

ひめぎんホールが愛媛県に与える経済効果

1170411 門田 慧

高知工科大学マネジメント学部

1. 概要

地方公共団体の文化施策を取り巻く環境は急速に変化している。例えば、国および地方公共団体の財政悪化に伴い、より効果的、効率的な施策の実施、予算の執行が求められるようになっていく。本研究では、公立文化施設である愛媛県民文化会館（以下、ひめぎんホール）が地域経済にどれほどの経済効果を与えているのかを検証する。

2017 年現在、ひめぎんホールは公益財団法人愛媛県文化振興財団指定管理者（以下、財団）のもと、稼働している。財団の協力により、ひめぎんホールで実際に開催されたイベントでアンケート調査を行い観客の消費行動を分析し、それをもとに愛媛県経済にどれほどの経済効果を与えているのかを産業連関分析を用いて分析し、公立文化施設の重要性と今後のあり方について考える。分析結果によれば、経済効果を大きくするために必要なことは現在の文化振興事業を残しつつ、収益が多く見込める大規模イベントも積極的に開催することが望ましいことが分かった。ひいてはひめぎんホールの財政悪化を改善する一つの手段になりうると考える。そのためには、財団の組織改革や地元の人々に愛されるような公立文化施設を目指すことが求められる。

2. 施設概要

ひめぎんホールの本館は昭和 61 年（1986 年）4 月に開館した。設立の経緯は以下の通りである。昭和 51 年の愛媛経済同友会による「中四国最大の道後地区の旅館・ホテルの収容能力を生かし、1 万人の集会場を建設する」との提言がきっかけとなった。県では、多様化する県民の文化的欲求にこたえる地域に根ざした県民文化の発展と、コンベンション産業の振興を図るための県民文化の殿堂建設を推進することとなり、「大規模な集会機能」、「文化芸術の殿堂にふさわしい高度な設備内容」、「会館全体が文化遺産として後世に残りうる建造物」という 3 つの基本理念のもと建設された。

一方で、ひめぎんホールの指定管理者である財団の設立経緯は以下の通りである。当財団は昭和 55（1980）年 12 月に設立され、翌年

の 4 月に事務局を開設し、事業を開始した。当時、世上では「地方の時代、文化の時代」ということが盛んに喧伝されており、当財団もそうした社会思想の要請を受け、県民の文化活動の一助となるべく設立された。財団は、平成 13 年度より財団法人愛媛県民文化会館と統合し、平成 24 年 3 月 26 日に愛媛県から公益認定を得て平成 24 年 4 月 1 日より公益財団法人愛媛県文化振興財団となった。そして、平成 20 年にひめぎんホール（当時、愛媛県民文化会館）は、ネーミングライツ（施設命名権）スポンサー企業を募集し、申し込み金額 3,500 万円で株式会社愛媛銀行に決定され「ひめぎんホール」という名称となった。

ひめぎんホールの施設設備は、メインホール 3,000 席、サブホール 1,000 席、リハーサル室 4、会議室 9、ホール、レストラン、飲食店、会議室 11 で、主要の施設で開催される催しの内訳は図の通りである。表 2-1 より、メイン・サブホールなどの主要なホールで開催される催しの 20%～30%は音楽イベントであることが分かる。一方、式典・パーティー・展示場などで起用されることの多いホールである真珠の間では文化芸術以外の用途で使用されることが多い。

このように、ひめぎんホールは設立以降様々な変化に対応し、施設ごとに多様な使い分けを行っている施設である。

表 2-1 各ホールで開催される催しのジャンル（年間）

施設名 ジャンル	メインホール	サブホール	真珠の間
音楽	31%	25%	4%
演劇	2%	5%	0%
舞踊	1%	4%	0%
バレエ	5%	6%	0%
ダンス	4%	6%	4%
伝統芸能	5%	4%	0%
演劇	2%	3%	0%
総合	7%	3%	2%

文化芸術以外	42%	43%	90%
合計	100%	100%	100%

3. 背景

公立文化施設は、優れた音楽、演劇、舞踊など文化芸術の鑑賞機会を提供し、市民の文化享受の機会の拡大をはかるとともに、地域の文化芸術団体の活動を支えるために必要不可欠な文化インフラである。同時に、まちづくりや地域活性化の核として、地域の発展や豊かな暮らしづくりに貢献する施設である。しかし、近年住民の芸術文化に対するニーズの多様化が進む一方で、地方財政は危機的状況にあるなど芸術文化活動を取り巻く環境は大きく変化している。

実際に、ひめぎんホールでは平成 18 年度では約 850 万円だった黒字が、翌年には約 58 万円まで減少し、その次の年には

約 300 万円の赤字に転落している。その後は回復しているが、23 年度から 27 年度にかけて収支の赤字額が増加傾向にある（表 3-1）。施設の利用数も減少傾向で平成 18 年度のメインホールは年 195 回使われていたのに対し、27 年度には 144 回と減少しており、ひめぎんホールの経営状態は好調とは言えない（図 3-1）。また、財団は毎年同じように開催している自主事業は今後も変化させずに継続をしていくと示しており、組織改革の意向は考えていない。

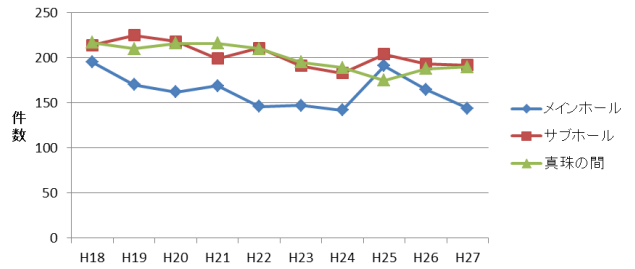
つまり、ひめぎんホールが抱える問題は多くの公立文化施設が直面する財政と利用価値の問題にあり、解決には施設の利用価値を見直し真に県民に親しまれる施設の構築にある。

表 3-1 正味財産増減の推移（ひめぎんホール）

	経常収益	経常費用	経常収益-経常費用
H18年度	521,504	512,919	8,585
H19年度	471,061	470,479	581
H20年度	505,259	508,420	-3,161
H21年度	402,252	398,410	3,843
H22年度	386,088	384,916	1,171
H23年度	411,047	413,022	-1,975
H24年度	384,091	387,037	-2,945
H25年度	423,350	426,690	-3,340
H26年度	420,223	423,255	-3,032
H27年度	384,496	387,111	-2,615

（単位：千円）

図 3-1 施設利用状況（年回数）



4. 目的

本研究は、まずひめぎんホールに会場した観客を対象にアンケート調査を実施し観客の消費行動を分析する。次に、消費行動をもとにひめぎんホールで開催される対象年代別のイベントが愛媛県の経済にどれほどの経済効果を与えるのか計算する。その上で、財団が今後どのような運営をしていくべきかを明らかにする。

5. 研究方法

5.1. 研究の流れ

本研究は、まずひめぎんホールの経済効果を計るためひめぎんホールに会場する観客の消費行動を調査する。次に、ひめぎんホールで開催されるイベントを選択しその観客動員数やチケット価格を調査する。次に調査で得られた結果を基にイベントが開催された際に生じる消費者の消費額を試算し産業連関分析を行う。最後に、分析から得られたデータをもとに、付加価値の項目に注目し愛媛県経済に与える効果をより大きなものにするための方策を検討し、提案する。

5.2. 産業連関分析を用いた試算の流れ

産業連関表を用いて経済効果を試算するには、まず、イベントに会場した観客が消費する金額の「直接消費額」を推定し、その中の愛媛県内で消費すると推定される金額を産業分野別に振り分け、愛媛県産業連関表に用いる。それにより、各産業に直接・間接に波及する「波及効果」が試算される。本研究では、連関表から算出された生産額ではなく、付加価値の総額をひめぎんホールが愛媛県経済に与えた経済効果としている。

5.3. アンケート調査の流れ

アンケート調査では、ひめぎんホールで開催されるイベントに来

場する観客の消費行動を分析することを目的とする。財団協力のもと、平成28年7月9日（土）に実施された財団の自主事業である「豪華競演！東西落語名人会」というイベントにてアンケート調査を実施した（以下、「落語イベント」とする）。アンケートでは年齢や性別などの対象者の基本情報を質問項目とするとともに、イベントに来場した際の直接消費額を調査するために項目ごとにどのくらいのお金を支出したのかという項目を設けた。

5.4. 直接効果の項目検討

本研究における直接効果の調査データ・対象を表5-1～5-4とする。表5-1の産業連関分析の対象とするイベントが「豪華競演！東西落語名人会」と「SUPER JAPAN TOUR 2016-SUBJECTIVE LATE SHOW」の2つである理由は、アンケート調査の対象イベントとなった落語イベントと、若年層を対象とすると考えられ県外のお客さんも対象とするような多くの集客が見込めるイベントの比較を行うためである。後者のイベントの出演者であるTHE YELLOW MONKEYは、1988年に結成され当時一世を風靡したロックバンドだったが、2004年に一度解散し2016年に復活を果たしこのライブはその復活ライブとなる。そのため、当時のファンは現在30代前後であると予想され落語イベントとは客層が違うため比較検討が行うことができると判断した。（以下、SUPER JAPAN TOUR 2016-SUBJECTIVE LATE SHOWを「音楽ライブ」とする）

表5-4では、イベントでひめぎんホールに来場した観客がイベントの前後で消費すると考えられる項目を産業分野別に整理したものである。アンケートでも回答者にそれぞれの項目でいくら消費したのか問いている。

表 5-1 使用するデータ

対象とする項目等	考え方
使用する産業連関表	平成17年（2005年）愛媛県産業連関表を使用する。
産業連関分析の対象とするイベント	①「豪華競演！東西落語名人会」 ②「SUPER JAPAN TOUR 2016-SUBJECTIVE LATE SHOW」

表 5-2 「豪華競演！東西落語名人会」の詳細

日時：平成28年7月9日（土）
開場 13：30 開演 14：00
料金：S席 4,500円 A席 3,500円
出演者：三遊亭小遊三・三遊亭円楽・桂小枝・桂雀々
駐車場：最大303台
実観客数：1262人

表 5-3 「SUPER JAPAN TOUR 2016-SUBJECTIVE LATE SHOW」の詳細

日時：平成28年12月14日（水）
開場 18：00 開演 19：00
料金：全席指定 8,640円
出演者：THE YELLOW MONKEY
駐車場：最大303台
実観客数：約2500人

表 5-4 観客が消費すると考えられる産業分野

飲食品	コンビニエンスストアなどで飲料等を購入する際に発生する金額
飲食店	レストランなどで外食をする際に発生する金額
石油・石炭製品	ガソリン等の燃料費
鉄道輸送	電車等の鉄道運賃
道路輸送	高速道路、駐車料金等
航空輸送	航空機による移動費
娯楽サービス	イベントのグッズやチケット代金
宿泊	ホテル等による宿泊費用

6. 結果

6.1. アンケート調査結果

アンケート調査の結果は図6-1～6-7のとおりである。図6-6を除く図の単位は全て「%」で、図6-6の単位は「人」、表6-1の単位は「円」である。なお、統計は無回答（白紙回答）を除いた割合である。落語イベントに来場した実観客数は1262人だった。そのうち前席200席にアンケート用紙を配布し、返却数は103部だった。アンケート結果を項目別にみると、年齢では60歳以上の来場が全体の60%以上を占めており高齢者の来場が最も多い。

男女比では、女性が60%以上を占めている。来場するお客さんの97%は愛媛県内の住民で、車で来場する割合が大きいことや知り合いの告知でイベントを知る人が多いことから地域に根差したイベントであると言える。また、二人以上で来場する観客が多いことやイベントの満足度も非常に高いことがアンケート調査で明らかとなった。そして、観客が飲食料品や外食代、交通費、グッズ代、宿泊費、その他に消費した消費額はそれぞれ17,270円、83,030円、93,520円、61,000円、60,000円、13,000円となっており、このデータをもとにひめぎんホールで開催されるイベントに来場する観客の消費行動を算出する。なお、表6-1の値はチケット代金を考慮しないものとする。

図 6-1 観客の年齢について

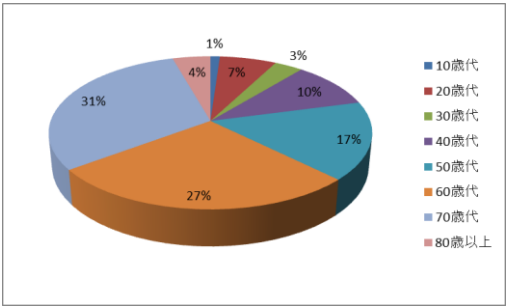


図 6-2 観客の性別について

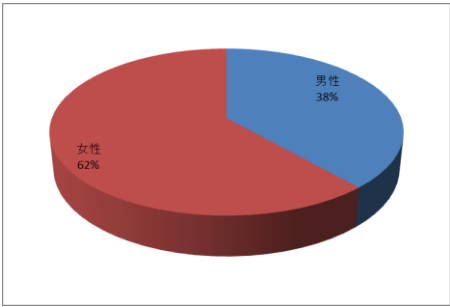


図 6-3 どこから来たか

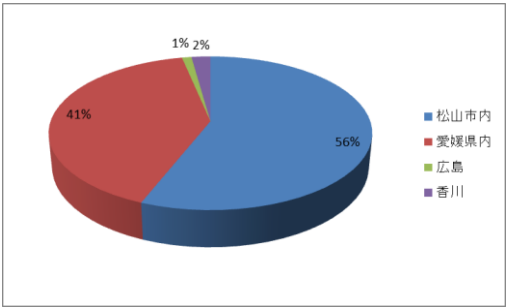


図 6-4 来場手段について

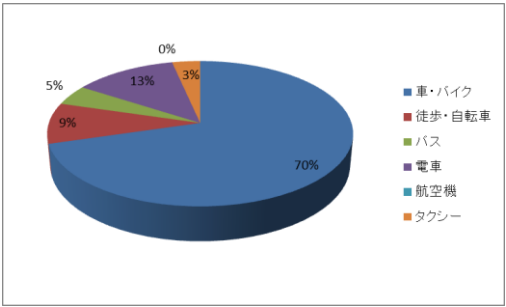


図 6-5 何人で来場したか

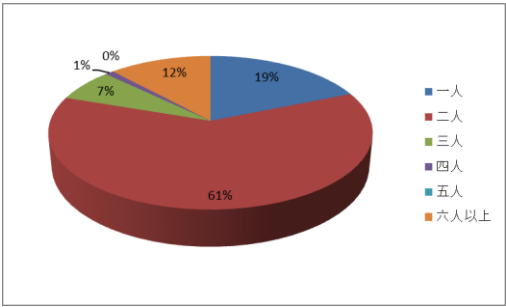


図 6-6 どのようにしてイベントを知ったか

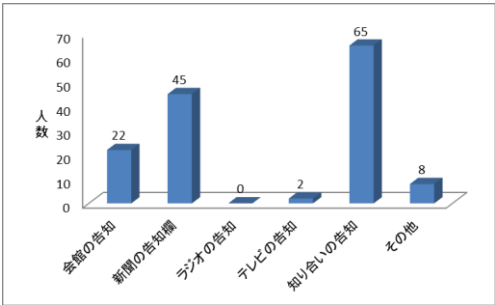


図 6-7 イベントの満足度について

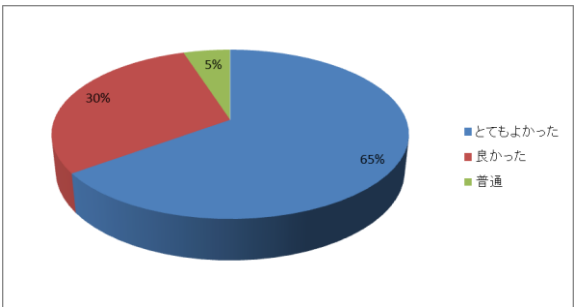


表 6-1 観客の消費額

飲食料品	外食代	交通費	グッズ代	宿泊費	その他
17,270	83,030	93,520	61,000	60,000	13,000

(単位：円) ※チケット代は除く

6.2. 一人当たりの消費額

次に、ひめぎんホールに来場する観客の消費行動を調査するためにそれぞれの項目を年代別に振り分け、さらにこれを回答者人数で割り、平均値を求める。すると、来場した観客が年代別に一人当たりに出費した金額がわかる（表6-2）。例えば、20代の飲食料品の計算であれば、20代の飲食料品の合計が4,000円だった。回答者数が3人であるため、「4,000円÷3人=1,333.33…円」となり、他の項目も同じように計算をしている。

さらに、表6-2を来場手段別に分けると図6-8～6-13のグラフで表すことができる。図6-8を見ると、ほとんどの年代が200円～1,000円ほどの出費を被っていることから、コンビニエンスストアなどで軽食などを購入している。図6-9を見ると、イベントが始まる前後で2,000～4,000円ほどのレストランなどの飲食店で食事をしている。このように、ひめぎんホールでイベントが開催されることで普段の食事より多くの出費を要する外食を促していることがわかった。表6-1からも断定できるが、図6-10の交通費では全ての項目の中で最も合計金額が高く観客にとっては交通費が最もお金がかかっているが愛媛県にとっては最も大きい直接効果となっている。また、交通費に関して高齢者は比較的額が低いことから近距離での移動を行うと推測できる。図6-11では、年代の差は大きく現れずどの年代も2000円前後のグッズを購入する。一方で、図6-12の宿泊費では60代を超える高齢者の値しかない。これは、若年層は日帰りイベントを楽しみ、高齢者は近距離の移動にも関わらずイベント後は一泊をして自宅等に帰ることが推測され、高齢者の来場は宿泊などにより大きな直接効果を生むことが分かった。

表 6-2 ひめぎんホールに来場する観客の年代別消費行動

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80歳以上
飲食料品に		1,333	200	373	598	430	740	1,000
外食代に	130	1,075	2,900	3,500	2,200	3,357	2,140	2,000
交通費に		3,200	2,688	2,175	2,545	1,916	1,792	3,000
グッズ代等に		3,500	3,083	2,500	3,800	1,750	2,750	2,550
宿泊費に						20,000	10,000	
その他							6,500	

(単位：百円)

図 6-8 一人当たり/飲食料品

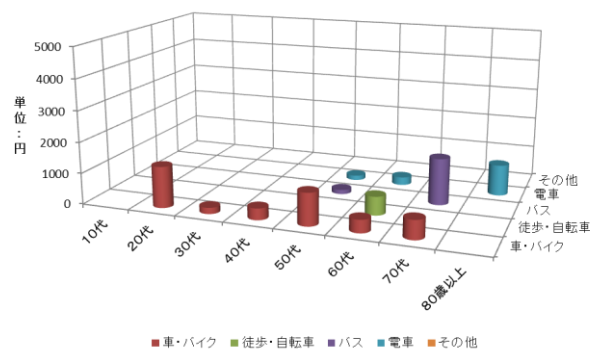


図 6-9 一人当たり/外食代

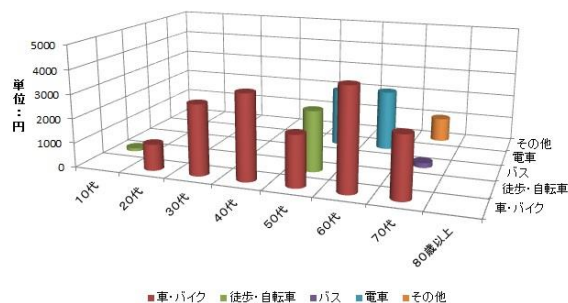


図 6-10 一人当たり/交通費

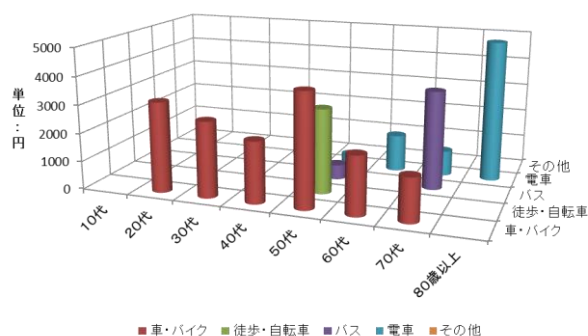


図 6-11 一人当たり/グッズ代等

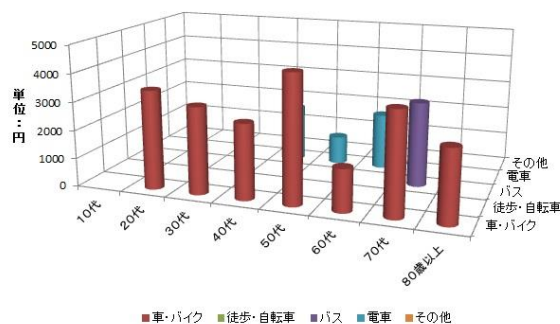


図 6-12 一人当たり/宿泊費

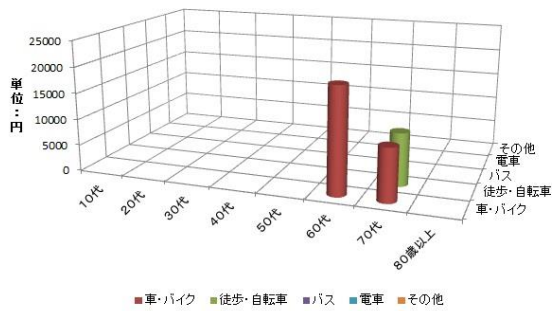
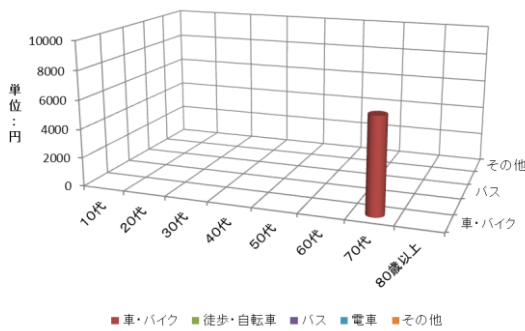


図 6-13 一人当たり/その他



6.3. ひめぎんホールで開催されるイベントの直接効果

アンケート調査により、ひめぎんホールに会場する観客の消費行動が分かった。次に、どのようなイベントがどのくらいの経済効果を生みどのような特徴があるのか調べる。対象とするイベントは「落語イベント」と「音楽ライブ」で人数の内訳は表6-3、表6-4のとおりである。表6-3はアンケート調査の人数の割合から無回答を省いた割合とし、表6-4の人数は聞き取り調査による目安の値とする。

イベントの直接効果は、それぞれのイベントに会場した一人当たりの観客の消費額に人数を掛ける方法で行う。実際に直接効果を求めると、まず落語イベントの直接効果は次のように求める。表6-2の値に表6-3の人数を代入し積を求める。同じように、音楽ライブの直接効果も表6-2の値に表6-3の人数を代入し積を求める。なお、チケット購入費は落語イベントでは詳細なチケットの購入情報を財団より提供いただいたためその情報を参考に、音楽ライブではチケット代金に人数を掛ける方法で計算している。チケット代金は落語イベントが554万円、音楽ライブが2,160万円であり、グッズ代等と合わせて「音楽サービス」の産業に分類する。

すると、表6-5のような値が出る。

表 6-3 「豪華競演！東西落語名人会」年代別観客の内訳

10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳以上	合計
1%	7%	3%	10%	17%	28%	30%	4%	100%
12人	82人	41人	124人	208人	347人	378人	54人	1250人

表 6-4 「SUPER JAPAN TOUR 2016-SUBJECTIVE LATE SHOW-」年代別観客の内訳

10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80歳以上	合計
2%	40%	40%	10%	4%	2%	1%	1%	100%
50人	1000人	1000人	250人	100人	50人	25人	25人	2500人

表 6-5 イベントの直接効果

項目	落語イベント	音楽ライブ
飲食料品	773	1,751
飲食店	3,191	5,348
石油・石炭製品	1,417	3,616
鉄道輸送	104	268
道路輸送	1,166	3,018
航空輸送	0	0
音楽サービス	8,854	29,408
宿泊	10,727	1,250

(単位：千円)

これがひめぎんホールで落語イベントと音楽ライブを開催した際の直接効果である。飲食料品では、落語イベントでは77万3千円の直接効果生まれ、音楽ライブでは175万1千円の直接効果が生まれる。その他ほとんどの項目で落語イベントより音楽ライブのほうが大きな直接効果を生むことがわかった。

なお、航空輸送の値は今回の消費行動調査で航空機の利用がなかったため値を算出できなかった。また、アンケートでは「交通費にいくら使ったのか」のみを聞いており燃料費と駐車料金を別で考えていなかった。そのため、道路輸送と石油・石炭製品を分けて計算しなければならない。調査で求められた交通費は2百68万円だった。そのうち駐車場の費用をまず求める。アンケート調査でわかっていることは、62台が車で会場で2人～4人で乗り合わせた人がいるため、それを考慮すると実際の来場台数は次のようになる。(1人で)9人 + (2人で)45人 / 2 + (3人で)7人 / 3 + (4人で)1人 / 4 = 約38台でアンケート返却数の103のうち約37%である。さらに、1250人お客さんが来たとなると、実際にイベントのために動いた車は462台車となる。ひめぎんホールの駐車場を含め、周辺の駐車場は60分200円ですべての車は3時間駐

車したとすると 462 台 × 600 円 = 277,200 円となり、駐車料金は 27 万円となる。そのため、道路輸送は交通費の合計 2 百 68 万円から、車と電車を除く移動手段で来場した割合（徒歩・自転車 8 %、バス 1 1 %、その他 1 5 %）を掛け、駐車料金を足したものとなる。石油・石炭製品は、主に車の燃料費となるため交通費の合計 2 百 68 万円から車で来場した割合（63%）を掛けた値から駐車料金を引く値となり、鉄道輸送でも交通費の合計から鉄道で来場した割合（4%）を掛けた値となる。ただし、この計算の場合高速道路費用の定義が曖昧となるため、高速道路費用については今回は考えないものとする。また、音楽ライブでも同じような計算を行って値を算出している。

この値はあくまでも推定の値であり、想定できていない（高速道路運賃や航空輸送などの）経済効果が生まれることで、経済効果の額が変わる可能性もあることに留意する必要がある。

6.4 産業連関表を用いた経済効果の算出

最後に表 6－5 の直接効果を産業連関表に投入し経済効果を算出する。直接効果額を産業分野別に振り分け平成 17 年（2005）愛媛県産業連関表（13 部門）に投入して「落語イベントを 1 回開催した場合の経済効果」と「音楽ライブを 1 回開催した場合の経済効果」を算出した結果を表 6－6 に示す。なお、労働者数の単位は「人」で付加価値計の単位は「百万円」となっている。

表 6-6 イベント開催による愛媛県内への経済効果

イベント 項目	落語イベント		音楽ライブ	
	労働者数	付加価値計	労働者数	付加価値計
農林水産業	0.18	229	0.19	239
飲食料品	0.07	546	0.09	650
その他製造業	0.05	396	0.11	858
化学・同製品	0.00	70	0.00	130
金属・同製品	0.00	34	0.00	65
機械	0.01	72	0.02	169
石油・石炭製品	0.00	463	0.01	1,025
建設業	0.01	34	0.01	68
商業	0.16	665	0.25	1,039
その他輸送	0.03	221	0.05	337
公的サービス	0.00	13	0.00	29
教育・研究	0.01	47	0.01	92
医療・福祉	0.00	0	0.00	0
企業サービス	0.20	726	0.46	1,667
娯楽サービス	0.75	4,615	2.49	15,234
飲食店	0.44	785	0.73	1,308
宿泊業	0.39	1,737	0.05	201
その他個人サービス	0.02	57	0.02	63
電力・ガス・熱供給	0.00	271	0.01	499
水道・廃棄物処理	0.02	184	0.02	217
金融保険	0.04	512	0.06	912
不動産	0.00	191	0.00	370
鉄道輸送	0.00	39	0.01	87
道路輸送	0.08	581	0.19	1,342
航空輸送	0.00	9	0.00	20
情報・通信	0.03	380	0.07	856
合計	2.50	12,877	4.86	27,478

（労働者数の単位は「人」、付加価値計の単位は「百万円」）

今回の研究では、表 6－6 の付加価値の値をひめぎんホールがイベントを開催したことで新しく発生した経済効果とみなすため、落

語イベントでは「1,287万7千円」、音楽ライブでは「2,747万8千円」の経済効果があったと推定される。また、労働者数ではひめぎんホールでイベントを開催することで、落語イベントでは「約3人」の新たな雇用が生まれ、音楽ライブでは「約5人」の新たな雇用が生まれた。

7. まとめ

ひめぎんホールがイベントを開催することで経済効果が発生することが示された。ひめぎんホールが落語イベントや音楽ライブを開催すると1千万円～2千万円超の新しい付加価値を生み出すことができると考えることもできる。

落語イベントと音楽ライブの経済効果を比較すると、落語イベントより音楽ライブのほうが2.13倍も経済効果が大きいことが分かった。つまり、音楽イベントのような県外者の集客も見込め、観客数を多く獲得できるイベントが経済効果を大きくする要因になることが判明した。経済効果の項目の内訳を見ていくと、どちらのイベントも経済効果の大部分は娯楽サービスに占められている。これはチケット購入費が経済効果に大きな影響を与えているためである。次いで、落語イベントで経済効果が大きい項目は宿泊業の「173万円」である。これは落語イベントの来場客層が60代を超える高齢者が多く、宿泊にかかる人数が多いためである。一方で、音楽ライブで高い経済効果を生み出しているのは道路輸送の「134万円」である。復活を果たしたTHE YELLOW MONKEYのライブのため多くの県外客が足を運んだために、車での来場が多かったと考えられる。両者ともに大きな経済効果を生んでいるのが飲食店である。やはりイベントを開催することでイベントの前後で食事をする観客は少なくない。外食をしてもらうことも経済効果を生む大きな要因であることが分かった。

8. 提案

イベントの経済効果は観客数を多く獲得できるものが大きな影響を及ぼす。そのため、音楽ライブをたくさんすることが愛媛県の経済を潤すことにつながると考える。実際に、ひめぎんホールでは音楽の催しは30%前後しか開催されていない。さらに赤字は拡大しているため、多くの観客が見込めチケット収入の大きい音楽ライブを開催することで経済効果を生むと同時にひめぎんホールの経営難を脱することができる。しかし、芸術文化ニーズが多様化されている現代において、音楽ライブのみを行うという偏った公立文化

施設に先はない。また、今回のアンケート調査で落語イベントの満足度は高く毎年楽しみにしている市民は多い。地域に根差した公立文化施設として、落語イベントのような文化振興事業は続けたい。そこで、音楽ライブのような収益事業を開催しつつ落語イベントのような文化振興事業を継続させる組織体制を作るべきである。

現在、ひめぎんホールで開催される音楽ライブはデューク松山という民間プロモーターに委託している比率が高い。そのため、委託料がかなりひめぎんホールの経営を圧迫している。そこで、音楽ライブを自主事業として取り入れることで委託料を軽減することができる。同時に、落語イベントも自主事業として継続させることでひめぎんホールの経営を立て直し、市民に愛される公立文化施設の形成と愛媛県に大きな経済効果を与えることにつながる。しかし、財団では現在最少人数で運営されており今後も新しい人材を取り入れることに対しては前向きではない。そのため、今後の財団はせっかく蓄積されたノウハウが途切れてしまうことが懸念され、より一層ひめぎんホールの未来は危うい。今後のひめぎんホールの在り方としてノウハウを次世代へつなぐという意味でも新しい人材を積極的に取り入れ、収益事業も文化振興事業も自主事業として開催できるような挑戦的な財団を目指してほしい。

参考文献、協力

- ・平成17年（2005年）愛媛県産業連関表
<http://www.pref.ehime.jp/toukeibox/datapage/sanren/sanren-p01.html>
- ・愛媛県庁HP
(ひめぎんホール名称に関する情報公開)
http://www.pref.ehime.jp/h13000/1188975_2276.html
- ・愛媛県庁HP
(指定管理者の決定に関する情報公開)
<http://www.pref.ehime.jp/h13000/siteikanri/sentei5.html>
- ・公益財団法人 愛媛県文化振興財団
<http://www.ecf.or.jp/>
- ・指定管理者制度における公立文化施設の運営と財団のあり方に関する調査研究
http://www.jafra.or.jp/j/library/investigation/019/data/19_12.pdf
- ・公立文化施設における政策評価等のあり方に関する調査研究
<http://www.jafra.or.jp/j/library/investigation/016/data/rep>

ort. pdf

- ・ 公の施設（指定管理者施設）の在り方検討調査票

<https://www.pref.ehime.jp/h10900/arikata2/kaigi-kekka/documents/23kenbun.pdf>

（ひめぎんホール設立の経緯）

- ・ 公益社団法人 全国公立文化施設協会

（公共文化施設の役割）

<http://www.zenkoubun.jp/support/faq/about14.html>

- ・ 愛媛県民文化会館運営に関する 調査報告書

1985 年 8 月 31 日

- ・ プロサッカーチームがもたらす経済効果

～徳島ヴォルティスについて～

1160471 前川 二三光

高知工科大学マネジメント学部