いとも正しい
テレビの見方のその5

ジョーは実在するのか？

「ヤブキ　ジョー」なんとカッコのいい名前でしょうか。京都市の電話帳には28人の「矢吹」さんが載っていますが「ジョー」さんは、さすがにいません。リキイシ　トオルに至っては、同姓の方すらいません。ちなみに「ダテ　ナオト」さんは、字こそちがいますが、一人おられます。プロレスラーなのか、真赤なスポーツカーに乗っておられるのかは定かではありません。

鶴太郎がプロライセンスを取り、女性がダイエットのためボクシングジムに通い、タイソンがえらい女につかまり、元ボクサー安部譲二の本が売れ、そして「あしたのジョー」（KBS京都火～木　17時55分～18時25分）が再放送されています。寺山修司作詞のテーマ曲が流れ、ムンクの「叫び」のようなタッチで次々に野郎がのされていく、あれです。

日本のボクサーはみんな大変です。たいがいの人は、実在のボクサーに、ジョーの姿を写して見てしまうのですから。最もジョーに近づいたのは大場政夫でしょう。1ラウンドにダウンを喫し、足首をねんざしながらKO勝ちしたにとどまらず、コルベットで、高速の側壁にまで突っこんでくれました。今後の、ちがった意味でのジョー像を暗示してくれたのは浜田剛士です。パンチが強すぎる由、自らの拳を骨折しながら、お父さんが沖縄クロレラの社長さんだったりしました。

タイソンも少年院あがりですが、今売り出し中の大和武士というボクサーも、特少のお世話になった経歴があります。しかし、こうまで日本が金持ちになってしまった今、ジョーに近づくのに「ハングリー」や「少年院」は、売り物にならないでしょう。

新日プロレスがタイガーマスクをデビューさせようとした時、原作者の梶原一騎から、注文が一つだけあったそうです。

「タイガーマスクはコーナーポストに、すっくと立てねばならない。」

なかなか、カッコイイことを言うおっさんです。だてに池上季実子と浮き名を流していません。

出生は、極貧か、超上流家庭。とんでもない不細工か、モデル並みの男。ジョーに望まれるのは、そんな、絶対値の大きさのような気がします。中流家庭の出だけは許されません。そして、社会への反抗とか、一獲千金とかではなく、聖心出のアダルトビデオ嬢のような「獣の血」を見せてくれること。生命の保障もないボクシングに、これほどの演出を要求するのは、やはり酷なのでしょうね。

■PROFILE■

KAMEKICHI·KOUNOIKE 鴻池亀吉［就職評論家・1962年生まれ］

“真のテレビ鑑賞家になるには、イッセー尾形的サラリーマンになることが必要条件である”との信念のもと就職活動に身血を注ぐ。次回より“現在放映中”を中心に鋭い番組批評が行われる。彼はいわゆる“マチ”で「カメ」と愛称されている。いい男である。

CLUB FAME COLUMN 1988
HAPHAZARD REMARKS
FROM KYOTO JAPAN
42

エレクト堀埜のエレクトリックランド
VOL 4

最先端の店について。

前回「なんとなく音楽のコラムになってきたので、当分この線で…」と書いておきながら今回はちょっと街のことについて書こうと思う。そうです。このコラムはたいへん気まぐれです。

さて、僕の場合はプライベートではもちろん、雑誌の編集ガラミで街に出たり店に行ったりすることが多いのだが、このところちょっと気になることが多いことがある。それは、いわゆる最先端の店というやつが、あまりにも保守的になっている、ということだ。例えば、あるレストランバー〝M〟の場合、お店の人が「Ⓐうちはモデルやデザイナーたちが集まる店だ、ということを必ず書いておいて下さい」という風に指示してくれた。もちろん僕は「ハイ」と言ってその通りに書いたが、今どきモデルやデザイナー、芸能人たちが来るからオシャレだ、とはならないことを遊ぶ側は知っている。また、別のレストランバー〝P〟では、「Ⓑウチではまず、音楽をめいっぱい楽しんで欲しい」とマネージャー氏が強くアピールした。その割にはレコードのストックが少なかったし、サウンドも天井吊りのスピーカーと偏ったイコライジングのせいで、やたらと耳障りな音なのである。

この2つの店に共通するのは、Ⓐ――、Ⓑ――の部分に撤底的にこだわっていないことだ。どちらもどこかの店で聞いたセリフだし、いわゆるコンテンポラリーと称する店の初期においては、たとえばⒶ――のような客だけでも充分にやっていける！Ⓑ――という強気な部分があったと思うし、Ⓑ――の場合も、思わずウ～ンとうなる音を聞かせてくれたりしたものだ。それがいつしか、「そう言う風に店を規定すること」自体がポーズとして定着し、中身が伴わなくなってきているみたいなのだ。

遊びの楽しみとは、言うまでもなく遊ぶ側が勝手に見つけて面白がるものである。当然、店の側が「ウチの店はこう楽しんでください」という提示とは別の部分でウケて店が流行ることもあるわけで、だからこそ遊ぶことが面白いのだ。そうとはわかっていても、なおかつ遊ぶ側が面白がるための新しい要素や環境を本気になって提示することが、お店の側の誠意であるのだし、その誠意が今まで街を面白くしてきていたのだと信じたい。

そう考えると、街はこれからどんどんつまらなくなると思えてならないし、ここにも確実に愛が失われているようで、悲しい気分にさせられるのだ。

■PROFILE■

ELECTO·HORINO エレクト・堀埜
〔プランナー・1960年生まれ〕

〝業界の良心〟と言われるプランニング・プロダクション、㈱ビッグアップル・プロデュース所属のプランナー＆ライター。古代ギリシャ哲学、とりわけアリストテレスに影響を受けた独自のバランス感覚で、あらゆる仕事をソツなくこなすことでは定評がある。現在はFM大阪の番組構成4本のほか、雑誌SAVVY、オートファッション、ホットドックプレスなどレギュラー11本をかかえて、イテマエ的に多忙な毎日を過ごしている。