

東日本大震災被災地（南三陸町・気仙沼市）における復興の現状と課題

Current status and issues of reconstruction in the areas affected by the Great East Japan Earthquake
(Minamisanriku Town, Kesenuma City)

千川 剛史

大妻女子大学人間関係学部

Tsuyoshi Hoshikawa

Faculty of Human Relations, Otsuma Women's University

2-7-1, Karakida, Tama-city, Tokyo, 206-8540 Japan

キーワード：災害，復興，ご当地グルメ，デジタル・ネットワーキング・モデル

Key words : Disaster, Reconstruction, Local gourmet, Haiboshi, Digital networking model

抄録

筆者は、東日本大震災発生1ヶ月後から被災地の南三陸町と気仙沼市において参与観察とアンケート調査を実施して長期にわたる復興過程の実態を把握し、復興に関わる諸主体間の相互協力信頼に基づく関係構造を「デジタル・ネットワーキング・モデル」を用いて可視化して復興の現状と課題を解明しようとしてきた。

そこで、本稿では、

1. 「南三陸復興市」における「灰干し」試験販売による参与観察と来場者アンケート調査から、また、
2. 「南三陸さんさん商店街」の来場者アンケート調査から、南三陸町の復興過程の実態を把握する。
3. サメの「灰干し」の商品開発と「ご当地グルメづくり」による参与観察から、そして、
4. 気仙沼「海の市」の来場者アンケート調査から、気仙沼市の復興過程の実態を把握する。さらに、
5. 南三陸町と気仙沼市において復興に関わる諸主体間の相互協力信頼に基づく関係構造を「デジタル・ネットワーキング・モデル」を用いて可視化して復興の現状把握と今後の課題を解明する。

1. 「南三陸復興市」における「灰干し」試験販売による参与観察と来場者アンケート調査による南三陸町の復興過程の実態把握

1.1 「南三陸復興市」における「灰干し」試験販売による参与観察

2000年6月に発生し同年9月から2005年2月まで4年5か月にわたって住民全員が島外に避難した大規模かつ長期的な火山災害の被災地である三宅島の復興を目的として、筆者と支援者たちは、首相官邸「地域活性化統合本部会合」の2008・2009年度の「地方の元気再生事業」の公募委託助成を受けたモデル事業として「灰干しプロジェクト」を構想・企画した^[1]。

そして、筆者がこのプロジェクトの代表者となって、支援者と一緒に2年度にわたる灰干しの試作や講習会や調査の実施を通じて、このプロジェクトを三宅島（東京都）・笠岡諸島北木島（岡山

県）・飛島（山形県）の三島から全国15地域（北海道釧路市、宮城県南三陸町、石川県輪島市、静岡県伊東市、笠岡諸島の白石島・真鍋島、愛媛県上島町弓削島・三瓶町、島根県出雲市・浜田市・飯南町、福井県小浜市、宮崎県五ヶ瀬町、鹿児島市）へと展開した。そして、「灰干しプロジェクト」のモデル事業地域の一つである南三陸町では、水産加工業者が、プロジェクト・メンバーとして、東日本大震災の前からサケとホタテで三宅島の火山灰を使った灰干しの試作を行っていた。ところが、東日本大震災による津波で、それらの水産加工業者の店舗や工場ごと灰干しの試作で使用していた火山灰も道具も流されてしまった^[2]。

他方で、筆者は、2011年1月19日に発生した「平成23年霧島連山新燃岳火山災害」では、宮崎県高原町（たかはるちょう）で地域づくりや被災地支援活動に取り組んでいる「特定非営利活動

(NPO) 法人「たかはるハートム」に、灰干しづくりを提案した。このことがきっかけとなって、このNPOが率先して肉類を食材とした灰干しづくりに取り組み、地元の精肉店の協力を得て鶏肉の灰干しの商品化に成功した^[3]。

そこで、筆者は、南三陸町の水産加工業者をはじめとする人たちの復興への励みとなるように、2011年4月から毎月末（2013年6月から不定期）に開催されている南三陸町の「福興市」で、灰干しの普及宣伝と品質改良を目的に、同年9月から、高原町の精肉店から「熟成たかはる灰干し」炭火焼真空パック（鶏・豚・シカ・イノシシ）を取り寄せて販売する形で、被災地の復興状況を把握しながら、参与観察による現地調査を行ってきた（写真1）。



写真1. 福興市での灰干しの宣伝販売
(2017年12月29日筆者撮影)

毎回の灰干しの宣伝販売では、宮崎県高原町の中嶋精肉店が製造・販売する「熟成たかはる灰干し」の炭火焼各種（シカ・イノシシ・豚タン・鶏モツ）12袋と鹿児島県始良市の「(株)樹楽」が製造・販売する「桜島灰干し」の柚子胡椒風味の骨付き鶏もも肉の炭火焼6袋を取り寄せて試食販売し、来場者数によって売れ行きは違ったが、毎回、午前中で完売した^[4]。

筆者は、福興市で2011年9月から灰干しの宣伝販売を続けてきたが、このような灰干しの種類と数量で販売を行うようになったのは、2015年4月からである。理由としては、2015年から福興市では、悪天候などで来場者が5千人を下回ることもあり、売れ残りが出るようになったからである。そこで、試食と値引き販売（灰干し各種2袋組み合わせ1,000円）をすることによって、毎回の福興市で、2時間前後で完売できるようになっ

た^[5]。

来場者は、試食で灰干しの旨さと食感を味わい、さらに、販売価格の値引き率が大きく、お得感があるため、灰干しを購入する人が多い。

しかしながら、リピーターがほとんどいないことから、灰干しが、現時点では全国的なブランド商品となりえていないことは明らかである^[6]。



写真2. 福興市での灰干しの試験販売
(2019年10月29日筆者撮影)

ところが、宮崎県高原町の中嶋精肉店が2019年9月に店主の高齢と持病及び後継者がいないために廃業せざるを得ず、2019年9月29日（日）開催の南三陸「福興市」では、写真2のように、鹿児島産の灰干し各種の販売のみとなったが、「桜島灰干し」の「おかずセット」（「めかじき」・「島かつお」・「鶏手羽」・「しいたけ」各種灰干し）と「ぼっけごと」（灰干しにした骨付き鶏もも肉の柚子

胡椒風味の炭火焼)の試験販売を実施した^[7].

その際に、試食と値引き販売(桜島灰干し各種2袋組み合わせ1,000円)をすることによって、来場者は、試食で灰干しの旨さと食感を味わい、さらに、販売価格の値引き率が大きく、お得感があるため、桜島灰干し計20個を約2時間で完売できた。また、ボリュームがありスパイシーでビールのに最適で中高年の酒好きの男性好みの「ぼっけごて」よりも、酒の肴にもおかずにもなる「おかずセット」の方が女性向きであり、売れ筋の商品になることを把握できた^[8].

なお、2019年から2020年にかけての福興市の開催予定は、図1の「【福興市】年間開催スケジュール 2019版」の通りであったが、2020年1月から全国で急速に感染が拡大した新型コロナウイルスの感染防止のために、同年2月23日に開催予定であった第98回「牡蠣まつり」福興市(図2)と第99回「牡蠣わかめまつり」福興市(同年3月22日開催予定)(図3)及び第100回「祝100回記念」福興市(図4)を中止せざるを得なくなった。



図1「【福興市】年間開催スケジュール 2019版」
(<https://i0.wp.com/www.m-kankou.jp/kankou/wp-content/uploads/2019/02/c958506a87f3e000879f0140de794f3d.jpg?w=595&ssl=1> (参照 2022-4-30))



図2「第98回志津川湾牡蠣まつり福興市」中止のお知らせ
(<https://i0.wp.com/www.m-kankou.jp/kankou/wp-content/uploads/2020/02/3a2ebc2c61c7654a6521122b992aecd3-1.png?fit=600%2C336&ssl=1> (参照 2022-4-30))



図3 第99回志津川湾牡蠣わかめまつり福興市開催中止のお知らせ
(<https://i0.wp.com/www.m-kankou.jp/kankou/wp-content/uploads/2020/03/1daa05c26d85f59a9c3d1a4bd61c7f9e.jpg?fit=600%2C334&ssl=1> (参照 2022-4-30))



図4 「祝100回記念福興市一大感謝祭」開催延期のお知らせ
(<https://www.m-kankou.jp/archives/234671/>
(参照 2022-4-30))

そこで、福興市実行委員会は、来場者を東北6県の居住者に限定し、また、出店を南三陸町内の事業者限定し、さらに、飲食物はテイクアウト（持ち帰り販売）に限定して、飲食スペースやゴミ箱を設置しないようにした上で、以下の「新型コロナウイルス感染防止対策について」に記載してある感染防止対策を講じて第98回「志津川湾おすばでまつり」福興市（2020年12月29日開催）（図5）と第99回「寒鱈まつり」福興市（2021年1月24日開催）（図6）を実施した^[9]。



図5 「第98回志津川湾おすばでまつり福興市」チラシの画像

(<https://www.m-kankou.jp/archives/238455/#jp-content-view-238582> (参照 2022-4-30))



図6 「第99回寒鱈まつり福興市」の画像
(<https://i0.wp.com/www.m-kankou.jp/kankou/wp-content/uploads/2021/01/ec93d5195bf4d67a6d41d30bfa317116.jpg?fit=600%2C352&ssl=1> (参照 2022-4-30))

新型コロナウイルス感染防止対策について^[10]

1. 事前周知（WEB 発信や紙媒体）の際にはガイドラインに基づいた感染拡大防止策を記載する
2. 出入口を2か所に限定し、会場内の滞留人数の把握する
3. 当日の混雑を避けるために、入口では検温を実施し、感染者が出た場合等に備え、入場者の個人情報（氏名・連絡先・居住地）の事前登録を行う
※チラシの「入場事前登録欄」に来場者全員の個人情報を記入し当日入場ゲート受付に提出する。または、チラシの「入場事前登録フォーム」のQRコードをスマートフォンに読み込んで Web に必要事項記入した後に届く確認メールの画面を保存して、当日入場ゲート受付に保存画面を提示する
4. イベント開始時間を厳守し会場内やその周辺の行動管理を確実にを行う
5. 会場出入口やトイレ、出店ブース間に消毒液を設置する
6. 咳エチケットや手指消毒の徹底を促す案内看板を会場内に設置する
7. 各店舗に飛沫防止シートを設置する
8. 出店は町内事業所のみ

他方で、第100回記念福興市は、新型コロナウイルス感染拡大が終息しないため、開催日が2021年9月26日(日)へ再延期されたが(図7)、新型コロナウイルス感染拡大の終息が見通せないため、さらに、2022年5月29日(日)に再々延期され(図8)、ようやく開催されることになった(図9)[11]。

そして、第100回記念福興市は、予定通り同年同月28日(土)16時～19時に記念式典と交流会、29日(日)9時～14時に「第100回記念福興市一大感謝祭」が開催された(図10)。



図9 「おかげ様で祝100回！福興市大感謝祭」開催のお知らせ
(<https://www.m-kankou.jp/event/247004.html/> (参照 2022-4-30))



図7 「祝100回記念福興市一大感謝祭」開催再延期のお知らせ
(<https://www.m-kankou.jp/archives/234671/> (参照 2022-4-30))



図10 「(終了)第100回記念福興市一大感謝祭」のチラシ
(<https://www.m-kankou.jp/event/247004.html/> (参照 2022-6-9))



図8 「南三陸福興市100回記念開催 再々延期」についてのお知らせ
(<https://www.m-kankou.jp/archives/242596/> (参照 2022-4-30))

そして、筆者は、式典と交流会に参加し(写真3・4)、また、大感謝祭では、「灰干しプロジェクト(大妻女子大学)」という名称で出店し、「(株)樹楽」が製造・販売する「桜島灰干し」の柚子胡椒風味の骨付き鶏もも肉の炭火焼5袋と「おかずセット」25袋を販売し約2時間で完売した(写真5・6)。

他方で、現地調査に同行した干川ゼミの学生2名が来場者アンケート調査を実施し、調査票を配布し100件を回収することができた。



写真3 「第100回記念福興市」記念式典
(2022年5月28日 筆者撮影)



写真4 「第100回記念福興市」交流会
(2022年5月28日 筆者撮影)



写真5 「第100回記念福興市一大感謝祭」開会式
(2022年5月29日 筆者撮影)



写真6 「第100回記念福興市一大感謝祭」における「桜島灰干し」の販売
(2022年5月29日 筆者撮影)

1.2 「南三陸福興市」の来場者アンケート調査

筆者は、前述のように第1回目の福興市（2011年4月29・30日開催）から2019年10月27日の「第95回鮭いくらまつり」福興市及び2022年5月29日開催の「第100回記念福興市一大感謝祭」まで90数回にわたって支援者・研究者として参加し参与観察と来場者調査を行ってきた。

このような形で福興市に参加する中で、2012年5月から福興市の客足が伸び悩み、南三陸町の観光を中心とする復興に陰りが見えてきた。

そこで、その原因を明らかにしようという目的で、南三陸「福興市」実行委員会の協力を得て、本学の人間関係学部人間関係学科社会学専攻の専門必修科目の「社会調査及び実習Ⅰ・Ⅱ」の現地調査実習として**2013年に1年目の来場者調査を3回**（同年5月26日（日）・7月27日（土）・8月24日（土））実施した。

また、**2014年に2年目の来場者調査を5回**（同年6月29日（日）・7月26日（土）・8月30日（土）・9月28日（日）・10月26日（日））実施し、**2015年に3年目の来場者調査を4回**（同年5月24日（日）・8月29日（土）・9月27日（日）・11月1日（日））実施した。

そして、**2017年に4年目の来場者調査を4回**（同年6月25日（日）・7月29日（土）・8月26日（土）・

11月26日(日))実施し、さらに、**2018年には5年目の来場者調査**を「南三陸さんさん商店街」の来場者調査と同時に**4回**(同年5月27日(日)・6月17日(日)・7月28日(土)・11月25日(日))実施し、**2019年には6年目の来場者調査**を前年と同様に「南三陸さんさん商店街」の来場者調査と同時に**4回**(同年5月26日(日)・6月30日(日)・7月27日(土)・10月27日(日))実施し、それとは別に、「**大妻女子大学戦略的個人研究費**」(平成31年度 S1934)の助成を受けて、干川ゼミ所属の学生の研究協力を得て、「南三陸さんさん商店街」の来場者調査と同時に福興市の来場者調査を**2019年9月29日に実施**した。

なお、2020年1月から国内における新型コロナウイルス感染が拡大したため、第98回(同年2月23日(日))開催予定と第99回(3月22日(日))開催予定)の「福興市」が中止となり、福興市での来場者調査を実施できなかったため、さんさん商店街の来場者調査のみを実施した。

上記25回の7年間にわたる福興市の来場者調査の結果を主要な項目について比較すると以下のようになる^[12]。

「福興市」の来場者の大多数は、2～4人の少人数の夫婦や家族連れで来場し、宮城県内の居住者が7～9割であることは、4年間にわたって変化がない。

しかし、1～3年目の調査では、南三陸町内に居住する来場者が最も多かったが、4年目(2017年)の調査では、仙台在住の来場者が4回実施した調査のうち2回で1位を占めるようになり、増加した。

その原因としては、2016年～2017年にかけて南三陸町内で「三陸沿岸道路(復興道路)」が仙台市内から順次延伸し(2016年10月30日に志津川インターチェンジ(IC)・2017年3月30日に南三陸海岸IC・同年12月9日に歌津ICが開通)し、仙台方面からの自家用車で南三陸町への往復に要する時間が大幅に短縮されたことが考えられる。

次に、「福興市」に関する情報源としては、南三陸町とその周辺の地域(登米市・大崎市・栗原市)では、チラシが多く、宮城県内の他の地域では、新聞やテレビが多い。また、県外の来場者は、インターネットが多い。

そして、福興市に来た回数については、5～7

割の来場者が初めてであり、回数が多い来場者は、南三陸町とその周辺地域の居住者が多数を占める。

福興市への交通手段は、自動車が7～9割で圧倒的に多く、バスなどの公共交通機関を利用する来場者は、少数である。

福興市に来場する目的のほとんどは、居住地に関わらず、買い物と食べ物である。県外の来場者は、復興支援を目的とする割合が多い。

福興市に関する自由回答からは、「賑わっている・食べ物がおいしい・楽しい」という肯定的な意見が多いが、来場回数が多くかつ南三陸町とその周辺に居住する来場者は、「マンネリ化している・子供の遊び場がない・休憩場所が少ない・道路の案内表示が分かりにくい」などのやや厳しい見方をしている。

しかし、要望としては、「このまま継続して欲しい・もっとPRして県内外から来場者を増やして欲しい」などという意見が多数ある。

2. 「南三陸さんさん商店街」の来場者アンケート調査による南三陸町の復興過程の実態把握

筆者は、福興市の来場者調査と同時に「南三陸さんさん商店街」を同商店街の商店会の協力を得て**2018年に1年目の来場者調査を4回**(5月27日(日)・6月17日(日)・7月28日(土)・11月25日(日))実施し、また、**2019年に2年目の来場者調査を4回**(5月26日(日)・6月30日(日)・7月27日(土)・10月27日(日))実施した。

それとは別に、「**大妻女子大学戦略的個人研究費**」(平成31年度 S1934)の助成を受けて、干川ゼミ所属の学生の研究協力を得て、「福興市」の来場者調査と同時に来場者調査を**2019年9月29日に実施**し、同商店街のみの来場者調査を2020年2月23日と3月22日の2回実施した。

さらに、**2021年には、3年目の来場者調査を4回**(同年8月28日(土)～29日(日)・9月26日(日)・10月24日(土)・11月7日(日))実施した。

上記15回の4年間にわたる「南三陸さんさん商店街」の来場者調査の結果を主要な項目について比較すると以下のようになる。

2020年2・3月のさんさん商店街の来場者調査では、2019年9月に調査を実施した時点よりも明らかに来場者数が減少しており、また、来場者の感染防止のために、記入用のボールペンやクリ

ップボードを回答者が記入するたびにアルコールが浸透したウェットティッシュで清拭するという作業をせざるを得ず、来場者への調査票の配布と回収に手間取り、調査票の回収数が少なくなってしまう^[13]。

そして、2019年9月～2020年3月にかけて実施した来場者アンケート調査の結果から明らかになったのは、以下の通りである。

1) グループの人数：さんさん商店街と福興市の両方とも、2人～4人の来場者が大部分を占めている

2) 居住地

<都道府県>：さんさん商店街と福興市の両方とも、宮城県内の来場者が大部分を占めており、その次に岩手県を中心とする近隣県からの来場者が多い。他方で、東京都や関東圏からの来場者も必ずいる。

<市区町村>：福興市の来場者の大部分が仙台市内からであるが、さんさん商店街は、福興市と比べて、宮城県外の市町の来場者が多く来ている。

3) 回答者の年齢：さんさん商店街と福興市の両方とも、20代から70代までの幅広い年齢層の人が来場しており、特に、40代から60代の中高年の来場者が多い。

4) 同伴者：さんさん商店街と福興市の両方とも、1位と2位には、家族づれと夫婦が入るが、3位は、多様な人と一緒に来ている。

5) 情報源：さんさん商店街では、テレビが毎回の調査で1位になっており、回答者の4割～6割がテレビから情報を得て来場している。また、福興市では、1位インターネット・2位チラシ・3位新聞・ロコミの順番になっており、インターネットとチラシ・新聞という紙メディアから情報を得て来場している回答者多い。

6) 来場回数：さんさん商店街と福興市の両方とも、1位が1回目であり、3割～4割が初めての来場者である。5回や10回という回答者が3位以内に入っていて、リピーターも1割程度いる。

7) 交通手段：さんさん商店街と福興市の両方とも、交通手段として自家用車が、8割以上を占める。ちなみに、JR気仙沼線は柳津～気仙沼間の区間の鉄道は廃止され、福興市の会場やさんさん商店街を含む区間で利用可能な公共交通機関はBRT (Bus Rapid Transit:バス高速輸送システム:線路からレールを取り除きバスが通行できるよう

に舗装し直して整備したバス専用運行路線)と仙台～志津川経由～気仙沼間の高速バスのみであり、(路線)バス・タクシー・徒歩で来場することは困難である。

8) 経路：さんさん商店街と福興市の両方とも、南三陸町内と宮城県内の近隣市町(気仙沼市・登米市・大崎市・石巻市・女川町等)の観光スポットを經由して来場している。

9) 意見・感想等：さんさん商店街と福興市の両方とも、新鮮な海産物を買ったり、食べたりできることと活気があることに来場者は満足している

10) 改善のための方策：さんさん商店街と福興市の両方とも、注目されるイベントの開催、PRを盛んに行う、来場者が店舗に入りやすくする工夫、南三陸の新鮮な食材を利用した食べ物等の目玉商品の開発、他の震災被災地との連携による集客の工夫。さらに子どもが楽しめる場づくり、駐車場の改善、目立ちやすいところへの多数の案内板の設置が課題である

11) 南三陸町の復興のための方策：さんさん商店街を中心とした観光施設や交通機関や道路の整備、海産物とイベントを目玉とした各種メディアを活用した集客、若者が働いて暮らせ子どもを産み育てられるような水産業・観光業中心の職場と地域づくりが課題である。

3. サメの「灰干し」の商品開発と「ご当地グルメづくり」による参与観察からの気仙沼市の復興過程の実態把握

筆者は、東日本大震災発生2年後の2013年から、気仙沼市内の市役所に隣接した八日町商店街のたこ焼き屋「なにわのたこよし」を拠点として、本学の教員・学生とともに、店主の松下初男・裕子夫妻を代表とする「気仙沼灰干しの会」を中心に商工会議所や水産加工業者や被災地復興に取り組む人たちの協力を得ながら、気仙沼魚市場が全国一の水揚げ量を誇るサメを食材とした「灰干し」(火山灰の強力な吸着力を活用して冷蔵庫内で魚介類や肉類を乾燥・脱臭・熟成させる製法)の商品開発への参与観察を行ってきた。

さらに、2016年から地域食材を活用した地域おこしの専門家の榎木春幸(なぎ しゅんこう)氏の協力を得た「ご当地グルメづくり」への参与観察によって、地場産業の創出による被災地復興・

地域再生の可能性と課題を明らかにしようとしてきた。

そこで、これまで筆者が実施してきたサメの「灰干し」の商品開発と地元食材を活用した「ご当地グルメづくり」への参与観察に基づいて地場産業の創出という観点から気仙沼市の復興過程の実態を把握してみたい。

3.1 サメの「灰干し」の商品開発による参与観察

3.1.1 平成25年度大妻女子大学地域連携プロジェクト「東日本大震災被災地の商店街と連携した復興支援活動」

タコ焼き屋「たこよし」を拠点にして現地の食材等を活用した商品の開発・製造・販売による商店街活性化を通じた被災地復興が行われている八日町商店街の取り組みを、ベテラン災害ボランティア活動経験者と筆者及び本学の松本美鈴教授（家政学部食物学科）・荒井芳廣教授（人間関係学部人間関係学科社会学専攻）の指導の下に学生が、乾燥・脱臭・熟成効果を持つ火山灰と地元で獲れるサメ等の魚介類を活用した特産品「灰干し」の試作・講演会を通じて支援した^[14]。

まず、平成25(2013)年9月3日に、筆者の指導の下に、干川研究室で学生が2011年1月末に噴火した霧島連山新燃岳の火山灰のふるい分け作業を行った。次に、同5日に、松本教授の指導の下に、干川と学生が、家政学部の調理実習室で、塩水の漬け込み時間を変えながら、気仙沼産のサメ（モウカザメ）を灰干しの試作のための仕込みをした^[15]。

そして、翌日6日に、松本教授の指導の下に、筆者と荒井教授が、試食と官能評価を行いサメの灰干しの出来具合を検証した^[16]。

その結果は、以下の通りであった^[17]。

<官能評価のまとめ>

- 1) 塩漬け時間の長短にかかわらず、いずれの灰干しでもアンモニア臭のような異臭は弱かった。
- 2) 塩漬け時間が長いほど、灰干しの塩味は強まった。
- 3) サメ灰干しのうま味は、弱かった。
- 4) サメ加熱肉は、ジューシーでやわらかいテクスチャー（肉質）であった。
- 5) 官能評価項目に酸味、生臭み、えぐみ等を加える必要がある。

このようなサメの灰干しの試食と官能評価から得られた知見に基づいた灰干しづくりに向けての啓発のために、2014年3月25日に気仙沼市八日町商店街の「なにわのたこよし」において13時から約2時間、筆者・荒井・松本教授による国内外の被災地復興支援活動や灰干しに関する講演会が実施された（写真7）^[18]。



写真7 松本美鈴教授による講演
(2014年2月25日 筆者撮影)

この講演会には、八日町商店街の関係者と被災地復興・地域活性化活動に取り組む気仙沼市内の高校生や仙台市内の専門学校生、被災地支援活動のために神戸市から来た灘高校の生徒たちが出席し、霧島連山新燃岳火山災害（2011年1月末発生）の被災地である宮崎県高原町で生産・販売されている豚肉の灰干しの試食をしながら、講演者と出席者との間で活発な質疑応答が行われた（写真8）^[19]。



写真8 出席者との質疑応答の様子
(2014年2月25日 筆者撮影)

3.1.2 平成26年度大妻女子大学地域連携プロジェクト「東日本大震災被災地の商店街と連携した復興支援活動」及び平成26年度大妻女子大学戦略的個人研究費「地域連携デジタル・ネットワーキングに関する研究」

2014年9月12日に、気仙沼市八日町商店街の有志が結成した「気仙沼灰干しの会」主催の「灰干しセミナー」が開催され、まず、筆者が「灰干しプロジェクト」の展開について基調講演を行い、その後、セミナー参加者を対象にした灰干しの講習と試食を実施した上で参加者の間で意見交換を行った（写真9・10・11・12）。



写真9 筆者による「灰干しプロジェクト」についての基調講演
(2014年9月12日 「気仙沼灰干しの会」松下初男氏撮影)



写真11 焼いたヨシキリザメの灰干し
(2014年9月12日 筆者撮影)



写真12 灰干し試食後の意見交換
(2014年9月12日 筆者撮影)

なお、この灰干しセミナーの様子は、「三陸新報」と「仙台テレビ」、「けせんぬま災害FM」の取材を通じて宮城県内を中心とした地域で報道された^[20]。

「三陸新報」の記事によれば、「講演後、気仙沼港のヨシキリザメを一晩灰干しにした切り身と、処理していないものを焼いて食べ比べた。参加者からは『灰干しした方が食べやすい。他の魚にも活用できそう』などの声が聞かれた」^[21]。

このように、試作されたサメの灰干しに対してセミナー参加者からの一定の評価を得ることができた。

そして、灰干しの商品開発の可能性の検討のために、2015年2月27日に気仙沼市八日町商店街の「たこよし」で、筆者と学生が、商品開発の専



写真10 灰干しづくりの講習
(2014年9月12日 筆者撮影)

門家である藤村望洋氏の助言の下に「気仙沼灰干しの会」が試作したヨシキリザメの灰干しの試食会と検討会を実施した（写真13・14）。



写真13 「気仙沼灰干しの会」松田初男氏によるサメの灰干しについての説明
(2015年2月27日 筆者撮影)



写真14 ヨシキリザメの灰干しを試食する参加者
(2015年2月27日 筆者撮影)

試食した後での検討会での意見交換によって以下のような結果が得られた。

塩水に浸しただけで未加工の焼いたヨシキリザメの肉には、独特の酸味とエグミがあった。火山灰の粒の大きさと塩分濃度を変えて、ヨシキリザメの肉を灰干加工した。

酸味とエグミが少ない順は、

（1位）上下を細目の火山灰を敷いて加工した塩水塩分15%の焼いたヨシキリザメの肉

（3位）下を細目・上を粗目の火山灰を敷いて加工した塩水塩分15%の焼いたヨシキリザメの肉

（4位）上下を粗目の火山灰を敷いて加工した塩水塩分15%の焼いたヨシキリザメの肉

であった^[22]。

上記の結果を考察すると以下のような知見が得られ、今後の課題が明らかになった。

○**火山灰の粒子のキメが細かい方が、酸味とエグミを取る効果大きい**

○**塩水塩分15%の方が、20%よりも酸味とエグミを取る効果大きい**

○**どのような加工方法でも、ヨシキリザメ特有の酸味とエグミを取り切れなかった。また、冷蔵庫での時間が2日半では、十分な熟成効果が得られず旨みが出なかった。**

<課題>

・**塩分濃度は15%が最適か？**

・**酸味とエグミを完璧に取るための方法－牛乳・ワイン等に浸す？**

・**熟成に必要な時間の確定－3日間でよいか？**

このような課題を解決するために、「気仙沼灰干しの会」の松田初男氏がさらに試作を積み重ねるだけでなく、中長期的な目標としては、「気仙沼灰干しの会」を中心に気仙沼市内の水産加工業者や飲食店と連携して、灰干しの商品化とブランド化、そして、サメの灰干しを素材とした気仙沼の郷土料理「ご当地グルメ」の開発を行うこととなった^[23]。

ところで、気仙沼市内でのサメの「灰干し」の商品開発は、実施開始から2年が経過したが、津波災害によって大打撃を受けた現地の水産加工等の事業者は、事業の立て直しが遅々として進んでおらず、経済的に逼迫した状況にあるため、新規の事業を展開するための財源的・人力的・設備的な余裕がない^[24]。

その一方で、一部の水産加工業者は、一攫千金・一発逆転を狙って、サメ肉を材料とする「灰干し」の商品化を仲間内だけで独占的に行おうとし、目障りな者や邪魔な者の足を引っ張り蹴落としてでも、利益を得ようとする動きが見られた^[25]。

このような事業者の動きは、被災地復興を阻害する大きな要因であるため、今後、気仙沼でサメの「灰干し」の商品開発を継続して目的を達成するためには、被災地復興を志す地域内外の人々と意思疎通を図りつつ連携しながら「顔の見える信頼関係」を粘り強く作り上げていくことが必要とされる^[26]。

3.1.3 平成 27 年度大妻女子大学地域連携プロジェクト「東日本大震災被災地の商店街と連携した復興支援活動」及び平成 27 年度 大妻女子大学戦略的個人研究費「地域連携デジタル・ネットワーキングに関する研究」

サメの灰干しの商品化・事業化を検討するために、筆者は、2015年8月7日・12月18日に「たこよし」を訪れ、「気仙沼灰干しの会」のメンバーとの間で、灰干し製造に必要な施設・設備、その購入資金調達のための宮城県の補助金等についての意見交換を行った。

そして、灰干しの商品開発・事業化の検討のために、2016年3月12日に気仙沼市内で、筆者と荒井教授及び学生が、商品開発の専門家である藤村望洋氏の助言の下に、また、地域食材を活用した地域おこしの専門家の榎木春幸氏の協力を得て「灰干しワークショップ」を開催し、「気仙沼灰干しの会」が試作したヨシキリザメの灰干しの講習会・試食会と事業化に向けての意見交換を実施した(写真15・16・17・18)。



写真15 (株)樹楽 代表取締役・桜島灰干し協同組合理事長
榎木春幸氏の「桜島灰干し」に関する講演
(2016年3月12日 筆者撮影)

今回の気仙沼市でのワークショップでは、「気仙沼灰干しの会」に対して、鹿児島県内で新たな灰干しの商品開発を次々と進め事業拡大に成功している榎木氏から実体験に基づいた具体的かつ明解な助言と提言が行われたことを通じて、両者の間で協力的な相互信頼関係が形成され、気仙沼市内でのサメの灰干しの商品化・事業化への取り組みが榎木氏の協力によって進展していく可能性が開けた^[27]。



写真16 「桜島灰干し」の試食会
(2016年3月12日 筆者撮影)



写真17 「気仙沼灰干しの会」松下初男氏
指導による「灰干しづくり講習会」
(2016年3月12日 筆者撮影)



写真18 (合同会社)灰干しプロジェクト 代表取締役・早稲田エコステーション研究所
代表研究員 藤村望洋氏の
「灰干しの事業化に向けて」の講演
(2016年3月12日 筆者撮影)

3.1.4 平成 28 年度 大妻女子大学戦略的個人研究費「地域連携デジタル・ネットワーキングに関する研究」

気仙沼市の「気仙沼灰干しの会」による「気仙沼フカの灰干し」（仮称）の商品化と事業化に向けての取り組みの実態を把握するために、現地調査を平成 28(2016)年 7 月 30 日・12 月 17 日，平成 29(2017)年 1 月 21 日・3 月 4 日の 4 回にわたり実施した。この現地調査では，毎回，焼く・唐揚げ・フライ・竜田揚げ・餡かけなどに調理した試作品のフカ（サメ）の灰干しを試食し，適切な試作方法と調理方法を検討した（写真 19・20・21・22・23）^[28]。



写真 19 サメの灰干しフライ
(2016 年 12 月 17 日 筆者撮影)



写真 20 サメの灰干し唐揚げ
(2016 年 12 月 17 日 筆者撮影)

その結果，2～3cm に厚切りにしたサメ肉を 3 日間冷蔵庫で灰干し加工し，フライと竜田揚げにした灰干しが最もおいしいことがわかり，フライの灰干しは，レタスやキャベツと一緒にタルタルソ

ースで味付けしてパンに挟み「バーガー」として商品化する案と竜田揚げは生姜やニンニクなどで薄い味付けにしてそのまま商品化する案が有力であることがわかった^[29]。



写真 21 サメの灰干し餡かけ
(2016 年 12 月 17 日 筆者撮影)



写真 22 サメの灰干し竜田揚げ
(2016 年 12 月 17 日 筆者撮影)



写真 23 サメの灰干し料理各種
(2017 年 1 月 21 日 筆者撮影)

そして、2016年12月29日と2017年1月22日の福興市では、「桜島灰干し」と「熟成たかはる灰干し」の宣伝販売と並行して、「気仙沼灰干しの会」の代表者やメンバーが、サメの灰干しのフライと竜田揚げの試食を行ったが、南三陸町や気仙沼市などの三陸沿岸部からの来場者の中には、子供の頃に学校給食や家庭料理で臭みのあるサメ肉を食べさせられた経験があるために、「サメのフライと竜田揚げの試食は、いかがですか」と声を掛けると、顔をしかめて手を激しく振って拒否反応を示す人も何人かいた^[30]。

そこで、来場者に「白身魚のフライと竜田揚げの試食は、いかがですか」と声を掛けて試食してもらった後に、「魚は何かわかりますか」と聞いて答えてもらうという形にして、「サメです」と知らせると、ほとんどの来場者が「あの臭いサメが、こんなにうまくなるのか」という驚きを示した。このような意外性が、「気仙沼フカの灰干し」をブランド化する際の有力な要素の一つになると思われる^[31]。

ところで、「気仙沼灰干しの会」の代表者が試作を重ねる中で、新鮮なサメ肉よりも廃棄寸前まで古くなりアンモニア臭が強いサメ肉の方が、うまみが強いことがわかったので、下ごしらえと灰干し加工でアンモニア臭を完全に除去する方法を確立できれば、サメ肉の加工業者が産業廃棄物として捨てていた古いサメ肉を有効活用することができる見通しも出てきた^[32]。

そこで、今後は、古いサメ肉から出るアンモニアを含む臭みの強い液体をキッチンペーパーで何度も拭き取りながら、臭みを取り除く作用のある牛乳やワイン、ブランディーに浸して下ごしらえをし、塩水につけ、さらに臭み成分をキッチンペーパーで拭き取ってから灰干し加工をするなど試行錯誤しながら、有効な加工方法を考案することになった^[33]。

3.1.5 平成29年度 大妻女子大学戦略的個人研究費「地域連携デジタル・ネットワーキングに関する研究」

筆者は、気仙沼市の「気仙沼灰干しの会」による「気仙沼フカの灰干し」(仮称)の商品化と事業化に向けての取り組みの実態を把握し今後の課題を明らかにするために、現地調査を平成29(2017)年8月9-10日、平成20(2018)年1月20日・2月24日・3月4日・3月24日・31日の5回にわたり

実施した。また、筆者は、「気仙沼灰干しの会」から「平成29年度創業補助金」(中小企業庁)の「気仙沼産サメ肉の革新的活用方法による、加工開発と製造販売」事業の専門委員の委嘱を受け、2017年8月25日・9月23日・11月18日・25日・12月28日の5回にわたり、同事業に関する助言指導を行った^[34]。

このような現地調査と委嘱業務を通じて得られた知見は、以下の通りである。

まず、「気仙沼灰干しの会」は、「気仙沼フカの灰干し」(仮称)の商品化と事業化に必要なレストラン兼灰干し加工場の建設費と機器類(冷蔵庫・冷凍庫・真空パック装置・調理用機材等)の購入費及び試作・製造・販売担当従業員の人件費の資金援助を受けるために、「公益財団法人みやぎ産業振興機構」の担当者の助言指導の下に、気仙沼商工会議所の担当者と早稲田エコステーション研究所代表研究員の藤村望洋氏の協力を得て「平成29年度創業補助金」と「宮城県スタートアップ加速化支援事業」(宮城県)等の補助金の申請を行い2017年7月に採択が決定し、同年8月から筆者の助言指導を受けながら、これらの補助事業を実施した^[35]。

2017年8月9日には、「気仙沼灰干しの会」の協力者である一色法人(いっしきのりひと)氏が経営する気仙沼市内の八日町商店街にある不動産会社「十人十色ライフサービス株式会社」の事務所で、サメの灰干しのフライや唐揚げの試食をしながら補助事業の進め方について打ち合わせを行い、そこでは、この補助事業をスケジュール通りに確実に実施するための運営体制づくりと事業者と協力者それぞれの役割分担について話し合われた(写真24)^[36]。



写真24 サメの灰干しの試食を交えた補助事業の打ち合わせの様子
(2017年8月9日 筆者撮影)

翌日 10 日の早朝には、サメの灰干し試作のためにサメ肉提供の協力を行ってきた水産加工業者に同伴する形で気仙沼の魚市場に水揚げされるサメ各種の見学を行った。

これまでサメの灰干しの材料として使用してきたヨシキリザメは (写真 25)、気仙沼魚市場では最も水揚げ量が多く、気仙沼特産の高級食材である「フカヒレ」の材料としてヒレが高値で取引されているが、その肉は、常温で放置するとアンモニア臭を主とする独特な臭みとエグミが出るので、揚げ物や煮つけとして食べるのが困難なため、おでんの具の「ハンペン」や「スジ」などの練り物として加工される以外に用途がなかった^[37]。



写真 25 気仙沼魚市場で水揚げされるサメの約 6 割を占める「ヨシキリザメ」(頭部は切除)
(2017 年 8 月 10 日 筆者撮影)

他方で、アオザメやモウカザメ (写真 26・27) は、ヒレについては、ヨシキリザメと同様に、フカヒレの材料となるが、その肉は、臭みの少ない淡泊な味なので、首都圏のスーパーなどでも販売され、一般家庭で揚げ物や煮つけなどで食べられている。他方で、ヨシキリザメは、肉の臭みとエグミが難点となって、他のサメと比べて用途が限られているため、気仙沼の未活用資源であるといえるであろう^[38]。

その他に「気仙沼灰干しの会」のメンバーや協力者の間で灰干し向きの未活用資源として話題にあがるのが、気仙沼を含む三陸地域では、夏を中心にカツオと一緒に定置網で捕獲されるマンボウである。この魚は、現地ではスーパーの店頭で売られ、一般家庭でも酢味噌で食べられているが、地域外にはほとんど出回っていない。また、現地では、珍味としてスーパーや土産物店で見かけることが珍しくないが、地域外に出回ることが少な

い「モウカの星」(モウカザメの心臓)や「ホヤ」も、灰干しで試してみたい未活用資源として「気仙沼灰干しの会」の関係者は注目している^[39]。



写真 26 アオザメ(手前)(頭部は切除)とモウカザメ(ネズミザメ)(奥)
(2017 年 8 月 10 日 筆者撮影)



写真 27 モウカザメ(ネズミザメ)の頭部
(2017 年 8 月 10 日 筆者撮影)

そして、前述のように、2017 年の 9 月から 12 月にかけて、筆者は、「創業補助金」助成事業の専門委員として「気仙沼灰干しの会」に 5 回助言・指導を行った。

その中から明らかになった現状と課題について、以下に示す。

まず、2017 年 8 月～12 月にかけて、事業代表者の指導監督の下に、サメの灰干し試作・製造要員 2 名が、試作を重ねながら製造技術を習得できた。

また、それと並行して、気仙沼内外の協力者を得るために、試作品の試食会や灰干しを素材にした料理教室を開催し、多数の協力者を得ながら、多様な灰干し料理の研究・開発を進めることができた^[40]。

しかし、灰干しの加工場の建設については、資材と業者の選定に手間取ってしまった上に、灰干し加工所の設置場所は、防火地区に指定されていることが判明し建築費の金額が当初より大幅に増えたので、追加分の資金の確保を地元の信用金庫などの金融機関から新たに融資を受けることが必要になるなどで、着工が2018年3月下旬まで遅れ、完成予定は同年8月中旬と大幅に遅れてしまった。また、販路開拓のためのマーケティング調査と市内の旅館や飲食店への営業及び小売販売が未着手であることが、今後の重要な懸案事項である^[41]。

ところで、12月29日開催の「南三陸福興市」での「気仙沼灰干しサメバーガー」(仮称)25個の試験販売は、来場者が複数個ずつ購入したため2時間以内に完売し、また、福興市関係者数人による試食でも好評を得るなど、商品として販売できる確証が得られた(写真28・29)^[42]。



写真28 「南三陸福興市」(2017年12月29日開催)での「気仙沼灰干しサメバーガー」(仮称)試験販売の様子
(2017年12月29日「気仙沼灰干しの会」松下初男氏 撮影・提供)



写真29 「気仙沼灰干しサメバーガー」(仮称)
(2017年12月29日 筆者撮影)

3.2 「ご当地グルメづくり」による参与観察

3.2.1 平成29年度 大妻女子大学戦略的個人研究費「地域連携デジタル・ネットワーキングに関する研究」

筆者は、「気仙沼灰干しの会」との共催で、鹿児島島で灰干しの製造・販売を行う「株式会社 樹楽」代表取締役社長の榎木春幸氏の協力を得て、以下のような趣旨と内容で、気仙沼市内で『「気仙沼サメの灰干し」料理教室&試食会』を2018年3月4日に開催した。

「気仙沼サメの灰干し」料理教室&試食会のご案内

- ・開催日時：2018年3月4日(日)10時～17時
 - ・場所：気仙沼市民会館2階(配膳室・談話室)
- 主催：「気仙沼灰干しの会」 共催：「灰干しフォーラム」

◆開催の趣旨

東日本大震災の被災地気仙沼の復興を目的として、2014年9月に「気仙沼灰干しの会」が設立され、被災地復興や商品開発等の専門家と連携しながら、気仙沼の特産水産物であるサメを活用した「灰干し」(火山灰を利用して食肉や魚介類を脱臭・乾燥・熟成させて製造する特産品)の商品化・事業化に取り組んできました。

他方で、霧島連山新燃岳火山災害・東日本大震災・熊本地震等の災害被災地で復興に取り組む有志と専門家が連携して、地域の食材を活用した「灰干し」の商品化・事業化による雇用創出と地域産業振興を推進することを目的とした「灰干しフォー

ーラム」が昨年3月17日に設立されました。

そこで、サメの灰干しの産業化による気仙沼の被災地復興の一環として、地元の飲食店の方々と「気仙沼灰干しの会」及び「灰干しフォーラム」が連携した「気仙沼サメの灰干しご当地グルメ」づくりを目指して、「気仙沼サメの灰干し」料理教室&試食会を開催いたします。

◆内容

今回の「気仙沼サメの灰干し」料理教室&試食会では、鹿児島を拠点に国内外で活躍する「株式会社 樹楽」（「桜島灰干し」製造・販売）代表取締役社長で日本料理の専門家でもある榎木春幸（なぎ しゅんこう）氏をお招きし、気仙沼地域の飲食店の方たち等を対象にして、「気仙沼サメの灰干し」を素材とした料理の提案と実技講習を行い、試食会を行いながら「気仙沼サメの灰干しご当地グルメ」の商品化・事業化について意見交換をいたします。

◆スケジュール

<午前の部>

1) 主催者のあいさつ（10:00～10:10）
「気仙沼灰干しの会」：松下裕子

2) 料理教室（10:15～11:15）

指導者：榎木春幸（（株）樹楽 代表取締役社長）

3) 試食会&意見交換（11:15～11:55）

4) 閉会のあいさつ（11:55～12:00）

「灰干しフォーラム」代表：干川剛史（大妻女子大学 教授）

<午後の部> 「気仙沼灰干しの会」による試食会&意見交換会（13:00～17:00）

この「料理教室&試食会」の様子は（写真30・31）、NHK仙台放送局2018年3月5日午前8時15分のニュース番組で放送された（図11）^[43]。



写真30「料理教室&試食会」の参加者（気仙沼市内の飲食店関係者と高校の教員・生徒等）
（2018年3月4日 筆者撮影）



写真31「料理教室&試食会」試食用のサメの灰干し料理各種
（2018年3月4日 筆者撮影）



図11 「サメの“灰干し”料理 試食会」
NHK NEWS WEB「東北 NEWS WEB」
2018年03月05日08時15分

それによれば、

サメの水揚げが盛んな気仙沼市で4日、火山灰で臭みを消してうまみを凝縮させた、「灰干し」と呼ばれる調理法のサメ料理の試食会が開かれました。

「灰干し」は肉や魚を火山灰で包み、熟成させて作る干物で、食材の臭みを消してうまみが凝縮されるのが特徴です。

試食会は、サメの灰干し料理を普及させようと活動している地元の住民グループが開き、はじめに、鹿児島県で灰干し料理を考案している料理人の榎木春幸さんが講演し、鹿児島県内の火山灰を使った灰干しにした魚をおかずにした弁当に人気が高まっていることなどを紹介していました。

このあと、集まった人たちは、椰木さんが作ったサメの灰干しを塩こうじに漬けて焼いたものや、から揚げなどを試食し、サメ独特の臭みが抜けていることなどを確認していました。

試食した高校生は「サメには臭みがあると思っていましたが灰干しは柔らかくて臭みもないのでとてもおいしいです」と話していました。

「気仙沼灰干しの会」の松下初男さんは「みなさんがおいしいと言ってくれたのでこれから灰干しのサメを使って地域を盛り上げていきたい」と話していました。

また、図 12 のように、『三陸新報』の 2018 年 3 月 8 日付の記事でも紹介された^[44]。



図 12 『三陸新報』2018 年 3 月 8 日
「火山灰でサメ肉を熟成 気仙沼『灰干し』料理講習会」
（「気仙沼灰干しの会」松下初男氏 画像提供）

3.2.2 平成 31 年度 大妻女子大学戦略的個人研究費「地域連携デジタル・ネットワーキングに関する研究」

気仙沼市の「ご当地グルメ」づくりを目的とした「気仙沼サメの灰干し」料理講習会・検討会の打ち合わせのために、研究協力者の「(株) 樹楽」代表取締役社長の椰木春幸氏と筆者は、2019 年 11 月 10 日に気仙沼市内に行き、「気仙沼灰干しの会」代表者の松下夫妻と面談した（写真 32）。



写真 32 椰木氏と松下氏の打ち合わせの様子
（2019 年 11 月 10 日筆者撮影）

この日の打ち合わせでは、2020 年 2・3 月開催を予定している講習会・検討会の方針について話し合われた。まず、椰木氏が、これまで地元の鹿児島県内各地（始良市・伊佐市・奄美市・曾於市等）で成果をあげた地域食材を活用した「ご当地グルメ」づくりを中心とした「地域おこし」の経験を踏まえれば、「地域おこし」が成功するためには、地域内外のできる限り多くの産官学民の様々な立場の老若男女が集い、地元の食材の発掘や活用方法などについてアイデアを出し合いながら自由闊達に主体的に活動に参加することが不可欠であると助言した^[45]。

そして、椰木氏は、気仙沼市で地域食材を活用した「ご当地グルメ」づくりを中心とした「地域おこし」を行おうとするならば、「サメの灰干し」にこだわらず、地元の食材を生かした「ご当地グルメ」や「地域おこし」に関心を持つ人たちに気仙沼市内外を問わず幅広く呼び掛けて、鹿児島県内での自分自身の成功事例に基づいた「ご当地グルメ」による「地域おこし」講演会を開催することを提案した^[46]。

椰木氏の提案に松下氏も筆者も賛同し、また、

後日、「気仙沼灰干しの会」の中心メンバーの一色法人(いっしきのりひと)氏の賛同と協力も得て、2020年3月中の開催に向けて、柳木氏・松下氏・一色氏・筆者の間のメールや通話のやり取りを通じて「ご当地グルメ」による「地域おこし」講演会の日程調整と準備が進められた。

講演会の参加者を幅広く募るために一色氏によって図13のようなチラシが作成・数百枚印刷され、また、FacebookやTwitterも活用され、松下氏や一色氏を中心とする「気仙沼灰干しの会」関係者によって気仙沼市内外の多方面の人たちにチラシが配布され、参加が呼びかけられた。

図13 「ご当地グルメ」による「地域おこし」講演会のチラシ

(一色法人氏作成・筆者加筆修正)

そして、2020年3月14日・15日に計3回の柳木氏を講師とする「ご当地グルメ」による「地域おこし」講演会が開催された。

講演会の会場は、当初、気仙沼港に設置された「ピア7(気仙沼市まち・ひと・しごと交流プラザ)」(2019年4月13日オープン・「気仙沼地域開発株式会社」が指定管理者として管理・運営)の研修室を使用する予定であったが、新型コロナウイルス感染拡大の影響で、感染を恐れて多数の参加者が集まらなかったこと、感染防止のために、参加者を10名以内に限定し、換気や参加者同士の安全な空間距離(Social Distance)を確保しながら講演会を開催可能な会場として、「気仙沼灰干しの会」代表が経営するたこ焼き屋「たこよし」2階のラウンジで講演会を開催することになった。2020年3月14日は、14時から2回に分けて17時頃まで、翌日15日は14時から16時半頃まで講演会が開催された。そして、約30名の参加者は、柳木氏の並々ならぬ熱意と(鹿児島県始良市・伊佐市・奄美市・曾於市等の)各地のご当地グルメづくりによる地域おこしの成功事例についての熱弁

に聞き入った。その後、参加者と講師の間で気仙沼のご当地グルメづくりと地域おこしをめぐって活発な質疑応答が行われた(写真33・34・35)^[47]。



写真33 柳木氏による講演会(2020年3月14日午後第1部)の様子
(2020年3月14日筆者撮影)



写真34 柳木氏による講演会(2020年3月14日午後第2部)の様子
(2020年3月14日筆者撮影)



写真35 柳木氏による講演会(2020年3月15日午後)の様子
(2020年3月15日筆者撮影)

この二日間にわたる講演会で紹介された地元の様々な人々を巻き込んで展開された成功事例としては、**図 14**の鹿児島県始良市の「エイ料理」と**図 15**の同県伊佐市の「伊佐米御膳」がある。なお、この講演会には、「気仙沼灰干しの会」の中心メンバーの松下氏と一色氏の呼びかけで、地域おこしに関心もっている、さらに、実際に活動に取り組んでいる気仙沼市を中心とする地域の産官学民のキーパーソン（商工会議所役員・気仙沼市幹部職員・高校・大学教員・被災地復興支援NPO代表者等）が集い、榎木氏の成功事例を手掛かりに気仙沼市の地域おこしによる被災地復興の方向性について熱心な意見交換がされた^[48]。



図 14 鹿児島県始良市の「エイ料理」
(榎木春幸氏提供・筆者加工)



図 15 鹿児島県伊佐市の「伊佐米御膳」
(榎木春幸氏提供・筆者加工)

3.2.3 令和2年度 大妻女子大学戦略的個人研究費「東日本大震災被災地（気仙沼市）における特産品開発による復興に関する調査研究」

本研究の目的は、以下の2点であった^[49]。

1. 東日本大震災被災地の気仙沼市において「気仙沼灰干しの会」によるサメ肉を原材料とした特産品「気仙沼サメの灰干し」の商品化・事業化と「ご当地グルメづくり」の専門家と現地の飲食店

の協力を得ながら支援し、特産品開発による新たな産業と観光資源の創出による被災地復興の可能性と課題を解明する。

2. さらに、「デジタル・ネットワーキング・モデル」を用いて、被災地復興で主要な役割を担う主体間でどのような相互協力信頼関係が成立しているか否かを把握し、相互協力信頼関係成立の阻害要因を究明した上で、被災地復興の課題解決のための有効な方策を提示する。

そのための本研究の具体的な研究計画は、以下の通りであった。

(1) 気仙沼市の「ご当地グルメづくり」を目的とした「気仙沼サメの灰干し」料理講習会・検討会による参与観察と特産品開発による新たな産業と観光資源の創出による被災地復興の可能性と課題の解明を行い、

上記の参与観察から得られた知見に基づいて復興過程の実態把握を行った上で、

(2) 「デジタル・ネットワーキング・モデル」による被災地復興の課題解決の有効な方策の提示を行う。

しかしながら、(1) 気仙沼市の「ご当地グルメづくり」を目的とした「気仙沼サメの灰干し」料理講習会・検討会による参与観察と特産品開発による新たな産業と観光資源の創出による被災地復興の可能性と課題の解明に関しては、200人～数十人規模の「気仙沼サメの灰干し」料理講習会・検討会を年6回実施する予定であったが、新型コロナウイルスの感染が研究実施地の気仙沼市内でも発生しており、また、政府によって発出された首都圏等を対象にした緊急事態宣言が解除される見通しが立たないので、現地の研究協力者が、料理講習会・検討会への参加を気仙沼市内の飲食店関係者や支援者等に何回か呼びかけたが、感染を恐れて参加者が集まらず、2021年3月時点で開催できる見通しが立たなかった。

したがって、上記の参与観察（料理講習会・検討会）から知見が得られず、復興過程の実態把握もできなかった。

(2) 「デジタル・ネットワーキング・モデル」による被災地復興の課題解決の有効な方策の提示を行うに関しても実行できず、残念ながら、調査対象地域を含めた全国的な新型コロナウイルス感染拡大のために、本研究の目的を達成することができなかった^[50]。

3.2.4 令和3年度大妻女子大学戦略的個人研究費『『ご当地グルメづくり』による被災地復興に関する調査研究』

本研究の目的は、地元の食材と SNS を活用した「ご当地グルメづくり」による被災地復興の可能性と課題を解明することである。そこで、以下の方法で参与観察による事例研究を行う^[51]。

まず、地域食材を活用した地域おこしの専門家である榎木春幸氏を講師にした「ご当地グルメづくり」講演会を東日本大震災被災地である気仙沼市内の3地域で合計3回開催し、地元食材を活用した「ご当地グルメづくり」による地域おこしに興味・関心をもつ地域内外の様々な立場の人びとを発掘する。その際に、地元メディアや SNS 及び口コミを駆使して気仙沼市内外の多くの人びとに講演会への参加を呼びかける。なお、講演会の企画・運営は、榎木氏が代表取締役として経営する「株式会社 樹楽」に業務委託する。そして、講演会の参加者が自発的に SNS を通じて情報交換・情報共有を行って「ご当地グルメづくり」への活動意欲を高められるように研究代表者が助言・指導する。さらに、「デジタル・ネットワーキング・モデル」を用いて「ご当地グルメづくり」に取り組む主体間の関係構造を可視化し、デジタル・メディアを媒介にした相互協力信頼関係の構築という観点から被災地復興の現状と課題を解明する^[52]。

みんなでやろう、街おこし!

「食」による地域活性化の、実際の話聞いてみましょう!
3回の無料講演!
どの時間に来ていただいてもOK。
街おこしのヒントがここに!

日時 令和2年
3月14日(土) ①14:00~16:00
15日(日) ②10:00~12:00
③14:00~16:00

場所 気仙沼中央公民館 3階会議室
(気仙沼市市場前1-1)
お問合せ先: 0226-25-7590
(十人十色ライフサービス㈱)

図16 「ご当地グルメづくり」講演会のチラシ(表面)(一色法人氏作成・Facebook 掲載)

https://scontent-nrt1-1.xx.fbcdn.net/v/t1.6435-9/88057125_2927265054028458_598121483557928960_n.jpg?nc_cat=102&ccb=1-5&nc_sid=730e14&nc_ohc=gn4T58goTvwAX8q-5oL&nc_ht=scontent-nrt1-1.xx&oh=00_AT-i23K2qx0_ssonucVImVhJWSUIahsfbARJa8oCOAJXg&oe=6296AC57 (参照 2022-05-04)

まず、SNS の活用については、榎木氏が YouTube に開設・運営する「食育日本料理家 榎木春幸の【なぎチャンネル】」や「気仙沼灰干しの会」の中心メンバーの松下初男氏が Facebook に非公開で開設・運営する「希望」・「未来」のスレッド及び同会中心メンバーの一色法人氏が Facebook の開設・運営するスレッドで「ご当地グルメづくり」講演会に関して情報発信が随時行われている(図16・17・18)。

九州を中心に、各地域の食材を活かした地域おこしを手掛ける榎木春幸氏。榎木氏がたずさわる地域では、新しい動きがどんどん誕生!今回はそのノウハウを気仙沼の皆様にあずさずにお伝えします。

食にかかわる方も、そうでない方も、「これからの気仙沼」を考える方には必聴の講演会です。街おこしとはそういうことか!と必ず気づくはず!

地域おこしは一次産業から!

講師 榎木 春幸

図17 「ご当地グルメづくり」講演会のチラシ(裏面)(一色法人氏作成・Facebook 掲載)

https://scontent-nrt1-1.xx.fbcdn.net/v/t1.6435-9/87149849_2927265030695127_3028244787435143168_n.jpg?nc_cat=105&ccb=1-5&nc_sid=730e14&nc_ohc=B-BBaohqEdwAX-B4XM&nc_ht=scontent-nrt1-1.xx&oh=00_AT-15nzHkRQzqgHsmU4EAmsILiJPJddpaLis78rCQFDIQ&oe=6299324D (参照 2022-05-04)

みんなでやろう、街おこし!

「食」による地域活性化の、実際の話聞いてみましょう!
3回の無料講演!
どの時間に来ていただいてもOK。
街おこしのヒントがここに!

延期させていただきます。後日、必ず開催しますので、その際はよろしくお祈りします!

お問合せ先: 0226-25-7590
(十人十色ライフサービス㈱)

図18 「ご当地グルメづくり」講演会延期のチラシ(一色法人氏作成・Facebook 掲載)

https://scontent-nrt1-1.xx.fbcdn.net/v/t1.6435-9/87149849_2927265030695127_3028244787435143168_n.jpg?nc_cat=105&ccb=1-5&nc_sid=730e14&nc_ohc=B-BBaohqEdwAX-B4XM&nc_ht=scontent-nrt1-1.xx&oh=00_AT-15nzHkRQzqgHsmU4EAmsILiJPJddpaLis78rCQFDIQ&oe=6299324D (参照 2022-05-04)

「ご当地グルメづくり」講演会延期のチラシが掲載された Facebook のページには、以下のように記載されている^[53]。

一色 法人 2020年3月10日

【延期のお知らせ】

今週末、3月14日と15日に気仙沼中央公民館で予定しておりました、榎木春幸氏の「食による街おこし」講演会は、昨今の感染防止対策のため延期することとしました。

こんなときだからこそ一次産業、そして街の飲食店を元気にしたい！という思いでいっぱいなのですが、皆様も会場に足を運びにくい状況の中、「多くの方に聴いてもらいたい」という趣旨からすると延期が妥当と判断いたしました。

必ず時期を見て開催しますので、その際はぜひよろしく願いたします。

－ 榎木 春幸さんと一緒に。

そして、講演会の主催者や参加者が自発的に SNS を通じて情報交換・情報共有を行って「ご当地グルメづくり」への活動意欲を高められる工夫が、榎木氏・一色氏・松下氏それぞれによって積極的にされていたので、筆者は、それらの SNS で発信される情報を随時閲覧して状況を確認しながらコメントするだけで十分であり、彼らに対して助言・指導を行う必要はなかった。

ところで、新型コロナウイルスの感染拡大が2021年10月まで続き、気仙沼市では、現地の人たちの新型コロナウイルスの感染に対する警戒感が強く「ご当地グルメづくり」講演会の集客を行うことができなかつたため、講演会の実施が予定よりも遅れてしまった。

しかし、同年10月下旬以降、新型コロナウイルスの感染の第5波が終息しつつあったので、「ご当地グルメづくり」講演会実施に向けて、同年11月27日（土）・28日（日）に気仙沼市内で榎木氏と筆者は、一色氏の連絡調整によって現地の研究協力者との打ち合わせを実施した。

そこでは、気仙沼商工会議所会頭の菅原昭彦氏や同商工会議所の青年部幹部及び地元の食材を活用した街づくりに取り組む飲食店関係者等の主要メンバーと意見交換を行った(写真36・37・38・39・40)。



写真36 講演会打ち合わせ会場の「男山本店」
(2021年11月28日筆者撮影)



写真37 「男山本店」2階会議室での地域おこし
団体・飲食店関係者との
意見交換・講演会打ち合わせの様子
(2021年11月27日筆者撮影)



写真38 「男山本店」2階会議室での地域おこし
団体・飲食店関係者との
意見交換・講演会打ち合わせの様子
(2021年11月27日筆者撮影)

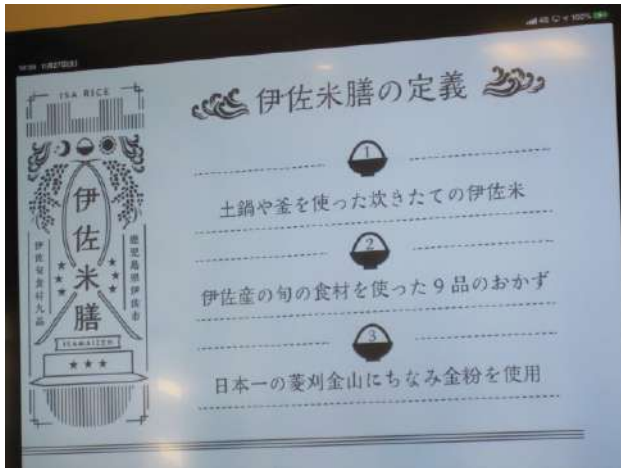


写真39 「男山本店」2階会議室での地域おこし
団体・飲食店関係者との
意見交換・講演会打ち合わせの様子
(2021年11月27日筆者撮影)



写真40 「男山本店」2階会議室での気仙沼商工
会議所関係者との意見交換の様子
(2021年11月28日筆者撮影)

その際に、「ご当地グルメづくり」に活用可能な地元の食材（カキ・ホヤ・メカジキ等の魚介類や松茸等の山菜）が明らかになった。

そして、2022年3月19日（土）～20日（日）に気仙沼市内で3回講演会を開催したが、気仙沼市内外の新型コロナウイルス感染状況が終息していないので、榎木氏を講師とする「ご当地グルメ地域づくり講演会」への多人数の集客が困難であった。

しかし、現地で「気仙沼バル」等の地域づくりに取り組む主要な団体や事業者（一般社団法人気仙沼地域戦略・合同会社気仙沼八日町まちづくり・気仙沼ツーリズム合同会社・フードバンク気仙沼・飲食店主等）十数人が参加した講演会を3

回開催することができた(写真41・42・43・44・45)。



写真41 気仙沼市水産研修センター2階会議室での「おかえり気仙沼バル2022」（2022年5月23日～28日開催予定）の参加者・関係者との意見交換の様子（2022年3月19日筆者撮影）



写真42 気仙沼市水産研修センター2階会議室での「おかえり気仙沼バル2022」（2022年5月23日～28日開催予定）の参加者・関係者との意見交換の様子（2022年3月19日筆者撮影）



写真43 気仙沼市水産研修センター2階会議室での「おかえり気仙沼バル2022」（2022年5月23日～28日開催予定）のオンライン（Zoom）参加者との意見交換の様子（2022年3月19日筆者撮影）



写真44 十人十色ライフサービス（株）会議室での意見交換の様子
(2022年3月20日筆者撮影)



写真45 「なにわのたこよし」2階ラウンジでの意見交換の様子
(2022年3月20日筆者撮影)

その結果、3月19日・20日の講演会での榎木氏の啓発によって、気仙沼市や市内の商工会議所等の主要な団体や事業者が主体となって資金確保と集客を行い数百人規模の榎木氏による講演会を開催する可能性が見えてきた。

そして、2022年6月14・15日に「気仙沼市倫理法人会」が、「石巻市倫理法人会」と（塩釜を中心とした二市三町（塩釜市、多賀城市、七ヶ浜町、利府町、松島町）を拠点とする）「千賀の浦倫理法人会」との共催で「宮城県倫理法人会沿岸ブロック合同企画」のイベントに榎木氏を講師として招聘し、「気仙沼ホテル 一景閣」2階のコンベンションホール「弁天の間」で14日18:30～20:00に

「イブニングセミナー」（写真46）、15日6時から「モーニングセミナー」が開催された（図19）。

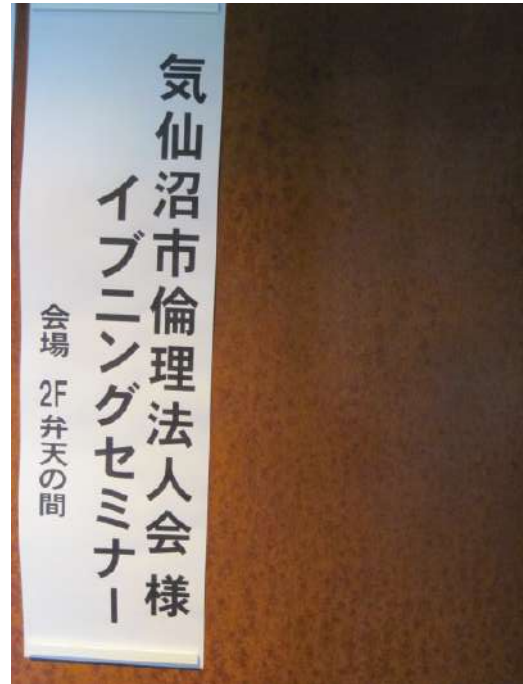


写真46 「宮城県倫理法人会沿岸ブロック合同企画」イブニングセミナーの掲示
(2022年6月14日筆者撮影)



図19 「宮城県倫理法人会沿岸ブロック合同企画」のイブニングセミナー・モーニングセミナーの案内チラシ（画像提供：榎木春幸氏）

イブニングセミナーでは、定員 50 名を大幅に上回る 75 名の参加者があり (写真 47)、また、石巻市倫理法人会と千賀の浦倫理法人会の会員は、Zoom によるオンラインでの参加となった (写真 48)。



写真 47 「宮城県倫理法人会沿岸ブロック合同企画」イブニングセミナーの様子 (2022 年 6 月 14 日筆者撮影)



写真 48 「宮城県倫理法人会沿岸ブロック合同企画」イブニングセミナーの Zoom によるオンライン参加者の様子 (2022 年 6 月 14 日筆者撮影)

そして、イブニングセミナーとモーニングセミナーのどちらも、榑木氏の講演での熱演に参加者は引き込まれるように聞き入り大盛況となった (写真 49・50・51)。



写真 49「宮城県倫理法人会沿岸ブロック合同企画」イブニングセミナーの講演での榑木氏の熱演 (2022 年 6 月 14 日筆者撮影)



写真 50 「宮城県倫理法人会沿岸ブロック合同企画」イブニングセミナーで榑木氏の講演での熱演に聞き入る参加者の様子 (2022 年 6 月 14 日筆者撮影)



写真 51 「宮城県倫理法人会沿岸ブロック合同企画」モーニングセミナーの榑木氏の講演での熱演に聞き入る参加者 (2022 年 6 月 15 日筆者撮影)

また、イブニングセミナーでは、椰木氏が代表取締役社長として経営する「株式会社 樹楽」が製造・販売する「桜島灰干し弁当」が、特殊技術によって冷凍されて会場まで配送され、数時間かけて自然解凍された状態で参加者が着席したテーブルに1人に1個ずつ配付された（写真52）。



写真52 「宮城県倫理法人会沿岸ブロック合同企画」イブニングセミナーで配付された「桜島灰干し弁当」（2022年6月14日筆者撮影）

そして、参加者は、椰木氏の熱弁に耳を傾けながら「桜島灰干し弁当」を味わった（写真53）。



写真53 「宮城県倫理法人会沿岸ブロック合同企画」イブニングセミナーで「桜島灰干し弁当」を食べ終えて椰木氏の講演に耳を傾ける参加者の様子（2022年6月14日筆者撮影）

さらに、イブニングセミナー終了後に、「株式会社 樹楽」が製造・販売する「桜島灰干し」等の各種商品の販売と椰木氏の著書のサイン会が行われた（写真54・55・56）。



写真54 「株式会社 樹楽」が製造・販売する「桜島灰干し」等の各種商品の販売（2022年6月14日筆者撮影）



写真55 椰木氏の著書（2022年6月14日筆者撮影）



写真56 椰木氏の著書のサイン会（2022年6月14日筆者撮影）

なお、イブニングセミナーの後に椰木氏を交えて行われた「気仙沼市倫理法人会」の会長や役員との意見交換では、これから椰木氏を講師とした「ご当地グルメづくり」の講演会や講習会を気仙沼市倫理法人会と気仙沼商工会議所等が連携して実施する方向で検討するという事になった。

このように、今回の「ご当地グルメ地域づくり講演会」を契機として、平成29年度から令和3年度の5年間にわたって「大妻女子大学戦略的個人研究費」の研究助成を受けて実施した気仙沼市での「ご当地グルメづくり」による参与観察を通じて、地域食材を活用した地域おこしに関心をもつ人びとに椰木氏の成功事例に基づく知識を伝えることができ、また、これらの人たちと椰木氏、「気仙沼灰干しの会」の中心メンバー及び筆者との間に相互協力信頼関係に基づく人的ネットワークを構築することができた。

そして、「ご当地グルメづくり」に気仙市内の飲食店や水産加工業者等の事業者が積極的に参加して採算の取れる事業となり、地域内外から多くの集客と多大の収益が得られる地場産業となるためには、筆者と研究協力者が構築した人的ネットワークを基盤とした事業化の段階に進む必要がある。

すなわち、気仙沼市での「ご当地グルメづくり」は、研究から事業化へと発展して行かざるを得ない局面にあり、「ご当地グルメづくり」が地場産業の創出へと至るためには、採算の取れる事業として成り立つ必要がある。

そこで、椰木氏は、「株式会社 樹楽」の代表取締役社長として、全国各地の地方自治体や商工会議所・商工会・漁業協同組合等の地域経済団体からの委託を受けて「地域食材を活用した地域おこし」事業を展開し実績を上げているので、気仙沼市での「ご当地グルメづくり」の事業化を進めるためには、手始めとして、気仙沼市や市内の商工会議所等の主要な団体や事業者が主体となって資金を出し合って集客を行い「樹楽」への委託事業として数百人規模の椰木氏による「ご当地グルメ地域づくり講演会」を開催する必要がある。

椰木氏によれば、講演会を営利事業として委託を受けて実施するためには、これまでの「樹楽」の実績に基づく適正価格として数百万円の費用を支払ってほしいということなので、この金額の費用を気仙沼市や市内の団体が「樹楽」と価格交渉をしながら捻出できるかどうか、今後の気仙沼市での「ご当地グルメづくり」の事業化段階の課題である。

4. 気仙沼「海の市」の来場者アンケート調査による気仙沼市の復興過程の実態把握

4.1 気仙沼「海の市」の来場者調査（2019年11月2日・3日）結果の概要

2019年11月2日の14時～16時と同月3日の10時～13時にかけて実施した気仙沼「海の市」の来場者調査では、150人から回答が得られた。

その集計結果は以下の通りである。

(1) **グループの人数**：2, 3人連れの回答者が全体の6割を占めており(126組:68%)、また、4, 5人連れも2割いる(30組:20%)。

(2) **居住地**：宮城県在住の回答者が、半数近くを占める(69人:46%)。次に、宮城県の周辺県を含めた東北地方の回答者が3割近くを占める(41人:28%)。また、東京を中心とする首都圏在住の回答者も2割いる(32人:22%)。

また、宮城県在住の回答者(69人:46%)のうち、仙台市の回答者が一番多い(29人:19%)。次に、気仙沼市内とその周辺地域が多い(19人:13%)。

他方で、宮城県外(81人)で一番回答者が多い岩手県内(22人)の中で、宮古市の回答者が、一番多い(5人:3%)。次に、気仙沼市の近隣地域(一関市・奥州市・陸前高田市・大船渡市)の回答者が多い(10人:6%)。また、それ以外の地域(盛岡市・滝沢市・釜石市・北上市 等)の回答者もいる(7人:5%)。

さらに、東京都(16人)の中で、東京区部の回答者が多いが(8人:8%)、都心郊外の地域の回答者もいて(4人:4%)、東京都全域から来ていることがわかる。

(3) **回答者の年齢**：20代の回答者が一番多い(40人:27%)。20代～40代の回答者が全体の6割を占めている(88人:66%)。

(4) **回答者の性別**：女性の回答者が多い(82人:55%)。

(5) **誰と一緒に**：家族連れ(配偶者を除く)の回答者が最も多く(47人:31%)、次が、夫婦の回答者で(45人:30%)、3番目が「その他」(17人:11%)の主に友人連れである(14人:9%)。

(6) **「海の市」を何で知ったか(複数回答)**：「その他」が最も多く(46人:31%)、内訳として地元や実家がある、以前から知っているなどが多い。次に、

インターネットが多く(38人:25%), 3番目がロコミである(33人:22%)。なお、テレビ(13人:7%)・新聞(4人:3%)・ラジオ(1人:1%)などのマス・メディア情報源とする回答者は1割にしかすぎない。

(7)「海の市」に来た回数：初めての回答者が約半数で最も多い(74人:49%)。次が、2回目(20人:13%)、3番目が3回目であり(12人:8%)、3回目以下の回答者が7割である(106人:70%)。その一方で、10回以上の回答者も、2割弱いる(26人:19%)。

(8)「海の市」への交通手段：自家用車が8割で一番多く(120人:80%)、次が、バスである(15人:10%)。レンタカーを含めると自動車を利用する回答者が9割近くいる(130人:87%)。

○宿泊について：宿泊無しが、半数を超えるが(81人:54%)、4割の宿泊者(65人:43%)のうち最も多いのがホテルで(43人:29%)、次が旅館である(8人:5%)。

(10)「海の市」に来た目的(複数回答)：「買い物」が一番多く(100人:67%)、次が、「食べ物」(77人:51%)、3番目が、「復興支援」である(19人:13%)。

(11)「海の市」の滞在時間：60分最も多く(71人:47%)、2番目が120分で(19人:13%)、3番目が90分である(17人:11%)。

(12)「海の市」での買い物等で使った金額(予定金額を含む)：1000円～2000円未満が、全体の4分の1で最も多く(37人:25%)、次が、2000円～3000円未満が多く(34人:23%)、3番目が、3000円～4000円未満である(18人:12%)

4.2 気仙沼「海の市」の来場者調査(2019年11月23日・24日)結果の概要

2019年11月23日の14時～16時と24日の10時～13時にかけて実施した気仙沼「海の市」の来場者調査では、100人から回答が得られた。

その集計結果は以下の通りである。

(1) **グループの人数**：2, 3人連れの回答者が全体の5割を占めており(55組:55%)、また、4, 5人連れも2割弱いる(17組:17%)。

(2)居住地：宮城県在住の回答者が、6割を占める(60人:60%)。次に、宮城県の周辺県を含めた東北地方の回答者が、2割近くを占める(22人:22%)。また、東京を中心とする首都圏在住の回答者も1割いる(10人:10%)。また、宮城県内では、仙台市の回答者が、一番多い(22人:22%)。次に、気仙沼市内とその周辺地域の回答者が多い(21人:21%)。

(3)回答者の年齢：30代の回答者が一番多い(25人:25%)。30代～50代の回答者が全体の約7割を占めている(68人:68%)。

(4)回答者の性別：男性の回答者が若干多い(52人:52%)。

(5)誰と一緒に：家族連れの回答者が最も多く(28人:28%)、次が夫婦の回答者で(22人:22%)、3番目がカップルである(16人:16%)。

(6)「海の市」を何で知ったか(複数回答)：「その他」が最も多く(34人:34%)、内訳として「地元だから」や「以前から知っていた」・「以前来た」などが多い。次に、インターネットが多く(28人:28%)、3番目がロコミである(15人:15%)。そして、テレビが4番目である(14人:14%)。

(7)「海の市」に来た回数：初めての回答者が3割台で最も多い(36人:36%)。次が、2回目(19人:19%)、3番目が3回目であり(11人:11%)、3回目以下の回答者が7割弱である(66人:66%)。その一方で、10回以上の回答者も、2割弱いる(19人:19%)。

(8)「海の市」への交通手段：自家用車が8割弱で一番多く(79人:79%)、次が、バスとレンタカーである(各8人:8%)。レンタカーを含めると自動車を利用する回答者が9割弱いる(87人:87%)。

(9)「海の市」を巡る経路と宿泊について

○宿泊について：宿泊無しが、半数を超えるが(57人:57%)、4割の宿泊者(40人:40%)のうち最も多いのがホテルで(29人:29%)、次が旅館である(5人:5%)。

(10)「海の市」に来た目的(複数回答)：「買い物」が一番多く(68人:68%)、次が、「食べ物」(45

人:45%), 3番目が、「イベント」である(24人:24%)。また、「復興支援」も1割である(10人:10%)。

(11) 「海の市」の滞在時間: 60分が最も多く(33人:33%), 2番目が30分で(21人:21%), 3番目が120分である(15人:15%)。

(12) 「海の市」での買い物等で使った金額(予定金額を含む): 1000円~2000円未満が、3割弱で最も多く(27人:27%), 次が、500円~1000円未満が多く(14人:14%), 3番目が、3000円~4000円未満である(12人:12%)。4番目が、2000円~3000円未満と4000円~5000円未満であり(各11人:11%), 1000円~5000円未満の範囲で金額にばらつきが大きい。

4.3 気仙沼「海の市」の来場者調査(2021年11月21日)結果の概要

1. グループの人数

1人: 1人(3%) 2人: **9組(23%)** 3人: **11組(28%)** 4人: 6組(15%)
5人: 5組(13%) 6人: 2組(5%) 7人: 2組(5%) 10人: 1組(3%)
11人: 1組(3%) 14人: 2組(5%)

※3人連れが最も多く、次に、2人連れが多い。3番目に4人連れが多い。8割弱が2~5人の比較的少人数で来場していることがわかる。

2. 記入者の居住地:

○都・道・府・県

・宮城県: 21人(53%)

・岩手県: 6人(15%)

・秋田県・福島県・東京都・神奈川県・大阪府: 各2人(5%)

・茨城県・埼玉県・千葉県: 各1人(3%)

※宮城県が5割台で最も多く、次に、岩手県が多い。また、秋田県・福島県・東京都・神奈川県・大阪府が各2人である。

●市・区・町・村

<宮城県内>

・仙台市: 16人(40%)

・大崎市: 2人(5%)

・栗原市・岩沼市・名取市: 各1人(3%)

※仙台市が4割で最も多く、次が、大崎市が多い。栗原市・岩沼市・名取市が各1人である。

<宮城県外>

(岩手県)・釜石市・紫波町: 各2人(5%)・一ノ関市・北上市: 各1人(3%)

(秋田県)・湯沢市: 2人(5%)

(東京都)・品川区・不明: 各1人(3%)

(福島県)・相馬市: 2人(5%)

(神奈川県)・横浜市・藤沢市: 各1人(3%)

(大阪府)・堺市: 2人(5%)

(埼玉県)・加須市: 1人(3%)

(茨城県)・大洗町: 1人(3%)

(千葉県)・流山市: 1人(3%)

3. 年齢: 10代・20代・30代・40代・50代・60代・70代・80以上

・10代: 4人(10%) ・20代: 4人(10%) ・30代: 3人(8%) ・40代: 6人(15%)

・50代: 8人(20%) ・60代: **9人(23%)** ・70代: 3人(8%) ・80代以上: 3人(8%)

※60代が最も多く、次に、50代が、3番目に40代が多い。中高年の来場者が多数である。

4. 性別: 1. 男 2. 女

1. 男: 17人(48%) 2. 女: 23人(52%)

※女性が若干多い。

5. 誰と一緒に(複数回答)

51. 配偶者: 14組(35%) 52. カップル: 3組(8%)

53. 家族: **18組(45%)** (531. 子ども: 8人(20%) 532. 親: 10人(25%)

533. 祖父母: 1人(3%) 534. 孫: 2人(5%)

535. きょうだい: 7人(18%)

54. 近所の人: 3組(8%) 55. 職場の人: 0組(0%)

56. 学校の仲間: 1組(3%)

57. ボランティア仲間: 0組(0%)

58. ツアー団体: 0組(0%)

59. その他： 0組(0%)

※家族連れが最も多く、次に、夫婦連れが、3番目に近所の人が多い。

6. 「海の市」を何で知ったか(複数回答)

61. テレビ：11人(28%) 62. 新聞：2人(5%)

63. ラジオ：1人(3%)

64. チラシ：3人(8%) 65. ポスター：3人(8%)

66. インターネット：10人(25%) (具体的に：・気仙沼のことを調べていた・Google・気仙沼観光・気仙沼観光で調べた 無回答：6人(15%))

67. 口コミ：2人(5%)

68. その他：14人(35%) (具体的に：・気仙沼に来て・気仙沼生まれ・実家、気仙沼市・学校の修学旅行・以前観光に来た時に見かけた・前に来て・パパが仕事できていたから・ホテルの近く・以前より・以前もきた・祖母が気仙沼の人・友人・以前、気仙沼に来た時に見かけたが入店しなかったので来てみた 無回答：1人(3%))

※その他が最も多く、次に、テレビが、3番目にインターネットが多い。

7. 「海の市」に来た回数：_____回

・1回：14人(35%) ・2回：13人(33%) ・3回：5人(13%)

・5回：1人(3%)

・6回：2人(5%) ・10回：2人(5%) ・20回：1人(3%)

無回答：2人(5%)

※1回が最も多く、次に、2回が、3番目に3回が多い。来場者の8割が初めてか3回以下である。

8. 「海の市」への交通手段

81. 自家用車：32人(80%) 82. レンタカー：6人(15%)

83. 高速バス：0人(0%)

84. BRT：0人(0%) 85. 徒歩：0人(0%)

86. その他：1人(1%) (飛行機+自家用車) ・

ツアーバス：0人(0%) 無回答：1人(3%)

※自家用車が8割と圧倒的に多く、次に、レンタカーが多い。

9. 「海の市」を巡る経路と宿泊について

○宿泊について

91. 無：12人(30%)

92. 有：10人(25%) (921. 前泊：4人(10%) 922. 当日泊：0人(0%) 不明：6人(15%))

宿泊場所：931. ホテル：6人(15%) 932. 旅館：0人(0%) 933. 民宿：3人(8%)

934. その他：1人(3%) (具体的に：パパの実家) 無回答：18人(45%)

※無が最も多く、次に、有が多い。宿泊場所は、ホテルが最も多く、次に、その他が多い

10. 「海の市」に来た目的(複数回答)

101. 買い物：19人(48%) 102. 食べ物：15人(38%)

103. イベント：4人(10%)

104. 復興支援：0人(0%)

105. 地元の人：1人(3%) (1051. 親戚：0人(0%)

1052. 学校仲間：0人(0%)

1053. 元隣人：0人(0%) 1054. 元同僚：0人(0%)

1055. 知人：1人(3%)) に会うため

106. その他：4人(10%) (具体的に：シャーク・モネ・観光・落合会・おかえりモネ展)

※買い物が最も多く、次に、食べ物が多い。3番目に、その他が多い。

11. 「海の市」の滞在時間

・40分：1人(3%) ・50分：1人(3%)

60分：12人(30%)

・80分：1人(3%) ・90分：5人(13%)

120分：7人(18%)

無回答：13人(33%)

※60分が最も多く、次に、120分が多い。3番目に、90分が多い。

12. 「海の市」での買い物等で使った金額(予定金額を含む)

121. 500円未満：0人(0%) 122. 500円～1000円未満：0人(0%)

123. 1000円～2000円未満：3人(8%) 124. 2000円～3000円未満：6人(15%)

125. 3000円～4000円未満：1人(3%) 126. 4000円～5000円未満：4人(10%)

127. 5000円～10000円未満：9人(23%)

128. 10000円以上：3人(8%)

・無回答：14人(35%)

※5000円～10000円未満が最も多く、次に、2000円～3000円未満が多い。3番目に、4000円～5000円未満が多い。

4.4「海の市」来場者調査の第1回（2019年11月2日・3日）・第2回（2019年11月23日・24日）・第3回（2021年11月21日）の比較・考察（居住地・情報源・来場回数・来場目的）

○回答者の居住地（都・道・府・県）

各調査結果上位3位まで

実施年月日 <u>回答者数</u>	1位	2位	3位
2019年11月2日・3日 <u>回答者：150名</u>	宮城県：69人(46%)	岩手県：22人(15%)	東京都：16人(11%)
2019年11月23日・24日 <u>回答者：100名</u>	宮城県：60人(60%)	岩手県：16人(16%)	東京都：8人(8%)
2021年11月21日 <u>回答者：40名</u>	宮城県：21人(53%)	岩手県：6人(15%)	秋田県・福島県・東京都・神奈川県・大阪府：各2人(5%)

◇3回の調査の比較・考察

毎回、宮城県在住の来場者が最も多く、4割から6割を占めていることがわかる。また、2位は、岩

手県で15%～16%、3位が東京都で5%～11%であることがわかる。

○回答者の居住地（市・区・町・村）

各調査結果上位3位まで

実施年月日 <u>回答者数</u>	1位	2位	3位
2019年11月2日・3日 <u>回答者：150名</u>	仙台市：29人(19%)	石巻市：10人(7%)	気仙沼市：9人(6%)
2019年11月23日・24日 <u>回答者：100名</u>	仙台市：22人(22%)	気仙沼市：16人(16%)	大崎市：5人(5%)
2021年11月21日 <u>回答者：40名</u>	仙台市：16人(40%)	大崎市・釜石市・紫波町・湯沢市・相馬市・堺市：各2人(5%)	栗原市・岩沼市・名取市・一ノ関市・北上市・品川区・横浜市・藤沢市・加須市・大洗町・流山市：各1人(3%)

◇3回の調査の比較・考察

毎回、仙台市在住の来場者が最も多く、2割～4割を占めていることがわかる。また、2位と3位は、2019年11月の2回の調査結果では、気仙沼市内と石巻市・大崎市といった県内の近隣地域在住者であるが、2021年11月21日の調査結果では、大崎市・釜石市・紫波町・一関市・栗原市・北上市といった近隣地域在住者だけでなく、首都圏(東

京都品川区・神奈川県横浜市・藤沢市・千葉県流山市)や北関東(茨城県大洗町・埼玉県加須市)だけでなく大阪府堺市の在住者も来場しており、これは、新型コロナウイルス感染が拡大し始めた時期にもかかわらず、2021年度前半のNHKの朝の「連続テレビ小説」として放送された気仙沼市大島が舞台となった「おかえりモネ」展(<https://kesenuma-kanko.jp/mone-exhibition/>)が、「海の市」で開催(2021年7月22日(木)～2022年10月31日(月))されていたことの影響であると推測される。

○情報源(複数回答)

各調査結果上位3位まで

実施年月日	1位	2位	3位
2019年11月2日・3日	その他: 46人 (31%)	インターネット: 38人 (25%)	口コミ: 33人 (22%)
2019年11月23日・24日	その他: 34人 (34%)	インターネット: 28人 (28%)	口コミ: 15人 (15%)
2021年11月21日	その他: 14人 (35%)	テレビ: 11人 (28%)	インターネット: 10人 (25%)

◇3回の調査の比較・考察

毎回、その他が最も多く、3割を占めており、第2、3位が口コミとインターネットであることがわかる。しかし、2021年11月21日の調査結果のみが、第2位がテレビとなっている(2019年11月の2回の調査結果では、テレビは、第4位である)のは、「おかえりモネ」展の影響であると推測される。

○来場回数

各調査結果上位3位まで

実施年月日	1位	2位	3位
2019年11月2日・3日	1回: 74人 (49%)	2回: 20人 (13%)	3回: 12人 (8%)
2019年11月23日・24日	1回: 36人 (36%)	2回: 19人 (19%)	3回: 11人 (11%)
2021年11月21日	1回: 14人 (35%)	2回: 13人 (33%)	3回: 5人 (13%)

◇3回の調査の比較・考察

毎回、1回が最も多く、3割～4割を占めており、第2、3位が2回と3回である。2021年11月21日

の調査結果のみが、2回が3割台であり、2019年11月の2回の調査結果の1割台にくらべて割合が高くなっている。

○来場目的

各調査結果上位3位まで

実施年月日	1位	2位	3位
2019年11月2日・3日 回答者数: 150名	買い物: 100人 (67%)	食べ物: 77人 (51%)	復興支援: 19人 (13%)
2019年11月23日・24日 回答者数: 100名	買い物: 68人 (68%)	食べ物: 45人 (45%)	イベント: 24人 (24%)
2021年11月21日 回答者数: 40名	買い物: 19人 (48%)	食べ物: 15人 (38%)	イベント・その他: 各4人 (10%)

◇3回の調査の比較・考察

毎回、買い物が最も多く、4割～6割を占めており、第2位が、食べ物で3割～5割を占めている。2019年11月2・3日の調査結果のみが、第3位が復興支援であるが、その他の2回の調査結果では、イベントである。

その要因としては、2019年11月23・24日には、NHK仙台放送局の震災関連の展示が「海の市」1階のホールで開催され、2021年11月21日は、来場

目的の「その他」の中に「おかえりモネ展」についての記載が2件ありNHK主催の「おかえりモネ」展が「海の市」2階の展示場「ホヤぼーやホール」で開催されていたためであると考えられる。

5. 「デジタル・ネットワーキング・モデル」による南三陸町と気仙沼市の復興の現状把握と課題の解明

筆者が「ソーシャル・キャピタル論」と「社会ネットワーク論」を応用して独自に構想・構築した「デジタル・ネットワーキング (SNS等のデジタル・メディアを活用した連携活動) ・モデル」を用いて、南三陸町と気仙沼市における復興に関わる諸主体間の相互協力信頼に基づく関係構造を可視化して復興の現状と課題を解明したい。

5.1 「デジタル・ネットワーキング・モデル」について

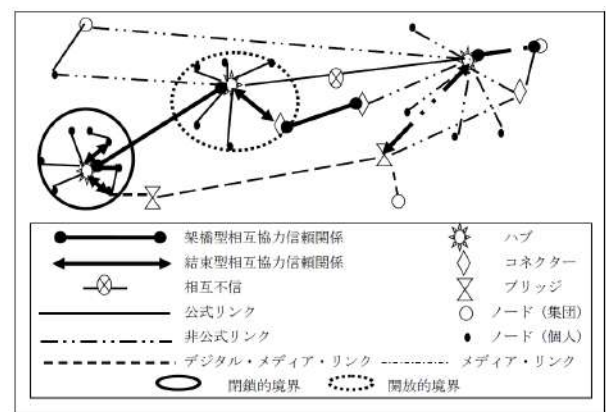


図20 デジタル・ネットワーキング・モデル (DNM) (筆者作成)

まず、図20の「デジタル・ネットワーキング・モデル (DNM)」の凡例の右上から5つ目までの記号について説明すると、社会的ネットワークのリンクをつなぐキーパーソンとして、複数のリンクを結ぶ中心点 (結節点) の役割を果たす「ハブ」を★で示し、複数のリンクを接続する役割である「コネクター」を◇で、情報の伝達役としてリンクの橋渡しをする「ブリッジ」をXで示す。

そして、リンクによって結ばれる主体としての「ノード」である集団を○で、個人を●で示す^[54]。

次に、凡例を左上から5つ目までの記号について説明すると、多様なノードを次々に結んでいく「架橋型相互協力信頼関係」を●—●で示し、特定のノードの間の結束力を強める「結束型相互

協力信頼関係を ←→ で示す^[55].

ここで、「相互協力信頼関係」の形成を妨げる要因が「相互不信」であり、それを ⊗ によって示すことにする。

そして、デジタル・ネットワーキングの参加主体間の社会的ネットワークを構成する関係を「リンク」と呼ぶことにし、リンクは、特定の法制度や規則に基づいて権利—義務や地位・役割が明確に定められている職務関係や家族・親族関係などの「公式リンク」と、共通の問題関心や趣味・好み、相性などに基づいて形成され権利—義務や地位・役割が不明確な友人・知人や趣味やボランティアの間の関係である「非公式リンク」に分類し、前者を ———— で示し、後者を - - - - - で示すことにする^[56].

最後に、凡例の下から2番目の記号については、インターネット等のデジタル・メディアを媒介にして結ばれるデジタル・メディア・リンクを

----- で表し、電話やFAXなどの既存の通信手段を媒介にして結ばれるメディア・リンクを - - - - - で示す。

凡例の一番下の記号については、ハブを中心としたリンクとノードから構成される社会集団や社会組織が外部に対して閉鎖的か開放的かを示すために、閉鎖的な境界を ⊖ で、開放的な境界を ⊕ で表現している^[57].

5.2 「デジタル・ネットワーキング・モデル」による南三陸町と気仙沼市における震災発生から復興への現状把握

5.2.1 「デジタル・ネットワーキング・モデル」による南三陸町と気仙沼市における震災発生から2年後までの筆者を中心とした関係構造の描出

東日本大震災発生から2年後までの筆者を中心としたデジタル・ネットワーキングによって構築された関係構造を示せば、図21のようになる。

すなわち、著者は、東日本大震災発生した直後は、支援活動に必要な交通手段や宿泊場所、物資やガソリンが確保できなかったため、被災地に入ることができず、また、震災被災地の中長期的な復興支援につながる活動を展開するために、霧島連山新燃岳の火山災害被災地の高原町に行き、阪神・淡路大震災以来の被災地支援活動を通じて非公式の架橋的協力的相互支援関係にあった「震災がつなぐ全国ネット」(略称、「震つな」)を通して接点を持つことができた「特定非営利活動(NP

O) 法人「たかはるハートム」と、灰干しづくりの支援を行うという形で、非公式の架橋的協力的相互支援関係とデジタル・メディア・リンクで結ばれることになった。なお、「たかはるハートム」は、高原町まちづくり推進課の職員が理事長を兼任するという形で、高原町と非公式の結束的相互協力信頼関係にある^[58].

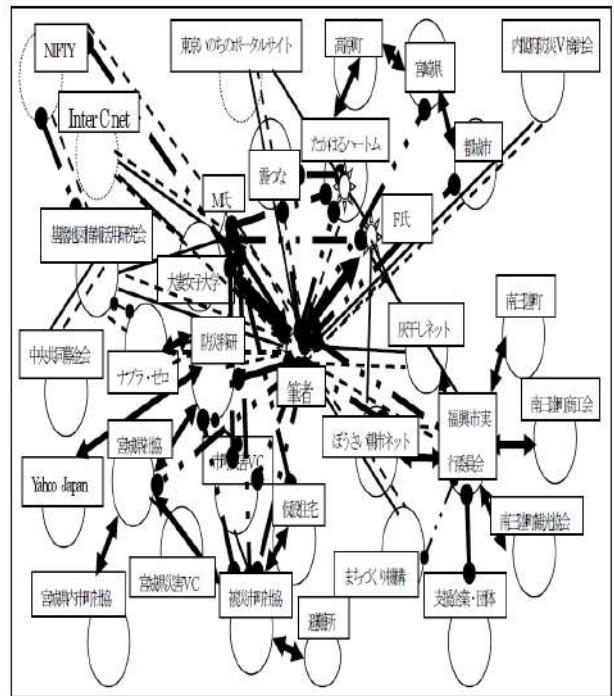


図21 「デジタル・ネットワーキング・モデル」によって描出した南三陸町と気仙沼市における震災発生から2年後までの筆者を中心とした関係構造 (筆者作成)

また、著者は、新燃岳の火山灰の有効活用について情報提供するという形で支援を通じて、非公式の架橋的協力的相互支援関係とデジタル・メディア・リンクで結ばれることになった宮崎県工業支援課から依頼を受けて、都城市での灰干しづくりに関する講習会と講演会の講師・助言者としての協力という形で、都城市工業振興課と非公式の架橋的協力的相互支援関係とデジタル・メディア・リンクで結ばれることになった^[59].

東日本大震災の被災地での支援活動において、著者は、佐用町の支援活動で連携したことを通じて非公式の架橋的相互協力信頼関係にあった防災科研が公募していた災害情報ボランティア活動に参加するという形で、防災科研と公式の架橋的相互協力信頼関係とデジタル・メディア・リンクで

結ばれることになった。そして、著者は、災害情報ボランティア活動への参加によって、防災科研を媒介にして、支援先の宮城県及び宮城県内の被災市町（山元町・亙理町・利府町・東松島市・石巻市・女川町・南三陸町・気仙沼市）の災害ボランティアセンターとそれを設置・運営する社協と非公式の架橋的相互協力信頼関係で結ばれることになった。特に、気仙沼市本吉地区の災害ボランティアセンターと気仙沼市社協及び宮城県社協とは、M氏と連携して展開した災害ボランティアセンター及び仮設住宅に対する支援活動で、著者は、非公式の架橋的相互協力信頼関係とデジタル・メディア・リンクで結ばれることになった^[60]。

この支援活動を展開するにあたっては、岩手・宮城内陸地震において栗原市ボランティアセンターの支援活動を通じて形成された著者と宮城県社協および宮城県内の市町社協との間の非公式の架橋的相互協力信頼関係とデジタル・メディア・リンクに支えられ、活動を迅速かつ円滑に展開することができた。なお、防災科研は、災害情報ボランティア活動に必要な資金の寄付を受けると言う形で、「株式会社 Yahoo Japan」と公式の結束的相互協力信頼関係とデジタル・メディア・リンクで結ばれ、また、「ナブラ・ゼロ」とは、震災発生以前から委託事業を通じて公式の結束的相互協力信頼関係とデジタル・メディア・リンクで結ばれ、さらに、宮城県社協とも震災発生前から、宮城県沖地震を想定した情報支援システムの研究開発や実証実験を通じて、公式の結束的相互協力信頼関係とデジタル・メディア・リンクで結ばれており、こうした関係が、震災発生直後の迅速な連携行動を可能にしたといえるであろう^[61]。

ところで、防災科研等の諸機関・団体と連携して宮城県災害ボランティアセンターを設置・運営していた宮城県社協は、災害ボランティアセンターを設置・運営しがれき撤去作業や避難所や仮設住宅の支援活動をおこなった被災地の社協の支援を宮城県内の被災地外社協と連携して展開するという形で、それらの間に公式の結束的協力的相互協力関係が形成された。そして、著者は、気仙沼市本吉地区の仮設住宅支援活動に必要な活動資金を確保するために、「特定非営利活動法人 基盤地図情報活用研究会」のメンバーとして、「中央共同募金会」の活動助成制度に応募し、採択され、助成を受けると言う形で、「研究会」を介して、「中

央共同募金会」と著者は、公式リンクとデジタル・メディア・リンクで結ばれていた。また、仮設住宅支援活動の活動資金は、震災発生直後に著者及び「研究会」に対する支援を表明した「株式会社 NIFTY」より、現地で活動するM氏が被災地の状況等に関して毎週執筆・提出する社内報の原稿料という形で、半年にわたって提供され、活動に大いに役立った。このような形で、「研究会」を介して、M氏と著者は、非公式の架橋的相互協力信頼関係とデジタル・メディア・リンクで結ばれていた^[62]。

他方で、著者は、震災発生前から「灰干しネットワーク」を通じて参加することで、「ぼうさい朝市ネットワーク」と非公式の架橋的相互協力信頼関係とデジタル・メディア・リンク (kitame ML) で結ばれていたが、その代表者のF氏が被災地支援活動として展開している「南三陸復興市」にも参加し、「復興市」の実行委員会とは、非公式の架橋的相互協力信頼関係にある。なお、復興市実行委員会は、共催という形で、南三陸町、南三陸町商工会、南三陸町観光協会等の団体と公式の結束的相互協力信頼関係にある。また、支援企業・団体とは、公式の架橋的相互協力信頼関係にある。そして、「南三陸復興まちづくり機構」と復興市実行委員会とは、主要メンバーは重複するが別の団体であるという形で、非公式の架橋的相互協力信頼関係にある。そして、著者は、南三陸町の中長期的な支援のために設立された「南三陸復興まちづくり機構」とは、賛助会員としてプロジェクトに参加するという形で、公式リンクとデジタル・メディア・リンクで結ばれている^[63]。

このような被災地内外での支援活動を展開する際に、著者は、学識者委員として所属する「内閣府防災ボランティア活動検討会」、一般会員として所属する「東京いのちのポータルサイト」、阪神・淡路大震災をきっかけとして中心メンバーとして所属する「Inter C net」それぞれと公式リンクとデジタル・メディア・リンクで結ばれているが、これらのつながりを通じて、被災地内外における被災地・被災者支援活動に関する信頼性の高い情報を迅速に入手することができた^[64]。

以上、デジタル・ネットワーク・モデルによって、東日本大震災発生から2年後までの南三陸町と気仙沼市における著者を中心とした関係構造を描き出した。

5.2.2 「デジタル・ネットワーキング・モデル」による南三陸町と気仙沼市における震災発生2年後以降の筆者を中心とした関係構造の描出

東日本大震災発生2年後以降に構築された筆者と「気仙沼灰干しの会」を中心とする関係構造をデジタル・ネットワーキング・モデルによって描き出すと図22のようになる。

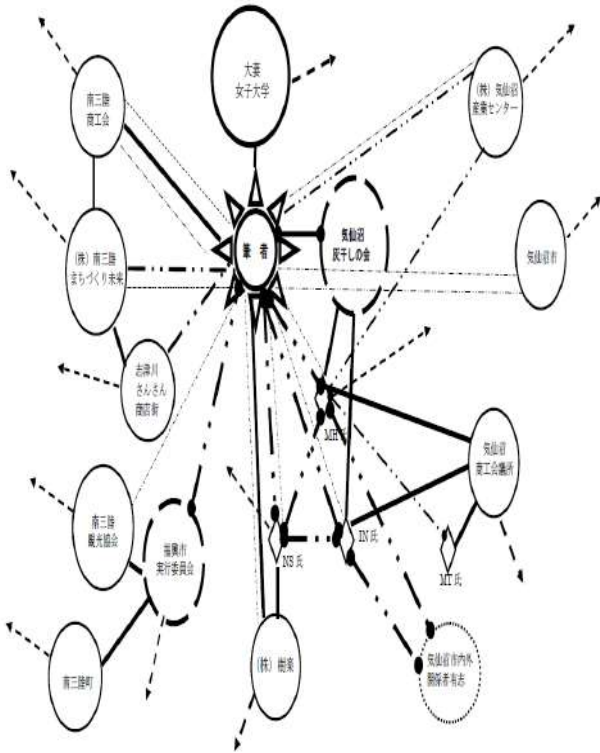


図22 「デジタル・ネットワーキング・モデル」によって描出した南三陸町と気仙沼市における震災発生2年後以降の筆者を中心とした関係構造
(筆者作成)

まず、この図22の左側の部分について説明すると、筆者は、「南三陸商工会」とは、「志津川さんさん商店街」と「ハマレ歌津」の来街者調査の業務委託を受けて調査を実施したという形で、業務委託契約に基づく公式リンクで結ばれている。また、「志津川さんさん商店街」は、「株式会社 南三陸まちづくり未来」が管理・運営しており、「南三陸商工会」は、平成28年度から平成31年度にかけて中小企業庁の「伴走型小規模事業者支援推進事業」の助成を受けて「南三陸まちづくり未来」の事業支援として二つの商店街の来街者調査を実施すること等を通じ公式リンクで結ばれている。なお、筆者と「南三陸商工会」の担当職員との間では、メールやデータファイルのやり取りでイン

ターネットが利用されたり、電話で連絡を取り合ったりしているという形で「デジタル・メディア・リンク」と「メディア・リンク」で結ばれている。また、「南三陸商工会」と「南三陸まちづくり未来」は、 $\text{---} \rightarrow$ で示しているように、それぞれWebページやフェイスブック(FB)で不特定多数の人びとに向けて各種情報をインターネットで発信している^[65]。

そして、筆者と南三陸「福興市実行委員会」との間には、筆者が第1回目の福興市から「ぼうさい朝市ネットワーク」のボランティアとして参加し参与観察を行ってきたことを契機に、7年半にわたる灰干しの試験販売や6年間の来場者調査を通じて非公式の架橋型相互協力信頼関係が形成されている。また、「福興市実行委員会」の事務局が「南三陸観光協会」であり、福興市は南三陸町との共催で開催されていることから、三者の間は、公式リンクで結ばれており、それぞれWebページやフェイスブック(FB)やTwitterで各種情報を不特定多数の人びとに向けインターネットを通じ発信している^[66]。

他方で、図22の右側部分について説明すると、筆者と「気仙沼灰干しの会」は、「気仙沼サメの灰干し」の商品化・事業化への研究活動や委託業務としての助言指導を行うことを通じて公式の架橋型相互協力信頼関係で結ばれており、筆者とこの会の実質的な代表者のMH氏(松下初男氏)と中心メンバーのIN氏(一色法人氏)とは非公式の架橋型相互協力信頼関係で結ばれている。また、MH氏はFBを通じて、各種の情報発信を不特定多数の人びとに向けて行い、人的ネットワークの維持・拡大を行っている^[67]。

そして、気仙沼市内で2016年から2019年に開催された「灰干しワークショップ」や「気仙沼サメの灰干し」の商品化・事業化のための助言を通じてNS氏(榎木春幸氏)とMH氏及びIN氏と筆者は、メールやFBや電話を通じて必要に応じて連絡を取り合いながらデジタル・メディア・リンクと非公式の架橋型相互協力信頼関係で結ばれている。また、MH氏と被災地復興支援活動や日常的な地域内の交流を通じて非公式の架橋型相互協力信頼関係で結ばれている気仙沼市内外の関係者有志(ボランティア・飲食店・商店・学校関係者等)の人びとは、MH氏のFBやLINE等のデジタル・メディアを併用した呼びかけによって「灰干

しワークショップ」へ参加するという形でデジタル・メディア・リンクによっても結ばれ「気仙沼サメの灰干し」の商品化・事業化に協力している^[68]。

他方で、来場者アンケート調査が実施された「気仙沼『海の市』」を運営する「(株) 気仙沼産業センター」と筆者は、MH氏から「センター」の幹部社員を紹介してもらい、電話やメールを通じて来場者アンケート調査について趣旨を説明した上で了承を得て実施することができ、また、筆者から「センター」への来場者アンケート調査の結果が提供されることによって、両者は非公式リンクとデジタル・メディア・リンクで結ばれることになった^[69]。

また、筆者と気仙沼市とは、非公式リンクとデジタル・メディア・リンクで結ばれているが、この結びつきの契機となったのは、NS氏からの「始良市・伊佐市・曾於市等の成功事例を踏まえれば、地域おこしには必ず地元の自治体の協力が不可欠なので、気仙沼市で地域おこしを成功させるのなら、気仙沼市の協力を得る必要がある。たまたま、鹿児島県出身の中央省庁の職員が被災地の復興支援のために気仙沼市の幹部職員に出向しているの、そこから接触したらどうか」という助言である^[70]。

この助言に基づいて、筆者は、まず、気仙沼市のホームページから幹部職員への連絡先を探し出して、メールと電話で、本プロジェクトの概要を説明し幹部職員と面談する段取りをした。そして、幹部職員や関係部署の職員数人と気仙沼市役所で面談し、これまで、筆者が研究活動として「気仙沼灰干しの会」とNS氏の協力を得て行って来た気仙沼市での復興支援の概要について説明した上で、NS氏を講師とする「ご当地グルメ」による「地域おこし」講演会への出席をお願いした。その後、気仙沼市の幹部職員とメールで日程等の連絡調整を行い、2020年3月15日に開催された講演会にその幹部職員が出席し、NS氏の成功事例を踏まえた気仙沼市の復興の方策について意見交換を行うことができた^[71]。

以上が、筆者と「気仙沼灰干しの会」を中心とした関係構造についての詳細な説明である。

そして、今後の課題は、筆者と「気仙沼灰干しの会」を中心に構築された上記の関係構造を基盤として、斬新な方法によって各地で成果を上げて

きた「地域おこし」の専門家のNS氏の継続的で全面的な協力を得て「ご当地グルメ」づくりを中心とした「地域おこし」を本格的に推し進めていくことである。

5.3 南三陸町と気仙沼市の復興の今後の課題

南三陸町と気仙沼市の復興への今後の課題と方策について、**図23**のデジタル・ネットワーク・モデルによって描出した復興に取り組む人々と団体間の関係構造に基づいて示すことにしたい。

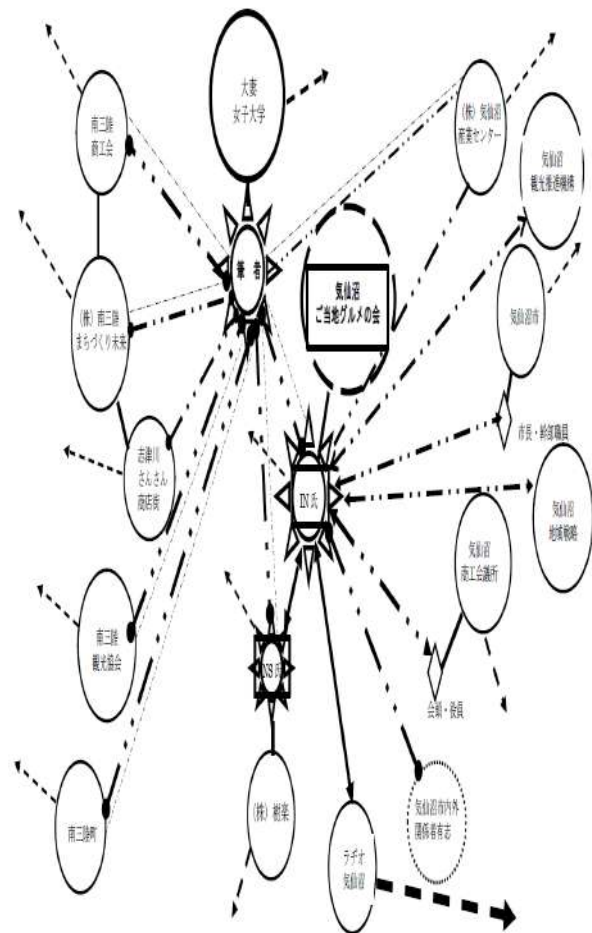


図23 「デジタル・ネットワーク・モデル」によって描出した南三陸町と気仙沼市における復興に向けての課題に取り組む人々と団体間の関係構造 (筆者作成)

まず、**図23**の左側の筆者を中心とする部分については、筆者が大妻女子大学の教員・研究者として調査実習やゼミ生の研究補助によって「さんさん商店街」の来場者アンケート調査を継続的に実施して、調査結果とそこから得た知見を報告書の

提供や意見交換を通じて南三陸町の復興に役立ててもらうためには、「さんさん商店街」・「まちづくり未来」・「南三陸商工会」・「南三陸観光協会」・南三陸町それぞれと筆者との間でメールやWebというデジタル・メディアを使用して連絡を取り合いながら非公式の架橋型相互協力信頼関係で結ばれるという関係構造が構築される必要がある。

他方で、この図の右側の部分については、気仙沼市の地域食材を活用した「ご当地グルメづくり」によって飲食業・観光業・水産加工業等の地場産業を活性化して復興を推し進めていくためには、これまで筆者やNS（榎木春幸）氏と一緒に復興に取り組んできたIN（一色法人）氏がハブとなって復興に取り組む人々や団体と連携して幅広い支援を受ける必要がある。

そこで、IN氏が代表となって「気仙沼ご当地グルメの会」を結成し、気仙沼市の復興の中心的な団体である「気仙沼商工会」の会頭や役員、気仙沼市の市長や幹部職員との間で非公式の結束型相互協力信頼関係を作り上げ、また、気仙沼「海の市」を運営・管理する「(株)気仙沼産業センター」、気仙沼市の観光を統括する「気仙沼観光推進機構」、気仙沼市の復興プランを企画・立案し復興イベントも企画・運営する「(一社)気仙沼地域戦略」との間でも非公式の結束型相互協力信頼関係を作り出す必要がある。

そして、IN氏は、長年にわたってFM番組のパーソナリティーや司会者として運営に携わってきたことでコミュニティFM局「ラヂオ気仙沼」と公式の結束型相互協力信頼関係で結ばれているので、このコミュニティFM局の番組の企画・運営によって「気仙沼ご当地グルメの会」の取り組みを紹介しながら協力と参加を呼びかけて、一人でも多くの協力者・参加者を獲得し、地元の飲食店や水産加工業者も巻き込みながら「ご当地グルメづくり」を推し進めていく。

この取り組みは、地域食材を活用した「ご当地グルメづくり」の豊富な経験と実績を持つNS氏の協力無くしては、目的を達成しえないので、IN氏は、NS氏を気仙沼市に招いて講演会や講習会等での協力を得るのに必要な資金を気仙沼市や気仙沼商工会議所等に提供を呼び掛けて確保しなければならない。

そのためには、これまで以上に「(株)樹楽」の代表取締役社長であるNS氏と緊密に連絡をとり

ながら必要に応じて対面で打ち合わせを行い委託業務契約を締結することで公式の結束型相互協力信頼関係を確実に作り上げる必要がある。

そして、筆者は、研究プロジェクトとして気仙沼市の「ご当地グルメづくり」に取り組むことでIN氏及びNS氏との間に形成された非公式の架橋型相互協力信頼関係を維持しながら、「気仙沼ご当地グルメの会」の取り組みに参加しながら参与観察を行い、他方で、「(株)気仙沼産業センター」の協力を得て気仙沼「海の市」の来場者アンケート調査を継続的に実施し、調査結果とそこから得た知見を「(株)気仙沼産業センター」や「(一社)気仙沼地域戦略」等に提供し意見交換を行いながら、気仙沼市の復興の現状を把握し、今後の課題を明らかにしていきたい。

付記

本研究は、大妻女子大学戦略的個人研究費（令和3年度 S2122）の助成を受けたものです。

引用文献

- [1] 千川剛史『現代と社会学』, 同友館. 2016a. P101.
- [2] 千川 2016a. P101.
- [3] 千川 2016a. P104-105
- [4] 千川剛史「地域連携デジタル・ネットワーキングに関する研究—平成29年度の『灰干しがつなぐ地域再生ネットワーク』の展開—」大妻女子大学人間生活文化研究所『人間生活文化研究』No. 28, 大妻女子大学人間生活文化研究所. 2018. P447.
- [5] 千川 2018. P447-448.
- [6] 千川 2018. P448.
- [7] 千川剛史「東日本大震災被災地〔気仙沼市及び南三陸町〕における復興に関する調査研究」大妻女子大学人間生活文化研究所『人間生活文化研究』No. 31. 2020a. P532.
- [8] 千川 2020a, 同頁.
- [9] 南三陸観光協会「第98回志津川湾おすばでまつり福興市 開催」<https://www.m-kankou.jp/archives/238455/>（参照 2022-4-30）及び南三陸観光協会「第99回寒鱈まつり福興市 開催について」<https://www.m-kankou.jp/archives/238882/>（参照 2022-4-30）
- [10] 南三陸観光協会「第98回志津川湾おすばでまつり福興市 開催」同Webページ

- [11] 南三陸観光協会「「祝100回記念福興市一大感謝祭」開催再延期のお知らせ」<https://www.m-kankou.jp/archives/234671/>（参照 2022-4-30）・南三陸観光協会「「南三陸福興市100回記念開催 再々延期」についてのお知らせ」<https://www.m-kankou.jp/archives/242596/>（参照 2022-4-30）・南三陸観光協会「「おかげ様で祝100回！福興市大大感謝祭」開催のお知らせ」<https://www.m-kankou.jp/event/247004.html/>（参照 2022-4-30）
- [12] 大妻女子大学人間関係学部人間関係学科社会学専攻(2020年)『2019年 南三陸町「福興市」・「さんさん商店街」来場者調査結果』, 2020b. P6.
- [13] 千川 2020a. P529.
- [14] 千川剛史「東日本大震災被災地の商店街と連携した復興支援活動」大妻女子大学地域連携推進センター『平成25年度年報』通巻第1号. 2014. P23.
- [15] 千川 2014. 同頁.
- [16] 千川 2014. 同頁.
- [17] 千川 2014. 同頁.
- [18] 千川 2014. P24.
- [19] 千川 2014. 同頁.
- [20] 千川剛史「東日本大震災被災地の商店街と連携した復興支援活動」大妻女子大学地域連携推進センター『平成26年度年報』通巻第2号. 2015. P18.
- [21] 三陸新報(2014. 9. 13)「火山灰で臭み除去 気仙沼 サメへの活用探る」・千川剛史「地域連携デジタル・ネットワーキングに関する研究—『灰干しがつなぐ被災地連携ネットワーク』の可能性と課題—」大妻女子大学人間生活文化研究所『人間生活文化研究』No. 26. 2016b. P18.
- [22] 千川 2015. P19.
- [23] 千川 2015. 同頁.
- [24] 千川 2016b. P19.
- [25] 千川 2016b. 同頁.
- [26] 千川 2016b. 同頁.
- [27] 千川剛史「地域連携デジタル・ネットワーキングに関する研究」大妻女子大学人間生活文化研究所『人間生活文化研究』No. 26. 大妻女子大学 戦略的個人研究費 平成27年度 研究実施報告書. 2016c. P428.
- [28] 千川剛史「地域連携デジタル・ネットワーキングに関する研究—平成28年度の『灰干しがつなぐ 地域再生 ネットワーク』の展開」大妻女子大学人間生活文化研究所『人間生活文化研究』No. 27. 2017. P271.
- [29] 千川 2017. P271-272.
- [30] 千川 2017. P272.
- [31] 千川 2017. 同頁.
- [32] 千川 2017. P273
- [33] 千川 2017. 同頁.
- [34] 千川剛史「地域連携デジタル・ネットワーキングに関する研究—平成28年度の『灰干しがつなぐ 地域再生 ネットワーク』の展開」大妻女子大学人間生活文化研究所『人間生活文化研究』No. 28. 2018. P459.
- [35] 千川 2018. 同頁.
- [36] 千川 2018. 同頁.
- [37] 千川 2018. P459-460.
- [38] 千川 2018. P460.
- [39] 千川 2018. P460-461.
- [40] 千川 2018. P461.
- [41] 千川 2018. 同頁.
- [42] 千川 2018. 同頁.
- [43] 千川 2018. P462.
- [44] 千川 2018. P463.
- [45] 千川剛史「東日本大震災被災地（気仙沼市及び南三陸町）における復興に関する調査研究」大妻女子大学人間生活文化研究所『人間生活文化研究』No. 30. 2020b. P532.
- [46] 千川 2020b. P533.
- [47] 千川 2020b. 同頁.
- [48] 千川 2020b. P534.
- [49] 千川剛史「東日本大震災被災地（気仙沼市）における特産品開発による復興に関する調査研究」（研究課題 S20509）『令和2年度 大妻女子大学戦略的個人研究費 実施計画書』. 2020c. P1.
- [50] 千川剛史「東日本大震災被災地（気仙沼市）における特産品開発による復興に関する調査研究」（研究課題 S20509）『令和2年度 大妻女子大学戦略的個人研究費 収支等実施報告書』. 2021a. P1.
- [51] 千川剛史『「ご当地グルメづくり」による被災地復興に関する調査研究」（研究課題 S2122）『令和3年度 大妻女子大学戦略的個人研究費 収支等実施報告書』. 2021b. P1.
- [52] 千川 2021b. 同頁.
- [53] 「ご当地グルメづくり」講演会延期のチラシ（一色法人氏作成・Facebook 掲載）

- https://scontent-nrt1-1.xx.fbcdn.net/v/t1.6435-9/87149849_2927265030695127_3028244787435143168_n.jpg?_nc_cat=105&ccb=1-5&_nc_sid=730e14&_nc_ohc=B-BaohqEdwAX-_B4XM&_nc_ht=scontent-nrt1-1.xx&oh=00_AT-I5nzHkRQzqgHsmU4EAAmsILiJpJJdpaLis78rCQFD1Q&oe=6299324D (参照 2022-05-04)
- [54] 千川 2020b. P535.
 [55] 千川 2020b. P536.
 [56] 千川 2020b. 同頁.
 [57] 千川 2020b. 同頁.
 [58] 千川剛史『デジタル・ネットワーキングの展開』, 晃洋書房. 2014. P157.
 [59] 千川 2014. 同頁.
 [60] 千川 2014. 同頁.
 [61] 千川 2014. P157-158.
 [62] 千川 2014. P158.
 [63] 千川 2014. P158-159.
 [64] 千川 2014. P159.
 [65] 千川 2020b. P536.
 [66] 千川 2020b. P536-537.
 [67] 千川 2020b. P537.
 [68] 千川 2020b. 同頁.
 [69] 千川 2020b. 同頁.
 [70] 千川 2020b. 同頁.
 [71] 千川 2020b. 同頁.

Abstract

From one month after the Great East Japan Earthquake, the author conducted participant observations and questionnaire surveys in the affected areas of Minamisanriku Town and Kesenuma City to understand the actual situation of the reconstruction process over a long period of time, and to build mutual cooperation and trust among the actors involved in the reconstruction. We have tried to clarify the current situation and issues of reconstruction by visualizing the relationship structure based on it using the "digital networking model".

Therefore, in this article,

1. From the participant observation by the "Haiboshi (specialty products of fish or meat that is deodorized, dried and matured by volcanic ash and refrigerator)" trial sale in "Minamisanriku Fukko Ichi" and the visitor questionnaire survey
2. Understand the actual situation of the reconstruction process of Minamisanriku Town from the visitor questionnaire survey of "Minamisanriku-San-San Shopping Street".
3. From the product development of "Haiboshi" sharks and the participant observation by "making local gourmet"
4. Understand the actual situation of the reconstruction process of Kesenuma City from the visitor questionnaire survey of Kesenuma "Umi no Ichi".
5. Visualize the relationship structure based on mutual cooperation and trust between the actors involved in reconstruction in Minamisanriku Town and Kesenuma City using the "Digital Networking Model" to understand the current state of reconstruction and clarify future issues.

(受付日：2022年6月30日，受理日：2022年7月15日)

千川剛史 (ほしかわ つよし)

現職：大妻女子大学人間関係学部教授

早稲田大学大学院文学研究科社会学専攻博士後期課程単位取得満期退学。博士（社会学）（慶應義塾大学）。専門は、社会学。

現在は、情報社会論と地域再生論の観点から、東日本大震災等の被災地復興や条件不利地域の地域再生について、特産品「灰干し」の商品化・事業化及び「ご当地グルメづくり」による産業振興・地域活性化を目的とした参与観察を中心に研究を行っている。

主な著書：現代と社会学（単著，同友館，2016年）

デジタル・ネットワーキングの展開（単著，晃洋書房，2014年）

情報化とデジタル・ネットワーキングの展開（単著，晃洋書房，2009年）

現代社会と社会学（単著，同友館，2008年）

災害とデジタル・ネットワーキング（単著，青山社，2007年）

デジタル・ネットワーキングの社会学（単著，晃洋書房，2006年）

公共圏とデジタル・ネットワーキング（単著，法律文化社，2003年）

公共圏の社会学（単著，法律文化社，2001年）