

# 大ヒットアルバムの作り方 —CD ジャケット編—

美術班(理) 有村大輝 森口武

## 1. 研究動機

CD ショップで見かけた CD のジャケットのデザインに興味を持ち、ジャケットについて調べるうちに、ジャケットの視覚的効果が CD の売り上げに影響を及ぼしているのではないかと考えた。そこから、どのようなジャケットがヒットを生み出すのかを解明できれば、大ヒットアルバムを生み出すジャケットを作り出すことができるのではないかと考えた。

## 2. 内容

音楽産業の中心であるアメリカ合衆国の CD ヒットチャート Billboard の全米年間アルバム売り上げランキングを標本として調査することにした。

ヒットを生み出すジャケットの特性を探るには、ヒットした作品とそうでない作品それぞれのジャケットを調べ、その間の差異を明らかにする必要がある。しかし「ヒットしなかった作品」は無数に存在し、「ヒットした作品」との比較はかなり困難であった。

そこで、どのようなジャケットの作品が過去にヒットしてきたのか、その変遷を調べることで、2015 年現在、どのようなジャケットがヒットを生み出す傾向があるのかを探ることを目標とした。

我々は、データを見つけることのできた 1970 年以降の年間ランキングの、上位 3 位以内の作品のジャケットを年代順に並べ、傾向を探った。この際に、中身の音楽については触れずにあえて視覚的な特徴のみを抽出することで、音楽媒体である CD の売り上げに視覚的な効果が影響している可能性を導き出そうと考えた。

## 3. 傾向とその検証

細かくみていくうちに、三つの傾向を見出すことができた。

傾向 1. 1980 年代のジャケットに絵が多い。近年は絵を用いたジャケットは減少している。

標本のジャケットを絵、写真、ロゴまたは図形の三種に分類し、10 年単位で絵を用いたものの数を勘定した。

→1980 年代のアルバムが最も絵で描かれたジャケットが多かった (図 1)。

また、2010 年から 2015 年の間には一枚も見られなかったため、全体的に今後減少していく傾向にあると考えられる。

傾向 2. アーティスト本人の顔写真を使用したジャケットが多い。特に近年、その数が増加している。

→本人の顔写真を使用したジャケットは標本全体の 62% を占めていた (図 2)。

また、90 年代以降その数が増加しているというデータもみられた (図 3)。2010 年から 2015 年ではすでに 12 枚のジャケットで本人の顔写真が使用されている。

傾向 3. 近年、色調の彩度・明度が強くなった。(未検証)

ジャケット一枚の色を平均化し、色相表を用いて彩度・明度を測る方法を考えたが、実現に至らなかった。

図1 絵によるジャケットの枚数

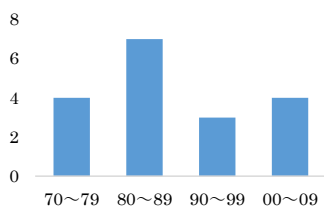


図2 6年分全体に占める率

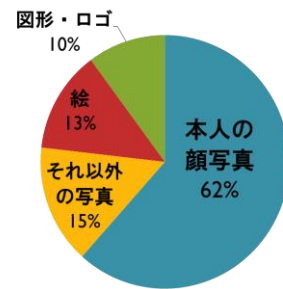
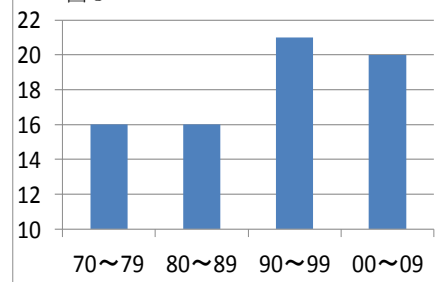


図3 本人の顔



#### 4. 考察

我々が発見した傾向に関して、二つの原因を考えた。ただし②は、近年アーティスト本人の顔写真が増えているという傾向にのみ関するものである。

##### ① ジャケットの役割の変化（三つの傾向すべてに関して）

レコードから CD、デジタル配信という音楽媒体の変化に伴い、ジャケットの役割が変化していったと考えた。レコードは、ジャケット等の視覚的な要素も含めた一つの「もの」としてのアート作品であったが、CD、そしてデジタル配信と変化するにつれ、「もの」を所有せずデータを保存して楽しむようになった。これによりジャケットが次第に中身の音楽と分離し、宣伝のためのアイコンと化していったと考えた。

さらに、レコードは一辺が 31.5cm の正方形であるが、デジタル配信のジャケットは PC やスマートフォンで見るとおおよそ 1/5 ほどの大きさに小型化している。

このような宣伝用アイコン化、および小型化によって、ジャケットを目立たせる必要性が高まっていった。このことが、傾向 1、傾向 2 のように絵からシンプルな顔写真への移行、傾向 3 のような色彩の濃化を引き起こしたと考えた。

##### ② アーティストのアイドル化（傾向 2 に関して）

インターネットの普及に伴いマスメディアの勢いが加速したことで、曲そのものだけでなくアーティストに関する情報も人々に発信されるようになった。このように音楽が「曲単位」の時代から「アーティスト単位」の時代へと変化する過程で、アーティスト本人の存在を印象付けやすい顔写真をジャケットに使用した作品がヒットしやすくなったと考えられる。

#### 5. 結論

我々が結論づけた、2015 年現在で大ヒットアルバムを生み出すジャケットに必要な要素は、以下の通りである。

- ・シンプルな本人の顔写真（考察①ジャケットの役割の変化、考察②アーティストのアイドル化 より）
- ・濃い色彩（考察①ジャケットの役割の変化 より）

#### 6. 参考 WEB 情報

[http://blog.livedoor.jp/deep\\_rock/archives/50139264.html](http://blog.livedoor.jp/deep_rock/archives/50139264.html)（70~84 年）

<http://the-musicbox.net/index.html>（85~14 年）

<http://www.amazon.co.jp>（画像）