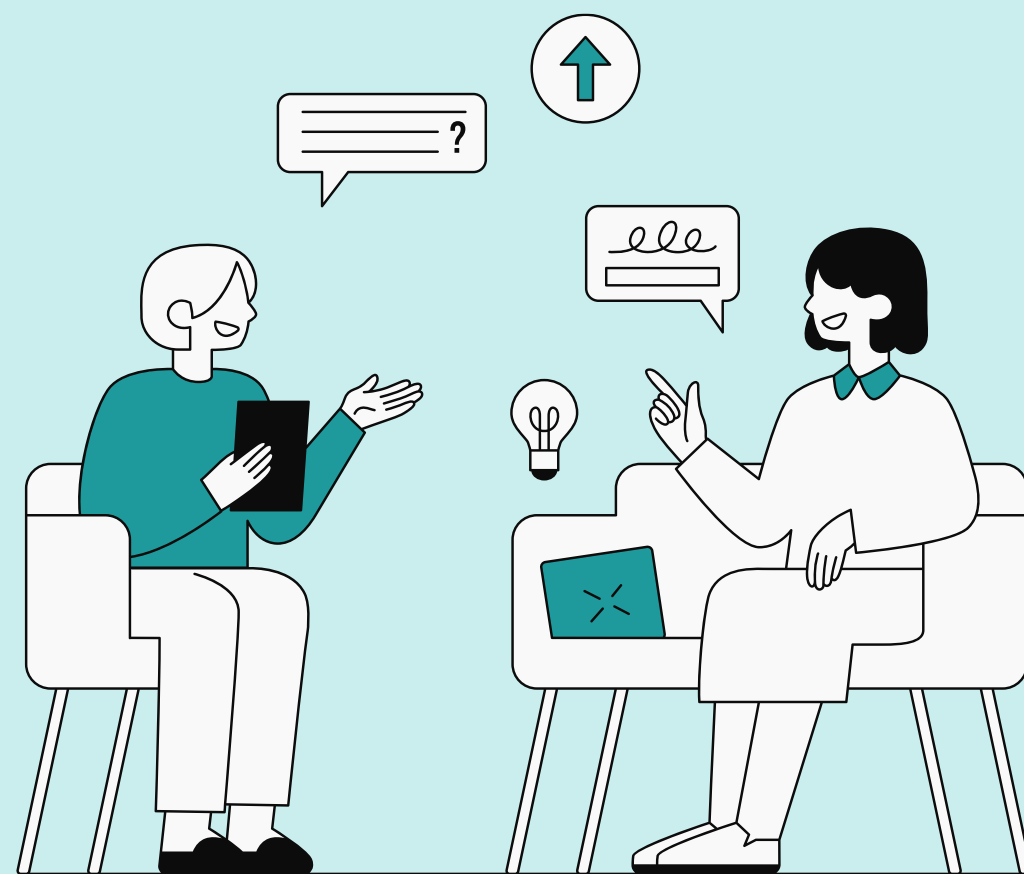


Music × Tourism

音楽フェスを利用した 地域活性化方法

ミュージックツーリズム班

浅野 岡田 熊野 十時 森本



Session 1-1

地域活性化を推進する理由

◆ 地域活性化を推進する理由

地域経済の衰退が 様々な問題を引き起こすため

- 東京一極集中
- 産業の衰退
- インフラの衰退
- 働き口の減少
- 伝統の消滅





Session 1-2

地域活性化の手段に音楽フェスを用いた理由

なぜ地域活性化に音楽フェスを用いるのか



同じ場所、同じ時間に大勢の人が集まる

- 人を集める力が圧倒的に大きい（消費者も雇用も）
- 著名人を利用することによって集約力をより大きくすることができる



地方を利用しやすい

- 規模の大きい公園や会場が必要。地方部の施設を利用しやすい
- 都市・地方問わず来場者を見込むことができる



Session 1-3

MONSTER baSHに着目した理由

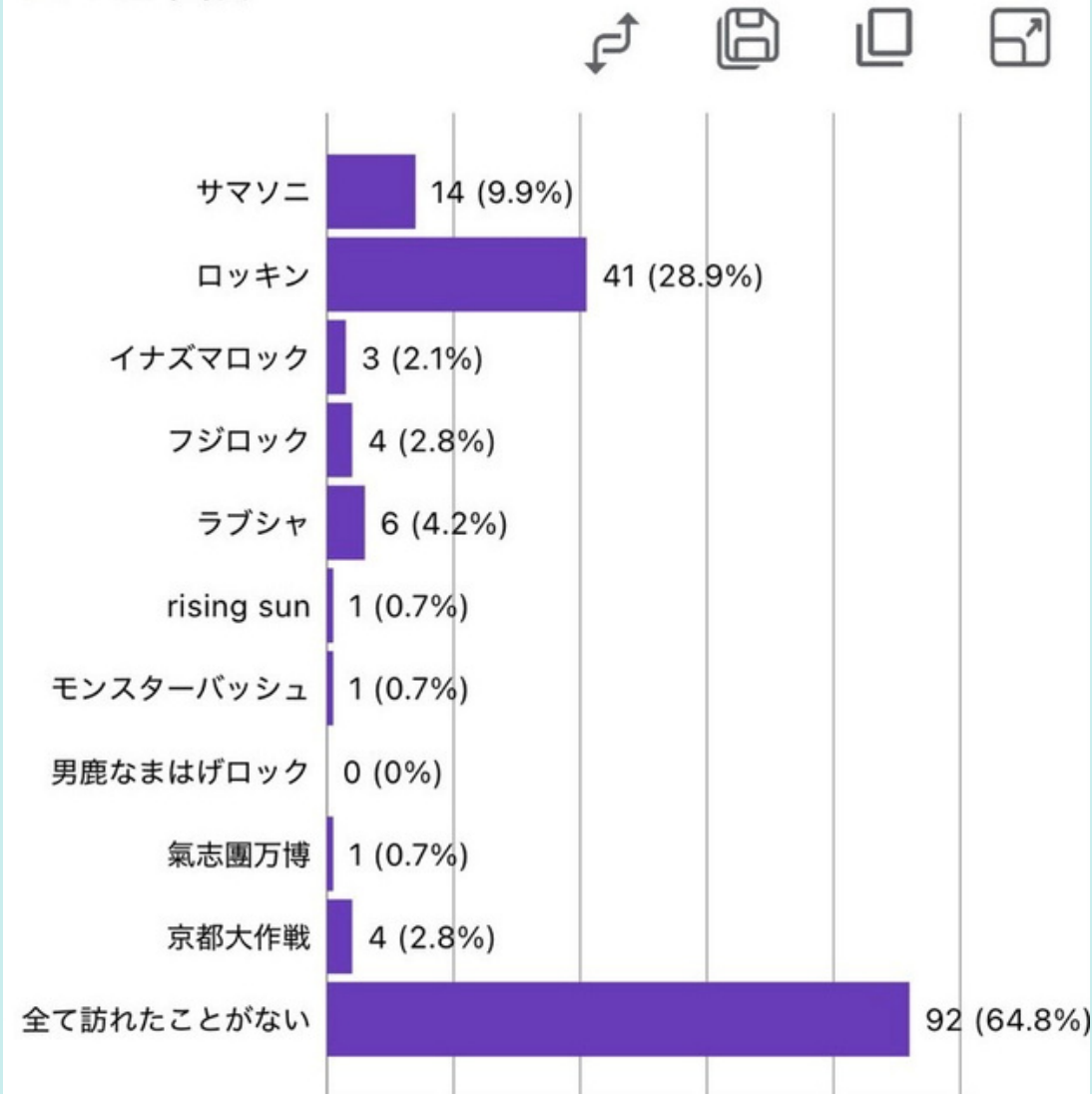
Session 1- 3

MONSTER baSH に着目した理由

Google formを用いて
143人にアンケート実施しました！

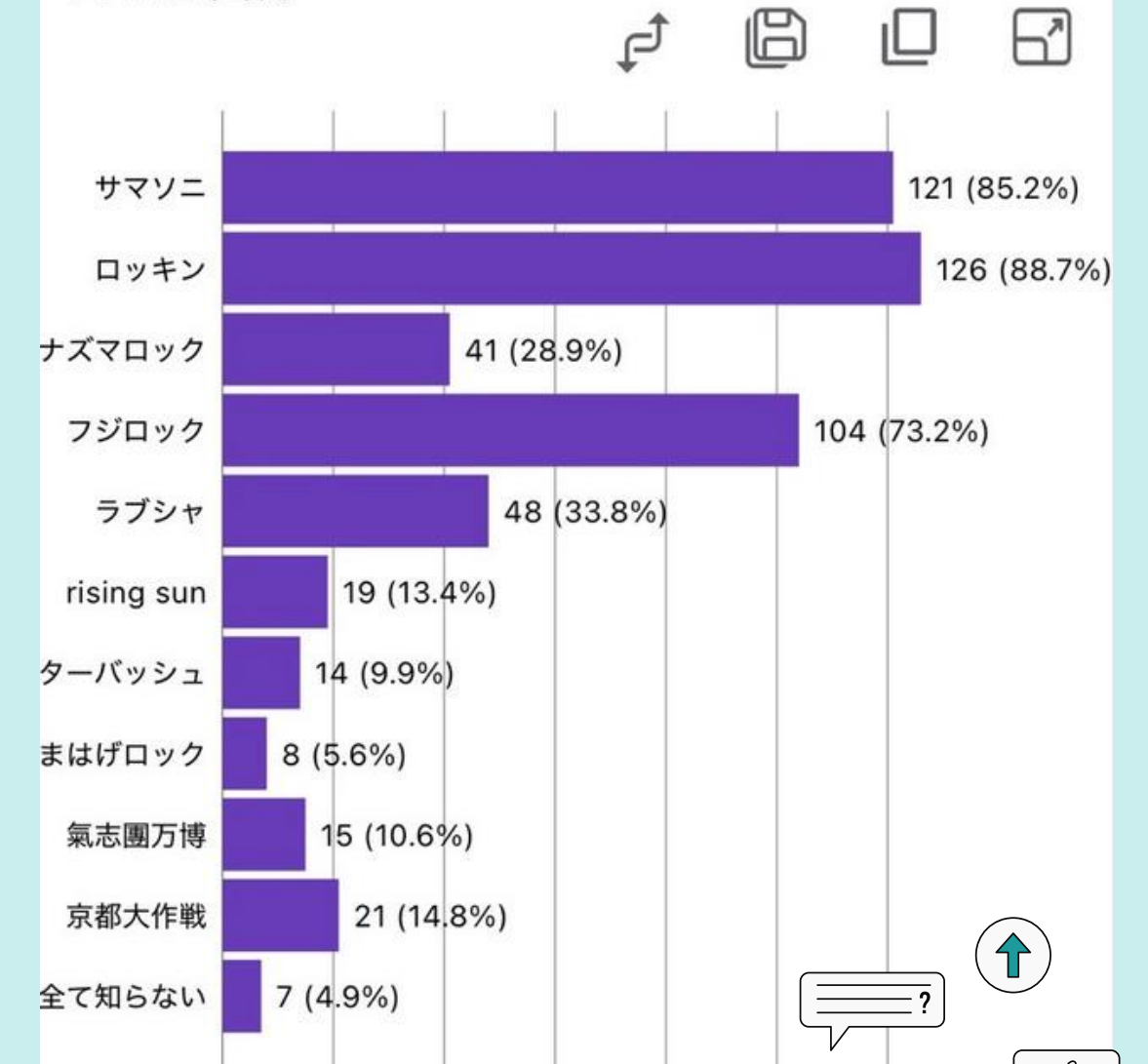
以下の音楽フェスのうち、あなたが訪れた
ことがものをすべて選択してください。

☑ 142 回答



以下の音楽フェスのうち、あなたが知っ
ているものをすべて選択してください。

☑ 142 回答



MONSTER baSHに着目した理由

01

成長可能性

知名度は高くないものの、
1度の開催で50,000人を
動員しており、成長が見込める

02

地方部での開催

首都圏開催のフェスは、
多くの人アクセスしやすいが、
比較的交通手段が限られている
香川県にて開催されている

※1 ライブ・エンタテインメント市場規模の将来

フェスを含む音楽のコンサート市場は、今後も拡大予測
2024年～2030年まで6年で約11.5%増加する見込み



※2024年1月～12月開催の音楽コンサートとステージのチケット推計販売額合計
(引用：ぴあ総研)



Session 2-1

本研究の目的について

音楽ライブ・フェス開催によって期待されること

本研究の目的

- 音楽・アーティストの力で、地方の経済振興を行うことは可能なのかを解明する。
- 実際の経済波及効果を分析し、今後の展望を考える。



地方でライブを開催することは、地域活性化の貢献になっているのか

経済効果

- フェス開催によって生み出される直接効果はもちろん、間接効果・波及効果はどのようなものがあるかを調査する。
- 先行研究・開催データを用いる。



宿泊施設・交通機関など、間接的な経済効果はどの程度の規模なのか



Session 2-2

先行研究から分かること

Session 2-3 先行研究から分かること 2025年の経済効果計算

 過去文献の数値・来場者数の増加分・消費者物価指数をベースに計算

項目	2015年※	2025年(概算)
チケット売上	3億4560万円	6億5000万円
会場内消費	8600万円	1億2255万円
交通費	6億2592万円	8億6220万円
宿泊費	4億6707万円	8億3954万円
飲食費	8510万円	1億3084万円
土産購入費	8890万円	1億2683万円
事前消費	1億6196万円	2億3091万円
合計	22億0615万円	29億6287万円

※尚美学園大学芸術情報研究 「ロックフェスティバルの経済効果比較」 より

Session 2-3 補足：2025年の経済効果の計算方法

使用した消費者物価指数（CPI）

総合CPI※1	交通費CPI ※2	宿泊費CPI ※2	飲食費CPI ※2
114.0	110.2	143.8	123.0

来場者の増加分
2015：約4万人 2025：約5万人 1.25倍

※1 総務省「消費者物価指数」より、
2015年基準の2020年平均CPI **101.8**
2020年基準の2025年8月時点CPI **112.1**

2015年基準の2025年8月時点CPI = $101.8 \times 112.0 / 100$
= **114.0**

※2 国土交通省「観光白書」より、
2014年基準の2024年CPI

会場内消費：8600万円×1.25×114.0%＝1億2255万円

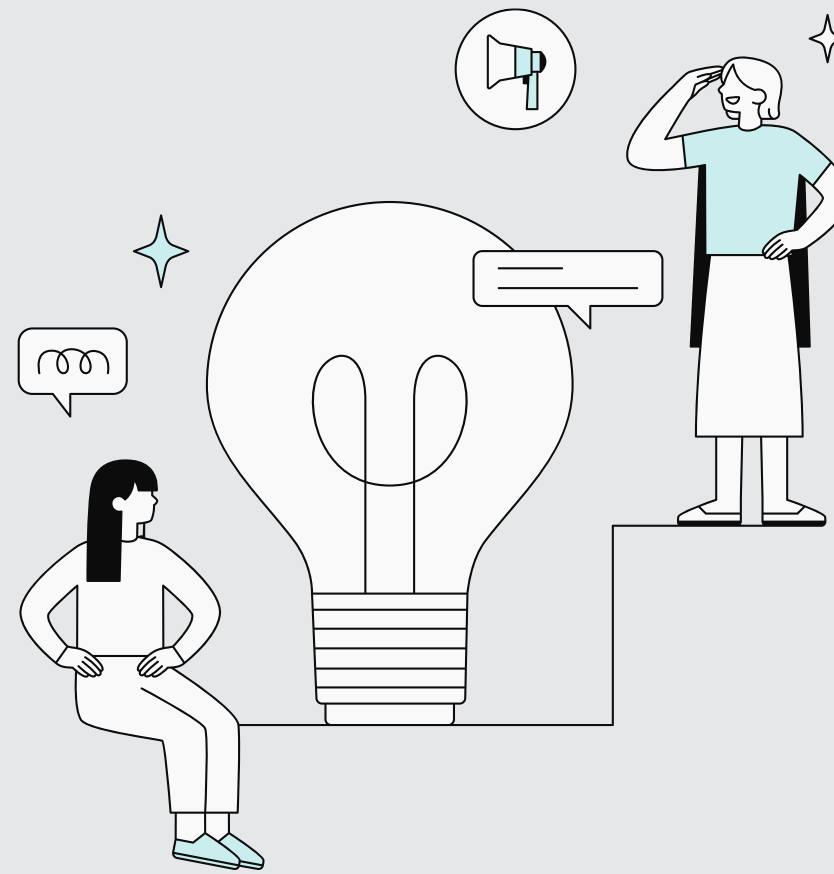
交通費：6億2592万円×1.25×110.2%＝8億6220万円

宿泊費：4億6707万円×1.25×143.8%＝8億3954万円

飲食費：8510万円×1.25×123.0%＝1億3084万円

土産購入費：8890万円×1.25×114.0%＝1億2683万円

事前消費：1億6196万円×1.25×114.0%＝2億3091万円



Session 3

取材について

Session 3-1 取材について 香川県で行った合宿で訪問した企業・インタビューした方

1

株式会社デューク

- MONSTER baSH運営企業
- 開催会場であるまんのう公園と地域と密着して運営している。

2

国営まんのう公園

- MONSTER baSH開催会場
- 国に公園でのフェス使用のための申請や調整を行っている。

3

株式会社
グリーンパークまんのう

- まんのう公園内のレストランや売店の運営会社
- MONSTER baSHの飲食部門や駐車場の管理を担っている。

4

琴参観光株式会社

- シャトルバスや公式ツアーの運営を行う。
- 全体の約70%の来場者が利用している。

5

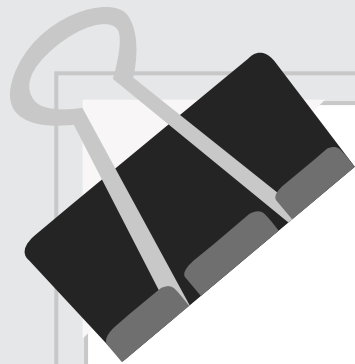
高松信用金庫

- MONSTER baSHのスポンサー企業
- SDGsの観点も踏まえながら、展開を行っている。

6

國井 類さん

- MONSTER baSH開催地のまんのう町で活躍している音楽家
- 「まんのう町で音楽に触れてほしい」という思いから、演奏者・観客を呼び寄せるべく活動している。

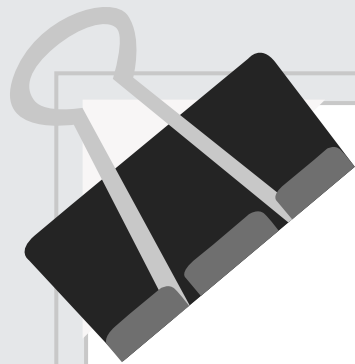


3-1

MONSTER baSH

運営企業へのインタビュー

株式会社デューク



[モンバスへの関与]

01 運営・企画

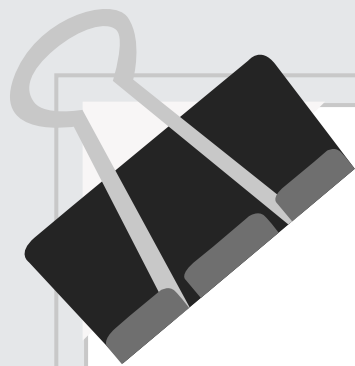
モンバスを運営している企業。四国県内に支店を構え、地域に根付いた運営を行う。

02 雇用

協力会社と連携し、学生アルバイトを募集。500人以上が参加。スタッフの大半が高校生以上の学生アルバイト。
雇用創出による地域経済への大きな波及効果がある。

03 安全の確保

ミスト・氷による暑さ対策に加え、医師・看護師の配置を行い救護体制を強化している。常時15人前後。



[モンバスの将来]



開催会場 まんのう公園との連携

長年の信頼関係がある。そのため、話が進むのも暗黙の了解のような雰囲気。Win-Win



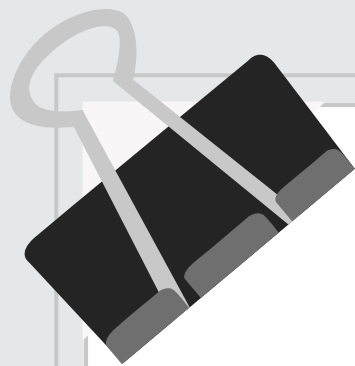
イベントの成長

徐々に規模を拡大している。来場客増加の為にステージを増やしたり、雰囲気を変えるなど毎年楽しめる工夫を重ねる。



地域に根付いた工夫

県内の飲食店のブースを出店させたり、モンバス利用者は地域のお店で割引を受けられるなど、地域振興にも役立てる。

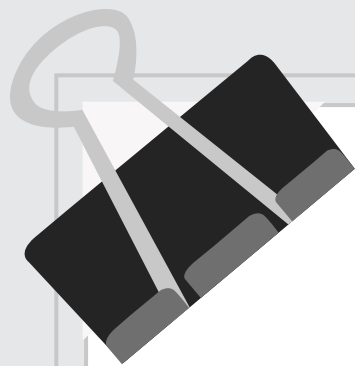


3-1

MONSTER baSH

運営企業へのインタビュー

まんのう公園（開催会場）



[モンバスにおける役割]

営業管理(飲食店・キッチンカー・売店)と
駐車場管理を担当。

モンバスの開催3回目から依頼を受ける。



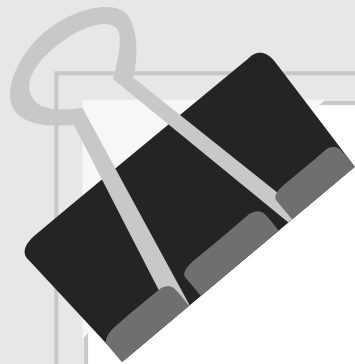
具
体
的
内
容



売り上げの一部を納める営業契約(窓口業務)を担当



コーディネーターの募集、店舗の選定、ルール説明、直営店出店

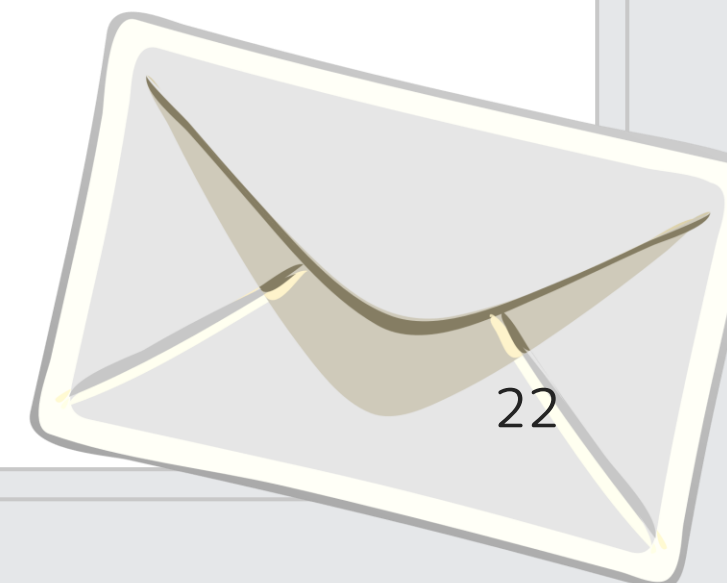


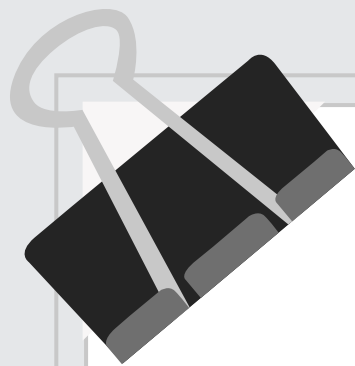
〔 ブース出展店舗の選定方法 〕

地元の店は誘致しない方向性

来場者の半数は県民または帰省中の大学生や社会人。そのような人にとって馴染みのあるぞ元の特色があるお店よりも、香川にはないものを取り揃えた方が魅力的。全国フェスでの実績(売れる時間帯・大量生産・回転率などのノウハウがあるか)があるかどうかを重視し選定。地元の出店希望のお店でも、実績を積んでいるかどうかを見極めている。

限りある出店スペースで、赤字リスクを極力下げる選定をしている。



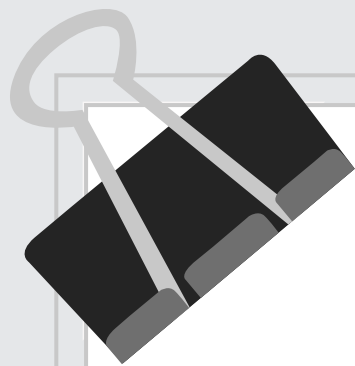


3-1

MONSTER baSH

協賛企業へのインタビュー

琴参観光株式会社



[公式シャトルバス 運営状況 (琴参観光)]

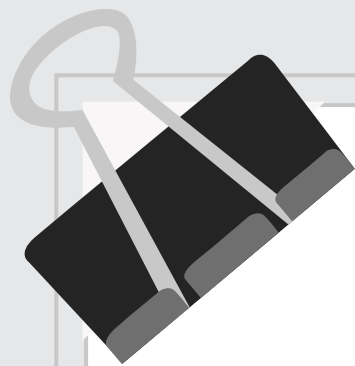
01 県内発着の シャトルバス運営

総括窓口・管理・手配まで行う。想定動員1.8～1.95万人
約100台で6時～19時まで運行。来場者の約7～8割が利用

02 県外発着の バスツアー運営

本州西日本エリアから約2,000人が利用(20～30代・四国の人多い)
日帰り・宿泊プランを手配。地域観光との連携は考えていないが、
将来的には特産品を利用して行政と連携する余地はある。


シャトルバス・ツアーの利用者数→1.8万人/来場者全体2.5万人
残りの0.7万人は自動車・自転車・送迎車両など



[アクセス整備・課題]

課題

- ✓ **バス輸送力の限界**
- ✓ **駐車場の不足**
- ✓ **各交通手段の安全性**



琴参観光からもあったように、バス輸送力には課題がある。→まんのう公園では第三セクター・近隣小学校と協働し、会場から徒歩圏内の土地で臨時駐車場を完備。予約システムも設置。

バスの待ち時間は最大2.5時間→徒歩を選ぶ人も。案内用の看板設置事業も委託されている。自転車・バイクは危険の為、徒歩を推奨する運動。



Session 4

入手したデータの分析と考察

地域活性化の手段として、音楽フェスを用いるのは有効的だろう

日本国内はもちろん、海外からの観光客を巻き込んだ展開をすることによって、より伸びていくのではないだろうか。

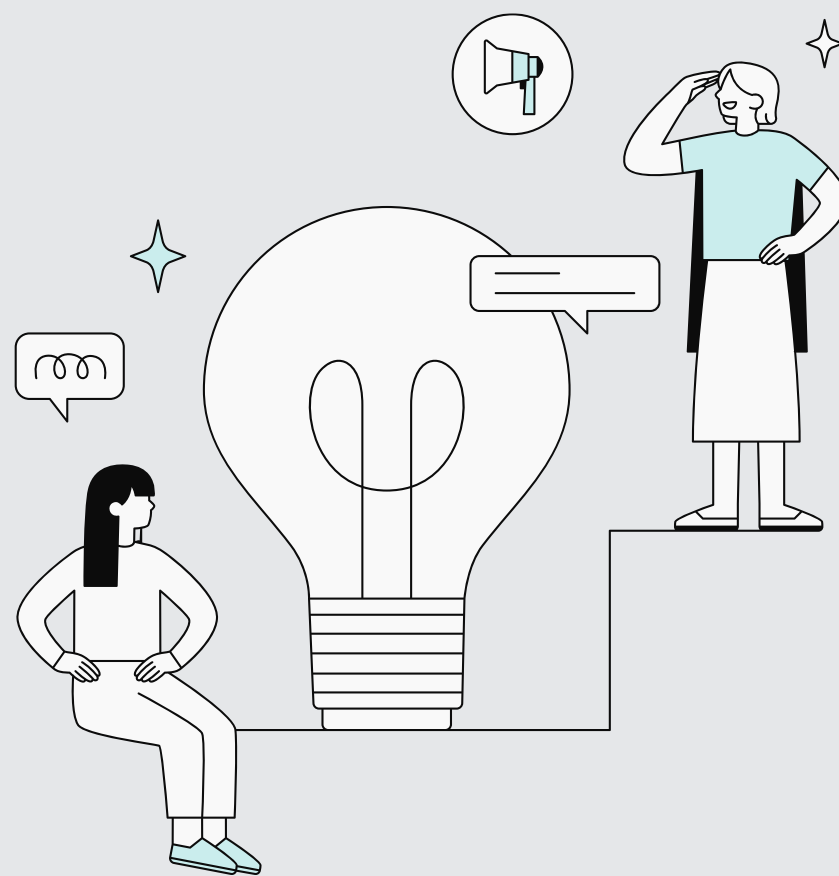
有効的と判断した理由

- 1 全体の動員数を増やすことができる
- 2 チケット売上・宿泊費も大幅増加
- 3 地域全体を巻き込むことができる
- 4 コロナ解禁によるインバウンド客増加

チケット売上・宿泊費増加率

チケット売上 **88.07** % 増加

宿泊費 **79.74** % 増加



参考文献

参考文献

- 江頭満正（2015）「ロックフェスティバルの経済効果比較～VIVA LA ROCK2015とMONSTER baSH2015を事例に」尚美学園大学芸術情報研究 第25号論文（閲覧2025/11/25）
- 総務省「報道資料 2020基準 消費者物価指数」
<https://www.stat.go.jp/data/cpi/sokuhou/tsuki/pdf/zenkoku.pdf>（閲覧2025/11/25）
- 総務省「報道資料 2015基準 消費者物価指数」
<https://www.stat.go.jp/data/cpi/1.html>（閲覧2025/11/25）
- 国土交通省「観光白書」<https://www.mlit.go.jp/statistics/content/001890796.pdf>（閲覧2025/11/25）