

僕たちと

アイドルの時代

さやわか

音楽は

「AKB 商法」

に導かれ、

次のステージに向かう!

ヒットチャートから見えてくる、僕たちのポップミュージック史

僕たちとアイドルの時代

さやわか

星海社

59



序章

音楽チャートを地図にして

5

第1章

AKB商法とは何か

15

第1節

起

源

16

第2節

成

功

38

第3節

批

判

52

第2章

AKBまでのアイドル

79

第1節

役

割

80

第2節

能

力

105

第3節

継

承

133

第3章

AKB以後のアイドル

151

第1節

変

化

152

第2節

発

展

176

第3節

闘

争

192

第4章

AKB商法とは何だったのか

211

終章

「僕たちとアイドル」の時代

249

あとがき

279

新書版のためのあとがき

282

本書は『AKB商法とは何だったのか』(大洋図書、2013年)を改題・改訂し、新たに一章を書き下ろしたうえ、新書化したものです。

凡例

- 1 本文中のサイト名、イベント名、雑誌等掲載作品名、記事名は「」、書籍名、雑誌名、楽曲名、番組名、その他作品は『』にて表記する。
- 2 本文中の書籍、楽曲等の出典は(出版社・発売元、発売年)にて表記する。文脈上にて著者名、発売年等が表記されている際は省略する。出版社および発売元は、発売時の表記に準ずる。サイトの出典はサイト名とURLのみ表記する。
- 3 本文中の人名、グループ名は記号等を使わず表記する。また敬称を省略させていただく。
- 4 表組み中の表記は右記に準じない。
- 5 引用文中の本文表記は原文に準ずる。また明らかな誤字・脱字がある際は表記を改めた。
- 6 放送等の文字によらない資料からの引用は、原則として著者の書き起こしによる。
- 7 音楽チャートは複数のチャート情報を集計した、本書独自のチャート情報として掲載する。

序 章

音楽チャートを 地図にして

今やAKBは注目的

あなたは「AKB商法しょうほう」という言葉をご存じだろうか。

これは当代の人気アイドルであるAKB48を主に揶揄やゆする際に使われる、つまりAKBを批判する言葉だ。ここでいう「商法」というのは、つまり「商売のやり方」のことである。しかし「〇〇商法」と複合名詞になると、多くの場合は否定的な意味合いを含む。『大辞泉』（小学館）を引くと悪徳商法、靈感商法、学位商法、ペーパー商法、士族の商法など、だいたいいにおいて詐欺的なニュアンスの言葉が並んでいる。

したがってつまり、「AKB商法」という言葉は、AKBの商道德に問題があると指摘しつつ、AKBの人氣が虚栄きよえいであり、まがいものであるということまで示唆しさしようとしている。では、この言葉が指しているのは具体的にどんな「商法」だというのだろうか。そしてAKBというのは今、誰から、そしてなぜ、そんな汚名を与えられる対象になっているのか。

振り返って考えてみるとAKB48は今の日本で良くも悪くも注目的となっている。

2005年に結成されたこのグループは、かつておニャン子クラブなどを手がけた秋元康あきもとやすしによってプロデュースされている。最大の特徴はメンバーの人数が多いことだ。2015年1月現在では関連グループも含めた総勢だと300人以上の大所帯になっている。

これだけの数のメンバーがそれぞれに異なる事務所に所属し、各自にファンを増やしなが
ら、芸能界の中でAKB系という一大コミュニティを築いている。テレビではAKBのメン
バーを見ない日はないし、名古屋のSKE48、大阪のNMB48、博多のHKT48など各地に
関連グループも創設され続けている。紅白歌合戦にも大人数で出演しているし、漫画、アニ
メ、映画など多くのメディアミックス展開も行われている。またオリコンの「2012年
間音楽ソフトマーケットレポート」では、2012年に国内のCD売り上げが6年ぶりの微
増に転じたのはAKBなど女性アイドルの存在が大きかったとしている。

結成から長らく中心的存在であったメンバーの前田敦子まえだ あつこが2012年にグループを卒業し
た時も、一般メディアが数多く取り上げた。各メンバーにファンが人気投票を行い、上位に
なればグループ内での目立つポジションやメディアへの露出権が確約されるという「シン
グル選抜総選挙」などもあちこちで話題になっており、AKBへの注目度の高さを窺うかがわせる。

「バツニンング」と「AKB商法」

しかし同時に、AKBがらみの醜聞が週刊誌を賑にぎわすことも多くなった。たとえば人気メ
ンバーの指原莉乃さしはらりのが過去に元ファンの男性と交際していたと週刊誌に報じられ、2012年
6月にAKB48からHKT48へ移籍することになったのは記憶に新しい。

初期からのメンバーとして知られる峯岸みなみみねぎしも2013年1月に若手ダンサーとの交際

をスクープされた。彼女は自分で髪を丸坊主にして謝罪する動画をネットにアップロードしたため少なからず人々に衝撃を与え、国内のみならず海外の一般メディアにも報道されるに至った。またそれと前後して、メンバー河西智美かさいともみのグラビアが漫画誌に掲載された際、少年の手で乳房を隠した写真が読者に不快感を与える恐れがあるとして回収騒ぎも起きている。

そもそも「たかだか女性アイドルの動向をマスコミが大げさに取り上げ、また人々がそれに心を奪われている」などとして批判する人もいるだろう。その批判が妥当なものかどうかという判断は、ひとまず本書では行わない。本書の目的は、AKBが正義であるとか、あるいは唾棄だきすべきものだとかと声高に主張することではない。そうした主張はまさに現状にあって人々が繰り広げているものであり、本書があえて繰り返す必要を感じない。

僕の興味はほかにある。先ほども書いたが、そもそも一体なぜAKBはそこまで人々の心を奪う存在になったのか。そして、それだけ魅力を放っているにもかかわらず、どうしてバッシングの対象になっているのか。また、そのバッシングの際にまれに囁かれる「AKB商法」とはどんなもので、本当に批判に値するものなのか、ということなのだ。

音楽チャートに語りかける

今日アイドルについて語る時に重視されるのは、ほとんどの場合において語り手の印象や記憶だろう。ただアイドルは思い入れの対象になるため、熱意ゆえに正確さを度外視してし

まうことも考えられる。ひよつとして正確であったとしても、熱意が強すぎるがゆえに他人から素直に受け入れられないこともある。

要するに、僕自身のアイドルに対する熱意によって、この本の説得性が損なわれては意味がないと感じている。だからまず、少なくとも過去のアイドルについては入手可能な資料をなるべく提示することにした。それはたとえば書籍であったり、テレビでの発言だったり、インターネットでのファンの発言だったりする。特にインターネットを重視したいのは、後の章でも触れるが今のアイドル文化がインターネットと密接に関係しているからだ。

さらに本書が利用したいと考えているのは、音楽ソフトの売り上げチャート情報だ。過去から現在に至るまでのレコードやCDの売り上げ情報は、その時代の音楽業界の状況を読み取ることができる資料だ。百聞は一見にしかず、まずは本書の発端となる2012年の年間シングルCDチャートを次ページに載せたので見てほしい。

一目瞭然^{いちもくりょうぜん}だが、1位から5位まですべてAKB48が独占しており、ちなみにいずれも売り上げ枚数が100万枚を超えている。また下位でも関連グループの楽曲が並ぶ。20位までの中にAKBグループの楽曲は12曲もあり、30位まで見ても15曲あるということになる。つまりこのチャートの半分がAKBがらみなのだ。

ついでに言うと、それ以外は大半がジャニーズ事務所所属の男性グループの楽曲だ。23位

になってようやくMr.Childrenが入っているが、それ以外だとEXILEとその関連グループが2曲入っているだけである。

2012年の「異常な」チャート

僕は以前、偶然にこのチャートを目にする機会があった。そして驚いたのだ。これは2012年のチャートだが、こうした傾向は2015年の今に至るまで変化していない。本書ではこうした音楽チャート情報を、考えを進めるにあたっての足がかりとしたい。誤解のないように付け加えると、チャートの結果だけを信じて、「売り上げこそが重要なのだ」という態度で語っていかうというわけではない。僕が今から始めようとしているのはチャートをいわば「地図」のようにして、その上にじっと指先を置いてなぞっていきながら、AKBやアイドルをめぐる状況を整理し、多様化して全体が見通せなくなった今日の状況を説明するために役立てようということだ。

たとえば左の2012年のシングルチャートを見て、何を思うだろうか。AKBの是非は脇わきに置くとして、まずはこのチャートは明らかに異常だと言うことができる。言い方が悪いなら、チャートが正常に機能していないと言い換えてもいい。なぜかという、ほとんど同じミュージシャンばかり並ぶなら、そもそもチャートを作る必要などなくなってしまいか

2012

SINGLE HIT CHART BEST 30

順位	名前	曲名
1	AKB48	真夏のSounds good!
2	AKB48	GIVE ME FIVE!
3	AKB48	ギンガムチェック
4	AKB48	UZA
5	AKB48	永遠プレッシャー
6	嵐	ワイルド アット ハート
7	嵐	Face Down
8	SKE48	片思いFinally
9	SKE48	キスだって左利き
10	SKE48	アイシテラブル!
11	嵐	Your Eyes
12	NMB48	ナギイチ
13	NMB48	ヴァージニティー
14	NMB48	純情U-19
15	エイトレンジャー	ER
16	Kis-My-Ft2	WANNA BEEEE!!! / Shake It Up
17	NMB48	北川謙二
18	Kis-My-Ft2	We never give up!
19	関ジャニ∞	愛でした。
20	NEWS	チャンカパーナ
21	Kis-My-Ft2	アイノビート
22	Hey! Say! JUMP	SUPER DELICATE
23	Mr.Children	祈り ～涙の軌道 / End of the day / pieces
24	EXILE	ALL NIGHT LONG
25	Kis-My-Ft2	SHE!HER!HER!
26	乃木坂46	走れ!Bicycle
27	関ジャニ∞	あおっぱな
28	乃木坂46	おいでシャンプー
29	乃木坂46	ぐるぐるカーテン
30	EXILE TRIBE	24karats TRIBE OF GOLD

らだ。

しかしそれは、日本の音楽シーンの状況を如実に反映した結果なのだと言うこともできる。折しも2012年の年末、日本レコード大賞の授賞式で、制定委員長の音楽家・服部克久が総評として次のように述べたことが話題になった。

「歌謡曲からヒップホップまで、本当に幅広い音楽を聴いていただいたと思います。これが今の日本の歌謡界の現状で、今日3時間聴いていただいて、すっかりその現状が把握できていると思います。お楽しみいただけましたでしょうか」

視聴者にはこの言葉を皮肉であると捉えた人が多くいたという。なぜなら、音楽チャートはAKBとジャニーズがらみばかりで「幅広い」音楽など存在しないのが「今の歌謡界の現状」だからだ。服部がどのような意図で件の発言をしたのかは推測の域を出ない。だが少なくともチャートそれ自体は皮肉など全くなく「今の日本の歌謡界の現状」を表していると言っているだろう。

「AKB商法」から現代を探る

それほどまでに音楽チャートを席卷せっけんしているとしたら、AKBというのは相当の人気があると言っているかもしれない。ところが、「AKB商法」で問題とされるのは、まさにこのチャートの動向がAKB側の意図によって半ば操作されているのではないか、という点にある。

もしそうだとしたらこの年間チャートは偽りだし、すなわちAKBの人気も偽りなのではないかというのが批判の理由なのだ。

チャートの操作と言っても、もちろんAKB運営サイドがチャートの集計会社にカネを払って1位を買っているとか、そういう話ではない。一口に言えば、熱心なファンに必要以上の商品を買わせることによって、販売枚数を上乘せさせているのではないか、というのである。

その真偽についてはあとで詳しく紹介する。だが、ひよっとして何者かの意志によって作されていたとしても、その結果として先ほどのような偏ったチャートが残されているのであれば、それはそれで「今の日本の歌謡界の現状」を反映しているということができるだろう。

本書の狙いはそこにある。僕がしたいのは称賛や批判よりも、まずもって、なぜこのような状況になったのかを追うことだ。その意味で2012年のチャートは本書の発端であり、同時に目指すべきゴールでもある。つまり過去から現在に至るチャートを通してAKBを、そして今日のアイドルを語りながら、日本の音楽シーンに何が起きたのかをあぶり出すのが、本書の大きなテーマだと言えるだろう。

それは必然的にAKB以外のアイドルについて考えることにもなる。多数のアイドルがお

り、その中でAKBがどのような特徴を持って生まれ、どのような戦略で人気を拡大してきたのか。チャートを通してその過程をたどることは、日本のアイドル史、ポピュラー音楽史、さらにはカルチャー史、ついには現代日本のあり方を明らかにすることにつながるっていくはずだ。

それでは次のページから具体的に考えていきたい。まずは「AKB商法」が具体的にどんなものなのかを知るために、この言葉が成立した頃から振り返っていこう。

第 1 章

AKB 商法とは 何か

起
源

『48現象』が発売された頃

「AKB商法」という言葉は、女性アイドルの中でもAKBが注目され始めた2000年代後半、ネットを中心に使われ始めた。調べた限り、ネットでこの言葉が初めて使われたのは2007年の11月15日、ネット掲示板「2ちゃんねる」においてだ。

その日、この掲示板でファンたちは『48現象』（ワニブックス）という本が発売されたという話題について話していた。

ちなみにこの本は、当時まだ一般にあまり知られていなかったAKBの魅力について詳細に記した名著として、後にファンの間で語りぐさとなる。ファンに評価された点としては、まず前田敦子や大島優子（おおしまゆうこ）、高橋みなみ（たかはし）、峯岸みなみらメンバーが明るく前向きに、しかし努力し悩みながら活動していることを詳細に記したことが挙げられる。フリフリした衣装を着て笑顔で歌って踊るだけ、という典型的な「アイドル」のイメージとは全く逆と言おうか、

その美しい世界を成り立たせるための努力、つまり「裏側」を隠すことなく書いてい
る。それは本書の巻頭にAKBの「超激動ヒストリー」をまとめたルポルタージュ記事と
してまとめられており、さらにインタビュによってメンバー自身の口からも語られてい
る。以後2015年現在に至るまでのAKBの戦略は、基本的にこの「内幕を暴露しつつ努力
を隠さない」路線の延長線上にあるし、ももいろクローバーZのような後続アイドルもそれ
を参考にしていると言っている。

そして『48現象』が評価された点としてはもう一つ、AKBの「ヲタ」と呼ばれるファン、
つまりは一般人たちが多数登場してAKBに対する思いを語っていることがある。この本
中では何人ものヲタたちが詳細なインタビューを受け、名物ヲタには観察レポートが書かれ、
さらには前述の「ヒストリー」と対応させる形で、結成当時のヲタのブログ記事が転載
されている。

このような作りになっているのは、AKBの魅力が単にメンバーの女の子だけでなく、フ
アンやスタッフも含めたムーブメント全体にあるからだ。ファンにとってメンバーは、立場
は違えど同じ場所に集まって公演を盛り上げる、近くて一体感を感じる存在だ。だからそ
同書はファンについても十分な紙幅を割いて、書名にも「現象」と付けている。AKBのキ
ャッチフレーズは「会いに行けるアイドル」だが、それもこのような距離の近さを意味して

いると言っていていいだろう。ファンにとってそういう楽しみ方のできるアイドルは昔からいたが、『48現象』のような形で公式にそれを喧伝けんでんしていったのがAKBの新しさだったと言っている。言い換えるとメンバーとファンが同じ本に載ってインタビューを受けていること自体、当時にはまだ珍しいことだったのだ。

あとで詳しく紹介するが、この特徴もまた、AKBに限らず現在の女性アイドル全体に見られるものだ。だが2015年現在でも、大手メディアの多くは今どきのアイドルについてのこうした特徴を理解していない。しかし『48現象』は2007年の段階で、今のアイドルの本質を正確に伝える本であった。だからこそファンから評価されるものになったのだ。

最古の「AKB商法」

この本が出たとき、AKBは出版記念として本拠地である秋葉原のAKB劇場において「メンバーが本に落書きしちやいます会」というイベントを催した。これはファンが会場で本を購入すると、その目の前でメンバーがペンであれこれと書いてくれるというものだ。言ってみれば出版記念サイン会のようなもので、ファンがメンバーと触れ合える貴重な機会だったと言っている。

人数の多いAKBならではの要素と言えるのは、このイベントが落書きしてくれるメンバ

ーを入れ替えながら連日行われたことだが、ところがこのメンバー入れ替えでは同じメンバーが何度も登場した。つまり目当てのメンバーがいるなら、何冊も本を買えば何度もそのメンバーと会って、その場で話しながら落書きをしてもらえたのだ。

「AKB商法」という言葉は、こうした経緯の中で登場する。具体的には、「2ちゃんねる」には次のような書き込みが残されている。

167: ぬ兼しせん@お腹いっぱい。 : 投稿日: 2007/11/15 (木) 11:06:22

え、これって当日買うのか？

自分で買った本を持参して落書きしてもらうんじゃないか？

168: ぬ兼しせん@お腹いっぱい。 : 投稿日: 2007/11/15 (木) 11:09:52

持参なわけがない

その場で買わせまくる商法だ

169: ぬ兼しせん@お腹いっぱい。 : 投稿日: 2007/11/15 (木) 11:10:35

持参じゃないよ〜

(中略)

172: 名無しさん@お腹いっぱい。 : 投稿日: 2007/11/15 (木) 15:08:03

>>167

お前まだまだAKB商法に毒されていないなwそのうち慣れるぞ

(引用元:「ログ速」 <http://www.logosoku.com/r/akb/1194493310/>)

右の引用はつまり、167番の発言をした人が会場で本を買わねばならないことに戸惑い、他の人が「その場で買わせまくる商法だ」と教えてあげている。メンバーと何度も話したいファンの心理を突いて、運営側は何冊も本を買わせようとしていると指摘しているわけだ。

ただこれは、あくまでAKBに肯定的なファンの意見だ。「そのうち慣れるぞ」という言い方からも窺えるように、ファン心理を利用されていることは半ば自虐的に認めながら、積極的に参加しようとする態度が見られると言っているといいだろう。

ハロプロファンが見た「AKB商法」

しかし、次に「2ちゃんねる」で「AKB商法」という言葉が見られるのはそれから2カ月半が過ぎた頃。AKBに対してどちらかというところライバル心を抱いている、モーニング娘。

のファンたちの書き込みの中にある。

まず、この掲示板はAKBが2周年を記念して『AKB48 2nd Anniversary スペシャルフォトアルバム』という写真集を発売したことを取り上げていた。限定2000冊で定価が税込み5万4000円、内容は全120ページという写真集で、表紙には推しメン（一押しの人）の直筆サインが入る。そのほか全メンバーの大判写真と直筆コメント、2周年コメントDVD、2015年開催予定の「AKB48劇場オープン10周年祭」の招待券など大量の特典が付属する。またこのアルバムを劇場まで直接取りに行くと、推しメンとの2ショット写真も撮れる。

熱心なファン向けの豪華特典としてはあり得なくもない。だが、この掲示板で指摘されていたのは、AKBがまだ結成2年という歴史の浅さであり、にもかかわらず「劇場オープン10周年」などを売りにして5万円も払わせるのはいかがなものか、ということであった。

「AKB商法」という言葉が現れるのはここだ。それは掲示板の「AKB48の悪徳商法が限度を超えて悪質すぎるわけだが……」という元発言に対するコメントとして一言だけ書かれている。正確に引用すると次のようなものだ。

97：名無し様 雑中。。。：2008/01/29 (火) 19:17:27.60 0

それがAKB商法という奴ですね w

〔応用元：「なまやななむ」 <http://mimizun.com/log/2ch/morningcoffee/1201598747/97>〕

モーニング娘。のファンが集まる掲示板だけに、モーニング娘。とAKBを比較するような書き込みが他にも見られる。その多くは、モーニング娘。の関連商品もなかなかえげつないが、「AKB商法」はその比ではない、というようなニュアンスだ。つまり、自分たちのようなアイドルファンから見ても悪質に感じられるのが「AKB商法」だ、というのである。

徐々に拡大していたAKB人気

また「最近ではAKBに対して劣等感を持つことも多いが、徐々にモーニング娘。のファンとして胸を張れる話題だ」という趣旨の書き込みも見られる。当時AKBはまだ爆発的な気ではなかったのだが、人気アイドルの代表格として知られていたモーニング娘。を脅かすような存在になりつつもあったというところだろうか。

『48現象』には、2005年12月にAKBが結成された当初は劇場の観客が一桁だったこともあると書かれている。公式ブログにも、当時を回顧して次のように書かれている。

劇場内がガラガラなので、私、自ら秋葉原の駅に向き

秋葉原のガイドブックを持っている学生に

「チケット料金はいらなから公演を見に来てください」

とお願いをして来てもらったこともありました。

有名な話ですが、現在チームAの篠田麻里子しのだまりこが当時

カフェで働いていて、一緒にドンキホーテ一階でチケットを

ピラのように配っていました。

(引用元:「AKB48 Official Blog 〜1830m か〜」<http://ameblo.jp/akhaber48/entry-10076533318.html>)

この回顧が書かれたのは2008年の3月、AKBのメンバー数が増え始めて、初めて「チームB」の公演が行われた日だ。つまりグループは十分に成長して忙しくなり、初期のメンバーを劇場に出ずっぱりにするのが難しくなり始めていたと言っただろう。

「AKB商法」という言葉は、このようなグループの人気の拡大と重なりながら次第に存在感を増していった。先ほど挙げた掲示板の書き込みは2008年の1月29日だが、その翌日には、「2ちゃんねる」の地下アイドル掲示板で明確に「AKB商法」という言葉を掲げて、これを論じる場所が作られている。

【良心的?】 AKB48商法について 【詐欺?】

1: 虫兼さん@お腹いっぱい。: 2008/01/30 (水) 23:06:35

個人の価値観が千差万別なのはわかってる

「ボッタくられてる？ 大きなお世話！

いやなら、買わなきゃいいだけだろ？」

それもわかるよ、わかるけど…

でも、最近、酷すぎないか？ w

と、いう訳で

そろそろ本気で「AKB 48 商法」について議論するスレ

(引用元: 「unkar」 <http://unkar.org/r/akb/1201701995>)

少なくとも「2ちゃんねる」のアイドル関連掲示板の界限かいわいで、AKBの販売施策しきくに対する問題意識が共有され、「AKB 商法」という言葉が明確に意味を持つようになったのはここだと考えていいだろう。

「権利行使」という特典

この掲示板には以下、具体例として次のように書かれている。

2: 必兼しせん®お腹いっばい。: 2008/01/30 (水) 23:21:02

ガチャはいいとしてもW

メンバーとの「高速wふれあい」を餌に同じCDを何枚も買わせて

ランキング上げてみたり

ゴミのような内容の福袋を壱万円で売ったり

最新版では、存在しているかどうかとも判らない10年後の約束して

プリント写真に落書きで五万で

(引用元:前掲URL)

かなり読みにくい内容だが、慎重に見ていきたい。まず最後の2行に書かれているのは、先ほどの『スペシャルフォトアルバム』についてだろう。ではその前に書かれた内容は何か。

まず「ガチャ」というのはAKBの劇場に置いてあるカプセルトイの自動販売機を指している。AKB公式ブログによると登場したのは2006年の6月中旬で、最初は1回500円と300円の二つがあった。

これは要するにくじ引きのようなもので、中にはAKBメンバーの写真を使った缶バッジ

のほか、全部で5種類の「当たり券」が入っていた。公式ブログでは、当たり券の内容は次のようなものだと言明されていた。

あなたの携帯電話の留守番電話メッセージを、お気に入りのメンバーがあなたの代わりに録音します。……20名様

お気に入りのメンバーから3分間携帯電話がかかります。(テレビ電話をお持ちでなくても可)……15名様

お気に入りのメンバーとゲーム対戦！(テトリス、スーパーマリオ)……10名様

お気に入りのメンバーから、あなた宛に手紙を差し上げます！……20名様

お気に入りのメンバーとの2ショットポラロイド撮影……10名様

(引用元:「AKB48 Official Blog ~ 1830m か〜」<http://ameblo.jp/akhabara48/entry-10013581415.html>)

一目見てわかるように、これは景品というよりは**権利を与える**というようなものであり、AKB界限でもファンがこれらの特典を実際に使うことを「**権利行使**」と呼んでいた。

その後このガチャの特典内容は変化していく。「メンバーとボウリングができる」「メンバーと納涼屋形船ツアー」「AKB劇場の1日支配人となってリハーサル見学などができる」のように、メンバーとさまざまなコミュニケーションが行える**権利が発案**されていき、**権利で**

なくても、メンバーが着用した衣装がもらえするというようなプレミア感のある景品がもらえるケースが多かった。後には缶バッジが廃止されて「当たり前」と「はずれ」のみ、つまりほとんど権利を手に入れるためのくじ引きになる。前述のようにAKBの特徴はメンバーとファンの距離の近さで、それは当時この景品ラインナップにも表れていた。

「悪魔の握手会」というネグ意識

ガチャは射倖心しゃじょうしんを煽あおるようなものであったことと、内容の不透明さが指摘されること、そもそもメンバーとの接触を露骨に売りにする姿勢などから、後には前述の掲示板のような場所で批判されていく。また、どのみちAKBメンバーが忙しくなりすぎて権利行使の時間を確保するのが難しくなったため、2009年いっぱいまでガチャは販売も権利行使の受け付けも終了している。

ただこのガチャというシステム自体はその後もアイドル界限で利用されている。最近人気のももいろクローバーZなども2010年頃にはサイン入りの缶バッジがもらえるガチャを展開していたし、現在でも生写真などが手に入るガチャをライブ会場に設置するアイドルは存在する。アイドルだけでなく、たとえばヴィジュアル系のバンドなども生写真ガチャをライブ会場に設置する場合があります、ガチャで手に入れた写真をその場でファン同士が交換して交流することもある。

では、25ページで紹介した掲示板に書いてあるもう一つの妙な言葉、「高速Wふれあい」というのは何を指しているのだろうか。おそらくこれは、AKBをはじめとした今のアイドルビジネスで定番になっていく握手会のことを指している。握手会にはいくつかのパターンがあるが、基本的にはCDなどを買ったファンが列をなして、メンバーと握手して短い会話をさせてもらえるというものだ。

しかしグループの人気が高まるほど集まるファンの数は多くなり、必然的に一人一人のファンが会話できる時間は短くなっていく。掲示板の書き込みが言う「高速Wふれあい」とは、それを抑^や捺^ゆするものだったわけだ。メンバーの前で少しでも長く話そうとすると、係員から「立ち止まらな^いでください」と言われてしまう。調べた限り、当時は既に握手会でメンバーと話せる時間は2、3秒程度であり、長い場合でも10秒ほどになっていた。

これでは声をかける程度のことしかできなくなる。だからファンは同じ商品をいくつも買い、何度も列に並ぶことでメンバーとの接触時間を増やそうとする。

AKBの運営側もこの事態には気づいていて、2008年2月にシングル『桜の花びらたち2008』が発売された際にはその記念として「悪魔の握手会」というイベントを催している。つまりは握手会なのだが、握手会の「高速」ぶりがあまりにも目立つことを、イベントタイトルで自ら指摘してみせたわけだ。この際、わざわざイベント告知用動画が作られて

おり、ホラー映画の予告編を模したその映像の中でメンバーの篠田麻里子が「CDって普通、1枚しか買わないじゃないですか。ファンの皆さんに無理させるんじゃないかって心苦しいんです」と語ったり、峯岸みなみが芝居がかって「もうやめて！ ファンの皆さんに負担をかけないで！」と叫ぶシーンまで挿入されている。

当時のAKBのCD売り上げ

この演出は、自虐も含めたブラックジョークだったはずだ。最初に「AKB商法」という言葉が掲示板へ書かれた2007年11月時点では「そのうち慣れるぞ」と言うほどファンはお金を使わされることに寛容だったし、どちらかというところを楽しんでいるふうもあった。AKB運営側もそのムードを少し楽しんでいたというか、いわば甘えていた。

「詐欺？」とまで書かれた三つ目の例でも、引用にもあるように掲示板には「大きなお世話！いやなら、買わなきゃいいだけだろ？」などの意見まで見られた。やはり一部のファンにとってはAKBが少々えげつない商売をしていても、メンバーと触れ合えればいいというわけなのだ。

しかしそれ以上に「ふつうに詐欺でしょw」「AKBは悪質商法集団だよ」「キヤバクラ行ったことない人1回行ってみた方がいいよやり方がほんとそっくりだから」など辛辣な罵倒が大量に書き込まれるようになっていく。



『桜の花びらたち 2008』。デフスターレコーズからの最後のリリースとなった。この後、キングレコードへと移籍する。写真のジャケットは通常盤。

本書では、実際にAKBのやり方が悪質だったのかを判断するつもりはない。しかし、少なくとも言えるのは、それが人々の間で問題にされるほどに、当時AKBというアイドルグループの存在感は増してきていたということだ。

もっとも、握手会を利用して収益を伸ばしているとされながらも、実はこの時点だと音楽チャートの結果にはそこまで影響していない。

具体的な数字を見てみよう。AKBのインディーズ時代に出した最初のシングル2枚と、メジャーのデフスターレコーズに移ってから8枚について、各シングルの最高順位を左の表に並べてみた。

まず人気がなかったと言っても、チャートの5位から10位付近には入り続けていたことがわかる。しかも2007年には5枚ものシングルをリリースしているわけで、期待の高さも含めて、デビューしたばかりのアイドルの働きとしては十分にも思える。販売枚数もゆつくりと上昇していき、『僕の太陽』の初週販売枚数は過去最高の2万5000枚を突破した。

AKBのCD販売は頭打ちになっていた

ただ、その先は必ずしもうまくいかなかったようだ。『夕陽を見ているか?』

タイトル	最高順位	発売年月
桜の花びらたち	10位	2006/2
スカート、ひらり	13位	2006/6
会いたかった	12位	2006/10
制服が邪魔をする	5位	2007/1
軽蔑していた愛情	8位	2007/4
BINGO!	6位	2007/7
僕の太陽	6位	2007/8
夕陽を見ているか?	10位	2007/10
ロマンス、イラネ	5位	2008/1
桜の花びらたち2008	10位	2008/2

インディーズからの発売だったAKB48のデビューシングルとセカンドシングルを含む、メジャーレーベルのデフスターレコーズ在籍中に発売された計8枚の各シングル最高順位。

で順位を大きく後退させているのがわかるが、実は初週販売枚数も1万枚以上減少してしまっているのだ。

『BINGO!』と『僕の太陽』は2カ月連続で発売され、『夕陽を見ているか?』はその翌月にリリースされている。AKBとしてはこの短期間で流れを作って販売枚数に弾みを付けたかったのかもしれないが、数字を見る限りでは、ここでのブレイクはうまくいかなかったと言っている。次の『ロマンス、イラネ』で順位は上げているが、初週販売枚数は2万枚に届いていない。

ちなみに『夕陽を見ているか?』は2015年現在に至るまで、AKBの中でも最も売れなかったシングルとして知られている。その記録が破られる気配は今のところないようだ。

だがこのシングルは、AKBの中ではもう一つ重要な意味を持つ。それは全部で3種類の形態で販売されたことだ。

具体的に言うの特典としてプロモーションビデオ(PV)を収録したDVDが付属する「初回限定盤A」と、通常とは別のメンバーが歌っている「初回限定盤B」、そして特典のない「通常盤」の3種



『夕陽を見ているか?』。用意された3種類のジャケットはそれぞれ写真が異なる。上からPVを収録したDVD付属の初回限定盤A、別メンバーによる歌が収録された初回限定盤B、そして特典なしの通常盤。

類があった。これらはすべて別々の写真がジャケットになっている。

ただ、それまでも初回限定盤として通常盤とジャケットの違うバージョンが売られることはあった。初回特典としてDVDが付属するのも、メジャーデビュー以来ずっとやってきたことだ。

また、これはAKBに限った手法でもない。今どきどんなミュージシャンのCDでもやっている。より正確に言えば「初回限定」としてジャケット違いなどの商品が作られるようになったルーツは、80年代後半のジャニーズ事務所所属の男性アイドルにあると思われる。中でも古い例には1988年の元旦に初回盤が発売された光GENJIのファーストアルバムがある。初回盤と通常盤が同日に発売されない点では今と異なるが、これは同グループの全作品で最大のヒットとなっている。

この手法はアイドル以外にもこぞって真似るようになり、今やジャケット違いや特典を付加する手法は音楽業界の中で一般的なものになっているわけだ。参考までに例を挙げるなら1988年の松任谷由実（まつとうやゆみ）のアルバム『Delight Slight Light KISS』（東芝EMI）やB'zのミニアルバム『BAD COMMUNICATION』（BMGビクター、1986年）などが初回限定盤に特殊仕様のパッケージを採用した初期の例だ。

『夕陽を見ているか?』の戦略と失敗

AKBの場合は、ジャケットが違うだけでなくトレーディングカードを封入したり、握手会などのイベント参加券を付属する工夫を行いながら、こうした初回限定盤のビジネスをデビュー当時から続けていた。

だが『夕陽を見ているか?』は、少し違ったものだったと言える。単純に三種類あるというだけでなく、CDごとに歌っているメンバーが異なることで、普段はメインボーカルを務めないようなメンバーのファンも積極的にCDを買うことが期待されていたと言っている。いいだろう。

これはメンバーの人数が多いAKBならではのやり方だとも言える。そもそもCDに収録されている内容が違うというのが珍しいのだ。従来までのよくある初回限定盤は、いかなれば付加価値によって、確実に発売直後にCDを買ってもらうのが狙いだった。だが『夕陽を見ているか?』の場合、CDに収録されている曲自体が異なるのである。

ただし、実はこうした音楽ソフトが全くなかったわけでもない。過去には、やはりジャニーズの例がある。たとえば1985年に発売された少年隊のデビューシングル『仮面舞踏

会』(ワナー・パイオニア)は3バージョンが用意されており、それぞれカップリング(当時はCDではなくレコードなので、要するにB面)の曲が違っていた。

この作品は当時の音楽チャートで年間売り上げ3位となっている。

カップリング曲が全く違うという意味では、歌い手が違うだけの『夕陽を見ているか?』よりも『仮面舞踏会』のほうが思い切った内容だと言っていていいだろう。しかし少年隊に倣^{なら}ったわけではないだろうが、カップリング曲を変えるやり方は後にAKBも採用するようになる。そしてAKBだけではなく、昨今の人気アイドルにもその手法を使う例は増えている。

それについては第3章以降で触れることにして、ひとまず今は話を『夕陽を見ているか?』に戻そう。歌い手が異なるだけでは売り上げに結びつかなかったのかどうかはわからないが、前述のようにこのシングルの売れ行きは思わしくなかった。だがAKBはこのやり方に何かのヒントを見いだしたようで、次の『ロマンス、イラネ』でも同じ手法を繰り返す。そして次に出したのが、AKBにとって一つの転機となった曲、『桜の花びらたち2008』だった。

『桜の花びらたち2008』は何をしたのか

『桜の花びらたち2008』はタイトルが示す通り、AKBのファーストシングルの2008年バージョンだ。いわばこれはAKBの運営が軌道に乗りつつあった当時に、過去を振り

返りながら新たな気持ちで前進するという、メモリアル的な意味もあるCDリリースだった。

このCDは過去2作のように、**初回限定盤が2種類と通常盤、計3種類で発売されている。**ところが、これまでのように歌唱メンバーの違いが重要な作品ではなかった。

このCDは、シングル発売日前後の3日間のみ、秋葉原のAKB劇場で3種類のどれかを購入すれば、**各メンバーの特製ポスター全44種をランダムでもらうことができたのだ。**

そして**全ポスターを集めた人は「春の祭典」というイベントに招待されると告知されている。**つまり、このイベントに行きたければ最低でもCDを44枚買う必要があり、なおかつそれでもポスターが全種類集まらない可能性が高かったというわけだ。

この販売施策は、『夕陽を見ているか?』などとは似て非なるものだと言っている。『夕陽を見ているか?』では、好みのメンバーが表題曲を歌っていない場合に「初回限定盤B」を買うことができた。逆に言えば「通常盤」および「初回限定盤A」のバージョンで自分の好きなメンバーが歌っているなら、そこまで積極的に「初回限定盤B」を買う必要のないものだったのである。

しかし『桜の花びらたち2008』はそうではない。ファンが欲しいと感じるのはまず楽曲よりも自分の好きなメンバーのポスターであり、それを手に入れるためには劇場で「ガチャ」と同じように何度もCDを買う必要がある。かつ、イベントに



『桜の花びらたち2008』。リリース時販売された初回限定盤2種類のジャケットはそれぞれ写真が異なる。上からPVを収録したDVD付属の初回限定盤A、通常とは異なるミックスが収録された初回限定盤B。

招待されたいなら全種類のポスターを集めるため、さらにCDを買わねばならない。

要するに、『桜の花びらたち2008』のほうは、明らかに同じCDを大量に買ってもらうための施策だったと言いうことができるのだ。AKB側がそんな意図はないと言ったとしても、目当てのポスターを手に入れるためには、結果的にCDを何枚も買わねばならない。

変わり始めた状況

ただし、すべてのポスターを手に入れることが不可能というわけではなかった。あくまでも一人でCDを買って集めようと思えば大変だろう。だが、これがわずか3日間にAKB劇場を訪れて、CDを購入した人だけを対象にした施策であるというのがポイントだ。劇場を訪れるAKBファンの友達と余っているポスターを交換し合えば、全種類を集めるまでにかかる時間はそれなりに短くなるに違いない。AKBサイドとしてはそれを見越していたからこそ、一人で集めるのは不可能な施策を用意したのではないだろうか。つまり運営側は「悪魔の握手会」と同じく、AKBのコミュニティのそれまで通りの寛容さ、もともとAKBにお金を使い続けているような、かなり熱心なファンの優しさに期待していたように見える。

もちろん、その態度は全面的に肯定されるものではない。アマチュア的で甘いと言うこともできるだろう。だからこそ「AKB商法」という言葉はネット上で語られるようになり始めていたはずなのだ。

このシングルが発売される直前の2007年の年末には、AKBは初めて紅白歌合戦に出演している。しかしマスコミには他の出演者である中川翔子、リア・ディゾンと共に「アキバ枠」と一括りにされ、AKBというグループ自体が注目されたわけではなかった。しかも紅白で歌ったのは最初期を代表する楽曲『会いたかった』（2006年）だ。出演後にこの曲のCDはリバイバルされてそれなりに売れたが、新譜の売り上げ増には結びついていない。

だからAKB48は人気拡大のため、とりわけCDの販売枚数を上げるために、ファンへの金銭的な負担をさらに強いるやり方を選び始める。だがそれはAKBに心酔しているファンからすれば許容範囲のものだった。当時、既に劇場を訪れるファンはかなり多くなっており、グループの運営自体は回るようになっていく。人気がありすぎてチケット販売方法などが何度も混乱し、運営体制にファンが不満を募らせるほどだった。だがAKB運営側は「悪魔の握手会」を催して笑いのネタにするほどに、ファンの寛大さへ信頼を置いていた。そして、劇場が混雑しているからといって、CDが並外れて売れているというほどでもなかった。

それが、2008年2月に起きていたことである。

しかし、既に何かが変わり始めていた。

成功

「待った」のかかったポスター施策

さて2008年2月以降、AKBはいよいよ激動期を迎える。このパートでは彼女たちが危機を乗り越えて音楽チャートの1位に輝くまでを紹介しよう。それは同時に、「AKB商法」と呼ばれるものがCDの販売枚数と明確に結びついていく過程として読むことができる。

まず『桜の花びらたち2008』はどうなったのか。結論から言うと、「春の祭典」というイベントは中止になった。そもそもポスター44枚をコンプリートした場合に特典がもらえるという施策そのものが取りやめになった。

シングル発売の翌日、公式ブログにはAKBではなく、所属レコードレーベルである株式会社デフスターレコーズからの「お詫び」として次のように告知された。

当企画の「桜の花びらたち2008」発売に伴う「春の祭典」ご招待施策が「独占禁

「止法」上の「不公正な取引」に抵触する恐れがありましたので、AKB48「春の祭典」の実施を含め、施策を中止とさせていただきます。

（引用元：「AKB48 Official Blog ～1830m ㏄～」 <http://ameblo.jp/akhabara48/entry-10076152420.html>）

このお詫びを掲載するまでにどのような経緯があったのかわからない。「デフスターレコーズの法務部からの指摘があった」という説もあるが、それを示す公式の資料は残されていないようだ。また同様に、外部からの激しい批判があったという話もない。

スタッフに近い関係者からファンまで、裏事情を知っているという人は多いだろうが、結局それらはいずれの域を出ない。いずれにせよ本書の目的は、隠された真相が何であったかを暴くことではない。だからこの件のあとで実際に起こったことだけを書くとしよう。

デフスターレコーズから出たAKBのシングルは、『桜の花びらたち2008』が最後になった。レベルとの契約は終了し、AKBはキングレコードに移籍することになる。そして2月以降、AKBは前年と打って変わってシングルを2枚しか出さなかった。1枚は『桜の花びらたち2008』で、もう1枚は移籍第一弾として10月に発売した『大声ダイヤモンド』だ。

高橋みなみが一番苦しかった時代

より正確に言えば、この2曲の間、6月にネット配信限定で『Baby! Baby! Baby!』という曲を出している。これはAKBの運営会社であるAKSからのリリースであり、世間的にも注目度が低い結果になった。AKBが行き詰まりつつあることは、誰の目にも明らかだったようだ。AKBのリーダー格である高橋みなみですら、2011年9月の『Mujack』（関西テレビというテレビ番組の中で、当時を「苦しかった時期」として次のように振り返っている。

「苦しかったのは『Baby! Baby! Baby!』っていう曲をリリース……リリースじゃないのかな？ その曲は携帯の配信だけのシングルだったんですね。

わりと私たち、曲出しては実は。けど、なかなかこう、曲の、シングルのランキングが上がらなくて。案の定あんまり人にも聴いてもらえず。初めて水着でPV撮ったのに、CDにもできなくて……。

やばいなって思いました。そろそろAKB終わるのようになって、メンバーだけでなくてスタッフさんも、誰もがやばいなって思った時期ですね。その次の『大声』でちょっと世間の皆さんの見る目が変わって、それで徐々に、って感じだったので」

（引用元…2011年9月2日放送『新感覚音楽情報番組 Mujack』）

『夕陽を見ているか?』はAKB歴代のシングルCDの中で最低の売り上げだった。しかし『Baby! Baby! Baby!』はそもそもCDとして発売することができていない。日本の音楽産業がいまだにダウンロードよりCDの販売を重視していることを考えると、これは深刻な事態だったに違いない。

当時は着うたフルなどのネット配信がまさにヒット曲を作り始めた直後で、たとえばその代表格である青山テルマの『そばにいるね』（ユニバーサルミュージック）がリリースされたのは同年の1月だ。しかしネット配信のためのノウハウが音楽業界内で十分に確立していたとは言えない。『Baby! Baby! Baby!』の「ムネヲキョトNapster」という独立系のサービス上のみで配信された。この頃がAKBの歴史の中で、セールの史的に最も危機的な時期だったのは間違いないはずだ。

『届かないよな』のAKBの「打ち手」

ちなみに、『Baby! Baby! Baby!』には通常のPVのほかに、各メンバーを個別に写した全20種類の「オフショットバージョン」の映像が用意されていた。楽曲も含めると、この曲の関連ファイルは全部で30種類を超える。AKBは、これらの一つダウンロードすることに1ポイントがもらえる「Baby! Baby! Baby! プレゼントキャンペーン」を企画し、25ポイント以上集めると握手会に招かれるという特典を考えた。CDのように世間からそこまで注目される

わけではないが、やはり少しでもダウンロード数を増やすことを狙っていたのである。

しかしこの握手会は、開催が長きにわたって延期される。理由は簡単で、AKBメンバーはこの頃かなり忙しくなっていてスケジュールの確保が難しかったのだ。そのせいもあってAKB側は、この握手会を特定の日にちに限定せず一定の期間内で流動的に行うと決め、しかも、どのメンバーといつ握手を行うか、ファンとの間で直接メールを交わして決めようとする。

ネット上でユーザーが自由に作ることのできる百科事典「ウィキペディア」には、この握手会は結局のところ開催されなかったのではないかということが書いてある。それをAKBの問題点として指摘することはたやすいだろう。やると言っておいてやらなかったのであればゆゆしき事態だし、ビジネスの上では「できませんでした」と言っておけば済むわけではない。

だがいざれにしても、忙しくなり続けるAKBのスケジュール確保と、熱心なファンに対する個別のケアを両立させることはかなり難しかったに違いない。それなのに、少なくともこの時期のAKBは、そういう「ファンとの近さ」を守ろうとしていたように思える。ファンの一人一人とメールで連絡を取り合って、1回につき10秒程度の握手会のスケジュールをまとめようとするという話は、冷静に考えればいささか滑稽こっけいにも思える。だがAKBはそう

いう手間のかかるエンタテインメントをやるうとしていて、それはビジネスの規模が拡大したこの時期に破綻^{はたん}しかかっていた。謝って人間関係を築けばわかってくれるファンばかりではなく、問題点として「ウィキペディア」に書き残されるほどにもなったのだ。

ルールは厳格ではない

右のような見方は、AKBに対していささか好意的すぎるのだろうか？ そうかもしれない。AKBを単に自分たちにとって不利な出来事をうやむやにして誤魔化す、ルーズな集団と考えることは可能だ。

ただAKBのルーズな姿勢は、必ずしも自分たちだけに向けられているわけではない。

たとえば『大声ダイヤモンド』（2008年）の発売時、楽曲の公開前にネット上に音源が無断で流出したことがある。

音楽業界では発売前にリリース情報からサンプル音源、映像などが関係各所に配布されるが、これらには「情報解禁日」を設けることが常識となっている。販売側は解禁日に合わせながら販促活動を盛り上げていくため、第三者がフライングして情報を流出させることは許されない。リークした人物は業界内での信頼と仕事の両方を確実に失うことになる。

AKBも『大声ダイヤモンド』の流出については「ファンの皆様の笑顔を見たいが為に力

を合わせていた人達全ての気持ちを踏みにじったこの行為に対して、人として断固として戦い、法的手段をとる為の準備を行っております」と公式ブログでアナウンスする。

かなり強硬な姿勢を感じさせるが、しかし、この件がその後どうなったのかは特に報告されなかった。したがって実際に法的な措置が取られたかどうかは不明だ。内々に処理された可能性はない。だが、それだけでなくシングル発売から約1カ月後の11月23日にNHKホールで行われたコンサートのイベントタイトルは「まさか、このコンサートの音源は流出しないよね?」だった。自らの騒動を一步引いた目で見て茶化してしまうこの姿勢は「悪魔の握手会」の時と全く同じだ。問題を追及すると言いながら最終的にうやむやになってしまうのも、グループとファンにこれまで降りかかったさまざまトラブルと変わらない。

運営にかかわるすべてがずさんであり、アマチュア的だったのだと言うこともできる。だがルーズな体質が批判されるのであれば、どこまでも厳格にすべてを粛々と管理しなければならなくなる。少なくともこの時期AKBはそれを望んでいなかったから、ある程度のルール作りを心がけながら、こんな曖昧あいまいな管理体制を敷いたのではないだろうか。

「劇場盤」と「通常盤」

問題は起こり続けていたが、先ほど引用した高橋みなみの発言の最後に書かれているよう

に、『大声』、つまり『大声ダイヤモンド』は起死回生の一作となった。

その理由はさまざまに考えられるだろう。新天地キングレコードの協力体制があつて販売と販促がうまくいったのかもしれない。あるいは、解散まで意識していたメンバーやスタッフの努力のたまものだと考えることもできるだろう。もちろん、純粹に曲の力があつたと言つてもいい。実際、この楽曲はそれまでのAKBとはさまざまな意味で違った路線を貫いており、AKBに興味のなかつたアイドルファンにも注目されたものだった。

しかし本書では、それについては触れない。代わりに、これまで見てきたシングルと、『大声ダイヤモンド』の商品構成の違いに注目したい。

このCDには「通常盤」と「劇場盤」の2種類しかない。つまり、まずデフスターレコーズ時代の末期よりも、点数自体は減っている。しかし、それぞれのカップリングを歌うメンバー編成が異なっているのは従来通りだ。通常盤とは別のメンバーが歌っているバージョンが欲しいければ、劇場盤も買うといい。もちろんジャケットが異なるという理由で買つてもいい。

だが今回、重要なのはそこではない。通常盤と劇場盤では、CDの流通のやり方と封入されている特典の種類が違う。当時のリリース情報をまとめて書くことと以下のようになる。

〈通常盤〉

- ① 初回プレス盤のみ、地方で行われる握手会イベント参加券封入

(東京・名古屋・大阪・福岡での開催を予定)

- ② アナザージャケット1種封入(全19種をランダム封入)

〈劇場盤〉

- ① AKB48劇場・サンシャイン栄での握手会参加券付き
② 生写真1種(全90種をランダム封入)

この2枚の違いは、AKBのファン以外には一見わかりにくいようだ。簡単に言えば通常盤はあくまでも普通のファン向けのバージョン、劇場盤はAKB劇場に熱心に通うファンのためのバージョンなのだと考えるとわかりやすい。まず通常盤は普通にCDショップで買うことができる。そのうち初回プレス盤を買った人は、封入されている握手券を利用して、東京をはじめとした全国各地で催される握手会に行ける。だがその握手会に登場するAKBメンバーは決まっていて、自分の好みのメンバーと必ず握手できるとは限らない。

『大声』は何が違ったのか

これに対して劇場盤のほうは、当初「キャラアニ」というネット通販サイトとAKB劇場、そして名古屋の商業施設サンシャイン栄でのみ販売されることになった。

サンシャイン栄は2008年夏に結成された、名古屋を中心に活動する派生グループ、SKE48の活動拠点である。つまり劇場盤は、明らかに劇場へ足を運ぶ熱心なファン向けとして設計された商品だったのだ。だからこそ付属する握手会参加券は劇場で行われる握手会向けのものだったし、また通常盤と違ってグループ内から好みのメンバーを指定して握手できた。

握手会参加券以外の特典も同様の差が付けられている。通常盤のアナザージャケット19種類というのも膨大だが、劇場盤の生写真90種類はもつと過剰だ。運営側はもはや、ファンの大部分がこれをすべて集めることを期待しているというわけではないだろう。しかしその代わり、CDを複数買う人の「集める楽しさ」には配慮している節がある。つまり「AKB商法」がファンに負担を強いるものであったとしても、なお参加したいと思うような人に向けて作られたのが劇場盤だった。通常盤と扱いを変えることで、過度に問題視されることを防ごうとしたのだ。そこには『桜の花びらたち2008』での苦い経験から学んでいる部分もあったに違いない。

この曲はオリコンのシングルチャートで3位となり、AKBの楽曲としては初めてトップ5入りしている。初週の売り上げも4万8000枚を超えており、これもグループ初のことである。



【大声ダイヤモンド】。上から通常盤と劇場盤。移籍後、キングレコードからのリリース第1弾シングル

一般に新人ミュージシャンのCDが初週に5万枚へ届くようになってくると、少し伸びしろのある、つまり今後に期待していい存在になってきたと言える。しかもその傍証ぼうしやうとなるかのように、このシングルはチャートの200位以内に登場する回数が圧倒的に伸びた。それまでAKBのシングル曲は、紅白で歌った『会いたかった』だけは例外として、すべての曲が10回以上200位圏内にいることがなかった。だが『大声ダイヤモンド』は、78回も200位以内に居続けることができたのだ。今までとは規模の違うことが起き始めていたのである。

彼女たちは勝利をつかむ

従来のシングルは、熱心なファンたちが発売直後に買い求めて握手会を楽しんだあとは、瞬またく間にチャートの順位が下がっていた。要するに、ロングヒットがあり得なかったのだ。

ちなみにこれはAKBあるいはアイドルに限ったことではない。日本の音楽チャートにはかつて、発売されてから次第に売れていくようなロングヒットが当たり前のようであった。ところが80年代後半くらいからは減り、現在も各ミュージシャンの固定ファンが発売初週に買う、いわゆる「初動」によってヒットが確定するのが常態化している。逆に言う、長い時間をかけてチャートを上げていくような作品はよほど「力のある曲」ということになり、時代を象徴するようなヒット曲になることが多い。

『大声ダイヤモンド』が初動に頼ったヒット曲であったことは間違いない。しかし初週以降も売れ続け、累計の売り上げは今や10万枚に届こうとしている。

このCDから突然にファンの行動パターンが変わり、初動が終わってからも長期にわたって同じCDを買い続けるようになったとは考えにくい。つまり熱心なファンが買ったあと、チャートの上位に入ったことで一般リスナーがAKBに興味を持って買い求めたために売れ続けたと考えられる。

つまり単純に考えて、この曲は一人が複数枚のCDを買うという「AKB商法」だけによって売れたわけではない。いわばロケットスタートの発射台として「AKB商法」は機能し、最初にチャートで上位を獲得することによって多くのメディアで流され、それを聴いた一般リスナーがさらに買い求める。そういう相乗効果がうまく働いているのだ。

AKBはそのチャンス逃さなかった。本作の施策が奏功したのに確信を持ったのだろう。販売方法や特典内容を少しずつ変えながら、基本的に同じ路線がしばらく続いていく。むしろ通常盤と劇場盤でCDの収録内容そのものを変えるようなやり方はいったん後退し、熱心なファンと一般の音楽リスナーの支持をシンプルに分断しながら、前者が後者に影響を与えつつ売り上げを拡大するような形が繰り返されていった。

こうして『大声ダイヤモンド』からは4作目にあたる『RIVER』で、AKBはついにシングルCDチャートの1位を獲得した。初週の売り上げは18万枚に迫り、累計だ



初のシングルチャート1位となった『RIVER』。初週の売り上げは18万枚、累計26万枚。ジャケットセンターは前田敦子。

と26万枚という、堂々たるヒット曲である。

これは折しも『大声ダイヤモンド』が発売されてからちょうど1年後、つまり2009年10月のことだった。さらに言えば、あの最低の売り上げを記録した『夕陽を見ているか?』が発売され、しかも「AKB商法」という言葉がネットで囁かれてから、ちょうど2年が過ぎていた。

彼女たちはそこから先のシングルCDで、2015年1月の今に至るまで、初週売り上げの順位を一度も落としていない。

再び増え始めるCDの枚数

オリコン1位を獲得したAKBは、テレビや雑誌に出ることも増え、ますます支持を集めていく。すると劇場盤を買うような熱心なファンも増え、初動はますます揺るがなくなっていく。そのことがまた新しいファンを呼ぶ。2009年は2年ぶりに紅白歌合戦にも登場し、以後は毎年出演するようになる。

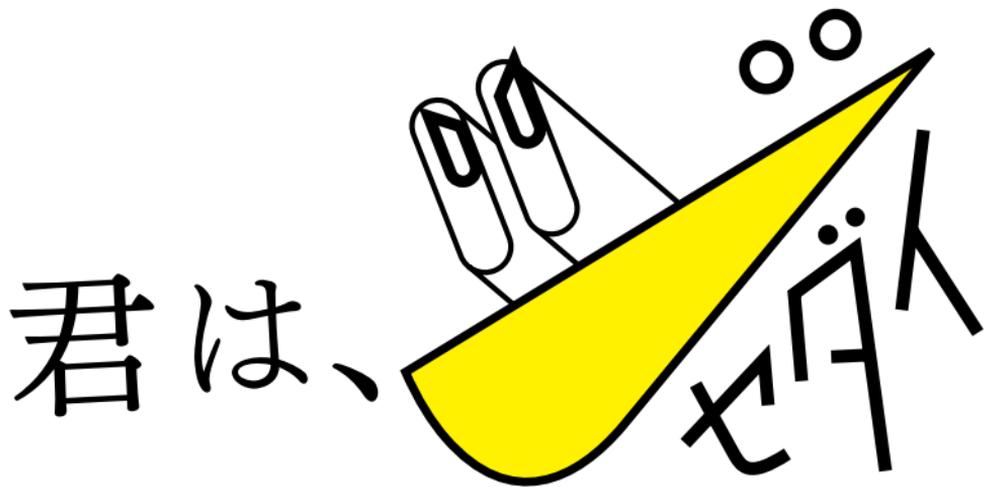


累計100万枚突破を記録している『Beginner』は収録内容が異なるタイプA、BそれぞれにDVD付属の限定盤と通常盤が、その他に劇場盤が用意された。

ネットを中心に、AKBはCDの売り上げをファンの複数買いによって維持しているから、ヒットはまやかしののだという説、つまりすべては「AKB商法」なのだという説はあった。だが、正確に言えばAKBは初動の勢いを一般リスナーへ飛び火させる仕組みを作ったのだ。この仕組みを使って、AKBは売り上げを爆発的に伸ばすことを成功させていく。

一応、その後のAKBの施策にも触れておこう。『RIVER』で一つの頂点を極めたAKBは、再び通常盤と劇場盤という単純なバリエーションを超えた枚数でリリースを行うようになる。簡単に言えば、『大声ダイヤモンド』以降に通常盤と呼ばれていたものを複数枚化し、カップリングの曲も歌い手も異なるものが作られるようになっていく。たとえば2014年11月にリリースされた最新シングルでは、カップリングの異なるものが4種類、それに握手会参加券の付属した初限定盤が4種類、それらとは別に劇場盤が1種類という、合計8種類が一つのシングルCDとしてリリースされている。ちなみに、全種類を手に入れると、楽曲の数だけでも11曲となり、アルバム1枚分のボリュームになる。

バリエーションが増えるようになった理由がなぜかは、はっきりとはわからない。ただ推測するなら、バリエーションを大幅に増やした2010年10月のシングル『Beginner』が80万枚を超える初動で累計100万枚を突破したため、それが枚数を増やす路線に弾みを付けていった可能性はある。



君は、

ジセダイ

何と闘うか？

<http://ji-sedai.jp/>

「ジセダイ」は、20代以下の若者に向けた、**行動機会提案サイト**です。読む→考える→行動する。このサイクルを、困難な時代にあっても前向きに自分の人生を切り開いていこうとする次世代の人間に向けて提供し続けます。

**メインコンテンツ
イベント**

著者に会える、同世代と話せるイベントを毎月開催中！ 行動機会提案サイトの真骨頂です！

ニッポンのスタートアップ

3年後に再会することを約束して行う、未来アポ付きスタートアップインタビュー！

ジセダイジェネレーションズU-25

彼らはどうやって「闘う相手」を見つけたのか。各界の超新星に、その軌跡と未来を聴く。

マーカー部分をクリックして、「ジセダイ」をチェック!!!

行動せよ!!!