

## 職員リレーエッセイ

ニコニコホーム世話人 林田陽平

# ハイスタンダード

ハイスタンダード（以下ハイスタと略）というバンドをご存知でしょうか。ハイスタとは、日本のパンクロックバンドの1つであり、1994年から2000年頃にかけて、当時の10代～20代の若者を中心に、絶大な人気を誇ったバンドである。（私自身もその若者の1人であった）どれ程の人気だったかという、今の音楽会でいう嵐、野球会のイチロー程の（過大評価し過ぎか！？）知名度と人気があった。1999年に出したアルバムでは100万枚を超えるセールスを上げたが、そんな人気絶頂の最中2000年に突然活動を休止した。

それから16年の月日が経った今年の10月5日に、事前の告知、案内、宣伝等一切なしで突然CDをリリースした。一部の音楽関係者には情報が入っていたようだが、CDショップの店員も、当日届いたダンボールを開けるまで知らされていなかった程の徹底振りであった。このご時世で情報が全く漏れる事なく発売当日を迎えた事はまさに奇跡というしかなく、関係者の協力体制にただただ感動した。またそれだけでなく、店頭のみでの販売だった為、配信や通販等一切しなかった。その為、バンドマンや偶然お店で見つけたお客さんによるSNSの発信で情報が広がり、準備されていた店頭のCDが瞬く間に完売していったのだ。



★上記のCDのジャケットは、1999年に発表したミリオンセラーとなったアルバム（左）と、2016年に発表されたシングル（右）になる。

そもそも何故このような発売の方法をとったかという、そこにはメンバーのある強い思いが込められていた。今は音源を手に入れるのに店頭に出向く必要などなく、ましてやCDを買わなくても音源は手に入る。また事前に情報が公開され曲を確認してから買う事もできる。昔は店頭に出向き視聴して選ぶ事や、CDを買って聴くまで分からないドキドキ感があった（有名なアーティストだとCMの曲や、主題歌等で聴けたかもしれませんが…）。私自身もそうで、ジャケットのデザインの魅力のみで判断して購入したり、視聴して1曲目が良くて購入したら他の曲は普通だったり、何度も失敗を経験した。だが店頭に出向きCDを選ぶ事は、それはそれは楽しいひとときだった。メンバーはこのように店頭に出向く事や、購入して流すまでどんな曲か分からないドキドキ感を、リスナーに対し今一度感じてもらい、思い出してもらおう事が目的だったようだ。★下記の売り場の状況は、その衝撃度を物語っている。



ジャンルは違うが、私達の仕事にも共通して言える部分があると感じた。利用者の方の人生の一部を預らせて頂いている以上（大袈裟かもしれませんが…）、みんなが何を期待していて、何を求めているのか知る努力をし、それに対し何が出来るか、どうすれば実現できるのか…を相手の立場になって私達は考えるべきである。日常的な細かな部分も含め（気付かず見過ごしてしまいがちですが…）、それが実現するかどうかは、私達の力量次第な部分は少なからずあるかと思う。また1人では当然実現するはずもなく、情報共有し協力し合う事で、実現に近づくものとする。ハイスタもリスナーに対し何を伝えるか、何を残すかを真剣に考えた結果、このような形でCDを販売し、多くの人々の心を動かした。今回のこの件で、プロの支援者としての身のあり方を今一度考えさせられた、私にとって大きな大きな1枚のCDの発売となった。

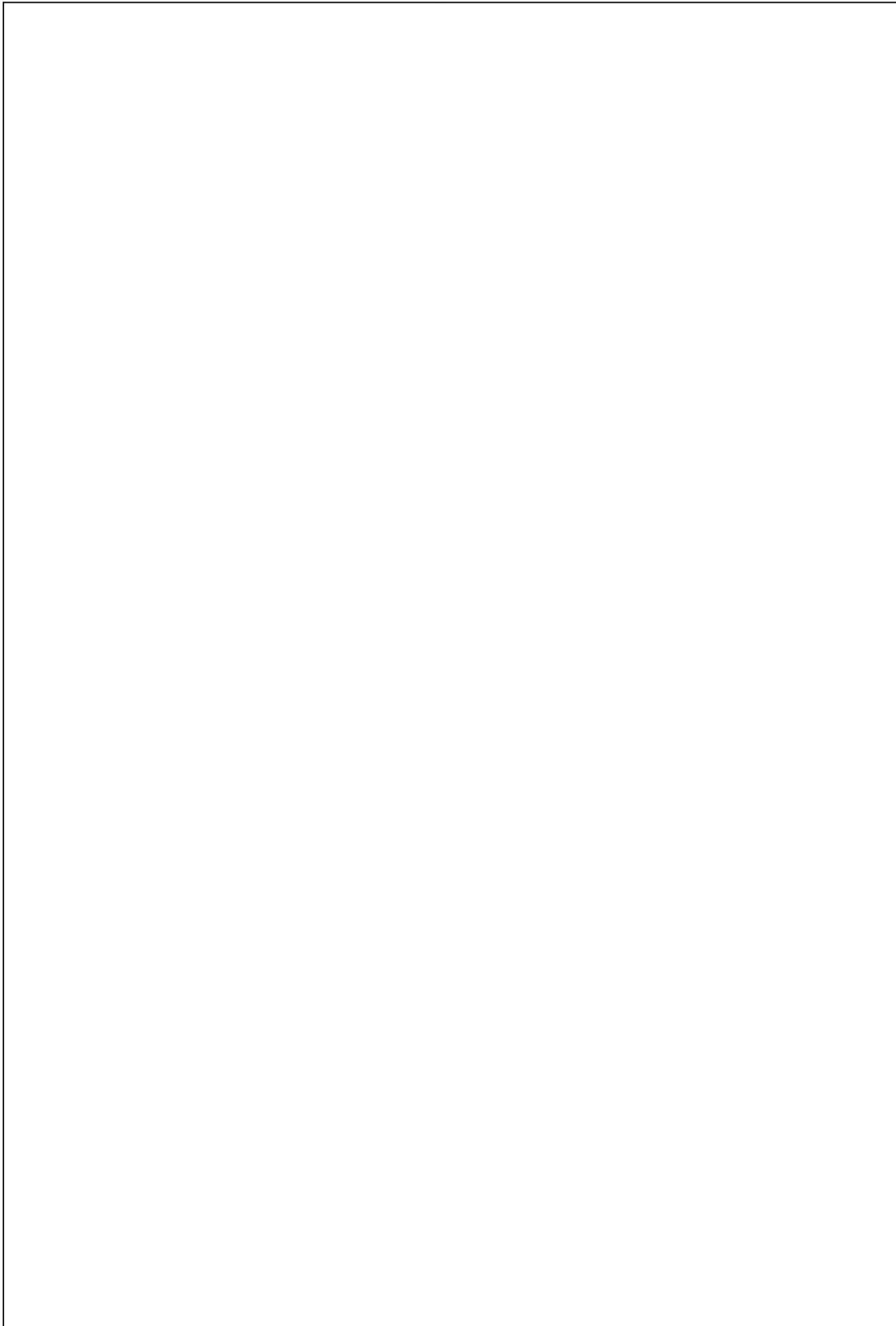
（本当は仕事に繋げるつもりは無かったのですが、最近このような事を考える機会がたまたま多かった為つい…）

今回は、南区基幹相談支援センターの鈴木美千代さんに繋がります。

低料第三種郵便物許可

平成 年 月 日発行（増刊）

A J Uニコニコハウス通信（第 号）（ ）



低料第三種郵便物許可

平成 年 月 日発行（増刊）

A J Uニコニコハウス通信（第 号）（ ）