

スパゲッティ“ナポリタン”で地域活性化に取り組む大宮

ぶぎん地域経済研究所 調査事業部 次長兼主任研究員 藤坂 浩司

はじめに

JR大宮駅東口地域の商店街が中心となり、「食」をテーマにした地域活性化活動に取り組んでいる。庶民の味“ナポリタン”スパゲッティにスポットを当てたご当地グルメ“大宮ナポリタン”ブランドを立ち上げたものだ。活動は2014年春に8店舗でスタートした。その後、近隣の飲食店などの賛同を得ながら参加店舗は50店舗（2018年1月現在）にまで拡大している。大宮ナポリタン会の活動の取り組みについて紹介する。

“ナポリタン”で地域活性化する

“大宮ナポリタン”は大宮駅東口の住吉通り商店街（2017年11月現在で商店街会員数36）の店主たちの発案で始まった地域活性化活動だ。きっかけは、「JR大宮駅構内で人が滞留し、街に人が流れない」（宮城正和・大宮ナポリタン会理事／喫茶店伯爵邸店主）という店主たちの危機意識が発端で、2013年に行われた商店街の会合で、若い店主からのアイデアで“ナポリタン”をテーマにした街おこしが決まった。

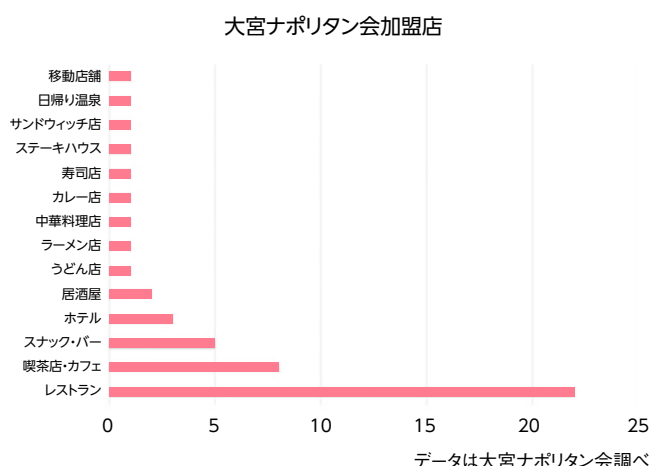
大宮ナポリタンは、大宮ナポリタン会に加盟する店舗が独自の味付けや食材を使って提供するスパゲッティとは限らない商品の総称を指すものだが、大宮ナポリタン会ではその要件について、「旧大宮市（現さいたま市大宮、西、北、見沼の各区）内に店舗があり、埼玉県産の野菜を1種類以上、材料に使っていること」としている。味付けはケチャップソース以外に、和風や中華など自由で、パス

タ以外にサンドウィッチやラーメンもあり、加盟店がそれぞれオリジナルの“ナポリタン”を創作している。

実際、会の活動に参加している店舗を見ると、ナポリタンに馴染み深いイタリアンレストランや喫茶店に留まらず、ラーメン店や中華料理店、タイ料理店や寿司屋に至るまで業態は幅広くバラエティ（図表1）に富んでいる。

もう1つ特徴的なことは、ナポリタン会に加盟する店舗の多くがJR大宮駅を中心にして半径500メートルの範囲に集まっていることだ。全国有数の鉄道交通の要衝でもあり、首都圏では都内ターミナルを除いては、横浜駅に次いで乗車人数が多い（JR東日本が管内を対象にした調査では、大宮駅の乗車人員は2016年が第8位で14年連続の8位となっている）大宮駅の周辺に加盟店が集中していることから、集客のしやすさでは環境に恵まれている。

図表1 大宮ナポリタン会加盟店の業態別分類



会の活動は2014年春に8店でスタート、翌2015年秋には「大宮ナポリタン会」（望月義一会長／住吉通り商店会会長）として正式に会が発足した。発足時20店舗であった加盟店は順次増え続けており、2018年1月段階では加盟店50店にまで活動の輪が広がっている。

何故、ナポリタンなのか？

では一体何故、ナポリタンにスポットを当てたのか？ナポリタンは太平洋戦争終結後に横浜の老舗ホテル「ホテルニューグランド」の総料理長が進駐軍の持ち込んだ食材をもとに考案した日本発のスパゲッティで、高度経済成長期には町の喫茶店の定番メニューとして“庶民の味”の代名詞となった。大宮ナポリタン会では、このナポリタンにターゲットを絞った理由として大きく2つを挙げている。

まず第1に、ナポリタンが大宮の鉄道関係者に愛された食べ物として、地域に慣れ親しまれていたということ。大宮はJR大宮駅が1885年に鉄道駅として開通して以降、交通の要衝地として知られ、“鉄道の街”として発展を遂げてきた。駅開業から間もない1894年には、鉄道車両の修理などを行う「工場」（現・大宮総合車両センター）が誕生して栄えてきた。大宮駅周辺には、鉄道関係者が暮らす職員住宅が多数存在し、鉄道員や工場労働者が古くからナポリタンをよく食べていた。

第2の理由は、さいたま市が全国一のスパゲッティ消費都市であることに因んだ。最新の総務省の家計調査（図表2）によれば、さいたま市は年間の購入額、消費量ともに日本国内で最もスパゲッティを食べている都市に選ばれている。本県は歴史的に小麦の生産量が全国でも多い地域で、古くからうどんを筆頭に麺類に慣れ親しんできたことや、共働き世代が多いことから、手早く食べることができ

図表2 スパゲッティ消費の年間ランキング
（平成26年(2014年)～28年(2016年)平均）

	金額：円		数量：g	
	順位	金額	順位	数量
	全国平均	1,214	全国平均	3,066
1	さいたま市	1,540	さいたま市	4,032
2	京都市	1,489	横浜市	3,677
3	東京都区部	1,486	東京都区部	3,666
4	松江市	1,465	相模原市	3,631
5	横浜市	1,452	川崎市	3,589
6	浜松市	1,401	京都市	3,559
7	川崎市	1,346	松江市	3,521
8	岡山市	1,339	盛岡市	3,500
9	千葉市	1,305	浜松市	3,496
10	仙台市	1,296	岡山市	3,451

出所：総務省統計局、家計調査（二人以上の世帯）
都道府県庁所在市及び政令指定都市が対象

るスパゲッティが幅広く支持されているなど消費量が多い理由には諸説ある。

その他の理由としては、大宮区のカラーがオレンジであること、旧大宮市をホームタウンに持つサッカーJリーグのチーム、大宮アルディージャのチームカラーがオレンジ色であることや、大宮の街を象徴する氷川神社の鳥居の朱色がナポリタンの色に似ているなどが挙げられる。

この間の活動の取り組み

大宮ナポリタン会では、活動の認知度を高める目的から宣伝ツールの制作にも力を入れてきた。これまでも、外部からひと目で加盟店であることが分かる専用の幟（のぼり）（写真1）や、ナポリタン加盟店の紹介と場所を記したリーフレットタイプの「大宮ナポリタンMAP」（写真2）を各加盟店舗に配布している。

また最近では2017年9月23日から11月5日の期間、JR東日本とのコラボレーション企画で「ナポ×ナポスタンプラリー」を開



写真1 ナポリタン会
加盟店の印となる幟



写真2 加盟店の紹介と場所が分かる専用MAP

催している。首都圏の主要駅で配布する台紙にナポリタン発祥の地であるホテルニューグランドと大宮ナポリタン会の会員でもある純喫茶「伯爵邸」(写真3)のスタンプを押して応募するとオリジナルランチョンマットが抽選で貰えるほか、期間中両店舗で一部の商品に5%の割引が適用されるというものだ。スタンプラリーの結果は非公表であることから実数が掴めないが、伯爵邸によれば、キャンペーン期間中のナポリタンの販売数は1日平均130食以上にもなったという。



写真3 伯爵邸の店舗と同店のナポリタン

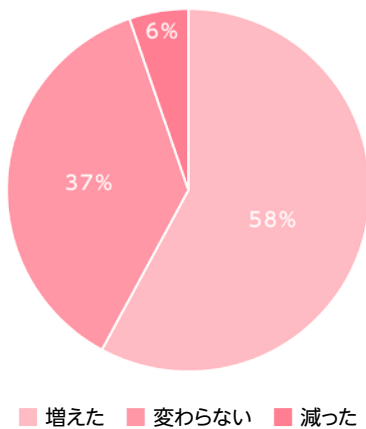
アンケート調査を実施

当研究所は昨年秋、大宮ナポリタン会の協力を得て、同会の加盟店を対象にしたアンケート調査を行った。調査は2017年9月上旬から11月下旬にかけて、加盟店49店(2017年9月現在)のうち34店を対象に実施し19店からの回答が得られた。調査は直接依頼、FAX、メールで行った。設問のうち、大宮ナポリタンを発売した当初3か月間の1ヵ月あたりの平均販売数と調査時点の販売数を比較して、「増えた」か「減った」を

訊ねた質問では、19店のうち11店が「増えた」と回答(図表3)した。また、販売数が「増えた」と回答した店舗に、どの程度増えたのか尋ねた質問では、「1.5倍」と回答した店舗が最も多く、次いで「2倍」と回答した店舗が多い結果(図表4)が出た。一概に判断はできないが、2つの設問への回答からは、大宮ナポリタン会の活動が成果に結び付いているものと考えられる。一方、大宮ナポリタンを販売することで、店舗全体の売上に対してはどのような影響があるのか尋ねた質

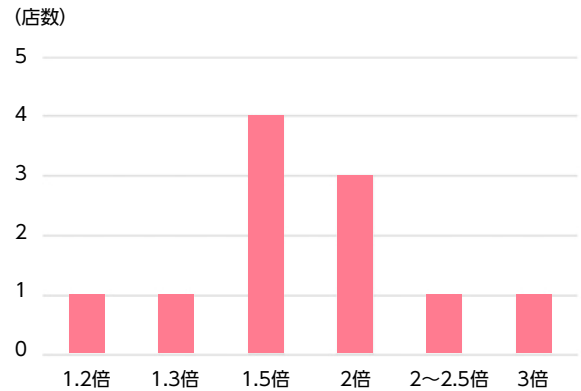
図表3

発売当初3か月間の1ヵ月あたりの平均販売数との比較



図表4

発売当初の3か月間の1ヵ月あたりの平均販売数と比較した増加割合



※販売数が「増えた」と回答した店舗への調査

問（図表5）では、売上に「あまり影響はない」とする割合が63%であった。その一方で、売上げが「伸びた」とする店舗の割合も37%あった。売上が下がったという店舗は1店もなかった。

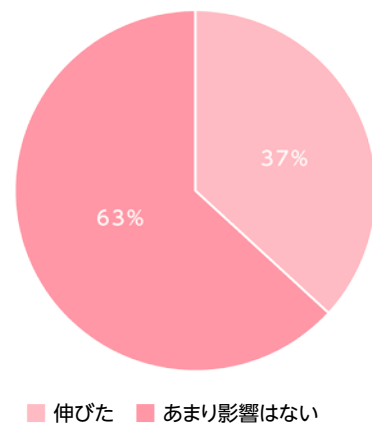
今後の活動

大宮ナポリタン会では今後、活動の幅を広げてゆきたい意向を持っている。従来の地道な活動に加えて、グルメイベントの開催などより大掛かりな仕掛けづくりも考えている。また、大宮駅が東北、上信越・北陸方面からの新幹線が集結することで東日本地域の対流拠点になっていることから、鉄道会社や東日本各地の自治体と連携して、各地の特産物と大宮ナポリタンを組み合わせたイベントの開催なども模索する。大宮ナポリタンをより多くの人に知って貰い、食べて貰うことで全国規模の知名度へと引き上げ、結果的に大宮の交流人口を増やしたいと考えている。

実現に向けては課題もある。活動の規模が大きくなれば、商店街や会に参加する店舗だけの取り組みでは費用も含めて運用は難しいだろう。企画案の立案やスポンサー集めなど

図表5

大宮ナポリタンの発売による店全体の売上への影響



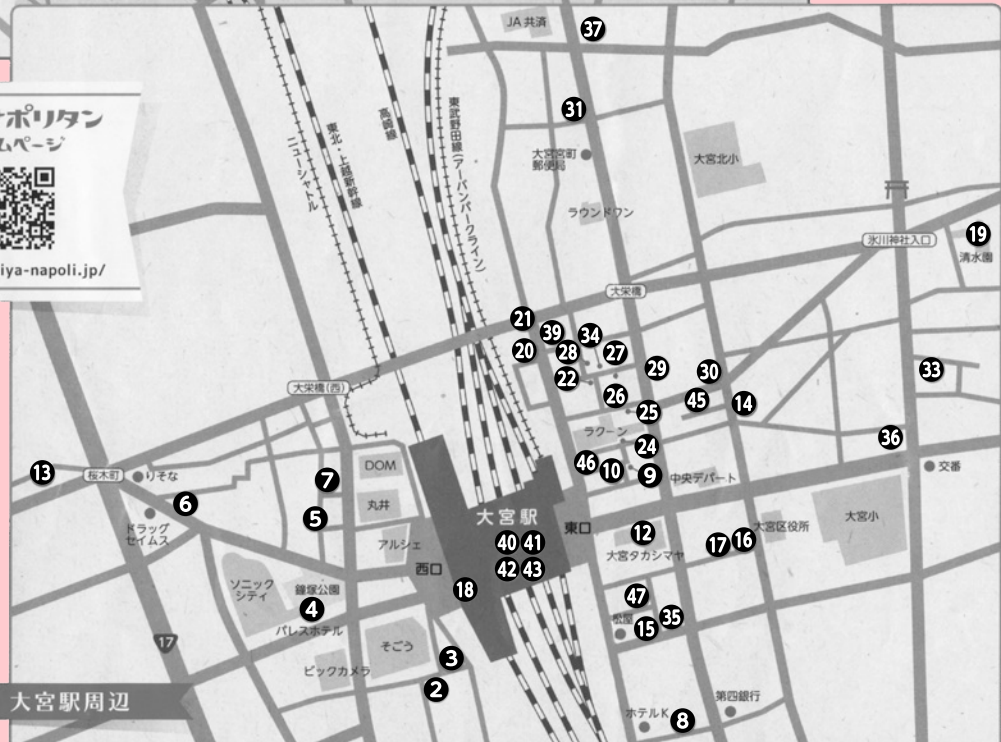
サポート体制づくりも必要になる。事実、大宮ナポリタンの加盟店には従業員が数人という小規模店舗も多く、イベントに関心があっても本業が手一杯で参加できないと考えている店もあるようだ。活動の方向性については、メンバーの世代によって意見も分かれている。さらには、地元住民の中には大宮ナポリタンの名前は聞いたことがあるものの、実際に食べたことがないという人も少なくない。活動を持続的なものにし知名度を高めていくには、まずは地元住民の定番メニューに育てていくなど、中長期的な取り組みが期待される。

大宮ナポリタン会
加盟店
所在地一覧



大宮ナポリタン
ホームページ

<http://omiya-napoli.jp/>



- | | | |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ① 地中海料理 フェスティーン ② 大宮コーヒーロースターズ ③ MARE di SAKAI ④ パレスホテル大宮 ⑤ 洋食ひいき屋 Kitchen&Wine ⑥ レストラン アン・ドゥ・トワ ⑦ 武州うどん あかね & みどりダイニング ⑧ VILLA (ビュラ) ⑨ -HAMACHO- ⑩ ポプラ ⑪ 三橋の森カフェボスケ ⑫ 大宮タカシマヤ『レストランローズ』 ⑬ くまだな ⑭ タイ料理 マリタイ ⑮ バー ディープス ⑯ Café & Shot Bar FRESCO ⑰ 町の洋食屋さん IRIS | <ul style="list-style-type: none"> ⑱ アメポテ 大宮 ⑲ 清水園 ⑳ BISTRO ひいき屋 東口店 ㉑ カレーハウス一番館 ㉒ 伯爵邸 ㉓ ロスパード ㉔ Tre Bicchieri (トレ ビッキエーリ) ㉕ Bar&Trattoria Diavola 大宮店 ㉖ ビストロ ポナベティ ㉗ BISTRO 883 (パパサン) ㉘ Chef's Kitchen Shun 春 ㉙ 東晶大飯店 ㉚ 豚dining 831 ぶたのしっぽ ㉛ イタリア料理 ロアシ ㉜ 寿司割烹 山水 ㉝ OTTO CAFE ㉞ 筑前屋 大宮店 | <ul style="list-style-type: none"> ㉟ Kitchen bar Buono ㊱ 神家食堂 ㊲ 土手町ダイナー ㊳ ステーキハウス三喜屋 ㊴ パイオランドホテル ㊵ ウィカフェ エキュート大宮店 ㊶ サンドイッチカフェ おいしいメルヘン。エキュート大宮店 ㊷ カオマンガイキッチン エキュート大宮店 ㊸ パークサイドカフェ エキュート大宮店 ㊹ 見沼天然温泉 小春日和 ㊺ bar Casablanca ㊻ 美食酒家 うまか 大宮店 ㊼ Wine Cave Bar Le Petit Prince ㊽ Dining Bar Wisteria ㊾ あっぶるほうす ㊿ グランパスタ イオン大宮店 |
|--|--|--|

(2018年1月現在)