

文化芸術活動基盤強化基金 クリエイター等育成支援（コンテンツ制作・発信を支える中核的専門人材育成・確保等）

団体名	株式会社ロフトワーク
プロジェクト名	統合演出人材の質的高度化のための育成プログラム構築

基本情報

対象分野	音楽	対象となる職種	クリエイティブディレクター／技術職（音響・照明・映像）／プロデューサー
------	----	---------	-------------------------------------

プロジェクトの概要（案）

ライブエンターテインメント市場が急拡大する中、競争力の源泉は音楽だけでなく、映像・照明・空間テクノロジーを統合した体験価値の創出にある。本事業は、世界トップ音楽フェスに選出されたイタリア「C2C」（伊・トリノの国際音楽フェス）の知見と、国内で実績を持つライブエンタメ会社・クリエイターの知見を掛け合わせ、人材育成プログラムを開発・実施する。クリエイティブディレクター・技術職・プロデューサーの三職能を横断的に育成し、プログラムを教育機関へ展開することで、単一主体に依存しない持続的な育成基盤を構築する。

具体的な人材ニーズ、またはニーズが生じる見込み

日本のライブ・エンタメ市場は2024年に7,605億円（前年比+10.9%）と過去最大、動員約6,000万人と過去最多。現場を担う技術職・演出スタッフの量的絶対数不足が深刻化し、全国公立文化施設協会（全国の公立ホール・劇場等で構成される団体）も課題の54.4%を「企画・実施の人材不足」と指摘している。一方、世界の音楽ライブ市場は2025年に約5,354億ドルに達すると予測され、Es Devlin（英国の舞台美術家）やMoment Factory（カナダの映像・空間演出スタジオ）のように空間・映像・テクノロジーを統合する高度専門人材が業界を牽引しているが、日本には音楽・アート・テクノロジーを統合した世界水準の演出力を養う「質的高度化のための育成プログラム」が存在しない。

期待される成果や波及効果

高品質なステージ演出と映像・空間テクノロジーが融合したライブ体験は観客に強烈な共有体験をもたらし、強固なファンの共同体を形成する。この熱狂はオンライン配信等を通じて国内外に広く拡散し、アーティストの国際的評価と音楽消費全体を底上げする起点となる。育成された人材が創出する世界水準のライブ体験は、音楽市場のみならず、映像制作・ファッション・テクノロジー・インバウンド観光等へ波及する。日本発のライブ演出が国際的プレゼンスを獲得し、政府が2033年までに掲げるコンテンツ産業の海外売上高20兆円目標への推進力となる。

人材の育成・確保のための持続的な基盤の構築イメージ

本事業は単一主体・単年度の人材育成に留まらず、業界全体を支える持続的な人材育成・定着基盤を構築する。

- ① ニーズ把握：初年度に若手クリエイターのキャリアパス実態調査を実施。
- ② プログラム展開：3年間の実証の中で、カリキュラムを体系化・パッケージ化し、大学等の教育機関へ社会人向けリスキリング教育として提供。
- ③ ジョブマッチング：連携先の国内フェス・ライブ会場でのOJTで就業機会を創出、修了生ネットワークによる継続的メンタリング支援で業界定着を促進。
- ④ 他分野流動：現代美術ギャラリーやファッションブランドとの連携で他業種からの人材流入を促進。

目標達成までのロードマップ（案）

1年目

- ①コアプログラム：1期生公募・選抜（15～20名）／座学基礎講座（三職能横断）／オンライン国際メンタリング開始
- ②パブリックプログラム：隔月開催の公開講座・現場見学／大学との共同教育プログラム開発の議論開始
- ①②共通：若手ライブ演出家のキャリアパス実態調査・公開／公式Webサイト・ブランド構築

2年目

- ①コアプログラム：応用講座／C2C指導陣（総合演出・音響・照明・映像）の来日集中指導／1期生×C2C制作チームによる共同制作演習「日本版C2C」／WWW・WWW X等での成果発表（一般公開）／国内OJT
- ②パブリックプログラム：継続実施＋大学共同設計の深化
- ①②共通：スタッフがC2C本祭（伊・トリノ）へ協議・リサーチ渡航／業界マッチング開始

3年目

- ①コアプログラム：2期生公募・選抜・座学（1期修了生が指導者参画）／2期生×C2C共同制作演習「日本版C2C」第2回・成果発表（一般公開）／優秀作品をC2C本祭で上映・出演し国際発信
- ②パブリックプログラム：名古屋芸術大学等でリスキリング教育として実装
- ①②共通：「ライブ演出人材育成ガイドライン」公開／自走運営モデル確立／最終成果報告会

実施体制（案）

