

綴音・つづれおと (第二話)

株式会社アモネット 代表 有田真一郎

それから、やるべき作業が見えてきました。

お買い物に来たご婦人たちが、野菜を手にとりカゴに入れ、日用品を選び、肉や魚を買ってレジで支払いを済ませ、

「さあ、今から家族のためにご飯の支度をしましょう。」

そして、また明日も明後日もここに買い物に来ようかなって思える風景で送り出したいと  
考え、企画書を作りました。

でも、まだまだそんな企画書を作れるような知識も何もなかったので、あるサウンド・デザイナーさんと一緒に作りました。

その企画書を作るにあたって、いろいろな考え方を整理しなければならなかったんですが、

その作業だけで2ヶ月もかかってしまいました。ただ一口に風景と言っても、とらえどころがなかったんです。

その上、自分たちはわかっているけど、企画そのものをどうやって説明しようか？

そうです。予算の問題が残っていたんです。

企画課長さんが予算をとるために、さまざまなところに企画書を持って説明しに行くのですが、なんせわれわれが提示した予算がとて高額だったんです。ただし、この予算はレジマわりだけじゃなく、どうせならスーパー全部を見直し、楽曲や音を含めたソフトウェア・ハードウェア両面から見て、その店舗“らしい”風景を創るためにはこれぐらいはかかるという計算で提示した予算だったんです。

蛇足になりますが、その当時、スーパーマーケットの音響にかける予算はだいたい1㎡あたり700～800円が相場で、これがデパートになると1㎡あたり1500～2000円になります。そのスーパーマーケットの広さは、1階・2階合わせて2000㎡ありましたから、われわれが提示した予算は、相場の1.2～1.4倍以上のものだったんです。

たしかに、スーパーマーケットでこういう企画が承認されたのも世界で初めてだろうし、実際やろうとしているのも初めての試みだったと思いますが、これは常識外の要求だったのかもしれない。

そして企画課長さんのおかげで無事予算がついたところで、もう一度、「音」について考えてみたんです。「風景」と言っても非常に抽象的でわかりにくい。

そこで、普段スーパーが開いている時、どんな音があるのかを調べることから始めました。いろいろな音がありました。衣ずれの音、靴音、レジの音、商品を陳列する音、台車が通る音などなど。『カツカツ』『カシャカシャ』『キーキー』『ガチャン』などなど。

それらを全部ひっくるめて‘風景’として捉えた時に、はたしてどんな音があつたらいいのだろうか？ということを一生涯懸命考えてた時、

「音って何かの役割があるはずだ」

と、ふとそんな考えが頭に浮かんだんです。

「そうだよ。音の役割ってたしかにあるよ！」

お店のコンセプトもあるでしょうが、その役割をはっきりさせておかなければ、風景を設計することはできません。

いろいろなことをふまえて、まず一つ手前で音の役割について考えてみました。

スーパーの開店・閉店の音があります。そういうものは何かを伝える、つまり“情報”という役割があります。

では、BGMは何のために流しているのでしょうか？

それは何かを感じてもらおう、つまり“演出”という役割があります。

それから最も大事なものが、このスーパーにいるんだという絆を深める役割。

それを“環境”としましょう。

何をどう設計しようかと考えたとき、われわれがやろうとしていることの一つに、“環境情報”というのがあります。

環境情報というのは「春らしさ・秋らしさ」というふうな「～らしさ」ということがあげられると思います。演出とも言えますね。

でもずっと変わらない音もあるかもしれない。

または、

「日頃のご愛顧に感謝をこめて、明日一日限りの売り出しセールを開催いたします。皆さまのご来店を心よりお待ちしております。」

というような絶対聞いて欲しい情報を、ちょっと演出していくようなこともあると思いま

す。

反対に取らなきゃいけない音もあります。ない方がいい音のことです。

さっきのレジの音。あれはやっぱりレジを置いている台がまずかったんです。でも間にゴムを敷くことによって、あの『ガチャガチャ』がずい分取れます。じゃあ、それをやりましょう。

あるいは台車をバックルームに入れる時、扉にいちいち台車をドンッとあてて開いていくけど、扉にゴムを貼れば音はあんまりしなくなる。それから台車自体がキーキーいうなら油をさしましょう。

陳列ケースの下には薄いフェルトゴムを敷けば、『カチャカチャ』は取れます。

ない方がいい音は取りましょうという話をずい分しました。

でも、そんなことが商売になるなんて、思っていませんでした。

それから、一番大事なスーパーマーケットのメロディを作りました。このスーパーマーケットの音です。ある曲が終わって次の曲に移る間にそのメロディを入れ、営業時間中必ず20分なり、30分毎に一回、このメロディが流れるように設計したんです。

環境情報演出と言いますが、サブリミナルではないのですが、そのメロディは必ずお客様  
の頭に残ると思います。そして、お家でお料理しながら知らず知らずのうちに、

♪タララララ～ン♪

と、口ずさむことになるのです。そうなれば、

「あら、お醤油がきれてたわ。〇〇スーパーに買いに行こう。」

というつながりができてくる。それが絆を深めるということじゃないかなと考えます。

伝える・感じてもらう・絆を深める・・・この三つの音の役割をきっちり捉えて出す音に、  
どういう役割をしてほしいのか、こんな役割をするはずだっていうことを考えながらやっ  
ていくことが、まず音の設計の第一歩だと考えます。それを前提にデザインすることが音  
の風景を作ってゆくことだろうと私は思うのです。

マリー・シェーファー氏が言っているのは、もう少し哲学的でアーティスティックなところ  
もあるのですが、

「自分たちはこんなふう理解して、ずっとこれから実践していこう。」

ということをここで学んで、しかも本当に実践することができたのです。

ちなみにスピーカ300台を足元・耳・ななめ上など高さを変えて、壁や柱に設置し、3  
2曲のオリジナル曲を作曲しました。それぞれのスピーカからそれぞれの音が出てきて、  
そして空間で混ざり合っって一つの音の風景を織り成すという手法を、作曲家とサウンドデ  
ザイナーさんと一緒に創り上げました。非常に特殊な作曲技法を使い、しかも変わらぬ音  
は変わらぬ音として、今で言えば32チャンネルマルチサラウンドという感じでした。  
しかし、スーパーマーケットのメロディを作り、それを繰り返し繰り返し流しましたが、  
これがはたしてその環境的な風景と言えるのでしょうか？  
非常に大きな疑問が残りましたが、一方で販売促進という意味においては、目的は達した  
かもしれません。販売促進、つまり演出としての音という意味では・・・。  
  
ここでBGMについて考えてみたいと思います。  
もともとBGMというのは工場労働者のための作業効率を上げる音楽というふうに加えら  
れてきました。アメリカの自動車メーカーの組み立てラインで、ある一定のテンポで音楽  
を流すとそのテンポに合わせて工場労働者たちが生産する。すると非常に作業効率が良  
くなるという考え方が一つありました。  
それから、たとえば喫茶店でアップテンポの曲を流すと、お客様は知らず知らずのうちに

何となく気ぜわしくお茶を飲んだり、おしゃべりをします。すると回転率が良くなる。というのもBGMの考え方・使い方の一つだと思います。つまりこれが喫茶店や百貨店などの店内滞在時間を決めるという扱われ方だと一部されているところもありますが、それもある意味BGMの考え方の一つであると言えます。

一方で、ホスピタリティー・・・つまりあたたかいおもてなしという考え方をするときには、はたしてそれでいいのでしょうか？

われわれが耳にしている音を風景として捉えたときにはたしてそれが従来のBGMと言えるだろうか？時間の流れの中で風景として聴こえてくる音。これは一見何の意味も持たないような音なのですが、それが一つの風景という聞こえ方によって何かそこに自分がいて絆が深まってゆく・・・つまり環境というキーワードがここにでてくるのです。

BGMというのは業界でいえば、

「鳴ってればいいよ。音がないよりマシだから。」

というものから、中世ヨーロッパの王侯貴族たちが伯爵や公爵を招いて晩餐会をひらくと

きにお抱えの作曲家に曲を作らせ、そのときのためだけにアンサンブルで曲を奏でる。そんな贅沢なものまでさまざまあります。

あるいは、山の中で小川のせせらぎや小鳥のさえずりに耳を傾ける。木々のざわめきや遠くから聴こえてくるこだまに包まれる。これももしかしたらBGMと言っていいかもしれません。

このようにBGMというのはものすごく範囲が広いということがおわかりいただけたと思います。

このようなことをふまえて音の設計をするときに、ある瞬間の時間を区切ったときのこんな音楽というのではなくて、一時間の流れ・一日の流れ・一年の流れ、あるいは五年十年の流れの中で音が育ってゆくという考え方が必要ではないかと思います。

音を楽しむ。つまりある音の環境の中にいて聴こえてくる、あるいは包まれている音という話をしましたが、もう一つ違った観点からするとアマチュア・プロ問わず音楽家といわれている人たちは彼らが吐く息や指などを使ってさまざまな楽器を通して音を出します。

あるアーティストは、

「歌うようにサクスを吹く」

と、言います。その音色は非常に情景的で、しかもそれらを巧みに操れる人たちのことをわれわれは“アーティスト”と呼び、彼らが奏でる音に感動したり、喜んだり、涙を流したりするのです。それじゃあ、それは彼らにとって、本当に音を楽しむ演奏というためだけのものなのではないでしょうか？

私が五十の手習いでサクスを習い始めたとき、ふと感じたことがあります。

それはわれわれの耳に入ってくるたぐさんの音は、ある記号で表されるんじゃないか？ということなんです。たとえば、CマイナーとかEフラットセブンとか、そういう記号などで表され、そして耳に入ってきた音をいったん記号として理解し、そしてそれをもう一度再現する。こういうことができたらすごくいいだろうなと思います。もしかしたら音楽家と呼ばれてる人たちは、そういうこともやっているのかも知れません。

たとえば、アコースティックな音がいわゆる電気音響装置を使って録音され、信号処理され、そして変換機というスピーカを通過して出てきたとき、あたかもそれが自分の音だと錯覚するんです。ついこないだまでは、これは仕方ない、あたり前のことだと認識していま

したが、楽器が奏でる音の仕組みと、通常のスピーカつまり電気音響変換機が奏でる音の仕組みとは、根本的に違うということを理解しなくてははいけません。

楽器が楽器のように聞こえるスピーカというのは基本的に無理なのではないか、ということも頭にありましたが、楽器のような振動の仕方で音をだせる変換機があるとなればそれはすごいことじゃないか！これを純音再生という部分ではなく、聞いた音が聞こえたように再生され耳に入ってくるということを、いい・悪いは別にしておれわれわれがもっと基本的にやらなければいけないことではないかなと思います。

たとえば、自分が出した変な音は変な音のように出てきてほしい。これはすごく大事なことじゃないかなと思います。人間は音を聞き分ける耳の特性を生まれながらにして持っているわけですから、その辺を考えながらやってみてください。すると木々のざわめきがあるメロディアスな音色に変えることができるかもしれません。そしてそれをBGMとしてとらえ、記号化して楽譜になおすことができれば少し前に述べた環境の音というのを意図的に設計できるんじゃないかと思います。そういう試みも世界各地で始まっています。

ですから、私の言わんとしているところは、自然音・機械音を含め、もっともっと音というものを音楽的・科学的に分析し、それが人間に与える影響がどうかという部分。つまり

人間的な部分での解決方法をもっともっと探っていかなければならないということです。

たぶん、それぞれの専門分野ではそういう試みも始まっていると思いますが、それをトータルで考えてゆくことが必要になってくると思います。

( 第三話へつづく )