.643	-0.005	0.379	-0.158	冷たい
豪華な	0.073	0.837	-0.118	0.111	簡素な
広々とした	-0.009	0.675	-0.088	0.152	こじんまりとした
派手な	-0.398	0.635	0.148	-0.170	地味な
鮮やかな	-0.398	0.631	0.269	-0.090	控えめな
軽やかな	0.048	-0.146	0.714	0.085	重厚な
明るい	0.335	0.279	0.639	0.090	暗い
活気のある	-0.202	0.296	0.566	-0.261	落ち着いた
親しみやすい	0.409	-0.277	0.543	-0.055	親しみにくい
整然とした	0.113	0.268	-0.004	0.738	雑然とした
既存の価値観	0.059	0.093	-0.094	0.658	型にはまらない
日常的な	-0.044	-0.281	0.397	0.520	非日常的な
真新しい	0.440	0.215	-0.017	0.513	歴史を感じる

各グループ(以下 GL)の内装の表面材質の割合を図 5 に、内装の色の割合を図 6 に示す。材質について、GLIIIは木、GLIVの割合が大きい、各グループとも材質は様々であり、他の3グループでは材質に明確な特徴は見られない。一方、色では材質で木が多いGLIIIは白色、クリーム色、茶色が多く、コンクリートが多いGLIVは灰色、黒色が多いほか、様々な材質が使われているGLIIでクリーム色や茶色が多く、GLVで黒色が多い。したがって、材質よりも色にグループの特徴が表れやすいといえる。音の反射・吸収特性の点から、内装の材質は演奏ジャンルと関係すると予想できるが、この分析からは材質よりも色のほうが関係することが明らかになった。音楽ジャンルにあわせた雰囲気作りとして、内装の材質よりも色に工夫して設計されていると考えられる。

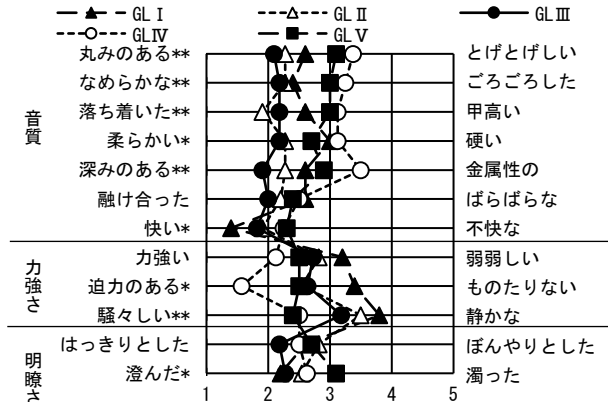
次に、各グループの音の印象評価の平均値プロフィールを図 7 に示す。有意水準 20%において音の3因子すべてで有意な差があり、GLIIは【音質】の評価がよく、GLIIIは【音質】も【明瞭さ】もよい。GLIVは【音質】の評価が悪く「迫力のある」音の印象、GLIは【力強さ】の評価が悪く「快い」、「ものたりない」、「静かな」音の印象、GLVは【力強さ】の評価がよく「騒々しい」音の印象である。演奏ジャンルに基づくグループ間で比較すると、各グループで音の因子ごとの評価の特徴が見られ、音の印象は演奏ジャンルと関係するといえる。特に【音質】因子は7尺度のうち4尺度で $p < 0.05$ であり、【力強さ】や【明瞭さ】よりも演奏ジャンルとの関係が強い。

続いて、各グループの雰囲気評価の平均値プロフィールを図 8 に示す。GLIは「快活さ」の評価がよく「明

るい」雰囲気、GLIIは「快活さ」の評価が悪く「落ち着いた」雰囲気、GLIIIは「居心地」の評価がよく「暖かい」雰囲気、GLIVは「居心地」の評価が悪く「硬い」「冷たい」雰囲気、GLVは「人工的な」雰囲気である。グループ間に差があるのは「居心地」と「快活さ」の2因子で、「華やかさ」と「秩序性」因子についてはグループ間で有意な差がない。このため、店内の雰囲気評価は音の印象よりもジャンルの影響が弱いといえる。

表 7 演奏ジャンルで分類したグループの特徴

グループ名	主な演奏ジャンル
グループ I	ロック、ポップス、フォーク
グループ II	ジャズ
グループ III	ジャズ、カントリー
グループ IV	アイドル、アニソン
グループ V	パンク、HR/HM、テクノ



※評価尺度の*= $p < 0.20$ 、**= $p < 0.05$ を示す。

図 7 演奏ジャンルグループ別の音の印象評価の平均

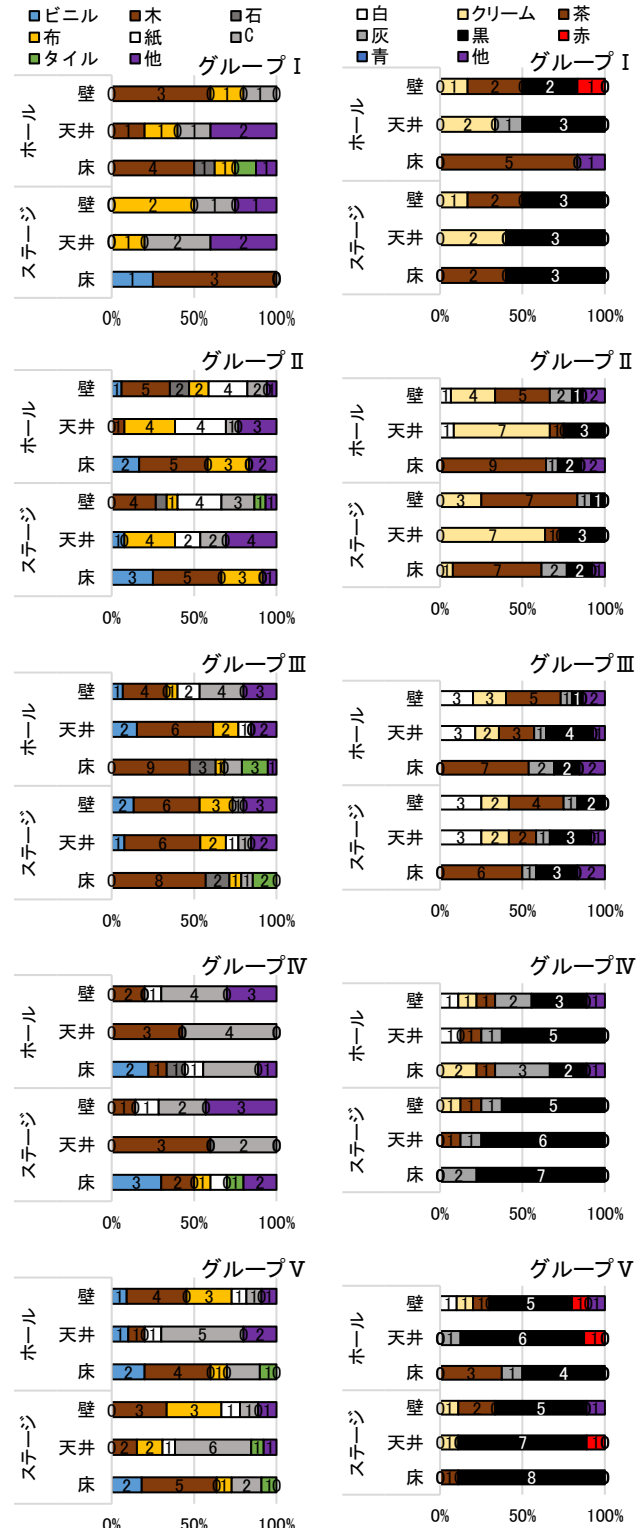


図 5 演奏ジャンルグループ別の内装の表面材質

図 6 演奏ジャンルグループ別の内装の色の割合

6. 音の印象評価と内装

図1で示したように、「ライブハウス」の内装の表面材質にはコンクリートと木、色には黒色と茶色が多く使用されている。そこで、ホールとステージの壁、天井、床の6箇所でもコンクリートの方が多く使用されている店を「コンクリート」群、木の方が多く使用されている店を「木」群、黒色の方が多く使用されている店を「黒」群、茶色の方が多く使用されている店を「茶」群と、材質で2グループ、色で2グループに分類した。材質グループの音の印象評価の平均値プロフィールを図9に、色グループの平均値プロフィールを図10に示す。「木」群、「茶」群は【音質】因子の評価が良く【力強さ】因子の評価が悪く、「コンクリート」群、

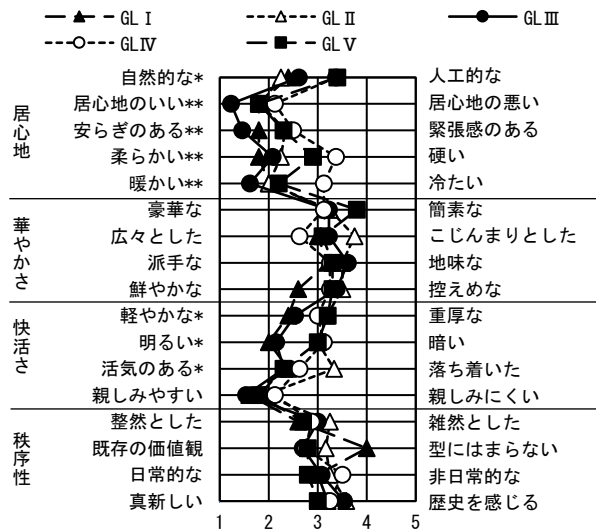


図8 演奏ジャンルグループ別の店内雰囲気評価の平均

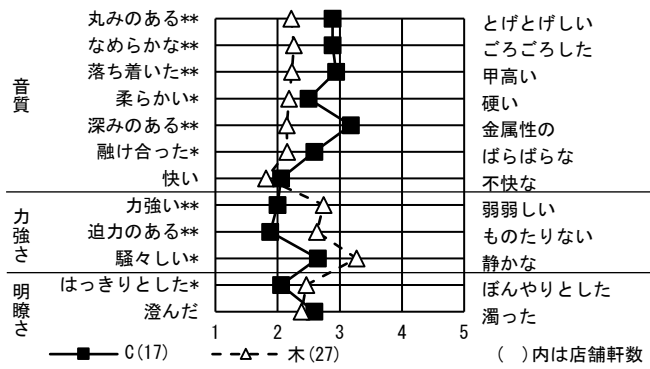


図9 内装の材質に基づく音の印象評価の平均

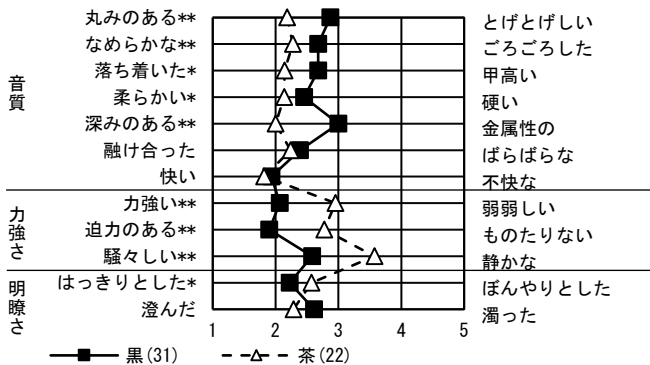


図10 内装の色に基づく音の印象評価の平均

「黒」群は【音質】因子の評価が悪く【力強さ】因子の評価が良い。また、【音質】因子については材質による比較、【力強さ】因子については色による比較でより強く差が表れており、【音質】因子は内装に木が多い店、【力強さ】因子は内装に黒色が多い店で評価が良いといえる。

7. 店内の雰囲気評価と内装

6.と同様に、「コンクリート」群と「木」群、「黒」群と「茶」群で雰囲気評価を比較する。材質グループの雰囲気評価の平均値プロフィールを図11に、色グループの平均値プロフィールを図12に示す。「木」群、「茶」群は「居心地」因子の評価が良く、「木」群は「明るい」、「整然とした」雰囲気である。「コンクリート」群は「派手な」、「鮮やかな」雰囲気である。「黒」群は「活気のある」、「真新しい」雰囲気である。色による比較では「華やかさ」因子に差がない。材質による比較でより評価に差が表れていることから、雰囲気評価は内装の材質とより強く関係するといえる。

8. 店内の雰囲気評価と照明

代表的な照明設備であるパライトの台数と雰囲気

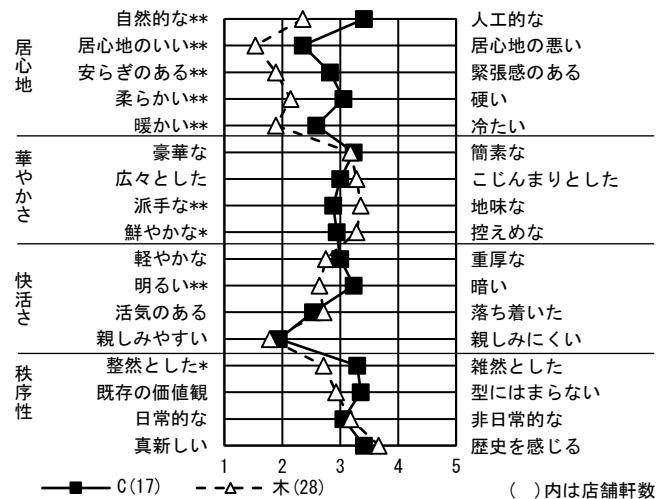


図11 内装の材質に基づく店内雰囲気評価の平均

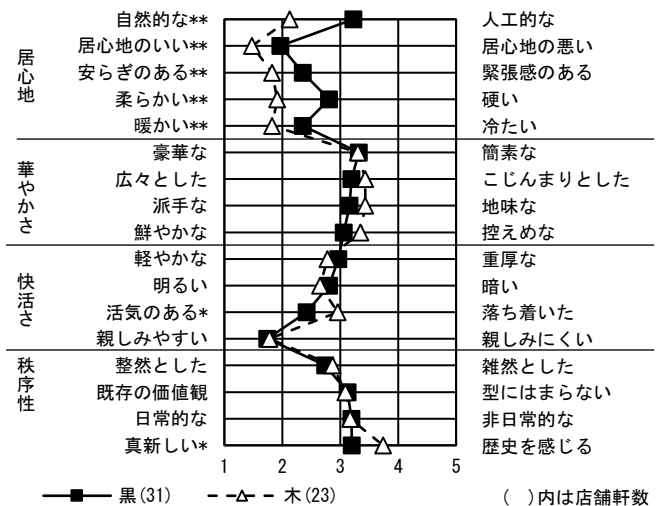


図12 内装の色に基づく店内雰囲気評価の平均

評価の相関関係を表 8 に示す。〔居心地〕因子、〔華やかさ〕因子は全ての尺度で有意な関係があり、ライト台数が多いほど〔居心地〕の評価が悪く、〔華やかさ〕の評価が良いことが分かる。

次に、パーライトの台数、照明の「明るさ」、「色」の調節範囲評価に基づいてクラスター分析を行い、店舗を6つのグループ(以下GL)に分類した(表 9)。GL i、GL ii、GL vi の内装の色の割合を図 13 に示す。照明調節範囲が狭くライト台数が少ない GL i に比べ、調節範囲が広い GL ii とライト台数が多い GL vi は黒色が用いられている割合が多い。7. で内装の色は〔華やかさ〕に直接関係しないことを明らかにしたが、本節の分析からは照明が多い、または調節範囲が広い店舗は内装に黒色が多く、〔華やかさ〕の評価がよいといえる。照明演出を強調し、より〔華やか〕な雰囲気にするために内装を黒色にしていると考えられる。

9. 結論

関西における収容人数 1000 人未満の 71 軒(大阪 26 軒、京都 28 軒、神戸 17 軒)(回収率 39%) のライブハウスの回答を分析した結果、以下を明らかにした。

1) 72%が地下か地上 1 階にあり、ホール面積は平均 74 m²、ステージ面積は平均 24 m²で、演奏ジャンルはポップス、ロック、フォークの順に多い。内装は材質が木とコンクリート、色は茶色と黒が多い。71 軒中

50 軒がライブハウス、14 軒がライブバーである。

2) 大阪はロック、京都はポップス、神戸はジャズが演奏される店が多く、規模は大阪が大きく神戸が小さい。大阪は 26 軒中 21 軒がライブハウス、神戸は 17 軒中 7 軒がライブバーである。都市間の規模や設備の差は営業種別による影響が大きい。

3) 演奏される音楽のジャンルによって内装と音の印象が異なる。パンクや HR/HM が演奏される店は黒色、ジャズやカントリーの店は茶色が多く、材質よりも色に特徴が表れる。パンク、HR/HM やロックが演奏される店は音の印象の力強さの因子、ジャズやカントリーの店は音質の因子の評価が良い。

4) 木や茶色が多い店は音質の因子の評価が良く力強さの因子の評価が悪く、コンクリートや黒色が多い店は音質が悪く力強さの評価が良い。音質は内装に木が多い店、力強さは内装に黒色が多い店で評価が良い。

5) 内装に木や茶色が多い店は雰囲気評価の居心地の因子の評価が良く、木が多い店は「明るい」、「整然とした」雰囲気である。コンクリートが多い店は「派手な」、「鮮やかな」雰囲気、黒色が多い店は「活気のある」、「真新しい」雰囲気である。雰囲気評価は内装の材質とより関係する。

6) 雰囲気評価は照明によっても異なり、照明が多い店は居心地も因子の評価が悪く華やかさの因子の評価が良い。照明が多い、調節範囲が広い店は照明演出を強調し〔華やか〕な雰囲気にするため黒色の内装が多い。

以上より、「ライブハウス」の印象評価には内装が大きく影響しているが、内装は店舗で演奏される音楽のジャンルの影響を受けること、また内装の材質と色で評価への影響が異なることを示し、演奏ジャンル、営業種別や地域も含めた店舗のコンセプトにあわせた設計が重要であると結論付けた。

参考文献

- 1) 太田、浦部ら：アンケートによる基礎的データの分析—ライブハウスに関する研究(その 1)、日本建築学会大会学術講演梗概集(中国)、E- I、pp.637-638、2008 年
- 2) 川尻、勝又：都内ライブハウスの音環境と施設計画に関する調査研究、日本建築学会関東支部研究報告集、pp.77-80、2003 年
- 3) music.jp：「音楽ダウンロード ジャンル一覧」<http://music-book.jp/music/Genre> 2019 年 2 月 7 日閲覧
- 4) JAZZ TOWN KOBE：「神戸でたどるジャズの歴史」<http://jazztownkobe.jp/history/hyogo150th/> 2 月 7 日閲覧
- 5) 難波、桑野：音の評価のための心理学的測定法、日本音響学会、1998 年

表 8 パーライトと雰囲気評価の相関関係

		相関係数	p値
パーライト		1.000	
居心地	自然的な	0.275	0.044
	居心地のいい	0.393	0.003
	安らぎのある	0.470	0.0003
	柔らかな	0.357	0.008
	暖かい	0.349	0.010
華やかさ	豪華な	-0.214	0.120
	広々とした	-0.280	0.040
	派手な	-0.444	0.001
快活さ	鮮やかな	-0.438	0.001
	軽やかな	0.122	0.386
	明るい	0.169	0.222
	活気のある	-0.136	0.327
秩序性	親しみやすい	0.374	0.005
	整然とした	0.037	0.791
	既存の価値観	0.160	0.249
	日常的な	0.167	0.226
真新しい	-0.220	0.114	

表 9 照明で分類したグループの特徴

グループ名	照明設計の特徴
グループ i	調節範囲が狭い ライト台数が少ない
グループ ii	調節範囲が広い
グループ iii	明るさの調節範囲が広い
グループ iv	調節範囲の評価が中立
グループ v	色の調節範囲が広い
グループ vi	ライト台数が多い

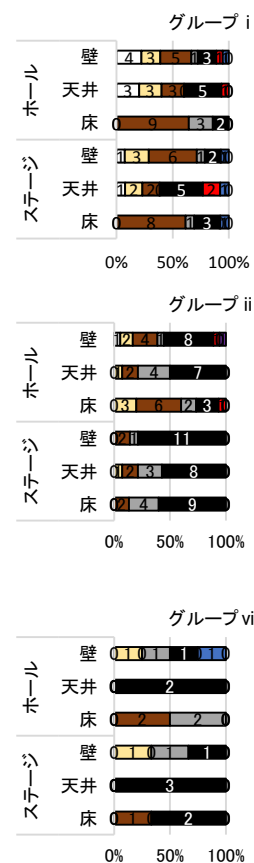


図 13 照明グループ別の内装の色の割合