

C-POP コンサートへ行って気づいた日本のコンサートとの違い

国際文化学部国際文化学科 3 年

17011042 千葉明里

1. はじめに

一般に、中国の芸能人・C-POP と聞くとどのような印象を持つだろうか？おそらく多くの人はあまり詳しくないのではないだろうか。

近年日本では韓国 K-POP の人気は年々高まっており、K-POP アーティストによるコンサートも日本で多く開かれている。2018 年には日本での K-POP 市場の総売上額が過去最高を記録している⁽¹⁾。実際に私も日本で行われた K-POP アーティストのコンサートに行ったことがあり、このレポートを読んでいる人や周りの人の中にもコンサートへ行ったことがある人も多く、K-POP が好きだから韓国語を勉強しているという人も多いのではないだろうか。実際に韓流ブームが日本で起きて以降韓国語学習者の数は増加傾向にあり 2018 年度ハングル検定の受験者数は約 17000 人であった⁽²⁾。

しかし、中国や台湾などのアーティストが日本へ来てコンサートを行う機会は非常に少ない。そのため、日本にいる彼らのファンは中国や香港など現地で行われるイベントに参加することしかできない。私自身中国語を勉強していく中で C-POP を聴くようになり、コンサートなどに行きたいと思っていたがなかなか機会がなかった。

今回中国のコンサートに行った際、日本で見られるものとは大きく異なる光景があった。今回のレポートでは 6 月 15 日に上海メルセデスベンツアリーナで行われた「神武 3 黄子韬 2019 IS BLUE 演唱会」に行って感じた日本との違いについて紹介したい。

2. 日本人が中国でのコンサートへ参加する方法

中国のコンサートやイベントなどはインターネットでチケットを購入することができる。しかし日本人のみに限らず外国人が中国のコンサートチケットを買うのは非常に難しい。理由はいくつかあり、まず中国でチケット買うためには支付宝などが必要であるからだ。さらにチケットの購入後は郵便で送られ、受取先は中国国内のみであることが多い。そしてサイトによっては中国の身分証番号や携帯番号が必要なこともある。中にはインターネット

(1) 「世界的グループの活躍で隆盛、K-POP 市場が過去最高の 274.5 億円に成長 | ORICON MUSIC」(<https://www.oricon.co.jp/confidence/special/52919/>)

(2) 「前回試験状況—ハングル能力検定協会」(<http://www.hangul.or.jp/siken/pastexam.php>)

送金でチケットを買うことができたり、当日現地にて手渡しでもらうことができるサイトもあるようだがそのようなサイトは多くない。そのほかにも外国人のために代行を行っている会社などもある。

今回私は大麦網⁽³⁾というサイトを利用してチケットを購入した。このサイトでは席が値段ごとに分かれていて座席番号までは指定できないがブロックは指定することができる。中国のコンサートでは席やブロックを指定してチケットを買うことができ、ステージに近い席ほど値段も高くなっている。



図1：大麦でのチケット購入画面
画像は実際に私が行ったコンサートのものではなく別のアーティストのコンサートチケット予約画面

3. 日本と中国のコンサートの違い

冒頭でも述べたように日本と中国ではコンサートに関する規則やマナーなども異なっており、日本のコンサートでは見られない行動や光景も中国のコンサートでは当然のように行われている。

(1) グッズ販売

まず日本のコンサートではほぼ全てのコンサートで物販があるのに対し、中国のコンサートでは必ずしも物販があるというわけではない。今回私が行ったコンサートも物販はなかった。しかし、その代わりにファンの人が独自で作ったグッズを販売している。コンサート会場の近くではアーティストの顔写真が印刷された自主制作のグッズを売っている人が

(3) 図1 「大麦網」

(https://detail.damai.cn/item.htm?spm=a2oeg.search_category.0.0.77304d15182Ns6&id=597617387969&clicktitle=%E2%80%99CUNINE%20FAN%20MEETING%20TOUR%20%E2%80%98RUN%20TO%20U%E2%80%99%E2%80%9D%E5%85%A8%E5%9B%BD%E5%B7%A1%E5%9B%9E%E8%A7%81%E9%9D%A2%E4%BC%9AEnding%E5%9C%BA)

多く見かけられた。自主制作のグッズの多くはショッピングバック、うちわ、アーティストの名前を書いたカチューシャ、その他にもヘアピンや T シャツ、スローガンと呼ばれるメッセージを印刷したものなどが 20 元ほどで売られていた。



図 2：公式グッズ



図 3：ファンの自主制作グッズ

これらのグッズの購入方法はいくつかあり、今回私が行ったコンサートでは大きく分けて 4 種類の方法があった。1 つ目はお金を払って購入する方法である。この場合現金を使うこともできるがお釣りの用意が十分でないため支付宝や微信支付で支払うことを進められることが多い。

2 つ目は微信で友達登録をする方法である。微信では他のメッセージアプリと同じように QR コードを読み込み友達登録することができる。この購入方法では微信でグッズの作成者を友達登録することで無料でもらうことができた。

3 つ目の方法はファンサイトを通して予約購入をする方法である。この方法が最も多く、微博という中国の Twitter のようなアプリを通して個人が運営するファンサイトに加入し事前に予約をしておく。そして現地でグッズを受け取る方法である。この場合グッズを受け取る際にお金を払う必要はないが、ファンサイトによっては年会費としてお金を払う必要があるものもある。

4 つ目はチケットを見せてグッズをもらう方法である。チケットを持っている人に限定する目的は、会場内で統一したものを持つことでコンサートの一演出のように見せたり、アーティストを驚かせるためである。そのために数に限りのあるグッズをチケットの所有者のみに配布している。

この 4 つ目の方法は日本でも行われることがある。デビュー記念日であったり、アーティストの誕生日などの特別な日であると Twitter などの SNS や会場で呼びかけて特定の番号の席の人にペンライトの点灯などを呼びかけ一つの演出を行ったり、メッセージカードなどを書いてアーティストなどに送ることもある。

(2) 荷物検査

中国ではコンサートだけに限らず様々な場所で手荷物検査を受ける。空港ではもちろん

だが高鉄の駅や地下鉄の駅、水族館などの入り口などでも手荷物検査と身体検査が行われる。

日本のコンサートでは会場内の飲食が禁止されていることがあるが、持ち込みを厳格に禁止されることは少ない。それに対し中国のコンサートでは手荷物検査を厳格に行っており、飲み物や食べ物を会場内に持ち込むことはできない。しかし、日本で持ち込み禁止とされているカメラなどは自由に持ち込むことができる。

(3)公演中の撮影

日本では会場内での撮影は禁止されていることが多い。それは公演中に限らず、公演前のステージの写真なども撮影禁止である。しかし、中国では公演前も公演中も写真撮影・動画撮影は自由に行うことができた。今回私は日本から来た友人と一緒にコンサートへ行ったが、彼女も一眼カメラで写真を撮っていたため非常に驚いた。さらにコンサートの様子は動画サイトで生配信されており、会場へ行かなくてもコンサートを楽しむことができるようになっていた。

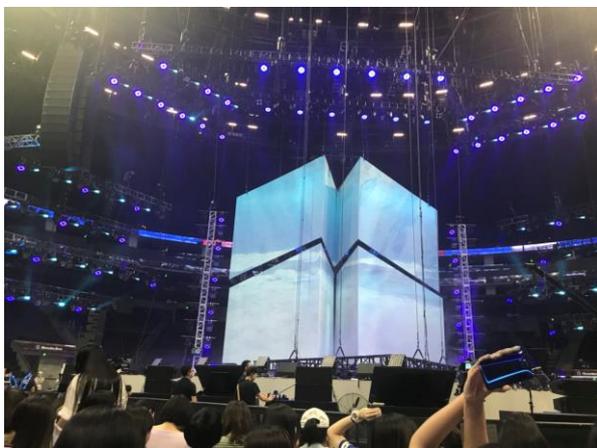


図3：コンサート会場内の写真
三脚などを持ち込んでいる人は没収をされるようだが、携帯電話やビデオカメラのようなものは没収されることはない。

中国でコンサートの生配信や撮影が許可されている要因の一つに、プロモーション効果があげられている。Hi Five 社の Maggie Zhou 氏によると、ライブ・コンサートの配信はアーティストにとって人気を得たり売り込むために役立っている。オーディエンスからのレスポンスも得られることも配信する利点になっている⁽⁴⁾。

(4)応援方法

日本のアイドルなどはメッセージや名前を書いたうちわやサイリウム・キンブレと呼ばれる様々な色のペンライトを使って応援することが多い。サイズ規定があったり、「公演中、

(4) 「【14th TIMM】Hi Five 社 CEO Maggie Zhou 「中国著作権&ライブビジネス事情・現状と可能性」」

(<https://www.musicman-net.com/special/71819>)

胸の高さより上にあげてはいけない」など細かい規則などがあることもある。しかし、中国の場合のうちわを使って応援する人は少なく、スローガンや弾幕などを使って応援する人が多い。さらにサイズの規定や持ち上げる高さなども特に決まりはなく、公演中ペンライトが前後の席の人に当たったり、ステージが見えないことも多くあった。

さらに日本では立ってコンサートを観覧するのに対し、今回私が行ったコンサートでは常に座って観覧していた。さらに途中退場が自由に行われていたり、公演中に電話をする人や携帯を使う人も多くいてとても驚いた。

これもコンサートに限った話ではなく、映画館でも携帯電話を使う人が多くいた。上映中に入出入りする人が多く携帯電話を使用する人も非常に多い。

4. おわりに

中国でのコンサートを通して、中国ではファンが積極的に活動してアーティストを応援しているという印象を受けた。日本ではアーティストの事務所やコンサートの運営側が企画したものをファンが楽しむという形であるのに対し、中国ではファンが自主的に制作したグッズを販売するなど、ファンがコンサートを作り上げているという形であった。

さらに公演中の携帯電話の使用も、微博への投稿や友人とコンサートの感想のやり取りなどコンサートを盛り上げようとするものが多かった。

ところで、海外では日本の漫画やアニメはとても評価が高く人気があるという言葉はよく耳にするだろう。実際に曲阜に来ている留学生の中にも日本のアニメが好きだという学生もいる。キャンパス内には日本のアニメや漫画のキャラクターが印刷された服を着た学生がいたり、大学周辺の雑貨屋にも日本のアニメや漫画のキャラクターのグッズが売られている。曲阜だけではなく上海や青島などの都市でも多く目にする。台湾などでは日本の漫画が原作となっているドラマも数多くある。

しかし、逆に近年、日本では中国映画やドラマ、音楽などのポップカルチャーが売り出されることはほぼない。韓国の韓流という言葉に対し中国の華流という言葉もあるがあまり浸透していないように感じる。私が C-POP を聴くようになってから周りの友人からは「中国のアイドルなんて一人も知らない」「中国人はカンフーしながら歌うの？」などと言われることがある。しかし、彼女たちに一度 C-POP を聴かせると、「中国にもいい曲あるんだね」「中国行ってみたい」などの感想をもらうこともある。

「中国」と聞くとあまり良い印象を持たれないことの方が多いが、音楽には国境はない。中国を知るきっかけの一つとして C-POP を聴いてみる、そして好きになったら中国で実際に C-POP のコンサートを体験するのはどうだろうか。

参考文献・URL 一覧

(1)「世界的グループの活躍で隆盛、K-POP 市場が過去最高の 274.5 億円に成長 | ORICON MUSIC」

URL:<https://www.oricon.co.jp/confidence/special/52919/>

最終閲覧日：2019年6月30日

(2) 「前回試験状況—ハングル能力検定協会」

URL：<http://www.hangul.or.jp/siken/pastexam.php>

最終閲覧日 2019年7月4日

(3) 図1 「大麦網」

URL：

https://detail.damai.cn/item.htm?spm=a2oeg.search_category.0.0.77304d15182Ns6&id=597617387969&clicktitle=%E2%80%9CUNINE%20FAN%20MEETING%20TOUR%20%E2%80%98RUN%20TO%20U%E2%80%99%E2%80%9D%E5%85%A8%E5%9B%BD%E5%B7%A1%E5%9B%9E%E8%A7%81%E9%9D%A2%E4%BC%9AEnding%E5%9C%BA

最終閲覧日：2019年6月30日

(4) 「【14th TIMM】Hi Five社 CEO Maggie Zhou 「中国著作権&ライブビジネス事情・現状と可能性」」

URL:<https://www.musicman-net.com/special/71819>

最終閲覧日：2019年6月30日