

日本の音楽フェス産業分析 2026

持続可能な成長のための戦略的フレームワーク

目的：国内フェス市場の構造・収益性・波及効果を多面的に把握し、
出店・運営・自治体連携の意思決定精度を高める

範囲：主要フェス（フジロック/サマソニ/ロッキン/ライジング他）、
2019-2024年実績および2026-2028年展望

音楽フェス産業と歴史

国内フェス一覧 (分類整理)

1. 超大型フェス (4大フェス)

FUJI ROCK FESTIVAL

自然・山間・滞在型 / ブランド重視



SUMMER SONIC

都市型 / 海外アーティスト依存 / トレンド



ROCK IN JAPAN FESTIVAL

国内特化 / 最大級動員 / 安定量産型



RISING SUN ROCK FESTIVAL

北海道 / 夜通し・キャンプ / 地域密着



2. 中～大型フェス

COUNTDOWN JAPAN

年末特化 / 屋内型 / 国内総集編



ARABAKI ROCK FEST.

東北色 / ロック文化・邦ロック文脈



京都大作戦

ラウド系 / 10-FEET中核 / 物語性



氣志團万博

エンタメ性 / 総合エンタメ色



イナズマロックフェス

滋賀地域連動 / 西川貴教中核



VIVA LA ROCK

埼玉 / 都市型中規模 / 若いバンド需要



2. 中～大型フェス (続き)

音楽と髭達

新潟 / スタジアム型 / 豪華ラインナップ



OTODAMA 音泉魂

大阪 / イベント型 / 独自企画色



男鹿ナマハゲロックフェスティバル

秋田 / 地域密着 / ラウド系



朝霧JAM

富士山麓 / キャンプ・チルアウト / フジロック派生



3. ジャンル特化・派生系

ULTRA JAPAN

EDM特化 / ラグジュアリー・SNS映え



GREENROOM FESTIVAL

サーフカルチャー / 海・ライフスタイル



SYNCHRONICITY

都市型 / インディー・クラブカルチャー



CENTRAL

地域発信型 / アーティスト主導



4. 歴史的・源流フェス

全日本フォークジャンボリー

1969-1971 / 日本フェスの原点



ワンステップ・フェスティバル

1974 / ロックフェスの先駆け



5. 消滅・休止・不定期系

ap bank fes

環境・社会性 / 事実上終了扱い / 収益構造弱



AIR JAM

Hi-STANDARD / カリスマ型 / 不定期開催



V-ROCK FESTIVAL

V系特化 / 市場規模不足 / 消滅



ウード・ミュージック・フェスティバル

海外大物依存 / コスト過多 / 短命



NANO-MUGEN FES.

アジカン主催 / 洋邦混合 / 休止中



a-nation

エイベックス / 企画依存色 / 開催不安定



MEET THE WORLD BEAT

FM802 / フリーライブ形式 / 縮小・形骸化



消滅・休止の共通点

- ・固定費を吸収できない規模不足
- ・差別化・独自性の欠如
- ・特定アーティスト/主催者への過度な依存
- ・コスト構造の悪化 (円安・人件費高騰)

60～90年代 フェスの事例とカルチャー

フェス産業の発展段階

🕒 1960s: Woodstock Festival

反戦・ヒッピー文化、思想・共同体が主役。約50万人が集結し、音楽と平和を訴える象徴的イベント

Woodstock Festival (1969)

- ・動員数: 約50万人
- ・特徴: 反戦・ヒッピー文化の象徴
- ・影響: 音楽フェスの原点

⚠️ 1970s: Altamont Free Concert

暴動・事故で衰退、安全性課題が顕在化。フェス運営のリスクが明確化された転換期

Altamont Free Concert (1969)

- ・動員数: 約30万人
- ・問題: 暴動・事故・治安悪化
- ・教訓: 安全管理の重要性

📺 1980s: Live Aid

テレビ連動、社会貢献+メディア化。グローバルな慈善コンサートの先駆け

Live Aid (1985)

- ・動員数: 全球15億人視聴
- ・特徴: テレビ連動・慈善活動
- ・影響: 社会貢献型フェスの原型

1990s: ビジネス化の確立

🎵 Lollapalooza

1991年開始
アメリカの巡回型フェス
スポンサー・チケット制度確立

🏔️ FUJI ROCK

1997年開始
日本最大級の野外フェス
安全整備・運営体制確立

🎫 チケット制度

前売り・早割導入
格設定の洗練
収益モデル確立

🛡️ 安全管理

警備・救護体制整備
保険制度導入
安全基準確立

🔄 1990年代の転換点

- ・スポンサー・チケット・安全整備によるビジネス化
- ・海外アーティスト招聘の本格化
- ・マルチステージ化・前夜祭の併設

✅ 成功要因

- ・地域観光・地方創生の実証
- ・外部調達による会場インフラ整備
- ・行政協議枠組みの確立

主要指標と状況

50万

Woodstock動員

15億

Live Aid視聴

フェス産業の変遷

1960s-1970s

形成期

1980s-1990s

成長期

2000s以降

成熟期

📌 重要な転換点

- ・1969: Woodstockで音楽フェスの原型確立
- ・1985: Live Aidでメディア連動
- ・1997: FUJI ROCKで日本のフェス産業確立

📌 課題と教訓

- ・安全性・警備体制の重要性
- ・天候・環境リスクの管理
- ・収益性と体験価値の両立



フェス産業の歴史 1990年代～2004：黎明と基盤形成

フェス産業の発展段階

黎明期（1990-1995）

海外大型ロックフェスの影響を受け、日本での野外音楽イベントが常設会場外で拡大

成長期（1996-2000）

レーベル・プロモーター主導の企画が中心、紙チケット・電話予約からオンライン前夜へ

基盤形成期（2001-2004）

会場インフラの外部調達为前提、地域観光・地方創生の実証的取り組みが始動

主要フェスの動向

1997: FUJI ROCK FESTIVAL初開催（3万人規模）

1999: Summer Sonic開始（都市型フェス）

2001: ROCK IN JAPAN FESTIVAL開催

2003: 地域連携型フェス増加

運営体制の変遷

チケット販売

紙チケット・電話予約から
オンライン前夜販売へ移行
2000年頃からweb販売開始

会場選択

常設会場から
野外・自然環境へ
苗場・つま恋等

動員規模

数千人→数万人規模へ
大型化の兆候
年間3-5万人

運営主体

レーベル・プロモーター主導
企業参入開始
音楽事業者中心

収益構造

入場料+物販+飲食
多角化の萌芽
単一収益→複合収益

安全管理

警備・救護・保険
個別最適で標準化途上
基準整備開始

▲ 主要課題の顕在化

- 天候リスク・騒音・交通課題が顕在化
- 行政協議の枠組みが整備され始める
- 警備・救護・保険スキームの標準化



主要指標と状況

15-20

主要フェス数

3-5万

年間動員数

インフラ整備状況

電力供給

整備完了

通信環境

改善中

交通アクセス

整備中

✓ 成功要因

- 地域観光・地方創生の実証
- 外部調達による会場インフラ整備
- 行政協議枠組みの確立

! リスク要因

- 天候・騒音・交通問題
- 警備・救護体制の未整備
- 保険制度の未確立

フェス産業の歴史 2005～2015：成長・多角化期

フェス産業の成長段階

成長期（2005-2008）

都市型と郊外・リゾート型が併存し、ジャンル特化型も増加。海外アーティスト招聘本格化。

多角化期（2009-2012）

マルチステージ化、前夜祭・サテライトイベント併設。出店業態の多様化、物販・体験コンテンツ強化。

成熟期（2013-2015）

SNS普及によりFOMO・ロコミ拡散が動員に影響。早割・ブロック販売・通し券の価格設計が洗練。

主要フェスの動向

2005: FUJI ROCK 10周年（10万人規模）

2007: Summer Sonic 海外アーティスト本格化

2009: ROCK IN JAPAN 3日間開催

2012: 地域連携型フェス増加

2014: キャッシュレス・リストバンド実験導入

運営体制の変遷

チケット販売

早割・ブロック販売・通し券
価格設計の洗練化
2008年頃から多様化

動員規模

数万人→十万人規模へ
大型化の加速
年間10-15万人

海外アーティスト

本格化・多様化
国際的知名度向上
海外比率30%→50%

出店業態

多様化・体験コンテンツ
物販強化
収益構造多角化

SNS普及

FOMO・ロコミ拡散
来場者行動変化
2010年頃から影響大

決済方式

キャッシュレス実験
リストバンド導入
2014年頃から

主要課題の顕在化

- 天候リスク・騒音・交通課題の管理
- 警備・救護・保険スキームの標準化
- 地域連携・ボランティア組織の制度化

主要指標と状況

25-30

主要フェス数

10-15万

年間動員数

インフラ整備状況

電力供給

整備完了

通信環境

改善完了

交通アクセス

整備完了

成功要因

- 地域観光・地方創生の実証
- 外部調達による会場インフラ整備
- 行政協議枠組みの確立

リスク要因

- 天候・騒音・交通問題
- 警備・救護体制の未整備
- 保険制度の未確立



フェス産業の歴史 2016～2026：淘汰・危機・回復

フェス産業の変遷段階

淘汰期 (2016-2019)

台風・猛暑・為替・人件費上昇により収益性が圧迫、市場淘汰が加速

危機期 (2020-2021)

中止・無観客・縮小開催が連続、感染対策プロトコルが標準化

回復期 (2022-2024)

段階的な再開と演出・動線の再設計、キャッシュレス定着

新時代 (2025-2026)

ESG・環境配慮・地域共生の要請、持続可能運営モデルへ移行

主要フェスの動向

2020: コロナ禍による全面中止・延期

2021: 無観客・オンライン開催開始

2022: 段階的再開・感染対策実施

2024: 海外観客回帰・インバウンド再開

運営体制の変革

🌀 感染対策

2020-2021: 感染対策プロトコル標準化
2022: 段階的再開
PCR検査・マスク義務化

💰 価格改定

2022-2024: 価格改定・滞留時間最適化
単価↑10-20%

🏠 キャッシュレス

2022-2024: キャッシュレス定着
利用率80-90%

🌐 海外観客

2024: 海外観客回帰
インバウンド再開

🌿 ESG対応

2025-2026: 環境配慮・地域共生
持続可能運営

📈 需要平準化

2024: 需要平準化施策進展
ピーク分散

✅ 成功要因

- ・演出・動線の再設計
- ・キャッシュレス定着・需要平準化
- ・海外観客回帰・インバウンド再開



主要指標と状況

85%
回復率

¥430B
市場規模

インフラ整備状況

感染対策

整備完了

キャッシュレス

定着

海外観客

回復中

⚠️ 主要課題

- ・台風・猛暑・為替・人件費上昇
- ・収益性の圧迫
- ・持続可能運営モデルの構築

🌿 ESG対応

- ・環境配慮・地域共生
- ・カーボンフットプリント削減
- ・持続可能な運営モデル

市場規模・産業分析

主要フェスの特性分析（統合）

FUJI ROCK

特性：自然・山間・滞在型

苗場という立地そのものが最大の価値
「音楽+自然+非日常滞在」のセット販売
雨・泥・不便さも含めてブランド化

客層・支持層

コア音楽ファン比率が高い
食・空間・カルチャーへの感度が高い層
体験価値・世界観重視のリピーター

強み・構造

ブランド型で出演者依存度が相対的に低い
出店も「ただの屋台」ではなく質重視
圧倒的な非日常体験による深い愛着



SUMMER SONIC

特性：都市型・トレンド

都市近郊でアクセス良好な都市型フェス
「その年の世界トレンドを一括摂取」する場
都市インフラ（交通・通信）の恩恵大

客層・支持層

若年層・ライト層にも届きやすい
洋楽・K-POPファンなど幅広い層
日帰り参加者も多数

強み・構造

海外アーティスト依存度が高い
年ごとの当たり外れ（HL強弱）が大きい
ヘッドライナーの強弱が動員に直結



ROCK IN JAPAN

特性：国内最大級・安定

国内アーティスト特化の最大級動員フェス
「国内王道を大量に見られる」量産型
圧倒的な運営力と安心感

客層・支持層

ファミリー層からライト層まで幅広い
邦ロックファンがメイン層
フェス初心者でも参加しやすい

強み・構造

一組の海外大型招聘に依存しない分散型
売上・動員の安定性が非常に高い
快適なインフラ整備による高満足度



RISING SUN

特性：地域密着・オールナイト

北海道の広大な敷地でのオールナイト開催
キャンペーン形式による高い自由度
地域との一体感が強い独自の世界観

客層・支持層

固定ファン（ライジングファン）が強い
道外からの遠征組も多く観光需要創出
音楽とアウトドアを楽しむ層

強み・構造

無理に拡張せず安定した規模を維持
会場単体でなく周辺都市圏への経済波及大
広域交通・宿泊・観光とセットの経済圏



市場全体の現状（規模・動員・単価）

市場規模 (2024年見込)

約**430億円**

↑ コロナ前水準へ回復

総動員数 (2024年見込)

約**360万人**

↑ 2019年比90%程度

平均チケット単価

12,000円超

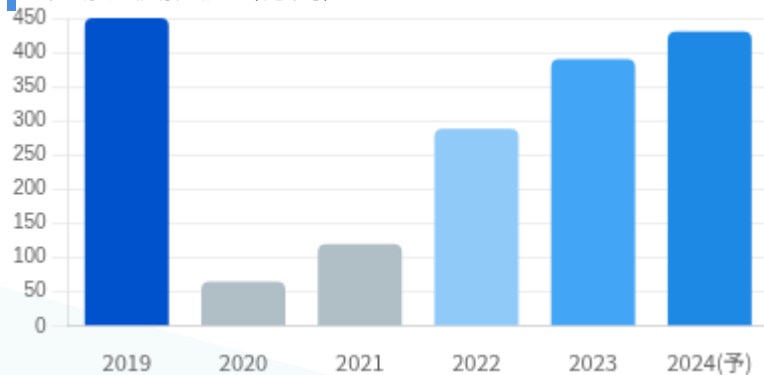
↑ 2019年比+10%以上

運営コスト動向

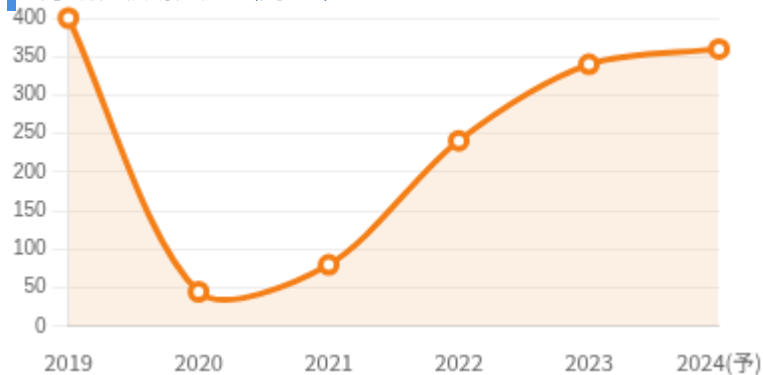
大幅上昇

資材費・人件費・円安影響で利益圧迫

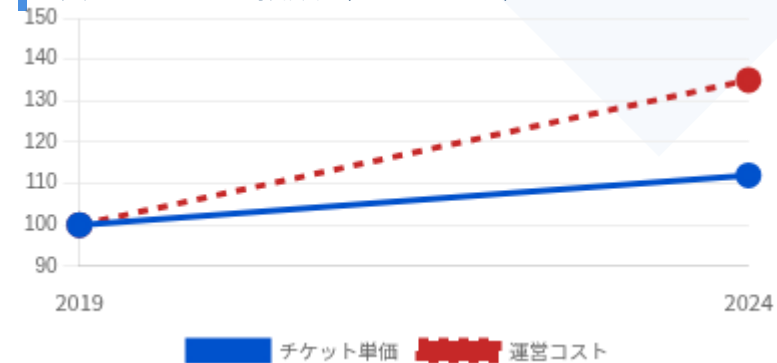
市場規模推移（億円）



総動員数推移（万人）



単価 vs コスト指数（2019=100）



V字回復も構造変化あり

2020-21年のコロナ禍による壊滅的打撃から急回復。ただし、2019年水準への完全復帰には至っておらず、上位フェスへの集中が進む「選別成長」フェーズへ。

動員回復の遅れと単価上昇

動員数は2019年比で約9割に留まる一方、市場規模はほぼ回復。これはチケット単価の上昇が寄与しており、客単価重視のビジネスモデルへ移行中。

利益構造の悪化

チケット単価上昇（約10%）以上に運営コスト（資材・人件費・海外ギャラ）が急騰。売上が戻っても利益が出にくい構造的課題が浮き彫りに。

消滅するフェスの共通構造

1. 衰退のメカニズム：初期熱狂から差別化消失へ



2. 構造的な弱点：固定費地獄とアーティスト依存

A. 固定費地獄（売れる前に発生するコスト）

ステージ・音響・照明
規模に関わらず数億円単位で発生

会場設営・電源・仮設
インフラ整備費は削減困難

警備・運営スタッフ
安全確保のため削れない人件費

出演料（ギャラ）
チケット販売前に確定・支払い

保険・荒天対策費
リスクヘッジのための必須コスト

結論：チケットが売れなくても数十億のコストが先に確定するハイリスク構造

B. アーティスト依存リスク

強いヘッドライナーが取れない年の動員落差が激しい

特に海外依存型フェスは「円安」や「国際的な招聘競争」の影響を直撃

フェス自体のブランド力が弱いと、ラインナップのみで選別される

3. 数値的な消滅ライン（Dead Line）

3万以下

危険動員数

10億未満

危険売上規模

20億前後

発生コスト目安

「規模不足なのに大型コスト体質」が消滅の典型パターン

来場者行動の行動経済学分析

フェス参加者の意思決定や会場での購買行動は、合理性よりも認知バイアスや心理的要因に強く影響される

1. 参加意思決定プロセス (チケット購入)



社会的証明 (Social Proof)

「みんなが行くから行く」心理。
実績が実績を呼び、上位フェスに人が集中する。
動員数や「ソールドアウト」表記が強力な誘引に。

勝ち組フェスがますます強くなる理由



FOMO (取り残される恐怖)

「行かないと損に見える」「話題に乗り遅れる」心理。
SNSでの拡散が恐怖を煽り、参加を促す。
サマソニやロックンの動員力を支える要因。

SNS拡散がチケット完売を加速させる



摩擦コスト (Friction Cost)

移動・宿泊・決済の手間などの心理的障壁。
アクセス難や宿不足は参加意思を挫く。
逆に「直行バス付」「手ぶら」は強力な決定打。

面倒臭さの低減が動員増の鍵

2. 会場内消費行動 (飲食・物販・回遊)



選択回避 (Choice Avoidance)

選択肢が多すぎると、人は無難な有名ブランドを選ぶ。
中堅フェスや特徴のない店が苦戦する理由。
「一言で言える価値」がないと選ばれない。

「とりあえず有名所」に流れる構造



サリエンス (Salience)

目立つものに注意が向くバイアス。
出店では「炎・煙・大きい肉・行列」が圧倒的に強い。
味よりも「視覚的インパクト」が足を止める。

シズル感の演出が売上を決定づける



支払いの痛み (Pain of Paying)

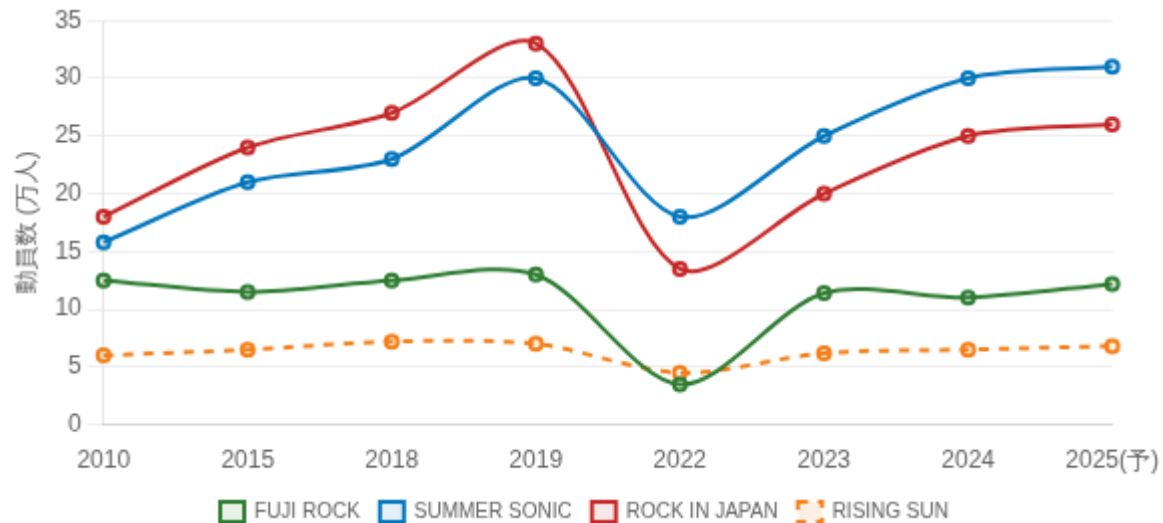
現金よりキャッシュレスの方が財布を開く痛みが少ない。
リストバンド決済等は「使いすぎ」の感覚を麻痺させる。
客単価アップと追加購入促進の最強ツール。

キャッシュレス化で客単価10~20%増

結論：来場者は「合理的」には動かない。社会的証明でフェスを選び、摩擦コストの低さで参加を決め、サリエンスで店を選び、支払いの痛みのなさで散財する。この行動特性を設計に組み込めるかが勝敗を分ける。

主要フェスの動員数・売上推移（レンジ）

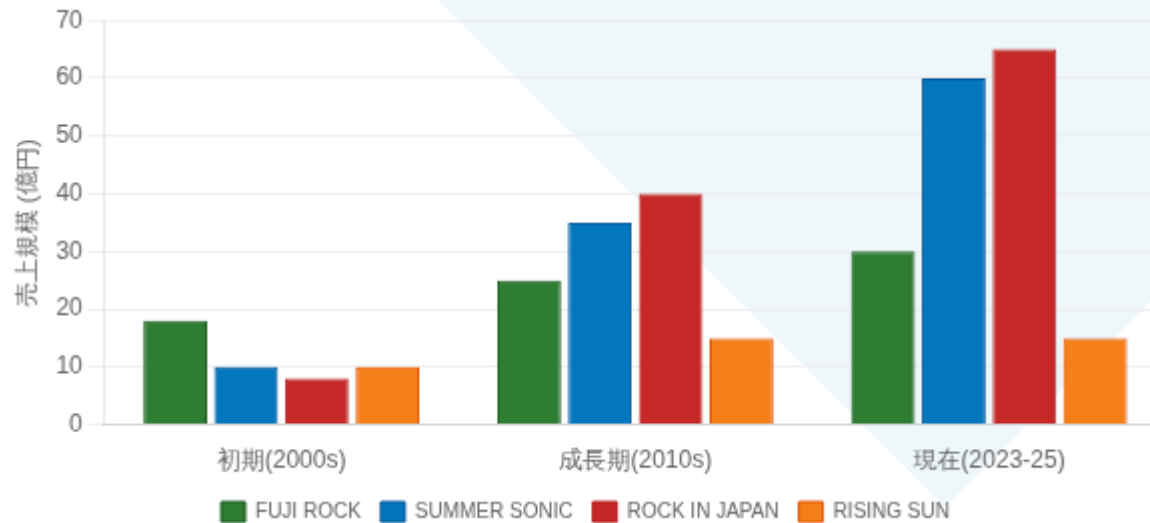
主要4大フェス 動員数推移（万人）



動員トレンド分析

コロナ禍（2020-2021）の落ち込みから2023-2024年で急回復。サマソニはK-POP等の若年層取り込みで過去最高水準へ。ロックインは千葉移転後も安定して25万人規模を維持。フジロックはコア層中心に堅調に推移。

推定売上規模推移（億円）



売上構造分析

チケット単価上昇（2019年比+10~20%）により、動員回復以上のペースで売上規模は拡大傾向。ロックイン・サマソニは50億~80億円規模の巨大ビジネスへ成長。ただし運営コスト増により利益率は圧迫されている。

2024-2025 最新概況ハイライト

12.2万人

FUJI ROCK 2025動員
前年比微増・安定

30万人超

SUMMER SONIC 2024動員
過去最大級・ソールドアウト

26万人

ROCK IN JAPAN 現在動員
国内最大級・安定維持

12,000円超

平均チケット単価
2019年比+1,000円以上

ヘッドライナーの役割とコスト構造

フェス別ヘッドライナー依存構造と代表例

フェス名	依存構造タイプ	代表的ヘッドライナー実績	ヘッドライナーの役割・特徴
FUJI ROCK	ブランド型	Radiohead, Red Hot Chili Peppers, Oasis, Kendrick Lamar, Coldplay	出演者依存度は比較的低い。「あの空間で誰を見るか」が価値。
SUMMER SONIC	依存型	BTS, Metallica, Green Day, Post Malone, The 1975	集客トリガーとして最重要。その年の動員数がHLの強弱に直結。
ROCK IN JAPAN	分散型	Mr.Children, BUMP OF CHICKEN, ONE OK ROCK, RADWIMPS	国内人気者を複数配置し、特定1組に依存しない「安心感」を醸成。
RISING SUN	地域密着型	Spitz, ASIAN KUNG-FU GENERATION, Dragon Ash, Superfly	北海道の自然体験とセット。固定ファンが強く、安定集客。

出演料（ギャランティ）レンジ概算

海外トップアーティスト

5,000万～1.5億円

※円安影響・機材輸送費等により高騰傾向

海外中堅アーティスト

1,000万～5,000万円

※フェスのカラーを決定づける重要層

国内トップアーティスト

1,000万～3,000万円

※ドーム・アリーナクラス

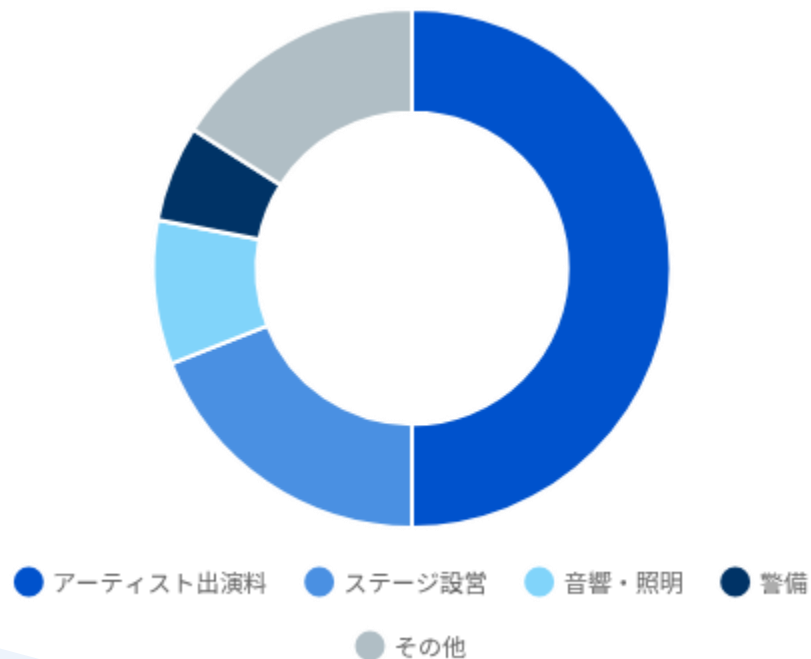
国内中堅・若手

100万～500万円

※ライブハウス～ホールクラス

フェス運営コスト全体（1回あたり）

コスト構成比率（イメージ）



ポイント

アーティスト出演料が全体の約半数を占める傾向にあるが、ステージ設営や警備などの「インフラ系固定費」も極めて重い比重を持つ。

費目別コストレンジ

🎤 アーティスト出演料	10～30億円
🏗️ ステージ設営費	5～10億円
🔊 音響・照明・映像	2～5億円
👮 警備・会場整理	1～3億円
🚚 その他（輸送・運営等）	3～10億円

合計推定コスト

20～60億円

⚠️ 構造的リスク

チケットが売れなくても数十億円規模の「先行固定費」が確実に発生する構造。これが、資金力のない中規模フェスが一度の荒天中止や集客失敗で撤退に追い込まれる最大の要因となる。

主要リスクとコスト上昇要因

リスク構造分析：フェス運営における主要なリスク要因と、近年顕著なコスト上昇要因の影響度を整理。

☁️ 天候リスク（台風・豪雨）

- ・雨対策で数千万円～億単位の追加負担が発生
- ・開催中止の場合、数十億円規模の損失リスク（保険適用外の範囲も存在）

🌡️ 猛暑リスク

- ・熱中症対策（医療・警備・給水・休憩所）強化が必須化
- ・数千万円単位のコスト増に加え、客足鈍化の要因にもなり得る

📶 通信障害・インフラ

- ・山間部や過密エリアでの通信ダウンによるキャッシュレス決済停止
- ・飲食・物販の回転率低下を招き、売上10～30%減のリスク

📺 構造的コスト上昇

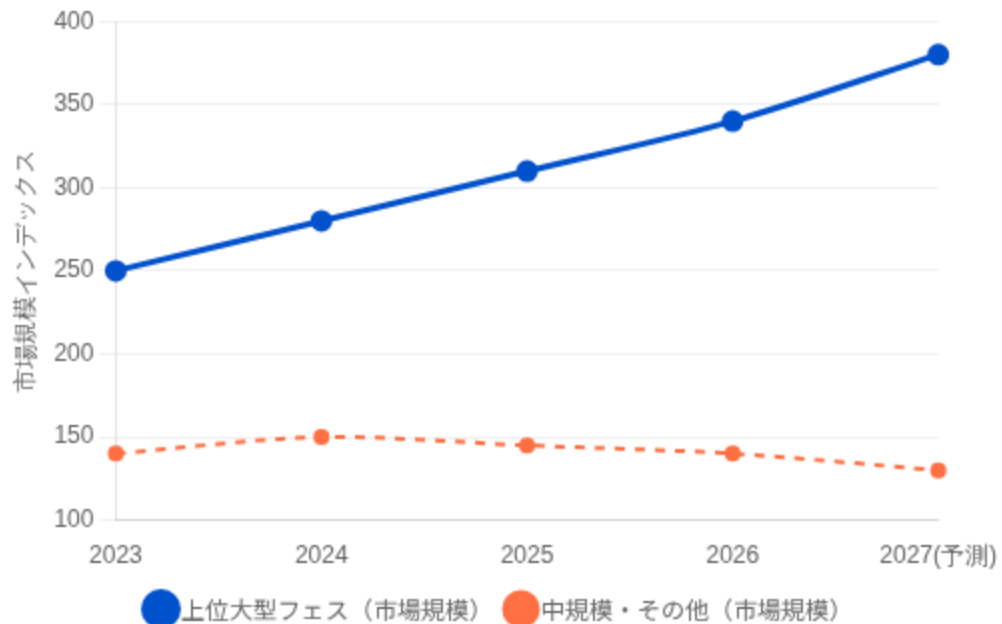
- ・円安による海外アーティスト出演料（ドル建て）の高騰
- ・人件費、設営・物流費の上昇が固定費を圧迫し損益分岐点を引き上げ

RISK ASSESSMENT MATRIX



フェス産業の総合評価と将来予測

市場構造の将来シミュレーション



市場展望

市場全体は単価上昇により緩やかに拡大基調を維持するが、利益は上位の「ブランド型フェス」に集中する。
中規模以下のフェスはコスト増を価格転嫁しきれず、収益性が悪化・淘汰が進む「K字型」の成長曲線を描く。

評価と選別条件

現状認識

- 🔄 コロナ後の「回復局面」は終了
- ➔ 優勝劣敗が明確化する「選別成長局面」へ

伸びるフェスの条件

- 🏆 上位大型・圧倒的ブランド力 (Strength)
- 🌐 強い独自性と世界観 (Differentiation)
- 👤 明確な地域文脈・地元連携 (Local Context)
- ⚙️ 気候変動への適応力 (Adaptation)

苦戦・淘汰の条件

- 🏠 中途半端な中規模サイズ (Risk High)
- 👥 他と被るラインナップ構成 (Red Ocean)

FUTURE FORECAST

市場規模は拡大、フェス総数は減少。
「上位集中」と「独自化」が加速する。

デジタルフェスの可能性：拡張性

Fortnite × Travis Scott など実証されたのは、ライブが「会場」から解放され、数千万人規模に拡張できること

1. 物理制約の解放



会場からの解放

人数・天候・距離の物理制約が消失

Fortnite × Travis Scott

2,770万人同時接続

物理フェス最大規模

約10万人

拡張倍率

277倍

デジタル空間では「場所」が意味を持たなくなる

2. 体験型コンテンツ化



演出の革新

現実を超えた体験型コンテンツ

視覚

VR/AR演出

音響

3Dオーディオ

参加

インタラクティブ

★ Daft Punk型のビジュアル主導・匿名性アーティストと高相性

3. 収益モデル



IP化モデル

無限に拡張できるエンタメIP

視聴課金

¥1,000~3,000/回

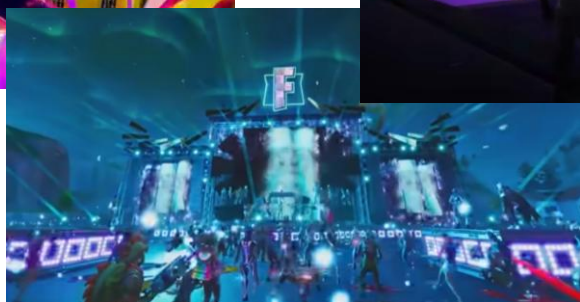
バーチャル物販

¥500~10,000

スポンサー

¥100万~1億

✓ 反復可能・拡張可能なコンテンツ資産化



結論： デジタルフェスは「ライブ」ではなく、無限に拡張できるエンタメIP化モデル

市場規模 2026年: ¥500億
成長率 +35% YoY

デジタル空間とアーティスト適合性

アーティストタイプ別デジタル空間適合性分析

アーティストタイプ	デジタル適合性	主要特徴・強み	デジタル空間での活用法
ビジュアル主導・匿名性 (Daft Punk, Gorillaz)	最高	アバター・キャラクター表現、ビジュアル演出重視、デジタルネイティブ	バーチャルライブ、3Dアバター演出、NFTアート販売
パフォーマンス型 (BTS, TWICE)	高	ダンス・歌声・ファンサービス、SNS活用、グローバルファン層	多人数同時接続、リアルタイムファンインタラクション
バンド・ロック (ONE OK ROCK)	中	楽器演奏、生の音響、ライブ感	マルチアングル配信、音質重視の配信設計
アコースティック・シンガー (藤井風)	中	歌唱力・楽器演奏、親密な雰囲気	高画質・高音質配信、カメラワーク重視

収益モデル比較



デジタルフェスのIP化戦略

🔄 反復可能・拡張可能なコンテンツ

- ・ライブアーカイブをアセット化
- ・バーチャルワールドでの恒常的イベント
- ・ファンコミュニティの継続的運営

📱 SNS連動・拡散設計

- ・参加型ギミック（投票・コメント）
- ・シェア促進（限定コンテンツ・特典）
- ・UGC（ユーザー生成コンテンツ）活用

📈 収益最大化のポイント

- ・グローバル展開（言語・時区対応）
- ・マイクロランザクション（小額課金）
- ・クロスプラットフォーム展開

周辺ビジネス経済効果

スポンサー市場：全体像と規模

スポンサー収益規模

数億～10億円

フェスの安定収益源として確立

スポンサー参入企業数

50～100社

大手企業からスタートアップまで

体験型施策比率

80%以上

ロゴ露出→体験・滞在型へ移行

ROI目標達成率

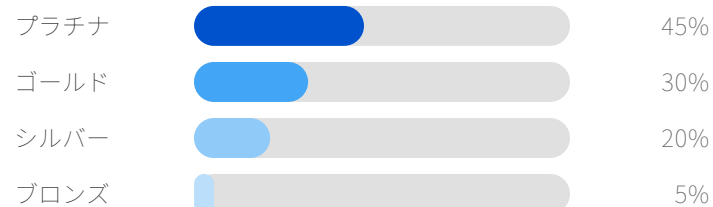
75%

「体験→投稿→拡散→集客」サイクル

スポンサー収益構造（億円）

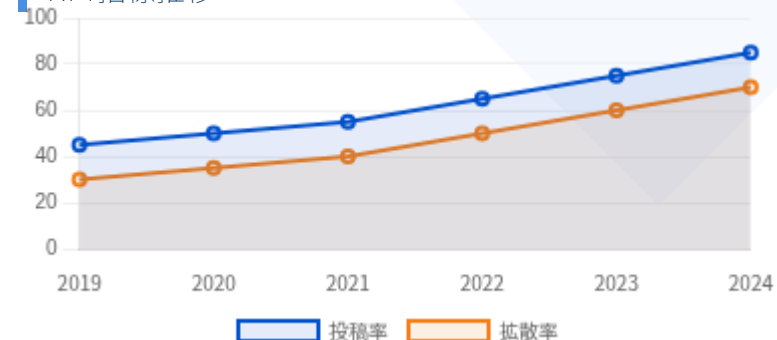


スポンサー層別構成



主な施策：体験ブース・映え空間・限定商品・VIPラウンジ
スポンサーは"広告"ではなく、収益とエンタメを同時に創出

KPI指標推移



収益と拡散の仕組み

「体験 → 投稿 → 拡散 → 次回集客」の循環構造。スポンサーは単なる広告ではなく、フェスの安定収益源として数億～10億円規模を創出。

投資効果

スポンサー施策の投資効果は、体験型コンテンツの投稿率・拡散率・再来場意向で測定。SNS拡散によるブランド認知向上が最大の価値。

スポンサー施策：設計とKPI

体験ブース・映え空間・限定商品・VIPラウンジの4施策と「体験→投稿→拡散→次回集客」のファネルを詳細分析

施策別KPI設計

目標値 vs 実績

体験ブース

参加率・滞在時間・投稿率

目標: 80%

75%

↑ 15%

実績: 75%

映え空間

UGC数・ハッシュタグ到達

目標: 3万

2.5万

↑ 45%

実績: 2.5万

限定商品

販売数・完売時間

目標: 1万

1.2万

↑ 30%

実績: 1.2万

VIPラウンジ

来場満足・再来場意向

目標: 4.0

4.2

↑ 0.3

実績: 4.2

ファネル分析

体験→投稿→拡散→次回集客

体験

参加者: 10,000人

目標: 12,000人

100%

完了率

達成率: 83%



投稿

投稿者: 3,500人

目標: 4,000人

35%

投稿率

達成率: 87.5%



拡散

リーチ: 50,000人

目標: 45,000人

5倍

拡散倍率

達成率: 111%



次回集客

再来場意向: 2,800人

目標: 3,000人

28%

再来場率

達成率: 93%

詳細分析

各施策の効果測定

施策別効果比較



体験ブース

参加率: 75%

↑ 15%

映え空間

UGC: 2.5万

↑ 45%

限定商品

完売: 1.2万

↑ 30%

VIPラウンジ

満足度: 4.2

↑ 0.3

改善提案

- ・体験ブースの滞在時間を延長
- ・映え空間のSNS連携強化
- ・VIPラウンジの再来場促進

メディアの役割：拡張と循環

配信：ライブの拡張（遠隔収益・アーカイブ）、SNS：拡散装置、雑誌→Web化：文脈形成。構造：SNS→配信→フェス→SNS（循環）

SNS拡散

- 投稿・シェア
- ハッシュタグ拡散
- エンゲージメント率

10代	20代
Instagram	Facebook
Facebook	Instagram
Google	Google
MixChannel-記事・画像検索エンジン	mixi
phive	phive
LINE 2.0 での新機能! GMAアプリ	LINE 2.0 での新機能! GMAアプリ
LINE Corporation	LINE Corporation
Amaba-無料ブログやブログ	Amaba-無料ブログやブログ
CyberAgent Inc.	CyberAgent Inc.
サイキックズ・ライブ・動画や...	サイキックズ・ライブ・動画や...
LINE Corporation	LINE Corporation
新アプリ - アプリやコミュニティ	新アプリ - アプリやコミュニティ
LINE Corporation	LINE Corporation

メディア

- 雑誌・Web
- 文脈形成
- 記事・レポート



配信・配信

- ライブ配信
- アーカイブ
- 遠隔収益



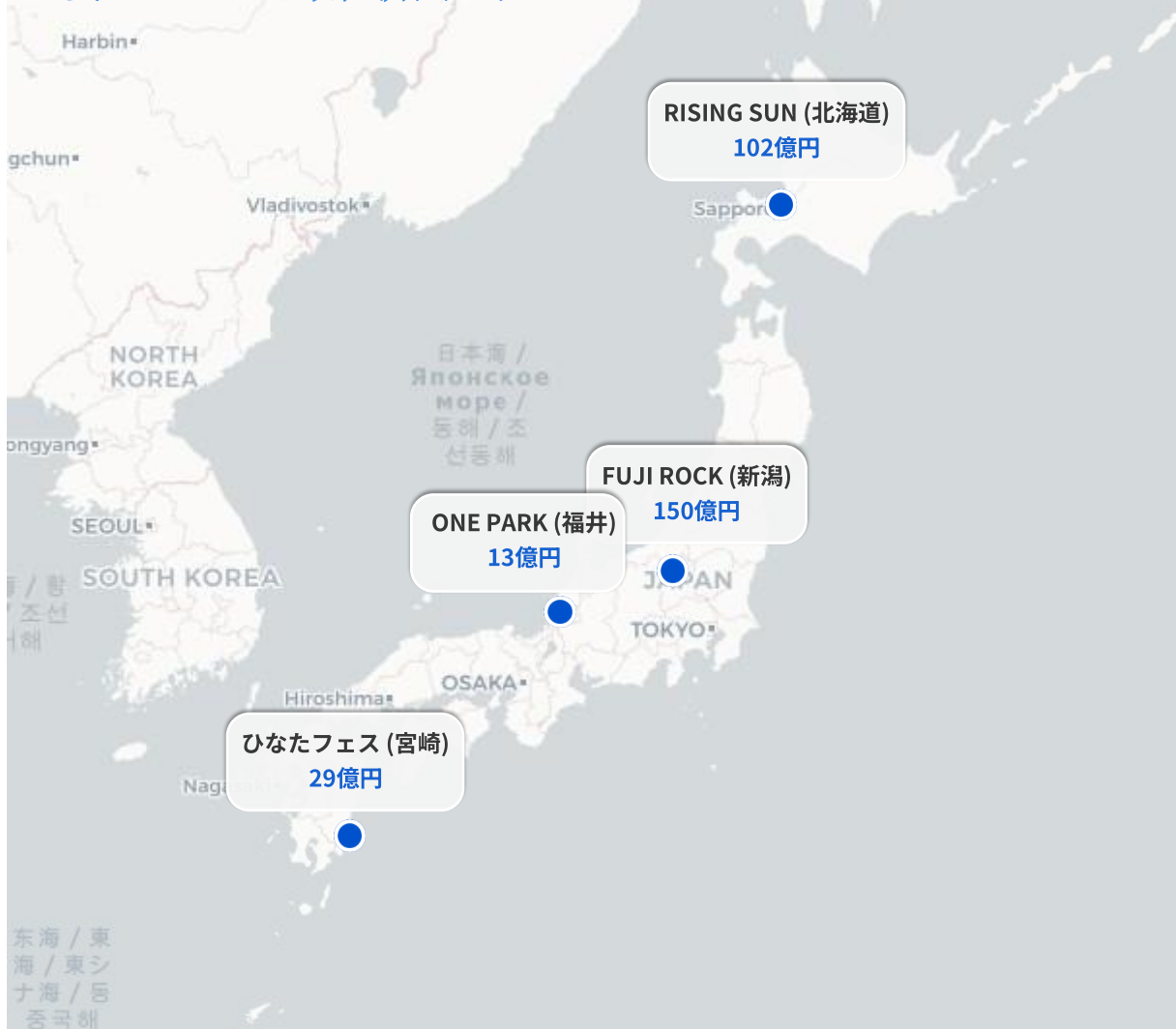
コミュニティ

- ファン交流
- 情報共有
- 二次創作



自治体・交通機関への経済波及効果（事例）

主要フェスの地域経済圏マップ



Source: 各フェス・自治体公表資料より推計

経済波及効果と広域連携モデル

RISING SUN (北海道)

102.2億円

経済波及効果

- 交通費8.3億、観光消費13.5億
- 空港・鉄道・ホテル・レンタカーへ波及
- 会場単体ではなく広域観光圏として機能

FUJI ROCK (新潟・苗場)

約150億円

地域経済効果

- 越後湯沢駅が玄関口、JR臨時列車増発
- シャトルバスが二次交通商品化
- 宿泊・飲食・周辺消費の比重が大

ONE PARK (福井)

13.2億円

経済波及効果（動員2.7万人）

- 街なか開催で会場外消費を取り込み
- 都市回遊との接続モデル

ひなたフェス (宮崎)

約29億円

経済波及効果

- 臨時列車・バスで輸送力増強
- 交通ボトルネック解消が鍵

自治体・交通機関への示唆

自治体が見るべきKPIは興行収入ではなく「域内消費の増分」

単なる補助金拠出ではなく、交通・宿泊・周遊・商流の設計者になる必要がある

交通機関売上は二次効果ではなく、フェス経済圏の主要収益源

自治体×フェス（代表事例）

主要フェスの地域経済圏マップ



経済波及効果と地域連携モデル

FUJI ROCK

約150億円

経済波及効果

- ・観光・宿泊・交通含めた
- ・地域ブランド化
- ・越後湯沢駅が玄関口
- ・JR臨時列車増発

INAZUMA ROCK

累計100億

累計経済効果

- ・県主導型
- ・滋賀県全域へ波及
- ・宿泊・飲食・周辺消費
- ・交通機関連携強化

ONE PARK

13.2億円

経済波及効果

- ・街中開催
- ・回遊消費型
- ・会場外消費を取り込み
- ・都市回遊との接続

ひなたフェス

約29億円

経済波及効果

- ・宮崎県
- ・臨時列車・バス増発
- ・交通ボトルネック解消
- ・観光連携強化

自治体×フェスの成功要因



地域連携

観光・宿泊・交通



人口流入

観光客・定住促進



経済効果

消費・就業・税収



産業連携

企業・地域協力

フェス＝観光・経済・人口を動かす装置

- ・自治体が見るべきKPIは興行収入ではなく「域内消費の増分」
- ・単なる補助金拠出ではなく、交通・宿泊・周遊・商流の設計者になる必要がある
- ・交通機関売上は二次効果ではなく、フェス経済圏の主要収益源

出店ビジネス全体像（プロセスと収益性）

飲食ではなく「短期高回転ビジネス」。味よりも回転・視覚訴求・オペレーションが勝負を決める。



投資コスト構造（概算）

出店料 + 歩合	30-100万 + 10-20%
初期設備（テント・機材）	50-150万
食材仕入	50-200万
人件費・物流	50-130万
合計投資額	200~500万円

売上・利益モデル

売上（小規模）	50-150万
売上（中規模）	150-300万
売上（当たり店）	300-600万

利益率 **10~25%**

※当たりケースで利益100~150万程度

成功の必須KPI

	提供時間 30秒以内 が理想
	1時間あたり提供数 50~150食

⚠️ 黒字化ライン

最低黒字ライン：
安定ライン：

売上 150万円
売上 300万円

出店（フェス飯）メニューと失敗パターン

勝ちパターン（売れる鉄則）



3秒で理解できる

直感的に味が想像できるメニュー名と写真。牛串、カレー、かき氷など。



ビールとの相性

フェスの主役は音楽と酒。片手で持ててアルコールが進む濃い味が正義。



強力な視覚訴求

炎、煙、塊肉、巨大鍋。調理風景そのものが看板になり客を止める。



1商品集中・速度

メニューを絞り込み、提供速度を極限まで上げる。待たせない店が勝つ。

失敗パターン（避けるべき罠）



メニューが多すぎる

客が迷う時間は機会損失。オペレーションが複雑化し提供速度が低下。



提供が遅い・複雑

凝った盛り付けや複雑な工程は命取り。行列ができて回らない最悪の事態。



人員不足・配置ミス

ピーク時にレジや提供が詰まる。休憩回しも考慮した十分な人数（5-8名）が必要。



環境想定のおかさ

雨、泥、猛暑、通信不安定。野外特有のリスク対策なしでは営業不能になる。

収益構造の目安

3日間開催・大型フェス出店の場合の概算値。

売上レンジ（小～中）

50～300万円

多くの店舗はこのゾーン

売上レンジ（当たり店）

300～600万円

行列が絶えない人気店

損益分岐点（黒字ライン）

150万円

これ以下は赤字リスク大

営業利益率

10～25%

当たり店で利益100～150万

決済環境と売上への影響

会計時間短縮



30~50% 短縮

↓ 小銭処理の消滅

回転率改善



20~40% 向上

↑ 列捌きの高速化

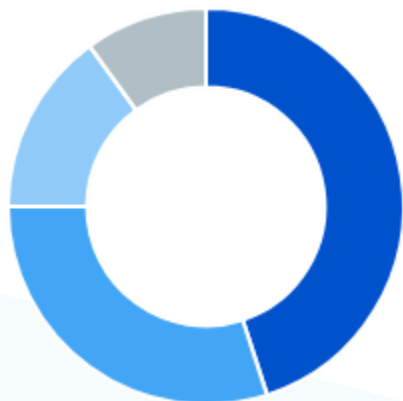
客単価上昇



10~20% 上昇

↑ 支払いの痛み低減

決済手段比率と傾向

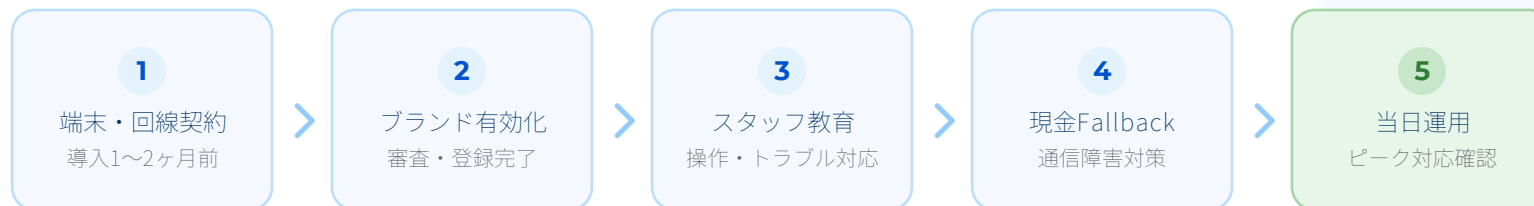


- 交通系IC/電子マネー
- クレジットカード
- QR決済
- 現金

キャッシュレス比率 80~90%

都市型フェスではほぼ完全キャッシュレス化が進行。現金は通信障害時の保険として機能。

実装手順とコスト構造



導入コスト概算 (1店舗あたり)

クレジットカード端末	0 ~ 50,000円
電子マネー端末	10,000 ~ 30,000円
QR決済導入費	無料 ~ 低額
通信回線 (SIM/Wi-Fi)	10,000 ~ 30,000円
合計導入コスト	50,000 ~ 150,000円

決済手数料率 (目安)

クレジットカード	3.0 ~ 3.75%
電子マネー (交通系IC等)	3.0 ~ 4.0%
QRコード決済	2.0 ~ 3.0%

📌ポイント:
手数料コスト (約3-4%) は、回転率向上と客単価UP (+10-20%) で十分に回収可能。

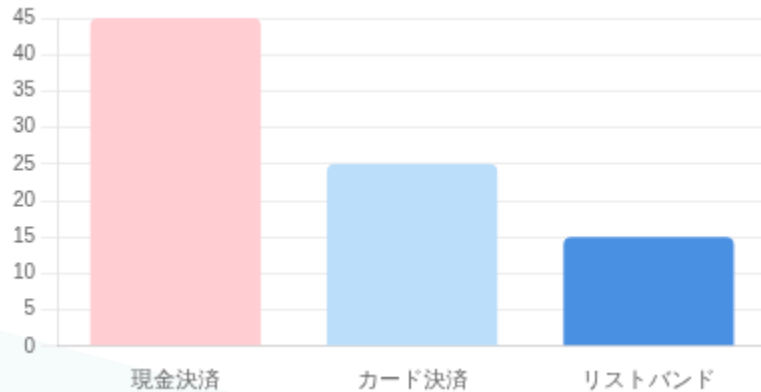
リストバンド決済 ～音楽フェスでのキャッシュレス決済～

RFID等で入場+決済を統合し、会計時間を30～50%短縮。回転率+20～40%、客単価+10～20%向上を実現

会計時間短縮

30～50%

↓ 短縮
決済時間比較 (秒)

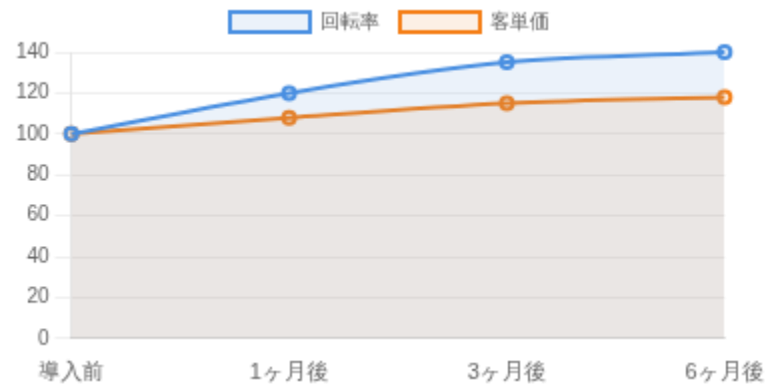


回転率向上

+20～40%

↑ 向上

回転率・客単価推移



客単価向上

+10～20%

↑ 向上

決済成功率

99.8%

現金決済比+15%

決済導入の効果

決済ではなく「導線と売上を上げる装置」

リストバンド決済は単なる決済手段ではなく、入場から退場までの顧客行動を追跡し、滞在時間を延ばす導線設計の核となる。決済の「摩擦」を減らすことで、飲食・物販の購買率が向上。

会計時間短縮により、待ち行列が解消し、顧客満足度が向上。同時にスタッフの人件費も削減可能。

決済導入の3つの効果

🕒 会計時間短縮
30～50%短縮で行列解消

🔄 回転率向上
+20～40%で売上増

📈 客単価向上
+10～20%で収益性向上

実装ステップ

1
導入検討

2
システム構築

3
テスト運用

4
本格導入

5
効果測定

永続的な課題トイレ問題と対策：運用設計

1. 最大クレーム要因（待ち時間・衛生）

トイレ待ち時間
平均15-30分の待ち行列

75%
不満率

2. 配置基準（100人：1基）

標準配置
100人あたり1基（女性は2基）

1:100

3. 分散配置戦略

📍
ステージ前

🍴
フードエリア

🏕️
キャンプ

4. 清掃サイクル

30～60分間隔
清掃・消毒・補充

30-60分

5. 誘導スタッフ配置

空き状況監視
行列監視システム

24h

3万人

危険動員数

15分

待ち時間目安

90%

満足度目標

✔️ トイレ＝満足度と売上を左右するインフラ

BtoB支援サービス（裏側）

フェスは複数企業で成り立つ"総合産業" - 各種専門サービスプロバイダーのエコシステム



チケットング

販売・認証システム、QRコード管理、入場制御、リセール対策

Key: 売上管理・不正防止



ステージ・音響

PA設備、モニター、RF管理、騒音対策、音質調整

Key: 技術スタッフ配置



照明・映像

照明設計、映像投影、LEDパネル、特効演出

Key: 演出効果・安全性



仮設電源

発電機、UPS、配電盤、ケーブル敷設、非常電源

Key: 冗長化・安全性



仮設トイレ

移動式トイレ、手洗い場、清掃管理、給水設備

Key: 衛生管理・配置



警備・医療

外周警戒、救護テント、AED配置、救急搬送

Key: 安全管理・対応



決済インフラ

RFID決済、キャッシュレス、POSシステム、精算

Key: 売上最大化



海外アーティスト招聘

ビザ取得、通訳、ホスピタリティ、機材輸送

Key: 国際対応



物流・搬入出

機材搬入、倉庫管理、配送調整、撤収作業

Key: 効率的な運搬



通信・IT

Wi-Fi、基地局、ネットワーク、システム運用

Key: 安定性・容量



広報・宣伝

SNS運用、PR、メディア対応、広告制作

Key: 集客・認知



ボランティア管理

募集・研修・配置・評価、安全配慮

Key: 人材確保

フェス運営のエコシステム

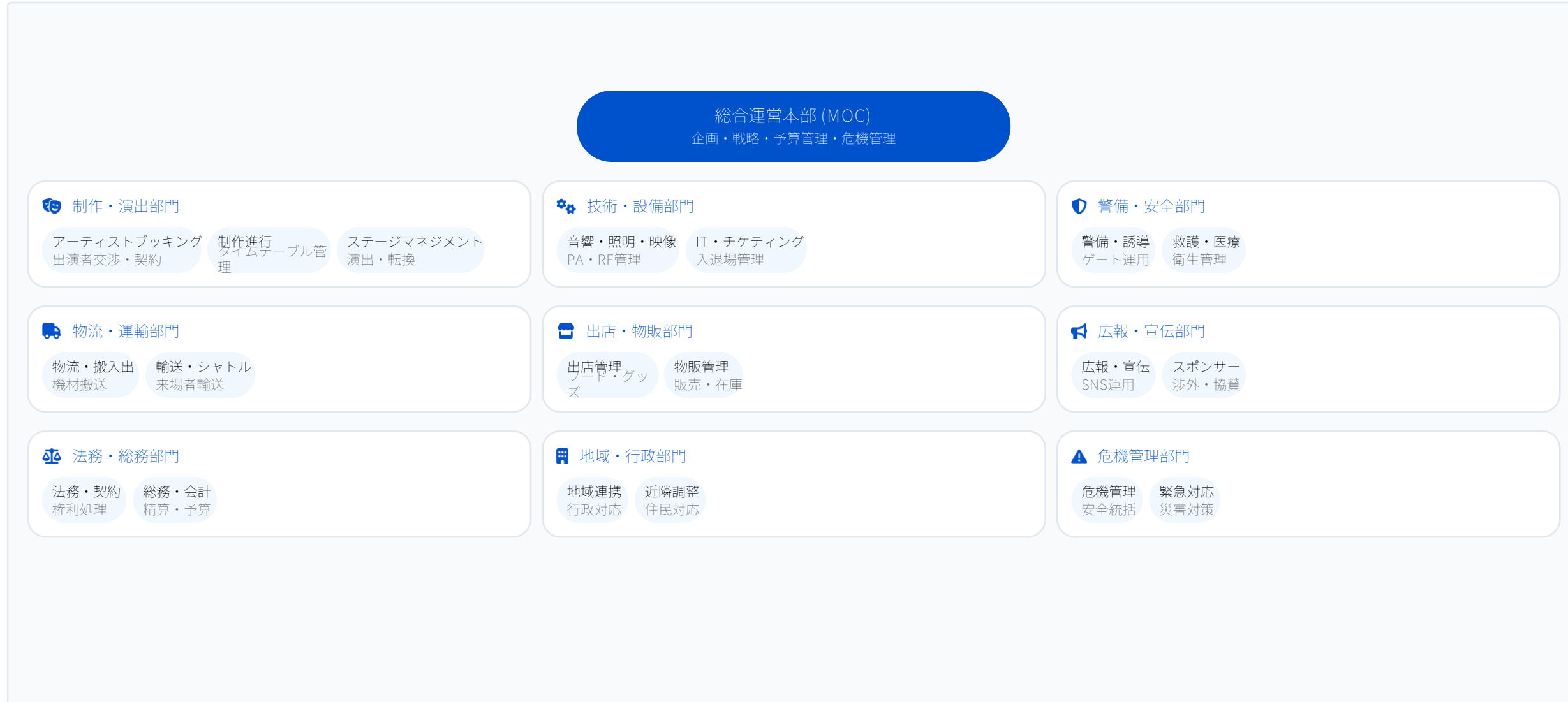
チケットング → ステージ → 警備 → 決済 → 広報 → ボランティア → 物流 → 通信

総合産業としてのフェス
複数専門企業の協働による運営

運営のオペレーション詳細

スタッフ体制全体マップ

フェス運営の全職種を組織図形式で整理。企画から危機管理までの職能構造を可視化。



運営本部・制作・現場管理の役割と責任

運営組織構造

部門	主要職責	管理項目
運営指揮所(MOC) 統括	全体統括・意思決定 危機管理・安全統括	<ul style="list-style-type: none"> 運営計画書 危機管理計画 連絡網
オペレーションセンター 管制	無線管制・情報集約 配備・進行管理	<ul style="list-style-type: none"> 無線チャンネル 情報共有手順 巡回報告
制作進行 進行	タイムテーブル遵守 転換管理・演出調整	<ul style="list-style-type: none"> 演出スケジュール 転換表 リハーサル
施工管理 安全	安全基準・立入許可 仮設構造監理	<ul style="list-style-type: none"> 作業許可 安全検査 構造確認
現場管理 現場	入退場・導線 混雑解消・騒音管理	<ul style="list-style-type: none"> 動線計画 入退場管理 騒音測定

ドキュメント管理

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 運営計画書 動線計画 危機管理計画 | <ul style="list-style-type: none"> 連絡網 作業許可 日報・巡回報告 |
|---|--|

運営フロー・責任分担



運営成功のキーファクター

- 情報共有: 無線・デジタルツールによるリアルタイム連携
- 人員配置: 適切なスキル・経験を持つスタッフ配置
- リスク管理: 想定外事態への対応体制構築
- 品質管理: ドキュメント化・標準化の徹底

警備・誘導・ゲートオペレーション体制

外周警戒・交通誘導・近隣対策の具体的配置

警備区域	配置・担当	主要業務内容	対応・備考
外周警戒 24H	警備員8名 巡回車2台	・会場周辺の巡回警備 ・不審者・不審物の確認 ・近隣住民への対応	・15分間隔巡回 ・無線連絡確保 ・夜間増員対応可
ゲート管理 ピーク時	警備員6名 検査員4名	・入場者の手荷物検査 ・金属探知機運用 ・リストバンド確認	・混雑時は増員 ・持込禁止品の確認 ・再入場管理
交通誘導 日中	誘導員4名 警備員2名	・車両・歩行者の誘導 ・駐車場の管理 ・渋滞対策	・信号機連携 ・シャトルバス連携 ・緊急車両確保
ステージ前 重要	警備員10名 要員4名	・前方エリアの圧縮対策 ・バリケード管理 ・危険行為の抑止	・ピーク時は増員 ・即時対応体制 ・救護連携

総警備人員数

24名

稼働率

85%

※ピーク時は30名まで増員可能

主な警備設備

金属探知機 4台

監視カメラ 12台

無線機 20台

AED 3台

ゲートオペレーション・セキュリティプロトコル

🔍 手荷物検査・持込禁止品

- ・検査フロー：手荷物検査→金属探知→持込品確認→入場許可
- ・禁止品リスト：危険物・火器・刃物・酒類・大型カメラ等
- ・対応：一時保管・返却・警察通報（重大時）

👤 人流管理・分散誘導

- ・カウントシステム：入場者数リアルタイム監視
- ・ピーク対策：入場制限・待機列形成・誘導変更
- ・避難経路：3方向への分散誘導ルート確保

🚑 緊急時対応・救護連携

- ・緊急遮断：ステージ停止→観客避難→エリア封鎖
- ・救護体制：救護テント→病院搬送→医療連携
- ・連絡系統：無線→本部→関係機関

🕒 夜間巡回・紛失物管理

- ・巡回ルート：15分間隔・2名1組で巡回
- ・紛失物：センター集中管理・24時間対応
- ・迷子対応：安否確認→保護→保護者連絡

医療・救護・衛生チーム編成

動員数1万人あたり2-3箇所の救護テント配置、トリアージ区分、AED配置、想定疾患別対応プロトコル

医療本部・救護テント配置

救護テント数: 2-3箇所

動員数: 1万人あたり

ステージ前

AED: 2台
救護員: 4名
救護テント: 1箇所

メインエリア

AED: 3台
救護員: 6名
救護テント: 1箇所

バックヤード

AED: 1台
救護員: 2名
救護テント: 1箇所

避難経路

搬送ルート: 2系統
避難場所: 3箇所
所要時間: 5分以内

トリアージ区分

緑

軽症
治療可能

黄

中等症
要観察

赤

重症
要搬送

黒

死亡
確認

想定疾患別標準対応プロトコル

熱中症

OS1配備
冷却、水分補給
救護テント搬送
重症時: 救急車搬送

転倒外傷

縫合キット、止血、包帯
骨折固定、搬送準備
重症時: 救急車搬送

切創

縫合キット、止血、消毒
深部傷: 救急車搬送
破傷風対応

アルコール関連

保護室 監視
脱水症状対応
意識障害時: 搬送

アレルギー反応

エモペン準備
アレルギー薬、観察
呼吸困難時: 即時搬送、酸素吸入
アナフィラキシー対応プロトコル

AED配置

6台 (ステージ前2台、メイン3台、
バックヤード1台)

救護員

12名 (医師2名、看護師4名、救急
救命士6名)

衛生監視・感染症対策

衛生監視体制

飲食温度管理: 4時間ごと検査
水質検査: 毎日2回 (朝・夕)
清掃記録: 2時間ごと巡回

感染症対策

手指消毒: 100m間隔に設置
換気基準: 1時間あたり6回以上
体調不良者専用通路設置
隔離スペース: 3箇所 (各10㎡)

救急搬送連絡フロー

消防: 119 → 救急車手配 (3分以内)

病院: 最寄り3病院と連携

警察: 事故発生時連絡

保健所連携
毎日報告

救護訓練
月1回実施

ボランティア・地域連携・サプライヤ管理

ボランティアの募集から研修・配置、地域連携、サプライヤ管理までの包括的な運営フロー

ボランティア管理フロー

募集・選抜・研修

- 1 募集: Web応募・SNS告知・学生団体連携
目標: 必要人数の150%を確保
- 2 選抜: 経験・体力・コミュニケーション能力
基準: 過去のフェス経験優先
- 3 研修: オリエンテーション・安全教育・役割トレーニング
時間: 開催前2週間から開始

配置・評価

- 4 配置: シフト管理・休憩ローテーション
シフト: 4時間/回、休憩30分
- 5 評価: アンケート・表彰制度・フィードバック
改善: 次回に反映

主な役割

- 案内 (多言語対応)
- 清掃 (分別指導)
- 給水ステーション運営
- 列整理
- 情報提供 (FAQ対応)

地域連携・行政対応

地域企業・商工会連携

地域枠設定
20-30%

審査基準
品質・安全

- 出店・物販連携スキーム: 地域企業優先枠
- サポート体制: 設営・搬入・販売支援

自治体・行政連携

- 月次会議
- 事前訓練
- 緊急連絡網

- 24時間対応: 苦情窓口・騒音測定
- 交通規制: 事前告知・誘導計画
- ごみ対策: 会場外清掃・分別指導

住民対応

- 住民説明会: 開催前2週間
- 苦情窓口: 24時間対応体制

サプライヤ管理

SLA (サービスレベル契約)

納期
48時間以内

品質基準
98%以上

- 搬入時間指定: 開催前3日
- ID発行・車両許可: 事前申請

事故・ヒヤリハット報告

- 24時間以内報告義務
- 是正措置: 48時間以内

- 重大事故は即時報告・対応

安全配慮

- 保険加入: 全ボランティア対象
- 熱中症対策: 休憩・水分補給
- 医療スタッフ常駐

トイレ・衛生 設計と配置計画

1. 仮設トイレの種類と洗浄方式

トイレ種類

- 洋式
標準的な水洗式
- 和式
伝統的な蹲踞式
- 多目的
車椅子対応・ベビーベッド
- 簡易式
屋外イベント用

洗浄方式

- 水洗式
水道接続・衛生的
- リサイクル式
節水・環境配慮
- 真空式
高効率・臭気抑制
- バイオ式
生分解・エコ

配置基準

- 男女比 1:1.5
- 50人/1台
- 女性用を多めに配置
- 標準的な配置比率
- メインステージ周辺
- キャンプサイト
- 混雑エリア重点配置
- 24時間対応可能

2. 設計・配置計画

配置図

メインステージ
トイレ: 8台

フードエリア
トイレ: 6台

キャンプサイト
トイレ: 12台

エントランス
トイレ: 4台

手洗い場配置

- 消毒ステーション: 6ヶ所
- 給水ポイント: 4ヶ所

夜間照明

- LED照明: 24時間
- 誘導サイン: 常時

運用管理

清掃・消毒

- 定期巡回: 2時間/回
- 消耗品補充: 3回/日

汚水処理

- 回収頻度: 4回/日
- 搬出ルート: 2系統

臭気対策

- 換気システム: 常時稼働
- 脱臭剤: 定期補充

害虫対策

- 殺虫灯: 8ヶ所
- 防虫ネット: 全入口

トイレ総数: 30台 手洗い場: 6ヶ所 消毒ステーション: 8ヶ所

Source: 衛生管理マニュアル・設備設計基準

トイレ運用：清掃・補充・行列対策・アクセシビリティ



清掃・消毒管理

良好

定期巡回：30分/回

消毒頻度：1時間/回

記録管理：デジタル化

清掃スタッフ：4名/区域

検査項目：10項目

異常報告：即時対応



消耗品管理

要確認

トイレトペーパー：200%

ハンドソープ：150%

除菌シート：180%

在庫管理：リアルタイム

補充体制：24時間

発注閾値：20%以下



行列監視・誘導

正常

監視間隔：5分/回

誘導スタッフ：2名/区域

臨時開放：3箇所

平均待時間：5分

ピーク対応：可

緊急時：即時対応



多目的・車椅子対応

完備

多目的トイレ：4箇所

車椅子対応：2箇所

導線確保：幅1.2m以上

手すり：両側設置

緊急ボタン：完備

案内サイン：明確



女性専用・ベビーケア

完備

女性専用：6箇所

ベビーシート：3箇所

授乳室：2箇所

優先レーン：完備

オムツ交換台：4台

清潔管理：徹底



安全確認・苦情対応

要注意

危険物確認：15分/回

不審物報告：即時

巡回監視：4名

苦情受付：24時間

改善反映：24時間内

連絡体制：整備



運用状況サマリー

トイレ運用の全体的な状況と改善点

98%
清掃完了率

95%
消耗品充足率

92%
満足度

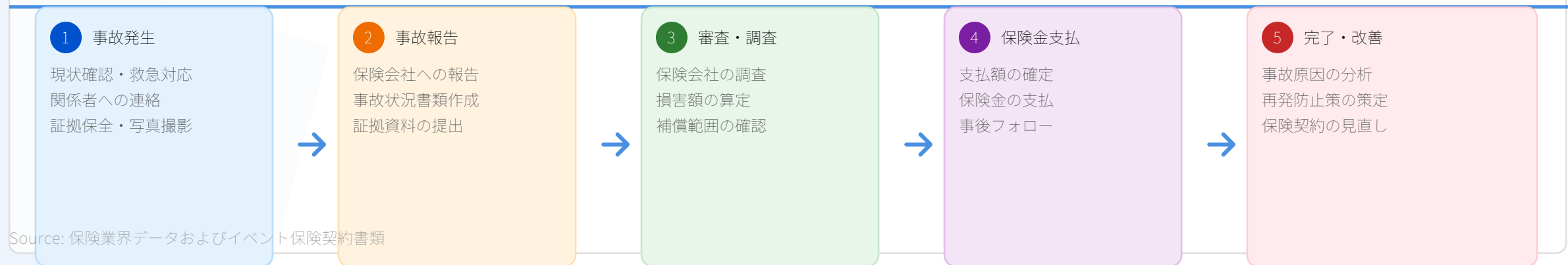
2件
未解決案件

保険体系（主催者・出演者・来場者・中止保険）

保険体系の構成と責任範囲



保険金請求・事故報告・証憑フロー



安全対策・危機管理：基本方針と運用計画

リスクアセスメント実施・受容基準設定、緊急連絡網・無線チャンネル・情報共有手順、一時中断・再開・全面中止判断プロトコルをマトリクス形式で整理

🛡️ リスクアセスメント・受容基準

リスクレベル評価	毎日更新
低 受容可能	中 監視必要
	高 即時対応

🔔 アラートレベル・意思決定ボード

● レベル1 (正常)	通常運転
● レベル2 (注意)	監視強化
● レベル3 (警告)	対応必要
● レベル4 (緊急)	即時対応

👥 緊急連絡網構成

MOC 運営指揮所	警備 セキュリティ	医療 救護チーム
--------------	--------------	-------------

🚚 一時中断・再開・全面中止判断プロトコル

判断基準	即時対応
1. 状況確認 現場確認・情報収集・リスク評価	3分以内
2. 意思決定 MOC判断・アラート発令・連絡開始	5分以内
3. 対応実行 避難誘導・封鎖・救護開始	10分以内
4. 状況報告 関係機関連絡・記者対応	15分以内

📢 情報提供・場内放送

場内放送 全エリアカバー	デジタルサイネージ 視覚情報	SNS配信 リアルタイム
-----------------	-------------------	-----------------

⚠️ リスク評価マトリクス

影響度×発生確率	2024年度
低リスク 監視	中リスク 注意
高リスク 対応	緊急 即時

📋 改善計画・事後検証

検証項目	月次
事故分析 原因特定	改善策 対策立案
	効果測定 PDCA

気象・災害対応：判断基準・避難・連絡系統

気象監視体制：レーダー・予報・現地計測の3層構造でリスクを可視化

気象監視システム

- ・気象レーダー：15分間隔で雨量・風速を監視
- ・現地計測：風速計・雨量計・温度計を配置
- ・予報連携：気象庁・民間予報会社と情報共有

🔔 判断基準・警告レベル

- ・レベル1（注意）：風速10m/s・雨量10mm/h
- ・レベル2（警告）：風速15m/s・雨量20mm/h
- ・レベル3（緊急）：風速20m/s・雨量30mm/h

🚶 避難・避難経路

- ・避難場所：A会場（屋内）・B会場（高台）
- ・再集合地点：C広場（安全確認・人数把握）
- ・要配慮者支援：車椅子・高齢者・障害者

📞 連絡系統・情報共有

- ・無線チャンネル：1ch（本部）・2ch（現場）
- ・緊急連絡網：SMS・LINE・無線
- ・関係機関：警察・消防・医療・交通

災害別対応マトリクス

影響度 × 発生確率

災害種別	影響内容	判断基準	対応措置	連絡先
⚡ 落雷	ステージ停止・機材損壊	雷雲接近5km以内	一時中断・避難誘導	気象庁・警備
🌀 突風	仮設構造倒壊・飛来物	風速15m/s以上	前方エリア解放	建築士・警備
🌧️ 豪雨	水害・土砂災害	雨量20mm/h以上	避難誘導・排水	消防・自治体
🌡️ 猛暑	熱中症・脱水症状	気温35°C以上	給水・救護強化	医療・救護
❄️ 低体温	体調不良・意識障害	気温5°C以下	防寒対策・暖房	医療・救護
🏠 地震	建物倒壊・停電	震度4以上	避難誘導・点検	消防・警察

⚠️ 緊急時対応

- ・警報発令時：即座に避難誘導開始
- ・安全確認：人数把握・負傷者確認
- ・再開判断：安全確認後2時間以内

✅ 平常時対応

- ・定期点検：1時間ごとに巡回
- ・情報共有：15分ごとに報告
- ・備蓄確認：消耗品・機材の確認

インフラ設計：電力・水・通信

フェス運営の生命線となるインフラシステムの設計と冗長化

1. 電力システム設計

⚡ メイン電源・発電機・UPS
冗長化設計で停電リスクを最小化

メイン電源 稼働中
容量: 500kVA

発電機 待機中
容量: 300kVA

UPS: 2時間バックアップ可能
切替時間: 0.5秒以内

99.9% **0.5s** **2h**
稼働率 切替時間 UPS稼働

2. 給水システム設計

💧 給水車・貯水タンク
24時間連続給水可能な設計

貯水タンク 満水
容量: 50,000L

給水車 運行中
台数: 3台

手洗い場: 50箇所設置
消火栓: 10箇所連携

3. 通信・ネットワーク設計

📶 通信キャリア協力
増設基地局・Wi-Fi環境

基地局 増設済
5G対応

Wi-Fi 稼働中
AP数: 100台

優先帯域: チケット・決済システム
バックアップ: 2系統確保

📡 無線周波数管理
混信対策・周波数割当

100MHz **50ch** **0.1%**
帯域幅 チャンネル数 混信率

🛡️ セキュリティ対策
暗号化・認証システム

暗号化: WPA3対応
認証: 2要素認証

4. 監視・制御システム

👁️ 中央監視システム
リアルタイム監視・制御

監視カメラ 稼働中
台数: 50台

センサー 正常
数: 200個

監視範囲: 全エリアカバー
録画保存: 30日間

⚙️ 自動制御システム
AIによる異常検知

99.5% **0.1s** **24/7**
検知精度 応答時間 稼働

🔔 警報システム
異常時の自動通知

通知方法: メール・SMS・プッシュ
対応時間: 24時間

廃棄物処理・環境対策



分別ステーション設置・スタッフ配置

会場内に8箇所の分別ステーションを設置し、専任スタッフ24名を配置



廃棄物処理フロー

- 生ごみ → 生ごみ処理場
- 油脂 → 専用回収
- 段ボール → リサイクル
- 缶瓶ペット → 分別回収

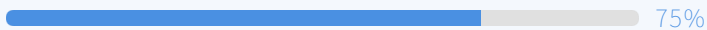


回収ルート・一時集積

回収頻度	集積容量	最終処分
2時間/回	500L/区画	委託業者



リサイクル・リユース比率



リユース食器・デポジット方式

環境配慮型の食器提供システムを導入

リユース食器導入率	85%
デポジット返却率	92%
廃棄物削減量	30%



騒音・振動・粉じん抑制策

騒音規制値	65dB以下
振動規制	70dB以下
粉じん対策	散水+カバー



野生生物・植生保護

- 立入制限区域設定
- 植生保護
- 野生動物保護



カーボンフットプリント把握・輸送最適化

環境負荷の可視化と輸送の最適化



輸送最適化

輸送距離削減	CO2排出量削減	輸送効率化
15%	20%	25%



環境負荷分析



輸送 エネルギー 廃棄物 その他



環境対策の効果

廃棄物削減 30%	リサイクル率 75%	CO2削減 20%
-----------	------------	-----------

駐車場・交通誘導・シャトル計画

会場内外駐車区画設計・交通動線・シャトル運行計画



交通誘導・シャトルバス運行計画

駐車場・駐輪場設計

2,500台

自動車駐車場

500台

二輪駐輪場

- ・予約制運用（70%予約・30%当日）
- ・会場外駐車場とのシャトル連携
- ・ピーク時分散誘導システム

シャトルバス運行計画

15分間隔

運行頻度

8台

配車数

- ・駅・駐車場・会場間の循環運行
- ・ピーク時増便（5分間隔）
- ・専用レーン確保・優先信号制御

交通誘導・混雑対策

ボトルネック対策：

- ・交差点警導員配置（4箇所）
- ・リアルタイム混雑情報配信
- ・渋滞回避ルート案内

ピークカット施策：

- ・時間帯別入場制限
- ・分散来場促進（早割・遅割）
- ・タクシー・送迎レーン分離

夜間・安全対策

照明設備：

- ・駐車場全面LED照明
- ・夜間照度20lx以上

反射材：

- ・道路標識・誘導線
- ・高輝度反射板

仮設フェンス：

- ・車両・歩行者分離
- ・緊急避難通路確保

ステージ・音響・照明：設営から転換まで

ステージ構造、音響設備、照明システムの設営から運用、転換までの全プロセスを管理



技術仕様・設備構成

ステージ構造	耐荷重：5,000kg/m ²
音響システム	PA: 100,000W
照明設備	LED: 500台
映像・配信	4K対応
設営期間	3～5日間

スケジュール管理・転換表

リハーサル時間	09:00 - 12:00
サウンドチェック	13:00 - 15:00
本番開始	16:00
転換時間	最大15分
休憩時間	30分

安全対策・コンプライアンス

構造安全 合格	音響安全 合格
照明安全 合格	配信安全 合格
緊急連絡先 119/110	

法規制・許認可・近隣調整

1. 道路・公共用地・施設

道路使用許可必須

所轄警察署へ交通規制図面提出、道路占用許可取得

河川占用許可必須

河川事務所へ水防対策・原状回復計画提出

公園占用許可必須

都道府県・原状回復保証金・損害賠償保険

2. 施設・設備・安全

興行場法届出必須

保健所・興行場営業許可・食品衛生責任者

消防法届出必須

消防署・防火管理者選任・消火器配置

建築基準法必須

仮設建築物許可・構造計算書・耐風設計

電気事業法推奨

自家用電気工作物届出・主任技術者選任

高圧ガス保安法推奨

LPG使用届・保安距離確保・設備検査

3. 騒音・環境規制

騒音規制法必須

騒音測定・基準値遵守・近隣配慮

振動規制法推奨

振動レベル測定・基準値管理

屋外広告物条例推奨

看板・幕類の掲出許可

Source: 各種行政手続きガイド・業界レポート統合

4. 営業・販売・衛生

食品衛生法必須

臨時営業許可・食品衛生責任者・調理施設基準

酒類販売必須

酒販免許確認・年齢確認体制・販売時間制限

古物営業法推奨

中古品販売・古物商許可

風俗営業法推奨

深夜営業・音響基準確認

5. 廃棄物処理

産業廃棄物管理必須

マニフェスト発行・処理業者契約・最終処分場確認

一般廃棄物処理必須

自治体協議・分別基準・回収ルート

6. 救護・医療

救護体制必須

医療テント配置・救急搬送ルート・医療スタッフ

感染症対策必須

手指衛生・換気・体調不良者導線

7. 協議・調整・事後

警察協議必須

雑踏警備計画・交通整理計画提出

消防協議必須

消防計画書・避難訓練実施

保健所協議必須

衛生管理計画・食中毒予防

近隣合意書必須

町内会・自治会への説明と合意形成

苦情窓口推奨

24時間対応・記録管理・改善反映

8. 事後報告・評価

事後報告書必須

行政・住民への結果報告・課題共有

改善計画推奨

問題点分析・対策立案・次回反映

重要ポイント：

- 全ての許認可は開催前3-6ヶ月前から申請開始
- 複数の行政機関との並行調整が必要
- 地域住民との合意形成が成功の鍵