

# Moje West Chronicle

～京都ミュージックシーンの系譜～

<http://www.m21.or.jp/clubfame/mojoproject/>

phase 21

## KYOTO MUSE ①



ハードとしてのライヴハウス  
ソフトとしてのライヴハウス

「KYOTO MUSE HALL」が誕生したのは90年。遡ること3年前、87年には心斎橋にも同じ「MUSE HALL」というライヴハウスが誕生している。システム（もしくは相関関係）としては「MUSE HALL」という物件を所有しているのが「都レコード」という組織で、現場のマネージメント並びにプロデュースを行うのは「(株)アームエンタープライズ」という運営会社である。プロデュースとはすなわち、アントランスのチケットもぎりから音響・照明など、ハードウェアとしての「建物」の中の、全てのソフトウェアを指す。同社は他にも「ビッグキャット」「パリット」といった大阪や神戸の並み居るライヴハウス、さらに東京でも「オンエアイースト」「オンエアウエスト」など、主だったライヴハウスをプロデュースしている。日本のライヴハウス業界における一大勢力と言っても過言はないだろう。

同社の社長・岸本泰治氏はもともと一般の社会人であり、音楽というフィールドに同氏が進むのは72年、友人に誘われて大阪の北区で「NOW」というロック喫茶の立ち上げに関わったことだった。後に経営まで任されるその店で聴いた音楽や環境が、今に繋がる事始めである。

### 往年の「ロック喫茶」から「ライヴハウス」の誕生まで

岸本氏はある時また、別の友人から「レコードを流すのではなく、音響設備やステージを揃って、生の演奏を聴ける店をやりたい」という、当時としては荒唐無稽とも思われる相談を受けた。ロック喫茶「NOW」に集うアマチュアミュージシャン達の「演奏する場所がない」という悩みも多く聞いてはいたが、何しろ時代はまだ「ロック」不良の代名詞」という頃である。迷いやリスクがなかったと言えは嘘になるのだから、それに勝る「自分が浸かった音楽業界の仕組みを変える」という想いのもとに、同氏は引き受けた。

今度はいちから新しい店をプロデュースするという話である。飲食店の知識と共に、今度は建築物の図面が読めるという、アルバイト時代に建築に携わっていた知識が役に立った。それまでの経歴が機能したのである。

そうして出来上がった店は、もはや「喫茶店」のレベルではなかった。そこで同氏が考えた新しい店の呼び名、それが「ライヴハウス」であった。梅田にできたその店の名を「ザ・バーボンハウス」という。

またメジャーではない頃の「サザンオールスターズ」や「佐野元春」、「Johnny/Louis & Char」をはじめ、今その名を挙げれば輝々たるミュージシャンがそのステージに立った。この店の裏には後にスタンダードとなり、今に繋がるアマチュアからプロへ、マイナーからメジャーへとという階段。つまりシステムがここから機能していくことになり、同氏が初めて自身の店を持つのは84年、同じく大阪にできたライヴハウス「キャンディホール」であった。同時に資本金100万円の「杉」アームエンタープライズ」が誕生。現在まで成功させている。そのノウハウを同業者が見逃すはずもなく、マネージメントを依頼されたのが、文頭にある「MUSE HALL」という訳だ。



現在ではその活動範囲を中国の上海にまで伸ばす同社であるが、それはまた別の話となるので、ここで内容を京都に戻す。

### 90年、ほぼ誕生日が同じでも全く性格の違うハコが生まれた

同店のオープンは90年4月28日。来月にはめでたく15周年を迎える。奇しくも前号、前々号で紹介した「SKOTOCUB MITHO」と同じ年だ。しかもオープン月も4月で同じ。日に至ってもメトロが10日という近さである。思えば90年の春に、京都にとって、難しい90年代を生き抜き、今に続くミュージックシーンを担うハコの両雄が誕生したのである。そのキャラクターは両極とも言えよう。

90年の末、32回目にして初めて「歌謡曲・演歌部門」「ポップス・ロック部門」に分けられ、それぞれにレコード大賞が与えられた。同年の大賞は境内孝雄の「恋唄綴り」と、B.B.クインズの「おどるボンボリン」だった。4月を起点にすれば、前年末の方が近い。89年（平成元年）の第31回日本レコード大賞受賞曲は「MUSIC」の「淋しい熱帯魚」であった。

高いステータジがあつて、楽屋があつて、音源によつて着座でもスタンディングでも使えて、さらに充実した音響設備と照明設備がある。ライヴハウスを謳う以上、これらは当たり前のようだが、それまで「拾得」や「探察」をライヴハウスと呼び慣わしてきた京都にとっては、考えてみれば新鮮である。そもそも90年までこういったライヴハウスが無かつたのが不思議なくらいだが、それだけ京都は特殊であつたと言つて可い。

「ウチ、メトロさんとオープン年が同じなんですわ。現在、同店のブックキングディレクターを務める行貞利晃氏はしじみと語る。同店はブックキングマネージャーやブックキングディレクターが数年ごとに入れ替わるシステムを採つており、同氏は5代目にあたる。現在28歳で、もちろん同店のオープンには関わっていない。

### オールジャンルという言葉 「ライヴハウスらしい」システム

マンスリースケジュールを細かくと、記念すべきオープン日のブックキングは「ROMANS & KAJA'S SEXY KANGOOZ」。近年ではフジロックにも出演するスカの大御所である。行貞氏は「これを見て『すこいライヴハウスやん』と思ひましたね」と言い、その他の「憂歌団」「是方スパープロジェクト」「シーナ&ザロケッツ」「たま」「宇佐元恭一」「TAXI-EMILY CREAM (RANKIN TAXI)」「カラットンタム」……というラインナップを指して「ものすこいオールジャンルでしょ？」と笑う。思えば90年の流行語大賞は「フュージ」であつた。「オールジャンル」と「フュージ」では意味が違うが、「幅が広い」と言い換えれば、あながち強引でもないだろう。時代時代で、求められる店が生まれてくるものだ。関西のブルースやクロスオーバー系からロック、コラズ、果てはイカ天系まで、オープン当初のブックキングは、洋邦を問わず大物を中心としたワンマン、もしくは2バンドによる構成であつた。

もちろん現在では地元バンドの登壇門としても機能しており、いわゆる「掘り出し」をワンマンで行つたり、大物バンドとのタイパンができるようなイベント企画なども行つてはいるのだが、オープン当初に限つて言えば、先述の同社の素性、「RED HOT CHILI PEPPERS」や「Mr. Children」「シャ乱X」のブックキングを実現した心算構の大ききだ。そしてマンスリースケジュールに「SOFT BALLET」というバンド名、来るべき90年代の同店をイメージ付ける名前も含まれる。

### 時代は「ヴィジュアル系」へ 世の流れと、あるべき流れと

行貞氏は言う。「ブックキングマネージャーのローテーションは会社の方針です。京都は京都のカラーを」と思ひますから、現場は好きにやらせてもらつてらんですけどね。無論、経営上のノルマはクリアした上で話だ。ローテーションを行う気持ちは解る。ひとりのブックキングマネージャーを長く使うことで、偏ったカラーを持つことを嫌うのだろう。オールジャンルなどという言葉がないころから、オールジャンルを標榜するライヴハウスであればなおのことだ。そのため、スタッフの世代交代で新陳代謝を図る。

「Janie Da Arci」「Arcy」「Arcy」「Malice Mizer」「SHANNA」……同店でもいわゆるヴィジュアル系バンドをブックキングの軸に据えたこともあるが、「LAUGHIN' MOSE」や「BLANKET」や「OTTY」「STANDAR」や「THE MICHELLE GUN ELEPHANT」「黒夢」「ウルフルズ」……各時代を席巻した骨のあるロックを真骨頂とするアーティストも同じステータジに立った。それでも4条通というメインストリートに同店は面している。ライヴの終わり頃の時間、四条通に横付けした機材車と、少々奇抜な服に身を包んだバンドのメンバーをファンたちが取り囲む様子は界隈の風物詩とも言えるほどの隆盛を極めたのである。そして当時、その立地故に最もヴィジュアル系ライヴハウスのイメージが強くなつたのが、同店だったかもしれない。

### 「こはロックじゃない」 重く響く一言も喧らつた

ヴィジュアル系がこれほど世の中を席巻した理由について、興味深い話がある。例えばスカやレゲエ好きの人であれば、ライヴだけではなく、映画も観るし、カフェにも行く。ひとつの音楽的なジャンルを元に、興味の向く方向がひとつではないところからヴィジュアル系の場合はライヴに集中するところである。例えば自分が好きなバンドでなくても、そのカラーを持っていれば愛好者はライヴへ赴く、自分が好きなバンドであろうがなくなるが、ヴィジュアル系のライヴあがあるとは聞かざるは必ず訪れるというのだ。無論、相対的な比較だろうが、全く名前も聞いたことがないバンドのライヴが満員になつたとも言つたらう。その傾向が強いのは本当だろう。同店に限らず、ライヴハウスとしてはこれほどありがたいことはないだろう。同じ事はCDのセールスにも言えるのかもしれない。

だが栄枯盛衰は世の理。大きな流れほど、潮が引くのも早いものである。同コーナーではこれまで何度か、そんな極端で一極集中的なミュージックシーンの在り方に敢えて苦言を呈し、それに立ち向かい、闘うライヴハウスを紹介してきたわけである。もちろん、ヴィジュアル系がいけないと言つてはいい。好き嫌いで語るわけでもない。特に同店の場合、一軒のライヴハウスとして、しかもオープン以来オールジャンルを標榜するライヴハウスとして、ひとつのジャンルのイメージが染みつくのは困る。「このライヴハウスは、ロックじゃない」と言つたときのバンドがあつたというの、さぞ辛いことだ。世の流れの最中にいながら、その流れの「割合を減らす」必要を感じたのもこの頃であつた。

商売という実を取るか、大義名分という名を取るか。この葛藤は職業を問わず、時代を問わず存在する。実を見据えて後者を優先する理想を語るわけにはいかない。ネームバリューがあるからこそ、その葛藤がより強く、同店からは感じられるのである。

to be continued...



**KYOTO MUSE**  
京都市下京区四条通柳馬場通西入ル  
ミュージズ389京都  
075-223-0389  
18:00~22:30/無休  
※ライヴ・イベントの内容により要問い合わせ  
スタジオ  
11:00~23:00/無休



政治で  
わたしは  
変われない。