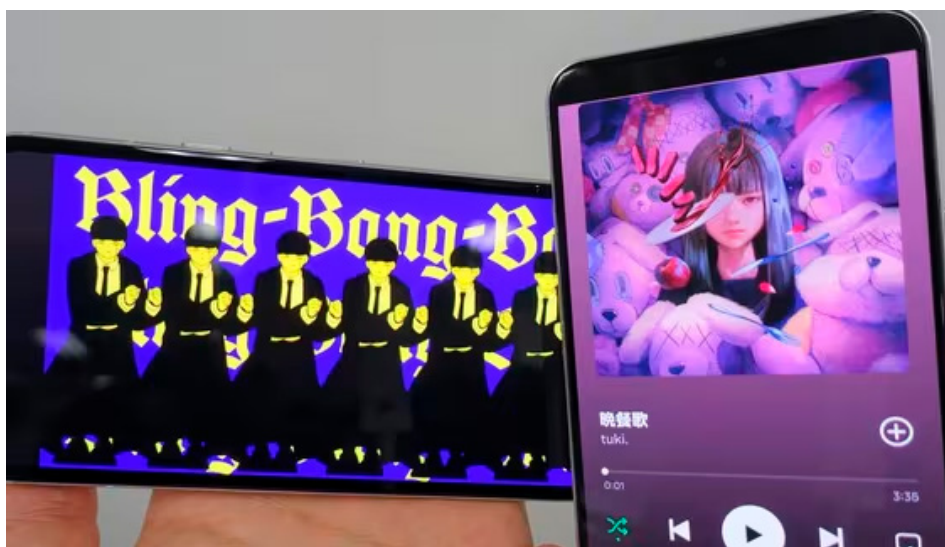


年間チャートに中学生登場、2025年はB'zが来る？

2024年はある人気バンドがチャートをジャック



世界に広がったBBBBダンスと中学生のデビュー曲が、年間チャート上位に並んだ（記者撮影）

海外まで巻き込んだ大バズり曲がムーブメントをつくり、人気バンドは新曲ラッシュでファン層を広げる。そこに新人が食い込む。2024年も、非常に印象的な音楽シーンとなった。

ビルボードジャパン（運営：阪神コンテンツリンク）が発表する年間ヒットチャート「Billboard Japan Hot 100」（2023年11月27日～2024年11月24日）は、音楽ユニットCreepy Nuts「Bling-Bang-Bang-Born」が総合首位を獲得した。

ビルボードは複数の指標を基に算出する複合チャート。CD販売、ダウンロード数、音楽サブスクなどのストリーミング再生回数、YouTubeでのミュージックビデオの再生回数、ラジオでの放送回数、カラオケ歌唱回数が含まれる。

CDやダウンロード購入などの「所有」だけでなく、どれだけの人が楽曲を聴き、ビデオを視聴し、歌ったのか。「接触」や「利用」を組み合わせる点

が特徴だ。

前年首位「アイドル」との共通点

「Bling-Bang-Bang-Born」のリリースは2024年1月7日。テレビアニメ『マッシュル-MASHLE』（第2期）のオープニングテーマだ。1月31日付チャートで首位を獲得し、週間チャートを13連覇、通算19回首位を獲得した。指標別ではラジオ、ダウンロード、ストリーミング、ビデオで1位、カラオケは2位と圧倒した。

早口の歌唱や複雑なメロディを含み、決して口ずさみやすい曲調ではないが、サビはキャッチーで耳に残る構成だ。くしくも、この点は2023年の総合首位となったYOASOBIの「アイドル」と共通している。

ダンスも重要な役割だった。アニメのオープニング映像にある、両腕を左右に振り体を上下させる「BBBBダンス」だ。放送直後から世界中に広がり、TikTokなどで大バズりとなった。

制作側は当初からダンスでのヒットを狙ったわけではなかったようだが（ミュージックビデオは3月に配信）、ファンの動きがヒットにつながる現代らしい事例だった。

特徴的なのは海外で先に火がついたことだろう。国内でのストリーミングのピークは3月だった一方、アメリカと韓国は1月下旬。海外から日本に波及し、ストリーミングを伸ばした形だった。

2位はリリース当時中学生のデビュー曲

2位は新人シンガーソングライター・tukiの「晩餐歌」。リリースは2023年9月で、10月11日付チャートで14位に初登場し、2024年1月24日付チャートで首位を獲得。1年間、25位以内を維持したロングヒットだ。指標別では、ダウンロード、ストリーミングが2位、ビデオとカラオケが3位だった。

tukiはリリース当時、なんと15歳

の中学生。ピアノに加えて13歳ごろからギターを始め、TikTokで弾き語り動画を投稿してきた。晚餐歌は初のオリジナル曲だ。

TikTokでファンとコミュニケーションを図ってきたことに加え、2023年11月には人気アーティストの優里と同曲を歌うコラボ動画を公開している。「優里のファンに支持されたことは大きく、それが第1段のロケット。その後、顔出しはないものの、地上波の歌番組に出演して注目度が上がった。1人でやっているとは思えないほど、しっかり展開されている」(ビルボード事業本部 上席部長の磯崎誠二氏)。

2020年に大ヒットした瑛人の「香水」など、若手が一気に年間チャートを駆け上がる例はあるが、中学生のデビュー曲は異例。ビルボードによれば、ストリーミング累計再生回数は1億回を突破し、ソロアーティストとして史上最年少記録となった(2024年12月に4億回を突破)。

3位はOmoiotake(オモイノタケ)の「幾億光年」。ドラマ『Eye Love You』の主題歌だ。

2023年1月24日に配信されると、1月31日付チャートで98位に登場。ドラマは目立った高視聴率ではなかったが、放送が進むにつれて順位を上げた。指標別ではラジオが2位、ダウンロードが6位、ストリーミングは3位、ビデオは10位だった。

トップ3以外で特筆すべきはMrs. GREEN APPLEの活躍だろう。10位圏内に2018年発売の代表曲「青と夏」など4曲が入り、100位圏内に計17曲がランクインする「チャートジャック」状態だった。

これは2024年4月の「ライラック」(年間5位)を皮切りに、5カ月連続で新曲をリリースした影響がある。新曲が着実にストリーミングを

伸ばし、過去の曲もさらに聴かれる循環が起きた。「青と夏」は夏の定番曲で、ライブでもよく演奏される年間チャートの常連だ。新曲ラッシュが再び順位を押し上げる結果となった。

アイドルグループも アルバムで存在感

一方で、2024年はアルバムやライブに力を入れる有名アーティストもみられた。米津玄師は年間アルバムチャート2位を獲得し、根強い人気を証明した。Official髭男dismやAdoは、アルバムに加えてライブツアーを開催。YOASOBIも8曲の英語版ミニアルバムを発表し、今年にかけてアジアツアーを展開している最中だ。

また、シングルチャートではやや控えめに見えたアイドルグループも、アルバムでしっかり結果を残している。

Snow Manは年間アルバムチャート1位を獲得。SixTONESは4位。旧ジャニーズ事務所を退所した平野紫耀を含む3人グループ・Number_i(ナンバーアイ)も、アルバム、ミニアルバムが6位、8位と上位に食い込んだ。韓国グループでは、SEVENTEENが2023年に続いて上位に複数ランクインする活躍ぶりだった。

2025年はどんなチャートになるのか。緒戦のポイントは、一般層に大きな影響力を持つNHK紅白歌合戦の効果だ。Mrs. GREEN APPLEも2023年の初出場組だった。

2024年はトップ3のCreepy Nuts、tuki、Omoiotakeに加えて、こっこのけんと、Da-iCE、Number_i、ILLITなどが紅白に初出場。ストリーミングなどでさらなる伸びが期待できるだろう。

初出場かつサプライズ演出が話

題になったのはB'z。紅白のハイライト動画では「ultra soul」の動画が700万回を超える再生回数で飛び抜けている。2023年にスピッツが年間10位を記録したように、大ベテランにもチャンスがありそうだ。

2024年にアルバムやライブに注力したアーティストの動向も焦点だ。「Mrs. GREEN APPLEは今年も強い。そこに2024年にアルバムを出していた中堅、大物がどう戦いを挑むかという上位争いになりそう。新人も入ってくるのではないか」(ビルボード事業部の洲井実香氏)。

TikTokで拡散=ヒット とは限らない?

また、SNSを経由した海外発の動きにも注目だ。「シンガーソングライター・富岡愛などは韓国で人気がある。逆輸入の形でのヒットもありうる。アメリカやアジアなど、海外で知名度が上がっているXG(エイベックス出身)も、国内で存在感が高まりそう」(磯崎氏)。

他方、ビルボードによれば、昨今はSNSの短尺動画で音楽が「完結」するユーザーが増えている印象があるという。SNSで楽曲を使用した投稿を見ても、YouTubeやサブスクでの視聴につながらないということだ。

TikTokなどでの拡散が必ずしもヒットに結びつくわけではない。この点、アーティスト側は楽曲の構成はもちろん、マーケティングでも工夫が求められそうだ。

足元の週間チャートでは、BLACK PINKのロゼとブルーノ・マーズがコラボした「APT.」が好調で、Mrs. GREEN APPLEも人気を持続している。国内だけでなく海外も巻き込んだ戦いの勝者はどのアーティストになるのか。2025年も混戦のヒットチャートになりそうだ。