

# ZONING

発行元：社団法人全国コンサートツアーアニメーション事業者協会

発行人：内野二朗 〒150 東京都渋谷区広尾1-9-20 TM広尾3F

編集人：善木準二 編集担当：葛岡晃 Editorial & Art Direction : White

禁無断複写転載 ©1996 A.C.P.C.

## A.C.P.C. ALL JAPAN CONCERT TOUR PROMOTER'S CONFERENCE

INFORMATION  
NEWS

DECEMBER  
Vol. 16  
1996

# THE LONG INTERVIEW

赤坂にブロードウェイを作つてみたかったんです。

96年4月のオープン以来、邦(楽)洋(楽)を問わず、アーティストたちが連日熱いライブを展開する赤坂BLITZ。その大成功の裏側には、一人の男の大いなる野望と、コンサート制作に携わるすべての人たちに対する細やかな心配りが隠されていた。

2000人規模のスタンディング・ハウス(椅子席の場合は1000人キャパ)  
赤坂 BLITZを成功に導いた企画編成プロデューサー来住尚彦氏に、  
その綿密なコンセプト・ワークを訊いた。

聞き手：葛岡晃 (ソーゴー東京)  
構成：轟田昇 (ワークショップJPN)

—まずは赤坂BLITZの建設に着手するまでのプロセスからうかがいたいのですが。

**来住：**ご存じのとおり、TBSの新局社への移動にもなって、その跡地に4000坪の土地ができることになったんです。じゃあその土地をどうしよう？という問題が現実のものとして浮かびあがったわけです。それが去年の4月。そこでプロジェクトができたんですよ。名付けて“跡地プロジェクト”（笑）。

—その土地をなんとか有効利用しなきゃいけない、と。

**来住：**そうです。その時にはスポーツ施設を作ろうとか、赤坂温泉を掘ろうとか、駐車場にしちゃったほうがいいとか、いろんな案が出たんですが、その中にライブハウスを作ろうというアイディアもあったんですね。要

はじめて参考にさせていただきました。PITの場合、新橋にありながら、山の手線のちょうど反対側にある大塚に音が届いていたと聞きました。7~8kmは離れているはずなのに、実際に鳴っている音が、そのまま届いていた、と。建設業者の方は、音のチェックの際にCDを大音量で流して、外に音が漏れないかどうかを調べようとするんですけど、それは違うわけですよ。生音の伝わり方は全然違いますからね。だから、外壁を作る前に生音でチェックしてみる必要があった。仮設興行場の先輩「PIT」は、それ以降様々な事例アイテムとして勉強させて頂きました。

—その他、参考にする部分はありませんでした？

## BLITZを作った意義というのは、赤坂という街のエリア・ディベロップなんですよ。つまり赤坂に若い人を集めて、街そのものを徐々に盛り上げていこうということなんです。

は、赤坂を人が集まる場所にしたかった。そういうことをふまえつつ、プロジェクトを進めるうえでいちばん説得力があったのがライブハウスの案だったわけです。

—その時にイメージされたのはどのようなライブハウスだったんですか？何か具体的に参考にしたハウスはあったんですか？

**来住：**特にはありませんでした。だけど、ニューヨークにはいろんな小屋があるし、ひとまずニューヨークに行っていろんなハウスを見て、だいたいのイメージングをもって戻ってきたんです。それが去年の9月くらいですね。で、実際に建設のGOサインが出たのが9月の18日。おかげさまで、それから半年足らずで完成にいたりました（笑）。

—問題点とかはなかったんでしょうか。

**来住：**いちばん大きな問題点というのは…、TBS本社と四季の間にあること、その2つとも音、電波、振動を出していることです。これは既に決まっていましたから、防音、防振動、防電波…に関してはかなりディレクトリケートになりました。

—かつて、新橋の汐留に“PIT”という小屋がありましたけど、あれがスタンディング・スタイルの、仮設のライブ・スペースでしたが…。

**来住：**BLITZのコンセプトを固めるまでは、まったく意識はしてませんでした。実際に音を出す段階で

**来住：**あります。PITのキャパシティは3000人弱、で、そのPITを上回って、なおかつ赤坂という街で何かしらのアクションを起こすためにはどうしたらいいのかってことを考えました。先程も申し上げましたが、BLITZを作った意義というのは、赤坂という街のエリア・ディベロップなんですよ。つまり、赤坂に若い人を集めて、徐々に盛り上げていこうということなんです。20年ほど前は、ディスコも幾つかあっていちばん元気のいいお兄ちゃんお姉ちゃんがたくさん集っていた街だったのに、今は全然違っています。で、参考までに赤坂の街の印象に関して、世代別にデータを集めてみたんですよ。まず40代の人は、その昔は若い人が多かった、と言う。30代の人は、TBSのある街だ、と。20歳(はたち)の子に聞いてみると、赤坂？知らない、という答え（笑）。それなら、18歳から28歳（を中心とした人たち）がきっちりと集まるようなエリアにしよう、と。隣接している六本木があれだけ賑わっているのに、赤坂は静かですからね。ですから、六本木の力を借りて赤坂も上昇させたいと考えたんです。TBSの目の前から六本木につながる赤坂通りという道があるんですけど、その赤坂通りがそれこそプロードウェイのようになればいいなという目論見があったんですね。



来住 尚彦

きしなおひこ：1960年8月8日生まれ。  
1985年、株式会社東京放送（TBS）入社。  
ラジオ番組のエンジニア、ラジオ番組制作、  
営業部、事業部職を歴任。  
現在TBS事業局事業センター主任と、  
BLITZ企画編成プロデューサーを兼任。



**PRIDE** MIKI・IMAI  
今井美樹  
フジテレビ系ドラマ「ドク」主題歌  
**MIKI・IMAI**

**NEW SINGLE NOW IN STORES**

FLDF-1614 ¥1,000 (Tax Incl.)



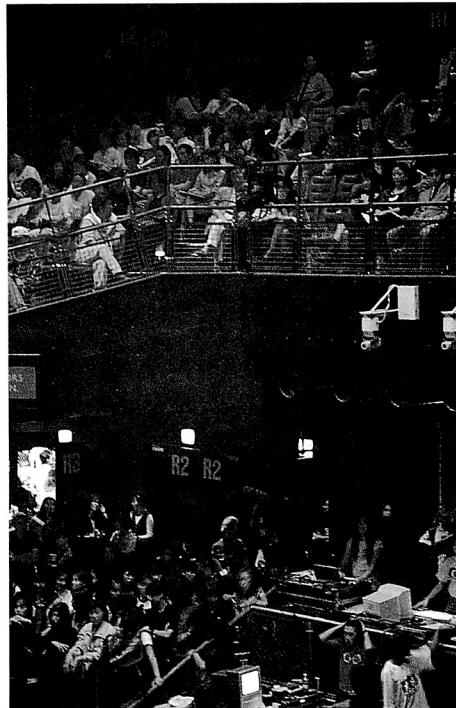
**IN STORES NOW**  
フジテレビ系ドラマ「ドク」オリジナル・サウンドトラック  
CD:FLCF-3672 ¥2,500 (Tax Incl.)

# THE LONG INTERVIEW

—それでニューヨークで見たイメージとつながったんですね。

来住：確かにいろんなことを向こうで見てきました。ご存じのとおり、ニューヨークにはブロードウェイがありますよね。その一方でオフ・ブロードウェイもある。そこで面白いライブ・エンターテイメントがあると、半年後くらいにクラブやバーがその両脇にできるんですよ。1年くらい経つとその周りに今度はレストランができる。で、2年くらいすると、更にいろんなお店ができたりして、気がつくとそこがストリートになっている、そういう図式があるんだから、日本でもそれをやってみようと思ったんですよ。エリア・ディベロップメントといつても実際には何をどうすればいいのかという方法論がわからなかったので、とにかくストリートを作ろうと思ってBLITZに臨んだわけです。実際問題、赤坂BLITZと劇団四季ができ、人の流れが変わって、BLITZ入口にレストランを誘致出来たりして、変化の兆しが見えてきているんですね。ありがたい話なんですが、96年の10月30日現在で、動員が24万人くらいに届いてるんですよ、BLITZオンリーで。劇団四季も同じくらいの動員がありますから、結果的に半年でほぼ50万人を動員したわけです。このエリアが。となると、もう人の流れはできつつありますから、あとは何の商売をすればいいかというイメージが、見えはじめたんじゃないかなとは思いますね。そういう筋書きが、2000年に向かって実はどんどん進んでいるというのが、BLITZ構想の太い幹の部分ですね。

—では、実際に赤坂BLITZを作るにあたっての細か



ストの数字として。僕がニューヨークへ行くまでは1階フロアのみの構想だった。でも、向こうに行っていろんなミュージカルをいろんな小屋を見てみた時に、2階席がステージに異常に近いことを感じたんですよ。昔の浅草にはそういう小屋がいっぱいあった

## アーティストに対してだけではなく、スタッフに対しても心配りしたかった。そういうハウスじゃないといいライブはできないと思いますから。

なディテイルに関しては、どのようなイメージを持たれてたんでしょう？

来住：いちばん最初の構想としては、スペースを考えた時に、まず座りで1000人くらいの規模のライブハウスをイメージしてみたんです。だけど、キャパ1000ということになると、現実、公演としての採算が合わないから、なんとしても1500を越えないし借りる人はいないと勝手に決め込みました。それをマ

と思うんですけどね。1階席でいうと、10列目あたりに2階席の最前列が位置しているような、すごいせり出した感じ。そんなイメージを持って、とにかく2階席を工夫して面白く作ってみたかったんですよ。まあ言ってみれば、BLITZは期間限定モノですから、ちょうどテレビのセットでも作るような感覚で、失敗したら止めちゃえばいいんだという気楽な感じで作ってみよう、と。それに、マスコミ関係者がいろんな

ホールで2階席に通された時“なんだ、ステージが遠くて見えないじゃないか”という声が圧倒的に多かったということも聞いてましたから、そういう僕達が行った時に“ああ近くていいね”って思えるようなハウス、もっと言ってしまえば、僕自身が楽しめないようなハウスだったら、誰も楽しくないだろうと思えたから、最低限自分自身と、周りのスタッフが楽しめるようなハウスじゃないといけないなと思い2階席を工夫して作ってみました。でも、2階席があまりせり出しちゃうと今度は1階席の音が悪くなるから気をつけようと。原則としてはPAのオペレーターの上は何も作らないようにした。

—何かあると音が作りづらくなりますからね。

来住：そう。それでこういう形になったんです。で、2階が増えたぶん、キャパも1500 + 250で1750名になった。でも1750名は中途半端だなということで(笑)、もうちょっと頑張ってみようということで、ロビー部分を少し削ってもいいからなんとか2000名までもっていきたかったんです。2000人と1000数百人って全く違う大きさニュアンスを感じますからね。で、最終的には1944名という数字に落ちていたわけです。

—2000名というと、使う(借りる)側にとっても、最もメリットを感じるキャパシティですね。

来住：そこなんですよ。いろんなBLITZの使い方を考えてほしかったわけです。基本は2000人のスタンディングですが、座れば1000くらいはいくだろな、ということが読めてないので、まずパワーステーション1DAYできるアーティストが2DAYSになった時に、BLITZを1DAYできないかと。(できれば1000人というキャパをクリアしたことになりますからね。)で、もっと動員がのびて2000人規模になった場合、BLITZをスタンディングでやるのか、東京厚生年金会館、渋谷公会堂を使うのかという、その3つが並ぶようにしたかったんです。そう考えると、ステージの広さは渋公と同じじゃなきやいけない、と。

—同じ規模のコンサートをやるうえでは、必要になりますよね。

来住：だから、BLITZのステージの間口は11間あるんですよ。渋公と一緒になんですね。で、PITともほぼ一緒に。間口だけを考えた場合、武道館ともそんなに変わらないはずです。確か12間ぐらいですよね。

—あそこは、実行間口が10間ですかね。



浜田省吾/初夏の頃

'97.1.22 in store

CD: SRCL 3750(CD-EXTRA仕様) MD: SRYL7273  
アナログ(CDとは別ジャケット仕様、限定生産、要予約)  
SRJL1002 各税込定価 ¥2,800

「夏が来る前に旅に出ようと思うんだ」と言う僕に友人は、「いつ? 何処へ?」と矢継ぎ早に聞き返してくれる。僕は戸惑ってしまった。旅の目的も、行き先も考えていないことに気がついたからだ。「とにかく、夏が来る前に旅に出ることにしたんだよ。たぶん・・・夏には何かが始まりそうな予感がするからかな」と僕は非常に曖昧な応えしか返せない。なのに友人は妙に納得したような表情でこう言った。「いつまでも引きずってるのもな。でも、夏じゃなくたって新しい出会いはあるかもしれないぞ。悲しい街角には悲しい目をした天使がいる」らしいから。受け売りだけど。友人はポケットから1本のカセットテープを取り出し「旅のお供ってやつさ」と僕に手渡すと、そのまま街の雑踏の中へと消えて行った。僕の手の中にカセットテープだけを残して。2ヵ月後のよく晴れた土曜日、僕は旅に出ることにした。淋しい人が北へ向かうなら僕は南を目指そうと

だけ心に決めて。バッグの中には少しの着替えとウォーキング。そして友人が街中で僕にくれたカセットテープ。インデックスには小さな文字で『初夏の頃』とだけ書かれている。耳を傾けているとどこか懐かしげな雰囲気を感じさせるギターの澄んだ音色とともに、聞き覚えのある骨太ながら哀愁をおびた男性ボーカルが流れだしてくる。初めて聴く歌なのに、恥ずかしいぐらいシンプルでストレートな歌詞が僕の心の隙間を埋めるかのようにしみてくる。なぜなんだろう・・・。

歌っているのは浜田省吾だった。僕は彼の歌をよく知らない。でも僕が持っていた彼へのイメージは良い意味で裏切られた。それは、ヘッドフォンを通じて等身大の彼を感じられたからなのかもしれない。きっと、このアルバムは今回の旅とともに僕の思い出の一枚になることだろう。そして旅から戻ったなら一緒に聴く相手を探そうと思う。

Sony Records  
Sony Music Entertainment Japan Inc.



来住：BLITZの実行間口は9間ですから。で、奥行きに関しては、実は7間欲しかったんですよ。ところが2000人規模にしてしまったため、土地がなくなってしまった(笑)、限度が5間だった。5間だと、バンドはほぼ

できるだろうけれど、ミュージカルをやる場合にはあと最低でも2間ほど欲しくなるんです。その際には、袖を作りて転換ができるやすいハウスにしてミュージカルにも対応してもらおうと、やたら袖が広いハウスが出来上がってきた。そこで、次に問題になるのが搬出入。これに関しては、仲よくさせていただいているビッグネームのアーティストを抱えている事務所の方からいろいろ意見を聞いてみたところ、搬出入に際して望むことは11トン車を横付けできること、そして段差がないことだったんです。じゃあ11トン車の横付けと後ろ付けの両方ができて、なおかつ段差をなくしましょうと。段差なく搬出入できるようにすれば、非常に楽なうえ、時間的にもロスがなく延長が少なくて済むんだろうと思えたし、そのぶん人件費も安く済むのではないかと。

——それは言えます。理想的な構造ですね。

来住：そこまで構想が出来てきた時に、またあらたなコンセプトが芽生えてきたんですよ。“ARTIST AUDIENCE ASSEMBLE AREA AKASAKA BLITZ with STAFF”。アーティストとオーディエンスが融合できる場所がこの赤坂BLITZで、そこにはいつもスタッフがいる。ですから、スタッフがああしたいこうしたいという意見もどんどん反映させたいと思うんです。そこで次に楽屋の話をさせていただきたいんです。楽屋は基本的にきれいじゃないといけない。アーティストから“きっとねえ楽屋”って言われたらそこでいつかんの終わりですからね。数も多いにこしたことはないんですが、楽屋ではみなさん概して誰かの悪口をはじめとするオフレコの会話をしがちですから(笑)、声がほかに漏れないような作りにする必要がある。でも結局、それは実現できずにアコーディオン・カーテンでのしきりになってしまいましたけど、



Epic/Sony Records  
Sony Music Entertainment Japan Inc.  
epic



OUT NOW

NEW SINGLE  
[ハレンチ]  
ESDB-3734 ¥800(TAX IN)

# 岡村 靖幸

← 冬の必携アイテム →



クリスマス シングル  
[Peach X'mas] 再発  
ESCB-1788 ¥1,200(TAX IN)



アーティストだけではなく、スタッフに対しても心配りしたかった。アーティストが気持ちよく演奏して、オーディエンスが気持ちよく体感できて、スタッフが気持ちよく働けるハウスじゃないといいライブはできないと思いますからね。

一話が前後しますが、外観に関するイメージというのは何かあったんでしょうか?

来住：ニューヨークでいろんな小屋を見ながら、コンセプト・ストーリーを作ってみたんですよ。外側から見たらマンハッタン(摩天楼)の中にある倉庫。で、扉を開けて一步その中に入つてみると、そこは「ウエス

中にあるいろんなショットを切り取ったような形にしようということで全体のコンセプトができたんです。

—そのせいでどうか、使用用途も通常のライブハウスに較べてかなり幅広いように思えるんですけど。

来住：はい、そうだと思います。というのも、ニューヨークにはクラブもディスコも区別はないのに日本にはクラブ、ディスコ、ライブハウスと区別されてるじゃないですか。それなら、クラブっぽい雰囲気を持って、ディスコティックになるライブハウスを作つらいじゃないかと。その発想から出てきたのがあの照明トラスなんです。あのセンター・ピース・トラスは、ディスコティックでもクラブ仕様でも対応してくれますから。それに、BLITZの展開として音楽ライブ、ミュージカル以外に、ファッショントリアル・ショーがやりたかったんですよ。普通ファッショントリアル・ショーというと、ステージからデベソが伸びていて、そこをモデルが歩く。そういうステージにも対応できるステージシステムにしたかったんですね。それでのトラスを作つてみたんです。現状では、そんなに活躍していないんです。けど、かなりの雰囲気を醸せるわけですよ。

—アーティストにとってもスタッフにとっても、すごく使い勝手がいいですよね。

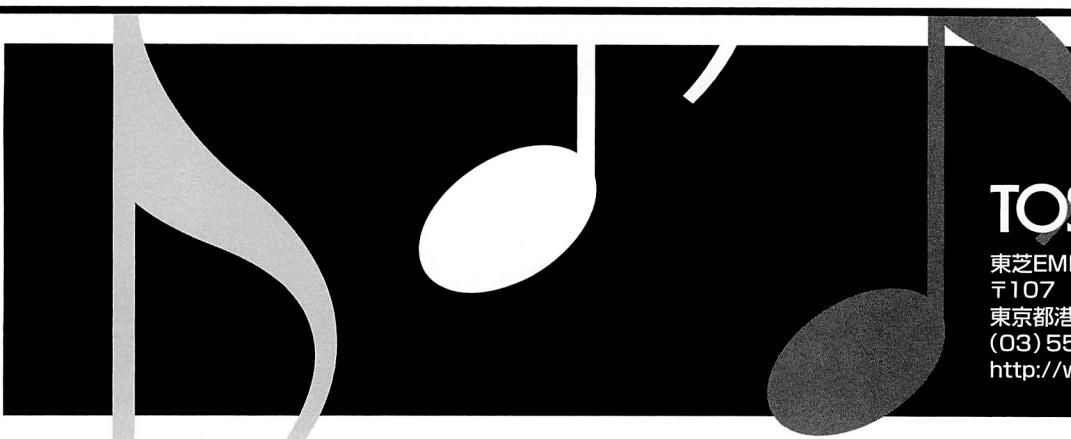
来住：BLITZとしては、とにかく気軽にライブをやっ

## BLITZのイメージの元にあるのは ニューヨークのクラブ&ハウス。最終的な目標は、 「赤坂に20世紀最後のレジェンドを作ることなんです。」

ト・サイド・ストーリー」というミュージカルの中でシャーク団とジェット団が闘ったダウンタウンの裏街。更にもうひとつ扉を開けてアクト・エリア(演奏するホール)に入ると、今度はアップタウンのシアターかクラブの雰囲気でありたいと考えたんです。実はこれは「ゴールデン・ボーイ」というミュージカルがあるんですけど、黒人の貧乏なボクサーと白人のお金持ちの秘書が出会って恋に発展していくストーリーなんですが、その二人が出会ったのがダウンタウンの公園で、そこでボクサーが「いつか俺はあの光輝く街の中に飛び出していくんだ」というような台詞を言ったんですよ。それをヒントにさせてもらったというわけです。それで、外側、ホワイエ(ロビー)、アクト・エリアという3つのストーリーをつなげて、ニューヨークの街の

ほしいんです。仮に、お金がかかるからライブの本数を減らしているという事実があるとしたら、お金がかからないで、ライブを実施したい。例えばアーティストが「ライブやりたい」と言えば「じゃあさってやろうよ」というラフな感覚でできるようにしたかったんですね。ですから照明に関しては全部つけちゃおうと。メイン・スピーカー、モニター・スピーカーについても全部置いちゃおうと。あのトラスとムービング系照明を合わせてプログラミングするものすごくカッコいいですよ。その元にあるのはニューヨークのクラブ&ハウス。BLITZの目標は、「赤坂に20世紀最後のレジェンドを作ることなんです」。

—BLITZのカレンダーを見るとほぼ毎日スケジュールがうまっているようですね?



TOSHIBA EMI

東芝EMI株式会社  
〒107  
東京都港区赤坂2丁目2番17号  
(03)5512-1700  
<http://www.toshiba.co.jp/emi/>

**赤坂の人の流れは確実に変わってきています。そしてゆくゆくは、BLITZというライブ空間を中心としてすべての人たちがハッピーになればこんなに素敵なことはないですね。**

**来住：**ハイ、みなさんのおかげで、稼働率がすごくいいんです。4月16日にスタートして10月末までのところでは、当初の目論見としては65%くらいを見込んでたんですが、実際は88%。それくらいいい感じでここまでやっています。人の流れも確実に変わってきていますね。数年たった時、赤坂にきちんと人の流れができるまで、なおかつ“そういうえば昔赤坂BLITZって



外国人アーティストにとってのBLITZの印象というのはどういう感じなんでしょうか。

**来住：**最近のスケジュールを見ていただけするとわかると思うんですが、国内のアーティストに関してはだいたい一巡したところがあって、これからやる人たちにはもう二巡目に入ってる。それとともに、97年の1月から4月にかけては、BLITZがオープニングで呼んだアーティスト(外タレ)がぞくぞくと返ってくるんです。そういうところからも、かなりいい評判はいただいていると思ってます。

—現状では邦楽アーティストと洋楽アーティストの割合はどんな感じなんですか?

**来住：**現在は邦楽洋楽の割合が7:3くらいだと思います。もっと外タレを増やしたほうがイメージ的にカッコよくはなると思うんですけど…。先程も話に出ましたが、BLITZはTBSという放送媒体を持っている。とはいっても、TBSの音楽番組でフォローで

きるアーティストの数はたかが知れてるんです。だから、BLITZがラジオとテレビにそれぞれアクセスできるようなポジショニングを作つてみたいんです。どういうことかというと、BLITZを座りで(1000人キャパ)でやれるアーティストは、そろそろラジオ番組のパーソナリティをやってみたい、あるいはやらせてみたいという“ポジション”なんですよ。で、もっと動員を増やすようになってBLITZをスタンディング(2000キャパ)ができるようになれば、テレビの音楽番組に必要とする“ポジション”だと思うんです。しかも深夜毎日ON AIRしている「BLITZ INDEX」というBLITZの番組というのも作つて、そこでBLITZでやるアーティストを紹介しつつ、チケットの販売までしてます。アーティスト・プロモーションと、ユーザーにとってはなかなか手に入らないチケット入手という特典が与えられるし…。TBSという放送媒体をバックにBLITZが存在しています。そういう形でBLITZというライブ空間が、中心となってみんながハッピーになれるよう、今のところうまく回転しているんですよ。

—しかし、約半年でここまで出来上がっちゃったハウスが、暫定的というのは、もったいないですよね。

**来住：**終わった時にレジェンドになれば本望ですから。



“ライブハウスがあったよね”なんて言われるようになれば最高だなとは思います。

—あとキャスティングに関して伺いたいんですけど、BLITZの場合は独自にブッキングをされてますし、TBSという放送媒体の後ろ楯がありますから、外国人アーティストも容易にブッキングしやすいとは思うんです。現に、外タレのライブも多いじゃないですか。武道館や横浜アリーナクラスのアーティストも簡単にBLITZでやったりしている。そういう

## 高橋克典

**高橋克典 NEW ALBUM Now On Sale**

シングル「君を愛してる-NEW LIFE-(album mix)」を含む全11曲収録。

COCA-13940 / ¥3,000(tax in)

高橋克典 レギュラーパーソナリティー  
T-FM「高橋克典のロッキン・ストリート」  
(金) 19:30~20:00  
BAY-FM「LOVE TALKIN」  
(土) 19:00~20:00

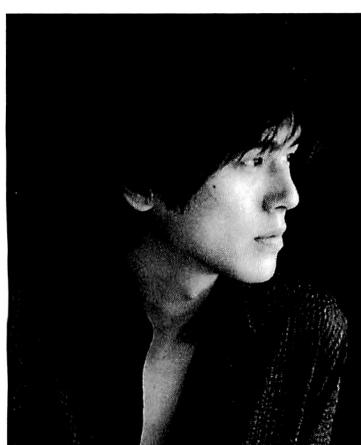
distributed by Columbia Records



明治製菓スペシャル TAKAHASHI KATSUNORI CONCERT TOUR '97 “高橋克典”

3/9(火)綾瀬市文化会館・3/11(火)大宮ソニックスホール・3/14(金)群馬県民会館・3/17(月)仙台サンプラザ・3/18(火)郡山市民文化センター・3/20(木)神奈川県立県民ホール・3/21(金)宇都宮市文化会館  
3/25(火)徳島市立文化センター・3/26(水)松山市民会館・3/28(金)広島厚生年金会館・3/29(土)倉敷市民会館・3/31(月)大阪厚生年金会館・4/2(水)石川県厚生年金会館・4/3(木)富山市芸術文化ホール  
4/6(日)市原市民会館・4/10(木)鈴鹿市民文化会館・4/11(金)帯広市民文化ホール・4/13(日)苫小牧市民会館・4/14(月)北海道厚生年金会館・4/16(水)青森市文化会館・4/17(木)岩手県民会館  
4/23(木)神戸国際ハーバーランドプラザ・4/24(木)京都会館・4/26(土)名古屋センチュリーホール・4/27(日)堺市文化会館・5/2(金)新潟県民会館・5/13(火)静岡市民文化会館・5/16(金)熊本市民会館  
5/18(日)宮崎市民文化ホール・5/19(月)大分文化会館・5/21(水)長崎市公会堂・5/22(木)福岡サンパレス・5/24(土)鹿児島市民文化ホール

●総合問い合わせ: ドライミュージック 03-3584-6767



**先** 日、雑誌をパラパラめくっていると、一枚の写真が目に飛び込んできた。「あ、スチャダラパーだ」と思ってよく見ると、それはIWA-Kのインタビュー写真だった。もちろんスチャダラはメンバー3人で、IWA-Kはソロ・アーティストなのだが、写真から漂い出す雰囲気がとても似ていた。

果たして“ラッパー顔”というものがあるのだろうか。人なつこい笑顔、大きな脳、大きな口、意志の強そうな眼。オープンマインドなムードは、IWA-Kとスチャダラに共通している。それは人気のある黒人ラッパーの危険でセクシーな感じとはまた違った気配で、アジアの優れたラッパー独特のものかと思った。

スチャダラパーは「今夜はブギーバック」で一躍有名になった。気のけない仲間同士のパーティーを、彼らはしゃべり言葉の気楽さを含めていきいきと描いてみせた。その後もウィットに富んだ作風で彼らの世代の日常を描き続けている。

一方、IWA-Kは1970年生まれのインドネシアン・ラッパー。'87から活動を開始し、メリアナからサンディの最新作に至るまで久保田麻琴のインドネシア・プロジェクトにラッパーとして参加し、今年(96年)3月にアルバム『IWA-K』でデビューした。去年はアジア・ミュージック・フェスティバルに出演している。彼はスチャダラと同様、ジャカルタのナイトライフを描いたりしているが、より童話的な世界や、広い年齢層に共通するペースもそのラップ世界に含んでいたりする。エンターテイメントとして、とても広い間口をもってラップにアプローチしているといつていいだろう。

# アジアのラップ顔

text by. 平山 IWA-KU 雄一

**A** ジアの若者にアメリカのブラック・ミュージックが浸透して久しいが、ここへきて各国でブラック・オリエンテッドな音楽が次々に誕生している。特にダンス・ミュージックは日本をはじめポップ・シーンの中心になっている。ラップもその例にもれずあちこちで盛んだが、たとえば韓国のソテジや安室奈美恵が挑戦するなど、アイドル的なアプローチがなされている。それに比べるとIWA-Kやスチャダラは、ストリート・レベルのラップだ。

m.c.A.T.などの子供にもわかるラップ、かせきさいだあなどの“隨筆モノ”、TOKYO No.1ソウルセットなどの知性派、ちょっと毛色は違うがタクシー・ランキンなどの“ぼやきモノ”、それらのすべての要素がIWA-Kにはあると言つていい。当然、本国インドネシアではそのユニークさゆえに音楽シーンでの位置はまだ定まらな

いでいる。すべての先駆者はそのフォロワーたちの数信の才能と苦労を伴っている。IWA-Kはアジアのラップ先駆者のひとりだろう。同じく、スチャダラも先駆者だ。現代のストリート・レベルのエンターテイメントがアジアに生まれるなら、それは東京やソウルやジャカルタやホンコンやシンガポールの路上に、アジアのラップ顔が溢れるときだろう。そんな光景を想像するだけで楽しくなる。優しい笑顔と意志の強そうな眼、それはポップ・ミュージックのひとつの本質であるのだから。



私たちには、コンサート事業を応援しています。

**ONKEN**  
株式会社東京音響通信研究所



**シミズ舞台工芸** 株式会社

 NIHON STAGE  
 ESS 株式会社  
J・A・P・A・N イ・エ・ス・エ・ス ジャパン

 日通航空  
NIPPON EXPRESS

音と映像のプレゼンター

**HIBINO**

**BIG1**   
LIGHTING PROJECT TEAM

**Rondo**  
INSTRUMENT TEAM

## 「パソコン」「インターネット」に関するアンケートの集計結果

※会員48社中、回答社27社 回答率→47%

※%は回答社27に対する割合で表示。

従って複数回答の項目は100%を越えている。

貴社のパソコン環境についてお答え下さい。

Q.1

日常の業務でお使いのパソコン又はワープロは?

WINDOWS: 17社/63%

MAC: 20社/74%

MS-DOS  
3社/11%

ワープロ専用機: 18社/67%

その他: 10社/37%

Q.2

パソコン又はワープロをどんな目的でお使いですか?

文書作成(ワープロ) 27社/100%

予算決算(表計算) 23社/85%

顧客管理(データベース) 25社/93%

経理事務 20/74%

チケット管理/作成 3社/11%

インターネット 8社/30%

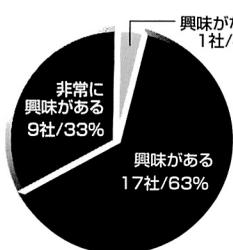
パソコン通信 8社/30%

社内LAN等 情報共有 11社/41%

インターネットについてお答え下さい。

Q.3

インターネットに興味がありますか?



SPECIAL REPORT

# インターネットに立つの役

プロモーターにインターネットや、電子マネーとやらは関係あるのか? 気にはなっているが、日常の業務に追われてじっくり研究出来ない。まだ先の話だろう?いや、結構「急ぎ」です。

文: 上條 傑一郎(ステージフライト)

今回、インターネット特集を組むにあたって会員各社にアンケートをお願いしたところ、締め切りまでの日数が非常に少なかったにもかかわらず即座に半数近くの会員の方より回答を得ることが出来ました。これはACPCで行ったアンケートの中でもレスポンス率が非常に良いとの事でインターネットに対する関心の高さを如実に現しています。アンケートの結果は別表の通りです。アンケートを集計してわかる事は、インターネットに接続している会社の方は、インターネットの利用方法についてその全てに関心をお持ちである。がまだの方はインターネットで現在何が出来るか、近い将来何が出来るようになるかという情報を持っていない方です。しかし、殆ど全ての方はインターネットに接続したい。ホームページを持ちたいとお考えです。回答いただいた全社にパソコンが導入されています。プロモーターは電話は沢山お持ちでしょうからいつでもインターネットに繋がる環境はあるという事。でも扱えるスタッフがないという事が現状の様です。きっかけさえあればという事でしょう。

空 前のインターネットブームの中でブームであるが故の否定的な意見が多いのも事実です。曰く「ホームページがつまらない。」「お金にならな

い。」「コンサートの観客でインターネットをやっている人が何人いるの?」…実はこの指摘は、間違ってはいません。現在のインターネット人口は、一般的には、500万人とか言われていますが、これは、パソコン通信の会員などインターネットにいつでも入れる環境にいる人の数であり、実際には100万人に届くかどうかと言った所です。しかし今年の初めには、20万人と言われていたインターネット人口が10ヶ月で5倍になっているのも事実です。そして、この数は、永遠に増え続けるでしょう。

い ろんな偶然が重なって、この1年3ヶ月程、毎日パソコン通信やインターネットにアクセスしなければならない状況(チケット販売)にいた自分の体験から少し状況報告をさせていただこうと思います。インターネット=ホームページというイメージの方が多いと思います。利用の仕方によってあらゆる情報が一瞬にして手に入ります。ホームページを開くことによって思わぬコミュニケーションが生まれます。とある大企業の方がホームページを見て面白かったのでと言って吹けば飛ぶような我が社にお出でになりました。日経から取材も来ました。ベンチャーキャピタルが投資を検討したいと言つきました!!

SPEEDSTAR RECORDS ARE ALWAYS POSITIVE!!

# We're speedstar

a division of Victor Entertainment, Inc.

\*SOUTHERN ALL STARS

\*泉谷しげる \*UA \*エレキプラン \*KAITA \*KEN \*KONTA \*Cocco \*笠野みちる

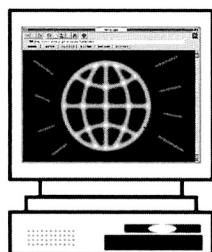
\*SHEENA & THE ROKKETS \*Jungle Smile \*THE STARCLUB

\*チエ・カジウラ \*永瀬正敏 \*FLYING KIDS \*LÄ-PPISCH



# トは りか

で も、役に立つ1番は、電子メールでしょう。我々の業務は電話が基本にあります。電話さえあればどこにいても仕事になります。そしてFAXです。FAXが無かった時代にどうやって色々な確認事項をしていましたっけ? 今やFAXが無いなんて考えられないでしょう。携帯電話もしかりです。歩きながら使うとか車の運転をしながら危ないとか…何を言わようと携帯電話が無かったら仕事にならないでしょう? 要するに「通信」が、人との「連絡・コミュニケーション」が必須です。これが実は「電子メール」を必要としている環境に我々は居るということです。第一、電話代が非常に節約できます。ACPCが全国の会員にFAXを送ったら結構な電話代でしょう。時間もかかります。でも電子メールなら市内電話料金でほんの数秒です。10円です。会員制を取られているプロモーターの方はもし会員が全員FAXをもっていたら随分助かるのにと思われていることでしょうが、電子メールならばその数倍経費が削減できて且つ決定された情報を瞬時に相手に届けることが出来ます。文章以外に写真も送れます。チラシの版下もそのまま印刷屋さんに瞬間で送ればOKです。決算書などもファイルのまま送れます。音も映像もOKです。ACPCの理事の方が東京に集まらなくても「会議」ができます。

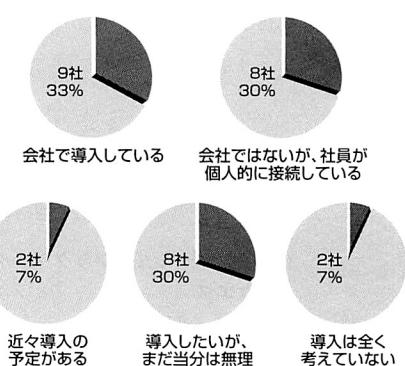


因みに、この原稿は電子メールでACPCの事務局へ発信されます。校正が楽です。「電子メール」の無かった時代が想像できないようになる事でしょう。

**示** ホームページについて申し上げますと、確かにつまらないホームページが多いです。大企業がおそらく莫大な予算を使って作ったホームページは大抵1回覗けば2度と行かない場合が多いと思います。でもそれは、インターネットの問題ではなくてそのホームページを作っている人のセンスやアイデアの問題です。会員誌の編集と同じで作る人次第です。ですから企業の制約を受けながらくだらないホームページを作られている人が、全く個人の趣味で作っているプライベートなホームページの方が何倍も面白いです。

**A**ンケートで非常に顕著だった事は、当たり前のことですが、インターネットによる「チケット販売」に対する関心です。世界中のあらゆる情報を共有できるようにと広がったインターネットは、今現在は、秘密を守ることや商取引には向いていません。ですが、1年以内には「クレジットカード」を使ったショッピングが可能になると想われていますし、課金つまりホームページにアクセスした人から自動的に1分間10円とか徴収)できる様になるのもそう遠い日ではなさそうです。電子マネー(電子決済)が実現すれば現在の流通システムが根底から変わってしまいます。問屋は勿論、小売店も必要な時代が来るのです。我々のチケットも勿論例外ではありません。そうなるとプレイガイドの存在も必要なくなる! 勿論来年から一気にそうなる訳ではありませんが、確実にそんな方向に流通システムは向かって行きます。そうなったら我々はチケットを販売するシステムを自身の手で直接持たなければなりません。その為の第一歩がインターネットを体験することであり、自社のホームページを持つ事だと思います。最近、ショッピングシステムが割合安く出来るようになりました。勿論セキュリティを考えると予算はきりがありませんし、この1年3ヶ月で思ったことは、チケット販売が他の商品と比べて如何に面倒かということです。こんなにどんどん商品が生まれて(公演が次々と決定して)そして2,3ヶ月で消えてゆく(公演が終わってゆく)商売はないです。その上、1人に対する枚数制限はあるは、何月何日の何時ジャストに発売開始しなくてはいけないは、一瞬にとんでもない数の申込み(アクセス)があるは…チケットを販売出来るシステムがあればその他の商品なんて簡単に売れます。是非このことを通産省に理解いただきて「チケット販売システムの開発」にご協力いただきましょう。ACPCの使命ですよ。では、続きは別の機会に。

## Q.4 貴社のインターネット環境は?



## Q.5

### 自社のホームページをお持ちですか?

- (1) 既にホームページを持っている。 ..... 5社/19%
- (2) 近々に開設の予定がある。 ..... 6社/22%
- (3) ホームページを持ちたいが当分無理。 ..... 8社/30%
- (4) ホームページを持つ予定はない。 ..... 5社/19%

## Q.6

### Q.5で(3)(4)とお答えの方にその理由をお聞きします。



## Q.7

### インターネットの利用法について興味のあるものに○をつけて下さい。

- ★ ホームページによる宣伝告知 ..... 19社/70%
- ★ ホームページによる会報の発行 (会員制の運営) ..... 14社/52%
- ★ e - MAILによる通信事務 ..... 14社/52%
- ★ 情報収集 ..... 16社/59%
- ★ チケットの販売 ..... 18社/67%

## 会員社のホームページ

- kusuミュージック <http://www.sphere.ad.jp/kusu/>
- サウンドクリエーター <http://www.sound-c.co.jp/>
- ディスクガレージ <http://www.inter.co.jp/diskgarage/>
- 総合企画サービスセンター <http://www.prec.com/sogo/>
- BEA <http://www.kanmon-net.or.jp/~bea/>

## Video Clips

### THANX A MILLION ~THE SINGLE CLIPS OF NAOMI TAMURA~

Istシングル「自由の橋」から完全限定の12thシングル「Thanks a million」のビデオクリップを全曲収録

- 1 自由の橋
- 2 あきらめられない夢に
- 3 永遠の一秒
- 4 ゆすれない願い
- 5 STAIRWAY [Computer Version]
- 6 千の祈り
- 7 地上に舞い降りた天使達
- 8 Us~と大地の間で~ [GUCK SILVER MIX]
- 9 Touch me [D.D. STAN MIX]
- 10 光と影を抱きしめたまま
- 11 BLOOD SWEAT & GUTS
- 12 Careしてあげて [Album Version]
- 13 Celebration~しあわせいつも降りますように~
- 14 Thanks a million
- 15 ゆすれない願い [UNPLUGGED Version]
- 16 Feel me, See me, Hold me/GENTLE BREEZE

now in store

POVH-1054 ¥4,600 (including tax)

## 初のSingle Compilation Album



### THANX A MILLION ~THE SINGLES OF NAOMI TAMURA~

now in store POCH-1611 ¥3,000 (including tax)

「ゆすれない願い」、「光と影を抱きしめたまま」、「永遠の一秒」、「あきらめられない夢に」、「地に舞い降りた天使達」、「Us~と大地の間で~」、「GUCK SILVER MIX」、「Touch me」、「BLOOD SWEAT & GUTS」、「Careしてあげて」、「Celebration~しあわせいつも降りますように~」、「Thanks a million」、「ゆすれない願い」、「UNPLUGGED Version」、「Feel me, See me, Hold me/GENTLE BREEZE」

1. 自由の橋 2. あきらめられない夢に 3. 永遠の一秒  
4. ゆすれない願い 5. STAIRWAY [Computer Version] 6. 千の祈り  
7. 地上に舞い降りた天使達 8. Us~と大地の間で~ [GUCK SILVER MIX]  
9. Touch me [D.D. STAN MIX] 10. 光と影を抱きしめたまま  
11. BLOOD SWEAT & GUTS 12. Careしてあげて [Album Version]  
13. Celebration~しあわせいつも降りますように~ 14. Thanks a million  
14. ゆすれない願い [UNPLUGGED Version]  
15. Feel me, See me, Hold me/GENTLE BREEZE

## RADIO REGULAR "THANX A MILLION"

EVERY SATURDAY 20:00~20:55 ★fm osaka/AIR-G/TOKYO-FM/FM-AICHI/広島FM/FM福岡★

### THANX A MILLION ~THE SINGLE CLIPS OF NAOMI TAMURA~



Istシングル「自由の橋」から完全限定の12thシングル「Thanks a million」のビデオクリップを全曲収録

- 1 自由の橋
- 2 あきらめられない夢に
- 3 永遠の一秒
- 4 ゆすれない願い
- 5 STAIRWAY
- 6 千の祈り
- 7 地上に舞い降りた天使達
- 8 Us~と大地の間で~
- 9 Touch me
- 10 BLOOD SWEAT & GUTS
- 11 Careしてあげて
- 12 Celebration
- 13 Thanks a million

now in store

POVH-1054 ¥4,600 (including tax)

Thanx  
a Million  
The Singles of Naomi Tamura

<http://www.polygram.co.jp>

MARKETED BY POLYDOR K.K. DISTRIBUTED BY PolyGram K.K. Primitive

## A.C.P.C.正会員名簿

(有) アーク  
 (有) アスター・ミュージック  
 (株) ウエス  
 (有) ウドー音楽事務所  
 (株) エイチ・アイ・ピー  
 (株) エイチ・アイ・ピー大阪  
 (株) エース・プロモート  
 (有) エフ・オー・ピー企画  
 (株) オデッセー<sup>1</sup>  
 (株) 学音ユニティ・フェイス  
 (株) キャンディー・プロモーション  
 (株) キョードー大阪  
 (株) キョードー東京  
 (株) キョードー東北  
 (株) キョードー名古屋  
 (株) キョードー西日本  
 (株) キョードー北陸  
 (株) キョードー横浜  
 (株) キョードーロッケン  
 (株) くすミュージック  
 (株) グリーンズ・コーポレーション  
 (株) K & Mコーポレーション  
 (株) コルクボード  
 (株) サウンド・クリエーター  
 (株) サウンド・ソニック  
 (有) サウンドポート  
 (株) ザックコーポレーション  
 (有) サンダー・フォーク・プロモーション  
 (株) ジー・アイ・ピー

(株) ジェット・プランニング  
 (株) ズーム・エンタープライズ  
 (株) スタッフ・ギャング  
 (有) ステージ・ライト  
 全榮企画(株)  
 (株) 仙台放送エンタープライズ  
 (株) 総合企画サービスセンター  
 (株) ソーゴー東京  
 (株) ソーゴー大阪  
 (有) ソールドアウトミュージック  
 (株) 中京テレビ事業  
 (株) ティー・エム・コミュニケーションズ  
 (株) ティー・イー・シー  
 (株) ディスク・ガレージ  
 (株) デューカー<sup>2</sup>  
 (株) ナゴヤ・ミュージカル・センター<sup>3</sup>  
 (株) ノースロード・ミュージック  
 (有) バックスステージ・プロジェクト  
 (有) ピーアイシー  
 (株) ピー・エム・エージェンシー<sup>4</sup>  
 (株) ビッグイヤーアンツ

(株) フリップサイド  
 (株) ブレインズ  
 (有) ホットスタッフ・プロモーション  
 (有) マップ  
 (有) ミュージカル・ステーション  
 (有) ユアソング  
 (株) ユイ音楽工房  
 (株) 夢番地



マルチメディアの総合学園

“いちばんの教科書は、現場だね”

★日本工学院は、実習以外でも一般のビッグイベントに参加・協力しています。

ripsch

- 音楽・エンタテインメント系学科
- コンサート・イベント科 ■放送芸術科
  - コンピュータミュージック科 ■音響芸術科
  - 放送メディア科 ■音響メディア科
  - 演劇俳優科 ■演劇スタッフ科 ■演劇科

**日本工学院専門学校**  
 〒144 東京都大田区西蒲田5-23-22 TEL03-3732-1111(代表)

**日本工学院八王子専門学校**  
 〒192 東京都八王子市片倉町1404-1 TEL0426-37-3111(代表)

## 平成8年正会員調査のお知らせ ～芸能白書の発刊へ向けて～

毎年実施しております正会員基礎調査を平成9年1月に実施いたします。

とくに本年は、(社)日本芸能実演家団体協議会にて初めて編纂されます「芸能白書」にもデータを提供する予定であります。

この芸能白書には、(1)日本の芸能活動の状況、(2)芸能実演家の状況、(3)芸能に関する振興政策、

(4)芸能と知的所有権、(5)国民の芸能活動状況、(6)文化施設の状況等が紹介され、わが国初の総合芸能調査報告書となる予定です。

本会といましても情報提供協力する上からは、日本のコンサートツアーの実態を正確に把握した上で「芸能白書」に掲載したいと思います。つきましては、本誌面をお借りして正会員の皆様に、漏れのないデータのご提供をお願い申し上げます。

### コンサート保険のご案内

コンサートツアーに関わる皆様にコンサート保険のご案内です。

アーティストならびにスタッフの皆様には、病気も怪我もなくツアーを完結されますよう祈念いたしますが、

「保険を掛けておけば…」という事態が起らぬことは限りません。

本会では、団体設立時より事業者の責任として保険の加入をお勧めして参りました。以下、ご参考の上、ご加入ください。

#### [正会員の方へ]

##### 1. 観客に対する賠償責任保険

この保険は、主催(共催)するコンサート(イベント)において、主催者の施設管理あるいは使用上の過失等により第三者(観客)に与えた法律上の損害を保障するものです。

保険金額：対人賠償額 1億円 / 1名についての限度額  
2億円 / 1事故についての限度額  
対物賠償額 500万円 / 1事故についての限度額

##### 2. 社員およびアルバイトの傷害保険

この保険は、通勤途上を含み就業中にケガをされた時、契約内容にもとづいて保険金を支払うものです。

また、無記名包括の契約ですから加入漏れの心配もありません。

保険金額：死亡・後遺障害 1000万円  
入院保険金(日額) 8000円 (730日限度)  
通院保険金(日額) 5000円 (90日限度)

#### [賛助会員の方へ]

##### 1. ツアー中のアーティストおよびスタッフの傷害保険

貴社所属のアーティストおよびスタッフがツアー中にケガをされたときに所定の保険金を支払います。

準記名方式ですので、メンバーに入れ替えがあった場合(人数変更なし前提)でも手続きは不要です。

補償期間：ツアー期間が対象となります。ただし、ツアーが一ヶ月以上にわたる場合には一ヶ月単位で契約して頂きます。

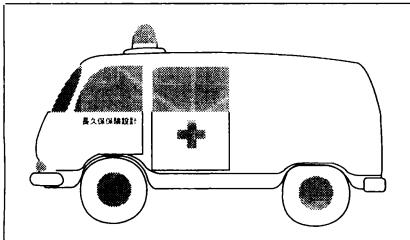
##### 2. ツアー中の楽器に対する動産総合保険

ツアーに使用される楽器(但し、商品を除く)が、破損、盗難等偶然な事故によって損害が生じた場合に時価額を限度に保険金を支払います。

※お問い合わせはACPC事務局まで

### 団体契約による割引

## 安心はじめ コンサート保険!!



アルバイト・  
従業員のケガ、  
入場者の事故 etc  
その他保険のことなら  
何でもご相談下さい。

引受保険会社

 住友海上火災保険株式会社

〒141 東京都品川区西五反田7-10-4 金剛ビル2F

TEL. 03-3779-4931

担当：岩永 協会側担当：山本

# コンサート約款

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藝術性を充分發揮し、

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) 特別な理由があつて、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ため、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 委員長——連絡先……  
まつり協議会等（株）——連絡先……

### 第七条 <主催者の義務>

主催者は、入場券を発券販売する等、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思われる物品の持ち込みを禁止できます。
- (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ことができます。
- (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ことができます。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。

ひとつ歌が生まれると  
またひとつ、幸せがともる。



#### 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って、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]ベ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。

**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い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つても、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つて、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来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来場した場合、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。

私たちは、全国のコンサートツアーを  
サポートしています。



### コンピュータチケッティング協議会

#### 株式会社SSコミュニケーションズ

チケットセゾン  
住所／〒102 東京都千代田区二番町11  
Tel.03(5276)2100

#### 関西プレイガイド協会

住所／〒543 大阪府大阪市天王寺区悲田院10-48  
ステーションビル内  
Tel.06(779)5213

#### コミュニティネットワーク株式会社

CNプレイガイド  
住所／〒113 東京都文京区本郷 3-6-9  
Tel.03(5800)3200

#### ぴあ 株式会社

チケットぴあ  
住所／〒102 東京都千代田区三番町 5-19  
Tel.03(3263)6633

#### 株式会社 マイカル

MYCAL 21 チケットぴあ  
住所／〒541 大阪市中央区久太郎町 3-1-30  
第一勧銀船場ビル  
Tel.06(252)5052

#### 株式会社 丸井

丸井チケットぴあ  
住所／〒164-01 東京都中野区中野 4-3-2  
Tel.03(3384)0101

コンサートチケットは、安心の  
協議会 加盟社でどうぞ。

