

各 位

2023年10月20日
株式会社リットーミュージック

シティポップの名曲の数々を生み出したメロディメイカーが自作曲をもとに解説！
『林哲司のポップス作曲法 改訂新版』が10月20日に発売



インプレスグループで音楽関連のメディア事業を手掛ける株式会社リットーミュージック（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：松本大輔）は、『林哲司のポップス作曲法 改訂新版』（林哲司 著）を、2023年10月20日に発売します。

1973年にシンガーソングライターとデビューし、以後は作曲家としても数々の作品を生み出してきた林哲司。2023年は、林哲司のデビュー50周年という記念すべき年でもあります。

本書は、そんな林哲司が初心者にも優しくポップスの作り方を解説した実践的作曲法が満載です。「一から楽典を学ぶ必要はない」など、アカデミックな作曲法にはよらない身近な曲の作り方を紹介しているので、誰でも気軽に始められるのが大きな特徴となっています。

シティポップ再評価の著しい昨今ですが、「真夜中のドア～stay with me」（松原みき）、「September」（竹内まりや）、「ふたりの夏物語」（杉山清貴&オメガトライブ）、「思い出の

ビーチクラブ」(稲垣潤一)の作曲者である著者が、自作曲をもとに解説するリアルな作曲法は、きっと多くの人の参考になることでしょう。

また「サビがイマイチ盛り上がらない」など、曲作りに伴うさまざまな問題への対処法も提案。コラムと併せて読むことで、きっと作曲の幅が広がることでしょう。

*本書は弊社刊『新ポップス作曲法』(1999年)を加筆・修正したものです。

1

どうやってモチーフを作るのか

▷ 小さなことが作曲の第一歩になっていく

作曲という作業、これは自分の感情を紙に作業だ。この作業をよりスムーズに進めるためには、ちょっとした訓練が必要になる。たとえば宴会話の1シーンを考え、"BOY"という単語を知っていても、それだけでは会話には成り立たない。"I am a boy"というセンテンスになって初めて相手と話ができるようになるわけだ。

作曲もそれと同じこと。ここではセンテンスを作るための訓練の方法について話していく。

▶ 僕らの頭の中には今まで聴いてきた音楽が蓄積されている

「音楽」が生まれてから、どれだけ歴史が流れているかわからない。しかし少なくとも何百年もの間、人は音楽に親しみ、それをいろいろな形で作り出してきたことを知っている。人間一人ひとりの中にも、それよりはるかに短いが、同じ歴史があるのではないだろうか。今まで生きてきた中で自然に蓄積された「音の記憶」……赤ちゃんのときにお母さんが聴いていた曲、自分が浮かんでいた羊水の流れる音、小学校のときに同級生と声を張り上げた応援歌。要するに人間が成長する過程の中で聴いてきたありとあらゆる音の歴史が、現在の自分の音楽の土壌となっている。人間は自分でそれと気付かず、音楽に対する興味を自然に持っているのかもしれない。

たとえば「今、この曲で書こう」と思ったら、1曲を完璧に作るのももちろん無理だろう。しかし、過去に聴いてきたさまざまな曲を土台に、「アアア〜ルルル〜」などと適当な言葉に音程を付けて簡単なフレーズを作ることくらい


はできるのではないだろうか。

誰もがメロディ語を使えるはずだ

それは、誰もが体の中に「メロディ語」というものを持っているからだ。僕は、人間が言葉を発して会話をするのと同じように、自分の中には自然に流れるメロディ語があって、うれしいとき、悲しいとき、さまざまな音を奏でているのだと思う。いい曲が書けるかどうかはそれを巧みに話せるかどうかの違いだ。赤ちゃんが成長しながら自然に言葉を覚えていくように、さまざまな経験を通してメロディ語の語彙も、センテンスの長さも、その言葉遣いの美しさも磨かれていくのではないだろうか。

メロディを生み出す素となるインスピレーションも、あらゆる人の気持ちの中に潜在的にあるものだと思う。たとえばお風呂に入っていてリラックスしたとき、あるいは何かに感動したときなどに、鼻歌や口笛がフツと出ることがないだろうか。誰かの曲をハミングしてはいたはずなのに、自分でも聴いたことのないメロディが流れてハッとすると……、もちろん人によってその長さも出来映えも違うだろうが、そうした小さなことが作曲の第一歩になっている。

言い換えれば、音楽はこうした小さなオリジナルのメロディ……音楽を構成する一番小さな自のカタマリを作ることから始まっている。このカタマリは、立派なオリジナルのモチーフ(動機)だ。つまりモチーフ作りを意図的に、巧みに行うことが作曲の基本になるのだ。



012

第2章 モチーフ作りからメロディ作りへ 013

も一気にできてしまったことがある。端的に言えば、△7を初めて知ったときだ。Cが△7になっただけで世界がガラリと変わり、それが新鮮なインスパイアとなってモチーフが次々に湧いてきたのだ。

今にして思えば、△7はポップスに欠かせないコードだ。でも、ブルーノートを含むコードではないのでロックではあまり使われない。また、テンションを含むコードもロックには不向きだ。しかし、タブーを外すことも大切。音楽は自由なものだから「これはダメ」という決まりごとで自分を縛ることはないのだ。ロックンロールにも△7やテンションコードを積極的に使ってみるといったくらいの姿勢を持ってほしい。

▶ ルールに縛られず、自分の感性を大事に

こんな風に、メロディを作る上でさまざまなルールがある。ただ、ルールを覚えておくに勝たないけれど、それよりもまず自分の感性を大事にしてほしい。個人レベルで進んでいくけれど、あくまで自然に、自分の感性で、自分なりの作曲方法を見つけてほしいのだ。特に譜だけで書こうとすると、ルールに縛られがちなので要注意。

初めて作曲をする人は、まず曲を成立させることを第一に考えよう。そして、作り終わったものに対して客観的な目を持ってほしい。譜面が起せる人は、譜面が書ける曲なら、本当に素晴らしい作品で高評価としては十分だと思う。ただ、それではすぐに飽き足らなくなるはずだ。単純な曲だと思えば、どこかでポイント感に変化を持たせたり、メロディの音域を上下に広げたりしてみれば、どうすれば面白くなるのか、客観的な目でリニューアルする作業が次のステップのために必要なことなのだ。

Column 3

なぜシティポップブームは起きた?

海外での事情

シティポップブームというものがこれ4〜5年は続いている。これは海外と国内ではその意味がいろいろ違うわけだけど、プロフェッショナルな視点で紐解いてみたい。

国内でも海外でも共通しているのはインクアとしてのインターネットと、サブスタリオンサービスだというのは誰も異論がないところだろう。でも問題は、いろいろな音楽がある中で、なぜシティポップが人気になったのかというところだ。

海外でのシティポップのブームに関しては、ベースにアニメやゲーム、ファッションといった日本文化があったことはまず間違いがない。日本の文化に対するそういう土壌があった上で、シティポップが受容されたのだと思う。

では、なぜシティポップなのか。そもそもシティポップと呼ばれる音楽は、僕たちがアメリカのAORという素晴らしい音楽、創造性が豊かだった音楽を見れば真似て日本という地で作っていたものだ。だから本来本元のAORではなく、日本のシティポップにスポットライトが当たっていることにはちょっと疑問を感じていたのは事実である。

でも考えてみると、3〜4年前に比べて日本文化が受け入れられてアメリカ至上主義でなくなった時代というベースがあり、その上で日本のシティポップのメロディに感じられる哀愁感や華やかさといったものが、海外の人たちの尊敬に値したのではないだろうか。

アメリカのドライブ感覚とは違う、メランコリックで日本独自の感性が人々の心をつかんだと考えるのが納得いくのだ。

そういう意味では、アメリカ至上主義の時代が過去のものになっていくことが大きいと思う。そういうこともできるかもしれない。ご存心のように、韓国のアーティストがチャートの上位に入り、韓国の世界でもトップクラスの活躍が目覚ましい頃だ。みんなアメリカに憧れ、アメリカに影響を受けてずっともの作りを続けてきたけれど、もはやアメリカだけがトップに君臨する時代ではなくなっているのだ。

そういう大きな流れの中に、海外でのシティポップブームを位置づけることができる。それが、プロフェッショナルとしての僕の見立てである。

012

013

シングルヒットを目指す

▷「September」が誕生するまで

シングル曲がヒットするには、アーティストの声やルックスに魅力があることももちろん、アーティストの持つ雰囲気やイメージにマッチした曲調、キャッチーで覚えやすいメロディ、時代性を取り入れ、よく計算されたアレンジなど、すべての面でバランスのとれた曲作りが要求される。最初に、第5章までの内容の復習も兼ねて、全体のバランスをとって構成していく曲作りをテーマにしてみよう。最初に生まれたモチーフの魅力を最大限に引き出す曲作りは、それがそのシングルヒットを目指す原点とも考えられる。モチーフ同士をつなげてブロックに発展させ、そのブロックをどのように組み合わせるかを、そしてメロディが完成した後、どのようにアレンジしていったらいいか、完成させるまでのいずれかの段階で、全体像を考えながら進める作業が必要になる。

ここで参考にしたのは、竹内まりやの1979年のヒット曲、「September」だ。

▶背景……シングルヒットを前提に作られた曲

これは竹内まりやというシンガーのキャリアの中で、初のシングルヒットとなった作品だ。この曲はあらかじめ、いくつかの前提条件をもとに作られている。

覚えやすい曲であること

まず、この曲を出すにあたってはシングルヒットを狙おうという意図が明確にあった。そこで、たとえアルバムに提供される1曲のような音楽的に凝った作品ではなく、1回聴いて覚えられような印象度が重視された。

「セプテンバー」という言葉をサビに使うこと

ディレクターによる絶対条件が「セプテンバー」というキーワードを使うこと。この言葉はアメリカンソウルダンスの「シー・ユー・イン・セプテンバー」という曲から出てきたものだが、この曲のサビを聴く中で何度もリフレインさせながら、曲全体のイメージをふくらませていった。

シンガーの音域を最大限に生かし切ること

竹内まりやの音域は女性としては標準的なA音～B[♯]音、その声の最大の魅力は中音域にある。だから音域的な変化で見せようとする、中音域を生かし切る曲作りを考えた。

アレンジを想定する

この曲は、最初の段階ですでに後がアレンジまで手掛けることが決定していた。実際の作業上、メロディの構成やニュアンスがどう変化したらかは後述していく。

▶曲作り……60年代アメリカンポップスの雰囲気を取り入れる

手帳としては、②→③[サビ]→④→⑤と進んで書いていった。イントロと最後の部分はアレンジの段階で付け加えたもの、ちなみにメロディ作りにはギターを使った。

アメリカンポップスのセオリーを踏襲する

この曲を聴くと、古いアメリカンポップスを連想する人が多いかもしれない。それは竹内まりやというシンガーのキャラクターに合わせて、意図的に作り出したフレイバーだ。彼女の個性には、コニー・フランシスやヘレン・シヤピロなど「若き若き時代のシンガー」が歌っていたアメリカン・ポップスの匂いがちかめられている。だから、あえて等身丈の60年代アメリカンポップスをつづけてみたのだ。

(a)覚えやすい曲構成

この曲の特徴は、④ブロックからすぐに⑤のサビに突入すること、通常、サビの

サビがイマイチ盛り上がらない

▷「言葉の強さ」と「メロディの強さ」を同居させよ

きて、メロディの形が出来上がった。ノリはいいし、歌い出しのメロディも悪くない。しかし全体を通して聴くとサビが盛り上がらない、という場合の対処法を見ていこう。

▶サビ=高い音域のメロディ?

セオリーでは、たとえば④メロは曲の導入部としての役割を持つ。そしてサビは曲のヤマ場として最も印象的なメロディが要求される部分であり、ここで「自分は何を訴えたいのか」という主張が明確にしなければならない。つまり、言葉/メロディの両面において強い力を持ったフレーズを作り出すことが要求されるのだ。メロディの面から考えれば、「高い音域を使うこと」が強いフレーズを作る1つの方法論になる。ボーカルものの曲のヤマ場は、両声で高らかに歌いたいのが人間の自然な心算。声が高ければ、音域も自然に上がるといわれる。具体的には④、⑤メロに比べて高い音域を取るが、ボーカリストの最高音を使った展開になるだろう。

最高音を取る場所は、サビの先頭でなくてもいい。前のブロックの音が低ければ、最初からいきなり高く持っていくのが無理な場合もあるし、歌詞との兼ね合いもある。サビは曲の中で最も覚えやすい部分だけれど、無理にこだわる必要はない。

過去のヒット曲のサビをサンプルする

ここで参考になるのは、やはり過去に聴いてきたさまざまな曲。特にメロディ

先行で曲を書こうとする場合は、ゼロから考えるより例を引いた方がアイデアは生まれやすい。今まで自分の感性に引っかかってきた曲のサビを振り返って、どんなメロディだったのか、なぜ自分の心に引っかかってくるのか、どういう作り方をしているのかも言葉とメロディの両面から分析してみるのだ。

こうしたサンプルを分析すると、いろいろなことが見えてくる。たとえばビックアップから入るものが多かったり、言葉を非常に盛せやすい音が使われていたり……。最高音の使い方も、それぞれの曲のオリジナリティがある。ヒット曲のサビには、必ずヒントが隠れているのだ。

メロディと歌詞を一体化させることが最強のサビを作るコツ

特に注目すべきなのは、いい曲のサビには「言葉の強さ」と「メロディの強さ」の2つの特徴が同居していることだ。言葉とメロディは常に表裏一体、この2つがうまく融合することで初めて印象度の高いサビが生まれる。メロディ/言葉の両面で強さを持ったフレーズを作ることが最強のサビを作るコツと言えるだろう。

具体的にはメロディ単体で考えるのではなく、適当な歌詞を当てはめながら作るという。046でも話したけれど、特に洋楽的なものを書こうとするときは、「I believe in you」「Be yourself!」など、ごく簡単な英語の慣用句や日常会話のセンテンスを使ってみよう。これらの言葉に導かれながら、2小節単位でメロディを作ってみよう。

2小節のメロディがいくつかストックできたら、組み合わせを考えて、前後にこれこれ入れ替えながら、いろいろな作業を無数に試してみよう。次ページのEX.7-1はサビの冒頭部の例だけれど、ビックアップのパターン、休符を使ったパターンなど、前後のフレーズも含め、状況に合わせて工夫してほしい。

またこの作業の中で重要なのは、たとえば「I believe in you」という言葉がどうしたら強さを持つて聴こえるかを何度も歌い直し、作り直して繰り返すことだ。慣れてくればある程度、その言葉のしっくりくる位置がわかるようになる。いきなり数こなすのは無理な話だけれど、何度も繰り返してこの作業に慣れてほしい。

■書誌情報

書名：林哲司のポップス作曲法 改訂新版

著者：林哲司

定価：2,420円（本体2,200円＋税10%）

発売：2023年10月20日

発行：リットーミュージック

商品情報ページ <https://www.rittor-music.co.jp/product/detail/3123317105/>

CONTENTS

第1章 作曲のプロセス

1 曲のコンセプトを決め、核になるフレーズを作る

- 2 核を中心にして全体のメロディを構成する
- 3 曲全体の構成を考える

第2章 モチーフ作りからメロディ作りへ

- 1 どうやってモチーフを作るのか
- 2 作曲法の3つのタイプ
- 3 インスピレーションを得るためのさまざまな方法
- 4 モチーフの形を整える

第3章 モチーフを発展させる

- 1 曲の成り立ち
- 2 モチーフから曲を作るプロセス
- 3 新しいモチーフの導き出し方

第4章 コードについて

- 1 コードの仕組みについて
- 2 コード進行について
- 3 ポップスでよく使われるコード進行
- 4 コード進行からメロディを導き出す
- 5 平凡なコード進行に変化を与えるテクニック

第5章 曲の構成を考える

- 1 起承転結
- 2 モチーフとモチーフをつなぐテクニック
- 3 大楽節を組み合わせたときの注意事項

第6章 テーマを設定して曲を作る

- 1 シングルヒットを目指す
- 2 洋楽の雰囲気を取り入れた曲作り
- 3 アレンジを想定した曲作り
- 4 アーティストを想定した曲作り～男性ボーカルの場合
- 5 アーティストを想定した曲作り～女性ボーカルの場合
- 6 アーティストを想定した曲作り～アイドルの場合
- 7 映像を意識した曲作り
- 8 アーティストをプロデュースする
- 9 コンピューターを使った曲作り

第7章 出来上がった曲に満足できないときの対処法

- 1 曲の善し悪しを見極める
- 2 モチーフのつながりがギクシャクする

- 3 モチーフ同士のつながりがスムーズ過ぎる
- 4 サビがイマイチ盛り上がらない
- 5 アップテンポの曲なのにスピード感がない
- 6 歌い手の音域に合わせると、音幅が狭過ぎる
- 7 「転調」をうまく使ってみる
- 8 ここに気をつければ、もっといい曲になる！

コラム

- 1 作曲を楽しもう！
- 2 掟破りの斬新さ
- 3 なぜシティポップブームは起きた？
- 4 四和音とテンションコードの話
- 5 ディスコから学んだこと
- 6 メロディとアレンジ

PROFILE

林哲司（はやし・てつじ）

1973 年シンガーソングライターとしてデビュー。以後作曲家としての活動を中心に作品を発表。竹内まりや「SEPTEMBER」、松原みき「真夜中のドア～Stay With Me」、上田正樹「悲しい色やね」、杏里「悲しみがとまらない」、中森明菜「北ウイング」、杉山清貴 & オメガトライブ「ふたりの夏物語-NEVER ENDING SUMMER-」など全シングル、菊池桃子「卒業-GRADUATION-」など全シングル、稲垣潤一「思い出のビーチクラブ」など、2000 曲余りの発表作品は、今日のシティポップ・ブームの原点的作品となる。また、映画音楽、TV ドラマ音楽、テーマ音楽、イベント音楽の分野においても多数の作品を提供。ヒット曲をはじめ発表作品を披露する SONG FILE LIVE など、積極的なライブ活動も行っている。

【株式会社リットーミュージック】 <https://www.rittor-music.co.jp/>

『ギター・マガジン』『サウンド&レコーディング・マガジン』等の楽器演奏や音楽制作を行うプレイヤー & クリエイター向け専門雑誌、楽器教則本等の出版に加え、電子出版、映像・音源の配信等、音楽関連のメディア & コンテンツ事業を展開しています。新しく誕生した多目的スペース「御茶ノ水 RITTOR BASE」の運営のほか、国内最大級の楽器マーケットプレイス『デジマート』やエンタメ情報サイト『耳マン』、T シャツのオンデマンド販売サイト『T-OD』等の Web サービスも人気です。

【インプレスグループ】 <https://www.impressholdings.com/>

株式会社インプレスホールディングス（本社：東京都千代田区、代表取締役：松本大輔、証券コード：東証スタンダード市場 9479）を持株会社とするメディアグループ。「IT」「音楽」「デザイン」「山岳・自然」「航空・鉄道」「モバイルサービス」「学術・理工学」を主要テーマに

専門性の高いメディア&サービスおよびソリューション事業を展開しています。さらに、コンテンツビジネスのプラットフォーム開発・運営も手がけています。

以上

【本件に関するお問合せ先】

株式会社リットーミュージック 広報担当

E-mail: pr@rittor-music.co.jp