

グルメイベント来場者意識の経年比較 ～北九州市八幡東区における“ぎょうざ祭り”開催を事例に～

南 博

- I はじめに
- II 研究対象とするイベントおよび来場者アンケート調査概要
- III 北九州市八幡東区における2014年、2019年のぎょうざイベント来場者の実態およびイベントに対する評価の比較
- IV おわりに

<要旨>

本研究では、2014年10月に北九州市八幡東区東田地区で開催された「全国餃子祭り in 北九州」と、2019年10月に同地区で開催された「2019九州ぎょうざ祭り in 北九州」の双方で実施した来場者アンケートの結果を比較し、来場者実態やイベントに対する評価を客観的に測定することを通じ、民間主体のご当地グルメイベントの開催効果の5年間での変化等を検証した。来場者の満足度は概ね高い等、当該イベントが地域住民に親しまれるイベントとして定着していく可能性を確認できた。今後も地域の諸団体等が協働して取り組むことにより、グルメイベントを通じた地域活性化を実現していくことが期待される。

<キーワード>

グルメイベント (Food event)、来場者調査 (visitor survey)、イベント評価 (event evaluation)

I はじめに

1. 研究の背景と目的

地域活性化を目的とした「食」あるいは「グルメ」関連イベントは、日本各地において開催されている。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」[南、2015: 99]であり、そのうち、「いわゆる『ご当地グルメ』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」[南、2015: 99]¹⁾。南(2013)、南(2015)では、こうした地域活性化を目的としたご当地グルメイベントの開催効果について、来場者アンケートをもとにした来場者実態の把握および客観的な開催効果測定を行い、「食」あるいは「グルメ」をテーマとした集客イ

ベントの地域活性化効果等について事例を通じて明らかにしている。

一方、地域活性化効果を高めていくためにはイベントの継続的な開催（毎年あるいは隔年等）が効果的と考えられるが、こうしたイベントの開催には多大な費用と労力を要することが推測でき、また来場者に飽きられやすいのではないかな等の懸念もある。

南（2015）では、「八幡ぎょうざ」²⁾というご当地グルメのある北九州市八幡東区東田地区で開催された「2014 全国餃子祭り in 北九州」の分析を踏まえ、イベントを契機とした今後の継続的な地域活性化効果発揮に向けた考察として、「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」、「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」、「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」としたうえで、「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」としている。

こうしたなか、2019年に「2014 全国餃子祭り in 北九州」と同じ北九州市八幡東区東田地区内（ただし地点は異なる）において、「2019 九州ぎょうざ祭り in 北九州」が開催されることとなった。同じ「ぎょうざ」をテーマとし、また、開催に際して中心的な役割を果たす組織が「八幡ぎょうざ協議会」³⁾という市民団体である点で共通している。2014年のイベントから5年を経て開催されるイベントについて、どのような進展があったのか客観的に把握することは、ご当地グルメイベントに関する事例研究として、また地域における民間主体のイベントの開催効果を図る事例研究として意義があると考えられる。

そこで本研究では、「2019 九州ぎょうざ祭り in 北九州」で来場者アンケートを実施して来場者実態やイベントに対する評価を客観的に測定し、それを同地区で開催された「2014 全国餃子祭り in 北九州」の結果と経年比較することにより、民間主体のご当地グルメイベントの開催効果等の5年間での変化を検証するとともに、グルメイベントに係る事例研究を蓄積することを目的とする。

2. 先行研究および本研究の位置づけ

来場者による「食」をテーマとした集客イベントに関する事例研究は、南（2013）、南（2015）の他にも散見されるが、来場者アンケートをもとに同種あるいは類似イベントに対する評価を経年比較した研究は殆ど見当たらない。本研究は、食をテーマとした同じ地区内のイベント会場において、同一の手法で実施した来場者アンケートの結果を2014年

と 2019 年で経年比較することにより、イベントの開催実態に関する新たな事例研究を蓄積し、イベント評価あるいは効果的なイベント開催のあり方の理論化等の研究の進展へ寄与していくことに意義があると位置づける。

なお、「2014 全国餃子祭り in 北九州」および「2019 九州ぎょうぎ祭り in 北九州」において、筆者は主催者から依頼を受け、第三者機関として客観的な立場で来場者アンケート調査を実施した。主催者からの委託金は受けておらず、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。本研究で用いるアンケート結果はその調査に基づいている。

II 研究対象とするイベントおよび来場者アンケート調査概要

1. イベント概要

「2014 全国餃子祭り in 北九州」および「2019 九州ぎょうぎ祭り in 北九州」の概要を表 1、会場の位置を図 1 に示す。主催者は両イベントとも実行委員会方式であり、北九州市八幡東区の住民等で構成する「八幡ぎょうぎ協議会」を中心に、関係団体、行政などが協力してイベントが実施された。開催に際しては、地域の企業や大学等がスポンサー、ボランティアとして参画している。イベントの規模としては、「2014 全国餃子祭り in 北九州」の方が大きく、また 2014 年には近隣で同時開催イベント等も実施されている。

表 1 「2014 全国餃子祭り in 北九州」、「2019 九州ぎょうぎ祭り in 北九州」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	2019 九州ぎょうぎ祭り 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	2019 九州ぎょうぎ祭り 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	2019 年 10 月 19 日（土）、20 日（日） 各 10:00～17:00
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 2 丁目）	東田大通り公園 （北九州市八幡東区東田 2 丁目）
出展団体	餃子： 27 団体 30 ブース（全国各地） ご当地グルメ： 10 団体 10 ブース PR： 9 団体 9 ブース	餃子： 20 店舗（九州各県） グルメ： 5 店舗（ケータリング）
同時開催 イベント	同時開催：八幡中央区商店街わいわい祭り 連携： JICA 九州 設立 25 周年感謝祭	—
開催結果	天候	10 月 4 日（土）：晴れ、最高気温 24.8℃ 10 月 5 日（日）：晴れ、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： 4 日（土）6.3 万人、 5 日（日）9.1 万人
		10 月 19 日（土）：雨のち晴、最高気温 23.4℃ 10 月 20 日（日）：曇り、最高気温 23.5℃
		主催者発表 約 3 万人 ※日別来場者数： 19 日（土）1 万人、 20 日（日）2 万人

（出典）「全国餃子祭り in 北九州公式ガイドブック」、「全国餃子祭り in 北九州実施報告書」、「2019 九州ぎょうぎ祭り in 北九州実施報告書」、南（2015）、気象庁 Web サイトをもとに作成



※博物館： 北九州市立いのちのたび博物館

(注) JR スペースワールド駅からの徒歩での距離は、「2014 年会場」が約 500m、「2019 年会場」は約 350m。

(出典) 国土交通省国土地理院「地理院地図（電子国土 Web）」の空中写真（2009 年撮影）図を背景に筆者作成

図 1 「2014 全国餃子祭り in 北九州」、「2019 九州ぎょうざ祭り in 北九州」開催場所

開催場所は、2014 年、2019 年とも北九州市八幡東区東田 2 丁目 4)であるが、異なる広場スペースが用いられ、2019 年会場は公園を会場としている。それにより、2019 年のイベントではトイレは公園に設置されている既存のものを活用し、また、実態としては隣接するイオンモール八幡東のトイレあるいは駐車場等が利用されたと考えられる。なお、イオンモール八幡東は、2019 九州ぎょうざ祭り in 北九州実行委員会の構成団体である。

屋外での食イベントのにぎわいは天候に大きな影響を受ける。2014 年は初日は好天、2 日目は台風の影響が懸念されたものの降雨は無かった。2019 年は初日は朝まで雨が降った影響で会場の一部にぬかるみがある状態、2 日目は状況は改善し穏やかな天候であった。

イベントそのものの規模（出展団体数など）の違い、および天候などの影響もあり、来場者数は 2014 年は 15.4 万人、2019 年は 3 万人（いずれも主催者発表）であり差があったものの、2019 年においても来場者アンケートを実施した筆者が観察する限り、テーブルのある飲食スペースはほぼ空きのない状況が継続し、また多くのぎょうざ販売ブースで行列ができる等、多くの来場がみられる状況であった。



写真1 2014年10月4日（土）の会場
（筆者撮影 [南、2015：102]）



写真2 2014年10月5日（日）の会場
（筆者撮影 [南、2015：102]）



写真3 2019年10月19日（土）の会場
（筆者撮影）



写真4 2019年10月20日（日）の会場
（筆者撮影）

会場の様子について、「2014 全国餃子祭り in 北九州」は写真1・2、「2019 九州ぎょうざ祭り in 北九州」は写真3・4に示す。

2. 来場者アンケート調査の概要

「2014 全国餃子祭り in 北九州」、「2019 九州ぎょうざ祭り in 北九州」の双方において、筆者は主催者との協働のもと、来場者アンケートを実施した。その概要を表2に示す。調査手法は両調査で同一であり、両調査結果を比較することの問題はないと考える。また、調査項目については、筆者が設計した「2014 全国餃子祭り in 北九州」調査をもとに「2019 九州ぎょうざ祭り in 北九州」調査の設問を検討し、ほぼ同じ設問、選択肢となっている。有効回収数は2014調査は1,016サンプル、2019調査は522サンプルであり、いずれも分析に足る有効回収を得た。

表2 「2014 全国餃子祭り in 北九州」、「2019 九州ぎょうざ祭り in 北九州」での
来場者アンケート実施概要

	2014 全国餃子祭り in 北九州	2019 九州ぎょうざ祭り in 北九州
実施日時	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	2019年10月19日(土) 11:00~14:00 10月20日(日) 10:00~13:00
体制	調査員：ボランティア（地元企業）	調査員：北九州市立大学生
実施場所	イベント会場全域	イベント会場全域（原則として主催者が設置した飲食スペース）
調査対象	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	来場者に対する質問紙調査 （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、回答者が自ら記入した後に調査員が再訪し回収。回答者に対する謝礼はポケットティッシュ。）	
回収状況	有効回収数 1,016 サンプル 内訳：10月4日 556 10月5日 460	有効回収数 522 サンプル 内訳：10月19日 276 10月20日 246

Ⅲ 北九州市八幡東区における2014年、2019年のぎょうざイベント来場者の実態およびイベントに対する評価の比較

本章では、「2014 全国餃子祭り in 北九州」と「2019 九州ぎょうざ祭り in 北九州」の来場者アンケート結果を比較して整理するとともに、その結果に対する考察を行う。

1. 回答者の属性

(1) 性別および年齢

本調査においては、調査員に対し、「各担当エリアで飲食している来場者の性別・年齢にできるだけ比例する形で調査協力依頼を行うこと」と指示し、概ねその方針に基づいてサンプリングを各調査員が行っている。そのため、回答者の属性は、来場者全体の属性と近似しているものとする。ただし年齢については概ね18歳以上を対象としており、乳幼児や児童・生徒は集計対象となっていない。

性別については、2014年、2019年とも女性が60%前後となっており、2019年の方が女性の比率が高い（図2）。

年齢については、2014年は10～30代が50%であったが、2019年は40代以上が60%となっており、全体的に中高年齢層の来場者が多くなっている（図3）。ただし30代については2019年においても主な来場世代層（21.3%）となっており、20代の比率の減少が目立つ。2019年においては、70代以上の回答者比率が大幅に増えており、20代から70

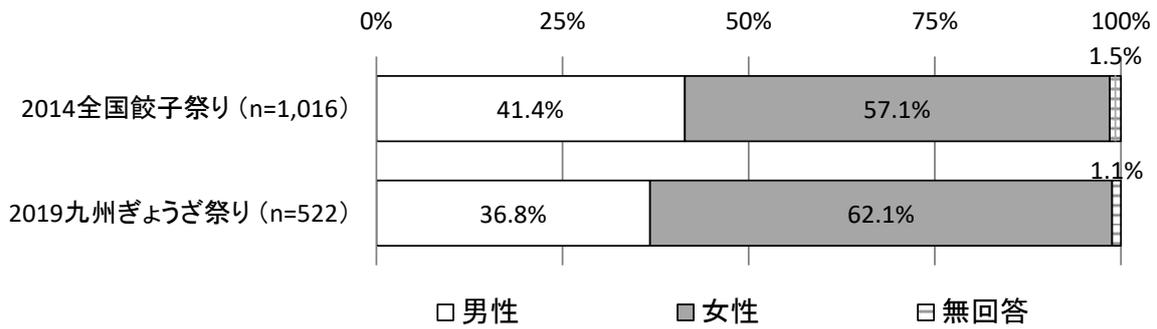


図2 回答者の性別

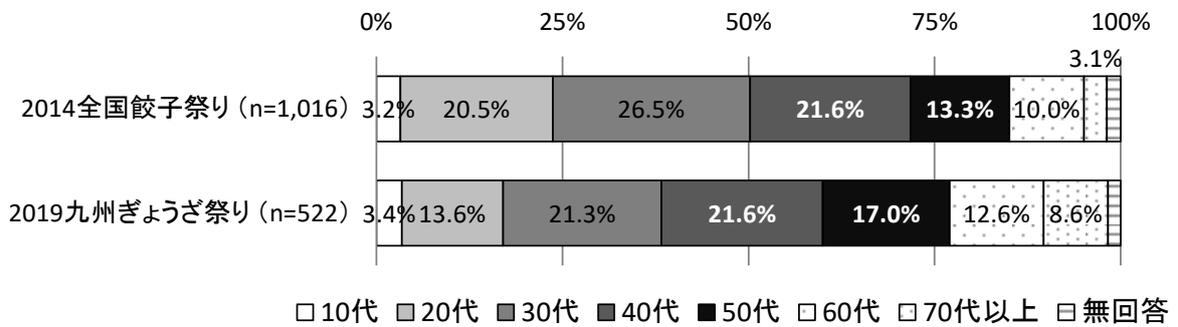


図3 回答者の年齢

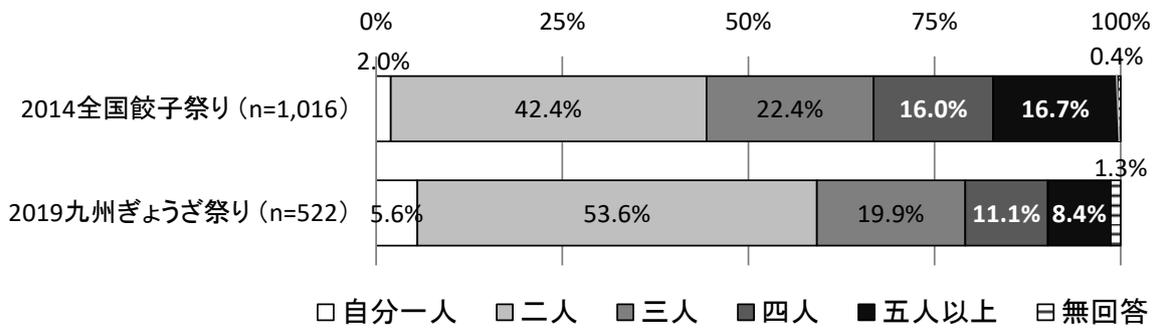


図4 一緒に来た人数

代以上までそれぞれの年代が約 13~21%の構成比となっており、「幅広い世代の来場があり、年齢構成の偏りのない状態」であったと言えよう。これは、北九州市八幡東区でのぎょうざ関連イベントが公共性の高い性質を有すると見なせる一つの材料と言える。

(2) 同行人数

当該イベントと一緒に来た人数については、「二人」との回答が 2014 年、2019 年とも

最も多く、2019年では53.6%となっている（図4）。2014年と比較すると「五人以上」の比率が半減しており、職場等のグループや多人数家族による来場が減少したと推察でき、一方で夫婦やカップルなど「二人」の構成比率が10ポイント以上増加している。

(3) 居住地

居住地は、2019年では北九州市が80.1%を占める（表3）。北九州市内では、八幡ぎょうぎの“地元”と言える旧八幡市の八幡東区、八幡西区からの来場者が特に多い。2014年と比較して北九州市内比率、“地元”比率とも増加している。北九州市以外の福岡県内からの来場者は2014年と比較し減少しており、特に福岡市の比率が大幅に下がっている一方、会場から比較的近い中遠・直鞍地区からの参加者比率は微増している。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り、2014年と2019年で大きな変化はない。

これらの傾向を見ると、「2014 全国餃子祭り in 北九州」も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」という特徴を有していたが、「2019 九州ぎょうぎ祭り in 北九州」はそれ以上に地域密着型の参加形態であったと言える。「域外からの誘客による経済効果」よりも「域内の人々に親しまれ、地域への愛着を高める効果」が、北九州市八幡東区でのぎょうぎ関連イベントとの特長と評価できよう。

表3 回答者の居住地

居住地域	2014全国餃子祭り 比率(n=1,016)	2019九州ぎょうぎ祭り 比率(n=522)
北九州市	73.7%	80.1%
門司区	4.3%	4.0%
小倉北区	9.6%	9.8%
小倉南区	9.4%	9.4%
若松区	4.0%	5.7%
八幡東区	14.2%	20.1%
八幡西区	18.8%	21.6%
戸畑区	5.6%	7.7%
※区名無回答	7.8%	1.7%
福岡県内（北九州市以外）	19.9%	13.8%
福岡市	6.3%	1.7%
京築地区	2.2%	2.3%
中遠・直鞍地区	4.5%	6.1%
嘉飯山・田川地区	1.6%	0.4%
宗像・糟屋地区	2.6%	1.5%
筑紫地区	1.4%	1.1%
筑後地域	0.9%	0.6%
※市町村名無回答	0.5%	0.0%
福岡県以外	4.3%	5.4%
北海道・東北	0.0%	0.0%
関東	0.2%	0.4%
中部	0.1%	0.0%
近畿	0.2%	0.0%
中四国	2.5%	3.3%
うち山口県	2.2%	2.9%
うち下関市	1.2%	1.3%
九州(福岡以外)	1.2%	1.7%
※県名無回答	0.2%	0.0%
無回答	2.1%	0.8%
合計	100.0%	100.0%

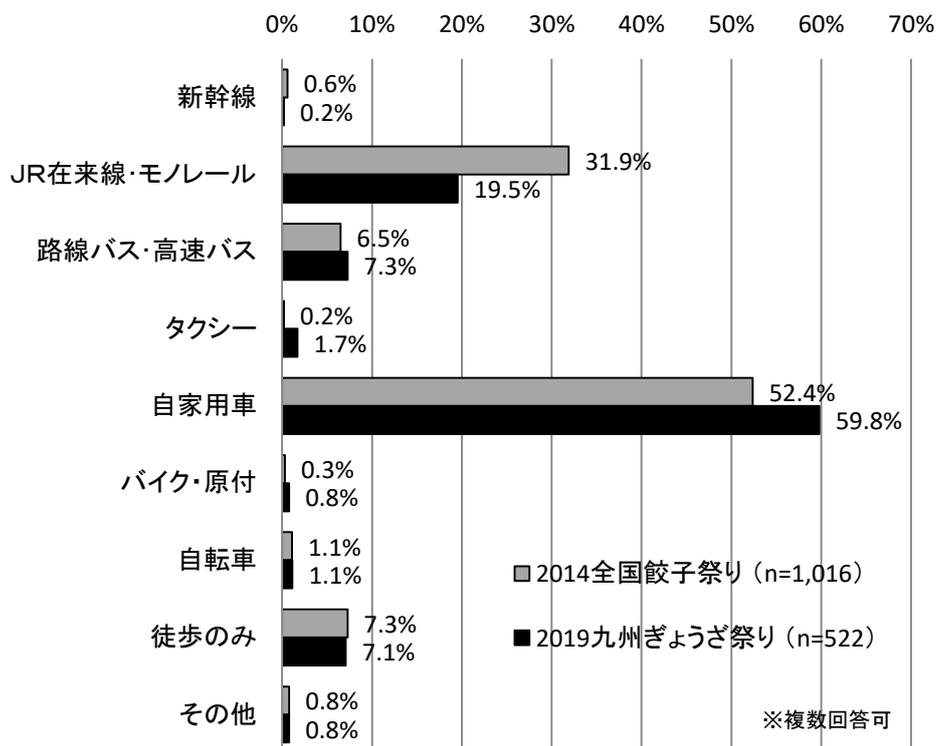


図5 利用交通手段

(4) 来場に利用した交通手段

利用交通手段は、2014年、2019年とも「自家用車」が過半数となっており、2019年では59.8%にのぼっている（図5）。2019年の会場は大規模駐車場を有するイオンモール八幡東に隣接することもあり、自動車での来場が行いやすかったと考えられる。

次いで多いのは「JR在来線・モノレール」であるが、2014年は31.9%だった比率が2019年は19.5%へと大幅に減少している。会場となった東田地区にはJR鹿児島本線スペースワールド駅があり、そこから徒歩10分程度の距離、かつ2019年の会場の方が駅から近い場所に位置するが、表3で示したように“地元”や近隣からの来場者比率が高まったことから、JR利用者の比率が低下したものと考えられる。

それに次いで多い交通手段は、2014年、2019年とも「路線バス・高速バス」、「徒歩のみ」が同程度の約7%となっている。これらは2014年と2019年で大きな違いはない。

2. 「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。」と質問し、八幡ぎょうざの認知状況について尋ねた結果を図6に示す。回答者全体では八幡ぎょうざのことを知っている来場者が多い結果となっており、2014年調査時と比較し

2019年調査時の方が「よく知っていた」とする回答比率は増加している。これを北九州市居住者に絞ってみると、「よく知っていた」来場者は2019年調査では43.3%にのぼっており、この5年間で八幡ぎょうざへの理解が進んできたことがうかがわれる。一方で「知らなかった」とする来場者は2019年調査においても17.5%おり、イベント開催や日常からの情報発信等を通じ、一層認知度を高めていくことが課題と言えよう。

なお、「2014 全国餃子祭り in 北九州」あるいは「2019 九州ぎょうざ祭り in 北九州」の来場者は、当該イベント情報を知ることや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るため、イベントを開催することは認知度向上に資すると言えよう。

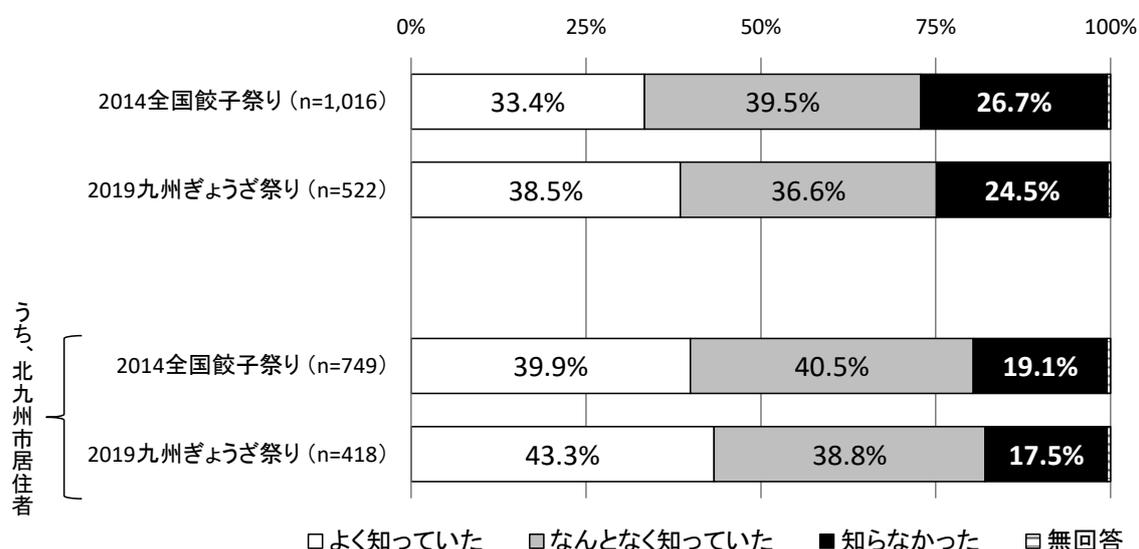


図6 イベント開催前の「八幡ぎょうざ」の認知状況

3. 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。(あてはまるもの全て選択)」という質問の結果を図7に示す。本設問に関しては、2014年調査の設問に2019年は「Instagram」および「ラジオ」の2つの選択肢を追加して調査した。

2014年調査では「家族や知人、職場の情報」と「チラシ」が上位2項目であり、2019年調査においても同じ2項目が上位となっているが、最も多い回答が「チラシ」へと変わっている。3番目に多い回答は両年とも「ポスター」である。一方、SNSやホームページを情報源としたとする回答は少ない。ぎょうざ関連イベントに関しては、デジタルな情報源よりも従来型のアナログな情報源をもとに来場する傾向にある点が特徴的と言えよう。

2014年調査と比較して最も変動が多い点は、「テレビ」とする回答が約16ポイント減

少していることである。これは、「2014 全国餃子祭り in 北九州」は全国餃子サミットなど関連するイベントも多く、マスメディアに対する情報発信にも力が入っていたことが要因と考えられる。マスメディアを通じた告知は幅広い人々へ情報が届く可能性が高い一方、話題提供に際して様々な工夫やコストも必要となる。今後のぎょうざ関連イベントの開催に際しては、主催者が今回の告知活動の内容と来場者数などの関係性を本調査結果以外の要素も加味して分析し、イベントのあり方を考察していくことが肝要と言えよう。

「2019 九州ぎょうざ祭り in 北九州」における当該設問について、年齢別に集計した結果を表4に示す。各世代とも「チラシ」に関しては重要な情報源となっている。SNSに関してはツイッターは若い世代において情報源としてある程度活用されているが、フェイスブック、インスタグラムは世代間の差はほぼ見られず、また情報源として今回のイベントではあまり活用されなかったことがうかがわれる。

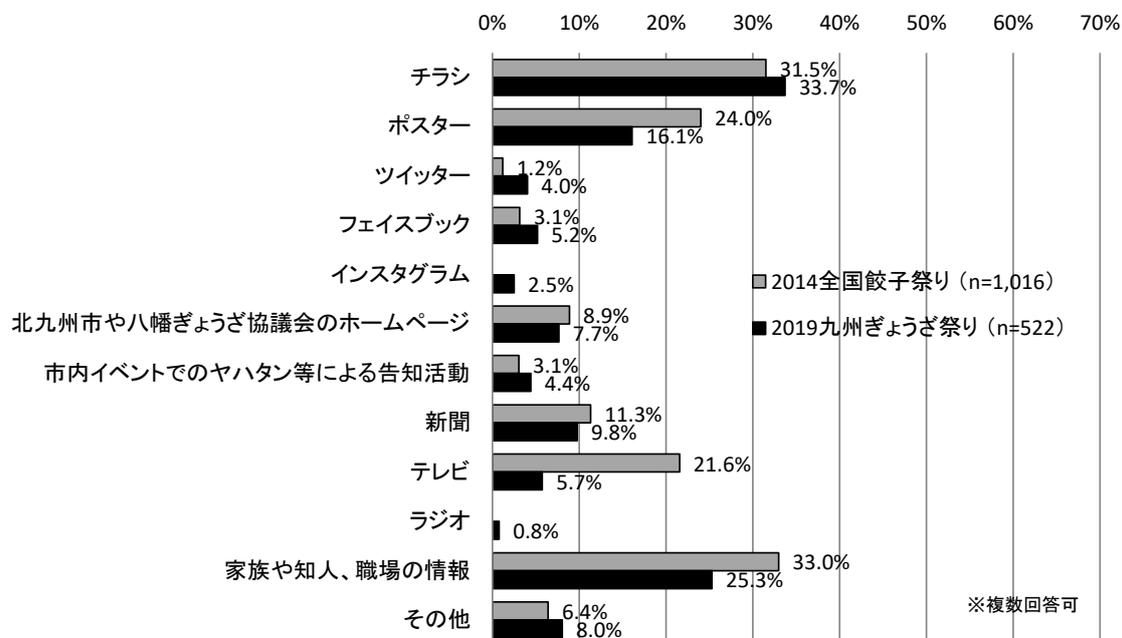


図7 イベント来場のきっかけとなった情報源

表4 「2019 九州ぎょうざ祭り 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	インスタグラム	北九州市や八幡ぎょうざ協議会のホームページ	市内イベントでのヤハタン等による告知活動	新聞	テレビ	ラジオ	家族や知人、職場の情報	その他	回答者数
10代	27.8%	11.1%	16.7%	5.6%	0.0%	5.6%	5.6%	0.0%	11.1%	5.6%	16.7%	5.6%	18
20代	36.6%	18.3%	12.7%	0.0%	2.8%	7.0%	1.4%	0.0%	5.6%	2.8%	29.6%	5.6%	71
30代	23.4%	18.0%	3.6%	7.2%	2.7%	9.9%	5.4%	4.5%	5.4%	0.0%	29.7%	11.7%	111
40代	27.4%	9.7%	2.7%	4.4%	0.9%	3.5%	4.4%	12.4%	5.3%	0.0%	15.0%	4.4%	113
50代	44.9%	18.0%	2.2%	5.6%	5.6%	11.2%	1.1%	6.7%	6.7%	1.1%	34.8%	14.6%	89
60代	37.9%	24.2%	0.0%	4.5%	0.0%	7.6%	9.1%	25.8%	6.1%	0.0%	21.2%	4.5%	66
70代以上	42.2%	11.1%	0.0%	2.2%	0.0%	8.9%	6.7%	22.2%	4.4%	0.0%	20.0%	6.7%	45

■:各年代の上位3項目

インターネット、特に手軽な SNS を用いた情報発信は今後さらに重要性が増してくることが考えられるが、使用するアプリケーションごとに利用年齢層に違いがみられることや、SNS としての特性の違い等も勘案し、効果的な活用を行うことが求められる。

4. イベント会場内外での行動実態

(1) イベント参加のついでに行う観光・レジャーの有無

「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）。」という質問の結果を図 8 に示す。

回答者計で見ると、「特に観光等を行わない」が両年とも 70%以上と大半を占めており、「北九州市内で観光等を行う」は 13%程度となっている。なお、経済効果の観点からは市外からの来場者の動向に関心を払う必要があるため、北九州市外からの来場者に絞った結果をみると、2014 年調査では「北九州市内で観光等を行う」が 19.9%であったが 2019 年調査では 17.0%へと微減している。ぎょうぎ関連イベントが地域内外へ波及的に大きな効果をもたらしているとは言えず、イベントのあり方を考える際の課題と言えよう。

このうち、「観光等を行う」とした回答者による具体的場所（自由回答）を整理した結果（2019 年調査）を表 5 に示す。会場に隣接する北九州市立いのちのたび博物館やイノベーションギャラリー、およびイオンモール八幡東とする回答が多い。これは 2014 年調査と概ね同じ結果である。会場周辺のにぎわいづくりにぎょうぎ関連イベントが寄与したと言えよう。

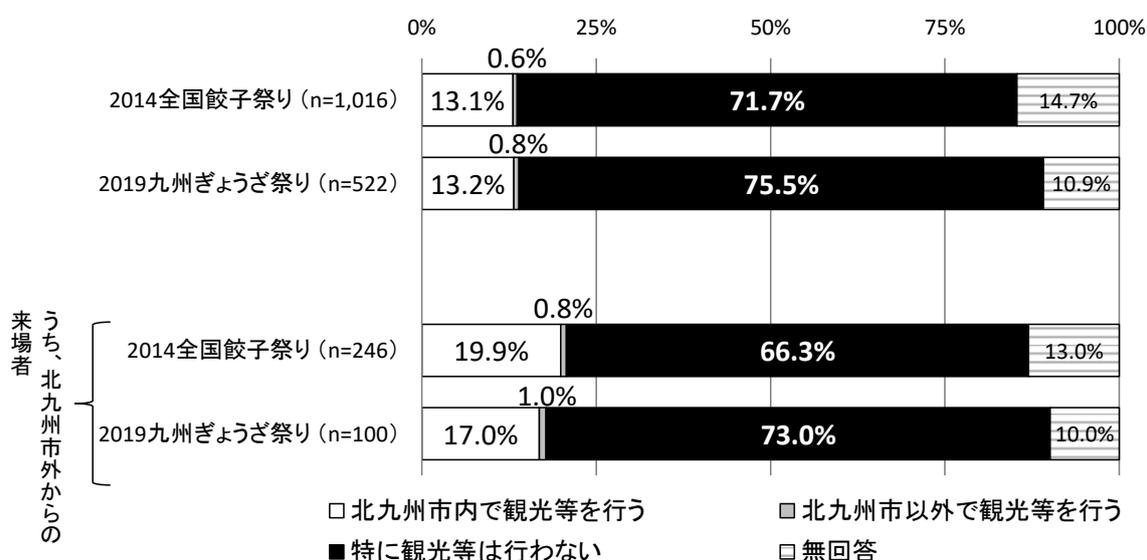


図 8 イベント参加のついでに行う観光・レジャーの有無

表5 「2019九州ぎょうざ祭り in 北九州」来場のついでに行う観光・レジャー場所

観光等の場所（2019年調査）		回答数	回答者計(n=522)に対する比率
八幡東区	いのちのたび博物館、イノベーションギャラリー	19	3.6%
	イオンモール八幡東	18	3.4%
	皿倉山	4	0.8%
八幡西区	黒崎	2	0.4%
門司区	門司港	4	0.8%
小倉北区	小倉城ほか	4	0.8%
小倉南区	合馬竹灯籠まつり	1	0.2%
若松区	高塔山	1	0.2%
市外	あしや砂像展(芦屋町)	1	0.2%
	博多、下関	1	0.2%

(2) イベントに関連する一人あたり支出金額

イベント関連する北九州市内での一人あたり支出金額（予定も含む。）について、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。「2014 全国餃子祭り in 北九州」について扱った南（2015）と同様に、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）。結果を表6～10に示す。また、平均消費額のみを抽出してまとめた結果を表11に示す。

2014年と2019年を表6～10で比較すると、消費額の傾向は概ね同様となっている。表11の平均消費額についても大きな差はみられない。アンケート回答者一人当たり3千円台

表6 飲食費（会場内・北九州市内）

	2014年		2019年	
	回答数	構成比	回答数	構成比
1) 0円	31	3.2%	1	0.2%
2) 1～999円	55	5.8%	24	4.8%
3) 1,000～1,999円	420	44.0%	192	38.7%
4) 2,000～2,999円	259	27.1%	169	34.1%
5) 3,000～3,999円	125	13.1%	68	13.7%
6) 4,000～4,999円	16	1.7%	15	3.0%
7) 5,000～5,999円	37	3.9%	18	3.6%
8) 6,000～6,999円	4	0.4%	2	0.4%
9) 7,000～7,999円	0	0.0%	2	0.4%
10) 8,000～8,999円	1	0.1%	2	0.4%
11) 9,000～9,999円	0	0.0%	0	0.0%
12) 10,000～19,999円	6	0.6%	3	0.6%
13) 20,000円以上	1	0.1%	0	0.0%
合計	955	100.0%	496	100.0%
平均消費額(単価)	¥1,942		¥2,052	

表7 おみやげ代（会場内・北九州市内）

	2014年		2019年	
	回答数	構成比	回答数	構成比
1) 0円	769	80.5%	399	80.4%
2) 1～999円	47	4.9%	17	3.4%
3) 1,000～1,999円	99	10.4%	43	8.7%
4) 2,000～2,999円	30	3.1%	15	3.0%
5) 3,000～3,999円	4	0.4%	10	2.0%
6) 4,000～4,999円	0	0.0%	2	0.4%
7) 5,000～5,999円	5	0.5%	6	1.2%
8) 6,000～6,999円	1	0.1%	0	0.0%
9) 7,000～7,999円	0	0.0%	0	0.0%
10) 8,000～8,999円	0	0.0%	0	0.0%
11) 9,000～9,999円	0	0.0%	0	0.0%
12) 10,000～19,999円	0	0.0%	4	0.8%
13) 20,000円以上	0	0.0%	0	0.0%
合計	955	100.0%	496	100.0%
平均消費額(単価)	¥243		¥383	

表8 交通費（会場内・北九州市内）

	2014年		2019年	
	回答数	構成比	回答数	構成比
1) 0円	362	37.9%	190	38.3%
2) 1～999円	329	34.5%	158	31.9%
3) 1,000～1,999円	169	17.7%	101	20.4%
4) 2,000～2,999円	49	5.1%	19	3.8%
5) 3,000～3,999円	22	2.3%	7	1.4%
6) 4,000～4,999円	6	0.6%	6	1.2%
7) 5,000～5,999円	9	0.9%	8	1.6%
8) 6,000～6,999円	0	0.0%	0	0.0%
9) 7,000～7,999円	2	0.2%	0	0.0%
10) 8,000～8,999円	1	0.1%	0	0.0%
11) 9,000～9,999円	0	0.0%	0	0.0%
12) 10,000～19,999円	4	0.4%	5	1.0%
13) 20,000円以上	2	0.2%	2	0.4%
合計	955	100.0%	496	100.0%
平均消費額(単価)	¥721		¥783	

表9 宿泊費（会場内・北九州市内）

	2014年		2019年	
	回答数	構成比	回答数	構成比
1) 0円	944	98.8%	489	98.6%
2) 1～4,999円	5	0.5%	1	0.2%
3) 5,000～9,999円	4	0.4%	1	0.2%
4) 10,000～19,999円	2	0.2%	4	0.8%
5) 20,000円以上	0	0.0%	1	0.2%
合計	955	100.0%	496	100.0%
平均消費額(単価)	¥55		¥206	

表 10 その他施設入場料等（会場内・北九州市内）

	2014年		2019年	
	回答数	構成比	回答数	構成比
1) 0円	896	93.8%	447	90.1%
2) 1～999円	13	1.4%	10	2.0%
3) 1,000～1,999円	21	2.2%	19	3.8%
4) 2,000～2,999円	11	1.2%	4	0.8%
5) 3,000～3,999円	5	0.5%	3	0.6%
6) 4,000～4,999円	2	0.2%	2	0.4%
7) 5,000～5,999円	3	0.3%	5	1.0%
8) 6,000～6,999円	0	0.0%	0	0.0%
9) 7,000～7,999円	0	0.0%	0	0.0%
10) 8,000～8,999円	0	0.0%	0	0.0%
11) 9,000～9,999円	0	0.0%	0	0.0%
12) 10,000～19,999円	2	0.2%	1	0.2%
13) 20,000円以上	2	0.2%	5	1.0%
合計	955	100.0%	496	100.0%
平均消費額(単価)		¥164		¥391

表 11 費目別の会場・北九州市内での平均消費額

費目	2014全国餃子祭り 支出額単純平均(n=1,016)	2019九州ぎょうざ祭り 支出額単純平均(n=522)
① ぎょうざ祭りでの飲食、及び来場に伴う観光等での飲食	¥1,942	¥2,052
② 祭りや北九州などのおみやげ、グッズ代	¥243	¥383
③ 交通費(ガソリン代含む)	¥721	¥783
④ 宿泊費	¥55	¥206
⑤ その他、施設入場料、レジャー費等の関連支出	¥164	¥391
合計	¥3,547	¥3,815

後半の支出があったと考えられ、会場内および会場周辺のミュージアムや商業施設を中心に一定の消費促進効果があったと推測できる。

5. イベントに対する来場者の評価

イベントに関する 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。なお、「2014 全国餃子祭り in 北九州」では主催者側で仮設トイレを整備したためトイレも評価項目に加えていたが、「2019 九州ぎょうざ祭り in 北九州」は既設の公共トイレを活用したため評価項目から除外した点で両調査に違いがある⁵⁾。

「2019 九州ぎょうざ祭り in 北九州」に関し、各段階別の構成比を図 9 に示す。「とても良い」が最も多かったのは「全体的な餃子の味」(24.5%)であり、「とても良い」「良い」という肯定的な回答の合計比率が最も高い項目も「全体的な餃子の味」(74.3%)となっている。ぎょうざ関連イベントとして本質的な部分であるメイン提供商品については高評価

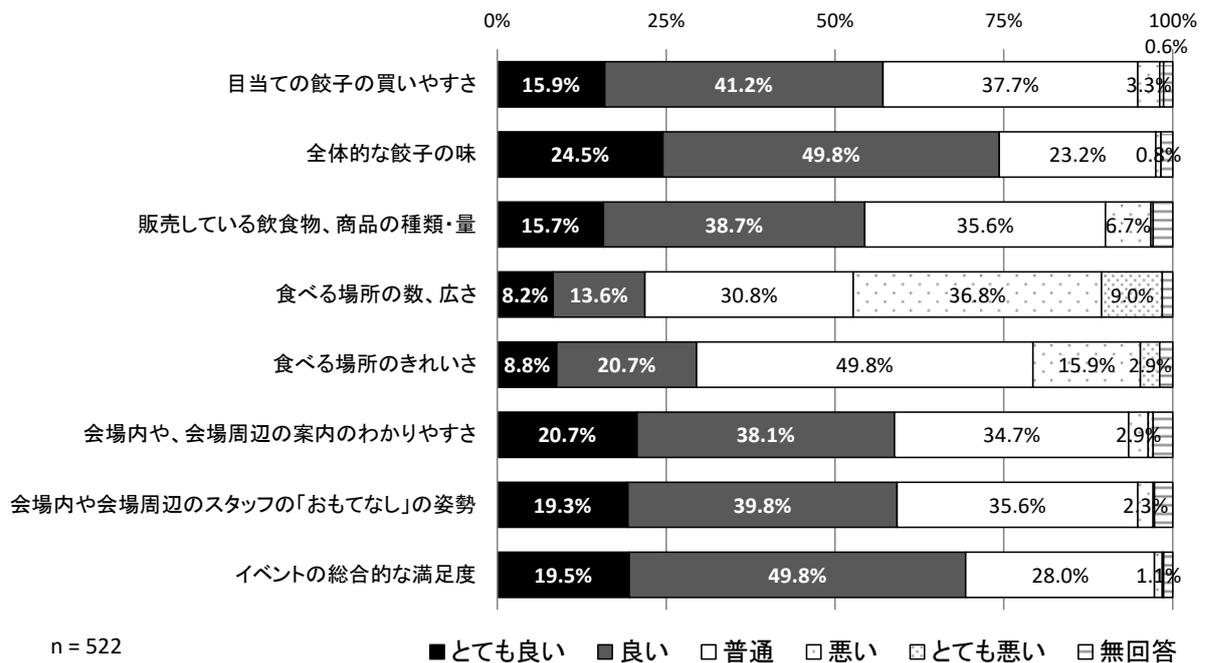
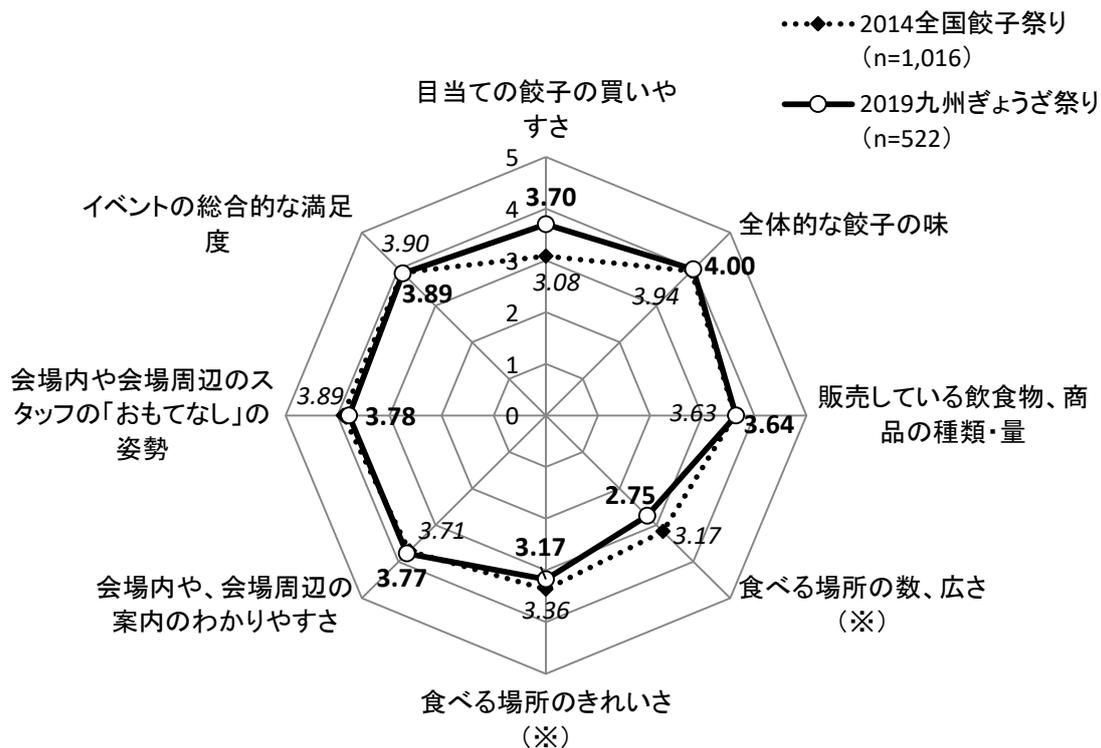


図9 「2019九州ぎょうざ祭り in 北九州」に対する来場者の5段階評価

であったと言えよう。次いで肯定的な回答合計が多いのは「イベントの総合的な満足度」であり（69.3%）、かつ当該項目については否定的な回答はほとんど見られない（1.3%）ことから、イベントの全体的な満足度は高かったと評価できる。「2019九州ぎょうざ祭り in 北九州」について、イベントとして成功したと見なせる材料の一つと言えよう。

一方、肯定的な回答が少なかったのは「食べる場所の数、広さ」および「食べる場所のきれいさ」であり、特に「食べる場所の数、広さ」については否定的な回答が45.8%と多数にのぼっており、「2019九州ぎょうざ祭り in 北九州」の大きな課題であったと指摘できる。これは、飲食スペースとしてテント内に設置した机・椅子の数が限られ、また間隔も狭かったことが影響したと考えられる。商品を購入したあとで飲食スペースで空席を見つけないことができず、公園内で座れそうな場所（備付ベンチなど）や、道路の縁石などに座って飲食している来場者が散見された。また1日目は朝まで雨が降っていたこともあり、飲食スペースや公園全体の一部の地面が軟弱な状態であったことも影響したと考えられる。想定以上に来場者が多かった状況もあり、今後のイベント開催においてはこの課題を改善することが必要である。

各項目ごとに「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点として項目別平均点を求め、2014年と2019年を比較したレーダーチャートを図10に示す。平均点がほぼ同じ項目が多いが、「目当ての餃子の買いやすさ」は2019年の方が大幅に評価が高まっている（3.08点→3.70点）。会場レイアウトや混雑度合いなどが



※印： 2014年調査は食べる場所およびトイレに対する設問。2019年は食べる場所のみの設問。

図 10 「2014 全国餃子祭り in 北九州」、「2019 九州ぎょうざ祭り in 北九州」に対する評価の項目別平均点比較

改善され、また行列の整理などが 2019 年は円滑であったことが高評価につながったと考えられる。一方、「食べる場所の数、広さ」は 2019 年の方が点数が下がっている (3.14 点→2.75 点)。

総括的な指標である「イベントの総合的な満足度」は 2014 年は 3.90 点、2019 年は 3.89 点であり、ほぼ同じ結果となっている。この総括的な指標の平均点が「良い」という評価 (4 点) に近い平均点となっていることは、「2014 全国餃子祭り in 北九州」、「2019 九州ぎょうざ祭り in 北九州」とも来場者の満足度は高いことを表しており、この点からはイベントとして成功したと総括できよう。

IV おわりに

1. まとめ

本研究では、5 年の間隔をあけて北九州市八幡東区東田地区で開催されたグルメイベントである「2014 全国餃子祭り in 北九州」と「2019 九州ぎょうざ祭り in 北九州」の双方

ではほぼ同一の設問で実施した来場者アンケート調査結果を比較し、考察を行った。

来場者の属性をみると、「2019九州ぎょうざ祭り in 北九州」は地元密着の様相を一層強めたことがうかがわれ、また、幅広い世代がバランスよく来場した結果となっている。地域住民に親しまれるイベントとして、「八幡ぎょうざ」というご当地グルメを看板として掲げるぎょうざ関連イベントが定着していく可能性があると言えよう。また、イベントに対する来場者の満足度は概ね高かったと評価でき、2014年に続き、成功したと評価できるイベントであったと言えよう。

ただし、5年間で「八幡ぎょうざ」の認知度は高まったもののその高まりの幅は大きいとは言えず、まだ認知度を高めていく余地が残されている。この5年間の地域における取り組みに対しては一定の評価はできるが、今後、「2019九州ぎょうざ祭り in 北九州」の成果と課題を踏まえつつ、さらなる「八幡ぎょうざ」の普及、そしてそれを通じた市民の地域に対する愛着の醸成を進めていくことが地域には求められる。

南（2015）では、「2014全国餃子祭り in 北九州」の開催を通じ、「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」と評価した。この推測については、間違いではなかったと本研究結果から考える。今後も、市民が中心となった団体（八幡ぎょうざ協議会）を核とし、地域の諸団体等が協働してご当地グルメの魅力を高める事業、および地域にぎわいをもたらす事業を展開することにより、グルメイベントを通じた地域活性化が実現していくことが期待される。そして、国内他地域における地域活性化の参考となるような地域活動になり得ると言えよう。

2. 今後の研究課題

南（2015）で掲げた研究課題のうち、事例研究の蓄積については本調査で推進した。一方で、「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」[南、2015：123]については、引き続き今後の研究課題として残されている。特に、グルメイベントに対する政策的支援のあり方等について、イベントによる地域活性化効果を多面的に測定すること等を通じ、研究を深めていきたい。

謝辞

本研究は、「2019九州ぎょうざ祭り in 北九州実行委員会」と筆者が連携し、北九州市立大学地域戦略研究所の地域課題研究として取り組んだ結果を中心に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、実行委員会スタッフに多大なる御協力をいただいたほか、調査員として北九州市立大学の学生の協力を得て多くの来場者に回答いただ

た。来場者の皆様および調査に協力いただいた皆様に深謝する。

(本学 地域戦略研究所 教授)

〔注〕

- 1) 政策的観点から注目すべき対象と考える理由として、南（2015）では、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が用いられる場合、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が高い点を挙げている。
- 2) 「八幡ぎょうざ」について、八幡ぎょうざ協議会 Web サイトでは次のように説明されている。「官営八幡製鐵所で働く労働者は肉体疲労が激しく、安くてスタミナが付く食材を好んで食べていました。また、鉄鉱石などの取引が始まることによって、中国大陸と密な関係が構築され、人的交流を通して餃子という食文化が古い時期から根付いていったと言われております。特に戦後の物資が乏しく貧しい時代、少ない食材で美味しく作ることができる餃子は市民の口に合いよく好まれたそうで、大陸からの引き揚げ者を中心に料理屋のメニューに出されていたそうです。それがこの地域に定着した餃子という食文化の起源になります。その後、庶民派の料理として根付いてきた八幡地域の餃子は、今では全国的に有名になった「鉄なべ餃子」の発祥地だけでなく、「ひとくち餃子」、「手羽餃子」、「スープ焼餃子」、「揚げ餃子」など多種多様に進化しております。また北部九州ではお馴染みですが、薬味に「柚子胡椒」を使って食べるのもこの地域ならではの特徴です。」〔八幡ぎょうざ協議会：2020〕
- 3) 八幡ぎょうざ協議会は、餃子文化の普及・振興により八幡地区の地域活性化を行い、餃子を提供する店舗と共に、地域の魅力を全国に発信することを目的で設立された民間任意団体であり、2006年10月に設立されている。「八幡ぎょうざ」というブランド名を定めたのも同団体である。
- 4) 北九州市八幡東区東田は、1901年に官営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（イオンモール八幡東）、ミュージアム機能を有する施設等が立地している。なお、会場近くにあったテーマパーク「スペースワールド」は2017年末に閉園した。
- 5) 2014年調査では項目4「食べる場所やトイレ等の数・量」、項目5「食べる場所やトイレ等のきれいさ」としていたものを、2019年調査では項目4「食べる場所の数、広さ」、項目5「食べる場所のきれいさ」とした。

〔参考文献〕

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.
- 南博（2015）「「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ー「全国餃子祭り in 北九州」を事例としてー」、北九州市立大学都市政策研究所『都市政策研究所紀要』No.9、pp.99-124
- 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」
- 2019 九州ぎょうざ祭り in 北九州（2019）「2019 九州ぎょうざ祭り in 北九州実施報告書」
- 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/> （2020 年 1 月 31 日時点）
- 八幡ぎょうざ協議会 Web サイト
<http://yahatagyouza.com/> （2020 年 1 月 31 日時点）