

# 稲沢市観光協会発

令和7年3月14日

(資料2枚添付、本文を含めて3枚)

## 「稲沢市ご当地グルメ」の広告換算額を公表します

稲沢市・稲沢市観光協会は、ご当地グルメ開発を令和4年度から行っており、「華麗なるまち 稲沢」をテーマに市内各店舗がカレー料理のメニュー開発を行い、通常の店舗やキッチンカーで提供しています。また、令和5年11月4日、令和6年11月3日に「稲沢カレーフェスティバル」を開催しました。

こうした活動について、積極的にPRを行った結果、テレビ、ラジオ、新聞、雑誌などの各種メディアに多く取り上げられました。

このたび、ご当地グルメやフードツーリズムを研究している文教大学国際学部国際観光学科専任講師の青木洋高（あおきようこう）先生と共同で調査を行い、広告換算額（メディア露出を広告費として換算した金額）を推計した結果、約7,800万円となりましたので、公表します。

1 集計期間 令和4年4月 ～ 令和7年1月（2年10か月間）

2 広告換算額 約7,800万円  
(内訳)

新聞	20回	1,400万円
テレビ	7回	5,400万円
ラジオ	4回	400万円
雑誌・Web	6回	600万円

以上です。よろしくお願いいたします

稲沢市観光協会 古川、酒井

電話 0587-22-1414

## 稲沢市ご当地グルメ開発事業の広告換算額は約 7,800 万円

稲沢市・稲沢市観光協会が令和4年度から取り組んでいるご当地グルメ開発事業の広告換算額について、ご当地グルメやフードツーリズムを研究している文教大学（東京あだちキャンパス）の国際学部国際観光学科専任講師の青木洋高（あおきようこう）先生と共同で調査を行いました。その結果、令和7年1月末までに放送・掲載された新聞、雑誌、テレビ、ラジオ・Webなどの各種メディアによる露出について広告換算額を推計した結果、約7,800万円となりました。

### I 広告換算額の推計方法

#### 1 推計対象期間

広告換算額推計対象は、ご当地グルメ開発事業をスタートした令和4年4月から令和7年1月までに放送・掲載されたものとしました。

#### 2 推計・分析対象の対象

ご当地グルメの広告換算額に係る推計・分析の対象は、新聞、雑誌、テレビ、ラジオ・Web記事などの各種メディアによって露出されたものとしました。本調査では新聞・雑誌記事のWeb転載及びSNSにおける露出については対象外としました。

ご当地グルメの普及に向けた取り組みは、多くのメディアに取り上げられることにより、稲沢市のPRに貢献しています。

### II 広告換算額の推計結果

#### 各種メディアによる広告換算額

各種メディアによって露出されたことによる広告換算額は、近い条件で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手法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し、②それぞれについて面積・時間当たりの広告費を乗じる、の2段階で行いました。

その結果、各種メディアによる広告換算額は約7,800万円（新聞1,400万円、テレビ5,400万円、ラジオ400万円、雑誌・Web600万円）となりました（表1・2）。

表1 広告換算額のメディア別内訳

メディア	掲載・放送数（回）	換算額（万円）	比率（%）
新聞	20	1,400	17.95
テレビ	7	5,400	69.23
ラジオ	4	400	5.13
雑誌・Web	6	600	7.69
合計	37	7,800	100.00

表2 広告の年度別掲載・放送数

メディア	令和4年度	令和5年度	令和6年度(※)
新聞	2	10	8
テレビ	0	2	5
ラジオ	0	0	4
雑誌・Web	5	1	0
合計	7	13	17

(※) 令和6年度は、令和7年1月末まで

### III 文教大学 国際学部国際観光学科 青木洋高先生コメント

本調査は、稲沢市のご当地グルメ（カレー料理）がメディアに取り上げられた量を広告換算額という形で可視化したものです。令和4年度から始まった比較的短期間にも関わらず、約7,800万円の広告換算額に達したことは、地域プロモーションの観点からも意義のある成果となっています。

また年々広告換算額が増加しており、メディア露出の内容を分析すると、参画店舗の増加やイベントの開催、話題づくりといった継続的な取り組みがその要因として挙げられます。当初は、ご当地グルメ開発のプロセスに関する記事が多かったものの、令和6年度以降は、具体的な参画飲食店の紹介を含む記事が増加しました。さらに、稲沢市のご当地グルメ（カレー料理）には、料理の種類に関係なく、地域の飲食店の参入できる一方で、「稲沢らしさ」を取り入れることが条件となっています。この点により、メディア露出のなかで稲沢のカレー以外の魅力がともに発信され、他の地域資源と結び付けて内外に地域の価値を訴求できる可能性が高まっています。

本調査では、新聞記事のWeb展開やSNSで拡散された場合の金額については対象外となっているため、実際の広告換算額はさらに大きいと考えられます。

最後に、広告換算額は、関係者の取り組みを評価する手段として、また経年的な変化を把握してパブリシティ計画を立案するうえで有効ですが、ご当地グルメが地域に果たす貢献や価値を測るためには限界がある点も付記します。今後も継続的なアクションと検証を繰り返すことで、稲沢市のご当地グルメが地域の住民にさらに親しまれ、地域外からの来訪者にとっても魅力的なコンテンツとして定着することが期待されます。