

現代若者文化と「場所」 (5) ロックフェスに「帰る」人々

—フジロックフェスティバルリピーターを対象に—

兵庫教育大学 永田夏来

1 目的と方法

「フジロックフェスティバル」(以下フジロック)は1997年より毎年7月末に新潟県湯沢町苗場スキー場にて行われている音楽イベントである。平行して運営される大小5つのステージに洋邦200組ものアーティストが出演し、前夜祭込みで4日にわたって開催される同フェスティバルは例年12万人もの動員を集める。フジロック会場にて提供される音楽だけに留まらない多彩な経験はさまざまな文脈で日本のサブカルチャーに影響を与えており、昨今の音楽産業を支える「夏フェス」ブームの端緒となっていることは疑いないだろう。「夏フェス」は今日のようなポピュラリティをはじめから獲得していた訳ではない。ロックにかんして言えば「本物のフェスティバル」は「ないにも等しい」(日高1997)のが90年代までの日本の実情であった。フジロックの歴史は「フェス文化」を日本にどうローカライズするかという実践の歴史でもあり、イベントの性質や参加者の内実について既に様々な論考がある(永井2016)。報告者はフジロックにおける「場所」の特性についての語りを分析の主眼とし、出演者などを抜きにしてフジロックのリピーターを対象にインタビュー調査を行った。「場所」へのコミットメントはどのように語られるのかを考察することが本報告の目的となる。

2 結果

リピーターの特徴としてまず触れておきたいのは1月に発売される早期割引チケットの購入である。出演者などの情報が揃わない時期に35,000円前後の出費と7月末の3日間拘束を決意するのはかなり「敷居が高い」が「フジロックという場所にいること自体が楽しい」「出演者は関係がない」との語りを得た。こうした「場所」に対する思い入れは「苗場に来ると”帰ってきた”という気持ちになる」「本当の自分に帰れる」といったコンテキストで動機づけられており、より積極的に「苗場に帰るのは実家に帰るようなもの」「毎年の節目になっている」と話すものもある。

3 結論と考察

フジロックに参加することについて用いられる「故郷に帰る」というコンテキストは、リピーターの感傷的な言明という面ももちろんある。しかし、それに加えフジロックは当日をピークにした一年通してのイベントとして経験されており「とうとうたどりついた」という感慨をもたらす仕組みがあらかじめ準備されていて、そこには「フジロック的」なストーリーの共有が見られるという点ではいわゆる「聖地巡礼」に共通する部分がある。ただし、その対象が固有の土地に紐づけられたものではなく特定の期間出現するフジロックという「場所」へのコミットである点に留意しておきたい。また、そのストーリーはITによる情報共有を背景として拡散・定着したという側面がある。「苗場に帰る」「帰省する」というコンテキストにはフジロック特有の居心地の良さや価値観、人間関係といった「場所」に対する帰属意識の表現だとみなすことができるだろう。流動化の中で故郷を失った若者にとって自分と価値観を共有できる「ハレの場」「非日常」は不可欠な存在であり、だからこそ万難を排して「本当の自分に帰れる」「場所」を求めるのである。

文献

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。
日高正博, 1997, 『フジロックフェスティバル公式パンフレット』スマッシュ。