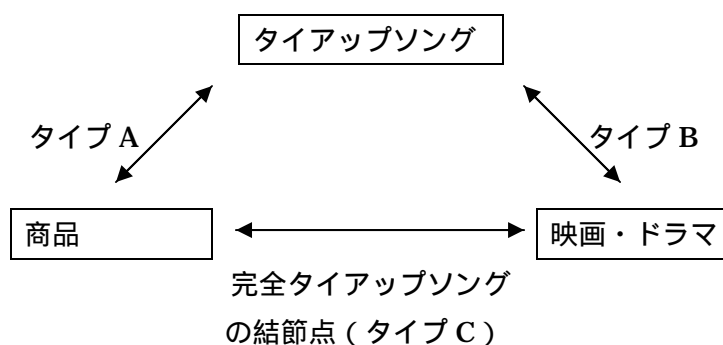


「J-POP マーケティング IT時代の音楽産業」の要約

第3章

タイアップソングの分類

今回もタイアップについて発表したいと思います。タイアップソングの形態には、大別して2つのタイプがあるそうです。1つ目のタイプ A は、商品の販売促進とのタイアップで、2つ目のタイプ B はテレビやラジオの番組、映画、あるいはイベントと音楽とのタイアップのことです。タイプ B は一般にテーマソングなどと呼ばれたりして、比較的古くからありました。これに対して、タイプ A はこの10年間くらいの間に急速に増加してきているタイアップの形態だそうです。そして、タイアップにはタイプ A と B が存在していますが、これに加えて、1つのタイアップソングで、タイプ A としての性格とタイプ B としての性格との、両方の性格を併せ持つタイプ C というものもあります。別名完全タイアップとも言います。これはつまり、1つの曲が、商品の販売促進とのタイアップであると同時に、主題歌や挿入歌あるいはテーマソングとしてのタイアップにもなっているということです。下に**タイアップソングの三角形**と呼ばれる図を示します。



それでは、この完全タイアップソングにはこういったものが挙げられるのでしょうか。ここでは、この本に出ている先行事例を取り出したいと思います。それは、美空ひばりの歌った「りんご追分」という曲でした。これは青森県りんご対策協議会が昭和27年に松竹と提携して作った映画「りんご園の少女」に主題歌として使われました。歌と映画とりんごの完全なまでの強固な**タイアップソングの三角形**の形成は現代でも類を見ないものでした。りんごの産地は青森県以外にもいくつかありますが、このプロモーション戦略の成功により、青森県はりんご産地としての不動の地位を確立させたのでした。

この事実は同時に、タイアップがマーケティングのなかで時代を超えて有効な手段である、とこの本は述べています。それをあの時代にやった青森県はすごいと思います。さて、それではこの本に挙げられている他の事例を表にしたものを見ていきたいと思います。

完全タイアップソングの形成事例

ヒット曲	商品	映画・ドラマ・アニメ
美空ひばり（１９５２） 「りんご追分」	青森県産 「りんご」	松竹映画 「りんご園の少女」
L R（１９９５） 「Hello, It's Me」	グリコ 「ポッキー」	東宝映画 「四姉妹物語」
松本梨香（１９９７） 「めざせポケモンマスター」	任天堂ゲームソフト 「ポケットモンスター」	テレビ東京系 「ポケットモンスター」

このタイアップソングで歌手はスターになり、商品はイメージ一新、売上が爆発的に伸び、社会問題にもなるほどヒットしました。このように、タイアップソングには絶大な相乗効果を期待することができるようです。

タイアップソングを通じての企業と音楽の相互作用というものは８０年代後半以降から顕著にあらわれてきます。「マーケティング活動のためのポピュラー音楽」が、結果として裏返しの「ポピュラー音楽のためのマーケティング活動」になっている、それは興味深い、とここでこの本は言っています。内容が難しかったので自分なりに解釈してみました。つまり、商品の宣伝のための音楽が、結果として商品が音楽の宣伝材料にもなっているという相互作用は面白いなあ、ということだと思いました。

以上で今回の発表を終わりにしたいと思います。

参考文献

(編)著者名	刊年	書名	出版社
岸本裕一 生明俊夫	2001年10月20日 初版発行	J POP マーケティング IT時代の音楽産業	中央経済社