

## 別れ月、出会い月、涙月

ぶぎん地域経済研究所 主任研究員 鈴木 源柱

### 酒と歌

3月は別れ月、4月は出会い月となると、2月は心の準備を整える涙月となるのだろうか。歓送迎会を前に別れを惜しみ、新しく知り合う人を思い浮かべ、一人しみじみ酒を飲みつつ夜を過ごすのも、普段とは違った味わいもある。あるいは、歓送迎会での二次会で、定番となっているカラオケ場면을想像しながら、ボックスに閉じこもって練習に励む姿も思い浮かぶ。最近では、一人カラオケというボックスも用意されていて、気兼ねなく歌う愛好者も多いらしい。

昔も今も酒と歌は切っても切れない縁らしく、若かりし頃の会社での宴席では、酔って来ると誰彼となく、自然にお国自慢の民謡を披露する先輩がいたものだ。もちろんアカペラで。周りは手拍子で応じるのが常だったが、その後8トラック式のカラオケ機械が広まりはじめ、1970年半ば過ぎには飲みながら歌える酒場も、徐々に増えてきたような気がする。

### カラオケ

全国カラオケ事業者協会の「カラオケ白書」によると、2012年度のカラオケ参加人口は約4,680万人と推計。カラオケボックスや酒場市場、ホテル・旅館、結婚式場などを含めた市場規模は、飲食を含めて約6,146億円と見積もっている。参加人口や市場規模は右肩上がりが増えてきているのかと思ったら、どうやらそうでもないらしい。

例えば、普段なじみの深いカラオケボック

スだけを抽出すると、参加人口は1995年度の約5,850万人をピークに減少傾向にあり、ボックスルーム数も96年度の16万680室が最高だった。しかし、08年のリーマンショックを境に、09年度は参加人口が約4,650万人、ルーム数12万8,400室に落ち込み、それ以降は横ばい状況で推移している。市場規模はというと、99年度に5,657億円規模だったのが、01年度に5,000億円を割り込んでから徐々に縮小し、10年度にはとうとう3,790億円まで減少。直近の12年度は3,912億円と、やや持ち直している。

### 市場は縮小傾向

カラオケ市場は、景気に影響されやすい業界で、バブル経済の崩壊や金融危機などが起こると、その波をもろにかぶる。それだけでなく、人口の減少でカラオケ参加人口が縮小傾向にあり、生き残りを掛けて新機種の導入や機能の高度化、あるいは高齢者を取り込もうと、シニア割といった独自のサービスを提供して差別化を図っているのが現状だ。

40年近くカラオケにお世話になっている身も、そろそろ3月の別れ月が近づいてきた。山口百恵のファイナルコンサートではないけれど、マイクの代わりに長年付き合ってきたペンを、この紙上に置かせて頂きます。

(本稿は、埼玉新聞2月7日に掲載したものです)