MIZUHO
Mizuho Research Institute
Channel to Discovery

みずほ地域経済インサイト

2006 年 1 月 25 日発行

滋賀県の地域政策事例
～「黒壁」から学ぶ街づくりと長浜市の現状～

みずほ総合研究所

要　旨

１長浜市は、琵琶湖の北東岸に位置する、人口６万人弱の都市である。その長浜は、全国の街づくり関係者の間で、街の再生に関する成功事例として挙げられる都市の一つでもある。近年、どこの都市においても、中心市街地の活性化が大きな課題となっている。そこで、今回は、「地域経済インサイト」の滋賀県の事例として、長浜市に焦点をあてて取材した。

２長浜は、羽柴（豊臣）秀吉が城を築いて以来、城下町として栄え、その後も、湖北地方の中心として発展を遂げてきた。しかし、1980 年代以降は、多くの地方都市と同様に、市内中心部にある商店街の賑わいが失われ、中心市街地の活性化が大きな課題となっていた。

３長浜の再生のきっかけとなったのは、1988 年に始められた「黒壁銀行」の保存活動である。長浜市内の民間企業８社が資本金の７割、市が３割を出資して、第三セクターの「株式会社黒壁」を立ち上げ、民間主導で街の改革を行った。㈱黒壁は、街づくりの核になるものとして「ガラス」を設定し、趣深い街並みと欧州の歴史あるガラスを調和させ、芸術と文化の溢れる街づくりを展開していった。㈱黒壁が街づくりに着手して 17 年、長浜市の一角にある「黒壁スクエア」には、年間 200 万人もの観光客が訪れるようになり、大いに賑わいをみせている。

４このような長浜の成功は、①民間が活動主体で機動的に行動できたこと、②合意形成に労力を費やさず、スピード感を持って取り組んだこと、③街づくりにおいて、思想とコンセプトを明確にしたことの三つが大きな要因であったと考えられる。活動の中心的役割を担う笹原氏の街づくりに対する考え方は、非常に面白い。街はみんなで創らないことが重要と言い、民間出資者８人が主体となって、街の改革を進めていった。まず、街再生の核となるものを探すにあたり、「無一物中無尽蔵」の思想の下、地元資源に執着せず、世界の中から、「歴史」、「文化」、「芸術性」のコンセプトを満たす「ガラス」を見つけた。そして、笹原氏は、古いものを現代にアレンジして生き返らせることが街の再生だと言い、「黒壁銀行」を始め、歴史ある城下町の建物などを「ガラス」芸術によって息づかせて、現代と融合させ、街を生き返らせた。

５長浜市は、㈱黒壁の事業によって、ガラスの街として生まれ変わった市の一角が賑わいを見せている。しかし、来訪客が市内に広がり、市域全体に大きな経済効果が生み出されるまでには至っていないようだ。観光客誘致のための一段の環境整備、そして、住民の生活環境を重視した街づくりが、長浜市の今後の課題となっている。

６他方、長浜市は、バイオ産業の育成にも取り組んでいる。2003 年４月、長浜市内に官民共同出資による「長浜バイオ大学」が設立された。同大学からは、早くも、大学発ベンチャー企業が２社誕生している。同大学設立による本格的な成果はこれからというところであるが、大都市圏と異なる地方の役割として、地元企業との連携を通じて、今後の地域の産業や雇用に大きな効果が生まれることを期待したい。

本誌に関するお問い合わせ先
みずほ総合研究所株式会社　調査本部　政策調査部
研究員　金子しのぶ
Tel:03-3201-0577　Email：shinobu.kaneko@mizuho-ri.co.jp

１　はじめに

長浜市は、滋賀県の北部、琵琶湖の北東岸一帯を指す通称「湖北」と呼ばれる地域に位置し、人口約 6 万人を抱える都市である。この町は、羽柴（豊臣）秀吉が長浜城を築いて以来、湖北地方の中心として栄え、現在も近畿・中京・北陸 3 圏の接点として、独自の文化圏を形成している。

長浜は、江戸時代から民衆自治が発達し、明治初期には県下初の小学校や国立銀行が設立され、鉄道も開通するなど、滋賀県北部の拠点都市として発展してきた。しかし、1980 年代以降は、多くの地方都市と同様に、市内中心部にある商店街の賑わいが失われ、中心市街地の活性化が大きな課題となった。こうした中で、商店街に立つ漆喰の古い建物の保存問題を契機に、1988 年からガラスを活用した新たな街づくりが進められ、長浜は、「黒壁スクエア」という魅力的な商業地に再生された。

今回は、「地域経済インサイト」の滋賀県の地域事例として、この長浜市に焦点を当て、「黒壁」を中心とした街の再生について探ってみたい。また、長浜では、バイオテクノロジーを生かした産業振興の取り組みも行われている。この新たな取り組みについても、併せて取り上げることとする。

２　長浜と「黒壁」

（１）「黒壁」による街の再生

まず、この節では、「黒壁」とガラスを活かした街の再生の経緯を概観する。

長浜は、由緒ある城下町であることから、町内には古い屋敷なども一部にその姿をとどめ、明治期に創られた建物にも、独特の外観などから文化的価値の高いものが残されてきた。その代表格が旧第百三十銀行長浜支店の建物で、黒い漆喰で塗られた外壁のスタイルから、「黒壁銀行」という愛称で市民から親しまれてきた。その後、この建物は、壁を白く塗りつぶし、キリスト教会として使用されてきたが、1988 年になると、老朽化を理由とする取り壊しの計画が表面化した。

しかし、市民の間では、愛着のある「黒壁銀行」を保存したいという声が広がった。そうした中で、当時倉庫業を経営していた笹原司朗氏や建設業を家業として営んでいた伊藤光男氏が中心となって、この建物を買い取るため、第三セクターの「株式会社黒壁」を立ち上げた。同社の資本金１億３千万円のうち、７割に当たる 9 千万円は笹原氏ら民間企業８社が出資し、これを「黒壁銀行」の買い取り費用にあて、残りの 4 千万円は長浜市が出資して、建物の改築を行った。このように、㈱黒壁は、長浜市が資本金の３割を出資した第三セクターであるものの、企業の出資割合が高いため、市とは独立して、出資企業が中心となって経営を行ってきた。

笹原氏らの出資者は、㈱黒壁の事業として、まず、長浜の街づくりのコンセプトとして設定した①歴史、②文化・芸術、③国際性の３点を満たすものを探した。その結果、これらを満たす「ガラス」を核とする街づくりを始めた。

㈱黒壁は、黒壁銀行の建物を、「黒壁ガラス館」として整備し（写真１・２・３）、そのガラス館を中心に、骨董や現代作家のガラスを置く店や、ガラス工房・教室、ガラス美術館等を建ち上げていった。そして、ガラスを単なる観光地の置物ではなく、芸術文化として街に根付かせていくために、同社の社員を欧州に派遣し、ガラスの製法や技法を学ばせた。欧州のガラス芸術の伝統に、一年で追いつくことが不可能であるとしても、一年で数%ずつ技術水準を引き上げていけば、数十年で追いつけると考えたそうである。

また、商品の輸入や店内の商品配置の考案には、美術系大学出身の若い女性社員たちの意見を反映させた。若い社員のガラス技能を向上させて商品開発などに活かし、お店や街にその芸術性を反映させることができれば、長浜を訪れた客から好評価が得られる。そして、その評判が口コミなどで広がることが長浜を宣伝することに繋がると、笹原氏らは考えた[1]。実際に、長浜市の黒壁ガラス館一帯は、広告宣伝に莫大な費用をかけなかったものの、来訪者数は伸びていった。そのようにして、長浜市の中心部を貫く北国街道[2]の周囲に、長浜の歴史ある建物とガラス芸術の調和した街並みが創り上げられていった。

さらに、㈱黒壁は、近隣の空き店舗や空き地を購入し、建物の修復や隣家と調和する建物の新築を行い、そこで開業を希望する者への売却を進め、ガラスの街の拡張をプロデュースした。

1988 年の㈱黒壁立ち上げから 17 年、JR 長浜駅の北東に位置する黒壁ガラス館を中心とした商業地一帯は、今日「黒壁スクエア」と呼ばれ、年間 200 万人を超える来街者が訪れる街として賑わいをみせている。

（写真１：黒壁ガラス館）　　（写真２・３：黒壁ガラス館の内部）

（２）㈱黒壁の成功要因

前節では、㈱黒壁のガラス事業による街の再生への取り組みをみてきた。この節では、黒壁による取り組みが街の再生につながった成功要因をみていくこととする。

大きなものとして、以下の三つの要因が挙げられる。

第一は、主体となって取り組んだ㈱黒壁が、民間主導型の第三セクターであったことで

---

1 長浜商工会議所の 2005 年長浜来訪者調査項目において、「長浜に来ようと思われた動機付け」の「その他」を除く一番多い理由は、「人の話」であった。

2 北国街道は、近江（滋賀県）から北陸方面へ通じる道として、江戸時代に整備された街道である。

ある。㈱黒壁は、行政主導型の第三セクターとは異なり、その事業運営を行ってきたのは、資本金の７割を出資した民間会社等の代表 8 人であった。行政が主体となると、公平性や中立性を重視するあまり、柔軟な活動が取れなくなる場合がある。第三セクターの形態を取ることにより、市の協力を受け、外部への信用度を維持しつつも、市の出資割合が低く、経営を民間が担ったことで、機動的な事業展開が可能となった。

第二は、街づくりのための合意形成に多大な労力や時間を費やさず、スピードを重視したことである。笹原氏は、「街はみんなで創らないことが重要だ」と言う。㈱黒壁の経営を主導したのは、前述のとおり、笹原氏を中心に、「黒壁銀行」の保存・活用という同じ目的で集まった 8 人である。㈱黒壁設立当初、古い商店街組合等の旧組織は存在したが、㈱黒壁は旧組織との全面的な合意が得られるまで待つのではなく、スピード感を持って長浜の街の改革に取り組んでいった。エリア内の 30 m～50 m間隔に一店舗を目処に、黒壁系列の店を配置し、まず街の印象を変えた。その後、10 店舗、20 店舗と系列店舗数を拡大していき、黒壁スクエアを築いていった。㈱黒壁の築き上げた街に対する評価は、店舗の拡大や来客数の増加とともに高まっていった。

もっとも、合意形成に労力を費やさなかったとはいっても、笹原氏や伊藤氏らが、商店街等利害関係者らを無視したわけではない。一日最低６回は、街を巡回し、商店街関係者等に声をかけるといった、対面コミュニケーションは欠かさなかったそうである。その結果、商店街関係者の大半と顔見知りになり、商店街の中には、㈱黒壁に意見を求めにくる店主なども多数現れるようになったという。

第三は、街づくりに、その根底となる思想があり、その実践に当たって、街のコンセプトとして、「歴史」、「文化・芸術」、「国際性」を重視したことである。

笹原氏は、「街づくりには思想が大事で、㈱黒壁の事業は、『無一物中無尽蔵』という西田天香の言葉に基づくもの」と話す。西田天香[3]は、長浜出身の思想家である。「無一物中無尽蔵」は彼の思想を象徴する言葉で、そこには「人は『執着』や『所有』から離れて『無』になってこそ、計り知れない大きな力が備わる」という意味が込められている。

地域興しにあたっては、地域性を重視するあまりに、当地の資源の過大評価に陥りがちで、客観的に街づくりのプランを立てることができなくなってしまうことも多いという。だから、地元である長浜を一旦忘れて（「無一物」になって）、地元の資源や文化に固執せず、広く世界の中から、「歴史」、「文化・芸術」、「国際性」のコンセプトを満たす「ガラス」という核を探し出し、自由な発想で（「無尽蔵」に）街づくりを行ってきたのだと言う。

一方で、笹原氏は、「街づくりとは文化や歴史を息づかせることであり、古いものを現代と調和させ、生き返らせることが街を再生することだ」とも話していた。長浜の核を生

[3] 西田天香（にしだてんこう）は、生年 1872 年（明治 5 年）～没年 1968 年（昭和 43 年）の明治・大正・昭和時代を生きた思想家。主要著書に『懺悔の生活』(春秋社・大正 10 年)がある。

かす手法として、お金の力ではできないものは何か、地域の特性を活かせるものは何かを考えることも重視したと言う。欧州の伝統あるガラス芸術は、明治維新後の擬洋風建築である黒壁銀行の建物をまさに活かせるものでもあった。

実際に、ガラス芸術は、黒壁スクエア内の古く趣深い街並みや建物とも、見事に調和した。例えば、黒壁ガラス館などの歴史ある建物と、土蔵を改造したカフェレストランやイタリアンレストランが上手に配置され、周りの景観と融合している（写真４・５）。このような調和は、建物の内部にも窺える。ガラス美術館である「黒壁美術館」には、江戸時代末期の商家[4]の畳の部屋に、海外のガラス作品が多数展示されている。一見、和と洋という異なる文化の組み合わせだが、どちらも古典の風格あるものであり、ガラス作品という海外の歴史の重みと、商家の風情ある空間や古き趣が相応している。

（写真４・５：黒壁スクエア内の街並み）

（３）㈱黒壁の限界と今後の課題

このように、㈱黒壁のガラス事業によって、旧黒壁銀行の建物を中心とした黒壁スクエアは、年間 200 万人もの来訪者を集める街に再生し、賑わいをみせている。しかし、㈱黒壁の収益性や経済効果、販売戦略といった点でいくつかの限界や課題も見受けられる。

一つ目は、黒壁スクエアへの来訪者数が多く賑わいがあっても、経済効果に限界があることである。一般に、宿泊客の場合は、一日１人あたり、飲食等を含め 24,000 円前後の消費が見込まれるのに対して、日帰り観光客は 3,000 円前後だという。長浜は、京都や大阪といった大都市・観光拠点都市から電車で一時間程度の距離にあるため、長浜を訪れる客の多くは日帰りである。1～2 時間程度の滞在時間では、飲食や宿泊が伴わないため、大きな消費が見込めない。実際に、黒壁スクエアの観光客の消費額は、一日１人あたり、2,000 円程度に留まっているそうだ。

㈱黒壁は、今後、高額消費を見込んだ商品の配列などの工夫をしていくと言っていたが、この点に関しては、販売されている商品と来客層にギャップがあるように思われる。黒壁系列のショップ内で販売されているガラス商品の多くは、20 歳代から 30 歳代の女性に好

[4] 醤油の製造卸売問屋として栄えた河路家の邸宅。建物内の部屋の一部は、260 年前の武家屋敷を移築してきたものと言われている。

まれる作品が多いように思われる。特に、黒壁六號館「グラスギャラリー・マヌー」[5]では、グラスや花瓶、ガラスの雛人形等、個性的でセンスある作品が、3000 円から 10,000 円前後の価格で販売されていた。これほどの作品が大都市圏内で販売されれば、人気が出そうなものだが、一点一点がガラス作家が作った小数作品ということで、大都市圏では販売が難しいと言う。また、ＯＬ層が好みそうな商品が手頃な価格で販売されているのに対して、黒壁への来訪者は、50 歳代、60 歳代が最も多い（長浜商工会議所・2005 年来街者調査）。商品を最も買いそうな層に絞った販売戦略も必要ではないかと思われる。

二つ目は、黒壁スクエアの店舗の定休日が重なっていることや、開店時間が遅く、閉店時間が早いため、早朝や夜間、宿泊客の要望に応えられないことである。実際に、筆者が訪れた日が定休日の多い火曜日であったため、閑散としてる場所も見られた。また、夕方 6 時前後に閉店してしまう店がほとんどで、夜の人通りが少なく、宿泊客が見て回れるような場所が少ないように感じる。

宿泊客の大規模な呼び込みは、㈱黒壁だけでは限界があろう。市との連携による宿泊観光客増加を目指したインフラの整備や、広域観光の推進等により、滞在時間を伸ばしてもらう取り組みが必要と思われる。また、㈱黒壁系列の店舗を始めとして、各商店街でも、定休日の調整や営業時間の延長等工夫も求められよう。

３　長浜市の現状と課題

（１）「黒壁」以外の商店街の現状

前節までは、長浜市の一角である黒壁スクエアと呼ばれるエリアにおける㈱黒壁による観光都市への再生とその限界等をみてきた。そこで、この節からは、黒壁スクエアを含めた長浜市全体に視野を広げてみていくこととする。

長浜市内には、㈱黒壁系列のガラス店舗以外にも、十里街道職人町や、やわた夢生小路といった、職人による工芸店や地元密着型の小売店等から構成される商店街が多くある（次頁地図参照）。しかし、黒壁スクエアの中心部から離れた場所にある商店街には、「黒壁」へ集まった客が回遊せず、「黒壁」による影響も弱いように思われる。また、かつての活気を失い、人通りが少なく賑わいに欠ける商店街もある（次頁写真６・７）。

長浜は、㈱黒壁のガラス事業によって市内の一角の再生に成功し、多くの観光客が訪れる観光都市として有名にはなったが、その効果が市内全域に波及するまでには至っていないようである。

---

[5] ここでは、ガラス作品の雛祭り展など、季節に応じた企画展や個展なども行われている。

（写真６・７：長浜市内商店街の様子）

（地図１）

（資料）長浜観光協会ＨＰより作成

（２）地元商店街の活性化及び住環境を重視した取り組み

このような状況の中、長浜市や商店街組合等は、観光客向けだけでなく、地域住民の生活を重視した街として、賑わいを創出するための取り組みを行っている。

例えば、長浜御坊表参道の商店街をみてみよう。同商店街は、かつてアーケード街となっていたが、1987 年、市や商店街組合等が中心となって、商店街地域の個性である長浜御坊大通寺[6]を活かそうと、敢えてアーケードを取り外し、山門を商店街の正面に見せるようにした。そして、各店舗の屋根がアーケードの機能を一部代替するものとなるように、屋根より下の店舗の建て屋を約１ｍ～1.5 ｍセットバックさせた（写真８）。

店舗をセットバックすることに賛同しなかった店主もいたため、賛同者が先行して店舗のセットバックを行ったと言う。そのため、参道の店舗の並びには、一部不揃いのところも残るが、商店街の見渡しが良くなり、参道の幅が広がって住民や観光客の往来にゆとりができるなどの効果は大きかったようだ。今後は、「黒壁」に集まった客をいかにして「ガラス」以外の地元の商店街に向かわせ、そこを活性化させるかが課題となっている。

近年の取り組みとしては、市が慶雲館[7]から市立図書館に通じる通称「明治ステーション通り」（前頁地図１参照）に、明治期の古いガス灯をイメージした街路灯を設置した事例がある。通りに明治期の姿を再現することは、長浜に夜間観光も可能な場所を創るということだけでなく、景観を整えて住環境を良くすることでもある。

長浜市観光振興課の北川補佐は、「黒壁による中心市街地の再生の効果は確かに大きいが、長浜市全体として、地域住民の生活空間という点で街をみた場合、中心市街地の活性化は、まだ完全な成功には至っておらず、観光客だけでなく、地域で暮らす住民にとっても魅力的な街とするための環境整備が必要だ」と話していた。また、観光の目玉となるものを探し当てるよりも、景観のきれいな、住み心地の良い街を創ることも大切ではないかと言う。地道な環境整備を試みることで、観光と地域住民の生活空間とが調和する都市の形成が目指されているようだ。

（写真８：長浜御坊表参道）

6 真宗大谷派（東本願寺）の別院で、正式名は無礙智山（むげちざん）大通寺という。

7 明治時代の長浜の豪商・浅見又蔵が明治天皇の行在所として建てた迎賓館。現在は公共の施設として、一般公開されている。毎年１月初旬から３月初旬にかけて、「長浜盆梅展」が開催されている。

（３）「長浜バイオ大学」設立による地域活性化

以上のように、長浜は、観光という点だけでなく、地元住民の生活空間を重視した取り組みも実施し始めている。これらに加えて、長浜の産業活動の核として期待されている分野がある。バイオテクノロジー産業である。バイオテクノロジーを中心とした人材、産業育成の一環として、長浜市と学校法人関西文理総合学園は、官民協力型の「長浜バイオ大学」を、2003 年 4 月に設立した。この「長浜バイオ大学」は、現在、全国で唯一のバイオ系単科大学である（写真９）。

同大学では、学内で生まれた研究成果の事業化を目指し、2005 年度に、大学発のベンチャー企業を二つ立ち上げた。短時間でどんな場所でも手軽に認証できる DNA システムの開発を手がける「長浜バイオラボトリー㈱」と、創薬開発や食品開発などに必要なタンパク質の自動精製装置の開発などを行う「プロテオジェネシス㈱」である。前者は、５年後には 100 億円、後者は 10 億円の売上が期待されるとのことである。

これらの 2 社は、2006 年 3 月末の完成を目指して大学隣接地に建設中であるインキュベーション施設（写真 10）に入居する予定である。このインキュベーション施設には、17 の研究室が設置される予定であるが、既に、全室とも入居予約済みとのことである。入居予定の企業には、地元の企業も多いという。

大学関係者は、「長浜は、東京や大阪といった大都市圏とは距離があり、産業界や行政との連携、利便性等の面で弱点を抱えているが、地方の果たす役割として地元企業との繋がりを強化して、産学連携により地域への貢献度を高めていきたい」と話していた。

（写真９：長浜バイオ大学）

（写真 10：インキュベーション施設）

４　おわりに

従来、街づくりといえば、行政による平均的で画一的な進め方が一般的であった。しかし、近年は、住民やNPO、企業等、多様な主体による、地域的特徴を生かした個性的な街づくりが広がりつつあり、行政単位ではないエリアのマネジメントも重視されてきている。

今回取り上げた長浜の例は、㈱黒壁という民間主導の第三セクターによる、長浜市内のエリアの再生例である。株式会社という性質上、㈱黒壁には、エリアの活性化に取り組む一方で、自社の収益性も維持しなければならない。そのため、街づくりの永続性や安定性という点においては、行政が担う場合より第三セクターが担う場合の方が弱いとの見方もあろう。しかし、一方で、機動的で柔軟な経営スタイルを取ることが可能なため、このように短期間でエリア再生の成功を生み出したともいえる。

地域経営については、人口減少・少子高齢化の進展や、国際競争・都市間競争が激化する中で、全国的な視野から対策を講じる必要のあるものも多い。しかし、基本的には、個々のエリアで、個々のスタイルで、地域経営を進めることが不可欠である。

各々の地域によって、街づくりの進め方は様々であるが、㈱黒壁のように、民間主導の第三セクターが地域の活性化を進めていくスタイルや、その街づくりの思想も一つの参考になるのではないかと思われる。