

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と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

2026年5月29日発刊

◎定価104,500円(本体95,000円)◎A4判/縦型/100頁

本書の特徴

1

来場者の**Life Time Value**を最大化する  
ための手法を解説

2

多様な**コンテンツ**に対応する**設備**と**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**と**地方独立型ホール**の  
**開発指標**および**収支モデル**を解説



## 発刊の狙い

ライブエンターテインメント市場は、年々規模を拡大しています。この背景には、チケット価格の上昇やアリーナなどの大規模施設の開設が影響したとみられ、関東圏・関西圏などの都市部において市場が拡大する一方で、地方ではコロナ禍からの回復はいまだ途上にあるといえます。

また、既存施設のなかには老朽化に伴う大規模改修・建替えを実施・計画するものも多く、都市部においても「劇場・ホール不足」が懸念されています。特に、ホップスやクラシック、演劇、バレエなどの公演に適し

た2,000席前後の施設の供給が課題となっています。

しかし、建築費の高騰などにより計画の見直しを強いられるケースも多く、従来にまして適正かつ緻密な事業計画の構築と推進が求められるようになってきました。

本書では、ライブエンターテインメントビジネスの潮流や将来展望を踏まえたうえで、多様なライブコンテンツの提供を想定した劇場・ホールの開発手法の検討、時代のニーズに応じた設計・設備計画および運営戦略の策定について、多数の実績をもつ専門家が劇場・ホールビジネスの要諦を解説いたします。

執筆者

第1編 笹井裕子 びあ㈱ 執行役員/びあ総合研究所㈱ 取締役所長

第2~5編 伊東正示 ㈱シアターワークショップ 代表取締役 丸山健史 ㈱シアターワークショップ 執行役員  
小林徹也 ㈱シアターワークショップ 執行役員 和田裕次 ㈱シアターワークショップ アドバイザー

## 第1編 ライブエンターテインメントの市場動向

1. ライブエンターテインメント市場規模の推移
2. ライブコンテンツのトレンド
3. 収益最大化の取組み(Lifetime Value)
  - (1) チケットと価格設計の高度化
  - (2) ホスピタリティの導入と高付加価値化
  - (3) 物販・飲食の役割変化
  - (4) 配信による収益機会の拡張
  - (5) LTV(顧客生涯価値)への転換
4. 市場を取り巻く構造課題
  - (1) 施設供給
  - (2) 地域間格差
  - (3) 人材不足
  - (4) 供給の選択的集中
  - (5) 人口動態の変化
5. まとめ
  - (1) 施設供給の最適化と多層構造の再構築
  - (2) 地域展開の再設計と体験機会の分散
  - (3) 人材基盤の強化と持続可能な供給体制の構築
  - (4) コンテンツの多様性確保と新陳代謝の促進
  - (5) LTVを基軸とした顧客戦略の高度化
  - (6) インバウンド対応とグローバル接続
  - (7) 社会的価値の可視化と位置づけの再定義

## 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
  - (1) これまでの公立ホール
  - (2) 近年の計画概要
    - ① 大規模改修あるいは建替え計画
    - ② 建設費の高騰
    - ③ 都市再開発事業内の文化施設
    - ④ 民間活力の導入
    - ⑤ 複合文化施設化
    - ⑥ MICE機能
    - ⑦ 民間の劇場・ホール建設
  - (3) 新しい潮流
    - ① 新しい音楽ホール
    - ② 映像の充実化と会場の大型化、ライブの新しい楽しみ方
    - ③ シアターコンプレックス
    - ④ ホールパークからホールタウン
    - ⑤ 究極の専用劇場、あるいは超多目的ホール
    - ⑥ 世界劇場と一人劇場
    - ⑦ 運営主体の変化(エンターテインメント企業の進出)
2. 施設計画の現状と将来予測
  - (1) 施設コンセプト
  - (2) 開発事業内での位置づけ
  - (3) 施設計画
  - (4) 管理運営計画

## 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(コンセプト策定の留意点)
- (2) 開発内での位置づけと社内での位置づけ
  - ① 特区申請における貢献用途
  - ② 不動産収益床としての位置づけ
  - ③ 企業のCSR 活動やメセナ活動あるいは宣伝活動の一環としての位置づけ
  - ④ 複合開発の集客装置あるいは情報発信装置としての位置づけ
  - ⑤ コンテンツ企業の拠点や本業との相乗効果のある事業拠点としての位置づけ
- (3) メインとなる想定演目の設定
- (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
  - ① 直営
  - ② 業務委託
  - ③ 賃貸

### 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
  - ① 小規模ライブハウス(街中のライブハウス等)
  - ② 中規模ライブハウス(Zepp、豊洲PIT 等)
  - ③ 大規模公共ホール(市民会館等)
  - ④ 超大規模ライブ会場(武道館、アリーナ、スタジアム等)
- (2) ライブエンターテインメントのための施設構成
  - ① 舞台と楽屋などの舞台裏の施設
  - ② 客席とホワイエなどの表の施設
- (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
  - ① 舞台の大きさ
  - ② 舞台の内装
- (2) 客席空間の設計
  - ① アリーナ席
  - ② スタンド席、バルコニー席
  - ③ 客席空間の舞台技術

### 5. 多様な演出への対応

- (1) 基本的な舞台特殊設備
  - ① 舞台機構
  - ② 舞台照明
  - ③ 舞台音響
- (2) 発展性のある舞台特殊設備
  - ① 映像設備
  - ② ワイヤークッション、特殊効果など

### 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

- (1) 遮音・防振計画

- (2) 建築音響の計画
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

### [ケーススタディ]

TACHIKAWA STAGE GARDEN  
(東京都立川市)

## 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
  - (1) 貸館顧客のリピーター化
  - (2) イベント参加者や一般来館者を対象としたホスピタリティ環境の提供
  - (3) 会員やサポーターなどの固定のファンづくり
  - (4) アンケートなどの実施とそれに基づいた改善
11. 運営体制
12. 人材とその育成
  - (1) 求められる人材
  - (2) 人材育成について

## 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
  - ① 建設費
  - ② 会場基本利用料金と稼働率
  - ③ 運営費
  - ④ 事業収支と追加投資
- (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
  - ① 建設費
  - ② 会場基本利用料金と稼働率
  - ③ 運営費
  - ④ 事業収支と追加投資
- (3) 建築設計

## ご注文方法

ホームページからお申込みください。

<https://www.sogo-unicom.co.jp/databook/>

お申込みを受付次第、商品とともに請求書をお送りいたします。

銀行振込でお支払いください。クレジットカードでも決済いただけます。

## お問合せ

### 総合ユニコム株式会社

〒104-0031 東京都中央区京橋2-10-2 め利彦ビル南館6階

ご注文、お支払い等 TEL. 03-3563-0025 [管理部]

編集内容

TEL. 03-3563-0120 [企画情報部]