

・ 8 / 3 1 1 9 9 4 ジュリアナ東京閉店 そして ベルファーレ 1 2 / 1 オープン

8 / 3 1 ジュリアナ東京はその3年半の輝かしい歴史を皆に惜しまれながら閉じる事と成りました。そしてジュリアナ東京と共に大きな成長を遂げたレコードレーベル A V E X D D (株) は 1 2 / 1 に世界最大のディスコ” V E L F A R R E ” をオープンします。

ディスコ業界の”黒船”又は大型台風

ジュリアナ東京は英国ウェンブリーグループと日本の巨大商社日商岩井の合弁会社”ウェンブリージャパン”により計画された(運営はJuliana's Japan)、初の本格的ヨロピアンスタイルのディスコとして、1991年5月15日英国伝統のバグパイプの先導の元開店を迎えました。当時日本のディスコ業界はバブル経済崩壊の直撃をモロに受け(バブル期に作られた巨大なディスコは不動産業や投資家の資本により作られた為、株への投資や土地売買の失敗等による経営悪化により多くの経営者が倒産へと追い込まれた為)、幾つもの大箱ディスコが閉店に追い込まれていました。ディスコ等の商業店舗を経営する会社でも集客の減少による規模の縮小化が行われていた矢先、2000人ものキャパシティーを持つスペースと15億もの内装及び音響・照明等の各装置への資本投下に、業界関係者は元よりマスコミや一般まで大きな話題と成りました。業界関係者にとっては今時こんなに莫大な資本を投下し大箱を作っても1年ともたない(経営が成り立たない)といったシニカルな受け止められ方であり、マスコミや一般にとっては、当時次々と大箱ディスコが消え去っていく中最大のキャパシティーであり、尚かつ英国のディスコが日商岩井という巨大商社と提携してそのまま日本に作られたという点で、非常に好意的に受け止められました。

日本人特に若年層は非常に流行に敏感で尚かつ飽きやすい”熱しやすく冷めやすい”という商業店舗を展開する上で非常に厳しい国民性を持ち、幾ら最新の照明機器や特殊な装置を導入しても直ぐにあきられてしまいます。又非常に排他的な国民である為、都会の常連客と地方の観光的に訪れる単発客との確執により(田舎者が増えると、常連客は雰囲気が悪くなると判断し寄り付かなくなる)、結局多くの顧客を逃してしまうといった事が起こります(”客層が荒れる”という表現が行われます)。当然ジュリアナ東京もこの日本独自の厳しい洗礼を受けるはずでした。しかし”テクノハウス”と”お立台”という強力な武器により、過去の常識を覆し常時定員を大きく超える顧客を獲得する迄に至りました。

ジュリアナ東京が出現する以前のディスコミュージックの主流は、一部Garage・ハウス等のブラック・ミュージック系で、残りは殆どユーロビート(HI-NRG等)といった状況でした。ユーロビートは'80年初頭より当時までの主流であり、その早いテンポは日本の”お囃子(祭りの音楽)”のテンポに近く、又そのメロディーラインは日本人の琴線に響くマイナーコードが多用されていました。そしてジュリアナ東京の出現によってこれは”テクノハウス”にそのまま移行していったのです(興味深い現象としてジュリアナ東京の”お立台”が廃止されて後現在再びユーロビートが盛り上がっています)。

A V E X とジュリアナ東京の蜜月

ジュリアナ東京と”テクノハウス”の出会いに大きな役割を果たしたのはA V E X (現A V E X D D / レーベルはA v e x T r a x) という新進のレコードレーベルでした(詳細は次号でも紹介)。’87に設立されたこの会社は、海外の12インチ・レコードやCDをレンタル・レコード屋に販売する卸業から始まり、じきイタリアのディスコミュージックレーベルに独自の企画版を作らせたCDの輸入を、更に日本の巨大なレコードメーカーに不満を持つ多くのマイナー・ダンスレーベルと次々と直接契約を結ぶ迄に至りました。これらは”スーパーユーロビート”等の一連のシリーズとして数十種類がリリースされ、コンスタントな売上げを得ていました。そして’90の湾岸戦争により日本や米国の殆どのレコード・メーカーが海外出張を取りやめる中”M I D E M”に参加し、幾つかのテクノレーベルとの独占契約を行う事が出来、丁度オープンするジュリアナ東京でこれら新しい”テクノハウス”をDJがプレイした事により日本国中に爆発的な流行を生み出したのです。

ジュリアナ東京と密接な関係を持つようになったA V E Xは、”ジュリアナ東京V o l * * ”といった冠コンピレーションCD(単に幾つかのテクノハウスを組み合わせたコンピレーションだけではなく、実際にディスコでプレイされているようなりミックス+MCのシミュレーションリミックスバージョンも作成)を次々とリリースし、会社設立後の7000万円から6年で年商60億円に迄急成長し更に大きな成長を続けています(詳細次号)。このコンピレーションCDは、ジュリアナ東京に訪れた事の有る者は勿論(タイアップとしてジュリアナ東京の招待券を添付)、ジュリアナ東京に簡単に行く事の出来ない地方に住んでいる沢山の若者に(シリーズ実売200万枚以上/レンタルを含めるとその数倍の潜在需要を獲得)迄行き渡り、相乗効果によりジュリアナ東京だけでなく多くのディスコの大きな集客アップに結び付きました。

A V E X T R A Xの成功そして”V E L F A R R E”オープン

”テクノハウス”もそれ以前のユーロビートと同じく早いテンポと美しい・親しみやすいメロディラインで多くの顧客に受け入れられ、ジュリアナ東京のみならず当時バブル経済の崩壊と”あきらまれてしまった”事による客離れにより、いつ閉店しても不思議ではないという非常に厳しい状況に追い込まれていった多くの店舗に迄爆発的に普及していき、広くプレイされていきました。A V E Xに至っては、東京ドームという5万人のキャパシティーを持つ巨大なスタジアム(及び多目的イベントスペース)に5億円もの費用をかけて、巨大なライブ・ディスコイベントを昨年と今年の夏に行うに迄に至りました。

ジュリアナ東京は勿論、死に体であった日本のディスコ業界を照らした大きな光の一部はA V E Xがもたらした”テクノ・ハウス”である事は間違い有りません。ジュリアナ東京に始まった”テクノハウス”は日本国中の多くのディスコに迄普及し、新たな顧客層を獲得するに至ったのは紛れもない事実です。そして急成長したA V E Xは間もなく、遂に世界一巨大なディスコを自社で所有する事に成りました。総費用40億円(内音響・照明等装置部分に4億5千万円)、総床面積5000㎡、キャパシティー15000人以上という史上空前の常設ディスコ”V E L F A R R E”が12/1に遂にオープンします(次号にレビュー記事が掲載されます)。

Vol.5, issue 3

ジュリアナ東京やA V E X T R A Xの成功、そして死に体であった日本のディスコ業界を照らした大きなもう一つの光は”お立台”です。

ジュリアナ名物”お立台”の登場

ジュリアナ東京の名物となった”お立台 (Dance bodium)”は、過去のディスコの常識を破る高さ1.2メートル、幅1.6メートル、長さ9メートルの巨大な物で、これが2基あり、内部にサブロースピーカー・スモークマシン・照明機器・ボディソニックのトランスデューサーが1300 (ダンスフロアとの総数)も取付けられていました。日本にディスコが初めてオープンした’60年代より”お立台”やダンサーの為のステージは存在していましたが、このような巨大で複雑な仕掛けが行われたのは初めてです。この構造は日本サイドのスタッフにより考え出された物であり、それ迄の多くのディスコへのリサーチにより生み出された物でしたが、予想を大きく超える効果を得る事ができました。

ディスコに訪れる女性客の多くは”ボディコン (’86パリコレで発表されたBody consciousをテーマにしたニューモード)”と呼ばれる体の線が表れ尚かつミニスカート寸の衣装を身に付けており、ディスコという”ハレ”の空間はその女性客の羞恥心を無くしました。彼女達は”ボディコン”という戦闘服を身に纏い、こぞって”お立台”の争奪戦を繰り広げ出しました。ジュリアナ東京の”お立台”の高さは、ホールや劇場のステージと同じく、その上に立つ者に”見せる・見られる”といった独特の優越感や快感をもたらし、彼女達のステージ衣装は過激さに加速が付いていきました。”ボディコン”であきたらない者は水着へ、更に”ボディコン”の下に”Tバック”という、はいているかどうかわからない下着を履いたり、又は下着を身に付けなかったりといった過激さ振りです (これらのファッションはディスコに限らず今日の日本では町中でごく普通に見られます)。ジュリアナ東京の”ブーム”に感化された地方のディスコでは、更に過激さが激化し、とうとう上半身ハダカになったり、全くの裸になったりする勘違い女迄表れる始末で、多くのテレビ番組や週刊誌により興味本意に強調された取材が行われ、日本国中の話題となってしまいました。

ジュリアナ東京の”お立台”に始まる女性の衣装の猥雑化は、それ日当の非常に沢山の広い年齢層の男性客の集客に大きく貢献し、結果的にジュリアナ東京の大きな成功のみならず、日本国中のディスコの大きな活性化に結び付きましたが、反面大きな社会問題となったのです。日本には元々”風営法”というディスコ営業を含めた風俗産業の為の法律があり、社会的に問題となるような業種の開店や営業を司法が管理しています。機会があれば詳しく説明しますが、ディスコ営業では、年齢制限 (18歳以上しか入店できない) と営業時間の制限 (午前0時迄しか営業できない)、その他騒音規制位しか存在せず、服装の規制等は当然存在しません。

この他”風営法”では、公秩良序を乱す恐れのある”キャバレ”や”ストリップ”等性風俗産業等の細かな細分化が行われており、それぞれ厳密な規制があります。これは規制されていないからやっつけていいという物でもなく、この法律に縛られている各業種は、日本では”日陰物”的な存在であり、社会問題を引き起こす等もつての他なのです。ましてやディスコという”レコードに合わせて踊る店舗 (”風営法”によるディスコの位置付け)”でまる裸になったりしたら、全く”ストリップ”以外の何物でもなく、猥褻物陳列罪という法律に該当してしまいます。

ジュリアナ東京でこのような”犯罪”が行われていたかどうかは定かではありませんが、社会的な話題や問題を巻き起こした事は事実であり、結果的にスケープゴートであるにせよ、”風営法”を管理・監督する公安委員会よりついにクレームがついてしまいました。特にジュリアナ東京は日商岩井という、日本の経済に大きな影響力を持つ巨大

商社が経営に参画しており、又知名度も全国の幅広い層に迄行き渡っている事（港区の商工会議所の案内にまでその名称が明記される”観光名所”である為）により、社会的な責任は非常に重く、ついには”お立台”の撤去要請が出されてしまいました。もう一つ発生した問題として、自宅よりこれらのファッションを着て来る自身の無い（ある意味でまともな）若者が、ジュリアナ東京周辺のマンションやビルに侵入し、踊り場等のスペースで着替えを行うといった不法侵入を繰返し、近隣住民の多くの苦情が警察に寄せられたのです（その他客の違法駐車や、ジュリアナに来る女性客のナンパ目当ての車がジュリアナ周辺にたむろして近隣住民の生活が脅かされる等の問題も発生しました）。

”お立台”の撤去そして閉店

”お立台”自体及び内部機器の老朽化により、改装を行う費用が莫大な物となってしまう為廃止するという理由と、”お立台”により年齢やクラスの制限が行われてしまう弊害を無くしたい、又英国本国よりの指示という表向きの理由（実際は上記の通り）により、昨年11/16日より2週間ほどかけて廃止・改装が行われました。その後”クリスタル・ステージ”という同規模のステージを設置し、オーディションという名目で利用者の制限を行い（実際は服装の規制を行う為）、新たなジュリアナ東京として再スタートを行いました。この時ステージ上に上がる女性客だけではなく、一部の過激なファッションの常連客ものきなみ出入り禁止の措置を取ったのです。

しかし”お立台”の撤去と服装などの規制により多くの顧客を失ったジュリアナ東京は次第に集客が困難になり、多くの費用をかけて海外のミュージシャンやDJを呼んでも、常時800人程度と全盛時の1/2～1/5しか集客を行う事が出来なくなりました。ジュリアナ東京意外にも、巨大なスペースを使ったイベントや巨大なプールを使ったイベント（この時日本で初めてイピサで多用される”スプラッシュ（バブル）・マシン”が採用されましたが）、又日本のみならずハワイ（日本資本）のディスコでツアーを行う等様々な場所で大きなイベントを組んでいきましたが、結局8/31に閉店する事となってしまいました。業界関係者の多くは、余力を残した内に（採算割れを起こし大きな赤字を出す前に）撤退した英断だと健闘を湛える声が上がっています。閉店迄の最後の1週間が入場無料となった事により、5000人を超える集客を毎日得る事となりましたが（最終日は7000人以上）、再びジュリアナ東京がオープンできるかどうかはまだ白紙状態のようです。

ジュリアナ東京は”テクノハウス”と”お立台”と共に日本国中の多くの国民に認知され、それ迄斜陽を迎えていた日本のディスコ産業の活性化をもたらしました。又様々な業種に累計数百億円の大きな経済効果をもたらしました。巨大な”黒船”は日本に大きな良い影響を与え、そして一つの社会問題と共に消えていったのです。恐らく予想以上の成果と予想出来ない問題によって。

ジュリアナグループは、現在大阪”XY（ニチイという巨大流通産業の系列であるVIVEとの提携の元、以前あった”GENESIS”というディスコを改装して）”を運営していますが、東京を含めた首都圏に新たな店舗を出店する為にはあと数年の冷却期間が必要と思われます。理由として一つは現在の日本経済が不況の最中であり、ディスコ等の大型商業店舗の計画がなかなか実現できず（金融機関の融資が受けられない為）又運営も困難である事、もう一つは社会的な問題を結果的に起こしてしまった事により、公安よりの営業許可が得にくくなっている事があります。また英国より日本に駐在している幹部社員の麻薬不法所持による逮捕という記事が新聞にスクランダラスに掲載されてしまい、直接関係無いにしても、ウェンブリー・ジャパンは今後積極的にディス

コ産業への進出を行っていく事は困難となるでしょう。

ジュリアナ東京は日本の非常に特殊な国民性に大きく受け入れられ、幾つかの仕掛けが相乗効果をもたらした大きな成功を納めました。多くの業界関係者やジュリアナサイドでさえこの成功は予測していなかったでしょう。しかし予想を超えたその国民性により結局閉店に迄追い込まれてしまったのも事実です。予想外の大きな集客を得た最大の理由として、多くのセクシーなファッションの女性客の獲得があり、それ日当てのより多くの男性客を獲得する事ができたという事が上げられますが、これは最終的に大金を落して（消費して）くれるスケベな日本男性を多数集客する事ができたからに他なりません。

現在ディスコが初めてオープンする国や、まだ一件も無い国が幾つかあると思いますが、それらの国々でディスコ産業が一般的な物と成っていくにはそれぞれの国の国民性の理解が必要です。ジュリアナ東京の成功と、結果的な失敗は予想外に日本の国民性に合致していた事によります。ある程度の予測は行われていた物の、収集のつかない予想外の結果と成ってしまったのは、リサーチ不足という事に尽きると言えます。

今後要望があれば、WDR誌において、日本のディスコ産業における様々な現象や特殊性の解説を行いたいと思っています。