

B-1 グランプリ

Q:「B-1 グランプリ」とは何ですか

A:「B級グルメ」のイベントの一つです。B級グルメは、安価で住民に日頃から愛されている食べ物を指します。地域限定のB級グルメで地域活性化を図る動きは全国各地にあります。その一つである「B級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会」(通称:愛Bリーグ。2006年発足)が、地域色あふれるB級グルメの日本一を決めようという趣旨で開催するイベントがB-1グランプリです。

近年はB級グルメのご当地の一つに集う形で、毎年秋に開催されます。来場者は会場で受け取った箸を気に入ったB級グルメに投票します。投票された箸の重量の最も重いB級グルメがその年の日本一です。なお近年は、過去に日本一に輝いたB級グルメは投票対象ではないため、毎年、新たなB級グルメ日本一が誕生しています。

Q:これまでのB-1グランプリはどのような結果でしたか

A: B-1 グランプリは 2006 年に初めて開催されました。その時は

10の参加団体で、2万人の来場者でしたが、2010年には46の参加団体数で、44万人が来場しました。このように、B-1 グランプリは巨大化しています(図表)。2011年のB-1 グランプリは11月12、13日に姫路にて開催されますが、会場が新幹線停車駅そばというアクセスの良さ、近畿圏で初めての開催、過去最高の参加団体数などから、過去最高の来場者数が期待されています。

Q:巨大化したB-1グランプリの経済効果は大きいのでしょうか

A: 来場者数やそれを取り上げるメディアの多さを考えると、開催するだけで経済効果は何十億円にも上る可能性があるでしょう。例えば2010年の厚木の大会は、実行委員会の算出によると、開催2日間の経済効果が36億円で、さらに多数のメディアに取り上げられたことで厚木市の観光客が増えることによる経済効果も数十億円に上るとしています。

また成績上位のB級グルメのご当地では、多数のメディアの報道

効果で、観光客が急増しています。2010年優勝の甲府鳥もつ煮の甲府市では大会翌日から観光客が殺到し、売り切れた店が続出するほどでした。

また、過去2回の優勝を誇る富士宮やきそばはB級グルメで最も成功している例です。富士宮市には今も多数の観光客が押し寄せ、また関連の食品やグッズまで販売されるほどの大人気です。その結果、富士宮やきそばが毎年数十億円の経済効果を富士宮市にもたらしていると言われています。

Q:好調なB-1グランプリですが、何か課題はありますか

A: 会場の混雑がひどく食べ比べが難しいことから、上位進出のために来場者の関心を引こうと、出展団体のパフォーマンス合戦が目立つようになってきました。また近年、新しく創作されるB級グルメの出展が徐々に増えていますが、質の面で問題を抱えるものが散見されます。例えば、地域の特産品を誰にでも人気のある焼きそばやカレーなどに加えたようなものは、イベントで目新しさから人気となっても、よほど工夫しない限りリピーターを獲得しにくく、持続的な地域活性化につながりにくいと考えられます。B-1 グランプリはB級グルメの「おいしさ」を競うという本来の趣旨が生かせるように改善すべきでしょう。■

●これまでのB-1グランプリの概要

開催年	開催地 (開催地のB級グルメ)	参加団体数	来場者数 (万人)	優勝
2006	青森県八戸市 (八戸せんべい汁)	10	2	富士宮やきそば
2007	静岡県富士宮市 (富士宮やきそば)	21	25	富士宮やきそば
2008	福岡県久留米市 (久留米やきとり)	24	20	厚木シロコロ・ホルモン
2009	秋田県横手市 (横手やきそば)	26	27	横手やきそば
2010	神奈川県厚木市 (厚木シロコロ・ホルモン)	46	44	甲府鳥もつ煮
2011	兵庫県姫路市 (姫路おでん)	63	?	?

(資料)B-1グランプリのサイト(<http://b-1grandprix.com/>)を基にみずほ総合研究所作成

みずほ総合研究所 政策調査部

主任研究員 岡田 豊

yutaka.okada@mizuho-ri.co.jp