特集 地方におけるエリアマネジメントの現状と課題

次の時代へ挑戦する長浜のまちづくり

長浜まちづくり株式会社 竹村 光雄
たけむら みつお

1. 近江長浜のまちづくり

平成元年に官民出資によって設立された株式会社黒壁による歴史的建物の保全活用とガラス文化を中核とした商業を両輪で展開した個性的なまちづくり。その同時期に、在来の商店主らが通りごとの CI と各個店のリニューアルを通じて歴史的な都市空間を面的にブラッシュアップし、提供する商品やサービスのリニューアルをすすめた取組み。両者が競い合うように、空洞化著しい既成市街地をわずか 10 年ばかりの瞬く間に活気づけた時期には、地場産業に由来するイベント「着物園遊会」が益々盛大になり、戦国浪漫の物語を発信するきっかけとなった「北近江秀吉博覧会」を成功させ、伝統行事の曳山まつりの拠点となる「曳山博物館」の建設が進むなど、幅広い取り組みを次々と成功させた。

これらを裏打ちしたまちづくりのビジョン「博物館都市構想（昭和 59 年）」には“伝統を現代に生かし美しく住む”と謳い、取り組みの中心に自分たちの「暮らし」を据えて、官民や老若がさまざまな視点を持ち寄って取り組みに熱中した。さらにこの構想策定の契機には前年の昭和 58 年に実現した長浜城の再建があり、この発端は市民による寄付活動であったことも長浜のまちづくりを象徴している。秀吉公による建町以降、楽市・楽座をすすめる朱印地とされ、井伊藩領となった江戸期中においてもこの朱印地と町衆自治が継続されたことは、町衆らが活発なまちづくりの先頭に立つという今日に続く長浜の気風を育んだ。冒頭の(株)黒壁をはじめとして、趣意に賛同する者たちが官民の垣根なく出資したローカルベンチャーは平成以降でも 10 社を超える。筆者が所属する長浜まちづくり株式会社(以下まちづくり会社)も、平成 21 年に長浜市、長浜商工会議所ほか市内 21 企業の出資によって設立されたそのひとつである。

しかしながら平成の大合併を経ても尚人口 11 万規模の小都市である。厳しい社会変化の中、常に危機感を抱きながら積極的なまちづくりを進めてきた。本稿では近年の長浜が歴史的な都市空間の保全活用と、多彩なコンテンツの集積による商業観光市場を形成し得たメカニズムとその現状を再確認するとともに、次代に向けて始動している新たな動きの概要を紹介する。

2. 市街地再生のエンジン

近年の長浜市街地再生を進めるエンジンとなったのは、低利用化した「町家の再生」と新たな「商業コンテンツの企画開発」を同時に行うモデルの「集積」である。

’80～’90年代にかけて消費経済が活発化する中で、車社会の進展とともに郊外開発とマスマーケティングが加速し、郊外型の商業集積が進む一方で既成市街地の空洞化が進んだのは全国共通の経験である。その時期に長浜の町衆らは、ランドマークであった「黒壁」を買い取って解体の危機から脱するとともに、そこを新たに「ガラス館」と

いう商いの場として再生・稼働させた。重要なのはガラス館単体ではなく、隣接棟をガラス窯を備えた工房に、土蔵はレストランに転用することで、散策をしながら買い物・見学・食事を楽しめる「界隈性」を生み出したことで、このインパクトが大きかった。初発の好評を確認するや、さらに近隣の仕舞屋の使用権を取得して、ガラススタジオやミュージアムを次々とオープンさせた。全く同時期に、商店街の一画では既存のアーケードとパラペットを撤去して町並みを取り戻す事業を敢行。これらが合わさって約 500m四方のエリアは、飾らぬ暮らしの雰囲気を下敷きにしながら、ところどころに経年の風情のある空間が磨かれ、洗練された商品やサービスが混在することとなり、まちをそぞろ歩く楽しさが口コミで広がっていった。空洞化が著しかったまちに多くの観光客が訪れるようになると、界隈の空き家が次々と活用されて新たな商業コンテンツの舞台となり、そのサイクルが進むほどに町家が連続する歴史的な都市空間が取り戻されていくことになった。

このエンジンを支えたのは店舗での売上である。勿論プロジェクトの一軒ずつが豊かな企画力を伴って丁寧に展開された賜物であり、中でも市場の無いところから始めた初動期は大きなリスクを伴う挑戦を重ねてきたわけだが、結果として大いに売れた。売上が立つようになると新たな出店希望者と家賃収入が生じ、ディベロッパー役はさらに次の改修投資を展開することができた。

だがこうした好転サイクルも平成 17 年をピークに停滞し始め、以前のように売れなくなってきた。次なるコンテンツを追加投入するものの、かつてのように爆発的な伸びや継続性がない。またその頃には長浜モデルを見倣いながら、より充実した取り組みによってまちの魅力をブラッシュアップするライバル都市も増加した。もちろんそれは歓迎されることで、長浜もまた負けじと次の展開へ挑戦すべきところだが、ここに抗い難い変化が実感された。ひとつには消費経済が拡大から停滞へそして転換期に差し掛かり以前のように物が売れなくなってきたことである。ならば売り上げにつながる注力すべき価値のウェイトを物から事へ移動すべし、と理解はするものの具体的に明日から何をどうしたらいいかがわからない。事業主たちの高齢化や後継する担い手不足が進むとともに、まちの機能が過度に観光化したことによって地元の暮らしがそこから離れてしまっていたために、まちづくりのこれからを自分ごととして考える当事者が極端に減ってしまっていた。

3. 郊外に起こった挑戦

まちなかが次代へのアップデートにもがく時、郊外に価値ある挑戦が起こる。琵琶湖の源流部に位置する湖北地方は澄んだ水に恵まれて古来稲作が盛んに行われてきた。美しく広がる青田の中には寺の大屋根と神社の杜に数十の家が屋根を寄せる集落が、小さな島々のように点在する。集落の中にも石積みの水路が巡らされ、澄んだ水に淡水魚が泳ぐ姿が眩い。’10 年前後よりこうした環境で生まれ育った 20～30 代が都会の暮らしを経験して郷里へ戻り、篤農家として挑戦をはじめるケースが重なった。慣行農法で大量に収穫した米を大手流通に流すのではなく、有機栽培の追求や在来種の復活等に挑み、自身の圃場や背景の山野で関心層と交流の機会を催し、都市の消費者や飲食店と直接やり取りをする。収穫から先を顔の見えない仕組みに託すのではなく、どんな人がどんな環境でどんなふうに作った米であるのかという背景に妥協をなくしてフロントに立つと、関心を寄せる多くの目には米どころの風景が違って映るようになった。

時を同じくして同水系の中にある宿場の造り酒屋も、他県産の酒米を贅沢に削った大吟醸こそ良品であるという既成概念の突破に挑んでいた。同胞が丹精込めて育てた米をなるべく削らずに、土地の滋味深さを持つ純米酒を醸す。地方老舗の銘柄が独特の個性をはっきりと表現することは仲間達だけでなく都会や海外に勃興した感度の高い市場からも大いに喜ばれた。同様に、湖魚や伝統の発酵文化等を追求する中でこうした食材を扱う料理人や、彼らの仕事を表現して発信するライター、

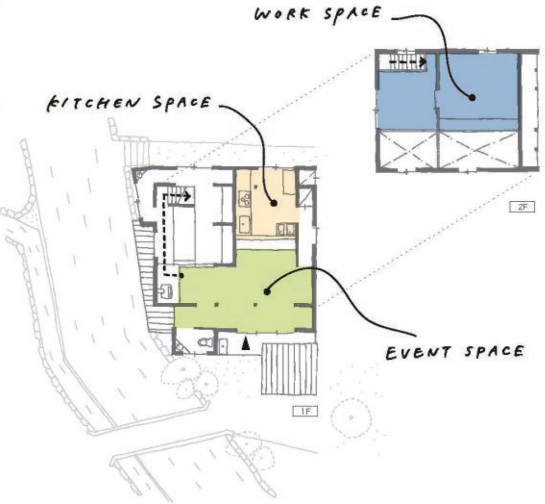
靄が立つ早朝に水の管理をする篤農家。かつてのどこかの光景ではなく、今、地元の同世代がこうした価値に挑むことでこの風景ができている。

グラフィックデザイナー、フロントエンドエンジニア、建築家など、価値尺度を共有する担い手たちが職域を超えてしっかりと連携し、フィールドワークショップの開催等を通じて社会への発信を始めていた。

彼らのような一人と出会うことで、言葉にできなかった田舎の風景に一つの物語を憶え、そこにつながりを持った次の一人、また一人と出会うほどに、湖北の風景の中にどこか懐かしくてあたらしい未来の暮らしが豊かに浮かび上がってくる。この頼もしいローカリティこそが、これからの長浜のまちづくりになくてはならないものであると直感される。近年のまちづくりによって取り戻した誇るべき町並みをそぞろ歩くときに、その空気の中に彼らの新たな挑戦の気配を漂わせることができれば、長浜のまちはさらに瑞々しく蘇る。

4. アイディアやエネルギーが集うHUB

郊外で気を吐く若き担い手たちは、少なからず地元長浜のまちづくりに関心を持つものの具体的な接点を持つに至らないのが実情であった。主な要因は従来のまちづくりのエンジンであった経済構造とその背景の価値尺度の違いであろう。社会は物質的な豊かさから精神的な充実を求める方向へ変化が進む一方、長浜モデルは販売力と家賃負担力に頼るサイクルの中にあった。取り扱う商品やサービスに新鮮味が薄れていることや高齢化や後継者不足が危惧されながらも 30 年にわたって築いてきた観光市場はまだそこにあり、日々の売上が潰えたわけではない。一方の若手たちは斬新な視点に立って挑戦を続けているが未だブレイク前のニッチな取り組みに過ぎず、賑やかなまちに拠点を構えるまでの家賃負担力はなかった。加えてデジタルコミュニケーションによって支えられる彼らのファン層は地域の境目なく広域に点在しているために、来街者数の増減をカウントしてき



た従来のまちづくりサイドからは理解が難しく、両者が次代のイメージを共有して連携することがしにくかったといえる。

まちづくり会社はここを自社の急務と判断した。既述の通り数多くある長浜ローカルベンチャーの中でまちづくり会社は、他社のように定常的な売場を持たず、企画・デザインを旨とした組織である。同社は郊外から浮かび上がってきた湖北のローカリティを深める拠点をまちなかに催すことを試みた。長浜のまちなかは歩いて回れるほどの小さなエリアであるが、近年のまちづくりへ取り組む最初期に通りごとに念入りな CI を行ったことによって、その後の個店リニューアル等が円滑に進行した。これは大変価値ある成果であった一方で、エリア内全ての通りがいわば表通りとして賑わうことで、実績や販売力を積む以前の企画が家賃等の出店条件を抑えて挑戦するには敷居が高くなっていた。新たなコンテンツを紹介する拠点を催すには来訪者の多い表通りが望ましいが賃料に見合う利益を優先すれば取組みの趣旨が不明瞭になってしまう。逆にそうではなく、賃料の心配をなくして独自色の豊かな挑戦によってサブカルを育む裏通りを形成することは、長期的にはコンテンツの更新に悩むまちの風通しを良くすると思い切って路地裏に焦点を絞った。

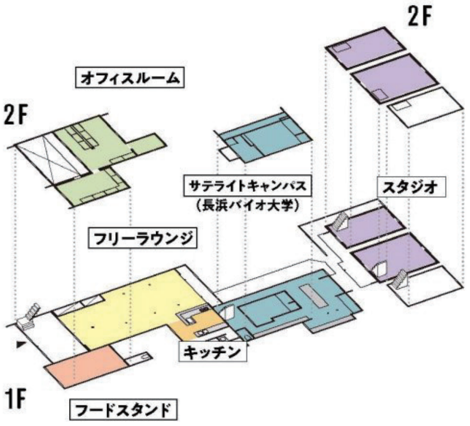
まちはずれに幅三尺・延長一町の路地と、蛇行しながらまちを流れる米川と八幡川が交わる地点に「どんどん橋」が架かる一角がある。賑やかな表通りと一転して数軒の生活音と水の流れる音が響き、夏には小鮎やオイカワが泳ぎ鴨やサギがその周りに群れるという、湖北の郊外に見る風景がそこにある。まちづくり会社は橋の袂で腐朽の進んだ5軒長屋のうち2軒を月額1万円で借り受け、先の担い手たちを具体的なユーザーモデルと想定して彼らが活躍できる可能性を詰め込んだキッチン・ワークスペース・イベントスペースのある極小のシェアスペースへ改修。平成28年に「湖北の暮らし案内所 どんどん」として運営を開始した。

運営体制、営業形態、情報発信などいずれも近しい例がなく、趣旨に賛同して集う面々が描くイメージを少しずつ具体化するようにプロジェクトを進めた。失敗と行き詰まりを繰り返し経験しながらも窮地に陥る度に新たな発見や関連する出会いが見出された。農家や料理人がカメラマンやグラフィックデザイナーと連携したギャラリー＆トーク、郷土料理を主題とした30〜70代女性たちの

ワークショップ、家族で競い合うタナゴ釣り大会、米川での川まちづくり、岐阜・福井・奈良など近隣エリアでローカリティを打ち出す担い手らとの交流、在東京・長浜出身者たちと地元起業家・経営者たちの連携プロジェクト（東京−長浜リレーションズ）など、小さなシェアスペースを拠点とする人の繋がりや実験的なプロジェクトが累乗的に広がっていった。観光客が足を伸ばさない閑静なエリアの空き家を使った新規出店も出始めて、その相談者もどんどんに集うようになる。数年経過してもレンタルスペースの稼働そのものだけを言えば収支は厳しいものの、まちづくり会社は幅広いアイディアを企画・実行に移すディレクション能力を獲得し、界隈には子供たちからシニア世代まで、近年はまちづくりの表舞台から離れていた地域の暮らしを楽しむ人たちの日常の風景が漂いはじめた。湖北の暮らし案内所 どんどんは、アイディアやエネルギーが集うHUBとなって、観光商業一色になりつつあるまちに少しずつ変化をもたらしはじめた。

5. 次代を描くビジョン

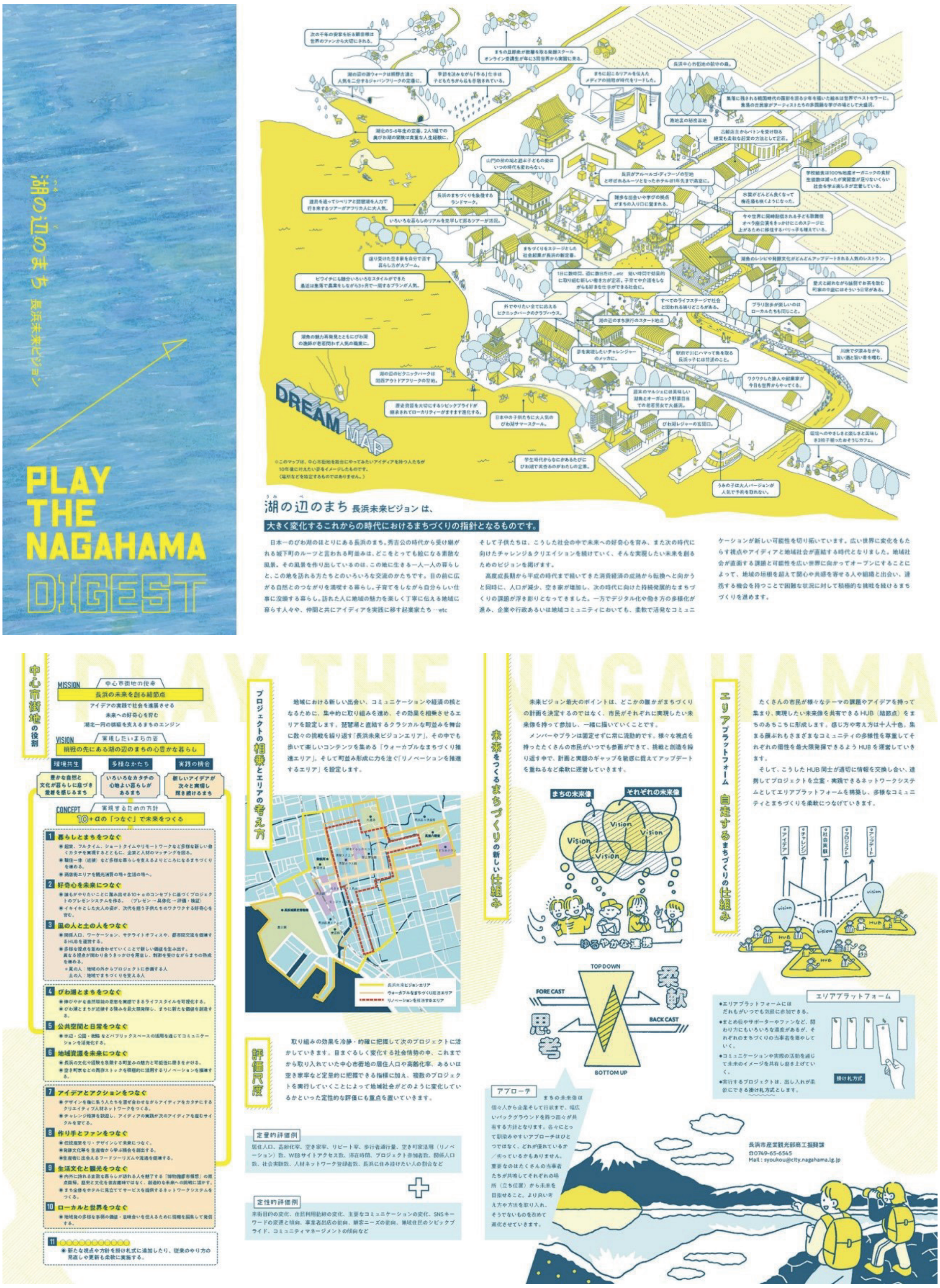
かねてより観光一本足から脱却した新たなコンテンツへと更新する必要性が認識され、高齢化や後継者不足が不安視されながらも何年にも渡ってその有効策を描けぬままにいたところに、コロナ禍が追い討ちをかけた。大型観光バスで来訪するシニア世代を中心とした団体旅行者が激減したことは既存店舗への打撃となり、テナントの退店も相次いだ。個店の商売に限らず地域経済全体が停止して暗雲が立ち込めた。もはや地方小都市のまちづくりには夢も希望もないのか。そうではない。これまでの市場経済の中で主となってきた価値尺度にとらわれない挑戦を続けた担い手たちの周囲や、彼らとまちとの接点となった小さなHUBの周囲には、初動期から約10年を経て参画する層が厚みを増し、子供たちや子育て世代がまちで多発するちいさな挑戦に興味を持って関わっている。関係人口の登場やデジタルネットワークの浸透によってローカルコミュニティは地域の境界を超えて拡大した。誰もが地域全体の将来像までは語りき



れないとしても、それぞれが関わり愛着をもつ界隈には「こうありたい10年後像」を描いている。まちづくり会社はそうしたさまざまな 10 年後像を交わし合う場を催す中で、環境／仕事／健康...などいくつかの特徴によってカテゴライズしながらそれぞれの関係性を整理するようにして次代の長浜のイメージを探り、各分野の担い手らが適切に連携して取り組むべき複数の具体策の企画をすすめた。

先ずは自社としてもう一歩踏み出した。どんどんで手応えを得たアイディアやエネルギーの集うHUB の重要性が認知された今こそまさに次段を示すべく、規模や機能を拡大したHUBとして「BIWAKO PICNICBASE」をオープンした。平成21年に会社を設立して以来なかなか全体を使い切ることのできなかった北国街道沿道の大型町家全体にリノベーションを施し、同社オフィスのほか、関連他分野を担うの事業者やリモートワーカーを会員としたコワーキングオフィス、地元長浜バイオ大学のサテライトキャンパス、土蔵2棟を使ったミーティングスタジオ、地産の食材を扱って軽食とドリンクを提供するフードスタンド、それらの中心に50人規模の幅広な企画に使用できるフリーラウンジとシェアキッチンを併設した。まちの玄関口と裏路地に大小2つのHUBを催すことでまちの未来像をより立体的に可視化していく。どんどんの時と同様に、オープン後間もない現在はまだ試行錯誤の状況ではあるが、学生や若手社会人たちが脱炭素時代のプロジェクトを具体化するワークショップ、都市部の企業社員が集ったチームアップワーケーション、地元アートスクールの子供たちと共創した作品を公共空間に展開する拠点など、あらたな挑戦の拠り所となりはじめている。とことんニッチでディープなどんどんがあるからこそ、PICNICBASE はより広い関心層がアクセスしやすいテーマを掲げることができる。

2 つの HUB を拠点としたあらたな取り組みのなかでは地元市役所や商工会議所のほか以前から活性化協議会等のフォーマルな場でまちづくりの方針作りを担った組織との情報連携を多めに意識しながら、あくまで実践者たちの集う機会を重視。雑多な出会いと交流の機会を催すとともに、担い手たちが前提や制約にとらわれずに「こうありたい10年後像」を柔軟に交わし合う機会を発展させ、令和4年3月には『湖の辺のまち長浜未来ビジョン』を策定した。



湖の辺のまち長浜未来ビジョンはA3用紙の両面に収まる。表面は「こうありたい10年後像」を直感で楽しめるイラストで表現した。裏面は中心市街地のMISSION、自走するまちづくりのための仕組み、定量的・定性的な評価尺度といった考え方を簡潔に整理して柔軟な議論を喚起するツールとした。

6. これから

大きな成功体験をともなって長く続いた方針からのダイナミックな転換はこれから始まるところであり、まだまだ従来の考え方や前例にとらわれがちなところを都度指摘しながら改善する最中である。まちで進行する高齢化や独居老人世帯の増加は数値的に明らかであり､向こう10年で迎えるその山場を乗り越えなくてはいけない。

売上ではなくアイディアとエネルギーに価値を見出すとは言うには易いが、歴史的な都市空間の再生を続けていく投資に見合う効果の具体化は難問のままである。消費から環境や健康等に軸足を移したあらたな経済モデルの実現に向けた取り組みを進めている。こうした中で意図せずに敷居が高くなってしまっていたまちづくりに、地元の子供たちや学生たちあるいは関係人口といった広まりに地域の外側から関与してもらえる機会が増えたことは、大胆な挑戦をするための貴重な財産である。我々は彼らに何を繋げるか。それは他者の承認を求めずに当事者として活発なまちづくりの先頭に立つことに尽きる。これはかつて株式会社黒壁を設立し、100 軒を超える個店主のひとりひとりを鼓舞して自分たちのまちづくりを邁進した先輩町衆たちが良き手本を示してくれている。曳山まつりに象徴される地域文化の核心を継続するためにこそ、さまざまな視点を持ち寄って躊躇なく挑戦したのであって、商いの安心材料を継続するために努力をしたのではない。経済的にも厳しい時代を生き抜く感覚を研ぎ澄ませながら、はじめてここまで文化の核心を継続してきた。文化と経済はどちらが先に立つか。少なくともこれからも長浜では、滋味豊かなローカリティで半歩先を拓かずして次代のエンジンとなりうるマーケットを求めることはできないだろう。