

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*

©2026 A.C.P.C.

All Japan Concert & Live Entertainment Promoters Conference

WINTER 2026 VOL.58



令和7年度 ACPC 人材育成研修会 特集

中西健夫 ACPC 会長連載対談 第42回ゲスト 川淵三郎 日本トップリーグ連携機構 代表理事会長

A.C.P.C. navi vol.58 刊行のご挨拶

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。

2026年の第1号となる今回は、昨年10月に東京で開催した「令和7年度 ACPC 人材育成研修会」を特集しています。日本トップリーグ連携機構代表理事会長の川淵三郎様との対談では、前例のないことに強い信念を持って取り組まれてきたお話や、「夢を見つけること」の大切さについてのアドバイスから、ご自身の気持ちや今後の歩みを改めて考えた方もいらっしゃるのではないのでしょうか。

同研修会にて開催した複数のセミナーの様相も掲載しています。年々取り上げるテーマも多様化していますが、業界として直面する課題にどのように向き合っていくのか、今一度考えていく必要性を感じています。課題の解決を目指すにあたり、情報共有や意見交換の場を設けることの重要性も、これまで以上に高まっています。研修会に限らず、本誌の企画などにおいても会員社の皆さま同士が交流できる機会を今後も創出していきたいと考えています。

また、今号のオンライン座談会では、宣伝・広報業務を担う4名の方にお集まりいただきました。日々の業務の中で感じているやりがいや、課題に対する取り組み方へのお話を通じて、新たな気付きや共感を得られるのではないのでしょうか。

今年は60年ごとに巡る「丙午(ひのえうま)」にあたり、火の力が重なる干支としてエネルギーに満ち溢れる年になると言われています。エネルギーを集結させて、皆さまと共創しながら駆け抜けていけることを願い、第58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



2 VOL.58 刊行のご挨拶 中西健夫 ACPC会長

4 令和7年度 ACPC 人材育成研修会報告

中西健夫会長連載対談

第42回ゲスト＝川淵三郎（日本トップリーグ連携機構 代表理事会長）／
TOYOTA ARENA TOKYO 会場視察／共通セミナー・懇親会／
選択セミナー／参加者の声

18 連載 伊神が行く! HOMETOWN ENT.NIGHT&DAY

伊神悟 ACPC 副会長 第7回＝中国・四国

福山貴大、黒川智彦、銅山聡紀、東田真二、角口七月（キャンディープロモーション）× 江戸安延、
迫田遊馬、田中櫻子、田中真央（デューク）× 槇尾圭祐、味岡奈那（ユニオン音楽事務所）× 大山高志、
一木恒太、大歳太一、宮坂真里菜（夢番地）

24 オンライン座談会 宣伝・広報担当者座談会

菅原茉由（ジー・アイ・ピー）× 金光奏音（エイベックス・ライブ・クリエイティヴ）×
三木要（エル・ディー・アンド・ケイ）× 高槻真奈美（サウンドクリエイター）

29 ACPC 基礎調査 2025年上半期結果報告

30 ACPC 寄附講座通信

34 MUSIC AWARDS JAPAN 2026 開催概要

36 ECSA Lounge

37 連載コラム 「帰ってきた TALKING BLUES」

鏡 孝彦（ACPC専務理事）

38 navi ARENA

令和7年度 ACPC人材育成研修会報告

撮影：小山昭人(FACE)

2025年10月27、28日の2日間、ACPC人材育成研修会が開催されました。会場となったのは、同年10月にオープンしたばかりのTOYOTA ARENA TOKYO。TOYOTAグループのトヨタアルパルク東京株式会社が運営、B1リーグ東地区に所属するプロバスケットボールクラブ、アルパルク東京のメイン・ホームアリーナとして使用され、すでにコンサートも数多く行われています。さらに MUSIC AWARDS JAPAN 2026 も同会場で開催されることが発表されており、ライブ・エンタテインメント業界全体から注目されているこのアリーナに、全国会員社から過去最高の約300名が集まりました。会場の視察だけでなく、日本トップリーグ連携機構の川淵三郎代表理事会長と中西健夫ACPC会長の連載対談、共通セミナー、懇親会、選択セミナー（懇親会、選択セミナーの会場は品川プリンスホテル）などが行われました。



中西 ACPC 会長連載対談

Vol.
42

ゲスト

川淵三郎

一般社団法人
日本トップリーグ連携機構代表理事会長

スポーツと音楽の共創を目指して
走り出した2人の8年後の「答え合わせ」



川淵三郎

Saburo Kawabuchi

一般社団法人日本トップリーグ連携機構代表理事会長

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

撮影：小山昭人(FACE) 収録日：2025年10月27日



成功するわけがないことを実現させるために強い信念を持ってほしいと思います。

川淵三郎

日本トップリーグ連携機構代表理事会長

ここ数年のACPC人材育成研修会では、本誌の連載収録を兼ねて中西会長対談が行われていますが、今回登壇いただいたのは9競技12リーグの国内トップリーグが加盟する日本トップリーグ連携機構の川淵三郎代表理事会長です。この連載対談に川淵会長をゲストとしてお招きするのは、2017年の32号以来になります。当時から2人はスタジアム・アリーナの未来を語り合っていました。2019年3月に日本トップリーグ連携機構とACPCは一般社団法人Entertainment Committee for STADIUM・ARENA(略称ECSA/エクサ)を設立。以降、状況は大きく進展しました。スタジアム・アリーナ時代を象徴する会場の一つであるTOYOTA ARENA TOKYOで行われた「8年後の対談」は、あの時のビジョンが実現しつつあることが示され、さらなる夢も語られる「答え合わせ」のような内容になりました。また川淵会長よりコンサートプロモーターへの熱く、貴重なアドバイスもいただきました。

「11トン車」から始まる黒字化

中西 今日会場であるTOYOTA ARENA TOKYOをはじめ、Bリーグのクラブのフランチャイズになっているアリーナを、我々が

普通にコンサートで使用できるようになった一番の突破力、推進力になってくださったのが川淵さんです。川淵さんの日本トップリーグ連携機構とACPCが、スポーツと音楽の垣根を越えてECSAという団体をつくり、「体育館」的なものではない「アリーナ」の設立を目指して話し合い、Bリーグに参加するためには5000人以上収容のアリーナの確保を条件とするなど川淵さんがレギュレーションを詰められて実現したわけですので、改めてお礼を申し上げたいと思います。

川淵 いえいえ(笑)。そもそものスタートは、東京2020オリンピックに向けて、バスケットボールの会場として有明アリーナを建設する予定があったにもかかわらず、東京都の中で反対する動きが起きたことです。無駄な予算を使うな、バスケットをやるなら横浜アリーナでいいじゃないかと。僕は東京に素晴らしいアリーナができることが、オリンピックを開催する意義の一つだと思っていましたから本当に頭にきました(笑)、アリーナのことを調べたんです。それまではアリーナの経営がどうやって成り立っているのか、正直あまり知りませんでした。要はスポーツのための会場をつくってほしいという思いだけだったので、経営のことまでは考えていなかったわけで



我々がアリーナを使用できるようになった一番の突破力、推進力が川淵さんです。

中西健夫

コンサートプロモーターズ協会会長

す。ところが調べてみると、例えば代々木第一体育館は年間、スポーツで使われているのは約100日で、エンタテインメントでは200日以上使われていることが分かった。驚きましたね。「だから代々木第一体育館は黒字なんだ」と。横浜アリーナの前年度の使用状況を見ても、エンタテインメントの利用だけで、大変な黒字になっていました。さいたまスーパーアリーナもそう。エンタテインメントがあってこそ、アリーナは黒字経営できるんだと初めて知りました。そんな時に中西さんの存在を知り、お話するようになったんです。

中西 会見で川淵さんが僕の名前を出して、次の日、週刊誌の記者が家の前にいましたからね(笑)。でも改めて考えると、あの時に川淵さんが怒りの感情だけではなく、冷静に分析して、エンタテインメントがあればアリーナの経営は成り立っていくと判断したからこそ、有明アリーナは誕生したわけです。

川淵 当時、僕は中西さんから色々勉強させていただきました。「アリーナでコンサートをやるためには、11トン車が入ることのできる動線がないと絶対ダメなんです」と聞いて、それからアリーナの建設予定が持ち上がると、「11トン車が入る動線

はあるのか」とチェックするようになりました。北海道日本ハムのエスコンフィールドに行った時も、地下に11トン車が通れる広い通路があって、さすがだなと思いましたね。

中西 コンサート関係者からすると、川淵さんの口から「11トン車」という言葉が出ること自体が新鮮です(笑)。

川淵 11トン、11トンって、何度も中西さんから聞きましたから(笑)。

中西 すみません、11トン車の話を川淵さんに刷り込んだのは僕でした(笑)。でも、エンタテインメント関連の用語を僕らが口にするより、川淵さんが発言されたほうが、はるかにインパクトがあるのも事実です。それが「体育館からアリーナへ」という時代の流れを生むことにつながり、Bリーグの理念ともびつたり合ったわけですね。

「5000人のアリーナ」の第一歩

川淵 基本的にプロスポーツは、観客動員がすべてなんです。お客さんに観に来ていただけてこそ、スポンサーが集まり、さらに多くの人々に夢を与えることができます。Bリーグ立ち上げ当時のバスケットボールの状況は、最高の収容人数でも3000人くらいの体育館で、「土足厳禁」「物販禁止」

という会場で試合を行っている例がほとんどだったんです。こんな状況でプロとして成功できるわけがないじゃないですか。だから「もしプロとしてやるなら、5000人収容できるアリーナが必要で、Bリーグに参加するためには、5000人のアリーナを確保できるクラブしか認めない」と言ったのですが、当時はほとんどの関係者が「なにをバカなことを……」という顔をしていました。それで「初めにアプローチすべきは、体育館を貸してくれるように頼みにいく教育委員会ではなく、市長とか知事とか、その体育館を持っている地方自治体のトップだ」と話しました。「市長に会って説得しよう、僕も同席して説得するから」と。中西さんにも相談しながら「体育館という呼び方は使う人の立場の言葉であって、観客のことをまるで考えていない。観る人の立場からするとアリーナ。アリーナをつくるために、市長も協力していただけたら、絶対にプラスになります。我々も必ず地域社会のためにバスケットボールを通じて努力していきます」と説得を始めたんです。結果的に京都と滋賀と奈良の3つのクラブが動き出して、「そういうことならばつくりましょう」という方向に進みました。その後、独自に動いてくれたクラブも増えて、1ヶ月後、20の市長さんが「5000人収容のアリーナをつくります」と言ってくれたんです。

中西 最初にアリーナの計画が出たのが20を超える数でしたよね。まだ全部は建設に至っていませんが、当時の川淵さんの行動力が我々コンサートをやる立場にとっても救世主になったのだと思います。

川淵 Jリーグを立ち上げた経験から、自分自身は確信を持ってやっていましたが、アリーナを立ち上げる過程で自信を持てるようになったのは、ちょうど10年前です。

トヨタに行った時、会議の最中に豊田章男会長がサプライズで参加してくれて……「川淵さん、東京オリンピックが終わったら、フジテレビの横の敷地にアリーナをつくりますから安心してください」と約束してくれた時です。

中西 そうでしたね。ここ、TOYOTA ARENA TOKYOができた場所は、もともとZepp Tokyoというライブハウスがあった場所なんです。

川淵 10年後、その時の約束を守ってくれて本当にうれしかったし、Bリーグの設立に向けた流れが大きく動いたと思います。

中西 Mr.Childrenの東京ドームでのライブにお誘いしたこともありましたが、メンバーの桜井(和寿)さんが大のサッカー好きだということもあってお誘いしたのですが、川淵さんがドームで「なるほど」とおっしゃったのが、物販スペースを見学した時でした。「これはすごい。スポーツ界にはない」と。

川淵 エンタテインメントは、入場料で潤っているものだとばかり思っていたのですが、実は物販の利益が大きいと知りました。商品を幅広く揃えて、どういうものが売れているのか、その日の売上をすぐにデータ化して、中国へ発注すると聞いて、その緻密さに驚いたんです。音楽業界のビジネスはもっとアバウトなものだと思っていたのですが……(笑)。

中西 ライブマーケットが高まっていくにつれて、物販の比重が高まってきて、まさにマーチャンダイジングといえますか、データを優先して一番売れるいいものをつくるようになっていきました。確かに物販は音楽業界のほうが進んでいたかもしれませんが、今のBリーグの試合を観ると、僕らが学ぶべきところもたくさんあります

よ。会場のムードは音楽イベントに近いですから。音楽がガンガン鳴っていて、DJが盛り上げているあの雰囲気を経験すると、音楽との相性の良さを感じます。

前例なき成功を目指して

川淵 僕がJリーグやBリーグを立ち上げるにあたって、原点になったのは「コペルニクスの転回」という言葉なんです。カントの『純粹理性批判』という本に出てくる言葉なのですが、要するにこれまでの主張から客観と主観を逆転させて、まるで違うことをやるという意味なんです。物事をとことん考え抜いても解決できない時、僕も180度考え方を変えてみようと思うんです。たとえ常識に反したとしても、考え方を変えることによって、新しい切り口を開こうとするんです。

中西 確かにいつも逆風からのスタートだったわけですね。

川淵 今日、皆さんにこれだけは言いたいと思うのは、僕がJリーグをつくる時に「時期尚早だ。前例がない。成功するわけがない」と言われたように、皆さんが会社の中で「新しいことをやりたい、面白いことをやりたい」と考えたとしても、「今のままでいいじゃないか」「そんなことまでやる必要はないよ」と言われるかもしれない。でも、前例がないのは当たり前でしょう。前例がないことをやろうとしているのだから。時期尚早、絶対成功するわけがないことを実現させるために、ぜひ強い信念を持って前へ進んでほしいと思います。最初から成功することが分かっている道なんて、あるわけないんです。Jリーグをつくる道なんて、どこにもありませんでしたし、どういうふうに進めばいいか想像もつかなかったけれど、一生懸命に学んでいるうち

にストーリーが少しずつ見えてきたんです。夢を見つけることは難しいけれど、夢を見つけることが、皆さんのこれからの人生の一番大事なことかなと思います。

中西 最高のアドバイス、ありがとうございます。僕も夢を見つけるようにします……といいますが、まだ夢はたくさんあります(笑)。

川淵 まだ僕も夢を見ています。



2人は背後にあるTOYOTAの次世代モビリティ、パレットリーEV [e-Palette]に乗って登場

PROFILE

川淵三郎 かわぶち・さぶろう

1936年生まれ。大阪府三国丘高校からサッカーをはじめ、早稲田大学から古河電工で選手生活を送る。1964年の東京オリンピックなど、日本代表として国際Aマッチ26試合出場、8得点。現役引退後は、古河電工監督、日本代表監督などを務める。91年にJリーグ初代チェアマンに就任。2002年からは日本サッカー協会会長(キャプテン)に就任し、2008年まで同職。またBリーグ初代チェアマン、日本バスケットボール協会会長を経て、2016年からはエグゼクティブアドバイザーに。現在、日本トップリーグ連携機構代表理事会長、ECSA代表理事会長などを務める。2005年にAFCアワード・ダイヤモンドオブアジア賞、2006年にFIFA功労賞、2009年に旭日重光章、2015年に文化功労者、2023年に文化勲章。

※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。

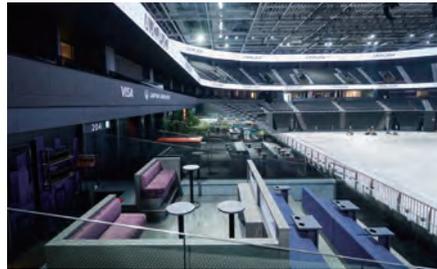


TOYOTA ARENA TOKYO 視察

今年度の人材育成研修会は、例年通り中西健夫会長の開会の挨拶からスタート。続いて田山順一常務理事がACPC事務局を紹介、各スタッフが登壇し自己紹介しました。全体の進行を務めたのは事務局・押田舞奈美。林洋輔アリーナ事業部部長、棚橋諭アリーナ事業部 事業推進室 グループマネージャーをはじめトヨタアルパルク東京のスタッフの方々に、TOYOTA ARENA TOKYOの設備やホスピタリティ、コンサート利用の現状などの説明を受けた後、参加者は会場の視察へと向かいました。



進行を務めたACPC事務局の押田舞奈美、ともに研修会を担当した齋藤裕太



JAPAN AIRLINES TERRACE SUITE
客席に広がるテラススペース、個室空間ともつながる



SUB ARENA
主催者が希望すればメインアリーナと同時利用可



SUITE
16部屋3タイプの部屋を用意、ビュッフェコースも提供



日本ハウズイング FAMILY ROOM
子ども向けのプレイスペースを備えた観戦空間



PLAYERS LOUNGE
選手の入退場を間近で見ることができるラウンジ



PVC レザーシート
1万席すべてがポリ・ヴィニール・クロライド・レザーシート

共通セミナー

「ライブ・エンタテインメント業界に求められる危機管理とは～感動の裏で起こる“想定外”とSNS時代の対応力～」

講師：横川夏菜 (SOMPOリスクマネジメント株式会社)



嘘をつかない、隠さない、逃げない

ライブ・エンタテインメントを運営する立場であるコンサートプロモーターにとって、SNS時代のリスクとはどんなものがあるのか。いわゆる「炎上」は、なぜ起きるのか。どうすれば防げるのか。起きてしまったらどうすればいいのか。実例を挙げてのレクチャーだけではなく、参加者が自分で考える「個人ワーク」「グループワーク」を交えて、セミナーは進行していきました。

エンタテインメントは楽しいものであり、コンサートはきちんと運営されて当たり前——お客様の「期待」「共感」「拡散性」が高い業界だけに、「想定外」のリスクが起こり得る可能性の高さが冒頭で指摘され、表面的な対応で沈黙化をはかるより、根本的な対応と事前の対策をとることが大切との考え方が示されました。

「個人ワーク」では、各社の危機管理体制をチェック（2名以上のチェック体制はあるか、報告・連絡フローはあるか、モニタリング手段は備わっているか等）。「グループワーク」では、会場の混雑への不満が投稿され、それがメディアで拡散した際の対応をディスカッション。それ以外にも参加者の自発的な発想を促すプログラムが続き、その上で、危機対応は「とにかく早く、もれなく報告」「（それがたとえ炎上まで至らなくても）結果は問わない」ことが重要であり、とりわけ外部対応の基本姿勢は「嘘をつかない、隠さない、逃げない」ことが原則であると導き出されました。最後に前もって受け付けた参加者からの質問にも、講師の横川さんが答えてくださいました。

懇親会 ボウリング大会～食事会

会場を品川プリンスホテルへ移し、同ホテル内ボウリングセンターの2フロアにて、より親睦を深めるためのボウリング大会が行われました。気持ちの良い汗を流した後は、フードコート品川キッチンにて食事会。鏡孝彦専務理事による乾杯の音頭に始まり、歓談が続く中、ボウリングのスコア上位者だけではなく、出席していたACPC役員それぞれから各賞と豪華商品が贈られ、伊神悟副会長の挨拶で中締めとなりました。



選 択 セ ミ ナ ー 1・A

「組織成果」と「個人のモチベーション充足」の両立

「パスワードに惑わされない、人事の本質的な考え方」

講師：白木俊行（株式会社リンクアンドモチベーション）



株式会社リンクアンドモチベーションの白木俊行さんを講師に迎え、専門的で説得力があるように見えながら、定義が曖昧なまま広がるパスワードに流されず、本質を見抜く重要性についてお話いただきました。

白木さんは「組織成果」と「個人のモチベーション充足」を両立させることが企業経営における普遍的なテーマであるとし、「One for All, All for One」という考え方を軸に「女性活躍推進」「ワークライフバランス」「働き方改革」などを例に、それぞれの背景にある本質に切

り込みました。

特に「働き方改革」については、労働時間が減少する一方で働きがいが低下している現状を示し、働きがいの向上と従業員エンゲージメントの重要性を指摘しました。

後半は事前アンケートを基に、「年齢差のある同僚・部下とのコミュニケーションの取り方」などの共通課題をテーマにグループディスカッションを実施。参加者同士で現場の工夫や課題を共有し、本質的に考え続けることの大切さを再認識する機会となりました。

選 択 セ ミ ナ ー 1・B

フェスが抱える課題を共有し、解決を目指すために

「2025年フェスの振り返りおよび課題に関して」

登壇者：若林良三（ACPC常務理事／株式会社ウエス取締役副社長）／横山和司（ACPC常務理事／株式会社ホットスタッフ・プロモーション代表取締役社長執行役員）／長井延裕（ACPC常務理事）※写真左より



ACPC 会員社が開催しているフェスの担当者から、事前に受け付けたアンケート（検討すべきテーマと質問）を総覧しながら、フェスティバル研究委員会のメンバーとともにディスカッションする形式でセミナーは進行。まず若林常務理事より、フェスティバル研究委員会が立ち上がった経緯と目的が説明され、横山常務理事からは「全国のフェスの担当者が困っていること、困っていないこと（こうしたらうまくいった……など）の共有」という今回のセミナーのねらいが語られました。長井常務理事からは各フェスが地域に大きな経済波及効果をもたらしている現状が指摘され、ACPC では FUJI ROCK FESTIVAL、SUMMER SONIC、RISING SUN ROCK FESTIVAL in EZO について調査を進めていることが報告されました。

フェス担当者（グループリーダー）とともに意見交換された課題は、気候変動・自然災害対策、熱中症対策、観客同士のトラブル（ダイブ、モッシュ禁止の徹底）、人件費から宿泊費、コンサート保険料、円安が続く中での海外アーティストの出演料に至るコストの高騰、野外・屋内開催のメリット／デメリットと日程設定（新しいフェスを企画している社からの質問）、地方開催フェスへの動員の難しさ、インバウンド対策などでした。また、近年対策が急がれる会場近辺にクマが出た場合の対応も話し合われました。フェス担当者の発言を聞きながら、3人の常務理事からは「スタンダードな年間スケジュール設定（夏はフェス～秋は単独ツアー）のアーティスト側との再検討」「音楽ジャンルが広がる中の各フェスの独自性」への意見も出されました。

選 択 セ ミ ナ ー 2・A

実効性ある「チケット不正転売禁止法」にするために

「チケット転売対策のトレンド、今さら聞けない！チケット不正転売禁止法とは？」

講師：石川篤（チケット適正流通協議会／株式会社ディスクグレーズ常務取締役）

「著作権申請／基礎調査について」

登壇者：宮本佳奈、鬼頭隆生（ACPC事務局）※写真左より



本セミナーは2部構成で実施。第1部で講師を務めてくださったのは、チケット適正流通協議会の石川篤さん。

2019年6月に施行された「チケット不正転売禁止法」に触れ、不正転売を法に基づいて取り締まるために必要な「特定興行入場券」の要件として、販売時に「無断有償譲渡禁止」を明示し、その旨を券面にも記載することや購入者・入場者情報の取得、券面への表示事項などに関して事例や留意点を交えながら解説していただきました。



第2部では、ACPC事務局より2名が登壇。はじめに鬼頭隆生より「基礎調査の概要」を説明し、各種報道・政府・関係省庁や自治体との協議、また社会的認知の向上および支援策の拡充に繋げるために重要なデータである点を解説させていただきました。

続いて、宮本佳奈より2000年10月にACPCとJASRAC間で締結された「団体協定」の歴史や内容、運用規則と遵守事項を説明し、今後の理解と協力をお願いをもって締めくくりました。

選 択 セ ミ ナ ー 2・B

「人が財産」の業界の未来をともに見据えて

「ライブ・エンタテインメントの未来を支える労働環境整備！」

長野真悟（日本舞台技術スタッフ団体連合会副理事長／日本コンサート舞台監督連合会専務理事／株式会社クリエイティブ大阪代表取締役社長）／山下雅也（日本舞台技術スタッフ団体連合会副理事長／美術大道具連合会会長／日本ステージ株式会社代表取締役社長）／小崎滋之（日本舞台技術スタッフ団体連合会専務理事／イベントサポート技術向上連絡会会長／株式会社ライブパワ－代表取締役社長）／田山順一（ACPC常務理事／株式会社ブルーモメント代表取締役社長）※写真左より



冒頭に日本舞台技術スタッフ団体連合会（スタッフ連合会）の小崎専務理事より、同団体の成り立ち（舞台監督、設営・撤去、音響、照明、美術、特効、映像、電飾、レーザーなどのステージスタッフ関連団体の連合体、ACPCは賛助会員として参加）が説明され、田山常務理事より「ACPCとは関わりが深い団体ですので、これまで以上にスタッフ連合会のことを知っていただきたい」との補足がありました。コロナ禍を経て、働き方改革への取り組みが求められる中で、長野・山下両副理事長の第一声からは「ACPCの皆さんとコンサートの未来を一緒につuckingいきたい」という強い意志が感じられました。プロモーターだけではなく、コンサートに関わるスタッフ全体の課題である人材・人手不

足（公演数の増加に追いつかず、アルバイトの定着率も低下）については、呼称を「アルバイト」から「イベサポ（イベントサポート）」へ変えたり、安全靴の配布の徹底や朝礼の重視、面接の担当者が現場に足を運ぶことなどの対策が報告されました。また、効率のいい舞台設営の追求（別の公演でも連日なら同じステージを有効利用する）についても指摘がありました。ホールが減り、アリーナが増えていることでスタッフのバランスが崩れている（舞台の専門家の間でも会場ごとに得意、不得意がある）といった貴重な指摘もありました。最後に長野副理事長から「この業界は人が財産。経営に携わる者が給与体系を含め労働環境を考えるべき」との総括がありました。

刺激、気づき、新たなチャレンジ

地方にはなかなか見られない施設、全国各地の方々との交流はとても刺激となり新しい気づきに出会える研修会でした。

特に各セミナーのグループワークや懇親会で各社の方とコミュニケーションを取ることで、ライブ・エンタテインメント業界の現状や抱えている課題などを知り、共通している点も多く、同じ業界としての一体感を感じられました。

今回の研修を活かしながら、業務に対して新たなチャレンジをしていきたいと思いました。



伊藤寛和
ウエス

若い世代が学び次の世代に継承

今回の研修会を通じて、イベント業界の根幹を少し知れたような気がしております。

中西会長と川淵会長の対談を拝聴し、コンサート業界の歴史を知ることができたと感じております。長い年月、スポーツ業界とイベント業界を支え、牽引してきたお二人が経験したこと、この経験を経て学び行動に移したことなど、私たち若い世代が学び次の世代に継承すべきことが多く語られた会だったと大いに感じました。

また、普段はあまり関わらない全国のイベンター様たちに出会い、各地の状況、イベントに対する思いや姿勢をお聞きできとても素晴らしい経験となりました。今回の経験を活かし、日本のエンタメ界に少しでも貢献できる人材として成長したいです。



相原樹
キョードー東北

各部署との連携が大切と再認識

全国各地からいらっしゃったイベンターさん、プロモーターさん、事務局さんといった、様々な立場の方々との意見交換ができ、普段会社にいるだけでは得られない経験をさせていただきました。特に「フェスの反省と課題」のグループワークでは、それぞれの立場から見た率直な意見が飛び交い、いろんな見方があるなと感じるとともに、各部署との連携が大切と再認識する時間となりました。ありがとうございました。



加藤聖梧
キョードー東京

各地のフェスの環境や課題の違いを知る

初めて研修に参加し、業界全体の動きを実感する貴重な機会となりました。

特に印象に残ったのは、フェスの振り返りに関するディスカッションです。各地のフェスに関わる方々と、暑さ対策や開催時期の変更など多様な課題について意見を交わし、都市型サーキットフェスに携わる身として、環境や課題の違いを知ることで自分の現場を見直すきっかけになりました。



吉川柚葉
エル・ディー・アンド・ケイ

同じ立場で働いている方々と気軽な意見交換

2日間を通して、とても有意義な時間を過ごすことができました。1日目の中西会長対談では、有明アリーナの誕生秘話を教えていただく中で音楽業界とスポーツ業界との強いつながりを学びました。

また、2日目のセミナー内で実施したグループワークでは、普段同じ立場で働いている方々と気軽に意見交換ができ、社内で議論しているだけでは得られない考え方や意見を得ることができました。2日間で得た知識を今後の業務にも活かしていきたいと思っております。



堀越梨奈
ディスクガレージ

実体験と照らし合わせて考える・感じる・学ぶ

前回は入社1年目ということもあり、ノウハウを吸収することに特化して講義や会話を聞いていましたが、今回は自分が今までやってきたことと照らし合わせながら考える・感じる・学ぶことができたのではないかと思います。特に SNS 等での危機管理に関する講義では、実体験と照らし合わせて本来どのように行動した方が良かったのか再度考えることができました。ディスカッションでは共感できる点や気をつけるべき点など、様々な視点から考えが飛び交い、自分にはなかった視点を改めて知ることができました。

また、ボウリング大会や夕食会では年齢や職歴が同じ方達とグループとなり、苦労話や達成感などの同世代だから話せることを多く共有することができました。普段自分がどれほど成長しているか実感ができずにはいますが、今回の研修会を通して、少しずつ成長していると感じられました。

この度は貴重な会に参加させていただきましてありがとうございました！



佐藤汐里
エドワードライブ
エンターテインメント

多角的な視点から考える機会

初めて研修会に参加させていただきました。アリーナ増加の立役者である川淵会長や TOYOTA ARENA TOKYO の設立のお話から、スポーツの発展との関わりや、会場運営におけるイベントとの両立について学び、大変刺激を受けました。

また、フェスの課題に関する議論では、既に有名フェスのある地域での新規立ち上げ開催の難しさや、環境問題への対応など、多角的な視点から考える機会となり、非常に充実した二日間を過ごすことができました。



村野夕南
ホットスタッフ・プロモーション

仕事へのやり甲斐につながる学び

ACPC 研修会には今回初めて参加させていただき、普段お会いできない他社の方と交流し、内勤の方からは業務の大変なところやモチベーションなどをお聞きできて大変参考になりました。セミナーでは SNS 炎上の対応や著作権申請、チケット転売対策について学び、改めて考える機会となりました。

2 日間を通して仕事へのやり甲斐や新たな気づきを得られ、今回の学びを今後の業務にしっかり活かしていきたいと感じています。



小井谷妃菜
サウンドクリエイター

フェスの在り方、今まで起き得なかった問題

初めて ACPC 研修会に参加させていただきまして色々な影響を受けることが出来ました。

1 日目の中西会長と川淵会長の対談では、アリーナの会場は元々コンサートの為に作られたわけではなく、スポーツ会場として作られた後でコンサートとして使われるようになったと聞いてスポーツと音楽の意外な関係性を知りました。2 日目の選択セミナーでは今後のフェスの在り方や今まで起き得なかった問題について話しあうことができ、とても有意義な時間を過ごすことが出来ました。



前田淳
エフ・オー・ビー企画

夢や目標を持つ大切さ

2 日間の研修会を通して他の会社の方とお話することで、今後取り入れたいことや仕事をする上で大切にしたい心構えなどを学ぶことができました。また、セミナーを受講し、問題が起きた際に即座に対応できるよう、事前に社内で話し合いを行うことが必要だと分かりました。

対談の中での川淵会長のお話にあったように、どういうものを作りたいのかを考え、夢や目標を持って、今後仕事に取り組んでいきたいと思えます。



奥田萌々花
キャンディープロモーション

感動の裏にある“想定外”を忘れない

今回初めて ACPC 研修会に参加させていただき、2 日間で多くの貴重な経験をさせていただきました。

中西会長と川淵会長の対談ではスポーツとコンサートの関係性やスタジアム・アリーナについてなど非常に興味深いお話を聞きました。危機管理セミナーでは、「感動の裏にある“想定外”を忘れない」というポイントが印象的でした。グループワークを通じて得た他地方の方々の考え方などを吸収して、自分のレベルアップに活かしていきたいと思えます。貴重な経験をありがとうございました。



大原拓実
サンデーフォークプロモーション

「感謝」で成り立っている業界

この度は初めて ACPC 研修会に参加させて頂き、ありがとうございました。セミナーを通して多くの方とお話させて頂きましたが、皆様に共通して「音楽で、お客様に笑顔を提供したい」という思いがあり、全員でそれを作りあげているのだと強く実感しました。2-B セミナーでは小崎様から「もっと『ありがとう』を発信していこう」というお話もありましたが、この業界は多くの人々への「感謝」で成り立っていると改めて認識しました。

自分はまだ入社半年のベビーですが、この業界の一員になれた事を光栄に思い、全てのスタッフさんへの感謝の気持ちを忘れずにいたいと思えました。



宮部人輔
ピーエムエージェンシー



伊神が行く!

全国へ行く
地元で語る
Vol.7 中国・四国編

HOMETOWN ENT. NIGHT & DAY



撮影：小山昭人 (FACE) 収録日：2025年12月22日

自身も中部地区のコンサートプロモーターである伊神悟 ACPC 副会長が、全国会員社の皆さんのもとに馳せ参じる連載「伊神が行く!」。お伺いする各エリアのライブ・エンタテインメントをともに考え、時には未来を熱く語り、時には愚痴をこぼし合いながら交流していきます。第7回のエリアは「中国・四国」。多くのアーティストを輩出している広島があり、全国的な人気スポットも豊富。観光地の定番である倉敷や尾道、宮

島の厳島神社などの絶景でも知られる名所・旧跡、瀬戸内海の美しい自然など枚挙にいとまがありません。4社のプロモーターの皆さんにお集まりいただき、プロモーターならではの目線で「今、中国・四国で注目のエリア」「ライブの前後に立ち寄れるスポット」をプレゼンテーションしていただきました。広島のお好み焼き、四国のうどんだけではなく、数々の名物や美味しいお店のレコメンドもいただきました。

キャンディープロモーション



(左から) 福山貴大 取締役 / 銅山聡紀 / 角口七月 / 黒川智彦 / 東田真二 取締役



たどり着いたらカレー汁

「宮島」は「厳島神社」の海に浮かぶ大鳥居が有名ですが、潮の満ち引きで雲気が変わるのが見所です。食事ではやっぱりお好み焼き、一店挙げるなら広島「お好み村」4階の「あとむ」。アーティストの方からも「行きたい」と言われて、打ち上げでも使います。(黒川) 僕は出身が岡山なので、「倉敷美観地区」を特にお薦めしたいです。行かれたことがない方は、ぜひ美しい街並みを見てほしいですね。広島カーブのフランチャイズである「マツダスタジアム」、サンフレッチェ広島の「ピースウイングスタジアム」にも足を運んで、熱く盛り上がる試合を体験してもらいたいです。グルメでは「カレー汁」。飲み歩いて最後にたどり着くのが広島の「新京本店」で、必ずカレー汁で締めています。(銅山)

定番とはいえ「広島平和記念資料館」には足を運んでもらいたいと思います。今はアジアよりアメリカからの観光客で混んでいます、入場が難しい場合は「平和記念

公園」だけでも行ってほしいですね。昼食なら広島の豚骨醤油ラーメン、お薦めのお店は「中華そばつばめ」です。広島カーブの新井(貴浩)監督もお好きなようです。夜は「まど居」。鉄板焼のお店ですが、広島名物のコウネの刺身がタワーになって出てきて、とても美味しい! 鉄板焼では、一箱分のウニとほうれん草を焼いた「ウニホーレン」。ウニは時価なので、頼むのはちょっと勇気がいります(笑)。(角口)

広島のスポットは広島オフィスの誰かが挙げると思い、自分が勤める岡山オフィス近辺では思い当たらず、目を閉じたら鳥根県の「松江城」と「宍道湖」が思い浮かびました(笑)。両方とも鳥根県民会館から見えるんですよね。向かう途中で宍道湖が目に入り、楽屋口から松江城が見えると、ああ、いいところだなあと感じますね。(福山)

宮島の「弥山」は、東京でいえば高尾山みたいに簡単に登れる山で、ロープウェイで山頂まで行けます。絶景なので、インバウンドの方も多いです。(東田)

「お好み村」にはプロモーターのナワバリがある説

広島お好み焼きの聖地として知られるビル「お好み村」。同ビルの中で各社が推すお店は違うのでしょうか? 「どこの会社がよく使う店なのか……なんとなくは決まっています。店が決まっているというより、フロアごとに分かれている場合もあります。基準は味もそうですが、打ち上げで無理を聞いてくれるかどうかかも大事ですね」(黒川)

デューク



(左から) 迫田遊馬 / 田中櫻子 / 田中真央 / 江戸安延



美しい島々、アートの輝き

香川県の「父母ヶ浜」は日本のウユニ塩湖（ボリビア）と呼ばれていて、観光スポットとしても有名です。時間によっては水面が鏡ようになって、空や雲が映るんです。高知の「ひろめ市場」は昔ながらのフードコートみたいな場所で、海鮮もあれば、カレーや餃子もある。とにかくなんでも食べられるんです。おじ様達が昼間からお酒を楽しんでいる横で女子高生が勉強したりしていて、独特な雰囲気があります。(迫田)

うどんは香川だけではなく、四国ならどこでも美味しいんです。レベルが高すぎて、僕の舌ではいつも満足。だからあえて、うどんのお店は挙げずにハンバーガーのお店を選びました。父母ヶ浜にある「BAKE STUDIO OKAZAKI」は、素晴らしい景色と絶品のハンバーガーで心が洗われるような気持ちになります。今まで味わったことのないような調理法で、こんなハンバーガーがあるんだと思いました。それと2025年3月にオープンした「あなぶきアリーナ香川」には、ぜひ足を運んでもらいたいです。外観、内観ともに素晴らしい。国連教育科学文化機関（ユネスコ）が表彰する「世界で最も美しいアリーナ」でベルサイユ賞（最優秀賞）に選ばれています。(江戸)

私が旅行先で初めて「ここに住みたいな」

と思ったのが「直島」でした。観光客の方がリラックスしている姿や住人の方の温かさから、平和で落ち着いた空気が伝わってくるんです。2025年は瀬戸内国際芸術祭が四季を通して行われ、現代アートの展示で知られる直島に限らず、「豊島」や「小豆島」など各島が海外からのお客さんで盛り上がっていたので、地元の間人としてうれしかったですね。食事では「dining えごう」。高松市内のお店で、いちじくを湯葉で巻いた天ぷらや骨付き鶏など、地元の食材が丁寧に料理されています。(田中櫻子)

「道後温泉」は有名な観光地ですが、夜は意外と人が少なく、幻想的な雰囲気が堪能できます。近くにコンサート会場もあるので、周辺を散歩してみるのもいいと思います。お散歩スポットとしては、丹下健三さんによる建築が圧巻の「香川県庁」近辺もおすすめです。まんのうの「谷川米穀店」では、うどんと青唐辛子のハーモニーを楽しむことができ、岡山駅新幹線口徒歩3分の「little 岡山」では、本格的なコーヒーを味わえます。徳島名物の半田そうめんをチャンプルーにする高松の沖縄料理「YEAH」も美味しいです。(田中真央)

ユニオン音楽事務所



(左から) 榎尾圭祐 取締役 / 味岡奈那



空飛ぶ路面電車と呉市名物

「尾道」を歩くと街並みがレトロで、タイムスリップしたような気分になります。神社やお寺、山々への小道が街中にはない感じで。それとラーメンも美味しいんですよ。広島県の呉市のあたりから島々を渡って、最終的には愛媛県の岡村島がゴールになる「安芸灘とびしま海道」は、何も無いと言えば何も無いのですが、海沿いをずっと走っていくのは、サイクリングでもドライブでも気持ちがいいと思いますね。途中にある「御手洗街並み保存地区」は、江戸時代の街並みがそのまま残っています。呉市の「エーデルワイス」のクリームパイは、濃厚なカスタードクリームがめちゃくちゃ美味しいですよ。早めに行かないと買えないこともあります。僕は呉市出身なので、特にオススメしたいです。(榎尾)

伊神のひと言

皆さんにお薦めのお店、料理を挙げてもらいましたが、確かに中国・四国は美味しいものが多いですね。漁師町が多いだけに魚も本当にうまい。僕が先日食べて納得したのがカレー汁。初めて経験しましたが、美味しかったです。オブザーバーとして参加してくれた玉乃井さんに紹介してもらい、香川のこんびらさん（金刀比羅宮）の近くでカレーうどんを食べたんですが、こちらもヤバイくらい美味でした。名古屋もカレーうどんが有名ですが、あのカレー汁、カレーうどんは別格でした。

新しくなった広島の路面電車は、道路から上って行って「広島駅」の2階の駅ビルにそのまま乗り入れるようになりました。その過程がよく見える場所が今、人気のスポットになっています。ぜひ見てほしいですね。私も呉市の出身ですが、呉発祥の独特な冷麺があるんです。代表的なお店を挙げるなら「珍来軒」。スープは鶏がら、味つけはピリ辛、麺は平打ちで美味しいです。(味岡)



オブザーバーとして同席いただいた（左から）袴田和弘理事（キャンディープロモーション代表取締役）、玉乃井欣樹理事（デューク代表取締役社長）、田中真之さん（ユニオン音楽事務所代表取締役）



夢番地



(左から) 一木恒太 / 大歳太一 / 宮坂真里菜 / 大山高志 執行役員



街を活性化するスタジアム

「ブラジリアンパーク 鷲羽山ハイランド」は、歴史が長く不思議な味があります。映画『すずめの戸締まり』にも登場する場所で、バンジージャンプや空中のレールの上を走るスカイサイクルなどのアトラクションがあるのですが、古いだけに色々な意味で絶叫系になっています(笑)。広島洋食屋さん「蔦」は、レトロな感じのお店で、カツやハンバーグがボリュームたっぷり。米子に行くとき立ち寄るのがドライカレーの「さんぽう」。松江のバー「Sand & shisha bar SU-7」、みそおでんが美味しい山口の「こりき」にもよく行きます。(一木)

僕達は原爆について学校でも学びますし、「平和記念公園」に行くこともあります。それは地元にいるからであって、遠方からも多くの方に来ていただいて歴史を知る機会が

伊神の一言

お薦めのスポットに、ここ数年で新装・開業したスタジアムやアリーナを挙げる方もいましたが、コンサートでの使用という意味では「あなぶきアリーナ香川」の誕生は大きい出来事でしょう。四国でアリーナ公演の開催はキャパ問題などで、各社が誘致などに長い間苦労されてきましたので、今回の新しいアリーナは本当に良かったと思います。とはいえ、中国・四国での会場については課題も多く残っています。アフタートークでも多くの意見が出されました。

増えるといいなと思います。それと岡山のお店でお薦めを挙げるなら「焼肉だるま」です。(大歳)

移転前のサンフレッチェ広島のフランチャイズは地元から近くて、試合をよく観に行っていたのですが、一般的にアクセスが良くて、満員になることはあまりなかったんです。それが市内の中心部に移り、「エディオンピーススイング広島」が誕生して、チケットは売り切ればかりになりました。広島の街の活性化にもつながっていますので、皆さんにも足を運んでいただければと思います。飲食店では、広島名物の汁なし担々麺の「颯爽-別邸-」がお薦めです。(宮坂)「備中松山城」は実はまだ行ったことがないのですが、テレビで見て、一回行きたいなあと考えています(笑)。広島の「シャモニーモンブラン」は昔からある喫茶店。ナポリタンが名物で、アーティストの方にもファンがいます。(大山)



アフタートーク & 打ち上げ

アフタートークでは、コンサート会場にまつわる話が多く出ました。

キャンディープロモーション・福山 広島はある意味、大都市だと認識されていて、アーティスト側にも全国ツアーで中国地方へ行くなら広島だと思っていただけているのは大変ありがたいのですが、実際には広島はそんなに大きい街ではなく、会場も限られているので、動員の面ではなかなか大変な部分もあります。

伊神 広島だけではなく、ローカルでチケットを売っていく、ローカルならではのプロモーションをしていくのは難しい時代ですからね。

キャンディープロモーション・銅山 一方で「広島飛ばし」が話題になったり、広島市が転出超過ランキングで全国1位になって、若者が出て行く街というイメージが広がっている現実もあります。

伊神 広島駅から乗ったタクシーの運転手さんに「広島っていいところですよ」と言ったら、「あんな、なに言いよん。もう4年連続転出超過ワースト1だよ」と言っていました(笑)。

夢番地・大山 転出の理由に「コンサートが少ないから」という回答も多くて、「広島飛ばし」が話題になったんです。

伊神 広島グリーンアリーナの年間の使用回数制限は、今もあるんですか？

キャンディープロモーション・銅山 はい。使える日数が少ないという感覚はありますね。

ホールも足りていません。

伊神 ツアーで広島に行った時、もう1本、中国地方のホールでやろうとなった時に、岡山、鳥取、島根、山口の中のどこで開催するのか。エリア的に開催地のバランスをとるのが、採算優先や会場の取りやすさでホールを選ぶのか。その辺りも難しいですね。僕らの場合も名古屋でやって、あと1本、岐阜か三重かとなると、会場のキャパなどを考えながら悩みます。

キャンディープロモーション・銅山 広島には新アリーナ建設の話もありますので、なんとか盛り上げていきたいとは考えています。

伊神 そんな中で四国には、あなぶきアリーナ香川ができました。

デューク・江戸 駅から徒歩3~4分でアクセスもいいですし、キャパも7000、8000でちょうどいい。今までは4000キャパくらいの会場しかありませんでしたから。サブアリーナがあるのも助かります。もちろん細かいことを言い出したらキリがありませんが、使いやすい会場だと思っています。

伊神 たとえば、徳島のホール事情は？

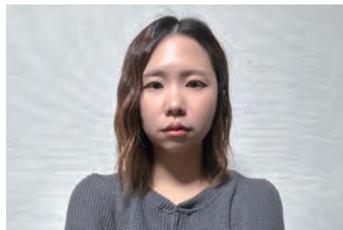
デューク・江戸 単純に1000~1500キャパのライブができるホールがないんです。全県ホールツアーをやるとなった時に、徳島は悩みますね。

夢番地・大歳 小さな街でもコンサートをやろうとするアーティストもいますので、悩みなながらもがんばりたいですね。



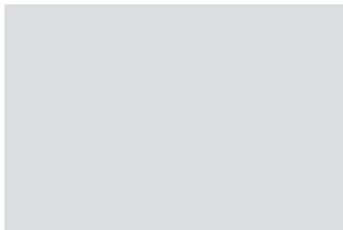
打ち上げ会場は、広島「お好み焼き・鉄板焼き 蔵屋 中央通り店」。各種お好み焼きや牡蠣料理はもちろん、広島名物ウニホレンなどが堪能できます。今回の取材には、事務局から本誌担当の田村華奈子、尾花理子も同行、各社の皆さんと交流を深めました

毎号、全国会員社で同じ業務を担当する皆さんをオンラインで結んで行っている座談会、今号は宣伝・広報担当の皆さんに参加いただきました。昔ながらのプロモーションに加え、SNSへの投稿やホームページの制作・更新、メルマガでの発信と多岐に亘る業務をこなす4名の方のリアルな声をお届けします。また座談会には、オブザーバーとしてACPCの田山順一常務理事も加わりました。



菅原 菜由

ジー・アイ・ビー (東北) / 2018年入社



金光 奏音

エイベックス・ライブ・クリエイティブ (東京) / 2022年入社



三木 要

エル・ディー・アンド・ケイ (東京) / 2016年入社



高槻 真奈美

サウンドクリエイター (大阪) / 2014年入社

異業種から即現場で業務開始

——入社するまでの経緯と、現在の業務をお伺いしたいと思います。

菅原 私は音響の仕事を目指して専門学校に入学したのですが、1年間くらい通ったところで仕事にする上での難しさを感じ始めました。もともと地元のライブハウ

スでアルバイトをしていて、高校生バンドのブッキングなどを行っていたこともあって、コンサートプロモーターに興味を持つようになり、調べてみたら今の会社に行き当たったんです。その場で「インターンの募集をしていますか?」と電話して、専門学校は2年制なのですが、すぐに辞めて19歳で入社しました。入社後は、色々な

アーティストの移動ケアなど現場運営を担当したり、プロモーション業務に携わっています。

金光 前職は全く異なる業界で働いていましたが、25歳くらいの時にエンタメに関わる仕事をしたいと思い、現在の会社へ転職しました。以前はスポーツ関連の部署がチケット事業本部に置かれていて、入社後はチケットのシステム運用を中心にスポーツに関わる仕事をしていました。すぐに音楽業務と兼任になり、配属先もコンサートチケットのセールスを行うセクションに移り、現在に至っています。昨年、そのセクションにライブのプロモーションをするチームが新設されて、今はチケットセールスとプロモーションに関わっています。

三木 僕の場合、入社の際にはちょっと特殊かもしれませんが。もともとDJ活動をしていて、入社より2015年のアーティストとしての所属が先なんです。別の業界で働いていた頃から、アカウントを持ったり、サイトをつくったりしていて、「ライブキッズあるある」というアカウントがバズったことがありました。フォロワーが3万人くらいいて、当時の3万人はすごい数字だと評価していただき、SNS業務を任せられるようになりました。DJ名も「DJライブキッズあるある中の人」で、ライブのあるあるを呟くもの、中の人のアカウントの2つを運用しています。2016年のTOKYO CALLINGというライブハウス・サーキットフェスの立ち上げからは、SNS関連はすべて僕が企画させていただきました。それが入社のおかげになり、以降はTOKYO CALLING以外のフェスの運営にも携わるようになり、アーティストのマネージメント、イベントやツアーの制

作まで行っています。コロナ禍では時間があつたこともあり、ライブハウスの店長も務めていました。

高槻 私はヘルスケアやサプリメントなど健康医療の産業に3年間携わっていました。当時からフェスやライブを観ていたのですが、音楽業界に携わりたい気持ちが生まれ、転職活動をし、現在の会社に入社しました。主な業務はWEBの更新やデザイン、SNSへの投稿、チラシやポスターの作成、動画編集などです。

SNSプロモーションの試行錯誤

——現在、担当されている業務で特に難しいと感じる点、逆にやりがいを感じる点がありましたら教えてください。

菅原 全国ツアーの一環として東北でコンサートを行う場合、仙台だけの開催になることが多いですし、仙台以外では「なかなかチケットが売れないね」と言われることもあります。どのようにプロモーションしたら、お客さんが入るのだろうか毎回試行錯誤していますが、まだまだ難しい面があります。もちろんやり甲斐を感じることも多くて、私自身入社前から色々なコンサートに行っていた側なので、コンサートをつくる側、支える側になって、お客さん



菅原さんが動めるジー・アイ・ビーが制作した「ARABAKI ROCK FEST.25」(宮城県川崎町・みちのく公園北地区エコキャンプみちのく / 2025年4月26・27日)



金光さんが勤めるエイベックス・ライブ・クリエイティブが企画制作した「a-nation 2025」(東京都調布市・味の素スタジアム/2025年8月30・31日)

が会場から笑顔で帰っていく姿を見たり、アーティストに「今日はお客さんも盛り上がって、すごくいいコンサートだった」と言っていたら、体力的には大変でもがんばって良かったと感じます。

金光 プロモーション業務を進める中で、広告関係や動画・画像制作についての専門用語がどんどん出てくるところが大変です。新設されたばかりのセクションで、社内メンバーがおらず気軽に聞ける相手がないんです。用語が全く分からず、検索しても、説明のための用語が分からない。毎日が勉強ですね。SNSの運用では海外アーティストを担当することもあるので、ネットニュースや他のアーティストのSNSで表現の方法を学んでいます。グループだと個別の絵文字でメンバーそれぞれを表すのですが、使い方を間違えるわけにはいかないんですよ。クール系のメンバーなのに、急にハートがついている絵文字を使ったらダメですから。色々な情報を把握しなくてはいけないので、頭がパンクしようになりますね(笑)。弊社ではマネジメントもレーベルも全部社内所属のアーティストもいますので、1年間くらいかけて券売もプロモーションもすべて担当している場合もありますが、チームで工夫してチ

ケットの売上が伸びていき、ついに最終公演となったたり、自社のフェス a-nation に辿り着いた時は達成感があります。

三木 SNS で色々試しているのですが、Xだとアルゴリズム的に議論が展開されると閲覧数やフォロワーが伸びやすいと言われていて、ずっと検証していたんです。ところが色々試してみた結果、大炎上してしまって……音楽業界の各方面の方から「大丈夫？」と連絡がくるくらいでした(笑)。僕は新入社員に「こうやったら炎上するので注意してください」と教える立場なのに、会社にも迷惑をかけてしまって申し訳ないと思っています。他社のプロモーターではオフィシャルのアカウントしか運用していない場合が多い中、僕はより盛り上げるために独自のアカウントも展開すべきだと考えていますが、今回は会社名を特定できるような書き込みをしてしまったことを特に反省しています。ただし、やり甲斐を感じる瞬間も SNS の運用にはあることも確かで、特にフェスの場合、SNS でそのフェスならではの良さを抽出・発信できて、尚かつ面白いアイデアがバチンとハマると、フォロワーが増えたり、動員につながったりして楽しいですよ。

高槻 SNS のフォロワーをどうやって増やしていくか、様々なトライをしています。チケットが即完する著名なアーティストの場合は先行受付の告知を中心にアップして、新人や若手バンドの場合はチケットが発売中の間も公演までのタイミングを見計らって告知しています。弊社はオフィシャルのアカウント1本と登録いただいている方へのメールマガジンでの告知がメインなのですが、その中で色々なタイプのアーティストの情報を網羅しなくてはいけない。ターゲットをどう絞り込んでいくの

かを含めて、常々難しさを感じながら運用しています。日々試行錯誤しているところですよ。

これまでで一番やり甲斐を感じたことは、京大大作戦の会場装飾のデザインを手がけたことです。テーマに合うデザインや設置方法を施工業者の方と校了日ギリギリまで何度もやり取りを重ねて、仕込みで実物を見ると感動や達成感が込み上げてきますね。

学びと共有、啓蒙、人員増加

——現在の業務には、どんな改善点があると思いますか。

菅原 正直なところ、スタッフは少しでも多いほうがいいですよ。複数の業務を1人で担当していると、誰かに引き継ごうとしても、相手も日々忙しくて時間がとれない場合が多いですから。社員の間で教える・教えられるような環境と時間があつたらいいと思います。SNS のプロモーションについても「このアーティストでこのくらいの予算をかけて、こういうプロモーションをして、チケットが売れた」という実績を資料に残して、全社員に共有できるようにできれば理想的ですね。コロナ禍で退職者が出て、その後コンサートの本数は戻ってきているのに、スタッフの人数が追いつかないのが各社共通の課題だと想像しますので、なかなか難しいとは思いますが……。

金光 私は業務歴が浅いので、初心者向けの改善点になりますが、知識をつけることが業務を円滑に進めることにつながっていると思います。調べることに時間がとられてしまっているのを、経験を積んで効率的に仕事を進められるようにしたいと思っています。現在所属しているプロモーションのチームは、部長の直轄なので「こ

れは分かりません、できません」と直接伝えられる環境にあるのは、ストレスにならずにありがたい面ではあります。

三木 自責と他責の部分がありますが、他責からお話すると、マネージャーさんや現場のスタッフに、SNS の重要性をもっと理解してほしいと考えています。告知だけ業務的にやる方は多いのですが、それだけで既存の範囲に届くだけなので、今までフェスやイベントに来たことがない層にも届けようとするべきです。そもそも SNS とフェスやイベントを分けてとらえるのではなくて、一緒に考えて伸ばしていくことが大事です。SNS だけがバズっても意味がないので、イベント自体が新規のお客さんが増えるような施策をして、立体的にプロモーションしていくべきだと思います。自責の点で言うと、僕は様々な試みをバズらせて動員につなげたり、逆に炎上したりしてきましたが(笑)、そこに対するレポートという点で、[こうしたらこうなりました。だから結果としてやったほうがいいです、やらないほうがいいです]といった報告と啓蒙活動については積極的ではなかったと反省しています。少なくとも自分の周りには SNS の重要性を理解してもらえるように、今後は啓蒙し



三木さんが勤めるエル・ディー・アンド・ケイが主催した「TOKYO CALLING 2019」(東京都渋谷区のライブハウス13会場 ※写真は渋谷 O-EAST/2019年9月16日)



高槻さんが動めるサウンドクリエイターがバダス、エフエム京都とともに主催した「京都大作戦2025～暑さも雨もお茶のこ祭祭～」(京都府宇治市・京都府立山城総合運動公園 太陽が丘特設野外ステージ/2025年7月5・6日)

ていきたいと思っています。

高槻 弊社でも SNS には課題があって、「エルダー系とかロック系とか、アカウントを分けて運用していく手もあるよね」という話が時折社内でも出たりしています。京都大作戦や響都超特急などイベントごとのアカウントは別でありますので。ですが「色々なアーティスト、音楽が混ざっているのがうちのカラーだよ」ということに落ち着き、別々に運用はしてないのですが、毎日更新される情報に埋もれないためにも今後は若手バンドのイベントやニッチな公演用のアカウントを作成することも必要になってくるのかなと思います。

—— 最後に ACPC への要望があれば教えてください。

菅原 人材育成研修会には何度か参加させていただいているのですが、前回のボウリング大会が楽しすぎました(笑)。他社や別の業種の方とチームを組んで、最初はどなるのかなと思いましたが、1 ゲームでもかなり盛り上がったので、今後はボウリング大会だけに限らず、ちょっとした遊びも入れていただけるとより楽しになります。

金光 今日の座談会のような、同じ仕事を

している方のお話を聞く機会が全くなかったなので、ぜひこれからも続けてください。
三木 僕もボウリング大会をまた開催してほしいです(笑)。最初はボウリングがうまい人が勝つゲームかなと思っていたら、うまくない人でも賞品をもらえるような仕組みになっていて、終始ワクワクできたので今後もお願いします。

高槻 私は2024年の人材育成研修会に初めて参加させていただいて、前回は不参加だったので、ボウリング大会が楽しかったというお話を聞くと、来年は参加できたらと思いました。

田山常務理事 皆さん、本日はおつかれさまでした。コンサートのプロモーション方法は、以前だと新聞やチラシやポスターが主流でしたが、現在は SNS が中心になっています。テレビやラジオに頼らず、自分達で発信できるという意味ではコスト面の利点があるのみでなく、お客さまにダイレクトに伝えられるということが大きいのです。ただし、難しいのはアーティスト側への確認事項が多くあったり、出していること・出せないことの線引きが、自分達の判断だけでできるわけではないところなんです。そんな中で各社1人ないしは2人しかいないセクションで、日々がんばっていらっしゃると思いますが、同じ悩みを持つ仲間達が全国各地にいるということも、人材育成研修会や会報誌の座談会で共有できれば、と思います。この座談会を機会に、今後、横のつながりを持っていただけるといいです。それとボウリング大会が好評だったということ、安心していきます。研修会では、皆さんが集い、コミュニケーションが広がるものを今後も企画していきたいと考えています。

ACPC 基礎調査 2025 年上半期結果報告

スタジアム・アリーナ公演の増加で動員数と売上額に伸び

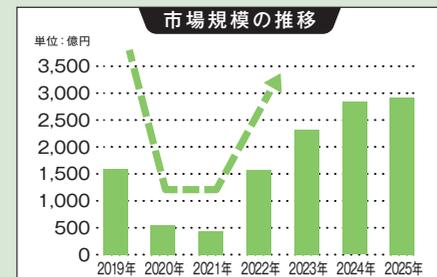
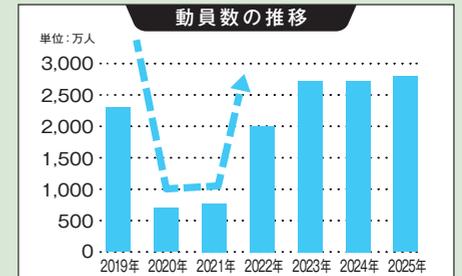
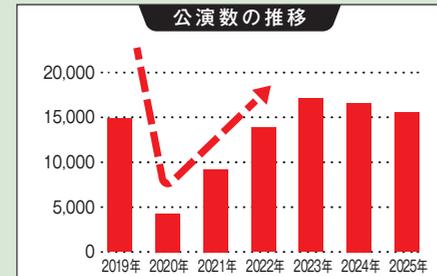
ACPC では全国の正会員社を対象に、ライブ・エンタテインメント市場の調査を実施しています。この調査報告は1989年より始まり、コンサートプロモーターの事業活動およびライブ市場の動向をデータ化した国内唯一の資料として、調査を重ねて参りました。

このたび、2025年1月～6月分の調査データを発表いたします。調査にご協力下さった会員の皆様に御礼申し上げます。

公演数は横ばいで推移していますが、スタジアム・アリーナ公演の増加に伴って動員数と売上額(市場規模)は前年同期比で増加し、上半期として過去最高となりました。

【基礎調査サマリー】

項目	数値	前年上半期からの増減	前年上半期比	2019年同期比
総公演数	15,250	- 854	94.7%	102.0%
総動員数	27,972,561	+ 679,903	102.5%	124.3%
総売上額	2939 億 4525 万円	+ 98 億 7954 万円	103.5%	186.8%



調査データの詳細は、ACPC ホームページでご確認ください



連載 ACP C 寄附講座通信

発行時期に合わせて各大学で実施された講義を紹介する連載「ACPC 寄附講座通信」。ACPCでは公益事業の一環として各地の教育機関と連携し、人材育成支援を行っており、その中心となる取り組みが教育機関への寄附講座です。今号では2026年1月までに開催された講義についてお伝えします。

※講師の方の肩書・役職名には講義当時のものも含まれています



東京工科大学

11月4日 小山順一朗 (㈱ホットスタッフ・プロモーション コンテンツクリエイティブ セクションエグゼクティブプロデューサー)
『感性に頼らずヒットをつくりだす』

11月11日 堀義貴 (㈱ホリロググループホールディングス代表取締役社長/ホリロググループ会長)
『グローバル時代のエンタメと文化』

11月18日 美藤宏一郎 (㈱エムアップ代表取締役)
『起業から上場まで』

11月25日 野村達矢 (㈱ヒップランドミュージックコーポレーション代表取締役社長/ (一社)日本音楽制作者連盟理事長/MUSIC AWARDS JAPAN 実行委員長(CEIPA理事))
『日本音楽制作者連盟～CEIPAとMUSIC AWARDS JAPAN』

12月2日 松任谷正隆 (音楽プロデューサー)/ 団野健 (㈱団野企画)
『音楽制作 AI と人間の違い、向き合い方』

12月9日 横山朱子 (㈱博報堂DYミュージック&ピクチャーズ)
『コンテンツビジネスの構造～プロデューサーの役割』

12月16日 目黒敦 (ウォルト・ディズニー・ジャパン(株)バイスプレジデント&ゼネラルマネージャー)
『ウォルト・ディズニーのクリエイティビティとイノベーション』

12月23日 菅原瑠美 (㈱社)ジャパン・プロフェッショナル・バスケットリーグ 事業企画グループ・SR推進グループゼネラルマネージャー
『エンタテインメントとしてのBリーグの未来』

1月6日 小島敦史 (オリコン・リサーチ(株)マーケティング本部 本部長)/ 上野拓人 (オリコン(株)経営企画本部 部長)
『音楽メディアの変遷とオリコンランキングの歴史』



昭和音楽大学

11月6日 中田健 (㈱財)富士山静岡交響楽団/事務局総務
『オーケストラの企画制作』

11月13日 田中玖実 (㈱財)川崎市文化財団事業課
『公益財団法人川崎市文化財団の役割と「音楽のまち・かわさき」について』

11月27日 坂口和義 (㈱クリエイティブマンプロダクション洋楽ポピュラー音楽系プロモーター)
『海外アーティストの招聘業務とサマーソニックなどのフェスティバルについて』

12月4日 柴那典 (音楽ジャーナリスト)
『日本の音楽グローバル化について/楽演祭について』

12月11日 松崎聡 (㈱サンライズプロモーション取締役/シアターマネジメント福岡(株)代表取締役社長)
『ロングラン公演劇場の整備の過程/2.5次元市場の現状』

12月18日 高野修平 (㈱トライバルメディアハウス執行役員/昭和音楽大学講師)
『売れて、愛されるファンダムマーケティング』

1月15日 渡辺章 (昭和音楽大学教授)
『時代を読む～イノベーションが拓く近未来のライブビジネス』

近畿大学

文芸学部/講座名:プロデューサー論/実施年度:2016年～継続中/実施期間:4月～1月

12月10日 柳井貢 (HIP LAND MUSIC CORPORATION マネジメント Div. 執行役員/MASH A&R 取締役副社長)
『プロデューサー論 B: 音楽における多様な「プロデューサー」のあり方 - 柳井貢さん編 -』

「KANA-BOON」「THE ORAL CIGARETTES」「Saucy Dog」など多くのアーティストをマネジメントしている柳井氏に、音楽マネジメントの実務とキャリア形成についてお話しいただきました。マネージャーの役割は「健康・予定・お金」の管理が基本で、アーティストに寄り添い活動を支える仕事だと説明され、「嘘をつかない」「取り繕わない」ことを大事にしていると、自身の経験を踏まえて語られた事がとても印象的でした。



12月17日 門上由佳 (読賣テレビ放送(株) コンテンツ戦略局イベントビジネスセンター プロデューサー)
『プロデューサー論 B: 音楽における多様な「プロデューサー」のあり方 - 門上由佳さん編 -』

青山学院大学

青山スタンダード(全学共通教育システム)/講座名:スポーツ・エンターテインメント・ビジネス/実施年度:2020年～継続中/実施期間:9月～1月

9月25日 長井延裕 (ACPC 常務理事)
『ガイダンス』

10月2日 水口昌彦 (一社)日本音楽事業者協会専務理事)
『「コンテンツビジネス」という名の怪獣!』

10月9日 橋克弘 (放送作家)
『日本人とスポーツ』

10月16日 長井延裕 (ACPC 常務理事)
『メディア論～エンタテインメント・ビジネスとメディア』

10月23日 中西健夫 (ACPC 会長) / 長井延裕 (ACPC 常務理事)
『ライブ・エンタテインメントの現在、そして未来』

10月30日 鈴木順 (ej marketing design 代表)
『スポーツ×地域社会』

11月6日 岡田優介 ((公社) ジャパン・プロフェッショナル・バスケットボールリーグ理事 / 3x3プロチーム TOKYO DIME 代表)
『右肩上がり成長する Bリーグ～スポーツビジネスの価値と可能性』

11月13日 渡邊賢一 (株式会社 XPPJ 代表取締役)
『日本の魅力・・・×スポーツ』

11月20日 佐野徹 (株式会社 テレビ放送網)
『スポーツ×メディア』

11月27日 磯崎誠二 (株式会社 コンテンツリンク ビルボード事業本部上席部長)
『音楽チャートの仕組み～J-POP 海外展開の可能性を考察する』

本講義では、磯崎氏の Billboard JAPAN におけるデータ分析・ソリューションの取り組みのご紹介を通じ、現代のメディア環境における「流行の仕組み」を様々なアーティストの事例を通して、また国・地域ごとのマクロの視点から解説いただき、データ分析の重要性が示されました。昨年開催された MUSIC AWARDS JAPAN の効果測定・分析などとともに、世界音楽市場における J-POP の可能性について、さらには音楽ビジネスの発展の可能性について熱くお話いただきました。



12月4日 岡田優介 ((公社) ジャパン・プロフェッショナル・バスケットボールリーグ理事 / 3x3プロチーム TOKYO DIME 代表)
『スポーツと社会～地域社会とのつながり、スタジアム・アリーナなどスポーツの社会的価値』

12月11日 垣谷直宏 (元 ジークスタースポーツエンターテインメント株式会社)
『スポーツ・エンタテインメント・ビジネス～プロハンドボールリーグ「リーグH」について』

12月18日 中井秀範 (一社)日本音楽事業者協会顧問)
『芸能界 3.0』

1月8日 鈴木貴歩 (ParadeAll 株式会社 代表取締役)
『エンタメ / 音楽×テックの最新状況～ポスト・ストリーミング時代の音楽ビジネス～』

1月15日 佐野徹 (株式会社 テレビ放送網)
『スポーツ×メディア～スポーツの社会的価値』

群馬県立女子大学

11月23日 市川まどか (株式会社 FMGUNMA 編成報道部アナウンサー) / 西嶋章行 (株式会社 ディスクカレッジ 取締役)
『音楽産業の現在 2025』



12月4日 澄川龍一 (アニメ音楽評論家 / 元リリアニ! 編集長)
『アニメソングの発展』

1月8日 菊田洋子 (株式会社 ソニー・ミュージックレーベルズ ライブクリエイティブ チーフマネージャー / 株式会社 ソニー・ミュージックエンタテインメント ライブ事業管理本部)
『コンサート制作』

大阪音楽大学

11月11日 小山順一郎 (株式会社 ホットスタッフ・プロモーション コンテンツクリエイティブセクション エグゼクティブプロデューサー) / 上田博之 (ACPC 関西支部会会長 / ACPC 理事 / 大阪音楽大学ミュージックビジネス専攻 客員教授)
『ゲーム開発の流れや企画の立て方、仕事論などについて』

11月25日 江島武志 (ビクターミュージックアーツ 取締役) / 大山賢一 (ACPC 関西支部会副会長 / 大阪音楽大学ミュージックビジネス専攻 特任教授)
『ビクターミュージックアーツの事業内容や、アーティストマネジメントの業務について』

12月2日 上田博之 (ACPC 関西支部会会長 / ACPC 理事 / 大阪音楽大学ミュージックビジネス専攻 客員教授)
『学生から寄せられた、ライブ・エンターテインメント全般に関する質問への回答』

1月6日 伊藤博之 (クリプトン・フューチャー・メディア 代表取締役) / 大山賢一 (ACPC 関西支部会副会長 / 大阪音楽大学ミュージックビジネス専攻 特任教授)
『テクノロジーの進化と音楽との関係性について / 初音ミクを使用した二次創作やコンテンツビジネスについて』



近年は他団体様や他大学様で講義させていただく機会も増えており、こちらでご紹介させていただきます。

ACPC 講座以外の
寄附講座

一般社団法人日本レコード協会 法政大学寄附講座

11月17日 中西健夫 (ACPC 会長)
『ライブ・コンサートビジネス』

芸術文化観光専門職大学 音楽文化論

11月18日 田山順一 (ACPC 常務理事)
『日本におけるコンサート・ライブ業界』

世界とつながり、音楽の未来を灯す。

MUSIC AWARDS JAPAN 2026 開催概要



国内最大規模の国際音楽賞「MUSIC AWARDS JAPAN (MAJ)」は、音楽5団体が垣根を越えて設立した、一般社団法人カルチャー アンド エンタテインメント産業振興会 (CEIPA) によって創設され、「世界とつながり、音楽の未来を灯す。」というコンセプトのもと2025年5月に京都で初

開催されました。第2回となるMAJ2026は東京へと場所を移し、規模を拡大して2026年6月に開催されます。

本誌では、「日本の音楽を世界へ発信するとともに、国内の音楽需要のさらなる喚起を目指す取り組み」について、お伝えしていきます。

MUSIC AWARDS JAPAN 2026 開催概要

■ 開催日時：2026年6月13日(土) ※開催ウィーク：2026年6月5日(金)～6月13日(土)

■ 会場：TOYOTA ARENA TOKYO 他

■ 放送：NHK 総合 [Grand Ceremony]
NHK BS [レッドカーペット]
TOKYO MX [Premiere Ceremony]

■ 配信：YouTube (グローバルプロジェクトパートナー)
全世界配信 (※一部地域を除く)
[Premiere Ceremony] [Grand Ceremony]



当日は、昼に約70に及ぶ部門賞を発表するPremiere Ceremonyが『SGCホール有明 (TOKYO DREAM PARK)』にて開催。夜には最優秀楽曲賞、最優秀アーティスト賞、最優秀ニュー・アーティスト賞、最優秀アルバム賞、Best Global Hit from Japan、最優秀アジア楽曲賞の6部門の発表と、日本を代表する豪華アーティストによるスペシャル・パフォーマンスが行われるGrand Ceremonyが『TOYOTA ARENA TOKYO』にて開催されます。



©TOYOTA ARENA TOKYO

エントリー対象作品規定 (楽曲/アルバム)

MAJ2026のエントリー対象作品は2025年1月1日(水)～12月31日(水)の間に初めてフルバージョンのオフィシャル音源が公的サービスにおいてデジタル配信、もしくはフィジカル発売された作品 (楽曲/アルバム)と規定しました。(※一部部門を除く)日本の音楽シーンの今を彩る音楽を中心に、音楽人の投票によって最優秀作品/アーティスト決定いたします。

表彰部門

MAJ2025に引き続き、主要6部門 (最優秀楽曲賞/最優秀アーティスト賞/最優秀ニュー・アーティスト賞/最優秀アルバム賞/ Best Global Hit from Japan/最優秀アジア楽曲賞)を設けます。さらにMAJ2025から部門を再設計の上、複数の部門を新設し、70以上の部門を通して日本・アジアの多様な音楽を世界に向けて発信します。



※部門についての詳細は公式サイトよりご覧ください

投票について

投票基準 音楽的に創造性、芸術性が優れていると思う楽曲/アーティスト/アルバム

投票期間 一次投票：2026年3月19日(木)～4月8日(水)
最終投票：2026年4月30日(木)～5月20日(水)

アワードの受賞作品の選考は投票形式で行われます。投票に関してはCEIPA事務局よりご案内があるかと思しますので、正会員の皆様にはぜひ投票へのご参加をお願いいたします。

2026 CEIPA 音楽5団体合同新年賀詞交歓会開催 高市早苗総理より祝辞「日本の音楽を世界の高みへ」



2026年1月20日、グランドプリンスホテル新高輪・国際館バミール3F「崑崙」[「北辰」]にて、CEIPA音楽5団体合同新年賀詞交歓会が開催されました。

まず一般社団法人カルチャー アンド エンタテインメント産業振興会 (CEIPA) を構成する5団体、一般社団法人日本レコード協会、一般社団法人日本音楽事業者協会、一般社団法人日本音楽制作者連盟、一般社団法人コンサートプロモーターズ協会、一般社団法人日本音楽出版社協会の紹介があり、続いてCEIPA役員を代表して、村松俊亮理事長より新春の挨拶がありました。村松理事長は、6,000億円規模へと成長した日本のライブ・エンタテインメント市場、日本の音楽がストリーミングサービスを通じて世界中で日常的に聴かれている現状などに触れ、さらには日本の音楽作品が海外で聴かれた際には、アーティストやレコード製作者に適正な対価が還元される仕組み「レコード演奏・伝達権」が不可欠であることを述べ、2026年は同権利の法制化に向けて重要な年になることを強調しました。続いて野村達矢 CEIPA 理事・MUSIC AWARDS JAPAN 実行委員会委員長よりMUSIC AWARDS JAPAN 2026の開催概要が発表されました。野村理事はMUSIC AWARDS JAPAN がより多様なジャンル、様々な表現、音楽に携

わる多くの方々と語るアワードへと進化することを明らかにしつつ、前回同様の姿勢として公平性と透明性のあるプロセス、投票により互いの実績を讃え合うことの大切さを挙げました。さらにはMUSIC AWARDS JAPANのトップパートナーであり、CEIPAとともにMUSIC WAY PROJECTを共創するTOYOTAグループの豊田章男会長からのビデオメッセージが披露されました。

祝辞を頂戴したのは高市早苗内閣総理大臣。高市総理からは「昨年成立した550億円を超える補正予算も活用して、日本のコンテンツ産業の海外売上20兆円を目標に、複数年でのご支援をお約束し、官民連携で強力に後押しをさせていただきます。皆さま、是非共に力を合わせて日本の音楽を世界の高みへと押し上げてまいりましょう」と力強いお言葉をいただき、続く祝いの鏡開きにも加わっていただきました。鏡開きには石破茂前総理にもご参加いただき、都倉俊一文化庁長官による乾杯のご発声へと続けました。中締め挨拶を務めたのは中西健夫 CEIPA 副理事長。程なくして、宴はお開きになりました。



▲多くの来場者が集まった「北辰」の全景と「崑崙」にて登壇したCEIPA役員



連載

ECSALounge

新設スタジアム・アリーナ関連の事項を中心にECSAより活動報告

活動報告

日本トップリーグ連携機構 感謝の夕べ 実施報告

日本トップリーグ連携機構(JTL)とECSA

一般社団法人日本トップリーグ連携機構(会長 川淵三郎)は、各種目の競技力向上、リーグ運営の活性化を図るため2005年に設立。現在団体ボール競技の国内トップリーグ・9競技12リーグが加盟しております。スポーツ界では稀有な団体として競技を超えた横のつながりを重視し、各種研修会、全国展開する親子・小学生を対象とした「ボールゲームフェスタ」「あそびバ！」の開催等の事業を行っています。

東京オリンピックでの有明アリーナ問題を契機とし、施設を活用する業界であるスポーツ界とエンタメ界が協働できる機関として、ACPCと共にECSAを設立しました。ECSAの活動には「スポーツ界」の代表として参画。その結果として、各地で新設されるアリーナの情報収集や提言を行えるようになりました。スポーツ界のみならずエンタメ界の皆さまにも一定の評価を頂いております。

2025年度感謝の夕べ

JTLでは、当機構の事業にご協力頂いている企業・団体様をお招きし、毎年「感謝の夕べ」を開催、年に1度の貴重な交流の場としています。本年度は2025年12月15日(月)グランドプリンスホテル新高輪・国際館バミールにて実施。約200名の皆さまにご参加頂くことができました。JTLを代表し会長・川淵三郎、副会長・橋本聖子がお挨拶。また、「ボールゲームフェスタ」の事業協賛社2社への10周年協賛の表彰、当該シーズンにおいて各リーグの優れたGMを表彰する「トップリーグトロフィー」、および各リーグの功労者を表彰する「特別功労賞」の授与式を行っています。

文：竹内みゆき（一般社団法人日本トップリーグ連携機構事務局）



※詳細についてはJTLホームページ「お知らせ」にニュースをアップしていますのでぜひご覧ください。



JTLのホームページはこちら

帰ってきた

TALKING BLUES

Vol. 42



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)

春に向けて想像してみよう

私は今日まで生きてみました♪ そして、それは「春だったね」。素晴らしい！上田さん、伊神さん。春が、ほんまに楽しみです。絶対に見逃さない!! そんな情報が飛び交う日々の中、CEIPAの賀詞交歓会が、開催されました。何と、高市総理大臣も参加をされ、「日本成長戦略の戦略分野の一つとして位置づけ」「コンテンツ産業の海外売上20兆円の目標」「共に力を合わせて日本の音楽を世界の高みへと押し上げてまいりましょう」と祝辞をいただきました。また、CEIPA理事長、MAJ実行委員長からは、「日本音楽の力を国内外に鮮烈に発信する象徴的な場」「日本の音楽の“今”を讃え、その“未来”を創造するアワードをつくっていく」というコメントがありました。皆様、今年も引き続き、[MUSIC AWARDS JAPAN]を宜しくお願いします。そういえば、この号が出る頃には、終わっていると思いますが、今年のグラミー賞は、どうだったのでしょうか？ 私のフェイバリットギタリストの1人、『山岸潤史』さんが、ノミネートされていたんですよ。受賞してほし

いなあ〜。

また、少し話は違いますが、2月末にロンドンで開催されるILMCのカンファレンス内で、“ASIA LIVE”という専用プログラムが設けられているそうです。アジアの急速なライブ市場の発展とこれからの可能性を紹介し、情報交換の場となる様です。長井常務理事が参加予定ですので、改めて報告出来ると思います。グレーター・マンチェスター合同行政機構と大阪市も姉妹都市になり、文化も含めた交流が拡大になります。そのマンチェスターで[BRIT AWARDS]が、今年から2年間、開催です。何かおもしろい未来に繋がっていく様な事になれば良いなあと考えております。

しかし、今、世界情勢は、不穏な感じですね。なんか「What's Going On」な感じ。こんな時だからこそ、想像してみよう。音楽が、みんなを繋げてくれる! って。夢かな〜、でも、仲間がいる、世界中に。

そうそう、たむびず、「王様達のハイキング」に行ってみませんか。

▶ 高市総理とコンテンツ業界の意見交換会に中西会長が出席

2025年12月22日、首相官邸において高市早苗内閣総理大臣とコンテンツ業界関係者による意見交換会が開催されました。本会にはアーティストやクリエイターをはじめ、産業界の代表者が集い、ACPCからも中西会長（CEIPA 副理事長）が出席。政府トップと業界関係者が直接対話を行う、極めて貴重な機会となりました。

冒頭、高市総理より、音楽を含むコンテンツ

産業は日本政府が掲げる「17の成長戦略」の重要分野の一つであるとの言及があり、今後継続的な支援を力強く実施していく方針が示されました。これを受け、日本コンテンツの海外展開を加速させるための人材育成や基盤整備といった喫緊の課題から、将来的に必要とされる産業支援策のあり方に至るまで、多岐にわたる活発な意見交換が行われました。

▶ チケット不正転売問題の実態および対策報告会が開催

2026年1月27日、参議院議員会館にて「チケット不正転売問題の実態および対策報告会」が開催されました。

はじめにチケット適正流通協議会を代表してACPC中西会長より開会の挨拶を申し上げ、続いて自民党・知的財産戦略調査会の事務局長を務め、チケット不正転売問題に取り組んでいただいている参議院議員の山田太郎様より来賓のご挨拶を賜りました。

本会には関係省庁、メディアやイベント主催者、

チケットエージェンシーなどから多数のご参加をいただき、本人しか利用することができない特定興行入場券が転売サイトで不正転売されている現状と対策事例などが共有されました。

様々な対策を行い、成果を上げているヤング・コミュニケーション社・関係者より対策事例が報告された後、山田太郎議員事務所の小山絃一様より与党側から見たチケット不正転売問題についてコメントをいただき、山田太郎議員に本会を総括していただきました。

【登壇者】※写真左より

- ・STARTO ENTERTAINMENT 取締役CCO・弁護士 和田美香
- ・参議院議員山田太郎事務所 政策秘書・弁護士 小山絃一
- ・東京フレックス法律事務所 弁護士 中島博之
- ・ヤング・コミュニケーション 代表取締役CEO 源野栄治
- ・山田太郎参議院議員
- ・コンサートプロモーターズ協会 会長 中西健夫
- ・日本音楽制作者連盟 専務理事 金井文幸
- ・日本音楽事業者協会 専務理事 水口昌彦



▶ 新規加盟社紹介

■ 正会員

2026年1月入会 (株) STARBASE

■ 賛助会員

2026年1月入会 ビーイングホールディングス (株)

※ 2026年2月時点の会員数は正会員82社、賛助会員137社です。

▶ コンサートプロモーターズ協会 正会員一覧

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)ITONY ENTERTAINMENT / (株)アーツイノベーター・ジャパン /
(株)アリノワ / (有)ヴァンテージロック / (株)ウード音楽事務所 / (株)エアフラッグ /
エイベックス・ライブ・クリエイティブ / (株)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)キャピタルヴェリッジ / (株)キョードー東京 / (株)キョードーファクトリー /
(株)キョードープロデューサーズ / (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 / (株)STARBASE / (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)ハンズオン・エンタテインメント / (株)バンダイナムコ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)読売新聞東京本社事業局スタジアム・アリーナ部 /
(株)ライブエグザム / (株)ライブ・ネーション H.I.P. / 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.58 2026年2月発行

発行人：中西健夫 / 編集人：田山順一 / 編集：田村華奈子、尾花理子、鬼頭隆生 / 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 コンサート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