

KMC'S COME BACK!

Kobe Male Chorus



3年ぶりの大合唱!

神戸男声合唱団 第45回定期演奏会



2022年10月16日(日)

15:00開演(14:00開場)

神戸文化ホール(大ホール)

「酒とバラと音楽の日々」 石田 ♀

主 催： 神戸男声合唱団

後 援： 兵庫県・神戸市・神戸市教育委員会・(公財)神戸市民文化振興財団・
兵庫県合唱連盟・神戸新聞社・サンテレビジョン

Stage 1

男声合唱組曲「雪と花火」

あれは明治も暮れる頃だったねえ。白秋さんが二十四、五の頃だ。いや、白秋さんだけじゃないさ。木下奎太郎さんも当時はまだ帝大の医学生だった。歌人の吉井勇さんや若い画家さんたちと、いつも一緒にわいわいやってたんだよ。しばらくして高村光太郎さんが巴里から戻ってきて合流しなすった。歌舞伎の役者さんもいた。音楽家もいた。たまに上田敏先生が飛び入りなさる。いま考えるとそりゃあもう豪華な顔ぶれだったねえ。

こっちもいける口だから、あの連中とは親しくさせてもらったよ。あたし？あたしゃ、永代橋西詰の「都川」って鳥屋の女将さ。

かるい背広を身につけて、
今宵またゆく都川

(*) 同じ「雪と花火」に所載

ってね、ちゃんと白秋さんの『かるい背広』(*)にも出てくるんだよ。あの当時、みんなよく来てくれたんだ。



その集まりは「パンの会」といってね。いや、食べるパンじゃないよ。警察もてっきりそう思ったらしく、腹をすかせた社会主義者の集会かなんかと早とちりしちゃってさ、刑事が来たことがあったよ。そしたら、ただの飲めや歌えやの集まりなもんだから、仕方ないので「近所の迷惑にならないように」なんてね、どうでもいい注意をして帰っちゃったんだって。笑っちゃうよ。パンというのはね、西洋の神話に出てくる半人半獣の神様の名前だってさ。

なんでも、巴里じゃあ詩人や芸術家がひとところに集まっては談論するんだそう。それを真似て東京でもやろう、ってそういう趣向なんだよ。しかも本場のセエヌ川気分出すってんで、わざわざ隅田川べりを選んでね。いや、うちじゃないんだよ。永代橋を深川の方に渡ってすぐ左に「永代亭」っていう西洋料理屋があった。そっちがパンの会、うちは二次会さ。

あっちで西洋の赤い酒かなんかやりながらさんざん芸術問答して、終わると橋を渡ってくるのはいいんだけど、なにしろすっかりご機嫌なもんだから、欄干によじ登って大川に向かって用を足すのがいたりね。危なっかしいったらありゃしないよ。巴里だかセエヌだか知らないがね、



パンの会 木下奎太郎 画



今日の永代橋 遠景にスカイツリー
左に「都川」 右が「永代亭」方向

いくら西洋の真似したって、うちの座敷でくつろいで鳥めしをかきこんで、ようやく落ち着いた、なんてね。やっぱりそこは日本人だ。「耽美派芸術家集団」とかそんな大仰なもんじゃないよ。あたしにゃ、そこいらの青年が羽目外してるとしか見えなかったけどね。

そのうちパンの会に『屋上庭園』っていう洒落た同人誌ができた。白秋さんが名前をつけて、表紙は黒田清輝画伯だなんて、そりゃ豪勢なもんじゃないか。ところがね、『屋上庭園』は二号に載せた白秋さんの「おかる勘平」って詩が当局から「風俗壊乱」とか言われてさ、あえなく発禁だ。それがあってみんなすっかりしょげちゃったのか、パンの会もいつの間にか沙汰済みになっちまってねえ。

それからしばらくしてからだよ。白秋さんが隣の奥さんとねんごろになって牢屋に入れられたって新聞に出たのは。そりゃたまげたよ。幸い許されて出てこられたんだけど、心の傷は大きかっただろうね。ひと一倍感受性が強いんだから。ところがその女性が胸を患ってるもんだから、気候のいい三浦半島の方に二人して越してったんだよ。

明治から大正に改まったころだったかね、自慢の詩集ができたからと、あたしにも送って下すったんだ。それが『雪と花火』(*)だった。そしたらさ、そんな時の添え状には、東京が懐かしい、パンの会の仲間が懐かしいって、当時の白秋さんの胸の内が、綿々と綴られてんだよ。そりゃそうだよ。あれはおおかたあの時代の作品だったからね。

(*)大正2年の初版時表題は「東京景物詩及び其の他」であり、その後増版時に詩人によって「雪と花火」と改題された。これは女将の記憶違いであろう。

装丁も洒落てたね。表紙は紺一色の紙で背を除いた三方に金箔で縁取りが入ってる。白秋さんはことのほか、金色が好きみたいだ。なるほど、そんな中に『金と青との愁夜曲（ノクチュルヌ）』という詩があったよ。まさに表紙の色使いだ。（次頁へ続く）



「東京景物詩及び其の他」初版本
紺の表紙に金の縁取り。

(参考資料)

『石川啄木と北原白秋 思想と詩語(日本文学研究資料新集)』

上田博/共編 有 精堂出版(1989年)

『北原白秋』 今野真二 岩波新書(2017年)

『北原白秋 その青春と風土』 松永伍一 日本放送出版協会(1981年)

『日本耽美派の誕生』 野田宇太郎 河出書房(1951年)

『雪と花火余言』 北原白秋 白秋全集(第3巻) 岩波書店(1985年)

男声合唱組曲「雪と花火」(3)

でもねえ、頂戴しといて言うのも何だけど、私なんかじゃさっぱりわからない詩ばかりさ。なにしろあの室生犀星さんでも「チンプンカンプンだ」と言ってたくらいだからね。でも情念というのかね、体ん中を熱く流れる血潮のようなものは伝わってきたよ。

だってほら、『片恋』は「あかしあの金と赤」で始まるしね。激しく官能的な色合いだ。『彼岸花』だって突き刺すような赤だよ。男の心臓を針で刺すとああいう色になるんだろうかね。『芥子の葉』もそう。芥子に香りはないけど、花は怪しいほど赤いよ。それに『花火』だろ？両国の夜空に赤い火花が消えていくのが見えるようだ。どれもこれも赤い情念が流れてる。

赤色っていえば、白秋さんが作った『パンの会歌』ってのがあってね、みんながよく歌ったよ。

(*) はり。「ガラス」の古称。
ここではワイングラスのこと。

空に真赤な雲の色
玻璃(*)に真赤な酒の色
なんでこの身が悲しかろ
空に真赤な雲の色

あの西洋の酒の色だね。一連の詩に流れている血のようなものはあの酒の精だったのかも知れないねえ。やっぱりあれはパンの会から生まれた詩集なんだ。あたしも同じひとときをご一緒できて幸運だったよ。

ああ、つい長くなっちゃった。古い話につきあってくれてありがとうよ。でもあいにく、もう鳥めしはやってないんだ。すまないね。



Stage 2

君の時代とあのころソング

みんな集まったか。じゃあ、ブレスト始めるぞ。実はな、月影食品がパスタのレトルトを新発売する。その名もズバリ「月影のナポリタン」だ。そのCF競合なんだけど、ナポリタンと言えば昭和の喫茶店メニューの定番だろ。だからシチュエーションはその頃のデコラの剥げかけた茶店（さてん）のテーブルに座って客がナポリタンを食うってところまではもう決まってるんだ。どうしてって、先方の指定なんだから仕方ないだろ。

問題はバックに流れる音楽なんだな。昭和だったって幅が広いや。流れる曲によってビミョーに年代が違ってくるだろ。タレントに着せる衣装だって変わってくるし。まあ、衣装はスタイリストさんに任せるとしてだ、この商品イメージに一番フィットした楽曲とコピーがこの会議のミッションだ。いいか、わかったら自由にアイデア出してきてくれ。

おお、手が上がるのが早いね。何だって？音楽が『あの素晴らしい愛をもう一度』の替え歌で、

♪～「あの素晴らしい味をもう一度」か。

なるほど昭和レトロの味が訴求できて、シンプルでいいじゃないの。これって、男女の別れの歌のようだけど、作詞の北山修と作曲の加藤和彦の男どうしの微妙な関係を書いたものなんだよ。途中で「あのとき風が流れても」っていう歌詞があるだろ。あれは同じフォークルセダーズのメンバー、はしだのりひこのために北山が書いた『風』が先にヒットしたことを暗に言ってるんだよ。北山と加藤の間にすきま風が吹いたんだね。加藤もその後作詞家の安井かずみと一緒に、北山との間にもう一つの三角関係ができた。北山が本来の医師の道を選んだのはこういうことも関係しているのかも知れないね。

お次は何だい？山口百恵の『秋桜』のサビを使います？

♪～「明日嫁ぐ私も玄人ハダシ、
本場ナポリがレンチンできるよ、心配いらないと笑った」

ははは、新婚マーケットを狙ったか。料理の苦手な花嫁が笑えるわ。それまでの百恵ちゃんは横須賀ストーリーとか、ツツパリ系の曲が多かったのが、いきなりさだまさし節になって、ミスマッチ感があったんだけど、かえってそれでヒットしたんだね。その当時まだ18歳の百恵ちゃんは「明日嫁ぐ私」の心境わかる？って、さだに訊かれて、（次頁へ続く）

【文中業界用語辞典】

【ブレスト】：Brain Stormingの慣用短縮形。自由な発想を働かせ、互いに刺激を受けながらアイデアを出し合うミーティング。他人のアイデアを否定・批判しないのがルール。

【CF】：Commercial Filmの略。CM（Commercial Message）とほぼ同義だが、CMにはラジオ広告も含まれるのに対して、CFはTVの広告素材を指す。

【競合】：複数の広告代理店に広告プランを巡って企画案を競わせること。コンペともいう。代理店はCMプランナーをはじめ、各領域の担当を動員した総力戦を展開する。しかしそうした総合性よりも、広告主社長の孫娘が提案タレントのファンであるといった単純な要因で他社の案に決まる場合もあり、コンペは常に水物。

【スタイリスト】：フィルムに写る背景、小道具、衣装、などが商品特性とCF制作意図に照らして整合性を持つように考察し、それらを調達する専門スタッフ。

【コピー】：一般に広告として使われる文章全般。狭義においてはいわゆるキャッチフレーズを指して用いられることもあるが、文中では広告メッセージを織り込んだ替え歌を「コピー」と呼んでいる。

【訴求】：広告において最も伝えたいことを消費者のマインドに印象付けること。「アピール」とほぼ同義だが、「訴求」の方がより先鋭的で強力。ちなみに「訴求」は近年発行の国語辞典には広告用語として掲載されているいっぽうで、昭和44年刊広辞苑第二版には載っておらず、その後業界用語が一般に独り歩きしたことを物語っている。



君の時代とあのころソング(2)

「まだよくわかりません」なんて答えていたのに、それからわずか3年後にきっぱり結婚引退してしまうなんて、さだもさぞびっくりだっただろうね。仕方がないのでその後は本人カバーで歌ってたよ。

さて今度は百恵つながりで『いい日旅立ち』か。なににない？

♪～「あーあ、日本のどこかで私を食ってる人がいる」

【販促タイアップ】：TVのCMを空軍にたとえるならば、商品を確実に量販店に押し込む、大量陳列する、試食販売する、などの販促促進活動は陸軍にたとえられる。オンエアの地域とタイミングをあわせて、これら空陸の作戦を連動させて実売を上げる手法をこのように呼ぶ。

【協賛スポンサー】：他者の行う事業に賛同してお金を払う第2、第3の広告主のこと。通常、当該事業の告知内に協賛社の社名を露出することで協賛金の対価とする。しかし、TV広告には二重広告主禁止のルールがあって、ひとつのCMに複数の広告主名を露出することはできない。したがって社名が掲載されるのは印刷媒体に限られる。その結果広告効果は減衰するにもかかわらず、協賛が成立する裏には広告とは別な事情が潜在する。ディスカバー・ジャパンのケースでは、日本旅行はCMでとり上げられる観光目的地への旅行商品の販売代理店であり、日立は国鉄車両の機器メーカーという相互関係がある。代理店がそうした領域にまで立ち入って取りまとめる場合もある。あれば、広告主どうして阿吽の合意が成立する場合もある。

【ナシをつける】：「話をつける」の省略形。一般的語意に同じ。合意形成を図る、得る。文中ではもう少し広義に、複数社の間をコーディネートして共同事業を成立させる、という意味で使われている。

って単純すぎてかえって面白いね。食われてるナポリタンのセリフか、これは。全国の喫茶店からリモートでマルチ画面だな。歌もフレーズごとにリレーするか。ローカルの量販との販促タイアップができそう。地方需要がとりこめていいよ。そもそもこの歌は国鉄のディスカバー・ジャパンのCMソングだったのは有名だな。国鉄のキャンペーンといえば、国民に旅をさせようという国策だ。その国の事業に日本旅行と日立製作所という協賛スポンサーがついた。歌の題名をごらんよ。「日旅」と「日立」が埋め込んであるだろ。制作した大手D社じゃ、国鉄、日立、日旅が同じ担当局だったんだよ。手近なところでナシをつけたもんだね。おかげで歌を作った谷村新司も題名では相当苦労したんじゃないかな。

谷村新司といえば、ああ、『昴』だよな。

♪～「あーあ、いつの日も誰かがこの味を。
われも食う、真っ白きトレイのまま。われは食う、さらばお鍋よ」

なるほど、鍋も皿も要らずにトレイのまま食べるって言いたいんだな。独身男の生活臭が出てるね。実は谷村新司といえば石川啄木に心酔してるんだよ。歌集「悲しき玩具」の冒頭の2首が『昴』のオリジナルだ。胸を患って、明日をも知れない命を削りながら絞り出したような言葉が痛々しいね。

呼吸（いき）をすれば、
胸の中にて鳴る音（ね）あり。
凧（こがらし）よりもさびしきその音！

眼閉づれど、
心にうかぶ何もなし。
さびしくも、また、眼をあけるかな。

これをパクリと言うには忍びないよ。『昴』は谷村作の「啄木の主題による変奏曲」ってとこかな。



(参考資料)

『良い加減に生きる』 きたやまおさむ 前田重治 (講談社現代新書2019年)

『永遠のザ・フォーク・クルセダーズ 若い加藤和彦のように』 田家秀樹

(ヤマハミュージックメディア2015年)

『悲しき玩具』 石川啄木 (ハルキ文庫2011年)

『私とカレーの幸福な関係』 小椋佳 (角川書店2001年)

『広告景気年表』 電通

君の時代とあのころソング(3)

おや、昭和もだんだん押し詰まってきたな。次は何だ？『愛燦燦』美空ひばりだね。どれどれ、

♪～「人はせわしい、せわしいものですね。それでもチンすれば、ずばりにナポリに行ける。人生って手軽なものですね」

お前、人生舐めとるんかってくらい、このコピー、ノリが軽くていいや。きょうびの共働き世帯にウケるかも知れないね。この歌ももともと味の素の企業CMソングなんだよ。ハワイ開拓時代のサトウキビ畑で黙々と働く素朴なファミリーがセピアトーンで描かれている。そこへひばりさんの歌唱力がかぶってくるんだ。胸を打ったね。小椋佳の曲が歌謡界を席卷してたころだ。もともと小椋佳はいわゆる「歌謡曲」のあり方に反発してオリジナルを書き始めたはずなのに、いつの間にか自作が「歌謡曲」の仲間入りしてレコード大賞まで取ってしまうんだから、世の中皮肉なものだね。

ここらでいったんまとめるとするか。え？ひばりさんでもう1案いきます？そうか、『川の流れるように』を忘れちゃいけないね。

♪～「あー変わるなかれとこの味、緩やかにいくつも時代を越えて。あー変わるなかれとこの味、いつまでも君のあのころのナポリタン」

あっ、これいいじゃないか。令和の今でも昭和の記憶が甦るよ。これならかなり幅広いターゲットがカバーできるぞ。なにしろこの曲はNHKの人気投票で「20世紀の日本人を感動させた歌」約2万曲の中で堂々第1位ランクだからな。これを出してもなくひばりさんは亡くなった。だからひばりじゃなくて白鳥の歌になった。戦後の焼け野原を元気づけて、それからずっと昭和歌謡の第一人者であり続けた。そして昭和と共に人生の幕を閉じたんだ。ひばりさんの遺作としてこれほどふさわしい曲はなかったな。よし、プレテはこれをイチ推しでいこう。

プルプル…何だ。電話か。会議中なんだけど。あっ、月影食品さんだ、しょうがないね。もしもし、お世話になっております。は？今何と…(絶句)

おい、みんな、ブレスト解散だ。新製品の仕事はホワイトベア・アドで決まったんだってさ。さては握ってたな。そうか、レトルトだけに、とっくに出来上がってても不思議はないや。

【**企業CM**】：商品を流通させ販売するための「商品CM」に対して、企業ブランドの認知・イメージ向上のためのTV広告のこと。バブル景気の時代にCI (Corporate Identity) プームが起こって、欧米のCI会社に依頼して社名ロゴや企業スローガンの制定、刷新を行ったり、理念的な企業ブランド戦略に、学者やコンサルタンの知恵を借りたりすることが大流行した。そうした背景のもと、企業CMは一大カテゴリーとなって、60秒、90秒、時には120秒という長尺CMも登場し、制作費は鱈のぼりとなり、クリエイターたちは腕を競い合った。文中の味の素のケースもまさにそうしたトレンドに乗ったものだった。

【**ターゲット**】：広告メッセージを届けたい対象のこと。すなわちその商品を最も使ってほしい人。広告計画をするうえで最も重要な与件。通常、商品開発時点でメインターゲットはすでに特定されているはずで、文中のディレクターのように思いついたコピーからターゲットを逆想定するのは本末転倒と言わねばならない。

【**プレテ**】：Presentationの省略形。「プレゼン」とも言う。広告主に対して自社の企画を披露すること。大抵は複数社のコンペで行われるが、採用されればビジネスの中核である広告メディア受注に直結し、代理店として重要な作業。

【**ホワイトベア・アド**】：ホイチョイプロダクションの4コマ漫画「気まぐれコンセプト」に登場する広告代理店「白くま広告社」のパロディ。

【**握る**】：事前に合意形成をする、他者に先駆けてパートナーシップを結んでしまう、といったどちらかと言えば裏工作的なニュアンスで使われることが多い。



Stage 3

The Beatles, My Favorite

こんにちは。カブトムシです。いま、アビー・ロード(*)を渡ってるところです。イギリスに留学していた、きたやまおさむさんによると、当地ではカブトムシはゴキブリ並みに気持ちの悪い虫らしいです。それをバンド名にしたのは彼ら一流の自虐的なユーモアだったんですね。日本だと我々仲間には結構いい値段がつくから、この冗談は通じませんがね。ただし、カブトムシは英語でBeetleだけど、あのバンドはBeatles。ロック音楽の「ビート」にひっかけたようです。

藤野 恵 画

リバプールの場末のライブハウスから出てきた4人組があれよあれよという間に世界的なアイドルになって、いまだにたくさんの研究書が出たり、クラシックのオーケストラで演奏されたり、学校で英語の教材になったりもする。不思議ですよ。

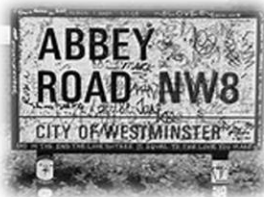
もっともデビュー当時の曲は違いました。そのころはやたらに「イエイ、エー」を連呼してた。そのいかにもジャリっぽい「イエイ、エー」を引っ込め、作風をがらりと変えたのは、ボブ・ディランと出会ってからだと思うんです。

後にノーベル文学賞を受けるこの人は、当時すでにフォークの「大御所」だった。「イエイ、エー」の若者よりはるかに老成したイメージだったけど、実はジョン・レノンよりひとつ下、ポール・マッカートニーよりひとつ上の同世代なんです。そのボブ・ディランがニューヨークのホテルでビートルズと顔を合わせ、2つのプレゼントをしたそうです。

ひとつは上物のマリファナ。もうひとつは「君らの歌にはメッセージがない」というストレートな一言。とりわけジョンにはこの言葉が効いたようで、まるでボブに私淑するみたいに、彼がロンドンに来た時にはいつも自宅に招いてもてなしたそうです。ポールとて同じで、今日まで名曲として残る彼らの曲は明快なメッセージを発してるとは思いませんか。

カブトムシの割に物知りだって？いやいや、ただの耳学問ですから。何です？虫の耳はどこにある？って、まあ、固いことは抜きに「ムシの知らせ」程度に聞いてくださればいいので、今日お届けする曲ごとにそのメッセージを四文字熟語にしてみますね。ただし、あくまでカブトムシ流ですから。

(*) ロンドン市内のEMI録音スタジオ前の通りの名前。その横断歩道がビートルズ12作目のアルバムジャケットとなり、一躍ファンの聖地となった。歩道を渡る4人の背後にはフォルクス・ワーゲン・ビートルがさりげなく駐車しているのが写っている。



落書きだらけの道路標識

日常離脱 ～ 「デイ・トリッパー」

ボブからもらった上物のマリファナは特上のトリップをもたらしたはず。つまり彼らにとって「トリップ」といえばドラッグでトランス状態に入ることなんです。だからこの歌の1番に出てくる「あの女」は普段はOLかなんかで、週末になると「日常」から「トリップ」して「ワン・デイ・ヒッピー」を気取る、それが「デイ・トリッパー」なんです。そして2番では、彼女は日替わりで男を渡り歩く気まぐれ女だと歌ってる。彼女にとってどんな男も一日



たてば「日常」と化すんですね。そして旅には切符がつきもの。だから「ワン・ウェー・チケット（片道切符）イエーイ」、あとさき考えない女だけ、とはやし立てています。ジョン(*)は一つの言葉にいろんな意味を持たせるのが大好きなので、うかうかできません。

(*) 「デイ・トリッパー」と「ガール」はジョン・レノンの作詞・作曲

優柔未練 ～ 「ガール」

解釈が難しいといえばこれも相当なもんですね。タイトルが「ガール」、いろいろ困ったことばかりして手に負えない彼女のことをぼやいているのかと思って聞いていると、次第に「僕」がすっかり惚れてしまっていて、彼女を手放せないでいることがわかってくる。彼女の方でもそんな「僕」は扱いやすいのか、腐れ縁は続きます。音楽は、いかにも困ったお話を思わせるアンニュイをたたえた短調のバラードで始まるんですが、サビの“Girl”の和音が一瞬メジャーのコードに輝いて、彼女の顔を思い出してはつい口元が緩んでしまう「僕」が顔を出すんですね。「困ったやつ」は、もしかしたら彼女ではなく未練を断ちきれない自分なのかもしれません。

楽天人生 ～ 「オブラディ・オブラダ」

「オブラディ・オブラダ」とは、これを唱えると途端に人生は楽しくなるというおまじないです。主人公は市場に店を出すデズモンドとライブの店で歌っているモリー。典型的な庶民のカップルがつましく、しかし堅実に幸せな家庭を築いていく、というハッピーな物語です。ジョンの曲と違って(*)裏の意味も、言葉のひねりもあります。でも敢えて深読みすれば、これがリリースされた頃は、彼らは巨万の富と、女王陛下の勲章まで手に入れて、すっかりセレブの生活にあるいっぽうで、解散の危機を予感していた時期ですからね、フツーでいいから小さな幸せがずっと続く、そんな人生が恋しくなったとしても不思議ではありません。



(*) これはポール・マッカートニー作。以下3曲も同様

(参考資料)

『ビートルズとは何だったのか』佐藤良明 みすず書房 (2006年)

『ビートルズが伝えたかったこと』里中哲彦 遠山修司 秀和システム (2019年)

『ビートルズ百科全書』ビル・ハーヴィー 三井徹(訳) 集英社 (1994年)

『ビートルズとボブ・ディラン』中山康樹 光文社新書 (2010年)

『ビートルズ都市論』福屋利信 幻冬舎新書 (2010年)

『ビートルズを知らない子どもたちへ』きたやまおさむ アルテスパブリッシング (2009年)

『ビートルズ全詩集』内田久美子 ソニー・ミュージック・パブリッシング (2000年)

The Beatles, My Favorite (3)

伝心願望 ～「ミシェル」

フランス語はなんとなくおしゃれに聞こえます。イギリスでもやはりフランス語はハイソで知的に聞こえるのかしら。「僕」がなけなしのフランス語を使ってミシェルを口説いている様子が微笑ましく伝わってきます。はじめは穏やかに、「この二つの言葉、いいよね、しっくりきてる」なんて歌っているのが、次第にテンションが上がってきて、「お願いだ」から、ついには「ものにしたい」とエスカレートしていきます。フランス語であろうがなかろうが、なかなか思いが伝わらないのが恋の切なさ、男女の仲ですよ。長調と短調がくるくる入れ替わるコード進行も、「伝心願望」のもどかしさを表しているのかも知れませんね。

疎外孤立 ～「エリナー・リグビー」

このエリナーという女性は身寄りもなく、どうやら教会を住みかとしているみたいです。教会で結婚式があるたびにライスシャワーで散らばったお米を拾いに出てくるところをみると、幸せな花嫁にあやかりたい気持ちはあるんでしょうね。もうひとりの主人公は教会のマッケンジー神父。説教の原稿をせっせと書いていますが、誰も聴いてなんかくれません。時は過ぎて彼女は教会で生涯を閉じ、神父の手で教会墓地に埋葬されます。でも、もちろん葬儀には誰も来ませんでした。二人とも負けず劣らず社会から疎外され、孤立する存在です。今でこそ独居老人の孤独死や若者の引きこもり、社会的ネグレクトが社会問題ですけど、半世紀も前にこんな存在を歌にしてしまうなんてね、やっぱりどこか飛んでますよねえ。



リバプールの路上に作られたエリナー・リグビーの座像

喪失体験 ～「イエスタデイ」

ビートルズ・ヒットの中でも人気、知名度共にナンバーワン。でも歌詞内容はというと、若者がある日突然恋人を失って呆然となる、とシンプルな「失恋ソング」なんですよ。それがどうして名曲と言われるのか、その秘密を探っていくと、ポールが13歳の時に母親をがんで亡くすという悲しい体験にどうしても行きついてしまうんですね。イエスタデイ=昨日とは、かつてのその日のことかもしれません。彼女、どうして行っちゃったのかな。わけを聞いても言ってくれない。少年が覚えた喪失の非情を「失恋ソング」に託して蘇らせたと思えば、あの弦楽四重奏の重々しい伴奏も納得できる気がします。

結びに、「レット・イット・ビー」についても触れておきましょう。これもポールの名曲のひとつです。どうにもならなくなった時、聖母マリア(*)が現れて、「なるようになるわよ」と言ってくれる。そんな歌いだしです。彼のお母さんもメアリという名前なので、教えてくれたのは聖母だったのか、亡母だったのか、定かではありません。このように、ビートルズの曲は歌詞の表面以上に奥が深いことが多いので、あたしのようなムシにはとても歯が立ちません。あっさりカブトを脱ぐことにします。

(*) Mother Mary