

# 第31回国民文化祭・あいち2016

## アンケート結果

第31回国民文化祭愛知県実行委員会

## 【趣旨】

第31回国民文化祭・あいち2016の開催にあたり、その結果を検証するため、国民文化祭主催事業（総合フェスティバル、分野別フェスティバル）の来場者、出演団体、主催者に対してそれぞれアンケートを実施した。

## 【内容】

### 1 来場者アンケート

#### （1）調査方法

国民文化祭主催事業（92事業）の会場入口にて来場者に用紙を配布し、出口で回収。

#### （2）調査項目

- ①属性（性別、年齢、居住地地域）
- ②国民文化祭情報の入手手段
- ③来場した事業の感想
- ④国民文化祭に参加した後の地域文化のイメージの変化
- ⑤地域文化の向上発展に必要なこと

#### （3）回収状況

85事業9,105件のアンケートを回収

### 2 出演団体アンケート

#### （1）調査方法

分野別フェスティバル（90事業）の出演団体に対して、各事業の主催者を通じて用紙を配布・回収。

#### （2）調査項目

- ①出演団体の所在地
- ②団体を構成する年齢層
- ③活動成果の発信の場としての活用
- ④他団体等の交流を通じた今後の活動に活かせる発見
- ⑤国民文化祭事業に出演した感想

#### （3）回収状況

49事業463件のアンケートを回収

### 3 主催団体アンケート

#### （1）調査方法

分野別フェスティバルの各事業主催者に対して用紙を配布し、事業終了後メール・郵送で回収。

#### （2）調査項目

- ①国民文化祭の成果
- ②次年度以降の取組
- ③国民文化祭実施に係る要望等

#### （3）回収状況

69団体から回答

#### 【注】

次ページ以降の各グラフの「N=〇〇」は、それぞれの有効回答数を表している。

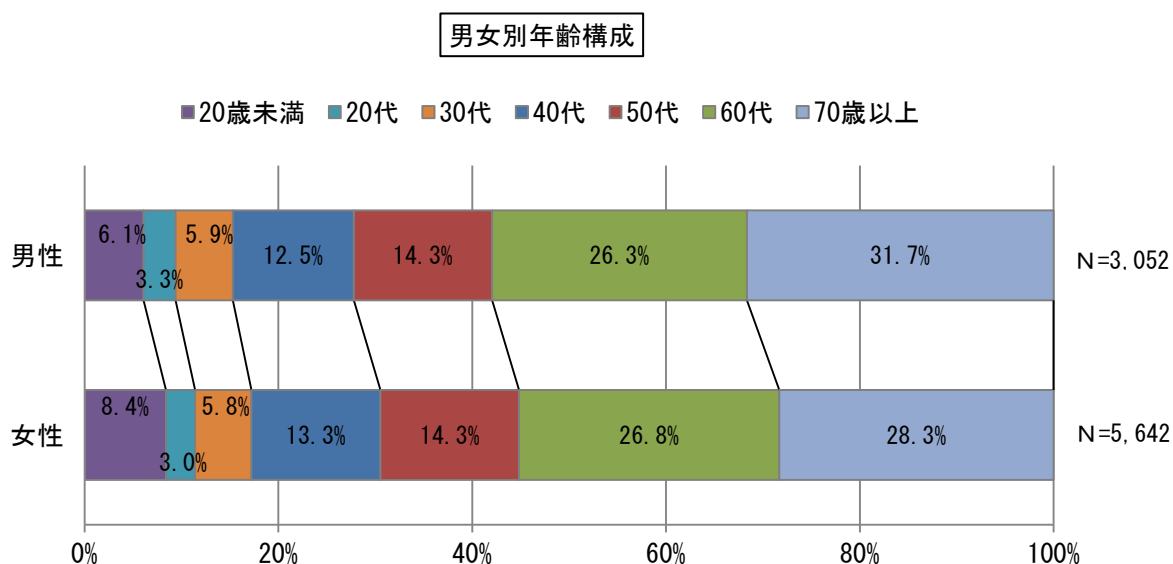
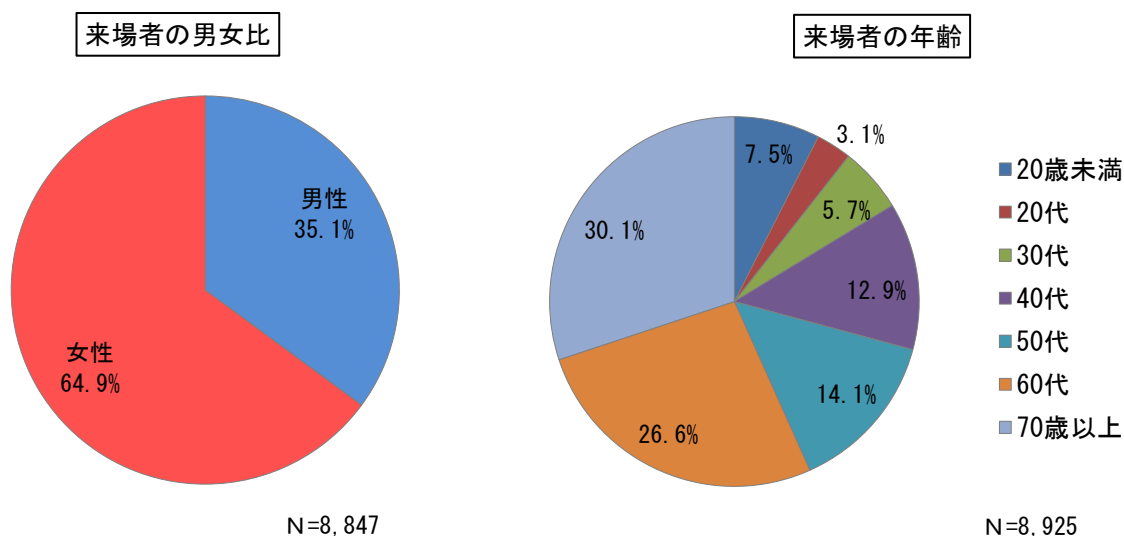
## 【結果】

### 第1章 来場者アンケート

#### 1 全事業

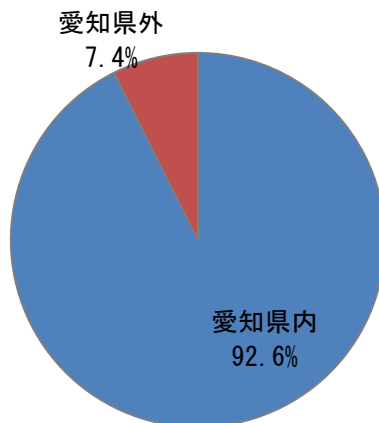
##### (1) 属性

来場者の性別については、全体の 35.1%が「男性」、64.9%が「女性」であり、年齢を年代別にみると、「70歳以上」が 30.1%で一番多く、「60代」(26.6%)、「50代」(14.1%)と続いており、60代以上が全体の半分以上を占めている。



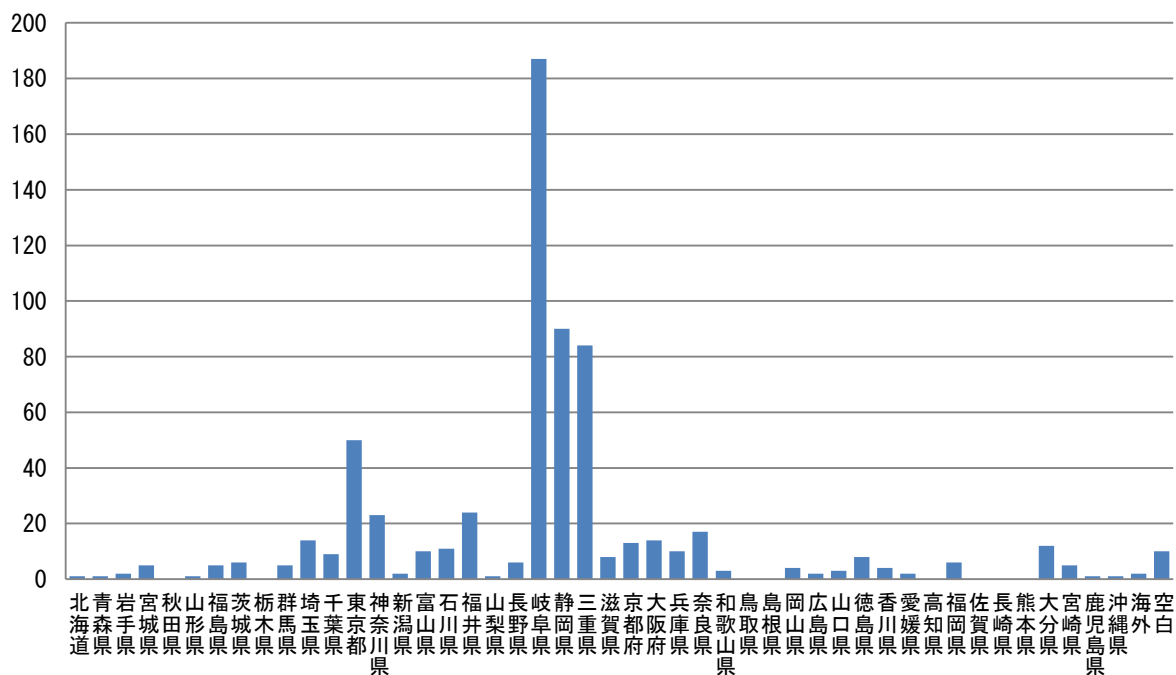
また、来場者を居住地地域で分類すると、「愛知県内」が 92.6%、「愛知県外」が 7.4% となり、県外をさらに分類すると、近隣県（岐阜県（187 件）、三重県（84 件）、静岡県（90 件））からの来場者が多かったことがわかる。

来場者の居住地地域



N=8,936

都道府県別来場者数（愛知県を除く）



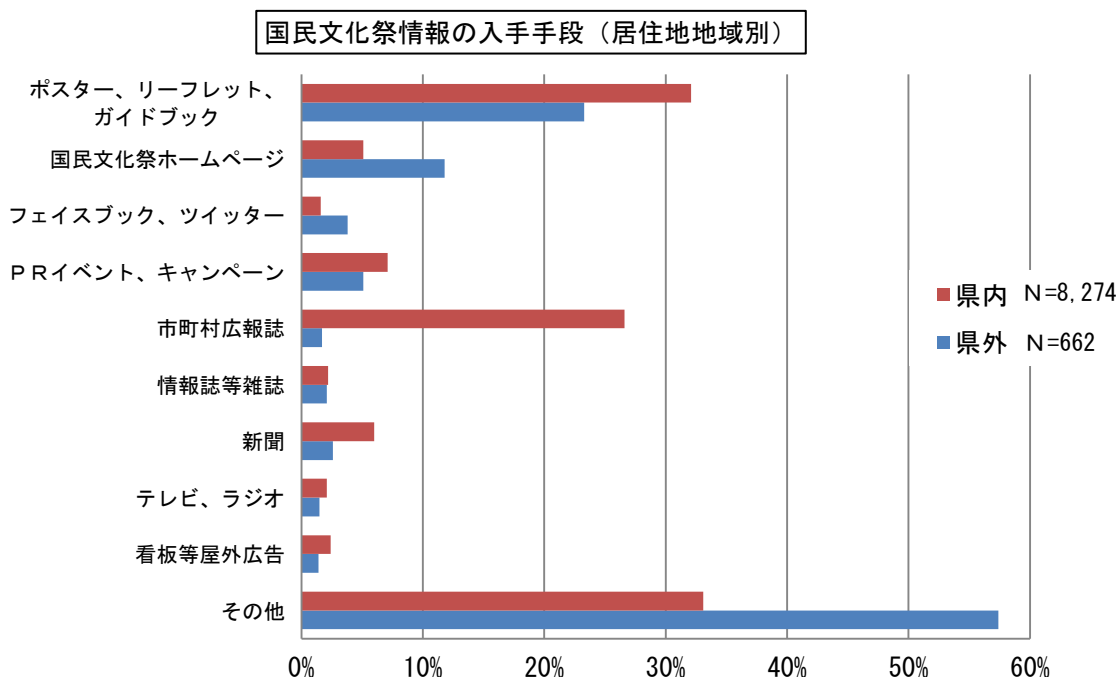
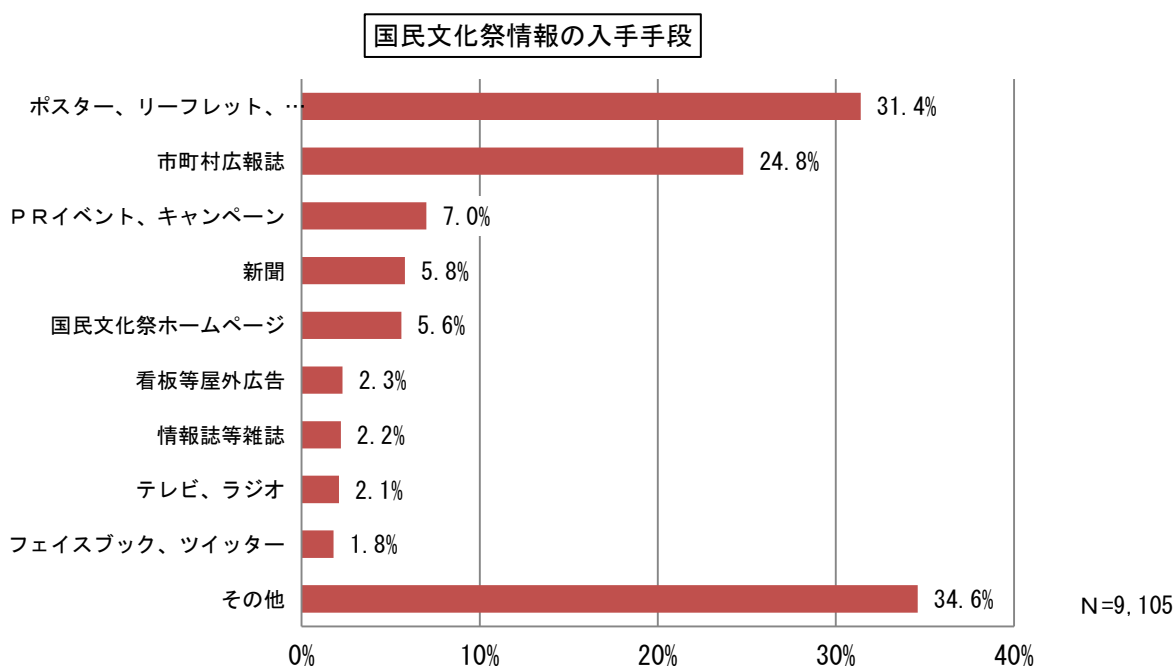
N=662

## (2) 国民文化祭情報の入手手段

「国民文化祭の情報をどのような手段で知りましたか」との設問で、国民文化祭情報の入手手段を複数回答可で尋ねたところ、「その他」を除いては「ポスター、リーフレット、ガイドブック」を選んだ来場者が全体の31.4%で一番多く、「市町村広報誌」(24.8%)、「PRイベント、キャンペーン」(7.0%)と続いた。

「その他」の中では、友人・知人や家族の他、親族を含む出演者からの紹介といった、いわゆる「口コミ」での情報入手を挙げる回答が多く見られた。

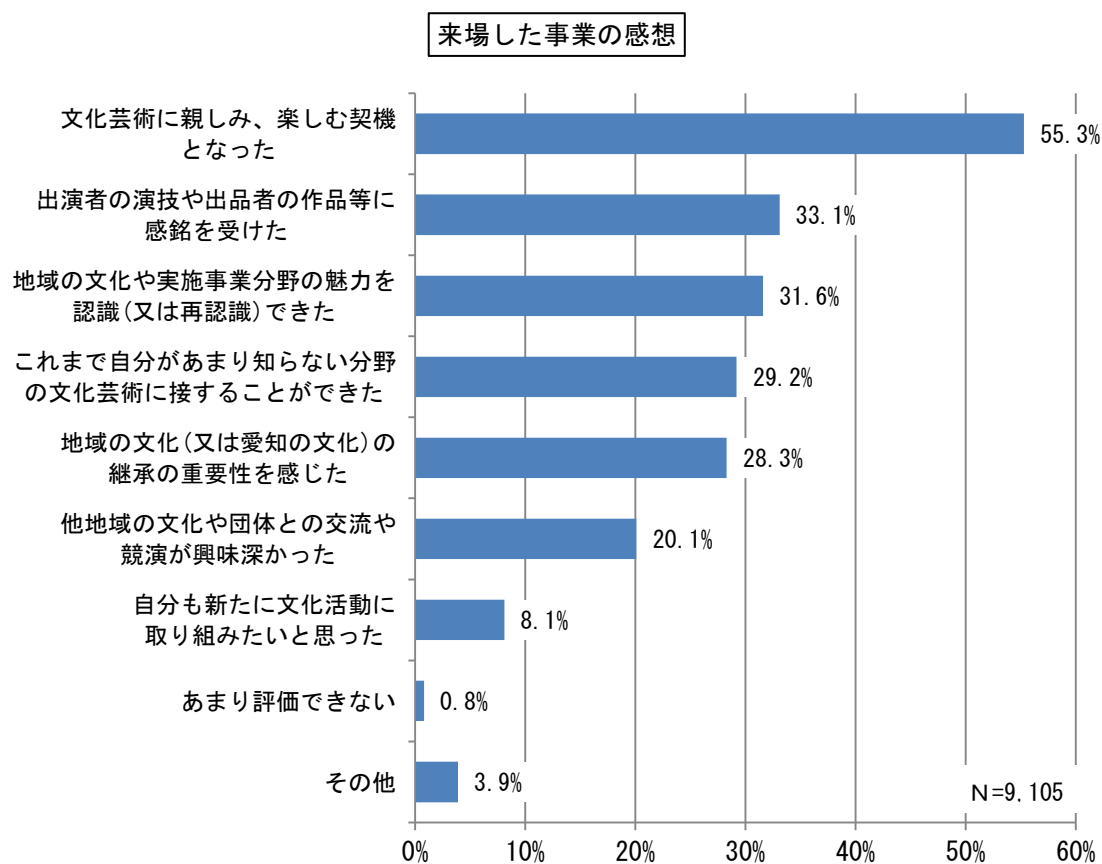
なお、居住地地域別に比較してみると、「ポスター、リーフレット、ガイドブック」の回答は県内、県外問わず多かったものの、県内で多かった「市町村広報誌」や「新聞」が県外では減り、代わりに「国民文化祭ホームページ」や「フェイスブック、ツイッター」の割合が高くなった。



### (3) 来場した事業の感想

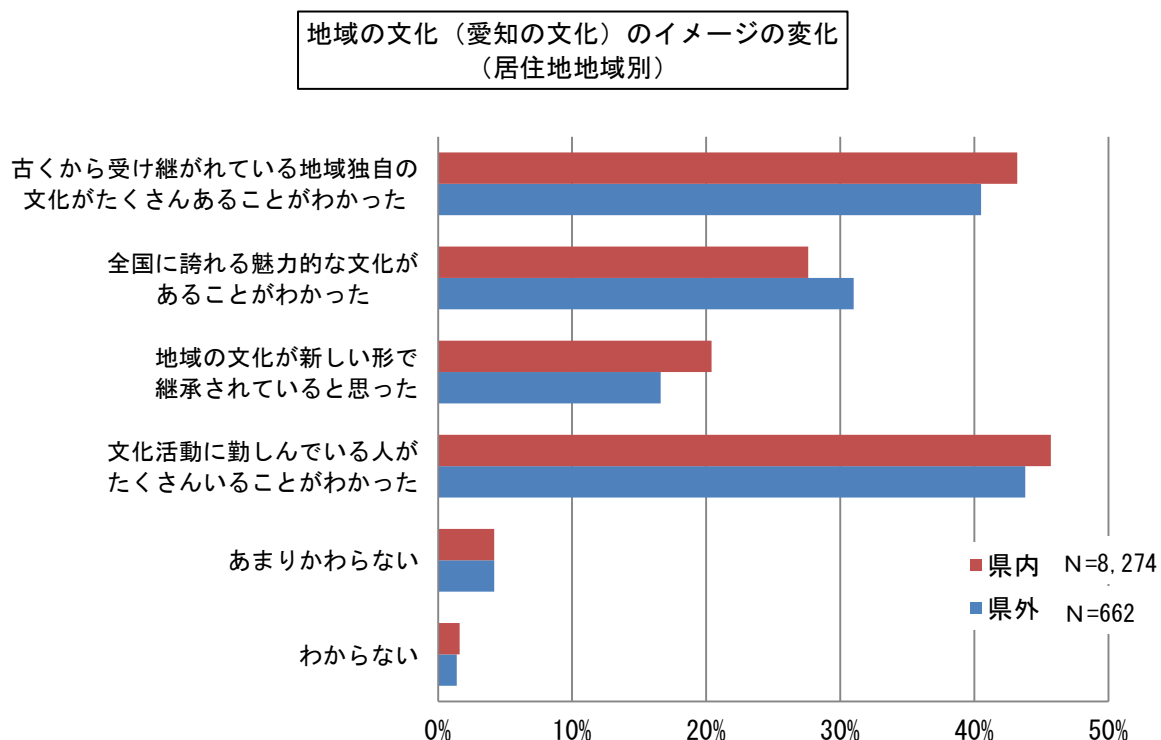
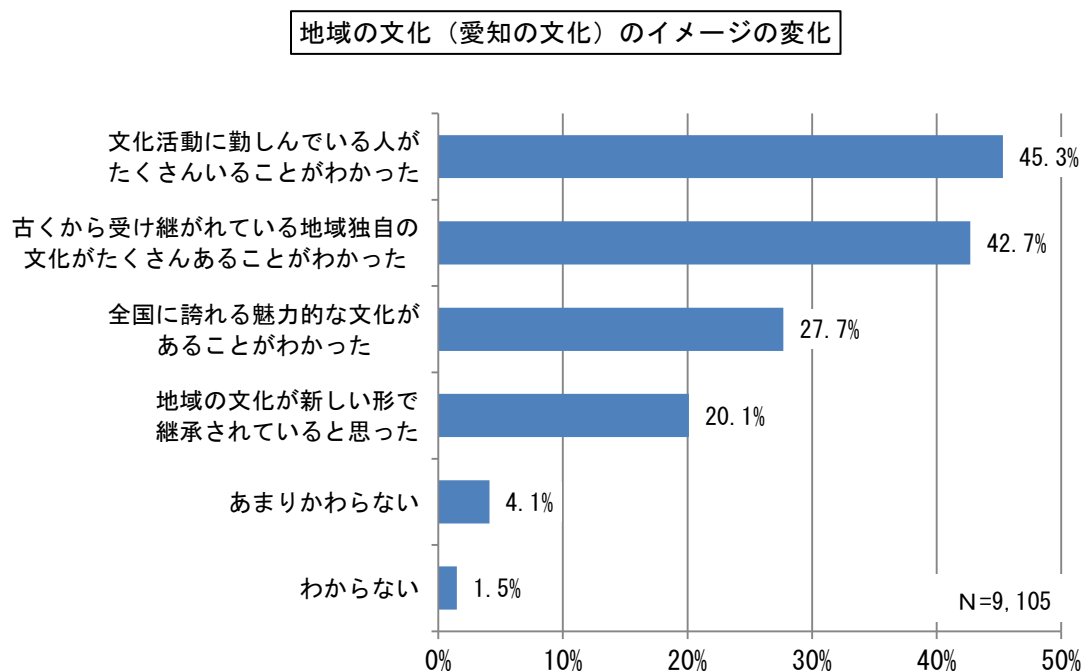
「来場した事業の感想」について、複数回答可で尋ねたところ、回答した来場者の55.3%が「文化芸術に親しみ、楽しむ契機となった」を選んでおり、次いで「出演者の演技や出品者の作品等に感銘を受けた」(33.1%)、「地域の文化や実施事業分野の魅力を認識(又は再認識)できた」(31.6%)となった。

また、8.1%が「自分も新たに文化活動に取り組みたいと思った」と回答しており、国民文化祭が新たな文化活動への意欲を喚起したことを示している。



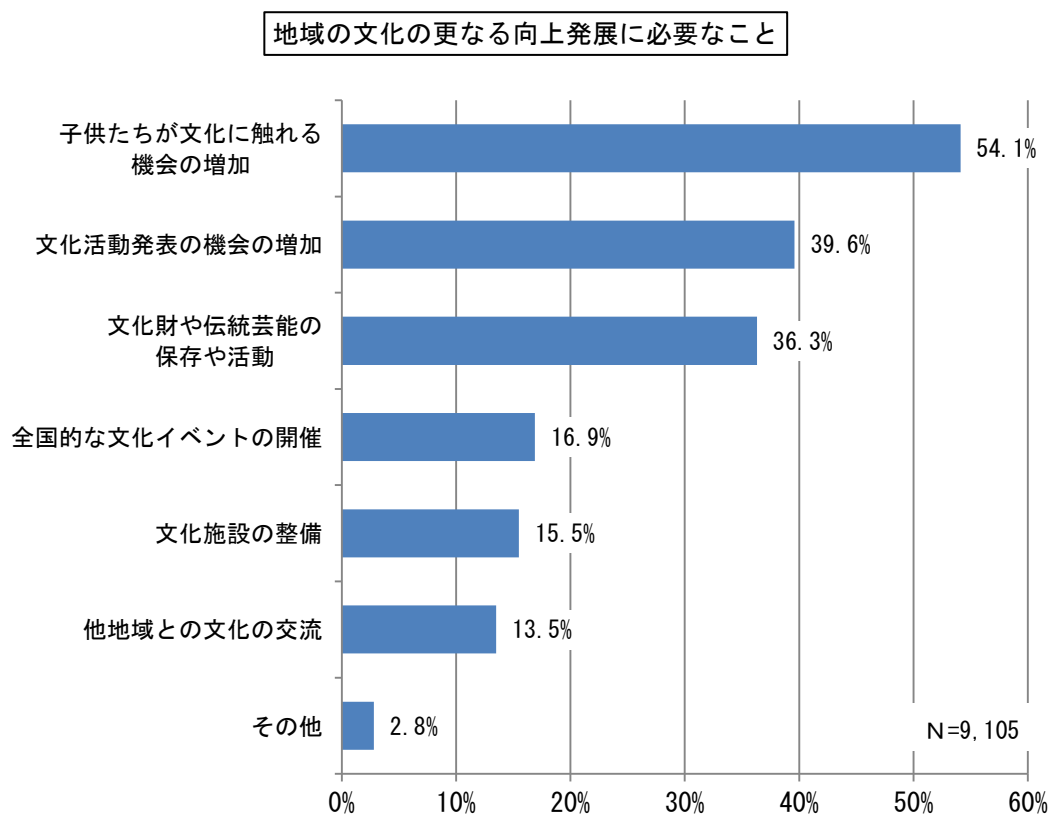
#### (4) 国民文化祭に参加した後の地域文化のイメージの変化

「国民文化祭に参加して地域の文化（又は愛知の文化）のイメージの変化がありましたか」との設問（複数回答可）に対しては、「文化活動に勤しんでいる人がたくさんいることがわかった」（45.3%）、「古くから受け継がれている地域独自の文化がたくさんあることがわかった」（42.7%）といった回答を選んだ割合が高く、また、県外来場者の31.0%が、（愛知には）「全国に誇れる魅力的な文化があることがわかった」と回答するなど、県内外に愛知の文化の魅力を発信する機会となった。



### (5) 地域文化の向上発展に必要なこと

「地域の文化（又は愛知の文化）の更なる向上発展に必要なことは何だとお考えですか」との問いには、54.1%の方が「子供たちが文化に触れる機会の増加」という回答を選択し、「文化活動発表の機会の増加」（39.6%）、「文化財や伝統芸能の保存や活動」（36.3%）と続いている。多くの方が、地域に受け継がれる文化財や伝統芸能などの文化的財産を次の世代に引き継いでいくことが必要との認識を持っていることがうかがえる。



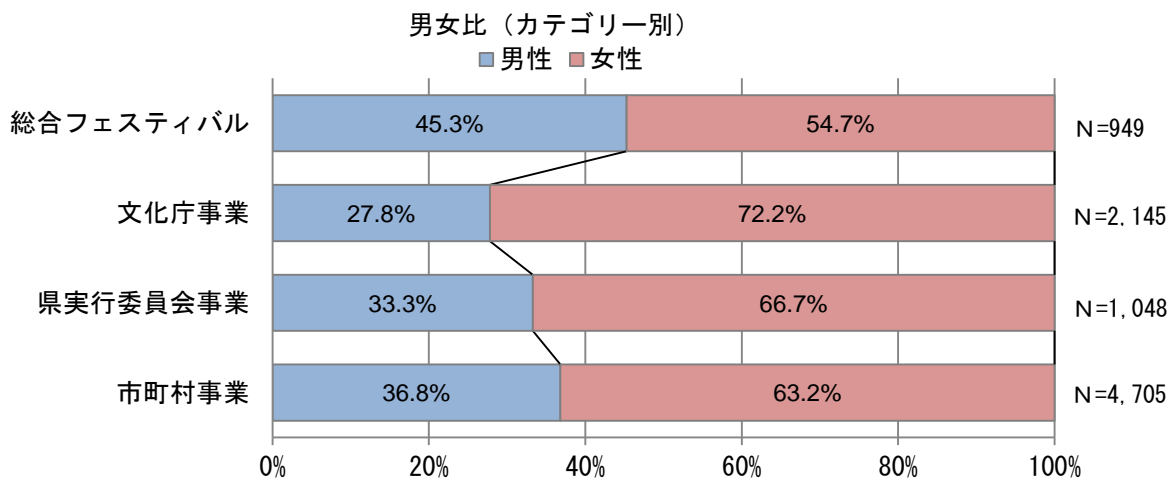


## 2 カテゴリー別

主催事業を、「総合フェスティバル」（開会式、閉会式）、分野別フェスティバルの「文化庁事業」、「県実行委員会事業」、「市町村事業」の各カテゴリーに分けて比較した。なお、県実行委員会が刈谷市と共催で開催した「伝統と創造フェスティバルあいち」は、県実行委員会事業に分類した。

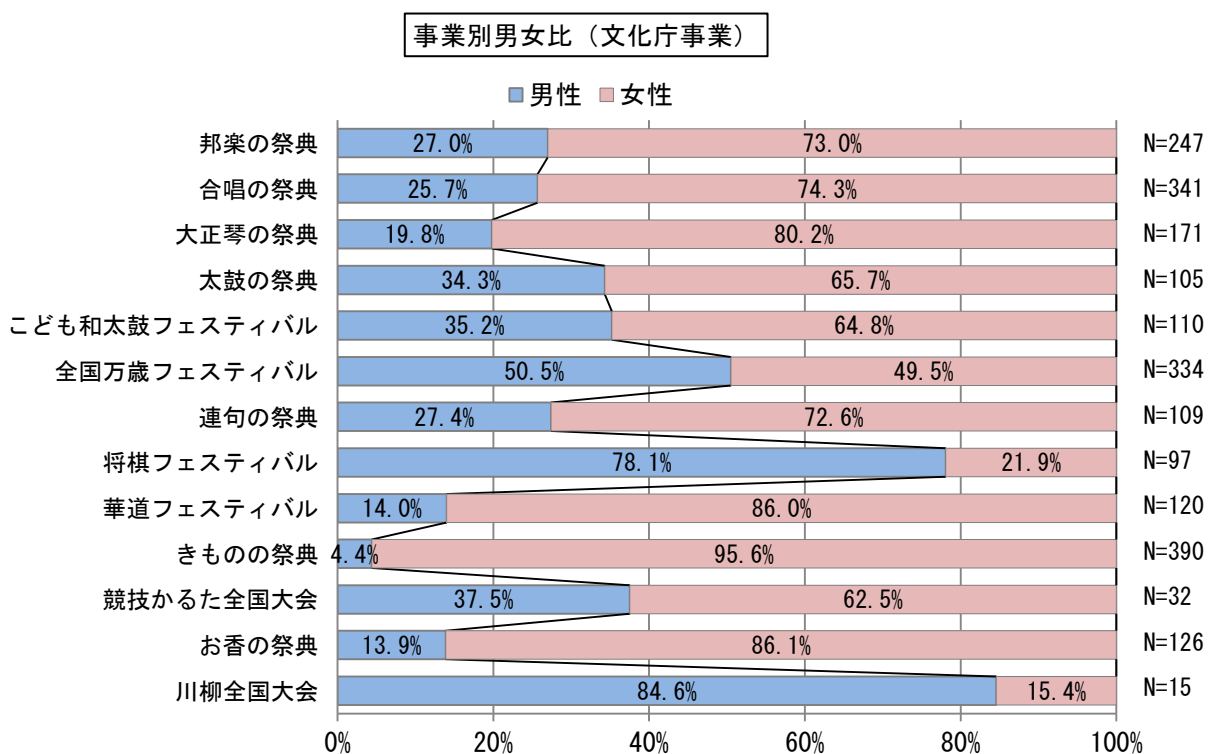
### (1) 属性

まず、男女比では、「総合フェスティバル」で男性の割合が高く、「文化庁事業」では女性の割合が高かった。

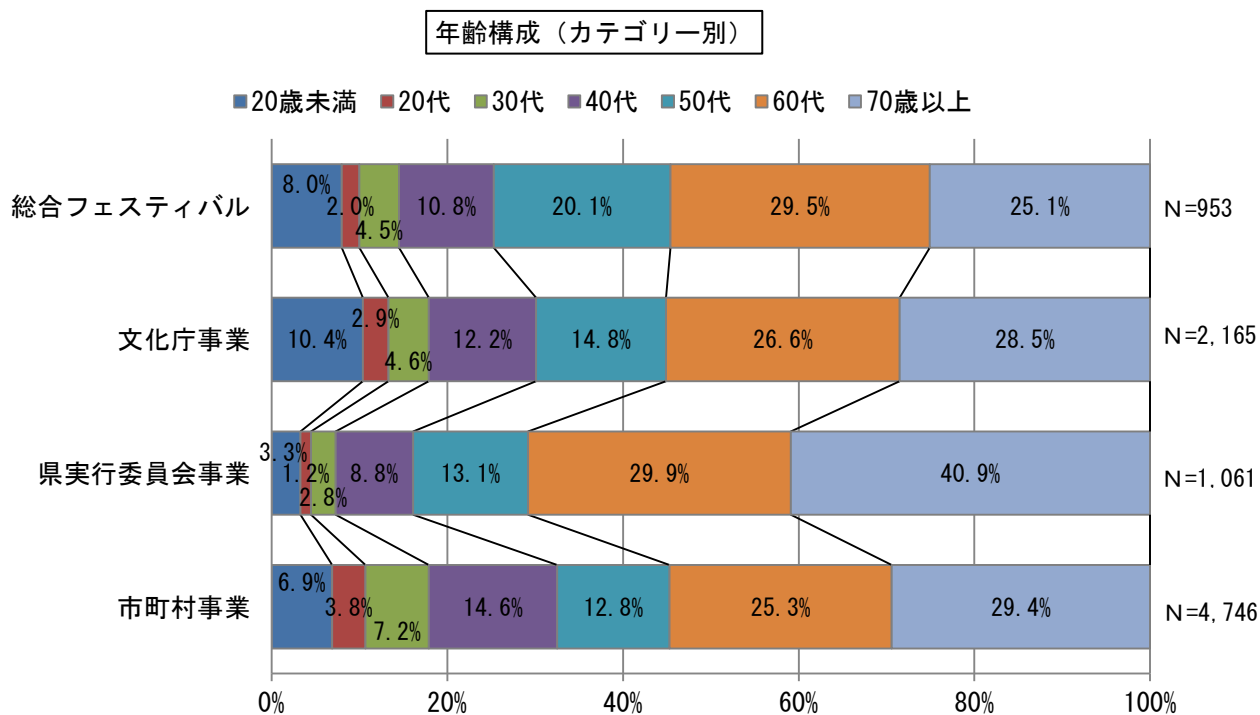


開会式や閉会式の「総合フェスティバル」には、国会議員や県議会議員を始め、国や地方自治体の関係者、文化団体を始めとする団体の代表者等が招待されており、その結果、男性来場者の比率が高くなったと考えられる。

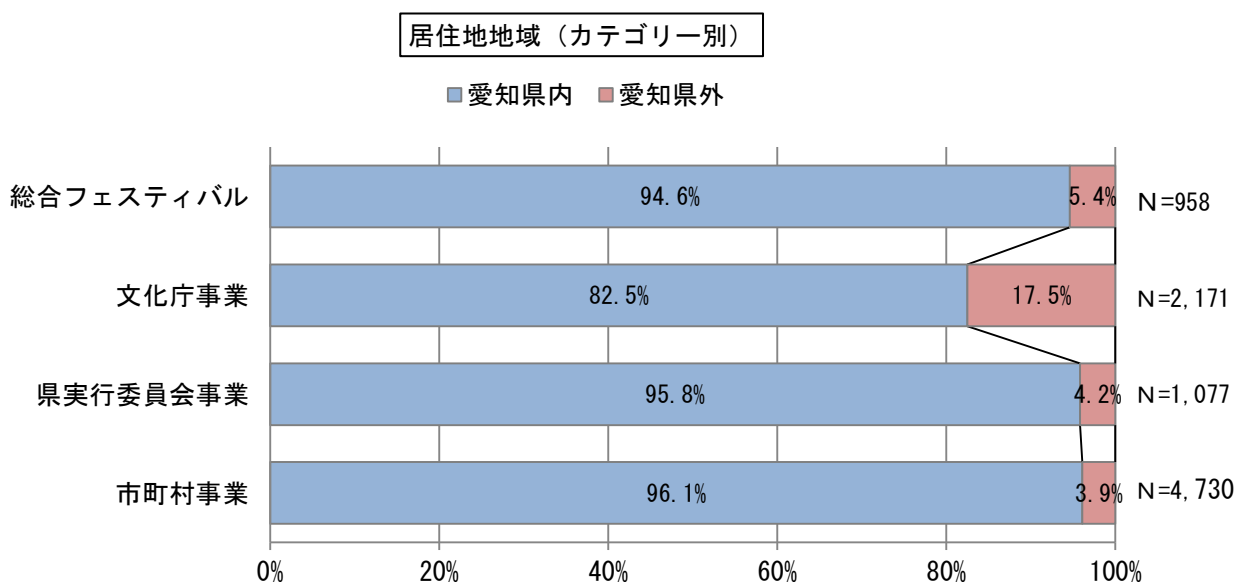
また、「文化庁事業」では、次のグラフが示す通り、事業によって男女比に大きな差異がみられた。その結果、アンケート回収数の多い事業の影響を受けたとも考えられる。



年齢構成をみると、「県実行委員会事業」で20代以下の若い世代の割合が少なく、60代以上の高齢者の割合が高かった。



居住地地域では、全国規模の募集を行った「文化庁事業」において、県外来場者の比率が高かった。



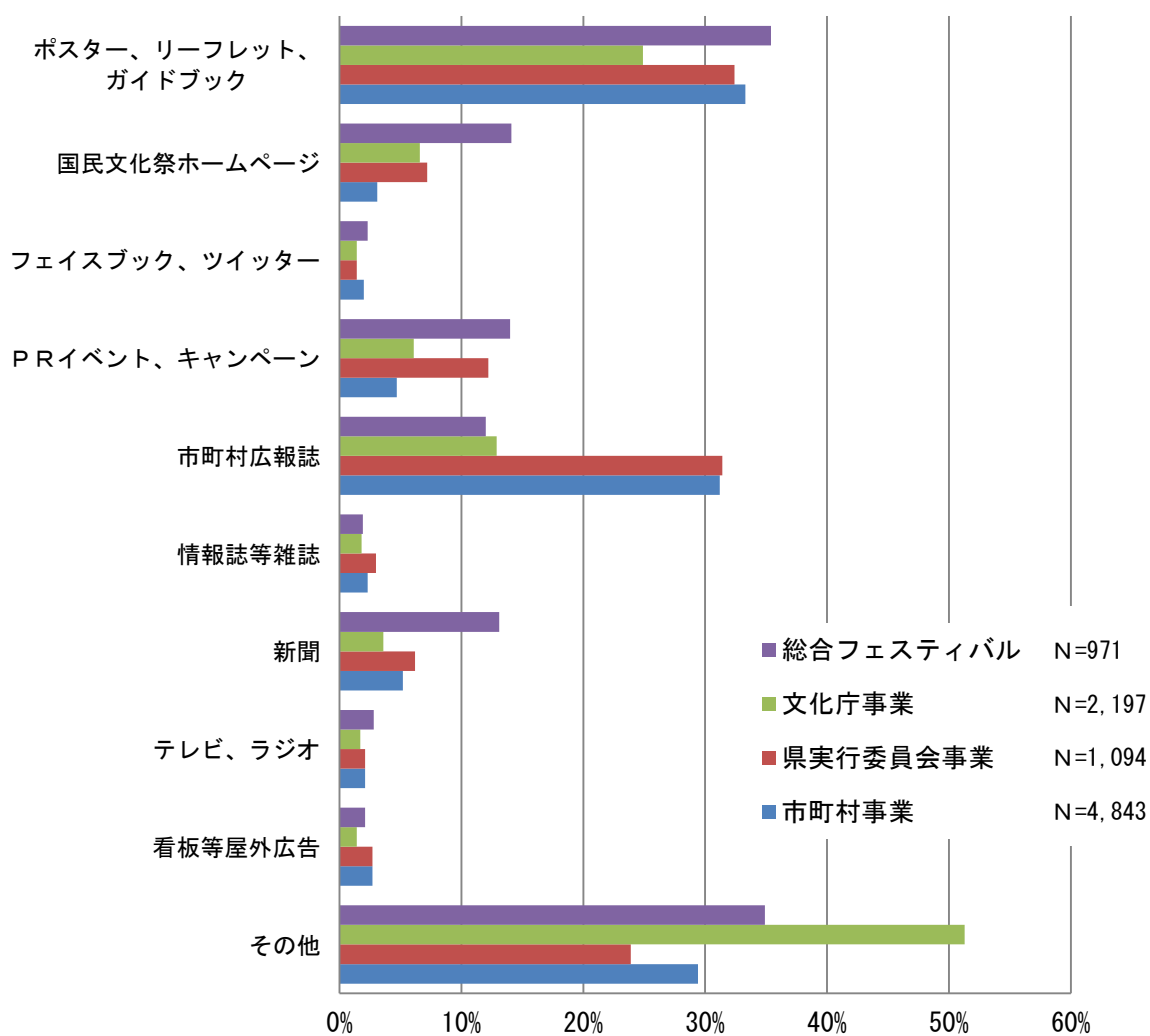
## (2) 国民文化祭情報の入手手段

国民文化祭情報の入手手段をカテゴリー別にみると、「総合フェスティバル」では「国民文化祭ホームページ」、「PRイベント、キャンペーン」、「新聞」の割合が他のカテゴリーと比べて高い一方で、「市町村広報誌」は低くなっている。

「文化庁事業」では、「その他」の割合が高く、それ以外は全体的に低くなった。「その他」の具体的な内容では、友人・知人などの口コミのほか、主催者及び主催者のネットワーク（いけ花や着付けの教室など）が上がっており、この事業の特徴としてあげられる。

また、「県実行委員会事業」では「PRイベント、キャンペーン」、「市町村広報誌」が高く、市町村事業では、「市町村広報誌」が高くなっている。

国民文化祭情報の入手手段（カテゴリー別）

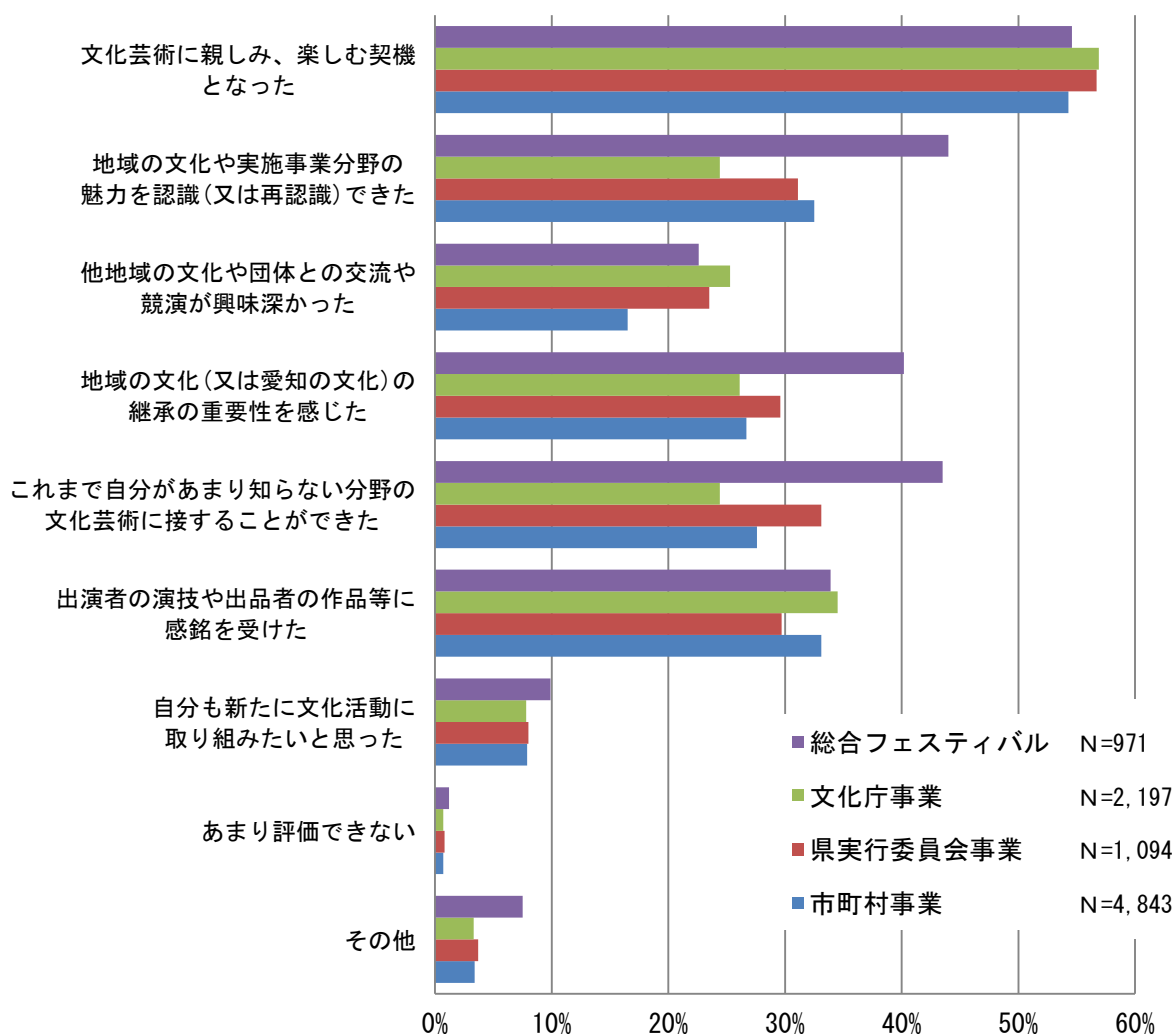


### (3) 来場した事業の感想

「来場した事業の感想」では、「総合フェスティバル」において「地域の文化や実施事業分野の魅力を認識（又は再認識）できた」、「地域の文化（又は愛知の文化）の継承の重要性を感じた」、「これまで自分があまり知らない分野の文化芸術に接することができた」といった回答の割合が他のカテゴリと比べて高くなった。日頃地域の文化に接する機会の少ない来場者が、県内の多様な文化を紹介した開会式・閉会式のステージを観覧したことによる結果と思われる。

他方、「文化庁事業」では、公募により全国から出演団体が集まった事業も多く、「他地域の文化や団体との交流や競演が興味深かった」との回答の割合が比較的高かった反面、「地域の文化や実施事業分野の魅力を認識（又は再認識）できた」、「これまで自分があまり知らない分野の文化芸術に接することができた」といった回答が、他のカテゴリと比較して低くなった。地域独自ではなく全国一律の分野であり、前述（2）の情報入手手段にもみられたように、既存のネットワークを活用した集客がされたため、事業内容に馴染みのある来場者が多くなり、結果として新たな魅力や発見が得られなかったのではないかと考えられる。

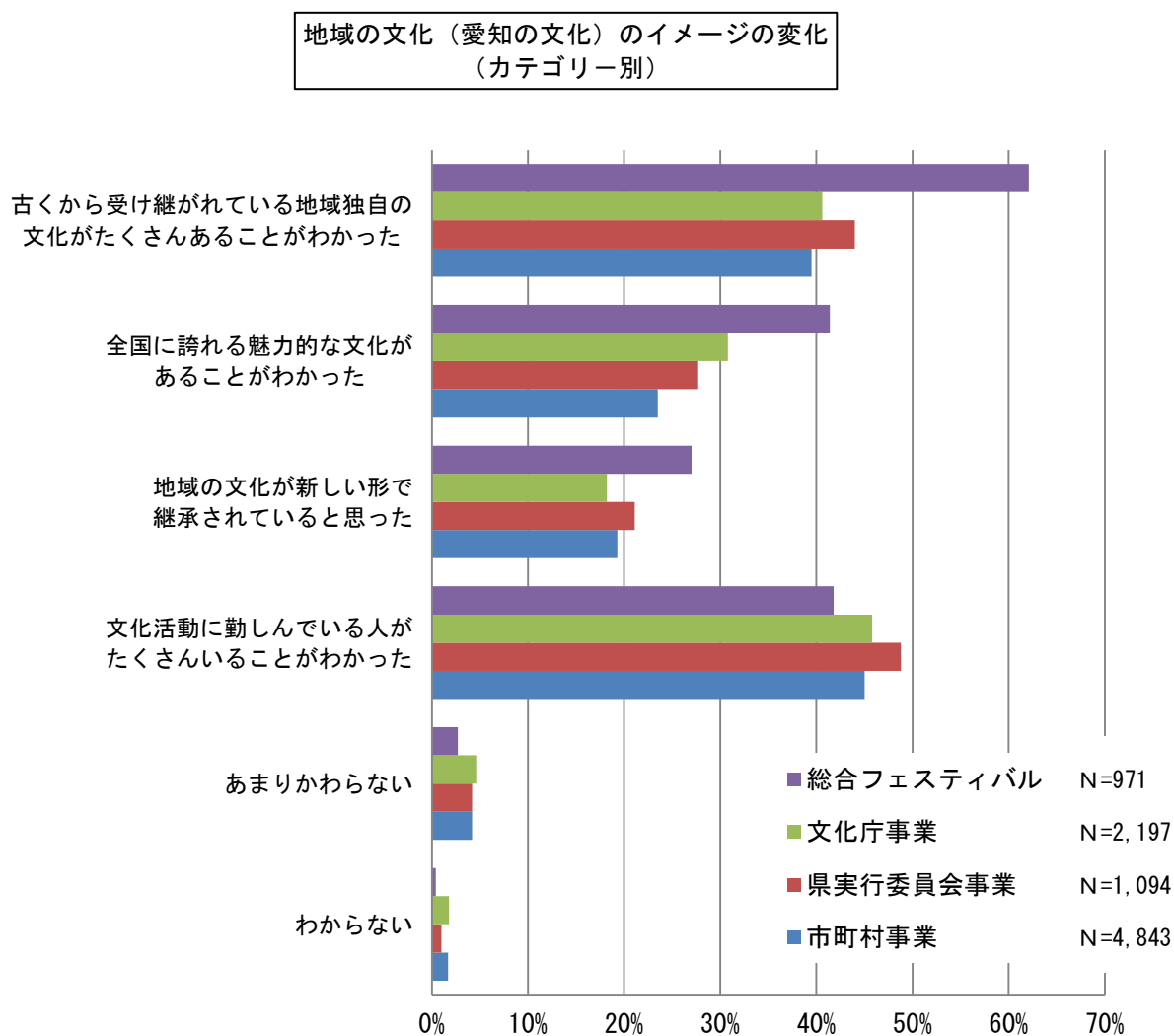
来場した事業の感想（カテゴリ別）



#### (4) 国民文化祭に参加した後の地域文化のイメージの変化

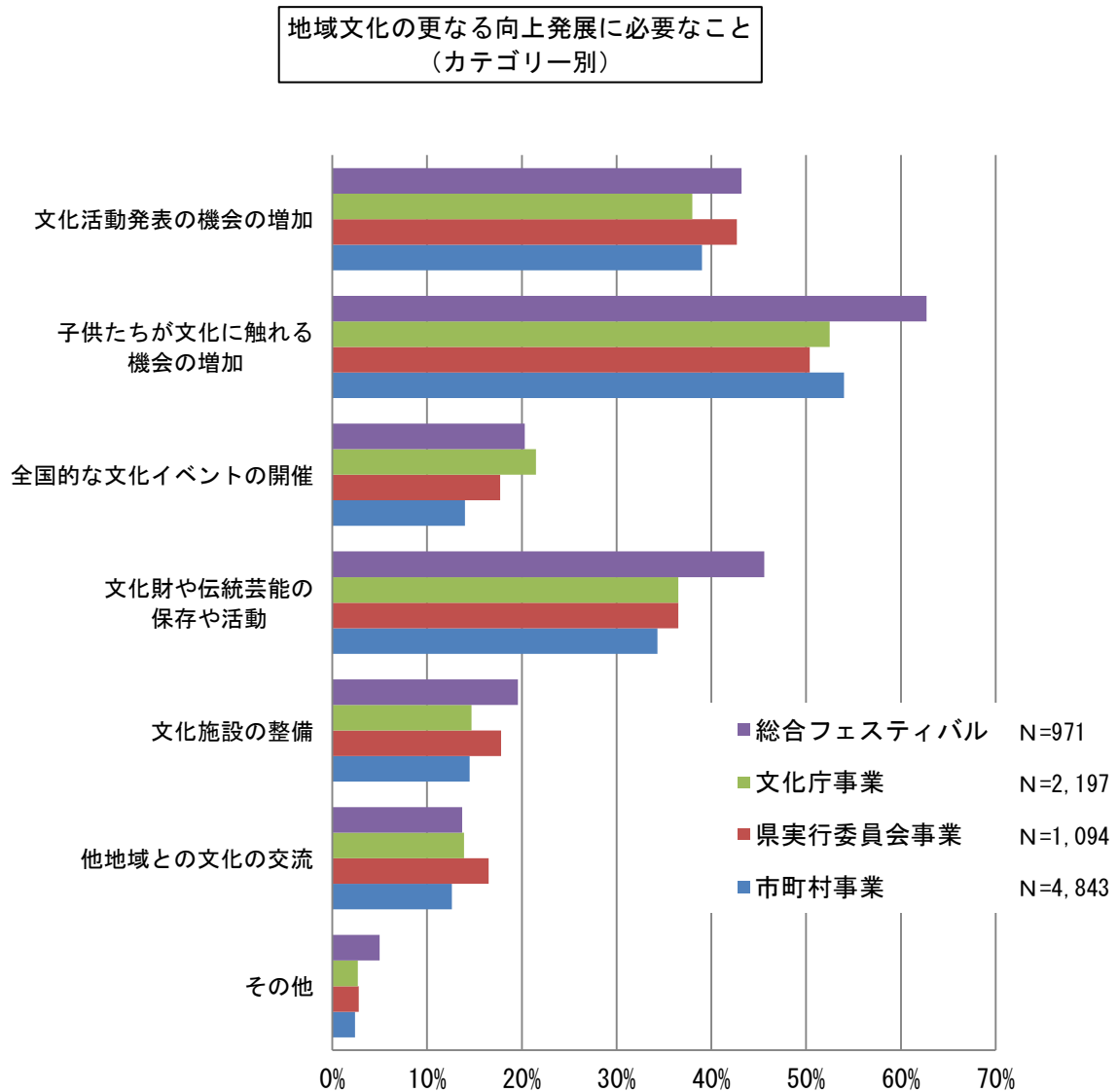
「総合フェスティバル」の来場者において、「古くから受け継がれている地域独自の文化がたくさんあることがわかった」、「全国に誇れる魅力的な文化があることがわかった」、「地域の文化が新しい形で継承されていると思った」の回答の割合が、他のカテゴリーの来場者より高くなっており、「総合フェスティバル」への来場が、地域文化に対する新たな発見に結び付いたことを表している。

なお、その理由については、前述（3）来場事業の感想の場合と同様と考えられる。



(5) 地域文化の向上発展に必要なこと

すべてのカテゴリーにおいて「子供たちが文化に触れる機会の増加」が一番多く、その他も概ね同じような傾向となった。



### 3 分野別

分野別フェスティバルの事業を、「音楽」、「演劇」、「美術」、「伝統文化・郷土芸能」、「生活文化・食文化」、「歴史文化」、「文化一般」の各分野に分けて比較した。

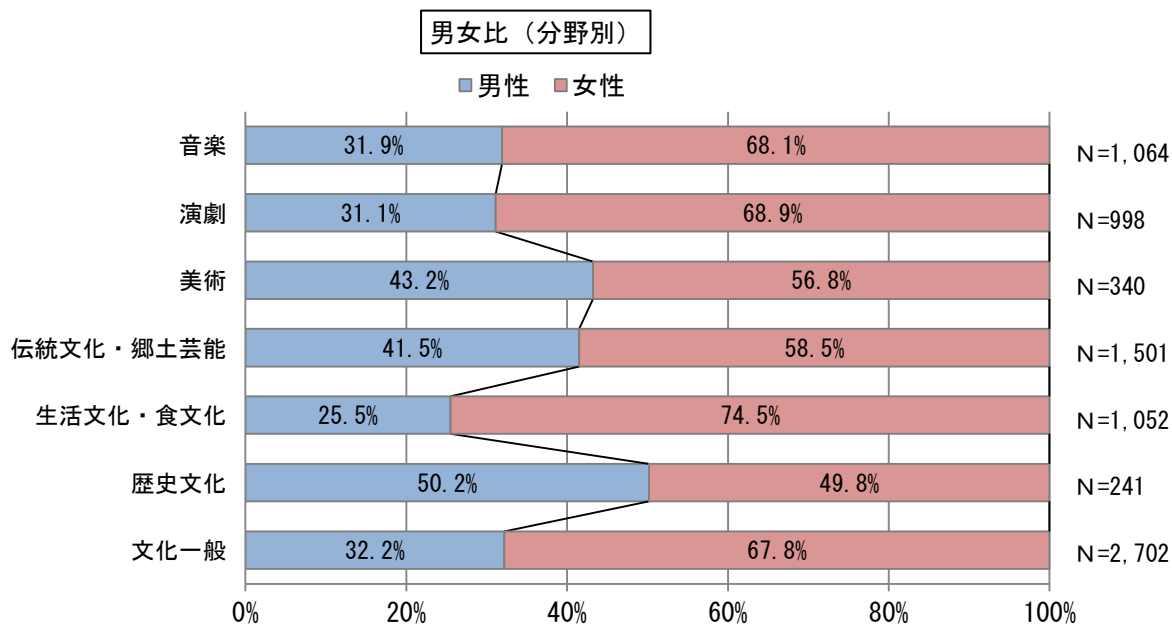
なお、分野別フェスティバルのカテゴリー別、分野別の回答状況は以下の通り。

	文化庁事業	県実行委員会事業	市町村事業	計
音 楽	3	1	6	10
	759	94	233	1,086
演 劇			6	6
			1,017	1,017
美 術		2	4	6
		57	293	350
伝統文化・ 郷土芸能	3	1	11	15
	549	16	983	1,548
生活文化 ・食文化	7	2	2	11
	889	98	87	1,074
歴史文化		1	5	6
		3	244	247
文化一般		6	23	29
		826	1,986	2,812
計	13	13	57	83
	2,197	1,094	4,843	8,134

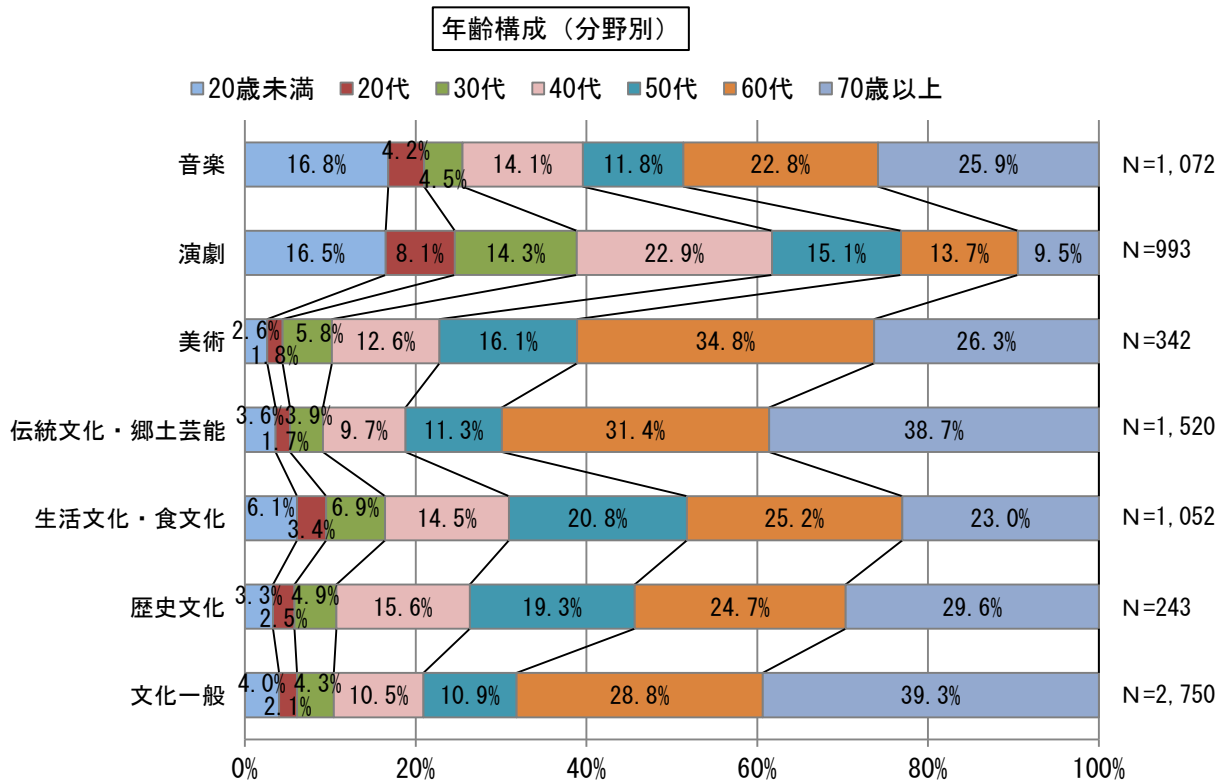
(上段：事業数、下段：アンケート回収数)

#### (1) 属性

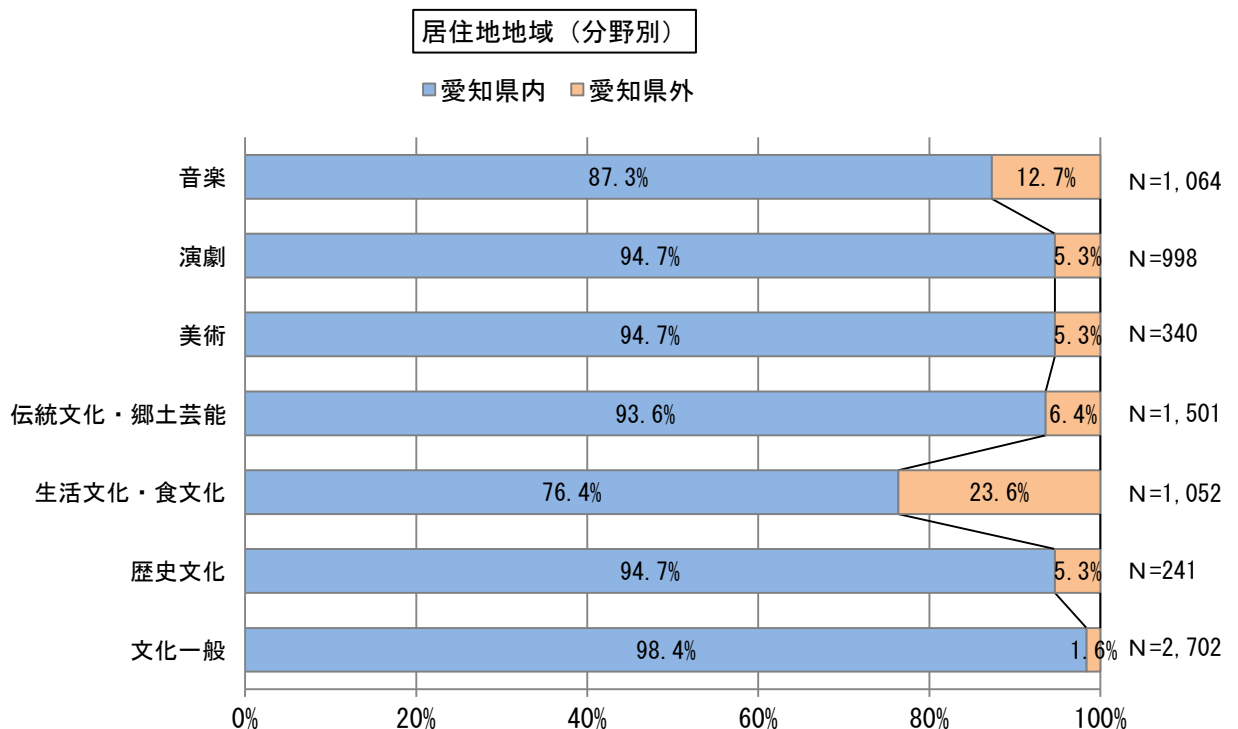
まず、男女比では、「生活文化・食文化」で女性の割合が高く、「美術」、「伝統文化・郷土芸能」、「歴史文化」で男性の割合が高かった。



年齢構成では、「美術」「伝統文化・郷土芸能」、「文化一般」で「60代」、「70歳以上」の割合が高い一方で、「音楽」や「演劇」では、「20歳未満」の割合が高く、幅広い年齢層の来場者があったことがわかる。



居住地地域については、「音楽」や「生活文化・食文化」で県外来場者の割合が高く、他方、従来の市町村主催文化祭型の事業が多い「文化一般」では、県外来場者の割合が特に低くなった。





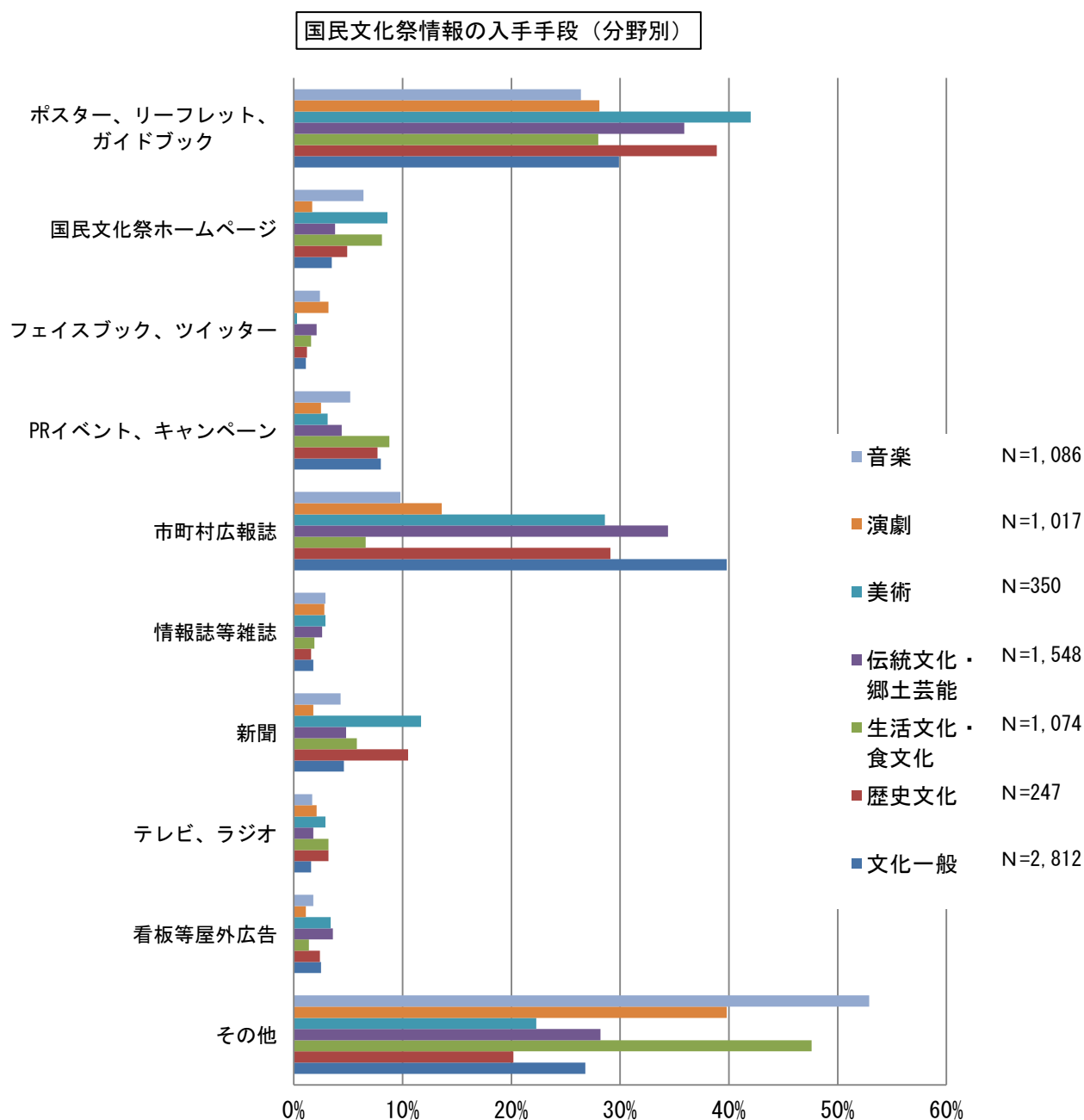
## (2) 国民文化祭情報の入手手段

国民文化祭情報の入手手段を分野別に見てみると、「ポスター、リーフレット、ガイドブック」が、すべての分野において重要な情報入手手段となっていることがわかる。

また、「美術」、「伝統文化・郷土芸能」、「歴史文化」、「文化一般」では、「市町村広報誌」も情報入手手段として活用された一方で、「音楽」、「演劇」、「生活文化・食文化」では「市町村広報誌」の割合がそれほど高くなく、「その他」の割合が高い。

「音楽」、「演劇」、「生活文化・食文化」では、他の分野でも見られる友人・知人などからの「口コミ」に加えて、主催団体や出演者、いけ花や着付けの「教室」からの情報との回答があったほか、20歳未満の来場者では、「学校からの案内」との回答も多く見られた。

また、情報入手手段として「新聞」を挙げた割合は、「美術」、「歴史文化」が他の分野の約2倍となった。



### (3) 来場事業の感想

「文化芸術に親しみ、楽しむ契機となった」を選択した来場者の割合は、どの分野においても総じて高かったが、それ以外の選択肢では、分野によって違いが見られた。

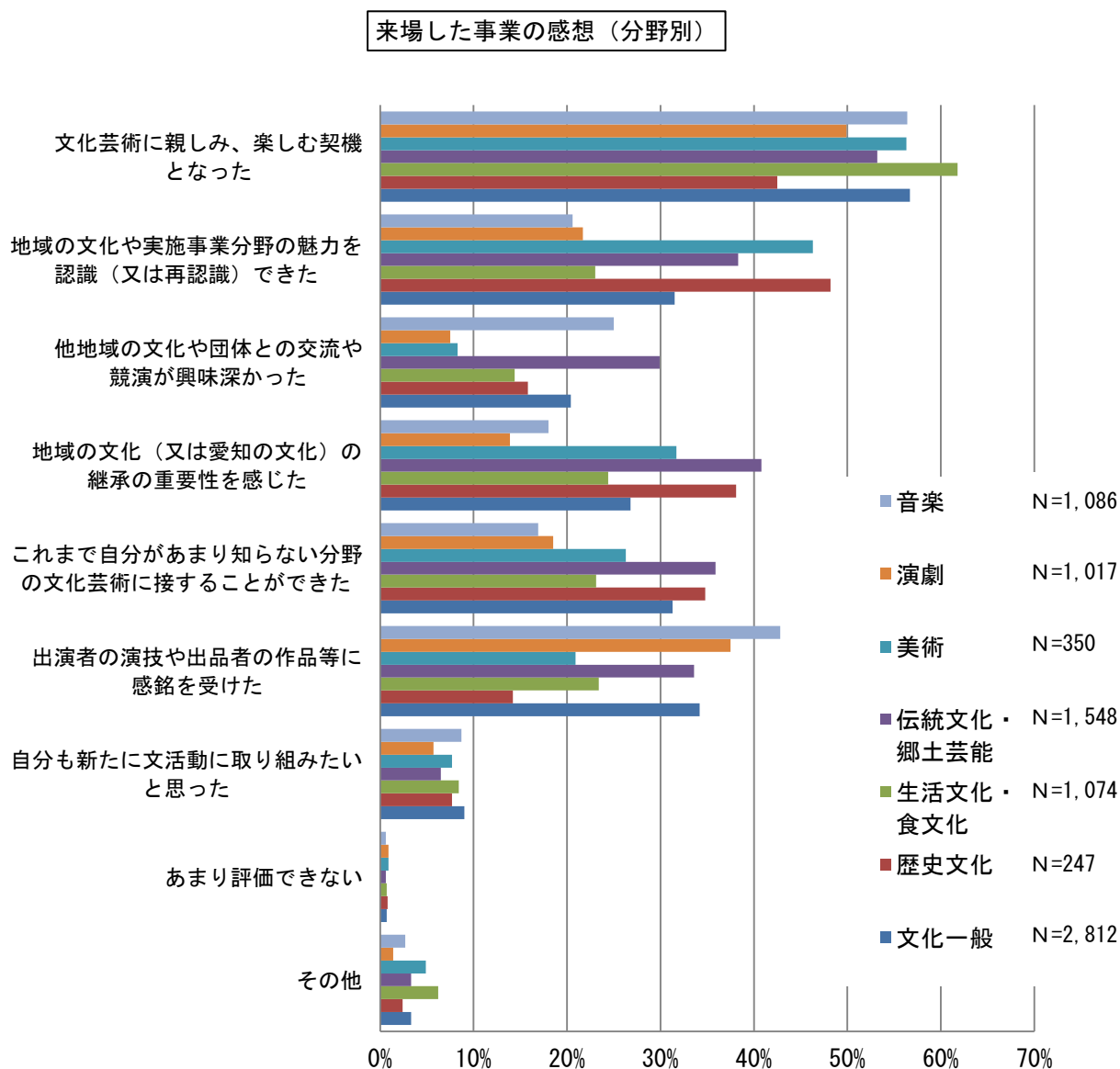
「地域の文化や実施事業分野の魅力を認識（又は再認識）できた」は、「美術」、「伝統文化・郷土芸能」、「歴史文化」で高く、「音楽」、「演劇」、「生活文化」で低かった。

「他地域の文化や団体との交流や競演が興味深かった」との選択肢は、「音楽」と「伝統文化・郷土芸能」で高く、「演劇」と「美術」で低かった。

「地域の文化（又は愛知の文化）の継承の重要性を感じた」では、「伝統文化・郷土芸能」と「歴史文化」で高く、「音楽」や「演劇」で低かった。

また、「これまで自分があまり知らない分野の文化芸術に接することができた」では、「伝統文化・郷土芸能」、「歴史文化」、「文化一般」で高く、「出演者の演技や出品者の作品等に感銘を受けた」では、「音楽」、「演劇」、「伝統文化・郷土芸能」、「文化一般」で高かった。

「生活文化・食文化」では、来場者の6割以上が、「文化芸術に親しみ、楽しむ契機となった」を選択した一方で、それ以外の選択肢の割合はどれも25%以下となり、選択の偏りが見られた。



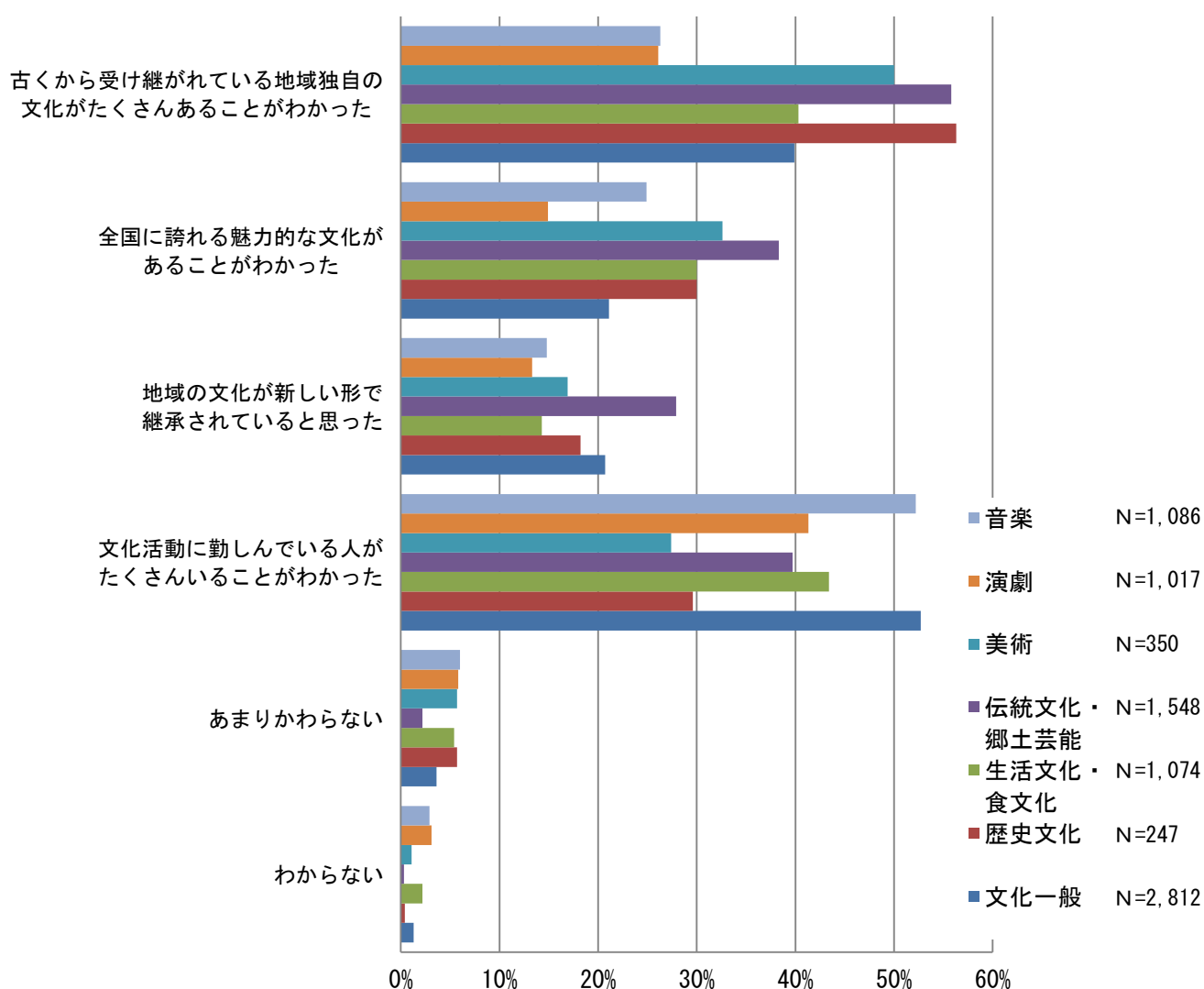
#### (4) 国民文化祭に参加した後の地域文化のイメージの変化

「古くから受け継がれている地域独自の文化がたくさんあることがわかった」との選択肢を選んだ割合は、「伝統文化・郷土芸能」、「歴史文化」で高く、「音楽」、「演劇」で低かった。

「全国に誇れる魅力的な文化があることがわかった」来場者の割合は、「伝統文化・郷土芸能」、で高く、「演劇」で低かった。

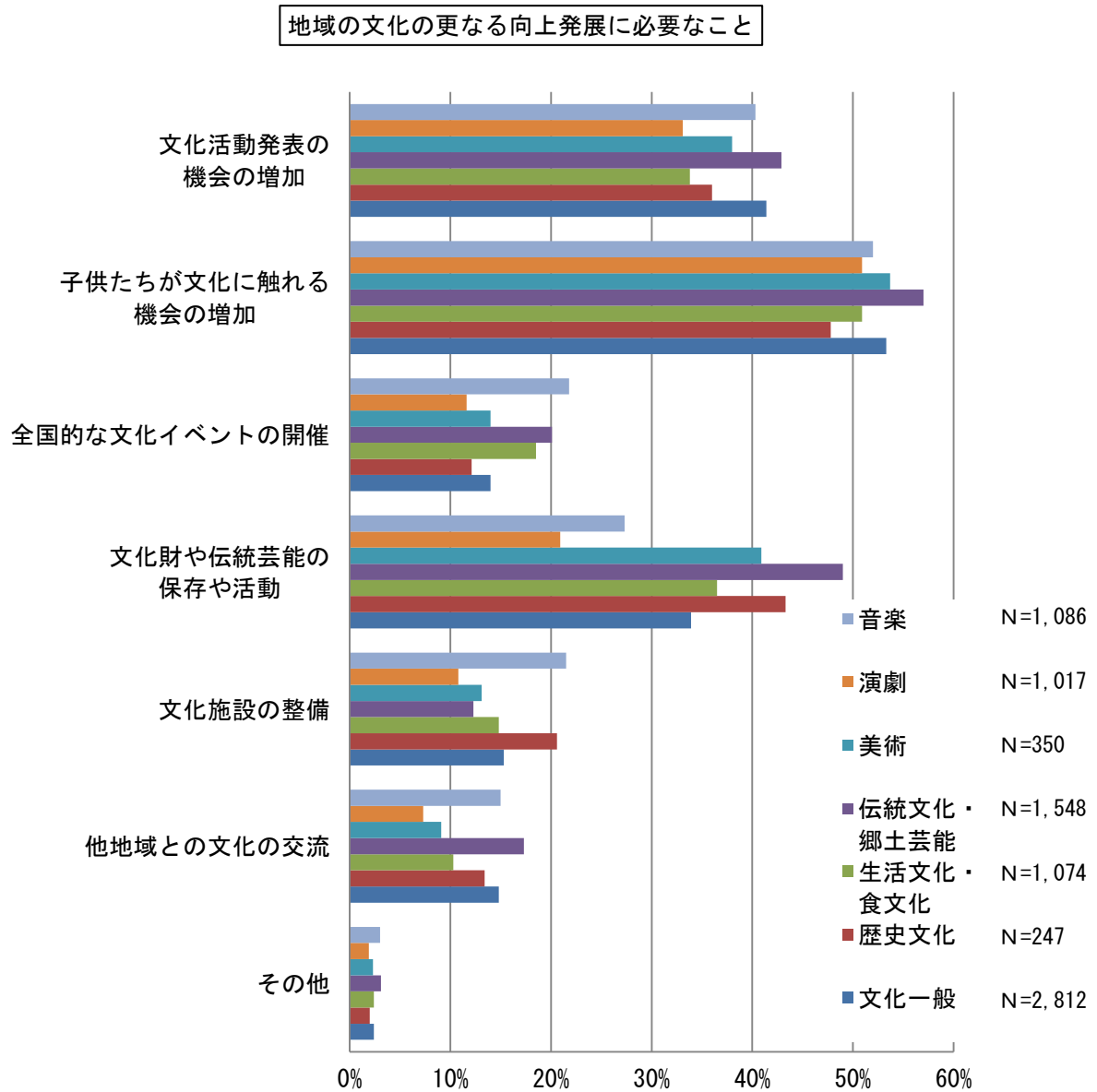
また、「地域の文化が新しい形で継承されていると思った」人の割合は、「伝統文化・郷土芸能」で高く、「文化活動に勤しんでいる人がたくさんいることがわかった」人の割合は、「音楽」や「文化一般」で高かった。

国民文化祭に参加した後の地域の文化のイメージの変化（分野別）



(5) 地域文化の向上発展に必要なこと

選択の傾向については、分野による差異はあまりないが、「全国的な文化イベントの開催」が必要と考えるのは、「音楽」、「伝統文化・郷土芸能」、「生活文化・食文化」で高く、「文化施設の整備」が必要と考えるのは、「音楽」、「歴史文化」で高かった。

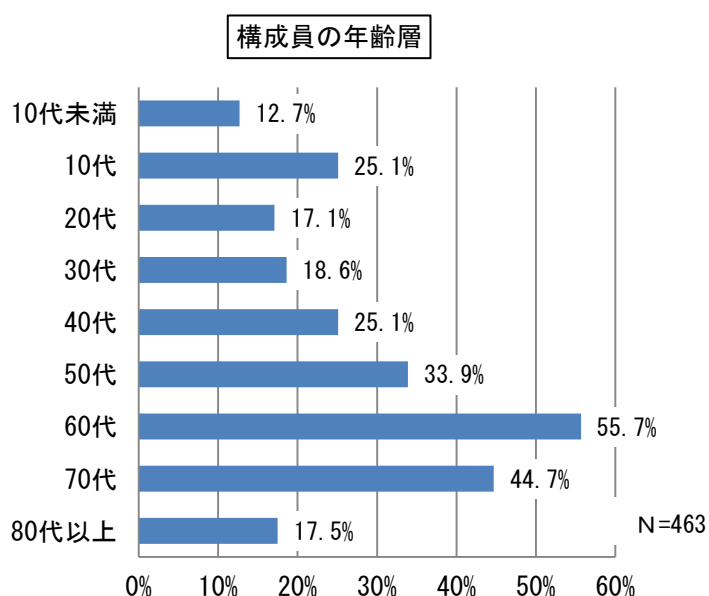
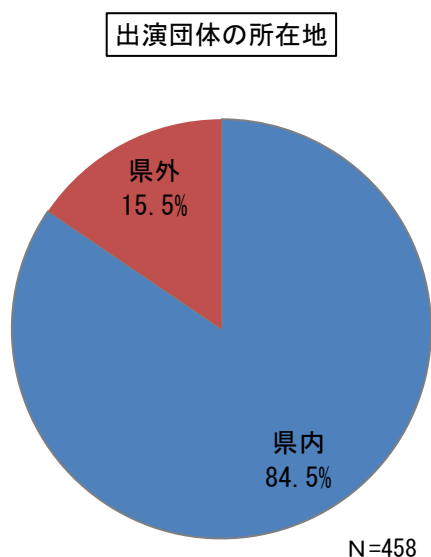


## 第2章 出演団体アンケート

### 1 全事業

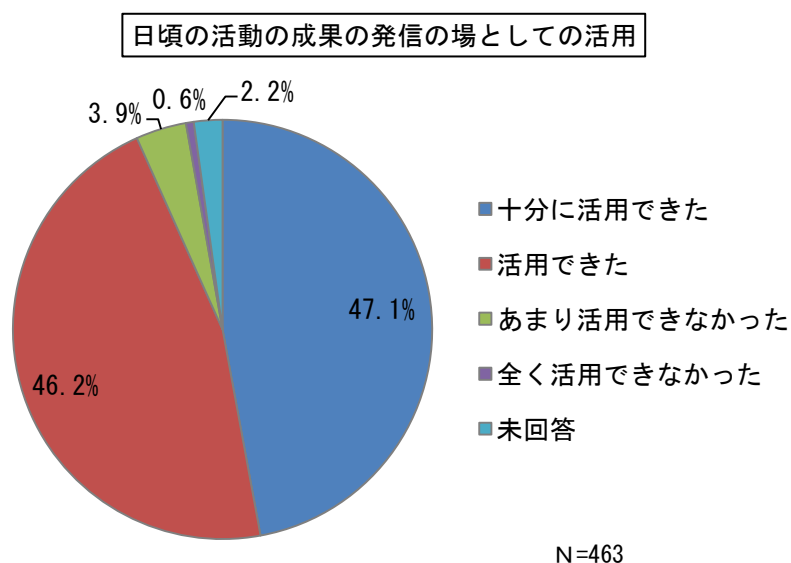
#### (1) 属性

出演団体の所在地をみると、84.5%が「県内」、15.5%が「県外」であり、各団体を構成する年齢層については、「60代」が55.7%で一番多く、次に「70代」が44.7%、「50代」が33.9%となった。なおこれは、出演団体のメンバーの中に該当する年代がいるかどうかの設問であり、人数は問わない。



#### (2) 日頃の活動の成果の発信の場としての活用

次に、国民文化祭が「日頃の活動の成果を発信する場として活用できましたか」との質問に対して、「十分に活用できた」が47.1%、「活用できた」が46.2%と、全体の93.3%の団体が、国民文化祭を日頃の活動の成果を発信する場として活用できたと回答した。



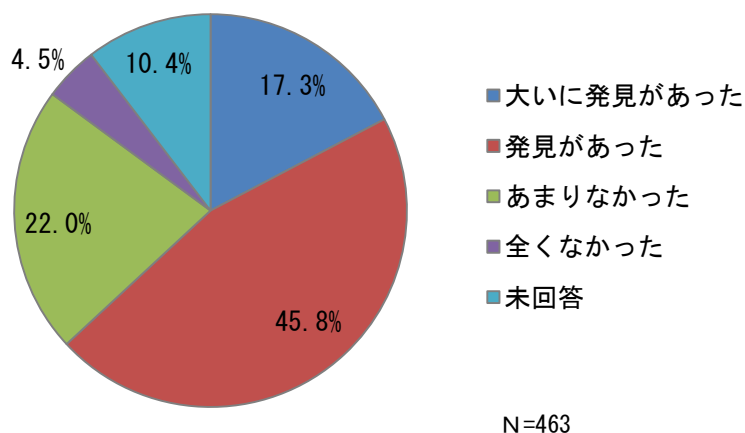
### (3) 今後の活動に活かしたい発見

続いて、国民文化祭に参加した「他団体との交流や競演を通じて、今後の活動に活かしてみようとする発見はありましたか」との問いについて、「大いに発見があった」が17.3%、「発見があった」が45.8%で、63.1%の団体が、何らかの発見があったと回答した。

その理由の記述の中には、「他団体の演出が参考になった」とか、「一生懸命な姿が自分達の励みになった」といったものや、「合同で演奏する話が出た」といったものもあり、国民文化祭への参加が、新たな交流のきっかけになったことがうかがえる。

逆に、発見が「あまりなかった」、「全くなかった」と回答した団体の理由としては、そもそも他団体との交流や競演がなかったとの回答も多くみられた。時間的制約や演目の違い等が考えられるが、他団体との交流・競演によって各団体の活動がより活発化し、結果として地域文化の一層の充実が図られるよう、主催者側が意図的に交流を仕掛けるなどの工夫も求められる。

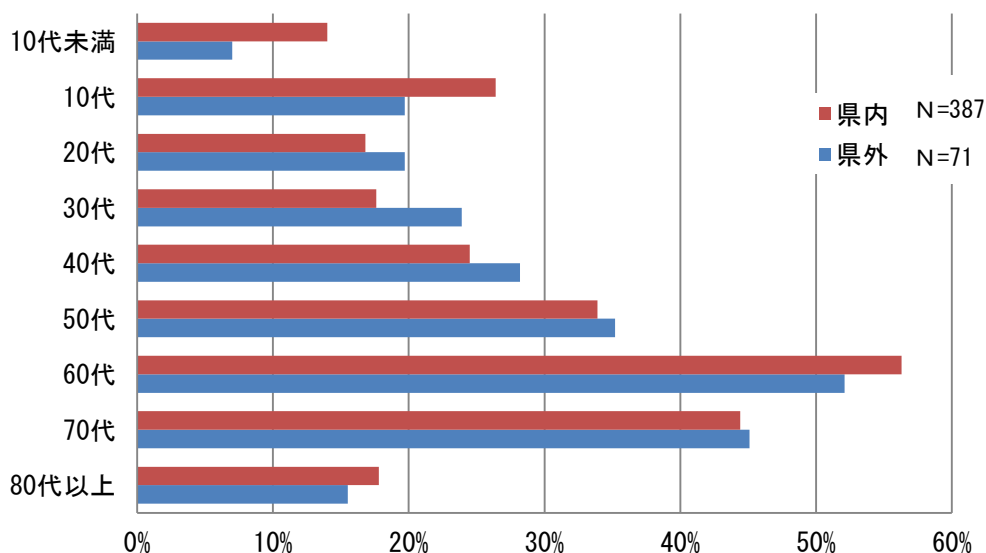
今後の活動に活かしたい発見



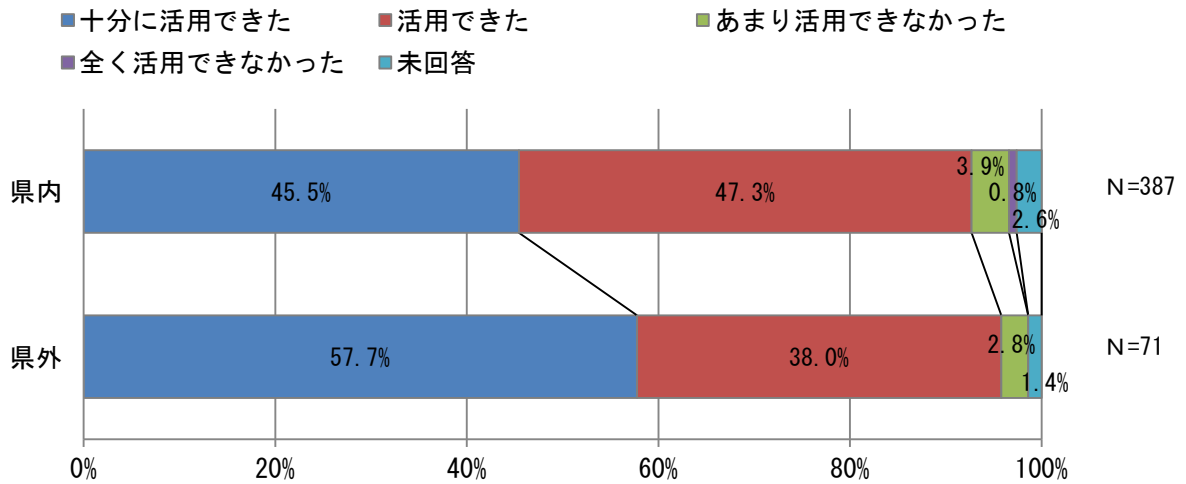
### (4) 団体所在地別

上記(1)から(3)の回答結果を、団体の所在地別に県内、県外に分けてみると、次のようになった。

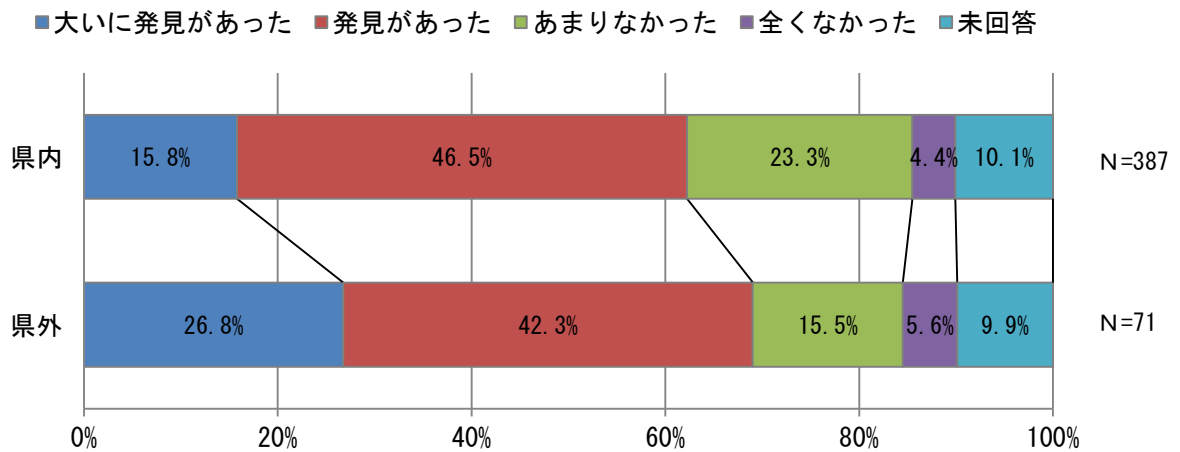
構成員の年齢層（所在地別）



日頃の活動の成果の発表の場としての活用



今後の活動に活かしたい発見



年齢構成としては、「10代未満」及び「10代」が県外の団体で低かったものの、傾向に大きな違いは見られなかった。

(2)、(3)に関しては、それぞれ、「十分に活用できた」、「大いに発見があった」の回答は、県内団体よりも県外団体の方が高かった。

## 2 カテゴリー別・分野別

回答結果を「文化庁事業」、「県実行委員会事業」、「市町村事業」のカテゴリー別と、「音楽」、「演劇」などの分野別にそれぞれ分類し分析した。

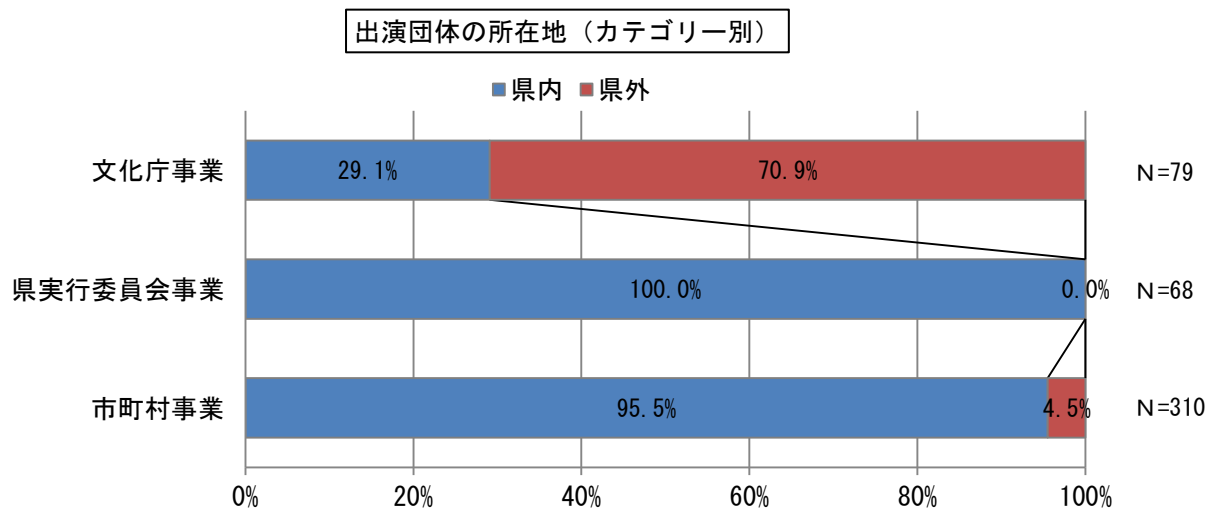
なお、カテゴリー別、分野別の回答状況は以下の通り。

	文化庁事業	県実行委員会事業	市町村事業	計
音 楽	3		5	8
	52		25	77
演 劇			3	3
			8	8
美 術		1		1
		4		4
伝統文化・ 郷土芸能	3		8	11
	21		43	64
生活文化 ・食文化	1	1		2
	6	2		8
歴史文化			1	1
			7	7
文化一般		5	18	23
		62	233	295
計	7	7	35	49
	79	68	316	463

(上段：事業数、下段：回答団体数)

### (1) 属性 (カテゴリー別)

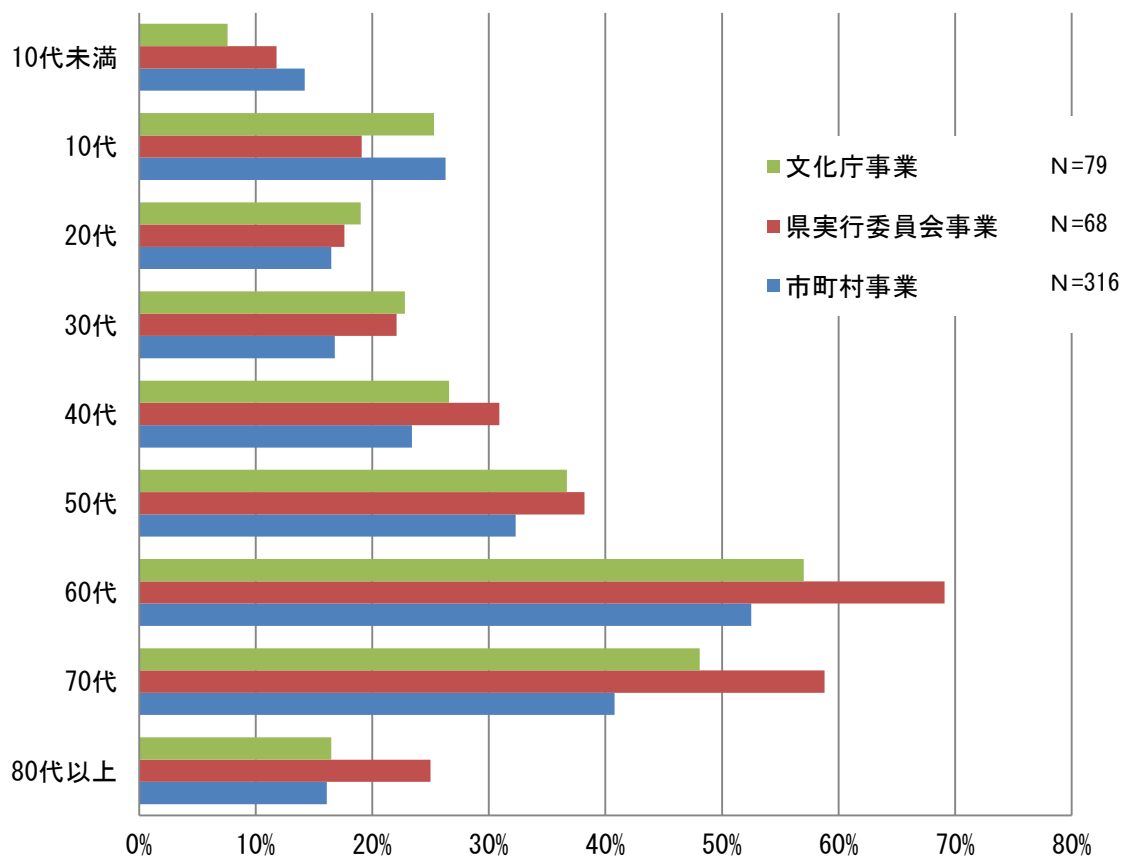
出演者の全国公募を行った「文化庁事業」では、県外の出演団体が70.9%、県内団体が29.1%であった。「県実行委員会事業」はすべて県内団体のみが参加し、県外からの参加はなく、「市町村事業」では、姉妹都市交流や地域交流の一環で、県外から出演団体を募った事業も一部であり、4.5%が県外の団体となった。





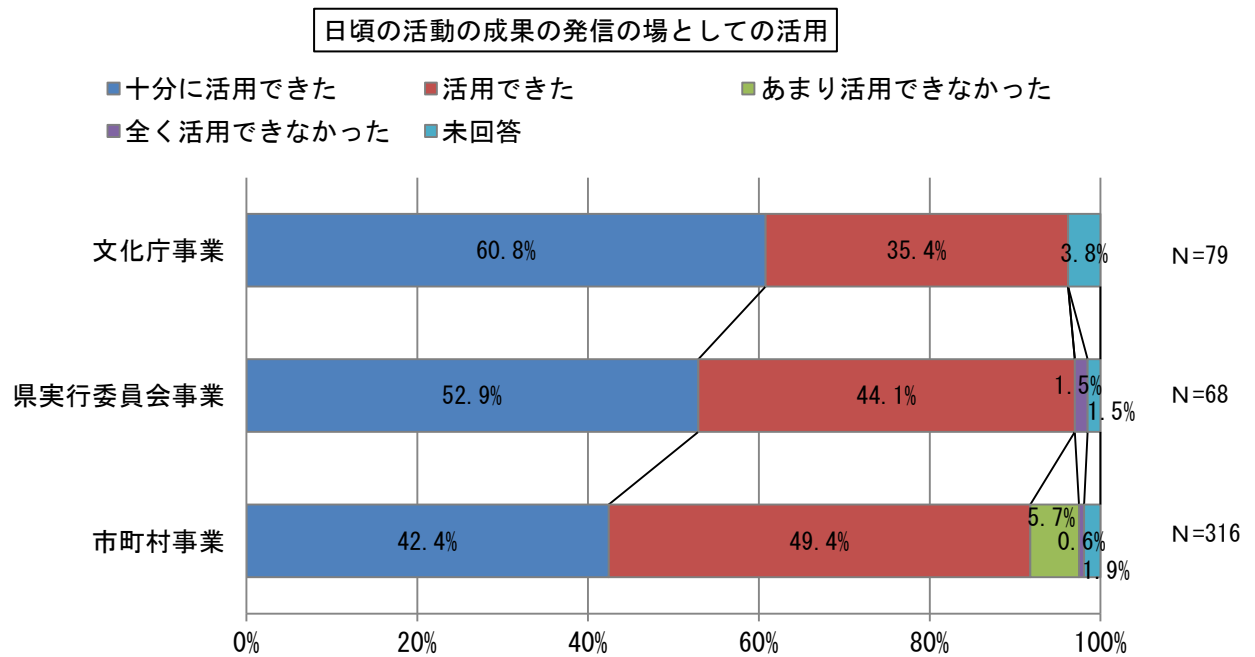
また、各団体構成員の年齢層は次のとおりであり、割合に違いはあるものの、「60代」、「70代」、「50代」の順で多いという結果は同じであった。

構成員の年齢層（カテゴリー別）



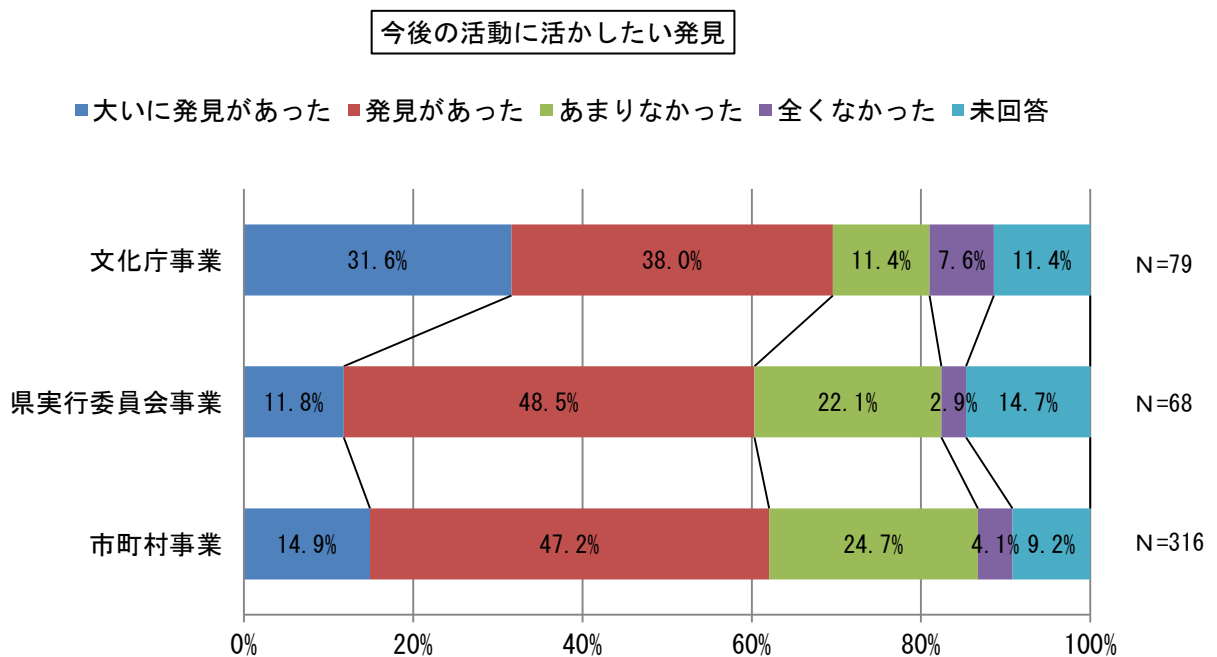
(2) 日頃の活動の成果の発信の場としての活用（カテゴリー別）

「十分に活用できた」、「活用できた」の合計は、「文化庁事業」で96.2%、「県実行委員会事業」で97.0%、「市町村事業」で91.8%であった。



(3) 今後の活動に活かしたい発見（カテゴリー別）

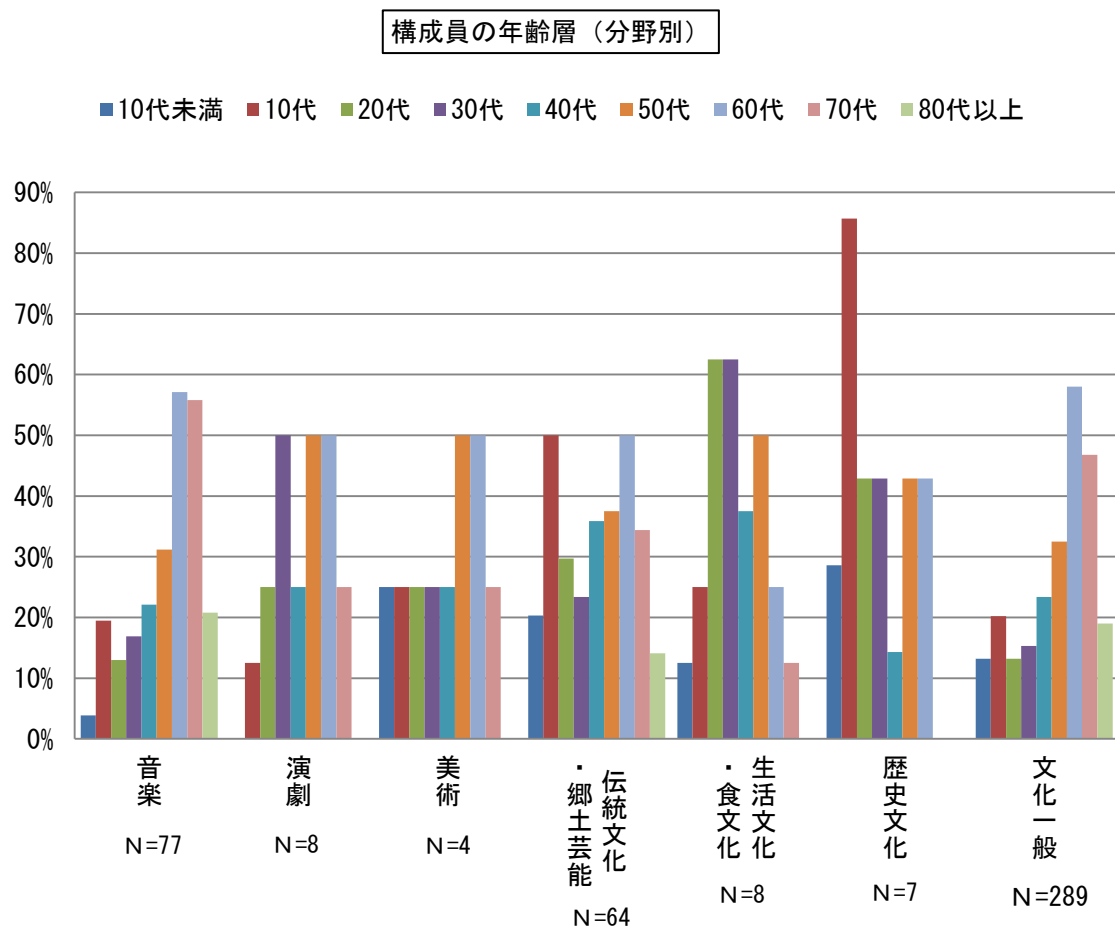
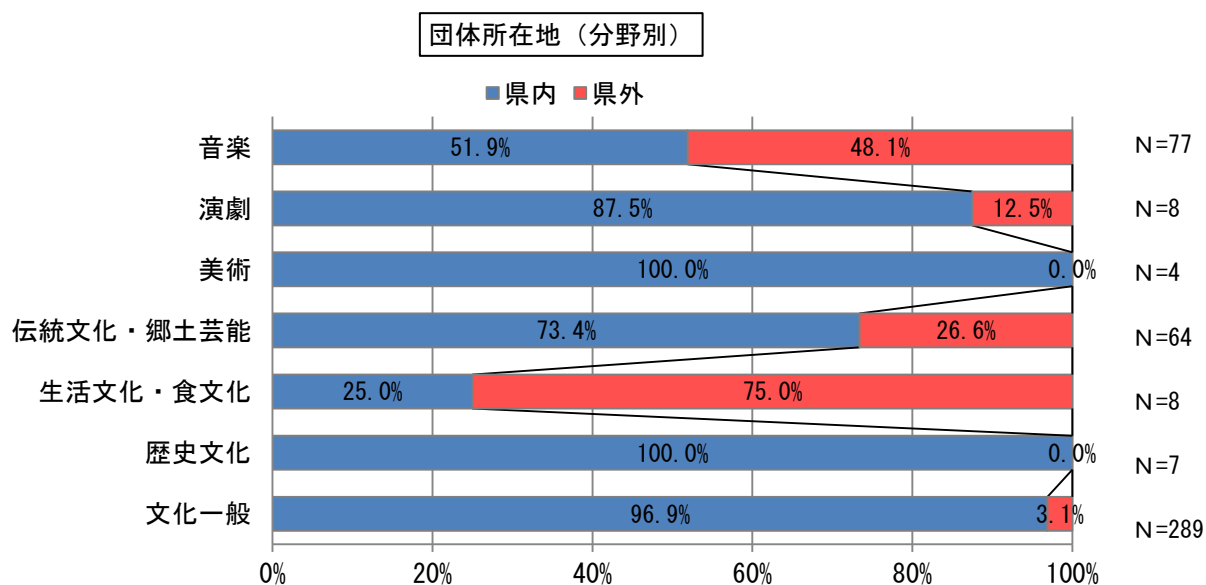
「大いに発見があった」、「発見があった」の合計が、「文化庁事業」では69.6%、「県実行委員会事業」で、60.3%、「市町村事業」が62.1%となった。



#### (4) 属性（分野別）

県外団体の参加が多かった分野は、「生活文化・食文化」（75.0%）、「音楽」（48.1%）、であり、「美術」と「歴史文化」では、県外からの出演団体はなかった。

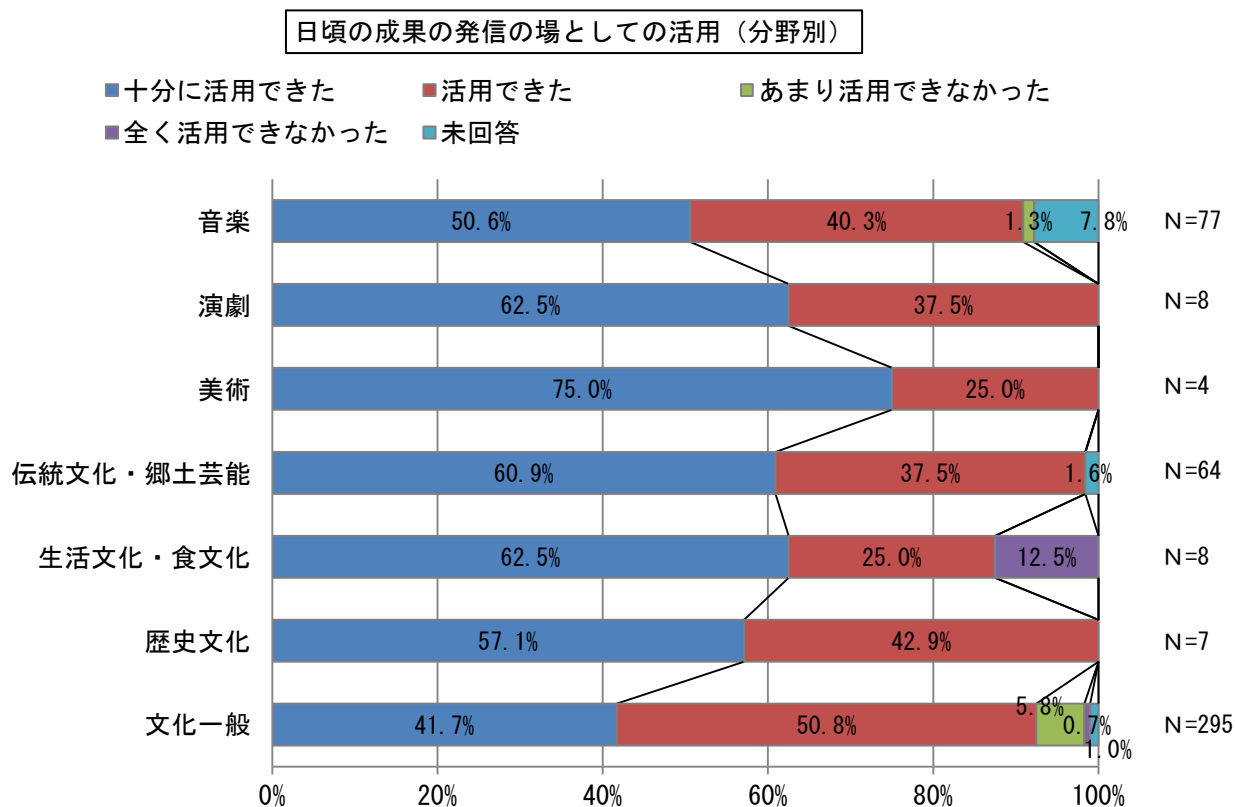
構成員の年齢層では、母数の少ない分野が多いため、傾向としてとらえるのは難しいが、分野ごとの違いが見て取れる。



(5) 日頃の活動の成果の発信の場としての活用（分野別）

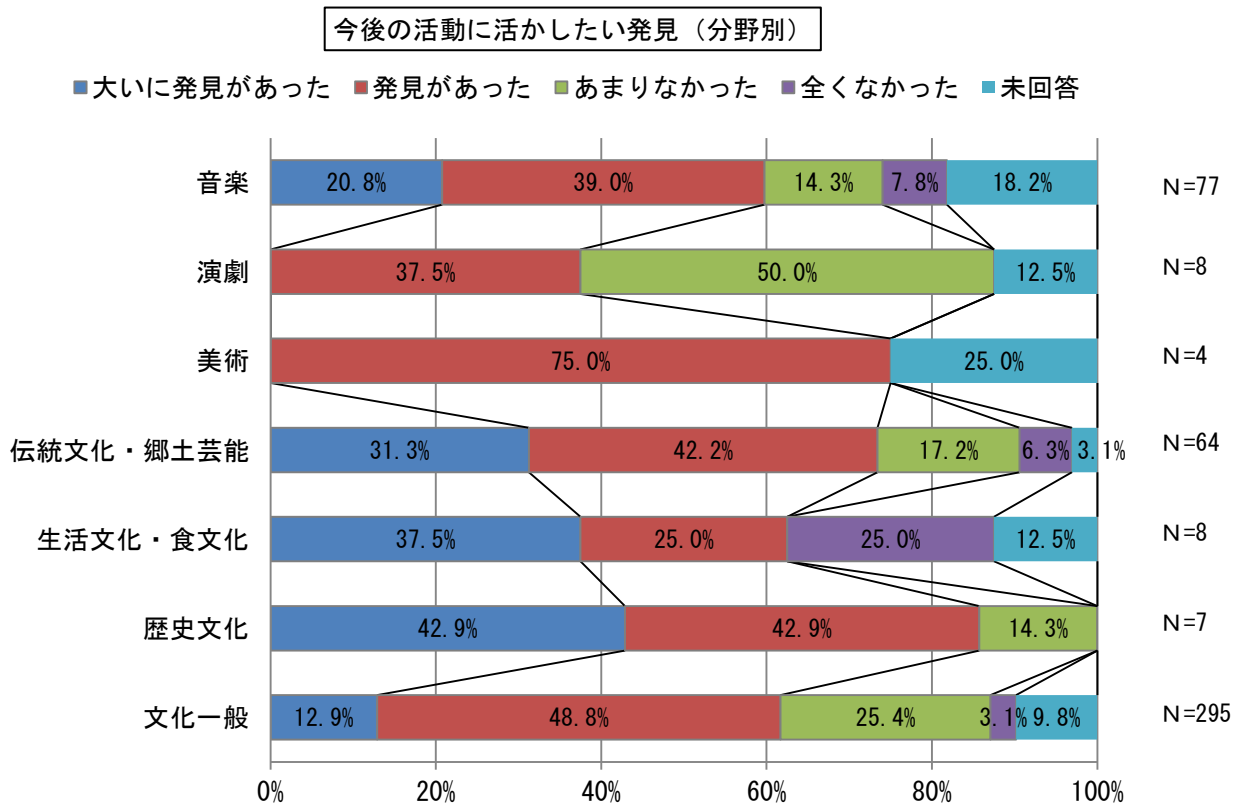
「十分に活用できた」、「活用できた」の合計は、「演劇」、「美術」、「歴史文化」で100%となった他、どの分野も高い割合であった。

なお、「生活文化・食文化」で「全く活用できなかった」が12.5%となっているが、これは8団体中1団体が「全く活用できなかった」を選択したことによるもので、事前に予定していた来場者以外の来場者がいなかったことが理由としてあげられていた。



(6) 今後の活動に活かしたい発見（分野別）

「大いに発見があった」、「発見があった」の合計が、「歴史文化」（85.8%）、「美術」（75.0%）、「伝統文化・郷土芸能」（73.5%）の順に高かった。



### 第3章 主催者アンケート

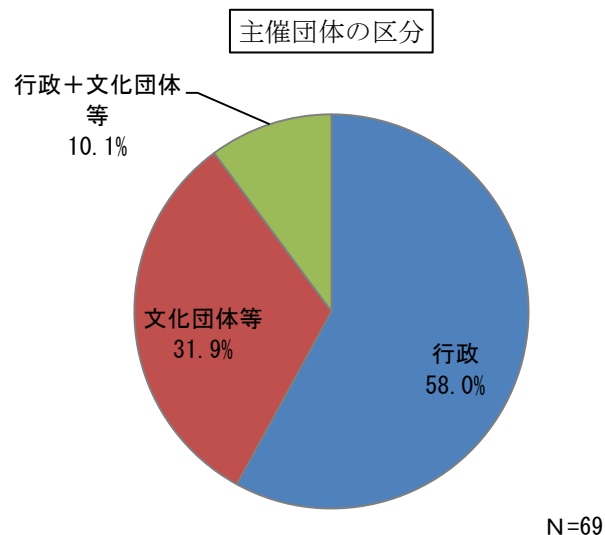
#### 1 属性

まず、回答のあった主催者の実施事業をカテゴリー別、分野別に分類した結果は以下の通り。

	文化庁事業	県実行委員会事業	市町村事業	計
音楽	3		7	10
演劇			5	5
美術		1	5	6
伝統文化・郷土芸能	1		11	12
生活文化・食文化	5	1	3	9
歴史文化			5	5
文化一般		4	18	22
計	9	6	54	69

※69事業の中には、共催者である市町村と市町村文化協会の双方から回答があった事業2件を含む。

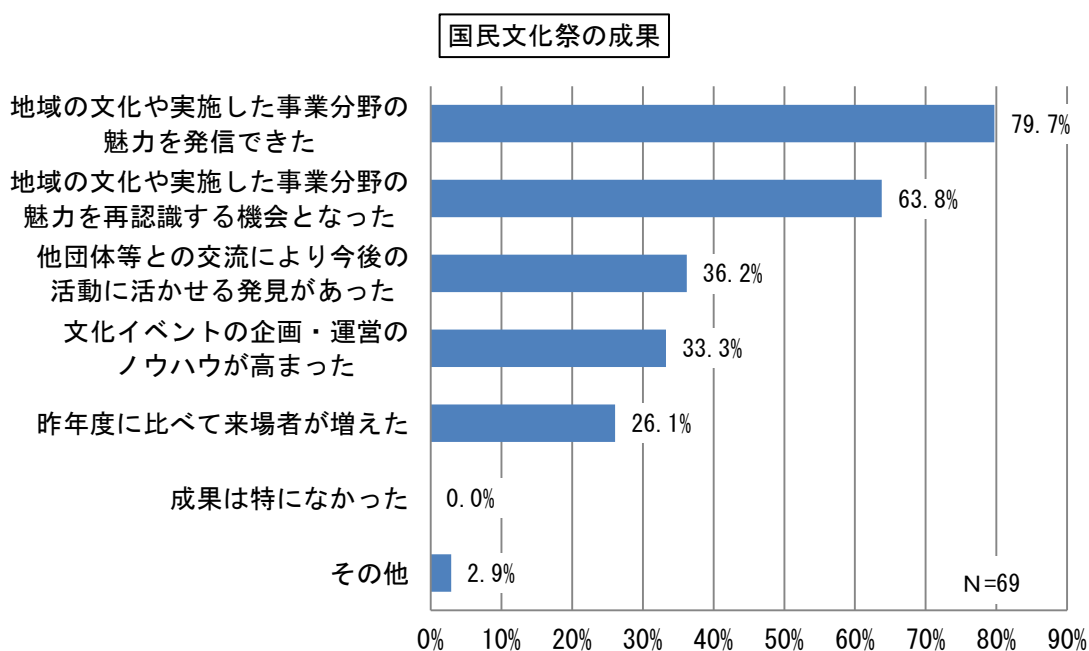
また主催者を、市町村等の「行政」、文化団体や市町村文化協会等の「文化団体等」、及び両者の共催や実行委員会形式の「行政+文化団体等」で区分すると、その割合は以下のとおりとなった。



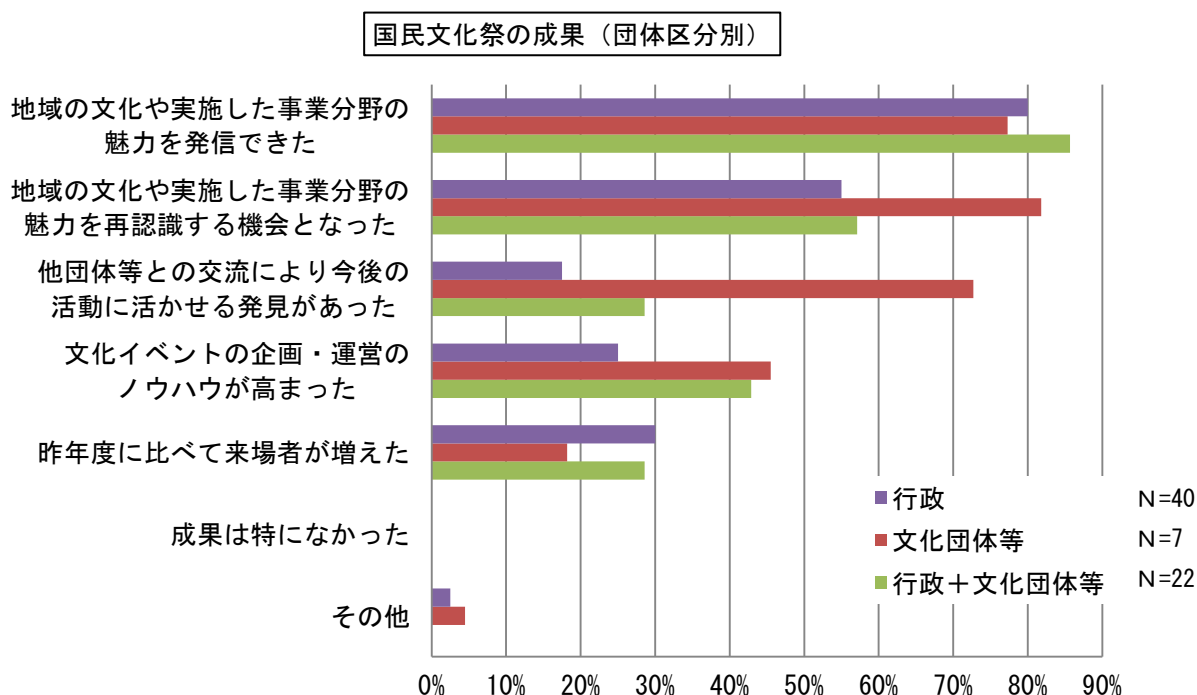
## 2 国民文化祭の成果

国民文化祭の成果について、複数回答可で尋ねたところ、「地域の文化や実施した事業分野の魅力を発信できた」(79.7%)、「地域の文化や実施した事業分野の魅力を再認識する機会となった」(63.8%)といった回答が多く帰ってきたほか、「昨年度に比べて来場者が増えた」といった物理的な効果を上げた団体が26.1%あった。

なお、「昨年度に比べて来場者が増えた」かどうかは、「昨年度に同様のイベントを実施している場合」という条件が付けられている。

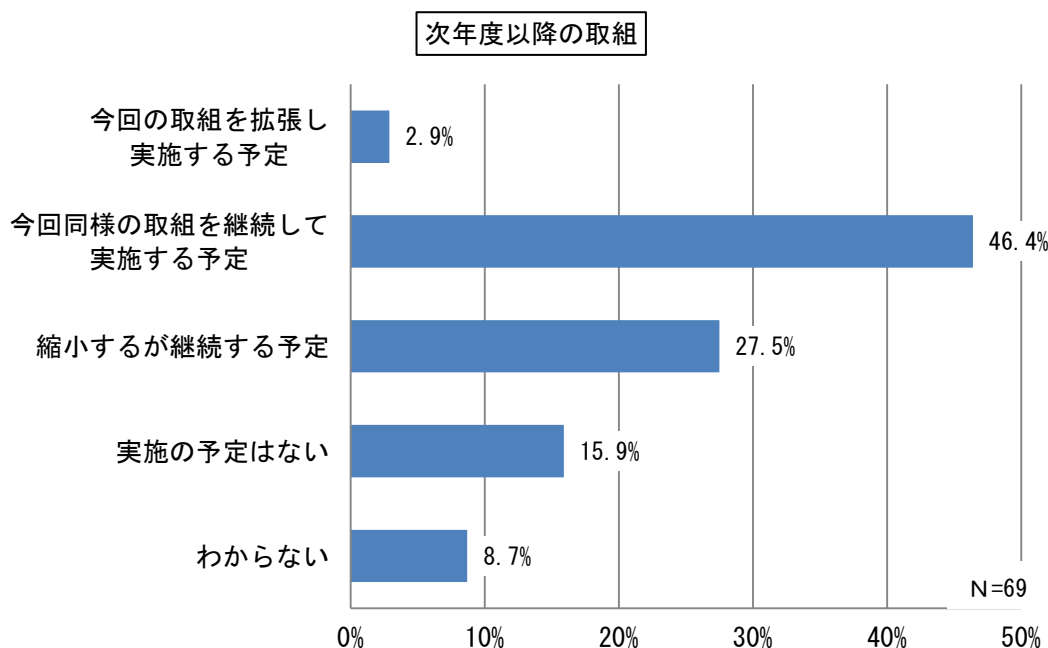


これを主催団体の区分別にみると、「文化団体等」で「地域の文化や実施した事業分野の魅力を再認識する機会となった」や「他団体等との交流により今後の活動に発見があった」との回答の割合が高く、「行政」では、「文化イベントの企画・運営のノウハウが高まった」が低かった。

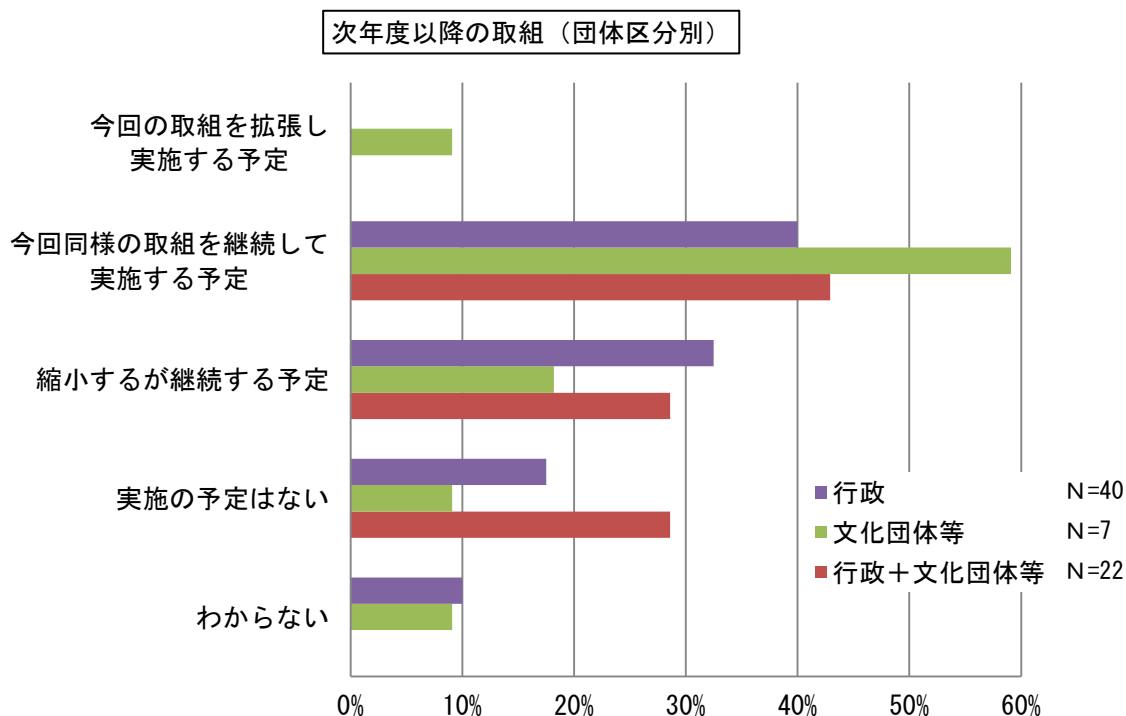


### 3 次年度以降の取組

「次年度以降の取組をどのように考えているか」について、複数回答可で尋ねたところ、「今回の取組を拡張して実施する予定」との回答はわずかに2.9%であったものの、「今回同様の取組を継続して実施する予定」(46.4%)、「縮小するが継続する予定」(27.5%)と合わせて、76.8%の団体が、何らかの形で今回の取組を次年度以降も継続する予定と回答しており、国民文化祭開催の効果が一過性で終わることなく、継続的な文化振興に役立てられるものと期待できる。



一方で、「行政」の中でも17.5%の団体が「実施の予定はない」と回答しており、国民文化祭開催の効果を県内全域に浸透させるためにも、こうした団体への働き掛けが必要となってくると思われる。





## 【まとめ】

「第31回国民文化祭・あいち2016」は、以下の基本方針を掲げ、「愛故知新～伝統を愛しみ、新しきを知り、文化は動く～」をテーマに、平成28年10月29日から12月3日までの36日間、愛知県内全域で様々な分野の文化事業が開催された。

### (基本方針)

- 国民文化祭では、愛知の多様で個性豊かな文化を見つめ直し、郷土の文化と魅力を再構築することにより、地域の文化を育て、次代に引き継いでいく意識の醸成を図るとともに、他の地域の文化との交流を通じ、新たな文化の創造、展開を促進し、愛知の文化のさらなる向上発展を図ります。
- 豊穡な愛知の文化をまるごと大いに発信し、県外の人々が愛知に抱く魅力・存在感を高め、愛知に人を惹きつけます。
- 国民文化祭の開催により、地域を愛する人と人をつなぎ、力の融合を促すことで、地域の活性化、元気づくりを推進します。

アンケート結果を見る限り、国民文化祭を通して、県内の方には愛知の文化を再認識するきっかけとなり、県外の方には、愛知の文化の魅力を発信する機会となったと言える。

また、文化活動に携わる方には、日頃の成果を大勢の観客の前で発表する場となり、大いに励みになるとともに、他地域、他分野、他団体の方との交流を通じて、今後の活動に向けた新たな発見をもたらすなど、上記の基本方針は十分に達成できたと言える。

一方で、来場者、出演者の年齢が高齢化しているという現実が改めて浮き彫りとなった。来場者アンケートの「地域の文化の向上発展に必要なこと」についての問いに来場者の多くが回答したように、「子供たちが文化に触れる機会の増加」を図り、次の世代に地域の文化を確実に引き継ぐとともに、大切な「文化財や伝統芸能の保存や活動」を継続的に行っていく必要がある。

今回の国民文化祭開催を契機に、県内全域で、愛知の文化のさらなる発展に向けた取組が、着実に行われていくことを期待する。