

## 滋賀・長浜 中心市街更新“観光商業の創生”物語 日常の中の非日常、小さな文化の旅

東京藝術大学美術学部建築科 講師 博士(工学) 河村 茂

### 1. シャッター商店街の出現 中心商業の衰退

長浜は、琵琶湖の北東部に位置、浄土真宗寺院の門前町、北国街道の宿場町で、戦国時代には豊臣秀吉が初めて城をもち、側近として抱えた石田三成の出生地でもある。近代に入ると文明開化を先取りし鉄道や教育機関を誘致するなど、湖北の経済・文化の中心都市であった。

しかし、県内一活気のあった中心市街も近年、モータリゼーションの波に飲まれ、1970年代に入ると相次ぐ大型店の郊外進出により空き店舗が増加、商店街を1時間観察しても通り過ぎる生き物は「人が4人に犬1匹」といわれるほどに疲弊、シャッター商店街の様相を呈していた。

こうした状況に危機感を募らせた地元の有志が1984年、中心市街の大型スーパー2件の郊外出店申請を契機に立ち上がる。具体の動きは1987年、明治の都市防火対策として建設された歴史的建築物で、街のシンボル「第百三十銀行長浜支店」（通称、黒壁銀行）の保存から始まる。



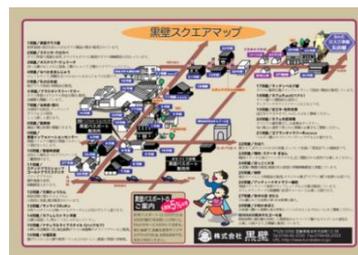
長浜市の位置



黒壁スクエア



ガラス館内部



黒壁スクエアマップ

### 2. 観光商業で都市を魅力化 地域資源の活用、コンテンツの注入

#### ・黒壁の蔵造り建物の保存、利活用

この黒壁銀行、近代化原理で捉えると3K（旧式、暗く、汚い）で、経済成長期にはお荷物的存在でしかなかった。しかし、物あふれる文化成熟期を迎えると、その「時代遅れさ」が人々の郷愁をかき立て、アイデンティティを感じる価値ある地域資源「お宝」となる。1987年12月、中心商業活性化の立役者・笹原司朗（1974年に33歳で長浜青年会議所理事長就任、2003年に内閣府・国土交通省『観光カリスマ百選』に認定）は、青年会議所OBとして仲間と一緒に活動、地元企業が主導する形で市と連携し共同出資（民間人8人が9,000万円出資、また1988年4月に市もこれに加わり4,000万を出資、資本金は1億3,000万）で第三セクター・まちづくり会社「(株)黒壁」を設立、解体の危機に遭った黒壁銀行の取得を図る。

しかし、この時、(株)黒壁は、この建物の具体的利用を決めていたわけではない。ただ日常的

「地方創生」支援プロジェクト



な商業需要は人口規模に比例し郊外大型SCと競争しても勝てないこと、また市街に残された既存商業と競うのも・・・と考え、**観光の要素を取り入れ集客施設として活用する**方途をイメージした。丁度その頃（1984年）、市は都市魅力の創出に向け、「**伝統を現代に活かし美しく住む**」、「**先人の英知に学び進取の気性を継承する**」という理念の下、「**博物館都市構想**」をまとめた。市は、**地域資源を活かし、まちを博物館のように魅力ある物や事で埋め、市民が楽しく暮らせる都市づくり**を目標とした。

#### ・ガラス工芸の導入

(株)黒壁では、来街者の増加が見込めるような事業内容（コンテンツ）を模索していた。そんな折、役員の一人在「ヨーロッパではガラスを制作している所に人が集まる」と発言、これが発端となり、役員らは自費でヨーロッパのガラス事業の視察に出かける。そこで彼らは「ガラス工芸」は、日本では未成長の分野だが、少しエキゾチックで歴史性や文化性が薫り高級感も漂う、それでいて生活の延長線上にあり、自分たちの身の丈に合った観光商業が展開できそうだと感じる。そうして1988年の秋、「**国際性・歴史性・文化芸術性**」をコンセプトに、蔵造りの建物の修復・コンバージョンを図り、「**ガラス**」をテーマに事業展開を図ることを決める。

#### ・黒壁スクエアの展開

(株)黒壁は、**本物にこだわり**、海外にまで出かけ専門研修やマーケティングを重ね、1989年7月本館にガラス工房、レストラン等を入れ「黒壁スクエア」としてオープンさせる。また、その2年後には美術館の開設をめざし旧商家を買い取る。このとき市は1億円、民間企業40社は2億円（1社500万円）を出資する。こうして黒壁の蔵造りの**ユニークさ**にガラス工芸の**楽しさ**が融け込み、来街者がうなぎ登りに増えていった。これにあわせ(株)黒壁は、北国街道の空き店舗や空き地を順次、借り上げ（一部は買取り）事業を拡大。今日では、同社直営**10店舗**の他、事業に賛同する人達が**グループ店**(会員になるには**入会金**50万円と**会費**月額15,000円が必要)を開き、**合計30を超える関連店舗が稼働**している。

現在、(株)黒壁の**従業員**は、パートを含め100名を超えるが、男子従業員は僅か7名で、他は**会話力に優れ接待上手な女性従業員**である。まちづくりは楽しい会話によって、**ロコミ**でその**魅力が増幅・伝播**する。この長浜でも黒壁の魅力が女性達の口に乗って広がると来街者が増えていった。すると、これまで非協力的だった地元商店街の人達も、仲間に加わり黒壁と同じイメージの建物が周囲に広がっていった。現在、黒壁の影響を受けた店舗は、中心市街に400ある店舗の約半数ほどに及ぶ。また、1997年には、この動きにあわせ市も道路の舗装やアーケードの更新などを進め、**街並みの整備**や**街の回遊性の向上**を図り、**街遊びの舞台を整**えていった。



黒壁五号館



北国街道



ギャラリー&ショップ



ガラス工房



御坊表参道

「地方創生」支援プロジェクト



### 3. 独特の空き店舗対策 街並み形成&テナントリーシング

#### ・戦術「所有と利用の分離、利用権一元化」

長浜の空き店舗対策の特徴は、所有と利用の分離による不動産の合理的な利・活用にある。空き店舗の利用権は、(株)黒壁がオーナーの貸出し意向や条件面などを把握したのち、付加価値を付けるべく市と景観協議を行い、ファサードデザインも含めてテナントリーシング、合意すると街並み形成に向けデザイン・コードに従い店舗を仕立て直し供給する。

長浜の空き店舗対策が優れている点は、建物修復に係る費用を借主側の負担とし、オーナーに負担させていないことにある。一方、街並み形成による不動産価値の上昇はオーナーに帰属させ、資産の有効活用、利用権の放出へと誘導している。また、テナントから得る礼金はオーナーにはまわさず(株)黒壁が代行し、景観計画に沿った店舗の改修費用に当てている。こうして観光商業の舞台となる街並みの修復により、オーナーは賃料収入を得ながら価値が増した店舗を持ち続け、また来街者が増えることでテナントは商売が繁盛、市は税収がアップする。

#### ・まち起こしから地域経営へ

まちづくり会社「(株)黒壁」も事業規模が大きくなると、サービスの品質を維持するため機能分化が必要となる。今日、(株)黒壁の機能は、まち案内やパンフレットの発行などを担う、NPO法人「まちづくり役場」(主な収入源は、タウンマップへの広告掲載料(年間5万円))と、テナントミックスなど商業調整、空き店舗の活用支援などを担う、株式会社「新長浜計画」(黒壁を含め地元企業16社が各500万円ずつ出資)の二つの組織に分化している。この新長浜計画では、空き店舗対策と地場の雇用対策とを連動させ、1996年開催の地元イベント・秀吉博のコンパニオン(55歳以上の40人)を対象に、1人5万円の出資で自主運営店舗「プラチナプラザ」を立ち上げ、おかず工房・野菜工房・リサイクル工房・井戸端道場の4店舗を運営している。



大手門通り



ゆう壱番街



黒壁美術館



おかず工房

### 4. ストック活用の時代、余暇社会化への対応 時間消費、まちのファン

#### ・楽しくお洒落に文化のまちづくり

長浜では、成熟期・余暇社会化の動きをふまえ、ストックとしての黒壁銀行にガラス工芸を導入し黒壁スクエアとしてコンバージョン、そこで観て学んで作って楽しめ、またおしゃべりし飲んで食べて御土産買って家でも楽しめる、時間消費型のお洒落なライフスタイルを生み出す

「地方創生」支援プロジェクト



ことに成功、ロコミで来街者が増加するとカフェ、レストランがうるおい土産物屋が繁盛、そうして周辺店舗のリニューアルが進んでいった。

長浜は、大都会を一步出たところに位置しており、**少し足を伸ばせば日帰りで楽しむことができる、時間消費型の身近な観光商業地**である。この地は都会の日常からは少し離れた所で（大阪、名古屋から1時間40分、京都から1時間15分）、非日常的なハレの気分を味わうことができるスポットである。また、レトロな建物（歴史性）とガラス工芸（文化性）とが融合し独特の雰囲気醸成しており、主婦が日常生活の合間を縫い友達誘って、こっそり文化を楽しむ小さな旅をするには丁度良い場所である。そんなところから、このまちのファンがリピート客が増えていった（リピート率40%超）。

### ○成熟社会、中心市街更新の3C コンバージョン、コンテンツ、コミュニティビジネス

長浜は、日本の高度成長が終わる1980年代まで、どこにでもある地方都市（人口60,000人）であった。しかし、その後、観光商業型のまちづくりの展開により、人口規模は2倍（近隣6町との合併も含め124,000人）、また入込客数はピーク時には年間約234万人（以前は4~5万人）、年商も約60億円（1990年の約2億から躍進）を数える一大生活型観光地に変貌した。

ストック型社会を迎えた今日、**古いものを切り捨てず、素地を活かし仕立て直し（コンバージョン）、新しい価値（コンテンツ）を加え、磨いて輝かす手法**は重要である。全国の地方都市や大都会の駅前商店街においても、空き店舗対策がまちづくり上の課題となっている。成熟期を迎え余暇社会化が進む現代、志ある者が**知恵**だけでなく**資金**も出し合い**協働**し、**コミュニティビジネス**として都市魅力を創生していくことの重要性は確実に高まってきている。

### 参考文献

榎学芸出版社編集部：まちづくり会社「黒壁」の現状を語る、季刊まちづくり第3号、榎学芸出版社、2004

日本建築学会編：まちづくり教科書シリーズ1まちづくりの方法、「事例：長浜市黒壁」、丸善出版、2004

参加型まちづくり事例集「事例19 黒壁スクエア」日本地域開発センター2005

矢部拓也：日本型まちづくり会社による中心市街地活性化 pp4~7、日本計画行政学会コモンズ研究会、2010

まちなか再生ポータルサイト「まちなか再生事業事例紹介」<http://www.furusato-zaidan.or.jp/machinaka/project>

（株）黒壁ホームページ <http://www.kurokabe.co.jp/>

### 掲載写真等

長浜の位置 <http://www.city.nishinoomote.lg.jp/outline/shimaitoshi.html>

黒壁スクエア&ガラス館内部 <http://image.search.yahoo.co.jp/search>

黒壁スクエアマップ [http://www.kurokabe.co.jp/guide/kurokabe\\_map.pdf](http://www.kurokabe.co.jp/guide/kurokabe_map.pdf)

黒壁五号館、北国街道 長浜市観光情報 [www.city.nagahama.shiga.jp/](http://www.city.nagahama.shiga.jp/)

ギャラリー&ショップ、ガラス工房 [www.kurokabe.co.jp/](http://www.kurokabe.co.jp/)

御坊表参道 <http://www.shoai.ne.jp/hirakata/hirakatasouth/040415/04041549.html>

「地方創生」支援プロジェクト



北国街道、大手門通り、ゆう壺番街 <http://tamagazou.machinami.net/nagahamashigaichi.htm>

黒壁美術館 <http://www.lbm.go.jp/kenhaku/shoukai/88.html>

おかず工房 <http://www.landbrains.co.jp/chiikiryutsu/dl/09-shiga-nagahama.pdf>

「地方創生」支援プロジェクト

