

**報告書「ライブ公演の中部圏誘致による若年層に魅力あるまちづくり」**

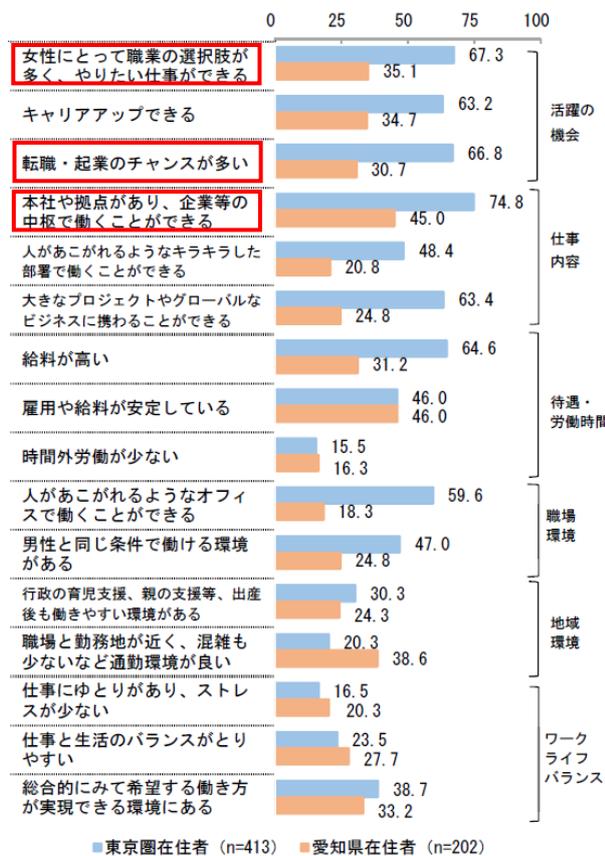
(1) 若年層の居住地選択の一要素となるライブ・エンターテインメントの充実度

若年層人口の東京圏への流出に関する 2024 年 9 月号の特集で、愛知県で居住経験のある若年層の女性が東京圏で暮らす理由として、東京圏は「最先端の文化・芸術や流行に触れることができる」「文化・レジャー・スポーツ施設が充実している」「夜遅くても買い物や飲食、娯楽を楽しむことができる」など娯楽・文化面の魅力を高く評価していることを紹介した。

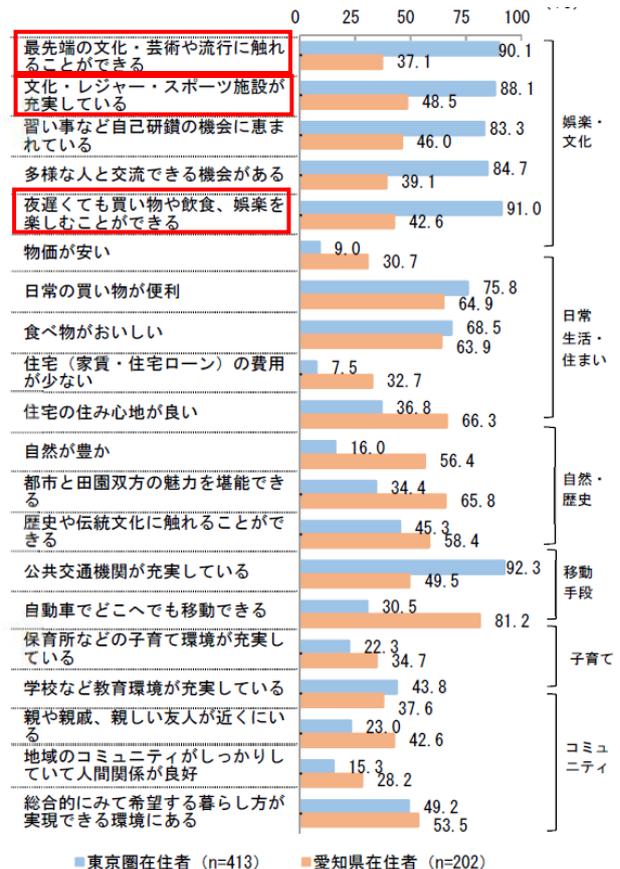
東京・大阪などで開催される人気アーティストのライブ公演などのイベントが名古屋では開催されないことは「名古屋飛ばし」とも言われる。若年層の多くは居住地の選択に際し、働く場としての魅力に加え、暮らすまちの魅力を重視しており、その一要素として、コンサートや演劇、ダンス、お笑いなどエンターテインメントのライブ公演数の少なさが中部圏から東京圏への若年層人口流出の一因になっている可能性がある。

そこで本稿では、我が国におけるライブ公演が東京と大阪へ二極集中している現状をデータにより概観し、中部圏で公演数が少ない要因を探るとともに、官民連携によりコンサート誘致を目指す取組事例も踏まえ、2025 年 7 月の IG アリーナ（愛知県新体育館）開業を契機とした中部圏へのライブ公演誘致の可能性を考察してみたい。

図表 1 若年女性の働く環境の評価 (%)



図表 2 若年女性の暮らす環境の評価 (%)



(注) 東京圏在住者：現在東京圏在住で、愛知県での居住経験がある 18～39 歳までの女性

愛知県在住者：現在愛知県在住で、東京圏での居住経験がある 18～39 歳までの女性

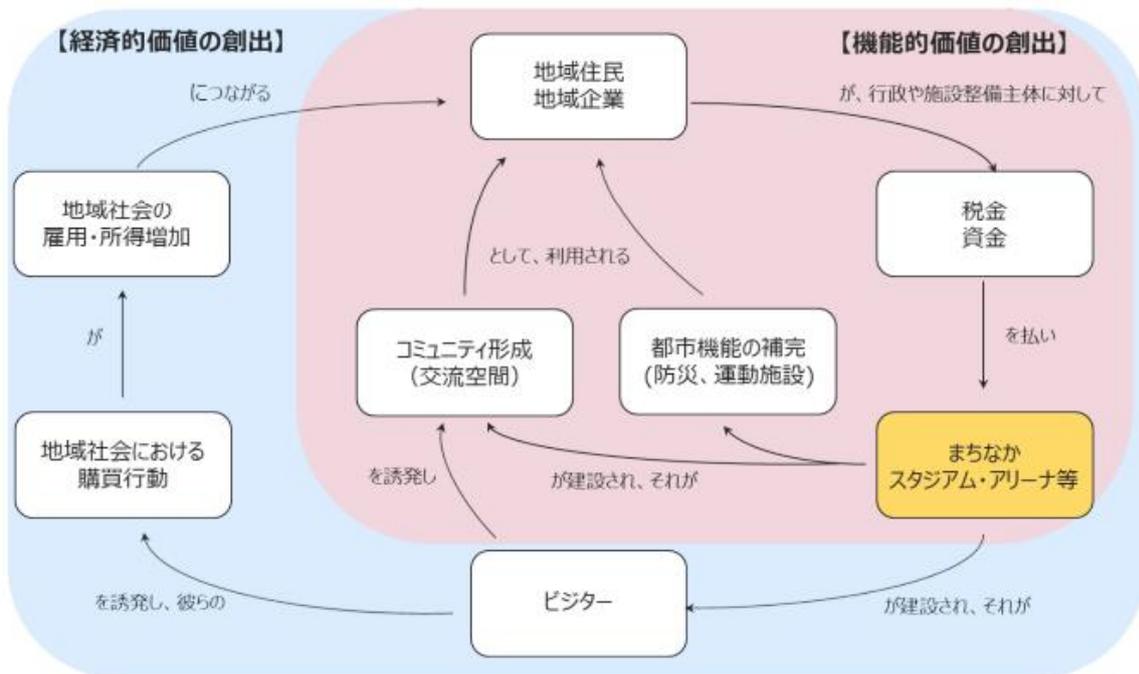
(出所) 愛知県「若年女性の東京圏転出入に関する意識調査」(2018 年 3 月公表)

(2) ライブ公演の開催による地域への波及効果

中心市街地にスタジアムやアリーナなどが整備されライブ公演が開催されると、チケット売上やグッズ購入に加え、来場者による飲食・宿泊や交通・施設利用など、地域内での消費が発生し、地元への経済波及効果が見込まれる。さらに、地域内外の若年層が交流する場が創出され、まちのにぎわいやブランドイメージ向上の契機になることも期待される。

2019年のライブ・エンタテインメント（音楽・ステージ）の全国動員数は8,283万人、入場料6,295億円、それに伴うグッズ販売や交通費、飲食費等は約2.1兆円と推計されており、これらの直接需要による間接的な経済波及効果も見込まれている。

図表3 スタジアム・アリーナが地域にもたらす価値



図表4 集客エンタメ産業の経済波及効果推計（全国）

	入場料，交通費，飲食費などに伴う 直接需要 ・・・A			直接需要による 1次+2次波及効果 ・・・B	経済波及効果 ・・・A+B
	動員数(2019年)	入場料(2019年)	その他		
音楽	8,283万人	6,295億円	20,900億円 <small>*直接需要の30%を 入場料と仮定</small>	45,000億円	72,200億円
ステージ					
映画	19,491万人	2,612億円	8,700億円	18,600億円	29,900億円
スポーツ	3,788万人	1,600億円	5,300億円	11,400億円	18,300億円
その他	4,100万人	900億円	3,000億円	6,279億円	10,100億円
<b>集客エンタメ 計</b>		<b>49,300億円</b>		<b>81,200億円</b>	<b>130,500億円</b>

(注) 「その他イベント」は美術展、展覧会、文化イベント、花火大会などを含む

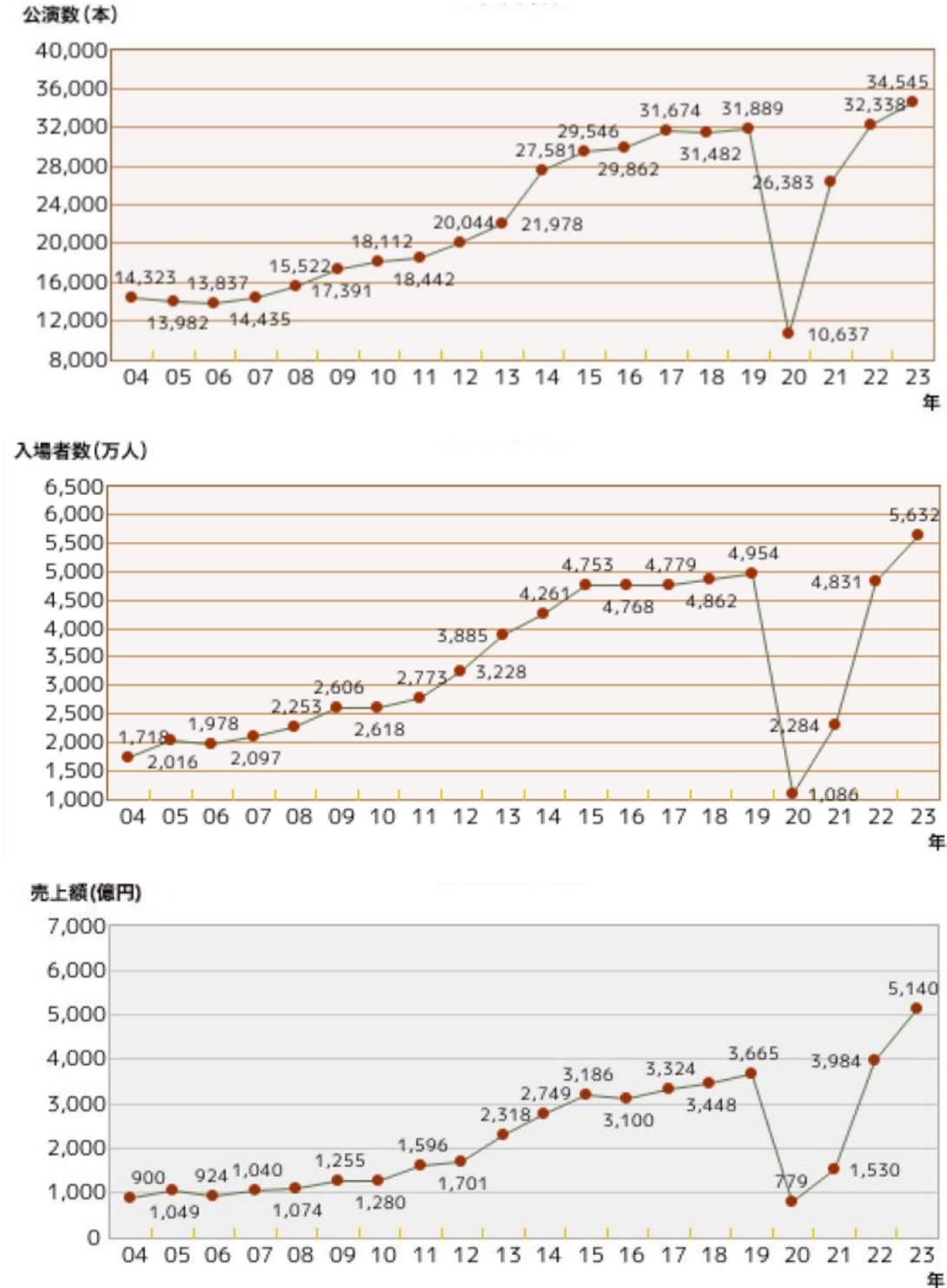
(出所) 図表3、図4ともに『ぴあ株式会社および株式会社日本政策投資銀行共同調査

「スポーツ・音楽・文化芸術等交流人口型イベント(集客エンタメ産業)の社会的価値」』(2022年5月)

(3) コロナ禍による落ち込みから急回復し大型化・単価上昇するライブ公演

コンサートプロモーターズ協会（ACPC）に加盟する全国の正会員（2023年：76社）対象の調査によれば、**ライブ公演数は2022年に32,338本となりコロナ禍前の2019年を上回り、2023年には前年比6.8%増の34,545本（2019年比108.3%）に達した。**2023年の入場者数は初めて5千万人を超え2019年比113.7%となり、チケット年間売上高でみた市場規模は5,140億円（2019年比140.2%）となっており、**1公演あたり平均入場者数の増加（2019年1,553人→2023年1,630人）およびチケット単価の上昇傾向（同7,398円→9,126円）**が確認できる。

図表5 ライブの公演数・入場者数・年間売上高の推移



(注) ACPCが全国各地の正会員社（2023年時点で76社）を対象に調査を行ない、ライブ・エンタテインメントの市場規模を算出したデータであり、日本全体のライブ・エンタテインメントの市場規模とは異なる。

(出所) 一般社団法人 コンサートプロモーターズ協会（ACPC）

(4) 東京と大阪に二極集中するライブ公演数

ACPC 調査により 2023 年のライブ公演数を会場規模別にみると、東京・横浜に 2020 年以降 4 つのアリーナが相次いで新設されたことなどから、アリーナでの公演数・入場者数が 2019 年比 141%に増えており、野外ライブも同 142%に増加している。

2023 年のライブ公演数を都道府県別にみると、関東(43.7%)と近畿(22.1%)の合計で 65.8%とほぼ 3 分の 2 を占める。特に東京都 11,613 本 (33.6%)と大阪府 6,002 本 (17.4%)で全体の 51%を占め、東京・大阪への二極集中傾向がみられる。一方、中部 5 県の公演数は愛知県 2,401 本、静岡県 394 本、長野県 261 本、岐阜県 92 本、三重県 79 本の合計でも 3,227 本 (9.3%)にとどまり、人口シェア 13.5%を下回る状況にある。

ACPC の地域別売上高および入場者数のデータをもとに、ライブ公演のチケット平均単価を試算したところ、東海(愛知・静岡・岐阜・三重)は 9,072 円となり、関東(9,234 円)や近畿(9,309 円)を若干下回るものの、開催すれば概ね全国平均(9,126 円)並みの単価を確保できるものとみられることから、公演数が少ない要因の分析と公演数の増加に向けた方策の検討がポイントと考えられる。

図表 6 会場規模別ライブ公演数(2023 年)

項目	数値	前年同期比	2019年同期比
スタジアム	296	127.0%	104.6%
アリーナ	2,151	109.1%	141.5%
ホール	14,313	101.2%	111.3%
ライブハウス	15,748	121.6%	101.9%
野外(※1)	493	158.5%	142.1%
オンライン	131	43.1%	—
その他(※2)	1,413	58.3%	99.4%
合計	34,545	106.8%	108.3%

図表 8 都道府県別ライブ公演数(2023 年)

都道府県名	数値	シェア	前年同期比	2019年同期比
北海道	1,271	3.7%	105.4%	94.3%
東北	1,980	5.7%	123.0%	87.6%
宮城県	1,243	3.6%	117.8%	92.7%
関東	15,099	43.7%	106.4%	122.9%
東京都	11,613	33.6%	106.0%	121.5%
神奈川県	1,992	5.8%	108.1%	211.2%
千葉県	480	1.4%	96.4%	68.0%
埼玉県	546	1.6%	117.4%	94.3%
北陸信越	1,213	3.5%	111.0%	90.6%
新潟県	409	1.2%	96.2%	80.8%
石川県	366	1.1%	116.9%	98.7%
長野県	261	0.8%	118.6%	94.2%
東海	2,966	8.6%	102.7%	101.5%
愛知県	2,401	7.0%	101.9%	105.8%
静岡県	394	1.1%	101.8%	95.4%
岐阜県	92	0.3%	105.7%	67.6%
三重県	79	0.2%	136.2%	76.0%
近畿	7,650	22.1%	105.8%	114.4%
大阪府	6,002	17.4%	108.4%	118.5%
中国四国	1,867	5.4%	113.8%	80.8%
九州沖縄	2,360	6.8%	108.5%	86.5%
福岡県	1,571	4.5%	108.0%	91.3%
海外・オンライン	139	0.4%	—	—
合計	34,545	100.0%	106.8%	108.3%

図表 7 会場規模別ライブ入場者数(2023 年)

項目	数値	前年同期比	2019年同期比
スタジアム	9,879,868	125.9%	107.2%
アリーナ	16,690,660	118.4%	142.7%
ホール	18,212,816	112.6%	103.9%
ライブハウス	5,671,936	142.8%	95.3%
野外(※1)	2,616,053	114.4%	91.3%
オンライン	213,151	69.3%	—
その他(※2)	3,041,676	83.8%	132.4%
合計	56,326,160	116.6%	113.7%

図表 9 地域別チケット平均単価試算(2023 年)

(公演が開催された地域にそのチケット売上を計上)

地域名	売上高	動員数	チケット平均単価
北海道	12,293,329,724	1,360,089	9,039
東北	14,775,195,987	1,741,846	8,482
関東	272,076,461,031	29,463,521	9,234
北陸信越	11,249,798,845	1,178,105	9,549
東海	41,632,074,440	4,589,017	9,072
近畿	118,733,876,775	12,754,388	9,309
中国四国	12,456,774,853	1,586,942	7,850
九州沖縄	30,399,294,757	3,437,665	8,843
オンライン・海外	390,915,793	214,586	1,822
合計	514,007,722,205	56,326,159	9,126

(※1) 「野外」は特設会場・仮設会場での公演が対象

(※2) 「その他」には、スタジオ、インスタイベント、イベントスペース、ショッピングモール、カフェ、ギャラリー、展示場、演芸場、教会、船上、小劇場、寄席などでの公演を含む。

(出所) 一般社団法人 コンサートプロモーターズ協会 (当会注記) 一般にスタジアムは収容人数が数万人規模、アリーナは 1~2 万人前後、ホールは数千人規模。

(5) 中部圏世帯のライブ公演に対する支出意欲は相応に高い水準と推測

中部圏世帯のライブ公演に対する支出動向を他地域と比較するため、総務省の家計調査で、映画・演劇等入場料（映画・演劇・コンサート・落語などの入場料、ディナーショー・歌舞伎・ライブハウスを含む）に対する 1世帯当たり年間平均支出額（2人以上世帯）をみると、2021～23年の3カ年平均で、名古屋市6,864円、津市5,709円となっている。この水準は東京都区部10,256円や京都市8,442円などには及ばないものの、福岡市5,702円や大阪市5,602円を上回っている。

直近 2023年のデータをもとに地域レベルで比較すると、東海は6,092円となり、関東7,999円、近畿7,658円は下回るが、中四国・九州・東北の4千円台を上回る水準にある。これを県庁所在地で比較すると、名古屋市(9,577円)や津市(9,737円)の支出額は、東京都区部(11,759円)には及ばないものの、横浜市(9,177円)、さいたま市(9,615円)、千葉市(9,453円)とほぼ同水準で、大阪市(5,434円)や福岡市(6,940円)を大幅に上回っている。

家計調査はサンプル調査かつライブ公演以外の映画入場料などが含まれる点を割り引いて考える必要はあるが、中部圏世帯の演劇やコンサートに対する支出意欲は他地域と比べて遜色ない水準にあるものと推測され、ライブ公演を観覧したいという当地の需要を中部圏内で取り込む余地は小さくないものと思われる。

図表 10 都道府県庁所在市及び政令指定都市における1世帯当たり映画・演劇等入場料年間支出額ランキング（2021～23年平均、二人以上世帯）

順位	都市名	支出額	順位	都市名	支出額
	全国	5,247	27	金沢市	4,326
1	東京都区部	10,256	28	甲府市	4,321
2	京都市	8,442	29	浜松市	4,304
3	相模原市	7,426	30	水戸市	4,282
4	千葉市	7,217	31	大分市	4,200
5	神戸市	7,178	32	那覇市	4,129
6	さいたま市	7,021	33	山形市	3,946
7	川崎市	6,984	34	長野市	3,810
8	名古屋市	6,864	35	秋田市	3,773
9	横浜市	5,896	36	和歌山市	3,712
10	津市	5,709	37	宇都宮市	3,576
11	福岡市	5,702	38	山口市	3,571
12	堺市	5,679	39	高松市	3,486
13	大阪市	5,602	40	鹿児島市	3,299
14	前橋市	5,571	41	長崎市	3,118
15	大津市	5,559	42	盛岡市	3,106
16	奈良市	5,546	43	札幌市	2,987
17	広島市	5,488	44	福井市	2,954
18	岡山市	5,406	45	徳島市	2,953
19	富山市	5,320	46	宮崎市	2,754
20	岐阜市	5,140	47	北九州市	2,680
21	仙台市	4,995	48	松江市	2,613
22	福島市	4,750	49	鳥取市	2,603
23	静岡市	4,747	50	佐賀市	2,511
24	熊本市	4,745	51	松山市	2,019
25	高知市	4,359	52	青森市	1,924

図表 11 地方及び都道府県庁所在市の1世帯当たり映画・演劇等入場料年間支出額（2023年、二人以上世帯）

区	分	支出額
全	国	6,463
地	方	
	北海道	3,352
	東北	4,791
	関東	7,999
	北陸	5,195
	東海	6,092
	近畿	7,658
	中四国	4,342
	四国	4,777
	九州	4,240
	沖縄	3,021
都道府県庁所在市		
	札幌市	4,411
	仙台市	7,636
	さいたま市	9,615
	千葉市	9,453
	東京都区部	11,759
	横浜市	9,177
	長野市	3,834
	岐阜市	4,667
	静岡市	5,644
	名古屋市	9,577
	津市	9,737
	京都市	7,381
	大阪市	5,434
	神戸市	8,619
	福岡市	6,940

（出所）総務省「家計調査」

(6) 地理的アクセスの良さを逆手に取った「推し活遠征」呼び込みの可能性

中部圏でライブ公演数が少ない要因として、東京と大阪という二大市場の間に位置し、公共交通機関で比較的容易に東京・大阪にアクセスできるという地理的要因が指摘される。

ライブは単発で行われるものもあるが、人気アーティストのライブは、新曲やアルバム発売のプロモーションの一環として、共通の曲目や演出により、数カ月かけて全国各地をツアーで巡り、東京・大阪以外にもいくつかの主要都市で開催されるケースが少なくない。

また、好きなアーティストやキャラクターなどを応援するため、ライブへの参加、聖地巡礼やファン同士の交流等を行う「推し活」が広がっている。東京圏の15～69歳男女を対象とする調査によれば、全体の37%は推し活経験があり、特に15～29歳女性の推し活経験比率が61%と高くなっている。チケット入手難もあり、推し活経験者の約3割は、推し活のため東京圏外に長距離移動した経験があると回答している。聖地巡礼やファンとの交流を併せて楽しむ推し活遠征も存在することから、新幹線や航空便、高速道路による地理的アクセスの良さを逆手にとれば、工夫次第で中部圏が全国から推し活を集客する余地は少なくないのではなかろうか。

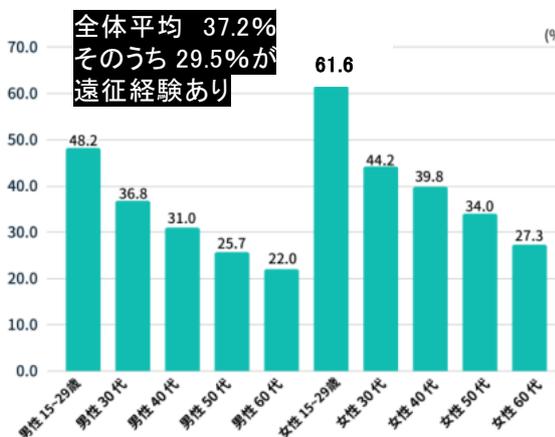
図表 12 全国ライブツアー事例 (Mr.Children tour 2024 miss you arena tour)

ライブ開催日	都道府県	会場名	会場定員(人)
2024.7.6(土)-7.7(日)	千葉	ららアリーナ 東京ベイ	11,000
2024.7.12(金)-7.13(土)	神奈川	横浜アリーナ	17,000
2024.7.20(土)-7.21(日)	広島	広島グリーンアリーナ	10,000
2024.7.27(土)-7.28(日)	福岡	マリノメッセ福岡 A 館	15,000
2024.8.17(土)-8.18(日)	福井	サンドーム福井	10,000
2024.8.24(土)-8.25(日)	宮城	宮城セキスイハイムスーパーアリーナ	7,000
2024.8.31(土)-9.1(日)	北海道	真駒内セキスイハイムアイスアリーナ	10,770
2024.9.19(木)-9.20(金)	大阪	大阪城ホール	16,000
2024.9.26(木)-9.27(金)	埼玉	さいたまスーパーアリーナ	22,500
2024.10.5(土)-10.6(日)	静岡	静岡エコパアリーナ	10,000
2024.10.12(土)-10.13(日)	愛知	ポートメッセなごや 第1展示館	10,000
2024.10.26(土)-10.27(日)	神奈川	Kアリーナ横浜 <追加公演>	20,033
2024.11.02(土)-11.03(日)	大阪	大阪城ホール <追加公演>	16,000

(出所) <https://tour.mrchildren.jp/>

(注) この他に2024年に全国アリーナツアーを実施する SEKAI NO OWARI (静岡・長野・愛知)、AIMYON・ケツメイシ (静岡・愛知)、ゆず・GLAY (長野・愛知)、L'Arc-en-Ciel・Official髭男dism・JUJU・Ado・櫻坂46・長渕剛 (愛知) 等も中部圏でライブを開催。

図表 13 性別・年代別推し活経験者比率

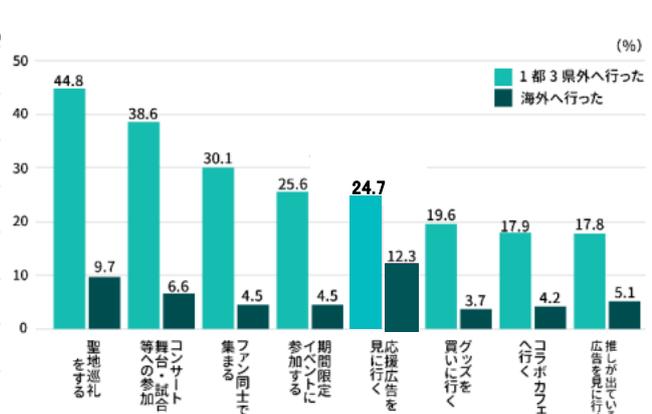


(注) 調査対象：東京圏 (1都3県) の15～69歳の男女、サンプル数：19,202

(出所) 「推し活・応援広告調査 2023」調査 (株式会社ジェイアール東日本企画 jeki 応援広告事務局「Cheering AD」)

引用元：[https://cheering-ad.jeki.co.jp/blogs/news/news-release2024?srltid=AfmBOq48imafqhxUPlucyki5NGWJN1raaiRd6UdGWgR3cBK\\_S0w-3Bn](https://cheering-ad.jeki.co.jp/blogs/news/news-release2024?srltid=AfmBOq48imafqhxUPlucyki5NGWJN1raaiRd6UdGWgR3cBK_S0w-3Bn)

図表 14 推し活別の長距離移動 (遠征) 比率



(7) 愛知県内ではライブ公演に適した会場が少ない状況が続く

中部圏でライブ公演数を増やす上での課題とみられるのが、会場不足や施設の老朽化である。  
1万人以上を収容できる大規模な会場として、東京圏には、国立競技場・東京ドーム・味の素スタジアム・横浜スタジアム・日産スタジアム・ZOZO マリンスタジアム・ベルーナドーム、日本武道館・代々木競技場・両国国技館、幕張メッセ・パシフィコ横浜、さいたまスーパーアリーナ・横浜アリーナ・フクダ電子アリーナ・びあアリーナ MM (2020/7 開業) ・有明アリーナ (2022/8 開業) ・Kアリーナ横浜 (2023/9 開業) ・LaLa arena TOKYO-BAY (2024/4 開業) など多数集積しており、2025年秋には TOYOTA ARENA TOKYO が開業予定である。

これに対し、名古屋周辺では、日本ガイシホール (収容人数 1 万人) が改修工事で 2024 年 4 月から 2026 年 1 月まで休館中のため、IG アリーナ開業までの間、1 万人前後を収容できるライブ会場は、バンテリンドームナゴヤ (5 万人) 以外では、ポートメッセなごや第 1 展示場 (1.5 万人) ないし Aichi SKY EXPO (9 千人) のほぼ二択状態にある。

2025 年 3 月に中川運河沿いの「みなとアクルス」(名古屋市港区) にライブハウス型ホール「COMTEC PORTBASE」を開業予定の合同会社ポートベースによれば、開業の大きな動機として、東海エリアでイベント催事会場が不足している事実があり、2008 年に愛知厚生年金会館 (収容人数 1,666 人) が閉館、2010 年には愛知県勤労会館 (収容人数 1,488 人) も閉館し、その後は名古屋市内に同等の会場新設はなく、「COMTEC PORTBASE」と同規模である Zepp Nagoya (収容人数：スタンディング 1,864 人/椅子使用 741 人) の年間稼働率は、ほぼ 100%といえる状況で、名古屋のエンターテインメントファンの多くが音楽ライブや 2.5 次元ミュージカル、ストレートプレイなどの舞台公演に触れる機会を逃してきた、と指摘されている。

直近では名古屋国際会議場 (3,012 人) が改修工事のため 2025 年 2 月から 2027 年 3 月まで休館予定のほか、スカイホール豊田 (6,500 人) も改修工事のため 2023 年 12 月から 2024 年 4 月まで休館、小牧市民会館 (1,300 人) も改修工事で休館となるなど、老朽化などに伴う維持補修で休館となる施設が相次いでいる。

図表 15 愛知県内の主要なライブ公演会場

会場名	最寄り駅	収容人数 /座席数	開業	備考
バンテリンドームナゴヤ	矢田	50,647	1997年	アリーナ使用時最大人数
名古屋市国際展示場 (ポートメッセなごや)	金城ふ頭	15,000	1973年	第1展示場。 <u>2026/6~2026/10貸出停止予定</u> (アジア競技大会)
日本ガイシホール	笠寺	10,000	1987年	<u>2024/4~2026/1休館中</u> (アジア競技大会に向けた改修工事)
Aichi Sky Expo	中部国際空港	9,000	2019年	ホールA
ドルフィンズアリーナ (愛知県体育館)	名古屋城	7,407	1964年	<u>2025/6末一般利用停止予定</u> (IGアリーナ竣工に伴い)
スカイホール豊田	豊田市	6,500	2007年	メインホール ( <u>2023/12~2024/4休館</u> )
名古屋市国際会議場	西高蔵	3,000	1990年	センチュリーホール( <u>2025/2~2027/3休館中</u> )
愛知県芸術劇場	栄	2,480	1992年	大ホール。コンサートホール併設 (1,800席)
Niterra日本特殊陶業市民会館	金山	2,291	1972年	フォレストホール
ZEPP名古屋	ささしまライブ	1,864	2005年	
豊田市民文化会館	豊田市	1,708	1981年	大ホール
蒲郡市民会館	蒲郡	1,598	1973年	大ホール ( <u>2025/7~2026/3休館予定</u> )
愛知厚生年金会館	池下	1,666	1980年	<u>2008年閉館</u>
愛知県勤労会館	鶴舞	1,488	1970年	<u>2010年閉館</u>
小牧市民会館	小牧	1,300	1972年	<u>2023/11~2025/3休館中</u> (改修工事)
IGアリーナ	名城公園	17,000	2025年7月	17,000人 (立ち見含む)、15,000人 (着席)
COMTEC PORTBASE	港区役所	2,244	2025年3月	スタンディング2,244人、座席利用1,070人

(出所) 各施設の Web サイトなどにより作成

(8) 地域が一丸となった官民連携によるライブ公演誘致の取組事例

ライブ公演は、主催者となるアーティスト所属事務所やレコード会社から公演の委託を受けてプロモーターが会場設営からチケット販売まで行う「委託興行」と、プロモーターや会場運営者自らが主催者となり公演を開催する「自主興行」の2種類がある。

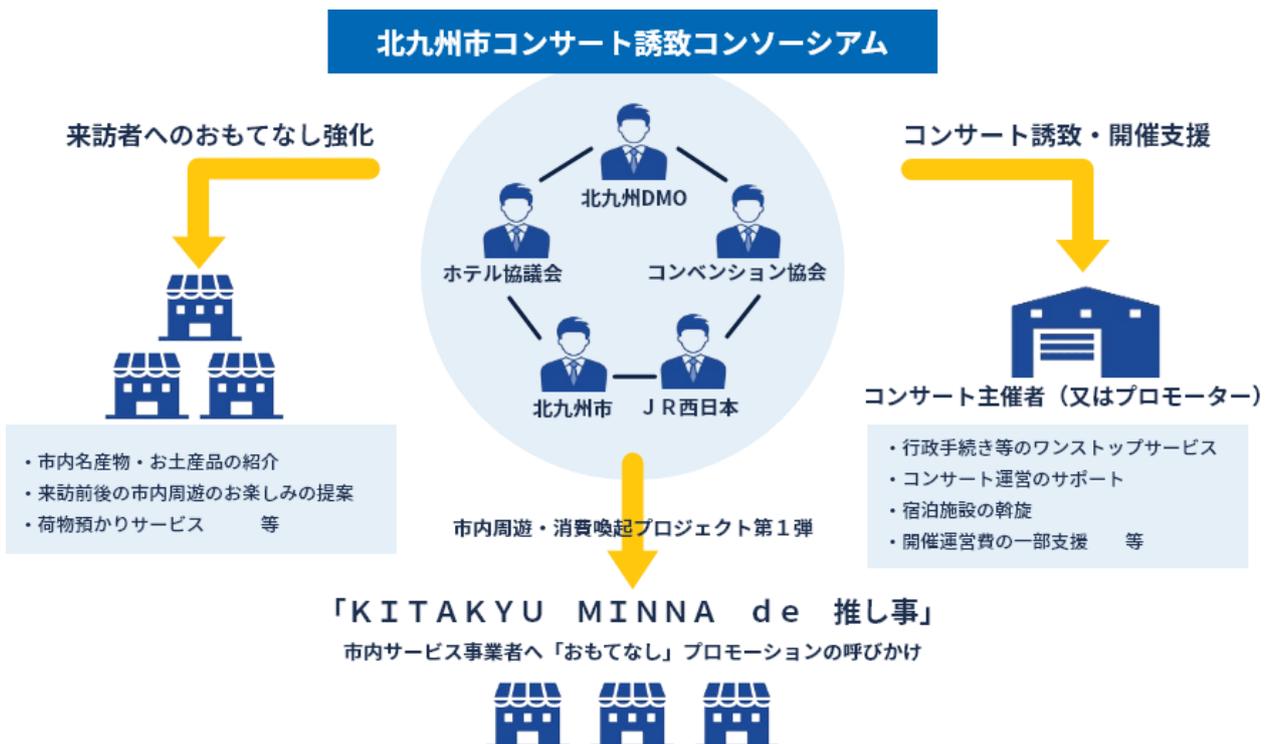
地域が一丸となり、主催者やプロモーターに対して官民連携で働きかけ、ライブ公演の誘致を目指す取り組みもみられる。北九州市では、山陽新幹線「のぞみ」が停車する小倉駅の近隣に西日本総合展示場・ミクニスタジアム・北九州国際会議場・北九州メディアドームなどがあり、駅周辺の宿泊施設は約 8,200 室を備え、1 万人前後の大型コンサートの開催を受け入れる環境が整っていることを生かし、人気アーティストのコンサート誘致による市内の観光・宿泊や市内消費額の増加を通じた地域活性化を目的として、地域 DMO (北九州 DMO 連絡会議) が事務局となり、北九州観光コンベンション協会・北九州ホテル協議会・JR 西日本・北九州市の 5 者からなる「北九州市コンサート誘致コンソーシアム」が 2024 年 5 月に発足した。

同コンソーシアムでは、エンタテインメントの開催は、北九州市のイメージアップを図るだけでなく、市内中心部に若者たちが集う「場」を誕生させ、文化や人材が育つきっかけになるとしており、街のにぎわい創出により、若い世代の街に対する愛着 (シビックプライド) を醸成し、「わくわくする街・北九州」を目指すとしている。

具体的な活動としては、各会場の特色やライブの開催実績、支援要綱や申し込み先を Web サイトで一括発信するとともに、地元企業の活用や来場者の市内観光促進などの条件を満たすコンサートや音楽フェスの開催を対象として、行政手続きのワンストップ無償支援、開催運営費の一部支援、JR 西日本との協業による新幹線での県外からの来場者増の促進、などに取り組んでいる。これにより来訪者への市内周遊の提案や市内の物販・飲食・宿泊需要の掘り起こしを図り、市内企業と主催者・プロモーターをつなげ、地域経済への波及効果を高める方針である。

北九州市都市ブランド創造局 MICE・エンターテインメント課では、今後、多くの市内サービス事業者等に「おもてなし」に参加してもらい、まち全体で歓迎機運を高めていければと考えているとのことである。

図表 16 北九州市コンサート誘致コンソーシアムの概要



(出所) 北九州市コンサート誘致コンソーシアム

(9) アリーナ開業を契機とする官民・広域連携による中部圏へのライブ誘致の期待

東京に次ぐライブ公演を開催する大阪でも、エンターテインメント産業の首都圏一極集中の進行を懸念し、1万人超の大規模アリーナ増設を求める声が出ている。

名古屋市では2025年夏に限研吾氏の設計によりIGアリーナ(17,000人)が開業予定であり、横浜アリーナや有明アリーナに並ぶ国内有数規模のアリーナとなる。2025年にはCOMTEC PORTBASEが開業予定であるほか、休館中の日本ガイシホールや名古屋国際会議場も2026年から2027年にかけて営業再開の見込みである。このほか中部圏には静岡のエコパアリーナ(1万人)、長野のエムウェーブ(2万人)、三重のサンアリーナ(1.1万人)・四日市ドーム(1万人)などがあり、広域で見ればライブ公演開催の受け皿は徐々に整いつつある。

ライブ会場の選定は、東京に多く立地するアーティスト所属事務所やレコード会社など主催者の意向が反映されることから、各会場の特色や公演の開催実績、施設整備の進捗を積極的に情報発信するとともに、開催地としての魅力や集客力を高める取り組みが望まれる。

会場運営者には、箱貸しにとどまらず、周辺施設や観光エリアとのコラボイベントの展開による回遊性の向上や、特色ある自主興行の開催などによる付加価値の創出に注力するとともに、アリーナや展示場など会場特性や立地を生かしたフェスやイベントの併催による誘客といった取り組みが考えられる。産業界には、ライブへの協賛、ネーミングライツや法人シート契約など会場運営の支援、ホームチームへのスポンサーシップなどを通じて貢献することができる。行政には、ライブ開催を地域経済への波及や交流促進につなげるとのシティプロモーションの発想から、例えば日本の真ん中の交通便利な押し活の聖地として売り込むなど、中部のポテンシャルを主催者やプロモーター向けに積極的に情報発信することが考えられる。会場整備を契機として、官民連携・広域連携による中部圏へのライブ公演の誘致活動の後押しが期待される。

図表 17 関西地区のアリーナ建設計画に関するACPC関西支部会声明(抜粋)

- ・首都圏のみに新アリーナ建設・開業が集中(2030年迄には10,000席規模の会場が15施設開業となる予定)
- ・関西圏のアリーナ会場計画は途中段階を含め3施設に留まる。エンターテインメント産業の首都圏一極集中が進行すると「大型公演の関西飛ばし」が更に加速することは間違いない。
- ・中部地区でも大規模アリーナ計画が進んでいる状況下ではさらに遅れをとることは否めない。文化的魅力が著しく低下した関西地区からの若者流出という負の連鎖を全力で回避する必要がある。

- ・大阪城ホールは多くの催事によりスケジュール確保が非常に困難な状況。スタジアムもスポーツ施設であることからエンタメで使用できる期間は限られる。
- ・関西におけるコンサート収支構造は、物価が高騰するなか首都圏公演と比較すると1.5倍の経費(アーティスト関係の移動宿泊費、舞台関係の輸送費等)がかさむために大阪城ホール等の8000席から10000席キャパでは採算が合わなくなってきている。

(出所) ACPC (2024年2月)

図表 18 IGアリーナ完成予想図



(出所) 株式会社愛知国際アリーナ Web サイト

図表 19 COMTEC PORTBASE 完成予想図



(資料提供) Sky Editor 株式会社