

ACPC

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

©2025 A.C.P.C.

All Japan Concert & Live Entertainment Promoters Conference

WINTER 2025 VOL.54



中西健夫 ACPC 会長 連載対談 第38回 ゲスト 高田旭人 ジャパネットホールディングス 代表取締役社長 兼 CEO
伊神悟 ACPC 副会長 連載「伊神が行く!」第3回 北陸・甲信越

今号で第3回を迎えた連載「伊神が行く!」では、北陸・甲信越の会員社の皆さんにお集まりいただきました。

ひと口に「北陸・甲信越」といっても、広大な土地を有するエリアであるため、なかなか一枚のイラストに描き切るのは難しいと思われましたが、小池アミイゴさんが見事に作品化してくださいました。足を延ばせば海も山も見ることができ、圧倒的に美しい自然がごく当たり前のように生活に寄り添っているイメージをベースに、石川の「金沢21世紀美術館」、富山の「富岩運河環水公園」、福井の「永平寺」、長野の「善光寺」「松平城」といった有名スポットが点在しています。さらには富山のお祭り「越中八尾おわら風の盆」や、コンサート会場としても利用される新潟の「朱鷺メッセ」、福井の「サンドーム福井」も描かれています。

北陸・甲信越の自然の中にある「朱鷺メッセ」と「サンドーム福井」を改めて見ると、どちらも個人的で美しい外観であることに気づかされます。



イラストレーション：小池アミイゴ



4 VOL.54 刊行のご挨拶 中西健夫 ACPC 会長

5 令和6年度 ACPC 人材育成研修会報告

中西健夫会長連載対談

第38回ゲスト＝高田旭人(ジャパネットホールディングス代表取締役社長 兼 CEO) / 懇親会 / 長崎スタジアムシティ視察 / カスタマーハラスメント対策セミナー / フェスティバル研究委員会 / 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3回＝北陸・甲信越

24 オンライン座談会
チケット業務担当者座談会

金沢睦美(ミュージックファン) × 蒲原沙季(キョードー東京) ×
大竹そら(グリーンズコーポレーション) × 前田可奈子(GAKUON ユニティ・フェイス)

29 MUSIC AWARDS JAPAN 開催概要続報

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



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。

2025年が幕を開けました。大阪・関西万博、MUSIC AWARDS JAPAN など、大きなイベントが控えています。本年も、どうぞよろしくお願いたします。

今号では、昨年11月に長崎で開催した「令和6年度ACPC人材育成研修会」を特集しています。ジャパネットホールディングス社長の高田旭人様と対談をさせていただきましたが、語られた内容に世代や担当を問わず刺激を受けた方が多かったのではないのでしょうか。私たちの業界にも通じる考え方や取組の数々に、異業種の知見から学ぶことの重要性を感じました。

同じく研修会にて実施した、近年課題となっている「カスタマーハラスメント対策」のセミナーや、野外フェスの運営等をテーマとした「フェスティバル研究委員会」の様も掲載しています。今後も業界の課題解決に向け、会社の垣根をこえて協力体制を構築していきたいと思っています。

また、今号のオンライン座談会では、チケット業務を担う4名にお集まりいただき、やりがい、悩み、喜びなどのお話を伺いました。チケットは、ライブとお客様をつなぐ欠かせない要素です。お客様は様々な想いを胸に来場されており、1枚のチケットには計り知れない重みがあります。その重みを日々感じながら業務に取り組む姿勢から、改めて大切なことに気付けるでしょう。

多くの人々の力があって、1つの公演が成り立っています。職種や立場は違えど、共通しているのは「誰かのために」という想いなのではないのでしょうか。お客様、アーティスト、仲間、業界のため…。人の数だけ想いがあり、それが連なり交じり合うことにより、感動の瞬間が生まれるのだと思います。

昨年は、改めて自然災害の脅威を実感する一方で、人間の強さやライブ・エンタテインメントの力を再認識した1年でもありました。今年も皆さまと想いをつなぎながら、明るい未来に向けて共に歩んでいけることを願い、第54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

撮影：小山昭人(FACE)

2024年11月18～19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、長崎スタジアムシティ。ジャパネットグループのリージョナルクリエイション長崎が運営する、スタジアム、アリーナ、ライブレストラン、ホテル、商業施設、オフィスなどを併設した大型複合施設です。JR長崎駅から徒歩約10分という好立地に、圧倒的なスケール感を持って誕生した同所に、全国会員社等から過去最高の約240名が参加。施設の視察だけでなく、高田旭人ジャパネットホールディングス代表取締役社長 兼 CEO と中西健夫 ACPC 会長の特別対談、「プロモーターの未来に向けて」をテーマにしたセミナーなどが行われました。





高田 旭人
Akito Takata
株式会社 ジャパネットホールディングス
代表取締役社長 兼 CEO

中西 健夫
Takeo Nakamishi
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

前回、この中西健夫会長連載対談に、高田旭人ジャパネットホールディングス代表取締役社長 兼 CEO が登場したのは、2019年の12月刊行号でした。その際、まだ見ぬ長崎スタジアムシティの構想を語っていただきましたが、約5年の年月を経て、構想通りに完成した同所でACPCの人材育成研修会が開催されることになりました。最高のシチュエーションでの再会、二度目の連載登場は、より深くエンタテインメント・ビジネスの可能性と地域創生の本質を語り合う場になりました。

5つのこけら落としでの試み

中西 5～6年前に長崎スタジアムシティの建設予定地を初めて訪れて、色々と構想をお伺いしましたが、改めて完成した姿を見て感慨深いですね。オープニング・パーティにご招待いただいて、福山雅治さんのこけら落としライブ（2024年10月13日）も拝見したのですが、長崎にエンタテインメント・タウンが誕生したことを実感しました。

高田 もともとは2017年に、V・ファーレン長崎というプロサッカークラブが弊社のグループに加わったことから始まりました。翌年、長崎に広大な土地が空いたという噂を聞いて、当初はスタジアムをつくる予定はなかったのですが、坂が多い長崎の中心地でこれだけ広い平地はありませんので、スタジアムを建てるならこのチャンスしかないと思いました。

中西 今回のACPC人材育成研修会ではこの後、各所を視察させていただきますが、その前にコンサートをはじめエンタメ

撮影：小山昭人(FACE) 収録日：2024年11月19日

感動を生み出しながら、収益も上げる
長崎スタジアムシティの成功は、そこからです



各地域がそれぞれの強みを活かして、新しい扉を開いていくしかないんです。

高田旭人

ジャパネットホールディングス代表取締役社長 兼 CEO

で利用できる施設を簡単に紹介していたら、スタジアム(PEACE STADIUM Connected by SoftBank)があって、アリーナ(HAPPINESS ARENA)があって、ライブレストラン(THE CLUB NAGASAKI)があるということですね。

高田 そうです。オープニングに際して、全部で5つ、こけら落としがありました。まず10月4日にアリーナで行われたバスケットボールの長崎ヴェルカの公式戦です。長崎ヴェルカは3年前につくったクラブで、日本代表でもある馬場雄大選手や川真田紘也選手が所属しています。B3、B2、B1と昇格していき、現在は44試合連続でチケットが完売。アリーナは6000席、3000席はシーズン・チケットで売れていて、残り3000席は1日で完売する人気クラブになっています。

続いて10月6日にスタジアムで行われた、V・ファーレン長崎のJ2公式戦。もともとはホームゲームでも8000人くらいしか入っていませんでしたが、こけら落とし試合を含む3試合は全部で2万人くらい入りました。12月1日にJ1昇格を争うプレーオフの初戦があるのですが、そのチケットも3日間で2万枚が完売しています。

このスタジアムの特徴は、場内への入場端末、飲食などを購入いただくキャッシュレス端末はすべて、ジャパネットグループで構築したシステムだということです。

先程も話に出た、スタジアムでの福山雅治さんのこけら落としは、フリーライブで開催されました。「長崎スタジアムシティ公式アプリ」を通じて53万人以上のお客様からご応募があり、当選した約2万5000人の方にスタジアムにご入場いただきました。アプリは立ち上げてまだ数ヶ月なのですが、これでホテルやイベントの予約が全部できるようになっています。アプリではライブビューイングもしましたが、同時視聴数が約27万まで伸びました。アリーナのこけら落とし、さだまさしさんのコンサート(10月19日)は、チケット5000円の売上を能登半島地震の復興のために寄付をするチャリティーコンサートとして開催しました。こちらは約43000人の方からご応募いただいて、当選した5000人の方に来場いただきました。最後はライブレストランのこけら落とし、ピアニストの清塚信也さんが週末の10月26、27日と、2公演×2日間の4公演を行ってくださいました。200人くらい入る会場で、多くの方か



「音楽の仕事をやっています」だけでは立ち行かない時代になってきています。

中西健夫

コンサートプロモーターズ協会会長

らご応募いただき抽選でのご案内となりました。

届いていなかった先へ向けて

中西 このところキャリア組のアーティストの動員が、驚くくらい伸びています。ちょっとびっくりするくらいで。キャリア組とはお客様の平均年齢が60歳以上の方で、日本の音楽シーンのゾーンがさらに広がってきたといえると思います。ジャパネットさんの通販事業の顧客も60代、70代の方々と聞いていますし、今後僕らが大事にしなきゃいけないキャリア組のアーティストを、どのようにプロモーションしていくかという点では連携できるのではないのでしょうか。

高田 私達は3年前からテレビのBS放送に参入してまして、2025年1月からBS10という新しいチャンネルもスタートします。例えば長崎スタジアムシティでのイベントを収録した1時間番組を放送して、その後にホテルの紹介もして、コンサートとホテルのセットを通販で販売してみようと考えています。実際にトライアルで実施もしまして、石川さゆりさんのコンサート・チケットとホテルの宿泊セット、アイ

スショーの「プリンスアイスワールド」のチケットもホテルとのセットで販売しました。我々の通販事業のお客様の平均年齢は70歳ちょっとで、平日でも足を運んでいただける方が多いので、平日の公演ですが、結果400人くらいにセットを買っていただきました。今までエンタメの魅力が届いていなかった方に、我々流にリーチしてこう、リーチした方がまたここに来たいと思ってもらえる会場と施設にしていこうと考えているんです。

本当の意味での地域創生

中西 現在のコンサート市場での大きな問題は、首都圏に集中していることなんです。今年上半期のACPC基礎調査によると、売上の54%が関東に集中しています。理由としては、アリーナなどの大規模会場が首都圏にばかりできるということがあります。この長崎をはじめ地方にもできてはいますが、もっと地方での建設を推進していかないと、さらなるアンバランスが生じてしまいます。

高田 私は地域創生という言葉には、なんとなく違和感があって、地元からの「長崎という地域の創生に取り組んでくれて、

ありがとう」という雰囲気は実は悩みでもあるんです。私達は「感動とビジネスの両立」というキーワードを社内をよく使うのですが、感動を生み出しながら、ちゃんと収益も上げてビジネスとして成り立たせることを、とことんやっていきたいと考えているんです。現時点ではまだまだ成功でもなんでもなくて、黒字化が見えてはじめてこのプロジェクトは成功なんです。さらにいえば、地域のためという大義名分だけではなく、我々の会社も社員の給料が上がって、休みも多くとれないと、人はついてきません。そして成功すれば、長崎以外にも民間企業が日本全国で同じように投資を始めるはずです。それが本当の意味での成功だといえるでしょうね。

中西 僕らは今まで音楽を中心としたビジネスをやってきました。でも、これからは「音楽の仕事をやっています」だけでは立ち行かない時代になってきていると思います。考えてみれば、僕らが常日頃手がけているフェスも、宿泊や飲食が関わっています。音楽だけではなくて、色々な要素が混じり合って成立しているわけです。そういう時代には、企業の試みと知見を学んでいくことがすごく大事になってきます。

高田 今日は皆さんの前でお話する機会をいただいて、本当にありがたいと思っています。長崎スタジアムシティの現場を見ていただいたり、ビジョンを示すお話ができる前までは、業界の方からも結構「長崎にこんな施設をつくっても無理じゃないか」という意見をいただいたんです。アーティスト側の方の考えでは「ファンクラブを通してチケットを売ることが中心なので、別に長崎じゃなくてもいいんです」となることも理解しています。長崎でコン

サートを開催していただくためには、チケットがプラスアルファで売れる世界を我々がつくることが大事なのだと思います。半分ファンクラブ、半分はジャパネット経由だから買うという方が増えていくと、コンサートは開催しやすくなりますよね。



PROFILE

高田 旭人

たかた・あきと

1979年長崎県生まれ。東京大学卒業後、証券会社を経て、2004年にジャパネットたかたへ入社。バイヤー部門、コールセンター部門、物流部門の責任者、ジャパネットたかた取締役副社長を経て、2015年にジャパネットホールディングス代表取締役社長に就任。通信販売事業に加え、スポーツ・地域創生事業にも取り組み、現在はホールディングスを含む8社の代表を務める。

※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。



懇親会

会場：THE STADIUM VIEW



客室や懇親会会場からスタジアムが一望

11月18日、長崎に到着した一行は、まず宿泊先のスタジアムシティホテル長崎にチェックイン。同ホテルは快適かつ豪華な客室もさることながら、スタジアム (PEACE STADIUM Connected by SoftBank) 側の部屋 (スタジアムビュー) から試合観戦ができることが特徴。懇親会の会場も同じくスタジアムが一望できるTHE STADIUM VIEW。

ホテル最大のバンケットルームに参加者約240名が集いました。途中、席替えを挟み食事と歓談が続く中、スタジアムではレーザーショー、NAGASAKI STADIUM CITY NIGHT MIRAGE (5ページ上の写真) が開始。食事の手をとめて、長崎スタジアムシティの夜を彩る幻想的なショーを楽しむ参加者も多くいました。



乾杯の発声を務めたのは鏡孝彦専務理事 (写真左)。中締め挨拶は横山和司常務理事が一本締めとともにを行いました



レーザーショーを楽しむ参加者の皆さん (写真左)。会社やエリアの枠をこえて、貴重な交流の機会となりました



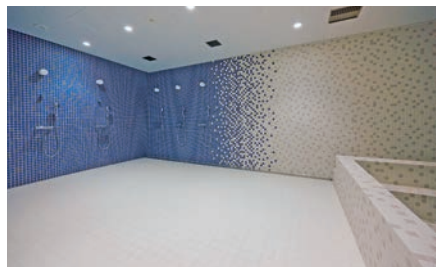
長崎スタジアムシティ視察

スタジアム
PEACE STADIUM
Connected by SoftBank

スタジアムの魅力を伝える工夫

ホームチームであるV・ファーレン長崎の公式戦、コンサートなどが無い時でも、様々な企画やアクティビティで来訪者を惹きつけ、スタジアム自体の魅力を定着させる工夫が視察からは強く感じられました。前ページで紹

介したレーザーショー、普段は入ることのない選手のロッカールームなどを案内するスタジアムシティツアー、スタジアム上空を滑走して絶景を楽しめるジップラインなどが常時行われています。



写真左下の上空にはジップラインで滑走する姿が小さく見える。写真右は上からホームチーム用のロッカールーム、マッサージルーム、シャワールーム

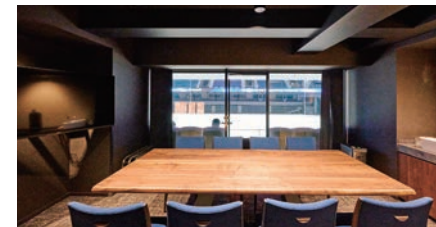
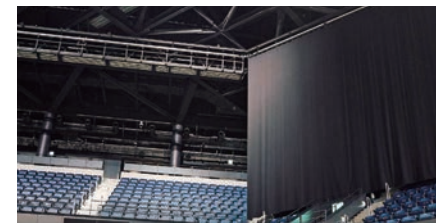
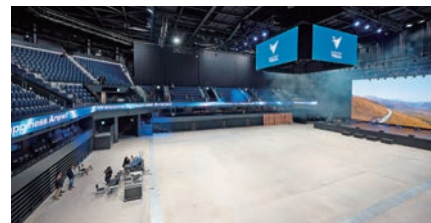


アリーナ
HAPPINESS ARENA

段階的なキャパシティ設定

アリーナにはキャパシティ設定の段階があり、一番上の客席を暗幕で見えなくするパターンなどを見せていただき、ステージでの映像上映のシミュレーションも。また、長崎ヴェルカのホームゲームの「プレミアムヴェルカシート」「ベンチ向かいS席」「ゴー

ルS席」購入者専用ビュッフェ付きラウンジのKANDO LOUNGE presented by Sony、VIP専用入場口が利用でき、臨場感ある試合観戦・コンサート観覧が楽しめる法人限定のPLATINUM BOXなども視察しました。

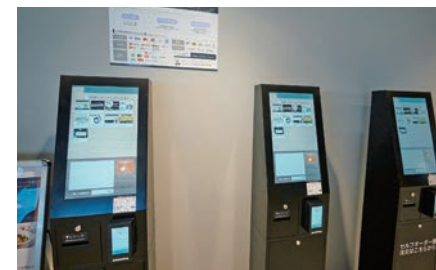


フードホール
FOODHALL

徹底したキャッシュレス

フードホール内の飲食店では「長崎スタジアムシティ公式アプリ」からモバイルオーダーするか、フードホール内に数多く設置された

セルフオーダー機から注文。キャッシュレスが徹底されていました。



セミナー A コース

カスタマーハラスメント対策セミナー

会場：THE VITORIA



講師の西彩奈さん(SOMPO リスクマネジメント株式会社)



苦情対応、カスハラ、障がい者対応の「事例と実践」

2日目午後のAコースでは、カスタマーハラスメント対策セミナーを実施。参加者にとって身近な課題である「苦情対応」や、社会的にも問題視されている「カスタマーハラスメント」、さらに法改正の影響で現場の関心が高まる「障がい者対応」を加えた3つのテーマを扱いました。

講師を務めてくださったのは、この分野の専門家である SOMPO リスクマネジメント株式会社の西彩奈さんと宮本薫さん。基礎知識や対応のポイントについて分かりやすく解説いただいたほか、ライブ会場で実際に起きた事例に基づくグループディスカッションを行い、参加者同士で活発に意見が交わされました。

「苦情対応」については、そもそも苦情とは何かという問いから、ただの怒りではなく不満足表明であり、商品やサービスに対するお客さまの事前期待と事後評価の差によって生じるものであることを確認。その上で、苦情に対応する際の基本的なステップについて、謝罪時に使うフレーズを考えるワーク等

を通じて学びました。

「カスタマーハラスメント」については、その定義や分類を整理した上で、時間拘束や SNS 投稿といった類型ごとに対応のポイントを解説。グループディスカッションでは、お客さまから不当な要求を受けた場合の対応について各社の経験を共有しながら話し合い、参加者からは、チケット購入時の規約や公演ホームページでの事前告知により予防をしながら、現場では自分たちの落ち度があれば謝罪をしつつ毅然と対応することが有効ではないか、という意見が出ました。

「障がい者対応」については、まず障害者差別解消法の改正・施行により義務化された合理的配慮の提供が求められる場面や条件を確認。それを踏まえて、合理的でない配慮や過重な負担を求められた場合の対応方法について、事例に沿って考えました。

コンサートプロモーターとしての日常であるお客さま対応について、改めて立ち止まって考える貴重な機会となりました。

セミナー B コース

フェスティバル研究委員会

会場：THE CLUB NAGASAKI



(写真左より) オブザーバー：横山和司常務理事(ホストスタッフ・プロモーション)、清水直樹常務理事(クリエイティブマンプロダクション)、若林良三常務理事(ウエス) / 委員：瀧田正孝(ウエス)、菅真良理事(ジー・アイ・ピー)、大野哲義・宮野秀一(クリエイティブマンプロダクション)、間瀬光太郎(サンデーフォークプロモーション)、宮本暁子(サウンドクリエイター)、大山高志(夢番地)、定家崇嗣(デューク)

全国の担当者が集結、持続可能なフェス開催に向けて

2日目午後のBコースでは、ACPC フェスティバル研究委員会のセミナーを実施。冒頭、若林常務理事より委員会設立の目的として、自然災害への対策を含むフェスの安全な運営に向けた基準づくりなど、共通課題への取り組みを通じて持続可能なフェス文化を形成することが掲げられ、これからのフェスをつくる次世代のプロモーターにつなげていきたいとの発言もありました。

各フェスの運営担当者からの報告は、まず荒天への対応について。開場前の雷雨(WILD BUNCH FEST. / 夢番地・大山)、終演直前の雷雨(MONSTER baSH / デューク・定家)、開催前の台風接近(SUMMER SONIC / クリエイティブマン・宮野)にどのように対処したのか、臨場感のある具体的な説明がされました。また、アーティストやスタッフの9割が飛行機で道内入りをするRISING SUN ROCK FESTIVALでの天候以外の事情による移動のトラブル事例(ウエス・瀧田)も報告されました。

続いて、日傘の利用を推奨した熱中症対策、バスケットボールチームとのコラボ(京都大作戦 / サウンドクリエイター・宮本)、ふる

さと納税の返礼品としてのチケット提供、リサイクルTシャツの販売(MONSTER baSH / デューク・定家)、会場で回収した大量のペットボトルのリサイクル、NFTアートの配布(WILD BUNCH FEST. / 夢番地・大山)、会場に出た生ゴミを肥料にジャガイモを育て、観客に配布(RISING SUN ROCK FESTIVAL / ウエス・瀧田)、自然と音楽の共生を目指す森林保護プロジェクト、車いすでも自然散策ができる木道=ボードウォーク(FUJI ROCK FESTIVAL / ホストスタッフ・横山)、文化庁と連携し日本のアート作品を展示するMUSIC LOVES ART(SUMMER SONIC / クリエイティブマン・大野)、応援酒の製造・販売による能登半島復興支援(ARABAKI ROCK FEST. / ジー・アイ・ピー・菅)、会場内での痴漢被害防止に向けた意見募集(TREASURE05X / サンデーフォーク・間瀬)など各フェスで行われている様々な取り組みも報告されました。

最後に参加者からの意見や質問をもとに協議を行い、若林常務理事の「今後も積極的に情報共有や意見交換をして、フェス文化を次のステップに進めていきたい」という言葉でセミナーは終了しました。

現場における忘れてはならない心得

高田社長と中西会長との対談は、異業種の経営者のお話を伺える貴重な機会となりました。

対談の中で、ジャパネットグループでは、お客様を想像しお客様に何が足りないのか、そして何を必要としているかを想像する心がけを持つようにしているとのお話がありました。コンサートプロモーターも現場においてサービスを提供する上で、忘れてはならない心得であると感じました。

また、私も参加している「フェスティバル研究委員会」では、安心で安全なフェス開催を目指し、熱中症対策や雷雨発生時の対応等の課題について意見交換を行っています。若いプロモーターも安心して取り組めるように、各主催者の先輩方に学びを得て、より良いフェス開催に活かしてまいります。



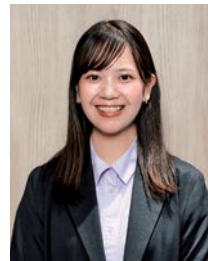
茶園 朋久
キョードー西日本

東京とは違った角度からのアプローチ

生まれも育ちも東京である私にとって、長崎での研修会はとても刺激的なものとなりました。

これまで私が携わってきた公演は東京や首都圏がメインで、地方での経験はそこまで多くはありませんでした。今回、高田社長のお話やフェスティバル研究委員会での報告を聞いたり、各地のプロモーターの方々とお話をしたりする中で、公演のプロモーションひとつをとっても自分とは全く違った角度からのアプローチの仕方や、首都圏では到底出来ないような施策など、そのどれもがチャレンジ精神に溢れたもので、これまで自分が思いつきもしなかったようなアイデアや考えが飛び交い、気づけば2日間が終わっていました。

研修会で学んだチャレンジ精神などを忘れずに、この経験を仕事に活かしていきたいと強く思います。



伊藤 真緒
プロマックス

ボリュームのある2日間で学んだこと

今回初めてACPC研修会に参加させていただき、各地の様々な職務をされている方との交流や、会長対談～施設見学、そしてセミナーの受講という、ボリュームのある2日間を過ごさせていただきました。

受講した「カスタマーハラスメント対策セミナー」では、私たちが直面し得るであろう、対お客様の苦情対応や解決へ向けた取り組み方などを学ばせていただき、大変勉強になりました。

昨今SNSの発達により情報収集や共有が容易になったことで、今まで以上に慎重に対応しなくてはならないと思いますので、今回学んだことを今後活かしていきたいと考えております。

貴重な機会をありがとうございました。



丸山 結衣
モストプランニング

「寄り添う姿勢」と「毅然とした対応」の境界

「カスタマーハラスメント対策セミナー」において、実際に現場で起こり得るケーススタディやグループディスカッションを通して、具体的なイメージを持ちながら学びを深める事が出来ました。

特に、普段からお客様に寄り添う姿勢と毅然と対応する境界の判断に悩んでいた為、今回の研修を通し専門的な知識を得る事で、その指針を得られた事が自身にとって最も大きな収穫となりました。

この学びを職場で共有し、スタッフ教育、サービス改善および向上に活かしていきたいと考えております。この度の貴重な学びの機会に心より感謝いたします。



瀬山 俊幸
阪神コンテンツリンク

「また来たい」と思ってもらえる運営

今回、高田社長の「長崎の地域創成、活性化のために創った施設を民営で取り組むこと」にした。行政は公平性を提供することに対し、民間はお客様に最大の幸福を提供し『また来たいくなる施設』を目指している」というお話が印象的でした。

これはエンタメも同じで、公演の内容は大前提としながらも、我々プロモーターも「お客様に満足いただく」という根本であり最重要なことを忘れずに取り組むことで、お客様に「また来たい」と思ってもらえる運営を心掛けたいと再認識しました。

なお、劇場不足は札幌においても感じており、新しい施設をぜひ創ってほしいです!!



小林 ち乃
道新文化事業社

見つける、磨く、伝える。響いた高田社長のお話

高田社長のお話が、とても自分には響きました。デュークで主催している夏フェス『MONSTER baSH』、商店街を舞台にしたサーキットの『SANUKI ROCK COLOSSEUM』。どちらも音楽シーンだけでなく、地方創生の側面からも考えることはたくさんあります。

見つける、磨く、伝える。ライブビジネスでもまったく同じことが言えると思いました。ターゲットの理解やアプローチなど、アーティスト毎のファンを増やすのもそうですが、自分のいるエリアの音楽ファンをいかに増やし、増やしたものをどう次に、またその次に繋げていけるか。ライブビジネスの形も手打ちから委託へ、興行主から運営へと変化の中で、エリアプロモーターの存在意義を違ったビジネスの観点からも考えさせられました。

入社1年目から参加させていただいている研修会。研修内容もさることながら、普段なかなか巡り会えない同志との出会いは、今の僕にとって大きな財産です。そして、ライブビジネスの財産につながることを願いつつ、日々の業務に励みます。参加させていただき、ありがとうございました!



迫田 遊馬
デューク



伊神が行く!

全国へ行く
地元で語る
Vol.3 北陸・甲信越編

HOMETOWN ENT. NIGHT & DAY



撮影：小山昭人 (FACE)

自身も東海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3回のエリアは「北陸・甲信越」。後藤新治理事（キョードー北陸代表取締役）のご尽力もあり、エフ・オー・ビー企画、キョードー北陸、サウンド・ソニックの3社、計12名が一堂に会し、伊神副会長を迎え入れてくださいました。北陸・甲信越は全国プロモーターが担当するエリアの中で最も広く、雪深い土地でも

あるだけに、県境を越える移動には時間を要しますが、日本海の美しい海岸線、全国屈指の海産物の美味しさなど豊富な魅力を備えたエリアでもあります。2024年元日に能登半島地震が発生、観光地でもある美しい能登地区が大きな被害を受け、未だ復興には至っていませんが、多くのアーティストやACPCをはじめとした音楽関係団体が支援を継続しています。そんな中、富山や金沢に職場がある皆さんにも新潟にお集まりいただき、北陸・甲信越の魅力を地元目線で語り合い、よりこのエリアのライブ・エンタテインメントを盛り上げていく術を探っていきます。

エフ・オー・ビー企画



(左から)市川裕章^{代表} / 清水典子^{代表} / 江尻佐和子^{代表} / 桑田江美子 / 前田淳



観光地と会場が近い金沢

弊社の近くにある「金沢 21 世紀美術館」は全国の美術館の中でも来場者数がトップクラスで、通常でも100人、200人の入場待ちという人気のスポットになっています。ライブができるスペース、シアター 21 ではアコースティック・ライブなども開催しています。弊社も関わり、来場者の方に「美術と音楽」という空間を提供しています。「兼六園」に面している立地条件も良いですね。(清水)

「金沢城」と兼六園周辺は、桜の季節など期間限定でライトアップを行っており、夜が特別にお薦めです。富山では「黒部ダム」。展望台から見る放水は迫力があります。それと出身地なので長野の観光スポットをいくつか挙げさせていただくと、「善光寺」「戸隠神社奥社」「渋温泉」「松本城」などがあります。(江尻)

アーティストの皆さんとの打ち上げでは、金沢おでんを召し上がっていただくことが多いですね。金沢おでんは、能登半島で作っている「いしる」という魚醤ベースの出汁で、

バイ貝やカニ面が入っています。(清水)
お店でいえば「金澤おでん赤玉」。金沢おでん発祥のお店です。(前田)

B 級グルメなのですが、「宇宙軒食堂」の「とんバラ定食」。豚バラ肉をキャベツなどの野菜と炒めたものです。タレに特徴があって、本当に美味しい。(清水)

特に冬になると日本海側はお魚が美味しいです。11月から解禁になるカニを食べていただきたいですね。特に香箱ガニは。他には富山の「糸庄」というお店のもつ煮込みうどんもお薦めです。(江尻)

お店では金沢カレーの「ターバンカレー 金沢総本家」。金沢片町の「桃郷酒家」は、飲んだ後の締めめにネギがたっぷりのったラーメンとエビがまるごと入った餃子が最高です。(桑田)

金沢は観光スポットがギュッとまとまっているところが便利ですね。兼六園の周辺にいくつかコンサートができる会場もあるので、移動も楽。コンパクトに観光できる場所、外国からいらっしゃる方も多いです。(市川)

伊神のひと言

兼六園といえば、40 数年前のサンデーフォークの社員旅行で行ったことが思い出されます。なんと松山千春さんも参加してくださいました(笑)。金沢はとにかく人気の観光スポットが豊富で、お酒落なイメージもありますので、うらやましい街ですね。それと「桃郷酒家」は気になるなあ(笑)。ぜひ、行ってみたい。



キョードー北陸



(左から) 秋田考志 副社長 / 加藤慎介 / 吉野優 / 伊藤妃里



新潟を巡る、日本海を見る

世界遺産になった新潟の「佐渡」には、ぜひ足を運んでいただきたいですね。北陸は金沢以外、のんびりした場所なので、都会暮らしの方が心を癒やされに来る土地だと思うんです(笑)。そういう意味では、佐渡なんて本当にのんびりできますし、ご飯も美味しいですから。福井の「永平寺」は曹洞宗の大本山ということもあり、凜とした佇まいを感じてもらえると思います。「気」の流れが良いと言いますか、おそらく相当なパワースポットじゃないでしょうか。「青島ラーメン」は、生姜醤油ラーメンで毎日食べても飽きない。朱鷺メッセや新潟県民会館の近くにもありますので、コンサートの前後に行けます。(秋田)

「長岡花火」は、とにかくただただ圧巻。テレビでも毎年中継されていますが、生で見ると迫力が違います。花火の迫力とは逆の楽しみですが、心が癒やされるのは、新潟市内の海岸沿いから見る夕日。真っ赤に染まって、空も明るくなります。1時間でも座って

見ていられます。海岸まで行けなくても、新潟市万代のビルにある展望台からでも、海まで見えるので充分きれいです。(加藤)

金沢は観光地が集中していますが、新潟には色々なところを巡る楽しみがあると思うんです。例えば水族館「マリニピア日本海」に行くまでに、「バスセンター」でカレー、「ピア万代」でお寿司を食べて、古町を通るという感じで。同じようにコンサート会場に行くまでに、各所に寄るのも良いと思います。(吉野)

「弥彦山スカイライン」は市内からは離れますが、新潟の自然が一望できる素敵なドライブコースなんです。新潟は曇りが多く、晴れている日が少ないのですが、天気の良いとき空も海も本当にきれいです。スカイライン近くの山中にある「59FU」というカフェもお勧め。都会では絶対にならないような、自然に囲まれた古民家のカフェです。やっぱり日本海側は海岸が素晴らしい。晴れた日の夕暮れ時が特に良いんですよ。私も夕日を見に海岸に行きますが、天気の良いとき佐渡島も見えて昔から大好きな景色です。(伊藤)

伊神のひと言

日本海を見渡す素晴らしさは、僕も実感として分かります。北陸自動車道を夕方に車で帰ってくる時、新潟あたりで夕日がきれいに染まって、本当に素晴らしかった。それと大阪出身の秋田さんが「大阪のインディアンカレーの味は青島ラーメンに匹敵する」という話を聞いていたのですが、僕はインディアンカレーよりバスカレー派です(笑)。



サウンド・ソニック



(左から) 木下潤一 副社長 / 松田穂高 / 高菜津美



寿司といえば、富山

富山駅から徒歩10分の「環水公園」には、通称「世界一美しいスターバックス」があります。オーバード・ホールでコンサートが開催される時、アーティストの皆さんが立ち寄る場所です。環水公園自体も、昼夜問わず人気があり、ライトアップを見に来られる方も多いです。その他、富山は「富山ガラス美術館」「雨晴海岸」「五箇山」「富山県立山博物館」「称名滝」「砺波チューリップ公園」などの観光地が市内から離れて分散しています。グルメで挙げるなら、お寿司。「寿司といえば、富山」というキャッチフレーズで富山県がブランディングを推進しています。お店は「すし玉」「とやま鮨 海富山」「美乃鮨」「炙庵 とやま鮨」など。また、JA全農とやまではお肉に力を入れていて、エサに酒粕を与えて育てた富山県内産のお肉が食べられる直営の「和風焼肉 富山育ち」もあります。(木下)

個人的にウィンタースポーツが大好きなの

伊神のひと言

ツアーで来たアーティストの皆さんが美味しいものを食べたり、その土地ならではのものを見て喜んでくれると、こちらも嬉しいですね。でも、正直にいうと、なかなか大変な時もあります(笑)。皆さんが行きたがる場所はだいたい混んでいて、急に足を運んでもなかなか入れないし、宇宙軒食堂のように名物のテイクアウトだって数に限りがある……それにしても宇宙軒食堂の「とんバラ定食」、スゴイね。今日集まってくれたメンバーのほとんどが、その名を挙げているわけですから。

で、(スキー場などがある)長野県では「拇池高原」、新潟県では「妙高高原」をお勧めしたいです。能登半島にもお勧めしたい場所、輪島市の「ランプの宿」や「白米千枚田」、七尾市の「和倉温泉」があるのですが、ご存知の通り地震で「観光に行ってください」とはいえなくなってしまいました。僕は能登に(2024年の)2月、6月、9月に行っていますが、まだまだ車が瓦礫の下敷きになっていたりして、復興が全然追いついていないような状況でした。でも、逆にそんな惨状を見ていただくことにも意味があるんじゃないかと思います。(松田)

兼六園の横にある「石浦神社」は、カラフルなお守りやマスコットキャラクターのグッズが人気です。以前キャンペーンの空き時間に、女性アーティストをお連れしたら、とても喜んでくださいました。ライブの戻りに皆さん寄って帰るのが「近江町市場」。購入した海の幸をその場でご自宅へ発送できます。それとやっぱり「宇宙軒食堂」の「とんバラ定食」は美味しい。公演日の軽食として予約したいのですが、人気がありすぎて、テイクアウトの数が限定されてしまうくらいです。(高)



テーマトーク 「この仕事をやって良かった」と思った瞬間

エフ・オー・ビー企画

能登半島地震の後、急遽、金沢での公演を決めてくださったアーティストがいらっしゃって、復興支援の募金にも協力いただきました。本当にありがたかったです。(市川)

公演中のMCでも石川県を応援し、勇気づける言葉が多く、集まったお客さんに届いたと思います。(江尻)

初めての公演から、大きい会場へとアーティストが成長していく過程を共に経験できることです。(清水)

アーティストの方やお客様が、「また北陸に来たい」と言っているのを聞くと嬉しくなります。(糸田)

キョードー北陸

新しい会場でライブを成功させることに、やりがいを感じます。(秋田)

お客様が皆、笑顔で楽しんでいる客席をステージ側から見て、これは出演者とスタッフにしか見ることができない光景だと気づき、感動しました。(加藤)

私はまだ入社してから1年経っていないのですが、会場でお客様が喜んでいる様子をダイレクトに感じられた時、この仕事に就いて良かったなと思いました。SNSを見ても、もちろんアンチの意見もある中で、喜びの声が書かれていると、嬉しくなります。(伊藤)

サウンド・ソニック

手がけているアーティストの公演日程と会場の空き日がうまくハマり、公演チケットが完売し



た時。「急遽、この日が空いたのでなんとか北陸地方で決めてくれないか」という話が来て、たまたま会場が押さえられ、尚かつ集客もうまくいったケースは、ビジネスとしても嬉しい瞬間であり、お客様のニーズにも応えられた実感にもつながります。(木下)

様々な場所で、様々な方と関わりを持つことができることです。(松田)

自分の気に入った新人アーティストに声をかけてライブに行くことや、そのアーティストが小さなライブハウスでも初めて北陸で公演ができた時。また、私は金沢市内の5校で学園祭も担当しているのですが、学生と一緒にライブをつくり上げていくことにも喜びを感じます。(高)

伊神副会長

コンサートを観た「喜びの声」をSNSで知ったというエピソードがありました。僕も毎日のように自社が関わっている公演のことをエゴサーチしています。サンデーフォークがあまりよく書かれていない意見を読むと落ち込みますよ(笑)。でも、ある意味、自分達が関わった仕事の検証にもなりますし、次の公演への気づき、改善するためのヒントになる場合もありますから、SNSをチェックする意味はあると思います。あるフェスの運営担当者は、開催中にSNSを活用して、会場の中でゴミがたまっている場所などをリサーチしているそうです。もちろん、中傷みたいな書き込みもアップされているでしょうから、うまくSNSを利用したいですね。



今回の取材では、事務局の本誌担当者、原裕一郎、田村華奈子が座談会の運営・進行を務めました。また著作権担当の押田舞奈美、中村ゆきも同行し、著作権業務の各社窓口となる方々と交流を深めました

フリートーク&打ち上げ

北陸・甲信越の魅力、ライブの特色を語り合った座談会は、より深いテーマに移行。このエリア特有の課題と業務の際に気をつけるべきこと、コンサートプロモーター共通の悩みへとトークは広がっていきました。

キョードー北陸 後藤 全国にはツアーの拠点になる1万~1万5千人規模のアリーナがあって、福岡だったらマリンメッセ福岡、名古屋は日本ガイシホール、大阪は大阪城ホール、仙台であればグランディ21(セキスイハイムスーパーアリーナ)がそれにあたります。新潟には朱鷺メッセ(新潟コンベンションセンター)があるのですが、少しキャパが小さいので、福井県上越市のサンドーム福井をどう活性化させるかがポイントになるんです。それと長野のビッグハット(長野市若里多目的スポーツアリーナ)。ここも1万人くらいのキャパがありますので、もっと利用できると思います。3つの地区のアリーナが活性化されたら、北陸・甲信越へもっとツアーに来てもらえると思いますし、お客様にも喜んでいただけると、20年前から考えていました。

エフ・オー・ビー企画 江尻 北陸・甲信越はエリアが広く、車で隣県に行くには山越えがあり、冬は雪道で大変です。

エフ・オー・ビー企画 市川 公演が終わって夜走り

しないようにしています。基本的には移動は別日を設けます。

キョードー北陸 加藤 都市部と比べて娯楽の少ない地域ですので、音楽だけでなく様々なエンタメを継続して提供していけたらと考えています。うちの若い社員が思いついて実施したのが、公園を借りて複数のキッチンカーに集まってもらう催しです。地元の酒屋さんとも組んで色々な飲食を提供して、1日遊び場にしてもらったのですが、駐車場に車が入りきらないくらいの超満員に。この時、様々なチャンスがあることを知りました。サウンド・ソニック 高 アーティストによって、お客様の層が「SNSで情報を知る世代」と「新聞やテレビで情報を得る世代」に分かれるので、プロモーションの方法をいつも悩みます。弊社ですとご高齢のお客様も多いので、一応SNSにも出しますが、やっぱり新聞やテレビでの先行予約告知のほうが強い場合もありますね。LINEやネットの販売ではQRコードも載せませんが、電話予約からの郵便振込も入れます。大変な作業にはなりますが、常に両方やるのが様々なお客様への対応としてベストだと思っています。

エフ・オー・ビー企画 江尻 社内的なことですが、有給休暇・産休・育休・介護休業を取りやすくするために、何年かかけて改革をしています。誰もが働きやすい環境にするのが目標です。



打ち上げ会場は、ライブの打ち上げもよく行われている「須坂屋そば 新潟駅前店」の3階個室座敷にて。名物「へぎそば」だけではなく、「刺身盛り合わせ」「新尾の揚げ」など幅広いメニューが魅力。キョードー北陸・後藤社長からの「日本で一番広く、移動距離も長く、集客が難しいこの地域で働いていることを誇りに、これからも仕事をしていきましょう」という挨拶をもって中締めとなりました。



全国会員社 担当業務別ミーティング チケット業務担当者座談会

収録日:2024年12月10日

これまでのオンライン座談会は社歴別・年齢別を実施していましたが、今号では全国プロモーターのチケット業務担当者に参加いただきました。各社の「心臓部」ともいえるセクションで日々働く皆さんのリアルな声をお届けします。また座談会には、オプザーバーとしてACPCの田山順一常務理事も加わりました。



金沢睦美
ミュージックファン(北海道)
2017年入社



蒲原沙季
キョードー東京(東京)
2007年入社



大竹そら
グリーンズコーポレーション(大阪)
2023年入社



前田可奈子
GAKUON ユニティ・フェイス(宮崎)
2016年入社~2024年再入社

絶対にミスできない業務

—— まず入社年と担当されている業務の内容を教えてください。

金沢 2017年に入社して、グッズ販売の手配やアルバイトの派遣会社とのやり取りなどを担当していますが、2024年からチケット業務も行うようになりました。チケット関連を長く担当していた上司がい

て、私もお手伝いするようになり、現在はもう1名加わりました。私が始めた当初はライブハウスから担当して、徐々にホールクラスにも関わるようになり、最近は規模を問わず発売手配や配券などひと通り携わっています。

蒲原 私は2007年に新卒で入社しました。最初に国内のアーティストの部署でデスクを2年弱務めた後、経理に異動して4年弱、

現在の票券管理室に移ってからは10年くらいですね。票券管理室には6名いて、1名育休中です。私は部署のメンバーの業務を割り振ったり、スケジュール調整などをしつつ、自分の担当業務として公演の配券業務や実券販売などを行っております。

大竹 2022年に物販やケータリングを担当する現場のアルバイトとして入って、専門学校を卒業後、2023年6月に正式入社しました。入社後は基本的に配券、チケットまわりの業務に就いて、その都度、お問い合わせの対応や、SNSの運用などマーケティング部門のお手伝いをしています。アルバイトから入社する場合は現場から育てていくパターンが多いのですが、私は改めて内勤として入社しました。

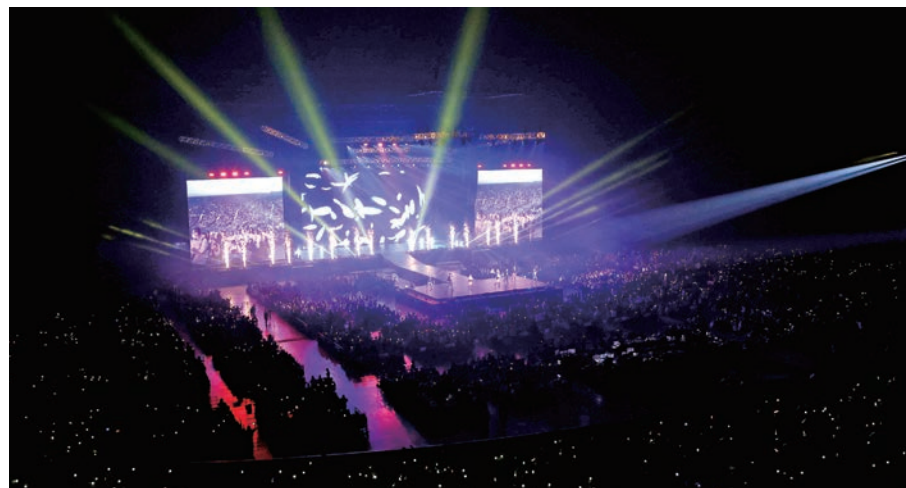
前田 私は2016年に新卒で入社して、3年ほど勤めた後、事情があって一旦退社しまして、2024年の1月からまた働いております。前に勤めていた時から変わらず、フェスやフィギュアスケートのショーなど出演者が多い現場の行程や宿泊関連を主に担当していて、最近になって現場の担当を持ちつつ、チケット業務にも携わるようになりました。弊社は社員が多いわけではないの

で、現場の担当を持つと配券や票券も含めて行うことになる場合があって、その流れで関わるようになったんです。お客様と直結しているチケット業務は、絶対にミスできないという緊張感がありますね。慣れない業務に戸惑いもありましたが、もともとチケット業務を担当していた方に教えてもらいながら、なんとか対応するという感じでした。

心配しながら1枚でも多く

——「絶対にミスできない」というお話が出ましたが、チケット業務特有の難しさを教えてください。また、だからこそ感じるやりがいも併せてお願いします。

金沢 配券する際、チケットぴあ、ローソンチケット、イープラス、楽天チケットといった各プレイガイドに割り振るのですが、席あての時にうまくハマらなかったり、売れ行きに偏りが出てしまったりした時は難しさを実感しますね。いつもだこの公演は、このプレイガイドが売れるけれど、今回は違うところで売れているな、という時もあるので、調整の必要が出てきます。日々ネットでは売れ行きを確認できる



金沢さんが勤めるミュージックファンが手がけた[SAPPORO MUSIC EXPERIENCE 2024](北海道札幌市・札幌ドーム/2024年3月30日)



蒲原さんが動めるキョードー東京が2003年から実施している「blast プラスト!」(21都市48公演/2024年7月28日~9月16日)
<https://blast-tour.jp>

ので、状況によっては在庫を動かしたりもして、完売すればやはり手応えを感じます。それとミスがあった時は責任の重さを痛感しますね。以前、「何列何番から何列何番まで」のブロックではなく、バラバラに配券していて、あるプレイガイドで「1席足りない」ということが発生してしまいました。プレイガイドへ「2連の席がいくつ、3連の席がいくつ売れています」ときちんと確認しておけばよかったのですが、私の経験不足もあって、そこが徹底できていませんでした。

蒲原 今のお話にもありましたが、自分のミスがお客さんに直接影響を及ぼしてしまう、ちょっとした不注意でお客さんに迷惑をかけてしまう、そういう恐怖と常に隣り合わせというか、どんな時も注意を払いながら仕事をしなければいけないと思っています。私は単純に、公演が無事に始まって終わるとホッとします。それはやはり、座席トラブルで大騒ぎになっているとか、そういう出来事が過去にあったからだと思います。

また、1枚でも多くチケットを売るのが票

券業務の目標ですし、それがやりがいだと私は思っているの、何かのきっかけでチケットが動き出すタイミングを見逃さないようにしたいと思います。それとコロナ禍以降が特にそうなのですが、アーティストによって販売方法がすごく複雑になってきているので、把握するのが難しくなっています。チケットも昔は紙がほとんどでしたが、電子が入ってきて色々なことが変わりましたので、その点も対応が大変です。**大竹** 抽選先行を受け付ける場合、キャパと残数と受付数を確認して、何枚当選を出すか私達がプレイガイドに指示をするのですが、もし数に間違いがあったらどうしようという不安が常にあります。また、ファンクラブ先行やオフィシャル先行に関しては、アーティスト側を含めた制作全体でスケジュールが明確になっているのですが、「以降は関西の方にお任せします」という期間もあって、そんなタイミングにアーティストがラジオに出演するのであれば、先行を用意しなければとか、注意すべき点多いですね。現場担当者から情報をもらいつつ、プレイガイドとも調整しながら、私達

が細かく日程を決める必要があるので難しいです。

前田 チケット業務を始めたばかりなので、日々すべてのことが難しいです。最近感じたのは……会館だと座席図があって、席数も決まっているのでチケットの配券も把握しやすいのですが、最近、九州でもアリーナができたんです。アリーナとなると席数も多く、座席の配置が公演ごとに違うので、前回の経験が参考にできないですし、すごく難しいなと思いました。仕事をしていて面白さを感じたのは、あるSNS系インフルエンサーさんのイベントで、それまで券売が鈍かったチケットが突然ポーンと売れたことがあって、不思議に思って調べてみると、インスタライブで宣伝してくださったみたいで。最終的に完売する程の影響力を知って驚いたのと、客層にヒットする媒体で積極的に宣伝すればここまで券売につながるんだという面白さを感じましたね。

会社全体で携わる気持ち

—— 今、携わっているお仕事に改善点があるとするならば、どんなことでしょうか。

金沢 とにかく数をこなしていって、業務をちゃんと覚えるのが私の課題だと思っています。後は現場担当者やプレイガイドの方とこまめに連絡を取り、もっとコミュニケーションを円滑にすれば、ミスを減らせるのではないかと。

蒲原 弊社は1公演に1票券担当がつくのですが、担当公演数が多くなることや、アリーナやドーム公演を持つと、1人にかかる負担がとて大きくなってしまいます。そこをどうにか改善したいですね。複数人で1公演を担当したこともあります。数字や在庫の管理を複数で行っていると、統括しづらくなってしまい、それがミスにつながる場合もあります。どうにかして1人の負担を減らせないかと考えてはいるのですが、なかなかいい方法は見つからないですね。

大竹 チケット担当の先輩が2名いるのですが、その2名だけで業務を続けていた期間がすごく長かったそうです。その後、私が入社したのですが、人数が増えた分、業務のダブルチェックができるようにはなったと思います。ただし、私自身が不安なことも多いので、まだ改善すべき点は色々あります。実は今日の座談会前も、先輩に



大竹さんが動めるグリーンズコーポレーションが手がけた「RUSH BALL 2023 25years Goes On!」(大阪府泉大津市・泉大津フェニックス/2023年8月26日~27日、9月2日)



前田さんが勤める GAKUON ユニティ・フェイスが手がけた「THE DROP FESTIVAL 2024 in MIYAZAKI」(宮崎県宮崎市・みやぎき臨海公園多目的芝広場／2024年9月28日)

むっちゃ相談したんですよ(笑)。改善点について意見が一致したのが「コミュニケーション」でした。現場と内勤、デスクと現場が切り離されて業務を進めがちなんですけど、後日聞くと「実はこういうやり方のほうが良かった」ということが結構出てくるんです。

前田 弊社はチケット業務専任の担当者が1名しかいないので、その人にかかる負担がすごく大きくなってしまっています。とはいえ、社員を増やせばいいという問題ではないと感じており、「チケットのことはチケット担当の仕事でしょう」とならず、現場担当も経理担当も社内全体でチケットに関わって、負担やミスが減らすために一緒にコミュニケーションをとって行っていけばいいんじゃないかと思っています。やっぱりチケットはお客様に直結する問題ですし、ミスが出るとあらゆる業務に影響を与えますので、とても大事なことだと強く思いました。

田山常務理事 票券業務はプロモーター業務の中でも唯一と言える程の正確性が求め

られます。世の中に一枚ずつしか存在しないチケットを何千、何万枚、同時にコントロールしなくてはならないのです。公演担当は開演が少々遅れようがそれほどの問題ではなく、経理が数百円違って修正すればよいのですが、チケットはそうはいきません。重圧の中での仕事は精神的にもきつく、高い技術を身につけなくてはならない大変なポジションであり、もっと評価されるべきです。重要な役割を担いながらも自分でコントロールできる部分は限られ、公演担当者が仕組みをすべて理解されていないことも多い。これほど重要な業務の割にぞんざいに扱われている気がします。人手を単純に増やすだけではなく業務の特性や重要度を会社としてはもっと認識すべきだと思います。

票券の担当の方々は、どうか自分が担当した公演会場に足を運び、お客様の熱い拍手や歓声は、自分の手でコントロールした1枚1枚のチケットを手にした人達が集結して創り上げている場所であることを誇りに感じて、今後も業務に邁進してほしいと思います。

世界へ発信する国内最大規模の国際音楽賞

MUSIC AWARDS JAPAN 開催概要続報



表彰部門や投票方法、投票メンバーの選定方法を発表 授賞式はNHKにて地上波放送、YouTubeにて全世界配信が決定

本誌53号でもお伝えしたとおり、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、コンサートプロモーターズ協会の音楽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)は、世界へ発信する国内最大規模の国際音楽賞「MUSIC AWARDS JAPAN」(MAJ)を新設し、2025年5月に京都で授賞式を開催するべく準備を進めております。

このたび、本アワードの表彰部門および投票メンバー等に関する詳細が公表されました。表彰は最優秀楽曲賞、最優秀アーティスト賞など主要6部門をはじめ、

60以上の部門が設けられます。そしてコンサートプロモーター、アーティスト、クリエイターなど、国内外の音楽関係者5,000名以上が各部門へ投票を行い、受賞作品／アーティストが決定します。

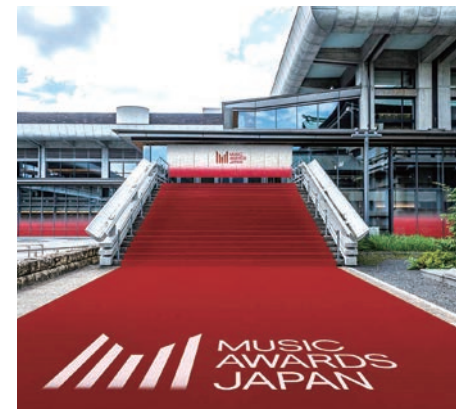
授賞式の様子はNHK地上波にて生中継、さらにYouTubeにて全世界へ配信予定です(※一部地域を除く)。また、アワードの理念に賛同いただいた企業様からのサポートも決定いたしました。

この新たな国際音楽賞を契機として、日本の音楽を世界へ発信し、また国内の音楽需要をさらに高めていくために、ご理解とご協力をよろしくお願いいたします。

「MUSIC AWARDS JAPAN 2025 KYOTO」開催概要

「世界とつながり、音楽の未来を灯す。」をコンセプトとした国内最大規模の国際音楽賞「MUSIC AWARDS JAPAN」は、今年5月21日(水)・22日(木)にロームシアター京都にて授賞式を開催いたします。

- 開催日時：2025年5月21日(水)・22日(木)
※開催ウィーク：2025年5月17日(土)～5月23日(金)
- 会場：ロームシアター京都
- 放送：NHKにて生中継 ※22日(木)のみ
- 配信：YouTube(グローバルストリーミングパートナー)にて全世界配信予定 ※一部地域を除く
- 公式サイト：<https://www.musicawardsjapan.com/>
- 公式SNS：https://x.com/MAJ_official_x
- 協力：経済産業省(調整中)、文化庁



※画像はイメージです

公式サイト



公式SNS



協賛パートナー

※ 2025年1月16日現在

本アワード開催に当たり、数多くの企業にサポートいただくことが決定いたしました。トップパートナーにはトヨタグループ、ゴールドパートナーにはアサヒビール株式会社、株式会社木下グループ、株式会社NTTドコモ、シルバーパートナーには、京都芸術大学(学校法人瓜生山学園)を迎えます。

さらに、「共創カテゴリー」でMAJと共に部門を創設するプライズパートナーとして、株式会社エクシング、株式会社第一興商、JASRAC(一般社団法人日本音楽著作権協会)、スポティファイジャパン株式会社、株式会社USEN(U-NEXT.HD)なども決定。

加えて、株式会社TimeTree、株式会社IRIS(TOKYO PRIME)、株式会社LIVE BOARD、LINEヤフー株式会社にメディアパートナーとして、株式会社JTB、株式会社スペースシャワーネットワーク、株式会社レコチョクにプロジェクトパートナーとして、音楽業界関連企業各社にはミュージックインダストリーパートナーとしてアワードをサポートいただきます。

新たな協賛企業・団体については、順次発表する予定です。

MUSIC AWARDS JAPAN ※2025年1月16日現在

- Top Partner**
 - TOYOTA GROUP
- Gold Partners**
 - Asahi
 - NTT docomo
 - 木下グループ KINGOHITA GROUP
- Silver Partner**
 - 学校法人瓜生山学園 京都芸術大学
- Prize Partners**
 - JOYSOUND
 - DAM
 - JASRAC
 - Spotify
 - USEN
 - U-NEXT
- Global Streaming Partner**
 - YouTube
- Media Partners / Project Partners**
 - TimeTree
 - TOKYO PRIME
 - Live Board
 - LINEヤフー
 - JTB
 - SPACE SHOWER
 - レコチョク
- Music Industry Partners**
 - ORICON
 - NIQ
 - GRK
 - billboard JAPAN
 - LUMINATE
 - Nextone
 - Fanplus
 - BabyJam
 - Apple Music
 - amazon music
 - AWA
 - KKBOX
 - Spotify
 - dヒッツ
 - dミュージック
 - YouTube Music
 - LINE MUSIC
 - Rakuten music
 - レコチョク
 - U-NEXT
 - Lemino
 - TOWER RECORDS
 - TSUTAYA
 - JRTA
 - Happinet
 - Rakuten アップス
 - LAWSON ENTERTAINMENT

表彰部門

本アワードでは最優秀楽曲賞、最優秀アーティスト賞など主要6部門をはじめ、60以上の部門を創設いたします。(次のページに表彰部門一覧表を掲載しています)

楽曲カテゴリーでは、J-Pop、ロック、ヒップホップ、アイドルカルチャー、アニメなどの音楽ジャンル別部門、リバイバル、ボーカロイド・カルチャー、ミュージックビデオなどのスペシャル部門他バラエティ豊かなカテゴリーを設けました。また、一般の方に参加いただける部門としてSpotifyを通じて投票を募る2つの賞を創設いたします。

そのほかにも、アルバムカテゴリーでは最優秀アルバムだけでなく、ジャズアルバム、クラシックアルバム、劇伴・OSTアルバム、ゲームサウンドトラックと音楽カルチャーを彩るジャンルのアルバムの表彰も決定いたしました。アーティストカテゴリーでは、日本の音楽業界に長きにわたり貢献し、活躍してきたアーティストを讃える「MAJ Timeless Echo」も創設します。

- 最優秀楽曲賞 (Song of the Year)**
音楽的に創造性、芸術性が優れていると思う楽曲を讃える賞
- 最優秀アルバム賞 (Album of the Year)**
音楽的に創造性、芸術性が優れていると思うアルバムを讃える賞
- 最優秀アーティスト賞 (Artist of the Year)**
音楽的に創造性、芸術性が優れていると思うアーティストを讃える賞
- 最優秀ニュー・アーティスト賞 (New Artist of the Year)**
音楽的に創造性、芸術性が優れていると思うニュー・アーティストを讃える賞
- Top Global Hit From Japan**
世界でヒットした国内楽曲を讃える賞
- 最優秀アジア楽曲賞 (Best Song Asia)**
アジアでヒットしたアジア楽曲を讃える賞

主要6部門

集計期間：2024年2月5日(月)～
2025年1月26日(日) ※一部部門を除く

受賞対象者およびその他部門の選定方法

アーティストカテゴリー以外の部門では、受賞対象者はアーティストだけではなく、作詞/作曲/編曲などに携わるクリエイター・プロデューサー・レコーディングエンジニア・ミキシングエンジニア・マスタリングエンジニア・プレイヤー・ディレクター・マネージャー・A&Rも対象になります。アーティスト以外にも音楽に携わるすべての人を称える賞を目指します。また、主要6部門以外の部門については、個別に設定したエントリー作品選定方法を採用いたします。最優秀楽曲賞にエントリーしていない作品からも、エントリー作品を選出する予定です。

投票メンバー

投票メンバーには、アーティスト、クリエイター、マネージャー、レコード会社スタッフ、エンジニア、MVディレクター、コンサートプロモーター、音楽出版社、著作権管理団体・事業者、音楽配信事業者、ディーラー、ディストリビューター、音楽評論家、ライター、メディア、海外音楽賞審査員、海外クリエイター、海外プロモーター、海外音楽配信事業者など、各分野より構成される5,000名以上の音楽業界のプロフェッショナルを選出いたします。エントリー作品に関わるアーティストやクリエイターの皆様で、半数以上の割合となる予定です。

MUSIC AWARDS JAPAN

カテゴリー	サブカテゴリー	部門タイトル	部門タイトル
楽曲 カテゴリー	最優秀楽曲賞 Song of the Year		
	音楽ジャンル別部門 10部門	最優秀J-Pop楽曲賞	最優秀国内オルタナティブ楽曲賞
		最優秀国内ロック楽曲賞	最優秀国内シンガーソングライター楽曲賞
		最優秀国内ヒップホップ楽曲賞	最優秀アイドルカルチャー楽曲賞
		最優秀国内R&B/ソウル楽曲賞	最優秀アニメ楽曲賞
		最優秀国内ダンスポップ楽曲賞	最優秀演歌・歌謡曲楽曲賞
		最優秀リバイバル楽曲賞	最優秀ミュージックビデオ賞
	スペシャル部門 5部門	最優秀クロスボーダー・コラボレーション楽曲賞	最優秀ダンスパフォーマンス賞
		最優秀ボーカロイド・カルチャー賞	
		Top Global Hit From Japan 世界でヒットしている楽曲を対象とした賞	
エリア別部門	Top Japanese Song in Asia	Top Japanese Song in North America	
4部門	Top Japanese Song in Europe	Top Japanese Song in Latin America	
一般投票部門	リスナーズチョイス：ベスト・グローバルソング・オブ・ザ・イヤー powered by Spotify		
2部門	リスナーズチョイス：ベスト・ソング・オブ・ザ・イヤー powered by Spotify		
海外楽曲 カテゴリー	最優秀アジア楽曲賞 Best Song Asia アジアでヒットしている楽曲を対象とした賞		
	海外特別賞	検討中	
	海外楽曲部門 6部門	最優秀海外ポップス楽曲賞	最優秀海外R&B/ソウル楽曲賞
		最優秀海外ロック楽曲賞	最優秀海外オルタナティブ楽曲賞
最優秀海外ヒップホップ楽曲賞	最優秀K-Pop楽曲賞		
アルバム カテゴリー	最優秀アルバム賞 Album of the Year		
	音楽ジャンル別部門 4部門	最優秀ジャズアルバム賞	最優秀創作・OSTアルバム賞
		最優秀クラシックアルバム賞	最優秀ゲームサウンドトラックアルバム賞
アーティスト カテゴリー	最優秀アーティスト賞 Artist of the Year		
	最優秀ニュー・アーティスト賞 New Artist of the Year		
	音楽ジャンル別部門 9部門	最優秀J-Popアーティスト賞	最優秀国内オルタナティブアーティスト賞
		最優秀国内ロックアーティスト賞	最優秀国内シンガーソングライター賞
		最優秀国内ヒップホップアーティスト賞	最優秀アイドル賞
		最優秀国内R&B/ソウルアーティスト賞	インストゥルメンタルアーティスト賞
最優秀国内ダンスポップアーティスト賞			
スペシャル部門	MAJ Timeless Echo		
共創カテゴリー	複数部門を検討中		
ライブカテゴリー	ライブパフォーマンス部門	検討中	
ミュージックテック カテゴリー	ミュージックテック部門	検討中	
アライアンス カテゴリー	他団体連携部門 3部門	最優秀ダンス・エレクトロニック楽曲賞 in association with JDDA	最優秀DJ賞 in association with JDDA
		最優秀エンジニア賞 in association with PMRAJ	

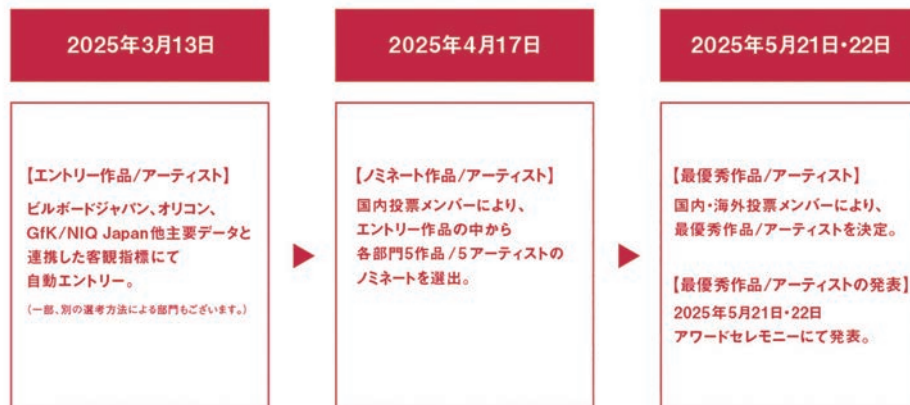
*2024年12月18日発表の表彰部門一覧(共創カテゴリー等についてはP34を参照)

投票方法

- 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
- 投票期間 一次投票：2025年3月13日(木)～3月31日(月)
最終投票：2025年4月17日(木)～4月30日(水)

MUSIC AWARDS JAPAN

投票の流れ



*投票スケジュールは変更の可能性がございます。

投票ルール

- ▶ 主要6部門のうち「最優秀楽曲賞」「最優秀アーティスト賞」「最優秀アルバム賞」「最優秀ニュー・アーティスト賞」の4部門は、一次投票は国内投票メンバー全員が、最終投票は、国内外投票メンバー全員が投票するものとする
- ▶ 主要6部門のうち「最優秀アジア楽曲賞」は、一次投票、最終投票共に、国内外投票メンバー全員が投票するものとする
- ▶ 「Top Global Hit from Japan」は、一次投票は行われず、最終投票にのみ海外投票メンバー(International Voting Members)全員が投票するものとする
- ▶ その他部門に関しては、国内投票メンバーが、それぞれに任意で投票するものとする
- ▶ 一次投票では、エントリー作品／アーティストの中から最低2票～最大5票を投票するものとする

* 一次投票の集計後、投票数の合計上位5作品／アーティストをノミネート作品／アーティストとする。

* 楽曲／海外楽曲カテゴリーにおいて、1アーティストで複数楽曲がノミネートとなった場合、5アーティストになるまでノミネート楽曲の作品数を増やすものとする。

* 最終投票では、ノミネート作品／アーティストの中から最大3作品／アーティストに順位を付けて投票するものとする(1位4pt、2位2pt、3位1pt)。何位まで投票するかは任意とする。

* アーティストの皆様は、ご自身の作品／ご自身の投票も可能。(ただし同一楽曲、同一アーティストへの重複投票は不可)

共創カテゴリーおよび最優秀バイラル楽曲賞・ラジオ特別賞

本アワードではプライズパートナーとなる音楽に携わる企業とともに共創カテゴリーを設けます。カラオケ、有線放送などで一般リスナーの方に聴いて、楽しんでいただいた楽曲の中から、最優秀作品を決定いたします。また、TikTokと連携しTikTokをきっかけにバイラルし、ヒットした楽曲を讃える「最優秀バイラル楽曲賞」、全国のラジオ局と連携しラジオディレクターとラジオDJが選ぶ「ラジオ特別賞」の創設も決定いたしました。様々な音楽に携わる企業と連携しながら、素晴らしい音楽カルチャーを讃えてまいります。

..... 共創カテゴリー

■ カラオケ特別賞 カラオケ・オブ・ザ・イヤー powered by DAM & JOYSOUND

J-Popと演歌・歌謡曲の2部門を予定。カラオケで最も歌われた楽曲を讃える賞。対象期間内にDAMおよびJOYSOUNDで最も歌われた楽曲の上位30曲をエントリー作品として、エントリー作品発表後のカラオケ特別賞歌唱期間中に、DAMおよびJOYSOUNDで最も歌われた楽曲を最優秀作品とする。

■ リクエスト特別賞 推し活リクエスト・オブ・ザ・イヤー powered by USEN

どなたでも参加できる楽曲投票サービス「USEN 推し活リクエスト」のランキングをもとに、これまで最も多くのリクエストを獲得したアーティストを讃える賞。対象期間内においてリクエスト上位のアーティストを「エントリーアーティスト」、その中からさらにリクエストを集めた上位アーティストを本賞の「ノミネートアーティスト」として選出し、最優秀アーティストとして表彰する。

■ クリエイター特別賞 Song of the Year for Creators presented by JASRAC

JASRACからの著作物使用料の分配額が多かった楽曲のクリエイターを讃える賞。JASRACに著作権管理を信託している楽曲の中で、2024年度の著作権使用料分配額が最も多い楽曲を表彰する。

..... 楽曲カテゴリー

■ 最優秀バイラル楽曲賞

TikTokでの動画・投稿に使用されたことをきっかけにバイラルし、世間一般に浸透してヒットしたと評価できる楽曲を讃える賞。集計期間中のTikTokの楽曲使用数、使用された動画の総再生数を複合的に計算した本賞オリジナルチャートをもとに選出されたTop50曲の中から、最優秀作品を選定する。

..... アライアンスカテゴリー

■ ラジオ特別賞 (名称調整中)

ミュージックシーンやリスナーと最前線で接する全国のラジオ局のDJ、パーソナリティー、ディレクター、プロデューサーらがシーンをアップデートする革新性をもった楽曲をプロフェッショナルな感性で選出する賞。radikoの年間オンエアデータをもとに一次投票を実施し、選ばれた最終候補曲の中から最優秀作品を選出予定。

一般投票部門について

本アワードでは一般リスナーの方に参加いただける部門として、Spotifyを通じて募った投票から賞を決定する一般投票(リスナーズチョイス)部門を創設いたします。Spotifyの国内外ユーザーが一般投票を行い国内ベストソングを決定する「ベスト・オブ・リスナーズチョイス:国内楽曲 powered by Spotify」と海外ベストソングを決定する「ベスト・オブ・リスナーズチョイス:海外楽曲 powered by Spotify」の2部門に加え、このたび、主要6部門のひとつで、世界でヒットした国内楽曲を讃える賞「Top Global Hit From Japan」のノミネート作品選定も、Spotifyの海外ユーザーの一般投票によって行われることが決定しました。

■ ベスト・オブ・リスナーズチョイス:国内楽曲 powered by Spotify
Spotifyの国内外ユーザーが一般投票を行い「国内ベストソング」を決定する賞。

■ ベスト・オブ・リスナーズチョイス:海外楽曲 powered by Spotify
Spotifyの国内外ユーザーが一般投票を行い「海外ベストソング」を決定する賞。

2025 CEIPA 音楽5団体合同新年賀詞交歓会

約3,000名の来場者に石破茂内閣総理大臣より祝辞



2025年1月16日(木)にグランドプリンスホテル新高輪・国際館パミール3F「崑崙」「北辰」にて、CEIPA正会員の音楽5団体による初めての合同新年賀詞交歓会が開催されました。まず司会のクリス・ペプラーさん、加藤綾子さんより、カルチャーアンドエンタテインメント産業振興会(CEIPA)の正会員である5団体、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、コンサートプロモーターズ協会、日本音楽出版社協会の紹介があり、各団体の役員も登壇しました。続いてCEIPA役員の紹介があり、依田巽会長、村松俊亮理事長、中西健夫副理事長、栗田秀一専務理事、瀧藤雅朝理事、野村達矢理事・MUSIC AWARDS JAPAN 実行委員会委員長、稲葉豊理事・MUSIC AWARDS JAPAN 実行委員会副委員長、長井延裕監事が登壇。代表して村松理事長より新春の挨拶がありました。

祝辞を頂戴したのは石破茂内閣総理大臣。石破総理には続く祝いの酒の鏡開きにも加わっていただきました。乾杯のご発声・ご挨拶をいた

だいたのは都倉俊一文化庁長官。古賀友一郎経済産業副大臣、野中厚文部科学副大臣からのご挨拶をいただきました。歓談が続いた後は「MUSIC AWARDS JAPAN」の紹介映像が流され、野村達矢 CEIPA 理事・MUSIC AWARDS JAPAN 実行委員会委員長より挨拶。国際レコード産業連盟(IFPI)のヴィクトリア・オークリー会長からも祝辞をいただき、さらには海外から届いたメッセージがスクリーンで紹介されました。中締めの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。



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 1

ワーキンググループによる施設建設計画へのアドバイザー事業

ECSAでは、“スタジアム・アリーナを365日使われる持続可能な施設にする”ため、昨年度より現行の建設計画への参入事業を開始。独自に組成したワーキンググループによる施設仕様に関する検討セッションを定期的に行っています。

- 各施設が想定するエンタテインメント利用を、より効率的で無駄のない仕様にする
- 規模・地域性等を加味した上で選ばれる理由が多い施設仕様にする



●人手不足が深刻になる中、できる限り少ない運営人数でも設営・撤去ができる仕様を検討する
上記他、各施設が構想・検討する各種スペックについて、音響・照明・舞台等、各分野の有識者各位と、都度のテーマに合わせて検討を重ねています。特に首都圏ではアリーナ建設が相次ぐ中、持続可能で地域に合った規模・スペックを元にした施設建設を目指し、選ばれる会場になるための提言を行っています。

協力施設：川崎新アリーナ(仮称)、新秩父宮ラグビー場(仮称)等



活動報告 2

スタジアム・アリーナ改革 ガイドブック改定事業参画

スポーツ庁が刊行するスタジアム・アリーナ改革ガイドブックの改定へ向けた有識者会議に、ECSAより田山プロジェクトマネージャーが参加。次回改定へ向け、収益性向上のために多くの施設が検討するエンタテインメント利用に対する考え方や、施設のあり方について、これまでの知見を元に検討を重ねています。

《参考》スポーツ庁 スタジアム・アリーナ改革

https://www.mext.go.jp/sports/b_menu/sports/mcatetop02/list/1384234.htm



2025年、スポーツ界ではリーグ改革やBリーグの新基準に合わせた各クラブチームのホームアリーナの始動が相次ぐ中、ECSAとしても新規施設の提供、新規に発表される施設計画への協力・参入事業を引き続き進めていきます。

ECSAに関する
お問合せはこちらより
ECSA事務局:



帰ってきた

TALKING BLUES

Vol. 38



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)

昭和100年、世界への窓口

2025年がやってきました。昭和100年です。昭和生まれの人たちは、年齢が数え易いですね。また、今年は、万博も開催されます。年明けから様々なニュース・情報が、飛び交っておりますし、ミヤクミヤクもメディアに出ない日は無いという状況です。開催される限りは、皆様を楽しめる様な世界になればと望んでおります。なんせ、NYタイムズに38番目に選ばれた街ですから。

話は変わり、昨年11月に長崎スタジアムシティで ACPC 人材育成研修会が開催されました。ご参加いただいた皆様、ありがとうございました。諸々詳細は、本号の対談や特集にも展開されていますが、スタジアムやアリーナ、部屋からスタジアムを望めるホテルなど、長崎の街の中に「新しいまち」が出来たという感じで、まさに民設民営の地方地域創生のモデルケースとして期待が高まっているのではないのでしょうか。

期待と言えば、本号が読まれている頃、

第67回グラミー賞の授賞式が開催されていると思います。今回は、故坂本龍一氏、宅見将典氏、松本エル氏、北川潔氏、また、石田多朗氏がアレンジャーを務めた「SHOGUN」のサウンドトラックもノミネートされているそうです。凄いですね〜。「SHOGUN」は、エミー賞やゴールデングローブ賞受賞だけでなく、グラミー賞にもノミネートされているとは。まだ、作品を見られていなくて申し訳ありません。是非！グラミー受賞までには、見ておきたいと思っております。

5月開催の「MUSIC AWARDS JAPAN」でも日本の表現者の方々の素晴らしさを世界の皆さんに発信出来ればと改めて思いました。皆様、宜しく願い致します。

ところで事務局の田村さん・原さん、鎖国時代、四つの窓口が有った事、ご存知ですか？ その一つ、長崎。スタジアムシティの“ジップライン”、是非！堪能しに再訪して下さい。気持ちいい〜世界を感じられますよ。

▶ ウェス 小島紳次郎社長が「旭日単光章」受章

令和6年秋の叙勲にて、ウェスの小島紳次郎社長が「旭日単光章(きよくじつたんこうしょう)」を受章されました。旭日単光章とは、社会の様々な分野で顕著な功績を挙げた方に国から授与される勲章の一つです。

このたびのご受章に際して、小島社長からコメントをいただきました。「まさに晴天の霹靂とはこのことで、連絡を受けた時は耳を疑いました。50年近くこの世界に身を置き、ある種反骨精神を持って歩んできましたので、お国から表彰されるとは全く想像もしておりませんでした。『永きに渡る音楽業界への貢献による』として拝受いたしました。言うまでもなく、これは業界の皆様や家族、そして

なにより社員の力に支えられていただいた勲章と感じております。皆様へ、社員へ、改めて御礼申し上げます。わたくし個人は、これはまだまだ貢献せよとの叱咤激励の証と受け止め、今後もしっかりと目を見開き、耳をそばだて、頭をフル回転させてまいります。引き続きのお付き合いを何卒よろしく申し上げます。」

栄えあるご受章、誠におめでとうございます。



▲伝達式での小島紳次郎社長

▶ 令和6年能登半島地震災害義援金について(続報)

令和6年能登半島地震により被災された皆様へ、心よりお見舞い申し上げます。

ACPCでは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。

本誌52号にて2024年3月までにお預かりした金額等をご報告しましたが、その後11月までに新たに3,447,908円の義援金をお寄せいただき、石川県に寄付いたしました。これまでににお預かりした義援金は合計7,262,186円、寄付金額はACPCからの拠出金3,000,000円と合わせて総額10,262,186円となっております。

また、被災地の現状や9月に発生した奥能登豪雨による被害の拡大を受けまして、現在も募金活動は継続しており、後日追加の寄付を行います。

皆様の温かいご支援、ご協力に感謝を申し上げるとともに、被災地の1日も早い復旧・復興を心よりお祈り申し上げます。

▶ 新規加盟社紹介

■ 正会員

2024年11月入会 (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
2025年1月入会 (株)ハンズオン・エンタテインメント

■ 賛助会員

2025年1月入会 (株)さいたまアリーナ / (株)One Bright KOBE

※2025年1月時点の会員数は正会員78社、賛助会員134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)ウェス / (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イト / (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・クリエイティヴ(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)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)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 ウェスト 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.54 2025年1月発行

発行人：中西健夫 / 編集人：原裕一郎、田村華奈子 / 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