



Title	復興14年目における商店街の課題と可能性：野田村でのフィールドワークを通じて
Author(s)	周, 天燁; 侯, 岳彤; 邱, 心越
Citation	未来共創. 2026, 13, p. 231-252
Version Type	VoR
URL	https://hdl.handle.net/11094/106434
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

復興 14 年目における商店街の課題 と可能性——野田村でのフィールド ワークを通じて

周 天燁* (大阪大学大学院経済学研究科)

侯 岳彤 (大阪大学大学院人間科学研究科)

邱 心越 (大阪大学大学院人間科学研究科)

1. はじめに

2025年3月に東日本大震災から14年を迎え、岩手県九戸郡野田村は長期的な復興の歩みを続けてきた。沿岸地域では観光資源や特産品を活用した地域経済の再生が重視され、野田村でも「山ぶどうワイン」をはじめとする地域ブランドづくりや、観光を通じた交流促進が進められてきた。

さらに2025年6月には、三陸縦貫自動車道野田IC近くに新たな道の駅が開業し、物産販売や交流機能を備えた拠点として注目されている。高速道路の整備によってアクセスも大きく向上し、野田村は復興の次の段階である持続的な地域振興に向けた新たな可能性を迎えている。

一方で、村の中心部にある商店街では、高齢化による後継者不足や売上停滞が深刻化し、人の流れも戻っていない。住民は車で近隣都市の大型店を利用し、観光客も通過型が多く、商店街での消費につながりにくい。外部環境が改善する一方で、商店街をどう活性化し、交通・観光資源と結びつけるかが課題となっ

* ; u273415k@ecs.osaka-u.ac.jp



図1 新しい道の駅 (2025年8月筆者ら撮影)



図2 野田村観光協会「野田村案内マップ」
<https://www.noda-kanko.com/about/map.html> (2026年1月7日アクセス)



図3 三陸縦貫自動車道（2025年8月筆者ら撮影）

ている。

筆者らは、大阪大学大学院人間科学研究科開講の「コミュニティ・ラーニング特定演習」の授業の一環で、商業地域（村中心部）を担当し、その活性化を調査した。本調査では、野田村観光マップ（図2）を参照しながら中心部を歩き、関係者への聞き取りを通じて商業活動の現状を把握した。その結果を踏まえ、地域における商店街活性化の可能性を多角的に検討することを目的とする。

2. フィールド概要

三陸縦貫自動車道の開通により、野田村を取り巻く道路交通状況は大きく変化している。特に「道の駅のだ」は野田IC近くに移転・新築され、交流物産等複合施設として開業した。私たちが訪れた時点ですでに稼働しており、地元の物産販売や観光案内、地域交流の場としての機能を果たしていた。新しい施設は、村の観光資源や特産品を広く発信する拠点として期待されている。

一方で、村の中心部に目を向けると、商店を営む方々の高齢化が進んでおり、今後の経営継続に対する懸念が強まっている。街中の賑わいをどのように維持し、また商店の存続を支えていくかが大きな課題となっている。

今回のフィールドワークでは、三陸縦貫自動車道の開通や道の駅の移転に

よって変わりつつある交通動線と人々の行動を実際に観察しながら、村の商店や地域経済にどのような影響が及んでいるのかを探った。また、中心部の商店街に残る魅力を再発見しつつ、街の賑わいや商店の存続に向けて今後求められる取り組みについて考えていく。

3. 活動概要

私たちは、人口減少と高齢化が進む地域では、観光が地域の外とのつながりを生み、交流を通じて新たな活力をもたらすきっかけになると考えた。そこで、観光の視点から野田村を見つめ直し、商業地域の中心部をどのように活用できるかを考えることを目的に、2025年8月18日から8月20日の3日間のフィールドワークを行った。

まず、村の主要な商業施設を訪れ、地域の現状を自分たちの目で確かめた。その後、住民、観光客、地域づくりに携わる人たちにインタビューを行い、日常の中にある課題を掘り起こした。現場の声を記録し、外部の視点を交えながら、地域活性化につながる方法を探った。

表1に、3日間の活動スケジュールをまとめた。

3.1 商業地域：歩いて、聞いて、感じたこと

「野田まつり」の数日前というのに、野田村の商店街には、車の往来もほとんどなく、通りには私たち3人の姿しかなかった。一歩ずつ歩くたびに、本当にここで暮らしている人がいるのだろうかと不安になるような静けさだった。それでも、今のまちを知ることが出発点だと思いながら、一軒一軒、店の扉を叩いた。

最初に訪れたのは、事前にインタビュー依頼の連絡をした佐藤仁昭さんのお店「徳屋」(図4)だった。

「昔はね、歩いて銀行も店も回ったけど、今は車で来てすぐ帰る。若い人は町を出て、戻らない人が多いよ」。そう語る佐藤さんの声は、寂しさをにじませながらも、どこか現実を受け入れているように聞こえた。私たちも、時代とともに少しずつ姿を変えてきたまちという事実、最初の刺激を受けた気がした。

表 1 活動スケジュール

日程	時間	場所	内容
8 月 18 日	9:00-9:30	徳屋	佐藤仁昭さんにインタビュー
	9:30-10:00	マミーストア	店巡り
	10:00-10:30	株式会社 中健	職員さんと話す
	10:30-11:00	丸山酒店	オーナーさんと話す
	11:00-11:30	田中時計眼鏡店	オーナーさんとインタビュー
	11:30-12:00	北末	北田清子さんにインタビュー
	12:00-12:30	まるきん 大沢菓子店	店巡り、新聞記事を記録
	13:30-14:00	道の駅	町田恵太郎さんにインタビュー
	14:00-14:30	商工会・観光協会	観光協会の北田晴子さん、役場の柁谷裕子さんにインタビュー
	14:30-15:00	道の駅	田中大道さんにインタビュー
8 月 19 日	9:00-10:00	えぼし荘	ギリシャから来た宿泊客 4 人にインタビュー。
	10:00-11:00	野田塩工房	野竹さんと話す
	11:00-13:00	図書館	資料整理
	14:00-15:00	道の駅	水野遼太郎さんにインタビュー
	15:00-16:00	山車作り	山車作りの見学
8 月 20 日	13:00-	えぼし荘	職員 4 名（大澤広実さん、米田睦月さん、星野勇人さん、田子内利徳さん）にインタビュー



図 4 徳屋（2025 年 8 月筆者ら撮影）



図5 酒店（2025年8月筆者ら撮影）

次に立ち寄ったところは、昔から長く続く「丸山酒店」(図5)だった。外から見える棚には、お酒がずらりと並んでいる。丸山酒店では、店を守り続ける年配のご主人が話してくれた。

「ここはもう百年……いや、百二年くらいになるかなあ。」

「お客さんは昔に比べて少ないよね。年寄りも多いし……」

会話は多くなかったが、長年家族でお店を守ってきたことが伝わった。昼間の通りは人通りが少なく、戸口を開け放した店内には時折涼しい風が吹き込んでいた。商店街の時間が、ゆっくりと流れていくのを感じた。

そのまま通りを進み、「田中時計眼鏡店」(図6)に入った。棚には古くからのフレームが並び、落ち着いた雰囲気の内だ。

「若い人たちはね、便利なところに出て行っちゃって、もう戻らないのよ。」

客の多くは年配の常連さんで、訪れる人も少しずつ減っているという。

「私もお客さんも一緒に年を取ってるの。後継ぎもいないし、業界自体がどん



図6 田中時計眼鏡店（2025年8月筆者ら撮影）



図7 北末（2025年8月筆者ら撮影）

どん厳しい。久慈市も昔は18軒あったけど、今は1軒だけ。もう先が見えてる」

という田中店主の言葉に、長年この場所を守ってきた重みと、今の町の厳しい現状が詰まっていた。

田中さんの店を出て、通りを少し歩くと精肉店の「北末」（図7）の看板が目に入った。店に入りたいと思って、お店の戸は半分開けたが、中に人の気配はない。

恐る恐る「こんにちは」と声をかけてみると、しばらくして奥からエプロン姿の女性が現れた。

北田さん——このお店を長年ひとりで守ってきた店主だという。

「人数も減ってきてるしねえ……。うちみたいな小さい店は、企業努力だけじゃどうにもならないよ」

「豚肉の仕入れも、今年は特に高く、テレビでも何十年ぶりの高値って言ってた」

ショーケースにはまだ何も並んでおらず、棚もほとんど空だった。私たちが訪ねたのが少し早すぎたのかもしれない。

店先でぼつんと立つ北田さんを見ながら、商売を続けることの難しさを改めて感じた。

しかし、そんな中、田中時計眼鏡店の田中さんをはじめ、何人かから名前が挙がったのが「まるきん大沢菓子店」だった。

「ここは最近、元気があるよ」、「新聞にも出てたんだよね」

そう聞いて、私たちも足を運んでみた。けれどこの日は、お祭りの準備でとても忙しそう、店主の外館心さんに直接話を聞くことはできなかった。

あとで調べた岩手日報の新聞記事¹には、心さんの言葉が載っていた。

「1店舗だけで頑張る時代じゃない。村のみんなと連携して地域を盛り上げたい」

まるきん大沢菓子店は、震災で店舗が被災しながらも、全国からの応援に支えられて再開した老舗だ。今は家族で和菓子と洋菓子を手がけ、山ぶどうや、のだ塩など地域の特産を使った新しいお菓子づくりにも挑戦している。

ここは、私たちがこの通りで見てきた中で、数少ない未来を感じさせる店だった。



図 8 野田村観光協会「まるきん大沢菓子店」ウェブサイト
(2026 年 1 月アクセス)

まるきん大沢菓子店を後にし、私たちは商店街を一通り歩き終えた。通りには車も人もほとんどいなかった。かつてにぎわっていたこの通りも、今は静かな商店街になっていた。

複数の店を訪れるたびに聞こえてきたのは、「お客さんは年々減っている」「若い人は戻ってこない」「後継ぎがいない」といった声ばかりである。黙々と店を開け、配達をこなし、仕込みをし、毎日を積み重ねていた。それぞれが、このまちでできるやり方で、持ち場を守っている。

このように、商店街では厳しい現実を持ちながらも、それぞれの店が自分なりの形で日々を積み重ねていた。その姿からは、地域の中で小さい持続の力を感じることができた。

3.2 道の駅：「ここで十分」を超えて

気づけば、頭の中に一つの問いが生まれていた。外からこの町を訪れる人たちは、どう感じているのだろうか。商店街の中にも見えなかったその視点を確かめたくて、私たちは2025年6月20日に野田インターチェンジそばに整備された新しい「道の駅のだ」へ向かった。



図9 道の駅（2025年8月筆者ら撮影）

きっかけは、最初に伺った徳屋の佐藤さんが「職員さんに話を聞いてみるといいよ」とその場で電話をかけ、つないでくださったことだった。

迎えてくれたのは、この道の駅で働く町田さんだった。

「インター降りてすぐなんで、車の人にはすごく便利ですよ。ドライブの途中で立ち寄るって人が多いです。観光っていうより、休憩がてらって感じかな。」

たしかに立地は抜群で、休憩スペースや飲食カウンターも整い、のど塩ソフトクリームを楽しむ人、お土産を買う人の姿があった。旅の途中に一息つける場所として機能している。

ただ一方で、滞在は施設内で完結してしまう印象も強い。用事がここで済むため、中心部まで足を伸ばす人は多くないようだ。町田さんも、「ここで十分ってなっちゃって、中心部まで行こうって人は正直少ない。商店街のことは知られていないし、車を止めにくいって声も聞く」と語った。

「道の駅のだ」は便利であるほどに、町の中心部との距離感を強めてしまっている。情報と交通のハードルが残る限り、訪問者の動線はこの場所で止まったままになるのかもしれない。

町田さんとのお話を終えたあと、引き続き他の職員の方の声を聞いてみたいと思い、町田さんのご紹介で田中大道さんという方にも話を伺うことにした。春に入社したばかりで、県外から来た彼なら、まだ慣れきっていない視点で村を見ているかもしれないと思い、お時間をいただいた。

田中さんは大学時代に野田村でフィールドワークをして以来、この村に通うようになり、数年後にはここで働く道を選んだ。いまはワイナリーで山ぶどうワインづくりに携わりながら、夜はワインバーを運営し、中高生向けの塾や村のイベントづくりに関わっている。

「一人ひとりの裁量が大きくて、やろうと思えばなんでもできる環境なんですよ」。

彼が働く株式会社のだむらは、1987年に野田村の活性化を目的として設立され、公共性と柔軟性を併せ持つ。村の中でも新しい挑戦が少しずつ形になっているのかもしれない。

話を聞きながら、若い人がこの場所で新しいことを始め、少しずつ形にしていること自体が私たちには希望のように感じられた。

では、それを外から訪れる人たちにどう伝えているのか。そんな疑問が浮かび、観光の現場にも関心が向いた。

3.3 観光：観光を中から支える人たち

午前中に徳屋の佐藤さんから紹介を受けていたこともあり、場所はすでに確認済みだった。野田村観光協会は野田村商工会が村から業務委託を受けて運営しており、商工会事務室内に担当職員1名が配置されている。地元出身でこの地に長く暮らす北田晴子さんがここに勤務し、私たちの訪問を快く迎えてくれた。

ちょうど祭り準備中ということもあってか、周辺には人の出入りもあり、商工会は活気のある雰囲気だった。北田さんは忙しい合間にも、震災当時の混乱、そこから地域にとどまり情報発信を続けてきた経緯を丁寧に語った。現在はホームページやSNSでの発信を担いながらも、「PRの効果は目に見えない」

と言う。しかし、外からは見えにくい地道な努力が積み重ねられていることが伝わってきた。また子育て世代として、「保育園が無料で、医療費もかからない」といった野田村ならではの制度にも触れ、この土地の暮らしやすさを教えてくれた。

転勤族の家庭に生まれながらも、野田村で腰を据えて暮らすことを自然に選んだ彼女の言葉からは、この土地の魅力が伝わってきた。外から見れば何もないと評されがちなこの村に、当たり前前の生活を積み重ねている人がいる。

北田さんへの聞き取りを終えたあと、役場で観光や移住を担当する榎谷裕子さんを紹介してもらった。榎谷さんは震災をきっかけに地元へ戻り、現在は野田村役場「未来づくり推進課」で、観光・移住促進に加え、子育て世代の移住相談や地域施設の管理など幅広く担っている。

話の中心にあったのは、伝統行事がつくる世代間のつながりだった。途絶えかけた祭りの「花づくり」や「太鼓の練習」が少しずつ戻り、子どもたちが地域の文化に触れる場が再び生まれていることを榎谷さんは嬉しそうに語った。「自分が子どもの頃に地域の人と関わった経験が良い思い出になっているから、今の子どもたちにも同じように何かを感じてほしい」という言葉が印象に残る。

一方で、震災後、新しい団地ができ、そこに移った人たちとの間に、昔のような自然なつながりが少しずつ薄れてしまった感覚があるという。

「あれ……いつの間にか、前みたいに会わなくなったな」。

それでも彼女は、できる範囲で動き続けている。「今年は自分も太鼓をやってみようと思ってます」と話していた。

3.4 まちの中にいる大学院生

野田村を外から見つめる人たちに話を聞くきっかけになったのが、田中大道さんの紹介で出会った京都大学博士後期課程の水野遼太郎さんである。地域社会学・教育社会学を専門とし、今回はフィールドとして野田村を訪れていた。まだ調査を始めたばかりだと言いつつも、地域の中に入り、暮らしをともにしながら考えようとしている。

岐阜県の過疎地域で育った経験から、水野さんは「若者が地元に残らないの

はなぜか」という問いを持ち続けている。彼の関心は、「人口減少」「衰退」といった言葉に留まらず、人びとがどんな関係の中で人生を選び取っていくのかという点に向けられていた。

彼は、「地域が元気かどうかは、人の数や売上では測れない」と話す。商店街に人通りがなくても、歴史や関係性が次代に受け継がれていれば続いている。祭りの準備の場で、ベテランが新しい世代に口伝えで技を伝える、その非効率で曖昧なプロセス自体が文化の継承なのだという。

また「活性化」という言葉が一人歩きしていないかとも指摘した。地域の実感とかけ離れたまま施策だけが進めば、地域の意味は届かない。水野さんとの対話は、地域を見ることの複雑さを改めて突きつけた。

3.5 えぼし荘：野田で暮らす、野田を迎える

次に、私たちは一息ついた後、次の目的地である「えぼし荘」(図10)へと向かった。この場所を訪れることにしたのは、観光拠点としての役割に加え、地域の人々の集いの場としてどのように機能しているのかを、自分たちの目で確かめてみたかったからだ。



図 10 えぼし荘 (2025 年 8 月筆者ら撮影)

8月19日、私たちは、事前のアポもないまま野田村の宿泊施設「えぼし荘」へと足を運んだ。この日、インタビューの予定は入れておらず、どこか観光客の視点に触れてみたいと思っただけの訪問だった。

自動ドアをくぐると、左手すぐにフロントがあり、その正面には大きな窓の向こうに広がるバルコニーを背景に、いくつかのソファが置かれていた。そのソファに、ちょうど四人の外国人グループ(図11)が座っていた。声をかけると、彼らはなんとギリシャからの旅行者だった。

彼らは、大阪から青森を経て、車で三陸沿岸を南下する旅の途中だという。えぼし荘には前日の夜に到着し、宿泊予約アプリで偶然見つけて予約した場所だった。

「ただ、北のほうから車を借りて南へ下っていきただけなんです。それで、この海岸沿いのルートを選んで、宿泊予約アプリのブッキングでたまたまこの場所を見つけました。」(日本語訳は筆者らによる、以下同じ)

そんな彼らに野田村の印象を尋ねると、「ここはとても良くて落ち着いている場所だね」と微笑みながら答えてくれた。

ただ、その後に続いた言葉が印象的だった。

例えば、居酒屋の話題では、「居酒屋の雰囲気には親しみがありますが、英語のメニューがなかったり、魚を使っていないかどうか確かめられなかったりするるので、入ることはありません。」というように、言語の違いから来る食事の選びにくさも話された。

さらに、観光地情報の入手についても、グーグルマップ上では「開いている」と表示された施設が実際は休業し、行ってみて初めて分かるというギャップもあったという。

「そこで食事ができると思っていたのですが、閉まっていました。グーグルマップには本日営業と表示されていたのに。」

彼らは、この村ののんびりとした雰囲気を語りながらも、「ここをもっと魅力的にするには？」というこちらの問いに対して、こんな提案もくれた。



図 11 ギリシャ観光客との写真（2025 年 8 月筆者ら撮影）

「このまちのらしさを売りにできるかもしれない。少し時代に取り残されたように見えるが、それがかえて魅力だと思います。」

過去にとどまっているような良さを活かすという発想に共感を覚えた。

えぼし荘で偶然出会った観光客たちとの会話から、この宿がどんなふうに使われ、どんな人が立ち寄っているのかが、ぼんやりと輪郭を持ちはじめた。ならば運営する側からは、何が見えているのだろう。

翌日、私たちはフロントの大澤広実さんを訪ねた。野田村で生まれ、東京で働いたのち戻ってきた大澤さんは、受付や接客、観光案内をこなしながら、最近増えている外国人客のことを話してくれた。「みちのく潮風トレイル」のツアー客がオーストラリアなどの国から来る。個人客は予約アプリが多く、言葉は翻訳アプリでつないでいる。それでも旅人は一泊して次へ進むことが多く、「ここで何かを体験してもらう仕組みは、まだ少ないかもしれない」と言った。

「ここに来てもう 12 年になります。震災のあとに異動してきました。」

そう語ってくれた米田睦月さんは、以前の道の駅で長年働き、野田村に嫁ぎ、

息子と暮らす。震災で家が流され、いまは村営住宅に住むが、「野田は住みやすいところですよ」と言う。保育や医療の支援がある一方で、「パン屋さんがいない」「カラオケやカフェももっとあったらいい」という声もある。日用品は久慈でまとめ買い。福祉施設の早朝・夜勤は子育て世代には厳しいが、働き方改革が少しずつ進むことに希望もにじんだ。

次にインタビューさせていただいたのは、えぼし荘の支配人の星野勇人さんだった。

「お前はえぼし行きだ」

震災後、当時野田村役場に勤めていた星野さんは、「ほぼ強制異動だった」と当時を語った。指定管理者制度のもとでえぼし荘の立ち上げを担い、現場を回し続けてきた人だ。関東で働いた経験もあり、「都会にいれば田舎が恋しくなり、田舎に戻れば都会が懐かしくなる」と語る。その星野さんが最後に強調したのは、人とのつながりだった。近所づきあいの濃さが、野田祭りの「皆でつくりあげる力」になっていると語った。

えぼし荘での一連の聞き取りの最後に、職員の田子内利徳さんから話を伺った。

野田村出身で、関東で働いた後に故郷へ戻り、現在はえぼし荘で働いている。施設のすぐ上のログハウスに住み、通勤は1分。「この駐車場から毎日、太平洋を眺めているよ」。津波で家は「柱しか残らなかった」というが、いまは安心して暮らしている。えぼし荘は宿であると同時に、村の居場所でもある。大浴場だけ利用する人がいて、「今日は元気？」と声が飛ぶ。外国人が増えても「言葉が通じなくても気持ちは伝わる」。

ただ一方で、トレイルを歩き切った客は疲れて寝てしまい、商店街まで足を伸ばすことは少ないという課題が感じられた。

こうして私たちは、えぼし荘での最後の聞き取りを終えた。あたたかな笑顔と語りに見送られながら、私たちはゆっくりとその場を後にした。

4. フィールドワークの考察－野田村中心部の観光の全体像と問題点－

岩手県野田村は、三陸縦貫自動車道の整備や道の駅の新設など、震災復興と地域振興を背景に大きな変化を遂げている。しかし、現地調査やインタビューを通して明らかになったのは、地域が抱える課題の多様性と複雑さである。特に本稿では、観光の観点から村中心部の現状を整理することに重点を置く。村中心部は地域の経済・文化の核として、観光客や住民が交流する重要な空間であり、ここに課題があると地域全体の持続可能性に影響を与えると考えられる。

本章では、野田村中心部における観光に関連する課題を四つの観点で整理する。すなわち「人口減少や若者流出の影響」「商店街の空き店舗や経営課題」「地域の情報発信力の不足」「道の駅や宿泊施設との連携不足」である。これらの課題は相互に関連し合い、村中心部の活性化や観光誘致の妨げとなっている。

4.1 人口減少や若者流出の影響

野田村に限らず、三陸沿岸の自治体は少子高齢化と人口流出に直面している。徳屋の佐藤さんへのインタビューによれば、50年前と比べて小中学校に通う生徒数はおよそ3分の1にまで減少しており、若者が進学や就職をきっかけに村を離れることが一般的だという。戻ってくる若者は少なく、結果として地域の年齢構成は高齢化する。商店街の利用者層も高齢者や一部の常連客に限られ、日常的に若年層の姿は見られない。観光に関しても、かつてはイベントや祭りの際に一定の集客があったが、現在では規模が縮小し、恒常的な観光客の流入は乏しい。観光協会関係者によれば、観光情報をSNSなどで発信しているものの、観光客数の大幅な増加にはつながっていない。さらに、三陸縦貫自動車道の開通は一見するとアクセス改善につながるが、実際には村を素通りする車両が増え、買い物や滞在に結びつかない傾向が強い。結果として、人口減少は商店街の経済活動の縮小を招き、中心部の賑わい喪失の一因となっている。

4.2 商店街の空き店舗や経営課題

村の中心部に位置する商店街は、かつて地域の経済活動の拠点としてにぎわっていた。しかし現在では、後継者不足や経営難から廃業に至る店舗も多く、空き店舗の増加が深刻な問題となっている。店主の平均年齢は60代後半に達し、



図 12 野田祭りの中組の山車（2025 年 8 月筆者ら撮影）

高齢化が顕著である。若い世代が継がない理由として、人口減少による市場規模の縮小や、都市部との利便性格差が挙げられる。

商店街を訪れる客数も限られており、ある店主によれば、1日の来店者は平均10人程度にとどまるという。天候や季節によってさらに減少することもある。このような状況では、店舗経営の持続は困難であり、商工会も補助金や経理支援などを行っているが、抜本的な解決には至っていない。さらに、商店街全体でのイベントも途絶えており、地域全体の魅力発信力が低下していることも問題である。

空き店舗の存在は、景観や治安にも影響し、住民や観光客に「衰退している地域」という印象を与えかねない。これはさらなる人の流出や訪問客の減少を

招き、悪循環を形成している。

4.3 地域の情報発信力の不足

現代社会において、地域の魅力を広く伝えるためには積極的な情報発信が不可欠である。しかし、野田村では情報発信の体制や効果測定が十分ではない。観光協会はホームページやSNSで情報を発信しているが、担当者数が限られており、更新や分析に十分なリソースを割けていない。情報の到達範囲や観光客誘致への実効性は不透明である。

また、地域内での情報共有も課題となっている。徳屋の佐藤さんの話によると、村内の住民が商店の商品やサービスを把握していない場合が多く、店舗同士の連携も乏しい。これにより、せっかくの地元産品や特色ある商品が十分に認知されず、地域内消費の拡大につながらっていない。

4.4 道の駅や宿泊施設との連携不足

2025年に移転・新設された「道の駅のだ」は、三陸縦貫自動車道沿いに立地し、野田村中心部からのアクセスも良い施設である。お盆の時期には1日約2000人の来場者があり、ソフトクリームは1日1100本売れるなど、大きな賑わいを見せる。野田村の人口が4000人を切ることを考えると、ほぼ村民の半数に相当する来場者数であり、その規模の大きさは村にとって非常にインパクトのある情報である。

しかし、この来訪者数の多さが村中心部や商店街への波及には十分つながっていないことが課題である。道の駅での買い物が完結してしまい、地域内での回遊や宿泊に結びつかない傾向が強い。宿泊施設との連携も十分ではなく、観光客は日帰りで通過してしまうケースが多い。地域全体としての観光ルート形成や商店街との相互送客の仕組みが不足しているため、道の駅の成功が地域経済の底上げにつながらない。さらに、冬季には道の駅の来場者数が大幅に減少し、年間を通じた安定した集客には至っていない。

このように、道の駅や宿泊施設と村の中心部との間に連携不足があることで、地域全体の経済効果が限定的になっている。新しい施設の存在が村中心部に波及しないことは、大きな機会損失となっている。

4.5 まとめ

以上のように、野田村中心部は人口減少、商店街の高齢化と空き店舗、情報発信力不足、道の駅との連携不足といった複合的な課題に直面している。これらはそれぞれ独立した問題であると同時に、互いに関連し合い、地域の持続可能性を阻害している。人口減少は商店街の衰退を招き、情報発信力の不足は観光客誘致の妨げとなり、道の駅の賑わいが地域全体に波及しないことで悪循環が形成されている。今後の野田村商店街の再生と地域振興を考える上で、これらの問題点を正確に把握することが出発点となる。次章ではこれらの現状を踏まえた具体的な再生策について考察する。

5. 提案

本調査の結果を踏まえ、以下の具体的な提案を行う。

5.1 回遊性の強化

- 旧道の駅・新道の駅・えぼし荘・商店街を結ぶ循環バス「のんちゃんツアー」（図13）を導入し、点在する観光・滞在拠点を面的に結び付ける。これにより、来訪者が村全体を一体的に回遊できる環境を整え、道の駅や宿泊施設で集中しがちな人流を村中心部へ分散させ、「通過型観光」から「滞在・回遊型観光」への転換を図る。
- 飲食店を中心に英語・中国語等の多言語メニューを整備し、外国人観光客が安心して商店街を利用できる環境を整える。翻訳や更新作業には大学生や外部ボランティアをオンラインで活用し、持続可能な運営体制を構築する。
- 店の営業時間やメニューなどの店舗情報をウェブやアプリで即時発信し、来訪者の利便性を高めるとともに、商店街利用のハードルを下げる。

5.2 旧道の駅の再活用

- 人気商品の「のだ塩ソフトクリーム」を旧道の駅でも販売し、新たな立ち寄り動機を創出する。
- ポップアップ店舗や期間限定イベントを導入し、継続的な集客を図る。

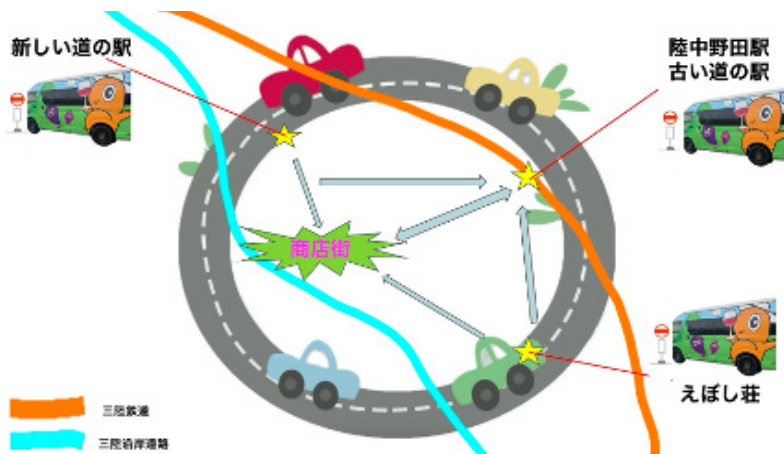


図 13 のんちゃんツアー予想図（筆者ら作成）

5.3 特産品の販路拡大と情報発信

- ・ ECサイト等を活用し、特産品の全国・海外への販路を拡大する。
- ・ SNSや動画配信による広報を強化し、地域ブランドと商店街への関心を高める。

6. 感想

本調査を通じて、地域商店街の実態を現場で直接知る貴重な経験となった。経営者や観光客との対話から、商店街が単なる経済の場ではなく、人々の暮らしや思いに支えられた存在であることを実感した。学生としてこのような現場調査に関わることは、自身の研究や将来の社会貢献のあり方を考える上で貴重な学びとなった。

謝辞

本調査の実施にあたり、多くの方々から多大なご協力を賜った。インタビューを快く引き受け、調査の輪を広げてくださった佐藤仁昭様をはじめ、野田村役場の皆様、商店街の経営者の皆様には、現場の状況や思いを丁寧に共有していただいた。また、道の駅のだ、野田塩工房、えぼし荘の職員の皆様には、それ

ぞれの立場から地域の魅力や可能性について貴重なお話をいただいた。さらに、中組の皆様には野田祭りに参加させていただき、地域のつながりや誇りを体感する機会を得た。本調査は、こうした多くの方々の支えによって成り立ったものであり、ここに深く感謝の意を表する。

注

- 1 岩手日報「歩みを重ねて'25 3・11から 創造する甘味も未来も⑧野田・外館心さん菓子職人古里盛り上げ家族一丸」(2025年8月18日)

参考文献

野田村観光協会

2023 「野田村観光マップ」

<https://www.noda-kanko.com/about/map.html> (2025/9/18 アクセス)

野田村観光協会

2022 「トレイル野田村みどころマップ」

<https://www.noda-kanko.com/kankou/trail/trail-oasis-noda.html> (2025/9/18 アクセス)

野田村観光協会

「まるきん 大沢菓子店」

<https://www.noda-kanko.com/kankou/shop/marukin.html> (2026/1月3日アクセス)

野田村総務課

「野田村グルメ」

https://www.vill.noda.iwate.jp/bunka_sports/kanko/gourmet/index.html (2025/9/18 アクセス)