

「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「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

