

特集

天理本通り商店街の再生と学び場構想



天理大学 人間学部 准教授 谷口 直子氏

我が国では人口減少・少子高齢化が急速に進行する中、東京圏への一極集中の傾向は継続しており、地域経済は産業の衰退、財政難といった様々な問題に直面しています。さらに足もとでは、これらの構造的な課題に新型コロナウイルス感染症の影響が加わり、問題はより複雑化しています。

一方でコロナ禍は、人々の意識や行動に大きな変容をもたらしており、地域の自主的・主体的な取り組みが地域の明るい未来を切り拓くチャンスにもなりえます。

以上のような状況を踏まえ、本誌では、地域に関して幅広い知見を持つ有識者の方々から、奈良県における地方創生・地域活性化に関する研究内容の紹介や提言を頂く寄稿シリーズを連載しており、今回は第7回目です（全10回連載予定）。

1 はじめに

天理市は奈良県の中中部にある、宗教名を冠する都市である。市の人口は、1995年（平成7年）の74,188人をピークに減少に転じている。

しかし、市内には寮制の高校や大学があり、全国から集まった若者が多く在学しているため、15才から24才までの若者比率は14%と、奈良県でも特出している。実際に町を歩いてみても若者が多く往来していて、駅や電車の中でも若者の活気に溢れている。

しかし、大学を卒業してから就職などを理由に市外へ転出する若者の転出超過は続き、現役世代の転出抑制が課題となっている。

市内はおおまかに5つの地域に分かれている。奈良市に近い櫟^{いちのもと}本地区、天理駅周辺の中心市街地、新興住宅地および工場地域でもある前栽^{せんざい}・長柄^{ながら}地区、山辺の道の中継ポイントで観光資源が集中する柳本地区、大和高原にある福住^{ふくすみ}・山田地区である。この5つの地域はそれぞれに特色があり、第6次天理市総合計画のキャッチコピーに「サトの豊かさ・マチの魅力」とあるように、ほどよい規模の住みやすい地方都市を形成している。中心市街地には天理教本部があり、天理駅から天理教本部までの約1kmが商店街となっている。近年、

天理教徒の高齢化も相まって参拝者が減少するとともに、自家用車による帰参者が増えて、駅から教会本部までのルートが主要な参拝路ではなくなり、それに伴って商店街の衰退が現実化してきた。天理市の商店街も、全国の商店街が抱える「高齢化」「跡継ぎ不足」などが課題となり、急速にシャッター商店街へと変貌しつつある。

そこで本稿では、天理駅から教会本部をつなぐ「天理本通り商店街」を天理市の象徴的なインフラと捉えて、これまで天理大学生涯教育専攻の学生たちが行ってきた調査活動を中心に、今後の商店街のあり方と再生構想について考えたい。

2 天理本通り商店街の現状

(1) 商店街の歴史

筆者は天理大学に着任以来、9年間にわたり本通り商店街の変化を見てきた。後述する商品開発やその販売で商店街に立ち続けた経験から、商店街の衰退を肌で感じていると言っても過言ではないだろう。

天理本通り商店街は天理駅と天理教教会本部を結ぶ1kmの間に約200軒の商店が建ち並ぶ奈良県でも有数の商店街である。その生成は石上神宮までの参拝道であったが、天理教本部（神殿）が完成してからは門前商店街として発展してきた。

天理教には毎月26日の月次祭と年に3回の大祭があり、その日に多くの信者が本部参拝に訪れる（帰参する）。また、夏休みを利用した「こどもおちばがえり」では商店街はごったがえし、県内では近鉄奈良駅周辺商店街を除けば、他に類のない規模で現存している。しかし、この約10年で商店街を通して参拝する人の数は激減している。着任当時、大祭の日には市内が渋滞で車が動かず、「こどもおちばがえり」期間は「車で通勤は控えるように」との通達が出た。ご存じの方も多いと思うが、天理市には広大な参拝者用駐車場があり、その駐車場でも賄えずに行事中は大学の職員駐車場も帰参者対象駐車場となった。このように、参拝者の交通手段が電車から車利用に変化してくると、教会本部の祭礼に直接参列してから、商店街を通らずに帰路につくことが多くなり、大祭や月次祭の活気から商店街が置き去りになってしまった。

2021年11月現在、商店街で開店が確認できた店舗数は157店で、閉まっている店は41店、シャッター率は20パーセントに及ぶ。3年前のコロナ禍前の調査と比較して、新規で11店がシャッターを下ろしていた^{注1)}。しかし、新規開店が3店と、明るい兆しも見える。

（2）天理らしさと消費

奈良県統計年鑑からピックアップしてみた興味深い数字がある（図表）。平成28年データによれば、大和高田市と天理市は人口と商業規模はほぼ同等であるが、「身の回り品」の販売額は天理市が大和高田市の倍額になっている。身の回り品とは「靴、履き物、鞆、織物等」であり、天理教信者の購入品が予想される。筆者が担当する「消費者教育論」でも、「メイドインジャパンの服を持っている人」と問えば、学生たちから「天理教の法被^{はっぴ}」との返事が返ってきた。なるほど、法被を

はじめとした天理教関連の身の回り品は商店街で多く販売されている。ひとつの専売産業として成り立っているのかと感心したものである。大和高田市も天理市も似通っているのは、市の境界あたりに大型ショッピングモールが出店したことである。消費者行動理論^{注2)}の視点からしても、消費者はショッピングモールに誘引され、市内での消費がますます減少する要因になっているだろう。しかしながら、天理本通り商店街では特殊な消費が継続しているという事実は興味深いところだ。このことをはじめ、天理ならではの事情があることが、このまちの消費の特色でもある。

図表：天理市と大和高田市の人口および世帯数と小売業の実数（2016年6月数値）

	人口等			小売業				
	人口 (人)	世帯数 (世帯)	事業 所数	年間商品 販売額 (百万円)	販売面積 (㎡)	織物・ 衣服小 売事業 所数	身の回り 品年間商 品販売額 (百万円)	飲食料 品小売 業事業 者数
天理市	67,012	29,885	474	49,628	63,531	79	3,631	136
大和高田市	64,156	29,707	422	48,696	53,110	75	1,561	112

【出典】奈良県統計年鑑 令和2年度 第10章商業 2.卸売業・小売業市町村別事業所数（従業者規模別）、従業者数、年間商品販売額及び売場面積より筆者が作成。人口世帯数は同年鑑（平成28年度 第4章人口）による。

3 商店街でのプロジェクト

（1）大学生による商品開発「天大生が考えた天理の新名物」

筆者の担当授業「生涯学習と経営」では、地元の特産物を使用した商品を大学生が企画して販売するまでを4回行ってきた（画像1）。

画像1：販売の様子



これまで販売した商品をピックアップしてご紹介すると「地元野菜の漬物」「奈良漬け生チョコ」「奈良イチゴのギモーヴ」「日本酒プリン」「ワインに合う麩のスナック」などである。中でも「日本酒プリン」は、商店街の日本酒蔵元稲田酒造の黒松大吟醸酒を使用して、市内の人気洋菓子店「マリアージュ」が

画像 2：日本酒プリン



天理の銘酒「黒松稲田純米大吟醸酒」を贅沢に使ったなめらかな日本酒プリン

作った濃厚な日本酒プリンである（画像 2）。このプリンは毎月の祭事で販売を続けて、総数 2,500 個を売り上げた（販売に関わった大学生はボランティアとして参加して、その収益はネパールに寄付）。

この授業の目的は「①PBL（プロジェクト・ベースド・ラーニング）による学び。プロジェクトの運営から『人を動かす』ことを学ぶ」「②自分たちが関わる地にどのような特産品があり、どのような生活が営まれているのかを知ること、土地に愛着を持つ」「③市内の事業者をつなぐことで、新しい企画を作り出し市場に投入するまでを学ぶ」「④大学生が商品販売をするという話題性から、市民に天理市の良さを再認識してもらう機会にする」といった効果を狙ったものであった。

販売に立つ月次祭などの祭事がある日は、広い道幅の通りを押し寄せるように帰る人波がつづき、人をよけながら歩くのも困難なくらいで、毎回、3 時間ほどで完売した。大学生が企画したということで、物珍しさも手伝って飛ぶように売れていった。しかし、いまではコロナ禍もあり、天理教行事も縮小されて、人通りも少なくなっている。

（2）商店街に対するアンケート調査

筆者は、3 年前より「生涯教育基礎演習」の授

業で「商店街のために大学生ができることプロジェクト」を続け、大学生たちと商店街に関わっている。コロナ感染拡大前の 2019 年度は、自由に活動が出来たので、「商店街来街者調査」「商店主調査」「大学生の消費調査」を行った^{注 3)}。

その結果、商店街に来る人のほとんどが「参拝の帰り」「山辺の道観光の帰り」「通路として利用する高校生や大学生」であり、商店街を目指して来街する人はほとんどいないことが分かった。

興味深かったのは商店主調査である。後継者がなく高齢化している商店街ではあるが、「いま、何かをしなければならない」と感じている商店主も一定数おられるということが分かった。3 枚の質問紙の裏面までを使い、危機感を書いてくださった商店主もいた。

ここでは、自由記述欄に書かれた強い思いを中心に紹介したい。

Q. 天理駅前にできたコフフンの反響（影響）はありましたか。

- ・遠方のお客様が増えた。
- ・コフフンのイベントで店舗を出しているの、よい影響は感じている。
- ・イベントがある日は、商店街をぶらぶらする人がいるようであるが、何をするでもなくそのまま帰ってしまう。
- ・駅前の無料駐車場で駐車するので、（コフフンで遊んだら）そのまま帰る人がほとんど。
- ・駅前と商店街は別世界という感じがする。
- ・（コフフンから）商店街へ来る人は軽微で悪い影響しかない。
- ・客層とニーズが違うため、影響はさほど感じていない。逆に言うと、集客が商店街に波及していないといえる。

・（コフフンの）建設費や維持費を考えるともっと有意義な税金の使い方を考えるべき。
などの批判的な意見が多かった。

2017年4月に「天理市のにぎわいづくり拠点」としてオープンしたコフフン（CoFuFun）は、世界的デザイナーが手がけた施設として注目されたが、商店街の入り口に近い店舗を除いて、当初の期待に反して波及効果が小さかった。

Q. 本通り商店街の長所と短所を教えてください。

店主が感じている商店街の長所および短所を聞いた質問では、長所は「屋根がある」をほとんどの店主が回答していた。一方で短所は「空き店舗が多い」「人通りが少ない」「イベントがない」「閉店時間が早い」「活気がない」「利用者の高齢化」「休憩所が少ない」7項目の選択肢にすべて○をつけたうえで、「後継者がいない」「次世代が経営をやめていく傾向がある」と後継者不足を訴える回答が複数あった。

現経営者のほとんどが高齢化していることから、近い将来にはシャッター商店街になる可能性が明らかになった。

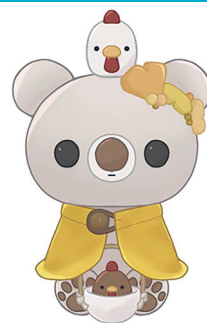
（3）「商店街プロジェクト」にみる、大学生の潜在能力

3年間にわたる「商店街のために大学生ができることプロジェクト（通称：商店街プロジェクト）」では、約1年半のあいだコロナ禍で実際の活動ができないなか、動きに制約を受けながらも、大学生からの様々なアイデアを生み出してきた。

まずは2019年度に行った商店街キャラクターの発案である。学生の姉がフェルトでマスコットをつくるのが得意で、キャラクターを制作してくれた（画像3）。

このキャラクターは、天理市の象徴であるイチョウの妖精だという設定で、イチョウの葉をマントにして石上神宮のニワトリを頭に乗せているという愛らしい姿である。2020年2月に開催された商店街プロジェクトの発表会で好評を得て商品化も話題になったが、コロナ禍で頓挫している。

画像3：商店街プロジェクトのキャラクター



2020年度のプロジェクトでは、このキャラクターを学生に見せたところ、写真をイラストにできる友人に依頼し、シールに仕上げてくれた（画像4）。商店街の魅力あるお店を取材して「大学生が勧める店」として発信するために取材を始めたところで、コロナ拡大によるオンライン授業の継続もあり、時間切れとなってしまった。

画像4：取材紹介店に配布するステッカー



本年度もまた、オンライン事業に阻まれながら、ようやくコロナ感染拡大が落ち着き、10月からは活動が再開できるようになった。今後、本プロジェクトはアンケート調査に基づき、商店街の魅力を情報発信する活動をしていきたいと考えている。このプロジェクトの一連の流れをみて、大学生の潜在能力に驚いた次第だ。

（4）大学生の購買能力

店主との懇談のなかで「大学生は使えるお金が少ない」という意見が出されたことがあった。確かに、遠方から帰参する天理教信者は旅行者気分もあり、財布のひもも緩みがちだろう。実際に、日本酒プリンも20個、30個と購入してくださる大口のお客さまも存在した。そのような人に比べ

ると大学生の消費額は小さいかもしれない。しかし、天理大学には3,000人の大学生が所属していて、商店街で消費をすれば大きな効果となる。

大学生への消費アンケートでは、大学生は商店街の特定の店舗のみを利用していた。主にはラーメンやたこ焼き、カフェ、クレープ店などの飲食店、カラオケや100円均一店、書店など利用店は限られている。しかし、実際に学生と商店街を歩いてみれば、昭和レトロな喫茶店には「かわいい」と反応して、肉屋さんのコロッケが食べ歩きできることに驚き、カバン店の品揃えや安さに感嘆の声をあげる。大学生の行動時間と商店街の営業時間が合わずに、情報がほとんど伝わっていなかったことが分かった。

また、同調査では、大学生の可処分所得のうち、1ヶ月で自由に使える金額を聞いたところ、15,000円～20,000円未満が10.1パーセント、20,000円～30,000円未満が18.2パーセント、30,000円～40,000円未満が同じく18.2パーセント、40,000円以上が14.1パーセントと30,000円以上の消費ができる大学生が全体の32.3パーセントにおよぶことが分かった。このことから、本人の娯楽だけではなく、父の日・母の日・敬老の日・帰省土産などのギフト消費も十分見込める。そういった大学生の商店街への呼び込みが商店街プロジェクトの目的のひとつでもある。

4 天理市の潜在資源を活用する

（1）天理市のコミュニティとソーシャルキャピタル

天理本通り商店街に関わった学生の感想は、「みなさん、優しい」ということだった。初年度に参加した商店街のイベント「ミュージックストリート」のポスターを貼ってくれるように学生が各店に依頼に行った。おそろおそろ店に入る学生たちが、

帰りには明るい顔で「貼ってもらえた」と言ったことは、印象的だった。「人情深さ」は筆者も強く感じている。これは、天理教の連帯感だけでは説明できないホスピタリティである。天理市全体が「おちば」として「ようこそおかえり」で信者を迎えてきた資質があることが商店街でも生きている。

市民の規範意識、互酬性、協調性、ネットワーク等を取り上げ観察すると、天理市は日本でも有数の「ソーシャルキャピタル（社会関係資本）」^{注4)}を持つまちである。

（2）天理市まると学び場構想

天理市環境連絡協議会は2021年度環境省ローカルSDGs「地域循環共生圏づくりプラットフォーム事業」に選定された。筆者は「まちづくりSDGsで天理を再ブランディング」でプロジェクトリーダーを務めている。このプロジェクトには他にも「水と緑（自然環境）」「再生エネルギー（ゼロカーボンシティの実現）」の2プロジェクトがあり、環境に優しい「エコシティ天理」の実現を目指している。「エコシティ天理」の「ありたい未来」は、「市民や事業者が連携して、生きがいや愛着を持ちながら、安心して住み続けられるまち」である。すでに26団体が、ステークホルダー（利害関係者）として参画している。

このプロジェクトのために、市内の5地域のリーダー的存在の方9名に対し、学生とインタビュー調査を行った。その結果は、予想を裏切った。もちろん、「過疎化」「少子高齢化」とそれに伴う「耕作放棄地や空き家の増加」等、天理市がかかえる課題については認識があるものの、地域をポジティブに捉えながら、それぞれの地域の特性を活かしたまちづくりに取り組んでいた。

そこで、「まちづくりプロジェクト」では、「住み続けられるまち」をテーマに、抽出された「商

店街の再生」「若者の市外流出超過」の課題を解決できる2つの解決策を実行することとなった。ひとつは、「天理市まるごと学び場構想」である。あとひとつは「お手伝いネットワークのプラットフォームづくり」である。

「天理市まるごと学び場構想」は、大学生のフィールドワークだけではなく、市民との「学び合い」を醸成していく生涯教育^{注5)}の考え方である。また、「お手伝いネットワークのプラットフォームづくり」は、SNSを利用して手伝いを求めているソーシャルイノベーターと応援したい人をつなげる、クラウドファンディングの労働版である。この取り組みによりソーシャルビジネスの起業家を育て、若者の雇用を増やせないかと考えている。

今後、「地域循環共生圏づくりプラットフォーム事業」のまちづくりプロジェクトでは、まずは、本通り商店街から天理市ならではのユニークなまちづくりに取り組んでいく計画である。

5 おわりに

商店街の衰退は天理教との関係が色濃い。筆者は天理教の信者ではないが、このまちの清々しさ、美しさ、慎ましく丁寧な市民の特質に好感を持っている。上述したように、市民の規範意識、互酬性、協調性、ネットワーク等を取り上げ観察すると、日本でも有数の「ソーシャルキャピタル（社会関係資本）」が高められているまちである。

天理市で最大のインフラである商店街を、このままシャッター通りにしてはならない。これらの社会関係資本を活かして、市民の手で再生事業を行う潜在能力が天理市にはあると考えている。まずは、大学生が商店街のことを学び、学びのフィールドとして活動して、「商店街のためにできること」を深めていき、そこへ小中高校生が参画する

ことで商店街を再生へと動かす原動力となるのである。その若者たちと関わる大人達が「学び合う」ことが、「学び場構想」の真の目的である。

【参考文献】

奈良県統計年鑑 平成28年度・令和2年度
田中洋（2008）『消費者行動論体系』、中央経済社

【注釈】

注1）3年前に筆者と学生がプロジェクトで調査した数をもとにした。新たに確認できた11店については完全閉店なのか、コロナ禍による一時的な閉店かは不明である。

注2）ハフモデルでは、消費者がある商業集積を選択する確率は、その売り場面積に比例する。また、自宅からその集積までにかかる所要時間には反比例するとされている。田中洋（2008）

注3）商店街のアンケートは、「来街者調査」（2019年11月13日実施 56名）、「商店主調査」（2019年12月実施 留置法 67店舗から回収）、「大学生対象アンケート」（第1次 65名回収、第2次 30名回収）の3対象に対して実施した。

注4）ソーシャルキャピタル（社会関係資本）は、社会の「信頼性」「規範」「ネットワーク」などを社会のソフト資本として捉え、人々の協調活動が社会の効率性を高めると考えられ注目されているが、その計測困難性から実態の把握が難しいといわれている。

注5）文部科学省は「生涯教育は国民の一人一人が充実した人生を送ることを目指して生涯にわたって行う学習を助ける」と定義している。

【プロフィール】

天理大学 人間学部

准教授 谷口 直子 氏



2000年立命館大学経営学研究科博士課程前期課程修了。天理大学人間学部人間関係学科生涯教育専攻准教授。

奈良県消費生活センター勤務後、2011年より奈良産業大学（現 奈良学園大学）を経て2013年より現職。専門は「消費者行動」「消費者教育」「商品開発」「地域経営」。