

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

Research study on reconstruction in areas (Kesenuma City and Minamisanriku Town)
affected by the Great East Japan Earthquake

干川 剛史¹

¹大妻女子大学 人間関係学部

Tsuyoshi Hoshikawa¹

¹Faculty of Human Relations, Otsuma Women's University

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

キーワード：災害，復興支援，ご当地グルメ，灰干し，デジタル・ネットワーキング・モデル
Key words : Disaster, Reconstruction assistance, Local gourmet, Haiboshi, Digital networking model

抄録

本研究では、まず、南三陸町と気仙沼市で参与観察とアンケート調査を継続して実施して東日本大震災発生から長期にわたる復興過程の実態と変化を把握する。次に、被災地復興に関わる諸主体間の相互協力信頼関係に基づく関係構造を「デジタル・ネットワーキング・モデル」によって可視化することで復興過程の現状と課題を解明する。

具体的な研究方法は、以下の通りである。

1. 南三陸町「福興市」と「さんさん商店街」及び気仙沼市「海の市」の来場者アンケート調査
2. 「気仙沼サメの灰干し」加工品の商品化・販路開拓のための「福興市」での各種「灰干し」試験販売による参与観察
3. 気仙沼市での「ご当地グルメ」の試作・商品化を目的とした「気仙沼サメの灰干し」料理講習会・検討会による参与観察

上記のアンケート調査と参与観察によって、長期にわたる復興過程の実態と変化を把握した上で

4. 「デジタル・ネットワーキング・モデル」によって、被災地復興の課題の解明を行う。

1. 南三陸町「福興市」と「さんさん商店街」及び気仙沼市「海の市」の来場者アンケート調査

筆者は、干川ゼミ所属の学生の研究協力を得て、2019年9月29日に南三陸町の「福興市」と「さんさん商店街」で、同年11月2日～3日と11月23日24日に気仙沼「海の市」で、また、2020年2月23日と同年3月22日に「さんさん商店街」で来場者調査を実施した。

その調査結果の概要と明らかになったのは以下のことである。

1.1. 南三陸町の「福興市」と「さんさん商店街」の来場者調査（2019年9月29日）結果の概要

1.1.1. 南三陸町の「福興市」の来場者調査（2019

年9月29日）結果の概要

2019年9月29日の10時～12時にかけて実施した南三陸町の「福興市」の来場者調査では、50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人で来場している人が最も多く(18組:36%)、2～4人の少人数の来場者が8割弱を占めている。
- (2) 居住地：宮城県内の居住者が9割を占めており、仙台市が最も多く(12人:24%)、次に登米市が多い(10人:20%)。
- (3) 回答者の年齢：40代と50代が半数以上を占めている(26人:52%)。
- (4) 回答者の性別：男性の割合が多い(33人:66%)。

- (5) 誰と一緒にか: 家族連れが最も多く半数を占める(27組:54%). 次に, 夫婦が多い(18組:36%).
- (6) 福興市を何で知ったか(複数回答): インターネットが最も多い(19人:38%). 次に, チラシが多い(12人:24%).
- (7) 福興市に来た回数: 初めての来場者が最も多い(17人:34%). 次に, 4回目が多い(7人:14%).
- (8) 福興市への交通手段: すべての回答者が自動車を利用している(レンタカーと社用車各1名を含む).
- (9) 福興市を巡る経路と宿泊について:
○福興市会場を巡る回答者の注目すべきルートとして以下のものがある(出発地により分類).
(出発地: 仙台市)
・仙台市→気仙沼市(大島)→福興市会場→仙台市
・仙台市→津山道の駅→福興市会場→仙台市
(出発地: 宮城県内)
・石巻市→福興市会場→ホテル観洋
○宿泊について: ほとんどの回答者が宿泊をしていないが(45人:90%), 少数の回答者が宿泊していると回答した(4人:8%). 宿泊者のうち, ホテルが, 2人(4%). 民宿とキャンプが各1人(2%)である.
- (10) 福興市に来た目的(複数回答): 「食べ物」が最も多く(36人:72%), 次に, 「買い物」が多い(29人:58%). また, 3番目が, 「イベント」(19人:38%), 4番目が, 「復興支援」(10人:20%)である.
- (11) 福興市の滞在時間: 60分と120分が最も多く(各14人:28%), その次に180分が多かった(8人:16%).
- (12) 会場での買い物等で使った金額(予定金額を含む): 一番多いのが2000円~3000円未満であり(19人:38%), その次が3000円~4000円未満で(9人:18%), 3番目が1000円~2000円未満であった(8人:16%).
- (13) 福興市についての意見・感想等:
<肯定的意見>
・福興市毎回楽しみに来ています. 季節の旬の海の幸イベント事で違うので楽しみです.
・毎回美味しいものをいただけて楽しみにしております.
・海の側で海風が心地よく, 美味しくタコを頂き

ました. ICから道案内の看板も出ていたのでありがたかったです.

・震災以来久しぶりに来ましたが, 元気が伝わってきて良かった.

・その都度の海産物が違うので毎回楽しみ.

<否定的意見>

・遅い時間になると品切れになるのが気になる, 遠くからくると時間がかかる.

<要望>

・障害者専用駐車場を設けてほしい.

・ネットでたまたま知ったため, もっとマスコミなどに向けてPRしてもいいかも.

・イベント情報一覧でネットに載せてほしい.

・イベントスケジュールの流れをもっと詳しく.

<その他>

・毎月イベントを続けていることに驚いています

(14) 福興市と「南三陸さんさん商店街」の間の往来: 往来無しが最も多いが(22人:44%), 4割の回答者が「さんさん商店街」から福興市に来ている(20人:40%).

(15) 福興市が活性化し, 発展して行くためには, どのような工夫が必要か?

・駐車場の整備

・メディアを通してのアピール

・もっとテレビPRをした方がよい

・魅力的あるイベント

・行事等の実施

・県外から来たので, 日持ちするもの(お菓子, 美味しいもの, 海のものなど), ちょっと豪華なお土産になるものが欲しい

・もっと子供が楽しめるものがあればよい

(16) 南三陸町が復興して行くためには, どうすればよいか?

・旅行者は, 民宿では朝食ができるのでここに来て食べられない. 朝食券等あったほうがよい

・まずは特産物のアピール

・人がたくさん集まるイベント, 工夫をしていくのがいいと思います

・さんさん商店街に来ていつも思うことですが, 価格等について検討してもらえればと思うことが多々ある.

・天気が悪い日でも子供を遊ばせることのできる施設があると家族連れが増えるのでは.

・働く場所を増やす

・町の活性化

1.1.2. 南三陸町の「さんさん商店街」の来場者調査 (2019年9月29日) 結果の概要

2019年9月29日の12時半～13時半にかけて実施した南三陸町の「さんさん商店街」の来場者調査では、30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人と3人で来場している人が最も多い(各9組：30%)。7割が、2～5人組の来場者である(22組：74%)。
- (2) 居住地：宮城県からの来場者が6割台と圧倒的に多い(20人：67%)。2番目に多いのが岩手県である(5人：17%)。また、宮城県からの来場者では、仙台市が4割である(13人：43%)。
- (3) 回答者の年齢：30代と40代が合計で6割を占めている(18人：60%)。それに続き、60代が2番目に多く(4人：13%)、全体的に中高年の来場者が多い(40代～70代：17人：56%)。
- (4) 回答者の性別：男性の方が圧倒的に多い(22人：73%)。
- (5) 誰と一緒に：配偶者連れの回答者が最も多い(12組：40%)。次に、家族連れの回答者が多い(10組：33%)。
- (6) 「さんさん商店街」を何で知ったか(複数回答)：テレビの回答が最も多い(16人：53%)。次に、インターネットの回答が多い(5人：17%)。
- (7) 「さんさん商店街」に来た回数：初めて来場する回答者が最も多い(13人：43%)。次に、3回が多く(8人：27%)、10回が3番目に多い(3人：10%)。
- (8) 「さんさん商店街」への交通手段：回答者の7割が自家用車で来場している(21人：70%)。次に多いのが、レンタカーである(3人：10%)。
- (9) 「さんさん商店街」を巡る経路と宿泊について：○「さんさん商店街」を巡る回答者の注目すべきルートとして以下のものがある(出発地により分類)。

(出発地：仙台市)

・仙台市→BRT→さんさん商店街→仮設魚市場(福興市会場)

・仙台市→大崎八幡宮(仙台市)→さんさん商店街→志津川→仙台市

(出発地：東北地方)

・福島市→相馬市→志津川→さんさん商店街→築館IC(栗原市)→福島市

(出発地：北関東)

・足利市(栃木県)→東日本大震災遺構・伝承館(気仙沼市)→さんさん商店街→足利市

(出発地：北海道)

・帯広市(北海道)→仙台→さんさん商店街→山形→千歳→帯広市

○宿泊について：宿泊無しが7割であり(21

人：70%)、宿泊有りが約1割である(4人：13%)。宿泊先は、ホテルが最多である(3人：10%)。

(10) 「さんさん商店街」に来た目的(複数回答)：「食べ物」を目的に来場した回答者が最も多く(18人：60%)、次に「買い物」が多い(12人：40%)。

(11) 「さんさん商店街」の滞在時間：滞在時間は60分が最も多く(12人：40%)、その次に120分と無回答が多かった(各5人：17%)。3番目が30分と90分であり(各3人：10%)、滞在時間が分散している。

(12) 「さんさん商店街」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・2000円～3000円未満・5000円～10000円未満が最も多く(各6人：20%)、金額が分散している。

(13) 「さんさん商店街」についての意見・感想等<肯定的意見>

・ご飯がおいしかった。外でも食べられるのは、この時期だと気持ちいいし、子連れでもうるさくしても大丈夫だからうれしい。

・トイレもゴミ箱もベンチもあって便利。

・トイレがきれい、刺身の種類が豊富。

・タコを中心に地元の海産物があっていい。

<否定的意見>

・「女川井」1300円に比べると(キラキラ井は)全体的に高い。

<要望>

・営業時間の見直し。

<その他>

・復興の進んだところと跡地のギャップに驚いた。

・裏側の開発中の区域を見ていまだ途上中であるのを感じた。

(14) 「南三陸さんさん商店街」と福興市の間往来：福興市からさんさん商店街に来た人が4割と

最も多く(13人:43%),逆の流れもあり(3人:10%),「さんさん商店街」と福興市の間の人の流れが、確認できた。

(15)「さんさん商店街」が活性化し、発展して行くためには、どのような工夫が必要か?

- ・定期的なイベントなど必要。
- ・南三陸と登米のコラボ商品を出したら海の幸×山の幸で最強。
- ・もう少し、食事の種類を増やす等。
- ・持続性、話題性が大事。
- ・子ども連れの食べ物や遊び場があると良い。

(16)南三陸町が復興して行くためには、どうすればよいか?

- ・企業誘致。
- ・遊覧船などの海を利用した観光地化。
- ・お店を増やす。
- ・つり公園整備。
- ・マリンレジャーに力を入れる、スロープを使わせてくれる港が減って困っている、台湾からの誘客に力を入れたら。
- ・自然を生かしたまちづくり。
- ・復興のイメージを明確化していく。
- ・移住等の人口増加の政策を考える。金銭的な支援や子育て支援など。
- ・南三陸町のPRブースを設置してみてもどうか。
- ・人が各地のTV,HP,ラジオに出向きパブリシティする。

1.2. 気仙沼「海の市」の来場者調査(2019年11月2日・3日及び11月23日・24日)結果の概要

2019年11月2日・3日及び11月23日・24日に2回実施した気仙沼「海の市」の来場者調査の概要は、以下の通りである。

1.2.1. 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番目が口コミである(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回目で(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で利用する回答者が9割近くいる(130人:87%)。

(9) 「海の市」を巡る経路と宿泊について

○「海の市」を巡る回答者の注目すべきルートとして以下のものがある（出発地により分類）。

（出発地：仙台市）

- ・仙台市（宮城県）→かもめ食堂→喫茶マンボ→気仙沼「海の市」→仙台市
- ・仙台市（宮城県）→平泉町→気仙沼「海の市」→仙台市
- ・仙台市（宮城県）→南三陸町→ホテル観洋→気仙沼「海の市」
- ・仙台市（宮城県）→一ノ関→気仙沼→気仙沼「海の市」→仙台市
- ・仙台市（宮城県）→陸前高田→気仙沼「海の市」→仙台市

（出発地：宮城県内）

- ・大和町（宮城県）→南三陸さんさん商店街→気仙沼「海の市」→自宅（大和町）
- ・多賀城市（宮城県）→気仙沼大島→気仙沼「海の市」
- ・大和町（宮城県）→神明崎（気仙沼市）→気仙沼「海の市」
- ・亘理町（宮城県）→石巻市→気仙沼「海の市」→石巻市→亘理町
- ・亘理町（宮城県）→気仙沼「海の市」→気仙沼大島→亘理町
- ・栗原市（宮城県）→志津川（南三陸町）→気仙沼「海の市」→川崎（一ノ関市）→栗原市
- ・登米市（宮城県）→南三陸町→気仙沼「海の市」→南三陸町→登米市
- ・柴田町（宮城県）→気仙沼大島→気仙沼「海の市」→河北町（山形県）→亘理町
- ・岩沼市（宮城県）→気仙沼「海の市」→（トラポリンパーク）F-BOX（気仙沼市）→岩沼市

（出発地：東北近接地域）

- ・奥州市（岩手県）→千厩（一関市）→気仙沼「海の市」→千厩→奥州市
- ・奥州市（岩手県）→道の駅むろね→気仙沼「海の市」
- ・奥州市（岩手県）→千厩・室根（一関市）→気仙沼「海の市」→南三陸町→奥州市

（出発地：岩手県内三陸沿岸）

- ・宮古市（岩手県）→大船渡市→陸前高田市→気

仙沼「海の市」→南三陸町→宮古市

- ・宮古市（岩手県）→大船渡市→陸前高田市→気仙沼「海の市」→キッセン（大船渡市）→道の駅→宮古市
- ・釜石市（岩手県）→気仙沼大島→気仙沼「海の市」→釜石市

（出発地：岩手県内陸部）

- ・滝沢市（岩手県）→一関市→気仙沼「海の市」→滝沢市
- ・盛岡市（岩手県）→一ノ関市→気仙沼「海の市」→石巻市→松島町

（出発地：東北地方）

- ・弘前市（青森県）→一関市→気仙沼「海の市」→気仙沼市→大船渡市
- ・青森市（青森県）→宇都宮→仙台→気仙沼「海の市」→仙台空港→青森市
- ・大仙市（秋田県）→松島町→歌津（南三陸町）→気仙沼「海の市」→一ノ関→大仙市
- ・北秋田市（秋田県）→神社・寺巡り→気仙沼「海の市」→気仙沼大島
- ・湯沢市（秋田県）→一ノ関市→気仙沼「海の市」→一ノ関市→湯沢市
- ・尾花沢市（山形県）→仙台市→一関市→気仙沼「海の市」→気仙沼
- ・相馬市（福島県）→ルートイン気仙沼→気仙沼「海の市」→相馬市
- ・南相原市（福島県）→平泉町→気仙沼「海の市」→陸前高田市→南相原市
- ・郡山市（福島県）→花巻市→気仙沼「海の市」→釜石市→郡山市
- ・白河市（福島県）→気仙沼「海の市」→岩手
- ・鏡石町（福島県）→横手市（秋田県）→須川温泉（岩手県）→気仙沼「海の市」→石巻市→鏡石町

（出発地：北関東）

- ・栃木市（栃木県）→旧向洋高校（気仙沼市）→気仙沼「海の市」
- ・取手市（茨城県）→松島町→気仙沼「海の市」→仙台→会津→取手市

（出発地：北海道）

- ・苫小牧市（北海道）→大槌町→釜石市→気仙沼

「海の市」→仙台市

(出発地：東京都区部)

- ・板橋区(東京都)→塩釜市→さんさん商店街→気仙沼「海の市」→ホテル
- ・豊島区(東京都)→実家→ジャスコ→気仙沼「海の市」→マルホン(カウボーイ気仙沼店)→自宅(豊島区)
- ・江東区(東京都)→気仙沼のホテル→気仙沼「海の市」→大船渡
- ・足立区(東京都)→震災遺構→気仙沼「海の市」

(出発地：東京都)

- ・東京都→平泉町→気仙沼「海の市」→東京都

(出発地：首都圏東京都外)

- ・千葉市(千葉県)→北上市→気仙沼「海の市」→仙台市
- ・市川市(千葉県)→花巻市→気仙沼→気仙沼「海の市」→一ノ関
- ・鎌ヶ谷市(千葉県)→ホテル観洋(南三陸町)→気仙沼「海の市」→おさかな市場→栗原市
- ・流山市(千葉県)→仙台市→気仙沼「海の市」→仙台市→流山市
- ・三郷市(埼玉県)→仙台市→気仙沼「海の市」→一関市→三郷市
- ・戸田市(埼玉県)→気仙沼→気仙沼「海の市」→山形→埼玉
- ・草加市(埼玉県)→利府町(宮城県)→(三陸道)→気仙沼「海の市」→たすくさん(?)
- ・久喜市(埼玉県)→実家→気仙沼「海の市」→平泉→埼玉

(出発地：東海地方)

- ・豊明市(愛知県)→まつけん(気仙沼セントラルホテル松軒)→気仙沼「海の市」→仙台市

○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%).

(13)「海の市」についての意見・感想等：

<肯定的意見>

(全般)

- ・賑わっていて楽しかった.
- ・昔からきているので、懐かしいという感覚.
- ・買い物, 食事, あそび, 色々あって楽しいと思います.
- ・海のこと, 色々魚が見れたりおいしい物が食べれたりし, 楽しいです.

・(気仙沼)クルーカードが便利.

(施設)

- ・施設がきれい(7件).
- ・歩くスペースが広くて歩きやすい.
- ・お土産, 氷の水族館等, 1つにまとまっていてありがたい.
- ・氷の水族館が良かった(5件).
- ・氷の水族館が普段体験できないので, とても楽しかった.
- ・シャークミュージアム, 面白かったです.

(ご当地キャラ)

- ・ホヤぼーやショップがあり, とても興味深いお店があることを知りました.
- ・ホヤぼーやかわいい(3件).
- ・ホヤぼーやグッズを買いに来た(満足)他にも気仙沼の海鮮なども食べて楽しめた.

(みやげもの)

- ・他で買えないような海産物がたくさん買える.
- ・おいしそうなのがたくさん売っていて見るだけでも楽しい.
- ・気仙沼の海産物がたくさん販売されていて, お土産に最適と思います.
- ・気仙沼市の特産物がたくさんあっていいと感じました.
- ・さんまの詰め放題が楽しかった.
- ・地元の海産物が豊富にあり, 飲食もでき, とても面白かった.
- ・地元ならではのモノがあって良い
- ・海産物が色々そろっていて楽しめた.

- ・気仙沼、海のものがたくさんあり、とても充実していると感じます。
- ・海の生き物を売っていて、スーパーなどでは切身しか見られないので、純粹に楽しいと思う。
- ・安いものが多い
- ・ここでしか売っていないものが多く、おくりものにも良い。
- ・新鮮な魚や貝が安価で購入出来ることがうれしい
- ・新鮮なものが安く買えて良いと思います。
- ・お土産を買いに寄っているが、少しずついつも違うものがある。

（食べ物）

- ・美味しそうなお店が多くて良い。
- ・美味しいものがたくさんあってよかったです。
- ・寿司おいしかったです
- ・海鮮丼がおいしかった。
- ・今回、初めて海の市にきましたが、気仙沼に行くことも初めてで、フカヒレが有名なのは知っていましたが、フカヒレを使ったソフトクリームや、食べ物があることも知らなかったの、知ることができて良かった。

- ・フカヒレ中華まんはおいしい。
- ・フカヒレソフトクリームがおいしかったです！

<否定的意見>

- ・キレイだと思うが、公共交通機関の便が良くないので来づらい。
- ・交通アクセス改善(インターネットの時刻表、循環バスが間違っていた)
- ・フカヒレソフトに関しては失敗かと。
- ・よい所ですが人が少ない
- ・階段が多い。
- ・小綺麗になりすぎているところがちょっと…昔のようにいい意味でガシャガシャ感があるといい。
- ・買い歩きする商品が少ない印象。
- ・食事が少し高い。
- ・魚屋が少なくなった。震災前はもっと店が多かった。
- ・休憩スペースが少ない。

<要望>

- ・生の魚の種類がもっとあると良い。
- ・生の魚屋さんがもう少しあればいい。
- ・シャークミュージアムの土産屋があると嬉しい。
- ・屋台などを外に出店して欲しい。おいしいビー

ルが飲みたい。

- ・寒いので暖かくしてほしい。
- ・飲食店を増やしてほしい。
- ・ハモニカ煮を復活させてほしい。
- ・刺身などその場で食べれたらいい。
- ・魚だけに囚われず、マリンスポーツに関するイベントなどを考えてみては？
- ・活魚をもっと置いて欲しい。買ったその場で食べられるスペースをもっと取って欲しい。
- ・食事処がもう少しあってもいい。

<その他の意見>

- ・シャークミュージアムをメインに訪れた。
- ・ホヤぼーやショップに来た。
- ・シャークミュージアムはまだ入ったことはないが興味はある。今回初めてここで食事をする。
- ・マジックショーが良かった。

(14)「海の市」が活性化し、発展して行くためには、どのような工夫が必要か？

（情報発信・案内）

- ・PR (2件)
- ・海の市という施設があることも分かっておらず、知らなかったの、宣伝やPRに力を入れるとかしら、もう少し変わることもあるかもしれない。
- ・この施設がどのような施設かが分かりにくいな、と思いました。
- ・人がたくさん来るように工夫すること。
- ・経路をわかりやすく
- ・看板の設置
- ・もっと知名度アップできるように広報する。
- ・もう少し宣伝してもよいと思う。
- ・SNSによる情報発信・「フォトジェニック」「インスタ映え」なスポットを増やす
- ・ホヤぼーやをもっと活用してもいい (2件)
- ・「海の市」「気仙沼市」をもっとメディアに打ち出すと良いと思います。(岩手のTVやラジオなど)
- ・来るまで、どんな所か分からなかったのHP等にもっと情報があると良いと思う。
- ・呼び込みをすること。外国人の目を引くものがあるといい。
- ・有名人を呼び、お客さんを集める。
- ・県外から見て、同じような施設が東北の太平洋沿岸のあることから、なにかしらのPR(サメ押しをもっとする等)があれば、他と区別となり色が

出るのではないか。

- ・メディアでの発信を多くして仙台駅などにポスターを貼るなどして、多くの人に知ってもらうことが大事。
- ・看板が分かり辛い。案内板をもっと増やして欲しい。
- ・シャークミュージアムを知って海の市を知ったので、もっと PR したほうがいいと思う。

(イベント)

- ・イベントを増やす (2 件)
- ・たくさんの方が注目するような実演等があればよいかも。解体ショーや料理の実演等。
- ・昼食、買物、短時間で終了するものが多いので、もうすこし長居できるスペースが充実すると良いのではないかと思います。
- ・観光客だけでなく、地元の方の滞在時間が増えるような工夫が必要(月 1 のお茶会の開催など)
- ・イベント企画(音楽・フード等)
- ・イベントの開催 (マギー審司を呼ぶとか)
- ・月一でイベントをする。
- ・活気がもう少し欲しい。イベントがあればいい。
- ・食のイベント。

(交通)

- ・高速道路全面開通 (2 件)
- ・交通手段が整う (増えれば) 良いと思う。
- ・キレイだと思うが、公共交通機関の便が良くないので来づらい。
- ・周辺道路の整備が進めばお客さんがもっと、立ち寄りやすくなると思う。
- ・交通アクセス

(施設)

- ・観光で訪れる人が楽しめるだけでなく、地元の方も楽しめるような施設になって欲しい。
- ・カフェがあればもっと活用する人がいるかも
- ・インスタに載せたいようなところを作る。
- ・いろいろなお店、花火大会。
- ・建物の中は少し殺風景な気がするので、暖色系など癒しの色や雰囲気欲しい。
- ・魚市場との一層の連携の強化。
- ・鮮魚の充実。
- ・市場的な臨場感があれば活気つくのではないか。
- ・水槽がいっぱいあればいいのに。キッズスパー

スなど。

- ・体験ができる施設を増やすとよさそう。
- ・子供が遊べる場所、BBQ スペースを作る。
- ・時代に合わせて変化させる。
- ・きれいな感じを維持していく。

(飲食店・土産店)

- ・食堂を休憩なしで営業する&品切れが多いので、メニュー減らして目玉をたくさん用意する。
- ・若年層が好む商品を配置する
- ・第 1 に、新鮮と魚類の豊富な事。
- ・洋品等も扱ってほしい。海の街のデパート。魚の街なのでいろいろな分野が震災前のようにいきいき開店してほしい。
- ・シャークミュージアムの土産屋があると嬉しい。
- ・海の幸を使ったスイーツ (フカヒレアイスとか?) があったら話題性があるよさそう。あったら食べます。
- ・タピオカの店とか流行りのスイーツ店を作る。
- ・たくさんの方が物を買うこと。
- ・もう少し全体的に値段を安くしたほうがいい。
- ・若者にもターゲットを向ける。
- ・若者をターゲットに。見たところ老人と子供が目立つ。
- ・お店の人たちがおしゃべりばかりしないで、商品の PR を行ったほうがいい。声出しが足りないんじゃないか。

(その他)

- ・これからもそのままの海の市でいてください。応援しています。
- ・このままで、満足。回って歩くだけでも楽しい。

(15) 気仙沼市が復興して行くためには、どうすればよいか?

(情報発信)

- ・もっと PR を! (5 件)
- ・気仙沼の良さを県外にも PR して人をたくさん呼び、経済を活性化させる。(私は宮城に住んでいて友人に聞いて初めて「海の市」の事を知った。)
- ・たくさんの方がすでに努力されていることだと思いますが、風化させないことが大切だと思う。県内に住んでいると、情報は入ってくるが、県外には情報発信が難しいと感じている。

- ・食の宣伝
- ・おいしいものをPRする
- ・サメの展示が充実していたので、アピールに努め集客力を高めてほしい。
- ・おいしい食、海、などがあるのもっといろんな人に知ってもらえたら。
- ・インターネットをもっと活用し、共同事業(コラボ)を増やしていく事
- ・「海の市」「気仙沼市」をもっとメディアに打ち出すと良いと思います。(岩手のTVやラジオなど)
- ・福島のように復興支援の為にイメージキャラをお願いする?
- ・人をもっとたくさん呼び込むこと(宣伝をする, 等.)
- ・語り継いでいくことが大切だと思う。
- ・震災関係で仕事をしたことがあります, 町が元気になっているアピールをもっと発信ほしい。
- ・もっと観光客の人たちがたくさん来て, 気仙沼のいいところをいろんな人に発信していってくれるといい。
- ・メディアを活用したPR強化。
- ・フカヒレをアピールする。
- ・車で行けるようになった大島, 名物フカヒレなどのPR強化。
- ・神社とかにパンフレットを作って欲しい。
- ・大きい商業グループとコラボして全国にPRする。
- ・それぞれのお店が独自で呼び込みを行う。コマースを積極的に。

(イベント)

- ・海鮮はウリにできると思うので, 他地域から人を呼べるイベントの充実。
- ・沢山イベントがやっていてその都度来ているので, これからも続けてくれると, お客さんも来て知ってくれると思います。
- ・観光をメインにポケモンのイベントなどを増やす。
- ・若い人がもっと集まって, 人が集まるようなアイデアを出したりイベントを開くなど。
- ・イベントを増やして, 気仙沼に来てもらうようにする。

(観光資源の充実)

- ・フカヒレを安く食べられるような施設。「売り」をもっと明確に!

- ・来た人が心ときめくような企画(ホヤぼーやと写真撮影会, クーポン券など)の展開と周知。
- ・人がたくさん来るように工夫すること。
- ・県外から人を呼べるようになればいいと思う。
- ・水産業が頑張ってもらいたい。
- ・もっと観光に力を入れる
- ・人の出入りを増やす
- ・漁業の強化
- ・海の市やホヤぼーやなど, 市としての魅力はたくさんあると思うのでこれからも頑張ってください。
- ・ホテルと連携して格安のプランを作る。
- ・目玉商品があれば良い。絶対的な物。
- ・海産物と観光(公共交通機関をわかりやすくする, モデルコースなどを作る)
- ・大島の復活。
- ・観光資源を上手に活かす。

(交通)

- ・早く三陸道の開通
- ・交通系インフラが乏しいので, 来る人は自家用車が多い。仙台~気仙沼のバスも本数が少ない。アクセスの良さを, 車だけでなくもっとよくしてほしいと思う。
- ・交通手段を充実させる
- ・今はまだ道路等を建設中なので, ここにたどりつくのが少し不便だと感じた。道が完成すれば, もう少しスムーズなアクセスが可能になっていいと思う。
- ・気仙沼に行く交通を整えれば, 観光客にも来てもらえると思う。

(その他)

- ・私の地元も, 完全に復興したとはいえないのでどうすればいいのか正直分からないですが, 市の職員, 市民が, 同じ方向に向かっていけばいいと思う。
- ・このままで, 復興していけると思う。
- ・第1に, 新鮮と魚類の豊富な事。
- ・若者移住者の増加・医療の充実
- ・またあそびに来ます!!
- ・津波などでの浸水地域に建物を建てない。(また数年後に浸水被害があると思います。)
- ・みんなで協力すること。
- ・悲しい出来事があったということを皆が忘れな

いようにすること（施設を増やすなど）。

- ・このままでいいのではないか。
- ・今の感じで進めていけばいいと思う。確実に復興に向けて進んでいるので。
- ・みんな体験者の方々は十分に努力なさっていると思う。前向きに頑張ってもらいたいと思う。
- ・自分の地元も原発で復興が遅れている。情報交換をしながら頑張らしましょう。
- ・駅前が寂しい感じがする。港のほうに活気がある。
- ・初めて気仙沼に来たが、様々な施設があって子供達も喜んでいて。しかしまた来ようと思うには遊ぶところが少ないので、もっとみんなが来てくれるようなイベントや楽しめるスポット、流行りに乗って写真映えなところをもっと押していってら良いと思う。

1.2.2. 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番目が口コミである(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：

○「海の市」を巡る回答者の注目すべきルートとして以下のものがある（出発地により分類）。

（出発地：気仙沼市内）

- ・気仙沼市（宮城県）→荒磯祭り→気仙沼「海の市」→気仙沼市
- ・気仙沼市（宮城県）→スクエアシップ→気仙沼「海の市」→気仙沼市
- ・本吉町（気仙沼市）→気仙沼「海の市」→イオン気仙沼→本吉町

（出発地：仙台市）

- ・仙台市（宮城県）→一ノ関市→気仙沼「海の市」→市内観光→ホテル（?）
- ・仙台市（宮城県）→気仙沼大島→気仙沼「海の市」→仙台市
- ・仙台市（宮城県）→気仙沼「海の市」→気仙沼大島
- ・仙台市（宮城県）→蒸気祭り・ホテル観洋・（トランポリンパーク）F-BOX（気仙沼市）→気仙沼「海の市」→仙台市
- ・仙台市（宮城県）→さんさん商店街→気仙沼「海の市」→仙台市
- ・仙台市（宮城県）→大船渡市・まぐろ屋（一関市?）→気仙沼「海の市」→仙台市

（出発地：宮城県内）

- ・山元町（宮城県）→民宿（?）→気仙沼「海の市」→山元町
- ・利府町（宮城県）→気仙沼市→気仙沼「海の市」→気仙沼市

・塩釜市（宮城県）→気仙沼「海の市」→石巻市
→塩釜市

・塩釜市（宮城県）→石ノ森まんが館（石巻市）
→気仙沼「海の市」→塩釜市

・多賀城市（宮城県）→女川町→気仙沼「海の市」
→多賀城市

・美里町（宮城県）→登米市→気仙沼「海の市」
→登米市→美里町

・東松島市（宮城県）→ دونالدステーキハウス
（気仙沼市）→気仙沼「海の市」→スーパー片浜
屋（気仙沼市）→東松島市

・東松島市（宮城県）→石巻市→気仙沼「海の市」
→ムカエル（気仙沼市）→石巻市

・石巻市（宮城県）→釜石市→気仙沼「海の市」
→石巻市

・石巻市（宮城県）→女川インター→気仙沼「海
の市」→気仙沼インター

・石巻市（宮城県）→仙台市→一ノ関市→気仙沼
「海の市」→市内観光→ホテル観洋（気仙沼市）

・石巻市（宮城県）→岩井崎・気仙沼大島（気仙
沼市）→気仙沼「海の市」→石巻市

・大崎市（宮城県）→プラザホテル（気仙沼市）
→K-port→気仙沼「海の市」→大崎市

・大崎市（宮城県）→岩出山（大崎市）→三陸道
→気仙沼「海の市」→気仙沼市

・大崎市（宮城県）→岩出山（大崎市）→気仙沼
「海の市」→気仙沼大島

（出発地：東北近隣地域）

・一ノ関市（岩手県）→佐沼（登米市）→気仙沼
「海の市」→一ノ関市

・一ノ関市（岩手県）→一ノ関市→岩井崎（気仙
沼市）→気仙沼「海の市」→気仙沼大島→一ノ関
市

・奥州市（岩手県）→室根（一関市）→気仙沼「海
の市」→（?）

（出発地：岩手県三陸沿岸）

・釜石市（岩手県）→気仙沼「海の市」→気仙沼
大島

（出発地：岩手県内陸部）

・盛岡市（岩手県）→釜石市→気仙沼「海の市」
→（?）

・紫波町（岩手県）→大船渡温泉（大船渡市）→

気仙沼「海の市」→紫波町

・矢巾町（岩手県）→花巻市・大船渡市→気仙沼
「海の市」→一ノ関→矢巾町

（出発地：東北地方）

・平川市（青森県）→高速道路→気仙沼「海の市」
→（?）

・大江市（山形県）→登米市→気仙沼「海の市」
→古川（大崎市）→大江市

・須賀川市（福島県）→気仙沼大島→奇跡の一本
松（陸前高田市）→気仙沼「海の市」→仙台市→
須賀川市

（出発地：北関東）

・那須塩原市（栃木県）→釜石市→気仙沼「海
の市」→那須塩原市

・宇都宮市（栃木県）→平泉町→気仙沼「海の市」
→気仙沼市→塩釜市

（出発地：東京都区部）

・練馬区（東京都）→陸前高田市→気仙沼「海
の市」→東京都

・練馬区（東京都）→一ノ関市→陸前高田市→気
仙沼「海の市」→プラザホテル（気仙沼市）

・品川区（東京都）→遠野市→塩釜市→気仙沼「海
の市」→品川区

（出発地：東京都）

・東京都→仙台→気仙沼「海の市」→仙台市→東
京都

・東京都→一ノ関→気仙沼「海の市」→気仙沼市

・東京都→宿（?）→おさかな市場→気仙沼「海
の市」→駅周辺（?）→宿

・東京都→盛岡市→気仙沼「海の市」→（?）

（出発地：首都圏東京都外）

・ふじみ野市（埼玉県）→東北自動車道・三陸道
→気仙沼「海の市」→東北自動車道・三陸道→ふ
じみ野市

（出発地：東海地方）

・半田市（愛知県）→セントレア空港（愛知県）→
仙台空港→気仙沼「海の市」→気仙沼市

（出発地：関西地方）

・神戸市(兵庫県)→大磯祭り(?)→気仙沼「海の市」→宿(?)

(出発地:中国地方)

・松江市(島根県)→宿泊先(?)→おさかな市場→気仙沼「海の市」→内湾など(気仙沼市)→宿泊先(?)

(出発地:九州地方)

・菊陽町(熊本県)→仙台市→気仙沼「海の市」→気仙沼市→菊陽町
・長崎市(長崎県)→仙台市→気仙沼「海の市」→秋田→長崎市

○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。

(13)「海の市」についての意見・感想等

<肯定的意見>

(全般)

・楽しい。観光客で賑わっていて良い。
・入りやすい。
・居心地はとても良い。
・昔から好きでよく来ていた。再開して本当に良かったです。
・観光や漁業などの産業の情報や、震災の記録などを一度に知ることができてとても良かった。

・体験できるものが多く、楽しかった。

(施設)

・サービスセンターのお姉さんが優しく説明してくれてよかった。
・建物が綺麗(3件).
・氷の水族館が楽しかった。
・歩きやすい,ちょうど良い広さ。
・明るくて良いと思う。
・シャークミュージアムが良かった。

(ご当地キャラ)

・ホヤぼーやが可愛い。
・ホヤぼーやショップ可愛かった。
・ホヤぼーや神社が可愛かった。
・ホヤぼーや大好き。

(みやげもの)

・新鮮な貝魚類,物産などの買い物や食事が良かった。
・いつ来ても新鮮な海の幸が買えることを期待してよく立ち寄ります。
・新鮮な魚を捌いていただけて感謝。
・お土産,名産品や海産物のお店がたくさんあった。
・観光客には親しみやすい内容(おみやげ).
・横田屋に買い物にきた。
・品数が豊富でとても良いです。

(食べ物)

・フカヒレラーメンが美味しかった。
・フカヒレが美味しかった。
・生牡蠣が美味しかった。
・ソフトクリームが美味しかった。

<否定的意見>

・交通手段が限られている。(タクシー,電車の時間 etc)
・売っているものが高い。
・お土産品の試食があると買ってみようという気持ちになるが,ないので残念。
・あまり変化がないなあと感じる。
・氷の水族館の出入り口が暗くて分かりづらかった。

<要望>

- ・気軽に立ち寄れるお店があれば良いと思う。
- ・シャークミュージアムについて、もっとサメのコーナーを大きくして欲しかった。映像をもっと綺麗なものにしたい。
- ・(シャークミュージアムの)映像は新しいものに変えても良いのでは？
- ・その場ですぐ食べられるのがよかったが、おしぼりなどを置いておいて欲しかった。
- ・飲食スペース・子どもの遊び場をもっと欲しい。
- ・ゆっくりできてネットができるカフェが欲しい。
- ・もっと魚があると良い。
- ・もう少し品物を増やして欲しい。

<その他の意見>

- ・津波の高さに驚いた。

(14)「海の市」が活性化し、発展して行くためには、どのような工夫が必要か？

(情報発信・案内)

- ・他の地域の情報も取り入れていくこと。
- ・いろいろと宣伝する。
- ・他のお店をまとめて市などにPRしてもらう。
- ・たくさんの人に知っていただくこと、リピーターを増やすこと。野菜や果物も売ってみるなど。
- ・メディアの活用。
- ・もっとチラシ、広告、口コミを使ってPRする。
- ・インターネットでの周知。
- ・PR(2件)。
- ・イベントが多いのもっとPRすると良い。
- ・イベントなどをやっているのをみんなが知れるように情報を発信していくと良い。
- ・HIKAKINに頼む。

(イベント)

- ・地元の人でも活用できるようなイベントなど。
- ・気仙沼ならではのイベントの定期開催。
- ・今日はみなとでマルシェで海の市に来たが、イベントできても中に入って買い物したり飲食して帰ることがほとんどない。
- ・イベントを増やす(去年も来たが、ほとんど同じような感じな気がする)
- ・マルシェのような企画(イベント)は続けてほしい。
- ・イベントが多くあった方が良い。

(施設)

- ・家族向けの雰囲気があるので、若い世代が楽しめるものをもっと増やしても良いのではないかと。
- ・シャークミュージアムや氷の水族館のような子供や若い人が興味を持つようなコーナーを増やせば、遠方からでも人が来そう。
- ・子供たちがもっと楽しめる場所が欲しい。

(飲食店・土産店)

- ・地元の人々が積極的に寄りやすい店舗の充実。それにより観光客に海の市が地元で愛されているというアピールにつながる。
- ・カフェがあると良い。
- ・もっと食事できる店と全体のスペースを広くして欲しい。
- ・気仙沼の有名な食べ物屋さんをもっとたくさん入れる。
- ・安くおいしいものを。
- ・観光客向けだけでも、地元の人たちが買い物したり飲食できるお店をもっとあっても良いのでは。
- ・お土産の種類を増やす。
- ・土日でも早く閉まる飲食店があるので、できるだけ統一して欲しい。
- ・1日1品だけでも詰め放題などあれば目玉になるのではないかと。

(その他)

- ・インフラを整備して仕事を増やす。
- ・おもてなしの心。
- ・つねに創意工夫。

(15) 気仙沼市が復興して行くためには、どうすればよいか？

(情報発信)

- ・あらゆるコンテンツ、メディアを利用し県内外から人を呼ぶ。訪れた人が他の人にPRしてもらえるような工夫が必要。
- ・若い人と女性をどんどん受け入れる。県内だけでなくより広域に宣伝する。「魚がおいしい」というだけでなく、一歩進んだアピールポイントを探る。
- ・観光PR。
- ・もともっとPR。
- ・情報の発信と復興の様子をこまめに伝えていくこと。これからも応援しています。

- ・元気をアピールする。おいしい飲食店の名前を周知してほしい。
- ・海からの恵みをみんなに喜ばれる加工をしてPRし、お金の回転を良くする。
- ・情報の発信(HP.ポスター)。復興していく風景を配信する。
- ・クラウドファンディングやふるさと納税など、遠方からでも参加しやすい情報を提供する。
- ・旬のもの(サンマなど)が多いので、その度に全国に発信していく。
- ・産業と観光の情報を発信して、観光客を増やす。
- ・宿泊してもらえるようにホテルの情報も宣伝すると良いのではないかな。

(イベント)

- ・人が集まるイベントを多くする。
- ・イベントをアピールする。
- ・客の呼べるイベント会場を作る。
- ・イベントを増やす。
- ・地元の人たちが集えるイベントなどをもっとやって欲しい。

(交通)

- ・まずは訪れてもらうために、アクセスしやすくする。
- ・早く道路を作る。
- ・観光施設と駅の距離を近付ける。
- ・バスなどの交通手段が少ない。タクシーが多いのはありがたいが、そればかり使ってられない。

(その他)

- ・雇用を増やす。給料を上げて住む人を増やす。
- ・今の方向で。
- ・震災の負の一面はどこか一つに集約。観光客に対して震災を感じさせない努力。
- ・個性ある街をそのまま継続して欲しい。
- ・市民の努力と国の協力が必要。
- ・人口が増加するようにIターン・Uターンの活性化。
- ・防災を意識した街作りにより、人々に安心感を持たせることが必要。
- ・今、とっても頑張っていると思う。これからも頑張ってください。
- ・若い人の意見も取り入れ協力していく。以前の気仙沼の姿も大切に。

- ・まだまだ復興に時間はかかると思いますが、今後もその姿を見ていきたい。
- ・長期計画をしっかりと。
- ・観光スポットや買い物するお店が点々としていて周り辛い。気仙沼駅から離れていたり、海側にお店が集まっているが、高台にも一つくらいは道の駅がほしい。
- ・みんなの協力体制。
- ・商業を盛り上げる。津波に対する備えを充実させた上で観光や商業を活性化させ、地元の人との交流アピールをしていく。
- ・いつまでも復興と言わないように。
- ・次の世代を作る子供達や子育て世代が住みやすい街作りや、若者が戻って来なくなる職などがあれば良い。
- ・初心を忘れないこと。
- ・これからも応援しています。
- ・今たくさん建物ができているので、若者が集まれる場所になってくれれば。応援しています。
- ・みんなの頑張りは必ず全国に届きます。あきらめずにいきましょう。
- ・若い人が頑張って盛り上げて欲しい。

1.3. 南三陸町の「さんさん商店街」の来場者調査(2020年2月23日及び3月22日)結果の概要

1.3.1. 南三陸町の「さんさん商店街」の来場者調査(2020年2月23日)結果の概要

2020年2月23日の11時~13時にかけて実施した南三陸町の「さんさん商店街」の来場者調査では、40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人での来場が最も多い(16組:40%)。次が、3人であり(6組:15%)、8割弱が、2~6人組の来場者である(31組:78%)。
- (2)居住地：宮城県からの来場者が5割弱と半数を占める(19人:48%)。2番目に多いのが岩手県である(6人:15%)。また、3番目に多いのが東京都である(4人:10%)。また、宮城県内の来場者のうち仙台市からの来場者が3割である(12人:30%)。
- (3)回答者の年齢：40代が最も多い(11人:28%)。それに続き50代・60代が2番目に多く(各8人:20%)、3番目が30代であるが(7人:18%)、全体的に中高年(40代~60代)の来場者が多い(27人:68%)。
- (4)回答者の性別：男性の方が若干多い(22

人:55%).

(5) 誰と一緒に: 夫婦の回答者が最も多い(18組:45%). 次に, 家族連れの回答者が多い(11組:28%).

(6) 「さんさん商店街」を何で知ったか(複数回答): テレビが最も多い(18人(45%). 次が, インターネット(11人:28%). 3番目が「口コミ」と「その他」である(各8人:20%).

(7) 「さんさん商店街」に来た回数: 初めて来場する回答者が最も多い(16人:40%). 次に, 2回が多く(6人:15%), 3回が3番目に多い(5人:13%).

(8) 「さんさん商店街」への交通手段: 回答者の8割弱が自家用車で来場している(31人:78%).

(9) 「さんさん商店街」を巡る経路と宿泊について
○「さんさん商店街」を巡る回答者の注目すべきルートとして以下のものがある(出発地により分類).

(出発地: 仙台市)

- ・仙台市→さんさん商店街→気仙沼→仙台市
- ・仙台市→さんさん商店街→シェアハウス泊→仙台市
- ・仙台市→気仙沼→さんさん商店街→石巻市→仙台市
- ・仙台市→平泉→さんさん商店街→仙台市

(出発地: 宮城県内)

- ・富谷市(宮城県)→石巻市→さんさん商店街→ホテル観洋
- ・塩釜市→松島→さんさん商店街→陸前高田→大船渡

(出発地: 岩手県)

- ・盛岡市(岩手県)→大船渡・陸前高田→さんさん商店街→気仙沼大島
- ・北上市(岩手県)→下道荘(南三陸町)→さんさん商店街→ホテル観洋・石巻
- ・花巻市(岩手県)→仙台市→石巻→さんさん商店街→気仙沼
- ・一ノ関市(岩手県)→三滝堂→さんさん商店街→一ノ関市

(出発地: 東北地方)

- ・湯沢市(秋田県)→古川(大崎市)→さんさん商店街→登米市→湯沢市

- ・郡山市(福島県)→仙台・前谷地→さんさん商店街→石巻・仙台→郡山

(出発地: 北関東)

- ・宇都宮市(栃木県)→鳴子温泉(大崎市)→さんさん商店街
- ・邑楽町(群馬県)→大船渡市→さんさん商店街→石巻市→群馬県

(出発地: 東京都)

- ・東京都→仙台市→地元市場ハマテラス(女川町)・大川小学校→さんさん商店街→防災庁舎付近→東京

(出発地: 首都圏東京都外)

- ・神奈川県→いりやど(南三陸町入谷地区)→ホテル観洋→さんさん商店街→南三陸町入谷地区→ホテル観洋

(出発地: 東海地方)

- ・刈谷市(愛知県)→仙台市→一ノ関市・気仙沼市→さんさん商店街→一ノ蔵(大崎市)→仙台空港→刈谷市

(出発地: 関西地方)

- ・大阪市→ホテル観洋→さんさん商店街→仙台

○宿泊について: 宿泊有りが4割(18人:45%), 宿泊無しが3割である(13人:33%).

(10) 「さんさん商店街」に来た目的(複数回答): 「食べ物」を目的に来場した回答者が最も多く(27人:68%), 次に, 「買い物」が多い(22人(55%). 「復興支援」が(7人:18%), 3番目である

(11) 「さんさん商店街」の滞在時間: 滞在時間は60分が最も多く(14人:35%), その次に無回答が多かった(9人(23%). 3番目が120分である(5人:13%).

(12) 「さんさん商店街」での買い物等で使った金額(予定金額を含む): 無回答が最多であるが(9人:23%), 回答者では, 2000円~3000円未満が最も多く(7人:18%), 次が, 4000円~5000円未満であり(6人:15%), 全体的に金額が分散している.

(13) 「さんさん商店街」についての意見・感想等<肯定的意見>

- ・いろいろなお店があって楽しかった.

・様々なジャンルのお店があり、楽しく遊べました。

・たまたま祖父が知っていたから来たが、とても良い！

・寒かったのでフードコートで待機できて助かった。

・来るたびに景色も変わり、フードコートができ、いつまで一も座っていただきます。

・美味しい海の幸を手頃な価格で食べられてとてもうれしいです。寒い中ありがとうございました。

・いろいろなお店があって楽しい。また行きたい。

・休日なので人が多くて良い。

・土地のものがたくさんあって面白い。気候は少し寒いですが、人は温かいと感じた。

・何も用事がなくても、とりあえず寄ってみようという気持ちになる。

・季節によっておいしい食べ物があっていい。

・にぎやか

・活気があって嬉しいです。また行きたいと思えますし、皆にも話したいと思えます。

<否定的意見>

・さむい。

・外から見た時に混雑具合が分かりにくい。

・名前を書いて待っているときに本当に呼ばれるのか不安。

<要望>

・飲食店の営業時間が早めだといい。

・もっとプロパガンダが必要だと感じる。

・フードコートがもう少しあたたかいとうれしいです。

・冷凍のものを買ったかったが、どうしたらいいのかアドバイスが店内にあるとよい。

<その他>

・ドラマがうるさい(笑)屋台村のような雰囲気なのは狙いですか？壊しやすいためですか？

・応援しています！！

・大勢の皆さんにご利用して頂き嬉しく思う。

・みんな頑張っているという雰囲気を感じます。

・約10年前テレビで見たあの悲惨な映像でしか知らなかった南三陸ですが、さんさん商店街を訪れて地域の方々の復興を願う気持ちと商店街の活気に驚かされ感銘を受けました。

・沿岸部で重機が入り土木工事をしていたので、まだまだ復興途上と感じた。

(14)「南三陸さんさん商店街」と福興市の間の往来：福興市が新型コロナウイルスの感染防止のために中止になったので、「往来無し」が最も多くなったが(22人:55%)、福興市会場からさんさん商店街に来た人とその逆の人が、それぞれ1人ずついた。

(15)「さんさん商店街」が活性化し、発展して行くためには、どのような工夫が必要か？

・この周りにもっと沢山の施設を整えることがいいと思う。

・宣伝

・屋台がたくさんあると楽しそう

・仮設っぽさがよくない。

・周囲に家は建つのでしょうか？食べ物のおいしさを守ってください。

・一度来た人からの口コミ、アピール(SNSの活用)

・志津川駅が近いとはいえ、交通手段には悩むかと…

・交通網の整備

・宣伝、有名人、イベントの開催(夏は花火とか?)屋台

・道路が分かりにくいので交差点の所とか複数にカンバンが必要

・テレビの取材などでたくさんアピールすること。

・イベントをたくさん。

・南三陸の新鮮な食材を利用した食べ物を提供してほしい。

・イベント

・平日来てもらうためにどうするか。いかに町民に使ってもらう商店街にするか。町民と観光客が交流できる空間だと良い。

・店をもっとオープンに入れる工夫。外から見やすくなど。

・休日はいっぱい駐車場を広げ店を増やす。

・まだまだ南三陸にさんさん商店街があることを知らない日本人も多いと思うため、もっと多くの人に存在を知ってもらう必要がある。

・各店のスペースをもう少し広く。割安感、鮮度をアピールすること。(差別化のポイントを明確に)

・「るるぶ」や「まっぷる」に掲載する。(既にしていたらごめんなさい)

- ・飲食店が多いので遊べるスペースがあるともう少し滞在時間が長くなっていくと思います。
 - ・今以上に人気商品を増やす。
 - ・ツアー
 - ・女川、気仙沼、宮古等津波被災地を訪れてきました。交流を図り知恵を出し合えばいいと思います。
 - ・県外の人をもっとこちらに目を向けてほしい。
- (16) 南三陸町が復興して行くためには、どうすればよいか？
- ・もっとアピールを広げる
 - ・イベントの開催
 - ・子どもも遊べる場所+道の駅みたいな複合施設がほしい
 - ・堤防の早期完成。(工事している道ばかり。)けど本当は堤防ないほうが景色がよい。むずかしいですね…
 - ・岩手の治部も区画整理こそ進んでいても人、家は戻りません。どうしたらいいんでしょうね。陸前高田で働いていたので勝手に仲間意識、ライバル意識を持っています。ゼネコンでも、役人でもなく、市民、商人の暮らしを守ってあげてください。
 - ・人がたくさん集まる…観光収益かな…また来ます。4月復興市100回記念→アピールします。
 - ・魅力ある町に町民で努力しなければと思います。
 - ・分からない。
 - ・町民皆が今よりも町をよくすると自分事で考え行動していく必要がある。そのためには、それを準備できる場が必要。
 - ・イベントの実施。仙台や東京等でのPR。
 - ・震災から約10年が経ちますが被害の大きい南三陸町を風化させないため、実際に足を運び多くの人々で再び賑わう町になるようテレビやSNSなどを通して復興していく姿を発信し続けることだと思います。
 - ・新鮮な魚貝類をお値打ち割安に消費者に届ける流通システムの構築。特定の消費地との提携と定期的な消費量に確保。
 - ・美味しい物のPRや見所をメディアに出していくべきかなと思う。
 - ・住民が定住したいと思える町づくりをしていく必要があると思います。また観光地的なものが必要だと思います。移住者等でも住んでみた

いと思える政策をするべきだと思います。(子育て支援の補助金等)

・3.11のことを後世に伝え忘れないように。住居の整備。

・CM

・商店街付近に人が住めるようになること。(福島では津波より原発被害が大きかったです。浜通りは今春ようやく鉄道が繋がりますが住めない土地がまだあります。

・海辺の良さを活かしての仕事が増えることを望みます。(収入が無くては不安なため)

1.3.2. 南三陸町の「さんさん商店街」の来場者調査(2020年3月22日)結果の概要

2020年3月22日の10時半~11時半にかけて実施した南三陸町の「さんさん商店街」の来場者調査では、20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人の来場者が最も多い(8組:40%)。次が、4人であり(5組:25%)、8割近くが(17組:86%)、2~6人組の来場者である。
- (2)居住地:宮城県からの来場者が8割で大多数を占める(16人:80%)。また、仙台市からの来場者が4割である(8人:40%)。
- (3)回答者の年齢:50代が最も多い(7人:35%)。それに続き40代が2番目に多く(6人:30%)、全体的に中高年(40代~60代)の来場者が9割を占める(18人:90%)。
- (4)回答者の性別:男性の方が若干多い(11人:55%)。
- (5)誰と一緒に:夫婦の回答者が最も多い(12組:60%)。次に、家族連れの回答者が多い(9組:45%)。
- (6)「さんさん商店街」を何で知ったか(複数回答):テレビが最も多く6割を占める(12人:60%)。次が「口コミ」(5人:25%)。3番目がインターネットである(3人:15%)。
- (7)「さんさん商店街」に来た回数:初めて来場する回答者が最も多い(8人:40%)。次に、2回が多く(5人:25%)、5回が3番目に多い(2人:10%)。
- (8)「さんさん商店街」への交通手段:回答者の8割強が自家用車で来場している(17人:85%)。
- (9)「さんさん商店街」を巡る経路と宿泊について○「さんさん商店街」を巡る回答者の注目すべきルートとして以下のものがある(出発地により分類)。

(出発地：仙台市)

- ・仙台市→大川小学校→さんさん商店街→仙台市
- ・仙台市→登米市→さんさん商店街→仙台市
- ・仙台市→さんさん商店街→松島→仙台市
- ・仙台市→さんさん商店街→神割り崎キャンプ場(南三陸町戸倉地区)→仙台市
- ・仙台市→三滝堂(登米市)→さんさん商店街→仙台市
- ・仙台市→ホテル観洋→さんさん商店街→気仙沼→北上市
- ・仙台市→ホテル観洋→さんさん商店街→松島→仙台市
- ・仙台市→大江戸温泉物語ホテル壮観→さんさん商店街→仙台市

(出発地：宮城県内)

- ・登米市→三陸道→さんさん商店街→三陸道→登米市
- ・利府町→ホテル観洋→さんさん商店街→利府町

(出発地：東北地方)

- ・山形市→ホテル観洋→さんさん商店街→気仙沼→北上市
- ・南相馬市(福島県)→復興祈念公園→さんさん商店街→石巻市→山形市

○宿泊について：宿泊無しが6割(12人:60%)、宿泊有りが4割である(8人:40%)。また、宿泊先は、ホテルが6人(30%)、その他が、2人(10%)で、キャンプ場と研修所:各1人(5%)である。

(10)「さんさん商店街」に来た目的(複数回答)：「買い物」と「食べ物」を目的に来場した回答者が最も多く(各12人:60%)、次に「復興支援」が多い(9人:45%)。

(11)「さんさん商店街」の滞在時間：120分が最も多く(8人:40%)、その次に60分が多い(7人:35%)。

(12)「さんさん商店街」での買い物等で使った金額(予定金額を含む)：2000円～3000円未満が最も多く(6人:30%)、次が、4000円～5000円未満であり(3人:15%)、全体的に金額が分散している。

(13)「さんさん商店街」についての意見・感想等<肯定的意見>

- ・人が多く活気があるように思います。

- ・人がたくさんいて活気がある。
- ・良かった。
- ・新鮮な海産物が安かった。みなさん親切でgood。
- ・とてもきれいで過ごしやすい。震災の記憶を忘れずにいられる。
- ・有スペースで飲食できることが便利でした。また、お店の人がいろいろと話をくわしく教えてくれる。

- ・満足です。
- ・来るたびにきれいになっている。
- ・休憩所ができたのがありがたい。

<否定的意見>

- ・トイレや喫煙所の表示が分かりにくい。食べ物の値段が高額。
- ・食事が少し高い感じがした！
- ・全体的に値段が高い(手ごろな店もあるが)。

<要望>

- ・休憩所のようなところにフードコートがあるのもいいかも。

<その他>

- ・もう少しイベントを活用し、認知度を上げれば集客も見込めると思いました。

(14)「南三陸さんさん商店街」と福興市の間の往来：福興市が新型コロナウイルスの感染防止のために中止になったので、「往来無し」が最も多くなった(12人:60%)。

(15)「さんさん商店街」が活性化し、発展して行くためには、どのような工夫が必要か？

- ・SNSの活用でイベント、募金活動(チャリティー)をもっと増やすべきです。人が通らないことにはお金も落ちないため、集約に力を入れるべきです。
- ・いまのままでよいと(2人)
- ・イベントなどを開催し、人と呼び込む(2人)
- ・明るく前進あるのみ。
- ・目玉商品の開発。催し物、ライブなど。

(16) 南三陸町が復興して行くためには、どうすればよいか？

- ・交通機関や道路の整備
- ・建物をはじめとするインフラ系の建付けのスピードが遅いため、誘致に魅力を感じないと思います。若い人を積極的に活用し、SNS等の

Web の力を利用し、周知活動（イベント等）を増やし、並行してインフラ（鉄道やホテル etc）を整えるべきです。

- ・道路の整備を早めに終える。
- ・このままでよいのでは。
- ・自分達の住んでいる場所でも大きな課題となっていますが、若者たちが住みたい場所にしていく事は大事だと思います。被災地全体で考えていかなければならないことだと思います。
- ・たくさんの人に来てもらう。一度来たらまた来たくなる場所だから大丈夫！！

1.4. 6回の来場者調査から明らかになったこと
2019年9月～2020年3月まで計6回実施した南三陸町の福興市とさんさん商店街及び気仙沼市の気仙沼「海の市」での来場者調査は、2020年1月からの国内における新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けた。

具体的には、福興市が感染拡大防止のために第98回（同年2月23日（日））と第99回（3月22日（日））が中止となり、第98回で予定筆者は、第98・99回の福興市で「桜島灰干し」の試験販売による参与観察を実施できなかったため、さんさん商店街で来場者調査のみを実施した。

また、上記2回のさんさん商店街の来場者調査では、9月に実施した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、調査票の配付と回収に手間取り、調査票の回収数が少なくなりました。

以下では、6回の来場者調査からわかったことについて論じることとする。

1.4.1.グループの人数：6回の調査から、各地点では、2人～4人の来場者が大部分を占めていることがわかる。

1.4.2.居住地

<都道府県>：6回の調査から、各地点では、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、東京都からの来場者も必ずいることがわかる。

<市町村>：共通点としては、仙台市の来場者が一番多い。6回の調査の間の相違点としては、福興市と海の市では、1位から3位に入るのは、すべて宮城県内の市町の来場者であるが、さんさん商店街のみ、2位と3位に宮城県外の市町の来場者が入っている。

したがって、6回の調査から、福興市と海の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、福興市と海の市に比べて、宮城県外の市町の来場者が多く来ていることがわかる。

1.4.3.回答者の年齢

6回の調査での共通点は、20代から70代までの幅広い年齢層の人が来場していることである。

また、6回の調査の間の相違点として、福興市とさんさん商店街では、1・2位に入るのは、40代から60代の中高年の来場者である。

他方で、海の市の1・2位に入るのは、20代～40代の比較的若い年齢層の来場者である。

したがって、6回の調査から、福興市とさんさん商店街では、40代から60代の中高年の来場者が多く、海の市では、20代～40代の比較的若い年齢層の来場者が多いのがわかる。

1.4.4.誰と一緒に（同伴者）

6回の調査から、3地点すべてで、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のがわかる。

特筆すべきは、海の市（2019.11.23-24）の調査でカップルが、16組（16%）と3番目に多いが、海の市（2019.11.2-3）の調査でも、カップルは12人（8%）で4番目に多い。また、海の市のカップルの回答者の年齢を見ると、10代～70代と幅広いが、20代～30代が多くを占めている。このことから、海の市は、老若男女のデートスポットとなっていると推測される。

なお、福興市とさんさん商店街での来場者調査では、カップルは、毎回、1組～2組と少ない。

1.4.5.何で知ったか（情報源）

6回の調査での共通点は、インターネット・テレビ・その他・ロコミ・新聞・チラシが1位～3位にあがっていることである。

また、6回の調査の間の相違点として、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のがわかる。

他方で、海の市では、2回の調査はともに、1位その他・2位インターネット・3位ロコミの順番になっており、テレビや新聞といったマス・メディアから情報を得て来場している回答者は少ない。

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のがわかる。

したがって、来場者の主要な情報源については、さんさん商店街ではテレビというマス・メディア、海の市では、その他・インターネット・ロコミというマス・メディア以外の情報ルートと、大きく違っており、福興市は、その中間であることがわかる。

1.4.6.来場回数

6回のどの調査でも、1位が1回目であり、3割～4割が初めての来場者であることがわかる。

また1位～3位に入るのは、5回や10回を除いて、4回以下の来場者であることがわかる。

また、6回の調査の間の相違点としては、さんさん商店街や福興市では、5回や10回という回答者3位以内に入っていて、リピーターも1割程度いることがわかる。

他方で、海の市では、2回の調査はともに、2位・3位に入るリピーターは、2,3回と回数が少ない。

したがって、回答者の来場回数は、海の市は、福興市やさんさん商店街に比べて、わずかばかりリピーターの来場回数が少ないが、海の市については、2回の調査はともに、10回～50回という回答者が1割程度おり、震災前から海の市を利用していると推測される。

他方で、さんさん商店街や福興市は、震災後に開催・建設されたため、来場回数は、最多でも15回に過ぎない。

1.4.7.交通手段

海の市からJR気仙沼駅まで約3kmの距離であり、列車から降りて(路線)バス・タクシー・徒歩で来場することができる。

しかし、JR気仙沼線は柳津—気仙沼間の区間の鉄路は廃止され、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と仙

台—志津川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。

1.4.8.経路

6回の調査での共通点は、地域内外の観光スポットを経由して来場していることである。

また、6回の調査の間の相違点について、福興市とさんさん商店街については、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)の観光スポットを経由して来場している。

他方で、海の市については、気仙沼市内と宮城県内の近隣市町(南三陸町・石巻市・松島町)だけでなく、県外の近隣市町(陸前高田市・一関市・平泉町・会津地方)の観光スポットも経由して来場している。また、海の市の所在地の気仙沼市内には、多様な観光スポットがあることがわかる。

したがって、福興市とさんさん商店街及び海の市では、地域内外の多様な観光スポットを経て多くに人たちが来場していることがわかる。

1.4.9.意見・感想等

6回の調査での共通点は、新鮮な海産物を買ったり、食べたりできることと人が多く集まって活気があることに回答者は満足していることである。また、6回の調査の間の相違点としては、福興市とさんさん商店街については、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回答者は満足していることがわかる。

それに加えて、海の市については、「氷の水族館」・「シャークミュージアム」・「ホヤぼーやショップ」という他の場所にはない観光施設があり、それを目当てにして来場し、満足している人が多くいることがわかる。

福興市とさんさん商店街の所在地がBRTと高速バスだけしか公共交通手段がないにもかかわらず、海の市の来場者の方が、交通の便が悪いことを改善点として上げる傾向が強い。

したがって、福興市とさんさん商店街では、来場は、主に海産物の買い物と海鮮丼などの飲食を目的にしているのに対して、海の市では、それに加えて、他の場所にはない観光施設があり、それを目当てにして来場している人が多くいて、それが大きな集客力となっていることがわかる。

1.4.10.改善のための方策

6回の調査での共通点としては、特色あるイベントの開催や地元の食材を活用した商品や料理の開発及びPRの工夫、さらに子どもが楽しめる場づくりが共通の課題である。

また、6回の調査の間の相違点としては、福興市とさんさん商店街については、駐車場の改善、目立ちやすいところに多数の案内板の設置、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が課題である。

他方で、海の市については、シャークミュージアムと氷の水族館、ホヤぼーやを積極的にアピールし「海の市」の存在そのものを全国に知ってもらえるようなPRを工夫する、イベントを数多く開催し人を呼び込む、若者や地元の人に人に来てもらえるようにする工夫、また、子どもが楽しめる場やイベントが課題である。

したがって、福興市・さんさん商店街・海の市それぞれが、他の被災地も巻き込んで相互に連携し、集客力を高めて多くの人を呼び寄せて一円でも多くお金を使ってもらい、また、賑わいを作り出して被災地全体の復興を推進するためには、地元の水産物を活用した目玉商品の開発、老若男女が楽しめるイベントや場所づくりの工夫、それらの取り組みを多様な手段を活用した継続的なPRが課題であることが明らかになった。

1.4.11.被災地復興の方策

6回の調査での共通点としては、三陸自動車道の早期の仙台―八戸間の全面開通、公共交通機関の整備・利便性の向上、被災体験の語り継ぎや復興状況、特産品等に関する各種メディアを活用した情報発信、魅力的なイベントによる集客、若者が住みたくするような魅力ある職場・地域づくり、住民主体のまちづくりが6つの調査の共通の課題である。

また、6回の調査の間の相違点としては、福興市とさんさん商店街が立地する南三陸町では、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、水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。

他方で、海の市等の多数の観光施設が所在し、漁業・水産加工業が盛んな気仙沼市では、三陸道路の全面開通による遠隔地域からの交通アクセスの向上や気仙沼駅から地域内の観光スポットを結ぶ公共交通機関の利便性の向上等の交通基盤の整備、地元の特色ある水産物や観光施設とイベントをアピールする各種メディアを活用した集客、若者にとって魅力ある職場と地域づくりが課題である。

したがって、6回の調査から、被災地である南三陸町と気仙沼市の課題としては、交通基盤の整備と復興事業の進展を前提に、水産物や観光施設とイベントをアピールする各種メディアを活用した集客、若者にとって魅力ある職場と地域づくりが課題であることが明らかになった。

以上が、2019年9月から2020年3月にかけて実施した6回の来場者調査から明らかになった東日本大震災被災地の南三陸町と気仙沼市の現状と課題である。

次に、筆者が2019年7月～2020年1月にかけて実施した2.「気仙沼サメの灰干し」加工品の商品化・販路開拓のための「福興市」での各種「灰干し」試験販売による参与観察の結果について論じる。

2. 「気仙沼サメの灰干し」加工品の商品化・販路開拓のための「福興市」での各種「灰干し」試験販売による参与観察

「気仙沼灰干しの会」による「気仙沼サメの灰干し」加工品の試作ができなかったため、また、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1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「ぼっけごて」（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。



桜島灰干し「おかずセット」



桜島灰干し「ぼっけごて」

写真1. 福興市での灰干しの試験販売
(2019年10月29日筆者撮影)

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肴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無理なくなる「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。

3. 気仙沼市での「ご当地グルメ」の試作・商品化を目的とした「気仙沼サメの灰干し」料理講習会・検討会による参与観察

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」代表取締役社長の那木春幸氏と筆者は、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2）。

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、那木氏が、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「ご当地グルメ」づくりを中心にした「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。



写真2. 那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)

そして、那木氏は、気仙沼市で「ご当地グルメ」づくりを中心にした「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。

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

みんなでやろう、街おこし！

主催：2019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（気仙沼市及び南三陸町）における復興に関する調査研究」（研究代表者：大妻女子大学人間関係学部 教授 千川剛史）

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柳木春幸氏。柳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！

プロフィール
鹿児島県志布志市出身
気仙沼市立志布志高等学校卒業
2003年 京都・大塚野中心に料理人として経験を積む料理の科学・研究で
講師
志布志市立志布志高等学校教員
2004年 帰郷
2004年4月 志布志市立志布志高等学校教員
2005年4月 志布志市立志布志高等学校教員・校長
2007年6月 一色しき 柳木春幸 共同代表者として「ご当地グルメ」の調査研究
2008年6月 柳木春幸 柳木 志布志市立志布志高等学校校長
2008年5月 中心 地域活性化推進プロジェクト
（志布志市立志布志高等学校校長）
2010年4月 日本料理師協会会長 志布志市立志布志高等学校 校長 兼校長
2013年2月 H.T.S 志布志市立志布志高等学校校長 志布志市立志布志高等学校
2013年2月 志布志市立志布志高等学校 校長 兼校長
4月 志布志市立志布志高等学校 校長 兼校長
10月 志布志市立志布志高等学校
12月 志布志市立志布志高等学校
2014年4月 志布志市立志布志高等学校 校長 兼校長
4月 志布志市立志布志高等学校 校長 兼校長
～志布志市立志布志高等学校 校長 兼校長
2015年2月 志布志市立志布志高等学校 校長 兼校長
10月～2015年1月 志布志市立志布志高等学校
日本大学公認にて各科目の指導経験あり

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

「たこよし」2階ラウンジ（八日町2-3-29）
お問合せ先：0226-25-7590
（十人十色ライフサービス㈱）

講師 柳木 春幸

図1 「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）

那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、那木氏・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1のようなチラシが作成・数百枚印刷され、また、Face Book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。

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

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。

そして、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。

そして、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3・4・5）。



写真3. 那木氏による講演会(2020年3月14日午後)の様子(2020年3月14日筆者撮影)



写真4. 那木氏による講演会(2020年3月14日午後)の様子(2020年3月14日筆者撮影)



写真5. 那木氏による講演会(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2の鹿児島県始良市の「エイ料理」と図3の同県伊佐市の「伊佐米御膳」がある。



図2 鹿児島県始良市の「エイ料理」
(榎木春幸氏提供・筆者加工)



図3 鹿児島県伊佐市の「伊佐米御膳」
(榎木春幸氏提供・筆者加工)

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。

そして、次年度では、新型コロナウイルス感染拡大が終息してから、榎木氏を気仙沼市に年5回招き、地域内外の多様な人々を巻き込んだ「ご当地グルメ」による地域おこしのための講演会・検討会・講習会を開催する予定である。

4. 「デジタル・ネットワーキング・モデル」による復興過程の現状と課題の解明

上記のアンケート調査と参与観察によって、南

三陸町については2011年4月末から9年間にわたって年10回のペースで開催された「福興市」については、筆者は、福興市の第1回から、(東日本大震災以前から参与観察を行っていた)「ぼうさい朝市ネットワーク」のボランティアとして参加するという形で参与観察を続けてきた。

そして、2012年になって福興市の来場者数が減少するようになった原因を解明する目的で、福興市の主催者の協力を得て、筆者は、灰干し各種の試験販売を行いながら、本学の人間関係学部社会学専攻の専門科目「社会調査及び演習Ⅰ・Ⅱ」の社会調査実習として2013年から6回にわたって来場者アンケート調査を行ってきた。

また、「さんさん商店街」については、同商店街の運営団体(商店会と「(株)南三陸まちづくり未来」)の協力を得て、2018年から2回にわたり来場者アンケート調査を実施した。

そして、「福興市」と「さんさん商店街」それぞれの来場者アンケート調査の毎年の調査結果を比較し、経年変化を把握した^[1]。

そして、本学の「平成31年度戦略的個人研究費」の研究助成を受けて「福興市」では1回、「さんさん商店街」では3回の来場者アンケート調査を実施し、本稿の第1節の通りに集計結果の考察を行い、「海の市」とさんさん商店街の来場者から見た南三陸町の復興の現状と今後の課題を把握することができた。

他方で、気仙沼市については、筆者は、2012年から被災地の現地調査を実施する際に、知り合いの災害ボランティアからの紹介で「気仙沼灰干しの会」代表の松下夫妻と知り合い、松下氏の商店街でのつながりで、同会の中心的メンバーの一色氏と知り合い、松下氏と一色氏を取り巻く人的ネットワークを媒介にして、気仙沼市内の産官学民のキーパーソンとつながる機会を得ることができた。

そのようなつながりの中で、松下氏から「気仙沼『海の市』」を運営する「株式会社 気仙沼産業センター」の幹部社員の方を紹介してもらい、「同センター」の了承を得た上で「海の市」の来場者アンケート調査を実施することができた。

その調査結果は、本稿の第1節で記載した通りであり、「海の市」の来場者から見た気仙沼市の復興状況と今後の課題を垣間見ることができた。

このように、2019年9月～2020年3月まで計6

回実施した南三陸町の福興市とさんさん商店街及び気仙沼市の気仙沼「海の市」での来場者調査から、被災地の南三陸町と気仙沼市の課題としては、交通基盤の整備と復興事業の進展を前提に、海産物や観光施設とイベントをアピールする各種メディアを活用した集客、若者にとって魅力ある職場と地域づくりが課題であることが明らかになった。

ところで、本研究プロジェクトの研究協力者及び参与観察の対象となっている諸団体・個人は、メールやソーシャル・メディア(FacebookやTwitter及びLINE)などのデジタル・メディアを活用して連絡調整と情報発信を行いながら活動を展開している。

そこで、このような筆者と「気仙沼灰干しの会」をめぐる関係構造を「デジタル・ネットワーキング・モデル」によって描き出しながら、被災地復興の課題を明らかにする。

まず、「デジタル・ネットワーキング・モデル(DNM)」とは、「デジタル・ネットワーキング」の諸事例を分析・考察するために、筆者が「ソーシャルキャピタル論」と「ネットワーク論」を応用して独自に構築したモデルである^[2]。

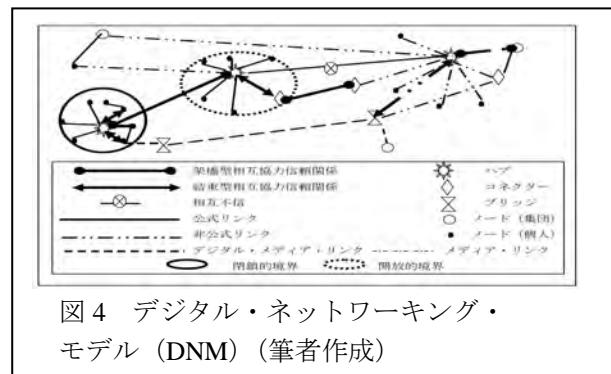


図4 デジタル・ネットワーキング・モデル(DNM)(筆者作成)

まず、図4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⊗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。

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。

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 \otimes 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 $\text{———} \cdot \cdot \cdot \text{———}$ で示すことにする。

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 $\text{———} \text{■} \text{———}$ 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 $\text{---} \cdot \cdot \cdot \text{---}$ で示す。

凡例の一番下の記号については、ハブを中心に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 \bigcirc で、開放的な境界を $\bullet \cdot \cdot \cdot \bullet$ で表現している。

上記の凡例にしたがって、社会的ネットワーク一般をモデル的に表現したのが、図4の上の部分の図である。

そこで、平成31年度まで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5のようになる。

まず、この図5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、 $\text{---} \text{---} \rightarrow$ 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。

そして、筆者と南三陸「福興市実行委員会」と

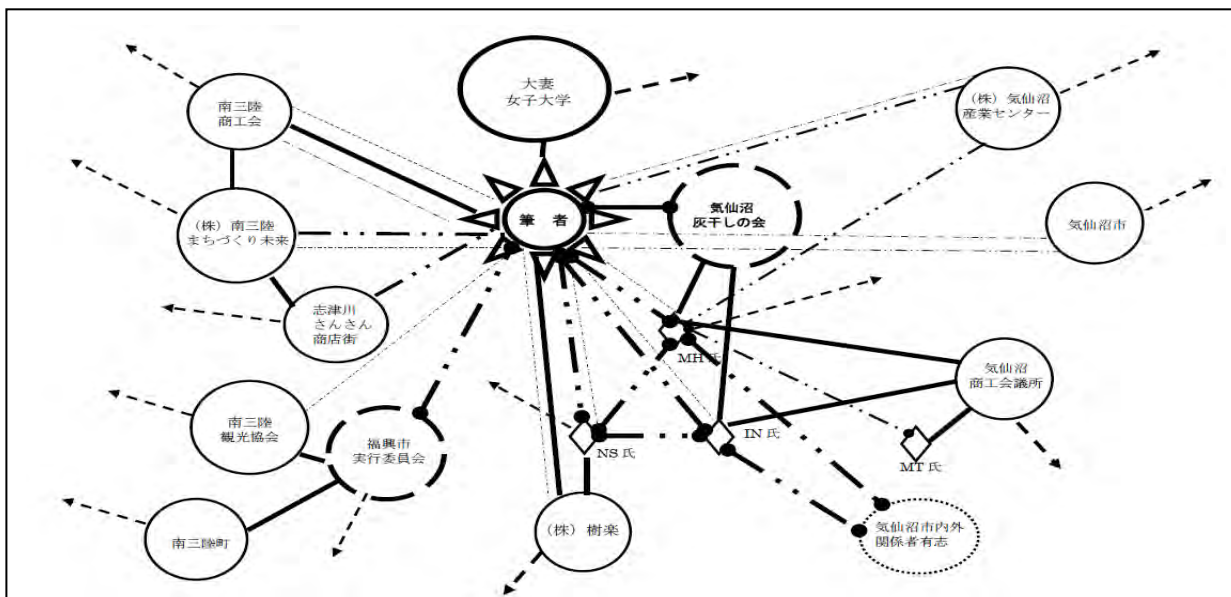


図5 デジタル・ネットワーキング・モデル(DNM)による筆者と「気仙沼灰干しの会」を中心とした関係構造(筆者作成)

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。

他方で、図5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。

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。

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。

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ば、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で、そこから接触したらどうか」という助言である。

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。

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。

さらに、筆者は、こうした被災地復興の取り組みを対象とする参与観察を中心に研究を継続し、上記の関係構造をさらに拡大することを通じて被災地復興へ貢献をして行きたい。

付記

本研究は、大妻女子大学戦略的個人研究費（平成31年度 S1934）の助成を受けたものです。

引用文献

- [1] 干川剛史 編『2019年度「社会調査及び演習」報告書』大妻女子大学人間関係学部人間関係学科社会学専攻, 2020, p48-84.
[2] 干川剛史. デジタル・ネットワーキングの展開. 晃洋書房, 2014, p29-31

Abstract

In this study, first, we will continuously conduct participant observations and questionnaire surveys in Minamisanriku and Kesenuma in order to understand the actual situation and changes in the long-term reconstruction process after the Great East Japan Earthquake. Next, by visualizing the relational structure based on the mutual cooperation trust relationship between the various parties involved in the reconstruction of the disaster area by the "digital networking model", we will verify the current state of the reconstruction process and clarify the problems.

The specific research method is as follows.

1. Questionnaire survey of visitors from Minamisanriku Town "Minamisanriku Fukko Ichi (a disaster area recovery event)" and "Sansan Shotengai (a reconstruction shopping street)" and Kesenuma City "Umi no Ichi (a tourist facility)"

2. Participant observation by various "Haiboshi (specialty products of fish or meat that is deodorized, dried and matured by volcanic ash and refrigerator)" trial sales in "Minamisanriku Fukko Ichi" to commercialize "Kesenuma shark Haiboshi" and develop sales channels

3. Participant observation by "Kesenuma shark Haiboshi" cooking class and study group for the purpose of trial production and commercialization of "local gourmet" in Kesenuma city

After grasping the actual situation and changes in the long-term reconstruction process by the above-mentioned questionnaire survey and participant observation

4. We will verify the current state of the reconstruction process using the "Digital Networking Model" and clarify the current state and issues of reconstruction in the disaster area.

(受付日：2020年6月22日, 受理日：2020年7月16日)

干川 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）