

2007 12.

地域開発

vol.519

特集

地域ブランドに向かう B級グルメ

- オムカレーを通じた富良野市の街おこし——第三の富良野ブランド確立に向けて
西村 俊輔（日本政策投資銀行北海道支店業務第二課）
- ご当地「三大麺」の切り札となるか——盛岡・じゃじゃ麺の進化度
及川 孝信（㈱MT&カンパニー代表取締役）
- ラーメンのまち佐野のもう一つのB級グルメ——繊維の歴史に育まれた「いもフライ」
関 満博（一橋大学大学院商学研究科教授）
- 川崎の焼肉街の三つの成功要因
牧瀬 稔（財地域開発研究所研究部研究員）
- うなぎのまち岡谷——長野県岡谷市
大平 修司（諏訪東京理科大学経営情報学部助教）
- まちの活性化の起爆剤——富士宮やきそば
古川 一郎（一橋大学大学院商学研究科教授）
- インナーシティで培われた庶民の味——神戸市長田区
足利亮太郎（甲陽学院高等学校教諭）
- 卵かけご飯専用醤油「おたまはん」の誕生
鈴木 真人（財日本経済研究所調査局調査第一部長）
- 須崎路地ウラB級グルメ 全国区を目指す鍋焼きラーメン
長崎 利幸（㈲アーバンクラフト代表）
- 日本一の焼き鳥の街——福岡県久留米市
山藤竜太郎（財日本学術振興会特別研究員）