

多様化するライブエンタメコンテンツへの対応が求められる劇場・ホール！
 持続可能な運営を実現する適正規模開発およびマーケティング戦略の要諦を徹底解説！

ライブエンターテインメントホールの 開発計画&マーケティング戦略 資料集

予約
 受付中！
1 今だけ
 割引き！

2026年5月末発刊予定

予約特価 **94,050円** (本体85,500円)

●定価104,500円(本体95,000円) ●A4判/縦型/約100頁

※予約特価は2026年5月28日までにお振込みいただいた方に限ります。

本書の特徴

- 1 ライブエンターテインメントの市場動向や今後の潮流と課題を整理するとともに、来場者のLife Time Valueを最大化するための手法を解説
- 2 多様化するコンテンツに対応する舞台空間の構築と体験価値を向上させ、演者やコンテンツホルダーの満足度を高めるためのノウハウを開示
- 3 ビルイン型ホール(都市部の複合開発)および独立型ホール(地方都市立地)をモデルとした開発指標および収支モデルを掲載

編集内容

第1編 ライブエンターテインメントの市場動向

1. 市場規模の推移
 公演数・観客動員数/成長要因
2. ライブコンテンツのトレンド
 コンテンツの多様化/推し活
3. 収益最大化の取組み(Life Time Value)
 収益構造/物販・配信・飲食/カスタマージャーニー

第2編 ライブエンターテインメントビジネスの将来展望

1. エンターテインメント施設の新しい潮流
2. 施設計画の現状と将来予測

第3編 開発計画

1. コンセプト
 (1)ホールコンセプトの位置づけ
 (2)開発内での位置づけと社内での位置づけ
 (3)メインとなる想定演目の設定と適正キャパシティ
 (4)周辺施設の調査と戦略
 (5)貸館収支の考え方
 (6)事業スキームと運営計画および組織計画
2. 立地戦略
3. 施設構成と概要
 (1)施設規模によるライブエンターテインメント施設の種別と新たな可能性
 (2)ライブエンターテインメントのための施設構成

- (3)外観意匠の考え方
4. 新しいホールの空間設計
 (1)舞台空間の設計
 (2)客席空間の設計
5. 多様な演出への対応
 (1)基本的な舞台特殊設備
 (2)発展性のある舞台特殊設備
6. 観客のための空間と機能
 (1)休憩から交流の場としてのロビー、ホワイエ空間
 (2)物販、飲食などの機能空間
 (3)建物周辺の環境の整備
7. 上演者のための空間と機能
 (1)出演者関係の空間
 (2)技術スタッフと搬入関係の空間
8. 施設運営者のための空間と機能
 (1)施設運営者の空間
 (2)管理関係の空間
9. 建築音響計画
10. ユニバーサルデザインと舞台上演の安全性の確保
 (1)ライブホールのユニバーサルデザイン
 (2)舞台上演の安全性の確保
11. ライブホールに関わる法律関係
 (1)建築基準法・消防法関係
 (2)興行場法
 (3)特定天井などの配慮すべき指針

第4編 マーケティング戦略

1. 戦略策定の前提条件としての調査分析

2. ターゲティング
3. 提供価値と訴求ポイント
4. 事業内容
5. ブッキングマネジメント
6. 商品づくり(主催事業、連携事業など)
7. 販売戦略とプロモーション
 (1)B to Bの貸館事業の顧客に対して
 (2)B to Cの一般顧客に対して
8. サービス部門
 (1)貸館の主催者や施設利用者に対する開催支援サービス
 (2)一般顧客(来館者)に対するサービス
9. 当日運営
10. リピーター、施設のファンづくり
11. 運営体制
12. 人材とその育成

第5編 立地タイプ別モデル指標

1. 都心立地型複合モデル
 (1)前提条件 (2)各種設定値および収支
 (3)建築設計
2. 地方都市立地型独立モデル
 (1)前提条件 (2)各種設定値および収支
 (3)建築設計

第6編 ケーススタディ

- 3~4事例を掲載予定

※編集内容は一部変更となる場合がございますので、あらかじめご了承ください。

執筆者

第1編 ▶ びあ総合研究所(株)

第2~5編 ▶ (株)シアターワークショップ