

# 地産地消に基づく弁当開発の経済効果 ～浜田市における「浜弁」がもたらす効果測定～



地域政策学部 地域経済経営コース2年

宮田 美咲・中屋 日菜子

本発表は、2025年12月に島根県立大学で開催されたビジネスプランコンテスト「MAKE DREAM 2025」において発表者が優秀賞を受賞したプラン内容に、経済波及効果の分析を加えたものである。

そもそも…

浜田を**元気**にするとは

①浜田市に訪れる人や浜田市民による経済循環

②浜田市の生産者を応援する（地産地消）

①浜田市に訪れる人や浜田市による経済循環

浜田市に観光や出張で訪れる人・浜田市に住んでいる人が浜田市でお金を使うことで**市内経済が活性化**する。

②浜田市の生産者を応援する（地産地消）

どんちっち三魚や石州和紙など浜田市の地域資源を地域内で生産・消費することで**浜田市の生産者を応援**する。

消費者側・生産者側の両方からアプローチして

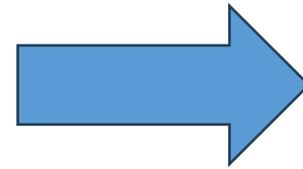
浜田を**元気**にすることができないか・・・??

# 提案するビジネスプラン

浜田市唯一の駅弁

## 浜田の地域資源 × 駅弁

- ・ どんちっち三魚
- ・ 赤てん
- ・ 石州和紙



# 「浜弁」

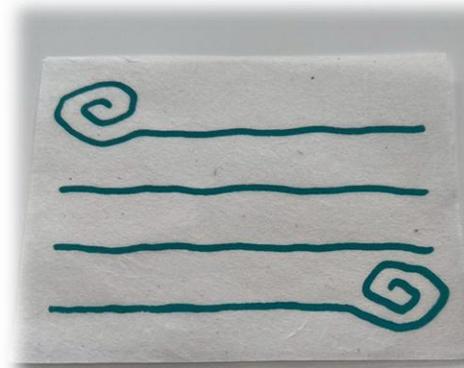
# 活用する浜田の地域資源

☆浜田の特産品以外にも浜田でとれた野菜やお米などを出来るだけ使用して**地産地消**を促す。そうすることによって浜田の生産者も元気にすることが出来る。

- 〈どんちっち三魚〉
- ・アジのフライ
  - ・カレイの煮つけ
  - ・ノドグロの炊き込みご飯 (アジ)
  - ・赤てん

石州和紙のお品書き

スマホに挟めるサイズ感だから旅の思い出にとっておける。



※発表者が調理

(表) お品書き

(裏) イラスト

# 浜弁の想い

- 浜田の**食の魅力**を手軽に届けたい。
- どんちっち三魚など浜田の特産品の**知名度**を高めたい。
- 浜田の**食以外の魅力**も発信したい。
- **浜田駅の名物**として定着させ浜田駅を盛り上げたい。

# 浜弁を着想した背景

- ・ 現在、浜田市には**駅弁がない**。
- ・ 浜田市民を含め、島根県内の人の「どんちっち三魚」や伝統工芸品に対する**知名度が高いとはいいきれない**。
- ・ 浜田市の豊富な地域資源に簡単に触れることが出来る**機会が少ない**。

# 浜田の生産者の現状と浜弁がもたらす効用

## 【石州和紙】

課題：後継者不足・原材料の確保



事業者の声

石州和紙を単に知ってほしいというわけではなく、石州和紙の魅力をわかる人に知ってもらえればそれだけで嬉しい。

〈予想される効用〉 お品書きで石州和紙を使用することで、石州和紙の魅力に触れる機会をまず作ることが出来る。

## 【赤てん】

課題：おいしい食べ方や魅力を発信しきれていない



事業者の声

赤てんのことを何も知らない人にまずは知ってほしい。より多くの人に赤てんの魅力を伝えたいと思っている。

〈予想される効用〉 駅弁を手にした全ての人においしさの魅力が伝えることが出来る。

## 【どんちっち三魚】

課題：消費量の減少・気候変動による漁獲量減少・担い手と後継者不足



事業者の声

どんちっち三魚の魅力をもっと広めたいもあるが、それと同時に水産業という業種にも興味をもってくれる人がいれば良いなと思っている。

〈予想される効用〉 どんちっち三魚を使用することで、浜田の水産業を応援することが出来る。

# 浜弁のこだわりポイント①

時期によって違うどんちっち三魚の楽しみ方が出来る

浜弁のメイン：「大きなアジフライ」で固定

+

主に2つの時期に分けて浜弁の内容を変える。分け方はノドグロの安い時期と高い時期で分ける。

→アジとカレイは現段階で、ある程度一定の量を仕入れることは可能であるがノドグロは年々漁獲量の減少により価格が安定しづらいことが分かった。

そこで…

価格を一定に保てる点とリピーターのロイヤリティ向上、マンネリ化防止できる点

を目的として時期によって駅弁の内容を少し変える。

ノドグロが高い時期

アジフライ・カレイの煮つけ・ノドグロの塩焼き・アジのだしと干物をほぐして入れた炊き込みご飯

ノドグロが安い時期

アジフライ・カレイの煮つけ・ノドグロのだしと干物をほぐして入れた炊き込みご飯

# 浜弁のこだわりのポイント②

駅弁一つ手に取るだけで浜田の魅力を一気に体感できる



浜田を訪れる人は浜田にどのような魅力があるのかわからない人が多い。

提案者の思い

浜田の特産品などの認知はあるが、地元のものだと逆に距離が近いため、触れる機会がないかもしれない。



提案者の思い

\* 駅弁という1つの弁当の中に浜田の様々な魅力を詰め込むことで、  
**駅弁を手にとっただけで複数の浜田の魅力を同時に感じれる**ことを目指す。

\* 浜田に住んでいる人は

「地元にはこんな魅力があったのか！！」と**改めて地元の魅力の再発見**をするきっかけに・・・  
→地元愛が深まり地元の特産品などの商品が売れるきっかけにもなる可能性も見出せる。

# 浜弁のこだわりのポイント③

## 浜田の食以外の魅力発信

〈私たちの想い〉

浜弁 = 浜田の 食の魅力 だけを発信？

そうではなくて…

浜弁 = 浜田の 全ての魅力 を届けるものにしたい！

そこで考えたのが

石州和紙

を活用して **お品書き** を作ってみてはどうか…

狙いは1つ！！ 石州和紙に触れる機会を作り、魅力を実感してもらう こと！



全員が好まなくていい。石州和紙の魅力に気付けた人だけでも好んで楽しんでもらえれば嬉しい。

事業者の声

**【石州和紙を利用すれば駅弁の味だけではない、食以外の魅力発見につながる】**

石州和紙を気に入ってくれる→今度は石州和紙の何かに触れるために浜田を訪れる→浜田の他のものに興味がわく

1つの駅弁から色々な繋がりを見出せる

# 使用する石州和紙について

・現段階では、右の写真の2種類の石州和紙の使用を検討している。

## ①面つくり用のくみ上げ紙

(64×100センチ ¥550)

## ②蛇胴紙

(64×100センチ ¥880)

・時期によって使用する和紙をかえる…

→どんちっち三魚は時期によって仕入れ値が変わる。

仕入れ値が**高い時期**は ①面つくり用のくみ上げ紙 を使用

年間を通して同じ価格で浜弁を提供をすることが出来る。

仕入れ値が**安い時期**は ②蛇胴紙 を使用

蛇胴紙の石州和紙は石見神楽の大蛇にも使用されているため、  
石見神楽についても知るきっかけにしたい。



②蛇胴紙



# 浜弁のこだわりのポイント④

## 生産者側を応援する仕組み

- ・石州和紙のお品書きにはQRコードを張り付ける。  
それらを読み取ると…浜田の魅力を深掘り出来る！

島根県内の方は浜田の  
地域資源の背景（ス  
トーリー性）を意外と  
**知らない！**

### 〈石州和紙〉

- ・石州和紙の歴史
- ・石州和紙が出来るまで…
- ・職人の想い
- ・石州和紙の魅力
- ・石州和紙の通販



### 〈赤てん〉

- ・生産者の想い
- ・赤てんが出来るまで
- ・赤てんの人気の秘密
- ・家で簡単に出来る赤てんの食べ方

QRコードとは別に浜弁に使用した食品の宣伝のリンクサイトの掲示も予定

〈例〉 なうなう赤てんの(有) 江木蒲鉾店公式YouTubeやインスタグラムのアカウントのQRコード  
赤てんのオンラインショップサイトのリンク 等

# 市場規模（ターゲット顧客）

顧客のターゲット層＝

浜田訪れる観光客・帰省客・ビジネスマン・地元客 で汽車を利用する大人

日常的に駅弁を楽しむ消費者全員

コンセプト 『プチ贅沢感のあるお弁当』

・近年では、スーパーマーケットでの販売や冷凍弁当の普及により、日常の食卓に駅弁を取り入れたい「地元客」や「一般消費者」へとターゲットを広げている現状。

浜田に住んでいる人にも 「少し背伸びをしたご飯」 として食卓に並べられるなど  
地元で愛される定番弁当としての知名度を高めたい。

# 市場規模（販売エリア）

販売エリア：**JR浜田駅（浜田市観光協会特産品販売所）**



事業者の声

売店の客層は、ビジネスマンや観光客の人が多く、ほとんどが県外からの人。

多くの人が集まる浜田の中心地的役割を果たしているため、駅内に浜弁を設置することで

多くの人**目に留まり、手に取りたい**と思わせる目的。

実際に販売所では、浜田市のお土産がよく売れている。  
その中でも赤てんなどの食品系が多く売れている傾向がある。



事業者の声

- ・浜田駅では食品の需要がある。
- ・乗り換えのために一時浜田駅に待機する人への需要も見込めるのではないかと…

# 販売方法・販促方法

## 販売方法

現段階では浜田駅（浜田市観協会特産品販売所）での**オフライン販売**

## 販促方法

### SNSや広告の利用

→現段階で全く無名な「浜弁」を認知してもらい知名度を確立させたい。

**賛同者**を増やしたい！

若者向けには**SNS中心とした宣伝**が効果的ではないか…

インスタのハッシュタグ機能や**リール動画**など

→浜田の特産品が出来るまでの生産者の苦労や伝統工芸品の背景などのストーリー性を発信する。

老若男女問わず知ってもらうために…

汽車内や市内のトイレなど**目につく場所に張り紙**を設置して興味をもってもらう。

→浜弁を知らない人が、浜田駅に着く前に浜弁を「食べてみたい！」と思わせるという狙いがある。

# 売上・利益計画

平日よりも土日のほうが駅に訪れる人・利用する人が多いと考えたため

## 〈1年目〉

- ・ **土日限定**で試験的に**各10食販売**。
- ・ 各週20食で1か月80個を販売予定。
- ・ 材料費は1つ当たり1000円。

## 〈2年目〉

- ・ 1年目から5食増やして**土日限定各15食販売**。
- ・ 各週15食で1か月120個を販売予定。

## 〈3年目〉

- ・ 2年目から10食増やして**土日限定各20食販売**。
- ・ 各週20食で1か月160個を販売予定。

・ まずは利益ではなく、**浜弁の認知度を高めることを優先。**

・ **浜弁のファン**をつくりたい。

	1年目	2年目	3年目
売上高 (円)	1,440,000	2,160,000	2,880,000
経費 (円)	1,428,000	1,968,000	2,508,000
利益 (円)	12,000	192,000	372,000
売上・経費内訳 (円)	[売上] 月売上 1,500 × 80個販売 (土日各10食) 年間 1,440,000  [経費] ①材料費 1,000 × 80個 年間 960,000 ②光熱費 3,000 年間 36,000 ③人件費36,000 年間 432,000	[売上] 月売上 1,500 × 120個販売 (土日各15食) 年間2,160,000  [経費] ①材料費 1,000 × 120個 年間1,440,000 ②光熱費4,000 年間 48,000 ③人件費40,000 年間 480,000	[売上] 月売上 1,500 × 160個販売 (土日各20食) 年間 2,880,000  [経費] ①材料費 1,000 × 160個 年間 1,920,000 ②光熱費 5,000 年間 60,000 ③人件費44,000 年間 528,000

# 試作品の感想

- ・ 浜弁の試作品を作った際に、浜田市民・島根県民を含む7人に実食してもらう。  
(母数は少ないが参考までに5段階評価で評価で行う。)

項目	平均点数
①また食べようと思いますか？	4点
②1500円で買おうと思いますか？ (思わない場合、いくらなら買おうと思いますか)	2点 (1200円) (1300円)
③浜田市の魅力が伝わるとおもいますか？	5点
④誰かにお勧めしようと思えますか？	3点
⑤総合的な満足度はどのくらいですか？	4点

値段設定に関しては「高い」という意見が多かった。駅弁の内容は絶賛の声が多かった。浜田の特産品が一つに詰まっている点は消費者にとって大きな満足感につながっていることがわかった。



試食者の声

ボリュームがあって美味しかった。学生には高いと感じたが、満足感があったのでご褒美としてたまに食べる分には良いなと感じた。浜田を知らない人にも特産品が伝わりそう。

なかなかどんちっち三魚を一気に楽しめる機会がないので、一つの弁当でそれらを一気に食べられるのはお得だし贅沢だと感じた。浜田のソウルフードである赤てんもしっかり取り入れられていてこれなら浜田の食の魅力が一気に感じられると思った。また、食べたい。



17 試食者の声

# 浜弁が本当に地域に好影響を与えるのか？

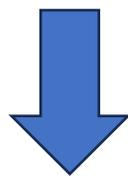
→好影響を与える場合にはどのくらいの影響が見込めるのか…

そこで注目したのが…

## 経済波及効果

〈今回経済波及効果に着目した理由〉

- 地域への具体的な貢献度がわかる。
- 浜弁と一般的な弁当ではどちらが地域により多くの利益を生み出せるかがわかる。



浜弁が地域や産業にもたらす影響を可視化することができる。

# 浜弁が地域に与える経済的影響

## 【浜弁が与える経済波及効果について】

今回は「令和2年（2020年）島根県産業連関表」の39部門を用いて、以下の2つのケースで経済波及効果を比較する。

ケース①浜弁を作った場合の波及効果 （閉鎖経済モデルによる分析）

ケース②一般的な弁当の波及効果 （開放経済モデルによる分析）

## 〈目的〉

- ・ 浜弁と一般的な弁当の経済波及効果の比較を行い、その比較を通じて**浜弁の経済効果の大きさ**を明らかにする。
- ・ 弁当における地産地消が地域へ**どのくらい経済効果をもたらすか**を明らかにする。

本来であれば浜田市の産業連関表を用いるべきであるが、浜田市単位の産業連関表は存在しないため、島根県の産業連関表を代わりに使用している。

# 浜弁が与える経済波及効果

〈浜弁1個あたりの原材料と産業分類の対応表〉

〈産業連関表の産業分類〉	〈浜弁の原材料〉	〈金類〉
農業	野菜・米	300円
漁業	どんちっち三魚	500円
飲食料品	赤てん	200円
パルプ・紙・木製品	石州和紙	200円
プラスチック・ゴム製品	弁当容器	100円

① > ②より  
地産地消は生産者と浜田市自体にも好影響を与えることが分かった。

※ 人件費は200円とし経済波及効果には含めないこととする。

① 浜弁の場合（閉鎖経済）

約2636円

>

② 一般的な弁当の場合（開放経済）

約657円

※経済波及効果の詳しい値については、補足資料②・③に記載<sup>20</sup>

# おわりに

〈経済波及効果を比較して確認できたこと〉

- 1個当たりで比較すると、浜弁と一般的なお弁当のそれぞれの経済波及効果の数値を比較すると圧倒的に浜弁の方が値が大きかった。
- さらに、浜弁の年間の想定販売数（ここでは初年度）に基づいて、経済波及効果を測定すると、約250万円の効果をもたらすことが分かった。
- 浜弁は一般的な弁当に比べると地域への貢献度が大きく、その地域に対して大きな好影響を与えることが明らかになった。

→お弁当作りにおいて地産地消の担う役割は大きいことが分かる。



今後市場規模や販路をさらに拡大していく際には、  
**「地産地消」**に着目して事業の拡大を目指すことが重要なポイントである。

# ご協力いただいた地域の方々

- ・ 赤てん本舗 有限会社江木蒲鉾店 様
- ・ 有限会社江木蒲鉾店 販売店舗 様
- ・ 浜田市観光協会特産品販売所 様
- ・ 石州和紙会館 様
- ・ はまだ産業復興機構（浜田市産業経済部産業復興課） 様
- ・ はまだお魚市場（山陰浜田港公設市場） 様
- ・ 浜田魚商協同組合 様



最後まで読んでいただき、  
ありがとうございました！



# 補足資料①

## ・経済波及効果の求め方

### 閉鎖経済の場合

経済波及効果 = 逆行列係数  $\mathbf{【 (I - A)^{-1} 】}$  × 最終需要

### 開放経済の場合

経済波及効果 = 逆行列係数  $\mathbf{【 [I - (I - M) A]^{-1} 】}$  × 移輸入控除後の最終需要 (最終需要 × 県内自給率)

※産業連関表を用いる。

I = 単位行列、A = 投入係数、M = 移輸入を表す。

# 補足資料②

- ・閉鎖経済の場合における各産業への経済波及効果

	経済波及効果	非鉄金属	10.0	金融・保険	28.6
農業	425.4	金属製品	12.3	不動産	10.0
林業	35.8	はん用機械	2.0	運輸・郵便	114.0
漁業	520.0	生産用機械	2.0	情報通信	32.0
鉱業	14.0	業務用機械	0.6	公務	1.7
飲食料品	350.4	電子部品	4.6	教育・研究	0.6
繊維製品	23.4	電気機械	3.9	医療・福祉	0.1
パルプ・紙・木製品	304.5	情報通信機器	0.2	他に分類されない会員制団体	8.9
化学製品	103.6	輸送機械	44.1	対事業所サービス	123.0
石油・石炭製品	61.7	その他の製造工業製品	15.3	対個人サービス	2.9
プラスチック・ゴム製品	164.5	建設	8.3	事務用品	2.3
窯業・土石製品	6.8	電力・ガス・熱供給	40.5	分類不明	16.7
		水道	3.4	合計	2636.3
		廃棄物処理	3.7		

# 補足資料③

## ・開放経済の場合における各産業への経済波及効果

	経済波及効果	非鉄金属	0.1	金融・保険	3.9
農業	221.6	金属製品	0.3	不動産	1.5
林業	6.7	はん用機械	0.0	運輸・郵便	23.2
漁業	206.3	生産用機械	0.2	情報通信	4.4
鉱業	0.1	業務用機械	0.0	公務	0.0
飲食料品	41.0	電子部品	0.0	教育・研究	0.1
繊維製品	0.5	電気機械	0.1	医療・福祉	0.0
パルプ・紙・木製品	69.2	情報通信機器	0.0	他に分類されない会員制団体	3.1
化学製品	1.1	輸送機械	0.3	対事業所サービス	16.2
石油・石炭製品	0.5	その他の製造工業製品	0.8	対個人サービス	0.9
プラスチック・ゴム製品	30.7	建設	1.7	事務用品	0.5
窯業・土石製品	0.6	電力・ガス・熱供給	4.8	分類不明	0.0
鉄鋼	0.1	水道	0.6	合計	656.7
		廃棄物処理	0.5		
		商業	15.2		

# 参考文献

- ・土屋・田中（2025）「若年者の『推し活』における消費行動—心理的所有感・時間的態度に与える影響—」
- ・水越・岡田・宮沢（2024）「応援されるブランドの考察」
- ・FUJITSU（2022）「応援消費とは。イミ消費世代のビジネスは『ストーリー性』がカギ、  
<https://www.fujitsu.com/jp/solutions/industry/retail/feature/articles/article-202204-04/>  
2025年12月27日閲覧
- ・ELEMENIST（2023）「『応援消費』ってなに？世代や環境変化による新たな消費スタイルとは、  
<https://elemenist.com/article/3076> 2025年12月27日閲覧
- ・消費者庁（2021）「消費者白」[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_research/white\\_paper/](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/)  
2025年12月25日閲覧
- ・会社JTB株式総合研究所（2018）「地域の特産品（地場産業・伝統産業品）への意識についての調査」  
[https://www.jtbcorp.jp/jp/newsroom/assets/2018\\_171.pdf](https://www.jtbcorp.jp/jp/newsroom/assets/2018_171.pdf) 2025年12月27日閲覧
- ・林宜嗣・林亮輔編著（2021）『地域データ分析入門—すぐに役立つEBPM実践ガイドブック』、第10章「経済波及効果を計測する—産業連関分析をマスターしよう」、日本評論社。
- ・島根県ホームページ「しまね統計情報データベース—産業連関表」  
<https://pref.shimane-toukei.jp/index.php?view=13188> 2025年2月2日閲覧