北本市観光協会
KITAMOTO TOURISM ASSOCIATION

北本市観光協会発
平成２７年１１月１４日
担当：北本市観光協会 時田
電話：048-591-1473

報　道　機　関　　各位

全国ご当地カレーグランプリの北本トマトカレーに関する

記者＆ブロガー会見を行いました

１１月に開催される『土浦カレーフェスティバル２０１５ C-1 グランプリ』に向けて、初優勝（過去２年連続準優勝）を狙う北本トマトカレーからいくつかご報告と発表をいたしました。
なお、観光協会によるブロガー会見は２度目の試みとなります。

１　**実施日時**　平成２７年１１月１３日（金）
記者会見　午後６時１５分から午後６時４５分
ブロガー会見　午後７時００分から午後７時３０分

２　**会　　場**　北本市文化センター　第１・２会議室

３　**参 加 者**　市民ブロガー　１５名程度

４　**主　　催**　北本市観光協会、北本トマトカレーの会

土浦 C-1 グランプリへの参加について

北本トマトカレーの会は、１１月２８・２９日（土・日）に開催される「土浦カレーフェスティバル C-1 グランプリ」に３年連続で参戦します。北本トマトカレーは、本大会で一昨年、昨年と連続して準優勝と高評価をいただいてきました。今年は初めてのグランプリを狙います。

１　イベント内容

- 名　称　　第１２回土浦カレーフェスティバル C-1 グランプリ
- 日　時　　平成２７年１１月２８・２９日（土・日）
  午前１０時から午後３時
- 場　所　　土浦市川口運動公園陸上競技場

２　ご当地カレーグランプリ

- 日本全国から３０以上のご当地カレーが集結し、ご当地カレーグランプリを決定します。

３　過去のグランプリ

- ２０１４年優勝　幻の飯村牛とレンコンのビーフシチューカレー（土浦市内業者）
  準優勝　北本トマトカレー
- ２０１３年優勝　幻の飯村牛とレンコンのビーフシチューカレー（土浦市内業者）
  準優勝　北本トマトカレー

４　初優勝に向けた秘策

(1) オリジナルカレールゥの使用（会見資料２参照）
(2) オリジナルレシピの改良

担当
北本市観光協会　時田
電話：048-591-1473
Mail：info@machikan.com

本格的なカレーがいっぱいで僕もビックリ!!

第12回 土浦カレーフェスティバル

TSUCHIURA CURRY FESTIVAL

11月28日(土)・29日(日) 10:00~15:00

川口運動公園陸上競技場にて開催!!

全国のご当地カレーがやって来る!

北海道から九州まで全国のご当地カレーが大集合！
おなじみの「よこすか海軍カレー」(神奈川県) や、
「富良野オムカレー」(北海道)、「北本トマトカレー」(埼玉県)、
「黒部ダムカレー」(長野県)、「門司港焼きカレー」(福岡県)のほか、
初参戦のご当地カレーも多数出店予定！

同時開催イベント

- 11/28 SAT れんこんフェスタ2015
- 11/29 SUN ご当地キャラまつりin土浦

カレーNo.1決定戦 C-1グランプリ開催

全国の名だたるご当地カレーと、土浦のカレー
「つちうらカリー物語」がナンバー1を掛け競い合う！
お気に入りのカレーに一票を！

美味しいカレーで皆様のお越しをお待ちしていま～す♪

つちまる

ご当地・B級グルメが大集合

「富士宮焼きそば」や「三崎まぐろラーメン」、
「山形の芋煮」「北茨城のあんこう鍋」など
県内外のご当地グルメ、B級グルメを食べつくそう！

Access

会場周辺への路上駐車は、固くお断りします。
無料駐車場が満車の場合、
土浦駅周辺の有料駐車場をご利用ください。

主催：土浦市　土浦市食のまちづくり推進協議会　共催：土浦商工会議所　協賛：(一社)土浦市観光協会
お問い合わせ：土浦市食のまちづくり推進協議会事務局 (土浦市産業部商工観光課) 土浦市下高津2-7-36 TEL029-826-1111(内7604)

※画像はイメージです。実際の商品とは異なる場合があります。

企業コラボ
「日本一の北本トマトカレー（フレークタイプ）」の販売を開始します

北本トマトカレーの会は、県内スパイス業者である井上スパイス工業（上尾市）とのコラボレーションにより、特製のカレールゥを開発しました。香りとコクが高まり、植物油を使用した胃もたれのしないカレーになります。ご家庭で気軽に日本一のご当地カレーをお楽しみいただけます。

１　共同企業について

・　井上スパイス工業株式会社　（上尾市上野４９１−１）

さまざまな組み合わせで深い味わいが楽しめるスパイス。創業以来約４０年にわたり、その魅力を伝えてきた井上スパイスでは、化学調味料、着色料、合成添加物を使用しないこだわりのカレーが人気。上尾名物である「アッピーカレー」をはじめ、ご当地カレーとのコラボも多くの実績がある。

２　商品情報

・　商品名　『日本一の北本トマトカレー（フレークタイプ）』
・　内容量　１６０ｇ（６皿分）

３　販売価格等

・　販売価格　５７０円（税込）予定
・　販売場所　北本市観光協会、北本トマトカレー提供店舗（一部）
・　販売開始日　平成２７年１１月２８日（土）土浦 C-1 グランプリ会場
＊北本市内では１１月３０日（月）から販売開始

４　開発者の声

・　トマトの酸味と甘みを引き出しつつ、スパイスの香りも楽しんでいただけるカレールゥになりました。また、化学調味料・乳化剤・着色料・添加物・保存料不使用で身体に優しいカレーです。

担当
北本市観光協会　時田
電話：048-591-1473
Mail：info@machikan.com

井上スパイス工業　松田
電話：048-725-7948

日本一の
北本トマトカレーの会『直伝』
北本
トマト
カレー
フレークタイプ
中辛 内容量160g（6皿分）

オモテ

北本トマトカレー三か条
①ライスをトマトで赤くすること
②ルーにトマトを使用すること
③トッピングにトマトを使用すること
調理例
よこすかカレーフェスティバル2014 全国ご当地カレーグランプリ【優勝】レシピを再現
【材料（6皿分）】
本品1袋
合挽き肉100g、豚こま肉150g
玉ねぎ300g（中2個）
人参150g（大1個）
水500～700cc
カットトマト缶400g（1缶）
又はざく切りトマト400g（大2個）
炒め油大さじ2
【作り方】
❶野菜をみじん切りし、鍋にサラダ油を熱して玉ねぎ、人参の順に炒める。野菜がしんなりしてきたら、合挽き肉、豚こま肉の順に加え炒める。❷水400ccを加え沸騰したらアクを取り、カットトマト缶又はざく切りトマトを加え、人参が柔らかくなるまで煮る。❸いったん火を止め水200ccを入れてから、本品を加えて溶かす。❹再び弱火で15～20分煮込んで出来上がり。
●名称：カレールゥ（フレーク状）●小麦粉、食用油脂（パーム、米、ラード）、トマトペースト、食塩、カレー粉、オニオンパウダー、粗糖、にんにく、ポークエキス、はちみつ、チャツネ、ウスターソース、ガラムマサラ、ジンジャー、酵母エキス、（一部に豚肉、りんご、バナナを含む）●内容量：160g ●賞味期限：この面の上部に記載●保存方法：直射日光・高温多湿を避けて保存
●販売者：特定非営利活動法人北本市観光協会（北本トマトカレーの会）埼玉県北本市西高尾1-249
●製造者：井上スパイス工業㈱ 埼玉県上尾市上野491-1
トマトライス、トッピングもつくろうトマ！
作り方は→http://tomato-curry.com
一皿（26g）当たりの栄養成分
エネルギー 119kcal
水分 3.09g
粗たんぱく質 1.95g
粗脂肪 7.44g
灰分 2.52g
炭水化物 11.0g
食塩相当量 2.29g
アレルギー物質 小麦、豚肉、りんご、バナナ
4 589951 250024
袋
ラベル

ウラ

手軽に日本一の味を楽しむなら

レトルトタイプ

ご家庭でアレンジを楽しむなら

フレークタイプ

SAITAMA 埼玉県 ご当地カレー

日本一の 北本トマトカレー シリーズ

好評発売中

よこすか カレーフェスティバル 優勝 全国ご当地カレーグランプリ 2014

日本一の
北水
トマト
カレー
フレークタイプ
日本一の
北水
トマト
カレー
フレークタイプ
日本一の
日本一の

「北本トマトカレー」による
地域活性化効果について

北本トマトカレーの会は、北本トマトカレーが誕生した平成２４年４月から現在までの地域活性化効果について、県内の経済波及効果と、各種メディアによる宣伝効果をまとめました。それらを合計すると、２億５千６百万円の効果を生み出したことがわかりました。

１　推計・分析対象について

（１）飲食店及びイベントでのトマトカレー売上げによる県内の経済波及効果
（２）北本トマトカレー関連商品の売上げによる県内の経済波及効果
（３）各種メディアによる宣伝効果

担当
北本市観光協会　時田
電話：048-591-1473
Mail：info@machikan.com

「北本トマトカレー」による
地域活性化効果

調査報告書

平成２７年１０月

北本トマトカレーの会

《 要 旨 》

飲食店及びイベントでの売上げによる
県内の経済波及効果は１億４千万円

- 北本トマトカレーは平成２４年４月の誕生以来、平成２７年９月まで約１３万６千食提供された（注１）。
- 累計売上高は約９４百万円。原材料の需要増加、それに伴う所得上昇による消費効果といった県内の経済波及効果は１億４千万円（注２）。
- サービス業や商業などを中心に県内で２１人の雇用が創出される。

北本トマトカレー関連商品の売上げによる
県内の経済波及効果は７千万円

- 北本トマトカレーレトルト商品（３商品）が約２万７千食販売された。
- 山崎製パンとの共同開発による「ベイクドトマトカレーパン」が約３１万食販売された。
- 北本トマトカレー関連商品の売上高は４千８百万円。これによる県内の経済波及効果は７千万円（注３）。
- 農業を中心に県内で６人の雇用が創出される。

各種メディアによる宣伝効果は４千６百万円

- 北本トマトカレーの普及に向けた会の取り組みは、新聞、テレビなど多くのメディアで報道されることにより、北本市の PR に貢献している。
- これを宣伝効果として、広告費に換算すると４千６百万円

（注１）集計対象は、北本トマトカレーの会に加盟している１５店舗。

（注２、３）経済波及効果の計算には埼玉県の「平成２０年埼玉県産業連関表」を使用した。

Ⅰ　地域活性化効果の推計方法

１　推計対象期間

北本トマトカレー（以下「トマトカレー」）が誕生した平成２４年４月から平成２７年９月までの期間としました。

２　推計・分析対象の範囲

トマトカレーの地域活性化効果に係る推計・分析対象は以下のとおりです。

（１）飲食店及びイベントでのトマトカレー売上げによる県内の経済波及効果（注）

トマトカレーは平成２４年の誕生以来、平成２７年９月までに約１３万６千食が提供されました。原材料の多くが北本市産を中心とする県産品であるため、トマトカレーは飲食店のみならず原材料を供給する県内産業（農業、食品加工業など）にも多くの経済的影響をもたらしています。

こうした影響を“金額”という形で定量化するため、北本トマトカレーの会（以下、会）に加盟している１５店舗の売上げ及び「埼玉Ｂ級ご当地グルメ王決定戦」をはじめとする各種ご当地グルメイベントの売上げによる経済波及効果を推計しました。

（２）北本トマトカレー関連商品の売上げによる県内の経済波及効果

トマトカレー関連商品として、３種類のレトルト商品を全国で約２万７千食販売しました。また、山崎製パンとの共同開発による「ベイクドトマトカレーパン」は全国で約３１万食販売しました。トマトカレー関連商品にも多くの県産原材料が使用されており、これに伴う経済的影響が大きいと考えられます。このため、トマトカレー関連商品の売上げによる県内の経済波及効果も推計しました。

（３）各種メディアによる宣伝効果

トマトカレー普及に向けた会の取り組みは、新聞、雑誌、テレビ、ラジオなど多くのメディアで報道されることにより、北本市の PR に貢献しています。これはメディアに無料で宣伝してもらっていることと同じです。このため、広告費に換算（記事の掲載面積、放送された時間による）した金額を宣伝効果として推計しました。

経済波及効果とはある産業部門で最終需要が発生したとき、産業間の取引を通じて他の産業にも次々生産を誘発していくことであり、一般に生産誘発額合計を指す。経済波及効果は①直接効果、②一次波及効果、③二次波及効果の３つから構成されているが、それぞれの定義は以下のとおり。

① 直接効果：最終需要によって県内で誘発される生産額。

② 一次波及効果：直接効果によって新たに必要となる原材料等の需要に対応するために県内で誘発される生産額。

③ 二次波及効果：直接効果と一次波及効果による雇用者所得増加を通じて消費需要が増加したことにより県内で誘発される生産額。

Ⅱ　地域活性化効果の推計結果

1　飲食店及びイベントでのトマトカレー売上げによる県内の経済波及効果

推計期間（平成２４年４月～平成２７年９月）における累計提供数は約１３万６千食。これに平均単価を乗じて算出した売上高は９千４百万円となりました（図表１）。

図表１　北本トマトカレーの提供数

	店舗	イベント等	合計
提供数（食）	95,000	41,000	136,000
売価（円）	830	380	–
売上高（千円）	78,850	15,580	94,430

（注）提供数は北本トマトカレーの会提供資料から計算。

上記売上高を基に県内における経済波及効果を推計すると、直接効果が９千４百万円、１次波及効果が２千７百万円、二次波及効果が２千２百万円となり、合計で１億４千万円と累計売上高に対し約１．５倍の経済波及効果が見込まれます（図表２）。また、サービス業や商業などを中心に県内で２１人の雇用を誘発するという結果となりました。

図表２　飲食店及びイベントでの売上げによる経済波及効果　　（千円、人）

項目	直接効果	一次波及効果	二次波及効果	合計
生産誘発額	94,430	27,119	22,257	143,806
粗付加価値誘発額	46,304	14,009	15,089	75,402
雇用誘発数	–	–	–	20.9

2　北本トマトカレー関連商品の売上げによる県内の経済波及効果

トマトカレー関連商品である、３種類のレトルト商品の販売数は約２万７千食、売上高は１４百万円となりました。また、山崎製パンとの共同開発による「ベイクドトマトカレーパン」の販売数は約３１万食、売上高は３千４百万円となりました（図表３）。

図表３　北本トマトカレー関連商品の販売実績

	レトルト商品	ベイクドトマトカレーパン	合計
販売数（食）	27,000	313,000	340,000
売価（円）	510	110	–
売上高（千円）	13,770	34,430	48,200

（注）提供数は北本トマトカレーの会提供資料から計算。

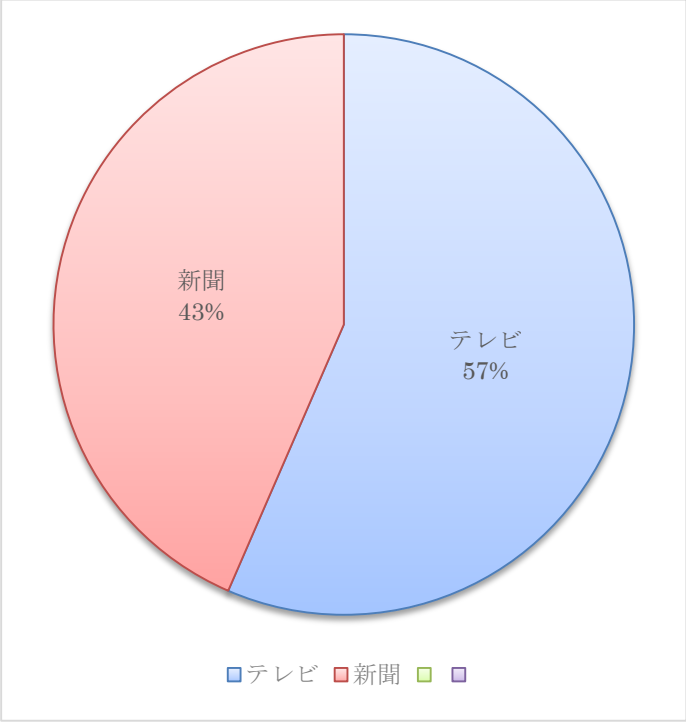
これによる経済波及効果を推計したところ、直接効果が４千４百万円、一次波及効果が１千４百万円、二次波及効果が１千２百万円となり、合計で７千万円と、トマトカレー関連商品売上高の約１．４倍の経済波及効果が見込まれます（図表４）。また、農業をはじめとして県内で６人の雇用を誘発するという結果となりました。

図表４　北本トマトカレー関連商品の売上げによる経済波及効果　　（千円、人）

項目	直接効果	一次波及効果	二次波及効果	合計
生産誘発額	44,396	13,597	11,637	69,630
粗付加価値誘発額	20,956	6,531	7,890	35,377
雇用誘発数	－	－	－	5.6

３　各種メディアによる宣伝効果

各種メディアで報道されたことによる宣伝効果は、「代替法（自ら広告費を支払って掲載した場合の金額に置き換える）」により推計しました。推計方法は、①記事面積や放送時間を集計、②それぞれについて面積・時間当たり広告費を乗じる、の２段階で行いました。

その結果、各種メディアによる宣伝効果は４千６百万円（新聞：２千万円、テレビ：２千６百万円）となりました（図表５）。

図表５　宣伝効果のメディア別内訳