

産業連関分析による野外フェスティバルの地域活性化効果分析

An effect analysis of regional activation through open-air festival based on interindustry analysis

北海学園大学工学部社会環境工学科 ○学生員 牛木大介(Daisuke Ushiki)
 北海学園大学大学院工学研究科 学生員 斉藤優太(Yuta Saito)
 北海学園大学工学部生命工学科 正会員 鈴木聡士(Soushi Suzuki)

1. 序論

現在、日本国内では物産型、スポーツ型、そして音楽型などの様々なイベントやフェスティバル等が行われている。このようなイベントやフェスティバルは、当然その運営主体が収益を目的として実施しているが、その副次的効果として、「地域の文化・生活環境の向上」に加えて、特に「地域経済の活性化」が期待される。

道内の様々なイベントやフェスティバルの中で、特に日本全国から多数の老若男女が集う野外音楽フェスティバルに着目した場合、Join A Live や Raising Sun Rock Festival(以降 RSR)などがあり、中でも多数の集客と成功を収めているのが RSR である。この RSR の経済効果に関する既存研究として、酒井¹⁾は RSR の運営関係者と RSR 期間中の参加者による消費行動を対象として、産業連関分析を用いて、その経済波及効果を明らかにしている。しかし、このようなフェスティバルの効果は、その期間中のみならず、RSR 前後の観光行動に伴う地域経済への波及効果が期待されるが、その観光行動の規模やフェスティバル前後の観光客化の行動特性等を明らかにした研究は見当たらない。

そこで本研究では、RSR 参加者の RSR 前後の観光行動に着目し、特に RSR 参加者をより多く観光客化させるための施策を多段階レベルで提案する。そして、それらの効果を分析し、最も効果的な施策を明らかにする。以上の分析結果から、RSR に付随した道内地域活性化方策に関する示唆を得ることを目的とする。

2. 本研究の分析フロー

本研究の分析フローを図 1 に示す。

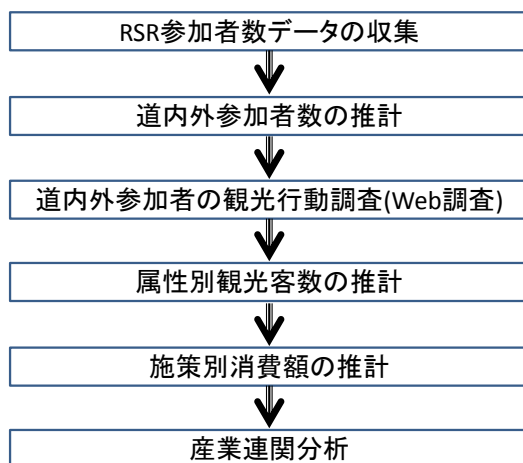


図 1 分析フロー

図 1 に示すとおり、まず RSR の最新年度(2012 年)の総参加者数データを web より収集する。

次に、「野外コンサートと経済効果」の調査研究報告結果¹⁾から、2006 年における RSR のデータに準拠し、道内参加者 55%、道外参加者 45%という比率を用いて、最新年度の RSR における道内外の参加者数を推計する。

さらに、web アンケートを実施して、参加者の RSR 前後の観光行動調査を実施する。その結果を、道内外居住地別および観光行動(観光なし・日帰り観光・宿泊観光)別の 6 属性に分類し、属性ごとに観光客化率を算出する。

加えて、web アンケートにおいて、RSR 前後に観光客化しなかった対象者に、RSR 前後の観光関連料金割引レベルを 2 段階で提示し、それぞれのレベルにおける観光客化の向上レベルを明らかにする。また、割引に伴う観光客数の増加と、割引に伴う消費単価の減少とのトレードオフを分析し、最も効果的な方策を明らかにする。

これら施策ごとの消費総額推計値を用いて、産業連関分析により、それぞれの経済波及効果を分析する。

なお、本研究の対象範囲は、RSR 参加者(来場客)の RSR 期間中の消費、および RSR 前後の観光消費のみとし、RSR 運営主体による道内での消費等は、詳細データの入手が困難であったことから、対象外とした。

3. Web アンケートの概要

本研究では、過去 3 年以内(2012 年～2010 年)の RSR 参加者を対象とし、道内在住者 200 人、道外在住者 200 人の計 400 人から回答を得た。調査実施日は 2012 年 11 月 7 日～9 日であった。

3-1 RSR 期間中の宿泊行動・消費金額の把握

まず、表 1 に示すとおり、問 1 において、RSR 期間中の宿泊行動および消費金額を明らかにする。これにより、特に宿泊方法の違いによる消費単価を明らかにする。この総消費額を「RSR 消費額」と定義する。

表 1 RSR 期間中の宿泊行動および消費金額

【問 1-1】	宿泊方法についてお答えください。 1.テント 2.車 3.野宿 4.近隣の宿 5.その他()
【問 1-2】	RSR 中の飲食代金(お酒などの嗜好品は除く)をお答えください。
【問 1-3】	RSR 中のグッズ類・お土産代金をお答えください。
【問 1-4】	RSR 中のお酒・タバコなどの嗜好品代金をお答えください。

3-2 RSR 前後の観光行動の把握

次に、表 2 に示すとおり、RSR 前後の観光行動の割合を明らかにした上で、観光客化した被験者を対象に、日

帰り観光か、宿泊を伴う観光かを調査する。これらの結果から、道内外居住地別に、「RSR 参加のみ」、「RSR 参加+日帰り観光」、「RSR 参加+宿泊観光」の割合を算出し、属性別人数を推計する。

表 2 RSR 前後の観光行動

【問 2-1】 RSR参加前後に道内を観光しましたか。
1.観光した(観光スポット等に立ち寄り、飲食した等を含む)
2.観光していない
【問 2-2】 問 2-1 で「1.観光した」と回答した方にお聞きします。
北海道での観光滞在期間についてお答えください。
1.日帰りでの観光(Ex: 観光スポット等に立ち寄り、飲食した等)
2.宿泊での観光(1 日以上宿泊)

3-3 観光割引施策による観光客化率の把握

問 2-1 で「観光していない」と回答した被験者を対象に、「小樽市・札幌市・石狩市」の 3 ヶ所で、RSR リストバンド提示による「宿泊代金・飲食店・公共交通機関・施設入場料」の 4 項目の割引施策を実施した場合の観光客化率の変化を把握する。この際、割引レベルを 5%と 10%の 2 段階を設定し、それぞれ表 3、表 4 に示す内容で調査を実施した。この分析結果から、「RSR 参加のみ」属性の、割引レベル毎の観光客化率を把握し、観光客数の変化を推計する。

表 3 5%割引施策案

【問 2-3】 問 2-1 で「2.観光していない」と回答した方にお聞きします。
RSR前後の観光に関連して、「RSRリストバンド提示による割引(5%割引)」が周辺地域(小樽市・札幌市・石狩市)で実施された場合、どのように観光行動が変化しますか？
割引項目(宿泊代金・飲食店・公共交通機関・施設入館料)の一律 5%
1.やはり観光はしない
2.日帰りでの観光(Ex: 観光スポット等に立ち寄り、飲食するなど)
3.宿泊での観光(1 日以上宿泊)

表 4 10%割引施策案

【問 2-4】 問 2-1 で「2.観光していない」と回答した方にお聞きします。
RSR前後の観光に関連して、「RSRリストバンド提示による割引(10%割引)」が周辺地域(小樽市・札幌市・石狩市)で実施された場合、どのように観光行動が変化しますか？
割引項目(宿泊代金・飲食店・公共交通機関・施設入館料)の一律 10%割引
1.やはり観光はしない
2.日帰りでの観光(Ex: 観光スポット等に立ち寄り、飲食するなど)
3.宿泊での観光(1 日以上宿泊)

4. 属性別人数の推計

2012 年の RSR 総入場者数は 58,000 人²⁾であり、これを道内参加者 55%、道外参加者 45%の比に基づき、道内参加者 31,636 人、道外参加者 26,364 人とした。さらに、6 属性 (①道内 RSR のみ、②道内日帰り観光、③道内宿泊観光、④道外 RSR のみ、⑤道外日帰り観光、⑥道外宿泊観光)に分類し、3 章で示した調査結果から施策毎の属性別人数を推計した。その結果を図 2 に示す。

図 2 より、割引施策によって、道内および道外 RSR のみ参加属性が、観光客化している状況がわかる。特に、現状の道内 RSR のみ属性が、5%割引を実施した場合大

幅に減少(23,253→15,027)し、逆に道内日帰り観光が大幅に増加(4,745→12,022)していることがわかる。

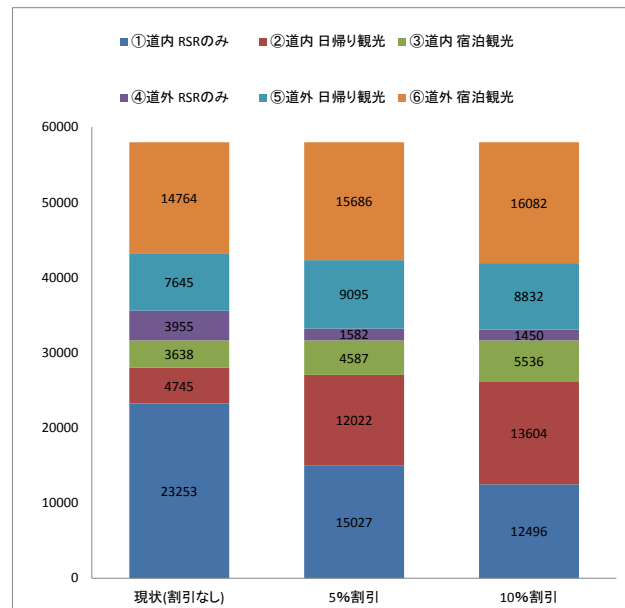


図 2 施策案実施前後の 6 属性別人数

5. 施策別消費額の推計と産業連関分析

5-1 道内・道外参加者の消費金額

表 5、表 6 に道内・道外居住地および観光行動属性別の消費単価を示す。

表 5 道内 RSR 参加者消費単価

割引施策	RSRのみ	日帰り観光	宿泊観光
現状(割引なし)		¥7,228	¥27,015
5%割引	¥33,848	¥6,867	¥25,664
10%割引		¥6,505	¥24,314

表 6 道外 RSR 参加者消費単価

	道外参加者1人当たりの消費金額		
割引施策	RSRのみ	日帰り観光	宿泊観光
現状(割引なし)		¥15,004	¥56,915
5%割引	¥57,552	¥14,254	¥54,069
10%割引		¥13,503	¥51,224

「RSR のみ」の消費額において、期間中の飲食・グッズ・嗜好品の消費額は、Web アンケート結果から道内・道外属性別に算出した。チケット代金は、公式 Web 記載の金額を参考とした。交通費は、「第 5 回北海道観光産業経済効果調査報告書³⁾」から、道内(日帰り観光平均交通費)・道外(来道平均交通費)の値を引用した。また宿泊費は、表 1 の問 1-1 で示した方法別の金額および割合をそれぞれ算出して加重平均した。この際、近隣の宿を選択した場合は、「第 5 回 北海道観光産業経済効果調査報告書」に基づき、道内・道外別の平均宿泊金額を算出して用いた。

なお、「日帰り観光」と「宿泊観光」の金額は、RSR 前後の観光消費額分のみを記載している。これは、「第 5 回 北海道観光産業経済効果調査報告書」から、日帰りおよび宿泊観光客の消費単価(道外 RSR 参加者は、来道交通費を除いた)を算出して用いた。

5-2 各割引施策案の観光消費額の推計

図2 および表5、6の値から、割引施策別に総消費金額を算出して比較した結果を図3に示す。

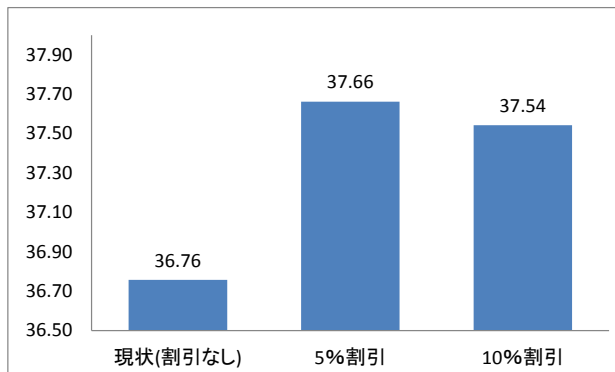


図3 総消費額比較(億円)

図3より、最も高い消費額は5%割引時の37.66億円であり、現状と比べて、2.448%増加することがわかった。

また、5%割引時の属性別消費金額およびその内訳を、それぞれ図4、図5に示す。

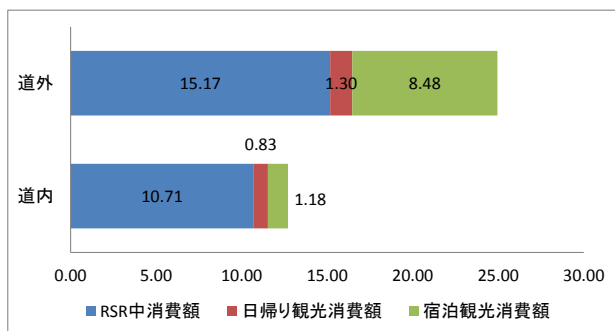


図4 5%割引時の消費額の内訳(億円)

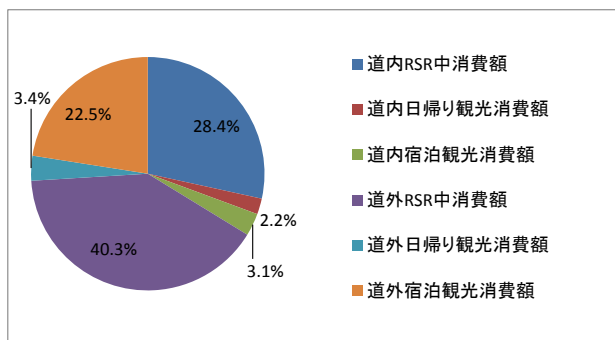


図5 5%割引時の属性別消費額割合

図4より、道外RSR中消費額が15.17億円で最も高いことがわかる。図5より、道外宿泊観光消費額が22.5%と高い。また、観光消費総額の割合は31.2%となっていることから、3割以上がRSR前後の観光による消費であることがわかった。

5-3 産業連関分析

5%割引時の産業連関分析結果を図6に示す。

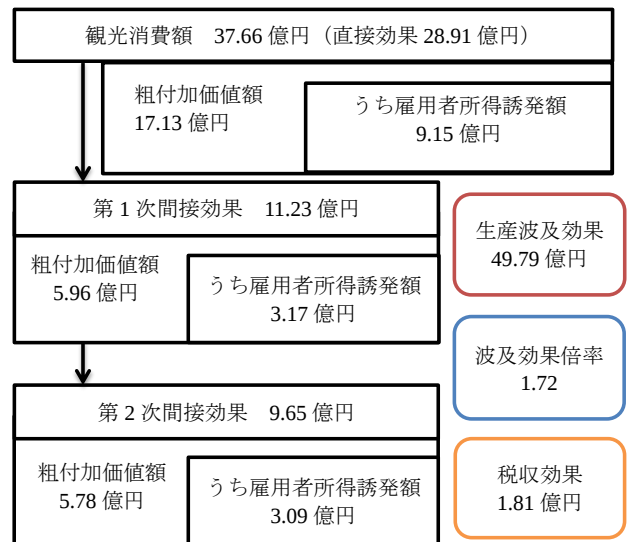


図6 産業連関分析結果

図6より、観光消費額37.66億円に域内自給率を乗じた直接効果28.91億円から、第1次間接効果として11.23億円が発生し、総合的に49.79億円の生産波及効果がある。また、観光消費額と第1次波及効果、第2次波及効果を合わせた値を観光消費額で割った波及効果倍率は1.72倍である。税收効果は1.81億円となった。

5-4 生産波及効果構成比と各産業別波及効果

現状(割引なし)および5%割引の場合の生産波及効果構成比を図7、図8にそれぞれ示す。

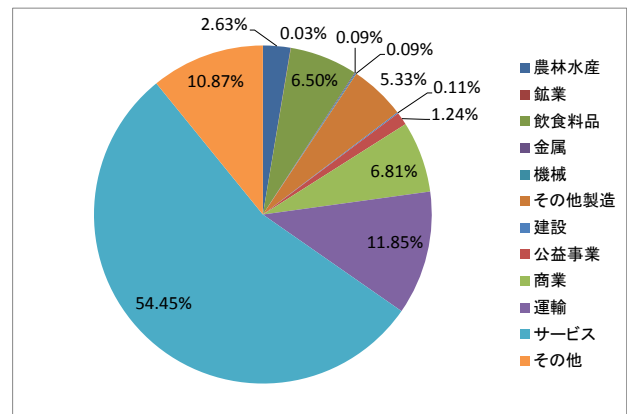


図7 現状(割引なし)の生産波及効果構成比

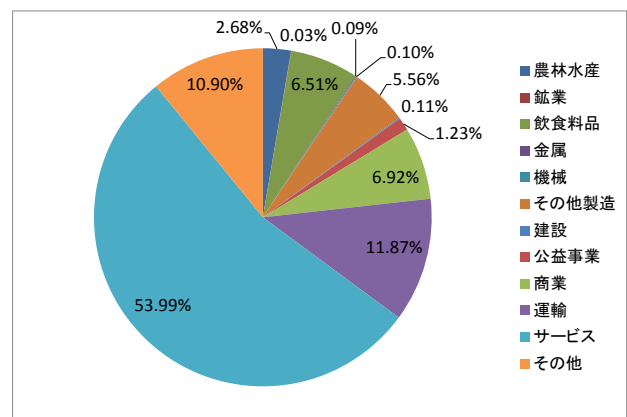


図8 5%割引の生産波及効果構成比

図7、8より、サービス業の生産波及効果が5割以上を占めていることが分かった。また、図7と図8を比較した場合、割引に伴う構成比への影響は殆ど発生しないことがわかった。すなわち、割引を実施したとしても、特定産業に負の影響が集中することはないことが明らかとなった。

5%割引時の各産業別の波及効果額を図9に示す。

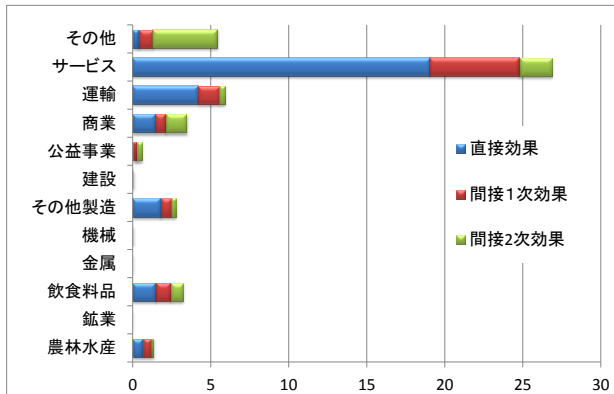


図9 5%割引の各産業別波及効果

図9より、サービス部門が最も大きく26.88億円、次いで運輸部門が5.91億円となり、これらの部門に波及効果が大きいことがわかった。

6. 結論

本研究では、割引施策実施に伴うRSR参加者の観光客化に着目して、その経済波及効果を分析した。これらの結果から「RSRリストバンド提示：5%割引」の施策案の導入が、最も効果が高いことがわかった。

このように、フェスティバル単体のみの効果ではなく、割引により、観光客化させる施策を実施した方が、地域活性化効果が高いことが明らかになった。

RSRのような大規模なフェスティバルに限らず、各地域において小規模実施される野外フェスティバルが創設され、かつ観光客化させる施策案を合わせて導入することができれば、それぞれの周辺地域の活性化に寄与すると考えられる。

音楽は、長年に渡り、市民に親しまれてきた価値ある娯楽である。その「音楽と観光」および「音楽と地域」が互いに協力し合い、地域の総合的魅力が向上すれば、地域における観光客の増加をもたらすという、Win-Winの好循環を創出することが可能になると考えられる。

参考文献

- 1) 酒井均：「野外コンサートと経済効果」、立命館大学音楽文化・産業論(2008)
(URL:<http://www.ritsumeai.ac.jp/acd/cg/ss/08jasrac/zenki/index.htm>)
- 2) Raising Sun Rock Festival：公式ホームページ
- 3) 北海道観光産業経済効果調査委員会：「第5回北海道観光産業経済効果調査」、2011.03