

地域活性化を目指した
音楽フェスにおける野外空間利用の特徴

Characteristics of Outdoor space utilization on Music Festivals
aimed at regional revitalization

2019 年度入学

福嶋 那生
Fukushima, Nao

2023 年 1 月 16 日提出

目次	
第1章 研究の背景と目的	2
1-1 序文	2
1-2 研究の背景	2
1-3 研究の目的	6
第2章 研究対象と調査方法	7
2-1 研究対象	7
2-2 調査方法	7
2-2-1 音楽フェスの分類	
2-2-2 代表事例の地域活性化への取り組みについての調査	
2-2-3 フェス会場の野外空間利用の特徴分析	
第3章 調査結果	8
3-1 音楽フェスの分類	8
3-2 りんご音楽祭	13
3-2-1 開催概要	
3-2-2 インタビュー調査結果	
3-2-3 地域活性化における取り組み	
3-3 イナズマロックフェス	15
3-3-1 開催概要	
3-3-2 地域活性化における取り組み	
3-4 スキヤキ・ミーツ・ザ・ワールド	16
3-4-1 開催概要	
3-4-2 地域活性化における取り組み	
第4章 フェス会場の野外空間利用の特徴	19
4-1 地域活性化重視タイプでの野外空間利用	19
4-2 音楽性重視タイプでの野外空間利用	24
第5章 考察	30
第6章 まとめ	32

第1章 研究の背景と目的

1-1 序文

音楽フェスとは、音楽フェスティバルの略称であり、ロックフェスや野外フェス、夏フェスとも呼ばれる音楽イベントのことである。近年、音楽フェスは知名度が年々上昇していき、全国各地でどんどん新たなものが増えてきていて、現在では年間を通してかなり多くの数が開催されるような、日本の一大イベントとも呼べるものにまでなっている。また、若年世代を中心に、地方にも大きな経済効果や影響を与えるようなコンテンツになっている。そこで私は、音楽フェスという観点から地域活性化に与える影響を研究し、音楽フェスと地域の結びつきの更なる向上を模索していきたいと考える。また、音楽フェスのことを調査している論文は他にもあって、地域活性についてまとめているものや、音楽フェスがもたらす経済効果を分析しているものも存在する。しかし、それらの使われている場所であったり、野外空間であったりを調査している論文は見つからなかった。音楽フェスと地域活性化を結びつける上で、開催している場所は非常に重要であると考え。フェスを見るために訪れた観光客にその地域の良さを伝えるためには、まずはその地域の良さが直に肌で感じる事が出来る地域資源や空間を使うことが大事であり、地域活性化のための第一歩である。

したがって私は、この地域経済に大きな効果を与える大きなコンテンツである日本の音楽フェスを詳細に調査し、使われる会場空間においても分析することで、音楽フェスと地域がさらに結びつけることを目的に本論文を構成していく。

1-2 研究の背景

現在日本では数多くの音楽フェスが実施されている。その数は小さいものを含めると100件以上にもなるとされる。そして音楽フェスは音楽をただ楽しむことだけでなく、宿泊や観光などで大きな経済効果を与えること、その地域を活性化する可能性も持っている。音楽産業が活発であるイギリスでは、音楽を通じて観光産業を発展させるミュージックツーリズムという考え方がある。八木（2019）はその考え方や日本への導入の可能性を示す論文の中で、ミュージックツーリズムとは文化観光の一種であり、音楽に係る歴史や体験、商品などの音楽コンテンツの消費を目的としたニッチ・ツーリズムであるとしている。

このミュージックツーリズムには2つの分類ができる（八木、2019）。1つ目は聖地巡礼型と呼ばれるもので、アーティストの生誕地や墓地などのアーティストの聖地巡礼をおこなうことを目的にしている。この性質・特徴としては、懐古的・物語的であり、消費タイプはノスタルジアな人々、経済効果は観光産業に限定される。2つ目は音楽体験型と呼ばれるもので、これにいわゆる音楽フェスが当てはまってくる。目的はコンサートイベントあるいは技術向上のためのレッスン（習い事）への参加である。性質・特徴としては、体感的・現実的であり、消費者のタイプとしては音楽体験を通じた楽しみ・刺激・感動を目的とした人々が当てはまり、経済効果は観光産業や音楽産業等に及ぶ。

八木(2019)をもとにイギリスのミュージックツーリズムの動向を詳しくみておきたい。イギリスは世界的な音楽生産・輸出国として知られており、かつ世界トップクラスのコンサート会場を持ち、様々なロックフェスが英国全土で開催されるコンサート大国であり、ミュージックツーリズムの可能性にいち早く気づいた国となった。観光産業も重要産業で、6大産業の一角を占める。ロンドンオリンピックでは、3108万人の海外観光客が訪れ、186億ポンド(2兆7787億円)の国際観光収入があった。2016年のイギリスでは、コンサートイベント全体の観客入場者数が3090万人(音楽フェスは390万人)で、音楽観光客は1250万人であった。国内では1168万人、海外からは823,000人という内訳である。この海外からの観光客のうち、聖地巡礼型は493,800人、音楽体験型は329,300人であった。このなかで、ミュージックツーリズムの経済効果は、英国全体で5963億円にのぼり、5年前に比べると60%増加している。そのうち、チケット販売による経済効果が3727億円、宿泊施設代や交通費などの間接的経済効果は2236億円であった。

また、海外音楽観光客の一人あたりの平均消費額は12万6722円で2014年に比べると29%増加している。また、ミュージックツーリズムによって47445個の仕事が生まれ、2014年に比べると68%増加している。これらUKMUSICの調査によって音楽体験型ミュージックツーリズムには経済効果と雇用創出効果があることが実証されている。

このような海外の事例をみると、音楽フェスを含む音楽観光の消費による経済効果は地域にとって大きな影響を与えることができるといえる。日本でのミュージックツーリズム導入の可能性を考えた場合、日本にはフジロックやサマーソニックなどの海外でも広く認知されている音楽イベントを始め、多くの音楽フェスが存在する。また、日本の国際観光到着客数は2019年時点では12億人を超えるもので、非常に多くの観光資源を持つ。これらを戦略的に融合させることで双方に相乗効果が生まれ、より多くの経済効果が期待できる。それには、ミュージックツーリズムの学術研究を推進し、この概念を広く認知してもらう必要があり、それを基に音楽産業と観光産業の連携が必須条件となってくる。したがって、経済学、経営学、観光学などの様々な分野の研究者たちが協働してミュージックツーリズムという新たな学術分野を確立する事が求められる。つまり、日本の音楽フェスが地域を活性化させ、地域に大きな経済効果を起こすためには、更なるミュージックツーリズムの研究や幅広い認知度の向上が求められる。それには現在開催されている全国の音楽フェスへの働きかけが重要となってくることだろう。

酒井(2008)は、音楽フェスがどれだけの経済効果を起こしているか、さらにフェスを認知してもらい、観光業にどのように良い影響を与えていくことができるか、といったことを述べている。RISING SUN ROCK FESTIVALを事例とした経済波及効果の調査では、北海道以外からの来訪者が北海道内で使うお金は14億円であり、そこから生まれる経済波及効果として25億円の生産が誘発されることになる。そのうち付加価値は14億円、雇業者所得となる金額は8億円だとしている。また、北海道内の人たちも含めた経済効果としては、需要は24億円、北海道内で誘発される生産額は42億円、付加価値が24億円、雇

者所得が 13 億円となっている。これを全国でみると、需要が 40 億円、その経済波及効果として 89 億円の生産が誘発され、47 億円の付加価値が生まれ、雇用者には 24 億円がもたらされたとしている。これを見ると、フェスを開催することは開催地域や地域外の人たちが観光にお金を落とし、その地域の経済に効果を与えるだけでなく、全国的に見ても経済波及効果があることが分かる。したがって、音楽フェスは経済効果を大きく与えるという意味で地域活性化に貢献しているといえる。

また、ぴあ総研（2022）は、2021 年におけるライブの公演回数、動員人数、それらによって生じる市場規模に関する調査をまとめている（図 1）。この調査の対象範囲は日本国内で開催されたライブ・フェスの内、一般に開催情報の告知をおこない、かつ一般にチケット販売をし、有料の音楽とステージの 2 ジャンルのイベントとなっている。音楽のジャンルとしてはポップス、クラシック、演歌・歌謡曲、ジャズ、民族音楽のほか、ステージではミュージカル、演劇、歌舞伎、ダンス、パフォーマンスなどが対象となっている。集計期は各年の 1～12 月とし、ライブ・エンタテインメント市場を定量的に把握する指標として、「公演回数」「動員数」「市場規模」の 3 つを基本として推計している。公演回数については、新型コロナウイルスが流行する前までは増加傾向にあった。2019 年には年間で 13 万 5874 回の公演が開かれたが、2020 年には 4 万 3372 回と大幅に減少し、2021 年には 7 万 9835 回と少し回復した。動員数を見ると、2019 年には 8283 万人まで毎年大きな増加が見られたが、2020 年には 1480 万人、2021 年には 3804 万人となっている。市場規模は、音楽コンサートとステージでのイベントの推計チケット販売合計額と定義されているが、この数値も 2019 年に入るまでに増加し続け、6295 億円となっている。2020 年には減少し、1106 億円となるが、2021 年には 3072 億円と回復が見られる。この 2 年間は新型コロナウイルスの影響でライブやコンサート市場が大幅に減少するといった厳しい現状が続いていたが、2022 年にはライブも普段通りおこなわれるようになってきていることから、また以前のように回復するのも時間の問題といえる。注目したいのは 2019 年までの数字で、どの指標も年々増加傾向にあったことから、日本においてライブや音楽フェスが生み出す価値は着実に拡大していることが明確である。したがって、ライブイベントや音楽フェスにおける音楽産業の重要性や地域活性化のための経済効果には目を向けるべきであるといえるだろう。



2021年も緊急事態宣言やまん延防止措置が何度も繰り返され、イベント開催時の人数制限が続いた。しかし10月から、大声での歓声や声援等を伴わないイベントに関しては、収容人数50%以内の制限が実質緩和され、大規模会場での公演や全国ツアー公演が次々と再開し、ライブ・エンタテインメント市場は浮上に向かった。

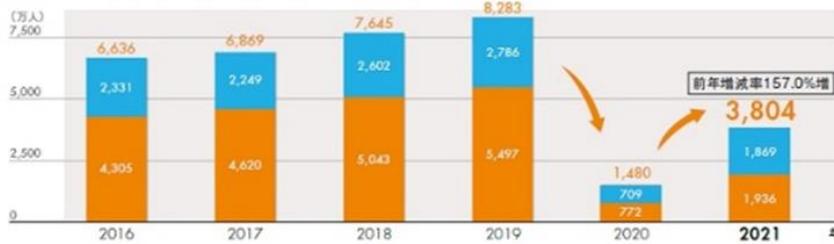


■音楽 ■ステージ

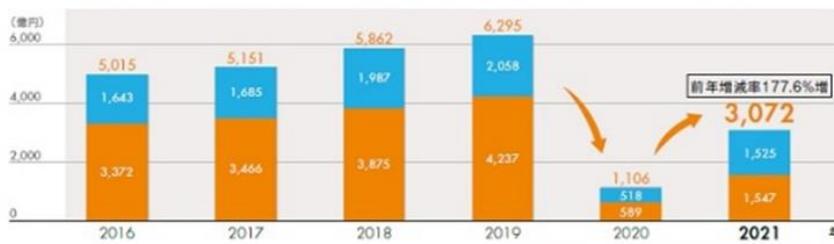
公演回数 開催制限の解除により、大幅増



動員数 人数制限の段階的緩和に伴って増加



市場規模 2019年のほぼ半分まで回復



※四捨五入の関係上、合計が一致しない場合がある。(次項以降も同様)

図1 2021年のライブ市場規模／ぴあ総研「2022 ライブ・エンタテインメント白書」サマリーより

1-3 研究の目的

フェスによってもたらされる地域活性化には次の3つの段階があると考えられる。まず、音楽自体、あるいはアーティストの魅力によってフェスが開催される地域に人がよびこまれる段階である。次に、フェスを訪れた人たちが会場やその周辺に展開する出店ブースや飲食店、宿泊施設等で音楽以外の地域の賛否やサービスに対する消費活動を積極的に行う段階である。そしてさらに、会場となった地域の魅力を知ってもらうことで、フェス以外の時に再び訪れてもらうことや地域の産品を選択してもらうことである。こうした3段階がつながることで、フェスが高い地域活性化の効果をもたらしたといえるだろう。

本研究では大きく2つの目的を設定する。1つは全国の音楽フェスの開催形態を調査し、地域活性化を目的として含んでいるフェスの現状把握と分類をすることである。そして地域活性化を目的として含むフェスが具体的にどのように地域活性化に貢献しようとしているのかを、代表的事例についてのヒアリングおよび資料調査と、会場となっている野外空間の特徴についての分析を通しておこなう。

第1章 引用文献

八木良太「ミュージックツーリズムの概念と日本導入の可能性に関する一考察」観光研究
30巻1号p.37-44、2019年

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 I
<http://www.ritsumeai.ac.jp/acd/cg/ss/08jasrac/zenki/index.htm> (最終閲覧日 2023.1.XX)

ぴあ総研「2022 ライブ・エンタテインメント白書」サマリー
https://corporate.pia.jp/news/detail_live_enta20221005.html (最終閲覧日 2023.1.XX)

第2章 研究対象と調査方法

2-1 研究対象

対象とした音楽フェスは、フジロックを始めとするロック・フェスティバルと呼ばれるものの中から、観客の総動員数が1万人前後以上のフェスに絞り込んだ。もともと、ロック・フェスティバルというのは、様々なアーティストが集い、同会場内の複数のステージを使い行われる音楽祭のことであり、これが短縮されてロック・フェスと呼ばれるようになった。近年では小規模なものを始め、その数はどんどん増加しており、地方でも県外の観光客を多く呼び込むコンテンツとなっている。

2-2 調査方法

2-2-1 音楽フェスの分類

対象とした全国の音楽フェスの中から、公開されている資料やホームページから開催目的や活動状況を読み取れるもの25件について、地域活性化への貢献度や主催者・運営組織のタイプなどによって性格を整理し、マトリクス上に位置付けた。これをもとにいくつかのタイプに分類した。

2-2-2 代表事例の地域活性化への取り組みについての調査

2-2-1による分類結果をもとに、地域活性化に積極的な音楽フェスを3件(りんご音楽祭、イナズマロックフェス、スキヤキ・ミーツ・ザ・ワールド)抽出した。そして地域活性化にかかわる取り組みをまとめた。りんご音楽祭については現地調査をおこない、主催者や自治体関係者へのヒアリング、および会場周辺の状況視察をおこなった。イナズマロックフェス、スキヤキ・ミーツ・ザ・ワールドに関しては公式ホームページや既存の論文、雑誌記事などをもとに資料調査をおこない、地域活性化に対する考えや実施している取り組みの内容を調査した。

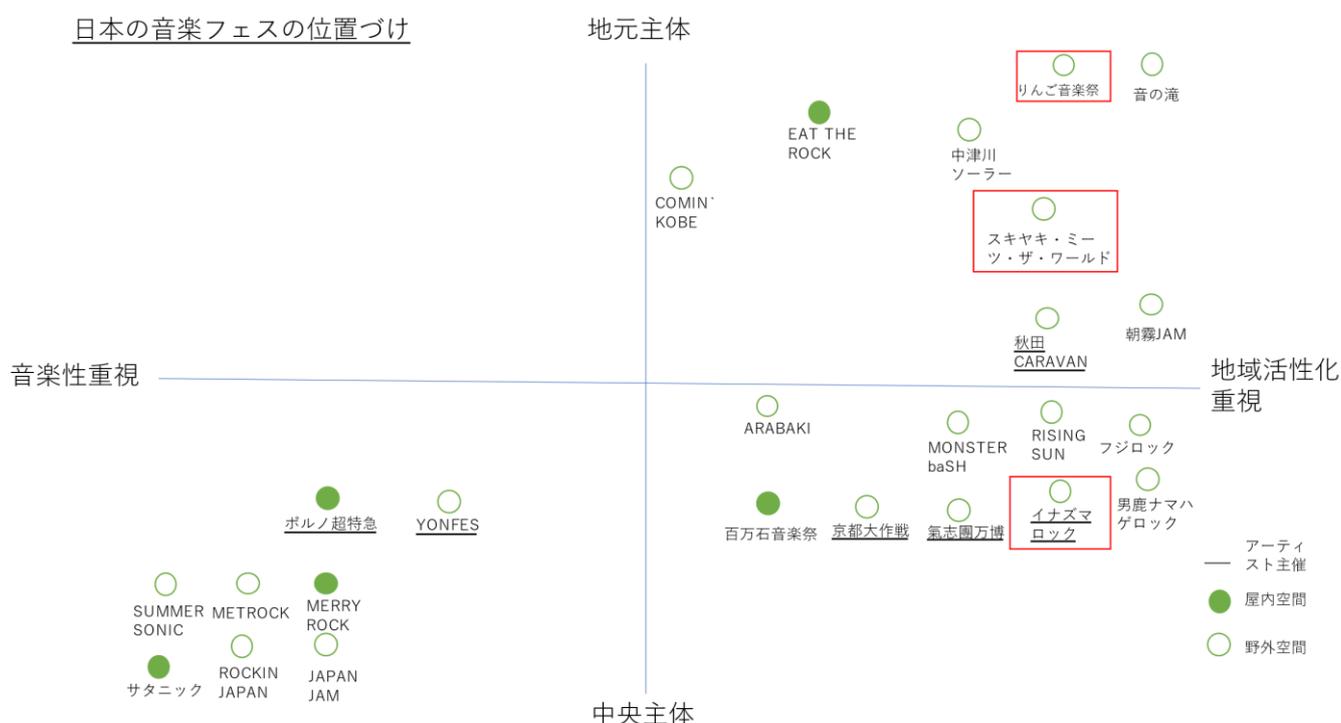
2-2-3 フェス会場の野外空間利用の特徴分析

2-2-1による分類結果をもとに、地域活性化に積極的な音楽フェスとそうでないものをいくつか抽出し、フェス会場の野外空間利用の特徴を分析した。1点目としてステージと観客の位置関係を分析し、周辺の視覚的な資源との関係を明らかにした。2点目として、会場の配置を調査し、来場者の動線と周辺資源や物販等との関係を把握した。3点目として国土地理院の地形図を用いて会場の立地状況を調査し、会場と周辺の資源との地形的な関係を把握した。

第3章 調査結果

3-1 音楽フェスの分類

ここでは、日本の音楽フェスの位置づけを分類するためにマトリックスを作成した。全国の主要な音楽フェスで、規模が観客の動員が1万人前後を超えるものの中から、公開されている資料やホームページから開催目的や活動状況を読み取れるもの計25件を抽出した。そして公式ホームページや競う文献などの資料から、運営主体や目的を把握して図に示したものとなっている。横軸は開催の目的として地域活性化を重視しているのか、それとも音楽性やアーティストを重視しているかで位置付け、縦軸は開催の運営主体が地域主体なのか中央の大手音楽イベント会社なのかで位置付けている。



資料にもとづく各フェスの位置付けの根拠は以下のとおりである。

・京都大作戦（アーティスト主催）

会場は京都府・山城総合運動公園太陽が丘でロックバンドの10-FEETが主催で行われているフェスである。運営はイベント・音楽会社、ラジオ局が行っている。地域活性の施策としては、NPOやボランティア団体が協力してゴミをなくすための運動をしたり、環境に配慮したリユースカップを用いたりしている。場所が丘を越えてステージに移動させるという動線を作っており、地域資源の公園を観客に歩かせるといった意味から、地域活性の貢献度はやや高いと言える。

（参考）京都大作戦 2022 <https://kyoto-daisakusen.kyoto/22/>

・氣志團万博（アーティスト主催）

会場は千葉県・袖ヶ浦海浜公園でロックバンドの氣志團が主催しているフェスである。運営はオフィス男闘呼塾エンターテインメント、ニッポン放送で行われている。開催に伴い、袖ヶ浦市の観光協会も市の知名度向上、地域活性化を目的として駅周辺の装飾をするなど、フェスをサポートしたり、2022年からはふるさと納税の返礼品としてチケットを取り扱ったりするなど、地元のPRにも大きく貢献していることから、地域活性の貢献度は高いと言える。

（参考） 氣志團万博 2022 <https://www.kishidanbanpaku.com/>

・YONFES（アーティスト主催）

会場は愛知県・愛地球博記念公園（別名モリコロパーク）で、ロックバンドの04 Limited Sazabysが主催しているフェスである。運営はフェス実行委員会やイベント会社が行っている。地域活性や地域を盛り上げるなどのことは言われておらず、しかし愛知県で最大級の公園を会場にしようすることは場所を選んだ意図は汲み取ることができることから、地域活性の貢献度は中程度であると言える。

（参考） YONFES2022 <https://yonfes.nagoya/feature/2022>

・ポルノ超特急（アーティスト主催）

会場は京都パルスプラザの屋内で開催されているフェスで、主催はロックバンドのROTTENGRAFFTYである。運営はイベント会社が行っている。会場も屋内で行われていて地域活性に対することは言われていないことから、地域活性の貢献度は低いと言える。

（参考） ポルノ超特急 2022 <https://porno.rotten-g.com/22/>

・秋田 CARAVAN MUSIC FES（アーティスト主催）

会場は秋田県の全13市のあらゆる場所で行われており、アーティストの高橋優が主催しているフェスである。運営はイベント会社や秋田の企業などがサポートして行われている。毎年開催地を変え、秋田のあらゆる場所で行われることから、訪れた人たちに秋田市内を回ってもらうことで、市の魅力も伝えることが出来る。主催の高橋優自らも地域活性化への思いも強く語っていたり、秋田市の民間の企業も巻き込んだりしてフェスを開催することは、地域活性の貢献度は非常に高いと言える。

（参考） 秋田 CARAVAN MUSIC FES2022 <https://acmf.jp/2022/>

・RISING SUN ROCK FESTIVAL（ライジングサンロックフェスティバル）

会場は北海道石狩湾新港樽川埠頭横の野外特設ステージで行われる。運営は北海道のコンサート・イベント企画制作会社であるWESSが行っている。案内役や管理スタッフもいない中、フジロック等を参考に全て自分たちで作りに上げたフェスである。レストランエリ

アでは北海道内の飲食店約 60 店舗が出店され、オフィシャルツアーも販売するなど、道外や海外からの来場者も多く、2次交通や周辺施設も含め、経済効果は大きい。2008 年のライジングサンでは、北海道内外の人たちからの需要は 40 億円で、その経済波及効果として 89 億円の生産が誘発され、47 億円の付加価値が生まれ、雇用者には 24 億円のお金が落ちていく（酒井 2008）。

（参考）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 年
RISING SUN ROCK FESTIVAL 2022 in EZO <https://rsr.wess.co.jp/2022/>

・フジロック

会場は新潟県湯沢市苗場スキー場で行われる。運営は日本のコンサートプロモーターである SMASH が行っている。新潟県と共同して森づくりに関する環境保全プロジェクトをするなど、自然と音楽の共生を掲げている。経済効果は 151 億円を超え、会場である苗場スキー場の閑散期である 7 月にホテルを満室にしている。宿泊は長い場合は 4 泊 5 日となり、飲食やお土産購入、宿泊による経済効果があり、地域活性の貢献度はかなり高いといえる。

（参考）永田夏来「フジロックフェスティバルに「帰る」人びと—「帰省」のレトリックと第三の故郷」場所から問う若者文化 ポストアーバン化時代の若者論 p119—135、2021 年

フジロックフェスティバル 2022 <https://www.fujirockfestival.com/>

・男鹿ナマハゲロック

会場は秋田県男鹿市の船川港内特設ステージで行われる。運営はフェスの実行委員会が行っている。音楽の力で「男鹿に沢山人を呼ぶこと」「地元で誇りを持つこと」という地域活性化を目指すことを目的に開催している。イベント会場設営や当日の運営に携わるスタッフは実行委員会や地元の高校生のボランティア参加などで進められている他、観光協会との連携をした一大商業イベントとして成立させ、全国の音楽フェスの中で最も地域が一体となるフェスの事例として挙げられていることから、地域活性の貢献度はかなり高いといえる。

（参考）男鹿ナマハゲロック VOL.11 <https://onrf.jp/>

・MONSTER baSH

会場は香川県・国営讃岐まんのう公園で行われる。運営はイベント会社であるデュークが行っている。開催地が日本最大級の農業ため池である「満濃池」を望む丘陵地にある、350ha の公園面積を持つ四国唯一の国営公園でやっているなど、地域資源を来た人にアピールしている。地元のライブハウスや商店街が一緒になってプレイベントを開催したり、会場内でフードを出展したりしているなど、地域活性の貢献度は高いといえる。

(参考) MONSTER baSH2022 <https://www.monsterbash.jp/>

・ARABAKI ROCK FEST.

会場は宮城県柴田郡川崎町みちのく公園北地区エコキャンプみちのくで行われる。運営は東北の放送局が行っている。開催目的が「大好きな音楽に囲まれたい」「架空の音楽都市を一日だけでも実現させたい」と音楽を楽しむことを重視していると思えるが、塩竈神社の末社のアラハバキ（東北地方で信仰された神）をまつた荒脛巾明神が第1回の開催地仙台港の近くにあることに由来していることや、ステージブースも東北各地を元にしたステージ名が使われていることで地域活性の貢献度はややあるといえる。

(参考) ARABAKI ROCK FEST.22 <https://2022.arabaki.com/>

・百万石音楽祭～ミリオンロックフェスティバル～

会場は石川県産業展示館の屋内ステージで行われる。運営はフェスの実行委員会、イベント会社が行っている。石川県の観光PRブースがあったり、ご当地キャラクターや百万石の武士と触れ合えるスペースもあったりするが、屋内ステージということもあって地域活性の貢献度は中程度といえる。

(参考) 百万石音楽祭 2022 <http://www.millionrock.com/>

・朝霧 JAM

会場は静岡県富士宮市の朝霧アリーナ（通称朝霧自然公園）で行われる。主催はフジロックの運営も務めている SMASH が行っていて、運営は地元有志や協力企業によって構成される朝霧 JAM 実行委員会と地域ボランティアによってなされている。NPO 法人が富士宮の PR ブースを作ったり、音楽イベントとしてだけでなく、環境問題の啓発・地場製品の PR などによる地域活性化への取り組みもしたりするなど、地域活性の貢献度は非常に高いといえる。

(参考) 朝霧 JAM2022-It 's a beautiful day <https://asagirijam.jp/>

・COMIN`KOBE

会場は神戸空港多目的広場で運営が実行委員会、神戸山手大学によって行われる。名前の由来は阪神・淡路大震災の復興支援に対する被災地からの感謝、震災を風化させずに語り継ぐことを意味していて、毎年来場者から募金を集めて東北大地震と熊本地震の被災地の小学校等に募金を設けたりしているなど、もともと復興支援を目的に開催されたフェスということもあり、地域活性とは目的が違うといえる。

(参考) COMIN`KOBE22 <https://comingkobe.com/>

・中津川 THE SOLAR BUDOKAN

会場は岐阜県中津川公園内特設ステージで運営がフェスの実行委員会で行われる。自然が豊かである岐阜県中津川市という自然豊かな地域資源である立地を活かし、キャンプや自然に親しむ企画を実施したり、100%ソーラーエネルギーを活用して行われたりなど、地域活性の貢献度は高いといえる。

(参考) THE SOLAR BUDOKAN2022 <http://solarbudokan.com/2022/>

・EAT THE ROCK

会場は滋賀県竜王町総合運動公園内ドラゴンハットの屋内ステージで行われる。運営はフェスの実行委員会が行っている。滋賀県をはじめとした関西広域から集まる食のエリアを中心に楽しめる入場無料フェスとなっているが、地域活性の貢献度は中程度といえる。

(参考) EAT THE ROCK2022 <http://eattherock.com/>

・音の滝

会場は東京都北区飛鳥山公園で、運営が **tokyo guesthouse oji music lounge** という北区王子にあるゲストハウスが行っている。**tokyo guesthouse oji music lounge** と地元自治会で発足された地域密着型野外音楽フェスで、「地域活性及び暮らしの身近に音楽と世界を」という趣旨で開催されていて、地域活性を目的としていることから、地域活性の貢献度はかなり高いといえる。

(参考) OTONOTAKI.VOL.3 <http://otonotaki.tokyo/>

そのほか、日本のイベント会社であるサンデーフォークプロモーションが運営をしている **MERRY ROCK PARADE** や、クリエイティブマンプロダクションが運営する **JAPAN JAM** などのマトリックス左下部分にあるフェスに関しては、日本の大手音楽イベント会社が主催・運営をしていて、音楽を楽しんでもらうことを重視しているフェスであるので、地域活性化の意図はあまり含まれていないといえる。

(参考) MERRY ROCK PARADE2022 <https://www.merryrockparade.jp/>

JAPAN JAM2022 <https://japanjam.jp/>

3-2 りんご音楽祭

ここからは、3-1 で作ったマトリックスの中から、開催目的が地域活性化を重視するタイプのフェスの中から3件を選び、地域活性化への取り組みやその方法を調査した。「りんご音楽祭」については2022年の6月24日に現地調査をおこない、フェスの主催者や松本市役所の関連部署担当者など、フェス関係者に対してヒアリングをおこなった。

3-2-1 開催概要

りんご音楽祭は2010年から、長野県松本市で開催されている音楽フェスで、2022年で13年目を迎える。開催時期は9月～11月の時期に開催され、2022年は9月23日から25日の3日間にわたり開催された。主催者の古川陽介氏は、2004年から「瓦レコード」という古民家を改装したパーティハウスを作って音楽イベントを続けており、そこで集まった人たちでりんご音楽祭実行委員が結成された。主催・運営は全てりんご音楽祭実行委員が行っており、松本市観光プロモーション課が後援するという形でフェスが行われている。公式ホームページに記載されている開催目的として、松本の街の活性化、アルプス公園の利用可能性の模索、松本から本当の地方分権を、などとあり、地域活性化を目指したい意図や、アルプス公園といった松本市の名所を開催場所と意識している意味も感じられる。りんご音楽祭の名前の由来は親しみやすさや松本らしさを込めて名付けられたが、りんご農家などの松本周辺のりんごに関係ある方々と連動していきたい、といった地域活性化の意図や、松本市民が子どもの頃から頻りに訪れる場所であり、ロケーションが良くても音楽イベントは行われていなかったアルプス公園で開催するということに、これらの開催目的で言っていることもしっかり意識されていることが分かる。

3-2-2 インタビュー調査結果

松本市の公園緑地課でのヒアリングによると、アルプス公園は昭和49年に子どもが遊べる場所を作りたいということから、総合公園として現在の南側部分が作られた。会場の特徴としては、北アルプスや安曇野を見ることができ、標高が高いことから盆地も見えらるということで、ロケーションは抜群と言える。観光プロモーション課でのヒアリングによると、フェス当日の状況として、まず運営・主催はりんご音楽祭実行委員会が主体的おこなっていることから、観光プロモーション課としての関わりは後援という形にとどまっていた。しかし市としても住民への騒音問題などは懸念していて、その対策はしっかり行えているか注視していた。開催当初はアルプス公園で音楽イベントをやるのが初めてということもあり、住民からのクレームもあり、フェスと市の関係は必ずしも良好ではなかった。しかし最近になって運営が安定し、県外からの観光客も増えて宿泊や飲食店などにも経済効果が生まれてきたことから、市も地域活性化の重要なイベントの一つとして注目している。

ヒアリングの中で主催者の古川氏は、1日や2日フェスを開催したことで地域は活性化し

たとはいえないと述べていた。フジロックは日本の先駆けともいえる代表的な音楽フェスであって、フジロック 4 日間の売り上げは苗場スキー場の売り上げを抜いた。しかしこのフェスが開催されたことをきっかけに苗場に足を運ぶ人が増えれば、地域活性化は成功したといえるが、そうではない。りんご音楽祭も同じで、開催された数日間は飲食店や宿泊で県外から訪れてお金を使うことは起きるが、それをきっかけに松本市に今後訪れてもらうことはまだまだ厳しい。それが成功するにはもともとその街が魅力的である必要がある。しかし、こういった地方でも個人が行動を起こせば都内や県外の人に集まってもらえるイベントを作ることが出来る。フェスを開催したことで地域活性化をすることは難しいが、地域が活性化するための一つのコンテンツとしては重要であると言える。

地道な活動を地方に住む個人が起こしていけば、必然的に地域は活性化していくといえるだろう。

3-2-3 地域活性化における取り組み

「りんご音楽祭」の間中はテイクアウトマルシェといって、日によって毎回違う松本の飲食店を日替わりで出店している。下図は飲食店の情報と会場の位置が示されている公式ホームページのマップである。松本の食文化を楽しんでもらう事に加え、地元の飲食店に経済効果を生み出している。また、会場に行くまでのアクセスマップでは、アルプス公園までのアクセスだけでなく、周辺の観光場所や地元の飲食店を載せたマップを掲載していて、来場者に松本の街を観光させることを促している。これに対し、主催者の古川氏はりんご音楽祭では会場内に来場客を留めようとするのはしないと述べた。フジロックなどのフェスはキャンプ要素もかねて来場者にテントで宿泊してもらい、消費行動をフェスの中でしか起こさせないという方針をとっている。しかしりんご音楽祭はあえて人を街に流し、松本市内でお金を使っても

LOCATION MAP



DRINK/FOOD/SHOP

そば ステージエリア

- Mo.De.La Dining bar**
お酒、ソフトドリンク、りんご
- エスニックカレー・メーヤウ**
松本の老舗カレー専門店のエスニックカレーと松本産クラフトビール。
- がねいしゃ**
松本の人気アジア料理専門店のカオマンガイとカレー。自家製のソフトドリンク
- らる麺しろがね**
安曇野人気ラーメン店が作る本気の鶏白湯ラーメンと汁なし担々麺。
- 珈琲茶房かめのや**
松本人気ゆるぎなげ喫茶。自家焙煎豆によるICE/HOTコーヒー、各種フレイバーコーヒー
- テイクアウトマルシェ松本**
※参加店舗、出店スケジュールの詳細は下記をご覧ください
- loofah**
マクラメタペストリー・ポーチ など
- 旅キッチン**
オーガニック紅茶、フルーツバー、雑貨
- Fashion・Bodyart・&**
ヘナトゥー・耳つぼジュエリー
- そばステージ出演アーティストグッズ**
CD、Tシャツなど
- りんご音楽祭オフィシャルグッズ**
Tシャツ、タオル、キャップ、バッグなど
- handmade candle lifart...**
キャンドルティディコレクション、オリジナルキャンドル
- 和・手**
タイ古式マッサージ

りんご ステージエリア

- Mo.De.La Dining bar**
お酒、ソフトドリンク、りんご
- TASTY VILLAGE -SALT inn-**
タ屋台風やきそば(特製パスタ)にフルーツを使った各種サワー。
- テイクアウトマルシェ松本**
※参加店舗、出店スケジュールの詳細は下記をご覧ください
- やまだい農園**
りんご農園さんの作る自家製スイーツ、りんごクレープ・りんごジュース・りんごカキ氷。
- りんご・山の神ステージ**
出演アーティストグッズ
CD、Tシャツなど

図2 開催時マップ／りんご音楽祭オフィシャルサイト
<https://ringofes.info/>

らうことを期待している。このことは松本市に経済効果をもたらすことや松本市のことを知ってもらうきっかけにもなるだろう。

(参考) りんご音楽祭オフィシャルサイト <https://ringofes.info/>

3-3 イナズマロックフェス

イナズマロックフェスに関しては、論文や公式ホームページ、記事などの情報を基に調査を行った。

3-3-1 開催概要

イナズマロックフェス（以降イナズマ）は、滋賀県出身のアーティストであり、ふるさと観光大使に就任されている西川貴教氏が、滋賀県を盛り上げようと始めたフェスである。2009年から、滋賀県草津市の鳥丸半島で、ステージからも客席からも琵琶湖が見渡せる開放感いっぱいのロケーションで行われている。「水の未来に、声を上げろ」をスローガンに、琵琶湖の環境保全と地域創生をキーワードに毎年西川さん自身が行政や地域の人たちと一緒に開催されている。ロックフェスというネーミングではあるものの、アイドルグループやお笑い芸人が登場するなど、ロックファン以外の老若男女が楽しめるイベントとなっている。ラスベガスの観光関係者からも注目され、イベントの完成度の高さや地域への貢献が評価され、西川はラスベガスでPRする観光大使に任命されている。主催である西川氏も、「滋賀といえば信楽焼や近江牛、大津京などを思い浮かべる方が多いかもしれませんが、実はそれ以外にも、素晴らしいものがたくさんある地域なんです。古くから文化や経済の先進地として栄え、世界遺産や国宝建築、社寺や城跡など歴史文化を感じる名所旧跡が数多く点在し、旧市街には今も江戸時代の古い街並みが残っています。また、日本最大の湖である琵琶湖もあり、生物の多様性を育む水郷や水路が暮らしの中に息づいています。近隣には京都や大阪といったメジャーな観光地があるものの、何かきっかけさえあれば滋賀にも多くの人を訪れてくれるに違いない……。僕はずっとそう思い続けていました。滋賀県から『滋賀ふるさと観光大使』に任命していただいた時、音楽を通じて地域活性化や社会貢献ができないだろうかと考え、故郷に恩返しをしたいという想いから『イナズマ』の開催を決めました」（イナズマ公式から引用）と述べている。このコメントから分かります。フェスの開催目的として滋賀という地域の活性化を目指すことを掲げており、そのことが実際のフェスの取り組みにも現れている。

3-3-2 地域活性化における取り組み

イナズマには入場無料エリアがあり、チケットを買っていない一般の人でも入場・体験できるエリアがある。その中には近江牛を始めとするご当地グルメが味わえるフードエリアに、おいで〜な滋賀体感フェアといった、地域交流のできるブースがある。大津祭りお囃子体験やオリジナルのミニ壺が作れる体験などの地元を感じられる体験や、CO2 ネットゼロ推進をする体験、MLGs（琵琶湖を切り口とした滋賀県の持続可能社会に向けた目標）

について説明し推進するゴミ拾い体験などの環境保全を啓発する体験ができる。それらが入場無料で入れるエリアで行われていることにより、フェスを楽しみに来た人だけでなく、音楽に興味の無い人でも地元のお祭りのような感覚で楽しんでもらい、滋賀の魅力を体験してもらうことができる。また、イナズマは行政からの補助金は一切使わず、そして「イナズマ」で集めたチャリティーオークションの売り上げを琵琶湖の環境保全のための「マザーレイク滋賀応援基金」へ寄付している。2010年の文献では、初回の2009年開催のコメントが記されている。この年は2日間で全国から延べ約3万人が訪れ、ライブや各ブースを楽しんだ。ステージは琵琶湖を背景に設営され、水環境を意識させるものであった。フリーエリアでは、飲食以外にも琵琶湖の環境や歴史文化を紹介するものがあり、音楽を主目的として参加した人の姿もあった。収益金の一部を滋賀県に寄付し、また滋賀県全体へは2億4000万円の経済効果をもたらしている。また、滋賀県商工観光労働部観光交流局の副主幹である森安弘氏は、「県は開催地の草津市と共同し、公共施設の利用に便宜を図り、地域施設の地域のPR活動を行って会場を盛り上げるサポートを行った。地元大学生によるゴミ分別回収の活動が来場者の意識向上にもつながり、イナズマロックフェスだけでなく地域を盛り上げる大きな力となった。開催の一番の収穫は多くの方に滋賀を知ってもらい、環境への意識啓発ができた。2009年に運営事務局から県にいただいた寄付金250万円は、マザーレイク滋賀応援基金に積み立てられ、事業に活用された。」とコメントをしている。(2010月刊「水」)

これによって分かるとおり、イナズマは滋賀の魅力を多くの人に知ってもらうといったような地域活性化を目指すだけでなく、琵琶湖の水をテーマに環境問題についても啓発するような音楽フェスである。

(参考)

地方から日本を変える！『イナズマロックフェス』11年間の軌跡(前編) /アーティスト・西川貴教さん | webマガジン | DOWELL ~いいことをして、この世界をよくしていこう。

<https://www.dowellmag.com/52580/>

イナズマロックフェス 2022 <https://inazumarock.com/2022/>

「イナズマロックフェス 2010『琵琶湖の水を守ろう』をテーマに音楽フェス開催」月刊「水」発行所 2010.12 p.81~83

3-4 スキヤキ・ミーツ・ザ・ワールド

スキヤキ・ミーツ・ザ・ワールドは、イナズマと同様に論文や公式ホームページ、記事などの情報を基に調査を行った。

3-4-1 開催概要

スキヤキ・ミーツ・ザ・ワールド(以降スキヤキ)は富山県南砺市福野文化創造センターヘリオスとその周辺地域において1991年から開催されているフェスである。毎年8月下

旬に開催され、延べ約 1 万人の来場者が訪れる。主催はスキヤキの実行委員会が行っているが、実行委員会は基本的にボランティアによって構成されている。事務局の機能は、市の職員である、福野文化センターのヘリオス事務局が担当している。ボランティアの参加の仕方にも種類があり、子どもから大人までの個人応募である一般応募やインターンシップ、高岡商業高校吹奏楽部及び南砺福野高校吹奏楽部などあるが、大半は一般登録のボランティアである。企画を詰める時点では 30 人ほどのスキヤキ制作部や事務局メンバーでおこなっているが、最終的には 200 人を超えるボランティアスタッフによる実行委員会が組織される。1991 年の 4 月に福野町（現南砺市）の若者たちがスキヤキ・ネットワークを立ち上げ、同年 8 月にアフリカ・アジア・中南米のミュージシャン達による音楽紹介を通じて異文化交流を目的に開催されたのがきっかけである。現在は 8 月下旬の金曜日から日曜日にかけて開催され、三日間でおよそ一万人の来場者がある。開催中は世界各国のミュージシャンのライブステージのほか、市内に滞在するミュージシャンが会場での各国の楽器演奏指導、楽器製作等多くのワークショップを開くなど、世界各国のミュージシャンと異国文化交流をはかっている。また、小学生から大ベテランまで 200 名を超えるボランティアスタッフが企画・運営をする市民参加型フェスティバルとなっている。

3-4-2 地域活性化における取り組み

イベント自体は 3 日間かけて行われるものであるが、海外から来たアーティストが文化交流のために南砺市に 2、3 週間滞在し、交流会やワークショップを行う。この期間は子どもから大人まで楽しめるような多種多様なワークショップが開かれ、このことでフェスが行われる 3 日間のみならず、他の日でも地域の人が集まって交流できる機会が増えてさらにいろんな文化に多く触れるきっかけにもなる。子どもから大人までが南砺市で長い期間交流でき、地域のことよく知ることが出来る。福野文化センターの会場のみならず、福野駅のロータリーや道路など福野市全体で行われるイベントであるから、市民が必然的に参加するイベントになり、子どもたちに南砺市を好きになってもらうきっかけにもなるだろう。音楽的な要素として、小学生や吹奏楽団、あんどん隊などの地域に根づいた音楽団体が南砺市の道路を使ってパレードを行う。これらの要素は、ただ音楽を聴きに行くことを目的とする一般的な音楽フェスとは一線を画していて、音楽や文化交流を通して地域で行うお祭りのような位置づけになっている。

スキヤキの開催により、ホテルが満室になったり、スーパーの売り上げが上がったりするなど、開催により周辺施設が活性化するなど、経済効果も与えている。また、200 名を超えるボランティアの活動が「サントリー地域文化賞」や「国際交流基金地球市民賞」など数多くの賞を受賞しており、全国で注目されている。音楽的なイベントとしてでなく、地域のお祭りのようなイベントとして地域活性化に貢献できているフェスである。

(参考)

スキヤキ・ミーツ・ザ・ワールド公式 <http://sukiyakifes.jp/festivalinfo>

菊川ありさ「ボランティアから見た音楽祭——ワールドミュージック・フェスティバル

SUKIYAKI MEETS THE WORLD を例に」平成 27 年度富山大学芸術文化学部卒業論文

橋本星奈「ワールドミュージックフェスティバル”SUKIYAKI MEETS THE WORLD “に

おける課題と存続理由」平成 29 年年度富山大学芸術文化学部卒業論文

第4章 フェス会場の野外空間利用の特徴

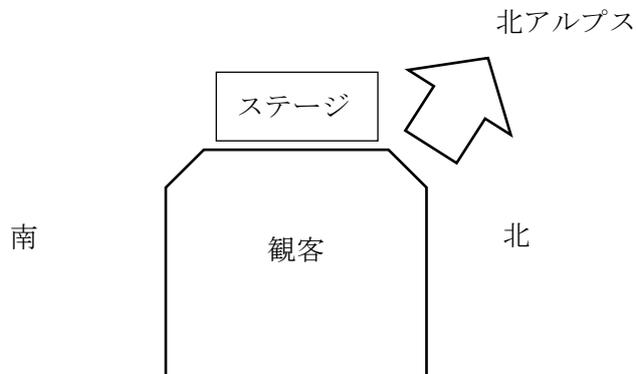
この章では、フェスが会場として利用する野外空間を3つのレベルで分けて分析をおこなった。1点目はステージと観客の位置関係である。観客からステージはどの方向に見えているか、またその地域が誇る風景資源が近くに位置している場合、観客やステージからはどの方向に見えるのかといったことを図化し分析した。2点目では会場の配置がどのようなになっているかを調査した。メインステージやサブステージ、出店エリアの位置関係、来場者がゲートから入ってきてどのような動線になるのかを図に表した。3点目は会場とその付近の立地断面による分析である。国土地理院の地形図を用いてステージの標高、その付近の標高を図式化することで、ステージから見ることのできる風景や地域資源との地形的な関係を把握する。

4-1 地域活性化重視タイプでの野外空間利用

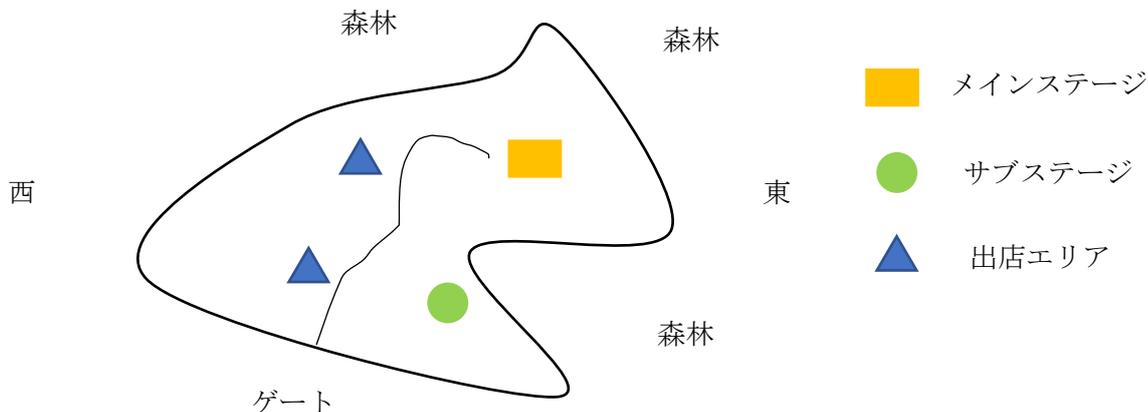
ここでは、開催に当たって地域活性化を重視とした目的でおこなっているフェスの野外空間の利用の特徴について述べる。第3章で分類したマトリックスの図中で、比較的右側に分布しているフェスの中からいくつかタイプの違うものを抽出し、分析をおこなった。

・りんご音楽祭（長野県松本市アルプス公園）

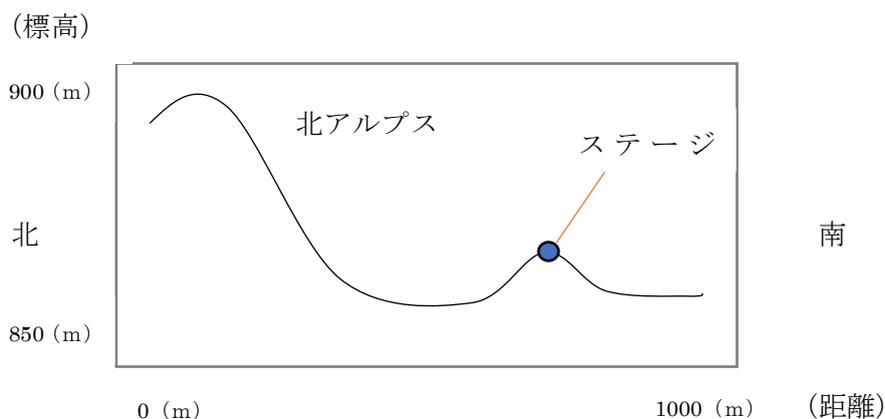
(1) ステージと観客の位置関係



(2) 会場の配置



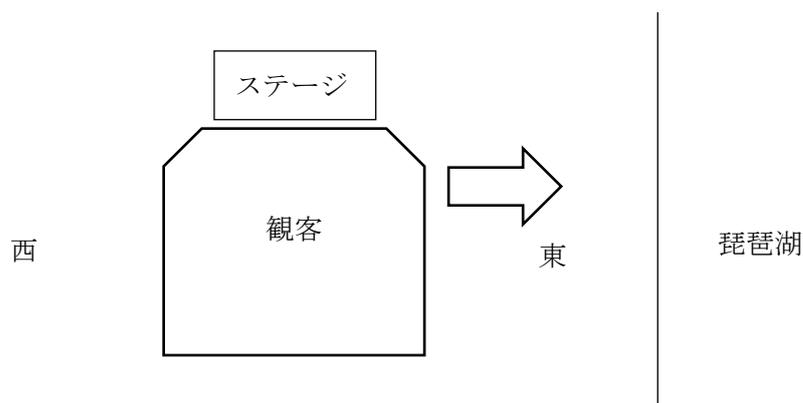
(3) 会場の立地断面図



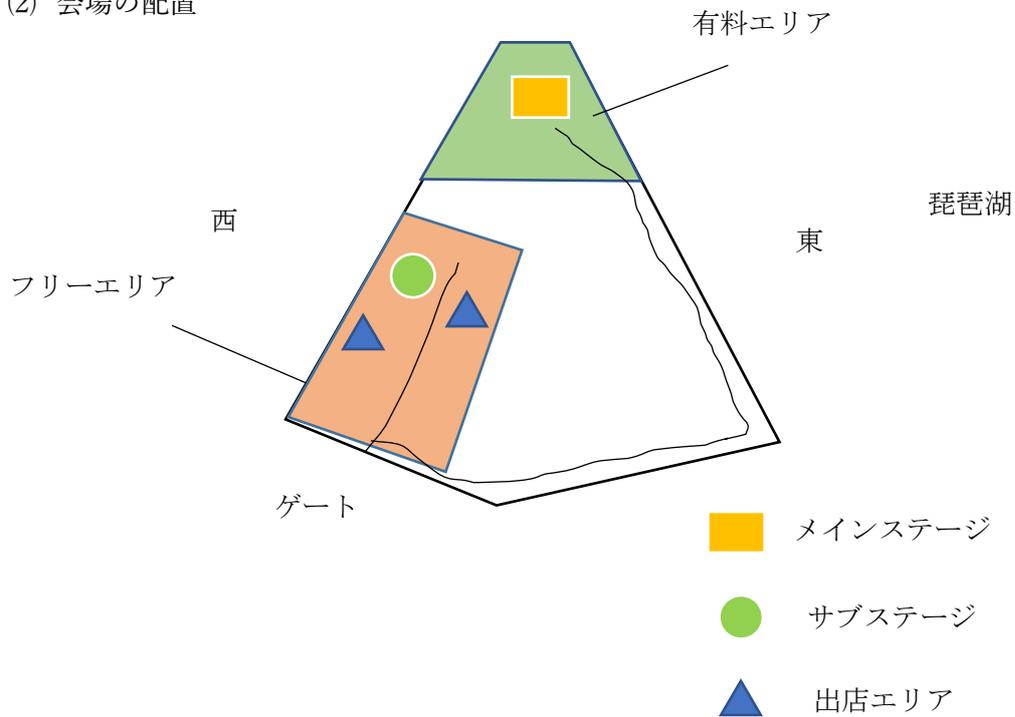
観客の位置が、ステージを見ることを通して、ステージ奥の北西に北アルプスが眺めることができる配置になっている。これによって観光客はフェスに来ながら地域資源を感じることができ、フェスに来た人に地域の魅力を知ってもらうことができる。会場に行くまでまずは駐車場から入り、山道を通りステージに向かっていく。ステージに着くまでの動線に出店ブースがあり、アルプス公園を歩きながら長野県の飲食店などを回れる仕組みになっている。会場の断面図を見ると、ステージ部分の標高が少し高くなっており、その奥に見える北アルプスが一面に見渡せるといった場所にステージが位置していることが分かる。

・イナズマロックフェス（滋賀県草津市 烏丸半島 芝生広場）

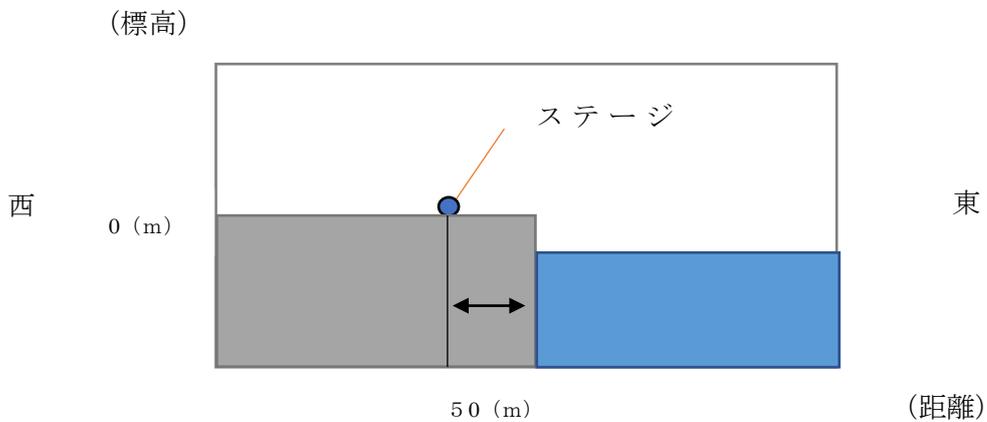
(1) ステージと観客の位置関係



(2) 会場の配置



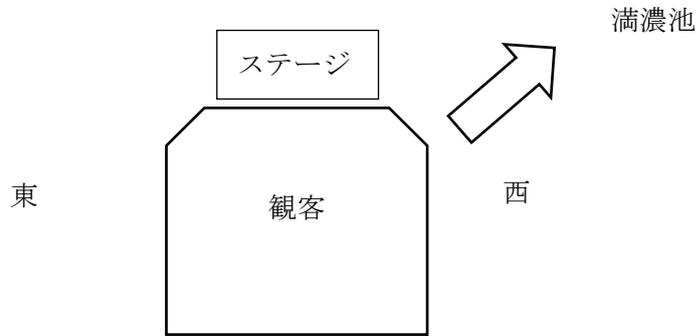
(3) 会場の立地断面図



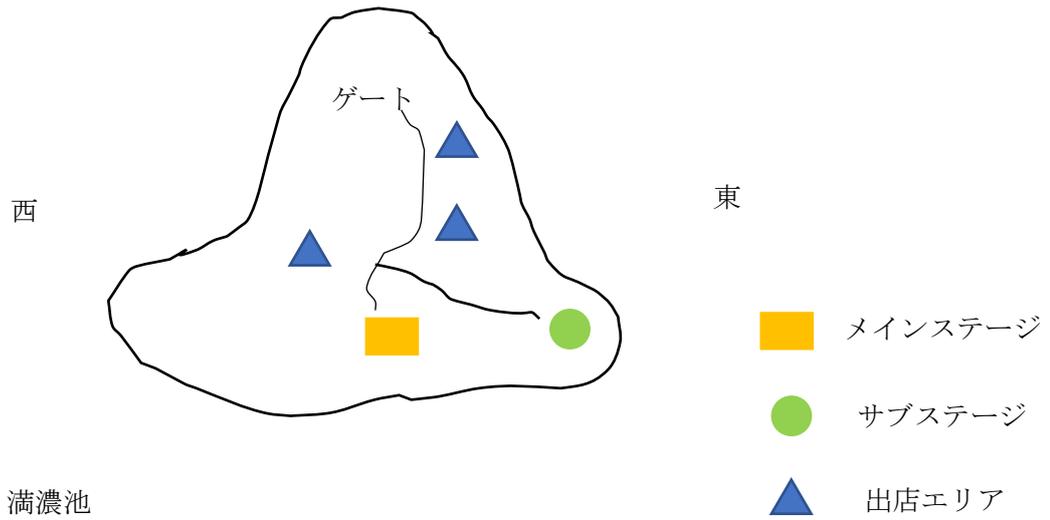
観客席から東側に向かって琵琶湖を眺めながらステージを見ることが出来る。これは、イナズマのテーマである、「水の未来に声を上げろ」といった意味を強く感じることが出来る。ステージと湖までの距離は 50mほどしかなく、また有料エリアに入場する動線も湖に沿って歩くように作られており、ライブに行くまでのお客さんに滋賀県の大きな地域資源である琵琶湖を見渡し、水に対しての意識を向けさせるように考えられている。会場の配置を見て分かるとおり、有料エリアに行くためにわざわざここまで歩かせることにはそういった意味が考えられる。フリーエリアはゲートを通ってすぐの場所に位置していて、チケットを買っていない一般客にも分かりやすくブースに入れる仕組みになっている。

・MONSTER baSH (香川県 国営讃岐まんのう公園)

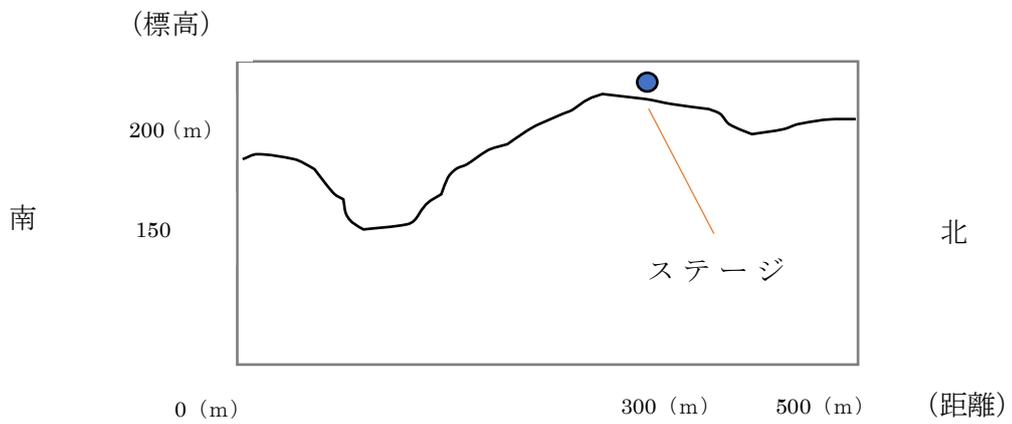
(1) ステージと観客の位置関係



(2) 会場の配置



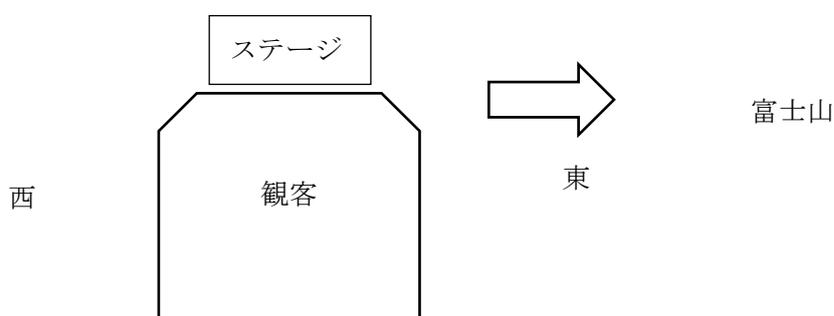
(3) 会場の立地断面図



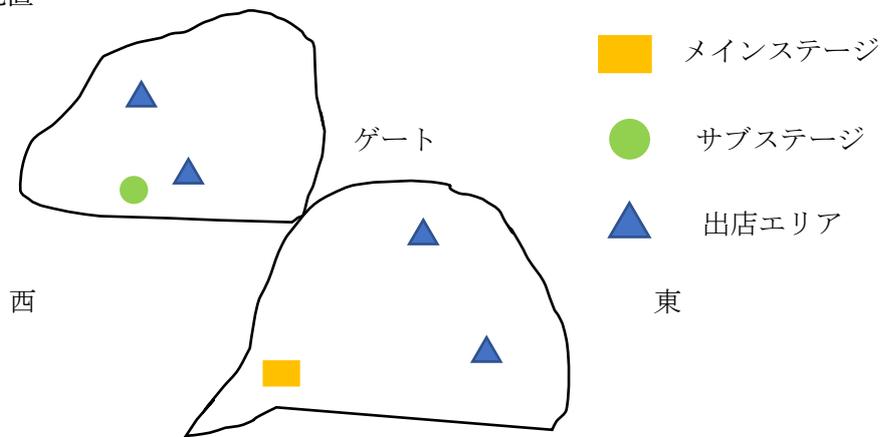
MONSTER baSH は地元の商店街と共同してイベントを開催するなど、地域とのつながりを重要視しているフェスで、フェスをする上で場所も大事にしている。日本最大の農業ため池である「満濃池」をステージから北西に眺めることが出来る。また開催場所も 350ha の広大な面積を持つ四国唯一の国営公園を活用するなど、フェスに訪れた観光客はこれらの地域資源を最大限に感じることが出来る。ステージの位置はやや高い場所に位置しており、近くの盆地も見下ろすことが出来る。

・朝霧 JAM (静岡県富士宮市 朝霧高原)

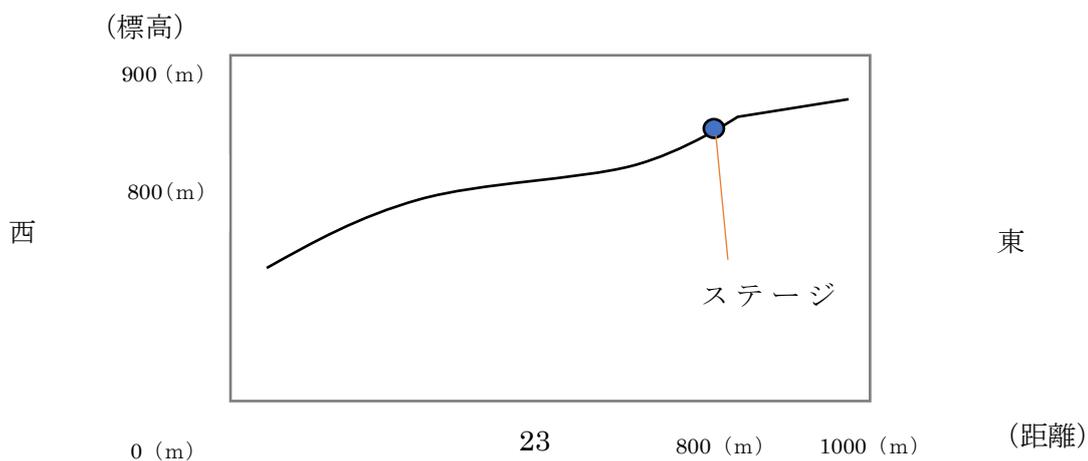
(1) ステージと観客の位置関係



(2) 会場の配置



(3) 会場の立地断面図



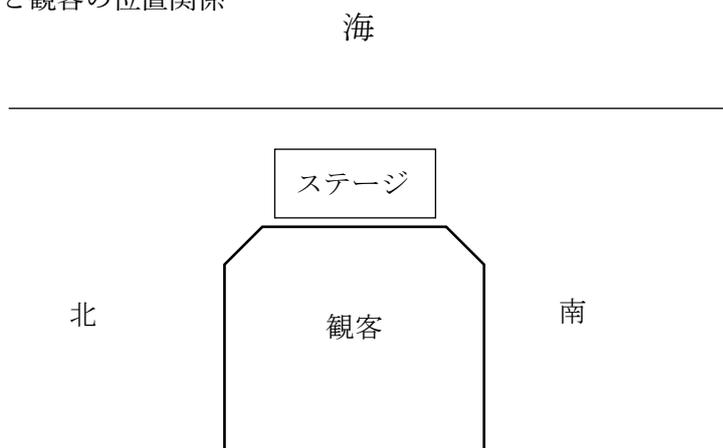
朝霧 JAM というフェスは音楽フェスとしての目的だけでなく、環境問題の啓発や地場産業の PR も地域活性化を目的として行っている。それが分かるとおり、会場が朝霧高原といった標高が高い位置にある場所を使い、周りも山々に囲まれたステージとなっている。観客・ステージから見て東側には静岡県最大の地域資源ともいえる富士山が眺められるといった素晴らしい風景を感じられる場所でフェスを開催している。これによって来るお客さんは単に音楽を聴きに来るだけでなく、同時に美しい景色も観光できるといったことで静岡という地域を感じて帰ることになる。

4-2 音楽性重視タイプでの野外空間利用

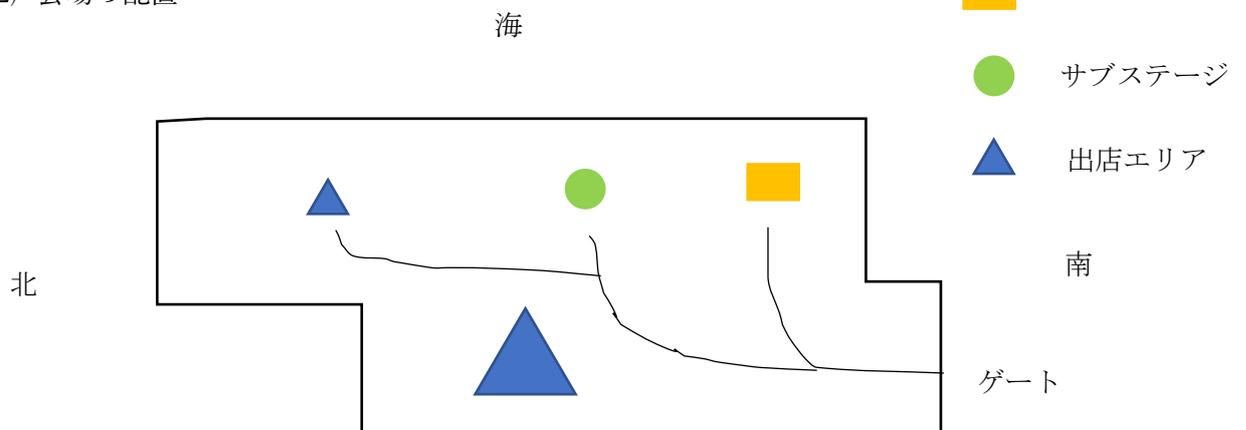
ここでは、フェスを開催する目的として、地域活性化の要素が少なく、音楽性やアーティストを重視しておこなっている音楽フェスの野外空間の会場利用について分析をおこなう。

・ROCK IN JAPAN (国営ひたち海浜公園)

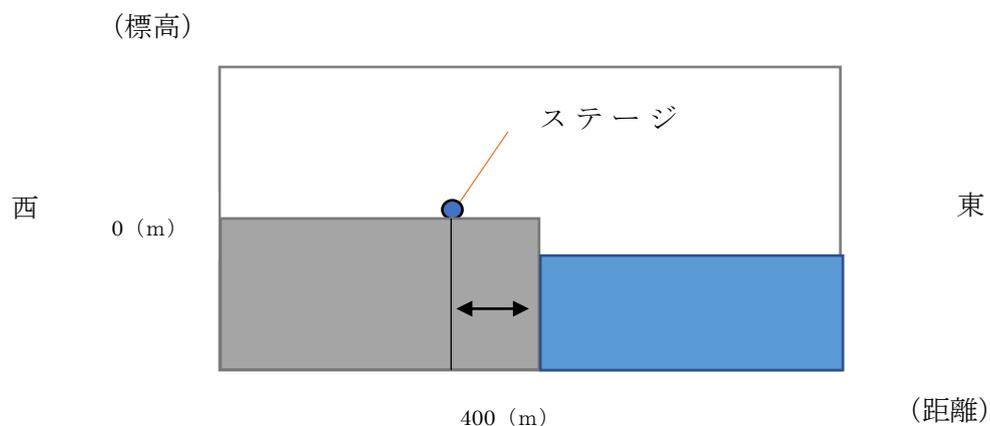
(1) ステージと観客の位置関係



(2) 会場の配置



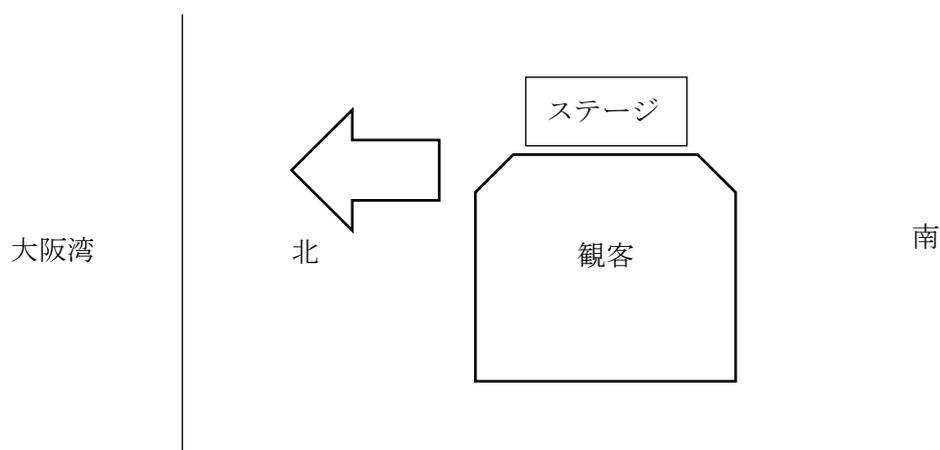
(3) 会場の立地断面図



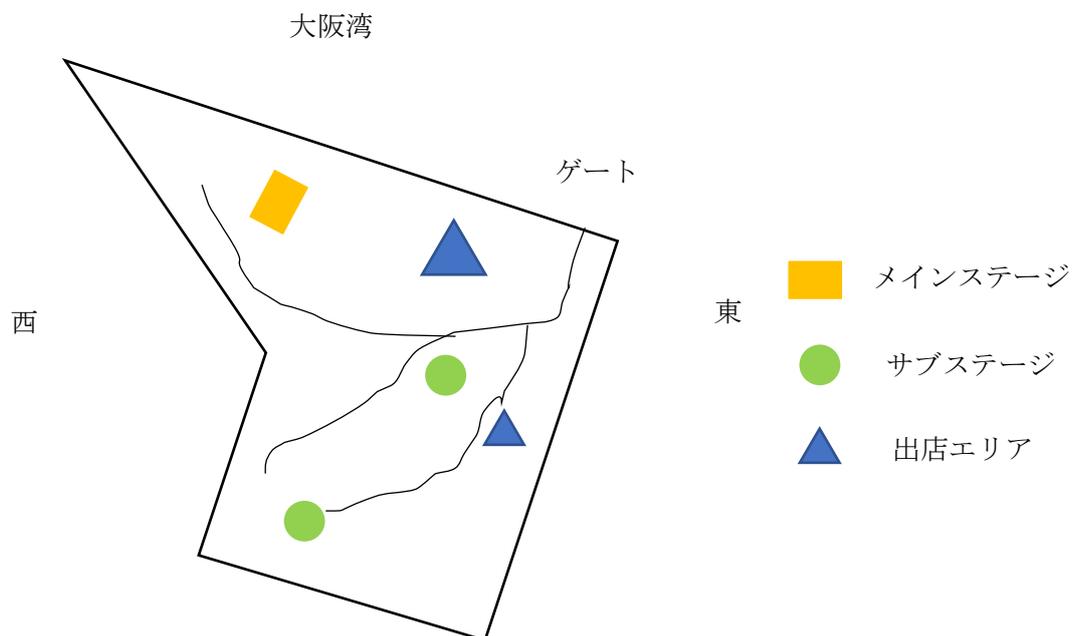
このフェスはサンライズプロモーションという日本の音楽イベント会社が主催しているフェスで、「参加者が主役のロックフェスをおこないたい」という考えから始まったフェスである。会場が海から400mほどの位置で開催されるフェスで、周辺的环境は工場地帯であったり、ショッピングモールや大きい公園があったりと、騒音問題になりにくいような場所でおこなわれていることが印象的である。

・ SUMMERSONIC OSAKA (舞洲スポーツアイランド)

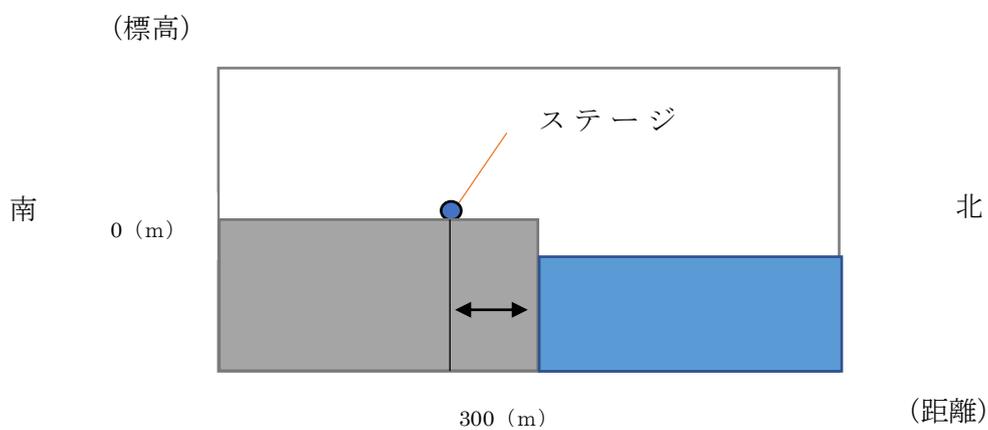
(1) ステージと観客の位置関係



(2) 会場の配置



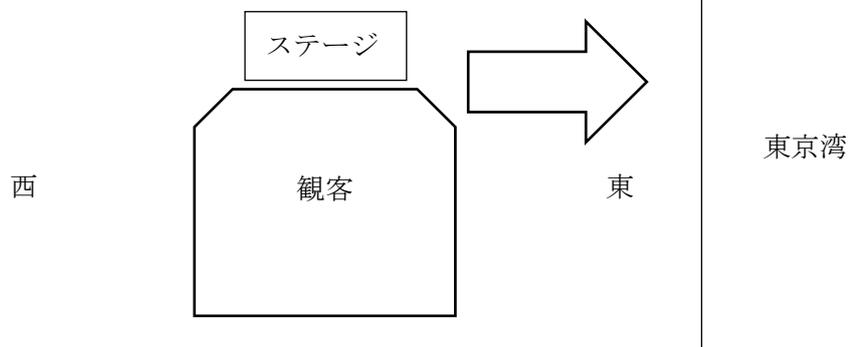
(3) 会場の立地断面図



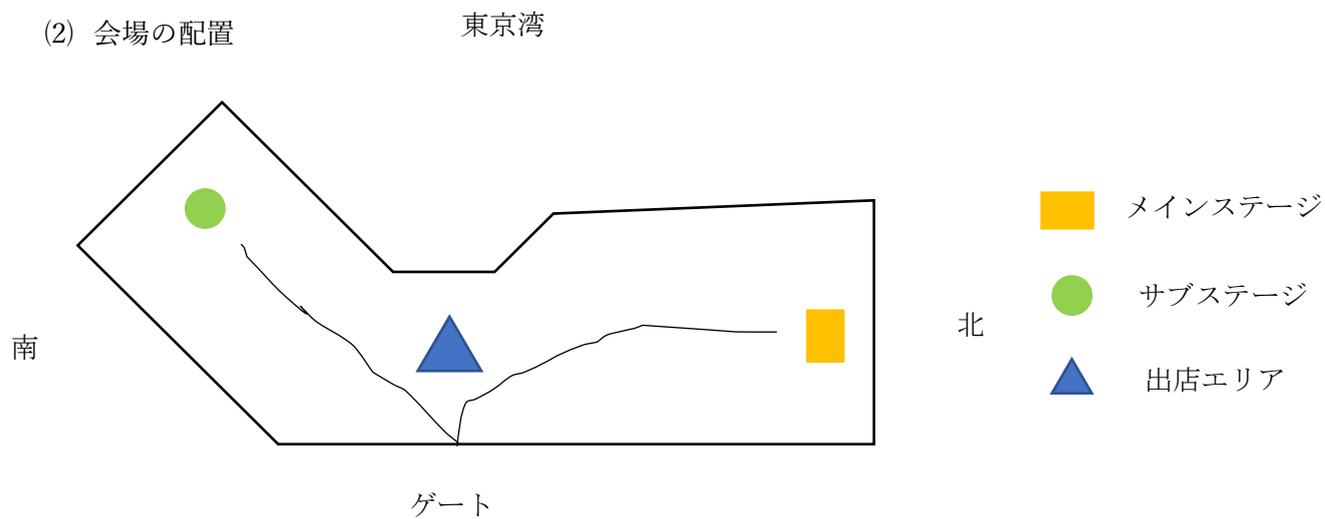
このフェスはクリエイティブマンプロダクションのいう日本の音楽イベント会社が主催しているフェスで、「日本の現代アーティストを世界トップレベルに育てる」ことを目的として始まったものである。ステージは海のそばにあり、非常に見晴らしの良い景色となっているが、会場は舞洲スポーツアイランドといった、工場地帯やスポーツをする球場や運動場が位置する場所でおこなわれている。もともとスポーツ観戦やイベントなどで多く使われることから、騒音問題になりにくいような場所やイベント空間としての使いやすさからこの場所が選ばれていることが分かる。

・METROCK TOKYO (新木場 若洲公園)

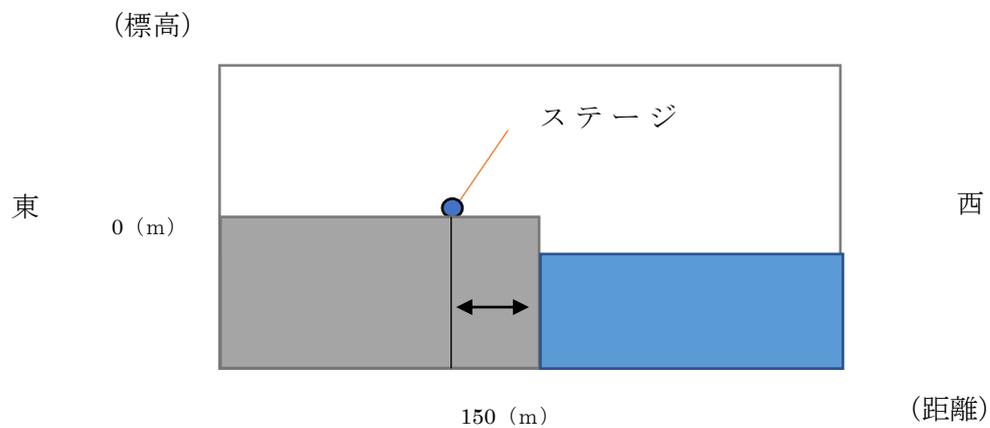
(1) ステージと観客の位置関係



(2) 会場の配置



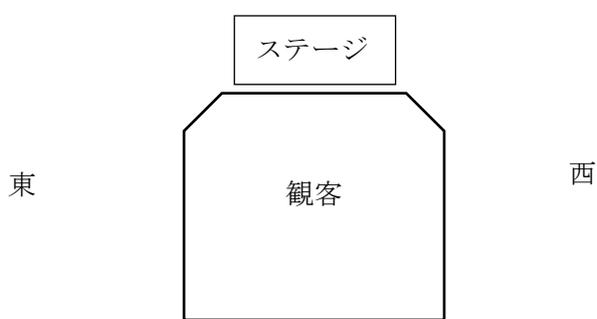
(3) 会場の立地断面図



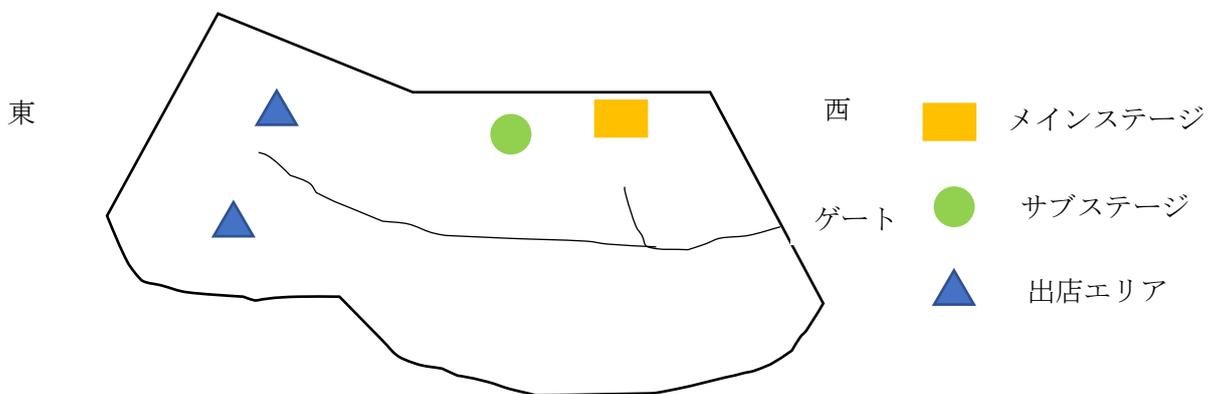
このフェスは、テレビ朝日やびあ、キョードー大阪などの放送局やイベント会社などが共同して主催する音楽フェスである。ロック・フェスティバルが日本のカルチャーとして大きく成長してきた2013年にこのカルチャーをさらに広めるべくして開催されたことから、目的は音楽が重要視されているといえる。東京駅から電車やバスを使って約30分で行くことができるといったアクセスの良さ、また会場には海も近く大きな風力発電風車があることからロケーションも良く、開放感のある会場で行われている。しかし、公園は四方が海に囲まれており、地域との接点は限られている。騒音問題になりにくいような場所やアクセスの良さといった立地が優先されて開催場所を選んでいるといえる。

・YONFES

(1) ステージと観客の位置関係

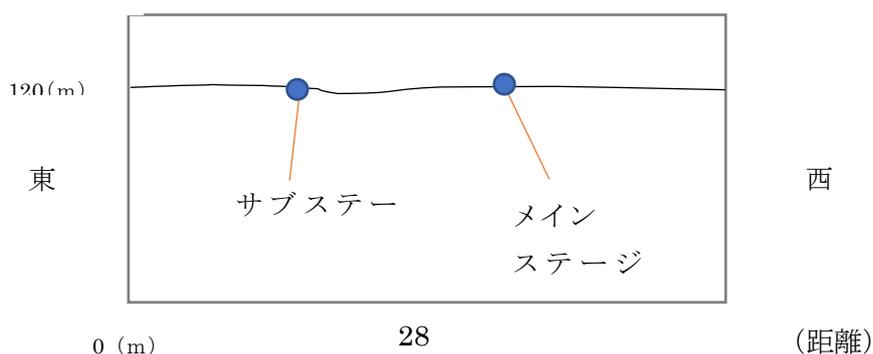


(2) 会場の配置



(3) 会場の立地断面図

(標高)



このフェスは、ロックバンドの **04 Limited Sazabys** が主催しているフェスで、自分たちがフェスに出演していく中で、自分たちでもフェスを作り上げたいという思いから始まった。メンバーの思い出のある街で開催していて、街とライブハウスに恩返しをしたいという気持ちも込められている。会場自体周りが自然に囲まれていて、音楽のイベントも他におこなわれていることから、その立地を条件に開催場所を選んでいることが分かる。

第5章 考察

はじめに、第3章でおこなった、開催目的が地域活性化を目指しているフェスの中から代表的なものを抽出した3つのフェスの地域活性化における取り組みについて考察していく。

りんご音楽祭では、大きくまとめると3つの取り組みをおこなっていた。1つは松本市民が子どものころから親しみを持ち、長野県の地域資源である北アルプスを眺められるといった、アルプス公園を会場にしているところである。これによって訪れた来場者は長野県の豊かな自然に触れながら音楽を楽しみ、同時に松本の魅力を感じることが出来る。2つ目は会場に来場者を留めず街に流すことをして、松本市内で消費をさせることである。アクセスマップにも会場周辺の観光・飲食場所を載せることで、これもまた松本市を観光させ、フェスのときの単発的な経済効果ではなく、また松本市に来たくなるような施策といえる。3つ目はテイクアウトマルシェといった、松本の飲食店を日替わりで出店している点である。日替わりで店を変えることにより、より多くの飲食店に雇用が生まれ、来場者にも様々な松本の食を味わってもらおうなどといった、雇用効果と魅力をさらに知ってもらう、2つの効果が生まれている。

イナズマでは、主に2つの地域活性化における取り組みがある。1つは入場無料エリアがあり、チケットの有無に関わらず、誰でもフェスに訪れることができる場所である。この無料エリアには、ご当地グルメが味わえるフードエリアと、地域交流や環境保全体験ができる「おいで〜な滋賀体感フェア」といったブースがある。スローガンである「水の未来に、声を上げろ」とあるようにゴミを拾う体験や、琵琶湖の石けんを作る体験は、来場者に地元の自然の大切さであったり、地球の環境問題について考えたりさせることが出来る。また琵琶湖沿いをわざと歩かせる動線にも、滋賀県最大の地域資源を味わってもらおう意図が感じられる。2つ目はチャリティーオークションを開催しているところである。これは、毎年アーティストとコラボして作ったグッズを販売し、その売り上げを市に寄付するという取り組みである。来場者もアーティストのそこでしか買うことが出来ないコラボグッズを買うことができ、さらに募金活動にもなるといったことから、双方にとって利益がある画期的なアイデアである。またそこで集めた寄付金で、市はさらに地域の魅力を向上させるために使うことができることから、この取り組みはどのフェスも取り入れやすく、地域活性化において重要な取り組みであるといえるだろう。

スキヤキはフェスの形態が一般のものとはかなり異なっていることから、他のフェスが参考にするのは難しいが、地域活性化という点では非常に貢献できる取り組みをおこなっている。まずはこのフェス自体、南砺市という街全体を使っておこなわれているもので、市民は必然的にこのイベントに参加することになり、地域の人と触れあう機会ができ、愛着を持つことが出来る。また、来場者も街の人と交流できることから、地域のことをより深く知ることが出来る。このフェスの、音楽的な要素と地域のお祭りのような要素を掛け合わせる施策は、他の新たに始めるフェスに取り入れることで地域活性化を目指すことが

出来るだろう。

次に第 4 章でおこなった野外空間利用の分析における考察をしていく。この章ではステージと観客から見える風景はどう見えるか、会場の配置がどうなっているか、会場や周辺の標高はどんな高さなのかという 3 つのレベルで調査をおこなった。そこで、地域活性化を重視したフェスと音楽を聴きに来ることを重視したフェスとの 2 種類のタイプで比較した。比較して分かったことは、地域活性化を重視するフェスでは会場の立地や配置を大事にしているということである。香川県の MONSTER baSH ではステージから満濃池を眺められる位置を会場にしていたり、朝霧 JAM は会場が標高の高い位置にある高原にあり、東側には富士山が見えたりするなど、会場自体も地域の良さを感じる場所や、地域資源をステージから景色として見える場所を選んでいるフェスがほとんどであった。それに対して、音楽性重視タイプのフェスは、騒音問題になりにくいような場所や都心からのアクセスの良さを大事にしていることが分かった。舞洲スポーツアイランドで開催される SUMMERSONIC OSAKA では、普段からスポーツやイベントがおこなわれるような、周りには海と工場地帯しかない場所で開催しているし、新木場の若洲公園でおこなわれる METROCK TOKYO では、周りが海に囲まれており騒音が迷惑にならないことに加えて、東京駅から電車やバスを利用して 30 分ほどでいけるといったアクセスの良い場所を選んでいる。

したがって、全てのフェスがそうであると一概にはいえないが、地域活性化を重視しているフェスと音楽を聴きに来ることを重視しているフェスでは場所を選ぶ基準に違いが見られる。また、地域活性化を目指すフェスを開催するなら、どこを会場にすれば地域資源を活用でき、フェスに来たお客さんにも地域の魅力を感じて貰えるかということを考える必要があるといえる。

第6章 まとめ

本論文の目的は、全国の音楽フェスを調査し、地域活性化を目的としておこなわれるフェスの現状把握と分類をすることと、会場となっている野外空間の特徴と地域活性化との関係の分析・調査をすることであった。全国の音楽フェスを対象に調査をおこない、研究方法としては、開催目的や活動から読み取れる、地域活性化への貢献度や主催・運営のタイプから性格毎に分け、マトリックス上で位置付けること、マトリックス内の代表例から、現地調査や文献・公式ホームページなどの情報を基に地域活性化の取り組みの調査をすること、国土地理院地図等を用いて、フェスの野外空間利用の分析をすることであった。これらの方法で研究をおこない、その結果以下の3点を明らかにした。1つ目は主催・運営のタイプと開催目的によるマトリックスから、地域主体で主催をしているフェスに近いほど地域活性化の思いは強く、大きなイベント会社やテレビ局が主催しているフェスほど音楽性や大人数を動員できるアクセス性を重視していることが読み取れた。2つ目は地域活性化を重視しているフェスでおこなわれている取り組みを明らかにした点である。地元飲食点との連携や資源保全のための基金などに有効性を見出すことができた。3つ目はフェスが開催される空間を調査することで、地域活性化を目指すフェスでは地域資源を上手く活用していることを明らかにすることができ、会場の立地や配置が地域活性化の目的と深く関係しうることを示した。

これらの結果は、先行研究で分析がおこなわれていた、フェスを開催することでの経済効果や価値などに加え、地域活性化を重視したフェスの現状を新たにまとめることができたことや、フェスの野外空間利用という新しい知見を付与することが出来る。

最後に、八木（2019）の先行研究でもあった通り、まだまだ日本には音楽フェスというコンテンツが地域経済に大きな影響を与えうることに對しての認識が少ないといえる。自治体とフェスの主催者が共同して、観光業と音楽フェスを上手く融合させていく必要がある。そうすることが、音楽フェスで地域活性化をしていく上で重要になってくるだろう。