

中心市街地活性化の先進事例

—高松市と長浜市の事例—

衣川 恵*

With the enforcement of three town planning acts, the centers of Japanese regional cities have suffered markedly and become notably hollowed out. In particular, old shopping districts have deteriorated significantly.

Despite these conditions in much of Japan, the city centers in Takamatsu and Nagahama have been revitalized. Takamatsu's Marugamemachi Shopping Street Association has redeveloped the shopping district making use of a fixed-term land lease. In Nagahama City, the traditional shopping district was revitalized by making use of an old bank building. The Kurokabe Corporation established a glassware business as a third sector company with private sector capital. As a result, the old shopping district is frequented by tourists throughout the year.

As successful examples of the improvement and vitalization of their city centers, we consider the methods applied by Takamatsu and Nagahama in this paper.

はじめに

全国的に自動車が多くのある家庭に普及し、都市計画によって郊外の市街化が推進されるなかで、中心市街地の衰退傾向が現れるようになった。このような状況において、1998年に改正都市計画法と「中心市街地における市街地の整備改善及び商業等の活性化の一体的推進に関する法律」（中心市街地活性化法）が施行され、2000年に「大規模小売店舗立地法」（大店立地法）が施行された。これらの3法は「まちづくり3法」と呼ばれている。2000年には「大規模小売店舗における小売業の事業活動の調整に関する法律」（大店法）が廃止された。

まちづくり3法はまちづくりに貢献し、この3法がまちの中心街を活性化させるものと期待された。しかしながら、まちづくり3法施行後に、巨大小売店舗（ショッピングモール等）が郊外に数多く展開するようになり、多くのまちの中心街が著しく衰退していった。そこで、まちづくり3法が改正されることとなったが、中心街の活性化に成功したまちは少ない¹。

このような状況のなかで、高松市の丸亀商店街の取り組みと長浜市の（株）黒壁を中心とする取り組み

キーワード：中心市街地活性化、民間主導策、まちづくり、地方分権

* 本学経済学部・大学院経済研究科教授

1 本稿において、中心市街地という用語は、通常の意味での中心街と同義で用いている。一般に、中心街は、中心商店街のある繁華街を意味している。しかし、中心市街地活性化基本計画では、このような意味での中心街以外の区域も中心市街地に含められる場合が多い。このことは、中活事業の補助の対象区域を拡大することと関連があると考えられる。

は、中心街活性化の先進事例とみなすことができる。ただし、この2つの事例は、まちづくり3法以前から取り組まれ、まちづくり3法そのものによって活性化が実現したわけではない。また、これらの事例も現在進行中であり、現時点での考察である。

本稿では、以上のような視点から、高松市の丸亀商店街の取り組みと長浜市の(株)黒壁を中心とする取り組みについて、その内容を紹介し、考察する。

I 丸亀町商店街の事例

1 高松市中心街の衰退

高松市は、四国の玄関として発展してきたが、郊外店舗が展開するようになり、商店街の衰退が懸念されるようになった。そのようななかで、大店法の廃止と、大店立地法の施行がなされ、郊外に広大な無料駐車場を備えた大型商業施設が展開されるようになった。

1998年に、ショッピングモール「ゆめタウン高松」が中心街の南の郊外にオープンした。2006年9月に増床し、店舗面積約5.5万 m^2 となった。「ゆめタウン」は、広島に本店を持つイズミが西日本で展開しているショッピングモールであり、スーパーマーケットとしてはきれいな店づくりがなされている。多数の買い物客で賑わっており、高松では、このゆめタウンが最も集客力があると言われている。

2007年4月、イオン高松が中心街から西の郊外にオープンした。店舗面積は4.2万 m^2 であり、これも巨艦の郊外型大規模店舗である。この他に、高松郊外には、1995年に開店した店舗面積約2.7万 m^2 の東高松ショッピングセンター(高松サティ)、2007年に開店した店舗面積約2万 m^2 の西村ジョイ屋島店など、1万 m^2 以上の店舗が2007年5月現在で9店存在している²。高松中心街は、これらの郊外型大規模店舗に包囲され、衰退が激しくなっている。

その結果、中心商店街は多くの顧客を奪われ、中心商店街の歩行者通行量が著しく減少した。表1に見られるように、休日の1日の歩行者通行量は、中心商店街の15地点の合計で、1995年の約17.4万人から2010年には約9.3万人に激減した。平日も、同期間に、約20万人から11.9万人に半減した。

丸亀町商店街について見ると、かつて歩行者は平日よりも休日の方が多く、1995年には、休日で約1.9万人、平日で約1.6万人であった。しかし、最近では休日の方が少なくなり、2010年には休日が1.2万人に減少し、平日の1.3万人よりも少なくなった。ライオン通り商店街では、1995年から2010年の間に、休日で約6,000人から約3,000人に半減した。また、常盤町商店街も同期間に、休日で約1.8万人から約7,000人へと、

表1 高松市中心街歩行者通行量の推移

(単位：人)

		1995年	1997年	2000年	2002年	2004年	2006年	2008年	2010年
丸亀町	休日	18,902	16,392	15,336	14,422	14,842	13,076	14,494	12,192
	平日	16,032	20,388	16,814	16,490	15,940	13,228	13,968	13,476
ライオン通り	休日	5,980	4,744	5,170	5,216	4,326	4,832	4,488	3,152
	平日	7,060	6,206	5,644	5,442	5,430	5,320	4,944	4,530
南新町	休日	19,456	17,372	18,066	15,698	16,166	12,416	10,860	9,408
	平日	20,576	17,512	16,002	16,100	13,916	13,088	12,250	11,610
常盤町	休日	17,594	18,152	19,914	18,822	13,752	9,852	7,566	6,960
	平日	14,378	11,586	13,078	11,798	7,852	8,090	7,604	7,810
15地点合計	休日	173,802	167,284	158,016	149,516	134,882	119,844	114,850	92,768

(注) 各年10月のある1日の午前10時から午後7時まで9時間の調査(ただし、2002年は9月、2010年は5月)。

(出所) 高松市。

2 高松市『高松市中心市街地活性化基本計画』2007年、参照。

表2 高松市中心商店街の空き店舗数の推移

(単位：店、%)

		1995年	1997年	2000年	2002年	2004年	2006年	2008年	2009年
丸亀町	空き店舗	3	6	12	9	22	16	14	13
	空き店舗率	1.8	3.4	6.9	5.1	13.6	9.8	10.0	8.7
ライオン通り	空き店舗	23	27	33	38	39	50	41	45
	空き店舗率	9.9	11.8	14.7	16.8	17.2	21.7	18.8	20.5
常磐町	空き店舗	8	3	11	15	24	31	31	34
	空き店舗率	6.5	2.6	9.5	12.9	22.0	29.5	31.3	33.0
中心商店街 合計	空き店舗	65	74	117	126	151	181	179	188
	店舗数	1,043	1,034	1,015	1,027	1,000	998	958	970
	空き店舗率	6.2	7.2	11.5	12.3	15.1	18.1	18.7	19.4

(注) 12月時点の中心商店街の全フロア合計。

(出所) 高松市商工会議所。

半数以下に激減した。

また、中心市街地での歩行者通行量の激減や小売業の衰退の結果、中心商店街の空き店舗が著しく増加した。中心市街地の空き店舗の合計の推移みると、1995年に65店であったものが、2009年には188店へと約3倍に激増し、空き店舗率では6.2%から19.4%へと3倍以上に増加した。元気のよい丸亀商店街でも、95年に3店舗であった空き店舗が2004年には22店舗に激増した。しかし、丸亀商店街の活性化策によって、2009年には13店舗まで減少した。それでも、95年から2009年の間に、同商店街の空き店舗率は1.8%から8.7%に著増した。兵庫通りは、同期間に空き店舗率が4.0%から12.3%へ増加したが、丸亀商店街に次いで空き店舗率が低い。ライオン通り商店街では9.0%から20.5%へ倍増した。常磐通り商店街では6.5%から33.0%へと約5倍に激増した(表2参照)。かつてはライオン通りよりも活気のあった常磐通り商店街であったが、今日では厳しい状況となっている。

人口をみると、高松市全体では、1990年代には微増であったが、2006年に合併が行われて大幅に増大した。他方、中心市街地では1990年から2005年の期間に、25万人弱から2万人強へと、約5,000人減少した。市全体としては合併の影響により人口が増加しているが、中心市街地は空洞化が見られる(図1参照)。

これらの結果から、高松市の中心商店街や中心街は明らかに衰退していると言することができる。

2 丸亀町商店街の取り組み

上記のように、高松市の中心市街地は厳しい状況になってきたが、高松市中心商店街の1つである丸亀町商店街は、注目すべき試みを行っている。この商店街は、高松城下の大手通りで400年の伝統をもつが、伝統にしがみつくとなく、早くから商店街の衰退をくい止めるべく対処してきた。

中心商店街の空洞化が全国的に激烈になる前の1983年に、丸亀町商店街振興組合は100年後を展望したまちづくりの研究を開始した。当時は、丸亀町の歩行者通行量が休日3.5万人、平日2万人であり、全盛期に近かった。しかし、同商店街では、他のまちの商店街を視察するとともに、商店街活性化の研究を行った。研究の結果、商店街の機能強化を行えば、郊外型大規模店舗に対して競争力を維持できるとの結論に至り、翌84年からまちづくり事業を展開した。

1984年に、同商店街振興組合は、アーケードやカラー舗装の改修を行っただけでなく、中心街に不足していた駐車場2箇所(計370台)を建造した。これを皮切りに駐車場の拡充を図った。1993年に第3駐車場71台、2003年に第4駐車場325台、2006年に壺番街駐車場を建造した。現在、同組合は、合計で1,000台を収容できる駐車場を建造・管理しており、収益も上げている。また、98年にポイントカード、2000年に

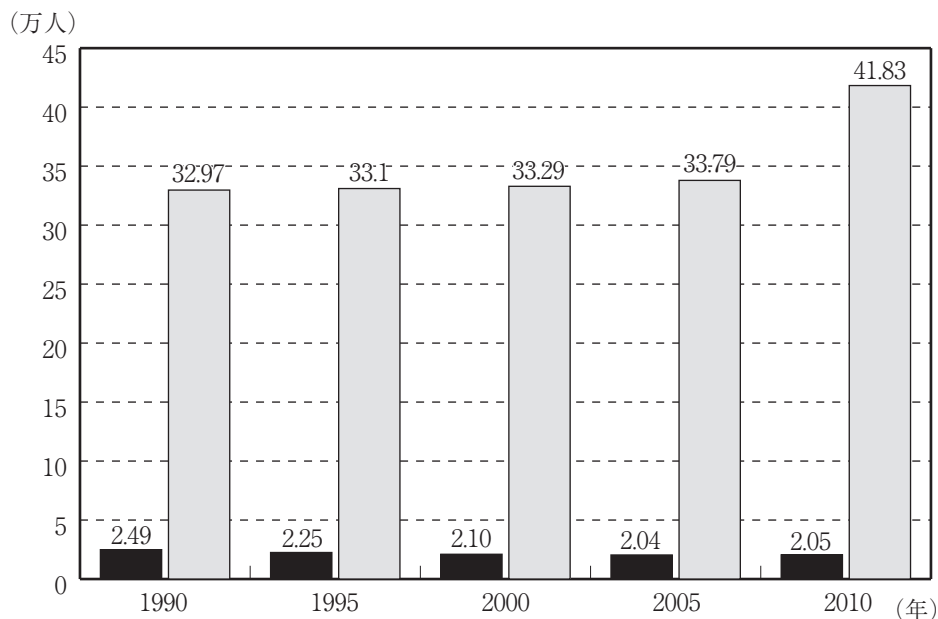


図1 高松市の人口の推移

(注) 2005年以前は、合併後の現在の市域に組み替えていない数値である。

(出所) 高松市『高松市統計年報』および中活基本計画関連資料。

はクレジットカード丸亀を導入した。

さらに、2008年には、商店街に大規模な円形ドームを総工費8.8億円投じて完成させた。自然光をふんだんに取り入れられるように設計され、2階部分が通りの両側をつなぐ通路となっている。この大きな丸形ドームは、来街者に一種のサプライズを提供している。このドームの下の広場では、大小さまざまなイベントが頻繁に行われており、人々を引き付けている。郊外のショッピングモールに負けない工夫である。

丸亀町商店街は、470mの長さの商店街をA街区からG街区の7つに区分けし、再開発事業を順次実施する戦略をとっている。2006年にA街区壱番街ビル(再開発ビル)、壱番街駐車場が完成し、2008年には、B、C街区で小規模連鎖型再開発の工事を開始し、2010年にはG街区の再開発工事も始めた。また、商店街の通りの再開発とともに、周辺部の再開発も計画しており、市民市場、屋台村、温泉施設、町営シネコン、ホームセンターの導入も予定している。丸亀町商店街振興組合は、1984年から始まる商店街改良のために、再開発事業を除いても、約56億円を再投資している。また、駐車場など共同事業を行っており、法人として毎年3000万円を超える税金を納めており、市の財政にも貢献している。このような点は、商店街の取り組みとして刮目に値するものである。

丸亀町商店街振興組合は、同商店街の再開発について、①「市民が集う、にぎわいの広場を中心とした、都心にふさわしい商業施設の充実」、②「不足業種(飲食、生鮮、雑貨等)およびコミュニティ施設の導入」、③「都心居住を促進する階上住宅の建設」という3つのコンセプトを採用している。この再開発事業は、1984年に始まる商店街の機能強化事業の中核的位置を占めている。A街区の再開発がそのフロントランナーであり、2006年にA街区壱番街ビルと壱番街駐車場が完成した。具体的には、A街区再開発によって、再開発ビルにおけるテナントミックスを実現し、市民広場(円形ドーム)、駐輪場442台、駐車場223台、イベントホール、カルチャー教室、各種休憩スペース、公衆トイレ、マンション、自転車道、快適な歩道、街路樹・花壇、ベンチ等を創設した³。

3 高松丸亀町商店街振興組合『事業説明資料』、参照。

この再開発は、従来の再開発と大きく異なるため、丸亀（再開発）方式と呼ばれているが、その特徴は以下の諸点にある。第一は、定期借地権を利用して、再開発ビルの土地の所有権と使用権を分離したことである。従来の再開発ビルは、再開発ビル会社が、公的資金や金融機関の融資等によって大部分の土地を買い上げ、運営を行う形式をとっていた。そのため、多額の借金を抱え込み、家賃収入が予想通りに入らない中で、破綻に直面するケースが多かった。しかし、この丸亀の知恵は、土地を買い取らないために、まちづくり会社の借入金の負担が大幅に軽減され、経営の健全化が担保できる利点がある。また、壺番館の管理会社は、形式的には第三セクターであるが、高松市の出資はごくわずかであり、仮に壺番館の管理会社が破綻したとしても、高松市の税金はほとんど投入しなくてもよく、税金の無駄遣いを回避できる。さらに、まちづくり会社が、市議会に気兼ねなく、スピーディに、思い切った事業展開を行うことが可能になる。

第二は、変動地代家賃制である。まちづくり会社は、テナントの家賃・共益費の中から、借入金の返済、管理経費を差し引いた金額を、所有者（オーナー）に地代・家賃として分配し、オーナーへの地代・家賃は1年ごとに見直されることになっている。オーナーは、テナント家賃の最低保証によってある程度の収入は見込めるが、テナントの状況次第で収入の減少やリスクを負う可能性がある。そのため、オーナーがまちづくり会社の管理運営能力の向上に関心を持たざるをえない仕組みになっている。

第三に、売り上げの悪いテナントは入れ替えられるシステムが採用され、テナントも売り上げの向上に努めなければならない仕組みになっている。このシステムにより、テナントの近代化や活性化が期待できる。実際に、売り上げ基準を満たさないために入れ替えられたテナントもあるという。

このようなシステムによって、再開発ビルの活力が担保され、まちづくり会社の運営リスクが軽減されるように設計されている。市が筆頭株主となって管理運営する第三セクターのまちづくり会社とは決定的に異なっている。

このような再開発方式を採ることができたのは、丸亀町商店街が他力本願ではなく、自己責任で商店街や中心街を活性化させようとする強い意欲と実現能力を有したからである。むろん、再開発に対する公的補助などの支援制度は利用するが、商店街や中心街の生き残りのために、丸亀町商店街が自分でリスクをとって、自己責任で再開発を行っているのである。なお、丸亀方式による再開発は、将来に助成金を上回る納税を行い、市の財政健全化に寄与しうるところに大きな意義がある。

コンパクトシティという点では、高松市は青森市や富山市の中活基本計画ほどには注目されていないが、実はすでにコンパクトシティと言うにふさわしいまちである。中心街の西側に国の出先機関、県・市の役所、大規模病院、大学・学校などの公共施設が集められている。そして、中心部は、北側にJRの高松駅と高松琴平電鉄の高松築港駅、東側には琴電の瓦町駅と片原町駅があり、近郊の人々を多数引き付ける公共交通システムが出来上がっている。郊外部の宅地化が進行しても、昼間には、多数の人々を中心街に誘導する都市構造となっている。駅から中心街を通して通勤・通学するような構造になっており、アーケード街は徒歩者や自転車利用者にとって風雨を避けられる便利で安全な主要通路となっている。

高松市は、県庁所在地としては人口がそれほど多いわけでもなく、また多くの郊外型大規模店舗が展開しているにもかかわらず、中心商店街が比較的元気がよいのはこの都市構造に起因するところも大きい。近年の国の行政のまずさにもかかわらず、高松では、地理的利点のほかに、城下町を活かした都市計画と交通網によって、郊外型大規模店舗の影響が緩和されていると考えられる。丸亀町商店街の努力が大きいことは評価されなければならないが、他のまちと比較して、良好な環境も丸亀町商店街の試みを支えていると考えられる。

II 長浜市の事例

1 長浜市中心街の衰退と「黒壁」の展開

滋賀県長浜市は、東海道線と北陸本線の分岐点である米原駅から3駅北に進んだところにあり、琵琶湖に面する湖北のまちである。このまちは、豊臣秀吉が自分の城として初めて建造した長浜城の城下町として発展してきた。秀吉は、楽市楽座として、長浜を商業のまちとして発展させた。大阪城が落城し、彦根藩に組み入れられたが、楽地楽座の制度と町人自治が認められた。また、長浜は、陸上交通と湖上交通の要衝でもあり、商業に適していた。

長浜市の中心商店街は昭和50年頃まで繁盛したが、モータリゼーションの進行と郊外の開発（国道の新8号線周辺等）によって、昭和50年代には中心街の歩行者が激減し、空き店舗が増加した。そこで、なんとかしなければならぬという声が起こった。

1983（昭和58）年に、長山城が博物館として復元され、「長浜出世まつり」が盛大に行われた。翌84年3月に長浜のまちを博物館のようにする「博物館都市構想」が策定され、個性ある美しいまちをつくる方向が打ち出された。

この博物館都市構想のもとに、次の3つのことが行われた。第一は、市・商工会議所・商店街が一体となって、商業振興と中心商店街の活性化する方向を示したことである。第二は、青年会議所のOBが中心となった「21市民会議」が長浜駅前開発・長浜ドーム・大学誘致などのプロジェクトを提案し、その実現のための運動を行ったことである。この運動は、第三セクターの株式会社黒壁を生み出す素地となった。第三は、「黒壁銀行」の保存運動が（株）黒壁の設立とその事業展開によるまちづくりへと発展したことである。これらの3つの流が長浜のまちおこしに結実された。しかし、（株）黒壁の事業展開が長浜市中心市街地を活性化させた大きな原動力となっていることは明らかである。そこで、（株）黒壁の事業展開についてみることにしたい。

1900（明治33）年、長浜の中心街の北国街道沿いに百三十銀行（本店：大阪）の長浜支店が木造土蔵造りで建造された。その外壁が当時流行の黒漆喰であったため、「黒壁銀行」と呼ばれて親しまれた。この建物は、その後持ち主が替わったが、長浜が空襲を受けなかったこともあり、戦後も残った。しかし、1987年に、当時の持ち主であった長浜カトリック教会が売却し、取り壊されるという話が浮上した。長浜市への買い取り要請もなされたが、市は買い取りをしなかった。

郊外で会社経営を行っていた笹原司郎氏が中心となって保存の努力が行われ、民間と市が出資して、第三セクターの株式会社黒壁を設立して、この物件を買い取り、その保存と活用を模索することとなった。この（株）黒壁は、資本金が1億3,000万円で、1988（昭和63）年4月に設立された。出資者は、市民7人、長浜市、長浜信用金庫であり、市は約3分の1の4,000万円を出資した。ポイントは、民間が中心になった第三セクターの株式会社ということである。この（株）黒壁の創業の背景には、中心商店街の衰退によって長浜曳山祭りが衰退することを回避したいという笹原氏らの強い思いがあった。

しかし、会社を設立した段階では、事業内容はまだ決まっていなかった。出資者は、伝統ある中心商店街を再生させたいという思いが強く、商店街と競合する業種を避け、来街者の増加を図ることのできるインパクトのある事業を模索した。歴史性、文化芸術性、国際性という3つのコンセプトを掲げ、長浜とは縁のなかったガラスが選択された。小樽などのガラス産地の動向、市場調査を経て、デザイナー、ガラス職人などを外部から迎えて、1989年（平成元年）にガラスショップの黒壁ガラス館（1号館）のオープンにこぎつけた。その後も、黒壁の店舗展開は推進され、現在、ガラスショップ、ガラス工房、ギャラリー、ガラス美術館、レストランなど11館の直営店を展開している。他に、グループ店舗として、黒壁のまちづくりに参画する18の店舗があるが、これらは経営が別である。なお、1993年には、黒壁は3億円の増資を

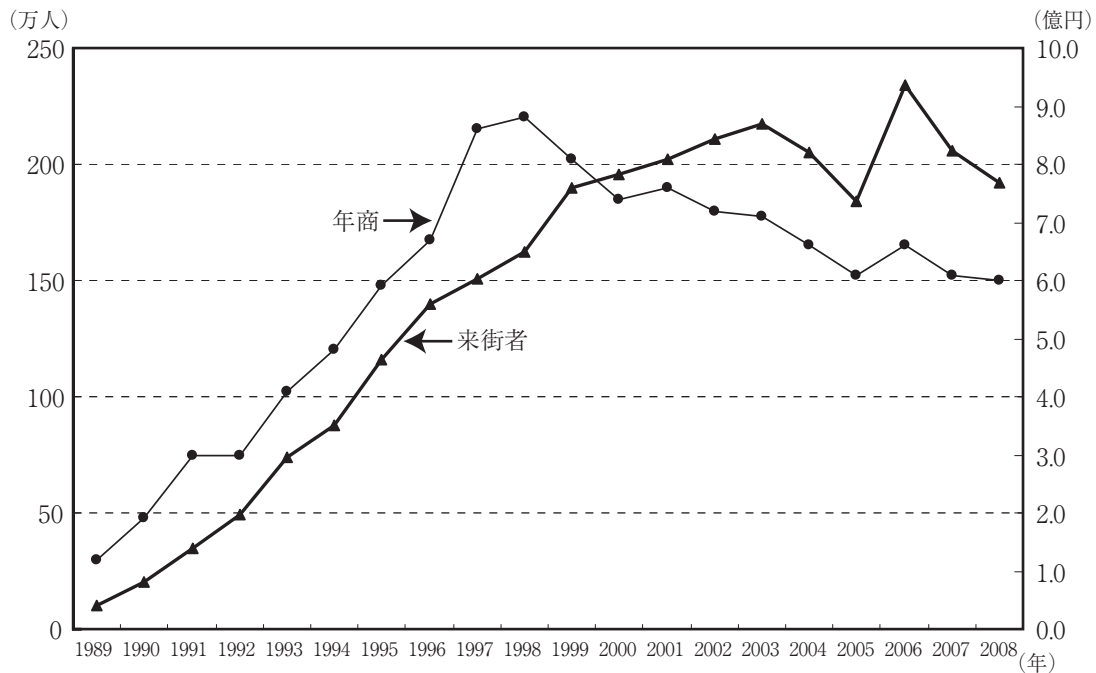


図2 黒壁の年商と来街者の推移

(出所) 株式会社黒壁。

行い、そのうち民間の2億円は地元企業40社が500万円ずつ出資した。長浜市は、第三セクターの黒壁がうまく軌道に乗った背景として、長浜の経済界で信用と発言力を有してきた「長浜大好き」の中堅実業家7人が結束して民間主導で動き出したことにより、多くの企業が企業メッセの形で協力を惜しまなかったことを挙げている⁴。

黒壁の開業により、先述のように、長浜中心商店街への来街者は急激に増加した。図2に見られるように、1989年度に9.8万人であった来街者が、翌90年には20.5万人に急増し、1995年には100万人となり、2001年には200万人を突破した。その後、変動はあるものの、ほぼ200万人を維持している。

また、黒壁の年間販売額を見ると、初年度の1989年度に1.23億円、その後の10年間は毎年増加し、1998年には8.77億円まで増加した。しかし、その後は減少し、2008年には6.01億円まで減少している。さらに、ここ3年ほどは赤字が続いているという。いわゆるリーマンショック後、買い物の客単価が小さくなっていることや、力のある個店が出てきたことが指摘されている。また、空き店舗対策として、古い店を活用しているので、店舗面積に対して人件費が大きいことや、まちづくりのために不採算店舗を閉じることが難しいことなども指摘されている。

専務取締役の笹原氏は、郊外で倉庫業を中心とする4会社を経営する社長であったが、会長職に退き、無報酬の常勤専務として黒壁の経営に没頭した。市側は助役が取締役、市長が監査役だが、職員は出向していない。また、出資以外の財政的支援は行っていない。黒壁の関連施設は、江戸、明治、大正期に建造された町家を活用したものである。笹原氏は、経営が軌道に乗った背景について、決算書を読む人間が8人集まったこと、「市の出資割合を3割程度にとどめ経常的な補助は一切仰がなかったこと」、先行投資を絶えず考えてきたこと、第三セクターとして長期低金利資金が借りられたことなどを指摘している⁵。

株式会社黒壁は、ガラス工芸の人材育成なども行っているほか、不動産会社を設けて中心商店街の空き店舗対策を行うなど、長浜のまちづくりを牽引している。黒壁の従業員は、2008年時点で、33名(女子27

4 長浜市『長浜物語』、「株式会社 黒壁 会社案内」および『長浜市史』第4巻 490～491を参照した。

5 前掲『長浜物語』、32頁。

表3 長浜市中心商店街の歩行者・自転車通行量の推移

(単位：人)

	1982年	1985年	1995年	2003年	2005年	2008年
ながはま御坊表参道	3,262	2,970	1,934	4,064	2,053	3,730
ゆう壺番街	2,188	2,044	1,141	4,685	2,256	3,878
北国街道	7,934	5,182	3,785	6,931	3,208	5,686
大手門通り	6,746	6,570	5,331	11,252	9,222	8,455
7地点合計	31,428	27,510	19,143	39,389	24,522	32,579

(注) 10月下旬から11月上旬の平日と休日の平均。

(出所) 長浜商工会議所。

名, 男子6名)であるが, 非正規社員は66名であり, 合計約100名にのぼっている。

2 中心市街地の活性化

1990年前後から, 多くの地方都市において来街者が著しく減少したが, 長浜市では, (株)黒壁の事業展開が成功し, 来街者が激増し, 中心商店街が賑わいを回復し, 中心市街地が活性化した。歩行者・自転車通行量を見ると, 中心商店街7地点の合計で, 1995年に約1.9万人であったものが, 次第に増加し始め, 2008年で約3.3万人になっている(表3参照)。中心商店街の空き店舗率も減少し, 1996年に20%であったものが, 2000年には11%, 2008年には10%に低下した。ゆう壺番街商店街では, 1996年に空き店舗率が40%と厳しい状況となったが, 2000年には8%に改善し, 2008年には13%で推移している。現在, 長浜市で最も繁華な商店街は大手門通り商店街であるが, 2008年に歩行者・自転車通行量は8,455人であり, 空き店舗率は3%である。北国街道では歩行者・自転車通行量の減少が続き, 1982年から2008年の間に約8,000人から5,700人に減っている。この通りは, 古い家並みが残っており, また黒壁のグループ店があるために観光客も目立つが, 車道であり, 自動車や自転車もかなり通過している。

ただし, 小売店舗の売上高では, 1997年から2004年の期間に, 長浜市全体では1,005億円から1,089億円に増加したが, 中心市街地では367億円から254億円に減少し, 中心商店街の減少が顕著になっている。販売額が低下しても, 空き店舗率が目だって増加しないのは, 空き店舗が出ると, (株)黒壁を中心にそれを埋める努力がなされていることや観光客など歩行者通行量が多く, 新規参入希望もあるためと考えられる。また, 中心市街地において小売店舗が減少しているにもかかわらず, 従業員が微増しているのは, 黒壁グループを中心とする店舗展開や他の都市の店舗誘致などが奏功しているものと思われる。

なお, 2006年度に経済産業省中心市街地活性化推進室が行ったアンケート調査によれば, 長浜市中心市街地の印象評価では, 「歴史や文化がある」, 「このまちに住んでみたい(住み続けたい)」, 「生活に便利な施設が充実」, 「医療機関が充実」といった点での評価が高く, 「夜の賑わい」, 「レジャー施設」などの点での評価が低い。このアンケートに示されるように, 長浜市の中心街は歴史や文化が感じられ, 魅力的である。昼間は観光客を中心に来街者が多くなった。しかし, 夜の中心街は人通りが少なく, レジャー施設も乏しいのが現状である⁶。

なお, 中心市街地の居住人口は, 1970年には約1万6,600人であったが, 2005年には約1万800人に減少している。2000年頃から減少に歯止めがかかり, 1万人台で横ばい状態にある。

3 民間主導のまちづくり

1996年に, NHK大河ドラマ「秀吉」に関連して, 4月7日から11月30日まで, 長浜で北近江秀吉博覧

6 長浜市『中心市街地活性化基本計画』2009年6月認定, 2009年11月変更, 2010年3月変更, 28~29頁参照。

表4 長浜市中心商店街の空き店舗数の推移

(単位:店,%)

		1996年	1998年	2000年	2002年	2004年	2006年	2008年
ゆう壺番街	空き店舗	25	11	5	2	5	5	8
	空き店舗率	40	18	8	3	8	7	13
大手門通り	空き店舗	3	3	4	0	0	0	1
	空き店舗率	9	9	11	0	0	0	3
ながはま御坊 表参道	空き店舗	2	1	1	3	2	3	3
	空き店舗率	7	4	4	11	7	12	12
中心商店街 合計	空き店舗	69	47	36	33	31	19	25
	店舗数	339	339	336	339	342	272	262
	空き店舗率	20	14	11	10	9	7	10

(出所) 長浜市商工会議所。

会が開催された。この博覧会は、運営委員長の笹原氏らが中心となり、短い準備期間にもかかわらず、市民400人規模のボランティアの協力を得て、目標の倍を超える82万人を集める成功を収めた。大手門通り商店街の旧商家がこの博覧会事務局であったが、ここが「まちづくり役場」に発展した。準備期間を経て、1998年1月に非営利のまちづくりの拠点として、まちづくり役場がオープンした。その後、2003年には、NPO まちづくり役場となった。

まちづくり役場の機能は、①情報発信機能、②ネットワーク機能、③まちづくり研究の3つに大別される。具体的には、秀吉博で活躍した熟年スタッフ(55歳以上)が経営するプラチナプラザ(八百屋、総菜屋など)の支援、黒壁グループ協議会の事務局、イエ・ミセ・マチ研究所、長浜まち歩きマップの作成・配布、長浜まちづくりの視察受託など多彩である。長浜まちづくりの視察受託では、1998年から2009年9月末の期間に約2,000団体を受け入れるという驚くべき実績をあげている。初代理事長は山崎弘子氏であり、新聞記者の経験を活かして精力的な活動を行っている⁷。

また、2009年8月には、新中活基本計画の事業の一環として、長浜まちづくり株式会社が設立された。発起人は、長浜市、長浜商工会議所、滋賀銀行、長浜信用金庫などであり、資本金は7,200億円で、長浜市3,000万円(41.7%)、長浜商工会議所1,000万円(13.9%)、民間業者3,200万円(44.4%)である。代表取締役社長は高橋政之(長浜商工会議所)、代表取締役副社長は吉田敏雄(長浜市副市長)、取締役5名である。ここでも、市が50%以下の出資であり、民間中心の形式にされているのが長所である。

長浜まちづくり会社の主な機能は、①中心市街地エリア内におけるタウンマネジメントを行い、②行政と民間事業との調整(中活協議会との連携)を行うことである。その他に、不動産仲介業務(空き店舗・空き地の調査や有効活用の検討、地権者への事業提案等)、不動産経營業務(駐車場経営、コミュニティ施設の経営、テナントの経営)、情報戦略業務(事業広報、まちなか情報の発信等)も行っている。事務局は、タウンマネージャー(協議会)、コーディネーター(会議所)、サブコーディネーター(市職員)など専任4名である。

このように、長浜市では、(株)黒壁、まちづくり役場、まちづくり株式会社という民間主導の組織が3つもあり、これらが重層的にまちづくりを行っており、民間組織と行政とがうまく連携を図っている。民間、行政、市民が一体となってまちづくりに積極的に取り組んでいるという点では、長浜市は、他のまちよりも、先行していると言ってよい。長浜には、まちづくりに熱心な人材が多い。

7 特定非営利活動法人まちづくり役場「イエ・ミセ・マチ まちづくり役場という運動」2009年10月、第2版参照。

小 括

以上においてみたように、高松市丸亀町商店街の事例と長浜市の(株)黒壁の事例は、中心市街地の活性化のために大きな貢献をしており、先進事例と考えられる。

丸亀町商店街の事例は、商店街振興組合が中心となって、定期借地権を活用して、今日の消費者のニーズに合った新たな商店街の改造を行うものであり、先進的である。このようなことは、行政からも、専門家からも不可能だと言われたという。この商店街には、商店街のコミュニティが残っているほか、優れた創造力と実行力がある。高松市では、丸亀商店街がフロントランナーとなり、他の商店街を活性化させる方向が目指されている。

また、丸亀町商店街は、このような再開発事業によって、商店街を再生して収益性を回復し、再生事業に補助された金額以上に税金を納入できる状況を創り出すことを目指している。少子高齢化が進行するなかで、中心市街地の再生がまちの経営を支え、財政の健全化を目標としている点でも先進的である。自治体主導の再開発ビルの多くにおいて、巨額の税金が投入され続けているのとは対照的である。

長浜の(株)黒壁の事例は、商店街振興組合ではなく、伝統文化を守り、まちの活性化を目指す民間の活動から生まれた(株)黒壁による商店街の活性化・まちおこしとして、先進的である。この事例では、歴史的な建造物や町家を活かした店づくりとガラス工芸を組み合わせた商店街づくりによって多数の観光客を呼び込んで、中心市街地を活性化させるところに特色がある。なお、長浜市中心商店街については、観光客向けに特化されており、市民のショッピングの場としての性格が弱くなっていることが指摘されている。

本稿で検討した2つの事例の特徴は、繰り返し述べているように、民間が行政と連携しているが、民間が主体となっており、行政主導ではないという点である。第三セクターの株式会社を立ち上げ、行政からの資金援助を活用しているが、民間が主体的に取り組み、民間主導で事業展開している点が大きな特色である。このことが、スピーディで自由な発想による経営を可能にし、成功をもたらしている。

行政に期待されることは、まちや商店街が活性化するために必要な側面支援であり、環境整備である。具体的には、必要な資金援助を行うことや課税システムの改善等である。

今日では、中心市街地が衰退傾向となるなかで、多くのまちにおいて、幹線道路沿いの隣接商業地域やショッピングモール等が設置されている地域の商業集積が大きくなっている。このような地域は、収益性が高くなっており、地価の上昇も見られ、経済原理から見て、課税の強化がなされて当然である。行政がこのような改善を行うことは、中心市街地の商業活動の競争条件を改善することでもある。中心市街地の活性化に関しては、このような点をもっと留意されてよい。また、市外からきた大型店舗も店舗設置の地方自治体にもっと多く納税するような改善もなされてしかるべきである。このような行政の支援と民間の努力が行われれば、地方都市の中心市街地の活性化は大いに促進される。

最後に、他のまちの商店街が、丸亀町商店街や長浜の黒壁の取り組みから学ぶべきことは多いが、そのまま真似ても成功するとは限らない。それぞれのまちの諸条件や特質をよく分析して、それぞれのまちに適した施策を行うよう留意することが必要であることを付言しておきたい。

(多くの方々が取材に応じて下さったが、氏名を割愛させて頂いた。取材に応じて下さった方々にこの場を借りてお礼を申し述べたい。)

参考文献

1. 西郷真理子「徹底研究＝高松丸亀町再開発：土地・主体・デザイン」(日本建築学会編『中心市街地活性化とま

- ちづくり会社』丸善, 2005年)。
2. 西郷真理子「長浜・黒壁か町づくり会社を考える」, 同上書所収。
 3. 角谷嘉則『株式会社黒壁の起源とまちづくりの精神』創成社, 2009年。
 4. 高松市『高松市中心市街地活性化基本計画』2007年。
 5. 高松市「認定中心市街地活性化基本計画のフォローアップに関する報告」2010年3月。
 6. 高松商工会議所『平成20年度中心市街地商業活性化推進事業報告書』2009年3月。
 7. 高松百年史編集室編『高松百年史』上, 高松市, 1988年, 下, 1989年。
 8. 高松丸亀町商店街振興組合『事業説明資料』。
 9. 特定非営利活動法人まちづくり役場「イエ・ミセ・マチ まちづくり役場という運動」2009年10月, 第2版。
 10. 長浜市『中心市街地活性化基本計画』2009年6月認定, 2009年11月変更, 2010年3月変更。
 11. 長浜市史編さん委員会『長浜市史』, 長浜市, 第4巻, 2000年。
 12. 長浜市総務部市史編さん担当編『長浜物語』長浜市制50周年記念事業実行委員会, 1993年。
 13. 山田竹系『昭和50年高松商店街展望』四国毎日広告社, 1975年。