食と地域経済

日本全国各地で、B級グルメをまちおこしに積極的に活用していこうという動きが見られる。そこで、本レポートでは2006年から開催されている「B-1グランプリ」に着目し、B級ご当地グルメは地域経済にどのような貢献を果たすのか、以下に述べていく。

B級グルメとB-1グランプリ

「B級グルメ」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指す。』と定義されている料理のことである。まちおこしを目的に、地場の食材を使って開発された創作料理を「ご当地グルメ」と呼ぶが、このご当地グルメとB級グルメが同義で捉えられるほど、近年B級グルメが脚光を浴びている。

このことを象徴するイベントが、B級グルメ人気の火付け役になったとされるB-1グランプリである。B級グルメのNo.1を決めるイベントのように解釈されているが、実はそうではない。第1回の主催者が現在の愛Bリーグではなく、八戸せんべい汁研究所だったことからもわかるとおり、ご当地B級グルメを通して地域をPRすることを本来の目的とする。愛Bリーグは、B-1グランプリを「まちおこし活動の日本一を競うイベント」と定義している。

B-1グランプリが地域にもたらす経済効果

近年のB-1グランプリの盛り上がりは、次のページの表に示すとおり、第1回（2006年）の来場者数17,000人が第7回（2012年）には610,000人に増えたことを見ても明らかである。

また、ゴールドグランプリ獲得地域およびB-1グランプリ開催地域の経済効果については、次のようなデータがある。

* ゴールドグランプリ獲得地域の経済効果（試算）
* 富士宮やきそば（第1回・第2回）：約217億円（2001年～2006年）
* 厚木シロコロ・ホルモン（第3回）：約30億円（2008年11月～2009年1月）
* B-1グランプリ開催地域の経済効果（試算）
* 第4回B-1グランプリ（秋田県横手市）：約13億円
* 第5回B-1グランプリ（神奈川県厚木市）：約36億円（大会開催中2日間）



経済効果の主な内訳

B-1グランプリがメディアに取り上げられることにより、地域に次のような効果が生まれた。

**ゴールドグランプリ獲得地域・B-1グランプリ開催地域への経済効果**

過去の開催結果

今までのB-1グランプリの開催結果は、次のとおりである。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 開催回 | 開催日程 | 開催地 | 来場者数 | ゴールドグランプリ |
| 第1回 | 2006年2月 | 青森県八戸市 | 17,000人 | 富士宮やきそば（静岡県富士宮市） |
| 第2回 | 2007年6月 | 静岡県富士宮市 | 250,000人 | 富士宮やきそば（静岡県富士宮市） |
| 第3回 | 2008年11月 | 福岡県久留米市 | 203,000人 | 厚木シロコロ・ホルモン（神奈川県厚木市） |
| 第4回 | 2009年9月 | 秋田県横手市 | 267,000人 | 横手やきそば（秋田県横手市） |
| 第5回 | 2010年9月 | 神奈川県厚木市 | 435,000人 | 甲府鳥もつ煮（山梨県甲府市） |
| 第6回 | 2011年11月 | 兵庫県姫路市 | 515,000人 | ひるぜん焼そば（岡山県真庭市） |
| 第7回 | 2012年10月 | 福岡県北九州市 | 610,000人 | 八戸せんべい汁（青森県八戸市） |
| 第8回 | 2013年11月 | 愛知県豊川市 | 581,000人 | なみえ焼きそば（福島県双葉郡浪江町） |
| 第9回 | 2014年10月 | 福島県郡山市 | 453,000人 | 十和田バラ焼きゼミナール（青森県十和田市） |
| 第10回 | 2015年10月 | 青森県十和田市 | 334,000人 | 熱血!!勝浦タンタンメン船団（千葉県勝浦市） |

まとめ

B-1グランプリをきっかけに全国的な情報発信が可能となることで、B級ご当地グルメそのものに限らず地域への注目度が高まり、多くの人を呼び込むことに成功していると考えられる。

成功事例が示すようにB-1グランプリの果たす役割は大きく、その効果に期待する多くの市民団体が、B級ご当地グルメをまちおこしの起爆剤にしようと取り組んでいる。

今後のB-1グランプリの展開および参加団体のまちおこし活動に引き続き注目していきたい。

引用文献：