〈論文〉

持続可能な音楽振興に向けたクラシック演奏者の知名度向上に関する検討
―「若き音楽家のためのおさらい会@米子」の観客へのアンケート調査から―

山　川　智　馨・竹　田　圭　助

Chika Yamakawa, Keisuke Takeda：A Study on Increasing the Visibility of Classical Musicians for Sustainable Music Promotion
―Based on a Survey of the Audience at 'Review Session for Young Musicians at Yonago'

鳥取看護大学・鳥取短期大学研究紀要　第90号　抜刷

2025年1月

持続可能な音楽振興に向けたクラシック演奏者の知名度向上に関する検討
―「若き音楽家のためのおさらい会@米子」の観客へのアンケート調査から―

山　川　智　馨[1]・竹　田　圭　助[2]

Chika Yamakawa, Keisuke Takeda：A Study on Increasing the Visibility of Classical Musicians for Sustainable Music Promotion
―Based on a Survey of the Audience at 'Review Session for Young Musicians at Yonago'

本稿では鳥取県における持続可能な音楽振興に向け，クラシック演奏者の「知名度の向上」の観点から，「若き音楽家のためのおさらい会@米子」が 2023 年に実施した 2 事業の観客へアンケート調査を行った．その結果，観客は来場目的が果たされることで満足度が高まること，当該団体は出演者の知名度の向上に一定の貢献をもたらしているものの，観客はそれ自体よりも出演者の演奏や来場の気軽さに対して満足していること，地元出身の若者の演奏を聴く貴重な機会を創り出すことが当該団体の役割であることがわかった．

キーワード：持続可能な音楽振興　演奏者の知名度向上　演奏会　若き音楽家のためのおさらい会@米子

はじめに

本稿は，筆者らが共同代表として運営する「若き音楽家のためのおさらい会@米子」（以下，「当該団体」.）に関する調査研究である．筆者らは 2014 年に当該団体を立ち上げ，「知名度の向上」「つながり」「刺激」の 3 つの場の提供を目的として，学生のうちからどの楽器専攻でも気軽に出演できるクラシック音楽の演奏会を実施してきた．これまでの活動実績から，当該団体が筆者らの地元である鳥取県の音楽振興に貢献する可能性をもつものとして，持続可能な取り組みを行うための検討を進めている．

前回の調査[1)]では，2022 年に実施した従来の無料公演である「若き音楽家のためのおさらい会@米子」第 8 回公演に加え，当該団体の地域と出演者それぞれに対するさらなる貢献度を高め，持続可能な活動へと展開することを目的として，大学卒業生を出演対象とした有料公演である「若き音楽家のためのおさらい会@米子コンサートシリーズ」を新たに企画・実施した．そして当該団体の成果と課題を整理することを目的として，両公演の出演者を対象に，当該団体への出演状況および「知名度の向上」「つながり」「刺激」への満足度についてアンケート調査を行った．その結果，「知名度の向上」についての満足度は両公演の出演者間で差があり，有料公演の出演者のほうが無料公演の出演者より満足度が高かったこと，無料公演の出演者は「刺激」「つながり」「知名度の向上」の順に満足度が高いこと，そして地元での演奏機会の提供そのものも当該団体の重要な役割であることがわかった．他方，「知名度の向上」が両公演の出演者間で異なった理由を分析するためのデータは取得できなかったことが前回の調査で積み残された課題となった．

この調査結果を受け，本稿では，外的な側面をも

1　鳥取短期大学幼児教育保育学科
2　株式会社日本政策総研

つ「知名度の向上」の観点から，知名度向上の主要なファクターである観客を対象に，その満足度に焦点を当てたデータの取得・分析を実施した．

地域の音楽振興と観客の関わりに関する先行研究として，白岩ら（2023）は「山口オペラアカデミー」の来場者アンケートの分析と考察をとおして，当該イベントに対して期待されている価値やイベントが内包する価値を明確にした[2]．また，八塩（2018）は世界的にも集客力と知名度で定評のある文化イベント「ラ・フォル・ジュルネ」の日仏比較により，文化イベント成功と継続の要件として①誰もが参加できる企画内容，②財源の安定性，③共通価値の認識の３つを挙げている．そして中心的要素（出演者，演奏曲など）と周辺的要素（雰囲気，食事情など）への評価が顧客満足形成に影響を与え，顧客満足から推奨意向，ロイヤルティへつながる影響を示す全体モデルとそれに関わる仮説を提示した[3]．さらに，その後八塩（2020）は実際に観客調査を実施し，イベントの品質評価が顧客満足に影響を与え，推奨意向，ロイヤルティへとつながるという関係性を明らかにすることで，顧客満足モデルを構築した[4]．

先行研究からみた本研究の新規性は以下のとおりである．第一に，オペラという特定の芸術に限る白岩らの実践とは異なり，当該団体は，どの楽器専攻であっても音楽を専攻する者なら誰でも出演可能としており，演奏可能な曲目についても特定の芸術，時代様式等の制約を設けていない間口の広さを立ち上げ当初から前提としている点である[5]．これは今回調査対象である観客の満足度に異なる傾向を与える可能性があると筆者らは考えた．第二に，世界各地で開催される大規模な音楽祭を題材とした研究では，中心的要素（出演者，演奏曲など）と周辺的要素（雰囲気，食事情など）といった異なる側面を対象としているが，本研究では当該団体が有する目的（「知名度の向上」「つながり」「刺激」の３つの場を地元出身の音楽専攻生へ提供すること）をふまえ中心的要素に着目し，さらに中心的要素間での比較を軸としている点に，本研究の独自性があると考えた．また，八塩の研究は文化イベントの成功や継続という視点でなされているが，本研究の視点は当該団体の取り組みをとおして地域課題の解決策や持続可能性を見いだすことであり，その点で異なっているとも考えた．

以上のことから，本稿では，当該団体の観客へのアンケート調査を実施し，その結果を分析することで，鳥取県における持続可能な音楽振興に向けた，当該団体の役割について考察する．

１．アンケート調査

（１） 調査対象

調査対象は，2023 年に当該団体が実施した２事業（表１）に来場した観客である．「若き音楽家のためのおさらい会@米子コンサートシリーズ Vol. 2 新進演奏家コンサート」（以下，「有料公演」または「有料」．）80 名，「若き音楽家のためのおさらい会@米子」第９回公演（以下，「無料公演」または「無料」．）75 名，計 155 名を対象にアンケート調査を依頼し，有料公演 65 名（回収率 81.2%），無料公演 63 名（回収率 84%），計 128 名（回収率 82.5%）から任意で回答を得た．

（２） 手続き

調査項目は回答者の基本属性（性別，年齢，所属，

表１　2023 年実施事業

公演名	開催日	入場料	会場	出演者数	出演者の専攻楽器
若き音楽家のためのおさらい会@米子コンサートシリーズ Vol. 2 新進演奏家コンサート	2023 年 12 月 27 日（水）開演 18：00　開場 18：30	一般 1,000 円 高校生以下 500 円	米子コンベンションセンター BIG SHIP 小ホール	3	ピアノ，声楽（ソプラノ），マリンバ
第９回若き音楽家のためのおさらい会@米子	2023 年 12 月 28 日（木）開演 14：00　開場 13：30	無料	米子コンベンションセンター BIG SHIP 小ホール	7	ピアノ 3，声楽（ソプラノ 2），フルート 2，トランペット

居住地），当日の公演について，当該団体についての３種類に大別した．回答方法は選択式と記述式を組み合わせた．当日およびこれまでの公演に対する満足度は「とても良かった」「良かった」「普通」「あまり良くなかった」「良くなかった」の５項目から１項目を選択する回答を求めた．そして「とても良かった」「良かった」と回答した場合は，その理由について「演奏が良かったから」「プログラムが良かったから」「出演者について知ることができたから」「運営が良かったから」「足を運びやすかったから」「その他」の６項目から複数回答可で回答を求めた．その上で，「とても良かった」「良かった」の回答が多ければ満足度が高く，「あまり良くなかった」「良くなかった」の回答が多ければ満足度が低いとみなした．さらに，「とても良かった」の回答者数が多いほど満足度が高いとみなした．出演者の知名度向上に関しては，上記の質問のほか，当該団体によって出演者一人ひとりについてどのぐらい知ることができたかについて「今までより多く知ることができた」「今までより少し知ることができた」「変わらない」「あまり知ることができなかった」「まったく知ることができなかった」の５項目から１項目を選択する回答を求めた．そして最後に当該団体への感想や意見を自由記述で求めた．

各公演のプログラムに調査目的や倫理的配慮について明記した依頼文とアンケート用紙を挟み込み，休憩時間に口頭で依頼した後，終演後に回収した．回答は単純集計およびクロス集計し，自由記述はテキスト型データ分析ソフトウェア「KH Corder（Ver. 3.02）」[注1)]を用いて分析した．

対象者への倫理的配慮については，回答は自由意思であることについて，依頼文および口頭で説明した．また，アンケートの回答中でも研究協力を撤回できること，研究協力を拒否しても不利益が生じないこと，プライバシーに配慮すること，アンケートの回答をもって研究協力に同意したとすることについて，依頼文および口頭で説明した．また，実施にあたっては鳥取短期大学研究倫理審査委員会の承認を得た（承認番号 2023-3）．

２．結果

（１） 回答者の基本属性

結果を表２に示す．性別は女性が 71.9%（92 名）と最も多く，男性の 27.3%（35 名）と差がみられた．年齢は 50 歳代が 25.0%（32 名）と最も多く，60 歳代の 18.8%（24 名）が次いで多かった．居住地は米子市が 56.3%（72 名）と最も多く，境港市の 21.1%（27 名）が次いで多かった．また，居住地の「その他」の回答は，開催地の米子市の近隣のエリアである島根県東部の松江市や安来市の回答が５名ずつあったほか，東京都と神奈川県の回答もみられた．なお，鳥取県中部の倉吉市や東部の鳥取市から来場した回答者はいなかった．これらの回答から，観客は 10～20 歳代である出演者の母親世代が多く，開催地の米子市を中心として，同じ県西部の境港市や，県中部および東部よりも米子市に近い距離にあ

表２　回答者の基本属性（n＝128）

性別	男性	35	27.3%
	女性	92	71.9%
	その他	1	0.8%
年齢	10 歳代	14	10.9%
	20 歳代	20	15.6%
	30 歳代	3	2.3%
	40 歳代	12	9.3%
	50 歳代	32	25.0%
	60 歳代	24	18.8%
	70 歳代	16	12.5%
	80 歳代	7	5.4%
居住地	米子市	72	56.3%
	境港市	27	21.1%
	日吉津村	2	1.5%
	大山町	8	6.2%
	南部町	1	0.8%
	伯耆町	4	3.1%
	日南町	0	0.0%
	日野町	0	0.0%
	江府町	1	0.8%
	その他	13	10.1%

る島根県松江市や安来市からの来場者が多いことがわかる．

（2） 当日の公演について

1）来場した公演

結果を図1に示す．人数，割合ともに有料公演と無料公演の差は僅差であった．なお，両公演の宣伝は1枚のチラシに情報を掲載し，同時に宣伝しているため，手法や範囲，量は同じである．

2）公演を知ったきっかけおよび来場した理由

公演を知ったきっかけの結果は図2のとおりである．全体8名，有料公演6名，無料公演2名の無回答を除き，全体・公演別ともに「出演者から」の回答が最も多く，全体では38.1%（45名），有料公演では38.7%（24名），無料公演は37.5%（21名）と，いずれも4割弱でほぼ同じ数値だった．次いで「チラシから」の回答が多く，全体で18.6%（22名），有料公演では19.3%（12名），無料公演では17.8%（10名）と，いずれも2割弱だった．その他の回答割合も，全体・公演別いずれもほぼ同じ回答割合だった．

来場した理由の結果は図3のとおりである．全体では「知人が出演しているから」の回答が31.6%（38名）と最も多かった．しかし公演別にみると結果が分かれており，有料公演では「演奏を聴きたい出演者がいたから」が44.0%（26名）と最も多かったのに対し，無料公演ではこの項目の回答は11.4%（7名）だった．無料公演で最も多かった回答は「家族や親戚が出演しているから」の32.7%（20名）であり，有料公演ではこの項目は8.4%（5名）だった．どちらの項目も，約4倍の回答割合の差が出る結果となった．また，「チラシ等の案内を見て興味をもったから」に回答した割合は無料公演のほうが26.2%（16名）であり，有料公演の13.5%（8名）より約2倍高かった．

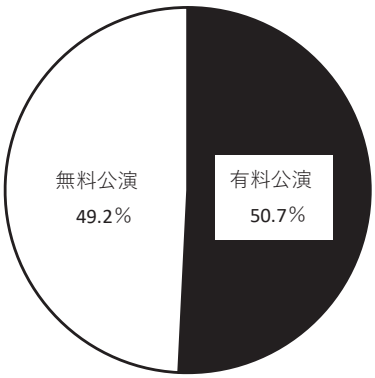

図1　来場した公演（種別）

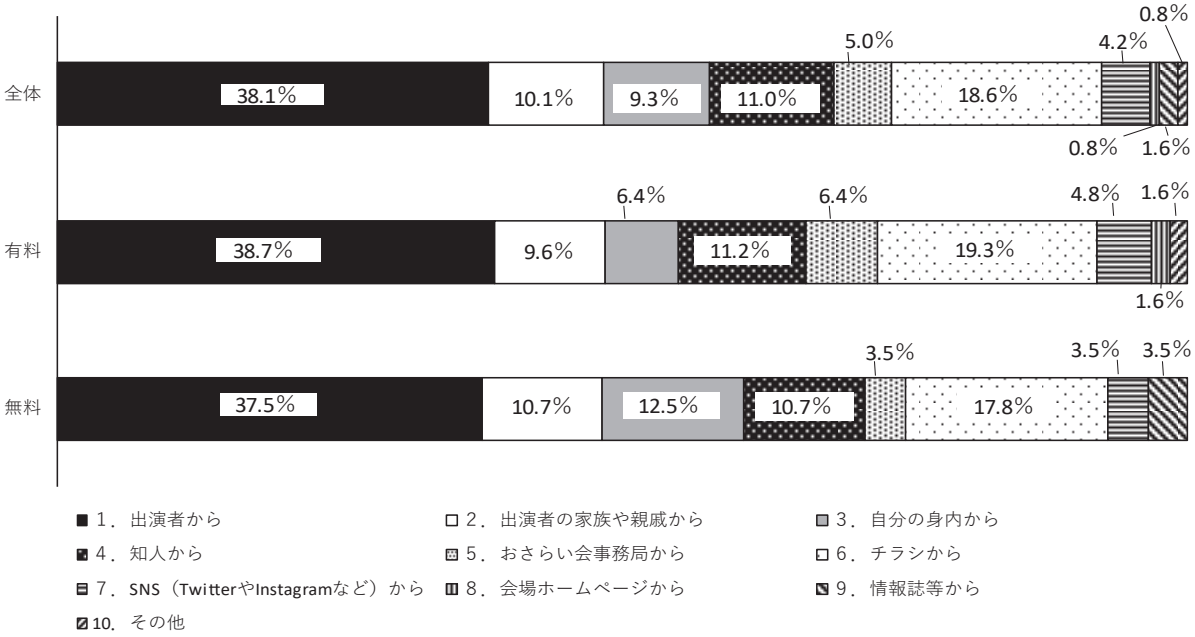

図2　公演を知ったきっかけ

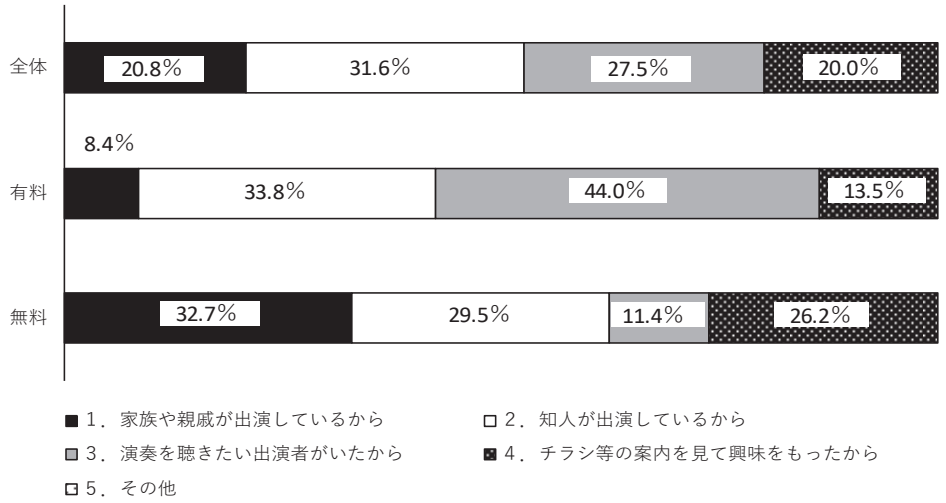

図３　公演を聴きに来た理由

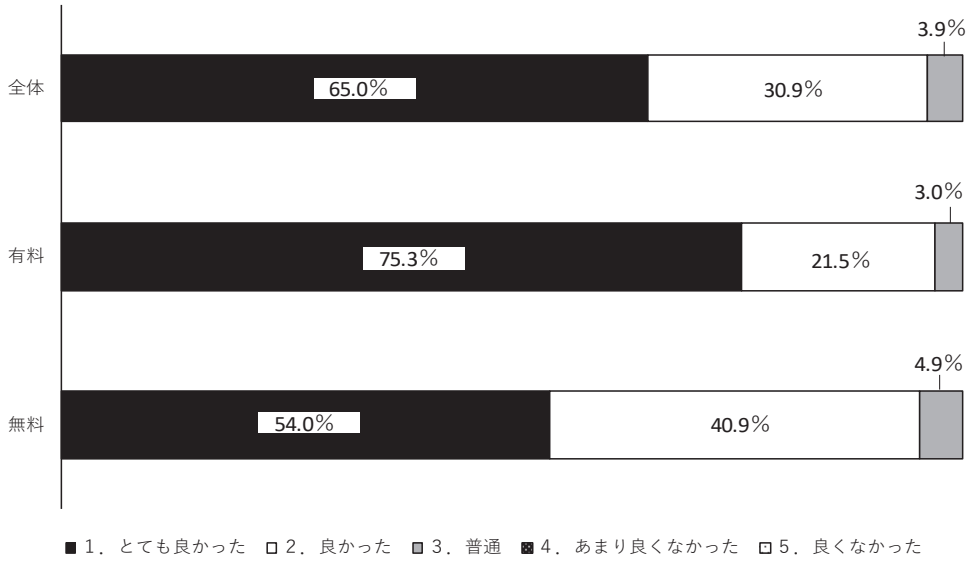

図４　公演に対する満足度

３）公演に対する満足度とその理由

公演に対する満足度の結果は図４のとおりである．無料公演の無回答２名を除き，「とても良かった」の回答が最も多く，全体では65.0％（82名），有料公演では75.3％（49名），無料公演では54.0％（33名）と，いずれも５割を超えていた．次いで「良かった」の回答が多かったのも，全体および公演別で一致しており，全体では30.9％（39名），有料公演では21.5％（14名），無料公演では40.9％（25名）だった．「とても良かった」の割合は有料公演のほうが７割強だったのに対し，無料公演では５割強と，両公演間で差がみられた．反対に「良かった」の割合は無料公演のほうが有料公演より高かった．「あまり良くなかった」「良くなかった」の回答は両公演ともなかったことから，今回の公演に対する観客の満足度は高かったことがわかる．

満足の理由は複数回答で求め，その結果が図５である．両公演ともに「演奏が良かったから」の回答が最も多く，全体では93名だった．「出演者について知ることができたから」の回答が次いで多かったのも全体・公演別ともに同じである．ただし「演奏が良かったから」と回答した割合は有料公演のほうが53名と無料公演の40名よりも高かったのに対し，「出演者について知ることができたから」の回

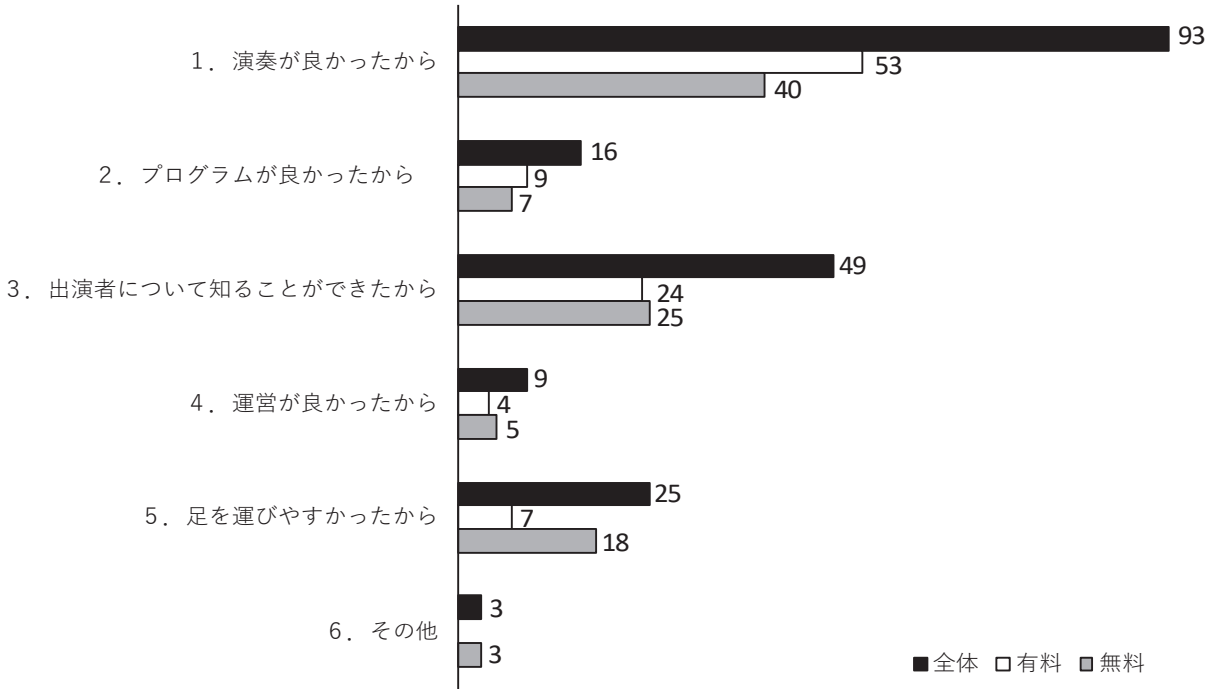

図５　公演に対する満足の理由（人数）

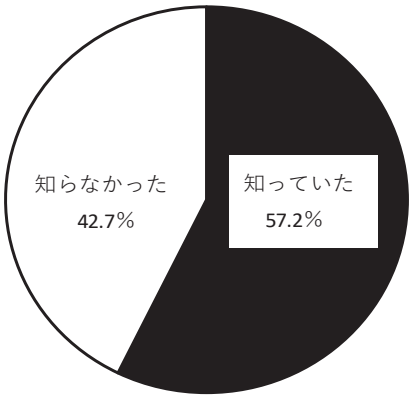

図６　当該団体の認知状況

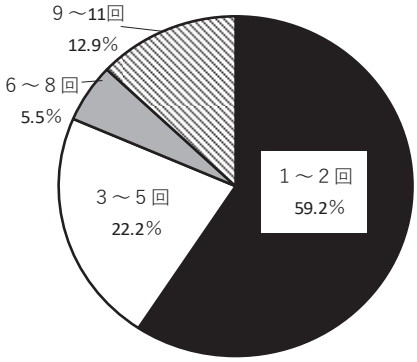

図７　当該団体を知っていた回答者の来場回数

答割合は全体で 49 名，有料公演が 24 名，無料公演 25 名と，両公演でほぼ同じだった．また，無料公演では「足を運びやすかったから」の回答が 18 名で，有料公演の 7 名よりも高かった．

（３） 当該団体について

１）当該団体の認知度と公演の来場歴

当該団体の認知度の結果は図 6 に示す．無回答 4 名を除き，回答者の 57.2%（71 名）と，半数以上が当該団体を以前から「知っていた」と回答した．その内，当該団体がこれまで開催した公演に来場した回数は図 7 のとおりである．無回答 17 名を除き，「1～2 回」の回答が 59.2%（32 名）と最も多く，「3～5 回」の回答が 22.2%（12 名）と次いで多かった．

２）これまでの公演の満足度およびその理由

結果を図 8 に示す．これまでの当該団体の公演に対する満足度は，「とても良い」の回答が 54.7%（29 名）と最も多く，「良い」の回答が 43.3%（23 名）と次いで多かった．「普通」と回答したのは 1.8%（1 名）で，「あまり良くない」「良くない」の回答はなかったことから，これまでの公演に対する満足度は高いことがわかる．また，その理由を複数回答で求めた結果は図 9 のとおり，「演奏が良かったから」の回答が 41 名と最も多く，次いで「出演者につい

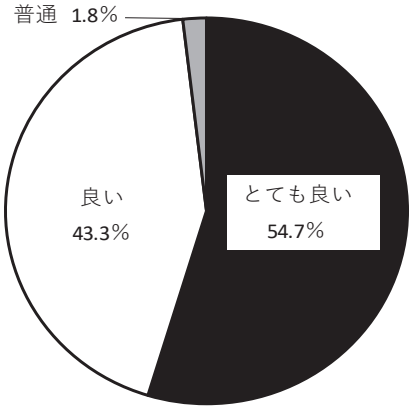

図 8　これまでの当該団体主催公演の満足度

て知ることができたから」の回答が 23 名と多かった．

3）今回出演者における友人・知人の有無および人数

結果を図 10 に示す．今回の出演者に友人・知人が「いる」と回答したのが 63.9%（78 名）で，「いない」の 36.0%（44 名）よりも多かった．また，その友人・知人の人数は「1 名」が 71.0%（54 名）と最も多く，「2 名」が 21.0%（16 名）と次いで多かった．

4）出演者に関する認知度

結果を図 11 に示す．出演者のプロフィールや演奏についてどのぐらい知ることができたかについ

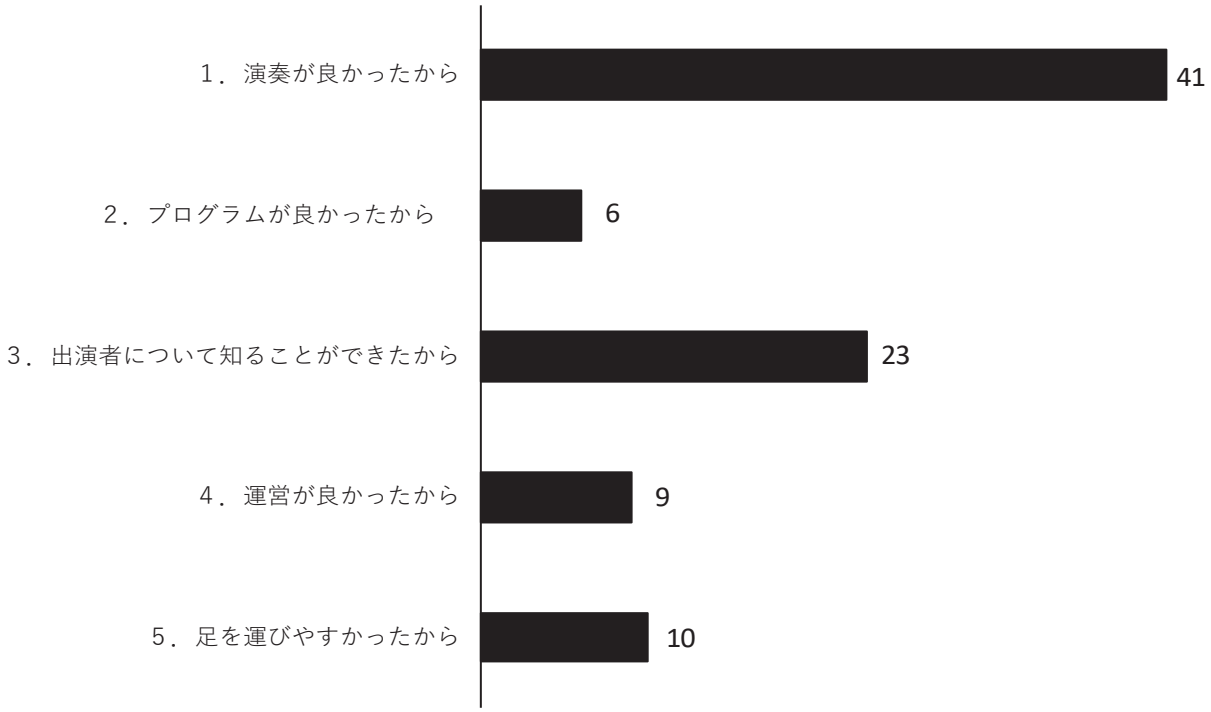

図 9　これまでの当該団体主催公演の満足度の理由（人数）

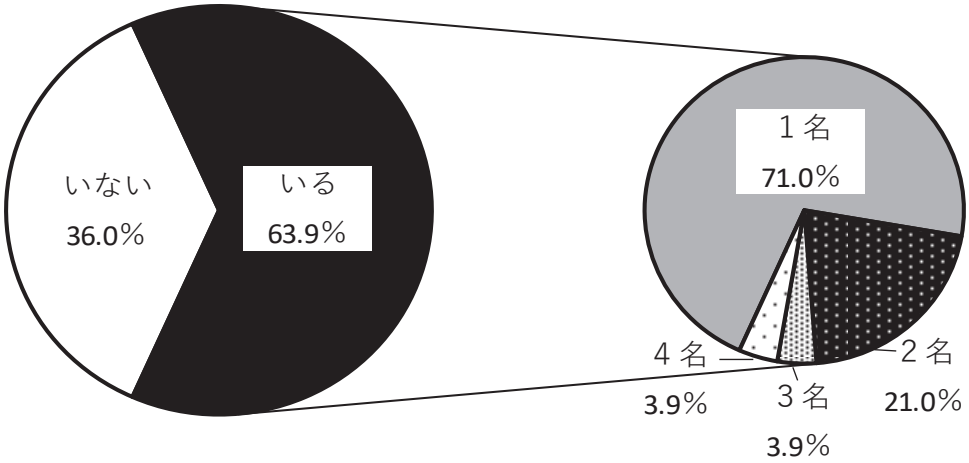

図 10　今回出演者における友人・知人の有無および人数

て，無回答 13 名を除き，「今までより多く知ることができた」の回答が 57.3％（66 名）と最も多く，次いで「今までより少し知ることができた」の回答が 36.5％（42 名）と多かった．

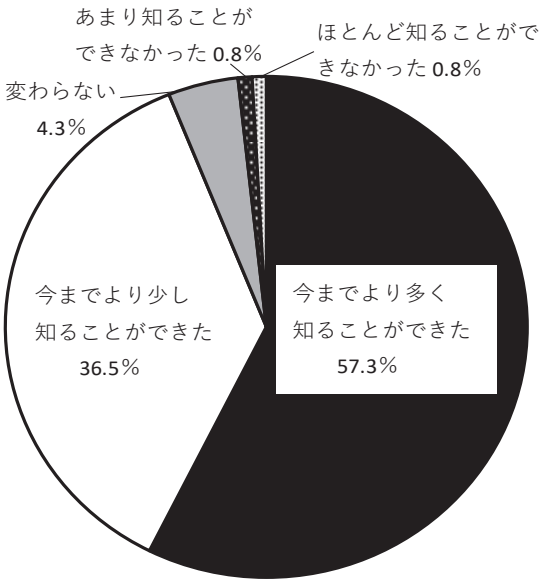

図 11　出演者のプロフィールや演奏に関する認知度

5）当該団体への感想や意見

自由記述で回答を求め，両公演合わせて 46 名（有料公演 26 名，無料公演 20 名）から回答を得た．その内容を分析対象とし，出現回数が 2 以上の語からなる共起ネットワークを作成した．その結果を図 12 に示す．大きな円であるほど出現回数が多い語であることを示すほか，強い共起関係ほど濃い線で表示されるよう設定した．分析対象として KH Coder が認識した総抽出語数 249 のうち，最も出現回数の多かった語は「演奏」（23 回）であり，次に出現回数の多かった「思う」（19 回），「若い」（16 回），「良い」（9 回）と共起関係がみられた．共起関係の強さをみると，「文化」「刺激」「地元」「方々」「長い」「発展」「活動」「高い」「会」「願う」の語や，「米子」「人達」「コンサート」「多い」「続く」「応援」「人」の語，「本人」「機会」「家族」「救う」「出演」「続ける」の語が強い共起関係を持っていた．なお，出演者の知名度向上に関する記述はみられなかった．

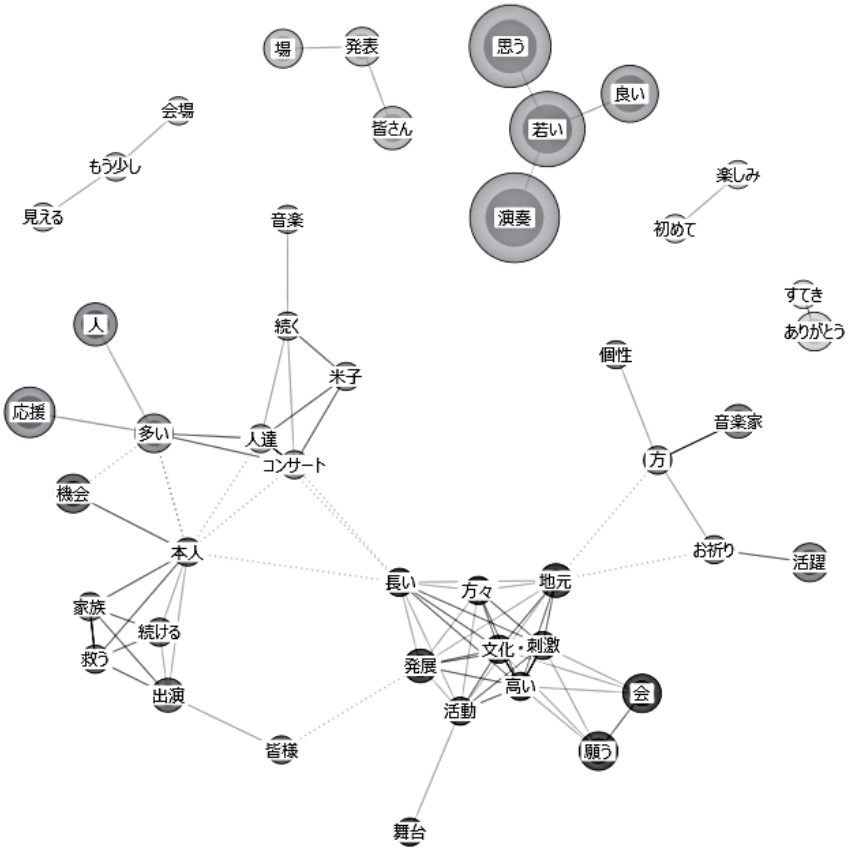

図 12　自由記述の共起ネットワーク

3．考察

（1） 観客の満足度とその理由の関連および要因

図4から，観客の各公演への満足度は高かったことがわかった．ただしその理由は図5のとおり，有料公演と無料公演で違いがみられ，前者は出演者の演奏に対して，後者は演奏だけでなく気軽に来場できることに対してそれぞれ満足していた．また，図3の来場した理由についても，有料公演では「演奏を聴きたい出演者がいたから」が最も多かったのに対して，無料公演では「家族や親戚が出演しているから」が最も多かった．このことから，観客が来場した理由と満足の理由には関連があることがうかがえる．つまり，本格的な演奏の場の提供を目的とする有料公演と，誰でも気軽に出演できる無料公演という，各公演の性格の違いがそのまま観客の来場する理由や満足の理由に表れているといえる．したがって，両公演とも出演者だけでなく，観客にとってもこれらの提供内容が重要なものであることが明らかとなった．観客が来場した理由，つまり目的が果たされることによって，満足を得られるということである．

両公演間で来場した理由や満足の理由に差がみられた要因については，有料公演の出演者数が3名，無料公演は7名と差があったのに対し，観客の人数は両公演であまり変わらなかったことも1つの要因ではあるが，観客の期待値の違いがそれ以外でも考えられる．有料公演では，観客はチケット代を払っている対価として，出演者の演奏に期待していることが予想される．そのため，演奏が期待どおり，あるいは期待以上であれば，それだけ満足度が高まっていく．一方，無料公演では，観客の金銭的負担が発生しないため，演奏だけでなく，来場のしやすさや無料であること自体が満足の要因になることが推測できる．こういった観客の期待値の違いが，両公演間で来場した理由や満足の理由に差が生まれた要因として考えられるのではないだろうか．

（2） 出演者の知名度向上の手立て

図5および図9から，当該団体の出演者について知ることができたことに満足した回答者が一定数いたことがわかった．また，図11から，今回の公演で出演者一人ひとりについて今までより知ることができたと感じる回答者が大多数であることもわかった．このことから，当該団体が出演者の知名度の向上に一定の貢献をもたらしていると評価してよいだろう．

ただし，満足した理由で「出演者について知ることができたから」のみに回答した全体の割合は，今回の公演では5.5％（7名），これまでの公演では11.3％（6名）であり，両方とも1割前後と高い数値とはいえない．最も回答の多かった「演奏が良かったから」と重複して回答した全体の割合は，今回の公演では28.5％（36名），これまでの公演では30.1％（16名）であり，どちらも約3割という結果だった．このことから，出演者を知ること，あるいは単に演奏を聴くことのみでは観客の満足度に直接的に結びつくことは難しく，各公演ともあくまで「良い演奏をすること」が重要であることが示唆された．したがって，出演者は演奏力を磨き続け，定期的に観客の前で演奏することが，知名度向上の手立てとなり得るといえる．そしてその機会の1つとして，当該団体の意義が見いだせるだろう．

（3） 持続可能な音楽振興に向けた当該団体の役割および課題

図12から，若い出演者の演奏を聴くことについて好意的に捉えている回答者が多いことが推測できる．鳥取県には音楽を専攻する大学がなく，出演者にとって地元で演奏を披露する機会が少ない実情があることは，前回の調査で指摘した[6]．この問題は出演者側のみが抱えているものではなく，観客側にとっても同様であり，音楽を専門的に学ぶ若者を応援する機会が多くあってほしいと願われ，当該団体はその役割を求められているといえよう．また，「地元」「方々」「文化」「刺激」「発展」「高い」「活動」「会」

「願う」の共起関係から，地元出身の出演者が刺激しあうことで地元の文化が発展していくこと，その活動が長く続いていくことが願われていることも推測できる．この役割として当該団体が機能することについても，出演者と観客共通の要望であることが前回の調査結果[7]と合わせて明らかとなった．

以上をふまえ，当該団体の持続可能な音楽振興に向けた課題として，第一に継続的な公演の運営および実施が挙げられる．そして第二には，単に公演を継続するだけでなく，安定的な集客が求められる．図８のとおり，当該団体のこれまでの公演に来場したことのある回答者のうち，その回数は「1～2 回」が最も多かった．今回４割だった新規の観客と併せて，この層がいかにさらなるリピーターとして来場するかは，出演者の今後の知名度の向上に大きく関わっていくだろう．また，図 10 のとおり，出演者における友人・知人の人数が「1 名」が最も多かったことから，観客と出演者双方における当該団体の周知も重要である．それに伴う当該団体の今後のアプローチの手法も，今後の検討課題の１つである．

また，出演者が良い演奏をすることに関して，出演者がクラシックの演奏者として育つために，自身の演奏に対する研究や実績を作る場という目的も必要であろう．今回の調査では図５の満足の理由として「プログラムが良かったから」の回答数は多くはなかったが，一般的に観客は理解しやすいプログラムに満足する傾向がある．そのため，演奏者として取り組むべきレパートリーと観客が好むものは必ずしも一致しない可能性があり，満足度の結果に大きな違いが出ることが予想される．出演者側の一方的な努力だけでなく，演奏者としての個性や演奏力を向上するためのプログラムへの理解が観客側にも求められるだろう．両者のそういった場になることも，当該団体の役割と課題である．

おわりに

本稿は鳥取県における持続可能な音楽振興に向け，当該団体の出演者へ提供する「知名度の向上」「つながり」「刺激」のうち，「知名度の向上」に焦点を当て，その主要なファクターである観客を対象にアンケート調査を実施し，その結果を分析および考察した．その結果，観客の来場理由，すなわち目的は有料公演と無料公演で異なっており，それぞれの目的が果たされることで満足度が高まること，当該団体は出演者の知名度の向上に一定の貢献をもたらしているものの，観客はそれ自体よりも出演者の演奏や気軽に来場できることに対して満足していることが明らかとなった．そして，音楽を専攻する地元出身の若者の演奏を聴く貴重な機会を創り出すことが観客にとっての当該団体の役割であること，今後の継続的な運営や集客，出演者がクラシック音楽の演奏者として育つための自身の研究および実績を作る場となることが課題であることが見いだされた．

ただし，知名度は一度の演奏で向上するものではないことが本稿の前提にあり，今回の調査はあくまでも１つの事例にすぎない．また，現時点では当該団体と類似する実践例は鳥取県内にも先行研究の報告にも見当たらないが，今後さらなる独自性を確立し，向上させることも，当該団体の継続や持続可能性に欠かせないだろう．前回および今回の調査結果をふまえ，演奏会を公的に主催する鳥取県内の各ホールの企画担当者へ，地元出身の演奏者の認知や出演者の選定，集客の手法について実態調査を行ってみたい．そして当該団体に還元することで，地元鳥取県における持続可能な音楽振興にさらなる貢献を果たすことを今後の目標としたい．

謝　辞

本研究は，令和５年度鳥取看護大学・鳥取短期大学地域研究・活動推進事業助成金の採択を受けて実施しました．アンケート調査にご協力いただいた観客のみなさま，そして当該団体の運営にご協力いただいた事務局のみなさまに心より感謝申し上げます．

著者資格

CY は研究の着想，アンケートの作成および草稿の作成：KT はアンケートの助言，データの集計と分析：すべての著者は最終原稿を読み承認した.

注

1）KH Coder は樋口耕一によって制作された，計量テキスト分析またはテキストマイニングのためのフリーソフトウェアである.
https://khcoder.net/

引用・参考文献

1）山川智馨・竹田圭助「持続可能な音楽振興のあり方に関する一考察―「若き音楽家のためのおさらい会@米子」（鳥取県）の活動から―」，『鳥取看護大学･鳥取短期大学研究紀要』第 88 号（2024），pp. 1-10.

2）白岩洵・林満理子・脇淵陽子「山口地域における音楽振興の報告と考察：山口オペラアカデミーの活動を題材として」，『山口大学教育学部研究論叢』第 72 巻（2023），pp. 247-253.

3）八塩圭子「文化イベントの顧客満足とロイヤルティ形成についての研究～『ラ・フォル・ジュルネ』日仏比較と顧客満足モデルの提示～」，『現代経営経済研究』第 5 巻第 1 号（2018），pp. 51-72.

4）八塩圭子「文化イベントの品質評価と顧客満足，ロイヤルティ形成についての研究」，『現代経営経済研究』第 5 巻第 3 号（2020），pp. 1-30.

5）前掲 1).

6）前掲 1).

7）前掲 1).