

北アルプス国際芸術祭 2024 経済効果分析調査業務
大町市内の観光消費総額は 3.2 億円
長野県内への経済波及効果は 6.8 億円

■ 調査結果のポイント

- 2017年に第1回が開催された北アルプス国際芸術祭は、2021年の第2回に続き、第3回目の開催となった。
- 新型コロナウイルス感染症により厳しい環境下となった前回から3年ぶりとなる本芸術祭へは、会期中に49,031人が来場した（推計値）。
- このうち作品来場者の推計値である45,801人を踏まえ、アンケート結果を参考に消費額を推計するための人数を33,482人とし、本芸術祭の経済効果を推計したところ、大町市における観光消費額は3.2億円となった。
- 平成27年長野県産業連関表を用いて長野県内への経済波及効果を推計したところ、6.8億円の経済波及効果をもたらしたものと推計された。
- 前回とは来場客数の算出方法などが異なることから注意が必要であるが、前回の効果（大町市に2.1億円の消費効果、長野県に4.0億円の経済波及効果）を上回る結果となった。
- アンケート結果によると、県外客の割合は前回よりも増加しており、コロナ禍以降、人の流れが活発になる中、こうした動きを上手く取り込めた結果となった。
- また、県外客割合の増加に伴い消費単価の高い宿泊客の割合が増加したことや、宿泊数も増加傾向にあり市内・県内における滞在時間が伸びたことも、経済効果を押し上げる要因となったとみられる。

経済波及効果の推計結果

経済波及効果合計(①+②)		6.8 億円
① 直接効果額	北アルプス国際芸術祭の来場客による観光消費総額のうち、長野県内で生産されている分(調達できる分)の金額	4.8 億円
② 1次生産誘発額	直接効果により需要が増加した産業部門が、ほかの産業部門から原材料を購入することで生産を誘発する金額	2.1 億円

(注)数値は四捨五入しているため、内訳と合計は一致しない。

1. 観光消費総額及び経済波及効果の推計方法(前提条件)

(1)長野県内における観光消費総額の推計

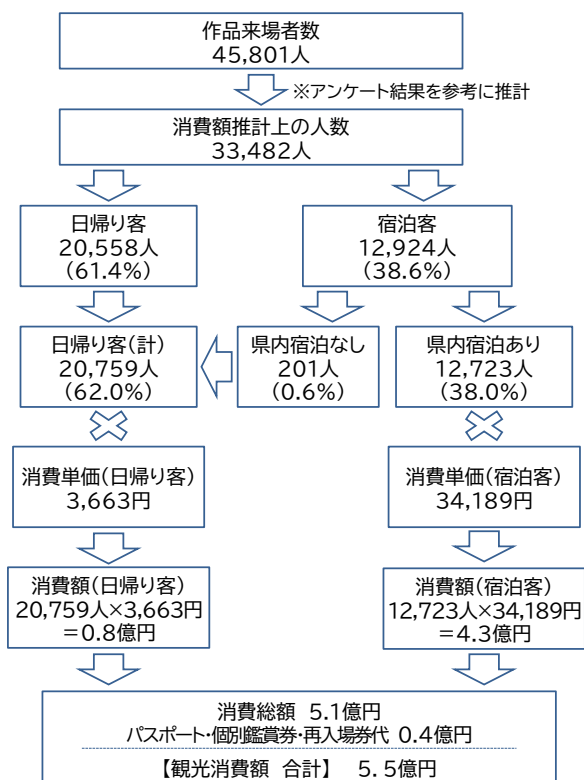
- ① 北アルプス国際芸術祭へ来場した作品来場者数 45,801 人に基づき、アンケート結果を参考に用いて消費額推計上の人数を 33,482 人と推計した。
- ② 北アルプス国際芸術祭の会場となった5つのエリアにおいて、来場客に対してアンケート調査を実施し（サンプル数 617）、交通費・宿泊費・飲食費・土産代・その他の予算を尋ねた。
- ③ 来場客を日帰り客と宿泊客に分け、それぞれについて一人あたりの消費額を算出した。なお、長野県内で宿泊しない宿泊客は、日帰り客としてカウントした。
- ④ 上記の一人あたり消費額に、アンケート結果と来場客数から推計した日帰り客数と宿泊客数を乗じ、さらにパスポート・個別鑑賞券・再入場券代を合わせて観光消費額を算出した。結果として、長野県内における観光消費総額は 5.5 億円となった（図表 1）。

(2)大町市内における観光消費総額の推計

- ① (1) のアンケートにおいて、「全体の予算の内、大町市内で予定している金額」についても尋ねた。
- ② 来場客を日帰り客と宿泊客に分け、それぞれについて宿泊費・飲食費・土産代・その他の一人あたりの消費額を算出した。なお、大町市内で宿泊しない宿泊客は、日帰り客としてカウントした。
- ③ 上記の一人あたり消費額に、アンケート結果と来場客数から推計した日帰り客数と宿泊客数を乗じ、さらにパスポート代等を合わせて大町市内における観光消費額を算出した。結果として、大町市内における観光消費総額は 3.2 億円となった（図表 2）。

図表 1 長野県内における観光消費総額

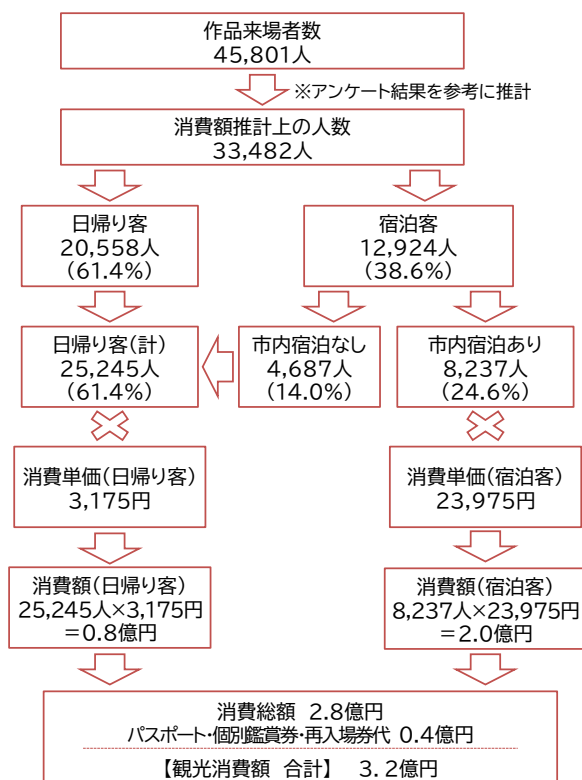
推計のフローチャート



(注)消費単価には、パスポート・個別鑑賞券・再入場券代 は含まない。

図表 2 大町市内における観光消費総額

推計のフローチャート



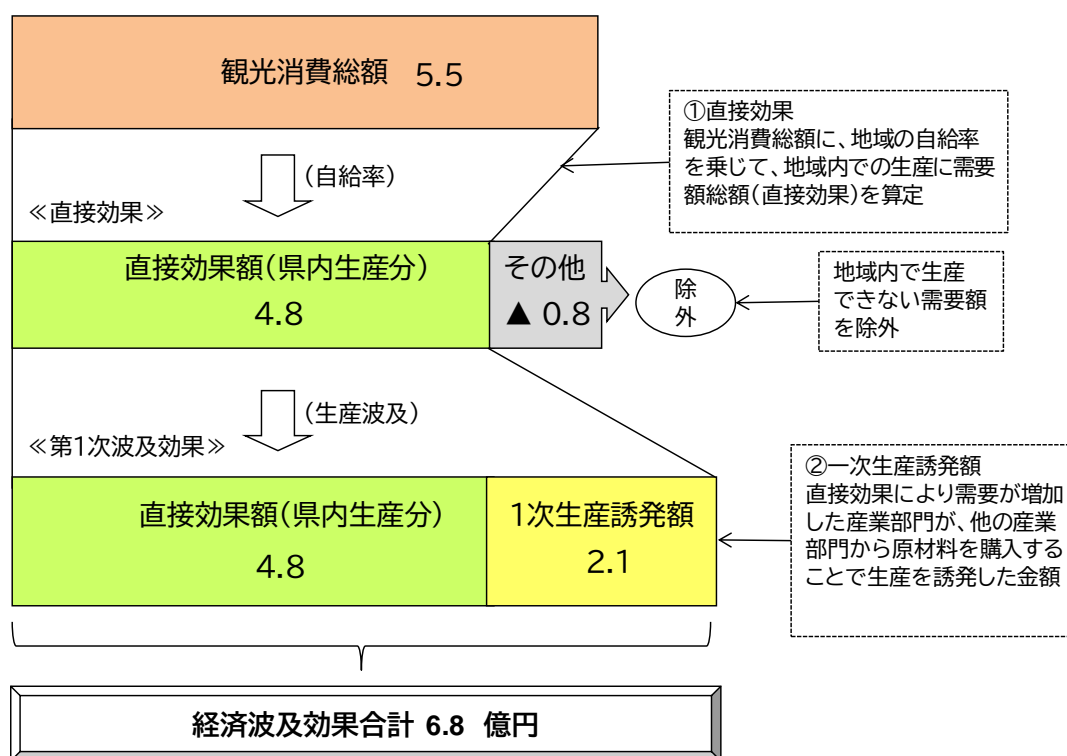
(注)消費単価には、パスポート・個別鑑賞券・再入場券代 は含まない。

(3)経済波及効果の推計

図表 2 で算出した観光消費総額と、「平成 27 年長野県産業連関表¹」（長野県企画振興部情報政策課）を用い、「直接効果額」と「生産誘発額」を推計した。直接効果額は、観光消費総額のうち、長野県内で生産されている分（調達できる分）の金額をいう。生産誘発額は、直接効果により需要が増加した産業部門が、ほかの産業部門から原材料を購入することで生産を誘発する「一次生産誘発額」を推計した。結果として、北アルプス国際芸術祭がもたらした経済波及効果額は 6.8 億円となった（図表 3）。

なお、一次生産誘発額までの過程で生まれた雇用者所得の一部が、家計消費等に回ることによって生じる需要生産へ波及する「二次生産誘発額」については、イベント期間が 2 カ月と短いことから対象外とした。

図表 3 経済波及効果の推計フローチャート



(注)数値は四捨五入しているため、内訳と合計は一致しない。

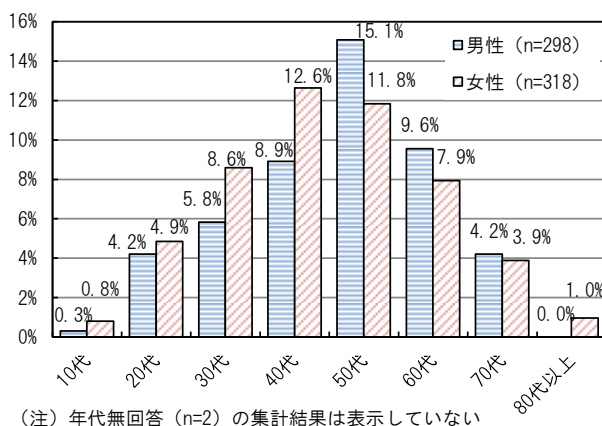
¹ 産業連関表は、特定の 1 年間に、特定の地域（国、都道府県等）で生産・販売された財やサービスの取引・相互関係を一覧表にまとめたもの。この表により、その地域の産業間の相互関係構造（生産・販売構造）などを把握できるほか、経済波及効果の分析や各種経済指標の基準改定などが可能となる。なお、「平成 27 年度長野県産業連関表」は、平成 27 年の 1 年間に、長野県内で生産・販売された財やサービスの取引・相互関係を表したもので、令和 3 年 3 月に公表された。

2. 参考データ

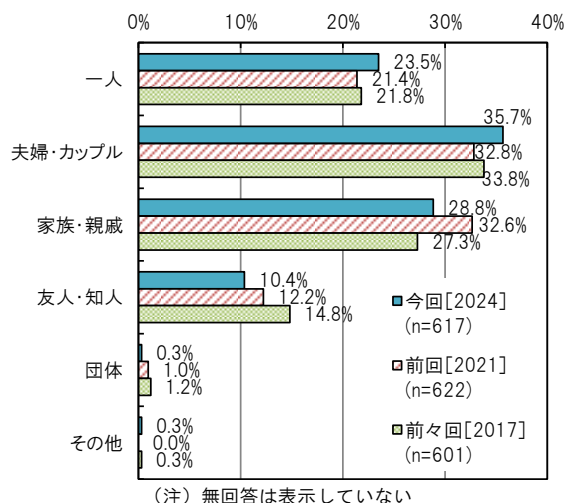
(1) 男性は50代、女性は40代の来場が最も多い

北アルプス国際芸術祭の来場客は、男性は50代が最も多く、女性は40代が最も多かった(図表4)。また、「夫婦・カップル」や「家族・親戚」での来場が多く、前回と比較すると「家族・親戚」が3.8%ポイント減少した一方、「夫婦・カップル」は2.9ポイント増加した(図表5)。

図表4 性別でみた年齢構成



図表5 同行者の属性

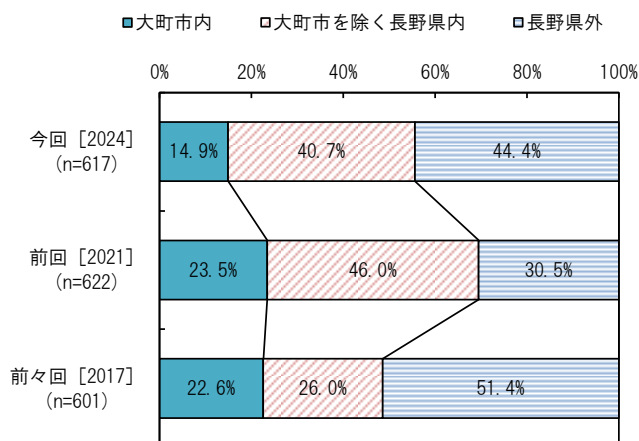


(2) 県外客の割合が大きく増加 一県外客は13.9ポイント増加し全体の4割強に一

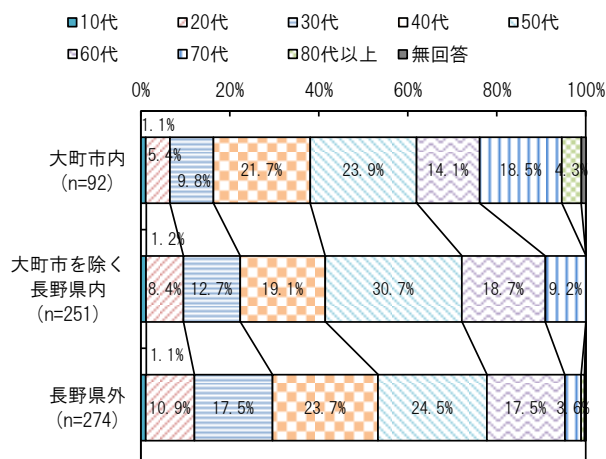
来場客の居住地をみると、「長野県外」が44.4%と最も多く、次いで「大町市を除く長野県内」が40.7%となった。コロナ禍の影響のあった前回と比較すると、県外客が13.9ポイントと大きく増加し、一方で「大町市内」が8.6ポイント減少した(図表6)。

居住地別に来場客の年代構成をみると、「大町市内」の来場客は、「大町市を除く長野県内」や「長野県外」に比べて60代以上の割合が高く、比較的年齢層が高めとなっている。一方で、30代以下の若年層に注目すると、「大町市内」16.3%に対し、「長野県外」は29.5%、「大町市を除く長野県内」は22.3%と、市外から来場する若年層の割合が高くなっている(図表7)。

図表6 来場客の居住地



図表7 居住地別にみた来場客の年代構成

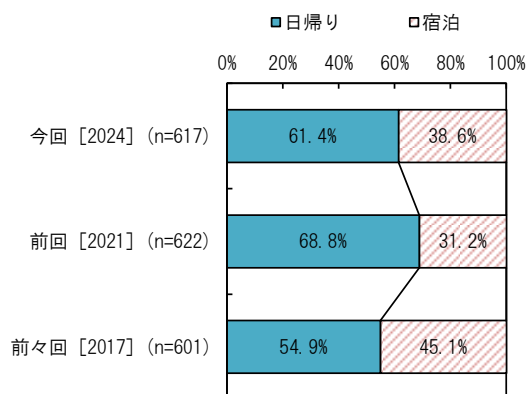


(3) 宿泊客割合は4割弱に増加 一県外客割合の増加に伴い宿泊客割合も増加

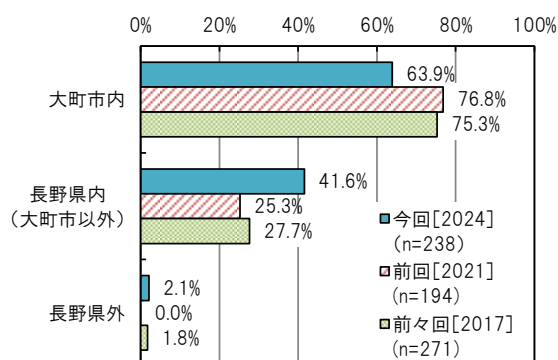
旅行日程は、「日帰り」が61.4%、「宿泊」が38.6%となり、前回と比較すると宿泊旅行が7.4ポイント増加した（図表8）。これは、宿泊比率が高い県外居住者の割合が前回に比べ増加したことによるものと考えられる（図表6）。

宿泊客の宿泊地については、「大町市内」が63.9%と最も多いが、前回と比較すると12.9ポイント減少した。一方で「長野県内（大町市以外）」は16.3ポイント増加した（図表9）。

図表8 旅行日程



図表9 宿泊客の宿泊地

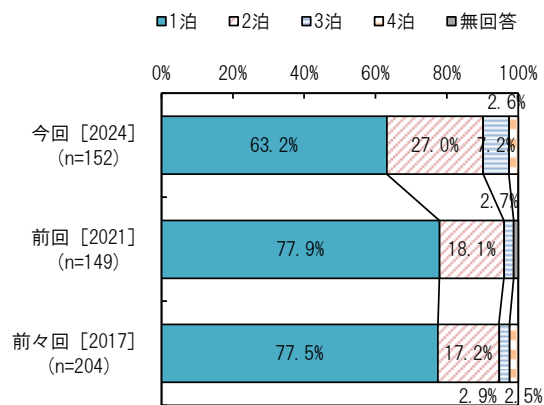


(4) 前回に比べて泊数が増加

泊数をみると、大町市内の宿泊客は「1泊」が63.2%で、次いで「2泊」が27.0%であった（図表10）。大町市を除く長野県内への宿泊客は、「1泊」が55.1%で、次いで「2泊」が33.7%であった（図表11）。

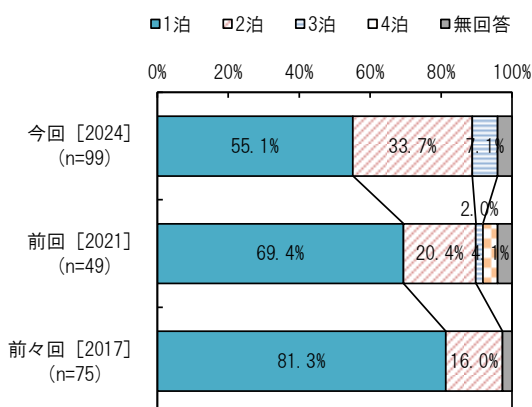
前回と比較すると、「大町市内での宿泊」「大町市を除く長野県内での宿泊」いずれも、前回と比べて「1泊」が減少した一方、「2泊」が増加し、前回よりも泊数は増加傾向にあった。

図表10 大町市内の宿泊数



(注)前々回[2017]調査では、「4泊」は「4泊以上」として集計

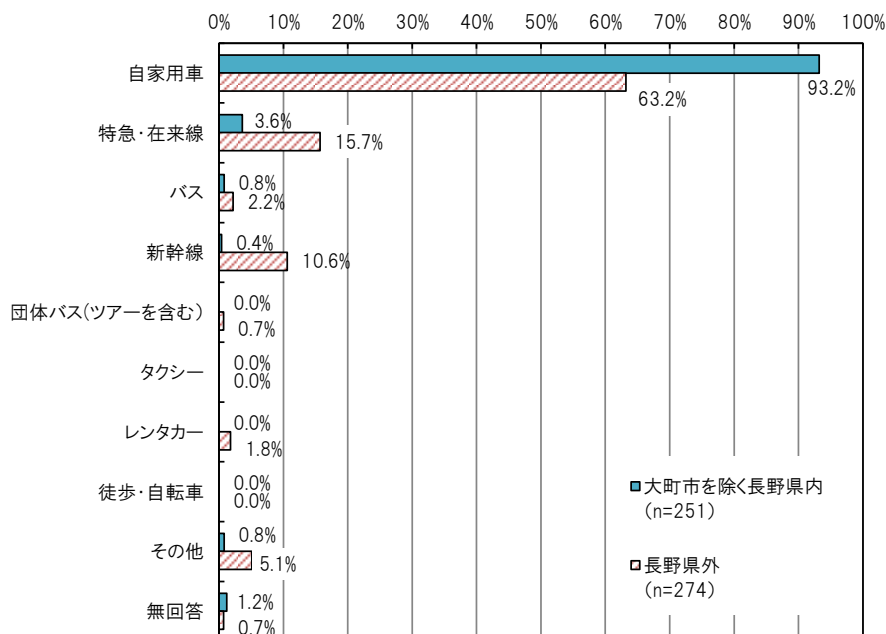
図表11 大町市を除く長野県内での宿泊数



(5)大町市への移動手段として多くが自家用車を利用。県外客はこのほか特急や新幹線の利用も多い

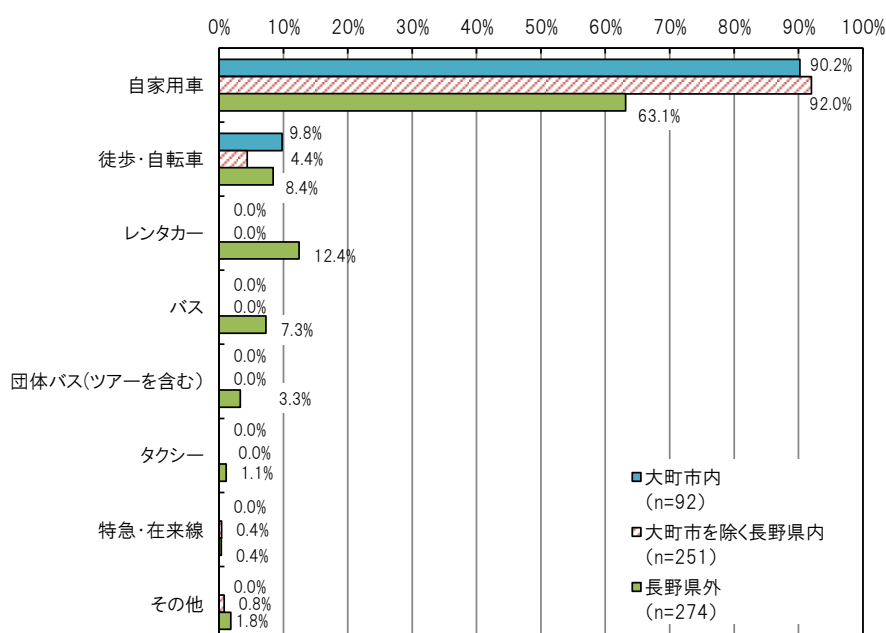
居住地からの主な交通手段を居住地別にみると、「大町市を除く長野県内」では 93.2%と大半が「自家用車」となっている。「長野県外」は、「自家用車」63.2%が最も高く、次いで「特急・在来線」15.7%、「新幹線」10.6%となっており、自家用車に次いで鉄道の利用割合が高くなっている（図表 12）。

図表 12 居住地から大町市への主な交通手段【居住地別】



大町市内での主な交通手段を居住地別にみると、「大町市内」、「大町市を除く長野県内」は、自家用車の利用割合が9割を超えている。一方で「長野県外」は、自家用車の利用割合が6割強に留まっており、このほか「レンタカー」12.4%、「徒歩・自転車」8.4%、「バス」7.3%が続いている（図表 13）。

図表 13 大町市内での主な交通手段【居住地別】

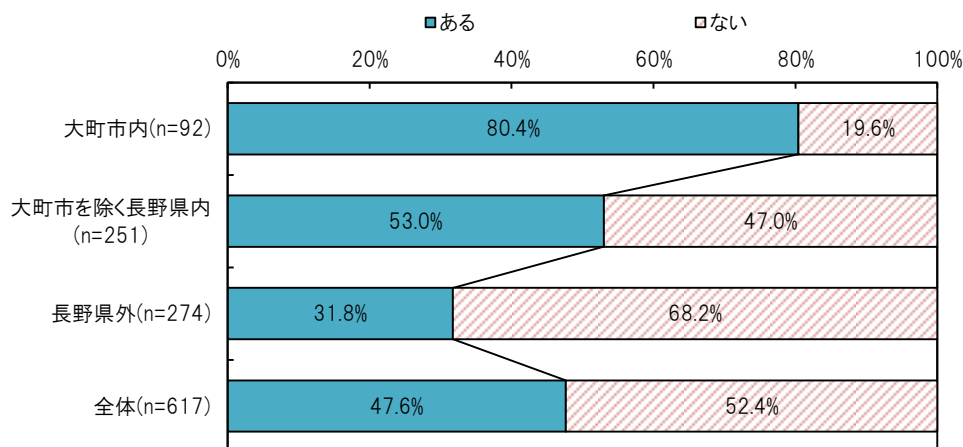


(6)全体の半数弱がリピーター ―県外客は3割強がリピーター―

リピーターの割合（これまでの北アルプス国際芸術祭に来たことがあると回答した割合）をみると、全体では47.6%となっており、半数弱の来場客がリピーターとなっている。

居住地別にみると、大町市民が最も高く80.4%であり、大町市を除く長野県内居住者は53.0%、長野県外居住者は31.8%となっている（図表14）。

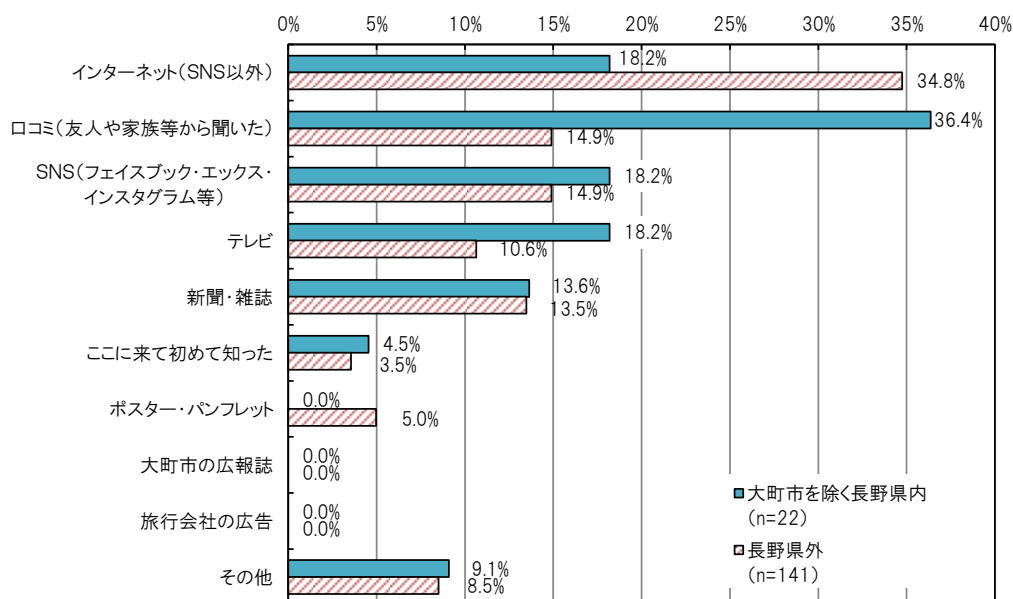
図表14 過去の北アルプス国際芸術祭への来場有無（居住地別にみたリピーターの割合）



(7)初めて大町市へ来た来場客のきっかけはインターネット・SNS や口コミ、テレビなど

「初めて大町市へ来訪した来場客」を対象に、どのような経路で本芸術祭を知ったかをみると、大町市を除く長野県内居住者は、「口コミ（友人や家族等から聞いた）」36.4%が最も多く、次いで「インターネット（SNS以外）」、「SNS（フェイスブック・エックス・インスタグラム等）」、「テレビ」18.2%（いずれも）が多い。長野県外居住者は、「インターネット（SNS以外）」34.8%が最も高く、次いで「口コミ（友人や家族等から聞いた）」、「SNS（フェイスブック・エックス・インスタグラム等）」14.9%（いずれも）が多い結果となった（図表15）。

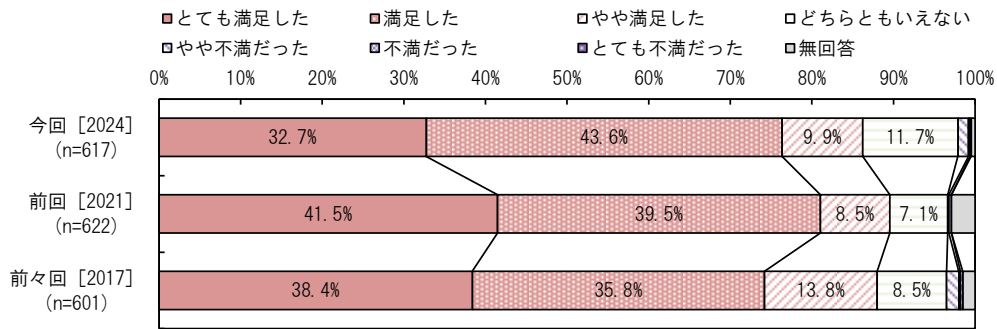
図表15 初めて大町市に来訪した来場客の情報入手経路



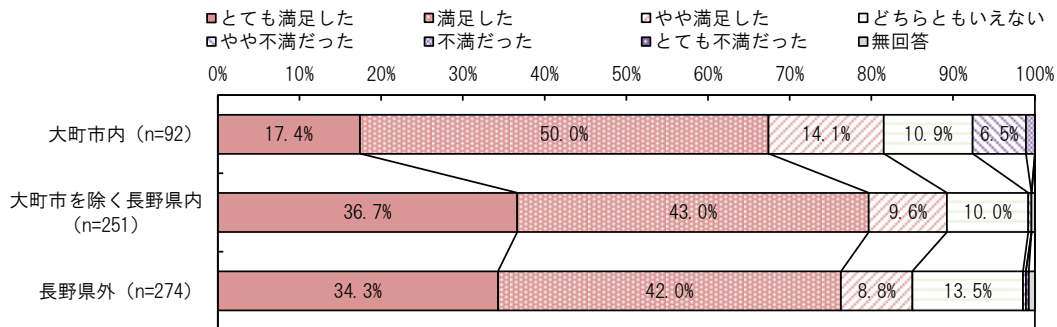
(8)芸術祭の満足度は8割超 ー市外の来場客からの評価が高いー

芸術祭の満足度を7段階評価で尋ねてみると、「満足した」が43.6%と最も多く、「とても満足した」「やや満足した」も合わせた前向きな回答割合は、86.2%と高い結果となった。前回調査との比較では、「満足した」は39.5%→43.6%と4.1ポイント増加した一方、「とても満足した」は41.5%→32.7%と8.8ポイント減少した（図表16）。居住地別に「とても満足した」「満足した」を合算した回答割合をみると、「大町市内」67.4%に対し、「大町市を除く長野県内」は79.7%、「長野県外」は76.3%となっており、相対的に市外の来場客からの評価が高い結果となっている（図表17）。

図表 16 芸術祭の満足度



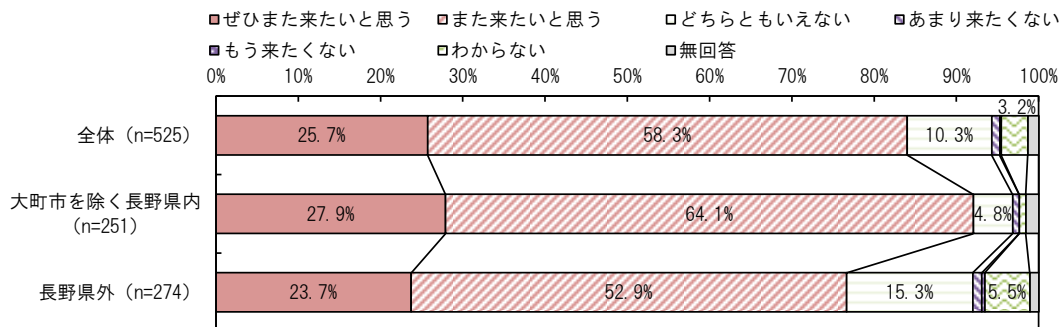
図表 17 居住地別でみた満足度



(9)8割強が大町市への再訪に前向きな回答

大町市民を除く来場客に対して、大町市への再訪意向について尋ねたところ、「ぜひまた来たいと思う」が25.7%で、「また来たいと思う」（58.3%）を合わせた前向きな回答割合は、84.0%と高い結果となった。居住地別に「ぜひまた来たいと思う」と「また来たいと思う」を合わせた前向きな回答割合をみると、「大町市を除く長野県内」は92.0%、「長野県外」は76.6%との結果となった（図表18）。

図表 18 大町市への再訪意向



以上