

【開催レポート】大阪音楽大学ミュージックビジネス専攻 presents 「MWDL」

“やっぱり、ライブが好きだ”

生のライブでしか得ることができない感動をつくりたい。

私たち MB 専攻 3 期生は、2 年生となり、昨年度の経験や大学で学んできたことを活かして、自分たちらしい最高のライブイベント制作に挑戦しました。



2026 年 1 月 18 日に大阪音楽大学ミュージックビジネス専攻 (MB 専攻) 3 期生が、心齋橋 Live House ANIMA にて、クレナズムとハク。による対バンイベント「MWDL」を開催しました。

1 年間の集大成として「MWDL」は制作されました。私たちが“つくりたいもの”とは？

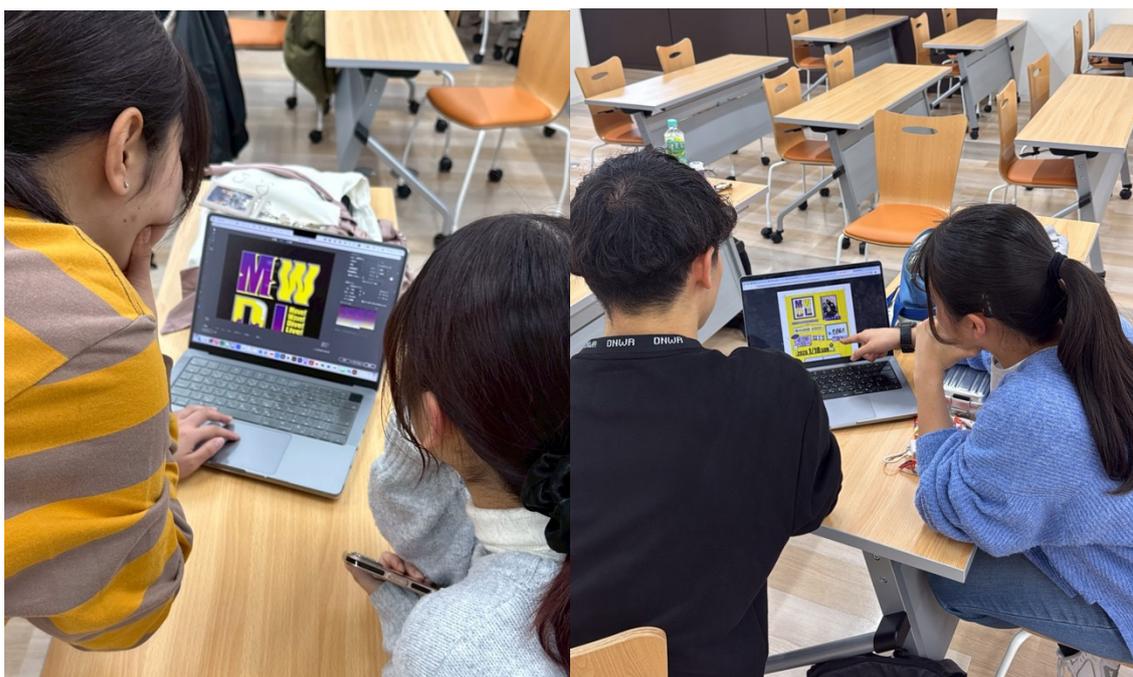
という問いから始まり、何度も打ち合わせをして当日に向けてイメージを固めてきました。

それぞれ好きな音楽や普段の環境がバラバラで、イベントの完成図がなかなかイメージできず、苦

労することも多々ありました。どんなイベントにするかを考える段階で、まっさらな状態から進むこと自体が難しく、1人1つの企画書を書いたりして、きっかけを作ろうとしましたが、“自分が挑戦したい”という気持ちだけでは企画に落とし込めず、白紙に戻ることもありました。

そんなバラバラな私たちでしたが、ライブが好きで、自分たちらしいライブを作りたいという思いは強く持っていました。

3期生というチームとしての特徴を活かしてライブの制作に挑みたいという気持ちはこのイベントの大部分を担っています。

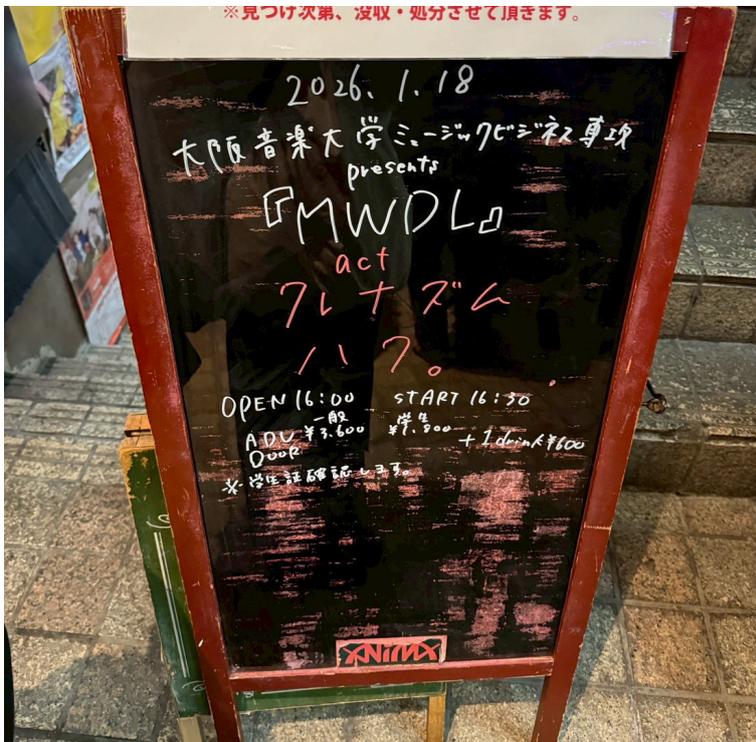


私たちと、クレナズムとハク。

バンドやライブハウスでのイベント企画をするにあたって、どんなアーティストがいるのかどんなお客さんがいるのかということ私たちはまだまだ知らず、未熟でした。

そんな中、教授や先輩方を通じて出会ったのがクレナズムとハク。の2組です。

クレナズムは昨年度の2期生が開催したライブイベント「アムムラリー2025」にも出演されていて、3期生でも多くの方がその音楽を聴いていました。ハク。も FM802 MINAMI WHEEL 2025 での出演があったりなど、その音楽に出会う機会がありました。



「MWDL」の1曲目を飾ったのは、クレナズムの「香椎ブルー」でした。木漏れ日のような暖かい歌声が響き、ライブ会場が一気にその世界観に包み込まれました。クレナズムの楽曲は、透明感と力強さが混ざり合うサウンドで空気感をガラッと変わるような感覚を味わうことができます。ライブハウスに響く振動なのか、体の痺れているのか、ブワッと駆け巡るようなそんな感覚です。

ハク。の楽曲は、ポップで遊び心のあるゆるふわな可愛らしさが溢れていました。特に「あいっ！」はポップなハク。の世界観を一層感じられる楽曲で、リズム感が心地よくて体が自然と音楽と一緒に揺れる感じがありました。MCでもお客さんに向けられた言葉にはどこか安心感があり、

関西出身だということもあるのか親近感のあるトークも含めて、ライブにさらなる一体感をもたらしていました。

「MWDL」は Move, Wave, Dive, Live の頭文字をとっており、心が揺れ動き、思わず飛び込んでしまいたくなるような音楽体験をつくりたいという意味が込められています。クレナズムとハク。の二組のパフォーマンスが生み出した空間やサウンドは、私たちが思い描いた以上の感動を届けてくれました。

“アーティストに最高の気分で、ステージに立ってもらうために”

ライブの制作とはどんなことをするのか。
フライヤーを制作してそれを配布しに行く。
チケットの売り方や SNS 運用、プレスリリース、スケジュールを考える。
2年間学んできたことを活かして、企画制作の場面でどのような流れがあるのかを理解し、
「MWDL」をどのように宣伝/広報活動をするのかを深く考えていきました。

その一方で、「MWDL」ではステージ以外のコンテンツ制作にも挑戦しました。
お客さんを楽しませるのは、アーティストだけの仕事ではないということを
今回のイベントを企画している時に学びました。

アーティストが最高の気分でライブに挑める空間を作ること。
お客さんが最高のライブを堪能できる環境やテンションを作ること。

企画を考えていく間にこの2つの目標が浮かび、一括りに“最高のライブを作る”と言っていた目標が明確化され、私たちらしさを活かしながら、コンテンツ制作に取り組むことができました。



【フォトブース制作】

今回のイベントではロビー展開として、フォトブース制作を行いました。1月18日に開催のライブということで、語呂合わせで”いい部屋の日”をテーマに、イメージはこのイベントのフライヤーデザインを元にした、インテリアになりそうなものを作ったり、持ち寄ったりしてライブハウスなのに部屋っぽい！という新鮮な感覚が味わえる一角を目指しました。

アーティストそれぞれにサインやコメントを記してもらい、ワクワクした様子で写真を撮っていただいたことは、制作チームの達成感にもつながりました。



開演後はフォトブースで写真撮影をおこなったり、コメントをもらったりと数多くのお客さんに触れていただき、和やかな雰囲気に包まれて、チーム全体が笑顔で溢れていました。

ライブには年代や国も違うお客さんが訪れていて、音楽のつながりの幅広さに驚きつつ、ライブの感想やアーティストに向けてのメッセージを記していただくことで、さらに共感し合うきっかけを作ることができたのはこのイベントの成功の1つとなったのではないかと思います。



【楽屋制作】

“私たちらしさ”を伝えるために楽屋制作にも力を入れました。

3期生は地方から来ている人が多い

打ち合わせをする時にも、知らず知らずのうちに方言が混ざっているということに面白さを感じ、

それをこのイベントで表現できないかと考えました。

二十歳になった年ということもあり、1月初旬にはそれぞれが実家に帰省し成人式に参加するなど、このライブの開催前には“私たちらしさ”を感じられる機会が多くありました。

そして楽屋の1コンテンツとして、それぞれの地元のお土産を差し入れて設置しました。

このコンテンツとともに、“アーティストに最高の気分でライブに挑んでもらいたい”という新たな目標が生まれました。



「このライブは学生さんたちが企画制作を担ってくれていて、楽屋もすごかったんです！

皆さんには見せられないんですけどね…笑」

ハク。のボーカルのあいさんがMCで触れてくださいました。

クレナズムの方々も、ライブ終了後に楽屋片付けに向かった際にご挨拶くださり、「各地のお土産、本当に嬉しかったです！ハク。のメンバーと仲良く分けさせていただきました！」と喜びの声をいただきました。

ライブの宣伝としてのSNS活動や、アーティストが行うライブの合間のMCなどコンテンツがあるかないかで、盛り上がり方やお客さんに触れてもらえる機会は大きく変わります。実践して初めてステージ以外のコンテンツがどれほどの影響力を持つのかを知ることができました。

最後に

「MWDL」を通して、LiveHouseANIMA やクレナズムとハク。の方々、大学の方やお客さんなど数多くの方々と出会いました。大学入学から2年経とうとしていて、音楽やイベントに対する私たちの感覚にもかなり変化がありました。制作に携わる時の視点も昨年度とは何か違うような気がしています。

この先、私たちそれぞれが様々な形で音楽業界に携わり、ここで出会えた人たちともう一度会えた時にこのイベントを思い返すことができたらと思います。

執筆者：MB3 期生 浅野詩奈