

**令和 2 年度商取引・サービス環境の適正化に係る事業
(Beyondコロナに向けた次世代エンタテインメントの在り方に関する調査検討事業)
調査報告書 <概要版>**

**2021年3月
株式会社ヘッドライン**

目次

	<該当ページ>
1. 調査実施概要	3～4
2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における新しい取組に係る調査 -1 新型コロナウイルス感染拡大により影響を受けたエンタメ事業者や有識者など3名程度へのヒアリングを実施 5～20 -2 新型コロナウイルス対応のため、新しいツール・手法を取り入れている事業者やツール・手法を提供している事業者、それらを新たに開発している事業者それぞれ3者程度へのヒアリング 21～32 -3 新型コロナ禍で生じた、消費者側のエンタメに関する意識変化・行動変化に関する調査を実施 33	
3. Beyondコロナに向けた次世代エンタテインメントの在り方 ワーキンググループ（研究会）開催 -第1回（3/4） 34～36 -第2回（3/23） 37～39	

1. 調査実施概要

1. 調査実施概要

<調査実施方法について>

2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における新しい取組に係る調査

- 1 エンタメ事業者や有識者など3名程度へのヒアリングを実施、インターネットや文献・書籍等による調査及び世界の現状等情報収集

エンタメ事業者への個別インタビュー・インターネット調査・海外事業者へのヒアリング

- 2 新型コロナウイルス対応のため、新しいツール・手法を取り入れている事業者やツール・手法を提供している事業者、それらを新たに開発している事業者それぞれ3名程度へのヒアリング

新しいツール導入のエンタメ関連事業者3名への個別インタビューによるヒアリング実施

- 3 新型コロナ禍で生じた、消費者側のエンタメに関する意識変化・行動変化に関する調査を実施

学生から社会人147名に対する無記名自由回答アンケート4問を実施により調査

3. Beyondコロナに向けた次世代エンタテイメントの在り方 ワーキンググループ（研究会）開催

経済産業省にてワーキング2回開催

2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における 新しい取組に係る調査

2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における新しい取組に係る調査

-1 エンタメ事業者や有識者など3名程度へのヒアリングを実施、インターネットや文献・書籍等による調査及び世界の現状等情報収集

<共通質問項目>

① コロナウイルス感染拡大により生じた影響について

② コロナウイルス感染拡大後の具体的な対応・新しい取り組みについて

③ コロナウイルス禍における懸念・課題

④ Beyondコロナにおける展望及び事業への取り組みについて

2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における新しい取組に係る調査

-1 エンタメ事業者や有識者など3名程度へのヒアリングを実施、インターネットや文献・書籍等による調査及び世界の現状等情報収集

<ヒアリング対象エンタメ事業者 プロフィール>

株式会社KSR代表取締役社長 三浦剛史
株式会社KSR代表取締役副社長 新羅慎二（若旦那）

株式会社KSR：音楽コンテンツを中心としたレーベル／流通事業／出版管理及び、アーティストのマネジメント、国内外のイベント企画／制作／運営等、包括的にプロデュースする事業を展開。

株式会社セブンセンス代表取締役 吉田拓巳

株式会社セブンセンス：デジタルクリエイティブ企業。事業内容は演出、デザイン、映像、ブランディング、システム開発まで多岐にわたり展開。

エイベックス株式会社代表取締役社長 黒岩克巳

エイベックス株式会社：音楽・映像ソフトの企画・製造および販売ならびに配信事業およびそれに関するサービス業務を展開。

音楽制作者連盟副理事長 浅川真次

音楽制作者連盟：実演家とプロダクションのための「権利の擁護と拡大」を目的にアーティストに関わる『著作隣接権使用料』の配分と環境整備を実施。
（正会員229社、権利委任者901社（個人委任含む）、賛助会員69社から構成）

アソビシステム株式会社代表取締役社長 中川悠介

アソビシステム株式会社：タレントマネジメント事業イベント・メディア運営カジュアルバー、コーヒースタンド、美容サロンなどの店舗運営アートディレクション、グラフィックデザイン、WEBデザイン、プロダクトデザインなどを展開

2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における新しい取組に係る調査

-1 エンタメ事業者や有識者など3名程度へのヒアリングを実施、インターネットや文献・書籍等による調査及び世界の現状等情報収集

株式会社KSR代表取締役社長 三浦剛史
株式会社KSR代表取締役副社長 新羅慎二（若旦那）

① コロナウイルス感染拡大により生じた影響について

■ コロナ禍の初期段階では、会社に入社禁止制限を設定。

② コロナウイルス感染拡大後の具体的な対応・新しい取り組みについて

■ ステイホームで様々な情報が入ってくる中で、ひらめきと新しい未来みたいなものが沸き出てきて、オンラインライブを4本立ち上げるなどの取り組みを行った。
(歌舞伎のオンラインライブ・男性アイドルのオンラインライブ・ヒップホップのラッパーのオンラインライブ・アコースティック弾き語りのオンラインライブ)

■ いち早くデジタルにシフトしていたので、様々な仕掛けを行っている。

③ コロナウイルス禍における懸念・課題

■ 今までお客さんを見ていたのが正解だった世界が（デジタルでは）カメラを見るのが正解な世界になっている為、アーティスト側のマインドを全部変える必要がある。ただし、カメラの先には観客がいるので実質的には、無観客ではない。オンラインでもカメラの先に見てくれている人や、待ってくれている人が居るといふ愛情みたいなものがカメラの先でやっている側も感じられる。
それを感じられるか感じられないかということがアーティストにとって必要なスキルになってくる。

2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における新しい取組に係る調査

-1 エンタメ事業者や有識者など3名程度へのヒアリングを実施、インターネットや文献・書籍等による調査及び世界の現状等情報収集

株式会社KSR代表取締役社長 三浦剛史
株式会社KSR代表取締役副社長 新羅慎二（若旦那）

④ Beyondコロナにおける展望及び事業への取り組みについて

- アーティストのワンマンライブを全部デジタル化した展開を考えている。
出向くのではなく、（アーティストとファンが）家と家でつながる状態を目指す。
- コロナによって浮き彫りになってしまった諸外国での人種差別や貧困格差、国同士の断絶、尚且つ個人のエゴの露見に対して、ヒップホップの若い世代が今後新しいムーブメントを作っていくと思っている。
- コロナへの対応で結果として無駄が省かれ、リモートワークも便利という認識が増える中、もちろんライブ自体は生が最高ではあるものの、近い将来テクノロジーが進化することで生に近い状態のエンターテインメントが出来ると考えている。それが実現すればリアルでライブを開催する際に起きる交通マヒの問題や会場周辺でのごみ問題なども無くなる。デジタル化する事で地球が守られる世界もくるのではないかと考えている。
- 音楽自体がAfterコロナの以前ですでに変化している。若い世代はそもそもレコーディング等は家で行っていた。1つだけではなく、少しでも覚えてもらうタイミングを増やす為に、YouTube、TikTokなどのメディアをうまく活用している。クラウドファンディングやApple musicの活用など、若い世代は様々なお金の展開の仕方を知っていてブランディングができています。

2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における新しい取組に係る調査

-1 エンタメ事業者や有識者など3名程度へのヒアリングを実施、インターネットや文献・書籍等による調査及び世界の現状等情報収集

株式会社セブンセンス代表取締役 吉田拓巳

① コロナウイルス感染拡大により生じた影響について

- オリンピックに向けてのエンターテインメントのリアルな領域で様々な計画があったが、一旦、休止の状態になっている。

② コロナウイルス感染拡大後の具体的な対応・新しい取り組みについて

- 先日オープンした福岡天神エリア最大の複合施設「CAITAC SQUARE GARDEN」の開発を全般的にサポートした。4月末くらいにオープン予定だったが、コロナウイルスの影響で、オープンを先送りになり、6月11日に開業した。6月11日にオープンしてからは入場制限設けている。
（狙っていたわけではないが）空間の仕様として、一般的な商業施設のように四方壁に囲まれた空間が何層にも連なっておらず、全フロアほとんど屋外のように感じる、全部半窓でテラスが付いている施設の為、コロナ禍には合っている施設となった。

2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における新しい取組に係る調査

-1 エンタメ事業者や有識者など3名程度へのヒアリングを実施、インターネットや文献・書籍等による調査及び世界の現状等情報収集

株式会社セブンセンス代表取締役 吉田拓巳

③ コロナウイルス禍における懸念・課題

- オンラインのあり方を改めて考える機会も増え、オンラインの重要性が高まる中で、リアルな価値は逆に高まっていくのではないかと考えている。感染拡大が続く中で、現状ではリアルな場所で大勢が集まるという事は出来ないが、ある程度収束の目途がついた際に、今までよりも更にリアルの価値を高めるものを提供していく必要がある。
- 家やスタジオからの配信の場合、わざわざライブ配信で観るメリットがない場合もあると個人的に思っている。もう少し空間として、面白い場所、ロケーションが良い場所、例えば日本の秘境から配信する等、数千人集めてのライブではできない空間で配信を実施する事で、オンラインでの生配信の良さを見出せるのではないかと考えている。

④ Beyondコロナにおける展望及び事業への取り組みについて

- 常識や価値観、概念が改めて1つだけではないと再認識した。また、社会がどう変わっていくかが、誰にも分からない。そのため、自分が本当にしたい事は何かという事が極めて重要になってくると考えている。

2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における新しい取組に係る調査

-1 エンタメ事業者や有識者など3名程度へのヒアリングを実施、インターネットや文献・書籍等による調査及び世界の現状等情報収集

エイベックス株式会社代表取締役社長 黒岩克巳

① コロナウイルス感染拡大により生じた影響について

- 既に大小合わせて約400公演が中止や延期になっている。
- クールジャパンとして日本のコンテンツを海外で開催した未来花火型エンターテインメントスターアイランドもコロナの影響で中止せざるを得ない。シンガポールやサウジアラビアでの開催実績をはじめ、今年はコロナ以前に7～8か国から開催の話があったが現在は止まっている。

② コロナウイルス感染拡大後の具体的な対応・新しい取り組みについて

- 時間のあるこの時期に、しっかり将来を見据えた作品を会社一丸となって作る事で、世界がまた回りはじめた時に、少しでも多くの人たちに笑顔とか勇気とか与えられるようにする必要がある。
今は時間をかけてしっかり作っていく時であると捉えている。

2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における新しい取組に係る調査

-1 エンタメ事業者や有識者など3名程度へのヒアリングを実施、インターネットや文献・書籍等による調査及び世界の現状等情報収集

エイベックス株式会社代表取締役社長 黒岩克巳

③ コロナウイルス禍における懸念・課題

- 完全にコロナ以前の世の中に戻る事があるのかと期待しても、発展性はない。ライブでいうとオンラインライブなどの映像配信での楽しみ方をメインにする人もいれば、やっぱり生のものをライブで感じたいという人もいる。個々によって楽しみ方の多様性が生まれてくるので、エンターテインメント業界は、様々な多様性を持った届け方ということを真剣に今考えていかなくてはいけない。

④ Beyondコロナにおける展望及び事業への取り組みについて

- 世界の方々もなかなか日本に来れない状況で、日本人も世界になかなかいける状況ではない。だからこそ世界に向けたIPを作っていくという事が大切である。
音楽・映像・イベント・スターアイランドのようなプロジェクトなどのIPを会社として届けていきたい。

2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における新しい取組に係る調査

-1 エンタメ事業者や有識者など3名程度へのヒアリングを実施、インターネットや文献・書籍等による調査及び世界の現状等情報収集

音楽制作者連盟副理事長 浅川真次

① コロナウイルス感染拡大により生じた影響について

- 音楽業界・エンタメ業界はかなりの影響を受けている。2020年2月の段階でだんだんコロナが日本でも拡がりはじめて、ライブや公演だけではなく、演劇、舞台など含めて規模の大小にかかわらず中止・延期となった。

② コロナウイルス感染拡大後の具体的な対応・新しい取り組みについて

- ライブなどを中止にした際の損失であるチケット収入以外の会場代及びスタッフの人件費など中止をしても発生するコストを試算した。エンタメ業界のライブ産業は年間6千億市場というデータがある中、単純計算で、1か月休めば500億の損経済損失に値し、相当なダメージがある事を数字で示し、伝えてくという動きからスタートした。

2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における新しい取組に係る調査

-1 エンタメ事業者や有識者など3名程度へのヒアリングを実施、インターネットや文献・書籍等による調査及び世界の現状等情報収集

音楽制作者連盟副理事長 浅川真次

③ コロナウイルス禍における懸念・課題

- コロナ禍のピンチをチャンスと捉えるならば、今後ライブを行う際に、生で会場に足を運んで盛り上げられる人たちと同時に生配信で家でも楽しめるといふ、全世界共通でどこにいてもライブを楽しめるといふ仕組みを作るといふ事も出来る。

④ Beyondコロナにおける展望及び事業への取り組みについて

- コロナ禍の中で感じる部分として、リモート飲み会やリモート会議、映像の中でライブ観るなどもいいが、やはり生で観る事で伝わってくる温度感とか熱さ、熱量みたいなものは無くならないので、それを伝えていきたいと思う。
- コロナによりサブスクリプションサービスばかり、配信型のライブを様々なデバイスから視聴をする機会が増えれば、興味が更に増し、やはり生で観たいという人の数も増えると考えている。

2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における新しい取組に係る調査

-1 エンタメ事業者や有識者など3名程度へのヒアリングを実施、インターネットや文献・書籍等による調査及び世界の現状等情報収集

アソビシステム株式会社代表取締役社長 中川悠介

① コロナウイルス感染拡大により生じた影響について

- 所属アーティストであるきゃりーぱみゅぱみゅの出演が決定していた2020年4月のアメリカ最大の野外音楽フェスティバル「Coachella Valley Music And Arts Festival 2020」（コーチェラ）中止をはじめ、かまいたち RELEASE TOURなども中止となるなど、イベント関連は9割が中止・延期の影響を受けた。

② コロナウイルス感染拡大後の具体的な対応・新しい取り組みについて

- ステイホームでありながら、発信出来る事を行っている。きゃりーぱみゅぱみゅも自宅にいながらリリースでプロモーションを行うなど、チャレンジ出来る事はしている状態。
色んな事を考えるチャンスと捉えて、きちんと今組み立てて、withコロナ、afterコロナに向けた新しい取り組みを考えている。

2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における新しい取組に係る調査

-1 エンタメ事業者や有識者など3名程度へのヒアリングを実施、インターネットや文献・書籍等による調査及び世界の現状等情報収集

アソビシステム株式会社代表取締役社長 中川悠介

③ コロナウイルス禍における懸念・課題

- エンターテインメントの最もお客様サイドにいる中、クラブもDJもライブも全く何も出来ない状態であり、動きようがない。
- BEYONDコロナに向けても一番長くコロナの影響を受ける業界と感じている。
今までの概念ではない方との取り組み等を組んでいく事も大切であると考えている。リアルにライブやるという根幹の部分はなかなか戻ってこないのも、それに向けてどういう事を組み立てていくかが重要。
- 家から何か発信するという事が定着しているので、オンラインの流れはコロナが収束しても無くならないと思っており新しい仕掛けが必要。

④ Beyondコロナにおける展望及び事業への取り組みについて

- 新しい第一次産業を作るという事をテーマにしたい。物事を作り出す事の大切さがもっと伝わると良いと思っているので、ものづくりをしているコンテンツホルダー、（私たちで言えば人のプロデュース）が豊かになると色々な事が広がっていくと思う。コンテンツを作るゼロイチのところきちんとやりながら、二次産業、三次産業を探し、組んでいく事が大切であると感じている。

2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における新しい取組に係る調査

-1 エンタメ事業者や有識者など3名程度へのヒアリングを実施、インターネットや文献・書籍等による調査及び世界の現状等情報収集

新型コロナウイルスによるライブ・エンタテインメント業界へのダメージについて

		すでに発生した 【確定値】(2月～3月)	追加で見込まれた 【推計値】(～5月末)		合計(2～5月)
3/24公表 (官邸集中 ヒアリング時点)	①中止延期等により売上がゼロもしくは 減少した公演・試合の総数	8万1,000本	7万2,000本		累計 15万3,000本
	②入場できなくなった観客総数(延べ)	5,800万人	5,100万人		累計 1億900万人
	③中止延期等により売上がゼロもしくは 減少した公演・試合の入場料金の総額	1,750億円	1,550億円		累計 3,300億円
	年間市場規模9,000億円に対する消失割合	19%	17%		累計 37%

		すでに発生した 【精査値※①】 (2月～3月)	すでに発生した 【確定値】 (4月～5月)	今後追加で 見込まれる 【推計値※②】 (6月～来年1月)	合計 【推計値】 (2月～来年1月の1年間)
5/29公表 (日本記者クラブ 会見時点)	①中止延期等により売上がゼロもしくは 減少した公演・試合の総数	8万5,000本	11万3,000本	23万4,000本	43万2,000本
	②入場できなくなった観客総数(延べ)	5,600万人	6,500万人	1億800万人	2億2,900万人
	③中止延期等により売上がゼロもしくは 減少した公演・試合の入場料金の総額	1,670億円	1,945億円	3,200億円	6,900億円
	年間市場規模9,000億円に対する消失割合	19%	22%	36%	累計 77%

※①【精査値】とは、月末最終日までの全てを確定値により集計した、精査後の値で計算されたもの。なお、確定値には最終月の中旬以降は見込み値が入っています。

※②【推計値】とは、7月末まで現状の状況が継続、8月以降に段階的に回復するとした場合の成り行き値を算出したものです。

※二次利用未承諾資料 出典：びあ総研「新型コロナウイルスによるライブ・エンタテインメント業界へのダメージについて」（令和2年5月/びあ総研調べ）

2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における新しい取組に係る調査

-1 エンタメ事業者や有識者など3名程度へのヒアリングを実施、インターネットや文献・書籍等による調査及び世界の現状等情報収集

＜海外事情情報収集の際のインタビュー対象＞ 業務締結により4月1日にAEGXを設立する2社

エイベックス・エンタテインメント株式会社
取締役兼ライブ事業本部長 山中昭人

エイベックス・エンタテインメント株式会社：音楽・映像ソフトの企画・製造および販売ならびに配信・ライブ事業およびそれに関するサービス業務を展開。

AEG Presents Asia Pacific
代表アダム・ウィルクス

AEG社：世界規模でライブビジネスのプロモーションを行う
グローバルエンタテインメント企業

AEGX事業概要：エイベックス・エンタテインメント株式会社とAEGの音楽興行部門であるAEG Presentsが共同パートナーシップを締結し設立。エイベックス・エンタテインメントとAEG Presentsのそれぞれの強みを活かし、アーティストの育成とライブ・エンターテインメントの両方において、ユニークな国際的な機会を創出していく。AEGXは、エイベックスがそのアーティストとブランドの知名度を世界中のオーディエンスに広めることができるように、AEG Presentsの世界各国の会場、フェスティバルやグローバルツアーパートナーシップのポートフォリオの利用を提供していく。

2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における新しい取組に係る調査

-1 エンタメ事業者や有識者など3名程度へのヒアリングを実施、インターネットや文献・書籍等による調査及び世界の現状等情報収集

■ 新型コロナウイルスによる今後のエンタメビジネスの変化について

現在、世界のエンタメ業界においてセールスのかたちがCDの販売からストリーミング配信によるマネタイズへ変わりつつあり、K-POPが欧米でメジャーなコンテンツとなるなど、世界の音楽ビジネスの状況は大きく変化し、それに伴ってアーティストやプロダクションの意識も大きく変わってきていると言える。

今回の新型コロナウイルスの影響により、そういった変化は大きく加速して行くと予想される。

コロナ後には、積極的に海外に出ていく日本のアーティストが増える事が予想されるので、エンターテインメント企業として、世界を目指すアーティストやプロダクションに提案やサポートをしっかりとできる組織になる必要がある。

■ 新型コロナウイルスによるコンサートなどライブエンターテインメントの現状

現在は、コロナ禍でコンサートの開催にも規制がかかっているとともに、海外アーティストを招へいに関しても、各国で入国規制があるなど、具体的な活動は難しい状況である。

ワクチン接種による新型コロナウイルス収束後のコンサート開催などに向けての準備を進めている状況である。

2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における新しい取組に係る調査

- 2 新型コロナウイルス対応のため、新しいツール・手法を取り入れている事業者やツール・手法を提供している事業者、それらを新たに開発している事業者それぞれ3者程度へのヒアリング

<ヒアリング対象新しいツール・手法導入事業者 プロフィール>

株式会社ボードウォーク取締役 半田勝彦

株式会社ボードウォーク：ひとりひとりの楽しさの最大化を目指し、カタチにこだわらない、新しいエンタテインメントの楽しみ方をつくりだす道を提供する国内最大の電子チケットサービス「ticket board」を運営。

株式会社OEN代表取締役社長 藤井琢倫

株式会社OEN：エンターテインメント産業における収益化のデジタルシフト支援を専門に行う。アーティストの無観客での生中継支援を始め、スポーツ、格闘技、演劇などエンターテインメント産業のマネタイズのDXを推進し、新たな収益機会の創出。

playground 株式会社代表取締役 伊藤 圭史

エンタメのデジタル化支援プラットフォーム「MOALA」の提供
音楽ライブ配信まとめメディア「#おうちライブ」の運営
コンサルティング・SIサービスの提供

2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における新しい取組に係る調査

- 2 新型コロナウイルス対応のため、新しいツール・手法を取り入れている事業者やツール・手法を提供している事業者、それらを新たに開発している事業者それぞれ3者程度へのヒアリング

株式会社ボードウォーク取締役 半田勝彦

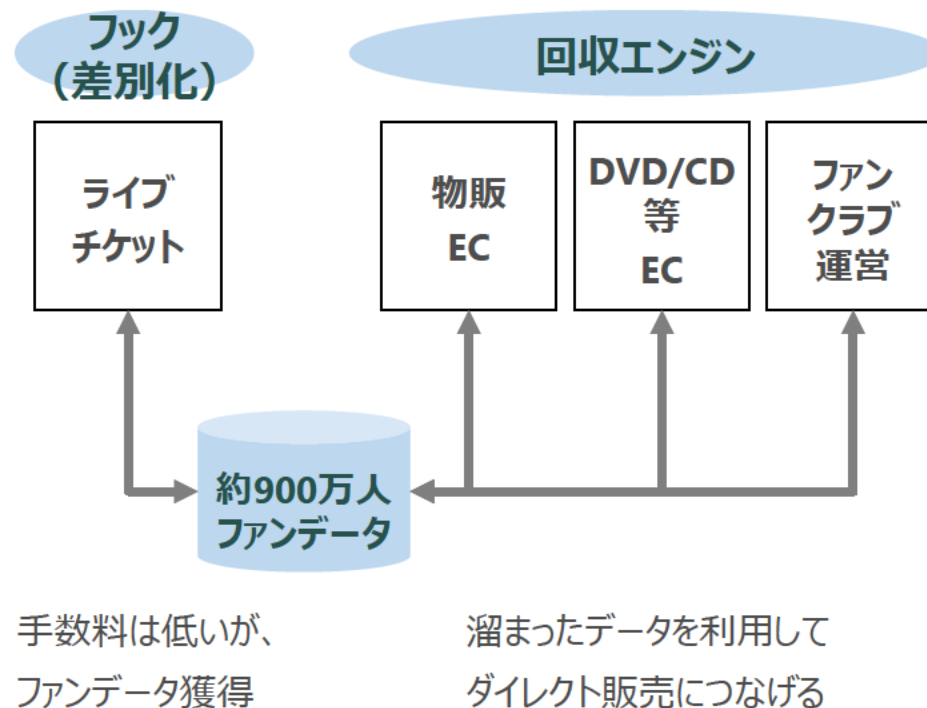
国内最大級の電子チケットサービス「ticket board」を運営

- 会員数：約900万人
- 株主：ドリームインキュベータ、電通、ドコモ他
- 大型アーティストが得意
 - EXILEグループ
 - Mr. Children
 - 矢沢永吉
 - TWICE
 - 安室奈美恵 など

電子チケットで獲得したデータを活用して、ファンクラブ/ECマースでマネタイズするビジネスモデル

- 特にファンクラブ運営が利益率が高い
- その他、ファンデータの使い方として、チケットの抽選/配席、公演計画のための分析などが挙げられる

ビジネスモデル



単なるチケットビジネスではなく、
ファンデータを活用した
ダイレクトマーケティングビジネス

2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における新しい取組に係る調査

- 2 新型コロナウイルス対応のため、新しいツール・手法を取り入れている事業者やツール・手法を提供している事業者、それらを新たに開発している事業者それぞれ3者程度へのヒアリング

株式会社ボードウォーク取締役 半田勝彦

コロナ禍でのライブ開催の懸念点

- チケット販売窓口/入場口での三密
 - 間引きをしても、どうしても集中しやすい
- 事前登録がない場合、来場者が誰なのかわからない（連絡先も不明）
 - 窓口で購入した場合、来場者が誰なのかわからない
 - オンライン事前購入（チケットを後日郵送）の場合でも、購入者の事前登録はできても、同行者は誰だかわからない
 - 仮に感染者が出た場合、本人や周囲の座席の人たちも特定できない（追跡不可能）
- 事前登録がある場合でも、友人への譲渡などでな本人でない場合がある

ticket boardならすべて解決

1. 会場にいるすべての来場者データを事前に取得する仕組み（会員数約900万人）
 - ライブ参加の多い20～30代では530万人が既に登録済み
2. 転売・なりすましを防止できるシステムと運用体制
 - 本人確認できる
 - チケット不正転売禁止法にも準拠
3. チケットの販売から入場までをすべてオンラインで対応可能
 - しかもQRコードのため非接触で入場可能

※詳細後述

※詳細後述

2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における新しい取組に係る調査

- 2 新型コロナウイルス対応のため、新しいツール・手法を取り入れている事業者やツール・手法を提供している事業者、それらを新たに開発している事業者それぞれ3者程度へのヒアリング

株式会社ボードウォーク取締役 半田勝彦

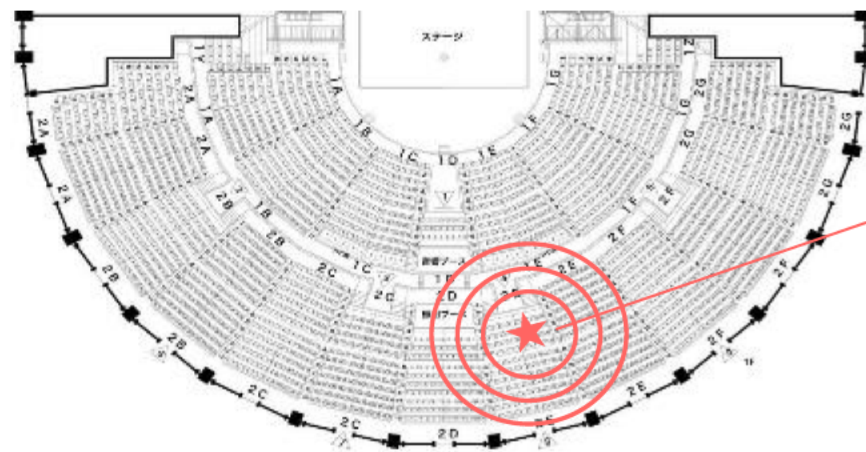
1. 会場にいるすべての来場者データを事前に取得する仕組み

- 名前、住所、連絡先、性別、年齢などの事前登録が必要（すでに約900万人が登録済み）
- 登録者データと座席データ（全席）が紐づいている



コロナ感染者発生の場合は、

- ご本人とその同行者（ご家族やご友人）、また周辺座席の人も特定が可能
- また、メールなどで個別に追跡・連絡もできる



感染者の周辺座席全ての人を特定可能

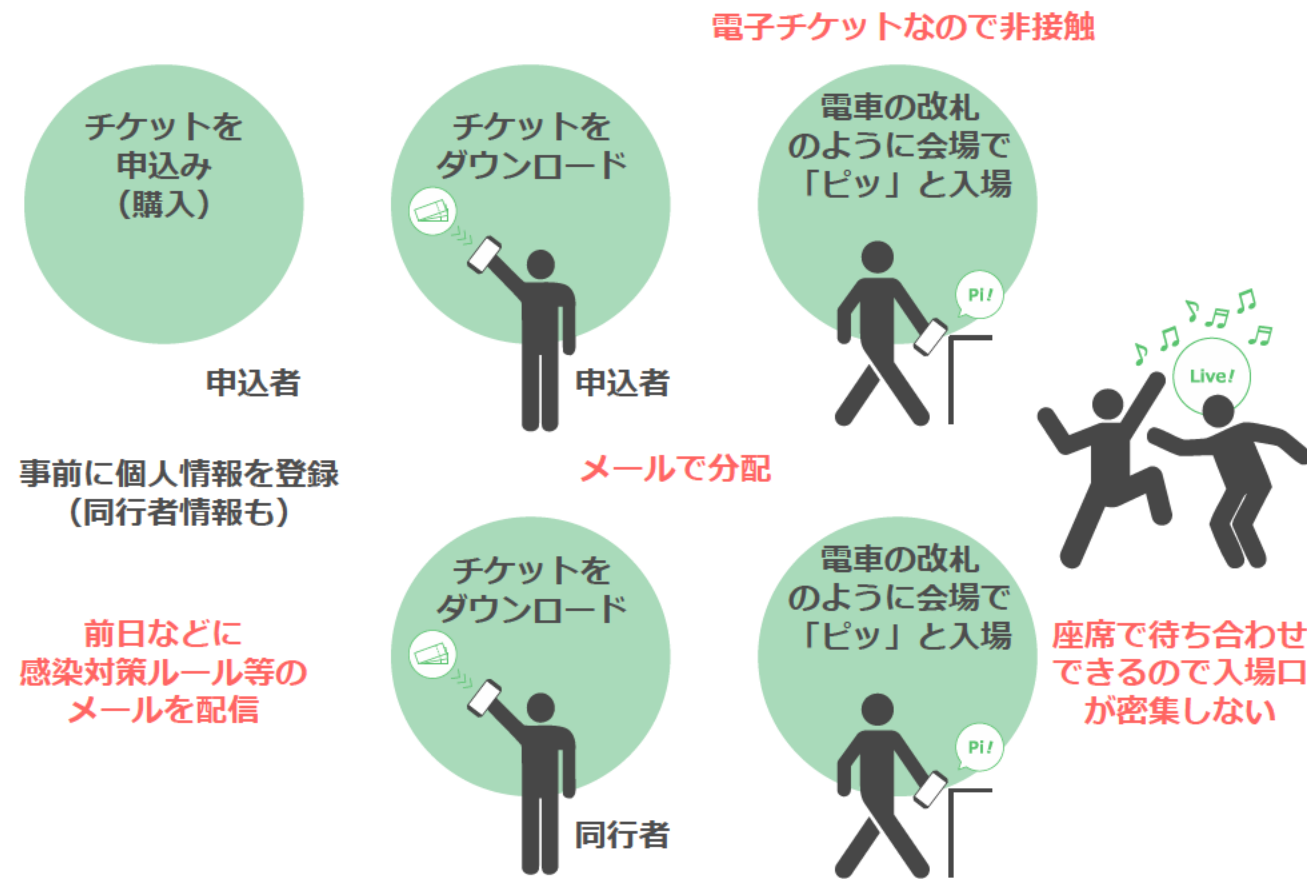
2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における新しい取組に係る調査

- 2 新型コロナウイルス対応のため、新しいツール・手法を取り入れている事業者やツール・手法を提供している事業者、それらを新たに開発している事業者それぞれ3者程度へのヒアリング

株式会社ボードウォーク取締役 半田勝彦

3. チケットの販売から入場までをすべてオンラインですべて対応可能

- オンライン購入した電子チケットをメールにて同行者に分配が可能
 - 座席で待ち合わせ可能なので、入場口で同行者と時間を合わせないでOK（密集しない）
- （アプリ利用の場合）あらかじめアプリをDLしておけば、入場直前にQRコードを取得しなくてOK
 - QRコードを入場口で取得するなどで行列ができない（密集しない）



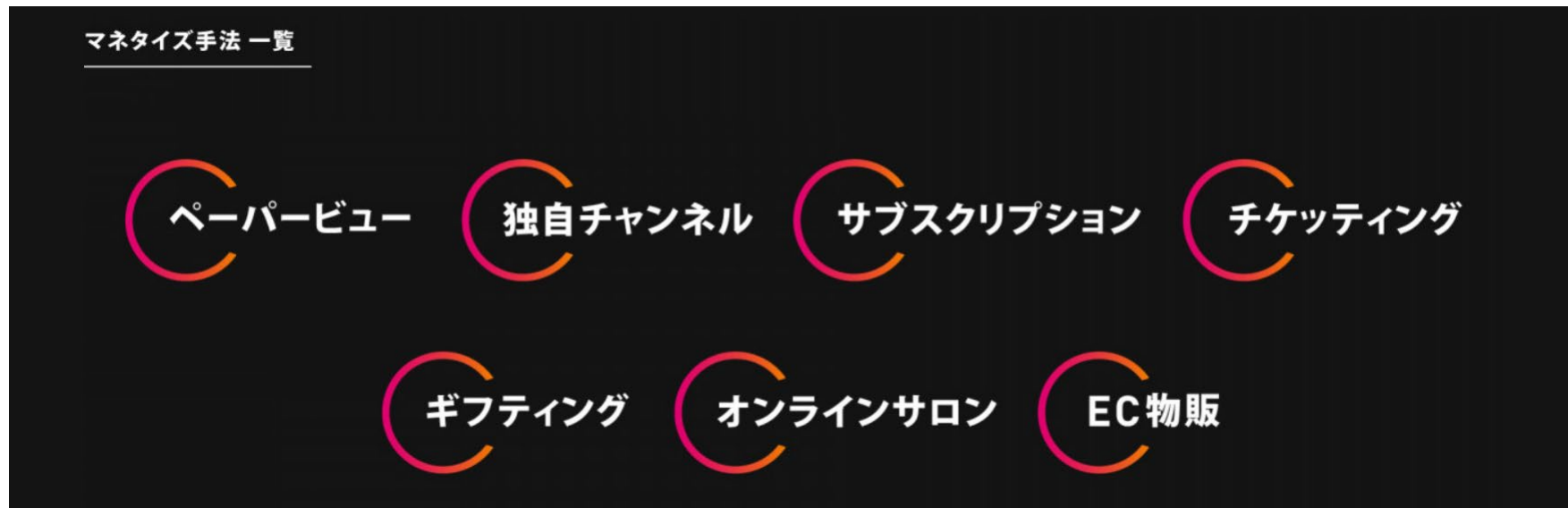
2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における新しい取組に係る調査

- 2 新型コロナウイルス対応のため、新しいツール・手法を取り入れている事業者やツール・手法を提供している事業者、それらを新たに開発している事業者それぞれ3者程度へのヒアリング

株式会社OEN代表取締役社長 藤井琢倫

＜OEN事業概要＞

エンターテインメント産業収益化のデジタルシフトを支援。アーティストの無観客での生中継支援を始め、スポーツ、格闘技、演劇などエンターテインメント産業のマネタイズのDXを推進し、新たな収益機会の創出。マネタイズに向けたプランニング、高品質なライブ配信の制作、話題化させるためのPR、顧客へのアフターフォローまでを統合的に行う。オンラインでのマネタイズ手法は多岐に渡り、それぞれのコンテンツにあった手法でプロデュース。



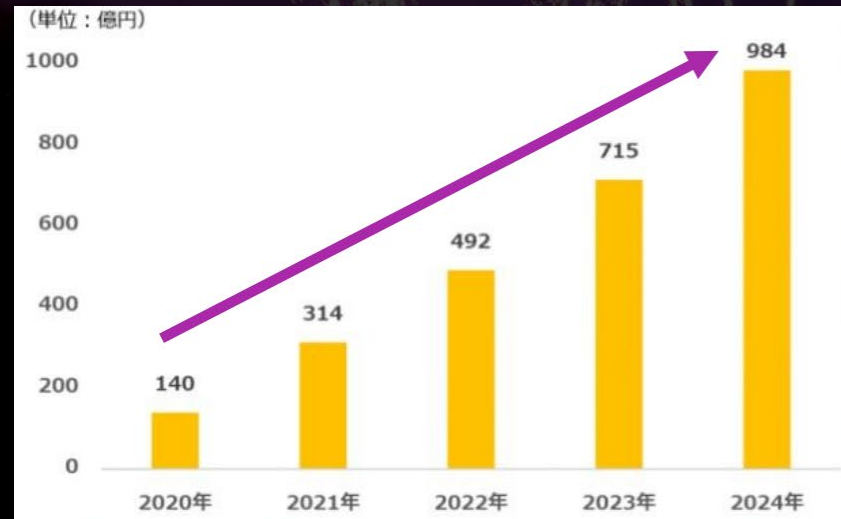
2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における新しい取組に係る調査

- 2 新型コロナウイルス対応のため、新しいツール・手法を取り入れている事業者やツール・手法を提供している事業者、それらを新たに開発している事業者それぞれ3者程度へのヒアリング

株式会社OEN代表取締役社長 藤井琢倫

<コロナ期に生まれたオンラインライブ>

オンラインライブ市場規模



※2020 CyberZ/OEN/デジタルインファクト調べ

ライブ・エンタメ市場規模推移



※2019びあ総研

2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における新しい取組に係る調査

- 2 新型コロナウイルス対応のため、新しいツール・手法を取り入れている事業者やツール・手法を提供している事業者、それらを新たに開発している事業者それぞれ3者程度へのヒアリング

株式会社OEN代表取締役社長 藤井琢倫

- オンラインライブのコロナ禍における市場規模予測は、2020年度140億円と推定しているが、最終的には300～500億円に到達するのではないかと予測している。
- 現地で行うライブエンタメ市場である経済効果6000億円はほぼ0になってしまったという現状。オンラインライブにシフトした背景。
- 世界では、btsがオンラインライブで99万人動員する等の実績あり。コロナ禍になってからは、ユーザーとのインタラクティブな演出を多めに取り入れるインターネットならではのライブが増加傾向である。
- トрендとして起こっているのは、この1～2か月「コストをかけないライブ×ファンイベント」コストをかけた派手なイベントが従来型であるが、今後オンラインならではの、収益性を重視したオンラインイベントが最近のトレンドではないかと思われる。

2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における新しい取組に係る調査

- 2 新型コロナウイルス対応のため、新しいツール・手法を取り入れている事業者やツール・手法を提供している事業者、それらを新たに開発している事業者それぞれ3者程度へのヒアリング

playground 株式会社代表取締役 伊藤 圭史

<playground社が手掛ける新型コロナウイルス対応のイベント等入場認証機能サービスMOALA QR>

MOALA
QR

世界のチケットが変わる 究極の入場認証機能

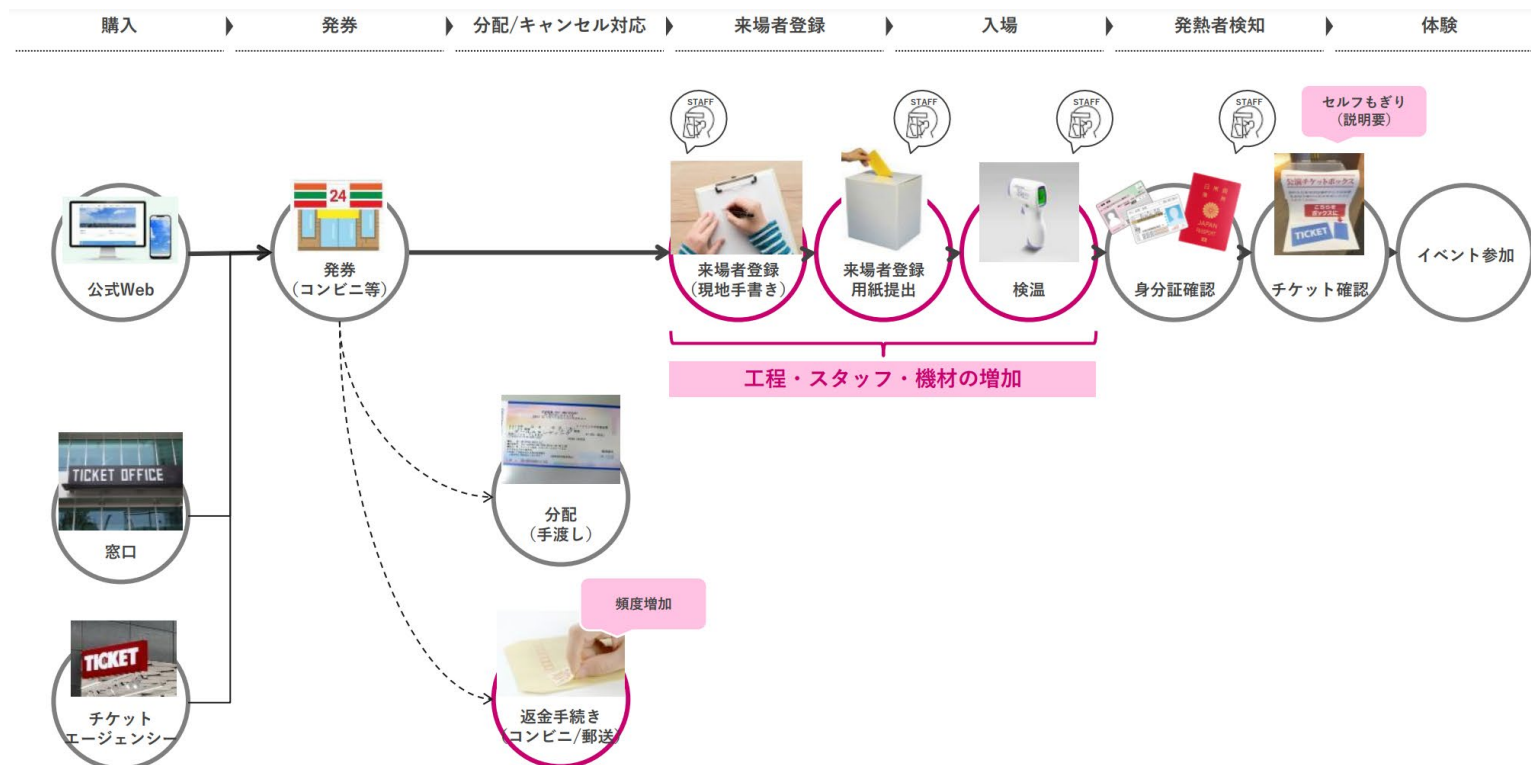
- ①完全非接触
(スマホ・紙チケットのいずれでもOK)
- ②導入/設置が簡単
- ③オフラインでも安心
- ④スピーディで安定した入場
- ⑤不正転売防止/セキュア
- ⑥発熱者スクリーニング

2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における新しい取組に係る調査

- 2 新型コロナウイルス対応のため、新しいツール・手法を取り入れている事業者やツール・手法を提供している事業者、それらを新たに開発している事業者それぞれ3者程度へのヒアリング

playground 株式会社代表取締役 伊藤 圭史

従来型の入場業務にコロナウイルス感染拡大対策を講じた場合、大幅なコスト増が予想される。

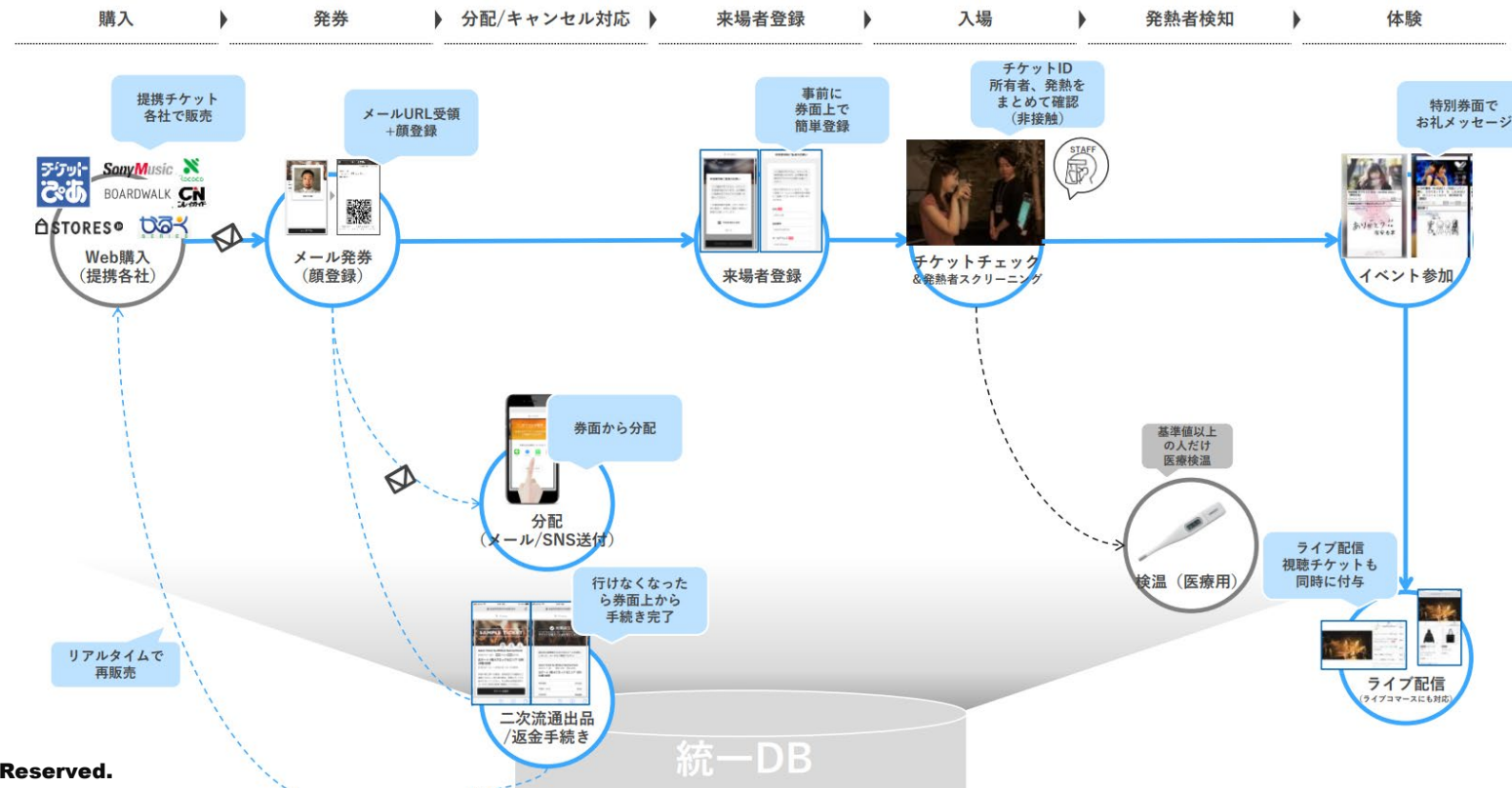


2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における新しい取組に係る調査

- 2 新型コロナウイルス対応のため、新しいツール・手法を取り入れている事業者やツール・手法を提供している事業者、それらを新たに開発している事業者それぞれ3者程度へのヒアリング

playground 株式会社代表取締役 伊藤 圭史

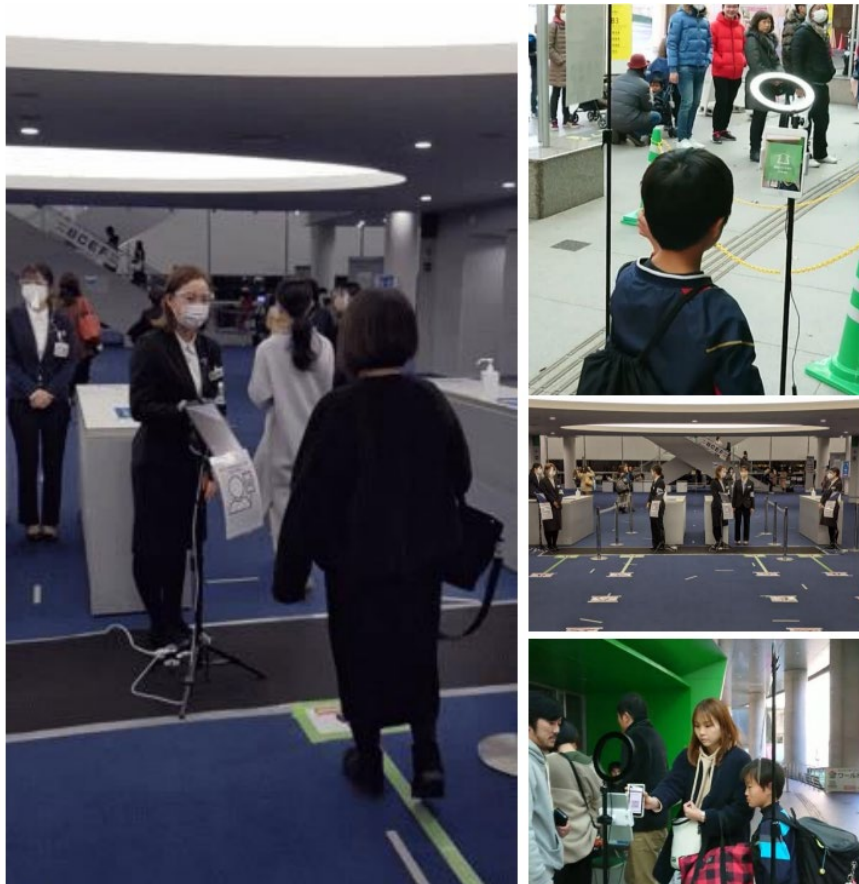
包括的なDX化により、完全非接触・発熱者スクリーニングなどコロナウイルス感染対策をスピーディーに実現。



2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における新しい取組に係る調査

- 2 新型コロナウイルス対応のため、新しいツール・手法を取り入れている事業者やツール・手法を提供している事業者、それらを新たに開発している事業者それぞれ3者程度へのヒアリング

playground 株式会社代表取締役 伊藤 圭史



コロナ禍でスムーズな入場を求める大型興行を中心に導入。関係者・ファンから非常に高い評価を受ける

<イベント関係者（運営者）からのフィードバック>

- “スタッフ増員抑制は非常に助かる”
- “イレギュラー対応窓口が暇。他の電子チケットや生体認証などではありえない”
- “全面MOALA QRへの切替えを検討する”

<入場者（イベント参加者）からのフィードバック>

- “演出も過去最高クラスだったけど、入退場のUXも実際過去最高だった”
- “チケットと体温、同時チェックだった！”
- “コレすごいな～”
- “とてもスムーズなシステムでびっくりしました！”
- “今回の運営は素晴らしかった”

2. エンタメ業界の現況及びコロナ禍における新しい取組に係る調査

-3 新型コロナ禍で生じた、消費者側のオンライン視聴に関する意識変化に関する調査を実施

<アンケート調査概要>

■方式
無記名選択式

■収集方法
インターネットによる収集

■対象
学生から社会人

■サンプル数
147

■実施時期
2021年1月

<アンケート質問項目一覧と主な回答>

①「コロナ前と後でオンラインで視聴するコンテンツにどのような変化があったと感じていますか？」

【主な回答】「長編映画の視聴が増えた。」「シリーズ作品を一気見することが多くなった」等

②「コロナ前と後で、オンライン視聴するメリットについてどのように考え方が変わりましたか？」

【主な回答】「逆に多くの作品に触れることができるようになった」等

③「コロナ前と後で、オンライン視聴するデメリットについてどのように考え方が変わりましたか？」

【主な回答】「やはりオンラインだと集中力がきれることが多い」等

④「その他、何かあれば追記ください。」

【主な回答】「レンタルビデオ店で観たいものが定まらず歩き、偶発的に作品と出会うことがなくなった。」

3. Beyondコロナに向けた次世代エンタテインメントの在り方 ワーキンググループ（研究会）開催

3. Beyondコロナに向けた次世代エンタテインメントの在り方 ワーキンググループ（研究会）開催

<第1回 ワーキング実施概要>

日時：2021年3月4日 13:00～14:30
場所：経済産業省

議題：

- ① 新型コロナウイルス対策の取組
株式会社ボードウォーク取締役 半田 勝彦
※参考テーマ
「ボードウォークのコロナ禍におけるライブエンタメ対策について」
 - ・コロナ禍での電子チケットの有効性
 - ・対策ソリューションについて
 - ・ファンアンケート調査からの示唆 など
- ② 各社のBEYONDコロナに向けた取組の意見交換
(自己紹介及び事例など)

※感染症対策を万全にし、オンライン参加も可能とした上で実施。

<ワーキング参加メンバー>

株式会社LDH JAPAN代表取締役CEO 森 雅貴

株式会社LDH JAPAN役員室長 舟山 貴規

エイベックス・エンタテインメント株式会社
取締役 ライヴ事業本部長 山中 昭人

株式会社エヌリンクス代表取締役 諏訪 耕 ★オンライン参加

株式会社ローソンエンタテインメント代表取締役社長 渡辺 章仁

株式会社KSR代表取締役 三浦 剛史

株式会社ボードウォーク取締役 半田 勝彦

株式会社 SMALL WORLDS代表取締役社長近 藤 正弘 ★オンライン参加

株式会社ヘッドライン代表取締役社長 一木 広治

3. Beyondコロナに向けた次世代エンタテインメントの在り方 ワーキンググループ（研究会）開催

新型コロナウイルスの対策に関する各社紹介

①（株式会社ボードウォーク取締役半田 勝彦）

購入から入場までのオンライン化を実現、ファン活者の消費はコロナ禍でも変化なし。今後、既存事業に加えて健康管理・ファンのためのコミュニケーションの円滑化施策に注力

②（株式会社LDH JAPAN代表取締役CEO森 雅貴）

アーティストが身近にいる配信を目指し、自宅や現場からの気軽なキャス配信などバラエティ中心で対応しているが、リアルイベントに比べて単価は半分程度であると共に、コンテンツとしてリアルには及ばない。

③（エイベックス・エンタテインメント株式会社取締役 ライヴ事業本部長山中 昭人）

オンラインライブは単価が安い。オンラインに向いているジャンルのアニメやバーチャルでのマネタイズを進めていく必要がある。また、今後はリアルとデジタルの両方のチケット販売も視野にいれる。

④（株式会社KSR代表取締役三浦 剛史）

コロナ禍でのイベント開催は、当日のルール徹底化に加え、払い戻し期間の延長やコロナ陽性と判断された場合のロードマップ策定、待機列を作らせないグッズ販売（事前ECサイト販売）などを実施。

コロナ対策のコスト増が相当なもので、スタッフのPCR検査で600万円の費用が計上された。一方で未成年の親からの問い合わせが殺到するなども。

⑤（株式会社ローソンエンタテインメント代表取締役社長 渡辺 章仁）

依然としてリアルのエンタメはメインとして残っていくが、オンライン領域でのマネタイズ化が注目される。エンタメの流通チャネルが変わった。

⑥（エイベックス・エンタテインメント株式会社取締役 ライヴ事業本部長 山中 昭人）

人数規制によるイベント会場収容制限で利益が出にくくなっている。

3. Beyondコロナに向けた次世代エンタテインメントの在り方 ワーキンググループ（研究会）開催

＜第2回 ワーキング実施概要＞

日時：2021年3月23日 13：30～15：00
場所：経済産業省

議題：

- ① EXILE東京ドーム公演の報告
- ② 新型コロナウイルス対策の取組
株式会社OEN代表取締役社長 藤井琢倫

※感染症対策を万全にし、オンライン参加も可能とした上で実施。

＜ワーキング参加メンバー＞

株式会社LDH JAPAN代表取締役CEO 森 雅貴 ★オンライン参加

株式会社LDH JAPAN役員室長 舟山 貴規

エイベックス・エンタテインメント株式会社
取締役 ライヴ事業本部長 山中 昭人

株式会社エヌリンクス代表取締役 諏訪 耕

株式会社KSR代表取締役 三浦 剛史 ★オンライン参加

株式会社OEN代表取締役社長 藤井琢倫

株式会社 SMALL WORLDS代表取締役社長 近藤 正弘 ★オンライン参加

株式会社ヘッドライン代表取締役社長 一木 広治

3. Beyondコロナに向けた次世代エンタテインメントの在り方 ワーキンググループ（研究会）開催

新型コロナウイルスの対策に関する総括

①（株式会社LDH JAPAN役員室長 舟山 貴規）※ライブ開催の実施報告

1年程前から順天堂大学の先生・学生協力のもと月一でコロナ対策会議を開催（専門的なチーム立ち上げ含む）

先日のライブでは入場時間を分けてスムーズな会場入りを実現。その他、来場時のマスク着用必須、来場者宛のメールを複数回送信などを実施。

アーティスト側はできるだけ食事等を分けて、通常のようなものではなく小分けにした弁当でできるだけコロナ対策をした。

ステージ上でも、フロートという、アーティストが乗ってパフォーマンスをする躯体の下に大型ファンを取り付け、送風により空気の滞留を防いだ。

スタッフ側はフェイスガードや二重マスクで接客対応。

また、最寄り駅4か所からの分散来場を実施。空調周りではできるだけ滞留しないように東京ドームスタッフと事前打ち合わせを重ねた。

アーティストが感染しないような注意喚起の動画をライブ前・ライブの間・ライブ後に配信を行った。

感染が起ころうな場所は歓声を抑えて、フラッグや拍手のみの応援に協力してもらった。

②（エイベックス・エンタテインメント株式会社取締役 ライヴ事業本部長 山中 昭人）

コンサートはステージ上にカリスマがいて、そのカリスマを見るためにファンが集う。他の興行に比べるとお客さんをコントロールしやすい面がある。また、Beyond コロナに向けて、ファンの需要やアーティストの需要もさまざまになっており、市場も世界を見る必要がある。そこで、プロモーション、プラットフォーム、さまざまな視野を育む必要がある。

③（株式会社KSR代表取締役 三浦 剛史）

オンライン・オフラインを並行しないといけないという手間がありつつも、ハイブリット型がベストではあるが、集客が何よりも大切である。

また、この環境下でどのように新しいものを作っていくか、が課題。オンラインライブを実施する中で、慣れ、飽きが出てくるのが懸念材料で、業界全体の課題である。

④（株式会社LDH JAPAN代表取締役CEO 森 雅貴）

改めて3日間ドーム公演をし、ファンの中での意識の高さを感じた。やはりファンは生を求めてくれていた。リアルなイベントで歓声をあげる、あげないに関しては、早く歓声をあげたいと思っている。国内だけでなく、世界にファンがいるということはオンラインで世界を繋がれるという意味で、市場を伸ばしていきたい。



株式会社ヘッドライン

二次利用未承諾リスト

令和2年度商取引・サービス環境の適正化に係る事業
(Beyondコロナに向けた次世代エンタテインメントの在り方に関する調査検討事業)

令和２年度商取引・サービス環境の適正化に係る事業
(Beyondコロナに向けた次世代エンタテインメントの在り方に関する調査検討事業)

株式会社ヘッドライン

[illegible]