

# Z **vol.15** ZONING

ALL JAPAN CONCERT TOUR PROMOTER'S CONFERENCE

## A.C.P.C.

**1995. AUG.**

発行元 ▶ 社団法人 全国コンサートツアー事業者協会

発行人 ▶ 内野二期

〒150 東京都渋谷区東1-32-12 渋谷プロパティーフォレストビル1508号

編集人 ▶ 善木準二 編集担当 ▶ 高岡 晃

Editorial & Art Direction ▶ 花田組

禁断複製転載 © 1995 A.C.P.C.



# THE LONG INTERVIEW

## (株)FM802

1989年6月 開局

1990年7月 MEET THE WORLD BEATスタート  
日本で唯一のフリーコンサート。現、編成部部长、栗花落光氏を中心に企画立案された。



インタビュー:

(株)FM802

編成課長 藤村 滋弘

事業部主任 古賀 正恭

(聞き手は本誌編集担当の葛岡 晃)

# フリーコンサートというよりも気持ちの上では ピクニック気分で楽しんでもらえればいいな。

■放送局が100%手打ちのイベントというものはなかなか無いのですが、それをもう何年も実施している“MEET THE WORLD BEAT”について伺っていきたくと思いますが、まず、始めたきっかけは何だったのですか？

藤村:今でこそ変わりましたが、従来のFM局はあまりイベントを沢山やるというイメージがなかったんですが、そもそも802の場合は逆にイベントもどんどんやっていけたらいいな言うことで開局したんです。ただ、開局した年は思いだけはあったのですが、やはりバタバタしてしまって、結局イベントは90年スタートしました。“MEET THE WORLD BEAT”というイベント名については、802はシーズンごとにいろんなキャンペーンをやっているのですが、当時ワールドミュージックがいろいろと来ている時期でもあり、“MEET THE WORLD BEAT”というタイトルのキャンペーンを90年4月からたまたま行っていたんですね。それをイベント名にも使ったんです。狭い意味でのワールドミュージックというよりは、日本を含めたいろんな世界のアーティストが一緒に舞台上に立てるようなステージを作っていけるといいねって。

■90年の第1回目は現在の場所ではなくて、確か安

治川ですよ？

藤村:そうです。翌年の91年からは万博のみみじ川芝生広場です。

古賀:丁度いいタイミングだったんですが、90年が万博が終わって20年目だったんで、その年に万博のいろんな施設の中で20年かけて完成させた公園みたいなのがいくつかあって、その年に万博自身が自分たちでコンサート会場にできる場所を作ろうというので完成したのがみみじ川芝生広場だったんですね。確か万博主催で3本ぐらいコンサートがあったと思います。それはプレゼンテーションで次の年からオープンになるということを知って、それなら91年から使わせて下さいということになったんです。本当にたまたま巡り会った場所だったんですけども、場所の印象がすごく大きくて、むしろこの場所で一番いいコンサートをするには何がいいかというふうに考えが変わって、最低10年間ぐらい絶対ちゃんと続けられるようなものを作っていきたいなって。

藤村:本当に緑がいっぱいで、下が芝生で非常に気持ちがいい場所なんです。大きなコンセプトとしてサウンドピクニック的な打ち出しをしていこうと、気軽な気持ちで音楽を聞きに来てもらって、実際バーベキューとかしたらダメなんですけど(笑)、気持ちの上

ではピクニック気分で楽しんでもらえればいいなと思います。開催日を夏休み入って最初の日曜日ぐらいに設定しているから、夏の1日、少々暑いですけど802と一緒に楽しんでもらえるといいですね。

■ニューヨークのセントラルパークとかね、海外でのフリーコンサートはあっても、日本でフリーコンサートってなかなかないじゃないですか。完全招待制というのはいわゆる無料であることで、しかも、日本で唯一のフリーコンサートを放送局が主体になってやって、成立させているということって画期的なことだと思うんですね。唯一オリジナルのイベントになりつつあるという感じがしますね。

藤村:初年度有料だったんですが、とてもいいお客さんが集まってくれて、これは802としてリスナーに年1回ぐらい還元しようと、そういうイベントにしようじゃないかと。今でこそ結構厳しい状況ですけど、当時はまだスポンサーも集めやすい状況でしたから。正直802としてもこれで利益を上げて儲けようというよりは、本当にリスナー還元イベントができればいいねという部分で2回目の91年から無料で招待しようということになりました。

■野外コンサートというだけで機材の問題とかある上、内外問わずアーティストのキャスティングとなると、当然通常のホールコンサートよりコストがかかりますね。



今井美樹フェア'95 7/28(Fri)START ●今井美樹フェア'95告知のあるレコード店にて、7/28発売・今井美樹ニューアルバム「Love Of My Life」をお買い上げの方に、抽選でIMAI MIKIオリジナルグッズが当たります



今井美樹 New Album 7.28 Fri. Release

# Love Of My Life

CD:FLCF-3575 ¥3,000 / CT:FLTF-7508 ¥2,800 Taxincl.

New Single Now On Sale

NHK「ポップジャム」エンディングテーマ Ruby / 関西セルラー CMソング Sunny Sunday CDSg:FLDF-1570 ¥1,000 Tax Incl.

IMAI MIKI TOUR '95 Love Of My Life

9月27日水・28日木 中野サンプラザ 10月2日月 市川文化会館 10月5日木・6日金 神奈川県民ホール 10月30日月・31日火 日本武道館

## MEET THE WORLD BEAT 実績表

	第1回	第2回	第3回	第4回	第5回
実施日	1990年8月4日 (土)	1991年7月28日 (土)	1992年7月26日 (日)	1993年7月25日 (日)	1994年7月24日 (日)
場所	JR安治川口駅構内イベントスペース	万国博記念公園もみじ川芝生広場	万国博記念公園もみじ川芝生広場	万国博記念公園もみじ川芝生広場	万国博記念公園もみじ川芝生広場
出演アーティスト	上々颱風 PJ with SLY & ROBBIE(JAMAICA) KUSU KUSU カラバナ(HAWAII) GONTITI 東京スカパラダイスオーケストラ BO GUMBOS	BAHO GONTITI BEGIN ORQUESTA DE LA LUZ NED DOHENY(USA) CHICA BOOM	THE THRILL リクオ with ROTTEN HATS CHICA BOOM AZUCAR MORENO(SPAIN) GONTITI & SANDII J-WALK RANDY CRAWFORD(USA) with 石田長生 鈴木雅之 GUEST: 佐藤竹彦(SING LIKE TALKING) 安藤秀樹	KAN MR. CHILDREN CHARA SHAGY(USA) 吉田美希子 SING LIKE TALKING J-WALK	忌野清志郎 山下久美子 MR. CHILDREN ダイヤモンドス センチメンタル・シティ・ロマンス with 艾敬(CHINA) & 五島良子 & 鈴木祥子 石田長生 ALL-4-ONE(USA) ZOUND SYSTEM
進行DJ	ランキンTAXI	マーキー KAMASAMI KONG(USA) ジーン長尾	マーキー KAMASAMI KONG(USA) ジーン長尾 ヒロ寺平	マーキー KAMASAMI KONG(USA) ジーン長尾 ヒロ寺平 & 山添まり	マーキー KAMASAMI KONG(USA) ジーン長尾 ヒロ寺平 & 山添まり
コンサート形式	有料のオムニバスコンサート	ハガキ応募によるリスナー無料招待	ハガキ応募によるリスナー無料招待	ハガキ応募によるリスナー無料招待	ハガキ応募によるリスナー無料招待
観客動員数	10,000人	16,000人	18,000人	18,500人	18,000人

藤村:社内的には営業・編成・事業も含めて、通常はなかなかセールスがうまくいかないことやる気はあっても結局どうするのという話になるんですが、幸いにもこのイベントに関しては802としてやろうと、会社をあげてやろうと決断をしているんです。企業がこれだけお金があるのでなんか考えるというのがよくあるパターンだと思いますけど、802はまずやるということを決めてからなんとしても集めると、集められなくても何とかしてやる(笑)という気持ちで、そういう社内的なコンセンサスがとれているイベントだから続けられているということがあってと思いますね。確かに昨年、一昨年ぐらいから、なかなかコンサートに協賛するということが見直されている時期ではあるんですが、そういう中でもやっぱり802としてはやっていこうという決断が下されてる。これは、自分は一社員にすぎないけど誇りに思っています。

■冠コンサートになると、コンサートタイトルの前に企業名がつく、例えば「○○○ MEET THE WORLD

BEAT」みたいな形に普通なるんだけど、そうじゃないですよ。

古賀:付いていない理由が2つあって、1つは1社で全部賄えるほどのスポンサーがとれなかったということ(笑)、もう1つは逆に1社にしないことで冠のイメージは下がるからです。冠コンサートって、冠が付くことによって運営は楽になるけど、条件がいろいろ付けられる辛さもある、その両方の要素を考えるとこのイベントは

## 全部見ることでその年の802の凝縮版(=フリーコンサート)が見れる。

■今の現状で言うと、コンサートは大阪から動員が減っているという節もあるし、もちろん有料のコンサートですが、そういう意味で言うと、バンドもある種淘汰されて減ってきたりしているという中でやっぱり夏のお

冠イベントにはしないでおうと、協賛社複数で成立しているから、1社だけで成立しないでおうという姿勢にしています。アーティストのキャスティングについても、最初はこういうイベントやるんでという説明も結構大変だったんですけど、年々アーティストサイドからのアプローチが増えてきました。802の番組に出演するのと同じ意識で望んでくれる。このイベント自体がひとつの媒体力としてのパワーをもっているように感じます。

祭イベントであったとしても、応募が7万通とかあるってすごいことだと思いますね。

藤村:最初の年は3万通ぐらい、それでもすごいとい



# JIGGER'S SON

BEST ALBUM 7.21 ON SALE

## Birthday

~1992-1995~  
●COCA-12713 ¥2,800(WITH TAX)

NEW SINGLE NOW ON SALE  
さよならは僕が言う  
CODA-676 ¥1,000(WITH TAX)

LIVE

- 7/29(土) 名古屋・クラブアトロ
- 8/24(木) 大阪・IMPホール
- 8/27(日) 東京・日清パワーステーション  
— 東京夏祭り'95 WEEKLY LIVE —

COLUMBIA

う感はありましたけど、毎年もうこれ以上来ないと当初は思っていましたけど、おかげ様で一応昨年が8万通ぐらい応募がありました。FMのリスナーというのはそもそもあまりハガキというのは書かないほうなんですけどね。多分、僕もそうですけど年賀状が終わった時期ぐらいはハガキが家にあるんですが、それ以外の時期というのはほとんど家にハガキが無い(笑)。電話とFAXというのは気軽にしてくれるんですが、ハガキについてはAMのリスナーは別に、FMのリスナーというのはなかなか参加しにくいんだと思いますね。それでも1回目の時から3万通、それが毎年増えて昨年在8万、今年は10万通を超えました。まあ、参加する方も多分お祭気分があるんじゃないですかね。「802聞いてるんだから、これは応募しておかなあかん！」(笑)みたいなところが感じられるんで、それはとても嬉しいことですよ。

■802のヘビーローテーションでヒット曲が生まれて、ライブユーザーというところに近い関係でうまく結びついて、そのアーティストが夏のイベントに登場する。そうするとユーザーが応募して来る。その応募はヒット曲が生まれたんで爆発的なものになってあの場所に何があっても駆け付ける、漠然とそういうふうになっているんですけど。

藤村:802がたまたまヘビーローテーションのアーティストのキャスティングをしているんですけども、802の中で生まれてきたアーティスト、それから今後802として

応援していきたいというアーティスト等を含めてキャスティングしますし、そういう意味ではお客さんがいわゆる誰そのファンということじゃなくて802の凝縮版みたいに見えるんでしょうね。リスナーの対象として16~34才ぐらいをターゲットにしているんですが、丁度その周辺のお客さんがうまく来ていて、例えば誰それ

が終わったら帰るとかそういうことがほとんど無いんですよ。802がプッシュしているアーティスト、そういうアーティストを含んで、802が作るんであれば、一緒に1日楽しもうとしている感じがします。その辺が多分通常の有料のコンサートとは全然違うじゃないかと思えます。今年も洋楽の方なんですけど、今月のヘビー

ローテーションであるtuesday girlsがとてもいいタイミングで出演が決まったんですよ。

■実際に来る人達はどんなふうに思っているんですかね。

古賀:直接というのは少ないんですけど、まず、応募の時のハガキをデータ分析します。年齢層とか地域別ですね。それからラジオ番組に直接今日行って来たよとか、そういう反応がダイレクトに帰って来ます。また、一部だけど会場で番組用のバックステージの声とかをとって、そういうときにお客さんの声とかも拾ったりしていますけど。昨年は会場でアンケート調査をしたんですよ。結構みんなきちんと書いてくれましたよ。

MEET THE WORLD BEAT

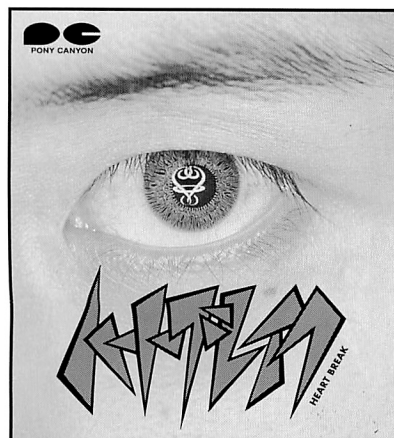
1995 SUMMER JOY FM 80.2MHz

7/23 13:00 START 万国博記念公園もみじ川芝生広場

主催: FM802 協賛: SUNTORY 協賛: 三井物産 HORBIA 協賛: DuCoMo関西 EMLUX  
後援: 茨城放送 協力: 日本万国博覧会記念協会

802 FUNKY

TOKYO SKA PARADISE ORCHESTRA  
PSYCHEDELIX  
UA  
THE YELLOW MONKEY  
高橋幸宏  
SPITZ  
TOKYO NO.1 SOUL SET  
ミスティ・オールドランド  
スチャダラパー  
スリラーU  
ブギーマン  
THE HIGH-LOWS  
TUESDAY GIRLS  
ほか



# 藤井フミヤ

NEW SINGLE

# ハートブレイク

~TBS系 日曜劇場「パパ・サヴァイバル」主題歌~

**8.2 ON SALE** c/w Labyrinth  
¥1,000(税込) PCDA-00751

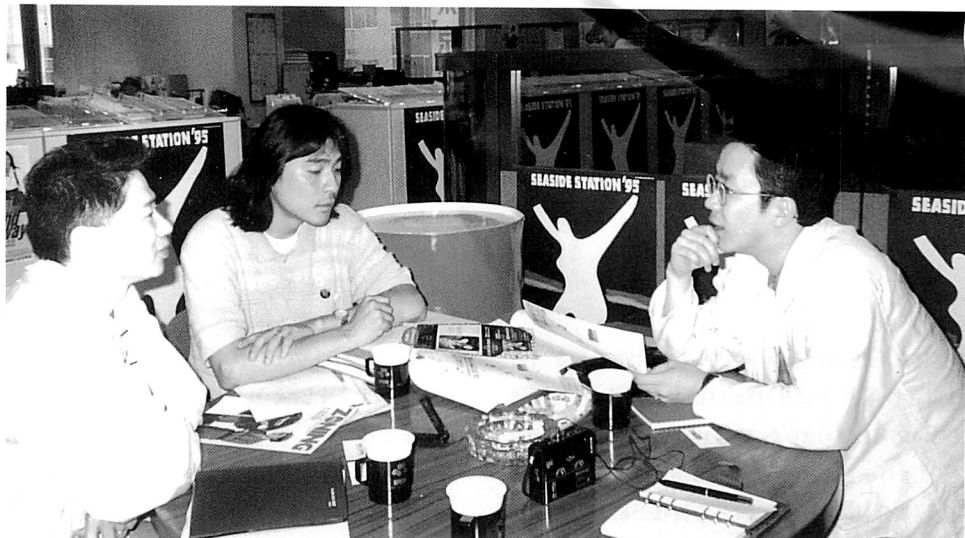
ニューアルバム  
**ロックンロール**  
タイムマシーン、Little Skyを含む全10曲。



**NOW ON SALE**

PCCA-00764 ¥3,000(税込)

# THE LONG INTERVIEW



■今の若い子って、割とこっちも好きだけど、あっちも好きみたいなどころってあるじゃないですか。

藤村:当然お目当てのアーティストはいますよね。でもそれが終わったからって帰るわけじゃない。

■当日ダフ屋がいて、ダフ屋が入れるハガキを持っていて、それを買ってでも入ろうとする人がいますよね。ダフ屋が商売になるということだから、それだけ魅力あるコンサートであるわけで、毎年出演アーティストのキャスティングが全てを物語ってるよね。

藤村:出演する7~8アーティスト全部のそれぞれのコンサートを見ている人って普通のお客さんでは皆無に近いと思うんですよ。例えば、ミスチルのコンサートは見たことがあるけどKANは見たことがないとかね。全部見ることで802の凝縮版が見れるというか、そういう意味では、得するコンサートだとは思いますがね。今の旬のアーティストも見れるわけですよ。今後出てきそうな、実際に1年後ビックになっているアーティストもあの時見たという事にもなりますよね。ミスチルなんかはいい例ですよ。昨年も偶然だったけどビルボードNo.1の時にALL-4-ONEが出演したということもありましたし。リスナーもやっぱりコンサートがあった次の日とか、次の週とかは、どの番組にも電話とかFAXとかいろんな形でコンサートに行ったらこれが良かったとか、DJの誰それさんに会いましたとかいうことも含めてたくさん反応がありますよ。

■昨今のイベントの基本がメディアミックス(媒体融合)が必然となっているわけですが、802としてもスペースシャワーとの関係は映像という意味での狙いがあるんですよね。

古賀:はい。ラジオだとしても映像が無いし、実際に見れる人も限られますからね。せっかくだから、やるんだったら是非どこかの映像メディアと一緒にやりたいという事になって、初年度は関西テレビ、2回・3回目がWOWWOWと、4回目からがスペースシャワーですね。それで昨年初めてスペースシャワーも、それだったらおもしろいから生放送でやろうと大胆にも7時間も生放送したんです。今年ももっと有効な形を考えていて、クローズドサーキット風に大きいショールームでも生放送して、会場に行けなくてもそこに行けば見れるよということを考えています。今度東京の方はスペースシャワーさんが場所を探してくれているところで、大阪は梅田のアムラックス大阪で決定しています。

■以前映像で見たとき、すごい気持ち良さそうだったので、やっぱり芝生の上でゴロンとしてなんて最高ですよ。昔、オールナイトのコンサートでやっぱり野外で、だ

から天候というリスクをしょっちゃってそれで雨降っちゃってどうしようもない状態の中で、演奏する側もお客側もいたという、それでなにが楽しかったんだろうっていうのがありましたね。みんな疲れちゃう。

古賀:テンション上がりすぎちゃってみる方もやる方も夜だともたないですよ。2時間ぐらいいいけど、6時間ぐらいテンション上がったままずっといるというのは、身体もたないですよ。

藤村:だから、本当にサウンドピクニックですよ。みんなが持っている根源の中にサウンドピクニック的な要素を出していこうってあるんじゃないかな。演奏する側もお客側もガガシなんて嫌じゃないですか。真昼間だし、やっている方も、見ている方も楽な気分の方がいいですよ。確かに野外というのは、反面天候の心配もあって非常にリスクは大きいと思いますけどね……それでもやっぱりリスナーに還元できる、そういうコンサートをやりたい。

■2000年までは続けますね。

藤村:続けたいですね、絶対。

**ROCKの**  
いのち  
**生命は**  
**LIVEだ。**



Re-START SINGLE  
[Big Beat]  
FHDF-1486 ¥1,000(Tax.in)

**川村かおり**

9/28(木) 大阪・M-Pホール  
9/29(金) 名古屋・タイセイロードホール  
10/1(日) 東京・渋谷公会堂



NEW ALBUM  
[BANANAMOON]  
FHCT-2010 ¥2,300(Tax.in)

**sheen**

8/19(出) 東京・白濱ハワイステーション  
8/21(月) 大阪・バナナホール  
9/1(金) 東京・中野サンミュージックホール



NEW SINGLE  
[紙粘土]  
FHDT-1015 ¥930(Tax.in)

**風来坊**

8/8(火) 東京・白濱ハワイステーション  
8/19(出) 大阪・バナナホール  
8/20(日) 名古屋・ポトメッセ

Fun House

# イベントは制作者の音楽に対する熱の最高の表現のひとつなのだ。

イベントは楽しい。それも複数のアーティストが力を合わせて作り上げるイベントが良い。大規模な会場で趣向を凝らしてピック・アーティストが単独で行うものもおもしろいが、イベントが本来、事件という意味を持つことを考えると、偶然の出会いも含めてオムニバス・イベントの楽しさのほうが勝っていると思う。

先日、名古屋ヘストリートスライダーズのツアー最終日を見に行った際、名物イベント“ニュー・キッズ・オン・ザ・ロック”が復活するというニュースを聞いた。資料を見るとその出演リストには当のスライダーズをはじめBe-Modern、ローザ・ルクセンブルグなどの名前が並び、懐しかった。この種のイベントは各地にあって、旬のバンドが集まりステージを競い合い、同時に新人アーティストの重要な育成の場になっていた。ただ、80年代後半にこうしたイベントが数多く開催されるようになり、システムが整うに従って、バンド同士の交流やライブ・ファンを育てるといった側面が薄れていったのは皮肉な成行だった。それと並行するように、たとえば音楽雑誌ではアーティスト至上主義のため、シーン全体を見せるといった特集が組まれなくなり、オムニバスの真価が失われて行った。そのことはファンの気質にも及び、自分のお気に入りのアーティストの出番が終わるとさっさと帰ってしまう人が増えた。やがて、そうしたイベント自体が下火になっていったのである。

オムニバス・イベントはそのテーマをはっきりと提示し、アーティストやスタッフが正しく理解して参加することが基本だと思う。今年3月に武道館で行われた“マーチ・オブ・ザ・ミュージック”は阪神大震災のチャリティーという目的が明確だったこともあって、全部の参加者の表現が見事に統一され、素晴らしいイベントになった。藤井フミヤ・尚之兄弟とTHE MODSが「ギザギザハートの子守歌」を歌うなど、見応えがあった。P.A.のモニターのスタッフも客席から見えるというオープンなステージ・セットも、チャリティーという性格を反映していて、非常に意味深かった。

アーティスト・サイドからの発案のイベントでも優れたものがあつた。今年4月29日に中野サンプラザで行われた“ミック・ロンソン追悼”イベントがそれである。ついに大ブレイクしたイエロー・モンキーの呼びかけで続いてきたこのイベントは、今回、ひとつのピークにたどり着いた。デビュー・ボウイとの仕事で知られるギタリストの生涯の作品の中から、それぞれ曲を選び、演奏していくという淡々としたイベントなのだが、マルコシアス・ヴァンプをはじめとする参加者達は丁寧なりハーサルを積み、単なるカバー以上のプレイを聞かせた。おそらく満員のファンのほとんどはミック・ロンソンを知らない人達だったように思う。が、イエロー・モンキーたちの真摯な姿勢に打たれて熱心に聞き入る光景は感動的だった。先達を敬愛する気持ちは、そのままファンから参加アーティスト達へ還って行くのだろう。それはとても美しい行為だと思う。

大阪の“ミート・ザ・ワールド・ビート”や東京の“サタデー・ナイト・ロックンロール・ショー”など、他にも優れたイベントがある。会場の大小を問わず、ひとつのテーマに向かって、アーティスト、スタッフ、観客が心を合わせていくことがイベントなのだ。もちろん複数のファクターが絡み合うのだから、イベントを制作する側の苦勞は並大抵ではない。しかし、そこにはライブがメディアとして生きる最大のチャンスがある。イベントは制作者の音楽に対する熱の最高の表現のひとつなのだ。



# コンサート約款策定報告

この度、通商産業省、中小企業庁、全国中小企業団体中央会のご指導並びに音楽産業界主要団体、法律家、消費者のご参加・ご支援を頂き、興行界初の約款として策定いたしました。本約款は平成7年10月1日導入されます。

## 前 文 <約款の目的>

コンサートは入場者、実演家、主催者等参加するすべての者が互いに果たすべき責務を認め合う「協調」のもとに成立します。このコンサート約款は、実演家の直接的表現行為であるコンサートがその芸術性を充分発揮し、入場券購入者に大きな感動を与え得る環境を保持するとともに、合理的で円滑な運営をもって入場券購入者の保護及びコンサート主催者の正当な利益の保護に資する事を目的として、入場券購入者とコンサート主催者との間に於ける入場券及びコンサートに係わる基本的な契約関係を明示したものです。

## 第一章 コンサート

### 第一条<定義>

この約款に於いて「コンサート」とは、常設又は、仮設の演奏会場において催される音楽演奏会のうち、当日入場券又は前売り入場券を販売して行われる有料のもののみをいいます。

### 第二条<開催>

コンサートは通常、主催者が、出演者、制作者、会場所有者（管理者）等関係者との間で興行を開催するために必要な手続き、契約を行って開催されます。

### 第三条<契約>

主催者と入場券購入者との契約は、主催者が告知した公演内容及び本約款を入場券購入者が応諾して、入場券購入者が入場券を購入した時（代金支払完了時）からその関係が成立します。

### 第四条<公演内容>

公演が実施される際、やむを得ない事情により相応な範囲で内容を変更する場合があります。

## 第二章 主催者

### 第五条<定義>

主催者とは、当該コンサートの経済的及び運営上の支配権の一部又は全部を有する者すべてをいいます。

### 第六条<明示の義務>

1. 主催者はコンサート開催に関する責任を明確にするため、入場券面に、主催者、及び連絡先を明示しなければなりません。
2. 主催者が複数にわたる場合にあっては、主催者間に於いて協議し、入場券購入者の窓口業務にあたるための代表する主催者を入場券面に明示しなければなりません。
3. 特別な理由があって、任意の団体もしくは人格なき社団を構成してコンサートを主催する場合は、入場券購入者の窓口業務を遂行する為、責任者及び連絡先を入場券面に明示しなくてはなりません。



例 実行委員会  
まつり協議会等

委員長 —— 連絡先 .....  
係 ————— 連絡先 .....

### 第七条<主催者の義務>

主催者は、入場券を発売販売する等、コンサートの開催に係わる業務を統括する他、コンサート実施日には、事故なく円滑に運営する義務を負います。

### 第八条<補償>

主催者はコンサート会場内に於いて、天災不可抗力以外によって生じた入場者への携帯物及び身体的な損害について、関連する保険の範囲内に於いて相応な補償をします。但し、損害を受けた入場者の故意又は過失に基づく場合には、この限りではありません。

## 第三章 会場秩序の維持

### 第九条<事故の事前防止>

1. 主催者は、不慮の事故を防止するため、必要な人員を配置しコンサート会場を管理統括します。
2. 主催者はコンサート入場者に対し、円滑で安全なコンサート環境を提供するため、演奏会場において必要と思われる注意事項等を告知します。
3. 主催者は、コンサート入場者に対して、会場への入場に際して主催者の指定する危険物及びコンサートの進行の妨げになるとと思われる物品の持ち込みを禁止できます。

Love Lights Fields  
Debut Single  
Secret Feeling

テレビ朝日「オト・ナにして」(毎週火曜25:10) オープニングテーマ  
日本テレビ系全国ネット「モグモグコンボ」(土曜18:30~)エンディングテーマ  
KBC系九州ネット「ドオーモ」(月~木 30~)エンディングテーマ

🍷 マッチョマン

7.21 YOU CAN GET IT !!

BVDR-1051 ¥1,000 (TAX IN)

1st Album  
message from odyssey  
8.23 YOU CAN GET IT !!

BVCR-714 ¥3,000 (TAX IN)

LOVE  
LIGHTSFIELDS



LLFのイメージキャラクターであるラブじいしのT-シャツを全国で販売中

ZIG BMG VICTOR INC



#### 第十八条<表示>

1. 主催者は、発券する入場券に次に掲げる事項を明記しなければなりません。  
①コンサートタイトル ②出演者 ③開演日 ④開場時間、開演時間 ⑤料金 ⑥会場名  
⑦主催者名もしくは代表する主催者名 ⑧問い合わせ先  
但し、出演者については出演者の一部のみの表示や表示しない場合があります。
2. 主催者の同意なしに掲載されたコンサートの告知等に基づくトラブルに関しては、主催者は責任を負いません。

#### 第十九条<有効性>

1. 入場券は、券面指定日時に限り有効です。
2. 入場券は正当な理由があると主催者が認めた場合以外は、盗難、紛失による再発行は致しません。

#### 第二十条<取り替え、変更>

一旦発券された入場券は、他の日時別種の日時と取り替えはできません。

#### 第二十一条<座席位置の移動>

1. 主催者は、死角の発生や機材の移動等、コンサートの開演のためやむを得ない事由によって入場者に座席位置の移動をお願いする事があります。
2. 本条第1項の場合に於いて、入場者は主催者との協議を経て入場券の払戻しを請求する事ができます。但し、旅費及び通信費等の補償はできません。

### 第五章 コンサートの延期、中止

#### 第二十二条<入場券の払い戻し>

コンサートの特殊性に鑑み、本約款に定める以外には、入場券購入者はいかなる理由があっても、入場券の払い戻しを受ける事はできません。

#### 第二十三条<延期、中止>

1. 主催者は、天災、出演者の病気、死亡等不可抗力の事由によってコンサートを延期又は中止する事ができます。この場合、次の代替公演日のない時を中止と言います。
2. 本条第1項でいうコンサートの延期とは、当初のコンサート公演予定日から一年以内に主催者によって代替公演日が指定されたものをいいます。

#### 第二十四条<告知義務>

主催者は、コンサートの延期、中止を決定したときマスメディア等を通じてすみやかにその旨を入場券購入者に告知しなければなりません。この場合主催者は次に掲げる事項について発表しなければなりません。

- ①延期又は中止の明確な告知 ②延期又は中止の理由 ③延期の場合の次の公演日時、場所の設定
- ④払い戻しを希望する入場券購入者への払い戻しの期間、場所等要領の説明

#### 第二十五条<払い戻し金額等>

1. コンサートの延期・中止の場合の払い戻し金額は、前売り入場券の券面金額です。
2. 入場券購入者は、コンサートの延期・中止のための入場券払い戻しを受ける際、入場券購入のための旅費、通信費等入場券面にある入場料金以外の経費を請求する事はできません。但し、郵送手数料を主催者又は委託販売者に支払っている場合であって、まだ入場券の郵送がなされていないものについては、その払い戻しを受ける事ができます。
3. 主催者は払い戻しを実施する際、一週間以上の期間を設定しなくてはなりません。

#### 第二十六条<公演予定日の対応>

1. 主催者は、コンサートの延期・中止の時、公演予定日には係員を公演予定会場に配置し、延期・中止を知らずに会場に会場した入場券購入者に本約款第二十四条の要項等についての対応をしなければなりません。
2. コンサート開催日以前のコンサートの延期・中止告知を知らずに会場した場合、又は、コンサート開催予定日当日にコンサートの延期ないし中止が決定された場合、入場券購入者は入場券面にある前売り入場料金以外の旅費、通信費等の経費の請求はできません。

### 第六章 その他

#### 第二十七条<物品の販売>

主催者はコンサート会場周辺で販売されている不正商品（主として当該コンサートの実演家の許諾なしに当該実演家の氏名・肖像等を使用した商品をいう。）についてのトラブルの責任を負いません。

#### 第二十八条<予約>

この約款では、電話その他の方法によるいわゆる予約中の状態については規定しません。

# いつまでもロックにこだわり続けます。

FLYING KIDS・笹野みちる・MAR IAS VAMP・梶谷しげる・LÄ-PPISCH  
イレキブラン・THE STARCLUB・Chica Boom・SHEENA & THE ROKKETS  
UP-BEAT・柿島伸次・KONTA・永瀬正敏・UA・チエ、カジウラ・KAITA・KEN



4. 主催者は、コンサートの入場者の入場に際して携帯品の開示等を求める事ができ、危険物及びコンサートの進行の妨げになると思われる物品は、これを終演時まで預かり保管する事ができます。
5. 主催者は、コンサート会場が混雑すると判断した場合、コンサート入場者に注意を呼びかけ、適切な指示を与える事ができます。
6. 主催者は、コンサート入場者が係員の指示に従わなかったり、他のコンサート入場者に迷惑を及ぼす等、円滑なコンサート運営が妨げられると判断した場合、当該入場者にコンサート会場からの退去を要求する事ができます。この場合、入場料金は返却しません。
7. 主催者の指示ないしコンサート会場での注意事項に従わずに生じた事故等については、主催者は責任を負いません。

#### 第十条<開演後のコンサートの中止及び閉演>

主催者は、開演後のコンサート会場に於いて、天災や不可抗力の事由によってコンサートが続行不可能と判断した場合や、入場者や出演者に被害が及ぶと判断した場合、コンサートを直ちに中止又は閉演する事ができます。この場合、原則として入場料金は返却しません。

#### 第十一条<個別コンサート固有の注意規定>

1. コンサートには、演奏される音楽の種類、出演者の芸術的価値観、表現方法の違い等によって、コンサートそれぞれの開催主旨があります。こうした個別コンサート固有の開催主旨にのっとり、主催者は、コンサート会場それぞれの特別な規制を行う事があります。
2. コンサート固有の規制について主催者は、コンサート実施日に於いて開演前又は入場入口にてコンサート入場者に規制及び注意事項の告知をします。
3. 本条第2項にいうコンサート固有の規制については、おおむね次の様なものがあります。なお、物品等の持ち込みを禁止する場合には本約款第九条第4項が準用されます。

例

- ①カメラ、テープレコーダーの会場持ち込みの禁止
- ②入場者の入場規制（乳児、幼児の入場禁止）
- ③ペンシルライト等応援物の持ち込みないし使用禁止
- ④開演後の入場規制
- ⑤携帯電話及びポケットベルの使用禁止
- ⑥電子音等を発する機器の音量調整

## 第四章 入場券

#### 第十二条<入場券>

1. コンサート主催者は、購入者に対してコンサートへの入場を保証する証書として、入場券を発行します。
2. コンサート実施日に発券される入場券は、当日券と称されます。
3. コンサート実施日前日に発券される入場券は、前売り入場券と称されます。

#### 第十三条<発券>

入場券は、主催者により発券管理され、主催者もしくは委託販売者より購入希望者に対して券面表示額にて販売されます。なお、券面表示額には消費税が含まれます。

#### 第十四条<委託販売>

1. 主催者は前売り入場券の販売を委託販売者に委託する場合があります。
2. 委託販売される前売り入場券は、入場券面に表示されている金額で販売されます。
3. 委託販売者によって扱われた前売り入場券の小売過程に於けるトラブルは、委託販売者と入場券購入者との協議の上解決されます。入場券面に表示されている事項についてのトラブルは、主催者と入場券購入者との協議の上解決されます。

#### 第十五条<転売の禁止>

主催者もしくは委託販売者により発券された入場券は、営利を目的として第三者に販売ないし譲渡する事はできません。なお、主催者は前条第1項による委託販売者ではない「チケットショップ」及び「ダフ屋」から購入された入場券に関するトラブルについて責任を負えません。

#### 第十六条<代行業者からの入場券購入>

主催者もしくは委託販売者により発券された入場券を購入するにあたり、購入代行業者の仲介により購入された入場券に関するトラブルについて、主催者は責任を負えません。

#### 第十七条<目的外使用>

主催者もしくは委託販売者より発券された入場券は、主催者の同意なしに、物品の販売促進、景品等、主催者以外の者もしくはその物品ないしサービスの宣伝、推奨ないし告知に関して、譲渡する事はできません。

音と映像のプレゼンテーター

# HIBINO

## クローズド・サーキットは全てお任せ下さい!

お問い合わせは… **03-3472-5611**

ヒビノ株式会社

映像事業部 イベント映像課

東京都港区港南3-5-14 〒108

03-3472-5611・FAX03-3472-5710



ASTRO VISION

★大阪営業所

★福岡営業所

★札幌営業所

★Hibino U.S.A INC.

★Hibino Korea Corporation

# 平成7年度通常総会報告

6月9日、東京・海事センターにおいて、平成7年度通常総会が開催された。

開催日時：平成7年6月9日 16:30～18:00

開催場所：海事センタービル「201・202号室」

出席：49社（委任状含）、欠席11社

- 第1号議案 平成6年度事業報告承認の件
- 第2号議案 平成6年度収支決算報告及び収支差額の処分に関する承認の件
- 第3号議案 平成7年度事業計画承認の件
- 第4号議案 平成7年度収支予算案及び会費に関する特別措置案承認の件
- 第5号議案 入会金及び会費規則承認の件

## ◆事業計画 (H7.4.1～H8.3.31)

### (1) 組織委員会

- ・会員加入促進
- ・機関誌の発行
- ・コンサート保険の研究、実施
- ・会員サービスの充実
- ・セミナー、研修会の実施

### (2) 調査研究委員会

- ・著作物使用等に関する調査研究
- ・源泉税、消費税等税務に関する調査研究
- ・規制緩和に関する検討と提言
- ・市場規模調査
- ・著作物使用者団体との連絡協議
- ・コンサート約款の普及と調査研究
- ・入場券販売手数料外枠化の調査研究

### (3) 業務委員会

- ・団体イベント運営協力
- ・公的機関及び公立施設支援事業実施

## ◆会員数 (平成7年6月9日現在)

正会員 60社

賛助会員 203社

---

合計 263社

## ◆役員退任

理事 今西勝

## ◆新規正会員

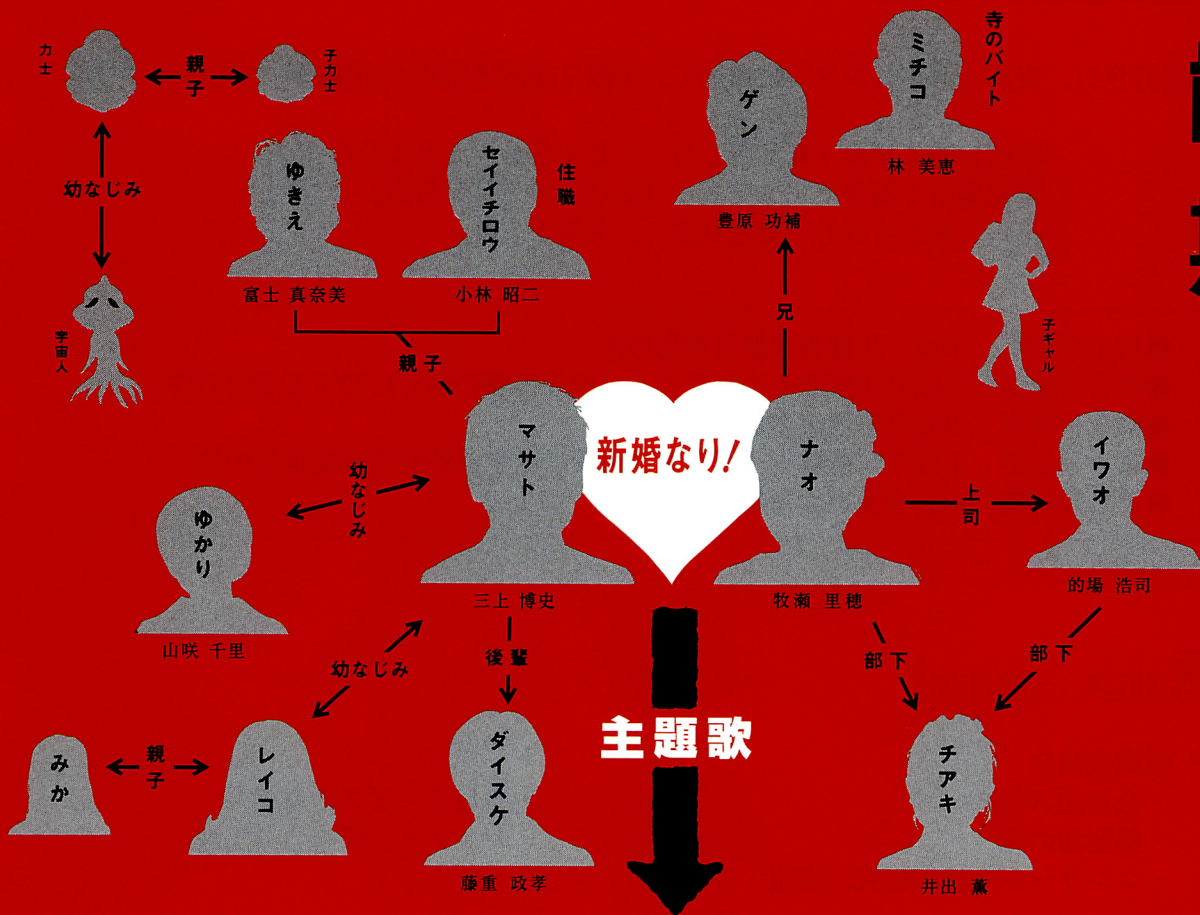
有限会社 ビーアイシー

代表取締役 畠堀仁和

福岡市中央区舞鶴3-1-10、赤坂門天祥ビル5F

TEL:092-713-6085 FAX:092-713-6084

ホントとウソが上手になったら、  
**適齡<sup>2</sup>期**です。



# 米米CLUB

ニューシングル7・24発売

「すべてはホントでウソかもね」

SRDL4050 ¥800(税込)

毎週金曜ヨル9:00放送中 TBS系ドラマ「新婚なり!」主題歌