

釧路ラーメンフェスティバル（ら・フェスタ2005）

# イベント開催効果調査研究報告書

平成17年11月

釧路公立大学地域経済研究センター

## はじめに

地域の独自の風土で培われた食の魅力を地域自らが再認識することから、地域再生の新たな価値創造は生まれます。

釧路には、細く縮れた麺にあっさり味のスープという、札幌でもない、旭川でもない、函館でもない、独自の「釧路ラーメン」があり、これをまちづくりに活用していこうと、2000年から浪花町十六番倉庫で市内のラーメン店を一堂に集めた「釧路ラーメンれんが横丁」が開催されてきました。また、ラーメン店主と市民ボランティアによる「市民とラーメン店主の会～釧路ラーメン麺遊会～」の設立、全国の有名ラーメン店主を招いての講演会やシンポジウムを行った「ら・フェスタ2003」の開催と、釧路ラーメンによるまちづくりは着実に前進してきました。

そして、今年は浪花町十六番倉庫を卒業し、釧路フィッシャーマンズワーフMOOにて、地元ラーメン店14店に加え、道外の有名ラーメン店3店を招いて「ら・フェスタ2005」を開催するに至りました。

釧路ラーメンのもつ、やさしい温かな味わいは、釧路の生活、産業、風土が生み出した地域の文化といえます。その魅力を再発見し、醸成していくことは、地域の新たな価値を創造していくことでもあります。

そこで、地域経済研究センターでは、当センターの自主調査研究活動の一環として、「ら・フェスタ2005」の総合的なイベント開催効果を把握するための調査研究を実施しました。すなわち、「ら・フェスタ2005」会場内にて、来場者に対して面接によるアンケート調査等を行い、釧路ラーメンやこのイベントの意義などについての住民意識、さらに観光客の意識を探るとともに、イベントの経済波及効果についても推計を行いました。

本調査研究が、「ら・フェスタ2005」にかかわった皆様方の励みになり、また、これからの釧路ラーメンと釧路におけるまちづくり活動の展開に微力ながら役立つことを期待しております。

最後に、会場での面接アンケート調査にご協力をいただいた実行委員会及び釧路市観光振興室の皆さんにお礼を申し上げます。また、本調査研究にご支援をいただいた釧路信用組合には心より感謝申し上げます。

平成17年11月

調査研究プロジェクト代表

釧路公立大学地域経済研究センター長

小磯 修二

## 目 次

I アンケート調査の概要 .....	1
1. アンケート調査結果の概要 .....	3
2. 各質問項目の結果について .....	4
II 「ら・フェスタ2005」の経済波及効果について .....	15

## I アンケート調査の概要

### ◎調査目的

「ら・フェスタ2005」による経済波及効果を探るとともに、釧路ラーメンによる地域ブランドの創出効果、さらに釧路地域内（以下、域内とは、調査時点での釧路市・釧路町・阿寒町・音別町を指す）在住者の意識醸成効果等を探る。

### ◎調査対象者

「ら・フェスタ2005」来場者

### ◎調査方法

調査員による聞き取り調査（面接調査）

### ◎調査日程

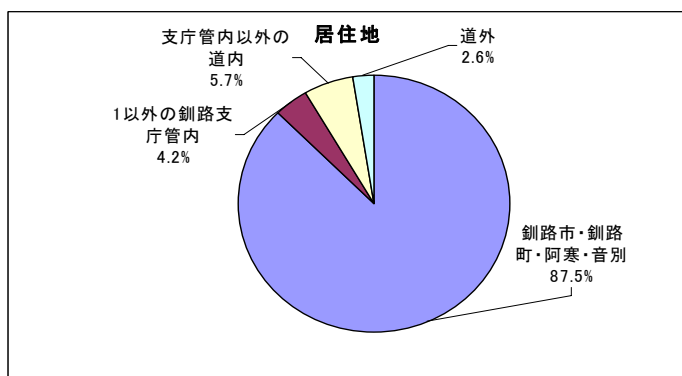
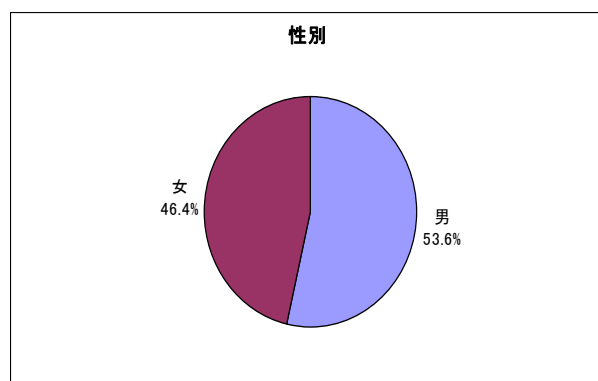
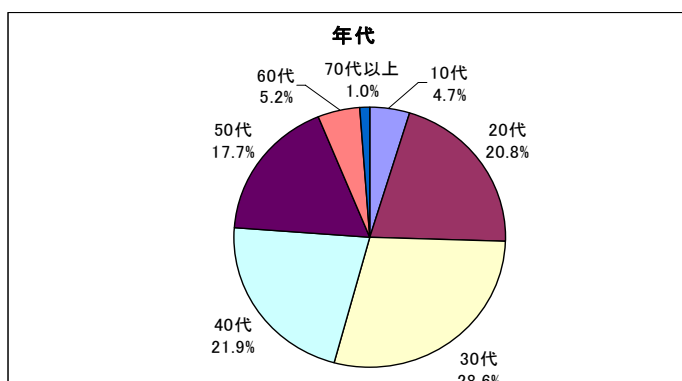
2005年10月1日（土）、2日（日）

### ◎サンプル数

192サンプル

### ◎対象者の属性

調査対象者の属性は、年代では「30代」が最も多く28.6%となっており、ついで「40代」の21.9%、「20代」の20.8%、「50代」の17.7%と続く。性別は、「男性」が53.6%とやや女性よりも多かった。また、居住地は、域内の「釧路市・釧路町・阿寒町・音別町」が87.5%と最も多いが、「それ以外の釧路支庁管内」も4.2%、「釧路支庁管内以外の北海道内」も5.7%、「北海道外」も2.6%となっており、数は少ないものの、道内外からの来場者が見られていたことが分かる。



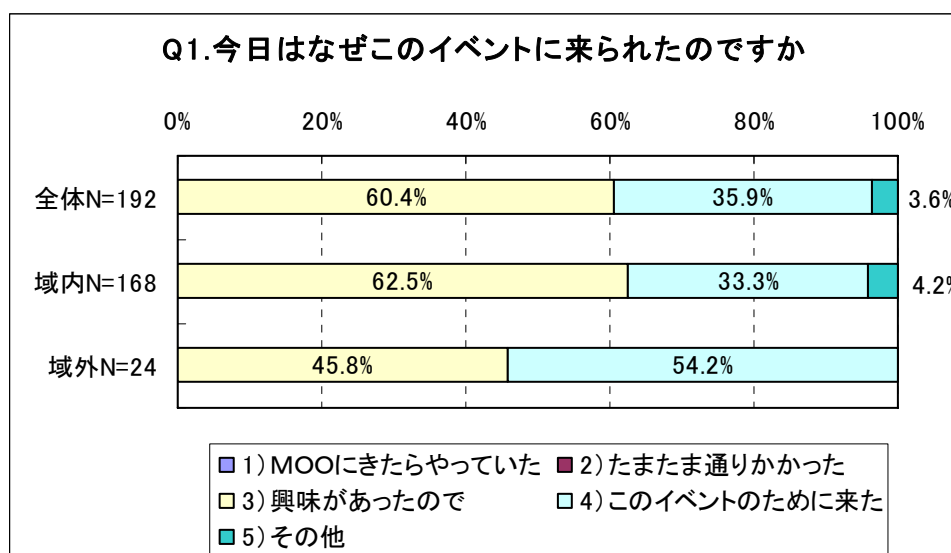
## 1. アンケート調査結果の概要

- ◎ 「ら・フェスタ2005」開催を知らずに来場した人は少なく、ほとんどが興味を持ってこのイベントに来場した。
- ◎ イベントでは一人当たり1.78杯のラーメンを食べていた
- ◎ 地元以外の方は6割以上が予想以上の味とおいしさを評価
- ◎ 釧路ラーメンは来訪理由の一要素になるとともに、観光客によつての食事の一つの選択肢になる
- ◎ 地元住民にとって釧路ラーメンの魅力は「あっさり味」と「ちぢれ麺」
- ◎ 浪花町十六番倉庫のラーメンれんが横丁、麺遊会とともに地元住民に高い認知度
- ◎ 「ら・フェスタ2005」を大いに評価する人が8割以上
- ◎ 釧路ラーメン普及活動も地元住民の9割以上が評価
- ◎ 釧路ラーメンは釧路らしい食べ物としてすっかり定着
- ◎ 観光や地域ブランド創出のために釧路らしい食を育てていくことが必要

## 2. 各質問項目の結果について

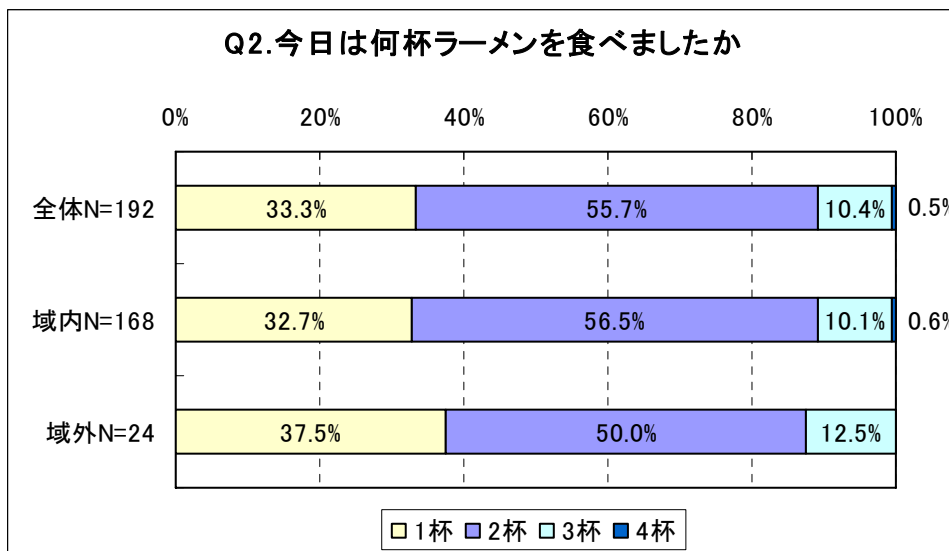
### (1) 来場理由～ほとんどの人が興味を持ってイベントのために来場

「今日はなぜこのイベントに来られたのですか」との質問については、「MOOにきたらやっていたので寄ってみた」「たまたま近くを通りかかったらやっていたので寄ってみた」と回答した人はおらず、「このイベントがあることを知り興味があったので来てみた」「釧路ラーメンが大好きで、わざわざこのイベントのためにやってきた」と回答した人がほとんどだった。特に、域外在住者（釧路市・釧路町・阿寒町・音別町以外の釧路支庁管内在住者、釧路支庁管内以外の北海道内在住者、北海道外在住者。以下、域外とはすべて同じ対象者を指す）では、サンプル数は24と少ないものの、54.2%がわざわざこのイベントのためにやってきており、少数ではあるが、釧路ラーメンが来訪意向につながることを示している。



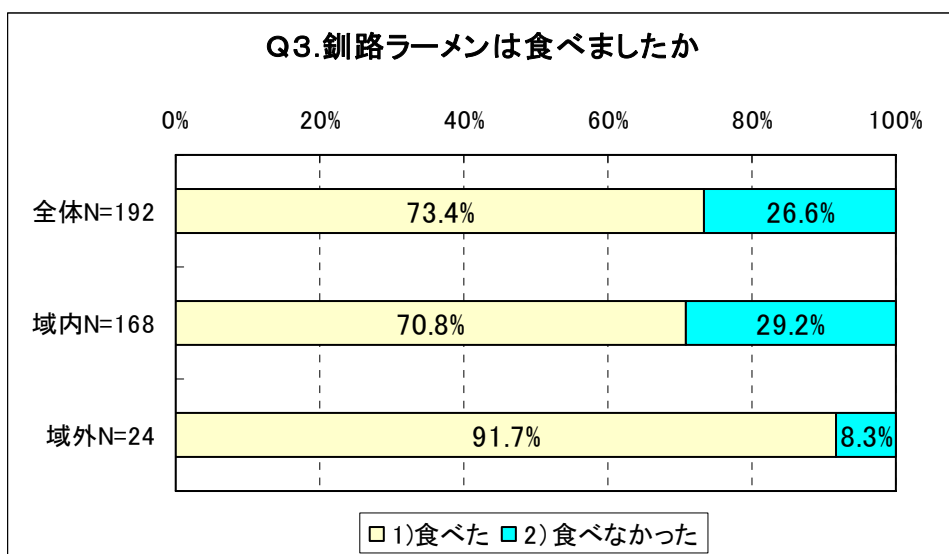
(2) 食べたラーメンの杯数～一人当たり 1.78 杯のラーメンを食す

「今日は何杯ラーメンを食べましたか」の質問では、1、2杯と回答する人が多く、一人当たり平均杯数を算出したところ、1.78杯となった。



(3) 釧路ラーメンは食べたか～全体で7割以上、域外在住者は9割以上

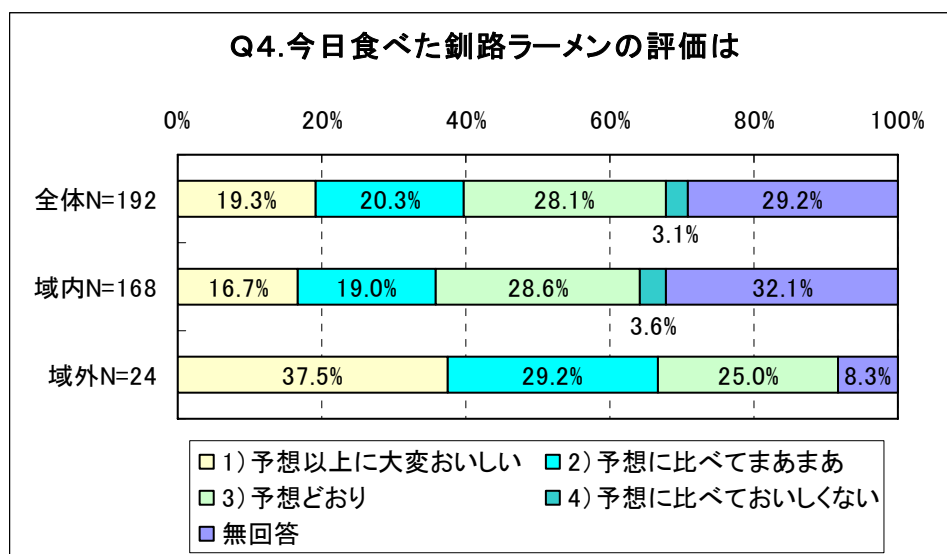
「釧路ラーメンは食べましたか」の質問では、73.4%が釧路ラーメンを食べたと回答した。域内在住者では、29.2%が食べなかったと回答しているが、地元店ではいつでも食べられるため、招待店のラーメンを食べたという声が多く見られた。





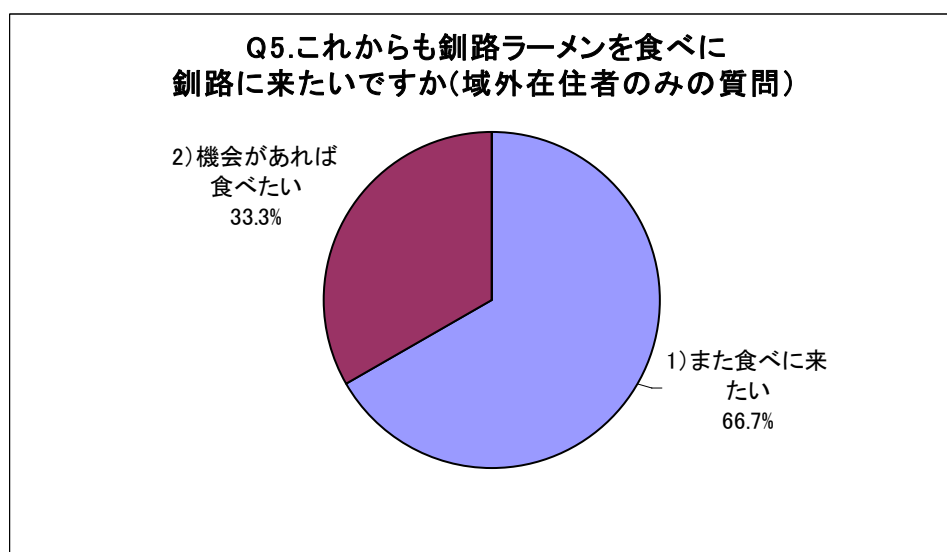
(4) 釧路ラーメンの評価は～域外在住者は予想を上回るおいしさの評価

釧路ラーメンの味の評価は、回答を得られない人もいたが、「予想以上に大変おいしかった」が19.3%、「予想に比べてまあまあおいしかった」が20.3%、「予想どおり」が28.1%とまずまずの評価を得られたといえる。特に域外在住者では「予想以上に大変おいしかった」が37.5%、「予想に比べてまあまあおいしかった」が29.2%と6割以上が期待を上回る評価を得たと見られる。



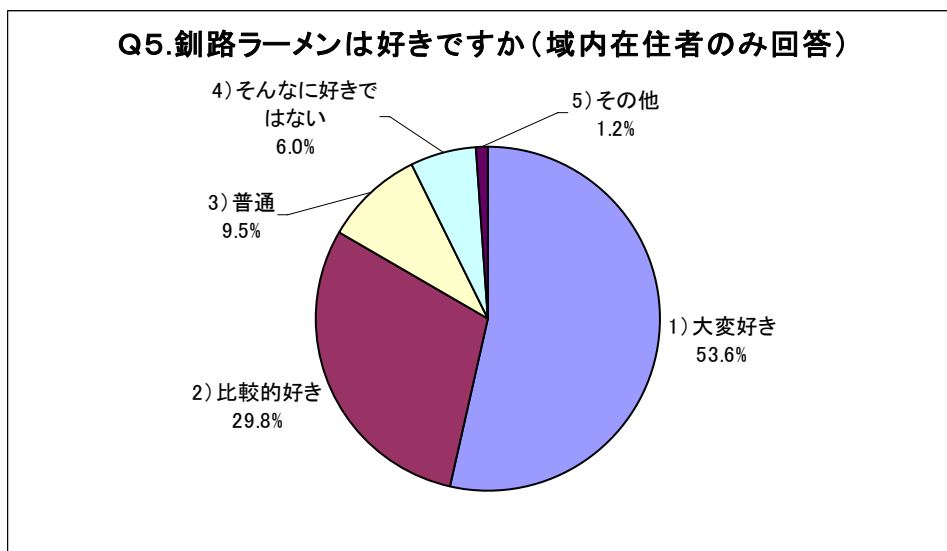
(5) また食べに来たいか～釧路ラーメンが来訪意向の一要素に

域外在住者にのみ「これからも釧路ラーメンを食べに釧路に来たいですか」と質問したところ、「釧路ラーメンを食べにまた来たい」が66.7%、「釧路に来る機会があれば釧路ラーメンを食べたい」が33.3%と、釧路ラーメンが来訪意向の一つの要素になるとともに、観光客の食事の一つの選択肢になることが分かった。



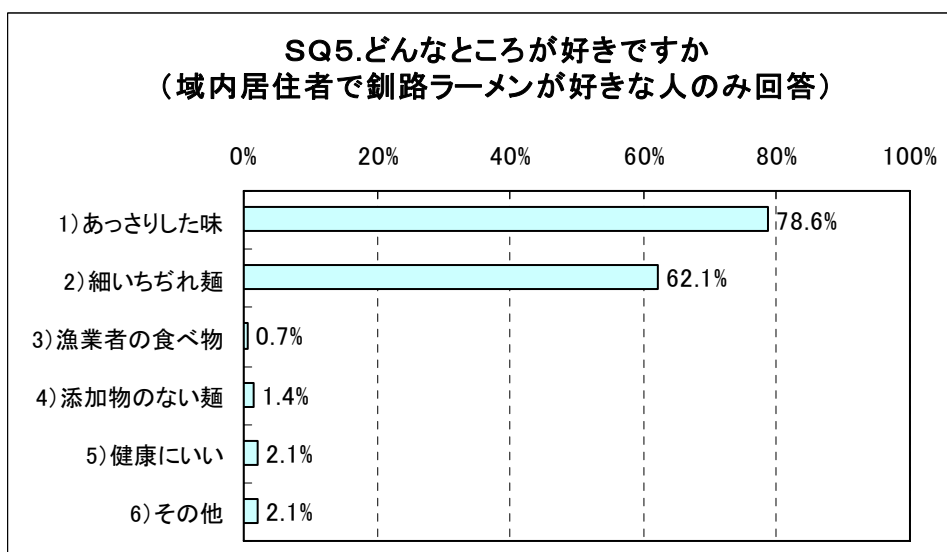
(6) 釧路ラーメンは好きか～8割以上が好き

興味をもって来場した人がほとんどのため、ラーメン好きが多いことが想定されるが、域内在住者にのみ「釧路ラーメンは好きですか」と質問したところ、「大変好き」が53.6%、「比較的好き」が29.8%と8割以上が好きと回答した。



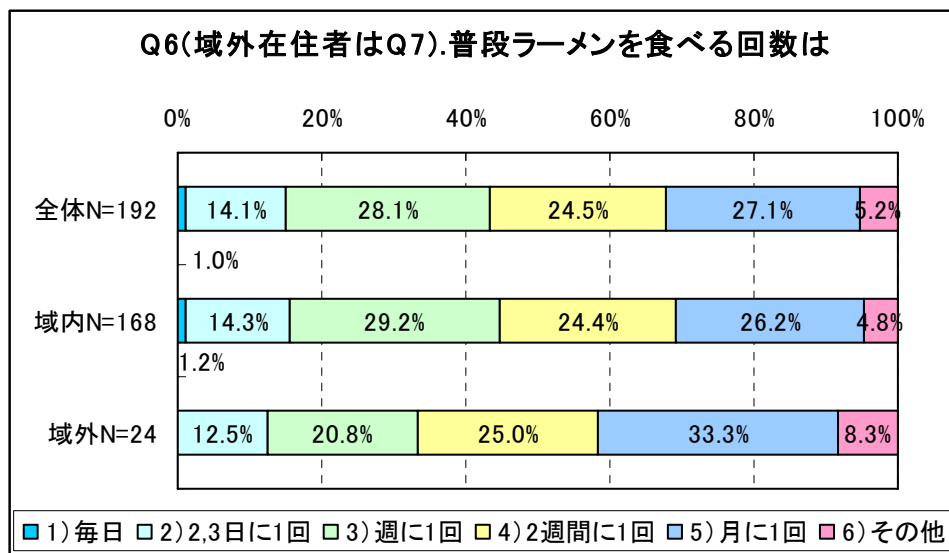
(7) どんなところが好きか～あっさり味と、細いちぢれ麺

釧路ラーメンが「好き」「比較的好き」と回答した人に「どんなところが好きですか」と質問したところ、「あっさりした味」が78.6%、「細いちぢれ麺」が62.1%と、釧路ラーメンの特徴を挙げる回答者が多かった。



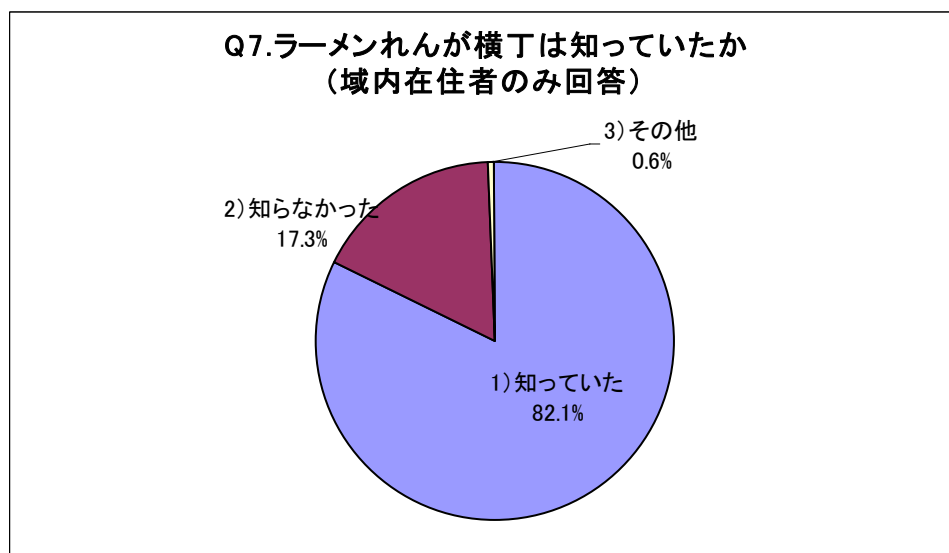
(8) 普段ラーメンを食べる回数～ラーメンはすっかり食生活に定着

普段ラーメンを食べる回数を質問したところ、「毎日」と回答した人がわずかにいるほか、「2, 3日に1回」が14.1%、「週に1回」が28.1%、「2週間に1回」が24.5%と、食生活の中にラーメンが定着している対象者が多かった。



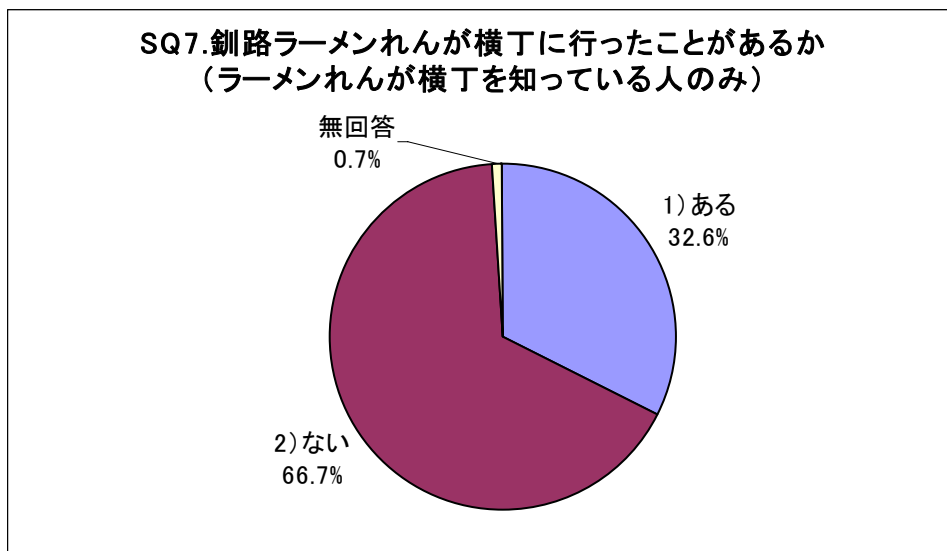
(9) ラーメンれんが横丁の認知～8割以上の高い認知率

域内在住者に浪花町十六番倉庫でのラーメンれんが横丁の認知を聞いたところ、82.1%が「知っていた」と回答し、高い認知率であることが分かった。



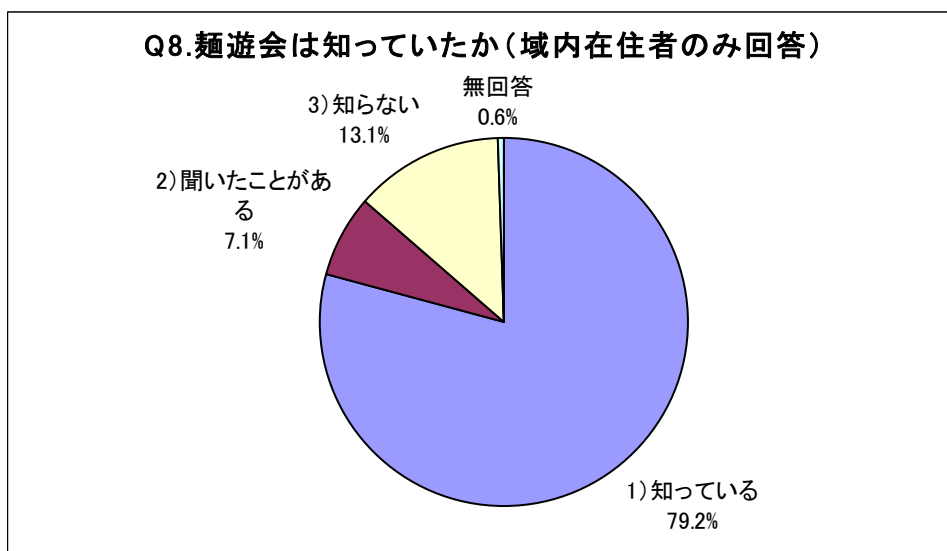
(10) ラーメンれんが横丁の来訪経験～来訪経験者は3割程度

ラーメンれんが横丁を知っている人に来訪経験を聞いてみたところ、行ったことが「ある」と回答した人は32.6%にとどまった。



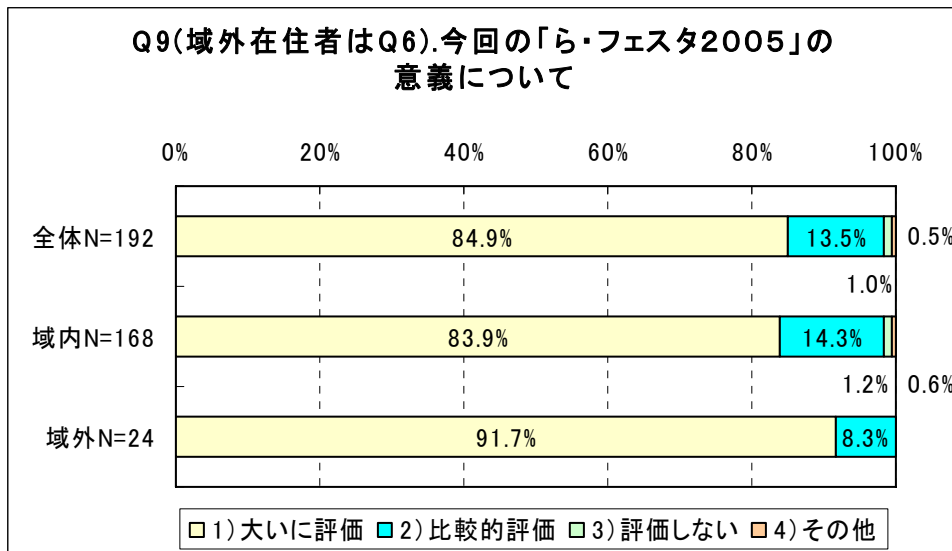
(11) 麺遊会の認知～約8割の高い認知率

域内在住者に対し、麺遊会を知っていたか聞いてみたところ、79.2%が「知っている」と回答し、ラーメンれんが横丁の認知率には届かないものの、ほぼ同程度の高い認知率であることが分かった。



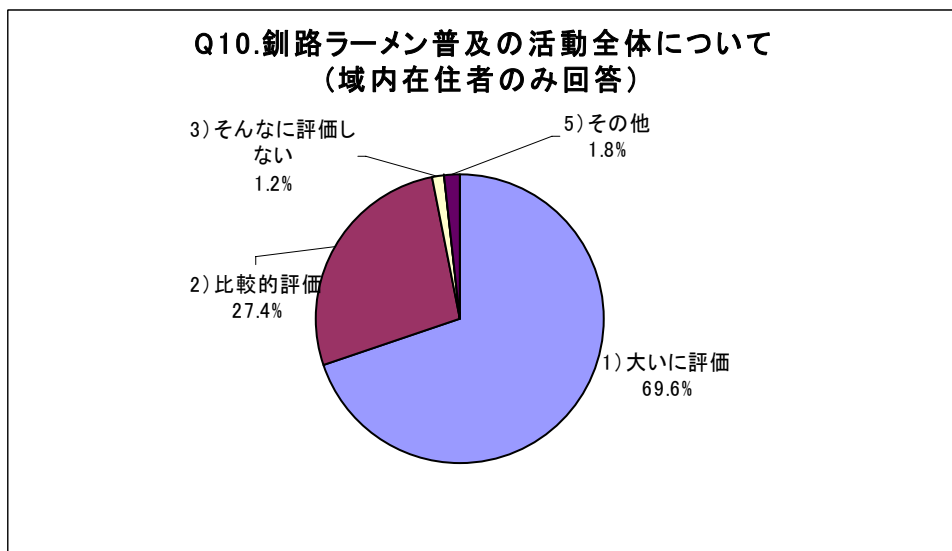
(12) 「ら・フェスタ2005」の意義について～高い評価が得られる

今回のフェスティバルの意義について聞いてみたところ「素晴らしい取り組み、地域活性化にとって大切（大いに評価する）」が 84.9%と、高く評価されていることが分かった。特に域外在住者では大いに評価するが 91.7%と、9割以上がイベントを高く評価している。



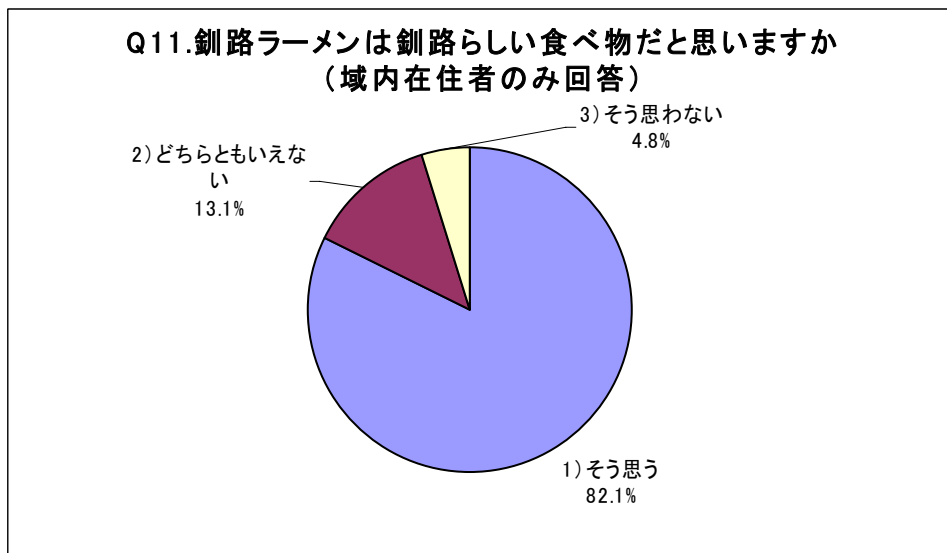
(13) 釧路ラーメン普及活動全体について～9割以上の対象者が活動を評価

域内在住者に対して「まちづくりとしての釧路ラーメンの普及に向けた活動全体をどう思いますか」と質問したところ、「釧路の活性化のためには是非必要、続けてほしい、応援する」が 69.6%、「釧路にとって必要な活動、続けた方がいい（比較的评价する）」が 27.4%と、9割以上が評価していることが分かった。



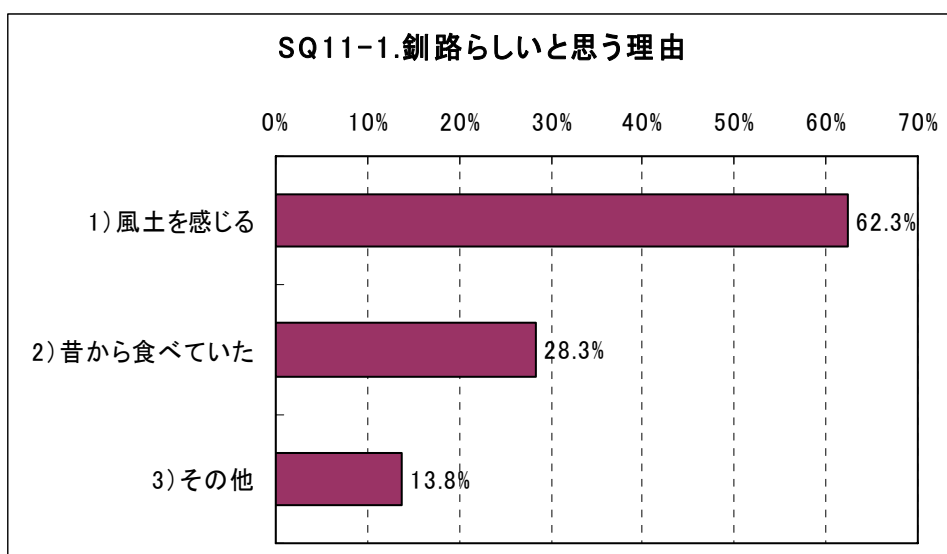
(14) 釧路ラーメンは「釧路らしい食べ物」か？～釧路らしい食べ物として定着

域内在住者にのみ「釧路ラーメンは釧路らしい食べ物だと思いますか」と聞いたところ、82.1%の対象者が「そう思う」と回答した。釧路ラーメンはすっかり地域に根差している食べ物になっていると思われる。



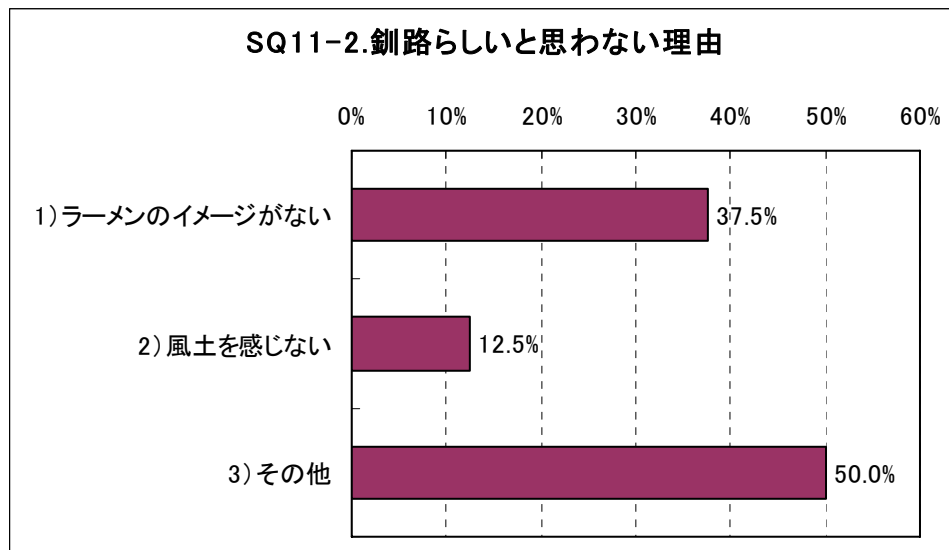
(15) 釧路らしいと思うのはなぜか～釧路の風土を感じさせる「釧路ラーメン」

釧路ラーメンは釧路らしい食べ物だと思うと回答した人にその理由を訊ねたところ、「釧路の風土（寒さ、漁業のまち、環境にやさしい等）を感じさせる食べ物」と回答した人が62.3%、「釧路では昔からよく食べていた」と回答した人が28.3%だった。



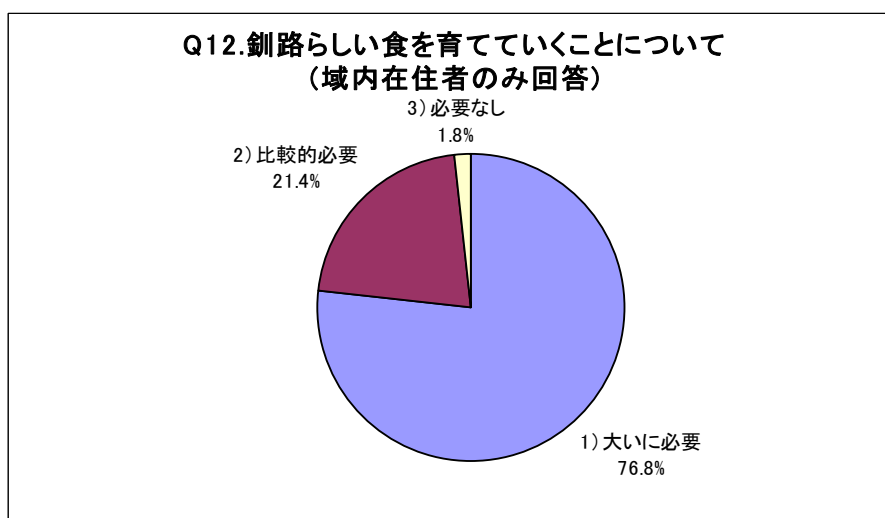
(16) 釧路らしいと思わないのはなぜか～ラーメンのイメージがない、似合わない

釧路ラーメンは釧路らしい食べ物だと思わないと回答した人にその理由を訊ねたところ、「釧路にはラーメンのイメージがない、似合わない」が 37.5%、「釧路の風土を感じさせない」が 12.5%だった。その他では、海産物のイメージがある、どこにでもラーメンはあるので、といった回答が見られた。



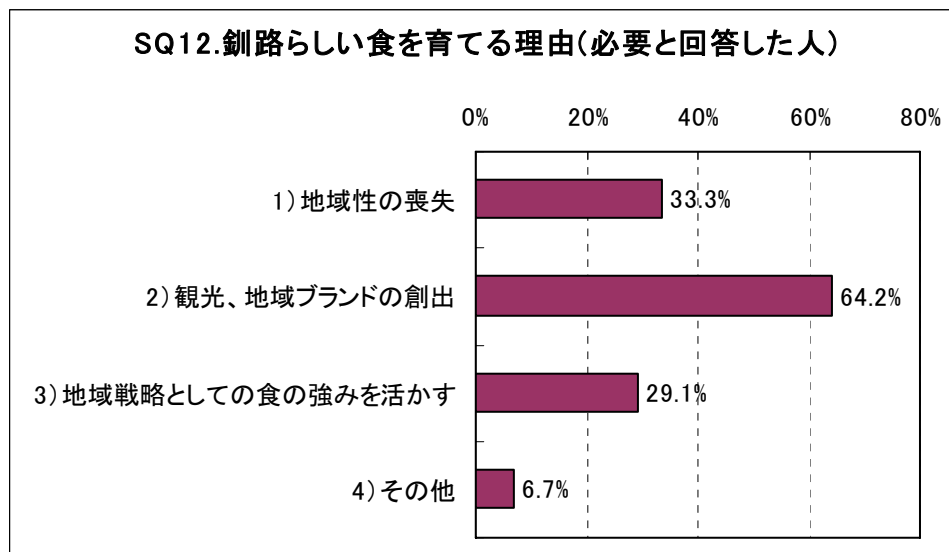
(17) 釧路らしい食を育てる必要性は～大いに必要が 76.8%

域内在住者に対し、「釧路ラーメンのような釧路らしい食を育てていくことについて」どう思うか聞いてみたところが、「是非積極的に進めていくべきである（大いに必要）」が 76.8%、「必要だと思うがなかなか難しい面もある（比較的必要）」が 21.4%と、9割以上が必要性を感じていることが分かった。



#### (18) なぜ釧路らしい食を育てるのか～観光、地域ブランドの創出のため

釧路らしい食を育てる理由を訊ねたところ、「釧路らしい地域の個性ある食を PR することが地域の魅力につながる（観光、地域ブランドの創出）」と回答した人が 64.2%で最も多く、次いで、「今は地域の個性ある食べ物が身近に少ない（地域性の喪失）」33.3%、「海産物、畜産物などに加えて釧路らしい食を増やしていくことが大切（地域戦略としての食の強みを活かす）」29.1%となった。



#### (19) 域外在住者にとっての釧路の食の魅力～変わらぬ人気、魚介類

域外在住者に、釧路で食べたいものを聞いてみたところ、「海産物」「魚介類」「クジラ」「魚」「さんま」「新鮮な魚介類」「ホッケ」など、ほとんどが魚介類関連の回答であった。また、食べておいしかったものを聞いてみたところ「魚類」「さんま」「新鮮な魚介類」「ホッケ」などの魚介類関連のほか、今回のイベントの成果といえる「ラーメン」との回答も見られた。



## (20) 意見・感想

アンケート調査に協力いただいた来場者からは、調査項目の他にも今回のラーメンフェスティバルに対して意見や感想が得られた。

- 次回やるときは味噌ラーメンを出す店があってもいいと思うので検討してほしい。
- スタッフが熱心で、対応もさわやか。とても感じがいい。釧路ラーメンにもうまい、まずいの幅がある。味が違うのはいいが、「麵遊会」または「釧路ラーメン」を名乗るには一定のラインが必要ではないか。麵遊会は、なぜ店の出入りがあるのか（あってもいいが）気になる。運営のようすをクリアに情報発信してほしい。物販スペースもよい。うちの家族はイベントが好きでよく参加している。低料金でゆっくり遊ぶところがあると家族連れにはありがたい。また、ラーメン店同士の横のつながりが必要。
- こうしたイベントをもっとたくさん行うべき。
- 場所が広い。この時期だと寒いので、「どんぼく」のところに一緒に行ったほうがいい。釧路のまつりの時期がばらばら。もっとトータルにやるべき。
- 本当はマメさんに行きたかったが売っていなかった。えびす屋はよく食べている釧路ラーメンに比べてあまりおいしくなかった。
- 招待店は時間がかかる。食べたくても食べられない。
- 待ち時間が長い。
- 食べるまでに待ち時間がかかる。
- 有名な招待店を呼ぶことでこれだけの集客効果が出たことはイベントとしては成功。観光面でも成果があったのではないか。
- 場所が広くなり、イベントが大規模化したのはよいこと。イベントとして成功している。
- 16番倉庫よりたくさんの方が集まるのでよかった。れんが横丁には毎年行っていた。今回は席に座るまでにラーメンがのびてしまった。
- 原材料にあまり手を加えなくていい。
- 釧路がんばれ。

## Ⅱ 釧路ラーメンフェスティバル（ら・フェスタ 2005）の経済波及効果について

### 1. 経済波及効果推計の基本的な考え方

- ◎ 本経済波及効果は、ら・フェスタ 2005 開催の地域経済への影響、効果を把握するために釧路公立大学地域経済研究センターが独自の推計を行ったものである。
- ◎ 経済波及効果とは、主催者が開催のために域内に投資した資金及び来訪者が消費した額のうち域内に消費された資金が循環していくことにより、直接、間接に域内産業に誘発されていく生産額のことを指す。
- ◎ 本経済波及効果については、来訪者への聞き取りアンケート調査、事業者等へのヒアリング調査等をもとに、釧路・根室地域産業連関表（平成 14 年釧路公立大学地域経済研究センター作成）により、釧路・根室地域への経済波及効果の推計を行った。
- ◎ 経済波及効果推計の主な内訳は、①主催者による投資効果、②ラーメンへの消費効果、③来訪者の関連消費効果に分けられる。
- ◎ 来訪者の関連消費効果については、地元地域、釧路管内、道内日帰り、道内宿泊、道外宿泊に分けてアンケート調査対象者の割合で按分して推計を行った。
- ◎ なお、来訪者については、ラーメンチケット購入者を対象にしており、購入を断念した参加者の消費効果については本推計から除外している。

## 2. 経済波及効果

### ● 経済波及効果総額 7,250万円

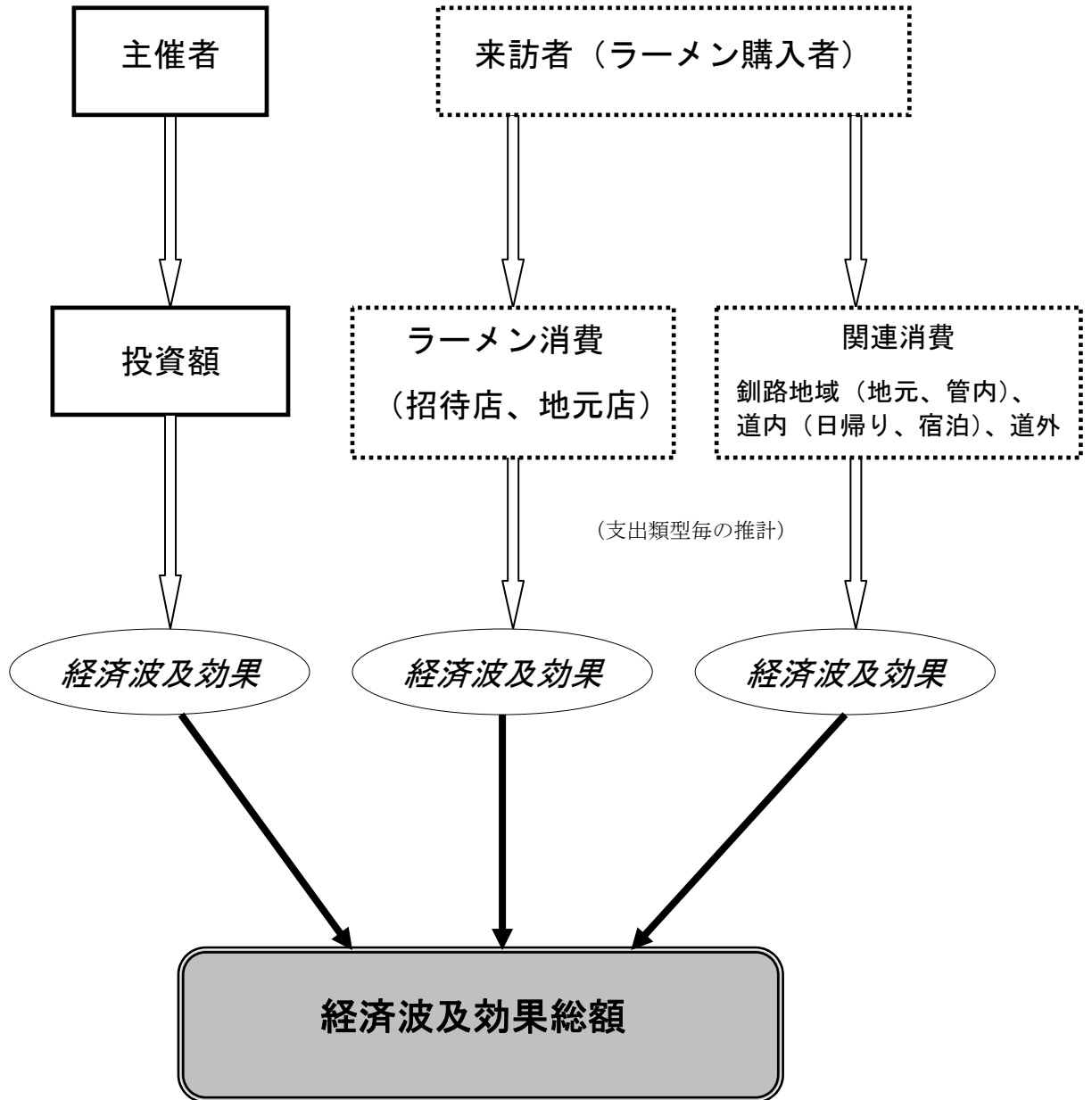
(主な内訳)

主催者投資分	1,400万円
ラーメン消費分	600万円
来訪者関連消費分	5,250万円
経済波及効果総額	7,250万円

#### ○ 評価

- ・ 2日間のラーメン購入者は、総数で7,846人と推計される。会場規模、開催時間を勘案すれば大変多くのラーメン購入者が本イベントに来訪している。
- ・ 招待店への長時間待ちの行列が見られ、招待店が大きな集客要因となっていることが伺える。
- ・ 地元釧路からの参加者が88%を占めており、地元からの参加者が多いが、管外の道内から5.7%、道外から2.6%の参加となっており、数は少ないが地域外からの関心も見られる。
- ・ 経済波及効果については、投資額を大きく上回る地域経済への波及効果が見られ、イベント開催による経済効果としての意義は高いと言える。
- ・ 来訪客による消費効果は、ラーメン消費による効果よりも関連消費（飲食費、買い物、宿泊、交通・駐車経費等）による経済波及効果が大きい。
- ・ 長時間の行列により帰った参加者も多く、それらの人々は今回の経済波及効果の対象としていないことから、それらの人々の関連消費効果を考えると実際の経済波及効果はさらに高まる。

## 経済波及効果の概要



本調査研究は、釧路信用組合からの寄付金を充てて、地域経済研究センターの自主研究事業として実施されたものです。