

ヒット楽曲の魅力を探る調査 ～ピコ太郎「PPAP」に関する考察～

佐藤貞政

青森公立大学大学院博士後期課程

Abstract

In economic activities, predicting and ascertaining trends and booms leads to the distribution of merchandise without loss, contributing to improved sales and the development of new products. In this research, we focus on the trend of songs in the music market and try to clarify the appeal of hit songs. Why did they become hits, and how did their appeal reach consumers? I would like to clarify the phenomenon. It can be assumed that the historical background and people's sense of values are reflected in the songs through the artist, and it is thought that the excellent works that are targeted have characteristics in the elements and qualities that make up their appeal. In this research, we focus on Pikotaro's hit song "PPAP", and by clarifying its appeal, we aim to show the requirements that lead to a hit.

1. はじめに

経済活動において、流行やブームを予測し見極めることは、商材をロスなく流通させ、販売向上と新製品開発に貢献することに繋がる。本研究では音楽市場での楽曲の流行に着目し、ヒット曲の魅力进行を明らかにしようとする。それらは何故ヒットしたのか、その魅力は如何にして消費者に伝ったか。その現象を明確にしたい。

楽曲には、時代背景や人々の価値観もアーティストを介して反映されていると想定でき、対象となる優れた作品には、その魅力を構成する要素や質に特徴があると考えられる。本研究では、ピコ太郎のヒット楽曲「PPAP」に着目し、その魅力を明らかにすることで、ヒットにつなげる要件を示すことが目的である。

2. ヒット楽曲の定義について

本研究は、ヒット楽曲とその魅力を探ろうとするものである。楽曲の選定にあたり、その商業的価値の根拠として、一般社団法人日本音楽著作権協会（JASRAC）が公表している著作物使用料分配額ランキングを採用した。理由は、CDや配信の他にカラオケやBGM使用、カバーの演奏も含まれており、一つの楽曲が使われる用途を包括的に捉えられる上、使用された分が著作物使用料分配額としてランク付けされ、インターネット上でも公表されているからである。

以上から、本研究ではヒット曲とは著作物使用料の分配額が高い曲であると定義する。

本研究では、表1の2020年のランキングから、アニメやゲームのサウンドトラックとCM曲を除き、米津玄師「Lemon」、中島みゆき「糸」と、ピコ太郎の「PPAP」

表 1. 2020 年 JASRAC ランキング

<p>国内作品（総合）</p> <p>1位『Lemon』米津玄師</p> <p>2位『ドラゴンクエスト序曲』すぎやまこういち(ゲーム曲サウンドトラック)</p> <p>3位『糸』中島みゆき</p> <p>4位『残酷な天使のテーゼ』高橋洋子</p> <p>5位『UFO』ピンクレディー</p> <p>6位『マリーゴールド』あいみょん（以下、7位以降は割愛）</p> <p>国内作品（外国入金：海外の著作権団体を通じて入金された著作権料）</p> <p>1位『NARUTO』高橋康治（アニメ曲サウンドトラック）</p> <p>2位『劇場版NARUTO』高橋康治（アニメ曲サウンドトラック）</p> <p>3位『新・仁義なき戦いの』布袋寅泰（映画曲サウンドトラック）</p> <p>4位『進撃の巨人BGM』澤野弘之（アニメ曲サウンドトラック）</p> <p>5位『ベイブレードバーストBGM』土屋雄作（アニメ曲サウンドトラック）</p> <p>6位『PPAP（ペンパイナッポーアッポーペン）』ピコ太郎</p>

を選んだ¹。なお、「Lemon」と「糸」については、2022年8月27日に実施の第28回日本産業科学学会全国大会で報告済みであり、本稿においては割愛する。

(JASRAC データをもとに筆者作成)

3. ピコ太郎「PPAP」について

3.1 「PPAP」誕生と経緯について

青森市出身のお笑いタレント・古坂大魔王（1973年生）がプロデュースしたシンガーソングライター・ピコ太郎が2016年8月25日に動画投稿し発表、10月7日配信リリースされた楽曲が「PPAP（ペンパイナッポーアッポーペン）」²であり、同曲を収めたCDアルバムは5万7,806枚を売り上げた³。同年10月7日にはエイベックスから再生数が2億回を超えたと発表され、当時のYouTube週間ランキングでは、アリアナ・グランデを抑えて1位となっている。同年12月6日には動画グローバルランキングで2位となり日本人初でランクインした。また年末のNHK紅白歌合戦にも出場を果たし、さらに年が明けて3月には、日本武道館でのライブも成功させた。

カナダの人気アーティスト、ジャスティン・ビーバーが、この動画を「お気に入り」とツイートしたことで彼のフォロワーに広がり、その評判が雪だるま式に膨らんで世界的に話題を集めることになった。彼のフォロワーは1億人以上で⁴、そのインフルエンサー効果はヒットの大きな要因であろう。

3.2 「PPAP」の音楽的な構造と特徴について

「PPAP」は、1分9秒という短さであり、僅か30単語で構成されたラップ調の歌である。楽曲と呼ぶには違和感があるが、YouTubeやTikTok用のコンテンツとしては丁度よいサイズであり、尺の短さも再生回数の伸びに貢献していると推測できる。

トラックに使われているリズムマシンのサウンドは、音楽業界では歴史的名機として認められている Roland TR808 (1980 年発売、通称ヤオヤ) と呼ばれる機材の音色であり、テクノ好きには一つのサウンド・アイコンとして伝わる仕掛けとなっている。

さらに、シンセサイザーが発売され始めた頃の、粗く素朴でピコピコ鳴るアナログシンセ・サウンドと相まって、1980 年代に一世を風靡した YMO (イエローマジックオーケストラ)⁵ やプラスティックス⁶ などの音楽的影響を残している。

あえての 80's サウンドは、今となってはビンテージ機材の音色であり、当時を知る音楽好きには刺さる音なのである。また、その価値を知らずに聴いたとしても、古臭さがピコ太郎の胡散臭さにフィットしていると感じさせ、フックとなりえるサウンドだろう。

歌詞は全て英語詞であるが、日本人の子供でも分かるアイとハブ、ペンとアップル、そしてパイナップルである。ペンで突き刺した果物をつなげて喋るだけの歌である。ナンセンスな歌詞が、意味ありげな表情で歌われることにより、シュールさが増幅する。

尺の短さとワードの少なさ、メロディの高低差の無さ、限られた楽器音、どれを取っても最低限である。シンプルなビンテージ機材のサウンドと最小限の歌詞、エコノミーなメロディが醸し出すのはチープであるが、究極的な親しみ易さを備えているともいえる。

3.3 「PPAP」の備える特性について

お笑いタレントである古坂大魔王は、1992 年に結成した「底抜けAIR-LINE」というグループを経て、その後 2003 年から「NO BOTTOM!!」というユニットを結成、2005 年には活動休止している。それ以降はソロのタレントとして、テレビやラジオ、イベント出演などで活動を続けていた⁷。

彼は芸人でありながらシンセサイザーやテクノポップにも興味を持ち、機材も所有し、パソコンで打ち込み音源も自作するなどしてお笑いのネタとしても生かそうとしていた。

当時、彼が制作した音楽は、テクノポップ、ゲームミュージック、アニメソング、アイドルポップなどの影響を窺わせるものであり、王道的な流行歌路線ではないが、マニアックなファンを獲得しそうなポテンシャルを秘めており、現在にも通じる、アニメ、アイドル、ゲーム音楽を志向していたといえる。その頃の時点で、既に「PPAP」の原型である「みんなのテクノ体操」(1996)⁸ も有り、ダンスも併せて動画サイトに残っている。この経緯は古坂本人も自著『ピコ太郎のつくりかた』で明らかにしている。

この楽曲の調査で明らかになった特徴から「PPAP」の特性を想定してみる。

- ①テクノポップとお笑いを融合させた 20 年前の「テクノ体操」がルーツ。
- ②1分9秒という尺が動画サイトで視聴し易く、耳に残る印象的なフックが多い。
- ③簡単な英単語を組み合わせた歌詞とラップ的で音程感の無い節回しが覚えやすい。
- ④ビンテージのリズムボックスやシンセサイザー音が昔のテクノポップを想起させる。
- ⑤ピコ太郎のビジュアルとパフォーマンスの楽しさが、国や世代を超えて伝わった。

以上を特徴とし特性をまとめると、

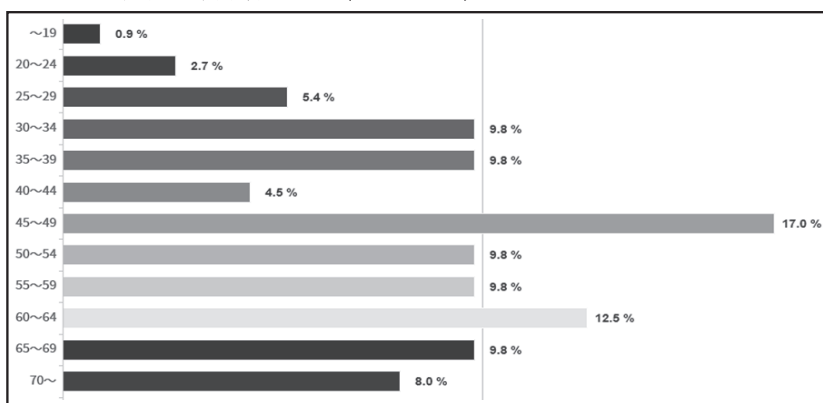
- ①は個性、創造性 ②は機能性、展開性、メッセージ性、フック性

- ③は浸透性、拡張性 ④はブランド性、時代性、サウンドのメッセージ性
 ⑤は独自性、エンタメ性、ビジュアル性、奇妙性、ボーダレス性と呼べるであろう。

3.4 アンケート調査について

「PPAP」の魅力①～⑤の特性が、実際どのように伝わっているかを検証するために、ネット・リサーチ“クエスタント”を使用して、無作為抽出の全国の登録モニター112名にアンケート調査を実施した。実施日は2022年8月8日。年齢層は19才～84才、有効回答数は112件、男性66名、女性46名であった。(図1)

図1. 回答者の年齢層グラフ(筆者作成)



3.5 多変量解析ソフトPASW (旧SPSS) による主成分分析

表2は、PASWで楽曲のイメージ変数を主成分分析し、抽出できた成分行列である。

- ①主成分1.ヒョウ柄の衣装、サングラス、パンチパーマ、楽しい、世界中にウケそう、おもしろい、テクノポップ、リズムボックス、YouTubeなどの値が高い。→全体的なメッセージ性、機能性、浸透性、ビジュアル性、エンタメ性、展開性など
- ②主成分2.各年代にウケそう、が高い。→ボーダレス性、娯楽性、エンタメ性
- ③主成分3.シンセサウンドとダンス。→時代性、サウンドのメッセージ性
- ④主成分4.1に近いがビジュアル面が高い。→ビジュアルのメッセージ性
- ⑤主成分5.不思議、クセになるが高い。→違和感、奇妙性、フック性
- ⑥主成分6.なぜ流行ったのか不思議、が高い。→独自性
- ⑦主成分7.くだらない、が高い。→ギャップ性と呼べそうである。

以上、想定の特性がほぼ網羅されており、楽曲イメージが伝わっていると判断できる。

表 2. 「P P A P」成分行列(筆者作成)

成分行列^a

	成分						
	1	2	3	4	5	6	7
P/おもしろい	.495	-.176	-.183	-.003	.323	-.266	.025
P/楽しい	.576	.117	-.042	.040	-.300	.084	.202
P/くだらない	-.142	.014	.394	.283	.141	.047	.628
P/不思議だ	.374	.098	-.305	-.497	.451	.194	.167
P/クセになる	.314	-.115	.124	-.401	.468	-.282	-.118
P/テクノポップ	.483	-.339	.334	.107	-.080	-.219	-.073
P/シンセサウンド	.191	-.213	.331	-.428	-.453	.315	-.148
P/リズムボックス	.439	.064	-.036	-.599	-.176	.324	.265
P/Y o u T u b eに 向いている	.408	.265	.362	-.027	.135	.219	-.477
P/子供にウケそう	.243	.423	.339	.170	.387	.171	-.178
P/若者にウケそう	.434	.704	.168	.079	-.106	-.173	.281
P/こウケそう	.328	.585	-.223	.336	-.246	.081	-.268
P/世界中にウケそう	.570	.313	-.513	.070	-.085	.042	.080
P/なぜ流行ったのか不 思議だ	-.064	-.078	.185	.368	.323	.659	.098
P/ダンスが良い	.427	.133	.710	-.084	-.126	-.242	.090
P/ガパンパーマが良い	.609	-.538	-.089	.267	.061	-.016	.024
P/ビョウ柄の衣装	.710	-.351	-.195	.321	-.077	.048	-.007
P/サングラスが良い	.647	-.538	.002	.120	.061	.038	-.003

因子抽出法: 主成分分析

a. 7 個の成分が抽出されました

表 3. 「ピコ太郎」成分行列(筆者作成)

成分行列^a

	成分			
	1	2	3	4
P/新しい感じ	.069	.281	-.510	.292
P/不思議な感じ	.283	.485	-.049	-.650
P/おもしろい感じ	.246	.048	-.596	.431
P/クールな感じ	.067	.654	.402	.210
P/ハイブリッドな感じ	.575	-.358	.407	.187
P/衣装が良い	-.260	.378	.400	.486
P/トークが良い	.552	-.327	.152	.121
P/才能が豊か	.734	.371	-.062	-.006

因子抽出法: 主成分分析

a. 4 個の成分が抽出されました

3.6 ピコ太郎のアーティストとしてのイメージ分析に関して

アーティスト自身としてのピコ太郎イメージも聞いている。ユーザーが抱き得るイメージを変数とし、主成分分析を行った。表 3 は、抽出された成分行列である。

①主成分 1.才能、ハイブリッド、トークが高い→芸人としての才能、斬新性。

②主成分 2.は、クール、不思議が高い→神秘性、奇妙性。

③主成分 3.衣装、ハイブリッド、クールが揃って高い→ビジュアル性、現代性。

④主成分 4.衣装、おもしろい、新しい、が高い→娯楽性、エンタメ性。と呼べる。

アンケートと主成分分析の結果により「P P A P」とピコ太郎の特性を確認できた。それを踏まえてヒットの状況を振り返ると、「P P A P」には、芸人としての古坂大魔王のキャリアが全て生かされていると感じる。楽屋真打ちと言われるほど仲間内では面白さが認められていたが、一般受けしない芸風を続けていた。しかし、遊び歌をテクノポップ化し、奇妙なビジュアルとパフォーマンスで世界に認めさせた。わかり易さ、覚え易さ、真似し易さ、国や世代を越えた伝わり易さ、動画サイトの展開や、ジャスティン・ビーバーのインフルエンサー効果など、様々な要素が一気に揃って動き出し、ヒットの状況を成立させた。一見、他愛もない楽曲に思われがちだが、古坂大魔王が拘り続けたサウンドと、ピコ太郎というキャラクター・イメージの奇妙さは、彼が歩んだお笑いの道の中で醸成され、研ぎ澄まされた感性が生んだ究極のコンテンツなのであろうと思われる。

4 楽曲とアーティストの分析と結果について

楽曲の歌詞やメロディ、構造、サウンドなどにも着目し、曲の魅力に関わる特性を設定してアンケート調査と分析を行った。その結果、「P P A P」は、動画サイトやSNSの浸透により、そこに最適化されたコンテンツの拡散力と、アーティスト側の熱意、アイデアが実を結んだ形だと確認できた。

楽曲のヒットにおいては、1.メッセージ性、2.歌詞、3.メロディ、4.ストーリー性、5.動画などのメッセージ性が重要であり、アーティストにおいては、1.カリスマ性、2.斬新性、3.エンタメ性、4.スター性の高さなどが重要であろう。それらの質とレベルが高いか、伝わり易いかを客観的に確認し、繰り返しチェックし、高めることが、プロデューサー及び制作チーム全体の作業として必要であろう。その為には、我々が暮らす社会や時代の価値観、そして空気感を敏感に感じ取り、作品に反映させるセンスや才能、技術が必要なのは言うまでもない。また、アーティスト個人については、自身の魅力を維持し続け、進化させ、アップデートさせていけるかが今後の課題となるであろう。

注

- ¹ J A S R A C ホームページ、2022年8月1日アクセス。
https://www.jasrac.or.jp/profile/prize/pdf/2020_distribution10.pdf
- ² ピコ太郎「P P A P」動画、2022年8月1日アクセス。
<https://www.youtube.com/watch?v=Ct6BUPvE2sM>
- ³ (株)オリコン・データベース You 大樹、2022年8月1日アクセス。
<https://ranking.oricon.co.jp/sample.asp>
- ⁴ ジャスティン・ビーバーの Twitter、2022年8月1日アクセス。

- <https://twitter.com/justinbieber>
- ⁵ YMOホームページ、2022年8月1日アクセス。
<http://www.ymo.org/>
- ⁶ P L A S T I C Sホームページ、2022年8月1日アクセス。
<https://myspace.com/plasticofficial>
- ⁷ avex ビコ太郎「P P A P」現象の生み出し方、2022年8月1日アクセス。
<https://avex.com/jp/ja/contents/team-kosaka-ppap/>
- ⁸ 「みんなのテクノ体操」動画、2022年8月1日アクセス。
<https://www.youtube.com/watch?v=2YNOCqrJlqc>

参考文献

- 有澤優佳莉(2018).「J-POPのヒット曲の歌詞の差別化」金沢大学人間社会学域経済学類社会言語学演習『論文集』13, 51-64.
- 市川孝一(2002).「ヒット商品から生活意識を読む-消費者心理はどう変わったか-」文教大学『生活科学研究』53-62.
- 井上恵太(2017).「J-POPにおけるヒット曲の構造分析」『情報処理学会第79回全国大会論文集』81-82.
- 姜理恵(2016)「コンテンツ創造プロセスとマネジメントの探索的研究」早稲田大学『商学研究科紀要』.
- 杉原太郎・森本一成・黒川隆夫(2001).「SD法を通してみた音楽に対する感性の基本特性」『映像情報メディア学会技術報告』57-63.
- 須藤貢明・杵鞭広美(2010).『音楽表現の科学：認知心理学からのアプローチ』アルテスパブリッシング
- パトリック・ファーガン(2017).『#HOOKED~』TAC出版
- P.N.ジュスリン・J.A.スロボダ編，大串健吾・星野悦子・山田真司監訳(2008)『音楽と感情の心理学』誠信書房
- 古坂大魔王(2019).『ピコ太郎の作り方』幻冬舎
- マキタスポーツ(2014).『すべてのJ-POPはパクリである 現代ポップス論考』扶桑社
- 宮川渉(2018).「ヒット曲に関する一考察-《レット・イット・ゴー》の楽曲分析を通じて」『情報コミュニケーション学第18号』97-110.
- 横山真男、斉藤勇也(2015).「ヒットチャートランキング上位に入る楽曲の特徴分析」『研究報告音楽情報科学』