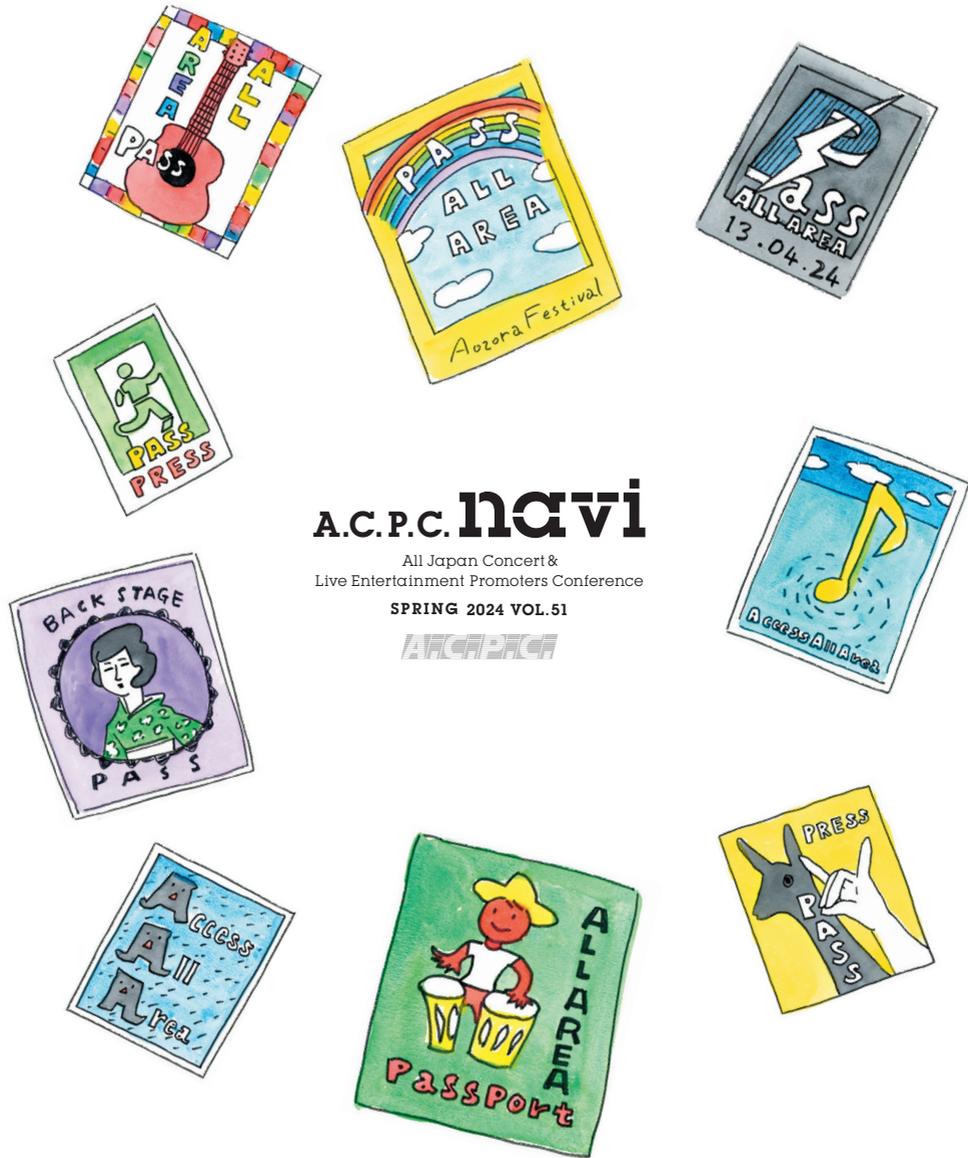


一般社団法人 コンサートプロモーターズ協会

# A.C.P.C. navi

©2024 A.C.P.C.

All Japan Concert & Live Entertainment Promoters Conference **SPRING 2024 VOL. 51**



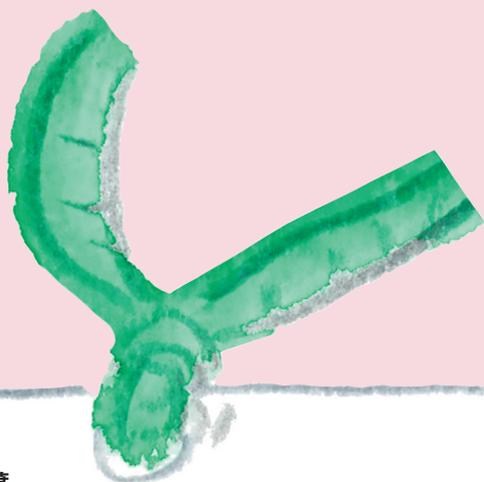
## A.C.P.C. navi

All Japan Concert & Live Entertainment Promoters Conference

SPRING 2024 VOL. 51



中西健夫 ACPC会長 連載対談 第35回ゲスト 松本 隆 作詞家  
 全国プロモーター・アンダー「入社5年」若手座談会



### 表紙の言葉

今号は、入社や入学にともない、多くの人々が新生活をスタートさせるシーズンの刊行となりました。それに合わせて、まだ入社1ヵ月程という新入社員の方も出席した、全国プロモーターによる「アンダー『入社5年』若手座談会」を掲載しました。語られるエピソードには、夢と希望、そしてわずかな苦味も加わるのではないかと想定して企画しましたが、果たしてどんな内容になったでしょうか。

改めて記すまでもありませんが、ライブ・エンタテインメントの仕事の現場である会場に、スタッフやゲストとして入館する際には、バックステージパスを目立つところに掲示することが求められます。会員社の新入社員の皆さんも同様であり、「ACCESS ALL AREA」のパスを手にした時、自分がこの業界に入り、仕事に携わる立場になったことを実感するでしょう。

今号の表紙では、小池アミイゴさんに、オリジナルの「この業界で働くためのバックステージパス」を描いていただきました。すでにコンサートプロモーターとしてキャリアを重ね、パスを下げて仕事をするのが当たり前になっている方も、新入社員当時の感覚を思い出しながら、今号をご一読いただければと思います。

イラストレーション：小池アミイゴ

4 VOL.51 刊行のご挨拶 中西健夫 ACPC 会長挨拶

5 中西健夫会長連載対談  
第35回ゲスト 松本隆 (作詞家)

10 オンライン座談会  
平均年齢24.8歳・全国プロモーター アンダー「入社5年」若手座談会  
大澤真衣(ウエス)×林昇平(ディスクガレージ)×正木雄太(サンデーフォークプロモーション)  
×宮坂真里菜(夢番地)×俣野恭兵(ビッグイヤーアーツ)

16 改正障害者差別解消法が施行  
「合理的配慮の提供」が義務化

19 ACPC 関西支部会発  
関西地区のアリーナ建設計画に関する声明

22 ECSA Lounge

24 ライブ・エンタテインメント・ラボ、研究中

27 連載コラム  
「帰ってきた TALKING BLUES」  
鏡 孝彦 (ACPC専務理事)

28 navi ARENA



日頃より本会の活動にご理解とお力添えを賜り、厚く御礼申し上げます。

今回のA.C.P.C. naviでは、冒頭に作詞家の松本隆様をゲストにお招きした対談の様を掲載しております。はっぴいえんどのコンサートでのエピソードや、作品を創る際に考えていること、日本の音楽業界の未来についてなど、大変貴重なお話を伺うことができました。

また、プロモーター座談会では、全国で活躍する入社5年以内の超若手の方々にお集まりいただきました。語られたフレッシュな言葉には、業界の未来に向けたヒントが溢れています。これをお読みいただいている皆さんは、ご自身が今の仕事に就いた動機やきっかけを覚えていますでしょうか。私自身は、1980年に一度間違っ(笑)デビューしており、ミュージシャンとして夢を追いかけて東京へ出てきましたが、見事に挫折したという経歴もあり音楽とは切っても切れない人生です。新年度を迎えるにあたり、そんな初心を思い出してみるのも良いですね。

2023年度は、新型コロナウイルス感染予防対策に係る制限が緩和・廃止され、コンサート会場に歓声や笑顔が戻ってきた一方で、記録的な猛暑により夏フェスなどの開催の在り方について改めて考えさせられる1年でした。またACPCとしては、9月に文化庁の京都移転記念イベントを関西支部会が中心となって運営できたことも、大きな出来事でした。そして、年明けの能登半島地震では、今もなお不安な日々を過ごされている方が多くいらっしゃいます。今号にてACPCとしての支援活動についてもご報告しておりますが、引き続き被災地に寄り添っていきたく考えています。

様々な課題に直面するライブ・エンタテインメント業界ですが、共に働く仲間たちが未来に向けた希望を持てる2024年度になることを願って、第51号をお届けします。



一般社団法人コンサートプロモーターズ協会  
会長 中西健夫

どこにいても「仲間」とのつながりを大切にすれば  
全国で新しいことは生まれる、世界に届く



松本隆 Takashi Matsumoto  
作詞家

中西健夫 Takeo Nakanishi  
一般社団法人コンサートプロモーターズ協会会長  
株式会社ディスクガレージ取締役会長



日本は何もかも東京に集まりすぎている  
参勤交代の時代から変わっていない

松本隆

作詞家

ロック・バンドがライブで演奏する。メンバー自身による日本語の詞が、バンドならではのサウンドと一体となることで観客へと届く。今では当たり前となったロック・バンドのフォーマットは、松本隆さんが細野晴臣さん、大瀧詠一さん、鈴木茂さんと1969年に結成した「はっぴいえんど」に原型があります。

はっぴいえんどのドラマーであり、作詞を手がけていた松本さんは約3年間の活動後、作詞家に転身。歌謡界のトップに君臨していた作曲家・筒美京平さんとコンビを組みつつ、時にはバンド時代の仲間を作曲家に起用しながらヒット曲を量産。ヒットチャートの1位になった楽曲は52曲に及びますが、松本さんの作品の影響力は「記録」だけでは計れません。それは作詞活動50周年を記念して開催された「風街オデッセイ 2021」が、日本武道館を2日間ソールドアウトさせたことから分かります。時を超えて愛される言葉が、独創的な歌詞がコンサートの主役になり得ると証明した松本隆さんは、唯一無二の作詞家だと言えるでしょう。そんな松本さんが中西健夫 ACPC 会長からの問いかけに答え、日本のライブ・エンタテインメントの歴史と未来、そして

地方創生までを語ってくださいました。

## はっぴいえんどの頃

中西 僕は京都出身なんですよ。

松本 そうですか。僕は今、京都在住です。

中西 高校生の時、京都府立体育館のイベントに出演していた、はっぴいえんどを観たことをよく憶えています。

松本 はっぴいえんどは、全国でコンサートをやったわけじゃなかったんです。解散間際に4~5ヶ所、ツアーを回ったくらいで。岡林(信康)のバックではツアーも回りましたし、日本武道館でも演奏しましたが。それ以前のエイプリル・フールの頃は、バンドがライブをやるのはディスコのハコバンが中心。新宿のパニックといったお店でやっていました。

中西 当時、単独コンサートで京都に来るのは、吉田拓郎さんくらいで、フォークだと色々なアーティストが一緒に出るイベントが多かったですよね。まだコンサートプロモーターという存在も確立されていなくて。

松本 はっぴいえんどの解散コンサート(文京公会堂/73年)も、仕切っていたのは(マネージャーの)石浦(信三)でした。

中西 その後、85年には国立競技場のALL



コンサート売上の5割超を首都圏が占めています  
この状況は本当に大都市集中です

中西健夫

コンサートプロモーターズ協会会長

TOGETHER NOWで、はっぴいえんどは一夜限りの再結成をしましたよね。ニッポン放送の亀淵(昭信)さんが中心になって、全民放が協力した歴史的なイベントでしたが、作詞家に専念されていた松本さんにとっては大変でしたよね。

松本 73年の解散コンサートから12年ぶりです。ステージに立ち、ドラムを叩いたわけですから大変でした。細野(晴臣)さんに「どうしよう」と言ったら、「松本、楽器なんて自転車に乗るのと同じで、一度できたら一生できるものなんだ」と騙されてね(笑)。「身体が覚えているから大丈夫だ」と。まあ、必死に叩きましたよ。国立競技場のステージにはっぴいえんどが登場した瞬間、3人の失神者が出たそうです(笑)。救急車が来て騒ぎになって。

中西 女性のお客さんが、ですか？

松本 いや、男性が。3人ともおじさんだったそうです(笑)。

## 長く続くのは同性の支持

中西 松本さんは作品を提供したシンガーの方に、プロデューサー的な立場で関わることも多かったと思いますが、その際にシンガーのコンサートに足を運んで、何か気づくことはありましたか。

松本 松田聖子さんに関わるようになって、渋谷公会堂のコンサートに行ってみたら、客席に男性しかいなかったんです。親衛隊が大声でコールをされていて。それで僕は、若松(宗雄/当時CBS・ソニー)さんに「この環境を変えようよ」と言ったんです。いわゆる歌謡曲の営業的なステージに立つこともやめて、活動を音楽に絞ろうと。ニューミュージックに近いスタンスにガッツと寄せたんです。僕が書くのも「赤いスイートピー」みたいな詞にしてみましたし。男性ファンが減ることは覚悟の上で。結果的に、聖子さんのファン層は女性中心になっていくんです。最近も大阪城ホールに呼ばれて行きましたが、客席はほぼ女性でしたね。

中西 松田聖子さんのライブは、どんどん動員が増えていった印象がありますが、熱狂的な男性ファンだけだったら、そうはならなかったでしょう。

松本 意外と異性のファンって、移り気だからね。新しいアイドルが出てくると、すぐに浮気しちゃうところがあるでしょう。同性のファンはちゃんと作品に向き合ってくれるとか、保守的な面があるじゃないですか。はっぴいえんどだって、なぜ、今の時代までずっと支持してくれる人がいるのか

という、同性に受けたからだと思う。

**中西** 確かに国立競技場で失神したのも男性でした(笑)。

## 詞の内省化、視聴のランダム化

**中西** 松本さんの詞は、作品として長く歌い継がれているだけではなく、詞の世界観まで色々なジャンルの方がこぞって分析まで始めているじゃないですか。

**松本** いつの間にかアカデミックになっちゃったね(笑)。僕が考えているのは簡単なことなんです。どうやったら自分の作品の生命を1年でも長く延ばせるか——それだけなんです。だからスタンダードな作品にしたかった。それを自分の力だけではなく、皆さんの協力を得て実現することができて、結果的にとんでもなく長いスパンの活動になっているのだと思います。

**中西** コロナ禍では世界中で改めて詞が見つめ直される現象が起きたんです。

**松本** そうなんですか。確かにコロナの時は、皆が内省的になったから、詞を読み込む方向に行ったのかもかもしれません。

**中西** それと今は、昔の曲も新作も同時進行で聴くようになりました。

**松本** ランダムになっていますね。

**中西** そこが大きく変わった点ですが、僕はある意味ですごくいいことだと思っているんです。

**松本** サブスクの時代になって、まずローカルがなくなっちゃったのね。逆にグローバルもなくなった。これまではアメリカで成功しないと世界に発信できなかったけれど、いまはサブスクがあるから、誰でも発信できる。アメリカのチャンネルを通さなくても。それがすごく可能性を広げているわけで、だからこそ BTS もきっかけをつ

かめたし、日本のアニメの主題歌も売れていく。こういう時代だからこそ、韓国は国がサポートしてドラマや音楽を輸出して、結果を出したわけです。一方で日本はコロナ禍で文化はいらないという空気になったり、予算的にも厳しい状況が続いていますからね。

## 京都発、世界へ

**中西** そんな状況を受けて、まさに今、音楽業界全体でやろうとしていることがあるんです。文化庁にもご協力いただいて、日本レコード協会、日本音楽事業者協会、日本音楽制作者連盟、日本音楽出版社協会、そして我々コンサートプロモーターズ協会が一つにまとまって、アメリカのグラミー賞みたいなアワードをつくる話が進んでいます。文化庁が移転した京都を開催地として、日本発の音楽が世界で認められるために。そういう場を日本でもつくって、未来の音楽業界につなげていきたいと思っているんです。

**松本** 本当にそういうことを考えないとダメですよ。子供達の世代にどうやって引き継ぐか、真剣に考えないと。とにかく日本は何もかも東京に集まりすぎているんです。それが文化的にも良くない。参勤交代で江戸にすべてのことを集約させていた時代から未だに変わっていないわけですから。東京に行かないとビジネスにならないわけです。僕はこの10年くらい京都や神戸に住んでいましたから、実感として分かります。

## 仲間とのつながりと地方創生

**中西** 松本さんは京都や神戸で開催されるイベントにも出演されていますよね。

**松本** 僕はどこに住んでいても、仲間を大切にやるから。もちろん東京にも仲間はいるわけだけれど、神戸に行ったら神戸の友達、京都に住んだら京都の仲間ができるんです。僕とつながっていることが、仲間達の何かしらの恩恵になればいいとは思っていますね。もちろん、なんでもできるわけではありませんが、できる限りはやりたい。例えば神戸にトアロード(神戸市中央区)という海側から山にかけて南北に延びる道路があるんです。その入口にアーチをつくりたいという話があって、僕も援助したりしましたが、昨年たまたま鈴木茂と「トアロード」という言葉がタイトルに入った曲をつくっていて……まだ発売してないし、レコーディングもしていませんが、神戸の人達はその詞を「アーチに刻みたい」と言うので、OKしました。こんなローカルな出来事も面白いじゃない。

**中西** 松本さんが京都や神戸でイベントをやってくださるのは地方創生の意味でも、とても大事だと思います。一方でコンサート業界全体の話をすると非常にシビアなデータが出ていて、全国の売上の5割超が関東首都圏に集中しているんです。近畿が2割なので、それを合わせると8割弱が東阪で占められていることになる。これは本当に大都市集中な状況だと思っています。

**松本** そこまで差があるんですね。誰かが旗振り役になって、地方に向けて業界全体を巻き込んでいくしかないですね。

**中西** 京都関連については、アワードのことを含めて、ぜひ松本さんにもご協力いただきたいんです。

**松本** 僕にできることがあれば、やります。



### PROFILE

松本隆

まつもと・たかし

1949年、東京生まれ。69年、細野晴臣、小坂忠らとともにエイプリル・フールの一員としてデビュー。続いて結成した、はっぴいえんどのアルバム『はっぴいえんど』(70年)、『風街ろまん』(71年)は、日本語のロックの先駆けとなり、屈指の名盤として知られる。解散後は73年のチューリップ「夏色のおもいで」、74年のアグネス・チャン「ポケットいっぱい秘密」で本格的に作詞家としての活動を開始。以降、太田裕美「木綿のハンカチーフ」、大瀧詠一のアルバム『A LONG VACATION』、第23回日本レコード大賞を受賞した寺尾聰の「ルビーの指環」など数々の名曲を生み出す。松田聖子には、24曲連続オリコン1位を獲得したうちの17曲を提供。作詞活動45周年を迎えた2015年に「風街レジェンド2015」のタイトルでライブを開催。作詞を手がけたアーティストが多く出演し、自身もはっぴいえんどのドラマーとしてステージに立つ。また、その活動が高く評価され2016年、第66回芸術選奨文部科学大臣賞を受賞。2017年には全作詞を手がけたアルバム、クミコ「デラシネ」が第59回日本レコード大賞優秀アルバム賞を受賞。同年、秋の紫綬褒章を受章。2020年には作詞家生活50周年を迎え、50周年記念トリビュートアルバム『風街に連れてって!』(日本コロムビア/びだまレコーズ)が発売。2021年、50周年記念事業の総決算として「松本隆作詞活動50周年記念コンサート風街オデッセイ2021」が11月5日、6日の2日間、日本武道館で開催され大きな反響を呼ぶ。2024年4月よりTBSラジオにて初の冠番組『松本隆 風街ラヂオ』がスタート。

※本誌に掲載された座談会はダイジェスト版です。完全版はACPCホームページをご覧ください。





## 平均年齢24.8歳・全国プロモーター アンダー「入社5年」若手座談会

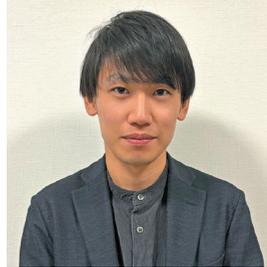
入社5年以内、21歳から28歳まで。これまでの本誌の取材で、最も若い出席者による座談会が実現しました。全国の会員社で人材不足やリクルーティングの難しさが課題とされる中、コンサートプロモーターという仕事に就いて1ヵ月から5年という若手スタッフの「リアルな声」を聞きました。



**大澤真衣**  
ウエス クリエイティブ1・  
コンサート制作デスク  
2023年入社(21歳)



**林昇平**  
ディスクガレージ  
エンタテインメント事業ユニット  
2022年入社(28歳)



**正木雄太**  
サンデーフォークプロモーション  
静岡本部・静岡事務所  
2019年入社(27歳)



**宮坂真里菜**  
夢番地 広島オフィス  
2024年入社(23歳)



**俣野恭兵**  
ビッグイヤーズ制作  
2019年入社(25歳)

### 入社につながるアルバイト経験

——まず、皆さんがどのような経緯で現在の会社への入社に至ったのか、お聞かせください。また、学生時代の音楽との関わり、コンサート関連のアルバイト経験なども教えてください。

**大澤** 高校生の頃は違う業種を目指していました。食品関係といいますか、パティシエや

料理系の仕事に興味があったのですが、職業体験に行った時、自分にはちょっと無理かもと思ってしまい、進路に迷っていたところ、その時に好きだったアーティスト、超特急のコンサートに行ったんです。私は北海道の帯広出身なのですが、できるだけ大きな会場でのコンサートを体験したいと思い、東京の代々木第一体育館へ足を運びました。その時、会場で働くスタッフさんがパッ

と目に入ってきたんです。「あ、こういう仕事もあるのか」と思って、そこから音楽業界に興味を湧いて、札幌の音楽専門学校に進学しました。

専攻はコンサート企画制作コースでした。学校で開催するイベントを制作したり、実際にJOIN ALIVEなどプロの現場でお手伝いをしたり、授業ではパソコンを使った動画編集も勉強していましたね。入社の際の経緯としては、専門学校講師の方から「ウエスでデスクを募集しているけれど、どう？」と声をかけていただいて、ウエスといったら北海道では最大手ですし、色々な経験ができるのではないかと考えて昨年入社しました。

**林** 僕は中途採用でディスクガレージに2年前に入社したのですが、その前は新卒で入社したホテル業界で働いていました。子供の頃から日常的に音楽には触れていて、コンサートにもよく行っていました。高校の時に軽音楽部に入って、コンサートにも関わっていたので、将来の職業としても意識はしていましたが、親から「大学は絶対出る」と言われていて……自分の調べが甘かったかもしれないのですが、音楽ビ

ジネス、コンサート系に特化した大学が見つからなかったんです。でも、何かしらの職業につながる学部に入ろうと思って、ホテル、接客業関係の大学に入りました。就職も新卒でホテル業に進み、4年くらい経った頃、コロナ禍で一気にホテルの業績が落ちまして、仕事も一気になくなりました。それで今後の人生を考えた時に、失敗しても成功しても、やりたいことは一度やろうと思いました。それで昔からやりたかったプロモーターの仕事に挑戦してみようと思って、ディスクガレージに応募して、転職したという流れです。

もともとメロ・コア系の音楽が好きで、バンドでいえばディスクガレージが手がけているROTTENGRAFFTYやO4 Limited Sazabys、SPARK!! SOUND!! SHOW!!をよく観に行っていたので、一度は違う道を選んだとはいえ、入社できてうれしかったです。**正木** 高校生の時に将来の夢を書く機会があった時、「音楽に関わる仕事」と記したのを憶えています。音楽を聴くのが好きで、漠然とですが音楽に携われたらなあと思っていました。僕は大阪の出身で、大阪の大学に進学してからは、派遣会社を通じてコ



大澤さんが入社したウエスが手がけるRISING SUN ROCK FESTIVAL 2023 in EZO (北海道石狩市・石狩湾新港樽川ふ頭横野外特設ステージ) ©RISING SUN ROCK FESTIVAL.



林さんが入社したディスクガレージが手がける TOKYO ISLAND 2023 (東京都江東区・海の森公園 森づくりエリア)

ンサートスタッフのアルバイトを始めました。大学時代はバイト一筋でしたね。思った以上にハマったといいますか、就職もこの業種しか考えられなくなりました。コンサートの仕事が魅力的だったのは、1からステージをつくり上げて、コンサートを開催して、終了後は撤去して更地に戻すという、一連の流れを体験して達成感を味わえたからだと思います。当時はあくまで1人のアルバイトですけれど、すごくやりきたなという気持ちになれたんです。

コンサートプロモーターに絞って就職活動を進めていく中で、隣の東海エリアのサンデーフォークが新卒募集をしていたので入社することができました。現在は静岡本部・静岡事務所の所属です。

**宮坂** 私も大学の4年間、アルバイト会社に登録して、コンサートの運営会社でバイトをしていたのですが、アルバイト会社の社員さんと夢番地から声をかけていただいて、夢番地・広島オフィスに入社しました。大学の専攻は音楽と全く関係のない学部で、実は他業種で内定をいただいていたのですが、ここで別の道に進んだら二度と音楽業界に関わることはできない、後悔する

なと思って決断しました。コンサートの現場は、基本的な流れは同じですが、毎回出演アーティストが違ったり、出会うお客さんも違うので、一度も同じ感じがないのがすごく楽しかったんです。もともと広島出身でしたし、RADWIMPSが大好きだったので、(RADWIMPSと関わりが深い)夢番地に入れてよかったです(笑)。

**俣野** 自分はもともと公務員一家の家系だったので、堅実な道もあったのかもしれませんが(笑)、逆に全く違う仕事に憧れがありました。高校は地元・佐賀の商業高校へ行って、通常であればそのまま就職する流れになるのですが、卒業して福岡の音楽専門学校に行ったんです。もともとback numberやベリーグッドマンが好きでしたし、コンサート関連のアルバイトもやりまして、福岡ドームやフェスといったキョードー西日本さんの現場を体験しました。それで楽しさを実感しまして、専門学校の求人を見てビッグイヤーアンツに入社しました。

### 現在の仕事、現実とのギャップ

——もともと憧れを抱いていたコンサート関連の仕事に携わることになったわけです

が、入社前の想像とは違っていた点はありませんか。現在、担当している業務についても教えてください。

**大澤** 私はデスク業務の中で会場関係を担当していて、最近は著作権使用料の申請などにも少しずつ関わるようになりました。主に会場押さえが業務ですが、仮払いなど細かいこともやっています。会場については、どこの社も同じだと思いますが、まず仮押さえをしますよね。会場によってはキープできる期限が厳しいところもあり、制作セクションのアーティスト側との交渉に時間がかかって、開催の最終決定が間に合わなかったりしますので大変な面があります。アルバイト時代は私も制作現場にいましたので、制作の仕事もいいなと思ったことはありましたが、いざ自分が担当することも想像すると、私にできるかなと考えてしまって……まずは今の仕事をちゃんとできるようになりたいです。そうすれば他の業務も自分の視野に入ってくるんじゃないかなと思います。

**林** 僕は営業で日々現場に出ています。アーティストやプロダクションの方々に対するケアが重要なことはもちろん入社前か

ら分かっていましたが、いざ現場に出ると目を配らなくてはいけない範囲が想像以上に広いことに気づきました。スタッフやアルバイト、会場側など、色々なところを気にかけて、トラブルが起きないように、何かあったらすぐ対応できるように、アンテナを張る必要がありますね。

**正木** 僕も日々現場に出っていますが、アルバイトの体験から大変であることはある程度理解していて、入社前とのギャップはなかったんです。想像を超えていたのは、コンサートが毎日のように開催されているのは東名阪、あるいは5大都市だとイメージしていたのですが、静岡もものすごい量の案件があって(笑)。とにかく1日中バタバタしていますね。制作の意向と会場のルールの狭間で調整したり……現場ではいつも「ちょっとお待ちください」と言っています(笑)。

担当しているエコパアリーナ(静岡アリーナ)では今月だと3本の公演があります。ツアーの初日公演がすごく多いんです。そうなるトリハーサル日とゲネプロ日が加わって、仕込み2日の本番2日。トータルで5日間ということもありますので、月に半分くらいはエコパアリーナにいます(笑)。土



正木さんが入社したサンデーフォークプロモーションが手がける FUNDAY PARK FESTIVAL 2022 (静岡県浜松市・渚園)



宮坂さんが入社した夢番地が手がける WILD BUNCH FEST. 2023 (山口県山口市・山口きらら博記念公園)

日はホール、平日はライブハウスもあって……体力的にも大変ですし、責任の範囲も広いので、自分でそれを抱えられるか不安だったんですが、それでもやっぱり現場の仕事は楽しいんです。高い壁を乗り越える必要があっても、今の仕事がいいんですね。**宮坂** 私はまだ入社して1ヵ月ほどなので、現場は担当していますが、まだ担当アーティストは持っていません。アーティスト担当に付いて色々教えてもらいながら、現場の仕事を学んでいる段階です。もともと想像していたコンサートプロモーター業は、毎日ずっと現場に出ずっぱりというイメージだったのですが、思ったより平日はデスク業務も多くて、食事やタクシーの手配などを社内で準備してから現場に出るという感じなので、そこは少し意外でした。

広島オフィスでは20年ぶりくらいの現場の女子新入社員になるのですが(笑)、女性だから、男性だからというより、やりたいことをやりたい、自分のできる仕事を増やしたいと思っていますし、会社もそう考えてくれていますので、先輩に教えていただきながら、がんばっています。先輩の方でも年齢は関係なく、新しいアーティストや音楽

の情報を共有したり、私がリアルタイムでは聴いていないキャリアの長いアーティストのことを先輩から教えてもらいたいと思いますし、同年代のスタッフがいなくても、そこはそれ程気にはなりません。

**俣野** 僕はアルバイト経験がそれ程あったわけではなく、会社側も初めての新卒採用だったこともあり、何も分からない状態で入社しましたので、先輩方に「これはどうやるんですか?」と聞きながら、探り探り仕事をしています。福岡の仕事だと本数も多いですし、アルバイトチームを含めて色々なスタッフの助けをいただけるのですが、宮崎や鹿児島へ行くと、まだ勝手が分からないところがあって、苦戦することが多いです。最初2ヵ月くらいの研修期間がありましたが、それ以降はもう現場で学ぶしかないという感じです(笑)。例えばマネジメント側の方と制作担当者がいて、マネジメント側にはこういう意図があって、制作担当者はこうやりたいという希望がある。そこをどう汲み取って、現場が形にしていくか……ニュアンスを理解するのは、なかなか難しいところがあります。

## 新人から見たエリア全体の課題

——日常の業務からライブ・エンタテインメント全体、あるいは自社のエリア全体の課題が見えてくることがあれば教えてください。

**大澤** 個人的なことになってしまいますが、今、私はK-POPにハマっているんです。北海道にはK-POPの公演の話が来ることもありますが、なかなか決まるまではいかないようです。集客的に難しい面もあると思いますが、韓国をはじめ海外アーティストの公演も実現させたいという夢は持っています。

**林** もう少しデジタル化を進められないかなとは考えますね。電子チケットは普及してきていますが、まだ紙チケットも必要とされていますし、FAXのやり取りも未だあります。パソコン1台あればなんでもできるという環境になれば、より現場の仕事に集中できるのかなと思います。

**正木** ステージの設営は、基本的に骨組みを組み立てて、バラバラにして撤収するのを繰り返していますが、ステージをそのまま使い回したり、どこの会場にも持ち運べて、簡単に組み立てられるステージみたい

なものができるといいですね。なかなか難しいと思いますが、実現すれば仕込みの時間も短縮できて、採算的にも本当に大きいと思います。

**宮坂** 細かいことなのですが、私の業務の中で公演を告知するポスターの配布が結構な時間を占めているんです。ポスターの宣伝効果も大きいので、大事な業務だと思っていますが、デジタル化する方法も探りたいなどと思います。モニターを利用して、音楽も映像も流せるようになれば、より目を引くとは思いますが。それと広島には音楽専用の会場がないので、音楽専用アリーナができたらいいなという希望はあります。

**俣野** 九州では土日の公演しかお客様が入らない、平日公演がほとんどないという状況を変えていきたいですね。福岡だけ本数が増えている、それ以外のエリアはかなり減ってきているのを実感しています。福岡では1,000人入るお客様が、他の県へ行ったら土日でも500人になってしまう。そこを変えていかないと、アーティストの皆さんに九州ツアーを回っていただけるようにはならないと思いますので、大きな課題だと感じています。



俣野さんが入社したビッグイヤーアーツが手がける OLIVER LAND x THE GREAT SATSUMANIAN FESTIVAL 2023 (鹿児島県日置市・東市来総合運動公園 / 江口浜浜公園)

# 改正障害者差別解消法が施行 「合理的配慮の提供」が義務化

2024年4月より改正障害者差別解消法が施行されることにともない、事業者による障害がある方への「合理的配慮の提供」が義務化されます。これから、障がい者対応のキーワードとなる「合理的配慮」について、18ページ掲載のACPC「障がい者対応セミナー」で講師に解説いただいた内容を、本誌でもご紹介します。(協力:株式会社ミライロ)

## 合理的配慮の考え方

まず「障害」という言葉の意味について、「障害は人ではなく社会の側にある」と考えることが重要です。個人の心身機能ではなく、社会が作り出した障壁を障害の原因と捉えるこの考え方は「障害の社会モデル」と呼ばれます。

その上で、合理的配慮とは、障害があることで生じる、社会にある「バリア」や「不平等」を解消することです。決して、特別扱いをすることではありません。

例えば、ある場所の出入口に段差がある場合、その段差は車いすユーザーのことを想定していない「社会にあるバリア」であり、そのバリアを取り除くのは社会、つまり行政や事業者が取り組まなければならないこと、と考えます。

### 《合理的配慮のポイント》

- ① 障害がある方の要望を聞く
- ② 障害の種類でひとくりにしない
- ③ 決めつけ、押し付けはしない
- ④ 「できない」と断るのではなく、対話をして要望を聞く

## 合理的配慮:対話のNGワード

合理的配慮を提供するプロセスでは、配慮を必要としているお客さまとの「対話」

が重要となりますが、その対話の中で言うてしまいがちなNGワードがあります。

### ① 「もし何かあったら」「安全のため」

➡ もちろん、安全のためや何かあった時に対応できないという理由でご要望に沿えないことはあります。ただ、この言葉だけを言われてしまうと具体的にどのような危険があるのかが分からず、一方的な決めつけと捉えられてしまいます。

### ② 「特別扱いはできません」

➡ 合理的配慮の提供は、特別扱いをすることではありません。障害があることでサービスを受けられない方に対し、同じようにサービスを受けられるようにすることが合理的配慮です。

### ③ 「前例がない」「マニュアルにない」

➡ これらは、そのお客さまを想定していないことを伝えているに過ぎず、その言葉自体が社会に存在するバリアになってしまいます。

いずれも、この言葉だけで終わらせないことが重要です。

目の前の方の困りごとをどうやったら解決できるか、お申し出にどこまで応えられるか、「建設的な対話」を行い何ができるか検討しましょう。

## 建設的な対話の進め方

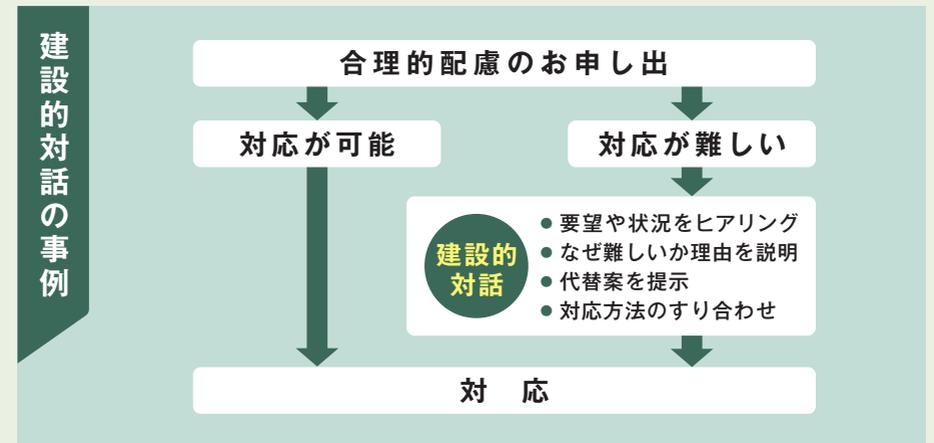
では、「建設的な対話」とは、どのように進めたら良いのでしょうか。

お客さまから合理的配慮を求められたら、対応できる場合はそのまま対応すれば良いですが、場合によってはその対応が難しいこともあります。その際に、「規則なのでできません。」とすぐに断ると、合理的配慮の不提供ということになってしまいます。

そこで、「建設的な対話」が必要です。まずは、お客さまの要望や状況を聞いた

あと、なぜ対応が難しいかの理由を説明します。そして、そのあと代替案を提示することが重要です。対応可能な範囲で、できることを提示しましょう。その後は、具体的な対応方法のすり合わせを行います。事業者の対応可能な範囲と、お客さまの要望が合致する方法を対話の中で探だし、実際に対応を行います。

この「建設的な対話」が無いままに、断って終わり。ということはやってはいけません。合理的配慮の提供に「建設的な対話」はセットだと認識しておく必要があります。



### コンサート会場における合理的配慮の例

#### 肢体不自由者の困りごと例

- ・ 入口に段差があり会場に入れない
- ・ 階段に手すりがなく移動しにくい

**配慮の例** スロープへの経路案内、段差を昇り降りする時のサポート、手すりのある経路案内

#### 聴覚障害者の困りごと例

- ・ 口頭で案内される内容が分からない

**配慮の例** 掲示などにより文字情報で案内する、筆談や口話での対応

#### 視覚障害者の困りごと例

- ・ 列が進んだことに気付かない
- ・ 売られている物が確認できない

**配慮の例** 前に進んでいることを声を誘導する、声での商品説明、触れる見本の提供

#### 発達障害者の困りごと例

- ・ 開演までの待ち時間が辛い

**配慮の例** 会場周辺で待機できる施設を把握し案内する、事前に情報を発信する

## 障がい者対応セミナー、3都市+オンラインで開催

ACPCでは、2023年11月の人材育成研修会（本誌50号に掲載）に続き、2024年3月に東京・名古屋・大阪の3都市及びオンラインにて、株式会社ミライロより講師を迎え、「障がい者対応セミナー」を開催しました。

コンサートやイベント会場に多様なお客さまをお迎えするための基本的な考え方について、講義とグループディスカッションを通じて学び、人材育成研修会を含めると約900名が、受講の認定証である「ユニバーサルマナー検定3級」を取得しました。

### 開催概要

#### 【内容】

- ・障がい者対応の基礎講座「ユニバーサルマナー検定3級」(民間資格取得講座)
- ・「合理的配慮」の考え方について、ライブ・エンタテインメント業界向けの解説

#### 【対象】

ACPC正会員社、賛助会員社、関連団体加盟社の役員・従業員

#### 【開催地・日程】

- ・大阪①：2024年3月5日(火) 14:00～
- ・大阪②：2024年3月6日(水) 14:00～
- ・東京①：2024年3月21日(木) 11:00～
- ・東京②：2024年3月21日(木) 14:15～
- ・名古屋：2024年3月26日(火) 14:00～
- ・オンライン①：2024年3月28日(木) 11:00～
- ・オンライン②：2024年3月28日(木) 14:15～



大阪会場でのセミナーの様子。

生まれつき視覚に障害がある講師の原口淳さんは、ACPC会員社が運営するコンサートに何度もご来場されており、ご自身の体験談も交えながらお話いただきました。

## ACPC関西支部会発 関西地区のアリーナ建設計画に関する声明

今年2月15日、ACPCホームページにて関西支部会の上田博之会長より声明が発表されました。関西のライブ・エンタテインメント市場の現在と未来を左右する非常に重要な内容ですので、本誌でも改めて掲載いたします。また、この声明文で語られている問題が、関西のみならず全国で顕在化している現状も補足いたします。

コロナ禍以降、様々なエンタテインメント公演の急激な復活により、コンサート開催公演数としては過去最高ともいえる規模となり、それに伴い大規模公演も増加しています。

しかしながら実態として、首都圏に集中且つ限定されているのが実情です。その理由の一つとして、首都圏のみに新アリーナ建設・開業が集中していることに他なりません(2030年迄には10,000席規模の会場が15施設開業となる予定)。

対して関西圏の大規模会場施設(アリーナ会場)における計画は途中段階を含め、3施設に留まっています。

このままエンタテインメント産業の首都圏一極集中が進行した場合、「大型公演の関西(関西以外地域含む)飛ばし」が更に加速することは間違いなく、関西のエンタメの衰退を危惧してやみません。

中部地区でも大規模アリーナ計画が進んでいる状況下においては、さらに遅れをとることは否めません。

これら現実的課題により、文化的魅力が著しく低下した関西地区からの若者流出という負の連鎖を全力で回避する必要があります。

### 関西地区大型公演の現状

我々コンサートプロモーターズ協会関西支部会において、今後の大阪、ひいては関西のエンタテインメントおよび文化事業発展の為、現実的且つ確実な建設計

画に着手頂きたいと切に訴えます。

現存する大阪のアリーナは、スポーツ使用を目的として建設された施設であり、しかも、大阪城ホールにおいては、コンサート利用に限らず多くの催事によりスケジュール確保が非常に困難な状況です。

スタジアムに関しましても、あくまでスポーツ施設であることからエンタメで使用できる期間は限られております。

さらに、大型エンタテインメント・コンテンツのほぼ全てが東京ベース発信・主導とされることから、同等の採算規模である10,000席規模公演を関西地区での開催と比べた場合、移動交通費、宿泊費、運送費等の経費増により不採算に陥ります。

よって、更なる大規模収容人数の会場の存在が必須となってくるのです。

関東地区で会場が確保できなかった時代は、関西および地方都市での開催が余儀なくされてきました。

現状として関東地区の大規模会場が十分に確保可能な状況下において、大阪・関西地区における大規模公演開催の是非が検討案件となることが現実に起こっています。

結果的に、エンタテインメントの首都圏一極集中、「大型公演の関西飛ばし」が加速し、日本第二の都市を自負する大阪・関西のコンサート文化が衰退を余儀なくされているのです。

加えて、韓国含めた海外アーティストは、開催計画期間が短いという理由により、関

西では会場確保すら困難な状況にあります。

## 森ノ宮アリーナ建設計画について

現在計画されている森ノ宮アリーナの規模は、13,000人を期待しておりましたが、建物幅が80mに限定され、このままでは10,000席規模と聞き及んでおります。

10,000席以下の規模の施設となった場合、公演の収支・採算は困難となり、積極的な利用が困難な状況となる事を、強く懸念しております。

今後の大阪・関西のエンタテインメントおよび文化事業発展の為、国内外問わず大型コンテンツが実現可能な規模感での建設が必要不可欠であると考えます。

アリーナの償却は60年と聞いており、国際都市である関西でのコンサート文化

を長きにわたり支える意味でも現在における需要にそぐわない規模での建設計画は、必ず避けるべきであると考えます。

森ノ宮アリーナを含め、今後関西圏におけるアリーナ完成時に際しては、利用率7割相当は当協会の会員での実施であると予想されます。

エンタメ業界が活用することで、アリーナの運営計画はより確実であると考えます。

最後に、今後60年間の大阪・関西のコンサートおよび総合エンタテインメント文化事業を支え、音楽を愛するファン達の為、また何より将来を担う若者たちの為にも、今一度アリーナ建設計画の規模において再検討していただき、我々エンタテインメント公演事業者と早期に意見交換会・協議の場を設けていただきたいと思います。

ACPC 関西支部会構成社	
正会員社	賛助会員社
ウドー音楽事務所 大阪支社	株式会社朝日ビルディング フェスティバルホール
梅田芸術劇場	朝日放送テレビ株式会社
キョードー大阪	株式会社アップフロントグループ関西支社
グリーンズコーポレーション	株式会社エフエム大阪
サウンドクリエイター	株式会社FM802
清水音泉	株式会社大阪国際会議場
スマッシュ 大阪事務所	株式会社大阪城ホール
ソーゴ大阪	関西テレビ放送株式会社
ナウ ウエスト ワン	株式会社神戸国際会館
阪神コンテンツリンク	株式会社毎日放送
ページ・ワン	讀賣テレビ放送株式会社
夢番地	

### 「今、必要なキャパ」のアリーナ、ホール不足は全国共通の問題

全国厚生年金会館の閉館、大型アリーナの同時改修、オリンピック・パラリンピック準備・開催期間の施設使用不可……など、これまでも直面してきた会場不足問題。今回はいよいよ全国規模で乗り越えなければならない時期だと感じています。

公演規模の拡大による10,000人規模のアリーナ不足、老朽化等による2,000人規模のホール不足……各エリアごとに違いこそあれ、アーティストや我々プロモーターにとって表現の場が足りなくなっていくことは死活問題であることを自覚して、この問題に取り組んでいきたいと思っております。(田山順一／ACPC 常務理事・ECSA プロジェクトマネージャー)

## 声明発表の背景にある関西ライブ・エンタテインメント市場の現状

※出典が記されているもの以外はACPC 基礎調査データより

### ●約13,000席クラスのアリーナがない

首都圏において、大きさが違う大型会場の建設が2029年に向けて多数進んでおり関西には約13,000席クラスのアリーナがない。

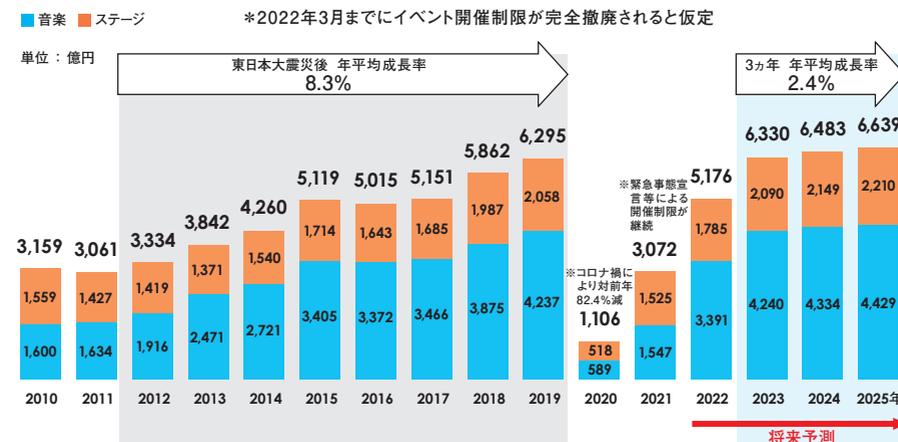
	関西	関東
5000席～6000席	3	3
7000席～10000席	4	7
12000席～13000席	0	4
15000席以上	1	2

### ●拡大する関東首都圏との格差

2023年上半期の大型公演(スタジアム、アリーナ公演)の動員数、公演数の首都圏との差が対2019年と比較して開きつつある。さらに関西におけるコンサート収支構造は、物価が高騰するなか首都圏公演と比較すると1.5倍の経費(アーティスト関係の移動宿泊費、舞台関係の輸送費等)がかさむために大阪城ホール等の8,000席から10,000席キャパでは採算が合わなくなってきており、主催者であるアーティスト事務所が関西公演を敬遠する可能性がある。

### 【ライブ・エンタテインメント市場規模：将来推計】

※2022年3月までにイベント開催制限が完全撤廃されると仮定



※データ出典：びあ総研推計 (オンライン配信市場は推計に含まない)

### 大型公演(スタジアム、アリーナ会場)の関西、首都圏対比の推移

#### アリーナ公演

項目	数値	2019年同対比	全国内シェア
関西	174	97%	18%
首都圏	544	175%	56%

#### スタジアム公演

項目	数値	2019年同対比	全国内シェア
関西	41	100%	26%
首都圏	94	313%	59%

### 関西・首都圏アリーナ比較

関西圏				首都圏						
3	神戸ワールド	39	5,000	3	両国国技館	38	6,000	LaLaアリーナ	2024	10,000
	大阪府立体育館	37	5,000		パシフィコ横浜	36	4,000	トヨタアリーナ	2025	10,000
	舞洲アリーナ	27	6,000		東京国際フォーラム	26	5,000	代々木第一体育館	59	10,000~13,000
4	インテックス	38	8,000	7	武蔵野の森	6	7,000	横浜アリーナ	34	12,000
	大阪市中央体育館	27	8,000		東京ガーデンシアター	3	7,000	有明アリーナ	1	12,000
	神戸埠頭アリーナ	2025	10,000		日本武道館	59	8,500	川崎アリーナ	2029	12,000~15,000
	大阪城ホール	40	8,500		幕張メッセ	34	9,000	さいたまスーパー	23	30,000(18,000)
1	旧万博記念公園	2029	18,000	2	びあアリーナ	3	9,000	Kアリーナ	2023	20,000

# ECSALounge

ECSAの連載ページ「ECSA Lounge」では、新設スタジアム・アリーナを中心に、どのように集客や地域貢献等の施策を行っているか、ECSAの構成因子となる「スポーツ」・「エンタテインメント」・「地域活性化」それぞれの視座を通して“俯瞰”していきます。

## ECASA NEWS 川淵会長、あなぶきアリーナ香川 スペシャルアンバサダー就任

2025年3月にグランドオープン予定のあなぶきアリーナ香川(香川県立アリーナ)スペシャルアンバサダーにECSA会長の川淵三郎が就任しました。2月27日には委嘱式・就任記者会見を香川県にて実施、あなぶきアリーナ香川への期待と今後の展望を語りました。

あなぶきアリーナ香川は、「中四国最大級のアリーナ」として10,000人の収容が可能。サブアリーナと武道施設も併設することで、スポーツ・エンタテインメント・展示会等、多目的使用に対応できる施設仕様となっています。

瀬戸内海に面するサンポート高松の一角に位置し、2024年11月に完成、2025年3月にグランドオープンを迎える予定です。

アリーナができることで生まれる新たな動線を活かし、サンポート高松内の回

遊性の向上、現状にぎわいのある高松駅南側との人流促進等を踏まえた高松駅周辺の活性化に今後期待が高まります。

ECSAからも、川淵会長のスペシャルアンバサダー活動内容や、アリーナ開館へ向けた最新情報を、引き続き発信していきます。

川淵会長挨拶は  
こちらからご覧ください  
※あなぶきアリーナ香川開設準備室  
WEBサイトより



Copyright(C)2021 Kagawa Prefectural Government and SANAA. All rights reserved.

あなぶきアリーナ香川(香川県立アリーナ)パース図面

## 活動報告 Salon de ECSA 年間実施報告

ECSAに関する  
お問合せはこちらより  
※ECSA事務局



今年度より実施を開始した独自セミナー、Salon de ECSA。クローズドのサロン形式から、(一社)日本スポーツツーリズム推進機構(JSTA)との共催セミナーまで、関係各位の連携及び情報共有を図る機会として、登壇者各位のご協力の下、2023年度は4回開催いたしました。

次年度も、引き続きECSAではネットワーク機会及び情報共有の場として当セミナーを開催致します。

実施内容は今後も本コーナーに掲載予定ですので、ご要望のテーマやスタジアム・アリーナに関する情報における関心事項があれば、ECSA事務局までご連絡ください。

### 開催実績一覧

	日程	会場	テーマ	スピーカー	受講者数
00	2023年 4月21日	ACPC 事務局	音楽産業の現状とプロモーター/プロモーターが考えるスタジアム・アリーナ活用	近藤勝彦 (ECSA事務局次長)	13名
01	2023年 5月15日	JSTA 貸会議室	Bリーグ構造改革とアリーナ新設状況について	勝井竜太(ジャパン・プロフェッショナルバスケットボールリーグ事業企画グループマネージャー)	15名
02	2023年 7月21日	IMAGICA 会議室	都市型フェス開催 ～施設の在り方/街の在り方	平山善成(クリエイティブマンプロダクション インターナショナルマーケティング部統括本部長) 大野哲義(クリエイティブマンプロダクション インターナショナルマーケティング部社長室) (モデレーター: 田山順一 ECSAマネージャー/ ACPC 常務理事)	16名
03	2023年 12月4日	IMAGICA 会議室	JSTA × ECSA 共催セミナー 会場での体験価値を高める! スポーツイベントに求められる スポーツプレゼンテーション	高橋義雄(JSTA理事/筑波大学大学院 人間総合科学学術院 准教授) 後藤啓介(元・東京オリンピック・パラリンピック競技大会 組織委員会スポーツ局 スポーツプレゼンテーション部長) 中井秀範(日本音楽事業者協会専務理事)	22名 (オンライン 50名)



# ライブ・エンタテインメントラボ、 研究中

ライブ・エンタテインメントラボが取り組む調査・研究結果のご報告と、  
ライブ産業を取り巻く課題の現状分析を行うページです。

文：長井延裕（ACPC常務理事／ライブ・エンタテインメントラボ副代表）

## ライブ・エンタテインメントの持続的成長に向けて

### 「活況」と「構造的課題」

現在集計中のACPC基礎調査では、2023年通年の動員数が5000万人を超え、市場規模も5000億円超えとなる見込みです（図表1、2／詳細は今後、ACPCホームページ及び本誌次号に掲載予定）。コロナ禍の反動もあり全体の数字としては活況を呈している、ということかもしれません。しかしながら、既に

言われているように、コロナ禍によって顕在化しなかった「構造的課題」が一気に露見しています。本来、時間を十分に掛けて課題を抽出し解決に注力すべきでしたが、コロナ禍によって公演事業機会が失われたため、その作業は停滞しました。

とりわけ、喫緊の課題として、大規模公演（スタジアム、アリーナ、フェス等）の増加に応じる人材・部資材の不足があ

げられます。特に人材においては公演運営・舞台制作に関わる現場作業に従事するスタッフの員数の問題とともに各セクションのリーダーとなる中堅人材の不足が指摘されています。中堅人材の育成には現場実務経験を含め相応の時間を要することは言うまでもありません。

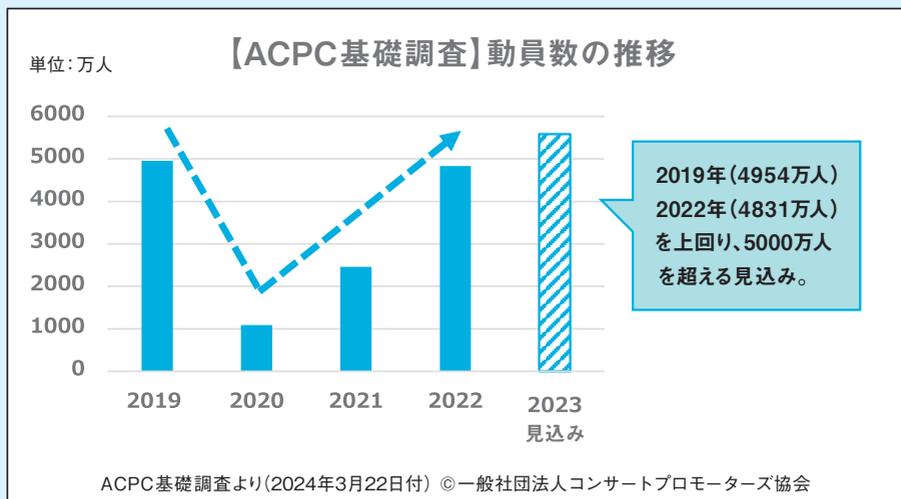
### 定着化から持続的成長へ

フェスティバル形式の公演はその体験価値とメディア価値によって世界的に活況を呈していましたが、今年に入り、アメリカやオーストラリアなどでフェスティバル公演のいくつかが開催中止を決定したことが報道されています。これら中止判断の理由として、上記の人材・部資材不足を背景に開催に係るコストの大幅上昇があること、そしてコスト上昇をカバーするチケット価格設定がお客様の懐に見合わないと主催者が判断したことが伝えられています。

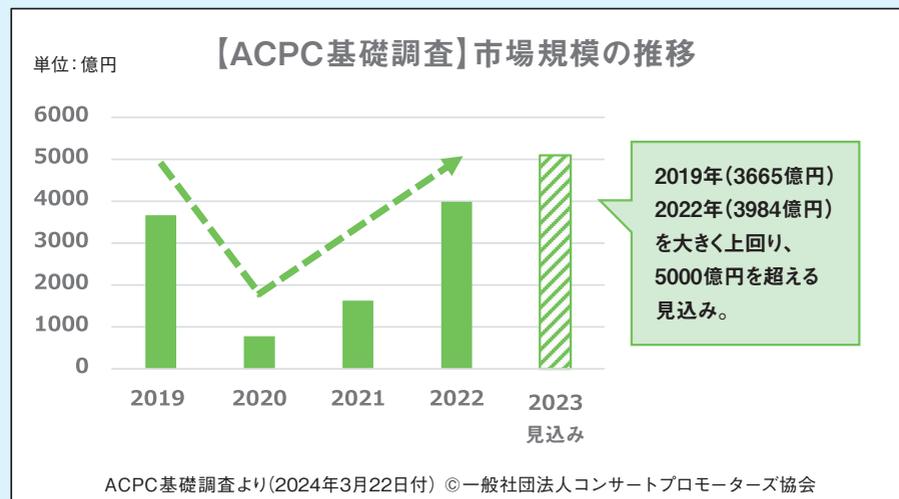
国内においては少子高齢化・人口減の

傾向にあって、現在の活況をいかに定着化～持続的成長につなげていくか、が大きな課題です。その課題を解決するにあたっては「正解」も「前例」もありません。まずは現状を様々な切り口から調査研究を進めて要因分析を行い、ライブ・エンタテインメントに関わる事業者が現状認識を共有し連携して足下の課題に対処すること。同時に、3年後、5年後、あるいは10年後の絵姿をイメージして逆算で対策を準備することが必要と思われる。お客様側の事情、すなわちメディア環境や経済環境の変化によるライブ・エンタテインメントに対するマインド変化の動向を注視しつつ、お客様に投じていただく時間とお金の価値を上回るライブ体験価値を提供していくことには変わりありません。社会状況とともに変化するライブ・エンタテインメントの事業収支バランス、そしてそもそもの需要と供給のバランスについても関係団体と連携し、調査研究を進めてまいります。

【図表1】



【図表2】



## 「FESTIVAL 研究委員会／安全管理ワーキンググループ(仮称)」の設置について

ACPCでは既にお伝えの通り、今とこれからの課題に対処する研究委員会(分科会)をテーマに応じて設置していくこととしています。その一環として、前述の課題をふまえ、「FESTIVAL 研究委員会／安全管理ワーキンググループ(仮称)」を設置することとしました。

今後、コアメンバーによる事務局編成の上、活動内容を絞り込み課題抽出・共有のための現状調査を進めるとともに、意見交換会、個別テーマセミナー等を開催してまいりたいと考えます。

設置目的と活動内容(案)は下記の通りです。

### ● FESTIVAL 研究委員会設置の目的

全国各地でACPC正会員が主催する「FESTIVAL」形態の大規模音楽イベントは、近年、多くの音楽ファンを集める一方で、屋内外に関わらず気候変動による荒天や地震などの自然災害によって公演中断、中止に至る事例が増加している。また、公演数の増加、開催規模の拡大に伴い来場客はもとより公演に関わる事業者も多様化し、会場運営のみならず公演によって提供される飲食物品、サービスに至るまでリスク要因が増加していることは否めない。

これまでのところ各公演主催の会員社の努力によって幸いにして大きな被害は出ていないが、これら現状を踏まえ、本研究委員会を通じて、各地で起こった様々な問題点の共有や様々なデータを収集～活用し、ガイドライン作成等具体的な対策立案と共有化を図り、安全管理・危機管理の標準化をさらに強めたい。そして、地域に根付く持続可能なFESTIVAL文化の醸成と音楽産業の発展、FESTIVALや様々な形態のライブ・エンタテインメント公演による地域経済活性化、次世代に向けたビジネスモデル開発に資することを旨とする。

### ● 活動内容(案)

1. **【情報交換】** 全国各地で開催される FESTIVAL 主催会員社の現場運営担当の事例情報交換の場や機会を作り、課題抽出を行う。
2. **【安全管理・危機管理】** 舞台・会場設営の安全管理、衛生管理など安心安全な FESTIVAL を開催するためのプロトコル(手順)の標準化。
3. **【気候変動対策】** 気候変動の影響による、猛暑での熱中症、ゲリラ豪雨、落雷など様々なリスクが増える中、災害時のガイドラインの作成を行い共有する。
4. **【調査研究】** 経済波及効果や環境負荷測定・対策研究、市場動向、ビジネスモデル開発など。今後、課題抽出を行いつつ調査研究テーマの絞り込み。
5. **【人材育成】** 次世代のオーガナイザーの育成。
6. **【その他】** ライブ・エンタテインメント産業の発展に資する広範な国内外ネットワークの形成。

## 帰ってきた

# TALKING BLUES

Vol. 35

文：鏡 孝彦 ACPC 専務理事  
(グリーンズコーポレーション代表取締役社長)



## この言葉を忘れません。このメッセージを是非!

“仄街のはず～れの～”。言わずと知れた「風をあつめて」です。中学の時によく聞きました～『風街ろまん』。兄貴がこのアルバムとシングル、確か「花いちもんめ/夏なんです」を持っていて。レコードの時代ですから盤面を汚さないように A ⇄ B と繰り返し聴いていました。『新譜ジャーナル』や『guts』という雑誌を立ち読みして、コードを覚えて、ちょっとギター弾いたりしていました。日本語ロック論争なんてのがあった時代でしたね。私は、ロックな「はいからはくち」、好きでした。松本隆さんと会長の対談を私も早く読みたいです。

そして多くの皆様に参加をさせていただいた「障がい者対応セミナー」大阪。講師の方の分かりやすい話でとても充実したセミナーになっていたのではないかと考えております。

まだまだ、学んでいかねばならないこともありますし、各地、現場での対応の事象など、情報を共有し、ACPC

としてのガイドラインなどを作成していても良いのではないかとも思っております。「障害は人ではなく環境にある」。この言葉を忘れません。

さて、ACPC 関西支部会も発足して、約2年が経ちました。上田会長を中心に月1回の定例会議、行政に対しての折衝、会場費支援金の継続、大阪府・市の「大阪国際文化プロジェクト」の企画や「文化庁京都移転記念事業」の制作等、様々な活動を行ってきました。今回、「関西地区のアリーナ建設計画に関する声明」(19～21ページ)を出しました。日本第二の都市を自負している大阪・関西のコンサート・エンタテインメント文化事業発展のためのメッセージです。是非! 一読いただければと思います。

ところで新担当の原さん、セミナーでの名司会、お疲れ様でした。次回から登壇する時のテーマソングが名ゼリフを決めていきましょう!“牡蠣食べば 仄～原裕一郎”

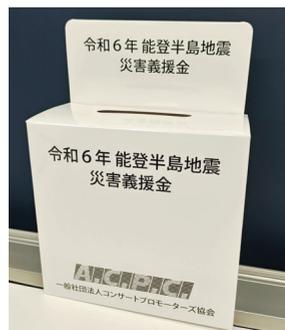
## ▶ 令和6年能登半島地震における支援について

令和6年能登半島地震により被災された皆様に、心よりお見舞い申し上げます。

ACPCでは、この度の災害からの復旧・復興支援といたしまして、全国の正会員が開催する公演の会場にて募金箱を設置し、ご来場の皆様より義援金を募っております。

お寄せいただきました義援金の金額および寄付先は、後日ACPCのホームページにてご報告する予定です。

今後とも、被災地の復興へのご支援とご協力をいただけますよう、お願い申し上げます。



## ▶ 「ハラスメント対策ハンドブック」追加配布希望を受付中

ACPCでは、業界におけるハラスメント対策の一環として、2023年3月に「ライブ・エンタテインメント業界のハラスメント対策ハンドブック」を発行し、正会員・賛助会員を対象に配布いたしました。

改正労働施策総合推進法の施行により2022年4月から全ての企業に防止措置が義務づけられたパワーハラスメントや、セクシュアルハラスメント、妊娠・出産・育児休業等ハラスメントといった「社内でのハラスメント」に加えて、人材確保・定着の観点から近頃さらに注目度が増している「カスタマーハラスメント」について、それぞれ[知識編]と[事例編]で解説しており、会員社の皆様に大変ご好評をいただいております。

新年度を迎え、新入社員や新任役職者向けの社内研修等をご検討されている会員社の方には追加配布が可能ですので、ご希望がございましたらACPC事務局へご連絡ください。



## ▶ 新規加盟社紹介

### ■ 賛助会員

2024年3月入会 (株)ARK NEW / (株)エフエム愛知 / (株)クレリアン  
チケッぴあ名古屋 (株) / 中京テレビ放送 (株) / TAプラットフォーム (株)  
テレビ愛知 (株) / 名古屋テレビ放送 (株) / (株)8823 / 三重テレビ放送 (株)

※正会員退会 (有)アーク / 賛助会員退会 (株)エブリィ・エンタテインメント

※2024年4月1日時点の会員数は、正会員75社、賛助会員131社です。

## 一般社団法人コンサートプロモーターズ協会 行動規範

当会ならびに当会会員社は、自らの公共的使命と社会的責任を常に認識し、音楽コンサートを中心としたライブ・エンタテインメント事業活動を通じて、国民の皆さまに生きる喜びと元気を提供し心豊かな生活に貢献するとともに、我が国の文化芸術、エンタテインメント産業の発展に寄与することを活動の基本方針としております。

その活動方針に基づき、以下の通り行動規範を定めます。いつも心に響く音楽が社会に満ち溢れますように。

- 1 お客様に上質なライブ・エンタテインメントをお届けし、豊かな文化の創造に貢献します。
- 2 コンプライアンスを徹底し、公正中立な団体活動を通じて社会的責任を果たします。
- 3 人権を尊重し、人種や性別、宗教、政治的見解、国籍、社会的地位、出身などに基づく一切の差別を行いません。
- 4 違法行為や反社会的行為に関与しないよう良識のある行動に努め、反社会的勢力を排除します。
- 5 あらゆる形態の強制労働を排除します。また、差別的な言動、暴力行為、セクシュアルハラスメント、パワーハラスメントなどを禁止し、法定の基準を遵守します。

上記は2022年11月14日に開催した理事会にて定められた、ACPCの団体行動規範です。

## ▶ 一般社団法人コンサートプロモーターズ協会 団体概要

コンサートプロモーターズ協会（ACPC）は、音楽を中心としたライブ・エンタテインメントを主催する、全国のプロモーターで構成される一般社団法人です。ライブ・エンタテインメント産業のさらなる発展を目的として、各種の公共事業を実施しています。

当協会は、「社団法人全国コンサートツアー事業者協会」として1990年、コンサート事業者の産業的基盤の確立と、音楽産業の健全な発展に寄与することを目的に設立されました。2011年4月1日付で一般社団法人に移行し、協会名称を現在の「コンサートプロモーターズ協会」に改めました。

2012年以降は様々な諸問題に取り組むなか、会場不足問題を契機にライブ・エンタテインメント議員連盟が設立され、2018年にはチケット不正転売禁止法の成立に至りました。

2019年には「スポーツ界×音楽界」のタグとして、日本トップリーグ連携機構と当協会と新団体の Entertainment Committee for STADIUM・ARENA (ECSA) を設立し、より良いスタジアム・アリーナ環境の整備をめざしています。

2020年以降のコロナ禍では、公演の再開と事業者の支援を目的として国・関係省庁・行政・自治体と協議を行うほか、「音楽コンサートにおける新型コロナウイルス感染予防対策ガイドライン」の策定、音楽関連団体と連携した「Music Cross Aid」基金の創設、ワクチン職域接種、共同声明の発表などを行っています。

ACPCの団体内組織として、本会加盟正会員の招聘プロモーター10社による協力組織、インターナショナル・プロモーターズ・アライアンス・ジャパン (IPAJ) を2021年に設立。2022年には関西エリアの正会員を中心とした ACPC 関西支部会を設立しました。

### 【事業概要】

- 1 [ライブ・エンタテインメント事業に関する調査・研究](#)
- 2 [ライブ・エンタテインメント事業に関する研修会・セミナー等の開催](#)
- 3 [ライブ・エンタテインメント事業に関する教育及び就職支援事業](#)
- 4 [ライブ・エンタテインメント事業に関する情報の収集及び提供](#)
- 5 [ライブ・エンタテインメント事業に関する内外関係機関等との交流及び協力](#)
- 6 [ライブ・エンタテインメント事業に関する知的財産権の維持・管理及び保全](#)
- 7 [ライブ・エンタテインメント事業に関する音楽著作物の使用許諾申請及び楽曲報告等の手続代行業務](#)
- 8 [ライブ・エンタテインメント事業に関する苦情処理及び相談](#)
- 9 [ライブ・エンタテインメント事業に関する各種代行業務](#)
- 10 [その他この法人の目的を達成するために必要な事業](#)

## ▶ コン서트プロモーターズ協会 正会員一覧

（2024年4月1日時点）

### 北海道

(株)ウエス / (株)キョードー札幌 / (株)道新文化事業社 /  
(株)トラスト企画クリエート / (株)マウントアライブ / (株)ミュージックファン

### 東北

(株)エドワードライブエンターテインメント / (株)キョードー東北 /  
(株)ギルドネクスト / (株)ジー・アイ・ピー / (株)ノースロード・ミュージック

### 関東

(株)アイエス / (株)アリノワ. / (有) ヴィンテージロック / (株)ウドー音楽事務所 /  
(株)エアフラッグ / エイベックス・ライブ・クリエイティブ(株) / (株)エニー /  
(株)エル・ディー・アンド・ケイ / (株)オデッセー / オフィス・ゲンキ (株) / (株)キャピタルヴィレッジ /  
(株)キョードー東京 / (株)キョードー横浜 / (株)クリエイティブマンプロダクション / (株)グリーンルーム /  
(株)サンライズプロモーション東京 / (株)スペースシャワーネットワーク / (株)スマッシュ /  
全栄企画(株) / (株)ソーゴー東京 / (株)チッタワークス / (株)ディスクガレージ / (株)テレビ朝日 /  
(株)ネクストロード・プロダクション / (株)バックステージプロジェクト /  
(株)ハヤシインターナショナルプロモーションズ (HIP) / (株)バンダイナムコムミュージックライブ /  
(株)フジテレビジョン / (株)プロマックス / (株)文化放送開発センター /  
(株)ホットスタッフ・プロモーション / (株)ポニーキャニオン / (株)ミュージックリーグ /  
(株)モストプランニング / (株)ヤング・コミュニケーション / (株)ライブエグザム /  
Live Nation Japan (同) / (株)LIVE FORWARD / ライブマスターズ(株) / (株)Lucky FM 茨城放送

### 北陸・甲信越

(有)エフ・オー・ビー企画 / (株)キョードー北陸 / (株)サウンド・ソニック / (株)スーパーキャスト

### 中部

(株)キョードー東海 / (株)サンデーフォークプロモーション / (株)ジェイルハウス

### 関西

(株)梅田芸術劇場 / (株)キョードー大阪 / (株)グリーンズコーポレーション /  
(株)サウンドクリエイター / (株)清水音泉 / (株)ソーゴー大阪 /  
(株)ナウ ウエスト ワン / (株)阪神コンテンツリンク / (株)ページ・ワン

### 中国・四国

(株)キャンディープロモーション / (株)デューク / (株)ユニオン音楽事務所 / (株)夢番地

### 九州・沖縄

(株)GAKUON ユニティ・フェイス / (株)キョードー西日本 /  
(株)ピーエムエージェンシー / (株)ビッグイヤーアンツ (BEA)

### A.C.P.C. navi Vol.51 2024年3月発行

発行人：中西健夫 / 編集人：今泉裕人 / 編集：ACPC 事務局 / デザイン：嘉手川里恵 / 取材・構成：君塚太  
発行所：一般社団法人 コン서트プロモーターズ協会 〒150-0022 東京都渋谷区恵比寿南 1-21-18 恵比寿南ビル  
TEL.03-5768-1731 FAX.03-5768-1732