

## 『長浜のまちづくりと景観形成』

講師：吉井茂人（長浜商工会議所中小企業情報センター室長）

コメンテーター：宮川武（都市問題経営研究所）

はじめに

縁あってと言うか、私は比較的華やかなポジションにいるおかげで、長浜のほとんどまちづくりに関わってきました。

長浜の街が15年間ぐらいで、小さな事業の積み重ねてということで、非常に汚い街が綺麗になって、そして後でご説明します黒壁効果ということもあるわけですが、そういった形で現在では、入れ込み客数が街の中へ0であったのが、現在200万人ぐらいのお客さんに来ていただいています。

昭和62年の2月に大通寺というお寺の前の商店街を、事業の第一番でアーケードを取り外し、がん木式アーケードと言う形で綺麗にして、それ以来それをやり遂げようということで、実験店舗の観光物産センター「お花館」をオープンしました。長浜クラブと言う商業者でつくった株式会社の事務所にしているわけですが、それ以来黒壁の展開も含めて、街の中の空き家、空き店舗が60数件ショップ展開に変わってきた。非常な地方都市において一旦衰退した街が再び賑わい性を取り戻してきた。という意味では、非常にユニークなまちづくりがやられてきたことになります。

私は、そういったほとんどの事業に携わることがで



きました。今日は、私自身がまちづくり携わることができたという体験も交えて、まちづくりの背景であるとか、考え方であるとか、どういった事業をやってきて、最終的にどういった仕組みで、宿命的な課題があるかと、そういったことから厚みのある都市を作り上げて行こうということで、平成10年から街づくり3法というものが出てきましたが、この3法に乗りながら、更に厚みのある都市をつくり上げて行きたい。ということで新たな展開を考えています。

最初に、汚い街が少しのお金を掛けるだけで、このように綺麗になりましたよ、というビデオを見てもらいます。

（長浜のまちづくり紹介ビデオを視聴）

長浜のまちづくりの背景

ビデオにあります子供歌舞伎を演ずる曳山祭りの「曳山博物館」は今年の11月1日に、我々が昭和62年の11月から街の真ん中に何がほしいということで、若手を集めて協議したもので、事業費30億円を掛けて、建築コストで17億円掛かって曳山博物館ができてきました。



曳山博物館

長浜の街づくりは、小さな事業、能力の範囲の事業の積み重ねです。できるところからやっていこうよ。そういったことを積み重ねてきた結果が良くなってきている。そして、少しずつ街が変わりつつある。観光客のお客さんがリピーターということで44.9%来てもらえるような街になってきました。

そこで、長浜のまちづくりの背景ということですが、曳山博物館を建設したところは、街の真ん中で元々西友ストアがあったところで、西友ストアが郊外へ出て行きたい。約2キロ離れたところへ昭和54年の9月に出店申請が出てきました。そして、彦根資本のスーパー平和堂が昭和54年の10月に長浜駅前に店舗があるが、長浜郊外に新店舗をつくりたいと申請が出てきて、それらがまちづくりのきっかけの背景になっています。この2つの大型店の出店申請があって、更に街の中が死んでしまうのではないかと、猛烈な反対運動がおきてきました。

長浜の街の人口は6万人と少しになってきました。15年間で8千人ぐらいの人口が増えてきた。いろいろな活性化事業の具現化によって、地域経済効果も高まってきたということがあります。長浜市を取り囲んで12市町が立地しており、この行政人口が16万5,000人、3年ぐらい前には16万1,000人が2,000人であったのが、ほぼ20年間増えてなかったわけですが、それが最近少しだけ増えてきた。長浜の中心市街地の商店街は、昔の16万2,000人の商圏人口を抱えながら、

中心市街地の店舗密度が高かったが、過去最高で1,050店舗の小売店があった。平成9年の統計調査では、830店舗まで減少していますが、このように懐の深い商圈を抱えていて、中心市街地は繁栄してきました。ところが、昭和50年代以降、車社会時代に入って、消費者の行動半径が広がるに連れて、あるいは近隣都市との道路網が整備されるという中で、中心市街地からは、徐々に徐々に人が姿を消し始めました。

そのような中、先ほどの大型店の出店申請が出てきて中心市街地が死んでしまうということになった。そして何とかしなければならないというところへ行き着くようになりました。

#### 長浜のまちづくりの特色

次に、長浜のまちづくりの特色は、長浜のまちづくり視察等を一手に引き受ける「まちづくり役場」もそうですが、「株式会社黒壁」と言う第三セクターも、昭和62年に大通寺前の表参道、観光物産センターお花館という観光物産館を作ってから、任意団体とか、有限会社とか、株式会社が、10個ぐらい街の中の活性化、再生について組織されてきています。これは、第三セクター一つ作って街が活性化したということじゃなくて、黒壁ができる以前に、任意の街づくり会社があって、効果を現してきた。それ以降も黒壁ができない不動産部門、街中の遊休地の活用を「新長浜計画株式会社」が出来上がってきたりとか、いろんな人々がいろんな組織をつくって投資をしていただいているということです。

投資のきっかけは、「長浜城」建設です。市制40周年の昭和58年に10億3,700万円を掛けて完成していますが、市は当初民族資料館を、四角の建物で作りたいということで出ていましたが、それを聞いた長浜出身の京



都で大成功されている長谷さんという方が「どうせ作るならお城形にしてほしい。そして学芸員を置いて博物館にしてほしい。」と1億5,000万円をポツと寄付してくれた。それが元になって、おじいちゃん、おばあちゃんから子供まで、4億3,000万円の寄付金が集まって出来上がりました。

あの時から市民が誇りと思えるものに、みんな投資をしていこうという投資のきっかけと言うのが長浜城建設で起こってきた。ただ、歴史的に見ても、大きな時代の節目になると、そのときの知恵者と豪商が街へ

投資をして、知恵とお金を投資して、時代に応じた街にやり返るようにしてきた。ということが歴史的にはあります。

#### 長浜のまちづくりの3つの流れ

長浜のまちづくりには、3つの大きな流れがあります。

一つ目は中心市街地の活性化、再生をしなければならない。市と商工会議所と商店街が。

二つ目に「二十一市民会議」があり、これは青年会議所OBが中心となって長浜市にとって必要な大きなプロジェクトを4つ提案している。一つはJRの直流化で平成3年9月に実現し、京阪神との時間短縮ができたおかげで日帰り客が増えた。通勤圏内に入って住宅開発ができ人口増につながった。二つはドーム球場を作る市民運動をやりながら平成4年に県が作った。三つは大学誘致、なかなか進まなかったが、パイオの大学が三年後の開学で工事が始まっています。四つは駅前再開発があるがそれはまだ具現化していない。現在、「二十一市民会議」は市町村合併をテーマに取り組んでいます。しかし、問題もある、メンバーが変わらない。それなりに年をとってきた。現在メンバー一新の方向で検討しているが、そして、その中心メンバーから黒壁と言う運動体が出てきた。黒壁本館の建物は、明治の銀行の建物でありましたが、洋風土蔵建造物、今では非常に建物価値が認められているが、そのころは誰一人建物の価値がわからなかった。終戦後カトリック教会が使っていて保育園を併設していたので郊外へ出て行きたい。そして市に対して9,000万円で購入してください、と言ってきたが、市は建物保存だけで9,000万円を出す腹がくくれなかった。それを聞いた二十一市民会議の会長(現商工会議所会頭)、副会長(現黒壁社長)と事務局長(現黒壁常務)が中心となって、「我々は大きなプロジェクトを二十一市民会議で提案しているのに、これくらいのものが9,000万円を買えなければ笑われてしまう」ということで、民間人が集まって、9,000万円のお金を作り上げ、後に市が4,000万円を出して、昭和63年9月に1億3,000万円の会社、株式会社「黒壁」が設立された。

三つ目には、市議会の支援、県議会の支援があるということです。通常であれば、制度にあるメニューを利用するという考え方であるが、長浜は、こういうことをやりたいからこういうメニューを作ってほしいということを書いて、要綱改正をしてほしいということを書いてきた。そして、それを議会側が認めていくことが、議会の支援として結構大きなものがあります。官と民が快い街を作り上げて行こうということで一直線に進んできた。

#### 長浜の中心市街地活性化の特色

長浜の中心市街地活性化の特色は、商店街問題、中市街地問題、商業問題には垂直型志向でその部分だけを捉えてきたところがある。長浜市は、大型店絶対反対の商業者を説得するために、郊外に一店舗くらい大型店が必要だということで、都市活性化の4項目を提案した。地方都市において中心市街地の再生をやるうとした時に、都市全体を活性化しないと商業だけの繁栄はありえない。そこで、垂直型志向を早くから水平型志向に置き換えていった。

都市活性化の1つ目は工場誘致、キャノンをはじめ7~8社の工場誘致に成功した。1,600億円ぐらいの工業出荷額にはね上がった。そこで儲けていただいた人が地元の町へ投資していただき還元されている。そして人口増にもつながっていている。

2つ目はホテル誘致、通過型の観光地を滞在型にしたい。滞在型にするには近代的なホテルも必要だ。長浜にはホテル誘致をするまでは昔からの旅館、商人宿がたくさんある。富山の行商の薬売りの方が泊まれた旅館がたくさんある。そういうことで大和ハウス工業のロイヤルホテルを琵琶湖畔に誘致してきた。そして、同じ時期に地元資本で駅前に Yes 長浜というビジネスホテルを黒壁の常務さんなどが絡んで立地した。

3つ目、民間の方が市街地に投資してもらうために基盤整備、道路問題、下水道問題、公共施設を行政が責任を持って進めていく。

4つ目が郊外の商業集積の配置対策と中心市街地の活性化策である。

この4項目を提案しながら活性化を進めていこう、中心市街地の活性化をやっていこうと、昭和58年2月に了解を経て方向性をはっきり決めることができた。そして、具体的に街をどう作り上げていくかのビジョン、プランが必要になり、お城ができた年の次の年に「博物館都市構想」がつかられ、比較的ネーミングが良かったので全市民に共有された。昭和61年から様々な支援策を水戸黄門の印籠のごとく博物館都市構想の理念にかなっているということで、どんどん計画を通していった時期があった。まちづくりに対して理想理念を掲げたすばらしい上位構想を持たないと魂の持たない構想では、事業が実現しないという経験をしてきた。

そして、昭和61年に1年間かかって、中心市街地をどういった形でどういったやり方で進めるかプラン作りの1年があるが、プランの中の事業が5年後までに具現化ができなかったらやらないという期限設定をした。

なぜ、中心市街地が衰退したか、なぜ、必要か

何で中心市街地が衰退したかの要因を、郊外の大型店が出たからと言われていますが、中心市街地の他人

転嫁論的な都市構造論に置き換えていった行政は、車社会にたいして郊外に大金を投じてどんどん道路建設をやっていく、いまだに道路をつくっていく。そういった道路ができることによって周辺の住宅開発がされて市域の拡散で道路サイドが発展してくる。市域の拡大で中心市街地の重心移動が起こり、中心市街地が衰退したということがあります。そういったことを大学の先生方に提起していただきながら、我々も吹聴しながら、次にやったことは、何で中心市街地が必要か。これには徹底的に理解を求めていった。我々は地域コミュニティ論と文化論に置き換えていった、昔から市の中心部は人々が交流する場として地域コミュニティを育て上げてきた。それが発達することによってお祭りができてきてそれが昇華することで文化につながっていく。長浜には400何十年続く曳山子供歌舞伎の山車が12基抱えている。3年に1回4基ずつ出番がある。1,000万円かかる。その間には山車の修復とか見送り幕の修復にお金がかかる。そのような中で地域コミュニティとかを継承して育て上げてきたのも商業者を中心とする町衆の力である。これが衰退するということは、地域コミュニティと地方文化の崩壊につながる。そして都市魅力を失っていくことになる。とういう中心市街地活性化の大義名分をもっていった。



曳山子供歌舞伎

具体的なまちづくり事業の展開

具体的には、街の真ん中の通り「博物館通り」そして「黒壁の本館の活用」



北国街道

と「北国街道で南北軸」の3つの開発計画を提案して、行った。

次に、どのようなお客さんを集めるかがテーマになった。商業の切り口だけではロードサイドの大資本の

商業には競争しても勝てないだろうということで、商業と観光を掛け合わせながら、入れ込み客数を高めていこうと、そして、街を歩く人が増えていくことになったら、小売業者の原点に芽生えて、街を歩く人に何を売ったらよいかを考えてもらい商業を成立させる。次に、大規模な再開発は行政にお金がない。お金がないのならローコストで手のつけられるところからやっつけていかなければならないのではないかと。点を開発して線につなげて最終的に面的な広がりを持つようなそういった中心市街地を何年掛けてでもいいから地元資本だけで作り上げていこうという方向性を出していった。なぜ地元資本かという、下手に大資本を誘致して開発を掛けていくと、大資本の企業論理だけで平気で撤退されてしまう怖さがあった。今のように大資本が撤退しているところがあるが、当時そのようなことも考えていた。

しかし、このようなプランを作りながら何一つ具現化してこなかったという反省点もある。なぜ、具現化しなかったかは、仕掛けをしなかったのではないかと。夢あるプランを具現化するための仕掛けをしていこう。そこに建築の関係が埋め込まれていっている。

1つ目は、昔のアーケードは汚かった。お客さんに来てもらうには綺麗にしなければならない。そして一生懸命掃除をした。長浜の街の中も綺麗にしなければならない。そこから景観形成に力を入れてきた、その中の仕掛けとして街角整備事業を市単独で作ってくれた。そして、長浜には通りに面するところに緑がない。建物の奥の中には少し緑がある。でも表通りにはなく快適さがない。そこで毎年一箇所ずつポケットパークを整備していこう。その代わりに、長浜行政のしたたかさとして土地の提供は地元がやってください。また、維持管理も地元でやってください。という条件をつけて年400万円ぐらいずつモニュメントも対象としてポケットパークを整備していこうと。そして、それに街路灯をつけるときにはデザインに工夫を重ねる。少しぐらいデザイン料が高くて、良い物をつくっていかうと次につながることをやっている。

そして、2つ目は、昭和62年に、昔の良い建物が修復、再生されて、それなりに木造建造物の良さが目に付く、市が単独で作った商業観光パイロット推進事業、良い魅力ある景観を持ったお店作りに対して200万円補助金を出していった。ファサードの街並みの統一感を持っていこうと考えた。一つの商店街の統一改装は時間とエネルギーがかかるので街に展開する良いお店作りに対して補助していこうと。店の表面改装をやってもら、なるべくシャッターは取り除いてもらう。そして、ショーウィンドーを設けてもらう。ショーウィンドーの中に明かりを設けて夜でも明かりのある、

見える、お店として見えるような工夫をしてもらう。そして、長浜を紹介できるようなコーナーを設けてくださいと。そして、お店の中、前に観光客の方の無料休憩所を作ってもら。その様なことをしています。そして、近代的な建物にも補助金は行っている。近代的な建物でも街並みに調和し、デザインがよければ、補助金が付く。近代的な建物が街の中にないと、建築の面白さと空間の面白さがなくなってしまう。このことが非常に効果を現してきた。

3つ目に、昭和61年に中心市街地を再生させるのに商業者だけでは負担の限界がある。だから非小売業者の人に町へ投資してもらおうか、人的ネットワークを築いていこうと、民間交流使節団をつくった。これは毎年14~15人の編成をしながら、半分は商業者で半分は非商業者で若手を中心として、資金のある企業の若手で、大都会から山奥までユニークな人を捜し求めて1泊でも2泊でもして、その町を徹底的に研究してくるのが第一の目的で、第二が非商業者の人々になぜ地方都市の中心市街地を再生しなければならないのか、中心市街地の商業のウエイトが如何に高いか、だから商店街の活性化が必要だと言うことを理解していただいて、知恵とお金を投資してもらえないかということが目的であった。第一陣は小樽へ行った。その時分は、小樽の運河論争を研究してきた。それが後で黒壁でガラスをやらなければならないとなったとき、小樽の北一ガラスとのつながりとなった。

昭和61~62年にそういうことを仕掛けてきて昭和63年3月31日に、郊外の長浜楽市という郊外のショッピングセンターが西友の実験店舗としてオープンした。そこで仕掛けだけではだめではないかということで、大通寺の南に中央駐車場を2億7,000万円を掛けて作った。そして、このときにも県で新しい制度を作ってもらった。商店街には駐車場がほしいという要望がものすごく強かった。しかし、土地を買う金がない。長浜であれば2億円ぐらいまとまったお金があれば土地を取得することができる。そこで、そういった制度をつくってくださいと県にお願いし、県が1億円、市が1億円で2億円までの駐車場買収費用の支援をしてもらえる制度を作ってもらった。

駐車場の沿道も少し拡幅して大型バスも入れるような駐車場を作りながら、大通寺は多少の文化財を抱えているので、その駐車場にバスを止めてもらって、商店街を歩いてもらい大通寺に行ってもらおう仕掛けを作った。

そして、このときに駐車場に立派なトイレを1,000万円ぐらい掛けて作った。このトイレを作ったのも一つの意思表示である。このトイレを立派にしたのは、これから街の中の修復をやっていくのに張りぼてじゃ

なくて本物のものをつくりあげていこうということがある。道路も石畳化していくこともその一つである。えらそうなことを言うようですが、街を歩いてもらう人が主役でその人のファッションが如何に映えるかを考えると控えめなグレーと言うことになってくる。なぜ表参道はアーケードを取り払ったか、大通寺は立派な山門(1800年代の建造物)がある。がアーケードで見えない。

駅前通から立派な山門が見渡せるような空間を作り上げていこうという考え方で、しかし、



雪や雨をどうしのぐのかということになり、がん木方式アーケードでアーケードの代わりにした。そして、ここの店の建物のひさしを少し長くすることで、雪国のがん木を真似た。しかし、県に補助をお願いしたが相手にしてもらえなくて、個人のひさしには出せないということであったが、最終的に長浜の熱意にうたれてがん木方式アーケードを認めてくれた。この商店街整備は何十年もできなかった長浜で驚異的なことであった。アーケードを取り払ったときに店作りをどうするのかということ、3つぐらいの緩やかな協定を結んでいる。1つは一文字瓦を使う、2つ目はなるべく壁は白にする。長浜では昔からお金がたまったら蔵壁の漆喰を黒に塗るが、伝統的には白壁であった。3つ目はなるべく格子を復活してください、という3つの緩やかなきまりがあり、がんじがらめに決め付けないことが空間に面白さを出した。このとき、1m20cmのセットバックがあるが、これは、1m20cmであれば、主柱を切らずにできることからそのようにした。そして、近年、TMOでゆう壱番街というところもやっている。そのとき、電柱をなくするのに、個人の敷地の側へセットバックさせた。

次に、黒壁の前の大手門通りで、300万円掛けて石畳化をやっていた。平成



9年にはアーケードの大改修をやっている。

もう一つ古い町の中の改造で問題になってくること

があった。表参道の改造をやる時に防火地域ということではなかなか建築確認の許可が降りなかった。最終的に木材は不燃材料を塗るということで認めてもらった。表参道の近くにお花モニュメントがあるが、その下に防火水槽を作った。この2つのことで県で許可をおろしてもらった。ただ、去年から建築確認の手続きが末端の市へ降りてきたため、現場に近くなり、このようなアバウトなことができ難くなってきた。そして、今は北国街道周辺でいろいろな改善命令が出ている。これは問題となっている。ゆう壱番街の御堂前では、阪神大震災があった後、古いアーケードが持つのかということで、古いアーケードを取っ払ったらということになった。それで、ファサード整備となった。

#### 株式会社黒壁の活動

黒壁の活動は、国際性、歴史性、芸術性、文化性というのがあるが、これは、黒壁の取締役会で、お金儲けのできないことはなんだろうかということから出てきた。なかなか素人集団であるから格好良いコンセプトは思いつくがそれに合う事業が思いつかなかった。その時、黒壁の初代社長、長浜城に1億5,000万円寄付してくれた人、そして曳山博物館に5,000万円寄付してくれた人、そして、7年ぐらい前には、自分が生まれ育ったお屋敷を壊して、2億3,000万円出して木造の3階建ての建物をつくって「国際人を育ててくれ。」と言ってそれを市に寄付してくれている。これは国際交流ハウスの建築するときに古式ゆかしい儀式のビデオを長浜城博物館で見られる。

この社長が「ガラスをやればどうか」という思いつき提案をした。何でガラスかという長浜には縁もゆかりもなかったが、社長によると、ヨーロッパでは、各地の観光地で吹きガラスの工房に女性が中心として集まっている。女性が集まるところが賑わっているということで、難しいことを言ってもだめなので、実際消費の大半は女性である。しかし、他の役員は、そんなことでは無理だと言った。しかし、他に名案がなく取りあえずガラスについて勉強することになった。そして、北海道小樽の北一ガラスをはじめ、広島など知り合いのガラス関連のところを視察等に行った。しかし、勉強のついでか娯楽のついでかわからないが、ゴルフや野球の観戦のついでにもなっている。それで、北一ガラスの社長には、「寄り合い所帯で経営責任がはっきりしないような第三セクターでガラスに縁もゆかりもない長浜の土地で、素人がやっても絶対失敗するからやめといた方が無難ですよ。」ということを言われた。また、「ガラスはものすごい歴史があり、芸術性の高いものがある。」しかし、これを聞いた役員が進取の負けん気だけで、ガラスをやるかと単純に決まった。ただ単純に決まったが経営者の視点があって、ガラス

は単純な土産物であるが、北一ガラスはガラスばかりおいっているが、あれだけ女性が集まっている、そして中で男の人も買い物をしていた。これはちょっと経営的にいけるのではないかという経営者の冷静な視点があった。もう何も考えられないからガラスをやろうと決まったのが、昭和 63 年の秋の話である。一年後の本館と 2 号館の工房と 3 号館のフランス料理レストランがで



左：黒壁本館

きた。つまりスピード感と言うのが黒壁にはある。そして、黒壁のまちづくりの中で面白いことがあるが、そのままの活用であるが、2 号館の工房は、神父さんの住居があったが、行政は古いその建物を使えと言うが、民間の人からしたら近代的な建物でも、古い街並みに調和した建物はできるんだからガラス工房という新しいものをそこで出したらどうかと衝突があったが、近代的なガラス工房を作った。近代的なものと古いものがマッチするかしないかであるが、私たちは結構良い空間となっていると思う。



奥：黒壁 2 号館

そして、ガラスをやろうとってから、1 時間に人 4 人と犬 1 匹しか通らない裏通りの四つ角が年に 200 万人のお客さんに来ていただけるような通りとなった。黒壁がオープンしていく、そして、マスコミがこぞって取り上げてくれた。郊外の楽市ショッピングセンターが長浜をメジャーにしてくれた。そういったものができたわけだが、何かしら商店街が動き出して、第三セクターで縁もゆかりもないガラスを始めて、工房を併設して始めたと言うことでマスコミはこぞって取り上げてくれた。それで、1 ヶ月目から 1 万人ぐらいのお客さんが来てくれた。それが 3 ~ 4 ヶ月続いた中で、ラッキーな様相が一つあったのは、中小企業庁が中心市街地の再生に街づくり会社構想を打ち出して来てくれた。その先行的事例として、長浜の黒壁と埼玉県の川越市の商家蔵の保存、活用といったものが全国に冊子でばら撒かれて視察の方がお見えいただける

ようになってきた時に社長が再度提案されている。「あんたらこれぐらいでニコニコしていたらあかん。」と、「そのうち大資本が真似をしたがる。長浜の郊外で同じようなガラス展開をやり、あるいは競合都市の彦根市で大資本がガラス展開をやったらまたお客さんを取られるよ。」と、「だから、今のうちに大資本に真似のできないような施設の規模拡大を図りなさい。」ということで、北国街道沿いの売りに出たところを先行投資で買収して後から分譲するやり方を、空き家空き店舗がほとんどであったが、そういったところを空家賃を払って押さえにかかってこの 11 年間で黒壁は 31 店舗まで増殖して行っている。やり方は 4 つの方式があり、1 つ目は第三セクター直営店舗は 10 店舗だけである。2 つ目は共同経営が 2 店舗、3 つ目がテナント方式、4 つ目が冠方式である。黒壁の開発コンセプトと同じくしながら、事業協力してもらえよう人には、黒壁何号館と言う冠をしてあげる。冠をしたら店舗改装をしたときにスタンドグラスを必ず使ってくださいとしている。統一感を持たしている。そして、お店の中に黒壁の工房で作るガラスの紹介コーナーを設けてもらう。そのような条件が付く。冠は誰でもがもらえるわけではない。

黒壁は今 4 億 4,000 万円の出資金になっている。10 号館のガラス鑑賞館、ここだけが 600 円の入場料がいる。ここをやるときに土地と建物を取得して、改造する。そして、一部美術品を買い取るということで 3 億円の増資をしている。従って、民間が 3 億の出資をし、市が 1 億 4,000 万円の出資をしていることになる。民間主体の第三セクターであることが成功要因の一つである。黒壁は市に出資はしてもらえなくても、ランニングコストとしての補助金は一切要らないという形態になっている。よって、黒壁直営店舗の改造の 200 万円補助はない。そして黒壁の成功要因は、正規の従業員は 40 人ぐらいそしてパート・アルバイト含めて 100 数名のスタッフになっているが、後から入った男の従業員 7 人を除いて、全部女性である。女性が直営店舗の仕入れ、販売、企画、展示、全て任されてやっているというのが成功要因の特色である。そして、女性が生き生きとしている。教育にもお金を掛けている。アートプランナーを養成したい。ガラス芸術の中で社員を養成することが、黒壁が販売する商品の信頼につながると考えています。どんどんヨーロッパへ研修に行かしている。仕入れも兼ねて毎年 3,000 万円ぐらいの教育投資をやっている。そして地域のファン作りをやっている。いまでは黒壁のブランドが地域にとってステータスとなっている。

近年の問題、課題と対応

まちづくりには絶えずプランが必要だと言うことが

ら、平成元年ぐらいから大店法の改正スケジュールが出てきて、小売商業振興5法案が出てきた中に、商店街はだめだ、大資本と共同して郊外で店舗作りをやった場合に高度商業集積法に乗っかって国が支援する法律が出てきた。そこで郊外で3万㎡の開発計画が起きてきた。長浜楽市もあり、商店街もまだ力をつけていないのでこれでは行政が市民を裏切ることになる、ということで断念してもらうための理論武装として、大店法が改正されて大型店が自由に出店できるようになってきて平成2年に第2回近代化計画を提案した。これからは、中産行政(中小企業庁、通産省)だけでは、だめだろうなということで、自治省、文化省にも伝統建物保存郡調査を、建設省の地区更新計画とHOPE計画という2つの調査事業を平成4~6年に市の方でしてもらった。平成12年五カ年計画で景観形成計画事業、街路事業、ポケットパーク事業、建設省のお金を入れて、商店街は綺麗にしてきた。そういうことで街がどんどん良くなっていく中で、問題点がある。

一つは地元の女性、10代、20代、30代の若い女性が、街の中へ入り込んで来てくれなくなった宿命的な課題がある。観光で来ていただいた方は少人数の若い女性が増えてきているが、地元の人にとって街の中のお店は魅力がない。そして、依然として彦根市とか郊外の大型店に、京都・大阪あるいは名古屋・岐阜へ行って来てくれない。その第一は観光化され過ぎたイメージが強い。北国街道と大手門通りは、土、日、祝日になると自転車でも通れない。というぐらいお客さんが歩いている。駐車場も外から来たお客さんで満杯である。そのようなことで地元の女性が敬遠してしまっている。

二つ目は、中心市街地124haから15年間に6,300人の若い人が郊外に移り住んでいる。長浜市は8,000人近く人口が増えていっているが、中心市街地は、居住人口の減少と高齢者人口の高まり、そして高齢者にとって中心市街地は日常性の買い物が不便で単一機能の町に成り下がっている。このようなことが問題である。居住人口の減少は、第一番は住環境が悪い、震災にもあっていないから昔からの密集した住宅区域がある。そして、住宅を取り壊して新築しようとしても自分ところの車すら置く用地を確保することすらできない。そして、街の中にはアーケードがあるがために、店舗の奥に息子夫婦の住宅を新築しようとしても工事重機を入れることができないがために、手作業でやらなければならない。コストがかかってしまうので郊外に新しい住宅を求めてしまう。ということもある。そしてもう一つの心配は、黒壁の北国街道沿いは元から人が住んでいなかった空き家空き店舗がまちづくり主力であったが、人が住んでいる建物も住人の希望で黒

壁が買い上げることで外へ移り住んでしまう。ということがある。このような住環境の悪さがある。そこで、これからは高齢者と共にまちづくりをやらなければならないのではないかということで生まれてきたのが、「プラチナプラザ」である。平成7年に秀吉博をやるが行政に金がない。普通であれば、博覧会に若い女性を雇用するのが当たり前だが、金がないので55歳以上の高齢者155人を雇うことにした。そういった人が活躍してくれたことが秀吉博の成功につながった。そして秀吉博が終わった後に何をやっていくか研究していこうということで、55歳以上の方から「もう終わってしまうの?」ということで「働く場所を何か作ってくれないかな?」ということで要望もあった。だからそのときにみんなで議論しながらその時出てきた介護保険法も視野に入れて、行政ができない福祉を民間で肩代わりできないだろうか、何をやればよいか議論して、街の人が市に論文を出していた。三世代が一緒に住める住宅作りを提案していた人がいる。55歳以上の人に出資していただいて店舗作りをやってみようじゃないかということになった。それがプラチナプラザに出資5万円頂いて、福祉じゃなくて経営者、ビジネスとして参画して下さい。空き店舗を使って4店舗の経営をやってください。野菜工房、おかず工房、リサイクル工房、井戸端道場の4店舗を自ら経営者としてやっていただいている。そして支援グループもつくっている。今は実験的な段階である。そのときに建物の活用と路地裏作りということで、建物の三分の一を切り取って奥へつながるように、奥に良い空間があるので路地裏で奥につながるように、地球環境をテーマに、環境フリーマーケットが出来てきた。いろんな配慮をしながら建築面でもいろんなことをしながら、いろんな事業をしてきている。そして他にも国の行っているパティオ事業のようなロマネスク館、国の補助金を頂く部分と民間だけでやる部分、そういったものがうまく混じり合わさって、長浜はうまく街が良くなってきた。

しかし、また、問題点、課題点もたくさん抱えている。街の中で高齢者の人が住宅を維持できなくなってきている。そういった人のために高齢者の優良賃貸住宅を建設する予定で用地取得が出来ている。今年度住宅マスタープラン作りをやっている。そして中心市街地にどうやって住宅を配置していくか検討している。

ソフト面の展開で昭和59年から、お城一体で大規模なイベントを行い大成功したが、北陸線を挟んでたがために街の中に何一つ効果がなかった。その反省からまちのアイデアマンが昭和59年から着物「大園遊会」という、振袖を着た女の子が当初は400~500人から、最盛期は1,800人の振袖を着た女の子が街を歩いても

らって、大通寺で車とか、海外旅行が当たる抽選会をやった。



おわりに（思うこと）

昭和 61 年からは博物館都市構想で如何に街の中をギャラリー的な展開をやっていこうかと、その一つとして、芸術家たちに来ていただいて市を開いた。それがアート in 長浜 - 芸術版楽市楽座、それも昭和 61 年から作り上げた。このように絶えずいろんなイベントを作り上げていて、その中からハード・ソフト両面から、賑わい性を高めることが出来た。しかし、宿命的な課題がたくさんある。平成 10 年から新たな展開として、やり遂げて行きたい。そして、来年度、大通寺と表参道の交差するところに銀行がありますが、55,000 万円の寄付を団体から頂いたが、取りあえずもったいないですが、都市公園化をしていこうと、大通寺に唯一の緑がありますが、そういうことで、街の中に商店街に実の成る木を 2 年前から植えていっている。プランター植えになります。そして都市公園化を平成 14 年度で作り上げていく。駅前の伝建地区化をやったときに少しでも緑化をしていくことは、住環境の整備、地球環境の整備として生き物と共生できるような中心市街地をこれから如何に作っていくか、空間の神はディテールに宿ると言うことで、年に一回組みながら、次につなげて行きたいといろんなことをやって言っています。

暗闇のウインクという言葉が宣伝広告の中であるが、真っ暗闇で素敵な女の子にいくらサインをしても、相手には伝わらない。まちづくりにしても何にしてもやはり相手に伝わるように、広く市民が夢を共有できるように、絶えずどこかの誰かが、このようにしゃべっていかなければいけない。吹聴していかなければならない。ということでまちづくりはスポークスマンが必要ということでみんなが長浜は議論好きの中で夢を追いかけている。

またいま、先ほどの問題点以外に恐ろしいことがあるのが、不景気という時代に直面してきて、今までは旧来の企業経営が安定していたから出資も出来る、

ボランティア活動も出来るというのが、これだけ不景気が長引くと、本体経営が危なくなってくる。そうするとボランティアはやってられなくなる。そのようなことでこれまで関わってくれた方々、企業経営のためにだんだん離れて行くという怖さがある。そして、歳をとってきたことによる病気の怖さ、が出てきた。

そのようなことでいま長浜のまちづくりは曲がり角になってきています。今手を打っておかないと 5 年後、10 年後にまた寂れてしまうのではないかという不安感を持ちながらやっている。

最後にもう一つ、去年の 3 月にジャスコがインターのところに出てきた。大店法の駆け込みで、出てきた。これは一つ問題であり、大学誘致の場所も問題であり、改正都市計画法の問題、が余り議論されていないが、その都市のグランドデザインという考え方が少ないのと行政はいまだに郊外の開発志向である。まだ目が覚めてない。ジャスコが出てくるところは最初流通団地の用途地域だったところを平成 7 年の都市マスタープランで大規模な商業施設が開発できる商業区域に変えられていて、翌年出た総合計画で開発が出ていた。そして、ジャスコが申請したときにあえて商店街の人々に反対署名運動を仕掛けていった。それにより行政は県を通じて国の大店審にジャスコのオープンに影響を与えるから配慮してほしいという意見書を出していった。これはポーズである。行政は、インターの開発も必要であるが、中心市街地活性化に力を入れなければならないというのをきちんと説明できなければならない。この辺に都市のグランドデザインが描けない、大学誘致、そこにドーム球場がある、そして卸売市場がある。機能がそろってきたら、そこへ来る人の商業施設が必要だと言うことで、用途地域で土地利用をしようとしたわけだがこれはおかしいと思う。今の財政事情であれば、あるいは効率的な投資を考えるのであれば新しい施設を作り上げても、いまあるところと同関連させて相乗効果を発揮できるか、行政なら考えるべきである。その辺がいまのところ行政側の考え、目先だけの考えであるというのがある。いまだに郊外の開発志向というのが行政にある。

そういった中で中心市街地の活性化をやらなければならないつらさもあるのではないかと。これは全国を中心市街地でもあることですが、いずれにしても、都市のグランドデザインを描けるような、そして地区の計画ができるような、そして建築のわかる、マーケティングのわかる、そのような専門家を入れながら、魅力ある都市をつくるためのプランづくりをこれからも必要であるのではないかと考えています。