

Title	世界で活躍! : ジャパニーズ・アイドルの最前衛
Sub Title	On the world stage! : forefront of Japanese idols
Author	原田, 悦志(Harada, Nobuyuki)
Publisher	慶應義塾大学アート・センター
Publication year	2015
Jtitle	Booklet Vol.23, (2015.) ,p.42- 71
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	Idole♥Heroine II 図版削除
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AA11893297-00000023-0042

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

世界で活躍！

ジャパニーズ・アイドルの最前衛

原田 悦志

1. はじめに

(1) J-MELOができるまで

“アイドル”と聞くと、皆さんはどんなことを想像するでしょうか？青春時代の甘酸っぱい思い出が蘇る方も多いでしょう。あるいは、まさに今、アイドルに夢中という方もいらっしゃるかもしれません。私はNHKワールドTVという国際放送で、主に“J-MELO”という音楽番組のプロデューサーを務めています。世界から日本のアイドルを見ると、この国にしかないユニークな現象が見えてきます。

本論に入る前に、私がどんな思いで番組をJ-MELOを立ち上げ、今も制

作しているのか、お話しさせてください。J-MELOは2005年10月に放送開始した、唯一の全世界向け日本音楽番組です。既に450エピソード以上を制作していますが、私はそのすべてにかかわっています。さらに、ここ5年ほどは継続的に世界各地に出張し、日本音楽の伝播の現場をレポートしてきました。テレビ番組という分野で、日本の音楽を世界に発信することを主な業務にしているのは、少なくともNHKでは私1人です。オンリーワンなので、自動的に第一人者ということになってしまいますね。

J-MELO制作開始の話がNHK国際放送局で浮上したのは、2005年夏のことでした。当時は、国際放送の独自番組というのは数えるほどしかありませんでした。J-MELOのスタッフも私1人きり。とてもテレビ番組とは思えないバジェットでした。当時の上司からは「音楽はキラークンテンツになる可能性がある。やってみろ。」と言われただけ。今思うとかなりの無茶振りなのですが、本来ニュース・情報波であるNHKワールドTVで音楽番組を始めると旗を振ってくれたその上司は、かなりの慧眼の持ち主でした。そして、未知の分野を手掛ける期待感に漲っていたことは、今でも強く覚えていています。音楽の新しい地平を開拓するのだという思いが、紛れもなくJ-MELOの初心です。

とはいえ、当時はまだ外国で公演する日本のアーティストやバンドは現在ほど多くはありませんでした。ましてや、実際にはどのような受け取られ方をしているのか、正直見当も付きません。文字通り、暗中模索の立ち上げ作業が始まりました。

まずはタイトルをどうするか。J-MELOとは、私が考えた幾つかの候補の中から、20年来の知己であり“クールギャグの友”でもあるデーブ・スペクターさんが選んでくださったものです。MELOにはMellowと、Melodyという2つの意味が含まれています。

そして、番組にとって最も大事なことを決めなければなりません。それは“コンセプトをどうするか”です。1本28分、年間40本としても、1年間での総放送時間は18時間40分に過ぎません。その中に、どうやって日本の音楽を凝縮していくのか。一番簡単なのは“ランキング番組”だったでしょう。しかし、もしランキングを知りたければオリコンさんのサイトを見れば一目瞭然ですし、TBSさんの「カウントダウンTV」をそのまま英訳して放送すれば良いという話になってしまいます。

私は、日本の音楽の魅力とは何なのか、あらためて考えました。その答えは“多様性”でした。日本の音楽シーンを俯瞰すると、雅楽からヒップホップに至るまで、それぞれの時代の世界の最新流行音楽が現代に混在しています。そして、それぞれが“日本化”して生き続けているように、私には思えたのです。

次に、日本音楽最大の特長である“多様性”を、どのような構造で番組化するかについて考えました。その答えは“水平的構造”でした。日本の音楽番組のほとんどは、“垂直的構造”となっています。“ジャンルごと”“ラ

ンキング番組”など、縦割りの構造がそこにはあります。しかし、それでは“多様性”は表現することができません。そこで「日本の音楽はすべてJ-MELOだ」と間口を広く取り、オールジャパンの音楽を、毎回切り口を変えて世界に発信しようという方針にしました。

日本の音楽というのは、世界的に見ればエスニック音楽の1つに過ぎません。それを最初から特定のジャンルだけにして他を排除してしまうのは、実にもったいない話です。さらに重要なのは、そのエスニック音楽の1つに過ぎない日本の音楽市場というものが、世界的な位置付けとは反比例して実に巨大であるということです。例えばCD売り上げでは、減少傾向にあるとはいえ世界一です。視点を変えれば、海外に発信し得る音楽の潜在的な数や量は世界有数であるとも考えられます。ただ、そのアウトプットが無いので、多くは埋蔵したままになっているのです。音楽は、世界中に輸出可能な、貴重な日本の“内なる資源”の1つなのです。

それから、「日本の音楽とは何か？」という定義についても考えました。私は、音楽に本籍があると考えています。音楽に国境は無いのではなくて、それを越えることができるのだと。J-MELOにおける日本の音楽は“日本で生まれた音楽”“日本にゆかりのある音楽家が生み出した音楽”という“属地主義”と“属人主義”の両方を採用しました。

コンセプトと構造、取り上げる音楽は決まり、実際に番組を立ち上げる作業が始まりました。音楽芸能業界は“信用”の世界です。ゼロから始めるJ-MELOには、当然ながら信用はありません。私がそれまで培った人脉を頼りに各所をお願いに伺いましたが、なかなか首を縦に振ってくれませんでした。

最大の疑念は「海外に日本の音楽を放送して、誰が聴くの？」というものでした。残念ながら前例が無いので、それに対する答えを用意することができません。当初は、ミュージックビデオすら貸してくれない方も少なからずいました。何の証も無い以上、それも無理はないことです。信用していただくには“情熱”と“アイデア”しかありません。レーベルや事務所等に日参、説得し、やがて1社、2社と素材を提供してくれるようになりました。

最初の収録は2005年の9月のこと。手探りの中での収録。第1回のサブタイトルは“ダンス・ミュージック”でした。しかしそれから半年ほど、世界中の視聴者からリアクションはほとんどありませんでした。むしろ「何だ、この番組は？」という反応が少なくありませんでした。先にエキスキューズをすれば、それはJ-MELOだけに限った話ではありません。2005年当時、NHKワールドTVには、決まった視聴者から定期的に寄せられる少数のモニター報告はあれど、一般視聴者からの反響はごく少数でした。つまり、ニュースも番組も、一部のコアな層以外に実際には誰が見ているのか、正確には把握できないような状態だったのです。

(2) 世界の視聴者に向けて

その閉塞状況を打ち砕ききっかけになったのは、1通のメールでした。番組を開始して半年が過ぎようとしていた頃のことです。「インドネシアの視聴者です。Gacktさんの曲を聴きたい、お願いします！」たった1通のリクエストでしたが、海外に確実にファンがいることを、その時、初めて知りました。それからしばらくの間に、合計5通のリクエストが届きました。ただ数カ月を要し、たったそれだけというのが正直なところでした。私はそれらを元に“視聴者リクエスト特集”を制作し、全世界に放送しました。すると、瞬間にリクエストの数が増えていきました。視聴者は意思表示をしたくても、どのようにすれば良いのか分からなかったのです。

その時、私の脳裏に浮かんだのは“直接民主制”という概念です。直接民主制は、古代ギリシャの広場で有権者が集まり政治的議題を決定した制度です。今でもスイスの地方などで行なわれていると聞きます。もしかしたら、日本の音楽を「好き！」というファンは、それまで意思をどう伝えたら良いのか分からなかったのかもしれない。ならば、彼らの「好き！」を取りまとめることで、新しい日本音楽の指標を世界的規模で作ることができるのではないか？

私は世界中の日本音楽ファンの「好き！」を知るために、急いで動き出しました。そのためのツールは、インターネットです。しかしながら、2000年代半ばの頃は、放送とWEBは対立する概念だと考える人も少なくありませんでした。インターネットが発達すれば、既存の視聴者はそちらに奪われるのではないかという疑念です。私は、全くそうは思いませんでした。テレビは“マスメディア”という名の通り、1つのコンテンツを多くの人々と共有します。生放送では放送中に視聴者からの意見を募ることもありますが、基本的には制作者から視聴者へというベクトルです。これに対しインターネットは、個人の意見や思いを自由に発することが可能です。つまり“マス”と“個人”という関係性において、放送とインターネットは真逆の方向性を有することができます。音楽の基本である“call and response”という連動そのものなのです。

私は世界中の視聴者の意見を多角的に番組に反映させていくにはどうすべきか考えました。1つの方法は“機会の多角化”です。リクエストを送るには知識が必要です。メールで意見を伝えるにも英語力が必須となります。英語圏以外の視聴者ももっと他の方法で「好き！」を伝える方法はないのか？まず手掛けたのは静止画ファイル、つまり写真です。実は、単純にどんな視聴者がJ-MELOを見ているのかを見たいという思いが発端でした。“一点突破全面展開”という言葉があります。私はこの言葉が大好きです。彼らは「日本の音楽を好きだ！」という場を表現する場を欲していたのです。J-MELOのWEBサイトをぜひご覧ください。数千枚に及ぶ日本音楽ファンの表情を見ていると、私も幸せな気分になります。この後、写真だけでなく“音声ファイル”“動画”など、WEBならではの募集も次々

と手がけ、番組制作に活かすことになりました。

もう1つの方法は“呼びかけの明確化”です。日本でよくある「ご意見、リクエストをお送りください」という漠然とした呼びかけは、海外の視聴者にはあまり有効ではありません。「こういうことを募集する」という具体的な要件があった方が、数多くの反響を得ることができます。日本語は“情の言語”です。主語が割愛可能ですし、比喩が多い。例えば、行間を読み、空気を読めというような表現は、日本語特有なものではないでしょうか。

それに対し英語は“論理の言語”です。主語や単数複数はハッキリさせますし、具体的でない事項は翻訳不能になる。“ふんわりした”募集では、海外のファンにピンと来てもらえないのです。そのため、できるだけ具体的かつ個別的に、視聴者に細やかに募集をかけることを心がけていきました。全世界の音楽ファンが有権者の、日本音楽に対する“直接民主制”が開始されたのです。

音楽が他のアートと最も異なる点は何か。それは、他のものが視覚に第一義に訴えるのに対し、音楽は聴覚に訴えるという点でしょう。美術、漫画、映画やアニメなどは、作品として目に見える「形」がありますが、音楽は楽譜から音が流れてくるわけではありません。音楽は長らく形あるものではなく、個々に「流れる」ものだったのです。

この状況に変化が生まれ始めたのは、僅かおよそ1世紀半前のことにすぎません。19世紀に生まれ20世紀に発展したレコーディング技術が、音楽に録音媒体という「形」を与え、映像の普及が音楽に「姿」ももたらしました。

しかしテクノロジーの進化は、再び音楽から「形」を奪いつつあります。今は一聴すると生演奏と遜色ない音が、ネットを通して聴くことが出来ます。そしてそれらはコピーすることが技術的に可能です。音楽業界の構造不況の大きな要因は、このように音楽が「形」を失いつつあることだと思います。

これに対し「姿」は、音楽の持つ意味や価値を変容させていきました。1950年代のプレスリー、1960年代のビートルズやストーンズを振り返るまでもなく、フォロワーは憧れのアーティストの姿をコピーし、そこから新しい音楽を生み出していきました。時には「姿」がメインとなり、音楽はそれを売り出すための一つ的手段として用いられることも見受けられます。それは一つの方法論であり、私は全く否定するつもりはありません。ビジネスとして成立させるのがプロの音楽の目的であることは間違いないのですから。むしろ、音楽に「形」が失われつつあっても、「姿」が逆に明瞭になりつつあることは、21世紀の音楽の新たな展開のために1つの鍵だと私は思います。「あのアイドルに憧れる」「あのロックバンドはカッコいい」「あのミュージシャンの演奏は凄い」視覚を入り口にして興味や関心を抱くことが、新たな音楽の可能性を切り拓きつつあると強く感じます。

では、音楽が元来人々に訴求している「聴覚」はないがしろにされるの

でしょうか？答えを言えば、それは明らかにNOです。どんなに時代が進んでも、音楽の主たる楽しみ方は言うまでもなく「聴くこと」です。メディアにおいても、アメリカではインターネットラジオが新たな音楽に接触するツールとして興隆しています。音楽が「聴覚」に訴求するという特性を生かした音声媒体との連動を進めれば、視覚に訴える他のメディアには出来ない世界展開が可能なのです。

それでは、音楽は人間のどこに届くのでしょうか？情緒的な意見かもしれませんが、私は「心」だと思います。心に届かない音楽は、すぐに忘れ去られます。私は音楽の命は口に宿るとというのが持論です。人々が口ずさむ限りは、その曲には命が宿っていると。その口ずさませる原動力こそ、心に届いた時に生まれる感動であり、共感であり、「好き」という感情なのだと考えます。

その思いが、世界中の視聴者には通じていきました。2014年には、500を超える日本のアーティストへのリクエストが寄せられました。対立する国々、例えばアメリカとイランから、同じ日本のアーティストへのリクエストが届くこともありました。音楽はインターネットを媒介し、共有し、歌い、奏でるものへととなりました。個と個が結び付き、国境も言葉も越え、心と心で同じ音楽が響き合っている。私はそう信じ、番組制作を続けています。

(3) 世界の人気のアニソン、ビジュアル系、アイドル

世界中の音楽ファンは、我々が考えている以上に、日本の音楽の知識が豊富です。リクエスト上位の顔ぶれを見ていくと、特に支持の高いジャンルというものが浮き彫りになってきます。それは「アニソン」「ビジュアル系」「アイドル」の3つです。この3つは、「ロック」「クラシック」「ジャズ」というような、音楽的な特徴で分類されたジャンルではありません。

「アニソン」はその名の通り、アニメの主題歌や挿入歌です。世界中の視聴者の声を分析すると、その大多数がアニソンを入口にして日本の音楽を知ったと言っても過言ではありません。では「アニソン」とはどんな音楽なのでしょうか？その一例として、海外で大人気のアニメ「NARUTO」の主題歌を手掛けた方々の顔ぶれを見れば、音楽性の幅広さが一目瞭然です。ASIAN KUNG-FU GENERATION、ORANGE RANGE、FLOW、サンボマスター、HOME MADE 家族、いきものがかり、氣志團、乃木坂46、PUFFY、西野カナ…上記はほんの一部ですが、ロックからヒップホップ、アイドルまで“何でもあり”なのがお解り頂けるかと思います。アニソンは、かつてはほとんどが専門の歌手やグループが担当していました。今でもアニソンシンガーの専門職として人気を博している歌手やグループは多数います。しかし1980年代以降、「NARUTO」の主題歌のように、他ジャンルからのアニソンへの参入が相次ぎました。日本国内のファンは「アニソン歌手」「それ以外の方々」の区別をきちんと付けています。しかしながら海外の

ファンの多くにとっては“アニソンはアニソン”です。

2012年、ニューヨークのマジソンスクエアガーデンで行われたL'Arc〜en〜Cielのライブの客席に私はいました。L'Arc〜en〜Cielは、J-MELOの視聴者リクエスト数で4回も年間第1位に輝いている、世界的に人気のロックバンドです。この公演はアメリカ、ヨーロッパ、アジアを巡るツアーのハイライトで、アメリカだけでなく中南米からも多くのファンが詰めかけていました。最初から最後まで非常に盛り上がったのですが、特に“Ready Steady Go”（「鋼の錬金術師」の主題歌）で多くの観客が共に一緒に歌った姿は、忘れる事が出来ません。恐らく、L'Arc〜en〜Cielへのファースト・コンタクトがアニソンだったという方が、会場にたくさんいたのでしょう。やがて、彼らの他の曲を聴いているうちに、大ファンになっていったに違いありません。

ただ、アニソンは、アニメあってこそ存在しうるものです。“アニメは日本で大人気”と言い切れるのでしょうか？現在の日本で、ゴールデンタイムに放送されているアニメが幾つあるのでしょうか？日本関連フェスで、地元の方がアニメ・キャラのコスプレをするのは、いまや世界中で珍しくない風景ですが、それは魅力的なアニメ作品とキャラクターがあってこそです。アニメ業界は非常に厳しい状況にあります。夢が持てない世界に、新しい才能はやってきません。アニメそのものに新しい潮流が生まれなくなると、自ずとアニソンも停滞の時代を迎えます。せっかくクールジャパンという仕組みが作られ、日本のコンテンツを世界に売るという構造が出来たのに、肝心の売るものがなければ“仏作って魂入れず”になってしまいます。“キャラの切れ目が、縁の切れ目”にならないことを祈るのみです。

2つ目の「ビジュアル系」ですが、これは簡単に言えば、特徴的なメイクをしたミュージシャンやバンドの総称です。ほんの少しだけ女性バンドもありますが、ほとんどは男性です。ビジュアル系という名称の通り“外見”で括られたジャンルであり、こちらも音楽性は多種多様。ハードコアパンクからグランジ、ポップス、歌謡曲まで、“何でもあり”です。では、特徴的なメイクとは、どのようなものなのでしょうか？ルーツは1970年代に英国で興隆したグラム・ロックです。マーク・ボランや、(その時期の)デビッド・ボウイのファッションやメイクは、鮮烈な印象を音楽シーンに刻みしました。グラム・ロック自体はほんの数年のムーブメントでしたし、ビジネス的には世界を席卷という程の成功は取めませんでした。すぐにパンク、ニューウェーブ、そして第2期ブリティッシュ・インベンションと音楽シーンはめまぐるしく変化していき、グラム・ロックは本国では過去のものになってしまいました。しかし、遠く離れた国・日本では、その当時を彷彿とさせるようなメイクをしてパフォーマンスする男性ロック・ミュージシャンが続々と登場します。1980年代以降のライブ映像を見ると、BOØWYやX JAPANをはじめ、洋楽の影響を感じられるロックバンドのメンバーが、メイクをしてパフォーマンスしています。男性ミュージシャンのメイ

クが市民権を得ていったのは、彼らの功績と言えるでしょう。

現在のビジュアル系は、さらにその下の世代で、T.Rexを同時代体験している人はほぼ皆無です。中には第一世代と同じく、欧米のロックに強く影響を受けているバンドやミュージシャンもいます。しかしながら、音楽的な感性が築き上げられる思春期に、主に日本の音楽しか聴いていなかったという人も少なくありません。そのような音楽的ルーツの多様性が、ビジュアル系の音楽の幅の広さにつながっているのでしょう。

先ほども触れたJ-MELOのリクエスト投票ですが、2014年に年間ナンバーワンに輝いたのは、後述するガールズバンドでした。しかし2013年までは、4回も一位に輝いたL'Arc~en~Cielの他に、あと1組のロックバンドしかいませんでした。それは、the GazettEというビジュアル系5人組です。the GazettEは、2013年に欧州と中南米でツアーを行い、大成功を収めました。番組で彼らを取り上げると、リアクションが一気に増えます。

J-MELOでは、海外の視聴者の自宅を訪れるロケをたびたび行います。UAEの女の子の部屋にはthe GazettEのポスターやCDがありました。「最初はルックスがカッコいいと思ったのだけど、聴いているうちに音楽がカッコいいと感じ、ハマっていった。」サウジアラビア人のお父さんと、エジプト人のお母さんを持つ10代の女の子は、目を輝かせながら、こう語りました。ロシアの女の子の家には、たくさんの衣装がありました。友達に頼み、the GazettEをはじめ、日本のビジュアル系アーティストのレプリカを作っているのだそうです。お母さんも「外国の文化を知ることは良いことだし、私も応援したい」と話してくれました。

海外のファンは、ビジュアル系というジャンルが自分の国にないので、まずファッションやメイクなど、ルックスに惹かれます。その次に、さま

ざまなサウンドの中から、自分に合うバンドやアーティストを見つけていきます。コスプレはアニメ・キャラだけのものではないのです。自分のお気に入りビジュアル系ミュージシャンの衣装を自分たちで作り、披露し合っているファンも多数いるのです。

多くのビジュアル系バンドが海外公演を行っていますが、人気バンドのファンクラブはたくさんあります。私たちのところにも、ファンクラブの集いの際に撮られた集合写真がよく送られてきます。英国が起源のビジュアル系は、他の音楽と同様、日本で独特の発展をして、世界的にも稀有な存在になったのです。

最後に、今回のテーマでもある「アイドル」です。そもそも「アイドル」とは何なのでしょう？ 私たちが海外の視聴者に「皆さんの好きなアイドルは誰ですか？」と質問をすると、日本の“アイドル”の概念とは異なる返答が多数届きます。考えてみれば、英語のidolは、その名の通り憧れの存在。「僕のidolはミック・ジャガーだ！」「私のidolはマライア・キャリーなの！」と言っても、全く違和感がありません。私にとっては、ピーター・デブリエルやブライアン・イーノらは大idolです。年齢やキャリア、さらには容姿に関係なく、その人が憧れる音楽的偶像こそ、idolなのでしょう。

ところが日本語の“アイドル”は、英語の“idol”に比べて、かなり狭義になります。“カッコいい”“カワイイ”“ルックスやスタイルなどが好み”などというのが十分条件。そこに“スキャンダルとは無縁”“放っておけないので、力添えしてあげたい”“ひたむきな生きざまに共感を覚える”“成長を見守りたい”（デビューした時は、ほとんどが“生徒”、あるいは“児童”ですから…）など、ファン心理をくすぐる清純な少年少女像が必要条件になります。そう、“清純な印象”というのが、日本のアイドルには欠かせない要素なのです。プリトニー・スピアーズやレディ・ガガに清純さを求めるファンは、少数派なのではないでしょうか？

私は音楽番組プロデューサーですので、音楽という見地から「アイドル」を考えます。「アニソン」「ビジュアル系」と異なるのは、音楽は活動のうちのワン・パートであるということであると思います。その他の要素—俳優、舞台、グラビア、バラエティ、ファッションモデルなども、アイドルの活動の重要なファクターです。では、アイドルが表現する音楽とはどのようなものなのでしょうか？ こちらも、まさに“何でもあり”。サウンド的には、歌謡曲からバラード、ハードロック、テクノなど、あらゆる要素が主役であるアイドルの歌を引き立たせるために楽曲を彩っています。アイドルの曲で注目して頂きたいのは、その歌詞です。最も多いのは、青春時代の恋愛を描いたものです。私と同じような世代の“大きなお友達（ミドルエイジのファンは、このように呼ばれています）”にとっても、特に女性アイドルが歌うラブソングは胸キュンですよ。何故“大きなお友達”の心をアイドルのラブソングが捉えるのか。これは私見ですが、そういった歌詞を

書いているのが、実はミドルエイジの、それも男性が多いというのも一因ではないでしょうか？AKB48は秋元康さん、モーニング娘。'15はつんく♫さんが歌詞を手掛けています。そこに主に登場するのは、その世代の男性が描いた、アイドル世代の女の子の青春群像です。

アイドルとは別の流れで、いま“ギタ女”と呼ばれる、自作の曲をアコースティック・ギターで歌うシンガーソングライターが増えています。その多くの曲は、女性アーティストが“主観的に”自分の思いを歌詞にしたものです。

一例として現役慶應大学生の山崎あおいさんが書いた「スクランブル」の歌詞を記します。

大人しくしているからって 油断なんかはしないでね
その気になれば いつでも手は握れる
さあ早く悩んで そしていつかはこう言って
「僕も君が好きなんだ」
神様どうか この人だけは
私から奪わないでね やっと見つけたから 運命のひとだからなんて
「恋はいつでも突然だね」と 溜息と一緒にこぼす
きらきらと憂鬱が流れてゆく

如何でしょうか？赤裸々で率直な年頃の女の子の心象風景に、私は少し照れてしまいます。逆に、共感される女性の方は多いのではないのでしょうか？これに対して、アイドルの曲は“客観的に”歌詞が書かれるからこそ、メッセージが多岐に渡り、世代や性別を超えた人々の心に届くのだと、私は思うのです。いまをときめくAKB48の歌も、ただ可憐で元気いっぱいという曲だけではありません。秋元康さんが作詞した2009年の大ヒット曲“RIVER”は、このように綴られています。

君の目の前に 川が流れる 広く大きな川だ
暗く深くても 流れ速くても 怯えなくていい
離れていても そうだ 向こう岸はある
もっと 自分を信じろよ

秋元さんは、メンバーの女の子たちに、100万の叱咤激励を重ねるよりも、1つの歌を贈った方が、思いが伝わると考えられたのでしょうか。アイドルの楽曲は、ただ甘酸っぱいだけの音世界ではないのです。繰り返しになりますが、日本音楽最大の特長は“多様性”です。「アニソン」「ビジュアル系」「アイドル」の楽曲を聴くだけでも、「いま」の日本の現代の音楽潮流を体感することが出来ます。

(4) Jポップの多様性

これまで、日本のファンや評論家は、音楽を語る際に“かくあるべし”という枕詞を常套句にすることが少なくなかったと思います。そこから外れて、異文化交流のような音楽活動をすれば、「ジャズはそうではない」「これはロックではない」「こんなのはクラシックではない」と批判されることも茶飯事だったのではないのでしょうか。私は“かくあるべし”が前提の批評を“音楽原理主義”と呼ばせて頂いています。

これに対し、世界的に支持を受けている「アニソン」「ビジュアル系」「アイドル」は、音楽的には“何でもあり”。つまり“かくあるべし”という概念の外側にあります。例えば「Jポップ」も音楽的な特徴を表すタームではなく、“日本のポップス”という地場産業の略称だと、私は考えています。

昨夏、韓国に取材に行き、在韓国日本国大使館が主催した、300人近くの韓国人がエントリーした、日本の歌を歌う「のど自慢大会」を取材しました。「何故、日本の歌を歌うの？」と聞くと、「Kポップにはダンスポップしかないけど、Jポップには実にいろいろな音楽があって素晴らしいと思う」「韓国の歌はラブソングばかりだけど、日本のものは哲学的な内容のものもあって多様だと思う」と異口同音に参加者は答えてくれました。そんな彼らがエントリーした曲を歌っている歌手のトップ3は、第1位：中島美嘉、第2位：YUI、第3位：平井堅、でした。全員卓越した歌唱力と個性を持ち合わせたアーティストですね。「アニソン」「ビジュアル系」「アイドル」をきっかけに日本の音楽に興味を持った人々は、インターネットを通して積極的に調べて、自分の好きな歌手や曲を探していきます。その結果、この3人をはじめとする100人を超える日本の歌手が、韓国の音楽ファンの心を奪っていったのです。日本の音楽は、旧来の音楽性によるカテゴリー分けではなく、これら“音楽的には何でもあり”というジャンルが興隆してきたことが、世界的にも唯一無二のユニークな存在となるきっかけになったと私は思います。

2. グループアイドル最前線

(1) 「個」から「集団」へ

2014年に、全世界の音楽ファンは、どんな日本のアーティストを支持したのでしょうか。リクエスト数年間ベスト10は、このような顔ぶれでした。(図1) お気づきですか？10組ともグループなのです。では2013年はどうだったのでしょうか？(図2) 何と2013年も同様でした。それでは、2012年はどうでしょうか？(図3) 2012年も、全てグループでした。グループだけが上位を占めているという状況は、ここ3年間、変わることがなかったのです。かつて、女性アイドルでは、山口百恵さん、天地真理さん、松田聖子さん、薬師丸ひろ子さん、小泉今日子さんら、ソロのスターが常にムーブメントの中心にいました。キャンディーズやピンクレディーのようなグループが出てくると、逆に新鮮に感じたのではないのでしょうか？しかし現

図 1

Most-Requested Artists 2014	
No.1	SCANDAL
No.2	the GazettE
No.3	Morning Musume. '14
No.4	ALICE NINE
No.5	ARASHI
No.6	Hey! Say! JUMP
No.7	ONE OK ROCK
No.8	AKB48
No.9	L'Arc-en-Ciel
No.10	DIAURA

図 2

Most-Requested Artists 2013	
No.1	the GazettE
No.2	ARASHI
No.3	Alice Nine
No.4	Morning Musume. '14
No.5	Hey! Say! JUMP
No.6	L'Arc-en-Ciel
No.7	SCANDAL
No.8	AKB48
No.9	ONE OK ROCK
No.10	KAT-TUN

図 3

Most-Requested Artists 2012	
No.1	the GazettE
No.2	ARASHI
No.3	L'Arc-en-Ciel
No.4	Morning Musume.
No.5	Alice Nine
No.6	AKB48
No.7	KAT-TUN
No.8	Hey! Say! JUMP
No.9	SCANDAL
No.10	GACKT

J-MELO 公式ホームページ J-MELO Awards より

在、ソロとして圧倒的な人気を誇る女性アイドルは、音楽シーンには残念ながらありません。この現象は、21世紀に入り、益々加速しています。“歌姫”に代わり、“グループ”が一世風靡の時を迎えているのです。

「個」と「集団」の関係性は、東アジアの音楽シーンの動きともリンクしています。1990年代後半、香港返還の前後に、香港スターのブームがありました。“香港四天王”をはじめとする映画スターでもある歌手が次々に登場し、日本のファンの心を掴んでいきました。あの当時、人気を得ていたのは“ソロ・アーティスト”でした。私は新宿厚生年金会館で開催された“香港四天王”の一人、ジャッキー・チュンのコンサートに行ったことがあります。ほぼ全てのトイレが女性用となるほどの女性ファンの熱気で、会場は埋め尽くされていました。“歌神”の称号も持つジャッキーは、映画俳優としても活躍する大スターでした。香港ブームの頃は、個人の大スターの時代だったのです。

これに対し、2005年の東方神起の日本デビューを契機にする韓流音楽ブームでは、そのほとんどはグループです。東方神起の人気は世界的な広がりを見せ、2009年のJ-MELOへの年間リクエスト数では、第2位を記録しています。当時、韓流グループが日本語で歌う曲は、日本の音楽の一部だと考える海外の音楽ファンもいたのです。2010年のソウルで、私は衝撃的な体験をしました。日本デビュー直前の少女時代を、KBSの“ミュージック・バンク”という音楽番組の収録で初めて見たのです。ダイナミックで正確なダンスと、それにも関わらず実際に歌っているという姿に、鳥肌が立ったのを、今でも鮮明に覚えています。韓流音楽スターは、かつての香港スターと違い、“少女時代の○○”“東方神起の△△”と、枕詞としてグルー

ブ名が必ず付きます。つまり、集団として楽しめるのはもちろん、好きなメンバー個人も応援することが出来る、いわば、一粒で二度美味しい仕組みになっています。こうして、「個」から「集団」へと、東アジアのアイドルはパラダイムチェンジしていきました。

世界的に見れば、日本のアイドルグループは否が応でも、Kポップとの比較対象にならざるを得ないような状況です。韓国のアイドルグループは“developed”な状態で音楽シーンに登場してきます。特に日本を含む海外進出となると、自動車と同様、フルスペック装備での輸出となります。これに対し、日本のアイドルグループは“developing”なのです。最初は右も左もわからないような初々しい状態から、段々と成長し、やがて大スターになっていく。ファンはその成長の過程を見守り、応援します。“多様性”と“developing”という2つのキーワードが、日本のアイドルが世界へと踏み出す可能性を生んでいるのです。

(2) 信用と競争のビジネスモデル——AKB48

いま、日本では女性アイドルが“戦国時代”と言われています。確かに東京だけでなく、全国各地に数えきれないほどのアイドルグループが存在し、週末になると至る所でイベントが行われています。しかし、あまりアイドルに関心のない方は、そんなに盛り上がっているという実感はないのではないでしょうか？私も正直“盛り上がっている”という表現は的確でないような気がします。

この現象は、音楽シーンそのものが以前とは変質してしまった影響が大きいと思われます。よく「国民的ヒットがなくなった」という声は聴かれます。しかし言うまでもなく「昔は良い曲ばかりだった」というのは錯覚です。“過去の名曲”は、時間というフィルターを経て、ほんの一握りだけが現代に歌い継がれています。残念ながら、ほとんどの曲は、フィルターを通ることが出来ず、過去の扉の中に消えていってしまいました。現代はいつの時代でも玉石混交です。そしていま、時代は“1人1ジャンル”を迎えています。音楽ファンは、それぞれが自分の“好き”を見つけていきます。現在のヒットは、個の“好き”の集積としての“マス”なのです。

このような音楽シーンの中で、ここ数年では唯一の“アイドルに関心のない方でも知っているアイドル”と言えはAKB48でしょう。かつて、大衆演劇を行う演芸場からスターが生まれたという現象はありましたが、AKB48はその人気を劇場内から外界へと拡散させ、遥かに大規模なビジネスとして成功させました。その躍進のベースにあるのは“信用”と“競争”です。

AKB48のメンバーの多くが所属しているのは、これまで長い間、日本の芸能界を支えてきた複数の老舗プロダクションです。芸能界は“信用”の世界です。どんなに新しく画期的なことを始めようと思っても、一朝一夕では“信用”は作ることが出来ません。AKB48は、いわば芸能界全体での

“信用”が基盤になっているグループなのです。さらに、メンバーの努力やタレント性がビジネスリザルトに直結する“AKB総選挙”のような“競争”という市場原理をグループ内に導入し、これまで類を見ないようなCDの連続ヒットを生み出していきました。常にミリオンセラーを続けるという快挙を成し遂げているAKB48の大成功は、これまで築き上げてきたことと、新しく試みたことが見事に融合し、それまでなかったアイドルモデルを作り出した結果だと言えるでしょう。

国内では福岡のHKT48、大阪のNMB48、名古屋のSKE48、さらにジャカルタのJKT48、上海のSHN48、そして今年新潟にNGT48が誕生することも発表されるなど、姉妹グループも続々生まれています。公式ライバルとしての乃木坂46も忘れる事は出来ません。J-MELOでは2012年と2014年の2回に渡り、インドネシアでJKT48取材しました。2012年は、ちょうどJKT48の専用劇場が、ジャカルタ市内のショッピングモールに完成する瞬間にも立ち会いました。それまで、日本的なアイドルグループはインドネシアには存在しませんでした。メンバーも、ファンも、どこかぎこちなく、とても初々しかった記憶があります。それから2年、劇場には満員の観客が詰めかけています。あの頃、まだ垢抜けなかったメンバーたちもすっかり“プロ”の自覚と自信に漲っていました。彼女たちはゼロから、インドネシアのアイドル文化を築き上げたのです。

AKB48とその姉妹グループは、重複所属や所属変更、組織内ユニットやソロ活動など、さまざまなメタモルフォーゼを繰り返しながら、サプライズを世に放ってくれます。アイドルを目指す女の子が、誰もが“夢”の入り口に立つことが出来る、そのメンバーにファンは会いに行って応援する

ことが出来る、日本生まれの“C to Cの関係”のアイドルが、プロデューサーの秋元康さんの指揮の元でどういう進化をこれからも見せていくのか、私は非常に興味があります。

(3) 伝統と革新のモーニング娘。——僕たちは未来までたすきを渡す使命

1990年代後半以来、女性アイドルグループの先頭集団で常に走り続けている、モーニング娘。1999年リリースの“LOVEマシーン”は160万枚以上の売り上げを記録しました。私はその頃“NHKのど自慢”の舞台監督を務める事があったのですが、どこに行っても“LOVEマシーン”を歌うグループが、老若男女問わず登場していたことを鮮明に覚えています。

モーニング娘。で最も特徴的なことは、メンバーチェンジを繰り返し、常に新陳代謝をしているという点でしょう。欧米にも、メンバーチェンジを繰り返すバンドやグループは数多くあります。しかしロバート・フリップのいないキング・クリムゾンは存在しないというように、中心的存在は基本的には不変です。しかしモーニング娘。は、大人気のメンバーであっても“卒業”という名のグループからの別れを繰り返してきました。現在のメンバーは13人ですが、卒業したメンバーを含めると、合計38人に達します。

私は、モーニング娘。に日本の伝統を感じます。平家物語にも通じる“この世に永遠のものなどない”という思想です。昨年から、グループ名に西暦が付けられるようになり、今年は、モーニング娘。'15として活動しています。“2015年にしか存在しないモーニング娘。は、このような形である”という名称の変化は、“この世は仮住まい”と同じ考え方のように私には思えます。現在のリーダーの譜久村聖（ふくむら・みずき）さんは、9期メンバーとして2011年に加入、リーダーとしても9代目になります。18歳でのリーダー就任は、18年目を迎えたモーニング娘。の歴史で、最年少のことだそうです。私にはリーダーが代わることが、歌舞伎などの“〇代目襲名”とダブって見えていました。襲名披露口上を行い、リーダーだけが所持することが出来る秘伝の神器の引き渡しなどの儀式などあったら、益々価値が出てくるのではと個人的には思います。

さらに、アイドルに“卒業”という概念を定着させたことも、モーニング娘。が最初ではないでしょうか。アイドルの女の子たちは、自らの青春時代を捧げています。青春時代は、夢や希望に満ちあふれると同時に、不安を感じて苦しんだり、悲しむこともある、人生の基礎を作るかけがえない時期です。そんな青春時代を終え、自立した大人の入り口に差し掛かった頃に、“卒業”の時はやってきます。“卒業”はアイドルからの早期退職システムであり、その瞬間にアイドル時代は出来なかった、恋愛や結婚も可能になるのです。

モーニング娘。は、現在、J-MELOで海外から最もリクエスト数が多いアイドルグループです。私が彼女たちのライブを最初に見たのは、2010年

にパリで開催されたジャパンエキスポのステージでした。そのパフォーマンスを見て、私は衝撃を受けました。歌と踊りが見事に一体化した、想像を遥かに上回るハイレベルなステージショーだったのです。会場に詰めかけた4000人のファン（中にはメキシコやインドネシアからパリまで来た人もいました）は全ての曲を知っていて、一緒に歌い踊っていました。その姿に衝撃を受け、私はそのまま楽屋に行き「一緒に世界に日本の音楽を伝えてほしい」と、J-MELO準レギュラー入りを打診しました。彼女たちは、日本で以前の勢いを失った時期に、パリ以外にも、台北やLAなどでの公演も成功させ、バンコクやソウルなどでは握手会とミニライブも行いました。海外での知名度が高いのは、世界を意識した活動を継続的に繰り返し、実際にファンの元を訪れていたからなのです。いま、モーニング娘。はシングル1位を連続で記録し、再び、全盛期を迎えています。2014年の10月には、エンタテインメントの総本山であるニューヨークでの単独公演も成功させました。

デビューからプロデューサーを務めているつくくみさんは、近年、音楽やダンス・パフォーマンスにも大きな変革をもたらしました。世界的流行となっている“EDM (Electronic Dance Music)”と、“フォーメーションダンス”という1人1人が複雑な動きを繰り返すダンスの導入です。ステージでは、“LOVEマシーン”の頃のような誰でも踊れる振付ではなく、彼女たちしか踊れない難易度の高いダンス・パフォーマンスを披露しています。“伝統”が“世界”と出会い、新しい時代を築き始めたモーニング娘。'15。彼女たちがどのように“developing”していくのか、とても楽しみにしています。

(4) アイドル界の前衛芸術的異端者—ももいろクローバーZ

いまの日本の女性アイドルグループを語る時に、ももいろクローバーZを欠かすことは出来ません。単独公演ではスタジアム級の会場を次々に満員にし、2014年にはレディ・ガガの日本公演のオープニングアクトを務めたことは記憶に新しいでしょう。ニューヨーク・ヤンキースの田中将大選手が大ファンで、登板する時に彼女たちの曲が流れるのも有名な話です。3年前、ライブ前の楽屋でロケをさせて頂いたことがあるのですが「私たち、本当にアイドルとしてはダメだったんです」という言葉が、今も印象に残っています。言うまでもなく、当時は既に押しも押されぬ人気アイドル。その日のライブも“モノノフ”という熱狂的なファンが詰めかけ、大変な盛り上がりでした。彼女たちはもともとデビューを約束されていた女の子たちではありませんでした。まだ10代前半の頃から、週末に各地に赴き、マネージャーと共に下積みの日々を重ねていました。“週末ヒロインももいろクローバーZ!”というフレーズは、毎日、フルタイムで活動できようになった今でも、大切な挨拶の決め台詞になっています。

彼女たちのアプローチは、実に“前衛芸術”的です。他のアイドルと同じことはやらないという姿勢で、ステレオタイプの先入観を次々に破壊してくれます。私にとってファーストコンタクトとなった初のメジャーシングルの「行くぜっ!怪盗少女」(2010)のミュージックビデオを見た時の衝撃は忘れられません。前山田健一さんの曲に載せた演劇的な自己紹介で綴られる“トラップのあるストレートな映像表現”の世界。翌年リリースされた「Z伝説～終わりなき革命」では“戦隊モノ”の要素まで加えられ、私はのけ反りました。ももクロの芸術表現は、自由奔放に“developing”していきます。舞台は、衣装だけでなく、装置やセットも含め、ファンタジーの度合いを深めていきます。パフォーマンスはあくまで真っすぐ全力なのですが、さまざまな要素や仕掛けがふんだんに散りばめられ、あたかもミュージカルを見ているかのような感覚になります。音楽的にも、布袋寅泰さん(ギターでも参加)、中島みゆきさん、大槻ケンヂさんら大物が楽曲提供したり、人間椅子やOKAMOTO'Sといった骨のあるバンドのメンバーがレコーディングに参加したり、日本最大のロックフェスの1つ“サマソニック”に登場したり、アメリカのロックバンドKISSとコラボしたり…、音楽通をも唸らせるような活動を繰り返し続けています。さらにミュージックビデオも、ある時はSFのような、またある時は青春群像のような、映画的な世界観を作り出しています。ももいろクローバーZは、アイドル音楽の特長である“何でもあり”を、芸術の域にまで高めたアイドルグループなのです。その音楽を聴き、ステージを見れば、日本音楽のユニークさを体感することが出来るのです。彼女たちは“異端”という自覚が最初からあったのでしょうか。だからこそ、賛否両論を恐れず、それまでの概念に囚われない斬新な発想を惜しむことなく注ぎ込んでいるのだと思います。

育ての親でありマネージャーを務める川上アキラさんは、「ももクロ流

5人へ伝えたこと 5人から教わったこと」(日経BP社)という本を、昨年、上梓されました。たった数十人しか集まらなかった野外のフリーライブから、国立競技場を2日間満員にするまでの彼女たちの軌跡を、述懐や対談を交えて構成されているのですが、そこに一貫しているのは、失敗を恐れず未知の世界に挑むチャレンジ精神です。上手くいったから何でも言えるという見方もあることでしょう。しかし、アクションがなければアクションはありません。失敗を重ねなければ、成功は導き出されません。むしろ失敗するなら、早い方が良いに決まっています。“チャレンジ精神”に“何でもあり”が結びつき、芸術になったからこそ、唯一無二のアイドルが生まれたのです。

(5) 未来進行形のアイドルを作れ！

AKB48、モーニング娘。、ももいろクローバーZに共通するもの、それは“ゼロからのスタート”という点です。ゼロからのスタートとは、前例がないということ。つまり、紛れもない、時代の先駆者なのです。AKB48は当初、専用劇場に足を運ぶ人も少なく、CDもあまり売れませんでした。モーニング娘。は、手売りで販売するCDの枚数がノルマに達しなければデビューすら出来ませんでした。ももいろクローバーZは、CDデビューの予定すらありませんでした。大ブレイクするアイドルに共通する点は、過去の“成功体験”に囚われてないということです。むしろ過去の成功は、新人にとって非常に大切なチャレンジ精神や“フレッシュさ”を失わせるという逆効果を生むことも少なくありません。何故なら、それが成功した時は既に過去であるからです。時代も人々も、もう当時のままではありません。つまり、既視感があるものを現在に再現しようとするアプローチは、“過去進行形”に過ぎないのです。

これに対し、これまでに見たことも、聴いたこともないものが世に出てきた時は、“何だこりゃ！”“こりゃ凄い！”というような驚きや衝撃、あるいは一種の拒否反応が生じることも少なくありません。例えばマティスやピカソ、さらにはアンディ・ウォーホルらも、世に出てきた時にはキワモノ的な評価を受けたのではないのでしょうか？才能と実力を持つ芸術家は、異端を常識へと変容させていきました。音楽も全く同じです。新しい音楽を作り出すためには“未来進行形”でなければならないのです。“成功体験”をなぞるのではなく、“失敗体験”から得た教訓を活かすことこそ、アイドルの成功のためには必要な条件なのではないのでしょうか。

3. 新たな活路を見出したアイドルの形

(1) ローカルアイドル

いま、地方に根付いたアイドル、いわゆる“ローカルアイドル”が、日本中で活躍しています。安室奈美恵さんらを輩出した沖縄アクターズスクール、Perfumeらを輩出したアクターズスクール広島など、芸能人養成学校

は各地にあります。大手事務所と提携しているスクールもあり、アイドルだけでなく、俳優、タレント、声優、モデル、アーティスト、ミュージシャンなど、音楽芸能の世界で夢を掴みたい子供たちをデビューへと導いていきます。そこで才能を見出された芸能人の卵は東京へと引っ越し、あるいは、一定の年齢に達するまでは東京と故郷を往復し、日本のエンタテインメントの中心地である東京を拠点に活動しています。

この状況に変化の兆しが見え、“もう1つの選択肢”が生まれてきたのは、1990年代のことです。当時、バブルの崩壊と共に、経済状況が次第に悪化していきました。トレンドドラマの主人公のような優雅な生活を、都心を舞台に過ごすという夢が潰えつつあった“失われた20年”の黎明期でした。まだバブルの名残が感じられたその頃の音楽シーンは、未曾有の好景気でミリオンセラーを記録するアルバムが続々とリリースされていました。

しかしながら、まもなくCD不況の時代が訪れます。これは、不景気だけではなく、音楽を取り巻く環境の変化にも起因しています。インターネットの普及により、どこにいても音楽情報や成果物を発信し、受け取れるという時代を迎えたのです。さらに、IT技術や、録音・撮影機材等の進化は、以前とは比べ物にならないほど安価で高品質な音源やミュージックビデオを誰でも制作し、リリース出来るという環境を作り出しました。

それまでも“ご当地アイドル”は各地にいましたが、活動をしたり、それを周知したりするのに、多額の費用や手間がかかりました。それが、必ずしも東京に行かなくても、地方にある自宅に暮らしながら、本格的な音楽活動が出来るようになったのです。2013年にNHKで放送された連続テレビ小説「あまちゃん」では、能年玲奈さん演じる天野アキが地方出身の人気アイドルになる姿が描かれました。それをきっかけに、全国各地で、地元の女の子によって結成されたローカルアイドルの活動がクローズアップされたことは、記憶に新しいと思います。いまでは、地域密着型のアイドルは全ての都道府県に存在しており、地元の企業や団体などの協力を得て活動しているグループも少なからずいます。祭りやイベントにもしばしば出演し、定期ライブを決まった劇場やクラブなどで行っているグループもあります。時には、東京や大阪などで単独公演を行ったり、イベントに出演したりすることもあり、福岡のLinQやRev. from DVL、松山のひめキュンフルーツ缶のように、地方都市に拠点を置いたままメジャーデビューするようなグループも出現してきました。

そんな彼女たちにピッタリな、活躍の舞台も生まれました。それは、主に郊外にある“大型ショッピングモール”です。さまざまな店が軒を連ねる商業施設の中心に位置するのが、イベントスペースです。そこは、まさに現代の“アゴラ”（古代ギリシャ時代の、都市の中心部にあった広場）なのです。アゴラは、かつて直接民主制の舞台となった場所です。現代のアゴラでは、週末になると、フリーライブが頻繁に行われています。ローカルア

アイドルは、そこで、自分たちのパフォーマンスを多くの人々に対して直接披露し、認知度を高めることが出来るのです。

ローカルアイドルは、かつてブームとなったとある現象に似ています。それは、1980年代の“民謡ブーム”です。現代的なアレンジで歌われる民謡が再評価され、全国津々浦々で新民謡と呼ばれるご当地ソングが作られ、金沢明子さんという大スターも生まれました。地方に根付いた人々が新しい音楽文化を作り出し、注目されるという点では民謡とアイドルという差異こそあれ、相似点が多々見受けられます。ただ、民謡ブームと大きく異なるのは、親を説得して大都会に行かなくても、誰でもアイドルになれるチャンスがあることです。地域性は、他のグループと差別化する強力な武器になります。その武器を手には、自分自身と全国、さらには世界が直結している環境を活かしたアイドルが、これからも続々と世に出てくるのではないかと私は考えています。

(2) 地下アイドル

地方発信の音楽が増えたとはいえ、日本の音楽産業の中心地は依然として東京です。大手のレコード会社、プロダクション、出版社、新聞社や、全国ネットの放送キー局などは、東京に本社を置くところが大多数です。そのため、ほとんどのアイドルは、東京を拠点に活動しています。彼女たちは、激しい競争を常に勝ち抜いていかねばなりません。生き残りを賭けた熾烈な闘いを、日々行っているのです。それはまるで、セーフティ・ネットのない資本主義市場のようなものです。アイドルはファンタジーを売るビジネスです。投資をリクープし、利益を上げなければどんなにカワイくて歌や踊りが上手くても活動を継続することは出来ません。現在あまりに多くのアイドルグループが音楽シーンに供給された結果一種のデフレが生じ、差別化に成功したグループはビジネス的に成功を収め、そうでないグループは淘汰されていくという“二極化”が始まっています。

そのような状況下にある東京のアイドルだけに存在し、地方にはないカテゴリーに“地下アイドル”というものがあります。「地下アイドルとは何か？」という件については幾つかの説があるのですが、「ファン以外が見るようなメディアなどにはあまり登場せず、小さな劇場等でのライブをメインに活動するアイドル」のことを指すというのが私の解釈です。あまり良い言葉ではないという批判もあり“ライブアイドル”と呼ばれることもあります。しかし私は、地下アイドルというタームは、それほど悪いとは思っていません。建物には、上層階には上層階の、地下には地下の役割や特性があります。土地に余裕がある地方では“横”への拡張が可能なので、大型ショッピングモールを作ることも可能です。これに対し、容積率が高い都市部では“縦”への拡張しか出来ません。そのために、如何に地下空間をリノベーションするかが鍵になっています。地下アイドルとは、都市再生の進捗の過程で生まれているポジティブな存在と言えるのです。

地下アイドルは、CDの全国流通網を持っていないところも少なくありません。彼女たちはライブのチケットに加え、自分たちのCDやグッズを直接販売します。また“チェキ会”（インスタントカメラによる撮影会）や、握手会などを行い、収益を得ています。これらの有料イベントは、グループごとによって実にさまざまです。自分たちのアイディアや情熱をダイレクトに形にすることで活路を見出すしかないという、J-MELOの黎明期と同じ環境にあるのではと、私は感じています。

ローカルアイドルは、いわば地場産業です。そのエリアにいる限りは、名産品の一つとして扱われます。地域社会と二人三脚、共存共演という空気がそこにはあり、“地域性”という差別化のための武器があります。しかし、たとえ地方出身であっても東京のグループに所属した瞬間に、そのアドバンテージは喪失します。競争相手の数も桁違いですし、若くてフレッシュなライバルが、次から次へと出現し続けます。言いかえれば、生鮮食料品のようにあっという間に古くなるのです。賞味期間内に成功を取めるためには、他のグループや、あるいは同じグループの他のメンバーと明確に差別化出来る、新たな武器を手に入れなければなりません。

アイドルグループの競争は、例えるなら“サッカー”に近いかもしれません。集団としてのレベルの高さだけでなく、個人の個性や役割を活かしたチーム編成をしないと、最終的に勝利することが出来ません。AKB48、モーニング娘。'15、ももいろクローバーZらの第一集団を追い、それらの姉妹グループや地方アイドルをはじめ、数多くのグループが、優勝目指して疾走しています。上位のチームほど、“絶対的なエースストライカー”“ゲームメイクのスペシャリスト”“信頼のキャプテン”“守備の要のゴールキーパー”あるいは驚異の新人と言われるような1年生まで、発揮度あるキャラクターという武器を持つ人材が揃っているのです。

4. 世界を席卷 個性を発揮する女性アーティスト

(1) クリエーターと創り上げるキャラクター——きゃりーぱみゅぱみゅ

前述した通り、日本でいう“アイドル”は、英語の“idol”に比べかなり狭義です。かわいさが際立っていても「アイドルではなく、アーティストです」と、明確な区別をしていることもしばしば見受けられます。事実、世界で評価を受けている若い女性アーティストには、既存の“アイドル”の概念を超えた方も少なくありません。

その代表例はきゃりーぱみゅぱみゅでしょう。“カワイイ”という言葉に対する世界的な認知度の高まりは、彼女の存在なしに語ることは出来ません。きゃりーは、いまをときめくプロデューサー・作曲家である中田ヤスタカ（CAPSULE）さんと出会い、2011年に歌手としてメジャーデビューを果たします。その後の躍進は、皆さんご存じの通りです。独特のメイクやファッションは、多くのフォロワーを世界中に生み、2度に渡るワールドツアーでは各国でソールドアウト公演を連発しました。私が初めてきゃりー

©きゃりーぱみゅぱみゅ

のライブを見たのは、2012年にパリで開催されたJapan Expoでした。彼女のコスプレをする女の子で溢れる会場は、歌声を合わせて同じ振付をする観客で埋め尽くされていました。2013年のサンフランシスコの中心部ユニオンスクエアのライブでは10000人以上が詰めかけ、大変な熱気でした。

きゃりーの世界を創造しているのは、センスあふれる一流のクリエイターです。Perfumeも手掛ける中田ヤスタカ (CAPSULE) さんの作り出すサウンドは、とても鋭敏で先進的。曲だけでなく、言葉遊びをふんだんに採り入れた歌詞は、翻訳不能なほどユニークです。

つけまつけま つけまつける
ぱちぱち つけまつけて
とう CAME UP とう CAME UP つけまつける
かわいいの つけまつける
(「つけまつける」2012)

おっしゃ LET'S世界征服
WOW WOW WOW いえいえいえいえいえ
ボクはインバーダーインバーダー
きゅきゅきゅインバーダーインバーダー
(「インバーダーインバーダー」2013)

アートディレクターの増田セバスチャンさんは、いまや“カワイイ・アート”の世界的マエストロであり、ニューヨークでの個展も成功させました。

ミュージック・ビデオ監督の田向潤さんは、斬新なアイデアと手法で毎回見ている者の度肝を抜きます。きゃりーが20歳を迎えた記念曲である「ふりそでーしょん」(2013)ではダ・ヴィンチの「最後の晩餐」をモチーフにした“10代最後の晩餐”が舞台となり、「きらきらキラー」(2014)ではCGで作られた“幸せな死後の世界”をきゃりーが旅する姿が描かれました。きゃりーは単なるアーティストではありません。“世界でたった一つのキャラクター”なのです。客層は他のアーティストとは全く違う様相を呈しています。いわゆる音楽ファンだけでなく、家族連れ、友人同士など、まるでテーマパークに遊びに来ているような人達がたくさん詰めかけています。観客は世界で唯一無二のキャラクターに会うために会場に足を運び、その姿を見て一緒に歌い、踊ることが何より楽しいのです。きゃりーに肩を並べる存在は“ハロー・キティ”位なのではないでしょうか？1つ異なるのは、きゃりーはまだ22歳の一人の女の子であるという点です。クリエイティブな才能を注ぎ込まれた彼女が成長する姿を、ファンは同時進行で体感しているのです。

(2) 本格派バンド— SCANDAL

先程“あるガールズバンド”と言葉を濁しましたが、2014年にJ-MELOに世界中から最も多くリクエストが届いたガールズバンドとは、SCANDALです。2010年以降常に年間ベスト10の中に入り、2014年にはついに年間リクエスト数1位に輝きました。これまでも海外公演を何度も行い、今年は、アジア、ヨーロッパ、北中米を回るワールドツアーを予定しています。

SCANDALは、HARUNA（ボーカル、ギター）、MAMI（ギター、ボーカル）、TOMOMI（ベース、ボーカル）、RINA（ドラムス、ボーカル）の4人組です。元々、同じ芸能スクールに通う生徒だった彼女たち。ミュージシャン志望ではなかったのですが、講師の勧めで、バンドを結成したそうです。2008年にデビューを果たしましたが、当初の売りは制服を着て演奏するというもので、どちらかと言えば企画色が強かった印象があります。可憐なルックスを持つガールズバンドは、日本ではプリンセス・プリンセスが元祖ではないでしょうか？2000年代初めにはWhiteberryやzoneらもチャートを賑わし、“バンドル”（バンドとアイドルを組み合わせた造語）という言葉も生まれました。SCANDALも当初は昔からあるそのような系譜の中の1つにすぎませんでした。海外では、まずは制服という日本独自のファッションが注目されます。パリやモスクワで開催された日本のポップカルチャーイベントでは、彼女たちのコスプレをしたファンが、たくさん目に入ってきました。“アイドル”と“バンド”の大きな差異はというと、前者は、プロデューサーやマネージャーが強い企画力や指導力でそのグループにしかない世界観を作り上げていき、作り出されたイメージの中でメンバーが個性を発揮していきます。後者は、メンバーが自分たちのやりたいこと、作り出したいことのコンセンサスを共有し、活動していきます。プロデューサー

© SCANDAL

やマネージャーはパートナー的な存在です。つまり、アプローチは正反対なのです。“やらされている感”が見え隠れするバンドで成功を収めたものを私は知りませんし、それはバンドではなくアンサンブルにすぎないと思います。

SCANDALは制服を脱ぎ捨てるのと時期を同じくして、自分たちで曲を書き始めました。演奏も驚くほど上達し、バンドにとって最も大切な“独特のグルーヴ”も生まれてきました。数多のバンドを聴いてきた私も、今年の2月に放送されたライブ収録の際には「何て上手いんだ」と感嘆しました。昨年、J-MELOでは、彼女たちと共に曲を作りました。世界中の視聴者から「好きな言葉やフレーズ」を集め、それを基に曲を作るというプロジェクトでした。世界30カ国以上から寄せられたメッセージを彼女たちは全て読み、ツアー中に毎晩部屋に集まって、曲作りを進めたそうです。その結果生まれたのが、「Your song」という歌です。

Hey My friend 顔をあげてよ

見方で色を変える世界

シナリオ通りじゃなくても

それはそれ また別の正解

つまずかないように

靴が汚れないように

歩く術はないけれど

たった1度きりの旅

すり減ったそのかかとは
君を笑わない
Wow 奇跡は起こらなくても
Wow 鼓動が止まらないなら
誰かの為じゃなく 君は君の為に
信じて 進めばいい

全員で作詞・作曲したこの曲は、過去に辛いことがあり、そこから乗り越えようとしているフィリピンの女の子からのメッセージに対する、メンバーの思いが込められています。SCANDALは、ポリシーと志向性をしっかりと持った“バンド”へと成長していったのです。

(3) 世界を席卷——BABYMETAL

いま、世界の音楽シーンを最も驚かせている、日本のティーンエイジャー3人組とは？その答えは、BABYMETALです。BABYMETALは、17歳のSU-METAL、15歳のYUIMETAL、同じく15歳のMOAMETALの3人組です。昨年の夏、彼女たちはアメリカとヨーロッパで単独ツアーを敢行。欧州、北米など、世界各地で数々のロックフェスにも出演を果たしました。さらに、レディ・ガガのアメリカ公演ではオープニングアクトも務めました。英国のヘヴィ・メタル専門誌「Metal Hammer」ではネット投票で世界一に輝きました。そして秋には、ニューヨークとロンドンで単独公演を行い、アメリカのビルボードワールドアルバムチャートで、年間5位に輝いたことも発表されました。これを2014年だけで成し遂げたのです。

BABYMETALのコンセプトは“新しいメタルのオンリーワンなユニット”です。女の子3人は楽器を演奏することはありません。バンドやバックトラックによる、激しいメタルサウンドに乗せて歌い、踊ります。3人は元々、さくら学院という小中学生の女の子だけで構成されたアイドルグループのメンバーでした。このアイドルグループは、学校を模した活動を行っていて、重音部という部活動がBABYMETALへと発展していきました。躍進の鍵は、音楽に対してきちんとリスペクトを表した点にあると思います。彼女たちの音楽は、メタルファンが聴いても納得できる、“ホンモノのヘヴィ・メタル”です。これが“何となくメタル風”というような代物であれば、ここまで大きな支持は得られなかったと思います。海外のファンにとって、強面の荒れ狂うような男たちが歌い、奏でるヘヴィ・メタルを、可憐な日本の女の子が踊りながら歌う姿は、前例がないものでした。いや、日本のファンでも見たことがないでしょう。この“ギャップ”や“コントラスト”の大きさが、衝撃となって、凄いスピードで世界中を駆け巡ったのです。2014年2月にリリースされた彼女たちのファースト・アルバム「BABYMETAL」に収録されている「ギミチョコ!!」の歌詞を読むと、“ギャップ”や“コントラスト”が、より顕著に感じ取れます。

© BABYMETAL

あたたたたた ずっきゅん！ わたたたたた どっきゅん！
ずっきゅん！どっきゅん！ずっきゅん！どっきゅん！
ヤダ！ヤダ！ヤダ！ヤダ！ NEVER！ NEVER！ NEVER！
C！I！O！ チョコレート チョコレート チョ！チョコ！チョコ！いいかな？
でもね ちょっと Weight ちょっと最近 心配なんです
だけど チョコレート チョコレート チョ！チョコ！チョコ！いいかな？
でもね ちょっと Wait ちょっと待って チョ！チョコ！チョコ！

この曲のライブ映像は、YouTubeで何と200万回に迫ろうとする勢いの再生回数を記録しています。(2014年12月現在)それを見ると、彼女たちのパフォーマンスが如何に个性的であるか、一目瞭然かと思えます。BABYMETALのショーには、トークがありません。音楽だけで構築されるステージは、THE WHOのTOMMYや、ピンク・フロイドのTHE WALLのようなロックショーのようにも通じるものがあります。それらと大きく異なるのは、舞台のセンターにいるのが、3人の女の子だけであるという点です。アイドル的な要素を持つ女の子が輝くかどうかを左右する大きなファクターは、非常に単純化するとたった2つであるような気がします。1つは本人たちが持つ才能や資質、もう1つはプロジェクトの企画力や実行力、この2つが見事に調和した時、想像以上の化学反応が生まれます。BABYMETALの成功は、まさにその好例なのではないでしょうか。彼女たちだけが持つ“ユニークな世界観”で、音楽のフロンティアを切り拓いているのです。

(4) バーチャル・シンガー——初音ミク

最後に、“世界を席卷している若い女性アーティスト”といえはまやこ

初音ミク illustration by KEI © Crypton
Future Media, INC. www.piapro.net
piapro

の“方”を欠かすことは出来ません。その名は、初音ミクです。初音ミクは“ボーカロイド”（歌声合成ソフトウェア）の中で最も高い人気を誇っている象徴的な存在です。ボーカロイドとは、歌詞とメロディーを入力すると、人間のサンプリングされた声から歌声を作り出すソフトのことで、現在では実際のボーカルと比べても遜色のない歌声が作られるようになりました。

16歳の女の子という設定の初音ミクが誕生したのは、2007年のことでした。瞬く間にそのソフトを使った新曲や映像がネット上に溢れ、世界へと拡散していきました。彼女は世界中のファンの心を射抜き、日本のポップカルチャーイベントではコスプレをする人々で溢れています。2011年にはアメリカ・LAで初の海外公演を実施。5000人以上の観客を熱狂させました。私もその映像を見ましたが、バックバンドの生演奏で歌う姿は、大スターそのもの。床から登場したり、スクリーンを自由に飛び回ったりといった、生身の人間では出来ない演出も印象的です。2014年には、ライブと企画展示を併催したイベント“HATSUNE MIKU EXPO 2014”を開催し、そのLAとNYの会場には合計3万人を動員しました。昨年、初音ミクの開発元、クリプトン・フューチャー・メディア株式会社代表の伊藤博之さんにインタビューをする機会に恵まれました。伊藤さんは、主役はあくまで“作り手”であり、初音ミクは世界中の制作者を繋ぐハブのような存在だと考えていると、仰いました。このソフトは楽器が弾けなくても、歌えなくても、ボーカルの入った楽曲制作をたった1人で行うことが出来るという革命的なものです。“ボカロP（ボーカロイド・プロデューサー）”という新しい音楽制作者が続々と登場しています。さらには、初音ミクを題材とした

ミュージックビデオなどの制作も行うクリエイターにも新しい可能性をもたらしました。

現在では、ボカロPに留まらず、多くの音楽家が初音ミクの可能性を強く感じ“共演”をするようになりました。電子音楽の先駆者である富田勲さんは、ご自分の作品「イーハトーヴ交響曲」で、オーケストラと共演する歌手に初音ミクを指名しました。富田さんをインタビューした際、私はその言葉に大きな感銘を受けました。「初音ミクは、現代の“人形浄瑠璃”である」まさに目から鱗が落ちた気分でした。初音ミクは、制作者が“音楽”という魂を入れることにより、歌い、演じ、感動を届ける事が出来る“アーティスト”になるのです。だからこそ、多くの人々が“彼女”に夢中になっているのでしょう。

5. アイドルの将来像と展望

アイドルとは何か？正直、私はこれまで真剣に考えたことは一度もありませんでした。また、個人的な思い出を辿ってみてもアイドルに夢中になったという経験がないのです。アイドルと正面から向き合うようになったのは、J-MELOを始めてから、つまり仕事として関わるようになったというのが率直なところです。

アイドルはファンタジーを商品とするビジネスです。“現実”と“非現実”のちょうど中間の存在ともいえます。もちろん、彼女たちは実際に存在しています。誕生日、顔やスタイルと言った外形的なものや、時折垣間見せる発言や行動などを見て“好き”という感情を持ち、ファンになっていきます。

アイドルになりたいという動機のほとんどは、カワイイ服を着てたくさんファンの前で歌い、踊り、有名になりたいというようなものでしょう。実際にはこれまで書いてきた通り、熾烈を極める競争と過酷な現実があります。夢のない世界に才能は来ません。しかし、夢だけでは人は生きていきません。夢を掴める人はほんの一握りです。誰もが光り輝く“スター”を目指しています。星は、漆黒の夜空があるから輝くのです。私は音楽番組プロデューサーですので、音楽という見地からアイドルを語りました。また、お話しした世界的な反響も音楽ファンからのものですので、ファン層が変われば違う評価が得られることでしょう。アイドルにとって音楽は魅力の一部にすぎません。音楽活動をしていないアイドルもたくさんいます。アイドルこそ、日本のポップカルチャーの真骨頂である“何でもあり”の大博覧会とも言えます。みなさんも是非、自分の好きなアイドルを見つけてください。彼女たちは、青春を捧げています。“いま”しかない時期に放つ輝きに対し、心から賛辞を送れば、きっとその気持ちは本人に届くことと思います。

最後に、全世界向け音楽番組を制作してきた経験から得た、これからどんなアイドルが世界で輝くかということについて、お話しをさせていただきます

い。まず“世界”とはどこから何処のことなのでしょうか？基本的に歌詞を伴うという特質を持つポップミュージックのマーケットは“国単位”ではなく“言語単位”で広がっています。世界中で最も広域で話されているのは、英語です。イギリス、アメリカ、カナダ、オーストラリア、ニュージーランド、シンガポール、南アフリカなどは、言語という枠組みで考えれば同じ市場だと考えられます。世界中を回り体感してきたことですが、確かに音楽をはじめとする日本のポップカルチャーを愛好する人たちは増えています。しかしながら、多くは“日本ファン”という狭い領域に留まっているというのが現状です。東京近郊に住んでいる方には、代々木公園などで時折開催されている、タイやベトナムなどのフェスを想起すると、解りやすいのではないのでしょうか。確かにタイファン、ベトナムファンが大挙して押し寄せ、大変な賑わいを見せますが、まだまだ局地的な盛り上がりという感は否めませんよね。

海外で日本ファン以外に日本音楽を届けるためには、日本に興味を持たない方々でも受容しやすい、“ローカライズド”が必須なのです。少女時代や東方神起が日本で受け入れられたのは、少なくとも歌唱においては、完璧な日本語で歌い上げていたからです。もし韓国語でしか歌われていなかったとしたら、韓流ファンの中でだけでの、小さなムーブメントに留まっていたことでしょう。アメリカやシンガポールの学生たちに「どうすれば日本の音楽が、もっと世界中で聴かれるようになるか」と質問したことがあります。「もっと放送やインターネットを通して、ミュージックビデオが見られるようになった方がいい。大切なのは、ファーストコンタクトの機会を増やすことだと思う」「ファンクラブに入りたくても、日本語のページしかない。英語でも入れるようにしてほしい」「実際にこちらに来て、ライブをしてほしい。日本のアーティストやバンドが来る機会は少ないから」この他にも多数の意見が出ましたが、私の心に最も残ったのはUCLAの学生のこの発言です。「日本の歌に使われている英語がおかしいのと、発音が変わる。もし英語で歌うなら正しくないと、笑われてしまうだけ」。もし英語圏での成功を目指すなら、少なくともボーカリストは、ネイティブと同じ発音やイントネーションで歌うことが要求されます。

そしてここが大切なポイントですが、“適応”は必須ですが、“同化”してしまうと、せっかくの武器である日本らしさが喪失してしまいます。どんなことがあっても“アイデンティティ”は失ってはいけないのです。何故なら先述した通り、音楽には本籍があり、国境を超える事は出来ても、それをなくすことは出来ないからです。恐らく、これまで世界進出を試み英語で歌った日本の歌手がうまくいかなかった原因はここにあるのではと考えます。

アイドル以外で私が世界への最短距離にいると考えているのは、ONE OK ROCKです。ボーカルのTakaさんはネイティブと同等の英語での歌唱力を持っています。そして、彼らの作り出すまるで音の粒が見えるかのような

きめ細やかなサウンドは、まさに日本ならではのロックだと思います。私は昨年、横浜スタジアムでのライブに行きましたが、野外の、それもあれだけ大きな会場でも実に美しい音色が響く様子は、まるでロックの未来が生まれる瞬間を目撃しているかのようでした。彼らが世界中でライブを行い、支持を集めている理由はまさにそこにあるのではないのでしょうか？ ONE OK ROCKのような“Tシャツとジーパンでも自分たちの音楽を世界へと伝える事が出来るバンド”、つまり現地のファンへ音楽をダイレクトに伝える力を持ち、共感を得られるような日本のアーティストが次の世代には続々と生まれてくる予感がしています。

アイドルからも、そのようなグループが近未来に登場するに違いない、私はそう確信しています。

(はらだ のぶゆき・株式会社日本国際放送 チーフ・プロデューサー)