

オピニオン

紅白と「日本の心」

大みそかは、家族でNHK紅白歌合戦を見る人も多いだろう。紅白には演歌の印象が強い。「日本の心」を映してきた演歌、その誕生秘話とは。1990年代以降の紅白は沖縄の歌手が目立ち、最近ではK-POPグループが何組も。各ジャンルが紅白に登場した背景などを考える。歌は世に連れ世は歌に連れ。【聞き手・鈴木英生】

1951年の第1回NHK紅白歌合戦は正月の1時間ラジオ番組だった。53年の第4回からテレビ中継の大みそか番組になった。63年の最高視聴率(関東地区)は81.4%を記録し、まさに「国民的番組」だった。視聴率は昭和末期に5割台へ落ち、平成に改元した89年から2部構成。近年の視聴率は、ほぼ毎年、年間最高記録を他番組に譲り、昨年は過去最低の31.9%だった。

輪島 裕介 大阪大教授



わじま・ゆうすけ 1974年生まれ。東京大大学院博士課程単位取得退学。著書に『日本の心』神話『演歌』をめぐる戦後大衆音楽史など。「北島三郎論」を新潮社のサイトで連載中。

論点

多国籍K-POPが試金石

金 成玖 北海道大教授



キム・ソンミン 1976年韓国ソウル生まれ。東京大大学院博士課程修了。専門は音楽社会学。同大助教などを経て現職。著書に「K-POP 新感覚のメディア」「日韓ポピュラー音楽史」など。

今年のNHK紅白歌合戦は、K-POPグループが4組出場する。紅白は日本のナショナルイベント(国民的行事)だが、外国人である韓国人歌手の出場が定着している。その背景は何だろうか？

初出場の韓国人は、チョー・ヨンヒだ(1987年から4回連続)。続いて桂銀淑(ケイ・ウンスク)が88年から7回連続出場した。韓国でチョーは多彩なジャンルの曲を歌い、桂は女性アイドルだったが、共に日本で「演歌歌手」とされた。韓

国の歌謡曲「韓国演歌」という認識が元々定着していたのだ。いわば、韓国の歌は日本の大衆音楽ジャンルの下位カテゴリー扱いだった。チョーと桂が紅白を去った90年代は、戦後世界の転換期である。冷戦終結は、日本にとって安定と繁栄の時代の終わりを意味したが、韓国などにとっては、独裁や抑圧、貧困からの解放だった。日本がアジアの中心だった時代の終わりが始まった。

90年代はJ-POP全盛期で、日本の音楽ソフト生産量は、日本に史上最多を記録した。ただし限界も見えてきた。他方、同時期の韓国音楽業界はK-POPグループ、J-POPのデビューなどで大きく変わった。が、日本に受容する素地はまだなかった。K-POPは2000年代に日本へ本格上陸する。特に00年代後半になると、東方神起の日本デビューが30万人を動員し、10年にKARAと少女時代が日本デビューした。11年の紅白は、この3グループが1組に出た。

日本の韓国音楽の認識は混乱した。00年代の韓国人歌手は日本ゴールドディスク大賞を毎年受賞したが、受賞部門は「邦楽」だったり「洋楽」だったり。結局、12年に「アジア部門」ができた。90年代までは一貫して「邦楽扱い」だったアジアの歌手が、「独立」を果たしたのだ。12年はもう一つの転換点だ。日韓関係の悪化に伴い、以後しばらく韓国人は紅白から姿を消す。この壁を破ったのは17年初出場のTWICEである。メンバー9人中3人が日本人で台湾人もいる。つまり、日韓の枠だけでは解釈できないK-POPなのだ。

また、K-POPは10年代初頭から世界的成功を収めた。今やビルボードなど米国の音楽チャートでK-POPを見ない日はほぼないと言っても過言ではない。他方、日本の音楽は「ガラパゴス化している」など言われる。これを「韓国が勝ち日本が負けた」と解釈するのは正しくない。TWICEのように日本人が世界へ飛びたく舞台として韓国を使うようになったのだから。

紅白は、日本がアジアの文化的中心だった名残をどう定める邦楽番組かもしれない。しかし、紅白が国民的地位を維持するには、日本に定着したK-POPを無視できない。K-POPは日本を含む多国籍の歌手とファンを抱えている。つまり、紅白は日本がただ世界に開かれているかを示す場でもある。もし、不幸にも再び日韓関係が悪化したら紅白はK-POPをどう扱うか。試金石になるかもしれない。

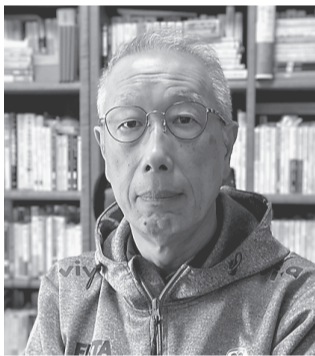
年末の定番 演歌とともに

80年前後の「津軽海峡・冬景色」「北国の春」「北酒場」「襟裳岬」……。さらに「リンゴ追分」「あゝ上野駅」など50・60年代の歌謡曲も含めて、演歌は北国の旅情や望郷を歌ったソングが多い。戦前は、しばしば旧満州・大陸が流行歌の舞台になった。戦後、その代替として浮上したのが東北・北海道だ。高度経済成長期に多くの若者が就職のため上京した影響などで、東北は「田舎」像のステレオタイプにもなった。他方「王将」や「道頓堀人情」など大阪の歌は東京への対抗心をむき出しにする。これも最終戦後まはさなかった傾向だ。ともあれ、演歌が描く「日本の心」は、高度経済成長や東京一極集中を背景に成立したと言っている。

「津軽海峡・冬景色」などはやがた時期は今の50・60年代の子供時代と重なる。演歌が大ヒットを連発したのはこの頃まで。K-POPに紅白歌合戦は演歌歌手とアイドルで出場者の多くを占める時代が昭和末期まで続いた。さて今年、出場歌手は、最年長層が南こうせつ、天童よしみ、郷ひろみで演歌歌手に限らない。近年の紅白で「国民的」な歌と過剰に位置づけられたのは、ジャニーズアイドルや、東日本大震災後ならば「花は咲く」といった曲かもしれない。そもそも、紅白の勝利を真剣に感じたり、出場者の当落を本気で楽しみにしたりする人は、今どれだけの人がいるだろうか。とはいえず、今も年末は特別な時期だ。大みそかに家族そろってテレビの前で年を越す人たちは、今後もある程度いるだろう。相も変わらず、紅白を見ながら大人は若い子のやりはわらないねえ。紅白は、こういう定番も含めた、いわば日本の「年末の儀礼」として定着している。その光景の一部として、演歌も言はれるのだと思う。

菊地 史彦

文筆家



きくち・ふみひこ 1952年生まれ。慶応大卒。筑摩書房で編集後任、退社後フリーライターを専攻。著書に『沖繩の岸辺へ』など。

沖繩は98年に史上最多を記録した。だが、平成期にはまだ濃厚だった。典型は東日本大震災が起きた2011年。嵐がオリジナル曲「ふるさと」を歌い、桜井翔が被災した「アヲ」を弾いた。他に北島三郎の「帰るかな」、千鳥の「北国の春」、石川さゆりの「津軽海峡・冬景色」など北のふるさとだらけ。では、南のふるさと沖繩を紅白はどう扱ってきたか？

紅白は南のふるさとが初めて現れたのは、1960年代初頭。ただし、沖繩ではなく奄美群島(鹿児島県)の歌ばかりだ。特に、翌年の東京オリンピックや東海道新幹線開業を控えた93年は、田端義夫の「島音」、仲宗根美樹の「奄美恋しや」、朝丘雪路の「永良部百合の花」など奄美だらけ。当時の紅白は、視聴率が8割を超す絶頂期でもあった。沖繩同様米軍統治下だった奄美は93年に本土復帰。63年にちなむ曲が多く歌われたのは、復帰から10年で奄美が日本のふるさとのひとつに「認定」された結果か。沖繩出身者で初めて紅白に出場したのは、17才で歌った南沙織(71年)だ。その後20年の空白を経て、バブル景気後の91年、喜納昌吉が「花よすべての人の心に花を」と出演した。平成初頭の紅白は、2部制の導入によるものか歌手や曲の選定がどこかちぐはぐ。ひき目を引く沖繩ポップカルチャーの台頭を感じ取ったようだが、ナムコロや外国人と一緒くたに喜納が紛れ込んだふうでもある。

90年代半ばからは、沖繩アクターズスクール出身の安奈美素恵、SPED、MAXらが続々と紅白の舞台に立つ。彼女たちは沖繩らしさを押し出すよりもダンスパフォーマンスを売りにするなど、むしろ後のK-POPアイドルに近いかもしれない。この時代は95年の少女暴行事件をきっかけに反暴動運動が爆発。米軍普天間飛行場の辺野古移設問題を軸に、沖繩は政治の季節を迎える。他方、本土と違う季節や生活文化でも消費する「沖繩ブーム」が到来し、移住者も増えた。本土の沖繩認識がかなり変わった。98年初出場のKiroroは、NHK連続テレビ小説「ちゅらさん」の主題歌も歌っている。このドラマを通して、本土の人々は日本最西端の八重山諸島を、他の地方とはやや違うものとして愛すべきふるさとのひとつとして認知しただけではないだろうか。

そして、復帰30年の02年、共に八重山・石垣島出身の夏川りみが「涙そうそう」、BEGINが「島人ぬ玉」で出場した。共に「沖繩らしさ」を前面に出し、懐かしさや郷土を歌った。おそろしく彼らによって、沖繩のふるさと像は全国区化を完成させたのだ。夏川は沖繩から台湾までアジアにも渡って活動している。沖繩の音楽家は紅白「東京中心の」日本のふるさとの範囲をすり抜けていくセンスがある。これも沖繩の歌の力のひとつだろう。

東京中心 すり抜ける沖繩

これを「韓国が勝ち日本が負けた」と解釈するのは正しくない。TWICEのように日本人が世界へ飛びたく舞台として韓国を使うようになったのだから。紅白は、日本がアジアの文化的中心だった名残をどう定める邦楽番組かもしれない。しかし、紅白が国民的地位を維持するには、日本に定着したK-POPを無視できない。K-POPは日本を含む多国籍の歌手とファンを抱えている。つまり、紅白は日本がただ世界に開かれているかを示す場でもある。もし、不幸にも再び日韓関係が悪化したら紅白はK-POPをどう扱うか。試金石になるかもしれない。

次回の「論点」は1月8日に掲載します。ご意見、ご感想をお寄せください。〒100-8051毎日新聞「オピニオン」係 opinion@mairichi.co.jp

Advertisement for Kamino's hair products. Features 'MINERAL HAIR Plus GABA' and 'KAMINO MOTO 90'. Lists benefits like '8 types of effective ingredients', 'hair growth promotion', and 'scalp stress prevention'. Includes contact information for Kamino's main store.