

# 歴史的遺産を活用した地域活性化の研究 近江長浜のケーススタディ

## Regional Revitalization Through Historical Assets Case Study of Ohmi-Nagahama

鳥 居 信 彦\*

### Abstract

This paper examines how the historical assets of Japanese cities are utilized in assisting with city and regional revitalization. In the case of Omi-Nagahama, instead of trying to promote a pattern of thinking about historical preservation, the city focused its efforts on revitalizing one of its shopping districts. It was also significant, however, that the movement began with the restoration of a historical landmark, the Kurokabe Bank, and the subsequent movement of a glass company's operations into that building. The success of this revitalization would not have been possible without Mr. Shirou Sasahara, a key person in this movement. He played a significant role in developing the first company for town-planning in Japan.

キーワード：黒壁／キーパーソン／まちづくり

### はじめに

今日の日本において元気のいい都市を探すのはむずかしい。しかし、着実に観光客を集め、他の地域に奪われていた中心的な商業地域としての地位を取り戻すことに成功した例が、「西の長浜（黒壁）、東の川越（一番街）」だと言われる。歴史的遺産を単に残す・保存するということだけでなく地域の商業活性化に利用し成功した地域である。ここでは1989年開設の黒壁スクエアを中心にその過程を検証する。

### I 歴史、資源

長浜市は、琵琶湖の東北部に位置し、東に標高200m余りの「横山連山」が起伏する。北陸縦貫道路・国道8号線といった主要道路の中継点であり、京阪神や北陸路への交通の要衝にある。伊吹山からの琵琶湖に注ぐ姉川の扇状地につくられた湖北の中核都市である。

天正年間に秀吉は、「今浜」を「長浜」に改名し、小谷城下などの商人たちを集めて、楽市を敷いた城下町を作ったのが、現在の長浜の基となった。秀吉から賤ヶ岳の戦いの功績により、町衆の保護と自立を目的に「町屋敷年貢免除」（免租地）の朱印状を与えられた。それは、江戸時代を通じて明治維新まで続き、商工業都市としての発展に大きな力となり、また長浜に「町衆自治」の精神が育まれる基となった。長浜城主であった秀吉は、のちに男子の誕生を祝って町民金子（砂金）を贈った。秀吉に強い恩義を感じている町衆は、この金子を元に曳山を建造した。長浜の春を彩る「長浜曳山祭り」はこうしてはじまったといわれている。曳山は、初めは簡単な造りであったと思われるが、その後、江戸時代の中ごろに各山組が各地の名工を招いて、今日の豪華絢爛な曳山が作られた。これも浜縮緬、ビロード、蚊帳などの商工業により蓄積した富力が大きなよりどころとなっており、自治の気風も大きく育っていった。市街地には、真宗大谷派長浜別院大通寺があり、湖北の真宗の中心地として人々の心のよりどころとなってきた。当地では「御坊さん」の名で親しまれ、

\* Nobuhiko TORII  
北陸学院高等学校

長浜はこの寺の門前町としても賑わってきた。

明治に入ってから、県下で最初の小学校や銀行を作り、わが国3番目の官営鉄道建設を進めるなど、長浜の町衆は、その進取の気性で文明開化を先取りしてきた。

戦後一時、長浜を特徴付けてきた「町衆自治」に陰りが見えていたが徐々に回復し、高度経済成長期が落ち着いた昭和50年代、長浜市は新たなまちづくりを模索し始める。その端緒となったのが、昭和58年に市民の寄付によって再建された長浜城である。同時に「出世まつり」と銘打って各種のイベントが繰り上げられた。この盛り上がりが市民共有の理念に結び付き、昭和59年3月には、新しい文化を生み出し、個性ある魅力のある町づくりを進めていこうという「博物館都市構想」が策定された。

「博物館都市構想」は、「伝統を現代に生かして美しく住む」、「先人の情熱や英知に学び、進取の気性を継承する」ことを2つの柱にしている。つまり、進取の気性と伝統を大切に、文化を尊ぶ町衆の心意気、地域固有の資源と暮らしの中で培われてきた知恵を現代に生かし、さらに磨きをかけることによって、長浜ならではの新しい文化を生み出し、個性と魅力のあるまちづくりを目指そうというものだ。経済誌調査では1996年に「住み良さランキング」で2年連続1位となっている。2008年度版では20位であるが依然高い数字を維持している。長浜城歴史博物館をはじめ、ガラス館「黒壁」や大通寺・神照寺等の有名寺社は観光の名所として、また、1月から3月の「盆梅展」、4月に行われる日本三大山車祭りの「長浜曳山祭り」の子供歌舞伎には多くの観光客が訪れて賑わっている。

構想の策定以来、市民と行政の協働作業で、ハード、ソフトの両面から取り組みが進められ、長浜の都市的魅力と都市イメージを高めてきた。「出世まつり着物大園遊会」や「芸術版楽市楽座」の開催、「北国街道」や「ながはま御坊表参道」の整備、「国友鉄砲の里づくり」や「アメニティ活動」など、すべて市民が自らの町の特性を知り、それを誇りとすることによって、かけがいのない地域資源としていくことを目指す「市民総学芸員制度」など、構想に基づいたまちづくりを展開している。

構想策定から10年を迎え、長浜市を取り巻く環境は大きく変化した。そこで、これまでのまちづくりの取り組みを検証し、博物館都市としての新たな第1歩を踏み出していくため、「新・博物館都市構想」を策定した。新構想では、「人が町を動かす」ということを原点にして、生活の楽しさを基本に、まちも、人も世代を超えて共存できる連続性と多様性のある「人が豊かに住むためのまち」を目指している。

平成18(2006)年2月12日平成の大合併により旧浅井町・旧びわ町を加え新・長浜市となる。面積149.57 km<sup>2</sup> 人口82,676人(平成18年度)面積で約40%、人口で24%増加した。

2008年には長浜市による平成30年を見据えた「観光イノベーション戦略」がまとめられ、日帰りだけでなく滞在型へ、彦根・近江八幡・敦賀・小浜・大垣・岐阜などの広域観光圏を目指す次の取り組みがなされている。

## Ⅱ 地域活性化の進展

長浜の地域活性化というよりも、「黒壁」に代表される新しい地域活性化の形態がどのように発生し、どのように進展したがこの節の中心である。歴史的遺産を活用した点は高山や他の地域と同じであるが、それを商業施設として活用し民間による地域の活性化の方法として、また成功例として長浜・黒壁の存在価値がある。

長浜も、地方の一都市として中心市街地の衰退に無縁であったわけではない。在地の商店街と大資本の大型ショッピングセンターの進出による戦い、というよりもその戦いは一般的に地元に勝ち目が無いのは明らかであるが、それが1988(昭和63)年に長浜で起こった。長浜市郊外に西友の「長浜楽市」がオープンしたのだ。そうでなくても1980年代後半の長浜の中心市街地の衰退は、町の祭を出せない商店街も出現するありさまであった。西友以前でも彦根の平和堂が70年代に長浜に進出して来ていた。

この頃の様子を物語る黒壁の実質的最高責任者・笹川の言葉がある。1988年黒壁前の通りの通行量である。「通行人4人に犬1匹」。その後の発展を矢作の著作を中心に見ていく。(1997)

「黒壁」という建物がある。もとは1900（明治33）年に建設の第百三十銀行である。その後カトリック教会として白く塗られていたが本来は黒漆喰仕上げで「黒壁」の名で親しまれていたという。この建物の取り壊しが決まりかけていたのが1987年の暮れである。市教育委員会から黒壁保存の相談を受けた笹原ら七人が急きょ黒壁買い取り資金を持ち寄り破壊寸前で黒壁を買い取る話がまとまった。七人が最初に集まったのが1988年1月15日、3月には買収を終えていた。地元有志が9000万円、長浜市が4000万円、計1億3千万円で1988年4月11日株式会社「黒壁」が設立された。第三セクターによる町づくり会社である。出資金の内1億円を土地建物の買収、さらに2億円を投資して世界のガラス製品を取り扱う「ガラス館」をオープン。

「ガラス館」オープンまででの経緯は、まず建物を買収することが先でその後の活用については出資者の誰もアイデアはなかった。黒壁に出資したのはホテル、建設、金属加工、繊維卸、貸しビル、酒販、信金、倉庫業者・経営者であった。町づくりの経験など皆無の集団である。昔からのちりめんを使ったアイデア、陶器工房などが検討された。最後に、京都で手広く貸しビル業を営んでいる長谷が「ガラスで行こう」の段を下したのである。理由は欧州のどの都市の吹きガラス実演現場には人だかりがある、高級ガラスの前には女性の姿があった、女心をとらえた商売に失敗は少ない、であった。これからの町おこしは「国際性と文化・芸術がキーワードになる」という読みもあった。もともと長浜にガラス工芸があったという事ではない。役員一同手分けをし探っていったのである。高い技術を持つガラス職人を探すのにも苦労したという。高級手作りガラス製品を自らの手で、という思惑があった。

その後、大きく黒壁は発展する。そこで取られた手法が他の地域とは違っていた。例えば、ギャラリー（黒壁6号館）は、黒壁が借家をし建物修理したのもである。古美術店（黒壁7号館）と郷土料理レストラン（黒壁8号館）は黒壁がいったん買収したものを修理、それを売却するといった方法を取っている。ガラス鑑賞館（黒壁10号館）は空家を買収ったものである（福永1999. p.84）。

『株式会社 黒壁 概要』では現在 ガラスショップ、工房、ギャラリー、ガラス美術館、レストラン10館を直営。グループ館として黒壁まちづくり事業に参画する17館と共に活動している。年商と入館者数は以下の通りである。現在、黒壁のホームページには、「黒壁28号館」までの18館を見ることができる。

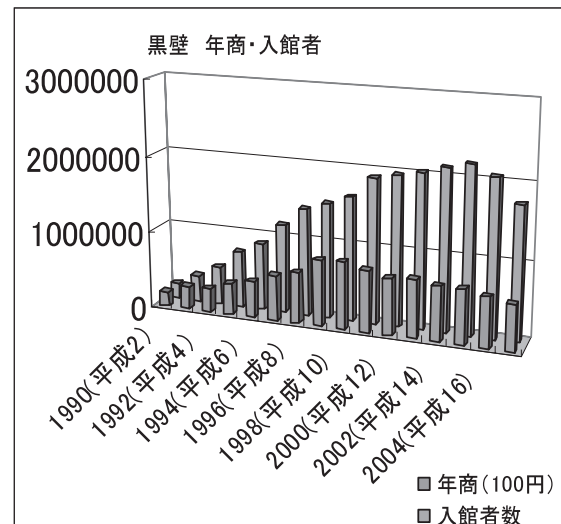


図1 黒壁・年商、入館者数の推移  
(1989年は9ヶ月営業)

表1 黒壁 年商・入館者の年次変化

年度	年商（百万円）	入館者数（人）
1989（平成1）	123	98,000
1990（平成2）	190	205,000
1991（平成3）	300	345,000
1992（平成4）	304	492,000
1993（平成5）	410	737,000
1994（平成6）	478	878,000
1995（平成7）	589	1,162,000
1996（平成8）	667	1,402,000
1997（平成9）	862	1,508,000
1998（平成10）	877	1,623,000
1999（平成11）	809	1,898,000
2000（平成12）	740	1,955,000
2001（平成13）	762	2,022,000
2002（平成14）	719	2,107,000
2003（平成15）	713	2,177,000
2004（平成16）	660	2,048,000
2005（平成17）	607	1,738,000
2006（平成18）	県統計調査	→ 2,113,900



黒壁以前にも地域の活性化に関し取り組みは行なわれてきた。1983（昭和58）年の市民による長浜城再建それに付随したイベント「きもの大園遊会」（1984～）、市行政による「博物館都市構想」（1984）、「芸術版楽市楽座 AIN」、「風格のあるまちづくり市民会議」（1982～）、1986年からの「ながはま御坊表参道」事業でのアーケード撤廃・石畳化・店舗概観整備などや、「北国街道再生への取り組み」（1984～）である。しかしながら長浜中心市街地では今なお空き店舗が発生しているということも事実である。今日の長浜の隆盛は、「黒壁」の成功の上に成り立っている。観光客は驚くべき増加を見せた。黒壁の十年はもはや神話化されるようになった。しかし99年三月期の決算では初めて経常利益減を体験した笹原社長は、ガラス事業に特化する最初の姿勢を堅持しようとしている。黒壁自体の成立過程は以上のようなものであるが、次節では黒壁自体の特徴と更なる展開を考察する。

### Ⅲ 黒壁の特色

黒壁の概要と特徴を見る。『株式会社黒壁 概要』から経歴、構成、組織を以下に挙げる。

設立年月日 昭和63年4月11日  
資本金 払込資本金 440百万円  
授權資本金 520百万円

#### 業務内容

- 1 国内ガラス工芸品の展示販売
- 2 海外アートガラス輸入、蒐集、展示販売
- 3 ガラス工房運営、オリジナルガラス作成販売
- 4 食堂喫茶の運営
- 5 ガラス文化に関する調査研究、イベントの企画運営
- 6 まちづくり文化に関する情報、資料の収集、提供
- 7 国際交流に関する業務（関連会社バイリンガルジャパン）
- 8 旅行業



2008 筆者撮影

図2 黒壁

#### 株式の状況

- |               |        |
|---------------|--------|
| ①会社が発行する株式の総数 | 5,200株 |
| ②発行済株式総数      | 4,400株 |
| ③当期末株主数       | 44名    |
| ④大株主          |        |

表2 黒壁・株主一覧（初期）

株主名	持ち株数	出資比率
長浜市	1400（株）	31.81（％）
長浜信用金庫	150	3.41
（株）滋賀銀行	150	3.41
（株）びわこ銀行	150	3.41
琵琶倉庫（株）	150	3.41
（株）材光工務店	150	3.41
（株）大垣共立銀行	100	2.27
（株）長谷ビル	100	2.27
（有）さざなみ酒店	100	2.27
高橋金属（株）	100	2.27
北びわこホテル住文	100	2.27
（株）原田	100	2.27
黒壁社員持株会	100	2.27

全国での数多くの地域活性化の試みは失敗、若しくは効果があまりでていない。なぜ黒壁は成功したのであろうか、その特徴を川端（1999p.35）は次のようにまとめている。

- ①黒壁の「郊外店にはできない業態とサービス提供」という方針は格別目新しいものではない。しかし、それを打ち出すためこれまで地域内になかった業種、業態（ガラス工芸製造販売と教室）からスタートしたのが他と違う点である。
- ②地域の歴史性、資産を生かした整備という点で

は従来の町並み保存の考え方と近いが、旧銀行や民家の中庭の持つ雰囲気を活用でも博物館的なものではなくあえて商業施設としての賑わいを創出した点は形式的な「公共性」に縛られた従来の歴史的町並み整備とは一線を引く。

- ③「出来るところからやっていく」という黒壁の考え方は従来のマスタープラン型と逆の発想である。従来の形では「あるべき姿」の実現のため、個々の事業は計画決定され実施される。しかし事業を進めるための民間投資がついていかず、採算性を考えなくてよい公共投資が先行し本来の「賑わい」の創出にはつながらない場合が多い。失敗を恐れるあまり低リスクの「金太郎飴」型事業を実施してしまい大胆な再生事業に挑めない。実験的事业が必要なのである。黒壁の場合、関連会社が手がける感響フリーマーケット・ガーデンやプラチナ・プラザがこれに当たり地域社会との繋がり、雇用問題解決の可能性のある NPO 型の事業である。
- ④中心市街地の活性化の主体は民間でという認識がない限り再生は成功しない。今まで行政側からの出向者でしめられる経営陣が経営のアマチュアであるため経営危機に陥った事例は多い。
- ⑤外部に対してオープンな姿勢。長浜外の個性的な企業が黒壁のイメージや戦略に合致する限りはその参入を積極的に進めてきた。川端以外にも以下のような指摘がある（中日新聞 1999.6.7）。
- ⑥女性の登用である。入社一期生 6 人は全員女性、現在パートを含めた従業員は約 220 人その内、男性は 8 人のみである。その効果はディスプレイのセンスに極端に現れる。
- ⑦女性の登用と関係しているが、不良在庫を持たないことである。いくらメーカーとの付き合いがあるといっても売れないと判断すれば数個しか注文しない。細かい発注の仕方が主婦感覚であるというのである。

第 1 段階の黒壁はどのようなコンセプトで動き始めたのであろうか。黒壁の仕掛け人である笹原司朗のインタビュー記事から探してみる（1998）。

黒壁の原点である「第百三十銀行」の保存の経緯については前に述べた通りである。ガラス事業

の経緯も述べた。事業を興すときのコンセプトである。まず最初に一億三千万円の会社を作るということである。その内訳は民間が 9000 万、市が 4000 万である。市は株主としては最大であるが 70%が民間資本であるので経営からは遠慮せざるを得ない。さらに取締役会が経営の方針をきちんと決めていく、純粹に経営的観点から過半数で善し悪しを決めていくのであって市の考え市民の要望は会社として関係ない、市民の意見を聞いていれば経営が成り立たないとされる。1 年目から資本金以外の補助金は一切受け取っていない。その代わり責任を持ってしっかりと経営をやる。また、行政は責任をとりきれない。④参照

次に、事業化できないものは全部止めるということである。役員会できちっと事業化し、予算案を作り、これなら絶対に損をしないという計算の上でやる。会社としては当たり前のことである。

3 セクの会社として最初ガラス館、吹きガラスの工房、フランス料理店の三つの建物から始まったのであるが、大手の資本のスーパーには資本金では到底かなうことが出来ない。そこで金の力で出来ないことは何かという所から始めて三つのコンセプトが立てられる。「建物を含めた歴史」「まつりを含めた文化芸術」「国際性豊かな日本」である。この三つを内在させた事業をやる。これが最初のコンセプトである。ここまでが第一段階である。最初から黒壁のプロジェクトはマスタープラン、基本計画がない。出来るところからやっていく。その余勢を借りて次へと行くのである。川端のいう③である。

第 2 段階はオープンして 5 ヶ月、何とかなるという感触を掴んでからである。

役員会でもう少し拡大してはという話が出され、「北国街道をガラス街道へ」という発想が出てくる。北国街道沿いの古い街並みをリニューアルさせながら新しいガラスの文化を取り入れようということである。歴史を生かすという最初のコンセプトである。これまた出来るところからの、小さい早い実行であったが、市がきちんとした都市計画の中での保存でないと困る、虫食い状態では駄目だということだったが、それが 10 年経つと整備されことになる。川端のいう②③である。

ガラス事業に関して、つくる・見せる・売る、



という総合的な事業を行ってガラス街道をとしてグレードアップしていくのだが、この取り組みの中での注目点は、中央市街地の商店街だから、みやげ屋を一軒も入れない、観光地にしないということである。新しいビジネスの創出が中心である。

地域の人に対しての合意形成が、早い実行により影響される面も忘れてはならない。リニューアルの一方に市の景観協定がある。市の要求を満足していなと許可が下りない。そうするうちに改装に対する統一感を気にするという意識が出てくることになった。街道の整備は行政の仕事である。しかし徐々に官民共同が増えてきたとされる（長浜市 1993p.50）。民間の建物修復に対し半額補助（最高 200 万）制度もあり、黒壁の経営に市はあまり口を出さず、行政の理解があったと笹原は言う。これも④に若干関係する。

つぎに、黒壁地域への出店である。一般的には長浜の住民を優先的にする、他の地域の人間には絶対に貸さないのが普通であろう。しかし大津や京都からやる気のある人間を入れている。⑤である。

補助金を使わない方が覚悟して入るから経営力は強くなる。お金では出来ないことをやってきた。郊外店型と郊外では絶対に出来ないノウハウを持

った店舗の棲み分ける形の店舗を紹介してきた。最初は黒壁のみの点で、次に北国街道で線になり、そこから郊外店と棲み分ける商店街という面になって来たという事である。川端の指摘する①である。

笹原はこう言う。「ある学者が、金沢の町は面白くない。その理由は都市化、平準化である。東京の町が良いと思って真似をして平準化してしまって特徴をなくする。皆が鬼を殺している。光は高く輝こうと思ったら陰がないと駄目である。それが抑揚であり、野性味であり、その町の特徴である。風格はあるけれど使いにくい古い家、何となく狭い道のこと、車が通るから広げてしまうのだが、歩く幅からいえば狭くていい。そのような鬼を生き返らせなければ特徴のある町は出来ない」という講演をした。長浜は秀吉が作って 400 年続いた町だから絶対によい特徴が残っているはずだから、気づく前にそれを壊さないように残そうと思った。この時初めて気が付いた。そういう意味では自然に街並みが保存できていると思いますよ」と（1999）。

笹原はこうも言う。一番大事なことは早い実行。さらに、すごいスピードでやるので独断的になりやすい面もある。独断的であっても経営者として

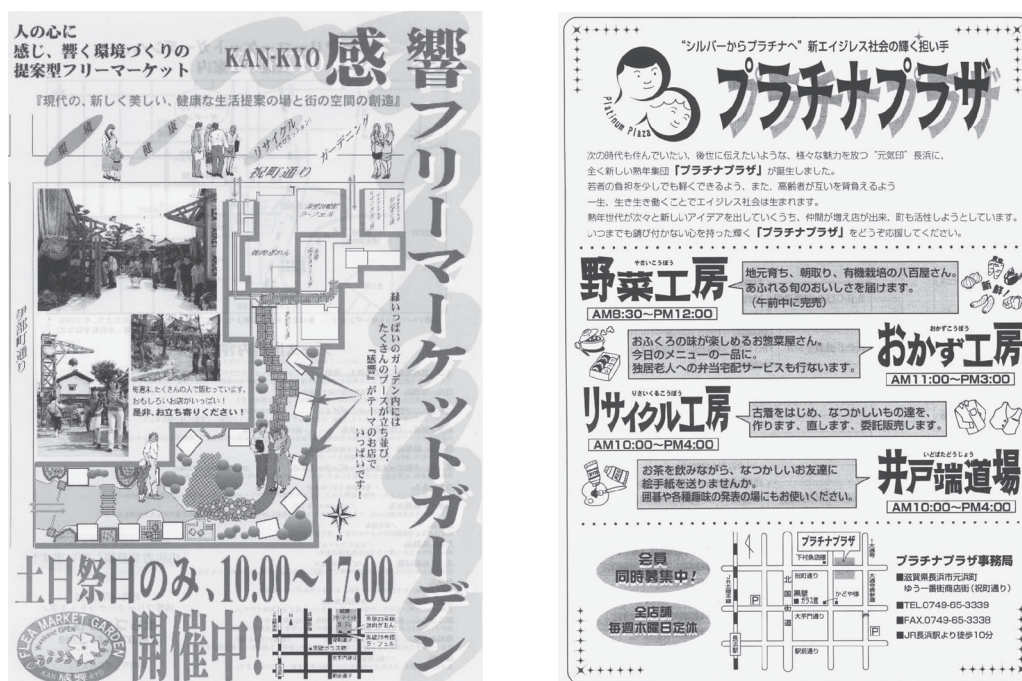


図3 パンフレット 1999

自分は町のために良いことをしているのだという倫理観を常に持つことが大切である。倫理観を持つと、自分だけ儲けてやろう、「黒壁」だけ儲けてやろうという欲が離れる。この二つを両輪においてやってきました。

第3段階では1997年からのプラチナ・プラザの開始である。これは経営意欲のある55歳以上の人が経営会員として5万円ずつ出資し市と県の補助のもと熟年のシルバー世代が店舗を経営するものである。おかず工房、野菜工房、リサイクル工房、井戸端道場の4店舗である。若者の負担を軽減し熟年世代の自分で儲けてお互いに背負いながら町を活性化する試みである。さらに、「新長浜計画」という新会社がある。黒壁も500万円出資する町中の有給不動産を活用する会社で、16社、8,000万円で始まった。空き展対策も含めた不動産関連会社で、遊休不動産を5万円で借り8万円で貸す。修理をしたら10万円で貸す。出資者も役員もかなりだぶった黒壁の別動隊である。

環境に関しては、湖北を環境ビジネスを起こす町にしようと「まちづくり役場」が中心になって行っている。このビジネスと消費者を結びつける一つの提案として、感響フリーマーケット・ガーデンを提唱し、環境、健康、リサイクル、ガーデニングの四つのテーマで27のブースをもち、感響をテーマとする店が並んでいる。蚤の市のフリーの意味である。大手の進出店は地元以上の環境基準をクリアしないといけなから、徹底的に環境に配慮する商店街を造っていたら大手流通資本の進出に対して拒否が出来るのである。

この感響フリーマーケットは黒壁プロデュース、新長浜計画投資、まちづくり役場運営という新しい黒壁の動き、第3段階の動きである。99年三月期決算で黒壁は経常利益を下げた。減は、黒壁草創期に立ち戻る気持ちの確認、ガラスの黒壁という原点への反省と未来へ向けての良い意味での機会であった。

黒壁以外の会社の例としてプラチナプラザを挙げたが、他にも観光物産センター「お花館」がある。黒壁の先駆をなす事業であるが、長浜の他の商店街でも再生事業がなされてきたことも重要である。

#### Ⅳ まとめ

黒壁の基本はあくまでもガラス事業である。長浜の北国街道沿いにガラス文化をを埋め込んでいくことである。さらに、三セクといえども独立採算の株式会社である。ただ、純民間は考えていない。「自治体の信用」と「民間の経営」の両面が三セクの持ち味だとする。(毎日1999.5.7)その発展過程を整理すると以下ようになる。(図4)

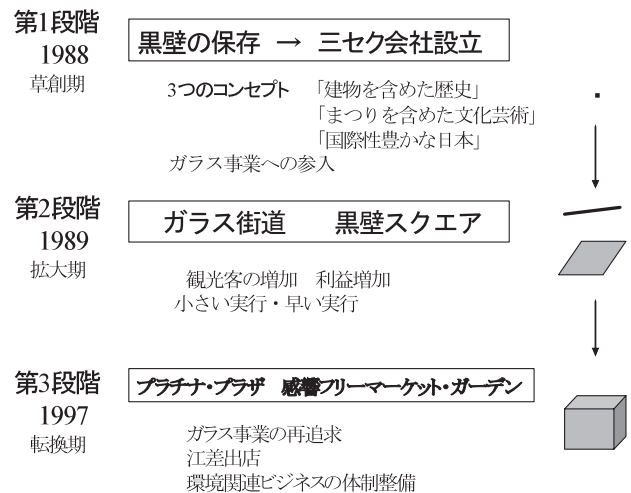


図4 黒壁の発展過程

黒壁という点から街道という線・スクエアという面、さらに住民全体の環境を含めた空間への動きを見せる。しかし、これだけでは黒壁の成功は説明できない。前節に上げた黒壁の特徴がうまく機能しているが、さらに推進者でありカリスマ性まで備えた笹原司朗を抜きには考えられないであろう。時の利を的確に捉えたことも忘れてはならない。バブル崩壊期ならば黒壁設立当時集まった投資金の半分も集まらないかもしれない。長浜という人口6万人弱(当時)の地方都市、ある面では交通体系から取り残されていた地域性を考えなければならない。だからこそ黒壁銀行が残ったともいえるのであるが。

黒壁事業と他の地域の比較をすると以下の表にまとめられる。(表3)

表3 黒壁と他地域との活性化の比較

黒壁	一般的な方法
郊外店にはできない業態とサービス提供 ガラス事業に特化	郊外店にはできない業態とサービス提供 今までの事業の継続
地域の歴史性、資産を生かした整備という点 商業施設としての賑わい創出	地域の歴史性、資産を生かした整備 保存中心 観光に特化
マスタープラン型と逆の発想	マスタープラン型
活性化の主体は民間プロ意識	行政からの天下り アマチュアの意識
外部に対してオープンな姿勢	よそもの排除
補助金使わない	補助金の積極的使用
女性の登用 積極的	女性の登用 消極的
環境ビジネス 積極的	環境ビジネス 消極的

これよりまとめると。

- ・地元の民活が効果を発揮した内発的発展型の地域活性化である。
- ・異質な産業を（ガラス事業）の導入（詳しい調査のもとであるが）の成功
- ・女性の雇用 初めから女性をターゲットにした雇用ではなかったが、結果として優れた女性の能力が発揮された。
- ・実際は観光地にしないことが重要であるが、結果として黒壁の成功は観光客増加が要因である。この点に関しては、まちづくり役場の田中氏（まちづくり役場・田中重行 2000 年のインタビュー）も認めるところで、人のいないところにどう人を集めるかが第一の課題であったとされる。

さて、歴史的遺産の活用であるが、田中氏は歴史的遺産は黒壁保存という契機であって、あくまでも黒壁は会社としての運営と言い切るが、笹原の言葉を引用すれば、「長浜の商店街はビルも建てずお金も使わないで、最初のコンセプトで再開発に成功しました。町の中に残っていた歴史を再活性化して生き返らせたのです。」と新しい歴史的遺産、街並みの活用法を提示されている。

黒壁の例に見られる中心市街地の再開発が今までの都市計画事業と大きく違う点はマスタープラ

ンがない、出来るところから手をつけるところである。川端は中心市街地のプロセス型計画を実現するためには既存の事業や補助金システムではない新しいシステム、すなわち自治体や民間セクター（企業やNPO など）からの新しい発想を受け入れる仕組みが必要であるとする。さらにクラウド・クンツマンの言葉を引用して、「実験的なプロジェクトを推進するための手法にはマスタープランではなく民主的な独裁が必要」であるとする。特に地域の合意形成が前提となるマスタープランと違い、意識のある個人の集団が独自の事業展開を積み重ねる中で計画づくりをしていくプロセスが有効であるとする。

以上、三セクとしての、株式会社としての黒壁を中心にまとめたが、本論である歴史的遺産をどのように活用するかの問題である。長浜では地域活性化に第一の意味がある。この保存が先か、活性化が先かについては、1983 年結成の埼玉県川越市の一番街のまちづくりグループである「蔵の会」に早くも見られる。（福川 1999）すなわちそのスローガンに見られる「商店街活性化による景観保存」の項目である。言い換えれば「商店街が活性化しなければ町並み保存はあり得ない」ということである。今までと逆転した考え方である。これを実行に移すために、合意形成を担う「町並み委員会」と開発を担う「まちづくり会社」により町づくりを実践していくシステムが構想された。保存のために効果的なことはイギリスで見られる「買い取り保存」であるが地価が邪魔をしている。「町づくり会社」では「通常の不動産市場に委ねていけば、町づくりに望ましい方向で土地利用が進んでいかない」故にディベロッパーとしての必要性から考え出されたものである。残念ながらこの構想は実現はされていない。

黒壁は川越で考えられていた「町づくり会社」の最初の実践例でもある。（図5）



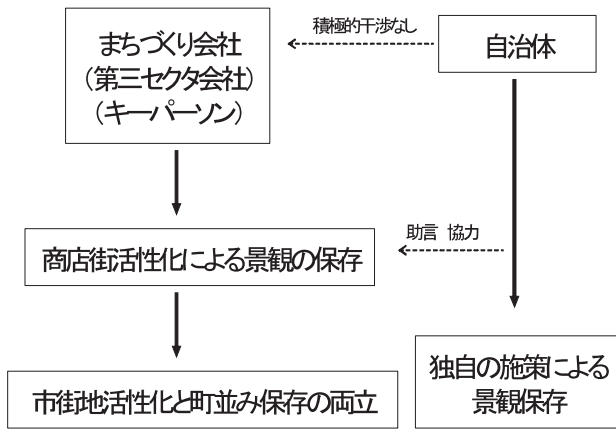
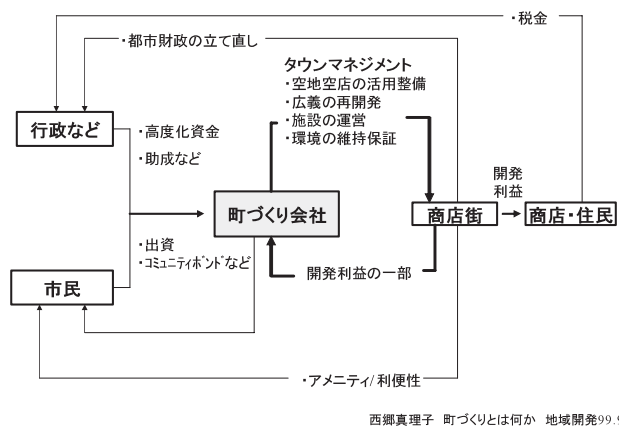


図5 民間主導型地域活性化による歴史的遺産の保存

西郷真理子によれば、(1999) 中心市街地のコミュニティ・デザイン形成のために、合意形成のためのシステムと、開発のシステムの為の町づくり会社の二つが必要である。町づくり会社とは、商店街の場合で言えば、核施設の企画・建設・運営、空き地や空き店舗の活用、街区内部の再開発を行うディベロッパーである。図6における商店街と町づくり会社の矢印のサイクルの町づくり会社はエンジンに当たる。具体的にその必要性をあげると 望ましい土地利用のあり方は、

- ① 所有権を保証しつつ土地利用を促進する、土地の所有と利用の分離達成である。
- ② 合意形成の為の実行主体の存在として。
- ③ 公的支援導入の受け皿として。
- ⑤ 市民参加の可能性がある。

などである。中心市街地活性化法に据えられているのが、この町づくり会社の発想である。



西郷真理子 町づくりとは何か 地域開発99.9

図6 町づくり会社成立の基本構造

以前取り上げた高山の例（鳥居 北陸学院短大紀要 2004）と長浜の決定的な違いどこにあるのだろうか。高山の場合、動きは外からやってきた。優れた歴史的遺産を発見したのは外部の専門家であり知識人であった。保存という意味からいえば、「イギリス型」の活動である。その後のディスカバー・ジャパンに代表される動きに歩調を合わせる形で、地域活性化の波に乗ったのである。その動きに乗るか乗らないか、それは住民の洞察力にかかっている。人が集まり経済効果が発揮されると、そこに上昇する螺旋状の住民の行動と意識変化の相乗効果が発生する。また、観光協会の東京をターゲットにした戦略も見事である。高山三町という高山の中心地からさらに郊外の観光施設へという動きは、高山の程良い東京からの距離（四時間）と相まって宿泊施設の充実を促すことになった。

長浜は、これとは別の方法である。高山の住民が意識する・しないに関わらず「保存」が前面に出ているのに対し、長浜・黒壁は地域（商店街）活性化が前面に出ている。確かに、黒壁という旧銀行の建物・歴史的遺産の保存から始まっているが、それは契機であって、それ以後は保存による地域立て直しではなく、新しい産業の立ち上げであった。ガラス産業がこれに当たる。「初めに歴史的遺産ありき」なのだが、活動自体は「初めに活性化ありき」だったのである。

歴史的遺産の保護と地域活性化の関係を考える場合、今までは文化面のみ強調されていた。言い換えれば、一種の文化事業として、高尚な視点に立った考え方が主流を占めていた傾向がある。その文化事業に観光事業が付随して地元に金が落ち、働き口が見つかり、みんな幸せになることが出来るという考え方である。それに一石を投じたのが長浜・黒壁であるということが出来る。

佐藤（1999）は、「経済化しなければ活性化したことにはならないといたい。すなわち儲からねば活性化にならないということである」（p.14）と言いきる。その典型事例を黒壁に見ることが出来るとし、「当初から、株式会社・黒壁を立ち上げて経済効果を最大の目標として当地と縁もゆかりもないガラス工芸を移植したわけである」（p.15）という。この考えは、観光地化したから

こそ伝統的な文化を残せる、という観光人類学の考え方にも通じる。

黒壁の場合、最初から観光を目指したのではなかった。むしろ観光を避けていた。さびれた商店街に人を呼び戻すことから始まったのが、観光客の思いも寄らぬ増加になったのである。黒壁の不動産部門である「新長浜計画」は、地域にある歴史的遺産、特に空き家屋の再生計画、すなわち家屋を買い上げ売却あるいは賃貸を目指している。アメリカの保存運動で見られる「過去への投資で稼ぐ」というキャッチフレーズが、ここでは「過去遺産の再活用からの顧客獲得」という間接的なものへ代わっているだけである。

さらに黒壁の場合、キーパーソンの存在を忘れてはならない。黒壁社長、笹原司朗である。笹原は長浜出身であるが、長浜の町衆ではない。町衆とは、はっきりとした規定はないが、長浜の場合、祭りの曳山を出す市民を意味する。そもそも黒壁の保存の時に中心になったのは、町衆と呼ばれる人たちではなく、非商業部門の人たちであった。本業は倉庫業である。今のようなカリスマ性を備えると称されるようになったのは、事業が評価されるようになってからである。注目すべきは、青年会議所の理事長をやっていること、そのために黒壁には青年会議所の理事長クラスが参集している。

彼の事業観は、「駄目なら会社をたためばよい、事業化できなければ撤退」という考えである。割り切り方がはっきりしている。出来る範囲で事業をやり、補助金を当てにしないのが事業家の誇りである、という考えである。このあたりに経営者として人を引き付けるものを持っているのであろう。笹原抜きでは黒壁は考えられず、今の発展も考えられないという。

笹原もそうであるが、長浜では彦根に対抗する意識が強い。笹原は、「長浜がよかったのは彦根への対抗意識だったと思います。高度成長時代にかけて、彦根と長浜はどんどん差が開き、その悔しさをバネにして街づくりのエネルギーが生まれてきました。(中略)彦根に負けない街づくり行おうというエネルギーが街の再建に花開いたのではないのでしょうか」と言っている。

祭りについて、長浜には全国有数の曳山祭りが

ある。祭りは国の重要無形民俗文化財、曳山は県の有形民俗文化財の指定を受けている。高山で、町づくりの中心を占めていたのは祭りの組（屋台組）であったが、長浜では高山のような核にはなっていないようである。黒壁も商店街とは一線を画している。また、祭り組と町内会の区分けも別で、祭りがまちづくりの中心になってはいない。むしろシャッター通り化の牽引の役目をそこに見ることも出来る。(p.300 矢部) ここにも長浜の特長がある。

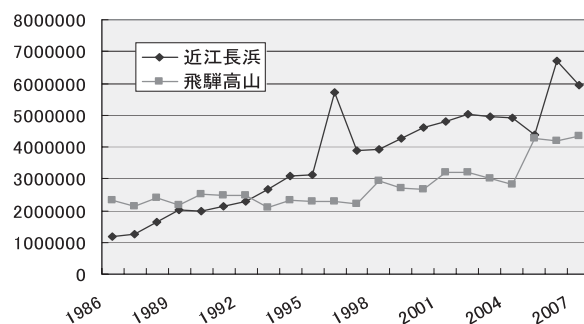


図7 高山・長浜観光客入り込み数(高山は2005年合併)

最初は元気のない地域の活性化のための組織が、経済性追求の活動を開始する。それが成功すると集客の増加となり、それと共に地域に残っていた歴史的遺産が積極的保存活動もしないのに、活用という形で現在に再生するのである。図8は、第1段階で商店街活性化のための組織を立ち上げ、第2段階では、その組織が発展すると、経済効果のため、歴史的町並みまでが保存される状態を示している。地域活性化の方法としての第三段階は、これからの中心市街地活性化法で一般化するのであろう状態である。

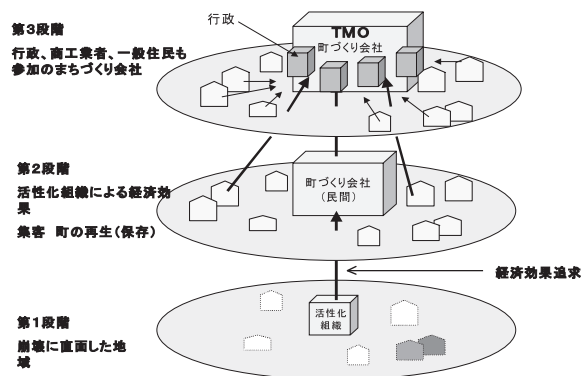


図8 商業活性化に伴う地域再生の3段階

## V おわりに

筆者が黒壁に関心を持つようになって10年経つ。今年久しぶりに訪れた長浜は観光客であふれていた。当時も現在も、最初から観光地化をしないということで始まったにもかかわらず、集客の大部分、九割が県外からの観光客ということが続いている。ほとんど日帰りの人々であることも変わっていない。

現在、黒壁の事業は商店街活性化の例として研究されるところが多いが、歴史的な町並み、建造物、何よりも長浜住民の誇りの再起動としての側面も取り上げられねばならない。長浜の例がそのまま地方都市活性化には繋がらないのは当然のことである。しかし、その地域の誇り復活のために力を尽くす人がいる限り地域は生き残っていく。



図9 北国街道 1999

### <参考文献>

- 1) 矢作弘 1997『都市はよみがえるか』岩波書店
- 2) 川端尚志 1999「黒壁から学ぶもの」『地域開発』99-9 財・日本地域開発センター pp.35-38
- 3) 笹原司朗 1998「対談・市街地再活性化への取り組み」『月刊不動産流通』1998-9 pp.10-25
- 4) 長浜市総務部市史編さん担当 1993『長浜物語』長浜市制50周年記念事業実行委員会
- 5) 「笹原司朗氏に聞く 長浜・黒壁の試み」『地域開発』99-9 財・日本地域開発センター pp.27-34
- 6) 笹原司朗他 1998「座談会・都市産業の振興と中心市街地の活性化」『よみがえれ街の顔』通産省
- 7) 福川裕一 1999「町づくり会社による町並み・商店街活性化作戦」『新町並み時代』学芸社
- 8) 西郷真理子 1999「町づくり会社とは何か」『地域開発』99-9 財・日本地域開発センター pp.22-26
- 9) 西郷真理子 2005『中心市街地活性化とまちづくり会社』pp.66-83 丸善
- 10) 鳥居信彦 2005「飛騨高山のケーススタディ」『北陸学院短期大学紀要36』pp.293-305
- 11) 佐藤誠治 1999「地域活性化と歴史遺産の活用」地方自治研究資料センター『自治フォーラム』vol.483pp.10-15
- 12) 矢部卓也 2008「地域振興とまちづくりの様相と事例」pp.300-302『まちづくりの百科事典』丸善
- 13) 矢作弘 1989『町並み保存運 in USA』学芸出版社



近江長浜 年表 『長浜物語』『観光地づくりの実践2』『長浜市ホームページ』より		
1980	昭55年	長浜城天守閣建設募金委員会設立
1981	昭56年	新長浜駅舎完成 びわこ国体
1982	昭57年	風格のあるまちづくり市民会議設立 建造物に対する風格賞・顕彰制度設置
1983	昭58年	ながはま21市民会議設立 長浜城歴史博物館・旧長浜駅舎資料館オープン 長浜出世まつり開催
1984	昭59年	博物館都市構想策定 きもの大園遊会（第1回） 御堂筋商店振興組合設立
1985	昭60年	第1回アイアンマン・イン・ジャパンびわこ大会 慶雲館大修理
1986	昭61年	長浜観光協会社団法人化 北陸本線直流化促進既成同盟設立 長浜市民憲章制定
1987	昭62年	鉄砲の里資料館オープン 第1回芸術版楽市楽座 表参道石畳完成
1988	昭63年	長浜楽市オープン 長浜市総合計画策定 黒壁設立 北陸本線直流化促進長浜市民の会発足
1989	平1年	大通寺を守る会設立 黒壁ガラス館オープン 情報誌「みーな」創刊
1990	平2年	ながはま御坊表参道完成 ねんりんピック'90開催 曳山博物館建設推進委員会発足
1991	平3年	北陸線（米原・長浜間）直流化完成 全国曳山子供歌舞伎サミット開催 近隣景観形成協締結
1992	平4年	屋根付グラウンド滋賀県立長浜ドーム竣工式 HOPE（長浜の特性に根ざしたすみよいまちづくり計画）計画策定委員会発足 黒壁ガラス館鑑賞館オープン
1993	平5年	奥・ラッテンベルグ市三セク黒壁「ガラス街道」提携調印式 『長浜物語』刊行 新博物館都市構想
1994	平6年	オルゴール堂オープン 「男はつらいよ」ロケ
1995	平7年	黒壁・全国まちづくりアカデミー大賞受賞 浪漫ビールオープン 東洋経済新報「全都市住み良さランキング」1位 長浜カルチャーカード導入
1996	平8年	北近江秀吉博覧会
1997	平9年	プラチナ・プラザオープン
1998	平10年	黒壁ガラス館江刺支店開設 曳山博物館着工 まちづくり役場オープン
1999	平11年	黒壁経常収支初めての減 長浜市基本構想 環境フリーマーケット
2000	平12年	曳山博物館オープン JUSCO 長浜店
2001	平13年	住宅マスタープラン
2002	平14年	よみがえれ川崎屋 金屋公園オープン
2003	平15年	ゆう一番街東祝町アーケード改修 フラット事業 絹逸品館
2004	平16年	まち家 SUCC・S 横町（大型空き店舗対策事業 TMO）
2006	平18年	平成の大合併 北近江一豊・千代博覧会 NHK『功名が辻』北陸線直流化（敦賀まで）
2008	平20年	「長浜市観光イノベーション戦略」提示