

2019

# 音楽アーティストの総合プロデュース

Produce of Music-Artist

AD 24 中島 唱太  
指導教員 井上 謙

## 1.研究目的

アーティストとは表現者である。そのひとつの表現者であるミュージシャンは、自分の思いを音楽という手法で発信している。本卒業研究では、一つのバンドのアルバムデビューを総合プロデュースするという事を通して、アーティストのメッセージ、個性、そして音楽のフィーリングを伝える事を目的とする。

## 2.調査と分析

今回プロデュースするバンドはニューオーリンズ系ジャズファンクバンド「PullTops」で、現在アマチュア活動を行っているこのバンドがデビューアルバムを発売すると仮定し、その総合プロデュースを行う。

CDアルバムとそのアーティストに欠かせないもの、それは「個性」と「持ち味」であり、PullTopsにおけるその二つとはどのようなものかを調査、分析した。

### ・個性

ポイントとなっているのは彼らのライブパフォーマンスである。プラスという「生」の音を活かしながら、即興性を取り入れたスリリングな展開で、見る者をその音楽の渦に取り込んでいく。かと思えば音楽を絡めながらストーリーを構成していく、ミュージカル的なパフォーマンスも行う。彼らの個性とはまさに、このスリルと多面性である。

### ・持ち味

彼らが独特な存在であると位置づけるものは、彼らの活動コンセプトだ。「世の中を明るく楽しく幸せに」といったメッセージを持ちながら、公園等をより楽しい場所にしようとストリートライブを行っている。このスタイルこそが彼らの持ち味である。

## 3.コンセプトの立案

- ・バンドの持つ個性、スリル、そして多面性を全面に取り入れたデザインを意識する。
- ・8人という多人数バンドであり、一人一人が個性を持つ。それぞれの個性を「色」という形で表し、8色の虹をテーマカラーに統一する。
- ・収録する音楽ジャンルが、ジャズ、ファンク、ロック、バラード等多様なので、それら全てを取り入れるような「バラエティ感」を出す。
- ・アルバム以外の周辺グッズや広告にも統一感を持たせ、宣伝効果を高める為に一貫したコンセプトが必要である。

## 4.デザイン展開

### ・バンド名からのデザイン提案

バンド名に入っている「プルトップ」とは、缶のフタを開ける為のツマミの事である。それは缶を開けるキッカケとなるもので、PullTopsは音楽によって、聴く人の「楽しみ」を開くキッカケのバンドという意味を持っている。缶を開ける時のワクワク感と、アルバムを聞き始める時のワクワク感。これを「プルトップ」を接点に掛け合わせたイメージ作りを行い、また実際にそのコンセプトを具体化したグッズも制作した。

### ・キーイメージの設定

複数の宣伝媒体によるコマーシャルを想定し、各媒体に共通のイメージを持たせるようなキーとなるイメージを作る。各広告にそれを効果的に使い、どの広告を見ても同じ商品が連想されるよう心がける。今回卒業研究では、販売店用ポスターと電車の車体広告を宣伝媒体とした。

## 5.完成図



## 6.結論

キーイメージを持たせる事により、例えばポスターと電車の車体広告等、異なったメディアによる広告でも、それらが同一の商品であると直感的に受け取らせる事ができた。

また、事前に視覚から受ける印象と後に曲を聴いて聴覚から受ける印象とが合い、アーティストの雰囲気自然に受け入れられるという評価を得られ、視覚による聴覚的印象という物の存在を感じる事ができた。

## 7.参考文献

- ・ Music Jam  
<http://www.musicjam.jp/>
- ・ 関東交通広告協議会  
<http://www.train-media.net>