

**サイトウ・キネン・フェスティバル松本 2014  
経済的及び文化的効果算出調査報告書**

**平成27年3月**



# 目次

<b>第1章 調査概要</b> .....	1
(1) 調査の目的.....	1
(2) 調査実施概要.....	1
(3) 調査結果の構成.....	3
<b>第2章 調査結果</b> .....	4
<b>1. SKFの文化的側面からみる効果</b> .....	4
(1) 文化政策における効果把握の課題.....	4
(2) 文化政策の評価方法.....	4
(3) SKFでの評価方法の検討.....	5
(4) SKFでの評価指標.....	6
①目的・目標の明確化.....	6
②目的・目標に合わせた指標.....	7
(5) 調査結果からみる成果・波及効果.....	8
①世界最高水準の音楽祭.....	8
②義務教育世代への音楽情操教育.....	9
③創造的音楽芸術活動の発展に寄与すること.....	10
④松本の魅力の向上.....	11
(6) 文化的効果に関する考察.....	16
①Outcome指標に関する考察.....	16
②Impact指標に関する考察.....	17
<b>2. SKFの経済波及効果</b> .....	18
(1) SKFの経済波及効果算出の考え方.....	18
①経済効果推計の流れ.....	18
②初期需要の推計方法.....	19
(2) 経済効果の算出結果.....	19
(3) 経済波及効果の拡大に向けて.....	21
<b>資料編</b> .....	22
<b>1. SKFの魅力や課題等について</b> .....	22
(1) SKFの強み・魅力.....	22
①SKFの一番の魅力.....	22
②コアなファン層の存在.....	23

③公的資金を投じる是非と寄付の意向 .....	25
(2) SKFの課題等 .....	26
①来場者における若年層の新規開拓 .....	26
②SKFの運営上の課題 .....	27
(3) 「観光」と連携との必要性 .....	28
<b>2. 経済波及効果測定プロセスと算出結果 .....</b>	<b>30</b>
(1) 経済波及効果の算出方法 .....	30
(2) 経済波及効果の分析 .....	30
(3) 産業連関表と支出・消費項目の関係 .....	31
(4) 事業実施にともなう事務局等の支出額および観客・市民の消費額 .....	32
①公益財団法人サイトウ・キネン財団の事業による支出額 .....	32
②松本市国際音楽祭推進団体協議会による県内の支出額 .....	33
③まつもと市民芸術館による県内の支出額 .....	34
④チケット発売日の購入者調査及び来場者による市内の支出額 .....	35
⑤対象別にみる初期需要 .....	41
(5) 経済波及効果の計算結果 .....	42
①直接生産誘発額 .....	42
②第1次・第2次生産誘発額 .....	43
③経済波及効果 .....	45
<b>3. 調査票 .....</b>	<b>46</b>

## 第1章 調査概要

### (1) 調査の目的

偉大な教育者であった故・齋藤秀雄氏没後 10 年にあたる 1984 年、小澤征爾氏の呼びかけにより世界で活躍する同門が一堂に集い、メモリアルコンサートを行った。そこで生まれたサイトウ・キネン・オーケストラが母体となり、小澤征爾総監督のもと、オーケストラとオペラを 2 本の柱とする音楽祭、サイトウ・キネン・フェスティバル松本（以下、SKF）が 1992 年 9 月に始まり、2014 年で 23 回目を迎えた。

SKF は、国内外から評価が高い音楽祭であり、世界最高水準の音楽の鑑賞を求めて各地から多くの人々が訪れている。また、松本が掲げる三つの「ガク都」岳都・学都・楽都のひとつを代表するイベントであり、松本の魅力を市内外に発信する重要な音楽祭となっている。

本調査は SKF の開催が松本地域にどのような影響を与えたかを文化的側面及び経済的側面から客観的に把握するために実施した。

### (2) 調査実施概要

SKF の文化的及び経済的効果を把握するにあたり、アンケート調査及び文献調査を実施した。アンケート調査は、以下の 3 つを実施している。

- 1) チケット発売日の購入者調査
- 2) SKF の来場者調査
- 3) 小中学生アンケート調査

各調査の詳細は以下のとおりである。

#### 1) チケット発売日の購入者調査

・目的：

SKF のチケットの購入を求め、発売日の数日前からキッセイ文化ホール前にテント等を張り、並ぶ者がいる。その層の市内における消費額を把握するために実施した。

・調査方法：

チケット販売前に並んでいる者に対して、調査票を配布し、回答を依頼。

・調査実施時期：

2014 年 6 月 7 日（土）

・回収数：

141 件

## 2) SKF の来場者調査

・ 目的 :

SKF 来場者に対して音楽祭の強み・魅力、松本市の良さ及び滞在時の消費額を把握するために実施した。

・ 調査方法 :

SKF の以下の公演にて、調査票と返信用封筒を配布した。

記入後にポストへ投函することを依頼した。

NO	月	日	公演名	会場	来場者数
1	8月	9日	お城deハーモニー	松本城	170
2	8月	10日	サイトウ・キネン 室内楽勉強会	あがたの森文化会館	245
3	8月	20日	ヴェルディ:オペラ「ファルスタッフ」	まつもと市民芸術館	1,135
4	8月	21日	ストラヴィンスキー:「兵士の物語」	まつもと市民芸術館	367
5	8月	22日	ヴェルディ:オペラ「ファルスタッフ」	まつもと市民芸術館	941
6	8月	23日	ストラヴィンスキー:「兵士の物語」	まつもと市民芸術館	758
7	8月	23日	ふれあいコンサートⅠ	ハーモニーホール	658
8	8月	24日	ヴェルディ:オペラ「ファルスタッフ」	まつもと市民芸術館	1,284
9	8月	24日	吹奏楽パレード	松本城	中止
10	8月	24日	合同演奏会	松本城	1,200
11	8月	25日	ストラヴィンスキー:「兵士の物語」	まつもと市民芸術館	391
12	8月	26日	ヴェルディ:オペラ「ファルスタッフ」	まつもと市民芸術館	1,080
13	8月	27日	ストラヴィンスキー:「兵士の物語」	まつもと市民芸術館	394
14	8月	29日	オーケストラ コンサート	キッセイ文化ホール	1,908
15	8月	30日	ふれあいコンサートⅡ	ハーモニーホール	640
16	8月	31日	オーケストラ コンサート	キッセイ文化ホール	1,947
17	9月	1日	マーカス・ロバーツ ソロ・コンサート	あがたの森文化会館	267
18	9月	2日	オーケストラ コンサート	キッセイ文化ホール	1,912
19	9月	2日	スクリーンコンサート	松本城/中町/上土	1,190
20	9月	3日	マーカス・ロバーツ・トリオ コンサート	ハーモニーホール	647
21	9月	6日	フンパーディンク:オペラ「ヘンゼルとグレーテル」	まつもと市民芸術館	1,042
22	9月	6日	サイトウ・キネン・フェスティバル松本Gig	キッセイ文化ホール	1,915
合計					20,091

・ 調査実施時期 :

2014年8月9日～2014年9月6日

・ 回収数 :

2,681 件

### 3) 小中学生アンケート調査

- ・ 目的 :

公益財団法人サイトウ・キネン財団は、SKF 実施の目的のひとつとして、義務教育世代への音楽情操教育を掲げている。SKF を鑑賞したことによる心境の変化等を把握するために実施した。

- ・ 調査方法 :

SKF を鑑賞した小中学生 223 人に対して、後日、学校にて調査票を配布し回答を依頼した。

- ・ 調査実施時期 :

2014 年 8 月

- ・ 回収数 :

223 件

### (3) 調査結果の構成

調査結果は、以下のとおり取りまとめる。

#### 1. SKFの文化的側面からみる効果

先行研究等より文化政策の評価方法を取りまとめた上で、SKF の文化的効果を測る指標を設定する。そのうえで、アンケート結果等より効果の把握を行う。

#### 2. SKFの経済波及効果

SKF の「開催効果」の範囲を定義付けしたうえで、経済波及効果の算出を行う。

資料編として、調査で把握した、SKF の魅力及び課題について取りまとめる。

- ・ SKF の魅力や課題の把握

さらなる経済波及効果の向上や改善点を把握するため、アンケート調査結果等より抽出された SKF の強みや魅力、運営上等の課題について取りまとめる。

- ・ 経済波及効果算出のプロセス

経済波及効果の算出手順を詳細に示す。

## 第2章 調査結果

### 1. SKFの文化的側面からみる効果

まずは、SKFの文化的側面における効果を示す。

#### (1) 文化政策における効果把握の課題

近年、行政機関の財政状況が厳しくなる中、事業の効率化や説明責任が強く問われるようになり、政策評価、施策評価、事務事業評価の重要性が増大してきている。文化政策においても例外ではない。しかし、文化政策は他の政策領域に比べて、効果や成果が見えづらく評価がしづらい。評価が難しい理由としては、以下のような点が挙げられている。

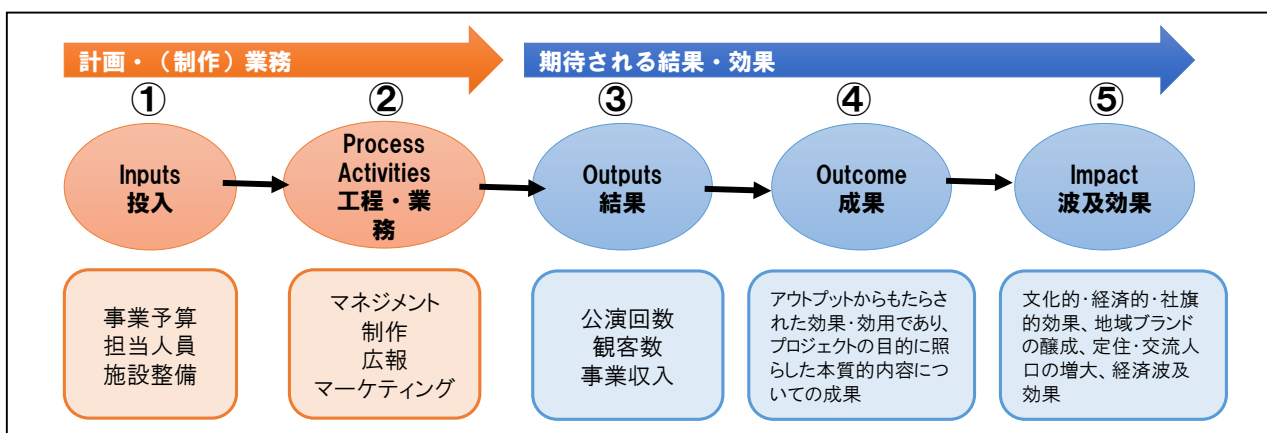
##### 【文化政策の評価が難しい理由】

- ・文化振興基本法では、「芸術文化は、人々の創造性を育み、表現力を高め、相互理解に基づく心豊かな地域づくりに資するものであり、新しい価値の創造につながる」とある。  
つまり、文化政策のアウトカムは人の内面に踏み込んだことに重きを置いていること。
- ・上記のようなアウトカムを定量的に把握することが難しいこと。
- ・事業の実施から成果が生じるのに相応の時間を要すること。

上記のような特殊性ゆえに、文化政策に関する評価は、入場者数、参加者数、施設稼働率といったアウトプットの数値に頼りがちであった。そのようなデータは、評価の基礎指標としては不可欠であるがそれだけでは不十分であり、各事業が目指す目標にあわせて、最適な定性データなどを把握することが必要である。

#### (2) 文化政策の評価方法

文化政策の評価方法に関しては、多くの行政が同じ課題を有していることから、国内外で検討が行われている。先行研究をみるに、文化政策の評価は、以下のようなフレームワークで考えることが一般的である。



参考：「文化庁〔委託先：ニッセイ基礎研究所〕(2012)文化政策の評価手法に関する調査研究事業計画」を参考に作成

このフレームは大きくわけて二つの側面を評価している。ひとつは①と②を対象とした「事業実施のプロセス評価」であり、もうひとつは③～⑤を対象とした「事業後の評価」である。それぞれについて、



定量的、定性的側面から評価指標を検討することが必要となる。

「事業実施のプロセス評価」「事業後の評価」とともに、具体的な評価の視点や指標を設定するためにまず行わなければならないことは事業の目的の明確化である。事業の目的を起点としながら、「事業実施のプロセス評価」「事業後の評価」でどのようなことを評価すべきかを検討していく。

先行研究の中で「事業実施のプロセス評価」「事業後の評価」として挙げられている評価の視点、具体的な指標を整理すると以下のようなものがある。

### 事業実施のプロセス評価

主な評価の視点	具体的な指標
効率性	事業の経費の効率化（人件費、事務コスト等）等
公平性	文化事業の居住地分布、支援対象アーティストの種類、地域分布、芸術活動の入手機会の均等 等
経費	助成金支出額、文化施設運営費、プログラム数 等

### 事業後の評価

主な評価の視点	具体的な指標
Outputs（結果）	鑑賞者数、公演数、支援対象アーティスト数、支援団体数、助成金への応募数 等
Outcome（成果） Outputs からもたらされた効果・効用	支援対象アーティストの活動度、支援アーティストの成長度、参加者の満足度、アーティストの満足度 等
Impact（波及効果） 芸術文化の波及、他政策への寄与	社会問題解決における芸術文化の寄与度、教育改善、地域コミュニティの団結に対する芸術文化の寄与度、経済発展に対する芸術文化の寄与度 等

### （3）SKF での評価方法の検討

前述した文化政策の評価のうち、SKF の評価においては「事業後の評価」を中心に指標の検討を行った。検討のプロセスは以下のような流れである。

#### 【評価指標検討のプロセス】

- 1) 目的・目標の明確化
- 2) 目的・目標をもとに「output（結果）」指標設定
- 3) 目的・目標をもとに「outcome（成果）」指標設定
- 4) 目的・目標、「outcome（成果）」から想定される「impact（波及効果）」を検討

以降では、上記プロセスに沿い、SKF の評価指標について示す。

#### (4) SKF での評価指標

##### ①目的・目標の明確化

SKF を支える運営組織としては「公益財団法人サイトウ・キネン財団」と「松本市国際音楽祭推進団体協議会」がある。

それぞれの組織は、以下の目的を掲げている。

##### **公益財団法人サイトウ・キネン財団の目的**

公益財団法人サイトウ・キネン財団の定款には、以下のように記載がある。

わが国の交響管弦楽及びオペラ等音楽的総合舞台芸術の普及振興を図るため、サイトウ・キネン・オーケストラ（SKO）による世界最高水準の音楽祭を開催するとともに、次世代若手音楽家の育成に努め、また SKO の海外公演等により音楽芸術の国際交流の促進を図り、同時に義務教育世代への音楽情操教育を積極的に支援し、もって我が国の創造的音楽芸術活動の発展に寄与することを目的とする。

目的を整理すると、以下の点が SKF 開催にあたり、目的としていることといえる。

- ◆世界最高水準の音楽祭の開催
- ◆次世代若手音楽家の育成
- ◆義務教育世代への音楽情操教育
- ◆我が国の創造的音楽芸術活動の発展に寄与すること

##### **松本市国際音楽祭推進団体協議会の目的**

松本市国際音楽祭推進団体協議会は、松本市商工会議所等、市内約 23 団体が所属する。松本市国際音楽祭推進団体協議会は、サイトウ・キネン・フェスティバル松本を支援するため、フェスティバルの協力事業や、松本市のフェスティバル事業等を行っている。具体的に実施している事業は、開催期間中に街全体を盛り上げるための歓迎・装飾事業（街中の街灯のフラッグ等）や松本への愛着度を高めるためのホスピタリティ事業である。

上記を整理すると、以下の点が SKF 開催にあたり、松本市国際音楽祭推進団体協議会が目的としていることといえる。

- ◆松本の魅力の向上
  - ・おもてなしの雰囲気醸成
  - ・イメージの向上

これら目的に対応する、Outputs（結果）、Outcome（成果）、Outputs からもたらされた効果・効用を Impact（波及効果）と定義すると以下のようなことになるといえる。

## ②目的・目標に合わせた指標

これら目的に対応する、Outputs（結果）、Outcome（成果）、Impact（波及効果）の指標について、まとめると以下ようになる。特に重要である「成果」や「波及効果」指標については、可能な範囲で来場者アンケート、小中学生アンケートにて把握を行った。

### 公益財団法人サイトウ・キネン財団 「★：今回のアンケートで把握」

目的	評価指標		
	Output（結果）	Outcome（成果）	Impact（波及効果）
世界最高水準の音楽祭の開催	<ul style="list-style-type: none"> <li>世界最高水準の芸術家の出演数</li> <li>海外でのチケット販売数</li> </ul>	★鑑賞者における世界最高水準の音楽祭であるという認識の有無	
次世代若手音楽家の育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>若手音楽家の出演者数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>若手音楽家がスキル向上に向けて得られたこと</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>若手音楽家の活躍</li> </ul>
義務教育世代への音楽情操教育	<ul style="list-style-type: none"> <li>小中学生の鑑賞者数</li> </ul>	★小中学生の創造力を広げることや、音楽への関心等の意識変容	★芸術文化活動への参加（意向含む）
我が国の創造的音楽芸術活動の発展に寄与すること	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内での認知度</li> <li>国内での注目度</li> <li>海外でのチケット販売数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>★来場者の鑑賞したことによる意識変容</li> <li>★来場者の文化活動への関心度</li> </ul>	★芸術文化活動への参加（意向含む）

### 松本市国際音楽祭推進団体協議会 「★：今回のアンケートで把握」

目的	評価指標		
	Output（結果）	Outcome（成果）	Impact（波及効果）
松本の魅力の向上 ・おもてなしの雰囲気醸成 ・イメージの向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>県外来場者数</li> <li>メディア露出数</li> <li>インターネットへの露出実績</li> <li>スポンサー誘致数</li> <li>スポンサー寄付額</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>★文化芸術活動が盛んに行われている地域という評価</li> <li>★他の地域に比べて魅力的な地域という評価</li> <li>★SKFで松本を訪れた期間中、居心地が良かったという評価</li> <li>★運営スタッフからホスピタリティを感じたという評価</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>★SKFがきっかけで松本の良さを知った</li> <li>★松本の良さや魅力を家族や友人・知人に話したことがある</li> <li>★今後、SKF以外で松本を訪れたいという意向</li> </ul>

上記に加えて、松本市民がSKFをどのように捉えているのかも重要な点といえる。そこで、松本市民の意識についても把握を行った。

## (5) 調査結果からみる成果・波及効果

ここからは、前述した目的ごとに設定した指標について、来場者アンケート、小中学生アンケートで把握を行った。

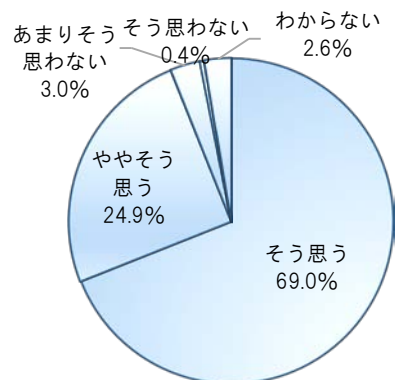
### ①世界最高水準の音楽祭

- 一般の来場者で、世界最高水準の音楽に触れることができたと感じた人の割合は、「そう思う」「ややそう思う」をあわせて 93.9%と非常に高い数値であった。小中学生においても、「世界トップレベルの音楽にふれることができた」と感じた人の割合は 76.9%であり、高くなっている。
- 来場者に「世界最高水準の価値」を提供した音楽祭といえる。

図表 1 「世界最高水準の音楽祭」という認識

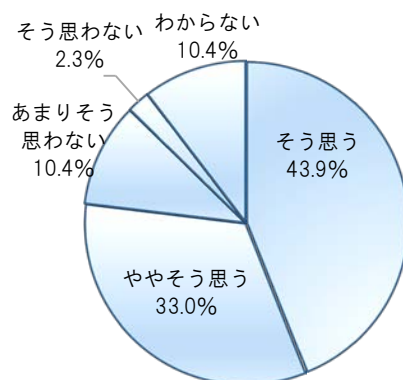
来場者：世界最高水準の音楽に触れることができた

	度数(人)	割合(%)
そう思う	1,753	69.0
ややそう思う	633	24.9
あまりそう思わない	77	3.0
そう思わない	11	0.4
わからない	67	2.6
合計	2,541	100.0



小中学生：世界トップレベルの音楽にふれることができた

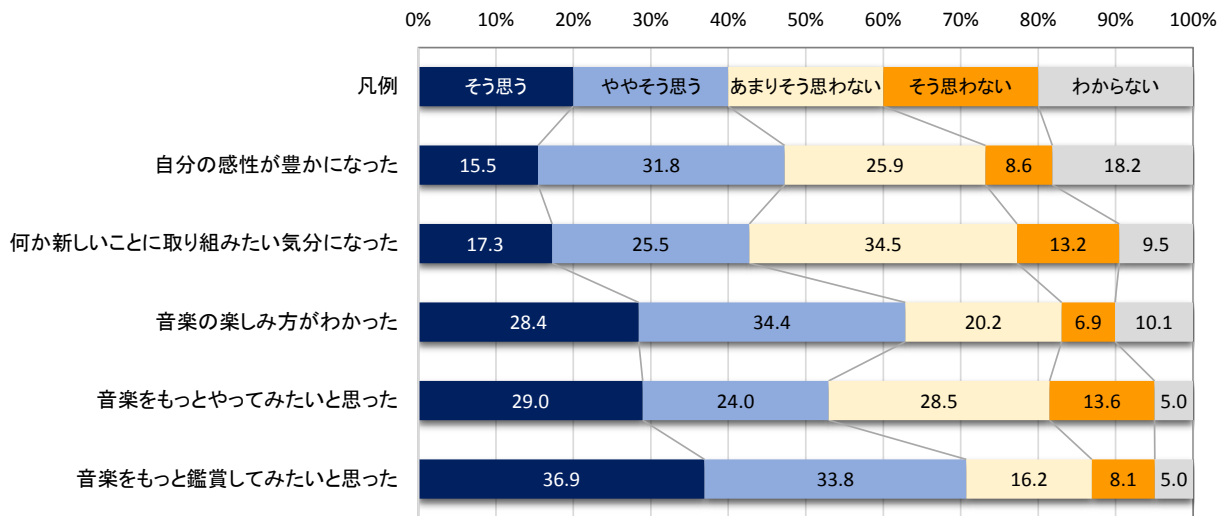
	度数(人)	割合(%)
そう思う	97	43.9
ややそう思う	73	33.0
あまりそう思わない	23	10.4
そう思わない	5	2.3
わからない	23	10.4
合計	221	100.0



## ②義務教育世代への音楽情操教育

- 小中学生にSKFを鑑賞したことによる変化を聞いたところ、「音楽の楽しみ方がわかった」、「音楽をもっと鑑賞してみたい」と思った人の割合は「そう思う」や「ややそう思う」をあわせて60%を超えていた。また、「音楽をもっとやってみたいと思った」と感じた人の割合は、53.0%であった。
- 一般の来場者と比べて、影響を受けたと感じる人は少ないものの、半数以上の小中学生が何らかの変化があったと感じているといえ、「情操教育」という視点では効果があったといえる。

図表 2 小中学生：SKFを鑑賞したことをきっかけとした変化

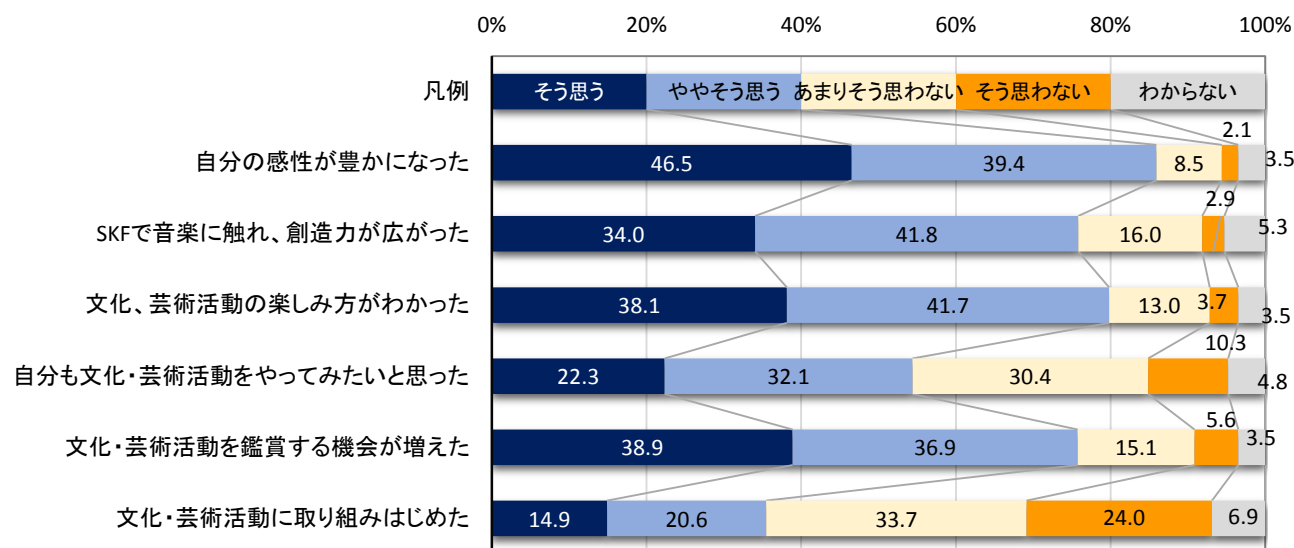


		そう思う	ややそう思う	あまり そう思わない	そう思わない	わからない	合計
自分の感性が豊かになった	度数(人)	34	70	57	19	40	220
	割合(%)	15.5	31.8	25.9	8.6	18.2	100.0
何か新しいことに取り組みたい気分になった	度数(人)	38	56	76	29	21	220
	割合(%)	17.3	25.5	34.5	13.2	9.5	100.0
音楽の楽しみ方がわかった	度数(人)	62	75	44	15	22	218
	割合(%)	28.4	34.4	20.2	6.9	10.1	100.0
音楽をもっとやってみたいと思った	度数(人)	64	53	63	30	11	221
	割合(%)	29.0	24.0	28.5	13.6	5.0	100.0
音楽をもっと鑑賞してみたいと思った	度数(人)	82	75	36	18	11	222
	割合(%)	36.9	33.8	16.2	8.1	5.0	100.0

### ③創造的音楽芸術活動の発展に寄与すること

- 一般来場者における SKF を鑑賞したことによる変化としては、「そう思う」「ややそう思う」をあわせて、約 8 割の人が、「感性が豊かになった」と回答している。また、約 7 割以上の人が、「創造力が広がった」や「楽しみ方がわかった」、「文化・芸術活動を鑑賞する機会が増えた」と回答している。

図表 3 来場者の SKF を鑑賞したことによる変化



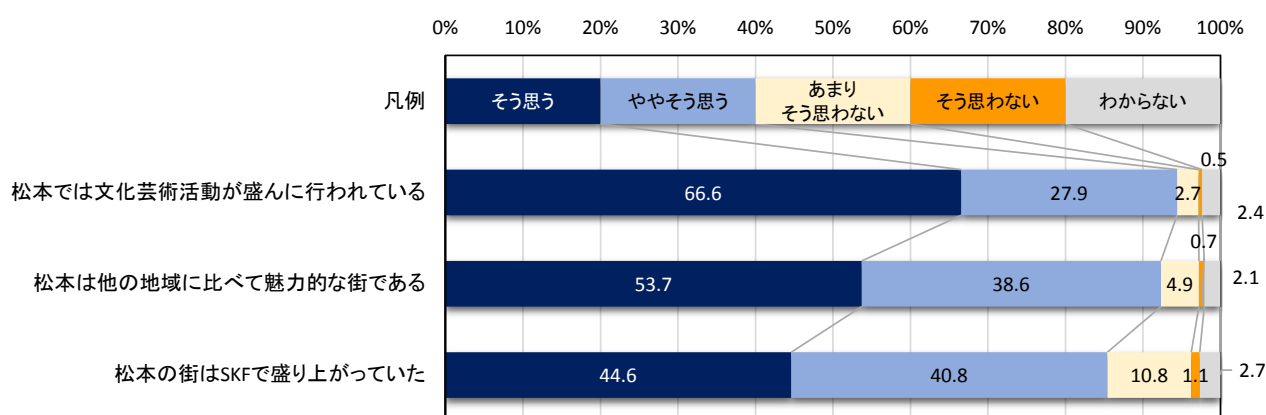
		そう思う	ややそう思う	あまり そう思わない	そう思わない	わからない	合計
自分の感性が豊かになった	度数(人)	1,162	984	212	53	87	2,498
	割合(%)	46.5	39.4	8.5	2.1	3.5	100.0
SKFで音楽に触れ、創造力が広がった	度数(人)	831	1,020	391	70	129	2,441
	割合(%)	34.0	41.8	16.0	2.9	5.3	100.0
文化、芸術活動の楽しみ方がわかった	度数(人)	932	1,018	318	91	85	2,444
	割合(%)	38.1	41.7	13.0	3.7	3.5	100.0
自分も文化・芸術活動をやってみたいと思った	度数(人)	542	778	739	251	117	2,427
	割合(%)	22.3	32.1	30.4	10.3	4.8	100.0
文化・芸術活動を鑑賞する機会が増えた	度数(人)	958	908	373	139	86	2,464
	割合(%)	38.9	36.9	15.1	5.6	3.5	100.0
文化・芸術活動に取り組みはじめた	度数(人)	359	496	812	578	166	2,411
	割合(%)	14.9	20.6	33.7	24.0	6.9	100.0

#### ④松本の魅力の向上

- 「松本では文化芸術活動が盛んに行われている」と感じた人の割合は「そう思う」「やや そう思う」をあわせて、94.5%であった。また、「松本は他地域に比べて魅力的な街である」と回答した人の割合は92.3%と非常に高かった。

#### 来場者全体の松本に対する評価

図表 4 来場者の松本に対する評価

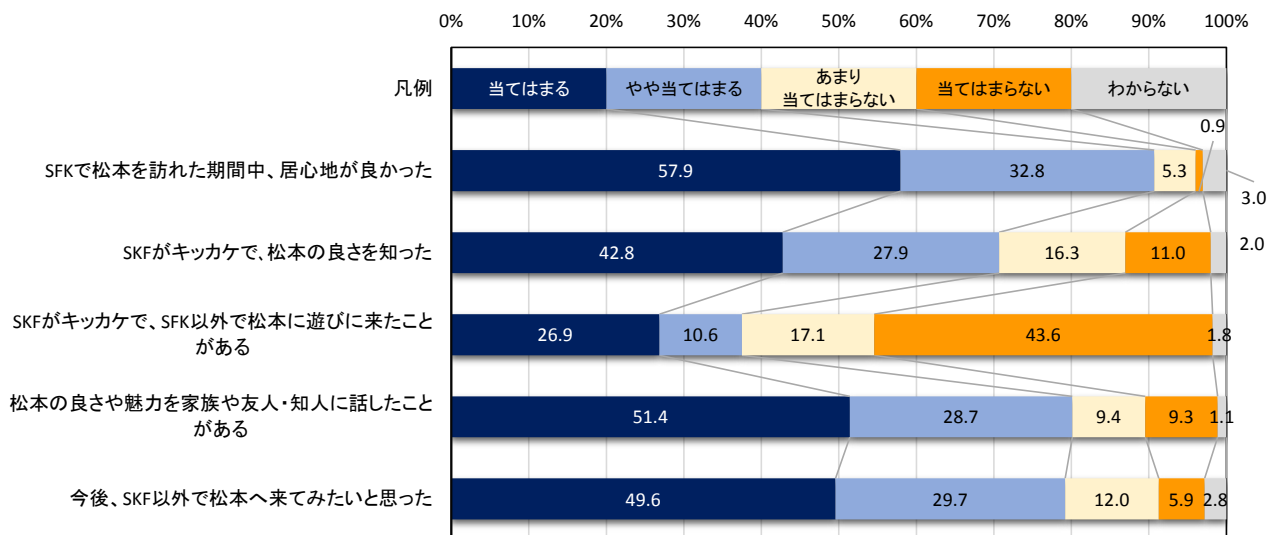


		そう思う	ややそう思う	あまり そう思わない	そう思わない	わからない	合計
松本では文化芸術活動が盛んに行われている	度数(人)	1,721	721	71	12	61	2,586
	割合(%)	66.6	27.9	2.7	0.5	2.4	100.0
松本は他の地域に比べて魅力的な街である	度数(人)	1,377	989	126	18	53	2,563
	割合(%)	53.7	38.6	4.9	0.7	2.1	100.0
松本の街はSKFで盛り上がっていた	度数(人)	1,142	1,045	277	28	68	2,560
	割合(%)	44.6	40.8	10.8	1.1	2.7	100.0

- 以下の質問は、市外からの来場者に回答を依頼したものである。
- 市外からの来場者に対して、松本での滞在時の印象やSKFを鑑賞したことによる変化等を聞いた。肯定的な評価（当てはまる＋やや当てはまる）の割合を見ていくと、「SKFで松本を訪れた期間中、居心地が良かった」と回答した人は90.7%と非常に高かった。
- 「SKFがキッカケで、松本の良さを知った」、松本の良さや魅力を家族や友人・知人に話したことがある」、「今後SKF以外で松本へ来てみたいと思った」人の割合は、7～8割にのぼる。
- 「SKFがキッカケで、SKF以外で松本に遊びに来たことがある」という再来訪につながった人は約4割である。
- SKFで松本を訪れたことにより松本の良さや魅力を知り、友人・知人に薦めたり、再来訪につながるという波及効果が生じている。

### 松本市外からの来場者の意識

図表 5 市外からの来場者の意識



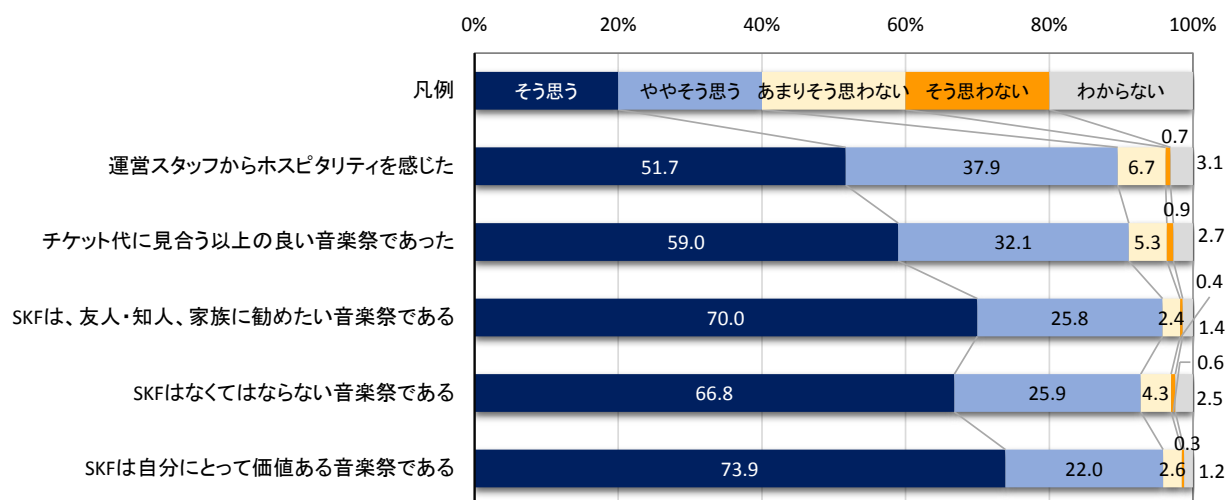
		当てはまる	やや当てはまる	あまり当てはまらない	当てはまらない	わからない	合計
SKFで松本を訪れた期間中、居心地が良かった	度数(人)	1,141	645	105	18	60	1,969
	割合(%)	57.9	32.8	5.3	0.9	3.0	100.0
SKFがキッカケで、松本の良さを知った	度数(人)	835	545	318	215	39	1,952
	割合(%)	42.8	27.9	16.3	11.0	2.0	100.0
SKFがキッカケで、SKF以外で松本に遊びに来たことがある	度数(人)	518	205	330	842	34	1,929
	割合(%)	26.9	10.6	17.1	43.6	1.8	100.0
松本の良さや魅力を家族や友人・知人に話したことがある	度数(人)	1,012	565	185	184	22	1,968
	割合(%)	51.4	28.7	9.4	9.3	1.1	100.0
今後、SKF以外で松本へ来てみたいと思った	度数(人)	971	581	236	116	55	1,959
	割合(%)	49.6	29.7	12.0	5.9	2.8	100.0



- SKF を鑑賞して感じたこととしては、「チケット代に見合う以上の良い音楽祭であった」と回答した人は「そう思う」「ややそう思う」をあわせて9割を超えており、来場者の満足度は非常に高いものであったといえる。満足度の高いこともあり、友人・知人への推奨意向や価値ある音楽祭だと感じている人の割合が非常に高くなっている。
- 運営スタッフのホスピタリティを感じた人も多く、高評価の一因になっていると考えられる。

### 来場者全体の SKF に対する意識

図表 6 SKF を鑑賞して感じたこと

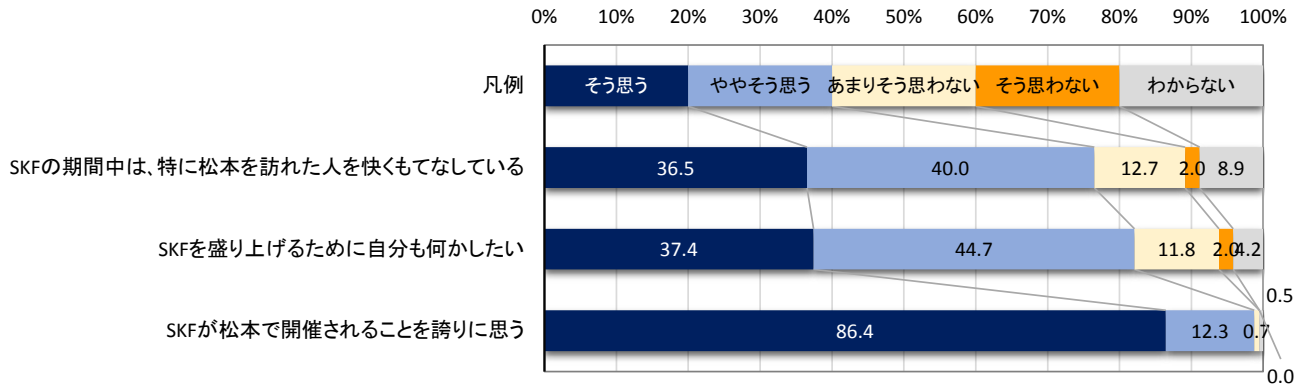


		そう思う	ややそう思う	あまり そう思わない	そう思わない	わからない	合計
運営スタッフからホスピタリティを感じた	度数(人)	1,280	939	165	17	77	2,478
	割合(%)	51.7	37.9	6.7	0.7	3.1	100.0
チケット代に見合う以上の良い音楽祭であった	度数(人)	1,479	805	133	23	68	2,508
	割合(%)	59.0	32.1	5.3	0.9	2.7	100.0
SKFは、友人・知人、家族に勧めたい音楽祭である	度数(人)	1,756	647	61	9	36	2,509
	割合(%)	70.0	25.8	2.4	0.4	1.4	100.0
SKFはなくてはならない音楽祭である	度数(人)	1,678	651	107	14	62	2,512
	割合(%)	66.8	25.9	4.3	0.6	2.5	100.0
SKFは自分にとって価値ある音楽祭である	度数(人)	1,859	553	65	8	31	2,516
	割合(%)	73.9	22.0	2.6	0.3	1.2	100.0

- 「SKF が松本で開催されることを誇りに思う」と回答した人の割合は、「~~や~~ そう思う」をあわせて 98.7% と非常に高い。松本市在住の来場者にとっては、他都市に誇れる音楽祭となっているといえる。

### 市民の SKF に対する意識

図表 7 松本市在住の来場者の意識

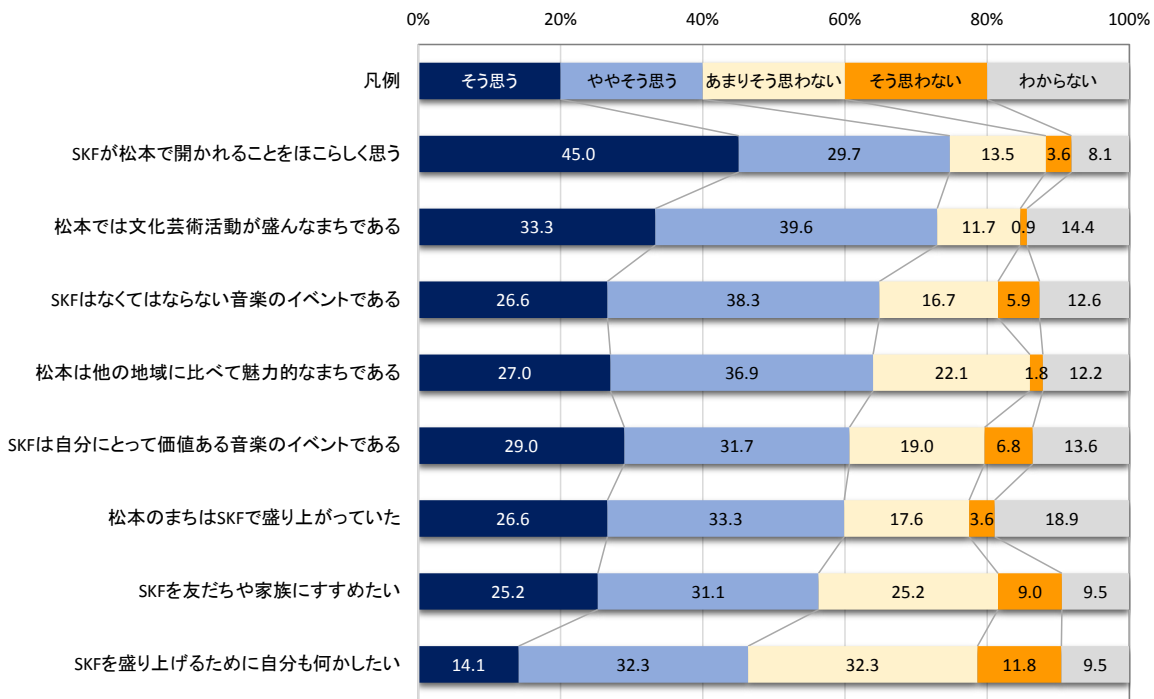


		そう思う	ややそう思う	あまり そう思わない	そう思わない	わからない	合計
SKFの期間中は、特に松本を訪れた人を快くもてなしている	度数(人)	202	221	70	11	49	553
	割合(%)	36.5	40.0	12.7	2.0	8.9	100.0
SKFを盛り上げるために自分も何かしたい	度数(人)	207	247	65	11	23	553
	割合(%)	37.4	44.7	11.8	2.0	4.2	100.0
SKFが松本で開催されることを誇りに思う	度数(人)	491	70	4	0	3	568
	割合(%)	86.4	12.3	0.7	0.0	0.5	100.0

- 「そう思う」「~~や~~ ややそう思う」をあわせて、約6割の小中学生が「SKFが松本で開かれることを誇らしく思う」「松本は文化芸術活動が盛んなまちである」「SKFはなくてはならない音楽のイベントである」「松本は他地域に比べて魅力的なまちである」「SKFは自分にとって価値ある音楽のイベントである」と考えている。

## 小中学生のSKFや松本に対する意識

図表 8 SKFを鑑賞した小中学生の意識



		そう思う	ややそう思う	あまり そう思わない	そう思わない	わからない	合計
SKFが松本で開かれることをほこらしく 思う	度数(人)	100	66	30	8	18	222
	割合(%)	45.0	29.7	13.5	3.6	8.1	100.0
松本では文化芸術活動が盛んなまち である	度数(人)	74	88	26	2	32	222
	割合(%)	33.3	39.6	11.7	0.9	14.4	100.0
SKFはなくてはならない音楽のイベント である	度数(人)	59	85	37	13	28	222
	割合(%)	26.6	38.3	16.7	5.9	12.6	100.0
松本は他の地域に比べて魅力的なま ちである	度数(人)	60	82	49	4	27	222
	割合(%)	27.0	36.9	22.1	1.8	12.2	100.0
SKFは自分にとって価値ある音楽のイ ベントである	度数(人)	64	70	42	15	30	221
	割合(%)	29.0	31.7	19.0	6.8	13.6	100.0
松本のまちはSKFで盛り上がっていた	度数(人)	59	74	39	8	42	222
	割合(%)	26.6	33.3	17.6	3.6	18.9	100.0
SKFを友だちや家族にすすめたい	度数(人)	56	69	56	20	21	222
	割合(%)	25.2	31.1	25.2	9.0	9.5	100.0
SKFを盛り上げるために自分も何かし たい	度数(人)	31	71	71	26	21	220
	割合(%)	14.1	32.3	32.3	11.8	9.5	100.0

## (6) 文化的効果に関する考察

### ①Outcome 指標に関する考察

「世界最高水準の音楽祭の開催」「義務教育世代への音楽情操教育」「我が国の創造的音楽芸術活動の発展に寄与すること」「松本の魅力の向上」の Outcome (成果) に関しては、小中学生の評価はやや低い項目がみられたが、来場者調査についてはどの項目においても高い水準となっていた。多くの来場者は、SKF を鑑賞したことにより、感性が豊かになったや音楽の楽しさがわかった、松本の良さを知ったなど、意識の変化がみられた。SKF をきっかけとして、音楽への興味・関心が高まってきているといえる。

### Outcome 指標に関する結果のまとめ ※肯定的評価の割合を記載

世界最高水準の音楽祭の開催	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆【来場者】世界最高水準の音楽に触れることができた人の割合：93.9%</li> <li>◆【小中学生】世界トップレベルの音楽に触れることができた人の割合：76.9%</li> </ul>
義務教育世代への音楽情操教育	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆【小中学生】自分の感性が豊かになった人の割合：47.3%</li> <li>◆【小中学生】何か楽しいことに取り組みたい気分になった人の割合：42.8%</li> <li>◆【小中学生】音楽の楽しみ方がわかった人の割合：62.8%</li> </ul>
創造的音楽芸術活動の発展に寄与	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆【来場者】自分の感性が豊かになった人の割合：85.9%</li> <li>◆【来場者】SKF で音楽に触れ、創造力が広がった人の割合：75.8%</li> <li>◆【来場者】文化、芸術活動の楽しみ方がわかった人の割合：79.8%</li> </ul>
松本の魅力の向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆【市外来場者】SKF がキッカケで松本の良さを知った人の割合：70.7%</li> </ul>

## ②Impact 指標に関する考察

Impact（波及効果）に関しては、文化・芸術活動を鑑賞する機会が増えた、取り組み始めた人が一定数いた。小中学生において、SKF を鑑賞したことをきっかけとして、音楽をもっとやってみたい、音楽をもっと鑑賞してみたいという意向を持った人が半数以上いることは、注目すべき点である。また、松本の魅力の向上については、松本の良さや魅力を家族や友人に話した、今後、SKF 以外で松本へ来てみたいと思ったと回答した人の割合が非常に高くなっていた。

SKF の来場者が、SKF という音楽祭のファンにとどまらず、音楽祭をとおして「松本」のファンになっていると考えられる。来場者は、“SKF で松本を訪れた期間中、居心地がよかった”や“松本の街は盛り上がっていた”と回答しており、松本という地域全体で来場者をもてなそうという取り組みが、音楽祭単体ではなく「松本」という地域のファンを生み出している可能性がある。

松本のファンとなった人たちは、地元に戻り、友人・知人に SKF の思い出とあわせて、松本の良さを語ってくれていることが推測される。友人・知人の「ロコミ」は、松本へのさらなる来訪者を誘発する可能性をもっている。このような松本ファンの存在は大きくシティプロモーションの側面から見ると、波及効果ははかりしれないといえる。

### Impact 指標に関する結果のまとめ ※肯定的評価の割合を記載

義務教育世代への 音楽情操教育	◆【小中学生】音楽をもっとやってみたいと思った人の割合：53.0 % ◆【小中学生】音楽をもっと鑑賞してみたいと思った人の割合：70.7%
創造的音楽芸術活 動の発展に寄与	◆【来場者】自分も文化・芸術活動をやってみたい人の割合：54.4% ◆【来場者】文化・芸術活動を鑑賞する機会が増えた人の割合：75.8% ◆【来場者】文化・芸術活動に取り組みはじめた人の割合：35.5%
松本の魅力の向上	◆【市外来場者】：SKF 以外で松本に遊びにきた人の割合：37.5% ◆【市外来場者】：松本の良さや魅力を家族や友人に話した人の割合：80.1% ◆【市外来場者】：今後、SKF 以外で松本へ来てみたいと思った人の割合：79.3%

SKF は、Outcome（成果）、Impact（波及効果）もあり、文化的側面において非常に効果をもたらしている、松本が世界に誇れる音楽祭といえる。来年度から「セイジオザワ松本フェスティバル 2015」に名称を変更し、新たなステージへ踏み出す。名称変更後も、来場者を魅了する力、世界に向けた松本ブランドの発進力を十分に活かすことができるよう、引き続き支援をしていくことが求められる。

## 2. SKF の経済波及効果

### (1) SKF の経済波及効果算出の考え方

#### ①経済効果推計の流れ

経済波及効果は、「平成 17 年長野県産業連関表」を用いた産業連関分析を行い算出した。産業連関分析の結果から導き出される経済効果の範囲には様々な考え方があるが、今回は、長野県内における直接経済効果（最終需要）、間接経済効果（1次・2次生産誘発額）を算出し、それらを足し合わせたものを経済波及効果とした。

波及効果の源泉となる初期需要は、「A：来場者等が消費した金額」と「B：事務局の支出額」より算出した。

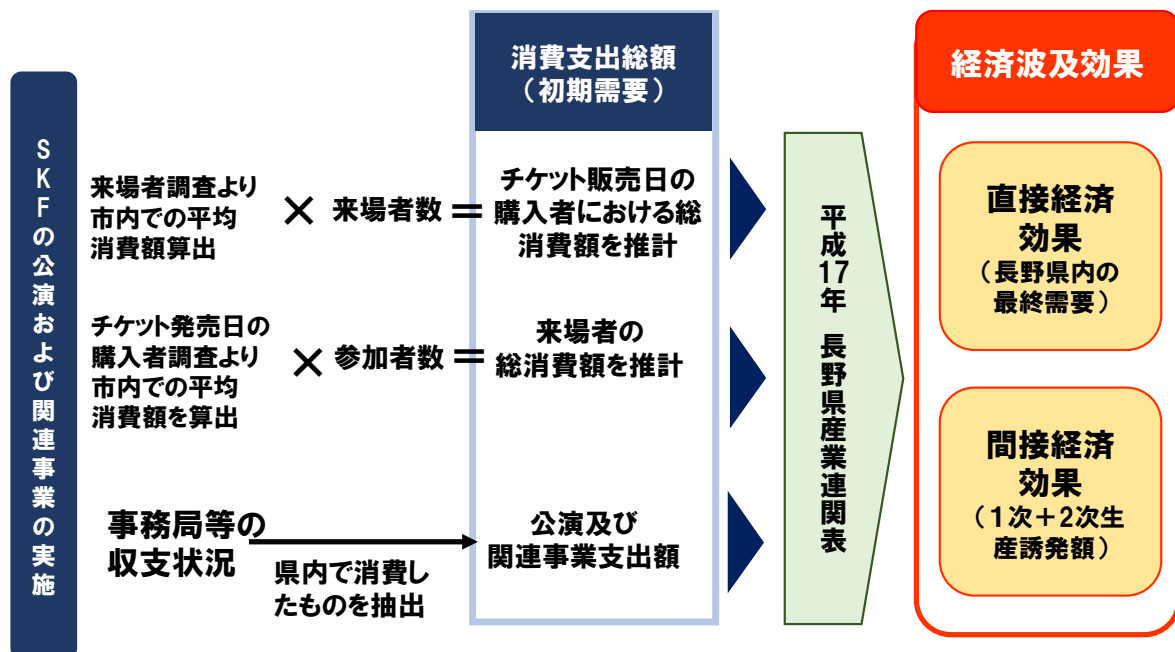
#### A：来場者等の初期需要の把握方法

チケット発売日の購入者調査及び来場者調査から算出した 市内における平均消費額 に 来場者数 をかけ、推計した。

#### B：事務局等の初期需要の把握方法

対象：公益財団法人サイトウ・キネン財団、松本市国際音楽祭推進団体協議会、まつもと市民芸術館公演および関連事業支出のうち、県内企業等に支払った金額を足し合わせて把握した。

図表 9 経済効果推計の流れ



## ②初期需要の推計方法

来場者の消費総額は、「チケット発売日の購入者調査」と「来場者アンケート」において、交通費・飲食費・買い物費・宿泊費等の把握を行い、平均消費金額を算出した。平均消費金額に利用率、来場者数をかけ、来場者の消費総額を算出した。事務局の消費額は、収支状況の記録を確認しながら、支出額の県内・外の振り分けを行い、算出した。なお、初期需要の算出の詳細な過程については P30 以降に記載する

## (2) 経済効果の算出結果

SKFにおける初期需要は8億2,467万円であった。初期需要の内訳としては、チケット販売日の購入者及び公演来場者の消費額が6億3,913万円であり、全体の77.5%を占めていた。公演来場者は、市外在住者が約8割を占めており、宿泊費等が発生したことにより消費額が大きくなったといえる。

事務局における支出額は、公益財団法人サイトウ・キネン財団は1億2,930万円、松本市国際音楽祭推進団体協議会は4,837万円、まつもと市民芸術館は786万円であった。

これら初期需要により生じた経済波及効果は、直接経済効果と間接経済効果（2次生産誘発額まで）とを合わせて10億1,440万円となった。

図表 10 初期需要の内訳

	初期需要	割合
チケット販売日の購入者及び公演来場者の市内における消費額	639,132,038 円	77.5%
公益財団法人サイトウ・キネン財団の県内における支出額	129,300,269 円	15.7%
松本市国際音楽祭推進団体協議会の県内における支出額	48,375,604 円	5.9%
まつもと市民芸術館の県内における支出額	7,865,034 円	1.0%
合計	824,672,945 円	100.0%

※金額は税抜き

図表 11 経済効果算出結果

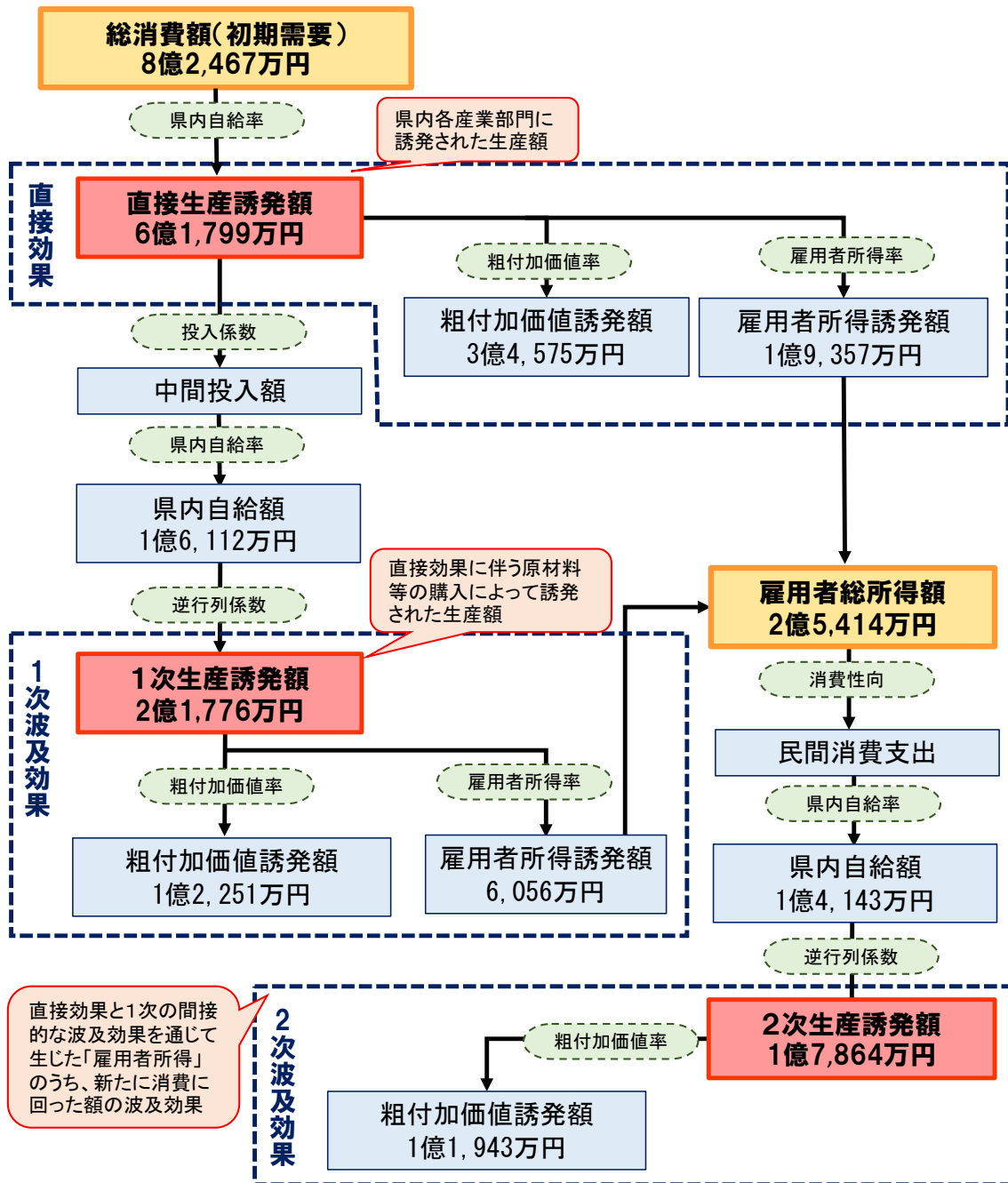
	生産誘発額 (千円)	粗付加価値誘発額(千円)	
		うち雇業者所得誘発額(千円)	
直接生産誘発額	617,994	345,756	193,578
1次生産誘発額	217,763	122,518	60,569
2次生産誘発額	178,648	119,439	—
合計	1,014,405	587,714	254,147

※ただし、平成26年度は吹奏楽パレードが雨天のため中止になった。吹奏楽パレードは、沿道に約4万人訪れるため、例年は上表以上の初期需要があるといえる。

※また、上記、経済波及効果は県外流出分を除いたものである。

※事務局の人件費については、1次生産誘発額に含まれる雇業者所得誘発額に含めている。

図表 12 経済効果算出の流れ



**経済波及効果**

直接生産誘発額  
6億1,799万円
+
1次生産誘発額  
2億1,776万円
+
2次生産誘発額  
1億7,864万円
=
10億1,440万円

▼用語解説

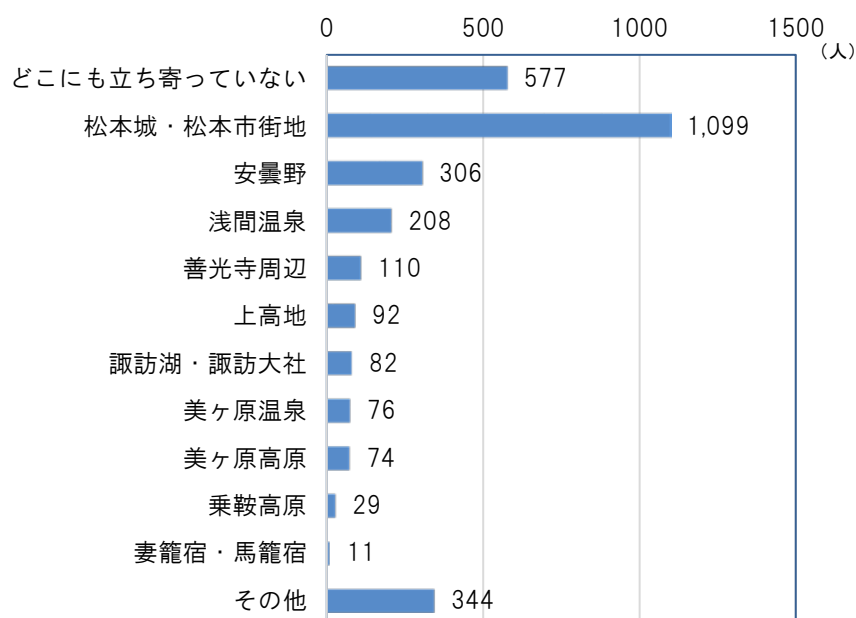
- a. 初期需要・・・来場者等及び事務局による消費支出の総額
- b. 直接生産誘発額・・・初期需要のうち、長野県内の生産によってまかなわれる額（自給される分）
- c. 1次生産誘発額・・・直接生産誘発額によって引き起こされる県内産業への影響の総額
- d. 2次生産誘発額・・・1次生産誘発額までの過程で生まれた所得によって引き起こされる消費とそれに伴う生産波及の総額
- e. 経済波及効果・・・b～dの総計



### (3) 経済波及効果の拡大に向けて

来場者等の消費のなかで、地域に落ち金額が大きいのは「宿泊費」や「飲食費」である。宿泊が伴うことにより、消費につながる。今回の調査においては、市外来場者のうち、宿泊をしていたのは62.0%であった。宿泊日数は1泊が69.1%、2泊が23.1%となっていた。来場者の立ち寄り地点をみると、どこにも立ち寄っていない人が577人(27.6%)であった。観光地を楽しまずに帰っている人が一定数いる。周辺の観光地をまわることで、滞在日数の増加、それにもともなう消費額の拡大につながる可能性がある。また観光地をとおして松本のさまざまな魅力を知ってもらうことも利点としてある。SKFの情報とあわせて、もう一泊したくなるような、周辺の観光情報・飲食店情報など、松本で過ごす“楽しみ”を提案していくことが効果的であると考えられる。

図表 13 市外来場者の周辺観光地の立ち寄り地点



## 1. SKF の魅力や課題等について

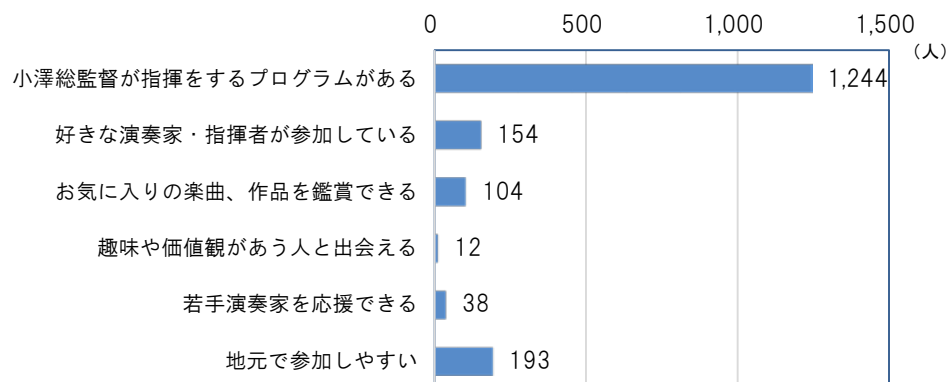
以降では、来場者調査にて把握した SKF の魅力や課題について取りまとめる。

### (1) SKF の強み・魅力

#### ①SKF の一番の魅力

- 来場者に一番の魅力を聞いたところ「小澤総監督が指揮するプログラムがあること」と回答した人が圧倒的に多かった。次いで、地元で参加しやすいことであった。

図表 14 来場者の SKF の一番の魅力



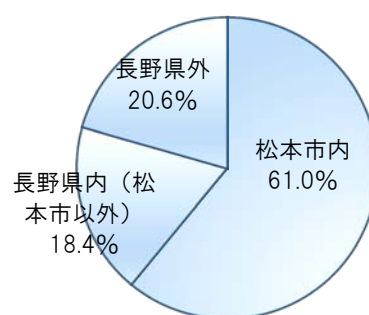
	度数(人)	割合(%)
小澤総監督が指揮をするプログラムがある	1,244	71.3
好きな演奏家・指揮者が参加している	154	8.8
お気に入りの楽曲、作品を鑑賞できる	104	6.0
趣味や価値観があう人と出会える	12	0.7
若手演奏家を応援できる	38	2.2
地元で参加しやすい	193	11.1
合計	1,745	100.0

## ②コアなファン層の存在

- チケット発売時には発売数日前からキッセイ文化ホール前にテントを張り、滞在し、購入を希望する者がいる。
- チケット希望者の居住地をみると、約4割が市外在住者であり、遠方から来ていることがわかる。また、参加回数をみると、毎年参加している人が3割である。
- 前日から並んでチケットを購入する目的としては、確実にチケットが購入できることに加えて、仲間と交流できることを楽しみとしている人がいる。観客同士のつながりも、SKFの強みといえる。

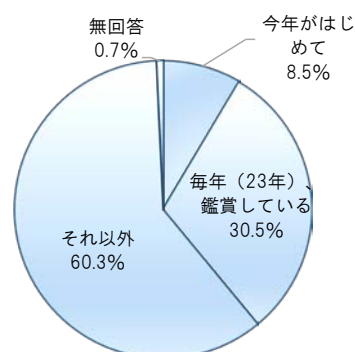
図表 15 チケット発売日の購入者の居住地

	度数(人)	割合(%)
松本市内	86	61.0
長野県内(松本市以外)	26	18.4
長野県外	29	20.6
合計	141	100.0



図表 16 チケット発売日の購入者のSKF参加回数

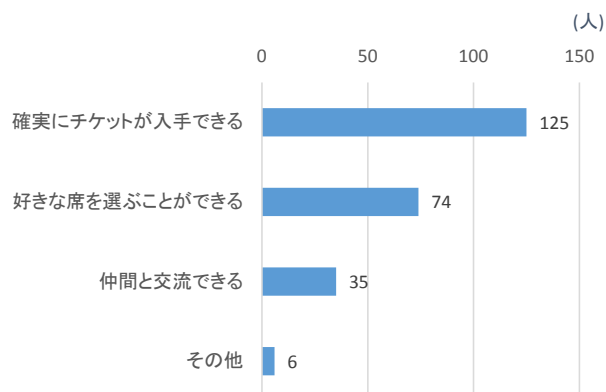
	度数(人)	割合(%)
今年がはじめて	12	8.5
毎年(23年)、鑑賞している	43	30.5
それ以外	85	60.3
無回答	1	0.7
合計	141	100.0



平均値	最頻値	最小値	最大値
12.25	20	2	22

図表 17 チケット発売時に数日前から並ぶ理由

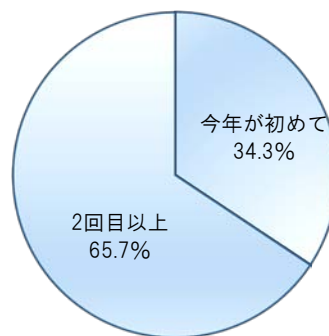
	度数(人)	割合(%)
確実にチケットが入手できる	125	88.7
好きな席を選ぶことができる	74	52.5
仲間と交流できる	35	24.8
その他	6	4.3



- SKF の来場回数を聞いたところ、今年が初めてと回答した人が 34.3%、2 回目以上と回答した人が 65.7%となっていた。
- 2 回目以上の人にこれまでの来場回数を聞いたところ、11 回以上訪れているコアなファン層が約 2 割を締めていた (1,507 人中 321 人)。このようなコアなファン層が SKF の強みともいえる。

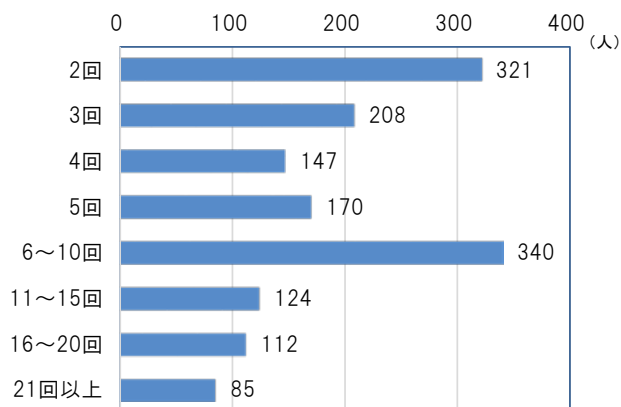
図表 18 SKF の来場回数

	度数(人)	割合(%)
今年が初めて	899	34.3
2回目以上	1,720	65.7
合計	2,619	100.0



図表 19 2 回以上訪れた人の来場回数

	度数(人)	割合(%)
2回	321	21.3
3回	208	13.8
4回	147	9.8
5回	170	11.3
6~10回	340	22.6
11~15回	124	8.2
16~20回	112	7.4
21回以上	85	5.6
合計	1,507	100.0

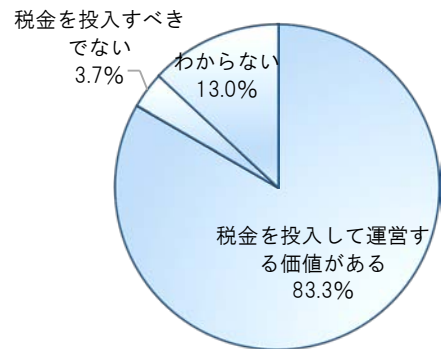


### ③公的資金を投じる是非と寄付の意向

- 税金を投入して運営すべき価値がある音楽祭かという質問に対しては、83.3%の人が、価値があると回答していた。税金を投入すべきではないと考える人は、3.7%にとどまっていた。
- SKF が今後も継続されるために金銭的な寄付を行うかという質問に対しては、33.8%が寄付をしてもよいと回答していた。寄付をしないという人は1割にとどまり、大半がそのときになってみないとわからないと回答していた。
- 寄付をしてもよいと考える人に寄付できる上限金額を聞いたところ、5,000円以下という人が46.0%、5,001円～10,000円という人が42.2%であった。

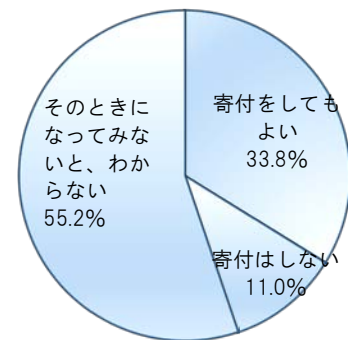
図表 20 税金を投入して運営すべき価値がある音楽祭か

	度数(人)	割合(%)
税金を投入して運営する価値がある	2,179	83.3
税金を投入すべきでない	96	3.7
わからない	340	13.0
合計	2,615	100.0



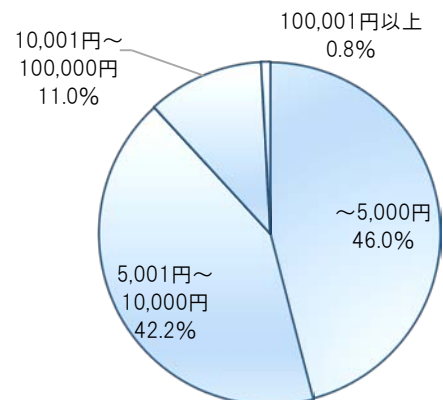
図表 21 SKF が今後も継続されるための金銭的な寄付に関する意識

	度数(人)	割合(%)
寄付をしてもよい	875	33.8
寄付はしない	284	11.0
そのときになってみないと、わからない	1,428	55.2
合計	2,587	100.0



図表 22 寄付の意向がある者の寄付できる上限額

	度数(人)	割合(%)
～5,000円	358	46.0
5,001円～10,000円	329	42.2
10,001円～100,000円	86	11.0
100,001円以上	6	0.8
合計	779	100.0



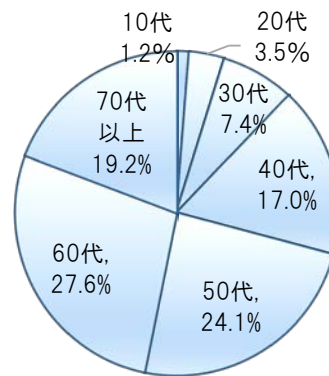
## (2) SKF の課題等

### ①来場者における若年層の新規開拓

- アンケート回答者の年齢をみると、50代以上が7割を占めている。20代、30代の若年層は約1割であり、少ない状況である。
- 調査回答者の傾向から、来場者に若年層が少ないことが推測される。公演の中には、チケット購入が難しいものがある一方、空席が目立つ公演もある。今後、SKFのファン層拡大に向けて、若年層へのアプローチという視点も必要といえる。

図表 13 来場者の年代

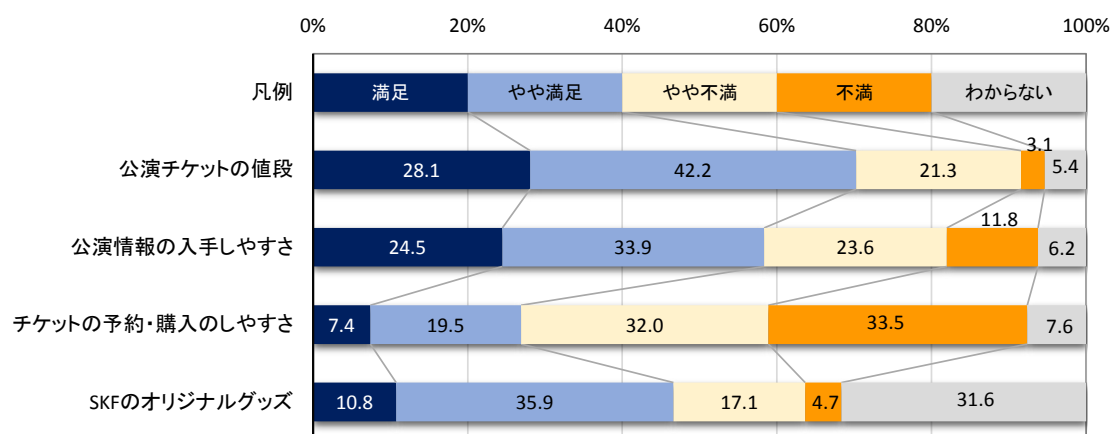
	度数(人)	割合(%)
10代	33	1.2
20代	93	3.5
30代	196	7.4
40代	454	17.0
50代	641	24.1
60代	735	27.6
70代以上	511	19.2
合計	2,663	100.0



## ②SKF の運営上の課題

- SKF の運営に関する満足度としては、「公演チケットの値段」は 70.3%の人が肯定的評価をしていた。「チケットに見合う以上の良い音楽を聴けた」と考える人も多く、現在の公演の質とチケットの金額は見合っているといえる。
- 「公演情報の入手しやすさ」については、58.4%が肯定的評価をしており、35.4%は不満を感じていた。
- また、「チケットの予約・購入のしやすさ」については、65.5%が不満と回答している。

図表 23 運営上の課題



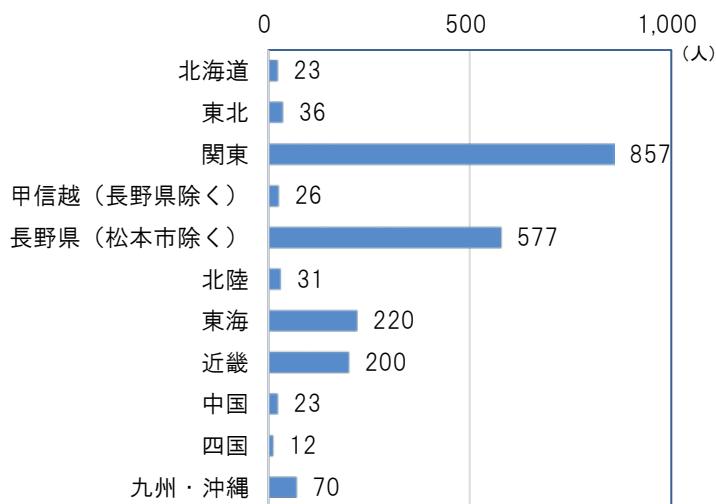
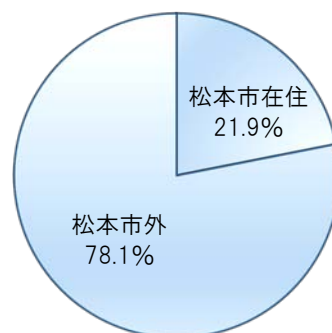
		満足	やや満足	やや不満	不満	わからない	合計
公演チケットの値段	度数(人)	712	1,069	541	78	136	2,536
	割合(%)	28.1	42.2	21.3	3.1	5.4	100.0
公演情報の入手しやすさ	度数(人)	615	851	594	296	157	2,513
	割合(%)	24.5	33.9	23.6	11.8	6.2	100.0
チケットの予約・購入のしやすさ	度数(人)	187	493	808	846	193	2,527
	割合(%)	7.4	19.5	32.0	33.5	7.6	100.0
SKFのオリジナルグッズ	度数(人)	266	887	422	116	783	2,474
	割合(%)	10.8	35.9	17.1	4.7	31.6	100.0

### (3) 「観光」との連携の必要性

- 来訪者の居住地は、78.1%が松本市外であった。市外の居住地をみると、関東が多くなっていた。
- 市外来訪者の宿泊状況をみると、宿泊している人の割合は62.0%であった。
- また、市外来訪者の立ち寄り地点をみると、どこにも立ち寄っていないという人は577人であり、回答者の27.6%を占める。
- 消費額は、宿泊が伴うことにより増加する。SKF の情報とあわせて、周辺の観光地の情報等を伝えることで滞在日数を伸ばすことができ、波及効果を大きくすることができる可能性があるといえる。

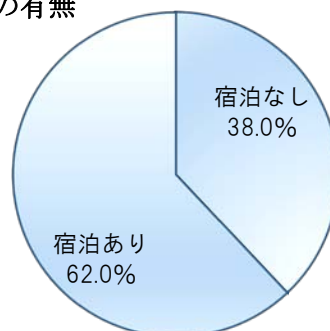
図表 24 来場者の居住地

	度数(人)	割合(%)
松本市在住	586	21.9
松本市外	2,091	78.1
合計	2,677	100.0



図表 25 市外来場者の宿泊の有無

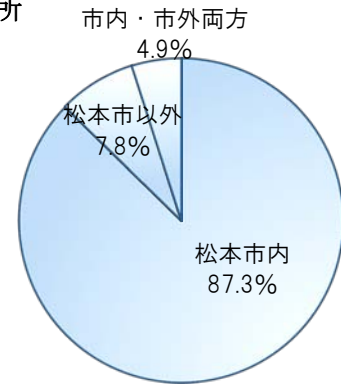
	度数(人)	割合(%)
宿泊なし	776	38.0
宿泊あり	1,266	62.0
合計	2,042	100.0





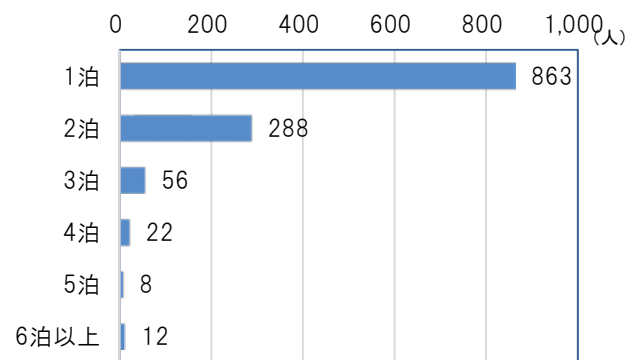
図表 26 市外来場者の宿泊場所

	度数(人)	割合(%)
松本市内	1,041	87.3
松本市以外	93	7.8
市内・市外両方	58	4.9
合計	1,192	100.0



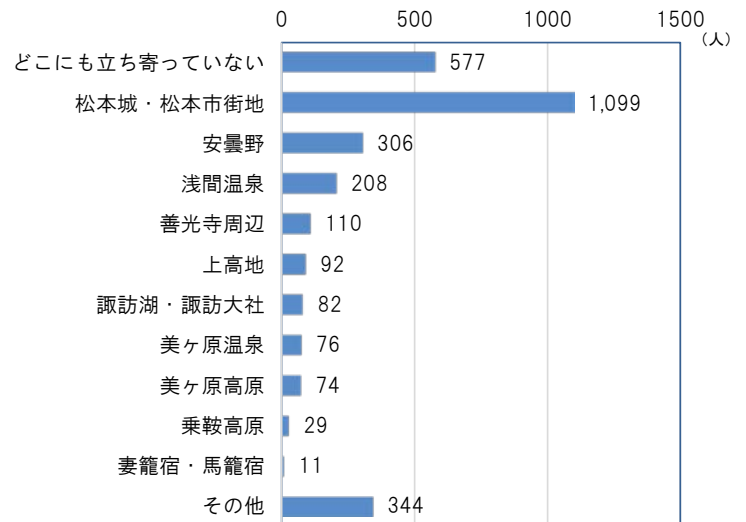
図表 27 市外来場者の宿泊日数

	度数(人)	割合(%)
1泊	863	69.1
2泊	288	23.1
3泊	56	4.5
4泊	22	1.8
5泊	8	0.6
6泊以上	12	1.0
合計	1,249	100.0



図表 28 市外来場者の周辺観光地の立ち寄り地点

	度数(人)
どこにも立ち寄っていない	577
上高地	92
松本城・松本市街地	1,099
美ヶ原高原	74
乗鞍高原	29
浅間温泉	208
美ヶ原温泉	76
安曇野	306
妻籠宿・馬籠宿	11
善光寺周辺	110
諏訪湖・諏訪大社	82
その他	344



## 2. 経済波及効果測定プロセスと算出結果

### (1) 経済波及効果の算出方法

経済効果を把握する方法として、今回は産業連関分析を用いる。

産業連関分析を行う際には、経済活動を財・サービスの取引関係という側面から捉え、ある地域における一定期間の経済活動の実態を一つの表にまとめた産業連関分析表を活用する。

地域経済を構成する各産業は、域内・域外の産業と相互に密接な取引関係を結びながら生産活動を行い、地域独自の産業構造を形成しているが、産業連関表はこのような産業間の取引をまとめたものである。

産業連関表は、それ自体でも、作成年次の県内生産構造や産業部門間の相互依存関係、県内外取引などの実態を明らかにする統計表として有用であるが、内生部門（中間投入と中間需要で囲まれた部分）における産業間の取引に注目し、この数値を加工することで得られる投入係数表や逆行列係数表などを用いた分析（産業連関分析）によって、地域経済の様々な変化のシミュレーションや将来の経済構造を推定するといった予測分析などに幅広く応用することができる。

なお、今回の分析には、長野県が作成した「平成 17 年長野県産業連関分析表」を用いる。

### (2) 経済波及効果の分析

経済波及効果としては、事務局等の事業支出と観客・市民の消費支出から算出される最終需要（直接的経済効果）とそれにとまなう生産増、雇用増、税収増など（間接的経済効果）が考えられるが、今回の調査では生産増のうち、2次波及効果までを推計することとした。

つまり、今回求める経済波及効果は、SKF の開催によって発生した支出総額から、長野県内に残る需要（最終需要）を算出し、最終需要が誘発する原材料等の生産（1次生産誘発効果）と、それらの生産が誘発する新たな生産活動や雇用者の所得増による消費（2次生産誘発効果）までを含むものである。

### (3) 産業連関表と支出・消費項目の関係

産業連関表を用いて、経済波及効果を算出するためには、分析の対象額となる事業支出と観客・市民の消費支出の内容を確認し、産業連関表の各部門にあてはめる（格付けする）必要がある。今回は、以下の34部門の分類にあてはめた。事業支出と消費支出と各部門との対応は以下の通りである。

図表 29 産業連関表（34部門）と支出・消費項目の関係

No	部門	【事務局等の事業支出】 該当する品目	【来場者等の消費支出】 該当する品目
1	農林水産業		
2	鉱業		
3	飲食料品	飲料代	飲料代
4	繊維製品		服購入代
5	パルプ・紙・木製品		
6	化学製品		
7	石油・石炭製品		ガソリン代
8	窯業・土石製品		
9	鉄鋼		
10	非鉄金属		
11	金属製品		
12	一般機械		
13	電気機械		
14	情報・通信機器		
15	電子部品		
16	輸送機械		
17	精密機械		
18	その他の製造工業製品		靴、かばん、文具、本の購入代
19	建設		
20	電力・ガス・熱供給	電気代	
21	水道・廃棄物処理	水道代	
22	商業	文具など小売店等で購入したもの	グッズ代
23	金融・保険	手数料など	
24	不動産	事務所の賃貸料	
25	運輸	交通費、駐車場代	交通費、駐車場代
26	情報通信	電話代、サーバー代など	
27	公務		
28	教育・研究		
29	医療・保健・社会保障	保険料	
30	その他の公共サービス		
31	対事業所サービス	警備費、広告費など	レンタカー代
32	対個人サービス	宿泊費、謝金など	宿泊代、飲食費、チケット代
33	事務用品		
34	分類不明		

#### (4) 事業実施にともなう事務局等の支出額および観客・市民の消費額

##### ①公益財団法人サイトウ・キネン財団の事業による県内での支出額

公益財団法人サイトウ・キネン財団の県内における事業支出を部門別に整理したものが下表である。宿泊費や謝金など対個人サービスの支出が大きいことがわかる。なお、支出額の算出には、公益財団法人サイトウ・キネン財団の会計情報を用いている。

図表 30 支出額（県内分）

No	部門	初期需要（円） 税抜き	主な該当品目
1	農林水産業	0	
2	鉱業	0	
3	飲食料品	821,306	飲料代
4	繊維製品	0	
5	パルプ・紙・木製品	0	
6	化学製品	0	
7	石油・石炭製品	0	
8	窯業・土石製品	0	
9	鉄鋼	0	
10	非鉄金属	0	
11	金属製品	0	
12	一般機械	0	
13	電気機械	0	
14	情報・通信機器	0	
15	電子部品	0	
16	輸送機械	0	
17	精密機械	0	
18	その他の製造工業製品	0	
19	建設	0	
20	電力・ガス・熱供給	5,719	電気代
21	水道・廃棄物処理	58,000	水道代
22	商業	617,794	文具など小売店等で購入したもの
23	金融・保険	408,989	手数料など
24	不動産	1,851,852	事務所の賃貸料
25	運輸	7,784,432	交通費、駐車場代
26	情報通信	1,100,429	電話代、サーバー代など
27	公務	0	
28	教育・研究	0	
29	医療・保健・社会保障	1,200,352	保険料
30	その他の公共サービス	0	
31	対事業所サービス	47,834,539	警備費、広告費など
32	対個人サービス	67,616,856	宿泊費、謝金など
33	事務用品	0	
34	分類不明	0	
合計		129,300,269	

(出所：サイトウ・キネン・フェスティバル松本実行委員会)

※実行委員会の支出額のうち、長野県外へ支払われている費用は、県外への支出となり、長野県内への経済波及効果に直接寄与しないことから、その支出を除外している。

## ②松本市国際音楽祭推進団体協議会による県内での支出額

松本市国際音楽祭推進団体協議会の県内における事業支出を部門別に整理したものが下表である。宣伝費など対事業所サービスの支出が大きいことがわかる。なお、支出額の算出には、松本市国際音楽祭推進団体協議会の会計情報を用いている。

図表 31 支出額（県内分）

No	部門	初期需要（円） 税抜き	主な該当品目
1	農林水産業	0	
2	鉱業	0	
3	飲食料品	10,375	飲料代
4	繊維製品	0	
5	パルプ・紙・木製品	0	
6	化学製品	0	
7	石油・石炭製品	0	
8	窯業・土石製品	0	
9	鉄鋼	0	
10	非鉄金属	0	
11	金属製品	0	
12	一般機械	0	
13	電気機械	0	
14	情報・通信機器	0	
15	電子部品	0	
16	輸送機械	0	
17	精密機械	0	
18	その他の製造工業製品	0	
19	建設	0	
20	電力・ガス・熱供給	0	
21	水道・廃棄物処理	0	
22	商業	1,549,269	文具など小売店等で購入したもの
23	金融・保険	23,700	手数料など
24	不動産	0	
25	運輸	3,424,407	交通費、駐車場代
26	情報通信	245,431	電話代、サーバー代など
27	公務	0	
28	教育・研究	0	
29	医療・保健・社会保障	0	
30	その他の公共サービス	0	
31	対事業所サービス	39,831,398	広告宣伝費費など
32	対個人サービス	3,291,023	宿泊費、謝金など
33	事務用品	0	
34	分類不明	0	
	<b>合計</b>	<b>48,375,604</b>	

（出所：松本市国際音楽祭推進団体協議会）

### ③まつもと市民芸術館による県内での支出額

まつもと市民芸術館の県内における事業支出を部門別に整理したものが下表である。宿泊費など対個人サービスや郵送代などの情報通信の支出が大きい。なお、支出額の算出には、まつもと市民芸術館の会計情報を用いている。

図表 32 支出額（県内分）

No	部門	初期需要（円） 税抜き	主な該当品目
1	農林水産業	0	
2	鉱業	0	
3	飲食料品	0	
4	繊維製品	0	
5	パルプ・紙・木製品	0	
6	化学製品	0	
7	石油・石炭製品	0	
8	窯業・土石製品	0	
9	鉄鋼	0	
10	非鉄金属	0	
11	金属製品	0	
12	一般機械	0	
13	電気機械	0	
14	情報・通信機器	0	
15	電子部品	0	
16	輸送機械	0	
17	精密機械	0	
18	その他の製造工業製品	0	
19	建設	0	
20	電力・ガス・熱供給	0	
21	水道・廃棄物処理	0	
22	商業	321,624	文具など小売店等で購入したもの
23	金融・保険	0	
24	不動産	0	
25	運輸	836,494	交通費、駐車場代
26	情報通信	1,206,914	郵送代
27	公務	0	
28	教育・研究	0	
29	医療・保健・社会保障	0	
30	その他の公共サービス	0	
31	対事業所サービス	0	
32	対個人サービス	5,500,002	宿泊費
33	事務用品	0	
34	分類不明	0	
合計		7,865,034	

（出所：まつもと市民芸術館）

#### ④チケット発売日の購入者調査及び来場者による市内での支出額

チケット発売日の購入者および公演来場者の消費支出額を算出した結果が下表である。宿泊代、チケット代、飲食代などを含む「対個人サービス」が大半を占めている。続いて「飲食料品」「運輸」の順となっている。次頁以降に示すように、これらの消費額の算出根拠として用いられているデータは、チケット販売所で配布したアンケート、公演後に実施した郵送アンケートから把握したものと、サイトウ・キネン・フェスティバル松本実行委員会が把握している売上額（チケット代、グッズ代）等を利用して算出したものであることに留意する必要がある。

図表 33 チケット発売日の購入者および公演来場者の消費支出額

No	部門	初期需要（円） 税抜き	主な該当品目
1	農林水産業	0	
2	鉱業	0	
3	飲食料品	68,324,327	飲料代
4	繊維製品	12,873,997	服購入代
5	パルプ・紙・木製品	0	
6	化学製品	0	
7	石油・石炭製品	9,365,802	ガソリン代
8	窯業・土石製品	0	
9	鉄鋼	0	
10	非鉄金属	0	
11	金属製品	0	
12	一般機械	0	
13	電気機械	0	
14	情報・通信機器	0	
15	電子部品	0	
16	輸送機械	0	
17	精密機械	0	
18	その他の製造工業製品	9,033,010	靴、かばん、文具、本の購入代
19	建設	0	
20	電力・ガス・熱供給	0	
21	水道・廃棄物処理	0	
22	商業	14,791,924	グッズ代
23	金融・保険	0	
24	不動産	0	
25	運輸	60,902,161	交通費、駐車場代
26	情報通信	0	
27	公務	0	
28	教育・研究	0	
29	医療・保健・社会保障	0	
30	その他の公共サービス	0	
31	対事業所サービス	2,585,730	レンタカー代
32	対個人サービス	460,308,946	宿泊代、飲食費、チケット代
33	事務用品	0	
34	分類不明	0	
合計		638,185,898	

チケット発売日の購入者の消費額算出の流れについて示す。公演来場者の消費支出額の算出方法も同様の方法にて算出した。

### 【チケット発売日の購入者の消費支出額の算出の流れ】

**ステップ1**：アンケート調査より、来場者の市内・市外の割合を算出した。

**ステップ2**：アンケート調査より、利用率の算出を行った。アンケートでは、下表（ステップ2）の項目について市内消費額を聞いている。すべての人が各品目を利用しているわけではないため、市内、市外ごとに算出した。

利用率の算出方法）市内来場者の駐車場代の場合

利用者6人÷市内来場者86人×100=7.0%

**ステップ3**：項目ごとに、アンケートの消費額より平均金額を算出した。

**ステップ4**：平均消費金額に利用率と来場者数（市内・市外）を掛け、総消費額を推計した。来場者数は、チケット発売日に並んだ約800人とし、この数値に市外・市内居住率をかけた数値を用いた。

（来場者数800人で、推計値：市内488人、市外312人）

総消費額の算出方法）市内来場者の駐車場代の場合

平均消費金額2,933円×利用率7.0%×市内来場者数推計488人という計算になる。

なお、平均消費金額、利用率、来場者推計は、小数点以下を含むため、上記数値を掛けあわせても総消費額とは完全には一致しない

図表 34 チケット発売日の購入者の消費支出額の算出の流れ

#### ステップ1：

	チケット販売日の購入者	
	人数	割合
市内来場者の回答数	86	59.7%
市外来場者の回答数	55	38.2%
全回答者数	144	100.0%

#### ステップ2：

	チケット販売日の購入者			
	市内		市外	
	人数	利用率	人数	利用率
市内での駐車場代	6	7.0%	2	3.6%
松本ICでの高速道路代	2	2.3%	16	29.1%
市内で給油したガソリン代	17	19.8%	14	25.5%
松本駅で支払った電車代	—	—	7	12.7%
市内でのバス・タクシー代	2	2.3%	13	23.6%
市内で支払ったレンタカー代	—	—	—	—
高速バス代	—	—	1	1.8%
レストランや居酒屋等、飲食店での飲食費	14	16.3%	37	67.3%
コンビニやスーパー等での購入代	36	41.9%	38	69.1%
宿泊費	—	—	18	32.7%
施設入館料・入場料	3	3.5%	8	14.5%
お菓子などの加工品や酒類	4	4.7%	21	38.2%
服など衣料品	4	4.7%	10	18.2%
靴、かばん、文具、本	3	3.5%	4	7.3%
その他	2	2.3%	—	—
ツアー料金	—	—	—	—



ステップ3 :

		調査結果に基づく平均消費額と利用率			
		市内からの来場者		市外からの来場者	
		平均金額(円)	利用率	平均金額(円)	利用率
交通費	市内での駐車場代	¥2,933	7.0%	¥1,500	3.6%
	松本ICでの高速道路代	¥3,000	2.3%	¥5,443	29.1%
	市内で給油したガソリン代	¥2,582	19.8%	¥4,750	25.5%
	松本駅で支払った電車代	¥0	0.0%	¥8,723	12.7%
	市内でのバス・タクシー代	¥5,250	2.3%	¥1,708	23.6%
	市内で支払ったレンタカー代	¥0	0.0%	¥0	0.0%
	高速バス	¥0	0.0%	¥5,970	1.8%
飲食店での飲食費	レストランや居酒屋等、飲食店で支払った費用	¥5,729	16.3%	¥4,732	67.3%
飲食店以外の飲食費等	コンビニやスーパー等で支払った費用	¥2,335	41.9%	¥1,713	69.1%
宿泊費	宿泊費	¥0	1.2%	¥8,099	32.7%
施設入館料	施設入館料・入場料	¥3,883	3.5%	¥1,006	14.5%
お土産代・買物代	お菓子などの加工品や酒類	¥875	4.7%	¥5,452	38.2%
	服など衣料品	¥1,750	4.7%	¥7,100	18.2%
	靴、かばん、文具、本	¥1,167	3.5%	¥9,750	7.3%
その他(農産物、雑貨等)		¥400	2.3%	¥0	0.0%
ツアー料金、旅費総額		¥0	0.0%	¥0	0.0%

ステップ4 :

		総消費額(円)		
		市内	市外	合計
		推計488人	推計312人	計800人
来場者数: 800人				
交通費	市内での駐車場代	99,858	17,021	116,879
	松本ICでの高速道路代	34,043	494,071	528,113
	市内で給油したガソリン代	249,078	377,305	626,383
	松本駅で支払った電車代	0	346,440	346,440
	市内でのバス・タクシー代	59,574	125,957	185,532
	市内で支払ったレンタカー代	0	0	0
	高速バス	0	33,872	33,872
飲食店での飲食費	レストランや居酒屋等、飲食店で支払った費用	455,035	993,475	1,448,511
飲食店以外の飲食費等	コンビニやスーパー等で支払った費用	476,879	369,362	846,241
宿泊費	宿泊費	0	827,121	827,121
施設入館料	施設入館料・入場料	66,099	45,674	111,773
お土産代・買物代	お菓子などの加工品や酒類	19,858	649,645	669,504
	服など衣料品	39,716	402,837	442,553
	靴、かばん、文具、本	19,858	221,277	241,135
その他(農産物、雑貨等)		4,539	0	4,539
ツアー料金、旅費総額		0	0	0
合計		¥1,524,539	¥4,904,057	¥6,428,596

公演来場者の消費支出額の算出方法について示す。チケット発売日の購入者とステップ1～4までは同様であるが、ステップ5として、事務局の会計情報から把握を行ったチケット購入代、グッズ購入代、プログラム購入代の金額を加えている。

**【公演来場者の消費支出額の算出の流れ】**

- ステップ1** : アンケート調査より、来場者の市内・市外の割合を算出した
- ステップ2** : アンケート調査より、利用率の算出を行った。アンケートでは、下表（ステップ2）の項目について市内消費額を聞いている。すべての人が各品目を利用しているわけではないため、市内、市外ごとに算出した。
- ステップ3** : 項目ごとに、アンケートの消費額より平均金額を算出した。
- ステップ4** : 平均金額に利用率と来場者数（市内・市外）を掛け、総消費額を推計した。来場者数は、公演の鑑賞者数を（図表 36 を参照）足し、25,057 人とし、この数値に市外・市内居住率をかけた数値を用いた。（来場者数 25,057 人。推計値：市内 5,485 人、市外 19,572 人）
- ステップ5** : 公演のチケット代、グッズ代、プログラム代の売上金額を加えている。

図表 35 公演来場者の消費支出額の算出の流れ

**ステップ1 :**

	公演来場者	
	人数	割合
市内からの来場者数	586	21.8%
市外からの来場者数	2,091	77.9%
全回答者数	2,683	100.0%

**ステップ2 :**

	公演来場者			
	市内		市外	
	人数	利用率	人数	利用率
市内での駐車場代	174	29.7%	638	30.5%
松本ICでの高速道路代	63	10.8%	681	32.6%
市内で給油したガソリン代	91	15.5%	429	20.5%
松本駅で支払った電車代	76	13.0%	623	29.8%
市内でのバス・タクシー代	145	24.7%	925	44.2%
市内で支払ったレンタカー代	61	10.4%	274	13.1%
高速バス代	—	—	—	—
レストランや居酒屋等、飲食店での飲食費	292	49.8%	1,649	78.9%
コンビニやスーパー等での購入費	168	28.7%	1,126	53.8%
宿泊費	76	13.0%	1,157	55.3%
施設入館料・入場料	76	13.0%	722	34.5%
お菓子などの加工品や酒類	99	16.9%	1,252	59.9%
服など衣料品	76	13.0%	419	20.0%
靴、かばん、文具、本	79	13.5%	493	23.6%
その他	65	11.1%	400	19.1%
ツアー料金	—	—	11	0.5%

ステップ3 :

		調査結果に基づく平均消費額と利用率			
		市内からの来場者		市外からの来場者	
		平均金額(円)	利用率	平均金額(円)	利用率
交通費	市内での駐車場代	¥790	19.6%	¥818	21.9%
	松本ICでの高速道路代	¥1,220	0.2%	¥3,197	25.7%
	市内で給油したガソリン代	¥2,003	6.7%	¥3,829	10.7%
	松本駅で支払った電車代	¥818	2.9%	¥5,716	20.8%
	市内でのバス・タクシー代	¥1,696	15.5%	¥2,032	36.5%
	市内で支払ったレンタカー代	¥750	0.3%	¥6,404	2.1%
	高速バス	¥0	0.0%	¥0	0.0%
飲食店での 飲食費	レストランや居酒屋等、飲食店で支払った費用	¥3,235	43.2%	¥4,922	76.7%
飲食店以外 の飲食費等	コンビニやスーパー等で支払った費用	¥1,111	21.3%	¥1,430	49.8%
宿泊費	宿泊費	¥14,071	1.2%	¥13,892	49.3%
施設入館料	施設入館料・入場料	¥1,458	2.0%	¥1,024	24.8%
お土産代・ 買物代	お菓子などの加工品や酒類	¥2,009	7.2%	¥4,752	54.8%
	服など衣料品	¥10,979	2.4%	¥6,038	9.3%
	靴、かばん、文具、本	¥2,989	3.6%	¥3,062	13.7%
その他(農産物、雑貨等)		¥9,395	1.9%	¥12,375	10.2%
ツアー料金、旅費総額		¥0	0.0%	¥88,627	0.5%

ステップ4 :

		総消費額(円)		
		市内	市外	合計
		推計5,485人	推計19,572人	25,057人
交通費	市内での駐車場代	850,225	3,505,125	4,355,350
	松本ICでの高速道路代	11,419	16,097,667	16,109,086
	市内で給油したガソリン代	731,024	8,028,321	8,759,345
	松本駅で支払った電車代	130,105	23,275,117	23,405,222
	市内でのバス・タクシー代	1,444,264	14,513,497	15,957,762
	市内で支払ったレンタカー代	14,040	2,577,586	2,591,626
	高速バス	0	0	0
飲食店での 飲食費	レストランや居酒屋等、飲食店で支払った 費用	7,660,768	73,856,926	81,517,694
飲食店以外 の飲食費等	コンビニやスーパー等で支払った費用	1,299,370	13,943,692	15,243,061
宿泊費	宿泊費	921,970	134,058,853	134,980,823
施設入館料	施設入館料・入場料	163,802	4,965,358	5,129,159
お土産代・ 買物代	お菓子などの加工品や酒類	789,712	50,928,133	51,717,845
	服など衣料品	1,438,648	11,021,139	12,459,787
	靴、かばん、文具、本	587,440	8,224,481	8,811,921
その他(農産物、雑貨等)		967,348	24,788,655	25,756,003
ツアー料金、旅費総額		0	9,125,166	9,125,166
合計		¥17,010,137	¥398,909,715	¥415,919,851

ステップ5 :

	売上げ金額(円) 税抜き
チケット代	197,014,815
グッズ代	14,791,924
プログラム代	4,976,852
合計	216,783,591

図表 36 対象公演の来場者数

NO	月	日	公演名	会場	来場者数
1	8月	9日	お城deハーモニー	松本城	170
2	8月	10日	サイトウ・キネン 室内楽勉強会	あがたの森文化会館	245
3	8月	18日	オペラ・ドレス/リハーサル	まつもと市民芸術館	1,500
4	8月	20日	ヴェルディ:オペラ「ファルスタッフ」	まつもと市民芸術館	1,135
5	8月	21日	ストラヴィンスキー:「兵士の物語」	まつもと市民芸術館	367
6	8月	22日	ヴェルディ:オペラ「ファルスタッフ」	まつもと市民芸術館	941
7	8月	23日	ストラヴィンスキー:「兵士の物語」	まつもと市民芸術館	758
8	8月	23日	ふれあいコンサート I	ハーモニーホール	658
9	8月	24日	ヴェルディ:オペラ「ファルスタッフ」	まつもと市民芸術館	1,284
10	8月	24日	吹奏楽パレード	松本城	中止
11	8月	24日	合同演奏会	松本城	1,200
12	8月	25日	ストラヴィンスキー:「兵士の物語」	まつもと市民芸術館	391
13	8月	26日	ヴェルディ:オペラ「ファルスタッフ」	まつもと市民芸術館	1,080
14	8月	27日	ストラヴィンスキー:「兵士の物語」	まつもと市民芸術館	394
15	8月	28日	ゲネプロ一般公開	キッセイ文化ホール	1,816
16	8月	29日	オーケストラ コンサート	キッセイ文化ホール	1,908
17	8月	30日	ふれあいコンサート II	ハーモニーホール	640
18	8月	31日	オーケストラ コンサート	キッセイ文化ホール	1,947
19	9月	1日	マーカス・ロバーツ ソロ・コンサート	あがたの森文化会館	267
20	9月	2日	オーケストラ コンサート	キッセイ文化ホール	1,912
21	9月	2日	スクリーンコンサート	松本城/中町/上土	1,190
22	9月	3日	マーカス・ロバーツ・トリオ コンサート	ハーモニーホール	647
23	9月	5日	松本Gigゲネプロ一般公開	キッセイ文化ホール	1,650
24	9月	6日	フンパーディンク:オペラ「ヘンゼルとグレーテル」	まつもと市民芸術館	1,042
25	9月	6日	サイトウ・キネン・フェスティバル松本Gig	キッセイ文化ホール	1,915
合計					25,057

### ⑤対象別にみる初期需要

下表は、初期需要の内訳をまとめたものである。チケット発売日の購入者及び来場者の消費額が最も多くなっており、77.5%を占めている。

(単位：円)

No	部門	公益財団法人サイトウ・キネン財団	松本市国際音楽祭推進団体協議会	まつもと市民芸術館	チケット発売日の購入者調査及び来場者	初期需要合計
1	農林水産業	0	0	0	0	0
2	鉱業	0	0	0	0	0
3	飲食物品	821,306	10,375	0	68,476,651	69,308,332
4	繊維製品	0	0	0	12,902,341	12,902,341
5	パルプ・紙・木製品	0	0	0	0	0
6	化学製品	0	0	0	0	0
7	石油・石炭製品	0	0	0	9,385,728	9,385,728
8	窯業・土石製品	0	0	0	0	0
9	鉄鋼	0	0	0	0	0
10	非鉄金属	0	0	0	0	0
11	金属製品	0	0	0	0	0
12	一般機械	0	0	0	0	0
13	電気機械	0	0	0	0	0
14	情報・通信機器	0	0	0	0	0
15	電子部品	0	0	0	0	0
16	輸送機械	0	0	0	0	0
17	精密機械	0	0	0	0	0
18	その他の製造工業製品	0	0	0	9,053,055	9,053,055
19	建設	0	0	0	0	0
20	電力・ガス・熱供給	5,719	0	0	0	5,719
21	水道・廃棄物処理	58,000	0	0	0	58,000
22	商業	617,794	1,549,269	321,624	14,791,924	17,280,611
23	金融・保険	408,989	23,700	0	0	432,689
24	不動産	1,851,852	0	0	0	1,851,852
25	運輸	7,784,432	3,424,407	836,494	61,038,257	73,083,592
26	情報通信	1,100,429	245,431	1,206,914	0	2,552,774
27	公務	0	0	0	0	0
28	教育・研究	0	0	0	0	0
29	医療・保健・社会保障	1,200,352	0	0	0	1,200,352
30	その他の公共サービス	0	0	0	0	0
31	対事業所サービス	47,834,539	39,831,398	0	2,591,626	90,257,563
32	対個人サービス	67,616,856	3,291,023	5,500,002	460,892,456	537,300,337
33	事務用品	0	0	0	0	0
34	分類不明	0	0	0	0	0
	合計	129,300,269	48,375,604	7,865,034	639,132,038	824,672,945
	比率	15.7%	5.9%	1.0%	77.5%	100.0%

## (5) 経済波及効果の計算結果

### ①直接生産誘発額

支出額を直接満たす生産のうち、県内で自給されるものが直接生産誘発額（県内自給額）である。

図表 37 事業実施に伴う直接生産誘発額（県内自給額）

（単位：千円）

No	部門	直接生産誘発額
1	農林水産業	0
2	鉱業	0
3	飲食料品	14,542
4	繊維製品	119
5	パルプ・紙・木製品	0
6	化学製品	0
7	石油・石炭製品	240
8	窯業・土石製品	0
9	鉄鋼	0
10	非鉄金属	0
11	金属製品	0
12	一般機械	0
13	電気機械	0
14	情報・通信機器	0
15	電子部品	0
16	輸送機械	0
17	精密機械	0
18	その他の製造工業製品	1,220
19	建設	0
20	電力・ガス・熱供給	3
21	水道・廃棄物処理	57
22	商業	35,567
23	金融・保険	348
24	不動産	1,802
25	運輸	46,710
26	情報通信	1,819
27	公務	0
28	教育・研究	0
29	医療・保健・社会保障	1,191
30	その他の公共サービス	0
31	対事業所サービス	71,634
32	対個人サービス	442,742
33	事務用品	0
34	分類不明	0
	合計	617,994

## ②第1次・第2次生産誘発額

第1次生産誘発額は、直接生産誘発額を満たすために生産された原材料の生産のもとになった原材料の取引総額を指す。また、第2次生産誘発額は、第1次波及効果までの過程で生まれた所得の一部が消費等にまわったことで生じる新たな需要とそれにともなう生産波及効果のことである。

第1次、および第2次生産誘発額の合計は以下の通りである。

図表 38 事業実施にともなう波及効果（第1次生産誘発額の合計）

（単位：千円）

No	部門	1次生産誘発額
1	農林水産業	8,811
2	鉱業	325
3	飲食料品	17,292
4	繊維製品	73
5	パルプ・紙・木製品	2,179
6	化学製品	299
7	石油・石炭製品	436
8	窯業・土石製品	631
9	鉄鋼	43
10	非鉄金属	88
11	金属製品	541
12	一般機械	1,185
13	電気機械	228
14	情報・通信機器	39
15	電子部品	176
16	輸送機械	301
17	精密機械	104
18	その他の製造工業製品	2,261
19	建設	5,772
20	電力・ガス・熱供給	10,130
21	水道・廃棄物処理	14,969
22	商業	28,950
23	金融・保険	22,049
24	不動産	9,978
25	運輸	19,929
26	情報通信	19,045
27	公務	745
28	教育・研究	1,774
29	医療・保健・社会保障	39
30	その他の公共サービス	1,841
31	対事業所サービス	37,668
32	対個人サービス	5,473
33	事務用品	1,728
34	分類不明	2,660
	合計	217,763

図表 39 事業実施にともなう波及効果（第2次生産誘発額の合計）

（単位：千円）

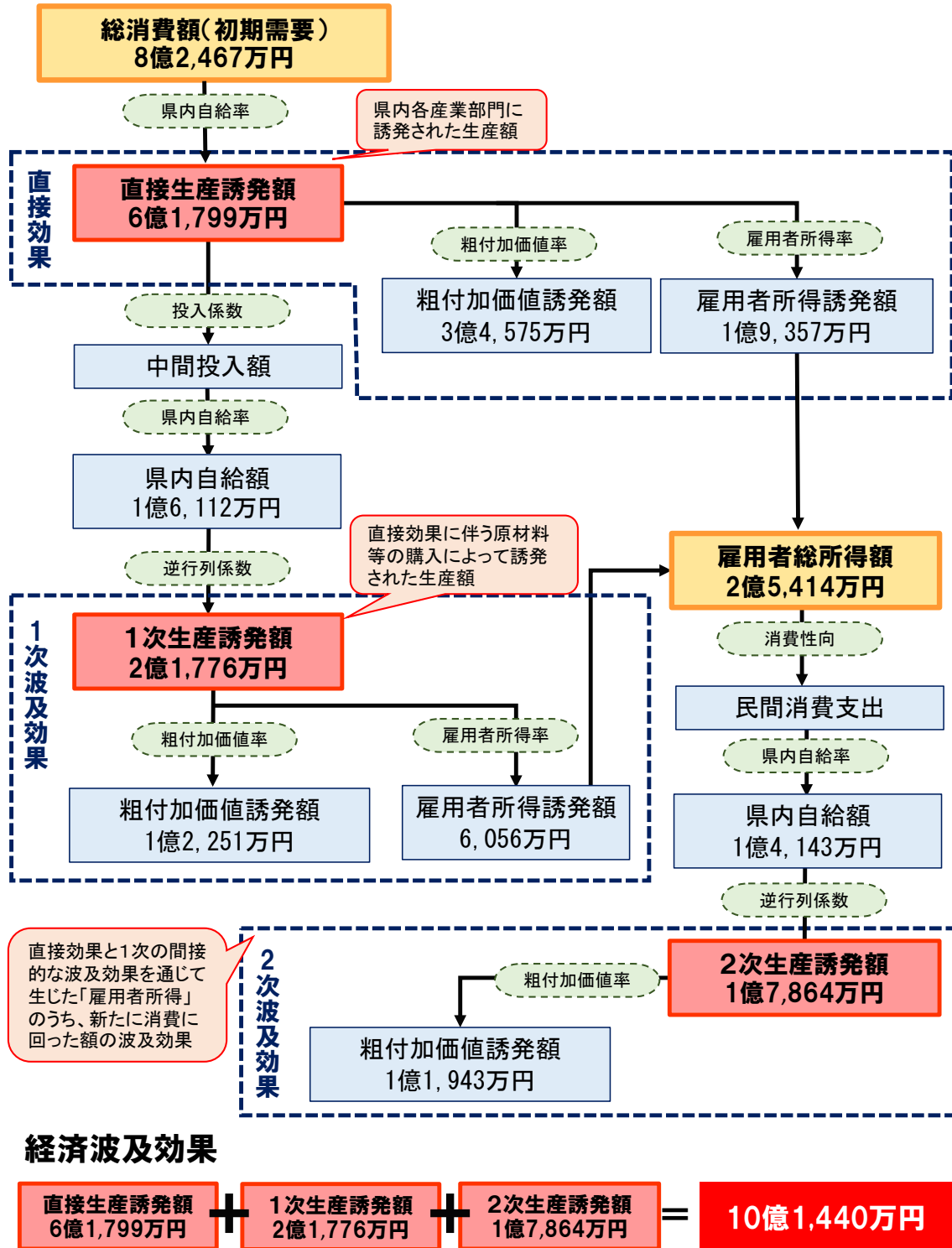
No	部門	2次生産誘発額
1	農林水産業	3,035
2	鉱業	88
3	飲食料品	5,500
4	繊維製品	49
5	パルプ・紙・木製品	539
6	化学製品	196
7	石油・石炭製品	132
8	窯業・土石製品	158
9	鉄鋼	16
10	非鉄金属	31
11	金属製品	181
12	一般機械	150
13	電気機械	252
14	情報・通信機器	315
15	電子部品	50
16	輸送機械	237
17	精密機械	221
18	その他の製造工業製品	777
19	建設	3,782
20	電力・ガス・熱供給	2,821
21	水道・廃棄物処理	2,303
22	商業	20,680
23	金融・保険	11,482
24	不動産	58,243
25	運輸	6,374
26	情報通信	7,540
27	公務	641
28	教育・研究	3,632
29	医療・保健・社会保障	11,712
30	その他の公共サービス	5,188
31	対事業所サービス	11,351
32	対個人サービス	19,919
33	事務用品	303
34	分類不明	749
	合計	178,648



### ③経済波及効果

今回の測定では、経済波及効果の範囲を直接的な生産増と間接的な生産増（第2次波及効果）までとしている。このため、先に求めた直接生産誘発額と第1次・第2次生産誘発額を合計したものがSKFの開催による経済波及効果となる。

図表 40 経済波及効果



### 3. 調査票

#### (1) チケット購入者調査

テント村へお越しのみなさまへ

#### サイトウ・キネン・フェスティバルの経済波及効果測定調査



松本市では、このたび「サイトウ・キネン・フェスティバル」の経済波及効果を算出することにいたしました。お手数をおかけいたしますが、アンケートへのご協力をお願いいたします。

本アンケートは、統計的に処理され、個人を特定するようなことはありません。

#### I. 『あなたのこと』について

以下の(1)～(4)について、当てはまる回答の番号に一つ〇をつけてください。

(1) 性別	1. 男性	2. 女性								
(2) 年代	1. 10代	2. 20代	3. 30代	4. 40代	5. 50代	6. 60代	7. 70代以上			
(3) 職業	1. 自営業	2. 農林漁業	3. 会社員	4. 団体職員	5. 公務員	6. 主婦・主夫	7. アルバイト・パート	8. 学生	9. 無職	10. その他( )
(4) 居住地	1. 松本市内	2. 長野県内(松本市以外) ⇒ _____ 市・町・村	3. 長野県外 ⇒ _____ 都・道・府・県							

#### II. サイトウ・キネン・フェスティバルについて

(1) サイトウ・キネン・フェスティバルは今年で23回目を迎えます。今年の夏の公演を含めて、サイトウ・キネン・フェスティバルをご覧になるのは何年になりますか。

1. 今年がはじめて	2. 毎年(23年)、鑑賞している	3. それ以外 約 _____ 年
------------	-------------------	-------------------

(2) 前日から並んで(テントを設営して)、チケットを購入するのはどんな目的からですか。当てはまる番号すべてに〇をつけてください。

1. 確実にチケットが購入できる	2. 好きな席を選ぶことができる
3. 仲間と交流できる	4. その他 ( )

(3) あなたにとってサイトウ・キネン・フェスティバルはどのような存在ですか。ご自由にお書きください。

--

### Ⅲ. サイトウ・キネン・フェスティバルのチケット購入時に発生した消費について

今回、サイトウ・キネン・フェスティバルのチケット購入を目的として、テント村に滞在する前後および滞在中に松本市内で使った費用についてうかがいます。(キッセイ文化ホールまでの交通費やテント村滞在中の飲食費等が対象になります)

家族やグループでお越しの場合は、1人あたりに換算してお書きください。まだ、支払っていない場合でも、支払う予定があるものはお書きください。

松本市内で支払った「交通費、飲食費等、宿泊費、施設入館料、お土産代・買い物代、その他費用」について、それぞれお書きください。

※「その他」にサイトウ・キネン・フェスティバルのチケット代はご記入いただく必要はありません。

	項目	あなた 1 人分の金額	
交通費	市内での駐車場代	1人あたり	円
	松本 IC での高速道路代	[松本 IC での支払い分]1人あたり	円
	市内で給油したガソリン代	1人あたり	円
	松本駅で支払った電車代	1人あたり	円
	市内でのバス・タクシー代	1人あたり	円
	市内で支払ったレンタカー代	1人あたり	円
の飲食店で の飲食費	レストランや居酒屋等、 飲食店で支払った費用	1人あたり	円
の飲食店以外 の飲食費等	コンビニやスーパー等で 支払った費用 ※飲食代、日用品含む	1人あたり	円
宿泊費	宿泊費 ※ホテルや旅館に泊まった場合のみ ご記入ください	1人あたり	円
入館料 施設	施設入館料	1人あたり	円
お土産代・ 買物代	お菓子などの加工品や酒類	1人あたり	円
	服など衣料品	1人あたり	円
	靴、かばん、文具、本	1人あたり	円
その他 ( )		1人あたり	円



調査へのご協力、ありがとうございました。

回答後、受付にあるアンケート回収ボックスに入れてください。



(2) 来場者調査票



サイトウ・キネン・フェスティバル松本の文化及び経済的効果算出調査

このたびは、サイトウ・キネン・フェスティバル松本（以下、SKF）へお越しいただき、心より御礼申し上げます。

サイトウ・キネン・フェスティバル松本実行委員会ではSKFが地域に及ぼす文化的・経済的効果について調査・研究を行い、今後の地域振興及び本フェスティバルの発展に役立てていきたいと考えています。つきましては、ご来場いただきましたみなさまに、本フェスティバルに対するご意見等をお聞きするアンケート調査を実施することになりました。調査の趣旨をご理解いただき、ご協力いただきますようお願い申し上げます。

平成26年8月 サイトウ・キネン・フェスティバル松本実行委員会

※ご回答は統計的処理を行い、個人が特定されるようなことは決してございません。また、ご住所やお名前等の情報は、プレゼントの発送以外の目的には一切使用しないほか、個人情報保護法に則り、適正に管理いたします。

【アンケート回収方法】

本調査は、ご自宅に帰宅されてから、ご回答ください。ご回答いただいた後、オレンジ色の返信用封筒（切手不要）に入れ、平成26年9月30日（火）までに近隣のポストへ投函してください。

アンケートにご回答いただいた方の中から、抽選でSKFオリジナルグッズ（非売品）をお送りします♪

抽選で5名様に信州のクラフト作家による吹きガラスの「SKFオリジナルペアグラス（非売品）」と、10名様に「SKFオリジナルバック（非売品）」をプレゼントいたします。ご希望の方は、送り先のご住所とお名前をご記入ください。

※当選者の発表はプレゼントの発送をもってかえさせていただきます。



※写真はイメージです。

～プレゼント(抽選)のお送り先をご記入ください～

ご住所	〒 _____		
お名前	ご希望のプレゼント	ペアグラス ・ バック	

【調査に関する問合せ先】 ※本調査は特定非営利活動法人<sup>スコップ</sup>SCOPIに委託して実施しています。

調査委託先：特定非営利活動法人<sup>スコップ</sup>SCOPI

担当：木亦（きまた）

TEL：0263-36-9180 / FAX：0263-36-9185

SCOPIは「プライバシーマーク(Pマーク)」を取得し、個人情報の適切な管理をしています。



**回答をはじめの前にお読みください。**

- ・本調査票は、SKFの全公演で配布しています。SKFの公演を複数回、鑑賞される場合は、どれか一つの調査票にご回答いただき、返信ください。
- ・本調査は18歳以上の方を対象としています。
- ・ご夫婦やご友人同士など、複数名でお越しの際は、それぞれご回答ください。
- ・本調査は、ご自宅に帰宅されてからご回答ください。

A. あなたご自身のことについてうかがいます

各質問項目について、当てはまる回答番号を1つ選び、○をつけてください。

(1)性別	1. 男性	2. 女性					
(2)年齢	1.10代	2.20代	3.30代	4.40代	5.50代	6.60代	7.70代以上
(3)職業	1. 自営業(農林漁業含む)		2. 会社員	3. 団体職員	4. 公務員		
	5. 主婦・主夫	6. アルバイト・パート	7. 学生	8. 無職	9. その他( )		
(4)居住地	1. 松本市在住	2. 松本市外: _____		都道府県 _____	市区町村 _____		

## B. 今回の SKF の公演に関してうかがいます

(1) 宿泊をされましたか	1. 宿泊なし 2. 宿泊あり → 宿泊日数： _____ 泊 _____ 日 宿泊場所：松本市内・松本市以外（ _____ ）		
(2) 同伴者について (該当するものすべてに○を)	1. なし      2. 夫婦      3. 家族(成人)      4. 家族(未成年者) 5. 友人      6. 親戚      7. カップル      8. その他( _____ )		
(3) 今回、鑑賞した SKF の公演回数	今回、鑑賞した SKF の公演回数： _____ 回		
(4) 今回、鑑賞した公演名とその公演の一人あたりのチケット代	①公演名：	_____	一人あたり _____ 円
	②公演名：	_____	一人あたり _____ 円
	③公演名：	_____	一人あたり _____ 円
	④公演名：	_____	一人あたり _____ 円
(5) 今回の公演の前後に立ち寄った観光地 <u>すべて</u> に○をつけてください (ご自宅に帰宅後、ご記入ください)	1. どこにも立ち寄っていない      2. 上高地      3. 松本城・松本市街地 4. 美ヶ原高原      5. 乗鞍高原      6. 浅間温泉 7. 美ヶ原温泉      8. 安曇野      9. 妻籠宿・馬籠宿 10. 善光寺周辺      11. 諏訪湖・諏訪大社      12. その他( _____ )		

## C. SKF の公演へのご来場に関連して発生した消費についてうかがいます

今回、SKFにお越しいただいた際に、松本市内で支払った金額についてお聞きします。複数名で支払った場合は、1人あたりの金額に換算してお書きください。以下の質問は、ご自宅に帰宅されてから、ご記入ください。

	項目	あなた 1 人分の金額
市内での 交通費	市内での駐車場代	1 人あたり _____ 円
	松本 IC で支払った高速道路代	1 人あたり _____ 円
	市内で給油したガソリン代	1 人あたり _____ 円
	松本駅で支払った電車代	1 人あたり _____ 円
	市内でのバス・タクシー代	1 人あたり _____ 円
	市内で支払ったレンタカー代	1 人あたり _____ 円
市内での 飲食費等	レストランや居酒屋等、飲食店で支払った費用	1 人あたり _____ 円
	コンビニやスーパー等で支払った費用 ※飲食代、日用品含む	1 人あたり _____ 円
市内での 宿泊費	宿泊費	1 人あたり _____ 円
市内での 施設入館料	施設入館・入場料 ※SKFのチケット代はご記入いただく必要はありません	1 人あたり _____ 円
市内での お土産・ 買物代	お菓子などの加工品や酒類	1 人あたり _____ 円
	服など衣料品	1 人あたり _____ 円
	靴、かばん、文具、本	1 人あたり _____ 円
その他：上記以外で、市内で購入されたもの ( _____ ) ※SKFのチケット代やオリジナルグッズの購入代は、ご記入いただく必要はありません。		1 人あたり _____ 円

#### D. 松本の街の印象についてうかがいます

各質問項目について、当てはまる番号を1つ選び、○をつけてください。

(1)はすべての方、(2)は松本市外にお住まいの方、(3)は松本市在住の方のみが回答ください。

(1)【 <u>すべての方</u> がお答えください】	そう思う	やや そう思う	あまりそう 思わない	そう 思わない	わから ない
1 松本では文化芸術活動が盛んに行われている	1	2	3	4	0
2 松本は他の地域に比べて魅力的な街である	1	2	3	4	0
3 松本の街はSKFで盛り上がっていた	1	2	3	4	0
(2)【 <u>松本市外にお住まいの方</u> のみお答えください】	当て はまる	やや当 てはまる	あまり当 てはまら ない	当ては まらない	わから ない
1 SKFで松本を訪れた期間中、居心地が良かった	1	2	3	4	0
2 SKFがキッカケで、松本の良さを知った	1	2	3	4	0
3 SKFがキッカケで、SKF以外で松本に遊びに来たことがある	1	2	3	4	0
4 松本の良さや魅力を家族や友人・知人に話したことがある	1	2	3	4	0
5 今後、SKF以外で松本へ来てみたいと思った	1	2	3	4	0
(3)【 <u>松本市在住の方</u> のみお答えください】	そう思う	やや そう思う	あまりそう 思わない	そう 思わない	わから ない
1 SKFの期間中は、特に松本を訪れた人を快くもてなしている	1	2	3	4	0
2 SKFを盛り上げるために自分も何かしたい	1	2	3	4	0
3 SKFが松本で開催されることを誇りに思う	1	2	3	4	0

#### E. サイトウ・キネン・フェスティバル松本についてうかがいます

(1) SKFの鑑賞は今年で何回目ですか。

1. 今年が初めて      2. 2回目以上(\_\_\_\_回目)

(2)-1 今年が初めての方にうかがいます。

どのようなことがキッカケでSKFを鑑賞しようと思いましたが。

最も当てはまる番号1つに○をつけてください。

1. 以前から知っていて行きたいと思っていた
2. 家族や友人に誘われたから
3. テレビ番組で紹介されているのを見たから
4. 新聞で紹介されているのを見たから
5. 雑誌で紹介されているのを見たから
6. その他( )

(2)-2 2回目以上の方にうかがいます。

SKFに関する情報を主にどこから入手していますか。最も当てはまる番号1つに○をつけてください。

1. SKFの公式サイト
2. インターネット(SKF公式サイト以外)
3. SKFのリーフレット・チラシ
4. 新聞
5. 雑誌
6. その他( )

#### 【すべての方にうかがいます】

(3) あなたにとって、SKFの一番の魅力は何ですか。最も当てはまる番号を1つ選び、○をつけてください。

- |   |                        |
|---|------------------------|
| 1. 小澤総監督が指揮をするプログラムがあること                          | 2. 好きな演奏家・指揮者が参加していること |
| 3. お気に入りの楽曲、作品を鑑賞できること                            | 4. 趣味や価値観があう人と出会うこと    |
| 5. 若手演奏家を応援できること                                  | 6. 地元で参加しやすいこと         |
| 7. フェスティバルにあわせて結成されるSKO(サイトウ・キネン・オーケストラ)が魅力的であること |                        |
| 8. 市民ボランティアが運営を支えていること                            | 9. その他( )              |

(4) SKFを鑑賞して感じたことについてうかがいます。各項目について当てはまる番号を1つ選び、○をつけてください。

	そう思う	やや そう思う	あまりそう 思わない	そう 思わない	わから ない
1 運営スタッフからホスピタリティを感じた	1	2	3	4	0
2 チケット代に見合う以上の良い音楽祭であった	1	2	3	4	0
3 世界最高水準の音楽に触れることができた	1	2	3	4	0
4 SKFは友人・知人、家族に勧めたい音楽祭である	1	2	3	4	0
5 SKFはなくてはならない音楽祭である	1	2	3	4	0
6 SKFは自分にとって価値ある音楽祭である	1	2	3	4	0

(5) SKFの運営には、長野県や松本市の補助金(税金)が使われています。SKFは税金を投入して運営すべき価値がある音楽祭であると思いますか。当てはまる番号を1つ選び、○をつけてください。

- |                     |                |
|---------------------|----------------|
| 1. 税金を投入して運営する価値がある | 2. 税金を投入すべきでない |
| 3. わからない            |                |

(6) SKFが今後も継続されるために、必要であれば金銭的な寄付をしてもよいと思いますか。当てはまる番号を1つ選び、○をつけてください。

- |                               |           |
|-------------------------------|-----------|
| 1. 寄付をしてもよい(寄付できる上限金額 _____円) | 2. 寄付はしない |
| 3. そのときになってみないと、わからない         |           |

(7) SKFを鑑賞したことがキッカケで以下のような変化がありましたか。当てはまる番号を1つ選び、○をつけてください。

	そう思う	やや そう思う	あまりそう 思わない	そう 思わない	わから ない
1 自分の感性が豊かになったと感じる	1	2	3	4	0
2 SKFで音楽に触れ、創造力が広がったと感じる	1	2	3	4	0
3 音楽などの文化・芸術活動の楽しみ方がわかった	1	2	3	4	0
4 自分も音楽などの文化・芸術活動をやってみたいと思った	1	2	3	4	0
5 音楽などの文化・芸術活動を鑑賞する機会が増えた	1	2	3	4	0
6 自分も音楽などの文化・芸術活動に取り組みはじめた	1	2	3	4	0

(8) SKFの運営に関して、どの程度満足していますか。各項目について当てはまる番号を1つ選び、○をつけてください。

	満足	やや 満足	やや 不満	不満	わから ない
1 公演チケットの値段	1	2	3	4	0
2 公演情報の入手のしやすさ	1	2	3	4	0
3 チケットの予約・購入のしやすさ	1	2	3	4	0
4 SKFのオリジナルグッズ	1	2	3	4	0

(9) SKFのオリジナルグッズとして、どんなものが欲しいですか。ご自由にお書きください。

(10) SKFに関して、改善してほしい点など、ご意見・ご要望がありましたら、ご自由にお書きください。



以上で質問はすべて終了です。長時間のご協力ありがとうございました。



(3) 小中学生調査

## サイトウ・キネン・フェスティバル松本に関するアンケート



サイトウ・キネン・フェスティバル松本（SKF）や松本市のことについてお聞かせください。  
 サイトウ・キネン・フェスティバル松本実行委員会

### A. あなたのことについてお聞きします

①性別      1. 男      2. 女

②学校      1. 小学校      2. 中学校

### B. サイトウ・キネン・フェスティバル松本(SKF)や松本市のことについてお聞きします

各質問項目について、当てはまる番号を1つ選び、  
 ○をつけてください。

	そう 思う	やや そう思う	あまり そう思 わない	そう 思わな い	わか らな い
① 松本は文化芸術活動がさかんなまちである	1	2	3	4	0
② 松本はほかの地域 <small>ちいさ</small> に比べて魅力的なまちである <small>みりよくてき</small>	1	2	3	4	0
③ 松本のまちはSKFで盛り上がっていた	1	2	3	4	0
④ SKFを盛り上げるために自分もなにかしたい	1	2	3	4	0
⑤ SKFが松本で開かれることをほこらしく思う	1	2	3	4	0
⑥ 世界トップレベルの音楽にふれることができた	1	2	3	4	0
⑦ SKFを友だちや家族にすすめたい	1	2	3	4	0
⑧ SKFはなくてはならない音楽のイベントである	1	2	3	4	0
⑨ SKFは自分にとって価値ある音楽のイベントである	1	2	3	4	0

SKFを鑑賞かんしょうしたことがきっかけで以下のような変化がありましたか。当てはまる番号を1つ選び、○をつけてください。

	そう 思う	やや そう思う	あまり そう思 わない	そう 思わな い	わか らな い
① 自分の感性が豊かになった	1	2	3	4	0
② SKFで音楽にふれ、 何か新しいことに取り組みたい気分になった	1	2	3	4	0
③ 音楽の楽しみ方がわかった	1	2	3	4	0
④ 自分も音楽をもっとやってみたいと思った	1	2	3	4	0
⑤ 音楽をもっと鑑賞 <small>かんしょう</small> してみたいと思った	1	2	3	4	0

～ アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました ～