

J-POPのヒット曲の歌詞の差別化

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 公開日: 2018-05-31 キーワード: J-POP, ヒット曲, 歌詞, 差別化, 使用語数 作成者: 有澤, 優佳莉 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.24517/00050891

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 International License.



J-POP のヒット曲の歌詞の差別化

経済学類4年 有澤 優佳莉¹

<概要>

歌詞はJ-POPのヒットの一因である。近年、消費者の音楽的嗜好が平均的なものになっており、歌詞に同じフレーズが多用されると共に、差別化を図るために、他の曲には用いられない言葉を使用しているとされる。そこで、本研究では、「近年、J-POPのヒット曲の歌詞において、差別化を図るため他の曲には使用されないような言葉を使用する傾向がある」と仮説を立てた。そして、1987年から2012年まで5年ごとに、ヒット曲の歌詞の日本語使用語数と外国語使用語数、総使用語数がそれぞれ年数を重ねるごとに増加すると仮定し、検証した。結果は、それぞれ年々増加する形ではなかったが、おおよそ増加の傾向があり、日本語使用語数と外国語使用語数、総使用語数全てが増加の傾向が認められた。したがって、ヒット曲の歌詞は差別化が図られていると言ってもよからう。

<キーワード>

J-POP、ヒット曲、歌詞、差別化、使用語数

¹ arsw.music121y@gmail.com

<目 次>

1. はじめに
2. 研究の背景・目的
3. 先行研究
4. 調査方法
 - 4.1. 仮説
 - 4.2. 調査対象
 - 4.3. 調査方法
 - 4.4. 作業仮説
5. 分析結果
 - 5.1. 日本語使用語数
 - 5.2. 外国語使用語
 - 5.3. 全使用語
 - 5.4. 分析のまとめ
6. おわりに

参考文献

1. はじめに

現代社会において、生活の中に入りこんだ音楽はほとんどが商業化されたものである。気に入った曲のCDを購入する、または配信されているものをダウンロードする、好きなアーティストのコンサートを見に行く、話題の曲をカラオケで歌う...言い換えると音楽が商品とされて、取引されている。そう考えると、消費者の嗜好がその商品に反映されているのではないかという考えにつながる。すなわち、より多くの消費者が支持する楽曲は、より消費者の嗜好が反映されている、と仮定することができる。

また、ある特定の音楽が人々に好まれる要因の一つとして歌詞が挙げられる。私たちが、この曲が好きだと判断する時、「このメロディーが好きだ」と同様に、「この歌詞が好きだ」と感じることが多い。

では、より多くの消費者に支持される楽曲の歌詞はどのような歌詞になっているのだろうか。本研究では特に、音楽の商業性という視点から分析を進めていく。

2. 研究の背景・目的

戒野・鈴木（2010）は、ヒット曲の要因について下の図を示している。

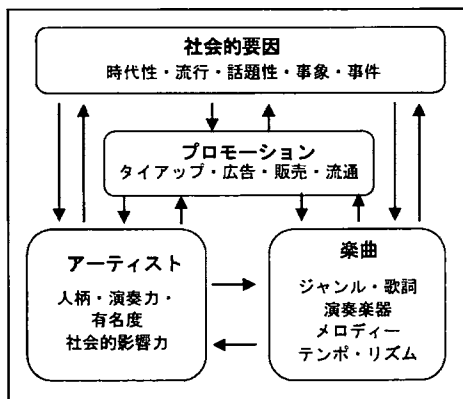


図 2.1 J-POP のヒット曲の要因（戒野・鈴木（2010: p. 72）より引用）

この図から、ヒットの要因としては、社会的要因、プロモーション、アーティスト、楽曲が相互に作用しており、さらに楽曲の中の要素として歌詞が存在していることがわかる。ここから、曲がヒットする要因は一つではなく、様々な要因が相互に作用しているが、歌詞も曲がヒットするための重要な要因であることがわかる。本研究の目的としては、ヒット曲の歌詞の傾向を通じて、ヒットの要因全体において歌詞がどのような働きを探ることとする。

3. 先行研究

ヒット曲に関する議論は数多く行われており、歌詞に関しても同様である。マキタスポーツ（2014）は、ヒット曲の構造分析を分析しており、そこで歌詞の中に似たフレーズが頻出していることを指摘している。例として、「翼」「桜」「扉」「奇跡」などの言葉を挙げており、「翼」なら「広げる」、「桜」なら「舞い散る」、「奇跡」なら「起きる」など「セットとなる主語と述語」が存在すると述べている。また、それだけでは陳腐になり、売れないので、オリジナリティを込めることで差別化を図っていると主張している。

鈴木・山口（2000）は、1966～99年のヒット曲を対象として、文末表現、漢字とルビの組み合わせ、地名の使用、感嘆詞について調査し、時代を3つに区分して考察している。その結果、日本語自体の変化と歌詞の好みの変化が表れていると述べている。

また、ヒット曲をマーケティングの観点から分析した研究も行われている。高増（2013）は、供給側の販売戦略とユーザーの音楽に関する嗜好の両者の保守化、すなわち、景気の低迷、社会の閉塞的状況が進むにつれ、消費者の音楽的嗜好が平均的なものにあわせるようになっていることを指摘している。

本研究では、歌詞の分析を通して、J-POP（後述）のヒット曲の傾向を探る。

4. 調査方法

4.1. 仮説

高増（2013）から、近年 J-POP において消費者の音楽的嗜好が偏り、似たような音楽構造を持つ音楽が人気になっている、すなわち平均化していることが分かった。しかし、これは歌詞だけではなく、音楽構造全体から指摘しているものである。これを、歌詞にも適用しているのがマキタスポーツ（2014）である。しかし、平均化しているだけではなく、差別化を図っているとも述べている。実際、近年の J-POP の曲の歌詞を見ると、造語や若者言葉を積極的に取り入れているように見受けられる。

今回、J-POP のヒット曲の歌詞には、平均化の傾向よりも差別化の傾向が大きく、他の曲の歌詞では使用されていない言葉を取り入れていると考えた。そして、本研究では、「近年、J-POP のヒット曲の歌詞において、差別化を図るため他の曲には使用されないような言葉を使用する傾向がある」と仮説を立て、立証していくことにした。

4.2. 調査対象

「J-POP²」は、日本で制作されたポピュラー音楽の総称である。また、「歌謡曲」は、近代・現代の日本の流行歌のことである。しかし、日本で制作された曲で、何が J-POP で何がそうでないか、など明確な定義は存在しない。烏賀陽（2005）は、この「J-POP」と「歌謡曲」との関係について次のように述べている。「J-POP」という言葉は、1988年にFMラジオ局J-WAVEが、邦楽をかけるコーナーを発足する際、「日本のポップス」をどのように呼ぶかを考える中で生まれた。この「J」という記号は、これ以前にJRやJT（日本たばこ産業）で使用されていた。これらが生まれたきっかけは「戦後政治の総決算」を唱えた中曽根内閣の「民間活力の活用」政策の結果である。これらの影響から、「J」という記号に「旧来の日本的なものが死に、新しく再生した」というニュアンスが備わった。すなわち、「J-POP」が生まれたことで、「歌謡曲」という言葉が古臭いものというイメージとなり、「J-POP」は新時代の音楽というイメージを打ち出した。また、「J-POP」誕生以前、歌謡曲の外にフォーク、ロック、ニューミュージックといった「非歌謡曲」系のジャンルがあったが、J-POPはそれらのジャンルを全て解体してシャッフルし、再構築した。よって、これらより、商業化された音楽に注目するため、研究対象を「J-POP」とする。また、本研究では、1987年以降の曲については「J-POP」と分類することとして、1987年から2012年

² J-POP、JPOP、Jポップ、ジェイポップなど、文献により表記が様々であるが、本研究はJ-POPに表記を統一する。

までを調査対象とする。

また、「ヒット曲」は、ポピュラー音楽の分野において、ヒットチャートである程度のヒットを記録した曲とされているが、これも何位以内に入ればヒット曲であるなどといった、明確な定義は存在しない。そこで本研究では、年間ランキングで 10 位以内に入ったものをヒット曲とする。また、ランキングは、オリコン年間シングルランキングとビルボードジャパン Hot100 の年間ランキングを使用する。日本における音楽市場のヒット曲の指標としては、これまでオリコン調査のランキングが最も権威のあるものとして使用されてきた。しかし、近年このオリコンランキングとヒット曲の実態とが乖離してきていると指摘されている。柴 (2016: p. 61) は、「かつて、オリコン年間ランキングからは『その年のヒット曲』を振り返ることができた。80 年代も 90 年代も、オリコン年間ランキングからは、その年の流行歌を示す指標だった。そこからヒットソングの変遷を読み解くことができた。しかし 10 年代はそこから見えない風景が広がっている。さまざまなチャートを見比べることで、ようやく『その年のヒット曲』が浮かんでくる。」と述べている。そのため、近年は複合的なランキングであるビルボードジャパン Hot100 が使用されることも多くなってきている。しかし、この調査が始まったのは 2008 年と、オリコンと比べると新しい。したがって、本研究の調査では、2009 年以前はオリコン年間シングルランキングを、2010 年以降はビルボードジャパン Hot100 の年間ランキングを使用する。その中で、簡素化するために 5 年ごとに抜き出し、1987 年、1992 年、1997 年、2002 年、2007 年、2012 年を対象とする。

ところで、今回は J-POP を対象とするため、海外アーティストの曲は対象外とする。また、オリコンシングルランキングにおいては、両 A 面シングルやトリプル A 面シングルがランクインしていた場合、10 位以内を設定しても 10 曲以上になる。これらより、各期の対象曲数が異なってくることになる。しかし、今回は各期で調査曲数を統一し、各 20 曲ずつ、全 60 曲を対象とする。そのため、10 位以内が 10 曲以上ある場合は、10 位から順位の低い曲を超過分だけ減らす。また、10 位以内が 10 曲未満の場合は、11 位から順位の高い曲を対象と見なし、不足分を補う。その結果、対象曲は、以下の表 4.2.1 の通りとなった。

表 4.2.1 本研究における対象曲一覧 オリコン、ビルボードより作表

調査対象曲一覧			
	1位	命くれな	瀬川瑛子
	2位	TANGO NOIR	中森明菜
	3位	雪國	吉幾三
	4位	STAR LIGHT	光GENJI
1987	5位	Strawberry Time	松田聖子
	6位	難破船	中森明菜
	7位	Blonde	中森明菜
	8位	無錫旅情	尾形大作
	9位	追憶	五木ひろし
	10位	君だけに	少年隊
	1位	君がいるだけで	米米CLUB
	2位	愛してる	
	2位	悲しみは雪のように	浜田省吾
	3位	BLOWIN'	B'z
1992	4位	それが大事	大事MANブラザーズ
	5位	涙のキッス	サザンオールスターズ
	6位	ガラガラヘビがやってくる	とんねるず
	7位	もう恋なんてしない	槇原敬之
	8位	if	CHAGE&ASKA
	9位	PIECE OF MY WISH	今井美樹
	1位	CAN YOU CELEBRATE?	安室奈美恵
	2位	硝子の少年	KinKi Kids
	3位	ひだまりの詩	Le Couple
	4位	FACE	globe
1997	5位	STEADY	SPEED
	6位	PRIDE	今井美樹
	7位	YOU ARE THE ONE	TK PRESENTS こねっと
	8位	Everything(It's you)	Mr.Children
	9位	HOWEVER	GLAY
	10位	WHITE LOVE	SPEED
		independent	
	1位	July 1st	浜崎あゆみ
		HANABI	
	2位	traveling	宇多田ヒカル
2002	3位	ワダツミの木	元ちとせ
	4位	Life goes on	Dragon Ash
	5位	Way of Difference	GLAY
	6位	SAKURADロップス	宇多田ヒカル
	7位	大きな古時計	平井堅
	8位	愛のうた	ストロベリー・フラワー
	1位	千の風になって	秋川雅史
	2位	Flavor Of Life	宇多田ヒカル
	3位	蕾(つぼみ)	コブクロ
	4位	Love so sweet	嵐
2007	5位	Keep the faith	KAT-TUN
	6位	喜びの歌	KAT-TUN
	7位	明日晴れるかな	桑田佳祐
	8位	旅立ちの唄	Mr.Children
	9位	関風ファイティング	関ジャニ∞
	10位	weeeeek	NEWS
	1位	真夏のSounds good!	AKB48
	2位	GIVE ME FIVE!	AKB48
	3位	ギンガムチェック	AKB48
	4位	ワイルドアットハート	嵐
2012	5位	ハビネス	AI
	6位	Face Down	嵐
	7位	UZA	AKB48
	10位	Your Eyes	嵐
	11位	やさしくなりたい	斉藤和義
	12位	上からマリコ	AKB48

4.3. 調査方法

「近年、J-POP のヒット曲の歌詞において、差別化を図るため他の曲には使用されないような

言葉を使用する傾向がある」という仮説に基づき、歌詞の中の使用語数を調査する。まず、各年の調査対象曲 10 曲の歌詞において、外国語と日本語に分類し、それぞれの使用語数を調査各期の調査対象曲 10 曲の歌詞における使用語数を調査する。また、外国語と日本語を合わせた総使用語数を調査する。さらに、各期の総使用語、日本語使用語、外国語使用語を品詞ごとに分類し、その数を求めることで、どの品詞の使用語の増減が全体の使用語数に大きな影響を与えているのかを調査する。単語の出現回数ではなく、使用語数を使用しているのは、歌詞の中では、繰り返しなどで同じフレーズをあえて繰り返すことで、聞き手の印象に強く働きかける手法が使われているため、繰り返しの影響を排除するためである。つまり、延べ語数ではなく、異なり語数で調査を行うということである。さらに、同年にある 2 曲の中で、同じ単語が出てきた場合、使用語数に 1 語とカウントすることとする。

品詞分類は様々なものが試みられているが、本研究では、広く一般に知られている学校文法を使用する。日本語の学校文法の分類では、品詞を動詞・形容詞・形容動詞・名詞・代名詞・副詞・連体詞・接続詞・感動詞・助動詞・助詞に分けている。本研究は、消費者の音楽的嗜好が働きかけ、歌詞が平均化していることを示すため、歌詞が曲の印象に与える影響という観点から、その影響が大きいと考えられる、動詞・形容詞・形容動詞・名詞・代名詞に絞って調査する。

また、対象曲の歌詞の中には日本語と英語が混在しているため、日本語と英語の対照関係を示す必要がある。本研究は J-POP の歌詞を分析するため、日本語を中心とした分析となる。これより、先に述べた日本語の分類法に従って、それに対応する品詞を使用する。

これらより、本研究が調査対象とする品詞は下の表 4.3.1 のようになる。

表 4.3.1 本研究における品詞分類

	日本語	英語
用言	動詞	動詞
	形容詞	形容詞
	形容動詞	
体言	名詞	名詞
	代名詞	代名詞
その他	副詞、連体詞、接続詞、感動詞、助動詞、助詞	副詞、接続詞、間投詞、前置詞

ただし、外来語であるがカタカナ表記であるものは日本語に分類する。括弧やクエスションマーク、句読点などの記号は使用語数に含めない。また、当て字など、歌詞の表記と実際歌っている言葉が異なる場合、実際歌っている言葉で分析を行う。また、2007 年 5 位の「Keep the faith」では数字が出てくるが、実際に歌っているのは英語であるため、英語に含める。

4.4. 作業仮説

「近年、J-POP のヒット曲の歌詞において、差別化を図るため他の曲には使用されないような言葉を使用する傾向がある」という仮説に基づき、調査を実施するために次のような作業仮説を設定した。

まず、各年の調査対象曲 10 曲の歌詞における日本語の使用語数は、年数を重ねるにつれ増加すると仮定した（作業仮説 1）。これは、差別化により他の曲に使用されない言葉が期を重ねるにつれて増加し、その結果使用語数が増加すると考えたからである。また、外国語の使用語数は、年数を重ねるにつれ増加すると仮定した（作業仮説 2）。これは、差別化による増加に加え、年々社会全体としてグローバル化が進み、外国語が身近なものになってきており、J-POP の歌詞の中にもそれが反映されていると考えたからである。また、日本語と外国語を合わせた総使用語数は、年数を重ねるにつれ増加すると考えた（作業仮説 3）。これは、作業仮説 1 の増加の傾向と、作業仮説 2 の増加の傾向を合わせると、総使用語数は全体として増加すると考えたからである。

本研究では、各年の調査対象曲 10 曲ずつの使用語数を調査し、その増減が 3 つの作業仮説と合致するか調べることで検証を行う。

5. 分析結果

5.1. 日本語使用語数

作業仮説 1 では、各期の歌詞における日本語の使用語数は、年数を重ねるにつれ増加すると仮定した。そして、各年の日本語の使用語数を調査すると、以下の表 5.1.1 の通りとなった。

表 5.1.1 各期の日本語使用語数

対象年	使用語数
1987	447
1992	443
1997	590
2002	472
2007	604
2012	585

作業仮説 1 に反し、年数を重ねるにつれて日本語語数は増加しているとは必ずしも言えない。1987 年から 1992 年にかけては減少、1992 年から 1997 年にかけては増加、1997 年から 2002 年にかけては減少、2002 年から 2007 年にかけては増加、2007 年から 2012 年にかけては減少している。しかし、大まかには増加の傾向があることが分かる。しかし、1987 年と 1992 年を合わせると（以下、一期）890 語、1997 年と 2002 年を合わせると（以下、二期）1062 語、2007 年と 2012 年を合わせると（以下、三期）1189 語となっており、日本語使用語数は増加傾向にあると言える。

次に、品詞ごとに日本語使用語数を調査し、どの品詞が各期の日本語使用語数に大きく影響しているか調査する。

表 5.1.2 各期の品詞別日本語使用語数

対象年	動詞	形容詞	形容動詞	名詞	代名詞	その他	計
1987	150	25	11	191	13	57	447
1992	142	31	10	200	12	89	484
1997	190	37	15	219	15	114	590
2002	164	21	15	167	14	91	472
2007	191	28	16	254	16	99	604
2012	176	23	19	257	15	95	585

日本語総使用語数と同様に、各品詞は年数を重ねるごとに増加はしていないが、3つの期間に分けると増加の傾向が見てとれる。例えば、形容動詞は、一期が21語、二期が30語、三期が35語と増加している。また、代名詞は、一期が25語、二期が29語、三期が31語と増加している。

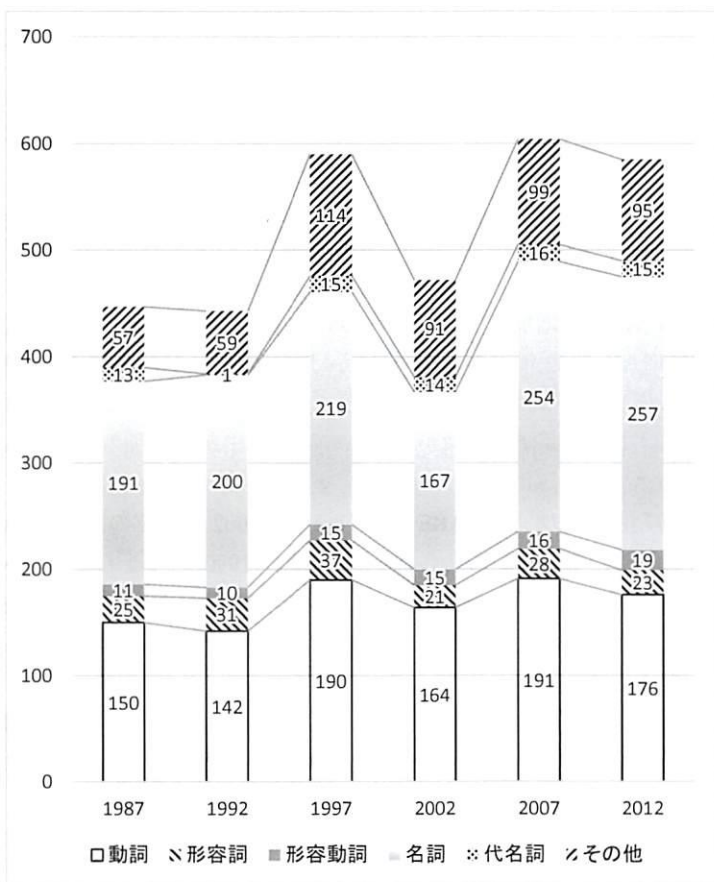


図 5.1.1 日本語使用語数の品詞内訳

図 5.1.1 は品詞別日本語使用語数をグラフで表したものである。これを見ると、各年とも動詞と名詞が占める割合が高いことが分かる。

一期から二期にかけては、名詞以外の品詞において日本語使用語数が増加している。特に、動詞が 292 語から 354 語と 62 語の増加で、増加量が多い。二期から三期にかけては、形容詞以外の品詞において日本語使用語数が増加している。特に、名詞が 386 語から 511 語と 125 語の増加で、増加量が多い。すなわち、動詞と名詞が日本語使用語数の増加に大きく影響を与えている。

これらのことから、作業仮説 1 に反して、日本語の使用語数は年数を重ねるにつれて増加はしないものの、増加傾向にあることが分かった。また、動詞と名詞が特に、増加の傾向に影響を与えていることが分かった。

5.2. 外国語使用語

作業仮説 2 では、各期の歌詞における外国語の使用語数は、年数を重ねるにつれ増加すると仮定した。

そして、各期の外国語の使用語数を調査すると、以下の表 5.2.1 の通りとなった。

表 5.2.1 各期の外国語使用語数

対象年	使用語数
1987	32
1992	14
1997	95
2002	104
2007	58
2012	60

作業仮説 2 に反して、年数を重ねるにつれ増加していない。1987年から1992年にかけては減少、1992年から2002年にかけては増加、2002年から2007年にかけては減少、2007年から2012年にかけては増加となっている。しかし、3つの期間に分けてみると、一期が87語、二期が199語、三期が118語と、二期が飛び抜けて外国語使用語数が多いものの、大まかに増加の傾向があると捉えることもできる。

二期が最も多い理由としては、1997位7位の「YOU ARE THE ONE」や2002年4位の「Life goes on」でラップ詞として英語が多用されていることが考えられる。これは、1990年代後半にヒット曲を数多く生み出していった小室哲哉がクラブ系を好んだことや、2000年以降にヒップホップがJ-POPの中に認識され、人気が出たことで、ラップ詞を用いた曲がヒット曲となり、それが英語の語数として数値に表れていると考えられる。

すなわち、J-POPのヒット曲の歌詞の外国語語数は増加傾向にあるが、1990年代後半から2000年前半のクラブ系やヒップホップの人気の高まりから、1997年と2002年は外国語語数が多くなっていたと考える。

また、1992年が他の年に比べて少ない理由としては、外国語を使用しない曲やカタカナ表記で使用する曲が多いためと考えられる。

次に、品詞ごとに外国語使用語数を調査し、どの品詞が各期の外国語使用語数に大きく影響しているか考察した。結果は以下の表 5.2.2 の通りとなった。

表 5.2.2 各期の品詞別外国語使用語数

対象年	動詞	形容詞	名詞	代名詞	その他	計
1987	3	3	16	5	5	32
1992	2	1	7	1	3	14
1997	23	9	33	9	21	95
2002	19	17	31	13	24	104
2007	10	2	31	5	10	58
2012	12	5	18	6	19	60

日本語総使用語数と同様に、各品詞は年数を重ねるごとに増加はしていないが、3つの期間に分けると、増加の傾向と特に二期が多いことが見てとれる。

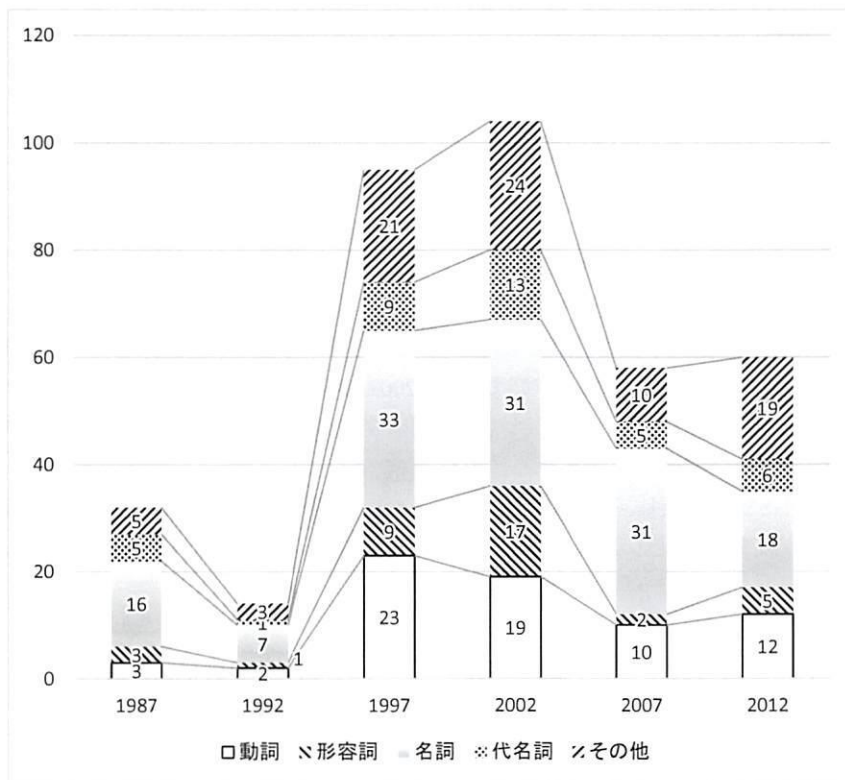


図 5.2.1 外国語使用語数の品詞内訳

図 5.2.1 は品詞別外国語使用語数をグラフで表したものである。

一期は名詞が大きな割合を占めている。一方、二期は名詞に加えて動詞が大きく占めている。また、三期も二期と同様である。

一期から二期にかけては全ての品詞で増加している。特に、動詞と名詞の増加量が大きく、動詞は 5 語から 42 語と 37 語の増加、名詞は 23 語から 64 語と 41 語の増加になっている。二期から三期にかけては、全ての品詞で外国語語数が減少している。特に、動詞と形容詞の減少量が大きく、動詞は 42 語から 22 語と 20 語の減少、形容詞は 26 語から 7 語と 19 語の減少になっている。すなわち、一期から三期までで、動詞の増減量が大きい。

これらのことから、外国語の使用語は大まかには増加の傾向にあるが、音楽の流行から第二期が他の期と比べて外国語の使用語数が多くなっており、作業仮説 2 と合致していることが分かった。また、動詞が特に外国語使用語数の増減に影響を与えていることが分かった。

5.3. 全使用語

作業仮説 3 として、各期の歌詞における総使用語数は、期を重ねるにつれ増加すると仮定した。そして、各期の総使用語数を調査すると、以下の表 5.3.1 の通りとなった。

表 5.3.1 各期の総使用語数

対象年	使用語数
1987	479
1992	498
1997	685
2002	576
2007	662
2012	645

作業仮説 3 に反し、総使用語数は年数を重ねるにつれて増えてはいなかった。1987 年から 1997 年にかけては増加、1997 年から 2002 年にかけては減少、2002 年から 2007 年にかけては増加、2007 年から 2012 年にかけては減少している。しかし、一期は 977 語、二期は 1261 語、三期は 1307 語となっており、総使用語数は増加傾向にあると言える。

また、品詞ごとに使用語数を調査し、どの品詞が各年の総使用語数に大きく影響しているか考察した。結果は、以下の表 5.3.2 の通りとなった。

表 5.3.2 各期の品詞別総使用語数

対象年	動詞	形容詞	形容動詞	名詞	代名詞	その他	計
1987	153	28	11	207	18	62	479
1992	144	32	10	207	13	92	498
1997	213	46	15	252	24	135	685
2002	183	38	15	198	27	115	576
2007	201	30	16	285	21	109	662
2012	188	28	19	275	21	114	645

総使用語数と同様に、各品詞は年数を重ねるごとに増加はしていないが、3 つの期間に分けると増加の傾向が見てとれる。例えば、名詞は、一期が 414 語、二期が 450 語、三期が 560 語と増加している。

図 5.3.1 は品詞別総使用語数をグラフで表したものである。各年動詞と名詞が占める割合が高いことが分かる。

一期から二期にかけては、全ての品詞で総使用語数が増加している。特に、動詞が 297 語から 396 語と 99 語の増加で、増加量が大きい。二期から三期にかけては、動詞と形容詞、代名詞が減少、形容動詞と名詞が増加している。しかし、名詞が 450 語から 560 語と 110 語の増加で増加量が大きく、これが二期から三期にかけての総使用語数全体の増加に大きな影響を与えている。すなわち、動詞と名詞が総使用語数の増加に大きく影響を与えている。

これらのことから、作業仮説 3 に反して、総使用語数は年数を重ねるにつれて増加はしないものの、増加傾向にあることが分かった。また、動詞と名詞が特に、増加の傾向に影響を与えていることが分かった。

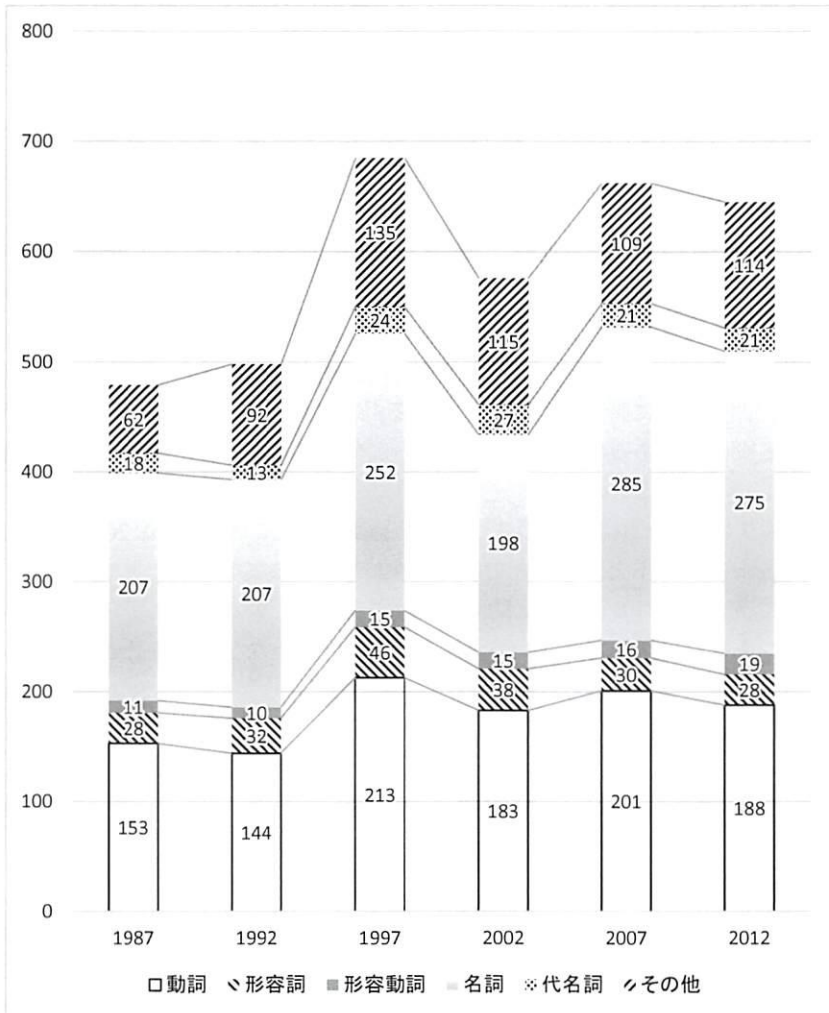


図 5.3.1 総使用語数の品詞別内訳

5.4. 分析のまとめ

作業仮説 1・2・3 は合致しなかったが、日本語と外国語の使用語数、またそれを合わせた総使用語数は大まかに増加の傾向があることがわかった。

作業仮説 1 の検証において、動詞と名詞が増加の傾向に影響を与えていることが分かった。また、作業仮説 2 の検証において、動詞が外国語使用語数の増減に影響を与えていることが分かった。さらに、作業仮説 3 の検証において、動詞と名詞が増加の傾向に影響を与えていることが分かった。

6. おわりに

J-POP のヒット曲での歌詞の日本語と外国語の使用語数、またそれを合わせた総使用語数は、年ごとに増減があるものの、おおむね増加傾向にある。外国語使用語数は、1987 年から 1996 年の期間は流行音楽の傾向から、他の年代に比べ外国語使用語数が特に多かった。

以上のことから、本研究では「近年、J-POP のヒット曲の歌詞において、差別化を図るため他の曲には使用されないような言葉を使用する傾向がある」という仮説はおおよそ確認されたと言える。

本研究では J-POP のヒット曲の歌詞において、他の曲には使用されないような言葉を使用する傾向があると、明らかにすることができた。しかしながら、多くの課題を残している。今後の課題を2つ挙げておく。

第一に、実際に多くの曲で使用された言葉や、差別化のために使用された言葉の例を提示できなかったことである。本研究の調査対象は 60 曲で、語数は膨大なものとなるため、具体例も膨大な数になる。しかし、調査対象として十分な曲数を考えるとこれより少なくすることはできないだろう。具体例を提示することで、歌詞の平均化、差別化を確実に証明する必要がある。そこで、本研究で分かった、語数全体に特に影響を与えている品詞に限り具体例を提示することや、名詞を普通名詞や固有名詞に分類するなど、具体例をさらに分類することで、説得力のある議論ができると考えられる。

第二に、調査対象をオリコンとビルボードの2つの統計を使用したことである。2009年以前をオリコン、2010年以降をビルボードとしたことで、統一性がなくなってしまった。また、オリコン、ビルボードの両者にランキングの正当性に関する批判が存在している。過去から現在にかけての確実な正当性のランキングは発見できなかった。そのため、新たな2つの統計の組み合わせ方を使用することで、改善できると考えられる。

参考文献

- マキタスポーツ.(2014).『すべての J-POP はパクリである』. 扶桑社.
- 伊藤雅光.(2017).『J ポップの日本語研究:創作型人工知能のために』. 朝倉書店.
- 鳥賀陽弘道.(2005).『J ポップとは何か』. 岩波新書.
- 戒野敏浩・鈴木智博.(2010).「感性 J-POP ヒット要因分析」.一般社団法人 経営情報学会『経営情報学会 全国研究発表大会要旨集 2010(0)』p.72.
- 岸本裕一.(1999). ポピュラー音楽のためのマーケティングとマーケティングのためのポピュラー音楽:ディシプリン「音楽マーケティング論」の確立を目指して.桃山学院大学総合研究所『桃山学院大学総合研究所紀要』25(1), pp.11-23.
- 鈴木直枝・山口孝志.(2000). 流行語の歌詞にみる言語の変遷:過去 34 年間のヒット曲を通して. 東北生活文化大学・東北生活文化大学短期大学部『東北生活文化大学三島学園女子短期大学紀要』31, pp.55-65.

ヒット曲の選択と歌詞の収集に使用した資料および文献

オリコン『オリコンランキング-ORICON NEWS-』<https://www.oricon.co.jp/rank/>

(最終閲覧日 2018年1月30日)

Billboard JAPAN『Charts-Billboard JAPAN-』<http://www.billboard-japan.com/charts/>

(最終閲覧日 2018年1月30日)

浅野純.(2016).『2017年度改訂版 歌謡曲のすべて』. 全音楽譜出版社.

なお、歌詞の収集には上記資料のほか、CD の歌詞カードを用いた。