

報 告

赤穂市における中心市街地の活性化の試み —地産地消による中心／周辺の協働事業—

Revitalization of center area in Ako City (Hyogo)

— Collaboration of center / periphery areas by Local Food for Local Consumption Movement —

溝端 剛

要約：本稿は、平成18（2006）年度から平成19（2007）年度にかけて、兵庫県西播磨県民局の委託事業として実施した「商学連携による地域活性化プロジェクト」—「地産地消」というツールを使って、周辺地域の元気な高齢農家のパワーを中心市街地の花岳寺通商店街（WEST）に持ち込み、両者の活性化を図ろうとするモデル事業—の活動報告である。

ゼミ2回生が、コミュニティアワー活動として、花岳寺通商店街（WEST）の空き店舗を活用した関西福祉大学学生の店「大福。」^{だいふくまる}を営業し、赤穂産農産物の受託販売と福祉のアンテナショップ事業を展開した。また、商店街との連携で、初年度には「シャッターオープンデー」を1回、次年度には名称を改め「花岳寺ファミリーフェスティバル」を5回実施し、すべてのシャッターを開けることに取り組んだ。これらのイベントには毎回200～300名の人々が訪れ、商店街に往年の賑わいが復活した。その一方で、「大福。」で取り扱う地元産農産物の裾野を広げ、農家とのネットワークをつくるために、高齢農家の支援活動を行った。

このような高齢農家の支援活動を通じて形成されたネットワークをもとに、高齢化した周辺地域の農家の力を生かし、高齢化した中心市街地の人々の消費ニーズで商店街を活性化するというモデルは、少なくとも赤穂では有効であった。

Key Words：中心市街地活性化、地産地消、協働、空き店舗対策、高齢農家支援（援農）

はじめに

本稿は、平成18（2006）年度から平成19（2007）年度にかけて、兵庫県西播磨県民局の委託事業として実施した「商学連携による地域活性化プロジェクト」の活動報告である。

このような事業を展開する場合、どこまでを中心市街地とするのか、なぜ中心市街地なのかといった根源的な問いが発せられる。特に行政が行う事業にあっては、中心市街地の線引きがどこで行われるかは、その対象範囲の境界地域に住む市民にとって大きな問題であるからである。一方、周辺地域に住む人々にとっては、自分たちの周辺地域の活性化こそが死活問題であるからである。

赤穂市の活性化を目指しながら、それを願う市民の

なかに一種の亀裂が生じ、その結果として活性化のエネルギーが低下し、本来の目的を十分に達成できずに終わる。本プロジェクトを計画する段階で最も留意した点は、このような事態を避けるということであった。赤穂の中心市街地であることを誰もが認め、そこを活性化することに大きな反対がなく、また周辺地域の人々も参加できる枠組みを作る。赤穂市の地域資源をどのように組み合わせればその枠組みが作れるのか。そのような思索を重ねた結果が、本プロジェクトの花岳寺通商店街（WEST）を舞台にした「地産地消」の取り組みであった¹⁾。

花岳寺通商店街はかつては市民の生活を支える市内の中心通りであった²⁾。しかし、全国共通の現象ではあるが、1970年代をピークに、郊外における大型ショッピングセンターの進出やモータリゼーションの影響、後継者問題等により、今はシャッター通りと化している。舞

台となった花岳寺通商店街（WEST）は、赤穂駅から赤穂城へと続くお城通りで分断された花岳寺通商店街の西側の70m程の通りで、営業店舗が14店、シャッター店舗が5店である。26%のシャッター率は視覚的にも衰退を感じさせる。しかし、その通りに対する市民の愛着は、浅野家の菩提寺である花岳寺に続く通りで、毎年夏に開かれる「土曜夜店」がおよそ70年も続いていることから分かるように、途絶えることのない地下水のごとく伏流している。

他方、中心地から自動車ですら10～20分走れば、田園風景が広がっている。そこには、後述するように、元気な高齢農家が営々と農業に取り組み、なかには新しい赤穂ブランド作りにチャレンジしているグループが存在している。

これらの人々とのネットワークを作り、「地産地消」というツールを使って、周辺地域の元気な高齢農家のパワーを中心市街地の花岳寺通商店街（WEST）に持ち込み、両者の活性化を図るとというのが、本プロジェクトの骨子である。

第1章 関西福祉大学学生だいふくまるの店「大福。」～空き店舗の活用～

西播磨県民局地域振興部商工労政課、赤穂市観光商工課、花岳寺通商店街振興組合、赤穂商工会議所の人々との協議を重ね、また花岳寺通商店街（WEST）の空き店舗で呉服店であった旧丸文店舗の所有者の協力を得て、平成18（2006）年8月10日、ゼミ2回生がゼミ活動の一環として、「関西福祉大学学生だいふくまるの店『大福。』」を正式オープンした³⁾。

「大福。」という名称は、関西福祉大学の学生だいふくまるの店であること、大きな福が赤穂に来るよにという思い、また店舗を提供していただいた丸文さんへの感謝を表現するために、学生たちが名付けたものである。

営業時間は原則として午前9時から午後4時までとし、店当番は学生2～3名でローテーションを組み、営業日は授業のない土・日・祝祭日及び休暇期間と設定した。1年目の営業日数はプレオープンも含めて37日間にとどまったが、2年目は原則フルオープンを目指し、営業日数は86日間にまで急増した。1年目の先輩たちが土づくりと種まきをし、2年目の後輩たちが一気に成長させたという形になった。先輩たちを超えたいという後輩たちの意気込みが、その営業日数に現れていることは確かである。そしてその思いを現実にくれたのが、来店者や商店街及び関係機関の人々の暖かい励ましであっ

た⁴⁾。

「大福。」で取り組んだ主な事業は、①地元農産物の受託販売、②福祉のアンテナショップ、③シャッターオープンデーの実施である。

まず、①の地元農産物の受託販売についてであるが、JA兵庫西が赤穂駅北側で運営している農産物直販所「赤穂野菜市」と連携を取り、会員が出荷している赤穂産農産物の一部を「大福。」に運び入れ、販売した。また、スイカで有名であった大津地区で60数年ぶりに大津スイカを復活させた「大津年輪の会」との連携により、旬に応じてスイカやジャガイモや大根の販売を行った。その他にも、中山営農組合の枝豆、西川農園の赤穂ミカンなど、周辺地域の元気な高齢生産農家との連携で、地元産農産物を販売した。

この地元農産物の販売は2年間を通して好評で、開店前の段階で人だかりができるほどであった。食品の表示偽装等で食の安心・安全が叫ばれている最中、生産者からはっきりしている、生産者を知っているということは消費行動にとって重要な要因である。お客の多くは、歩行補助にバギーを押している人、自転車の人、商店街で店舗を経営している人等さまざまであったが、高齢者であった。中心市街地の高齢化が進んでいることを実感するとともに、これら高齢者にとって花岳寺通商店街は自動車の往来がない安全な通りであること、また大型ショッピングセンターは便利ではあるが広すぎることもお客を通じて教えられた。

次に、②の福祉のアンテナショップ事業は、地域の障害者の自立支援に貢献することを目的に実施した。赤穂にある精神障害者小規模作業所「赤相みのり作業所」のクッキーやかりんとう、知的障害者入所授産施設の赤穂精華園で作られたガーデニンググッズやトンボ玉や手作り葉書、知的障害者小規模作業所「わかば作業所」のピアスや髪飾りや陶器等を販売した。これらの商品は、地元農産物ほどの集客力はなかったが、2年間を通してみれば、農産物につぐ売上品目となった。客層としては、クッキーなどのお菓子類は高齢者に、また装飾品関係は観光客に好評であった。なおこれらの売上金については、事業の主旨から、全額を各施設に納めた。

また、このアンテナショップ事業を福祉領域から広げ、市民の手作り工芸品の受託販売も行った。前田工芸のお盆やストラップ等の木工芸品、赤穂の地名の由来とされている蓼たを活かした「蓼州染」や「蓼華焼」の創作に取り組んでいるA・K・Oの作品、工芸呉服店「き

ぬや」の「義士うちわ」や「義士手ぬぐい」や「義士Tシャツ」等の商品を店内で陳列・販売した。その他、学生の発案による商品の実験的販売（初年度はお香，2年目は駄菓子）を実施した。市民の手作り工芸品を購入した客層は主として観光客であった。そして学生の実験的販売品は小さな子どもたちと学生自身に好評であった。

以上の地元農産物の受託販売と福祉のアンテナショップは、いずれもいわゆる物販であるが、観光客を除いて、常連の顧客ができ、学生も出身地を聞かれたり、世間話に興じたりと、「大福。」はコミュニケーションプラザとしての機能も併せ持つようになった。実際に店内で決まって休憩して有益な情報を提供してくれる人や、近くのグループホームで生活している知的障害者の人々の外出ポイントの1つとなったり、新聞で情報を得て「頑張ってや」と学生に激励の言葉をかけに来てくれたりと、「物のやりとり」を越えた「心のやりとり」の場へと成長していった。また、スイカや大根やミカン等の重い野菜や果物を購入した高齢者に、学生たちが自主的にデリバリーを申し出て、自宅まで同行するサービスの展開も見られた。店を出たままなかなか帰ってこない学生もいたが、話しによれば、店を出た後、数軒の店を回る買い物にも同行したとのことであった。商店街の個店が大型スーパーに対抗できるもの、それはこうした対面販売から生まれる「人のぬくもり」である。中心市街地の高齢化という現象の中で、商店街の再生は「顔が見え、会話のある、人に優しい空間」づくりにかかっているとと言っても過言ではない。

最後の③については、章を改め、記述することにした。

第2章 シャッターオープナーの実施

閑散とした人通りの少ないシャッター通り、この普段見慣れた街並みとは対照的な、商店街のすべてのシャッターが開けられた光景を写真に収めてみたい。この単純な発想から展開していったのが「シャッターオープナー」である。

発想の単純さは現実の難問にすぐさま直面する。商店街の店舗が住居と一体となっているため、シャッターを降ろしてからの年数が経てば経つほど、店舗部分に生活用品があふれ出し、シャッターを開ければ家財道具が丸見えになること、また建物の老朽化のためシャッターが開くかどうか、開いたとしても閉まるかどうかが問題であること、さらには所有権上の問題等々、解決しなければ

ならない問題にぶつかった。

そこで、赤穂市や花岳寺通商店街の人々の協力を得ながら、シャッター店舗の所有者に学生ボランティアによる店舗内の整理整頓を申し出て、シャッターを開けることの協力を求めた。その結果、「大福。」の両隣と向かい側の3店舗が協力してくれることになった。しかも学生ボランティアが出動することなくである。発想が単純であるが故にそこに込められたこちらの熱意が直球のごとく伝わったのかは定かでないが、諸般の事情でシャッターを降ろしている店舗所有者の花岳寺通商店街に対する熱き思いがあったことは確かである。それ以外の1店舗については、法律上あるいは物理的な問題からシャッターを開けることの協力は得られなかった。

単純な発想が当初予定していなかった方向へと飛躍的に発展していく。それは、シャッターを開けるだけでなく、整理された店舗部分の一部をイベントに使っても良いという申し出を受けたことであった。商店街の活性化に取り組んでいる者として、それをどう活用するのかという宿題を与えられた格好になった。学生や商店街の人々との話し合いがもたれた。その議論の中で、花岳寺通商店街（WEST）には「音」がないこと、仕出し屋と和菓子店はあるものの食料・飲食店が少ないこと、子どもたちの遊び場がないこと、華やかさが少ないこと等、若い学生の立場から見た商店街の問題点が浮かび上がった。その結果、「大福。」では通常営業に加えて「手作りおでん」を販売する、西隣の店舗では「赤穂産野菜市」、東隣の店舗では「1日ベーカリーショップ」、向かいの店舗では「ゲームコーナー」を開くこと、シャッターが開けられない店舗はその前に立看板を設置し、「展示コーナー」とすることが企画された。そして「シャッターオープナー」を平成18（2006）年12月17日に設定し、当日は日曜日であるが花岳寺通商店街（WEST）の店舗は通常営業すること、また協賛バーゲンセールを実施すること、通りに紅白の幕を張ること、商店街の電気店の協力を得てスピーカーで音楽を流すこと、女子学生はサンタクロースの衣装を身につけること等も取り決められた。また、新聞配達業を営んでいる花岳寺通商店街振興組合の役員からは新聞チラシの無料折込の協力を頂けることになった。

学生たちはそれぞれの役割分担を決め、交渉や作業に入っていった。その結果、「手作りおでん」には地元産の大根を使うこと、坂越の特産品作りに取り組んでいる商店から「酒饅頭」と「げんこつクッキー」が出品さ

れること、花岳寺通商店街（WEST）の仕出し屋料理店の協力を得て昔の「おっぺし」（炊き込みご飯）が復活し、150食分販売できること、「赤穂産野菜市」にはJA兵庫西、大津年輪の会、西川農園がそれぞれの農産物を出品してくれること、「1日ベーカリーショップ」には市内の3つのベーカリーショップが当日限定のオリジナルパンも含めて提供してくれること、「ゲームコーナー」には学生の手作りゲームの他、赤穂商工会議所から借用したゲーム道具を設置する、「展示コーナー」には赤穂商工会議所が主催している「怒りの川柳」作品と市民グループが主催している「あこう絵マップコンクール」作品を展示すること、オープニングセレモニーとして市民のハンドベルグループも参加してくれることが決定した。花岳寺通商店街（WEST）の営業店舗のバーゲンセール品の情報収集を行い、「シャッターオープナー」の全容が決定していった。最後に、学生手書きの新聞折込チラシを3,000部作成した。

そして迎えた「シャッターオープナー」の当日は、私たちが想像していた以上の反響、盛況であった⁵⁾。特に「赤穂産野菜市」と「1日ベーカリーショップ」は好評であった。150食の「おっぺし」が2時間ほどで完売し、合計450個近いパンが午前中には完売した。その他の特別販売商品もほぼ完売状態であった。学生にはそれぞれの来店者数の確認を指示していたが、それは不可能な状況であった。正確な数字ではないが、300名ぐらいの人で花岳寺通商店街（WEST）が賑わい、往年の姿が蘇った。商店街の個店の売上も伸びたと聞いている。

この「シャッターオープナー」で学んだことは多い。まず、商店街の集客力は各個店の努力と商店街の商店構成にかかっているということである。今回の例で言えば、買い物客はまず「赤穂産野菜市」に溢れ、次に「1日ベーカリーショップ」、そして昼食時には「手作りおでん」、午後には「ゲームコーナー」と、人だかりの中心が移動していった。商店街全体がこのように時間差を付けて集客できる商店構成になっていれば、通りとしては絶えず人が流れ、結果として各個店の入店者数も増加すると考えられる。空き店舗対策を考える場合、商店街の商店構成の現状を踏まえた上で、何をするかを決定することが重要である。

また、商店街が衰退した原因として大型ショッピングセンターの進出やモータリゼーションがよく挙げられるが、それは理由の一部であって、すべてではないということである。今回のイベントが単発の打ち上げ花火であっ

たにせよ、多くの人が花岳寺通商店街（WEST）に来てくれたということは、たとえば「駐車場がないから人が来ない」という考えの反証になったと思っている⁶⁾。もっと積極的に言えば、徒歩や自転車でしか来られない高齢者や子どもたちを対象を絞った商店街のありようも考えられるのではないだろうか。私見ではあるが、たとえモータリゼーション等の時代の流れのなかで商店街が衰退することになったとしても、新しい時代の流れ—少子高齢化や超高齢社会の到来—のなかで商店街の存在価値が見直される日が必ず来ると思っている。

第3章 花岳寺ファミリーフェスティバル

この「シャッターオープナー」は、2年目の平成19（2007）年度には、名称を「花岳寺ファミリーフェスティバル」に改めた。そこには、1年目で築き上げられた花岳寺通商店街（WEST）の絆をさらに強くし、商店街が1つのファミリーとなって活性化に取り組みたいという思いと、地域の人々に家族で商店街に来て欲しいという願いが込められている。実施回数も大幅に増やし、7月16日、8月19日、9月30日、11月25日、12月16日の計5回実施した⁷⁾。

「花岳寺ファミリーフェスティバル」の基本的なコンセプトは1年目と同じであるが、各コーナーでは季節に応じた内容の充実化と地域連携の広がりが見られた。第1回及び第2回では、「ゲームコーナー」にスーパーボールすくいを追加した他、学生全員が浴衣姿で接客した。また第4回では、甘酒の無料提供を行い、坂越の「忠臣蔵」の酒造元から酒粕を無料で提供頂いた。さらに第4回と第5回には、「赤相みのり作業所」の人たちにも焼き芋の販売で直接参加して頂いた。第5回には「1日ベーカリーショップ」への協力店が1つ増え、クリスマス仕様のオリジナルパンを製造して頂いた。「展示コーナー」も参加型へと企画変更した。たとえば七夕のシーズンであれば、学生が描いた大きな笹の絵に、それぞれの願いを書いた短冊を張ってもらったりした。

さらに、「花岳寺ファミリーフェスティバル」では、花岳寺通商店街（WEST）の協働が一層深化した。たとえば、1年目の仕出し料理店とのコラボ商品「おっぺし」に加え、和菓子店とのコラボレーションで、学生たちが考えたオリジナルの焼き印（福という文字に蓼の花をあしらったデザイン）を押した大福もち「大福さん」が製造された。これも好評で、毎回300個ほどを用意してもらったが、ほぼ完売した。また、学生が営業する4店舗を1店と

みなし、計2店のスタンプで完成するスタンプラリーも導入された。商店街全体の販売促進だけでなく、再び来てもらうために、抽選発表と賞品贈呈は次回のフェスティバルとした。なかには賞品を取りに来られない人もいたが、リピート促進という点では効果があった。

「花岳寺ファミリーフェスティバル」で学生が営業した4店舗の売り上げの概数は、第1回が16万円、第2回が20万円、第3回が15万円、第4回が18万円、第5回が26万円で、計95万円であった。来客数については、商店街にアーケードがないことや悪天候と猛暑の影響を受け、第1回から第3回までは約200名であった。第4回と第5回は約250名であった。

第4章 高齢農家の支援活動

以上、「大福。」の活動を述べてきたが、地産地消で地域活性化に取り組む活動を支えてくれたのは、幅広い地域とのネットワーク、特に周辺地域の高齢農家とのネットワークであった。「大福。」で赤穂産の野菜や果物を販売するためには、それらを栽培している農家との連携が不可欠であった。

「ネットワーク」や「連携」は、一方向の思いだけでできるものではなく、双方向の思いが合致するときに形成され、その威力を発揮する。自分たちの思いだけで「助けてくれ」と言うのは、あまりにも身勝手に、仮に助けてくれたとしてもそれは一過性のもので、継続的な関係性は生まれにくい。give and takeで、確固としたネットワークを作ろう。

このような思いを胸に、「大福。」の営業活動をする一方で、農家との関係づくりの活動に取り組んだ⁸⁾。まず、JA兵庫西赤穂野菜市には、毎年11月に2日間行われるJA兵庫西農業祭で販売支援活動を実施し、平成18(2006)年と平成19(2007)年にそれぞれ11名の学生が参加した。次に、中山営農組合との関係では、平成18(2006)年に鳴門金時収穫作業に14名が、枝豆収穫祭に13名、平成19(2007)年は枝豆収穫祭に13名の学生が参加した。「大津年輪の会」との関係では、平成18(2006)年に大津スイカの収穫作業に21名、だいこん祭りの収穫・販売作業に8名の学生が参加した。また平成19(2007)年にはだいこん祭りの収穫・販売作業に7名の学生が参加した。西川農園との関係では、赤穂ミカンの収穫作業に平成18(2006)年は2日間で20名、平成19(2007)年には6日間で31名の学生が参加した。

これらの活動の内容は、一部(鳴門金時や大津スイカ

や赤穂ミカンの収穫作業)を除き、大半は農家が行うイベント支援であった。これらが援農と呼べないとしても、高齢化と人手不足でイベントの実施すら大変になってきている現状を踏まえれば、広義の高齢農家支援活動であったことは間違いない。

これらの活動で出会った農家はほとんどが高齢者であった。たとえば、「大津年輪の会」は、「定年退職は終わりではなく、新たなスタート」を合い言葉に、平成14(2002)年に地元の定年退職者有志で結成された農業グループである。スイカ、ジャガイモ、タマネギ、ダイコン栽培、竹炭づくりなど、地域の先人たちが培った農業を継承するとともに、低農薬農法に取り組んでいる。また、西川農園主の西川昭五さんは今年81歳で、ご夫婦で赤穂ミカンの栽培を続け、隣接市の学校給食センターに納入しているとのことである。

それぞれ老いによる何らかの病気を抱えながらも、元気に農業に励んでおられる。「有病息災」。畑や山では、私を含め学生たちの方がはるかに体力的に劣っていた。土づくり、種まき、水やり、草取り、肥料やり、手入れ、収穫と、3ヶ月から1年を要するこの過程を考えれば、私たちの活動はほんの一部の支援活動に過ぎない。それでも、「来年また来ますから」との言葉に「また頼むで」との声。この積み重ねのなかで、高齢農家とのネットワークが形成され、「大福。」での赤穂産野菜市の基盤が作られていった。

結びにかえて

以上のように、「大福。」の活動は、支援活動を通じて形成された周辺地域の高齢農家とのネットワークを基盤に、高齢農家のパワーを中心市街地の花岳寺通商店街(WEST)に持ち込み、両者の活性化を図ろうとする「地産地消」の試みであった。

この2年間にわたる活動は、地元のコミュニティ紙を含め多くのマスコミに取り上げられた。また、多くの人に花岳寺通商店街(WEST)に来て頂いた。ある一定の成果を出せたと考えている。ゼミ活動とは言え、授業やクラブやアルバイト等で忙しいなか、活動してくれた学生たちに感謝したい。その成果を次につなげるために、幾つかの課題を指摘して、本稿を終えたいと思う。

まず第1に、通りを行く人からすれば、「大福。」もほとんどシャッターが降りている状態であったことは間違いない。可能な限り平日も営業できるような運営組織を構築する必要がある。本文では触れなかったが、平成

18 (2006) 年3月より赤穂市人材シルバーセンター内の七宝焼きのグループ「橋会」が水曜日の営業に参画してくれたことは、大きな前進であった。今後はこのようなグループへの働きかけや、グループの掘り起こしに積極的に取り組んでいかなければならない。

第2に、赤穂産の新鮮野菜のニーズは非常に大きく、特別なイベント日以外の通常営業日の売上金額は1万円前後であった。商店街の店主や商店街周辺の人々（高齢者）が固定客となり、スイカや箱入りミカン等の重量のある農産物の販売では、デリバリーサービスのニーズも高かった。地元の高齢消費者にとって大型のショッピングセンターは「遠すぎる」、「広すぎる」のであって、花岳寺通商店街のサイズで、食料品や日用品が購入できるような商店街構成になれば、地元の高齢消費者に特化した商店街としての活性化は可能であるように思われる。その意味で、商店街全体の業種構成も真剣に考えなければならぬ。

最後に、高齢生産農家の支援事業は、非常に重要であると思われる。高齢化した農家にとって、農業を行うことは、生計の手段であるよりも、生きがい・元気づくりそのものであるように思われる。ほんのわずかであっても農作業を学生が支援することで、「来年もまた作るから」と励んでもらえる。大津年輪の会、中山営農組合、西川みかん農園等でそのような声を聞くことができた。赤穂で「地産」をどう支えていくか、今回のような「地産地消」による地域活性化モデル事業にとって非常に大きな課題である。それだけではない。「限界集落」という言葉を至る所で見聞きするが、伝統的な産業分類に関して言えば、日本の第1次産業はまさに「限界産業」である。世界の人口が増大している時代状況のなかで、「地産」をどう支えていくかは、将来にわたって日本人の食料をどう確保するかという非常に大きな問題にもつながっている。

註

- 1) 本プロジェクトでは「駅前通商店街」をもう1つの活動拠点にしたが、その活動の詳細については別稿に譲りたい。
- 2) 赤穂商工会議所『赤穂商工名鑑』を参照のこと。その昭和36 (1961) 年版、昭和41 (1966) 年版、昭和55 (1980) 年版には、その当時の賑わいのある花岳寺通商店街の風景が写真に収められている。
- 3) オープン日の様子は、赤穂商工会議所が主催する地域コ

ミュニティサイト「加里屋さろん.com」で紹介されている。また、「大福。」の継続した活動は、平成19 (2007) 年11月3日付けの『日経新聞』の「奮闘今どき商店街」でも取り上げられた。

- 4) そのなかには「接客マナーが悪い」「店が汚い」という厳しい声を頂いたこともあった。平成19 (2007) 年7月5日に「大福。」に講師を招いて接客マナー研修を実施し、接客マナーの向上に努めた。学生たちの「活動日誌」には次のような記述がある。「おばさんが『JAが遠いから助かる』と言ってくれた」（8月6日）、「経済や今の政治、アトピーの自然治療法、インターネットやニュースの話はずっと立ち話していたので面白かった」（9月13日）、「おばさんが『あんたたちがいないと寂しい』と言ってくれた。感動ですね」（10月6日）、「今日はたっくさんの商店街の人に『久しぶりやね』といわれました。大福。の存在が確実に花岳寺に定着している。（??）そう言ってもらえることが嬉しい」（11月3日）。学生の活動を支えていたのは、このような励ましや面白さであった。
- 5) 当日の様子については、上記の「加里屋さろん.com」や平成18 (2006) 年12月18日付けの『神戸新聞』を参照のこと。
- 6) 赤穂で最初に設立されたNPO法人「ゆめ空港」が平成16 (2004) 年度に実施した赤穂市中心市街地の商店街店主（4商店街、42店舗）を対象とした「商店街意識調査」によれば、商店街の現在の問題点として、16店舗（38%）が「空き店舗の増加」を挙げ、8店舗（19%）が「駐車場の不足」を指摘している。それ以外の、大型店との競合（5店舗）、業種の構成（3店舗）等の回答から総合的に判断すれば、店主は自助努力で現状を改善しようとするよりも、自らの力の及ばない所に原因を求め、他助に向かう傾向を有していると考えられる。さらに、今後の商店街の活性化の方向として、12店舗（29%）が商業集積体としての商店街の魅力向上を挙げ、11店舗（26%）が高齢者等地域住民の身近な買い物場であることを志向しているが、具体的な活性化プラン作成となると、積極的な関わりを持つとする店舗は7店舗（17%）に過ぎず、「関わりたくない」が11店舗（26%）、「ほかの人がするなら協力する」が17店舗（41%）となっている。
- 7) 第1回の様子については、平成19 (2007) 年7月17日付けの『神戸新聞』と8月5日付けの『相生ライフ』を参照のこと。
- 8) この活動には、2回生だけでなく、1回生や3回生の学生も参加した。