

LIVE & ENTERTAINMENT MUSIC + STAGE

ライブ会場不足問題が表面化 微減となったライブ・エンタテインメント市場

国内のライブ・エンタテインメント市場規模（本書ではライブ・エンタテインメント市場規模＝音楽コンサートとステージでのパフォーマンスイベントの推計チケット販売額合計と定義）は、2001年から2016年の間に約2倍に拡大した。しかしながら、劇場やホール等のライブ会場数はこのソフト供給増に追いついていない。2016年には大規模会場の改修が重なったことで、ライブ・エンタテインメント市場規模は5年ぶりの前年割れとなった。

調査概要

■対象範囲

日本国内で開催される各種ライブ・エンタテインメントのうち、一般に開催情報の告知を行い、かつ一般にチケット販売を行う、有料の音楽・ステージ2ジャンルのイベント。

■集計ジャンル

- 音楽：ポップス、クラシック、演歌・歌謡曲、ジャズ、民族音楽ほか
- ステージ：ミュージカル、演劇、歌舞伎／能・狂言、お笑い／寄席・演芸、バレエ／ダンス、パフォーマンスほか

■集計期間

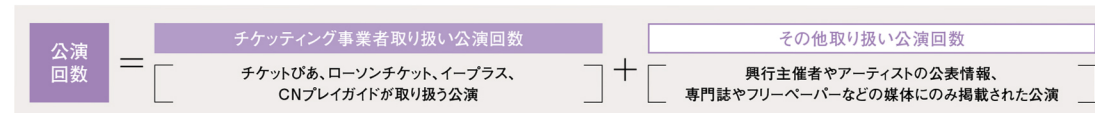
各年1月～12月（開催日ベース）

■集計項目

ライブ・エンタテインメント市場を定量的に把握する指標として、「公演回数」「動員数」「市場規模」を基本3指標として推計する。

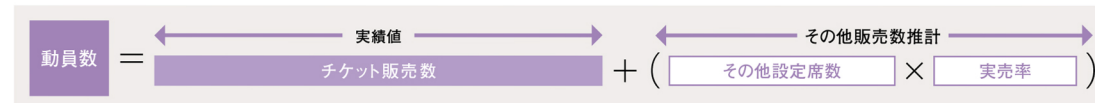
①公演回数

チケットング事業者が取り扱っている公演をベースに、開催情報を網羅的に収集し、重複を除いて追加する。



②動員数：チケットの推計流通数

公演ごとの設定席数に、販売実績を把握できる公演から算定した席種ごとの実売率を乗じる。



③市場規模：チケットの推計販売額＝チケット単価×チケット推計流通数

公演ごとの席種別推計動員数に各席種単価を乗じる。

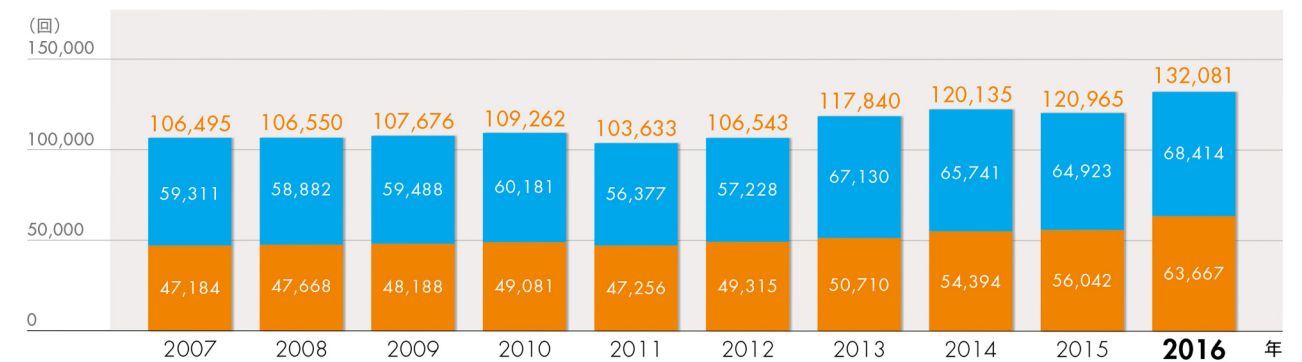


2016年のライブ・エンタテインメント市場規模は、前年比2.0%減の5,015億円と推計される。音楽、ステージいずれも、公演活動自体は依然として活発で公演回数は増加したものの、1公演当たり動員数が低下したことから、動員数と市場規模は前年を下回った。

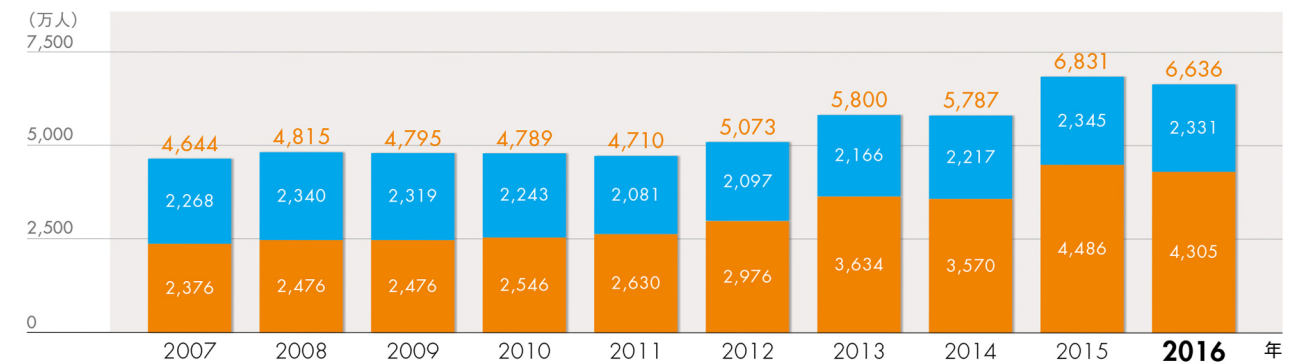


■音楽 ■ステージ

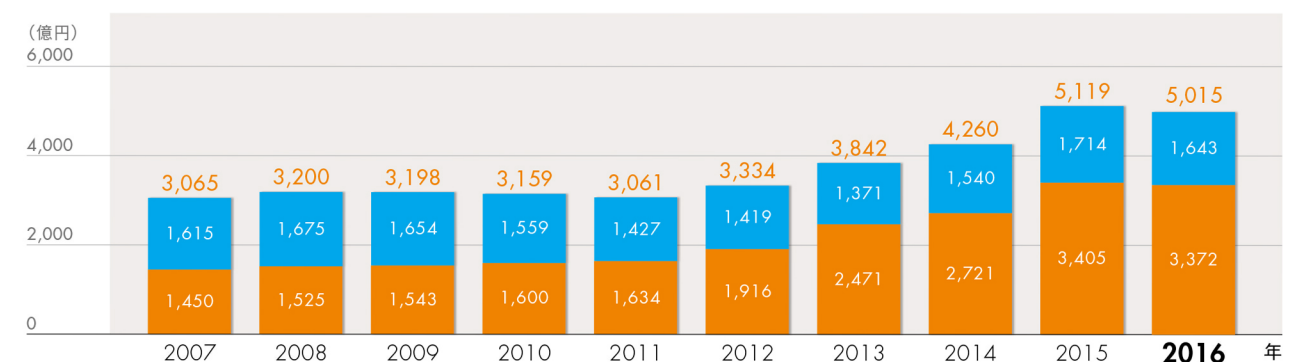
公演回数 音楽とステージを合わせ年間13万回台へ



動員数 音楽とステージのいずれも減少し、特に音楽のマイナスが顕著



市場規模 5年ぶりの前年割れとなるも、高水準を維持



※四捨五入の関係上、合計が一致しない場合がある。