

「食」をテーマとした集客イベントの地域活性化効果の検証 ～「全国餃子祭り in 北九州」を事例として～

南 博

はじめに

対象イベントの概要

全国餃子祭り in 北九州の来場者の実態およびイベントに対する評価

全国餃子祭り in 北九州開催に伴う経済波及効果推計

今後の継続的な地域活性化効果発揮に向けて

<要旨>

近年、地域活性化を目的として、全国各地で「食」をテーマとした集客イベントが開催されているが、その効果と課題に関する客観的な検証については、さらなる事例研究の積み重ねと理論化が必要である。本研究では、2014年10月に北九州市八幡東区で開催された「全国餃子祭り in 北九州」を事例に、来場者アンケートから得られた来場者実態やイベントに対する評価の分析、および開催に伴う経済波及効果の推計を行った。今回の一過性のイベントによって生じた消費ニーズを逃さず、八幡ぎょうざの魅力を高める取り組みを継続することにより、持続的な経済効果を生み出すような事業展開および政策的支援が今後求められる。

<キーワード>

イベント評価 (event evaluation)、経済波及効果 (economic impacts)、持続的な経済効果 (sustainable economic effect)

はじめに

1. 研究の背景と目的

近年、地域活性化を目的として、全国各地で「食」をテーマとした集客イベントが開催されている。その開催形態は、特定の企業群が主催する営利性の高いイベントから住民主体のボランティア団体が主催するイベントまで多様であるとともに、規模、期間等も様々である。

こうした中で、いわゆる「ご当地グルメ」¹⁾の普及促進を目的とした地域団体が全国あるいは地域ブロックで連携して開催する大規模イベントは、政策的観点から注目すべき対象と考えられる。このタイプのイベントとして一般に広く知られる「B-1グランプリ」と

地域活性化関連政策の関連性について、南（2013）では「B - 1グランプリは全国各地の「まちおこし」を目的とし、開催に際しても開催地の多様な主体が連携して取り組む性格を有していることから、地方自治体の政策との親和性は高いものと言えよう。」と整理している。地域活性化を目指し、住民や地域団体、行政が連携して「食」をテーマに開催する集客イベントは全国で広がりを見せており、その開催効果について客観的な評価を行い、地域活性化関連政策や各種事業等の今後の展開に資する研究は社会的意義があると考えられる。

しかしながら、こうしたイベントは報道で大きく取り上げられやすく一般的な関心は高まっているものの、開催効果や課題に関する客観的な検証に係る研究についての蓄積は十分とは言えない。これにより、イベントに対して地域団体や行政が過剰に大きな効果を期待する懸念があり、また効果を引き出すための有効な方策がとられていない懸念もある。これらの懸念に対応する知見を得るためには、様々な事例研究の積み重ねと、それをもとにした理論の構築、政策提言等が必要である。

こうした状況の中、北九州市においては、「都心部のにぎわいづくりと北九州市の魅力発信」を目的に2012年10月に「B - 1グランプリ in 北九州」が北九州市小倉北区で開催された。その2年後にあたる2014年10月には、食の魅力をまちの活性化につなげることをめざし「全国餃子祭り in 北九州」が北九州市八幡東区で開催された。「B - 1グランプリ in 北九州」については、南（2013）において来場者の実態やイベントに対する評価の把握、また北九州市における経済波及効果の推計を行った。

B - 1グランプリは多種多様なご当地グルメによって構成され、全国餃子祭りは基本的に餃子を中心に構成されるという出展団体の違いはあるものの、民間団体が中心となって地域の行政、商工関係団体、住民等が連携して開催するという運営方式の面で両者は共通点がある。全国餃子祭りも多様な主体の協働等を通じて地域社会の活性化につながる社会的意義を有しており、地域活性化に向けた地方自治体の政策との親和性は高いと言え、都市政策研究の対象としての確かなものと考えられる。また、市街地でありながらも市の都心部ではない場所において多くの市民・企業や行政が関わって実施されるイベントに対する評価や開催効果の測定を客観的に行うことは、今後、北九州市あるいは他都市において同種のイベントを開催する際の参考になることが期待できる。

そこで本研究では、「全国餃子祭り in 北九州」を事例として来場者実態の把握およびイベントに対する評価の測定、また開催地への経済効果に係る推計・考察を行うことにより、「食」をテーマとした集客イベントの地域活性化効果を検証するための知見を蓄積することを目的とする。

2. 本研究の位置づけ

「食」をテーマとした集客イベントの経済波及効果推計に関する事例研究は、秋吉（2012）、南（2013）が挙げられる。その他、大会主催者や各地のシンクタンクによって経済波及効

果額の推計結果が公表されている事例がある。これらでは一般的な経済波及効果の推計と同様、産業連関表を用いた手法を採用している。一方、来場者による「食」をテーマとした集客イベントに対する評価に関する事例研究は、南（2013）の他に殆ど見当たらない。

こうした点を踏まえ、本研究では経済波及効果推計、イベントに対する評価の両面について、分析・推計に係る手法面での新規性ではなく、新たな事例研究の蓄積を行うことによって今後の関連研究（理論化等）へ寄与していくことに意義を持つと位置づける。南（2013）と本研究の関係性については、同様の手法で推計等を行い、双方を比較考察することで事例研究の積み重ねを行うことに本研究の主眼を置く。2014年開催「全国餃子祭り in 北九州」の分析を行うこと、2012年開催「B-1グランプリ in 北九州」の来場者アンケート（双方とも筆者が調査実施）の比較分析を行うこと、また、イベント開催効果を継続的な地域活性化活動に繋げていくための考察を行うこと等が、本研究独自の知見となる。

なお、「全国餃子祭り in 北九州」において、筆者は主催者である2014全国餃子サミット&全国餃子祭り in 北九州実行委員会実施本部から依頼を受け²⁾、第三者機関として客観的観点からイベント評価を行うための公式来場者アンケート調査を実施した。本研究で用いるアンケート結果はその調査に基づくものである。

対象イベントの概要

1. 全国餃子祭りの概要

全国餃子祭りは、全国餃子サミットを記念して開催される「餃子の食べ比べイベント」とされている。2014全国餃子サミット&全国餃子祭り in 北九州実行委員会（2014）によると、全国餃子サミットとは「日本各地で餃子によるまちおこしをする団体が一堂に会して、今後の展開などを協議審議する」会議とされており、2010年に7団体で設立され、2014年の加盟団体は10団体³⁾となっており、年1回、加盟団体の所在地の持ち回り形式で会合が開かれている。全国餃子祭りは、全国餃子サミット開催に合わせ、サミット参加団体とともに餃子店舗が出展し、全国のご当地餃子が味わえる「餃子の祭典」と位置づけられており⁴⁾、また、餃子以外に開催地のご当地グルメや各種物産などのブースも出展するイベントとして、2010年に第1回大会が開催された。これまで、2010年に浜松市、2011年に津市、2012年に福島市、2013年に裾野市で開催され、2014年の北九州市で第5回目となった。なお、全国餃子祭りについて、2013年までの4回の大会においては来場者評価や産業連関表を用いた経済波及効果推計は行われておらず、関連研究は見当たらない。

2. 全国餃子祭り in 北九州の開催概要

全国餃子祭り第5回大会として2014年10月4日（土）、5日（日）に開催された「全国餃子祭り in 北九州」の開催概要を表1に示す。屋外での食イベントのにぎわいは天候にも大きく左右されるが、初日は好天に恵まれ、二日目は天気予報では台風の接近が懸念さ

れたが、開催時間中の降雨は無く風も強まらなかったこともあり、二日間計で 15.4 万人(主催者発表)という多くの来場者があった。

開催当日の会場の様子を、写真 1、写真 2 に示す。

表 1 全国餃子祭り in 北九州の開催概要

大会名称	2014 全国餃子サミット開催記念 全国餃子祭り in 北九州	
主催	2014 全国餃子サミット&全国餃子祭り in 北九州実行委員会	
開催日程	2014 年 10 月 4 日(土) 5 日(日) 各 10:00 ~ 15:00	
会場	北九州イノベーションギャラリー芝生広場周辺(北九州市八幡東区東田二丁目) JR 鹿児島本線 スペースワールド駅から徒歩約 5 分	
出展団体	<ul style="list-style-type: none"> ・ G10(餃子)ブース : 10 団体 13 ブース ・ 全国餃子店舗ブース : 17 団体 17 ブース ・ ご当地グルメブース : 10 団体 10 ブース ・ PR ブース : 9 団体 9 ブース(うち飲食は 1 ブース) 	
入場方法	入場無料 料理購入時には 250 ~ 500 円を支払い	
会場近隣での同時開催	同時開催イベント: 八幡中央区商店街わいわい祭り 連携イベント: JICA 九州 設立 25 周年感謝祭	
開催結果	天候	10 月 4 日(土): 晴れ、最低気温 19.2、最高気温 24.8 5 日(日): 晴れ、最低気温 19.1、最高気温 23.1
	来場者数	主催者発表 15.4 万人 日別来場者数: 10 月 4 日(土) 6.3 万人、10 月 5 日(日) 9.1 万人

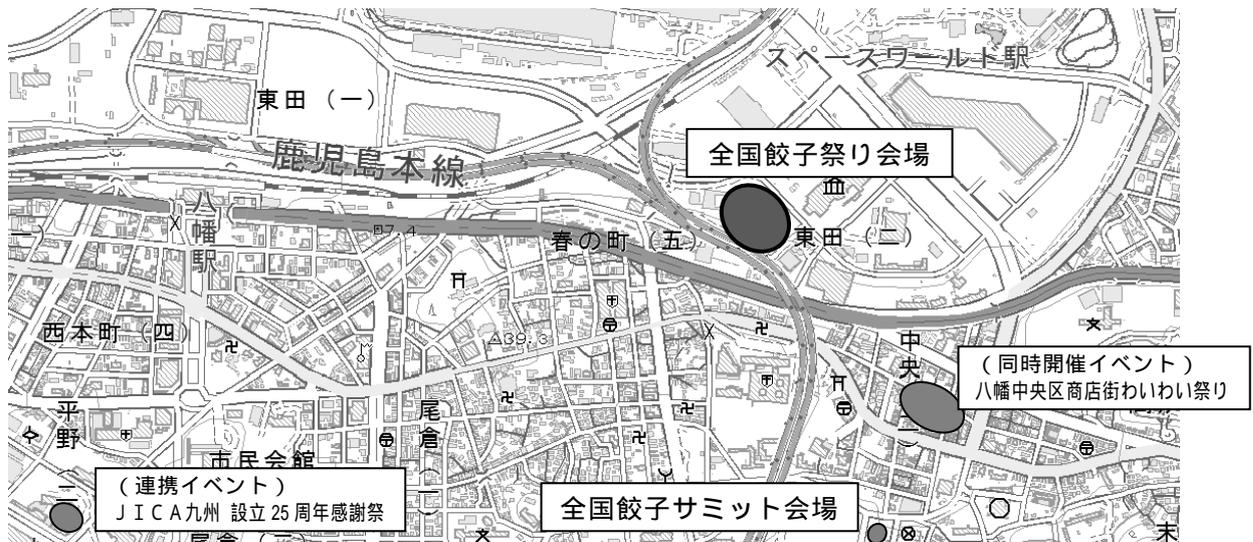
(出典)「全国餃子祭り in 北九州公式ガイドブック」、および「全国餃子祭り in 北九州実施報告書」をもとに作成



写真 1 10 月 4 日(土)の会場(撮影:筆者)



写真 2 10 月 5 日(日)の会場(撮影:筆者)



(出典) 国土交通省国土地理院「地理院地図(電子国土Web)」から得た地図を背景に筆者作成

図1 全国餃子祭り in 北九州の会場位置

3. 全国餃子祭り in 北九州の会場に係る考察

全国餃子祭り in 北九州、及び関連行事等の会場位置図を図1に示す。会場となった北九州市八幡東区東田は、1901年に官営八幡製鐵所(現:新日鐵住金八幡製鐵所)が操業開始した地区であり、製鐵所移転後の1990年代から土地区画整理事業等が行われ、商業機能、レクリエーション機能、ミュージアム機能等を有する施設が立地している。北九州市の都心である小倉地区と、副都心の黒崎地区の中ほどに位置している。周辺には、製鐵所が立地していた際に栄えた中央町商店街や製鐵所関連施設等があり、全国餃子祭り in 北九州に合わせて同時開催イベント「八幡中央区商店街わいわい祭り」や連携イベント「JICA九州設立25周年感謝祭」が同日開催され、各会場間を結ぶ無料シャトルバスが運行された。

全国餃子祭り in 北九州の集客効果を八幡市街地全体に広げる効果を狙った取り組みと言える。集客イベント単体で消費者を囲い込まないことは、地域内に来場者の行動範囲が広がり、消費活動の活発化などを通じて地域全体の活性化効果の誘発が期待できるため、今回の同時開催・相互移動交通手段確保の方式は、非都心部における地域全体の活性化を企図した意義ある取り組みであったと評価できよう。

全国餃子祭り in 北九州の来場者の実態およびイベントに対する評価

1. 来場者アンケートの実施概要

全国餃子祭り in 北九州の開催時に筆者が会場で実施した来場者アンケートの実施概要を表2に示す。有効回収1,016サンプルを得た。なお、調査方式は、筆者が実施したB-1グランプリ in 北九州での来場者調査とほぼ同じである。

表2 全国餃子祭り in 北九州来場者アンケート実施概要

調査体制	<ul style="list-style-type: none"> ・調査主体：2014 全国餃子サミット & 全国餃子祭り in 北九州実行委員会実施本部 ・調査票設計、現地調査統括、集計・分析：北九州市立大学 都市政策研究所 ・調査員： ボランティアスタッフ（2日間計18人） 																												
実施日時	<p>回答に偏りが出ないように、時間帯を分散して実施した。</p> <p>2014年10月4日（土）11:00～12:30、13:30～14:30 10月5日（日）11:00～12:30、13:30～14:30 両日ともイベント実施時間は10:00～15:00</p>																												
実施場所	イベント会場全域（北九州イノベーションギャラリー芝生広場周辺）																												
調査対象	全国餃子祭り in 北九州会場内で飲食をしている、概ね18歳以上（目視で判断）の一般来場者																												
調査方法	<p>来場者に対する質問紙調査とした。具体的には、調査員が来場者に対し口頭で回答依頼を行い、承諾を得た場合は調査票と筆記用具を渡し、回答者が記入後のタイミングで調査員が再訪して回収した。</p> <p>なお、以下の点に留意した。</p> <p>回答者に偏りができるだけ出ないように、会場全域をブロック分けし、各ブロック担当の調査員が座っている来場者に対し数人ごとに声をかける等、無作為（ただし目視で概ね18歳以上の来場者を対象）抽出に近づくように留意した。団体来場者に一括して調査依頼を行うこと等は避けた。</p> <p>非常に混雑した会場での調査実施となるため、混乱を避けるために原則として座って食事している来場者を対象とした。</p> <p>調査票の体裁は、回答者が記入しやすいように配慮して設問数を絞ってA4版表面1枚とし、厚紙に印刷して用いた。</p> <p>有効回答者への謝礼は、当該イベントは餃子のタレ等で手が汚れやすいこと等を勘案してポケットティッシュとした。また調査員はウェットティッシュを持ち、回答時に手拭きを必要とする回答者に対し提供した。</p>																												
配布回収状況	<p>配布数 1,045、有効回収数 1,016（回収率 97.2%）</p> <p>当初は2日間4調査時間帯で均等配布数を予定していたが、2日目午後から台風の接近に伴い悪天候となる予報であったため、配布を前倒しして実施。</p> <p>付表 調査時間帯別配布・回収状況</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>日</th> <th>調査時間帯</th> <th>配布数</th> <th>有効回収数</th> <th>(参考) 担当調査員数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">10月4日(土)</td> <td>11:00～12:30</td> <td>280</td> <td>268</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>13:30～14:30</td> <td>300</td> <td>288</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">10月5日(日)</td> <td>11:00～12:30</td> <td>365</td> <td>361</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>13:30～14:30</td> <td>100</td> <td>99</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td colspan="2">合計</td> <td>1,045</td> <td>1,016</td> <td>-</td> </tr> </tbody> </table>	日	調査時間帯	配布数	有効回収数	(参考) 担当調査員数	10月4日(土)	11:00～12:30	280	268	7	13:30～14:30	300	288	7	10月5日(日)	11:00～12:30	365	361	9	13:30～14:30	100	99	4	合計		1,045	1,016	-
日	調査時間帯	配布数	有効回収数	(参考) 担当調査員数																									
10月4日(土)	11:00～12:30	280	268	7																									
	13:30～14:30	300	288	7																									
10月5日(日)	11:00～12:30	365	361	9																									
	13:30～14:30	100	99	4																									
合計		1,045	1,016	-																									

2. 回答者の属性

(1) 性別

性別について、全国餃子祭り in 北九州の結果と 2012 年開催の B - 1 グランプリ in 北九州での来場者アンケートの結果を比較したものを図 2 に示す。全国餃子祭り in 北九州においては女性の回答者が 57.1%であり、男性よりもやや多い。これは B - 1 グランプリ in 北九州と概ね同様の傾向であり、グルメイベントの特徴を表しているものと考えられる。なお、全国餃子祭り in 北九州の方がやや男性比率が高い点については、主たる提供グルメが餃子であることが影響した可能性が指摘できる。

(2) 年齢

年齢について、性別と同様に比較した結果を図 3 に示す。全国餃子祭り in 北九州においては 30 代が 26.5%と最も多く、20 代、40 代も比較的多い。50 代、60 代も 10%以上となっており、年齢構成は多様である。幅広い世代の来場があったイベントと言えよう。B - 1 グランプリ in 北九州と概ね同様の傾向となっている。

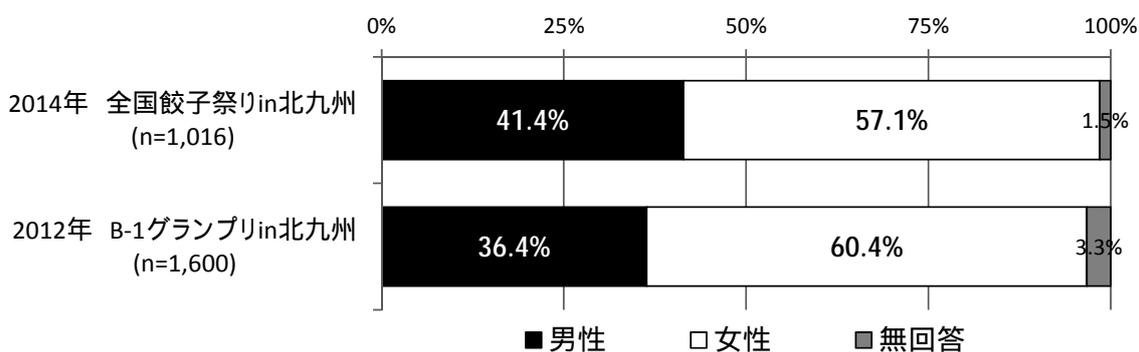


図 2 回答者の性別（全国餃子祭り in 北九州、B - 1 グランプリ in 北九州）

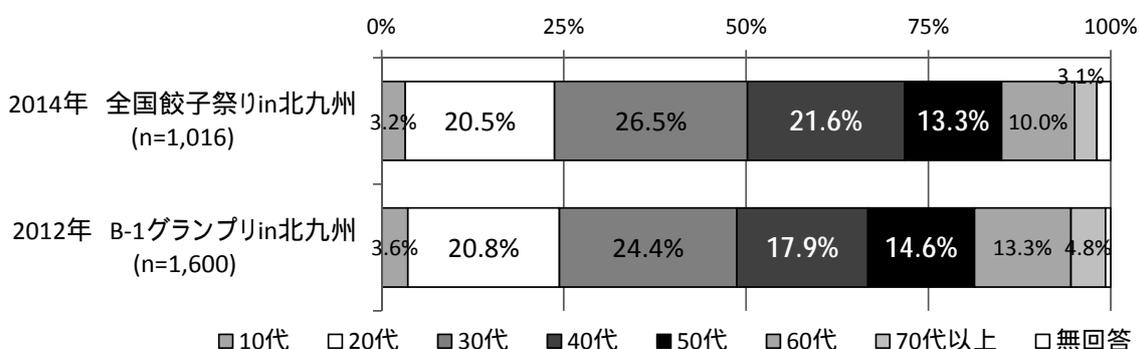


図 3 回答者の年齢（全国餃子祭り in 北九州、B - 1 グランプリ in 北九州）

(3) 同行人数

当該イベントと一緒に来た人数について、性別・年齢と同様に比較した結果を図4に示す。全国餃子祭り in 北九州では「二人」との回答が42.4%で最も多く、「自分一人」とする回答は少ない。五人以上の大きなグループでの来場者も16.7%にのぼっており、家族・友人等と連れ立って来場した人が大半と言える。B - 1グランプリ in 北九州と概ね同様の傾向となっており、「食」をテーマにした集客イベントの特徴と言える可能性がある。

(4) 居住地

回答者の居住地について、「北九州市」、「北九州市以外の福岡県内」、「福岡県以外」に3分類した結果を図5に示す。全国餃子祭り in 北九州では北九州市内からの来場者が73.7%と大半を占めており、県外からの来場者は4.3%であった。B - 1グランプリ in 北九州も北九州市内からの来場者は60.8%と多かったものの、県外からの来場者も15.6%にのぼり、広い範囲からの集客があった。全国餃子祭り in 北九州は比較的狭い範囲からの集客が多く、「地元の市民に楽しみを提供したイベント」であったと評価できる。なお、県外からの来場者の比率は低いが、比率を総入場者数15.4万人に単純にあてはめると約7千人となり、

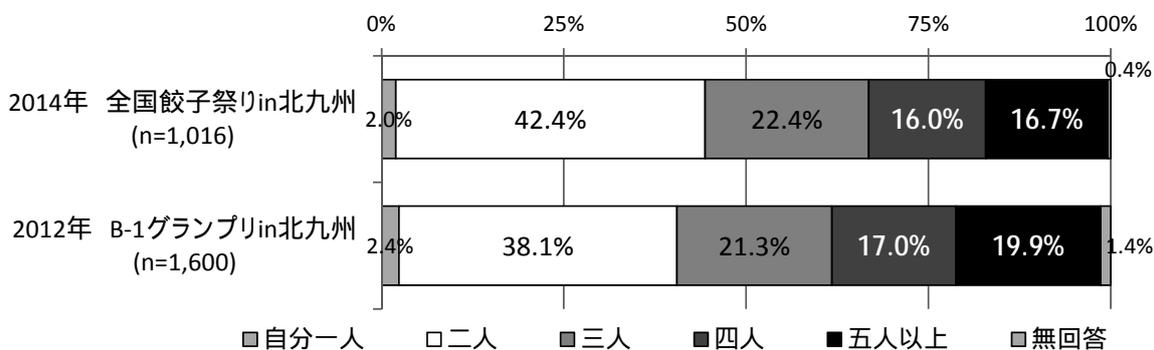


図4 一緒に来た人数（全国餃子祭り in 北九州、B - 1 グランプリ in 北九州）

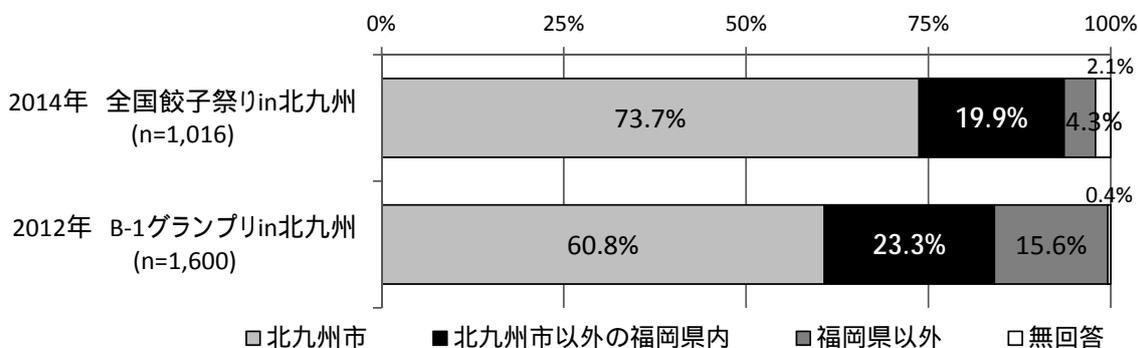


図5 回答者の居住地（大分類）（全国餃子祭り in 北九州、B - 1 グランプリ in 北九州）

人数としては県外からも少なくない規模の集客があったと言えよう。

全国餃子祭り in 北九州の来場者について、より詳細に居住地を分類した結果を表3に示す。北九州市内では、八幡東・西区を中心とする市西部からの来場が多い。来場者が会場から近い場所ほど多いことは、移動時間・費用等を勘案すると自然な現象であり、B-1グランプリ in 北九州も同様であった。北九州市を除く福岡県内からの来場者は、人口の多い福岡市、会場から近い中遠・直鞍地区からの来場者が多い。県外からの来場者の大半は、山口県および九州内からである。B-1グランプリ in 北九州では関東、近畿の回答者も1～2%いたことと比較すると、全国餃子祭り in 北九州の方が集客範囲が狭い。これはイベントの知名度、開催規模に依るものと思われる。

(5) 来場に利用した交通手段

全国餃子祭り in 北九州来場に利用した主な交通手段を尋ねた結果を図6に示す。自家用車利用が52.4%、JR在来線・モノレール利用が31.9%となっており、この2手段の利用者が来場者の大半を占める。八幡東区からの来場者が多いことを反映し、「徒歩のみ」とする回答も7.3%と比較的多い。

バス利用者は6.5%であり、JR在来線・モノレール利用者31.9%と合わせると、地元交通事業者に対して開催に伴う一定の経済効果があったことがうかがえる。

表3 全国餃子祭り in 北九州来場者アンケート回答者の居住地（小分類）

居住地	回答者数	比率
北九州市	749	73.7%
門司区	44	4.3%
小倉北区	98	9.6%
小倉南区	95	9.4%
若松区	41	4.0%
八幡東区	144	14.2%
八幡西区	191	18.8%
戸畑区	57	5.6%
区名無回答	79	7.8%
福岡県内 (北九州市以外)	202	19.9%
福岡市	64	6.3%
京築地区	22	2.2%
中遠・直鞍地区	46	4.5%
嘉飯山・田川地区	16	1.6%
宗像・糟屋地区	26	2.6%
筑紫地区	14	1.4%
筑後地域	9	0.9%
市町村名無回答	5	0.5%
福岡県以外	44	4.3%
北海道・東北	0	0.0%
関東	2	0.2%
中部	1	0.1%
近畿	2	0.2%
中四国	25	2.5%
うち山口県	22	2.2%
うち下関市	12	1.2%
九州(福岡以外)	12	1.2%
県名無回答	2	0.2%
無回答	21	2.1%
合計	1,016	100.0%

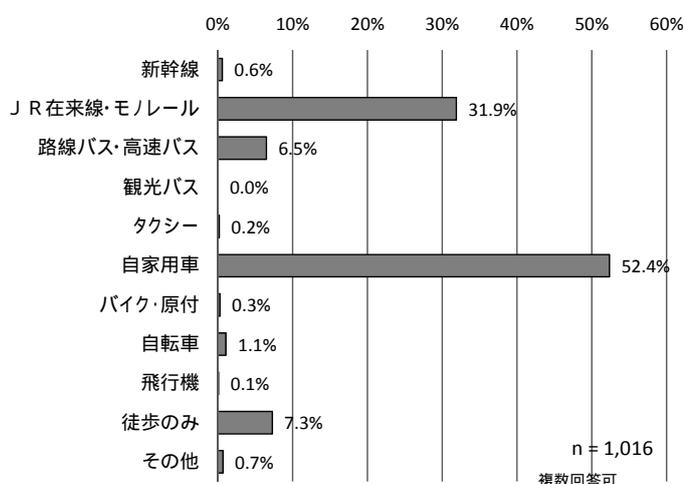


図6 利用交通手段（全国餃子祭り in 北九州）

3. 「全国餃子祭り in 北九州」への来場のきっかけ等

(1) 全国餃子祭り in 北九州開催前の「八幡ぎょうざ」の認知度

「あなたは、このイベントの情報を知る以前に、「八幡ぎょうざ」をご存じでしたか。」という質問を行い、八幡ぎょうざの認知状況について3段階で回答を求めた結果を図7に示す。

居住地によって傾向が異なり、北九州市内居住者については39.9%が「よく知っていた」、40.5%が「なんとなく知っていた」と回答しており、従前からある程度八幡ぎょうざを認識していた来場者が多い結果となっている。一方、北九州市以外の福岡県内や、福岡県以外からの来場者については、概ね半数が「知らなかった」と回答している。

全国餃子祭り in 北九州の来場者は、イベント情報を知ること、及び実際に来場することによって八幡ぎょうざの存在をほぼ確実に認知することになったため、これまで八幡ぎょうざを知らなかった人々、特に北九州市外の人々に対して当該イベントが八幡ぎょうざの広く告知する効果を発揮したと考えられる。

(2) 「全国餃子祭り in 北九州」の来場のきっかけとなった情報源

「このイベントの来場のきっかけになった情報源についてお答えください。」という質問を行い、該当するものすべて選択可として回答を求めた結果を図8に示す。

回答者計で見ると、「チラシ」、「ポスター」、「テレビ」、「家族や知人、職場の情報」(クチコミ)の4項目が20~30%程度の多くの回答があり、従来型の情報源をもとに来場した

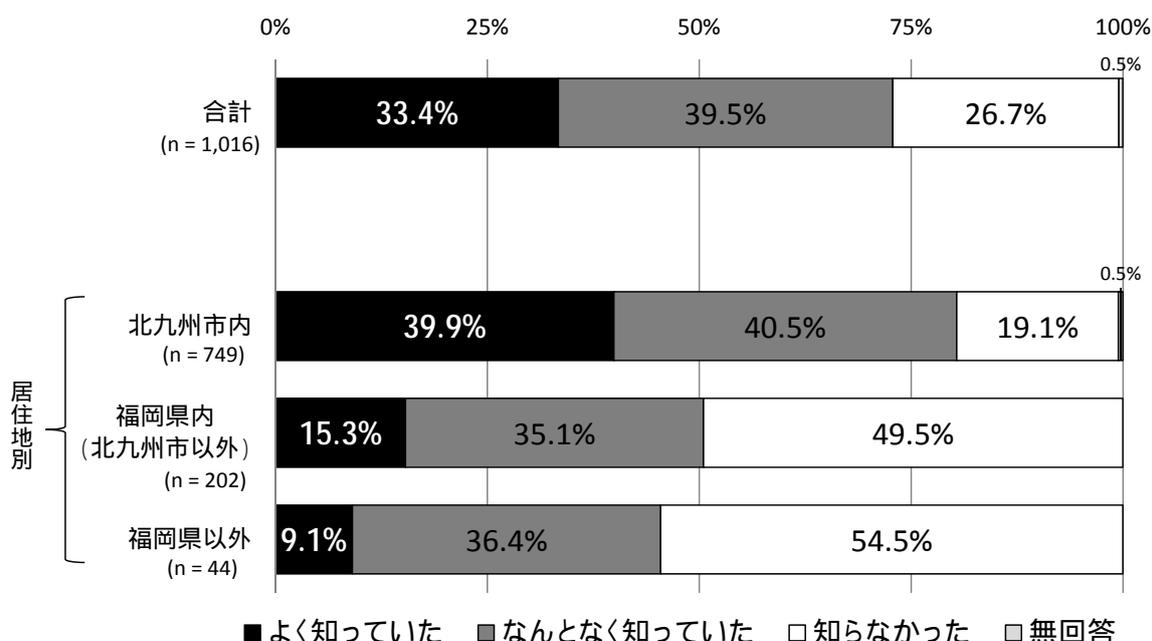


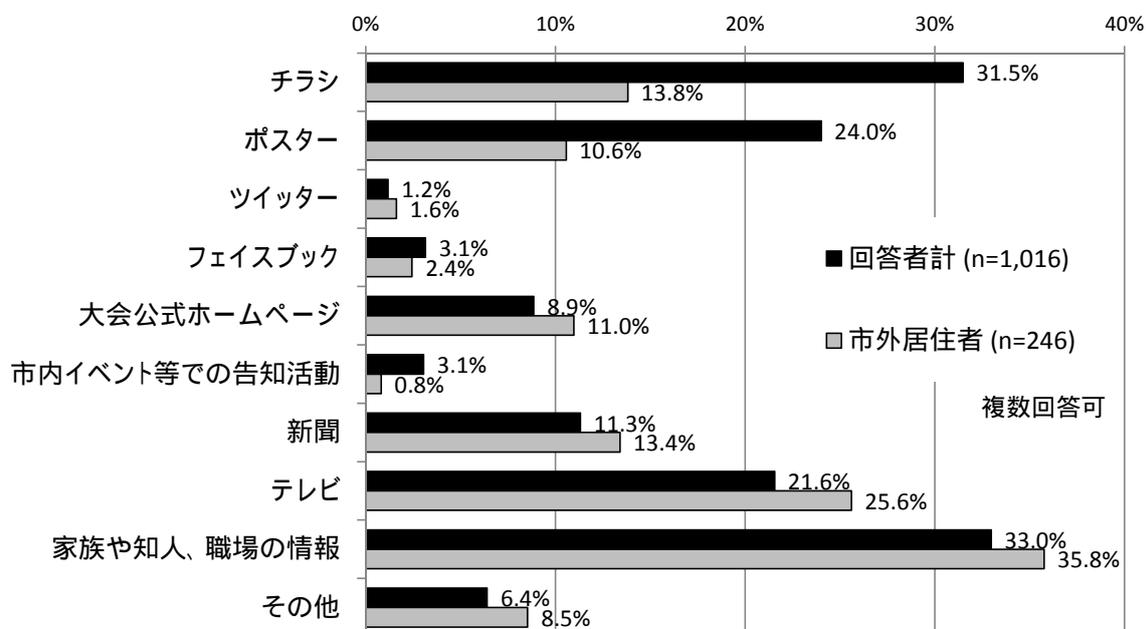
図7 全国餃子祭り in 北九州開催前の「八幡ぎょうざ」の認知状況

人の方がインターネットなど新型の情報源をもとに来場した人より多い。全国餃子祭り in 北九州の集客圏が北九州市を中心とした比較的狭い範囲であったこととも関連するが、イベント告知においては従来型の情報発信がまだ大きな有効性を持っていると推測できる。

なお、市外居住者においては、ポスター、チラシの比率が回答者計より低下し、大会ホームページ、新聞、テレビ、家族や知人・職場の情報の比率が高まっている。新聞に関しては、全国の地方紙等に記事配信を行う通信社に取り上げられた効果と考えられる。

回答者計、市外居住者とも、ツイッター、フェイスブックといったSNS（ソーシャルネットワーキングサービス）による情報発信が来場のきっかけとなったとする回答は少ない。SNSについてはユーザーが限定される特性を有することがその要因と考えられる。しかしながら、SNSで知った情報をクチコミで知人に伝えるケースも想定される点、即時性が高い情報を無料で発信できて費用対効果が高いことが期待できる点を勘案すると、発信を行った意味はあったと評価できる。

また、イベント等での告知活動が来場のきっかけとなったとする回答も少ない。イベント等で直接的に告知活動に触れる市民の数は限定されており、こうした評価になったと考えられる。しかしながら、例えば大学生による全国餃子祭り in 北九州PRチーム「G-girls」の告知活動等は高い話題性を持っており、イベントでの告知活動の様子は新聞・テレビ等で複数回報じられた⁵⁾。こうした報道が来場のきっかけとなった可能性を踏まえると、イベントでの話題性のある告知活動の実施は、集客に間接的効果があったと考えられよう。



「その他」の具体的内訳（自由記入式）は、「ラジオ」、「雑誌・フリーペーパー」、「北九州市政だより」など。

図8 全国餃子祭り in 北九州来場のきっかけとなった情報源

表4 全国餃子祭り in 北九州来場のきっかけとなった情報源（年齢別）

	チラシ	ポスター	ツイッター	フェイスブック	大会公式ホームページ	市内イベント等での告知活動	新聞	テレビ	家族や知人、職場の情報	その他	回答者数
10代	21.2%	27.3%	0.0%	6.1%	3.0%	3.0%	12.1%	3.0%	45.5%	6.1%	33
20代	27.4%	32.2%	2.4%	2.4%	7.7%	1.0%	3.8%	17.8%	36.5%	5.3%	208
30代	34.6%	24.9%	0.7%	4.5%	12.3%	2.2%	6.3%	17.5%	31.6%	6.3%	269
40代	34.2%	19.2%	0.9%	3.7%	11.0%	2.7%	11.9%	21.9%	35.2%	7.3%	219
50代	33.3%	17.0%	0.7%	2.2%	4.4%	4.4%	14.1%	29.6%	33.3%	7.4%	135
60代	27.5%	18.6%	1.0%	1.0%	6.9%	5.9%	30.4%	31.4%	22.5%	8.8%	102
70代以上	32.3%	35.5%	0.0%	0.0%	3.2%	12.9%	32.3%	25.8%	19.4%	0.0%	31
回答者計	31.5%	24.0%	1.2%	3.1%	8.9%	3.1%	11.3%	21.6%	33.0%	6.4%	1,016

：各年代別に回答の多い上位2項目

情報源について、年齢別にクロス集計した結果を表4に示す。「家族や知人、職場の情報」は10代～50代までが多く、職場や学校等で全国餃子祭り in 北九州が話題になったことがうかがわれる。「チラシ」については30代以上で回答が多く、「新聞」や「テレビ」は60代以上で回答が多い。年齢によって情報源は異なっており、今後の効果的な情報発信のあり方を検討する上で参考となる傾向が明らかになったと言えよう。

インターネット関連の項目について見ると、全般に回答率は低いが、「ツイッター」は20代で多く、「フェイスブック」は若い世代ほど多い傾向にあり、特に10代では比較的高い比率を占めている。大会公式ホームページは30代、40代においては10%以上の比較的高い回答比率となっている。パソコン、スマートフォンなどの情報機器や、SNSなどのアプリケーションについては、インターネットを日常的に利用している人々の中でも年代によって利用状況が大きく異なっていることが情報源の違いとして反映されているものと思われる。インターネットを用いた情報発信においても、対象者の年代、使用アプリケーション等によって反応が異なることを意識し、工夫する必要があると言えよう。

4. 「全国餃子祭り in 北九州」への来場に際しての行動実態

(1) 「全国餃子祭り in 北九州」と「八幡中央区商店街わいわい祭り」の回遊性

「全国餃子祭り in 北九州」の同時開催イベントと位置づけられ、祭り会場から徒歩圏内（シャトルバスも運行。）の商店街で開催された「八幡中央区商店街わいわい祭り」との間で来場者の回遊がどの程度行われたのか把握する目的で、「今回のイベントは、「全国餃子祭り」（この会場）と「八幡中央区商店街 わいわい祭り」の同時開催です。あなたは、両方の会場に行かれましたか（予定を含む）」という質問を行った。結果を図9に示す。

「全国餃子祭りのみ参加（予定を含む）」とする回答が66.9%を占めたが、「両方の会場に行った（予定を含む）」とする回答も22.6%にのぼり、イベントを同時開催したことによる相乗効果はある程度あり、商店街へ多くの人の流れが生まれたことがうかがわれる。

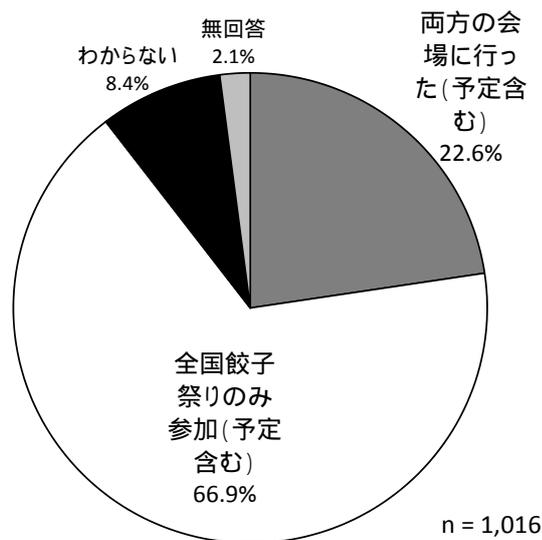


図9 全国餃子祭り in 北九州と八幡中央区商店街わいわい祭りの回遊性

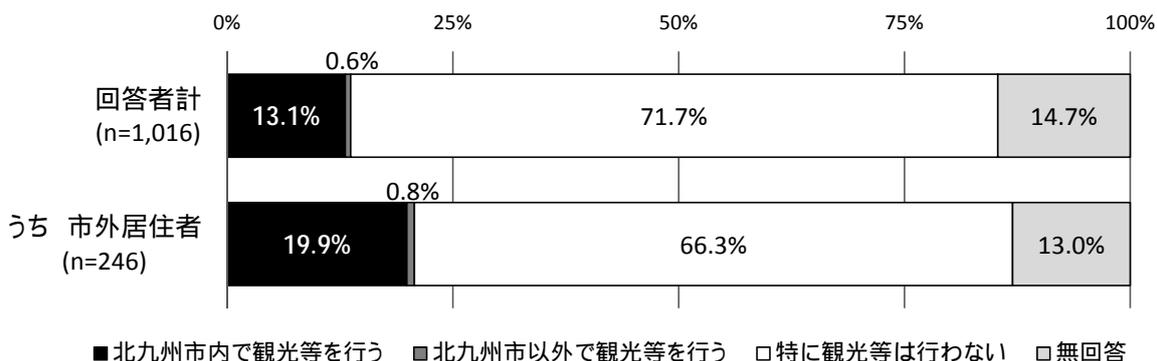


図10 全国餃子祭り in 北九州参加のついでに行う観光・レジャーの有無

(2) 「全国餃子祭り in 北九州」参加のついでに行う観光・レジャーの有無、場所

全国餃子祭り in 北九州による消費活動(特に観光に伴う消費)の喚起状況を把握することを目的とし、「このイベント参加に伴い、ついでに観光やレジャーを行いますか(予定を含む)」という質問を行った。結果を図10に示す。

回答者計で見ると、「特に観光等は行わない」が大半を占め、全国餃子祭り in 北九州のためだけに外出した人が多いことがうかがわれる。一方、「北九州市内で観光等を行う」も回答者計で13.1%、市外居住者では19.9%あり、当該イベントが市内の他の観光施設等に波及的な効果をもたらしたことがうかがわれる。「北九州市以外で観光等を行う」回答者はごく少数にとどまっており、広域的な観光消費はあまり誘発しなかったと言えよう。

「北九州市内で観光等を行う」とした回答者による具体的場所の自由回答を整理した結

表5 全国餃子祭り in 北九州来場のついでに北九州市内で行う観光・レジャー場所

観光等の場所		回答数	回答者計(n=1,016)に対する比率
八幡東区	いのちのたび博物館、環境ミュージアム、イノベーションギャラリー	18	1.8%
	スペースワールド	7	0.7%
	東田地区で買い物	22	2.2%
	皿倉山	4	0.4%
八幡西区	ギラヴァンツ北九州 試合観戦(本城)	3	0.3%
門司区	門司港など	11	1.1%
小倉北区	オクトーバーフェストin小倉(勝山公園)	16	1.6%
	小倉駅周辺	5	0.5%
	到津の森	1	0.1%
若松区	グリーンパークなど	3	0.3%
戸畑区	北九州市立美術館	1	0.1%
その他	各公営競技	3	0.3%
	場所の特定できない回答	7	0.7%

果を表5に示す。会場周辺の東田地区での買い物やミュージアム見学、テーマパーク利用等が多い。また、小倉北区で開催されたオクトーバーフェスト(ドイツビール祭り)、門司港を挙げた回答者も比較的多い。イベント参加に関連して消費活動等が行われた場所は、八幡東区東田地区、小倉北区中心部、門司港レトロ周辺が中心と言える。

(3) 「全国餃子祭り in 北九州」に関連する一人あたり支出金額

全国餃子祭り in 北九州に関連する一人あたり支出金額(予定も含む。)について、「会場内・北九州市内での支出」、「北九州市外での支出」に分け、5費目に分類して金額の記入を求めた。その結果に基づき、一人あたり平均消費額を算出した。平均消費額の算出に際しては実態と乖離した過剰な額となることのないよう、無記入の場合は「0円」として扱い、平均額算出に際しての母数に含めて処理した(ただし全費目に無記入の回答者は平均額の算出対象外)。その結果を表6~15に示す。なお、実際は具体的金額を自由記入で求めているが、便宜上、表においては金額を階級に分けて度数分布を示している。

費目ごとに平均消費額を見ると、「飲食費(会場内・北九州市内)」が最も多く¥1,942である。次いで「交通費(会場内・北九州市内)」が多い。なお、表12で宿泊費支出状況を見ると、有料で宿泊した回答者の比率は1.8%(市内・市外の単純合計)であることから、全国餃子祭り in 北九州の来場者の中で宿泊した人の比率は1~2%程度と推測される。これを総入場者数15.4万人に単純に当てはめると、1,500~3,000人程度に相当する。

本結果をもとに、全国餃子祭り in 北九州の開催に伴う経済波及効果額の推計を実施した。その結果は において後述する。

表6 飲食費（会場内・北九州市内）

	回答者	構成比
1) 0円	31	3.2%
2) 1～999円	55	5.8%
3) 1,000～1,999円	420	44.0%
4) 2,000～2,999円	259	27.1%
5) 3,000～3,999円	125	13.1%
6) 4,000～4,999円	16	1.7%
7) 5,000～5,999円	37	3.9%
8) 6,000～6,999円	4	0.4%
9) 7,000～7,999円	0	0.0%
10) 8,000～8,999円	1	0.1%
11) 9,000～9,999円	0	0.0%
12) 10,000～19,999円	6	0.6%
13) 20,000円以上	1	0.1%
合計	955	100.0%
平均消費額(単価)	¥1,942	

表7 飲食費（北九州市外）

	回答者	構成比
1) 0円	911	95.4%
2) 1～999円	4	0.4%
3) 1,000～1,999円	11	1.2%
4) 2,000～2,999円	16	1.7%
5) 3,000～3,999円	8	0.8%
6) 4,000～4,999円	0	0.0%
7) 5,000～5,999円	3	0.3%
8) 6,000～6,999円	0	0.0%
9) 7,000～7,999円	0	0.0%
10) 8,000～8,999円	1	0.1%
11) 9,000～9,999円	0	0.0%
12) 10,000～19,999円	1	0.1%
13) 20,000円以上	0	0.0%
合計	955	100.0%
平均消費額(単価)	¥110	

表8 おみやげ代（会場内・北九州市内）

	回答者	構成比
1) 0円	769	80.5%
2) 1～999円	47	4.9%
3) 1,000～1,999円	99	10.4%
4) 2,000～2,999円	30	3.1%
5) 3,000～3,999円	4	0.4%
6) 4,000～4,999円	0	0.0%
7) 5,000～5,999円	5	0.5%
8) 6,000～6,999円	1	0.1%
9) 7,000～7,999円	0	0.0%
10) 8,000～8,999円	0	0.0%
11) 9,000～9,999円	0	0.0%
12) 10,000～19,999円	0	0.0%
13) 20,000円以上	0	0.0%
合計	955	100.0%
平均消費額(単価)	¥243	

表9 おみやげ代（北九州市外）

	回答者	構成比
1) 0円	940	98.4%
2) 1～999円	1	0.1%
3) 1,000～1,999円	9	0.9%
4) 2,000～2,999円	3	0.3%
5) 3,000～3,999円	1	0.1%
6) 4,000～4,999円	0	0.0%
7) 5,000～5,999円	0	0.0%
8) 6,000～6,999円	0	0.0%
9) 7,000～7,999円	0	0.0%
10) 8,000～8,999円	0	0.0%
11) 9,000～9,999円	0	0.0%
12) 10,000～19,999円	1	0.1%
13) 20,000円以上	0	0.0%
合計	955	100.0%
平均消費額(単価)	¥32	

表10 交通費（会場内・北九州市内）

	回答者	構成比
1) 0円	362	37.9%
2) 1～999円	329	34.5%
3) 1,000～1,999円	169	17.7%
4) 2,000～2,999円	49	5.1%
5) 3,000～3,999円	22	2.3%
6) 4,000～4,999円	6	0.6%
7) 5,000～5,999円	9	0.9%
8) 6,000～6,999円	0	0.0%
9) 7,000～7,999円	2	0.2%
10) 8,000～8,999円	1	0.1%
11) 9,000～9,999円	0	0.0%
12) 10,000～19,999円	4	0.4%
13) 20,000円以上	2	0.2%
合計	955	100.0%
平均消費額(単価)	¥721	

表11 交通費（北九州市外）

	回答者	構成比
1) 0円	915	95.8%
2) 1～999円	13	1.4%
3) 1,000～1,999円	11	1.2%
4) 2,000～2,999円	8	0.8%
5) 3,000～3,999円	4	0.4%
6) 4,000～4,999円	0	0.0%
7) 5,000～5,999円	2	0.2%
8) 6,000～6,999円	1	0.1%
9) 7,000～7,999円	0	0.0%
10) 8,000～8,999円	0	0.0%
11) 9,000～9,999円	0	0.0%
12) 10,000～19,999円	0	0.0%
13) 20,000円以上	1	0.1%
合計	955	100.0%
平均消費額(単価)	¥91	

表12 宿泊費（会場内・北九州市内）

	回答者	構成比
1) 0円	944	98.8%
2) 1～4,999円	5	0.5%
3) 5,000～9,999円	4	0.4%
4) 10,000～19,999円	2	0.2%
5) 20,000円以上	0	0.0%
合計	955	100.0%
平均消費額(単価)	¥55	

表13 宿泊費（北九州市外）

	回答者	構成比
1) 0円	949	99.4%
2) 1～4,999円	0	0.0%
3) 5,000～9,999円	1	0.1%
4) 10,000～19,999円	3	0.3%
5) 20,000円以上	2	0.2%
合計	955	100.0%
平均消費額(単価)	¥97	

表 14 その他施設入場料等（会場内・北九州市内）

	回答者	構成比
1) 0円	896	93.8%
2) 1～999円	13	1.4%
3) 1,000～1,999円	21	2.2%
4) 2,000～2,999円	11	1.2%
5) 3,000～3,999円	5	0.5%
6) 4,000～4,999円	2	0.2%
7) 5,000～5,999円	3	0.3%
8) 6,000～6,999円	0	0.0%
9) 7,000～7,999円	0	0.0%
10) 8,000～8,999円	0	0.0%
11) 9,000～9,999円	0	0.0%
12) 10,000～19,999円	2	0.2%
13) 20,000円以上	2	0.2%
合計	955	100.0%
平均消費額(単価)	¥164	

表 15 その他施設入場料等（北九州市外）

	回答者	構成比
1) 0円	947	99.2%
2) 1～999円	0	0.0%
3) 1,000～1,999円	2	0.2%
4) 2,000～2,999円	2	0.2%
5) 3,000～3,999円	1	0.1%
6) 4,000～4,999円	0	0.0%
7) 5,000～5,999円	0	0.0%
8) 6,000～6,999円	0	0.0%
9) 7,000～7,999円	0	0.0%
10) 8,000～8,999円	0	0.0%
11) 9,000～9,999円	0	0.0%
12) 10,000～19,999円	2	0.2%
13) 20,000円以上	1	0.1%
合計	955	100.0%
平均消費額(単価)	¥93	

5. 「全国餃子祭り in 北九州」に対する来場者の評価

全国餃子祭り in 北九州に関する8つの評価項目を示し、「とても良い」5点、「良い」4点、「普通」3点、「悪い」2点、「とても悪い」1点とした5段階評価を回答者に求めた。

各段階別の構成比を図11に示す。全般的に「とても良い」、「良い」または「普通」とする回答が多くなっている。

「とても良い」とする回答が20%以上となったのは「会場内や会場周辺のスタッフの「おもてなし」の姿勢」、「全体的な餃子の味」、および「全国餃子祭り in 北九州の総合的な満足度」である。これらの項目については「良い」とする回答比率も40～50%程度と高くなっている。「開催に関わる人」への評価、「料理・商品」への評価、「総合評価」の各ジャンルを代表する評価項目に対して、「とても良い」および「良い」と高評価する回答者が多かった点は、本イベントへの来場者の満足度が高かったことを示しており、全国餃子祭り in 北九州が成功したと客観的に評価する根拠の一つになる結果と言えよう。

また、5段階評価の点数をもとに項目別平均点を算出した結果を図12に示す。「総合的な満足度」については3.90ポイントであり、高評価と言える。最も評価が高いのは「全体的な餃子の味」であり、本イベントの根幹とも言える「餃子を楽しむ」という点で高い評価であったことは、出展各団体および主催者の努力が実を結んだ結果と言え、高く評価できよう。この項目がイベントの総合的な満足度を高めた大きな要因と推測できる。

一方、評価が最も低いのは「目当ての餃子の買いやすさ」である。予想を超える多数の来場者があったことにより、各ブースの待ち時間が長くなったこと（最大待ち時間2時間程度）が影響したものと推測される。また、「食べる場所やトイレ等の数・量」についても評価が相対的に低い。これも来場者が多数に上ったことが原因と考えられる。これらの項目においても平均点は3.00点を上回っており、一定の水準は確保できたものと考えられるが、改善の余地があったことも明らかであり、今後、同種の規模のイベントを開催する際の課題が明らかになったと言えよう。

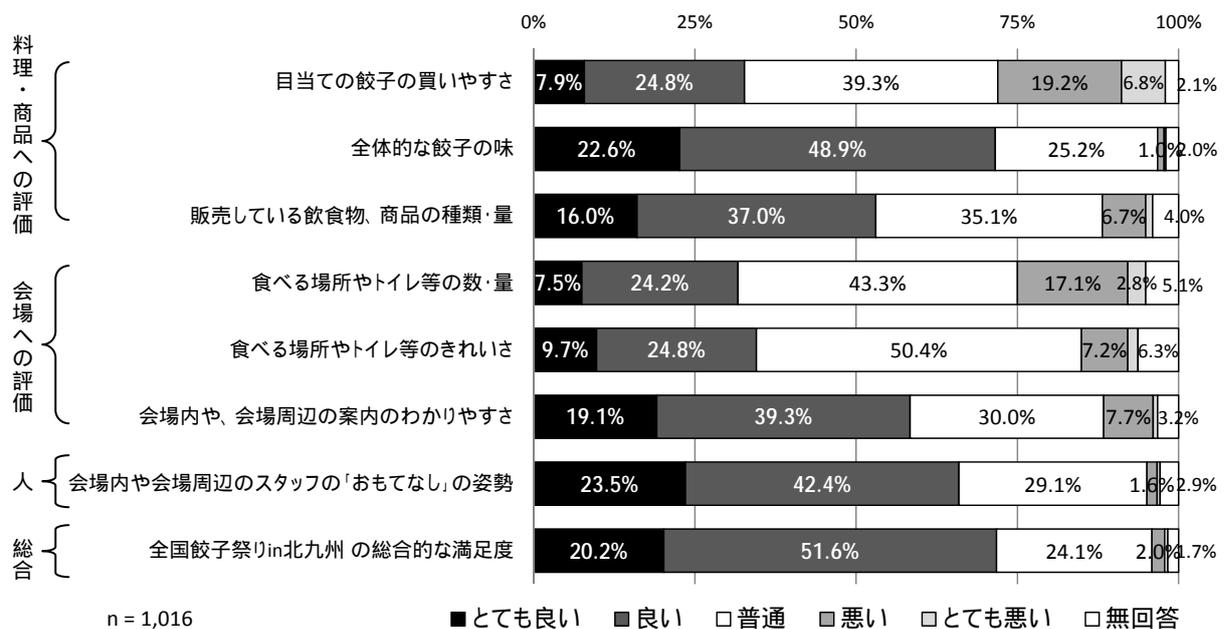
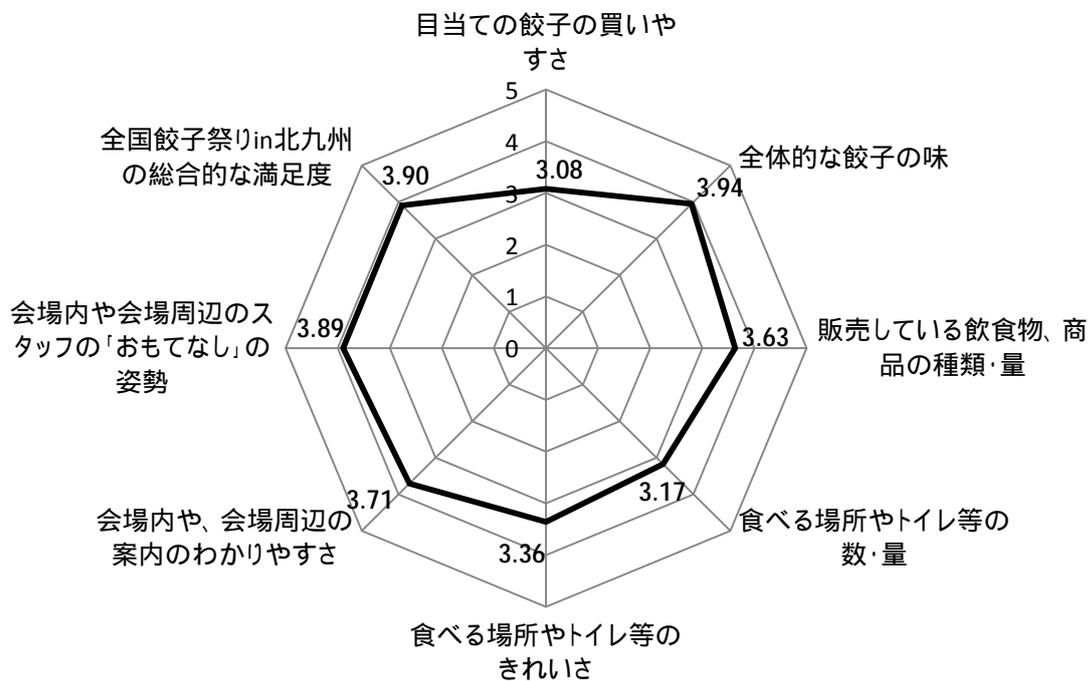


図 11 全国餃子祭り in 北九州に対する来場者の 5 段階評価



「とても良い」5点、「良い」4点、「普通」3点、「悪い」2点、「とても悪い」1点、として算出

図 12 全国餃子祭り in 北九州に対する評価の項目別平均点

項目別評価については、2012年開催のB-1グランプリ in 北九州の来場者アンケートにおいては11評価項目を対象に5段階評価で尋ねている(南(2013))。全国餃子祭り in 北九州とB-1グランプリ in 北九州の項目別平均点を比較したものを表16に示す。なお、両調査はほぼ同一の手法で実施している。

イベント内容や事業規模に違いがあるため単純比較できない面もあるが、一般的に双方の評価点には大きな差はないものの、全国餃子祭り in 北九州の方が比較的low評価となっている項目として挙げられるのは、「目当ての餃子(料理)の買いやすさ」および「販売している飲食物、商品の種類・量」の2項目である。これらの評価がやや低かったことが、「総合的な満足度」においても全国餃子祭り in 北九州の方がやや低い評価となった大きな要因となっている可能性が指摘できる。

このうち、「目当ての餃子(料理)の買いやすさ」については、前述のとおり多くの来場者が集まったことによって各ブースの待ち時間が長くなったことが原因と考えられる。また、「販売している飲食物、商品の種類・量」については、B-1グランプリ in 北九州が極めて多様なグルメを扱う63ブースが出展したのに対し、全国餃子祭り in 北九州はその特質上、出展40ブース中30ブースを餃子が占めていた点、また残る10の「ご当地グルメブース」のうち8ブースが北九州市内のグルメを扱っていて来場者の73.7%を占める北九州市民にとっては目新しさにやや欠けた可能性がある点が、主たる原因と考えられる。一種類の料理に特化したイベントのため、この結果についてはやむを得ない、今後の同種のイベント開催時には考慮すべき点と言えよう。

表16 「全国餃子祭り in 北九州」と「B-1グランプリ in 北九州」の来場者評価比較

全国餃子祭りin北九州での調査(2014年10月)		B-1グランプリin北九州での調査(2012年10月)	
評価項目	平均点	平均点	評価項目
目当ての餃子の買いやすさ	3.08	3.42	目当ての料理の買いやすさ
全体的な餃子の味	3.94	3.94	全体的な料理の味
販売している飲食物、商品の種類・量	3.63	3.94	料理の種類
-	-	3.06	会場の混雑具合
食べる場所やトイレ等の数・量	3.17	-	-
食べる場所やトイレ等のきれいさ	3.36	3.44	食べる場所やトイレ等の施設のきれいさ
-	-	3.72	会場の広さ
会場内や、会場周辺の案内のわかりやすさ	3.71	3.68	会場内や、会場周辺の案内のわかりやすさ
会場内や会場周辺のスタッフの「おもてなし」の姿勢	3.89	4.13	各出展団体のスタッフの接客態度
		4.08	会場内の案内係やチケット販売係の接客態度
		4.09	会場周辺のボランティア、市民の「おもてなし」の姿勢
全国餃子祭りin北九州の総合的な満足度	3.90	4.14	B-1グランプリin北九州の総合的な満足度

： 差が0.3ポイント以上の項目(点数が低い方に網掛け)

全国餃子祭り in 北九州開催に伴う経済波及効果推計

1. 経済波及効果推計の枠組み

(1) 推計対象とする経済活動

一般的に経済波及効果とは、あるイベント等が行われたことをきっかけとして、その影響（原材料の調達や、結果として生じた雇用者所得増による消費活動など）が次々と他の経済活動にも波及していく効果を指し、イベント等の評価の目安の一つとして用いられる場合がある。本章では、全国餃子祭り in 北九州の開催日における来場者の消費活動によって、北九州市内等にどの程度の規模の経済波及効果を推計することにより、本イベントのインパクトを把握することとする。

推計に際しては、対象とする圏域を設定する必要がある。一般的な推計手法である産業連関表を用いた推計を行う場合、産業連関表が作成されている圏域単位で推計することとなる。本推計では、北九州市および全国を単位として推計する。

推計対象は、全国餃子祭り in 北九州開催に伴う来場者による直接的な経済活動（直接効果）と、直接効果に伴う間接効果（波及効果）とする。実際に行われたと推定される経済活動を対象とし、仮想される広告効果等については推計対象に含まない。推計対象とする経済活動を表 17 に示す。直接効果と波及効果の合計が経済波及効果額となる。

なお、本イベントの開催に伴う他地域・他施設等での消費減の影響（いわゆる負の効果）については、本推計では考慮しない。本イベントは交通規制等は伴わないため特定の店舗等に集中して負の効果があったとは考えられないが、本イベント会場で飲食することにより、本来消費されるはずであった他の飲食店の売上げが開催当日に減少した可能性がある点には留意が必要である。

表 17 全国餃子祭り in 北九州開催に伴う経済波及効果推計で対象とする経済活動

推計を含む 経済活動	<p>1) 全国餃子祭り in 北九州開催に伴う、来場者による直接的な経済活動（直接効果）</p> <p>全国餃子祭りでの飲食、及び来場に伴う観光等での飲食 餃子祭りや北九州などのおみやげ、グッズ代 交通費 宿泊費 その他、施設入場料、レジャー費等の支出</p> <p>2) 直接効果に伴う北九州市内および全国での間接効果（波及効果）</p> <p>一般的な例を踏まえ、二次波及効果まで推計</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一次波及：直接効果に要する原材料等の生産等の生産の誘発 ・二次波及：直接効果と一次波及効果によって生じた雇用者所得が消費にまわされることによって生じる生産の誘発
(参考) 推計に含まない 経済活動	<ul style="list-style-type: none"> ・主催者による調達活動等（パンフレット印刷費など） ・開催に伴う広告効果 ・全国餃子祭り in 北九州開催日以降に北九州に来た観光客による消費等

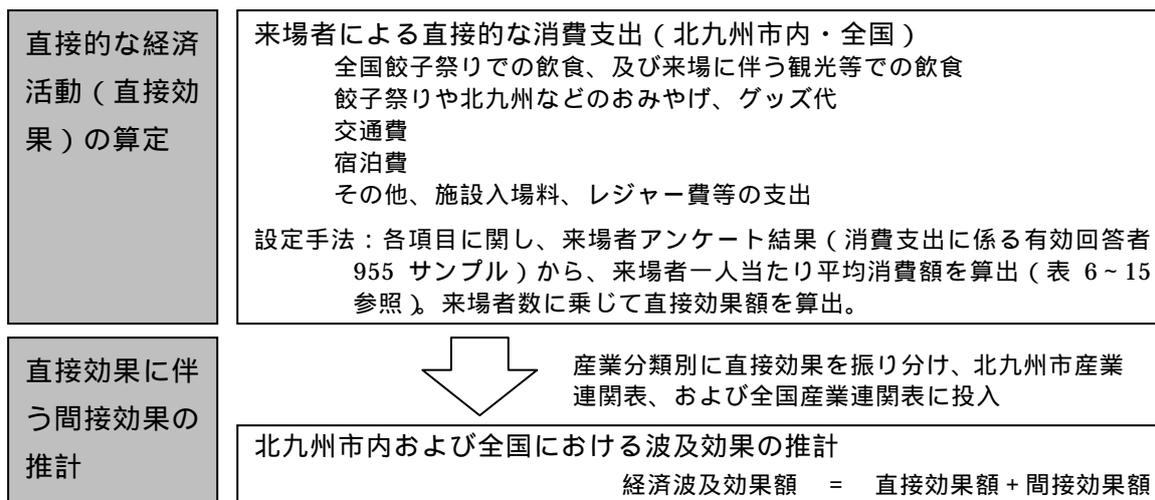


図 13 全国餃子祭り in 北九州の経済波及効果推計の流れ

(2) 推計手法

一般的に、イベントや事業がもたらす経済波及効果の算出に際しては、直接的な消費額を推定した上で、それを産業部門別に振り分けて産業連関表に投入して波及効果を算出する手法が用いられる。秋吉（2012）、南（2013）においても、対象とする経済活動の範囲の設定等は異なるものの、産業連関表に投入する手法は共通している。本研究においても、産業連関表に投入する手法を用いる。

具体的には、前述の来場者アンケート結果の費目別一人あたり支出金額（平均消費額）をもとに、実態に基づいた直接効果の算定を行う。その後、北九州市における効果については、北九州市作成の「北九州市産業連関表（平成 17 年表）」⁶⁾に投入する。北九州市産業連関表（平成 17 年表）には、全産業をそれぞれ 13、34、108 の部門に分けた 3 種類があるが、本推計では来場者アンケート結果をもとに算出するという精度を勘案し、34 部門を用いる。全国における効果については、総務省統計局「平成 17 年産業連関表（34 部門別）」をもとに総務省が提供している分析ツールを活用する。推計の流れを図 13 に示す。

なお、波及効果の推計に際しては、イベントの各出展者による調達活動等の詳細については把握が困難であったため、北九州市産業連関表（平成 17 年表）における飲食店と同様の産業間取引等を行ったと仮定して推計する。また、来場者数については、主催者公式発表による 154,000 人（2 日総来場者のべ数）を用いる。

2. 全国餃子祭り in 北九州開催に伴う直接効果額の推計

(1) 直接効果額の推計方法

表 17 の考え方に基づき、来場者アンケート結果を用いて表 18 に示す平均消費額等を算定根拠とする。また、同表には、波及効果を求める際に振り分けが必要な産業部門の設定も示す。産業部門については費目別に想定される主たる支出先を仮定して設定している。

表 18 全国餃子祭り in 北九州来場者による直接効果額の算定根拠

項目	直接効果額の算定根拠	推計に使用する平均消費額			適用する産業部門 (34部門)
		北九州市内	北九州市以外	全国	
来場者による直接的な消費支出	全国餃子祭りでの飲食、及び来場に伴う観光等での飲食	¥1,942	¥110	¥2,052	対個人サービス業
	餃子祭りや北九州などのおみやげ、グッズ代	¥243	¥32	¥275	飲食料品業50% その他の製造工業製品業50%
	交通費	¥721	¥91	¥812	運輸業
	宿泊費	¥55	¥97	¥152	対個人サービス業
	その他、施設入場料、レジャー費等の支出	¥164	¥93	¥257	対個人サービス業
参考	(合計)	¥3,125	¥423	¥3,548	

表 19 全国餃子祭り in 北九州来場者による直接効果額推計結果

項目	直接効果額		
	北九州市内	全国	
来場者による直接的な消費支出	全国餃子祭りでの飲食、及び来場に伴う観光等での飲食	¥299,068,000	¥316,008,000
	餃子祭りや北九州などのおみやげ、グッズ代	¥37,422,000	¥42,350,000
	交通費	¥111,034,000	¥125,048,000
	宿泊費	¥8,470,000	¥23,408,000
	その他、施設入場料、レジャー費等の支出	¥25,256,000	¥39,578,000
	合計 (十萬円の位を四捨五入)	¥481,000,000	¥546,000,000

(2) 直接効果額の推計結果

表 18 をもとに算出した、全国餃子祭り in 北九州来場者による消費支出（直接効果額）を、北九州市および全国（北九州市分を内数として含む。）について求めた結果を表 19 に示す。直接効果額は北九州市内 4 億 8100 万円、全国 5 億 4600 万円と推計される。

3. 直接効果に伴う間接効果の推計、および総合的な経済波及効果額の推計

(1) 北九州市内への間接効果額の推計手法

北九州市内への直接効果額約 4 億 8100 万円について、表 18 に示した費目別の適用産業部門に分類し、「北九州市産業連関表（平成 17 年表）」の 34 部門表に金額を投入して北九州市内への経済波及効果額を推計する。計算の過程で使用する逆行列係数表は、地域外との移輸出・移輸入を加味した開放型を用いる。消費転換率については総務省「家計調査年

報（家計収支編）平成 23 年」における北九州市の値（0.6405）を用い、商業マージンについては、総務省「平成 17 年産業連関表（全国表）」から求める。

(2) 北九州市内への経済波及効果額の推計結果

北九州市内への経済波及効果額を計算した結果を表 20 に示す。全国餃子祭り in 北九州開催に伴う北九州市内への総合的な経済波及効果額は、約 7 億 5300 万円という推計結果となる。なお、このうち一次波及効果は約 1 億 7800 万円、二次波及効果は約 9400 万円、これらを合わせた波及効果計は 2 億 7200 万円となる。

また、産業部門別の生産誘発額の推計結果を表 21 に示す。第三次産業を中心に、幅広い産業への波及効果が見られる。

表 20 全国餃子祭り in 北九州開催に伴う北九州市への経済波及効果額の推計結果

項目	金額 (百万円)
直接効果額	481
一次波及効果	178
二次波及効果	94
波及効果額	272
経済波及効果額	753

表 21 B - 1 グランプリ in 北九州開催に伴う北九州市内での産業部門別生産誘発額

No.	部門	生産誘発額 (百万円)		
		直接	波及	合計
01	農林水産業	0	1	1
02	鉱業	0	0	0
03	飲食料品	12	11	23
04	繊維製品	0	0	0
05	パルプ・紙・木製品	0	1	1
06	化学製品	0	2	2
07	石油・石炭製品	0	1	1
08	窯業・土石製品	0	1	1
09	鉄鋼	0	0	0
10	非鉄金属	0	0	0
11	金属製品	0	1	1
12	一般機械	0	0	0
13	電気機械	0	0	0
14	情報・通信機器	0	0	0
15	電子部品	0	0	0
16	輸送機械	0	0	0
17	精密機械	0	0	0
18	その他の製造工業製品	14	6	20
19	建設	0	6	6
20	電力・ガス・熱供給	0	13	13
21	水道・廃棄物処理	0	10	10
22	商業	10	40	50
23	金融・保険	0	26	26
24	不動産	0	29	29
25	運輸	112	39	151
26	情報通信	0	18	18
27	公務	0	2	2
28	教育・研究	0	4	4
29	医療・保健・社会保障・介護	0	3	3
30	その他の公共サービス	0	3	3
31	対事業所サービス	0	36	36
32	対個人サービス	333	16	349
33	事務用品	0	1	1
34	分類不明	0	2	2
合計		481	272	753

(3) 全国への間接効果額の推計手法

全国への直接効果額 5 億 4600 万円（北九州市内への直接効果額約 4 億 8100 万円を含む。）について、表 18 に示した費目別の適用産業部門へ分類し、総務省統計局「平成 17 年産業連関表（34 部門別）」に基づき総務省統計局が提供している分析ツールを用いて全国における間接効果額等を計算する。

(4) 全国への経済波及効果額の推計結果

全国への経済波及効果額（北九州市内への経済波及効果額を含む。）を計算した結果を表 22 に示す。全国餃子祭り in 北九州開催に伴う全国への総合的な経済波及効果額は、約 9 億 5400 万円という推計結果となる。

(5) 全国餃子祭り in 北九州開催に伴う経済波及効果推計のまとめ

以上の結果を表 23 にまとめて示す。全国餃子祭り in 北九州開催に伴う北九州市への経済波及効果額は約 7 億 5300 万円、全国への経済波及効果額は約 9 億 5400 万円と推計される。まとまった規模の経済波及効果があることが明らかとなったと言えよう。

来場者の 73.7%が北九州市内からの来訪であったことや、広域的な観光活動をほとんど誘発しなかったと想定されることを反映し、関連消費の支出先の大半が北九州市内となっており、経済波及効果については開催地である北九州市に集中する推計結果となったと考えられる。

表 22 全国餃子祭り in 北九州開催に伴う全国への経済波及効果額の推計結果

項目	金額 (百万円)
直接効果額	546
波及効果額	407
経済波及効果額	954

表 23 全国餃子祭り in 北九州による経済波及効果額の推計総括

範囲	直接効果額 (百万円)	波及効果額 (百万円)	経済波及効果額 (百万円)
北九州市	481	272	753
全国	546	407	954

なお、南（2013）で推計した B - 1 グランプリ in 北九州の経済波及効果額は、北九州市への効果額 26.5 億円であり、単純比較すると全国餃子祭り in 北九州の 3.52 倍であった。B - 1 グランプリ in 北九州の来場者数は 2 日間計 61 万人（主催者発表）であり、全国餃子祭り in 北九州の 15.4 万人の 3.96 倍であったことを勘案すると、来場者あたりでは、全国餃子祭り in 北九州は B - 1 グランプリ in 北九州と同等、あるいはそれをやや上回る経済波及効果があったと言えよう。

今後の継続的な地域活性化効果発揮に向けて

(1) まとめ及び今後の継続的な地域活性化効果発揮に向けた考察

本研究においては、全国餃子祭り in 北九州については、来場者の多くが北九州市民であったこと、来場者の総合的な満足度等が高いことからイベントとしては成功したと評価できること、北九州市及び全国にまとまった規模の経済波及効果をもたらしたと推計されること等を明らかにした。また、明らかになった課題として、会場周辺や北九州市都心部（小倉駅周辺）などには消費者の回遊がある程度見られたものの広域的な観光消費誘発は限定的であったと推定されること、来場者が多く会場混雑や購入待ち時間長期化への対応が満足度を低下させたと考えられること等が挙げられる。

全国餃子祭り in 北九州は、北九州市都心部から離れた、新たなまちづくりが進む地区と活性化が大きな課題となっている商店街が隣接した場所で開催された。こうした都市型のイベントが、都心部以外の場所で周辺の商店街と来場者が回遊する形（消費活動をイベント会場のみで囲い込まれない形）で実施され、かつ高い来場者満足度を得たことは、地域活性化の成功事例として高く評価することができるのではないかと考える。また、本イベントでは地域住民を中心に構成された実施本部が、民間中心の努力で開催にこぎ着け、多くの集客に成功して大きな事故無くイベントを終えており、こうした経験を地域住民が得たことは、今後の八幡のまちづくり推進に際し、極めて大きな力を獲得したと考える。

一方、来場者アンケートで得られた満足度や経済波及効果推計で明らかにした効果額は、あくまで一過性のものである。これは、会期が 2 日間という短期の集客イベントという性格上、やむを得ない。全国餃子祭り in 北九州の開催を今後の継続的な地域活性化効果に活かしていくための取り組みを、これから地域で工夫して取り組んでいくことがまちづくりにおいて大きな課題となる。

その課題に対応していくにあたり、本研究において得られた結果から以下のような点が指摘できる。全国餃子祭り in 北九州の開催により、八幡ぎょうざの存在は北九州市民に広く PR され、また全国的な知名度も高まったと考えられる。それにより、まず北九州市民による日常的な八幡ぎょうざの消費上昇の可能性が高まり提供店舗の経営安定化に寄与することが期待できる。また市外からの観光客等が北九州に来た際の八幡ぎょうざ消費意欲も高まり、ひいては北九州市のご当地グルメ全体の選択肢が拡大して観光面での市の魅力

も高まることが考えられる。全国餃子祭り in 北九州の開催によって生じた消費ニーズを逃さず、継続的に八幡ぎょうざの魅力を高めていく取り組みを行うことにより、八幡への持続的な経済効果が生まれることが期待できる。さらに、将来的に北九州市外の消費者が北九州を観光する主目的の一つになるまで八幡ぎょうざが成長した場合、その存在が北九州市全域へ経済効果を生み出すことになり、地域活性化に大きく貢献する。また地域住民主体による大規模イベント運営の成功経験は、八幡地域にイベント開催や食に関する様々なノウハウと人的ネットワークを定着させたと推測でき、その基盤をもとにして今後大きな地域活性化効果を挙げる可能性が広がったと言えよう。こうした可能性を持つ地域やご当地グルメに対しては、住民や民間団体の主体性を損ねない形で、行政が政策的に人的支援・財政的支援を行うことにより、一層大きな効果導出が発現することも期待できる。

今回の一過性のイベントによって生じた機会と可能性を逃さず、八幡ぎょうざの魅力を高める事業展開を民間主体で継続的に取り組むことによってイベント開催地および市内全域に持続的な経済効果を生み出すことが期待され、必要に応じ効果的な政策支援を行っていくことが今後求められる。

(2) 今後の研究課題

本研究では、「食」をテーマに開催する集客イベントの実態把握や来場者満足度分析、経済波及効果推計などに関する事例研究を蓄積した。今後はさらに事例を蓄積するとともに、別のコンセプトで開催される集客イベントとの比較研究等を行い、「食」をテーマに開催する集客イベント効果に関する理論化、および政策的支援のあり方の考察深化に取り組んでいくことが課題である。

謝辞

本研究は、2014 全国餃子サミット & 全国餃子祭り in 北九州実行委員会実施本部からの要請を受けた筆者が、北九州市立大学都市政策研究所の地域課題研究として取り組んだ結果をとりまとめたものである。来場者アンケートの実施に際しては、調査員等としてボランティアスタッフ（八幡東区の企業にお勤めの市民）および実施本部スタッフ、並びに北九州市職員の方々に御協力いただいた。アンケートに回答いただいた来場者の皆様および調査員等をお務めいただいた皆様に深謝する。

（都市政策研究所 准教授）

〔注〕

- 1) ご当地グルメの定義として明確なものは見当たらないが、例えばB - 1 グランプリを主催する一般社団法人愛Bリーグ（ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会）では、「ご

当地グルメとは、安くて旨くて地元の人に愛されている地域の名物料理のことを言います。」と定義している。

- 2) 実施本部から依頼を受け、アンケート調査票の設計、現地での調査統括、集計分析作業を行ったが、これらに対して実施本部から委託金の支払い等は受けておらず、第三者機関としての客観性を担保して実施したものである。なお、来場者アンケートにおいて来場者に回答依頼・回収を行う調査員については、実施本部からボランティアスタッフを配置いただいた。
- 3) 10 団体の具体名は、宇都宮餃子会、津山餃子お知らせ隊、すそのギョーザ倶楽部、伊那餃子会、加古川ホルモン餃子やみつき会、福島餃子の会、津ぎょうざ協会、かわさき餃子舗の会、浜松餃子学会、八幡ぎょうざ協議会。
- 4) 2014 全国餃子サミット & 全国餃子祭り in 北九州実行委員会 (2014) p.2 参照。
- 5) 例えば、西日本新聞 (2014 年 8 月 7 日) 「餃子サミット」「餃子祭り」 女子大学生 22 人 PR チーム結成」など。
- 6) 産業連関表は 5 年ごとに作成されるものであり、2014 年 12 月時点では 2012 年に公表された「平成 17 年表」が最新のものである。

〔参考文献〕

- 2014 全国餃子サミット & 全国餃子祭り in 北九州実行委員会 (2014) 「2014 全国餃子サミット開催記念 全国餃子祭り in 北九州 ~ 八幡ギョウザ・ワールド ~ 公式ガイドブック」
- 2014 全国餃子サミット & 全国餃子祭り in 北九州実行委員会 (2014) 「2014 全国餃子サミット開催記念 全国餃子祭り in 北九州 ~ 八幡ギョウザ・ワールド ~ 実施報告書」
- 2014 全国餃子サミット & 全国餃子祭り in 北九州実行委員会 Web サイト
<http://summit.yahatagyouza.com/> (2015 年 1 月 31 日時点)。
- 秋吉一郎 (2012) 「B - 1 グランプリ in 姫路の観光消費による経済波及効果の推計」、兵庫県立大学 『商大論集』 64(1)、pp.57-75。
- 一般社団法人愛Bリーグ (ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会) Web サイト
<http://www.ai-b.jp/> (2015 年 1 月 31 日時点)。
- 国土交通省国土地理院 地理院地図 (電子国土 Web) Web サイト
<http://maps.gsi.go.jp/> (2015 年 1 月 31 日時点)。
- 総務省 (2012) 「家計調査年報 (家計収支編) 平成 23 年」。
- 総務省 Web サイト 「産業連関表」 ページ
http://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/data/io/index.htm (2014 年 12 月 1 日時点)。
- 南博 (2013) 「B - 1 グランプリ in 北九州への来場者の評価および開催に伴う経済波及効果に関する研究」、北九州市立大学 『都市政策研究所紀要』 No.7、pp.75-98。