

Mojie West Chronicle

～京都ミュージックシーンの系譜～

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

phase 40 U☆STONE②

川本真的、メディアの相関図とは
お山の大将では成り立たない

「今はちょっと薄れてるかもしれないけど、それは（前号で紹介した）『想像音楽』アコースティックバラダイス」という番組ができたのは、関西にもちゃんとしたミュージック・シーンがあったからやと思う。憂歌団がおつて、河島英五さんがおつて、桑名さん（桑名正博）がばりばりやつて、いっしょさん（石田長生）がおつて、もんださん（もんだたしのり）門田頼命）がおつて、といういわゆる関西音楽界も元気がよつたら、音楽番組もつくりやすかつた。恐ろしいのは、メディア露出が多いものを「元氣だ」と勘違いしてしまうことだ。中央の番組ではなくとも、ローカルの番組で、またライブハウスで活動を精力的に続けている人はいるし、彼らがパワーを持っていないわけではない。「本当はそういうのをメディアが取り上げないとかあかんと思うんやけどな」。

当然ながら、川本真的自身が経営する同店も「メディアと大きく関わっている」と言う。それが特徴だと。「もちろんライブハウスとしてのスペースがあつて、その下には、テレビ制作としての」メディアの事務所があつて、その下にバンドの練習場所があつて、1階にはテナントさんで飲食店が2軒入つて、地方都市でやるには「ライブハウス」としてだけでは、ちょっと不十分やと思うんやね。例えば大阪と比べたら、音楽やつてやるヤツの総人口も観に行くヤツの総人口も違うし、いやらしい話、経営できひんな、と。もつと組み合わせていかないと。「びわ湖放送」とか「KBS京都」という地元の放送局もあるわけで、放送局に対する感覚が近いわね、大都市に比べると、親しみがあつて、そこしつかりつながつていって、ライブハウスでやつてるバンドを応援したり、地域のCDショップに面出して置いてもらつたり、大阪なら「EMOS」だけで済む電波力が、地域でやるとそれだけでは足りないし喜んでもらえないということがあつて、地方で成功しようと思つたら、弱い者同士が協同しなければいけない、「ウチは、ウチは」といふ、お山の大将的なエゴイスティックな感覚では、地方で大きな影響力は持てないのだと、そのためにはライブだけではなく、イベントも必要になるし、タッグを組むことが必要になってくるのだと。

「観る側」と「出る側」をハッキリさせ そして、ステージは神聖なものに

個人的に、「あのライブハウスは最高だ」というベストなものはないのだからか。それを自身の店にシンクロさせることはないのだろうか。そういう質問をぶつくと、それは構造

的にあるのだという。

「観客と出演者の導線が全く分かれてるとかね。観客の間をぬって楽屋に行ったりしないあかんとかいうのがライブハウスは多いから。そういうところは設計上、自分らしいものになつたとおもう。本コーナーで、氏が出演していたという「ライブ」を取材させていた際、ようやくサウンドシステムもある程度納得のいく機材が揃えられたという話を伺つた。「観客との位置も近いよね」「ライブ」は、「ミュージシャン オブ ミュージシャン」には好まれるハコやろね。「しっかりとしたテクニクを見せつけてやる」というチームには（笑）。「ライブ」に限らず基本的に京都のライブハウスのマスターって、ほんまに好きやもんね。滋賀県には「MUSIC HALL」くらい高いステージがなくて、ウチが初めてやと思う。（ステージが低い）「ライブ」の良さもあるんやけど、僕は「観る側」と「出る側」の差をはっきりつけた方がいいのがあつて、それだけにちゃんとしたヤツでないと立てない神聖な場所であるというね。導線も含めて、そういう風に考えてるから。そういうのもあつて、今年（取材時点、06年）になって「クロマニオンズ」とか「RAMBLING ON GREENPANTON」とか、ビッグネームがようやく出てくれるようになったからね」。

「ビッグネームを呼べる」と 「地域の次世代を支える」と

また、その対極として地元の高校生バンドを応援する「田田(BLACK BAND BATTLE)」という月例イベントも主催する。それは「高校が地元にいる最終世代」であるからだ。滋賀県には今、各大学がキャンパスを設けているが、学生はやはり越境組が多い。つまり、大学以上は「地元」に居着いていない「ケースが多いのだ。それは社会人も同じである。だから高校生のバンドを集めて、エントリーも無料にしている。「最初は集客50人とかが続いたけど、今は200人以上になった。それは嬉しいな。地域に『地元でも音楽ができるんや』と思える子が増えるってことやから、僕らの時代は滋賀から出ていかなさうがなかつたから、高校生たちには（同店地下のスタジオ）で練習してもらって、実力がついたら、上同店のステージを踏め」と、そういうファクトリーとして、地元のテレビに「カット」でも出してあげられれば、それがまたデビューになる。「ビッグネームを呼べる」と、「地域の次世代を支える」とがミュージックシーンを支える両極である。それぞれの要素は、本コーナーで何度も論じてきたが、系統立てて考え、それを論理的に実践している現実を知ると実に解りやすい。練習場所と、ビッグネームがあることで、今までなら9カ月に終わつて、ライブバンドが1年、それ以上続くことが重要で、大きいことだ、と。



「いろんな下サクサの中で上手いこと（笑）」 縁がつながら、力が生まれつつある

「大都市になればなるほど、多様化という意味でそれぞれが拡散していくけど、小さな都市ではそれができない。だから手を取り合おうと思う。「びわ湖放送」にしても「KBS京都」にしても電波力は決して強いとは言えないけど、だから「一緒にやろう」という感じになる」。同店は、その支え合いを実践したかったハコなのだという。その構想は10年以上前から氏の心の中にあつた。それは、それよりもっと前、それこそテレビのランキング番組など、商業ミュージックというのを見てきたことで「音楽も地域に根付いているべき」と考えたからである。「青少年健全育成委員会、みたいな感じもあるやん？（笑）」、ずっと考えてきたことではあるが、そういうことをやりたい年齢になったのかもしれない。それができる環境になったこととある。そういった遠大で滅私に似た活動を、資本主義構造の社会で実現しようと思うと、ビジネス的な成功がなければ無

理である。だが氏には、経験に裏打ちされた制作プロダクション事業という確たるビジネスがあり、さらに地域メディアを支え、地域ごとプロデュースしたり、またそれを包まれる立場でもある。音楽業界や他メディアとのコネクションもある。「そういった環境が、一気にぐわっとまとまったのは、縁のものなんでしょう」と。それは駅前のアクセス至便な物件が出てきたことも含む。自社ビルの一角として同店はあるのだが、この物件自体に巡り会えたことも縁である。と、「ウチができて駅前ももの凄くキレイになったしね。いろんなタレントの中で上手いこと(笑)」

「自分の心のある場所」とは何が「故郷」が、選択肢のひとつである

「常に上を見て生きていくと、長い人生の中の、これは勉強やと思うんですけど、僕がある時に思ったのは『あ、これ以上はもう関西ではできひん』と、『上』に行くなら東京』と、これはね、『こっち(関西)でもできる』とかよく言われるけど、正味、いろんな事を知ってしまったら無理、お金の規模も違うし。僕もできると思ってたけどやけど、ある程度思い通りの仕事ができ、ある程度高い山の頂から見渡した時に、もっと高い山ってあるやん？それはね、東京(笑)。だから、それまで関西で苦業を共にしたタウンタウンが東京に進出するときは、正直迷ったという。『ずっと一緒にやってきたからね。でも東京に行くか、地元でええかげんにやらんとちゃんとするか、と思っただけに後者を取った。現在、東京で活躍している構成作家たちも旧知の仲であるが、それを幸せと思うかどうかは別物である、と、もちろん彼らの全てが適当な仕事をしているという訳ではなく、『僕はここにいたい』ことを選んだだけで、どっちを幸せと思うかはそれは人生観の違い。まあ勝手に金持ちになろうとか、もっと大きく音楽業界を動かそうとか、芸能界を動かそうと思っただけ、東京でしか無理やわ。お金の流れ方も違うし、そこは仕方がない』。そして、自分が充実した仕事をしながら、地域のトップになることを選んだ氏である。

「自分の心のある場所を持ちたいと思うんね。昔はそれほど思っていなかったかもしれないけど、それが故郷ってもので、少しでもそういう気持ちを持つてるウチに人間さうにならなくていい。最初から『故郷大好き』と思ってる人はそうはいないやろうけど、仕事が忙しかったり、忙殺されてる中で、掘り所が欲しいと思っただけに、故郷ってのはその選択肢のひとつやと思う」。

それを証明するかのよう、同店がオープンしたとき、ステージに立ったのは本誌でもお馴染みαステーションのパーソナリティでもある後藤晃宏氏が率いる「JACO」や、「サニサイ」ら、ご当地の面々であった。

ミュージックシーンの底辺を支えるパイロットタイプでありたい

「ひわ湖放送」では番組のプロデューサーでもあるし、自分がパーソナリティとして出演もするし、台本も書くし、営業もするし(笑)、15、16人でやることをひとりしてしなアカンからね(笑)。でもそれが好きなんやろね。だから『この街が好きやねん』というスタンスで続けてきたCFもすこいと思う。予期せずお褒めまでいただいてしまった」。

「嫌らしい話になるけど、芸能界とか放送業界っていうのは、やろうと思っただけに東京の方がバリエーションも良いし、大規模なことができる。でもライブハウスっていうのは、そんなに格差はない。ビジネス的には、放送業界のような20倍のバリエーションの違い、なんてことはない。キャパシティにもよるし、入りやすいとかいうことはあるやろうけど、ライブハウスってのは六本木に建っただけ、木更町に建っただけ、石山に建っただけ、大差はない。地方でもできるし、ビジネスとしては間違っていないと思う」。

同店だから、様々なメディアがリンクしているライブハウスとしての雛形でありたいという。単体ではなく、多くの人の手を介し、肩を組むことで存在する。日本にはそういった環境の方が圧倒的に多いから、日本のほとんどは地方都市でできているのだから、同店は日本に向けて、ミュージックシーンの底辺を支える存在のパイロットタイプでありたいのである。かつて「想音楽園」アコースティックパラダイスという番組を立ち上げた際、後に同系の別番組を手がけたプロデューサーが見に来たように、今は地方都市から同店を視察に来る同業者がいる。それは店の構造を見るのではなく、地域とつながるソフトウェアを見に来ているのである。

「結局はソフトやと思う。誰も見たことのない画が描けるかどうか。老舗は音だけに特化した方がいいけど、特に僕らは新参者なんやから、色んなことをやっつけていかなあかん。だから『ライブハウス』じゃなくて『ライブスペース』という言い方にしてる」。

誰も見たことのない画が描けるか描き続けた先に、きつと光がある

メディアとは、我々人間も持っている。声を発することも伝達手段のひとつだし、身振り手振りだってそうである。そのどちらもを使う「唄う」という行動も、またひとつのメディアである。バンドや出演者たち、商店街のおばさんたちと打ちあわせる作業も、地元の高校生たちと接することも、全て同じだ。それがご近所で交わされる「ごんちには」という挨拶だって同

じなのだ。

そう思う同店が、地域の起爆剤になることは十分可能だ。と、同店議員や首相になった、土地の名士たちが残した公共事業ではなくても、そういう人たちの力でも、街は変わっていく。それは、より高い山(それは時に張りぼての山である)に登ることを選ばず、地元でしっかりと仕事をすることを選んだ氏のポリシーとも合致する。

「文化だつて変わってきてる。『文化ホール』っていうのがあちこちでできたのが30年前くらい。今は垣根がなくなつて『芸術は文化ホールで観る』という文化がそれ(笑)。その頃には道ばたで唄ってるヤツなんてのもいなかったわけだし」。

何年後か、何十年後かは解らない。それが同店をテストケースにした、他都市からかもしれないし、それでも構わない。同店がきっかけで、日本のミュージック・シーンに何らかの大きな変化、そんなものが生まれてくるかもしれない。その頃同店は「招待」や「観覧」や「ライブ」のように、老舗と呼ばれる存在になっているだろう。でもきつと、「誰も思いつかない画」を描こうとしていると思うのだ。



政治で
わたしは
変われない。

スタジオ・ライブスペース
U★STONE
滋賀県大津市栗津町11-12
077-531-1770
17:30~22:00/不定休
※イベントにより変動。要問い合わせ。
<http://www.u-stone.jp/>