

地域づくり型観光の実証的研究

—「歴史と現代を融合させた」旧長浜市を事例として—

楊 潔

はじめに

戦後の日本の観光開発は、利益本位で乱開発の先行する形の外来型観光開発であった。具体的には、1970年代の大型レジャー開発ブームと、1980年大後半からのリゾート開発ブームとの二回の外来型観光開発のブームが挙げられる。しかし、バブルの崩壊以来、日本は「ものづくり」から環境保全に基づく文化やレジャーなどのサービス産業に移行する時代を迎えた。観光は、今世紀のリーディング産業として期待されるようになってきた。2003年1月、小泉前首相は通常国会の施政方針演説で、2010年に日本を訪れる外国人旅行者数の倍増を目標に打ち出した。そして、地域の持つ魅力を向上させ、観光に生かす「一地域一観光」運動の展開などを盛り込んだ政府の「観光立国行動計画」が、2003年7月31日に首相官邸で開催された第2回観光立国関係閣僚会議で決定された。「一地域一観光」は、大分県の平松守彦前知事が進めていた「一村一品運動」の観光版であり、地域の持つ魅力を高めて地域振興につなげるものである。

同様な考え方にに基づき、多数の自治体で地域の魅力を高める形での観光まちづくりが、現在行われている。しかし、その多くは地域固有の自然や文化などに対して理解を欠く観光まちづくりであった。そのため、短期的な集客に止まることが多く、また利益地域資源の消耗や来訪者の不満足、地域住民の不利益などの失敗が見うけられるようになってきている。また、画一的な観光地になったり、観光化しすぎたりして、人の生活の息吹を感じることができなくなってきている。それでは、なぜこのような失敗が起きているのであろうか。

実は、このような失敗をしている地域の共通点として、地域づくりの視点を欠けていることが挙げられる。魅力ある観光地づくりを行うには、観光の意義や観光まちづくりの目的を理解したうえで、地域の創意工夫により当該地域の自然、文化、歴史などを活用した個性的な観光まちづくりを進めることが大切である。そして、地域づくりにおける観光は、地域経済の発展、住民生活の充実、地域文化の継承・創造、環境の保全などの総合的な効果をもたらすものでなければならない。以前筆者は別稿において、このような観光を「地域づくり型観光¹⁾」と名付けた。

以上を踏まえて、本稿では改めて「観光」の意義を問い直したうえで、観光まちづくりの必要な要素を考えることとする。そして、「地域づくり型観光」として成功を修めつつある「歴史と現代を融合させた」旧長浜市を主に取り上げ、具体的に検討していく。

1 観光の意義への再考

「観光立国行動計画」の報告書は「住んでよし、訪れてよしの国づくり」という副題が付けられた。この報告書では観光の原点を「ただ単に名所や風景などの『光を見る』ことだけではなく、地域に住む人々がその地に住むことに誇りをもつことができ、幸せを感じられることによって、その地域が『光を示す』ことにあること、観光立国の推進に当たってはまずはこうした観光の原点に立ち返ること。つまり『観光』概念の革新が必要になること²⁾」というように主張している。

なぜ観光の意義を問い直す必要があるのか。それは、かつての外来型観光開発³⁾の目的が「地域住民の幸せのため」ではなかったからである。「(大型)ブームが去ったあとはブームが起こる前よりももっと事態は深刻になる⁴⁾」という現実があった。これからの観光開発は観光の意義を見直し、住民の幸せを前提にしなければならない。そのためには、まず地域住民が幸せになれる地域づくりが重要である。以下、地域づくりの目的について考察しておく。

1-1 地域づくりの目的とは

近年、地域づくりに関する研究はより広い分野で研究されており、研究者に

よってその意味も異なってくる。本稿では、主に宮本憲一、高田喜義、日本観光協会の三つの説をとりあげる⁵。

かつて宮本憲一は「地域経済を振興する本来の目的は現代の世代と共に、将来の世代にわたり地域住民全体の幸せを保障するためであり、経済振興はそのための手段である⁶」と、述べた。宮本は従来の「外来型開発⁷」を批判し、「内発的な発展⁸」を提唱した。宮本はさらに地域づくりの目的について、「内発的な発展の原則」においては、「環境保全の枠の中で開発を考え、自然の保全や美しい街並みをつくるというアメニティを中心の目的とし、福祉、文化が向上するように総合され、何よりも地元住民の人権の確立を求める総合目的を持つこと⁹」と、述べている。要するに、地域づくりに際しては地域住民の生活を最優先に考えるという視点である。

また高田喜義は「経済開発一辺倒の地域開発から、地域の特性を生かして自らの発想と実行により教育、生活、文化を包含した地域住民の住みやすさ、暮らしやすさを目標とする『地域づくり』の時代となったのである¹⁰」と主張している。つまり、地域住民の「住みやすさ」と「暮らしやすさ」は地域づくりの基本というものである。

さらに、日本観光協会は21世紀型の観光地域づくりのポイント¹¹を以下のようにまとめている。

- ①当該地域ならではの自然、歴史、文化やたたずまい等を大事に、それを丁寧に活用していること
- ②そこに充実した生活を息づいてること
- ③面的な広がりをもっていること

以上のポイントは地域住民の暮らしを離れて語るができない。今まで失敗している地域づくりには誇りを持った地域住民の生活ぶりが不足している。

ところで、アマルティア・センは開発について、以下のように述べている。「開発の基本的な目的を所得や富の最大化であるとみることは、まったく間違っている」、「経済成長それ自体を目的として扱うことは、賢明ではありえない。開発は、暮らしとわれわれが享受する自由の向上にもっと深くかかわるものでなければならない」、「私たちが社会的により完全な人間になることを可能にし

てくれるのである。自分自身の意志の力を行使し、生きる世界と作用し合い、その世界に影響を与える¹²」。開発の目的は、物質生活の向上の側面より、人権の擁護、人間の発達を重視し、「より完全な人間」らしい暮らしを、地域に住む人間の立場に立って取り戻すことである。

以上の論説をまとめると、まちづくりの本来の意義は地域住民の生活や暮らしの向上であり、地域住民の真の自由を図ることである。例えば、愛媛県内子町¹³の優秀観光地づくり賞の応募調書には「観光客に媚びない」と書かれており、「あくまでも古い街道を愛し、住み続ける地域住民の生活を優先¹⁴」する方針がとれている。地域住民が誇りを持たない地域づくりは失敗し、その結果地域の過疎化が進んできている。全国では、いまだに過疎化を悩んでいる地域が少なくない。なぜ過疎化するのか。その原因の一つは日本社会の少子高齢化の進展がある。また、高度経済成長以降、利便性や快適性、あるいは経済的豊かさを追求するために、多くの若者たちが都会に憧れ、そして仕事を求めて、都市へと流出したことも一つの原因であろう。しかし、本来人間がもつ心の豊かさ、故郷への愛着心などが希薄になったことが一番の悪因ではないだろうか。従って、地域づくりの最も重要な目的は、地域住民が満足できる暮らしを作ることとなる。

1-2 観光の定義から観光現象における「ホストとゲスト」へ

観光とそれに関わる諸事象は時代とともに変貌を遂げつつあるし、観光に対する認識も時代とともに変わってきた。そのために、観光の普遍的な定義を示すことは難しい。「観光¹⁵」の語源は、中国の儒教の古典である『易経』の「観国之光、利用賓于王（国の光をしめす観、もって王の賓たるによろ利し）」に由来する。つまり観光は国の「光（優れた景観・文化など）」を見せることである。

日本における観光の公的な定義としては、1995年の観光政策審議会答申では「余暇時間の中で日常生活圏を離れて行うさまざまな活動であって、触れ合い、学び、遊ぶということを目的とする¹⁶」行為としている。しかし、この定義は観光客の視点から見たものであり、むしろ観光旅行の定義というにふさわしい。もちろん、観光という社会現象は、観光主体としての観光客の存在なくしては成立しえない。ところが、観光は観光客のみならず、観光事業者や観

光資源を持つ地域に住む人々にも深く関わっている。観光客側と観光客を受け入れる側の関係について、観光人類学の視点からみておくことにする。

「ホスト（観光客を受け入れる側）とゲスト（観光客側）」という枠組みを最初に用いたのは1977年、バレーン・スミスが編集した『観光・リゾート開発の人類学¹⁷⁾』という著作である。バレーン・スミスは観光現象をホストとゲストの相互作用としてとらえ、ゲストの旅の動機や経験の多様化、特に観光がホスト社会に与える社会的・経済的影響に関して、様々な事例を検討した。その後、観光人類学は文化人類学において、一つの学問領域として発展してきた。

1990年代以降、日本でも観光現象を対象とした人類学的研究は、数多くの研究成果が寄せられるようになった。バレーン・スミス後の「ホストとゲスト」研究として、主な説として、太田好信や山下晋一などあげられる。本稿では多くの学者の説をまとめた山下晋一編集の『観光人類学』における説をとりあげることにする。山下晋一は観光という現象を「①観光を生み出すしかけ、②観光が観光客を受け入れる社会に与える影響、③観光によって作り出される文化¹⁸⁾」という3つに分けて検討している。

①については、観光者は旅行によって、新たな存在として生まれ変わるのであるが、他方、こういった旅行経験は観光産業によってしかけられている。②については、観光がホスト社会（観光客を受け入れる地域）に与える影響という問題である。例えば、観光によって、地域の自然環境や伝統文化が破壊されることなどである。もっとも、文化変容は観光開発のみによって引き起こされるわけでない。太田好信¹⁹⁾が日本のアイヌ、遠野、沖縄の事例から論じたように、観光がホスト社会のアイデンティティを構築する場を提供することもあると述べている。③は観光が作り出す文化、すなわち「観光文化」のことである。山下はインドネシアのバリの事例を通じて、観光が伝統文化を刺激し、新しい文化の創造にいたることがあることを示している。

以上のように、観光がホストの地域側へもたらす影響は大きい。そして観光を通してできた文化は、地元の人々が自己のアイデンティティを考えるきっかけになることが多いものである。観光によってホストとゲストの交流ができ、ホスト社会は地域の魅力に気づき、魅力を深化し伝統文化から新たな文化

を創造していく。つまり観光は文化を作り出すものであり、地域のアイデンティティーの再構築につながるものである。一方、今まで観光地で行われた自然環境や伝統文化の破壊は少なくないが、それはホスト社会側の主体性に立脚した観光ではなかったからである。これは先述した外来型観光開発の失敗の原因でもある。したがって観光の意義を再考するのは、地域づくりの本来の目的を明確したうえで、地域（ホスト側）の角度から捉えることが大切である。

2 観光まちづくりの必要な要素

2-1 地域づくり型観光を目指す

観光への認識が高まったのは、比較的近年に入ってから、観光が国や地域の振興策として位置づけられだしてからである。観光の歴史をみると、観光の形態は世界の動向や時代の転換に応じて変遷してきた。そして、観光地域づくりも時代の推移のなかで、多様な道を模索してきた。ここでは、これまでの一般的な観光開発の失敗と成功の例を踏まえて、観光まちづくりには何か必要なのか。また、その成立条件というのは何であるのかについて考えてみることにする。

(財) アジア太平洋観光交流センターは『観光まちづくりガイドブック』で、観光まちづくりの概念と意義²⁰について、図1のように「よくみられる観光開発²¹」と「観光まちづくり」と比較し、分析した。その結果、「よくみられる観光開発」においては、集客を重視する観光関係者と、地域のよさの継承や住まいの環境を重視する住民との対立が問題を招いていることや、せっかく資源があってもその魅力が引き出されていなかったり、住民自身が誇りをもっていなかったりして地域の魅力が乏しくなっていることが多かったとしている。一方「観光まちづくり」においては、地域が主体となった総合的なまちづくりとして観光振興に取り組むことによって、資源、地域の定住環境、来訪者の満足度、それぞれの側面で問題が生じないようにバランスをとりつつ資源を活用し、地域全体の持続的な発展をめざす取り組みということになっていると評価している。

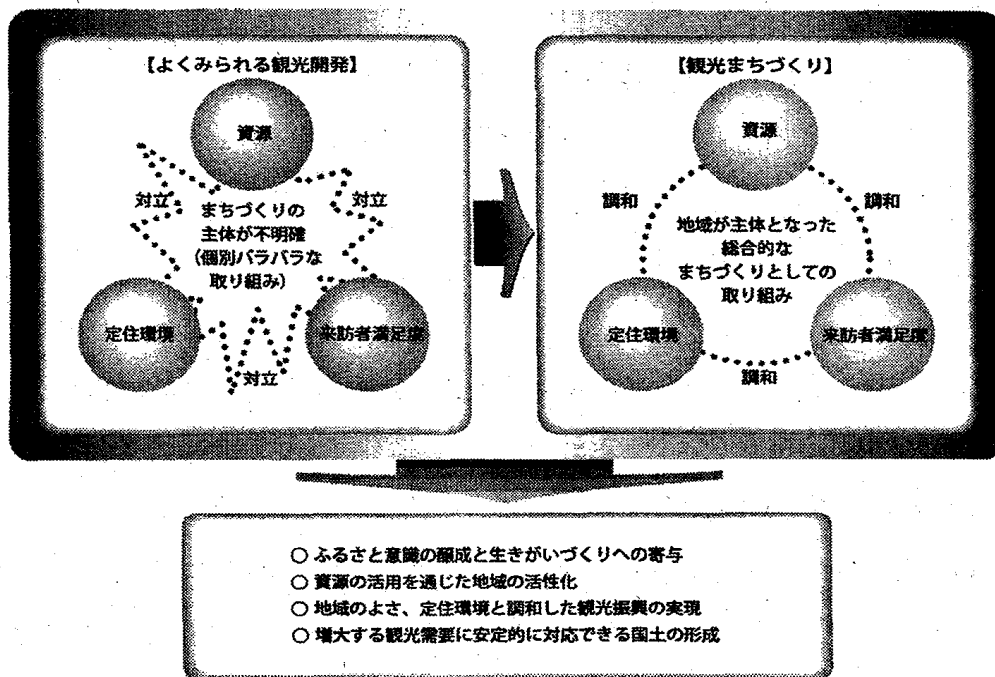


図1 観光まちづくりの概念と意義

(財) アジア太平洋観光交流センターは『観光まちづくりガイドブック』, p6より

今まで、地域の活性化を図るためには主にその地域の経済振興を目指してきた。ところが、ものがあふれる時代になった今、「ものの豊かさ」から「心の豊かさ」を重視する方向に変わってきたなかで、地域の活性化はもはや経済振興のみならず、ゆとりある生活空間、活気あふれる豊かな地域の創出を目指すものに変化してきた。そのような状況をうけて、先述したように、観光まちづくりは観光地域をつくることが目的ではなく、地域の住民に幸福をもたらすことが一番重要な視点とされるようになってきた。そのために地域づくりは地域住民が主体となり、誇りをもって地域の観光まちづくりに取り込むことが基本条件となっている。このように地域住民が自ら主役になって、観光をまちづくりに取り込む地域づくりを地域づくり型観光という。以前、筆者は地域づくり型観光を「地域住民が内発的・持続的・豊かな（経済・社会・環境・文化の各側面）地域づくりを目的にし、自主的・積極的に地域資源の保存と開発を行う観光行動²²⁾」というように定義した。

地域づくり型観光の成立する条件は以下の七つに整理される²³⁾。

1) 地域づくり主体のリーダーシップとパートナーシップ

- 2) 地域特有の観光資源の発見と活用
- 3) 地域づくり型観光の方向を明確にする
- 4) 地域全体の統一したコンセプトの追求
- 5) ホスピタリティの向上や信頼性の獲得
- 6) 積極的かつ持続的な集客努力
- 7) 観光人材育成

以上の成立条件を踏まえて、本稿はさらにほかの二点を付け加えることにする。それは、開発と保存のバランスと、地域の遺伝子の継承である。

2-2 開発と保存のバランス

地域振興は簡単にいうと、既存のもの（自然環境、地場産業、歴史、文化など）の「保存」と、新しいものの「開発」である。内発的発展による地域振興は保存と開発を基準とし、地域にしかない地域戦略を地域自らが考え、実践して行く方向が必然となった。

まず「保存」について地域振興のなかでどのような動きがあったのかを考えてみよう。体系的な例として、1960年代の後半から70年代前半までの「町並み保存運動」がある。50年代後半に歴史的環境の破壊が進み、日本の伝統や文化の崩壊が危ぶまれた。60年代の後半になると、住民参加型、主体型まちづくり、集落・町並み保存は、全国的な気運となり、長野県の妻籠や愛知県の足助、有松などで先駆的に取り組まれた。1975年に文化財保護法が改正されて、伝統的建造物保存地区制度が創設された。当時全国で約600ヶ所が伝統的な集落町並みとして挙げられていた。この町並み保存運動により、歴史や文化を学術的な価値からやや広義にとらえ、地域環境や地域住民との関係性の中で再定置する視点が生じてきた。すなわち、地域の歴史や文化は地域固有の特性を発見する手がかりであり、見失われつつある人と地域のつながりを再生する手がかりでもあるとする考え方である。こうした歴史文化のもつ精神的価値や環境的価値が注目されたことで、歴史的町並み保存運動が行われたわけである。

そして「保存」した地域資源を活かし、新しい産業を興し、地域の活性化を目指すことが「開発」の役割である。地域振興は時代のニーズに合わせるものが一つのポイントである。「開発」はそのニーズに応じて、新たな産業などを

創出する。筆者は「開発」の目的のみに限定していた場合、「開発」の意味は「改善」と同じ意味と捉える。開発をすることによって、地域が全体的により良くなってゆくからである。具体的に、開発は以下のような手順が必要である。

まず地域の特有な資源の発見し活用することである。そして、現在の資源に新しい付加価値をつけ、資源を新しい視点から捉えなおし、より広い使い方で活用することが求められる。また地域の個性を活かした魅力ある交流空間づくりのために、多くの成功事例や先進事例を学び、市場の需要状況を把握し、地域の内外に多くのアイデアを募集することが重要である。それによって、創造的・ユニークな発想を作り出す。次に発想の持続性を検討し、地域が自主的にハード・ソフトの両面から取り組むことが大切である。最後に、リピーターを招くために、開発に開発を重ねる。すなわち常に新たな魅力を創造し、地域資源の再発掘や、地域外との交流などで新しい発想を行ない、開発し続けることである。

このように、地域振興は「保存」と「開発」のバランスを保つ内発的発展の道を歩んできた。各地域はこの道を模索して、様々な振興策を打ち出した。特に外来型観光開発で失敗し過疎地域となった農山村では足元を見つめて自分たちの故郷をしっかりと作ろうとする草の根主義とも言われる動きが見られる。その動きは魅力ある地域づくりの特効薬としての内発的な観光振興に表れている。

2-3 地域遺伝子の継承

チャールズ・ダーウィンの『種の起原』は「生存闘争」という章を設けている。ダーウィンが「生存闘争」という言葉を「ある生物に依存するということや、個体が生きていくだけでなく子孫を残すに成功すること（これはいっそう重要なことである）²⁴」と定義した。そして、「生存闘争は、あらゆる生物が高率で増加する傾向をもつことの不可避的な結果である²⁵」と主張した。筆者はダーウィンの説から、「子孫をのこして、増やすこと」がその生物の遺伝子の継承や生命の延長と同じように考えている。ダーウィンは環境に対して有利な変異をもつ個体が生存するという「適者生存」の事実を、科学的に実証して進化論を確立した。すなわち、生命体には遺伝と変異があるからこそ、子孫の継承が

できるのである。ここでは、生命体の継承という考え方を地域づくりに用いて考えてみたい。

最近、「地域遺伝子」という言葉も出てきた。一つの地域を自然環境と人間社会との共存する一つ生命体と見なす考え方である。後藤春彦は「生命体の素晴らしさは相識化された構造を子孫へと伝えることと同時に、その多様性を保たれていることにある。地域にも遺伝子が存在するのではないか²⁶」と主張している。時代の流れや環境の変化の中で、その土地の風景や風土が継承され、歴史を重ね文化が生み出されていくのは、地域に遺伝子があるためである。筆者は「地域遺伝子」という説から、地域を生命体としてとらえたい。

地域づくりは先祖から受け継がれてきた自然、生活の知恵や作法を後世に伝え、そこには多様性を持った新しい知恵が生まれ、優れた「地域遺伝子」の創造にもつながる。地域という生命体は生き延びるために、「遺伝」と「変異」を起こすことが大切である。地域を一つの生命体とみると、この生命体が外部の環境に合わせて変化を起こしてきた。そして、地域の観光地づくりの変遷はまさに生命の延長の過程というものである。

以上の必要な要素を踏まえううえで、事例として滋賀県旧長浜市の地域づくり型観光を取り上げて、分析していきたい。

3 旧長浜市を事例として

多くの地域のなかに、筆者の目を引いた賑やかな地域があった。それは、新しい試みを大胆に行い、国際化を重視する形で、地域づくり型観光に成功した旧長浜市²⁷（滋賀県）である。年間観光客の200万人を迎えている長浜のまちづくりにどのようなコツがあるのか。それは、「黒壁スクエア」の成功によるものである。「黒壁」は全国においても、第3セクターの成功の少ない例となり、まちづくりで大活躍している。しかも事業を主に民間に任せ、積極的な住民参加が実現している。さらに補助金に頼らずに、民間が自分たちで、事業を進めている。住民参加や地域の自立を求めている地域にとって、良い手本となるであろう。一方、まちづくりはエンドレスなテーマであり、常に困難な問題や試練に立ち向かっていかなければならない。今の長浜も様々な問題を抱えている

が、それにまた新しい挑戦を続けている。

3-1 「黒壁」を中心とした旧長浜市の地域づくり

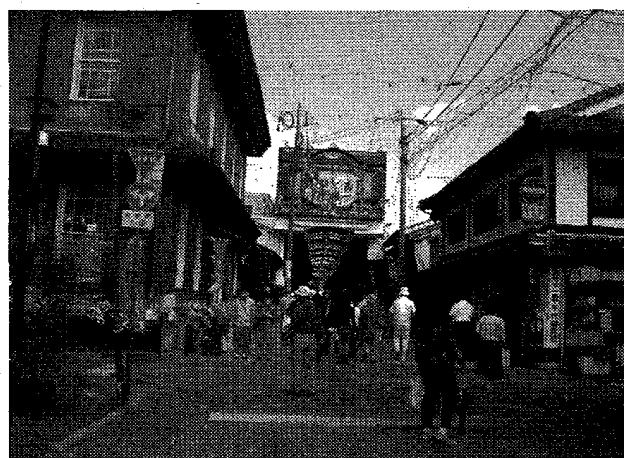
3-1-1 「黒壁」の由来

「黒壁」は、1901年（明治33年）に建築された第130銀行長浜支店という建造物で、黒漆喰（しっくい）塗りの外壁であることから、「黒壁銀行」と市民に親しまれてきた。「黒壁銀行」は町の「ランドマーク」のような建物であった。戦後カトリック教会として40年程使われていたが、1987年に教会が郊外へ移転したために売りに出され、解体話が浮上した。そのような中、当時中学校のPTA会長を努めていた笹原司朗（株式会社黒壁の前社長）へ市の教育長が「建物を保存したい。民間との第3セクターでやれないか」と相談をもちかけた。そこで、21市民会議²⁸の中心メンバーであった笹原司郎ら8人の若手経営者が立ち上がり、黒壁を守ろうと、1988年4月に地元民間8社が9000万円、長浜市が4000万円を出資して、第3セクター（株）「黒壁」は設立された。

出資者たちが協議を重ねて、黒壁では単に建物を保存するだけではなく、現代に生かすことにより、中心市街地の活性化のために活用していこうという結論を出した。そして歴史性、文化芸術性、国際性の3つのコンセプトを満たす事業展開を模索する中、その経営戦略を通して、「まちづくり」と「ガラスへのこだわり」という2つ柱を打ち出した。「黒壁」は長浜のまちづくりの拠点として、将来性があるガラスという素材を計画の中心として、「ガラス文化総合事業」なる新事業をスタートさせた。

3-1-2 「黒壁スクエア」の経緯

長浜市は明治、大正、昭和にわたり、周辺地域1市12町の経済活動の拠点として発展してきた。しかし、滋賀県で一番活気があると言われた長浜の商店街も、70年代からの相次ぐ大型店の郊外進出に圧迫され、廃業を余儀なくする店舗が出始めた。1987年には、中心商店街の400店舗



左の建物は黒壁の第一号館
2006年9月27日筆者撮影

に対して、客の数は月平均4000人しかなかった。まちの中では3軒に1軒くらいのシャッターが下りてしまって、商売ができないという状態となっており、犬が商店街の真中でゆうゆうと歩いていたと揶揄された。さらに1988年3月に「長浜楽市」という西友大型ショッピングセンターが郊外で開店した際に、それにもない、商店街から50店舗が同ショッピングセンターへ移転した。「ガタガタの商店街からさらに50店舗が引き抜かれてどうにもならない町が残っていた」、「商店街は滅茶苦茶にやられていた」、「こんな町になってしまったのかについて真剣に考えた²⁹」と当時の様子を笹原司朗は述べている。

商店街の空洞化、まちの活力の低下といった問題のほかに、さらに長浜市の財政が厳しいという問題もあった。これによって、長浜のシンボルという毎年行われてきた長浜曳山祭りさえ維持することも難しい状態にもなっていた。今まで長浜の希有な歴史と町衆の尽力によって、長浜曳山まつりが独自の発展を続けられてきたのに。これもまちを愛する長浜人に対する刺激となった。

「ガラス」は長浜と全く関わりがないものなので、完全に新しい挑戦となり、リスクもかなり大きかった。そこで、長浜信用金庫など様々な業種の経営者からなる役員が、事業のリスクを避けるために、自腹で小樽や欧州視察などを行った。また、広島市にあるビーズ会社が作った「ガラスの里³⁰」という小振りなテーマパークなどの視察も行なった。その結果、ガラス工芸による店づくりを本格的に決め、事業を興す前の下準備をしっかりと行なった。1989年7月に、235坪の敷地にあった3つの建物を、ガラス館、吹きガラス工房、そしてフランス料理の店として立ち上げた。最初の3年間は収益をあげていなかったが、4年目頃から軌道に乗り始めた。

新しいガラスの文化を育て、歴史を生かしながら、古い街並みをリニューアルするなど、第3セクター会社は、民間の店づくりと行政のインフラ整備をうまくかみ合わせる形で、まちづくりを進めた。欧州でのガラス製品の買い付けをはじめ、各方面で若い女性たちの活躍も目立っている。ガラス美術館を飾る高価なガラス工芸品の中には、美術大学出の女性社員らが選んだ品を、笹原司朗が2日くらい考えて、買い込んだ物もあるそうである。

北国街道を回遊する1.5キロの中心商店街は、230店舗のうち180店がリ

ニューアル開店した。このうち、約70店舗が空き店舗であったものである。10年間で1店も撤退していないのが笹原司郎の自慢である。黒壁を中心とした一角は、「黒壁スクエア」と呼ばれている。このように中心商店街も変遷してきた1989年（平成元年）と2003年（平成15年）の「図2 中心商店街変遷図」をみると、「黒壁スクエア」の発展が一目瞭然である。

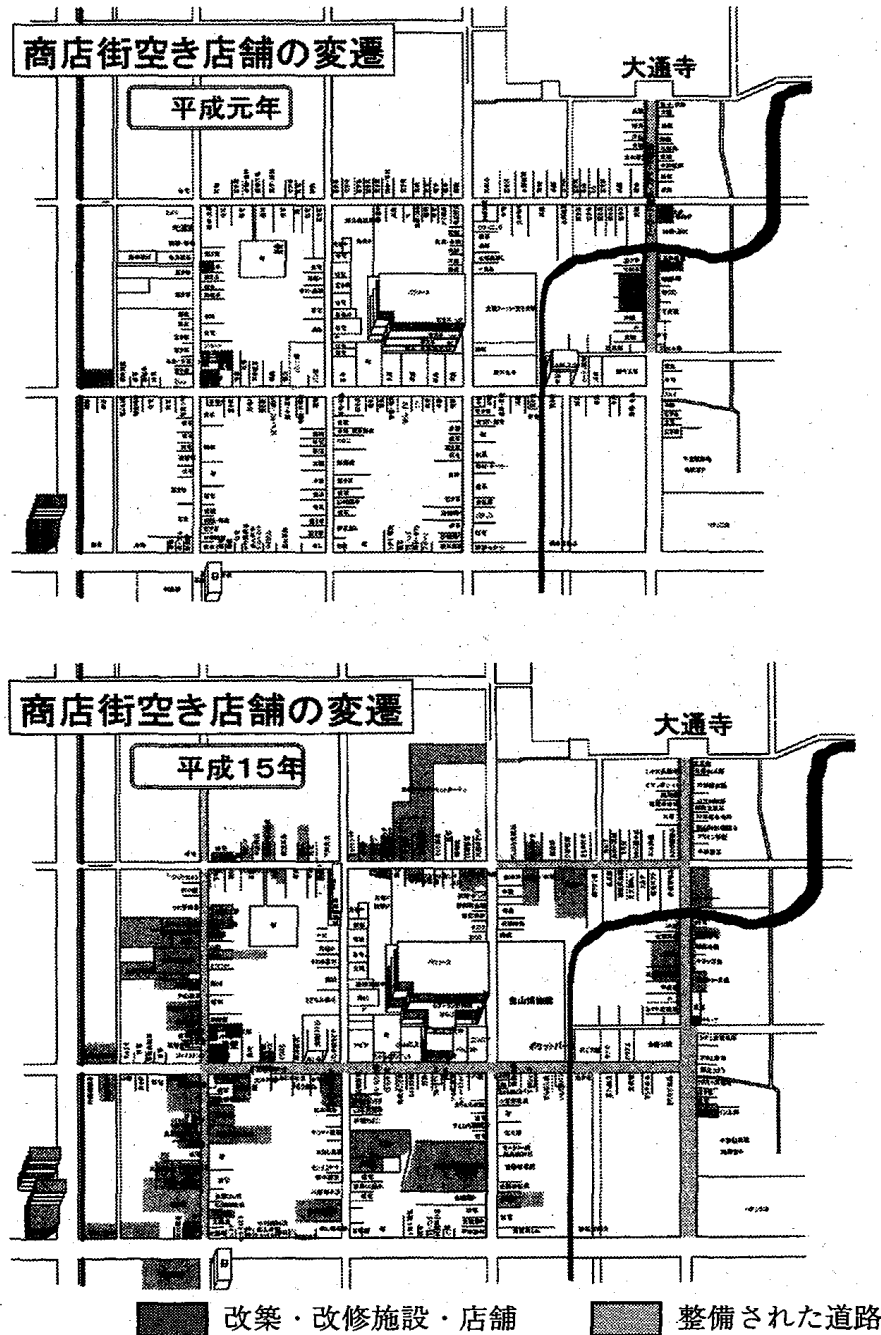
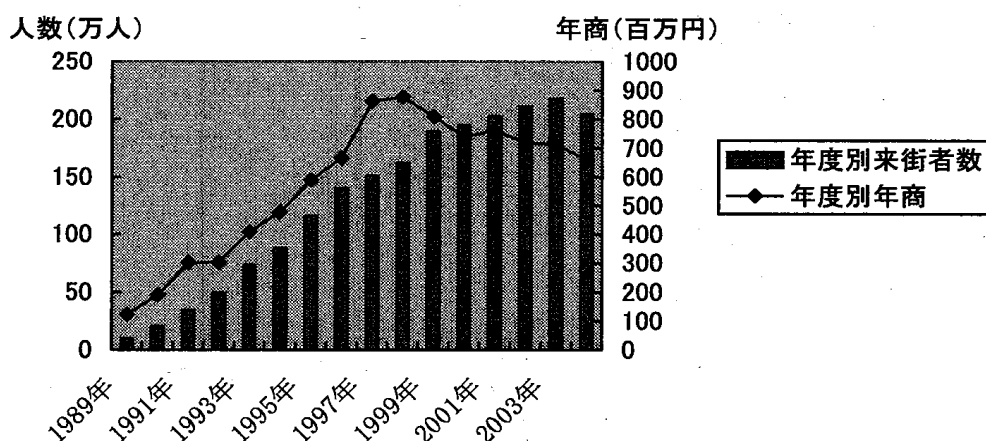


図2 中心商店街変遷図

NPO 法人まちづくり役場の資料『長浜・黒壁ガラス文化を発信せよ』より

さらに長浜を世界に名だたるガラスの町にするために、1993年にオーストリア・ラッテンベルグ市とガラス街道提携を結んだことをはじめ、現在では海外7都市に活動拠点を築くなど、盛んな国際交流を行っている。一方、国内でも同じ目的を持つ自治体によるネットワークを構築・実践しようと、1998年4月には、全国のネットワーク構築の一步として、岩手県江刺市にガラス館（工房付帯）を出店した。当地のまちづくり会社（株式会社黒船）と共に江刺市の活性化にも取り組んできた。

オープンから15年を経過し、黒壁の人気と知名度が高まるなかで来街者は、毎年増え続け、2001年には200万人を突破する勢いである（図3参照）。黒壁の年商は1997年から8億円にのぼり、1998年の売り上げを最高の記録として、8億7千万円となった。



長浜市役所の提供資料により作成

図3 黒壁の年度別来街者数、年商

3-1-3 まちづくりを支える関連会社

中心商店街活性化のため、長浜では黒壁の他にもいろいろな組織や会社が作られてきた（図4参照）。ここでは、そのなかのいくつかを紹介する。

● プラチナプラザ

1997年秋、旧長浜市の商店街の一角にオープンした高齢者が経営する店舗「プラチナプラザ」は、1998年の「北近江秀吉博覧会³¹（以下、秀吉博）」のコンパニオンとして活躍した高齢者を中心に設立された。店舗名の「プラチナ」には「プラチナは腐らないし、錆びない」などの意が含まれている。高齢者の

人々によるまちづくり、そして民間で出来る福祉を目的に掲げて、55才以上の約40人の会員が5万円出資し、商店街の空き店舗を活用してビジネスとして運営している。現在、おかず工房、野菜工房、リサイクル工房、井戸端道場の4店舗があり、運営は独立採算制である。「プラチナプラザ」は、自主的店舗経営を通して、高齢者の生きがい作りと、民間による福祉の創出、地域の活性化に寄与している。その成果をマスコミも取り上げている。

● まちづくり役場

「まちづくり役場」は民間が運営する任意団体であり、独立採算で経営している。「秀吉博」の事務局本部に使われた土田金物店という大きな看板のかかった旧商家を閉幕後に次のまちづくりにつながる場所に活用しようと考えられ、まちづくり役場は立ち上げられた。「長浜市の観光協会とか、商工会議所の一部など、まちづくり関係の部門は町の中に出てくるべき³²」と笹原司郎が主張していた。「まちづくり役場」と名付けられたのは笹原の提案であった。「まちづくり役場」の立ち上げに積極的に応じてくれたのは町内だけではなく、事務局長を担当している山崎弘子³³を初め、町外からきたスタッフたちである。現在、「まちづくり役場」では「北近江秀吉博覧会」の後継事業を含む13の事業³⁴を運営している。「まちづくり役場」はまちなかの活性化のための情報発進や視察の受け入れ、ラジオの支援、各種団体の事務局を担当している。いわば黒壁のボランティア部門であり、まちづくりのまとめ役のような働きをしている。「まちづくり役場」は人と情報の交流拠点であり、外部からの視察増に対応するため、その窓口として大活躍している。2003年11月14日にまちづくり役場は、滋賀県内で150番目の特定非営利活動法人(NPO法人)に認定された。

● 感響フリーマーケットガーデン

続いて、「まちづくり役場」に関わるもう1つの事業を紹介する。それは毎週土・日、祝祭日の午前10時から午後5時まで(冬季は4時まで)に行われる「感響フリーマーケットガーデン」である。フリーマーケットの運営と管理は黒壁から「まちづくり役場」に委託されたものである。1999年5月にオープンした「感響フリーマーケットガーデン」は、「環境」を切り口に心に感じ

で響くものを提案しようと黒壁がプロデュースし、まちづくり役場が運営している。出店料は1日につき1ブース2000円を徴収している。環境、健康、リサイクル、ガーデニングをテーマに、様々なブースが出店している。

● 新長浜計画

地元の財産・人材を活用するもう1つが「新長浜計画」という会社である。「新長浜計画」は黒壁を含めた16社が500万円ずつ出し合い、空き店舗支援など遊休不動産の再利用を図る会社である。全国の多くの第3セクターが失敗したのはほとんど不動産事業である。土地や建物などの不動産を手がけると、地価の下落などで経営的に破綻をきたすことが少なくないからである。そのために、黒壁が不動産事業を行うことには反対的な意見が強かった。そこで「黒壁」とは別会社とした「新長浜計画」が成立された。1995年の設立からの8年間は、「黒壁」と連携しながら、駐車場やテナントの管理、空き店舗の確保・活用などを進めてきた。また、オルゴール堂の経営も行われており、まさに「黒壁」の「別動隊」のような存在となっている。その努力の結果、年々空き店舗が減っ

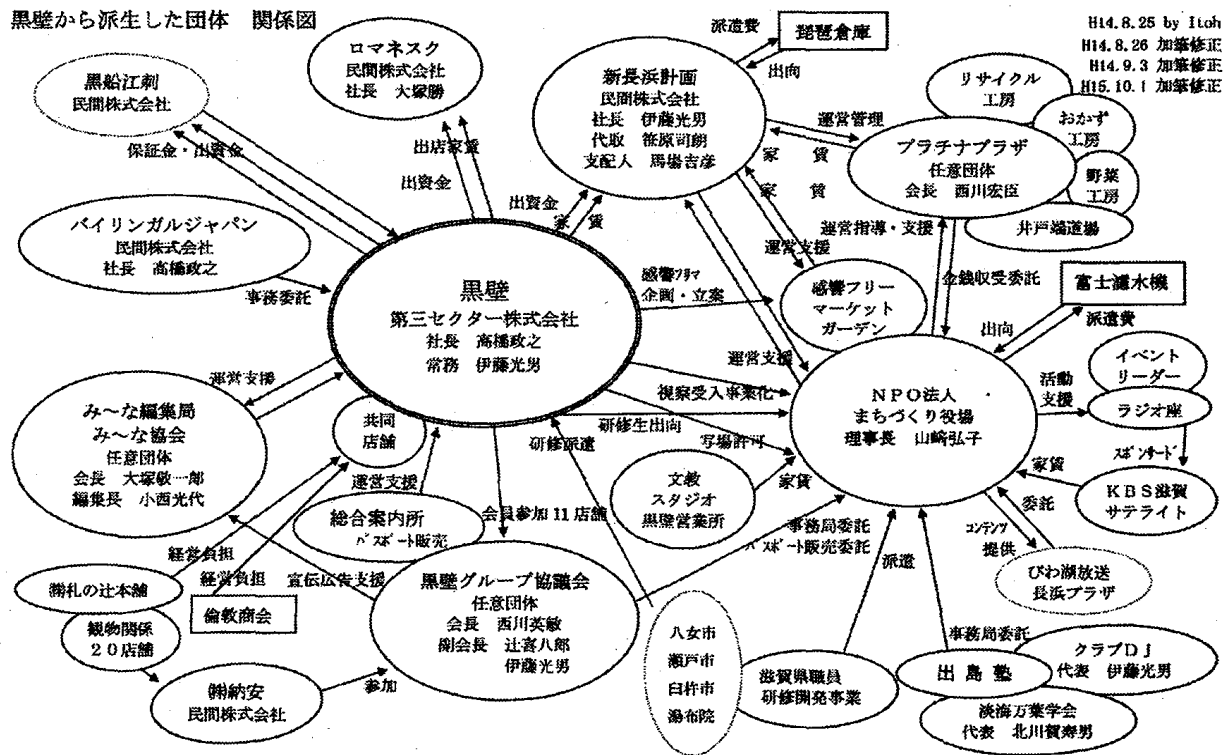


図4 黒壁から派生した団体 関係図

NPO法人まちづくり役場の資料『長浜・黒壁ガラス文化を発信せよ』より

てきている。

3-2 黒壁からの展開

3-2-1 ガラスと観光

長浜は、最初に観光を意図したものではなく、まちづくりに取り組んでいるうちに観光に結びついた。現在の長浜は、まちづくりの先進地として注目を集め、視察は1年間で400件あまりにのぼってきた。研究者たちの目をひいて、地域づくりに関する新聞、雑誌、本などの目玉となっている。「ガラス」と「観光」を中心とした「黒壁」の働きにより、まちは再生に至ってきた。なぜ長浜には縁もゆかりもない「ガラス」を中心にしたのか。最初「黒壁」という建物を保存した時点で、「長浜歴史資料館」や「京都物産館」、「貝殻博物館」などの提案があった。要するに、外へ発信でき、人を集めるものでなければならない。京都新聞によれば、『「世界中どこへいっても、人を集めているのはガラスや」。黒壁のガラス事業は長谷定雄前社長のツルの一声で決まった³⁵⁾』という。

もちろん長谷前社長の「ツルの一声」のみがガラスをまちづくりの計画の軸においた理由ではない。長浜市役所やまちづくり役場などへのアンケートやインタビューによって、以下の理由が浮びあがってきた。第1は商店街での取り扱い業種（長浜の地場産業で有名な浜ちりめんなど）との競合を避け、大企業では真似のできないものであること。第2は観光客増につながるインパクトのあるもの。第3は歴史性、文化芸術性、国際性という3つのコンセプトに合致するものであること。第4は再開発を避け、古い町並み、建物などを活用し、新しい命を注ぐものであること。こういった要因で、ガラスを中心としたまちづくりを行うことになった。北国街道沿いに残る古い町家やガラスをテーマにした施設「黒壁ガラス館」を中心に、約30のショップや体験工房、ガラス鑑賞館が軒を連ねる「黒壁スクエア」というエリアが形成された。

「黒壁スクエア」の魅力とは何か。たかが「ガラス」ではなく、新しい文化の創造から地域文化の蘇りやまちづくりへと大きな広がりを見せているところではないか。例えば、長浜の郷土料理「のっぺいうどん」の店もでき、失われかけていた古い食文化をも復活させた。これも多くの観光客を集めている要因であろう。1つの観光地は全体的な魅力が要求されている。自分の意に反し

でも、町全体を考えて協調していくことも大事であり、自分だけがよくても観光客は来てくれないのである。やはりまち全体で受け入れられるようなまちづくりをしなければならない。そのために、ガラスを柱としてまちづくりを進めていき、全ての店で、装飾や商品として統一化をもたせている。その結果、長浜の全体的な魅力が高まり観光の人気スポットとなった。

3-2-2 「黒壁」の成功要因

「黒壁」が成功した要因は以下のようにまとめられる。

第1は地域遺伝子「町衆自治³⁶」が継承されたことである。16世紀後半の豊臣秀吉の時代から、町衆自治は長浜のまちづくりの地域遺伝子といえるものである。地域づくりは人づくりといわれるように、黒壁を成功に導いたのはまちを無性に愛する町衆がいたからである。旧長浜市以外の出資者たちは「金儲け」より「長浜のまちづくり」のことを真剣に考えた。これは町衆自治以来の長浜人としてのアイデンティティーである。黒壁のような民間による投資には前例があった。たとえば、長浜城の再建には町衆からの4億3,000万円の寄付金が集まっている。「黒壁」は、確かに株式会社という組織形態をとっているが、最初事業を立ち上げた際には、主要な役員は無給、株主には配当しないという形をとっていた。個人利益より、まちづくりを優先した無私な長浜人がいたところ、黒壁もまちづくりも成功したのではないか。そして笹原司朗をはじめ、強力なリーダーシップが発揮され、市内のほかの多くの企業も協力を惜しまなかった。さらに、高齢者や他の地域からの人々さえ暖かく支援している。

第2は「インフラ整備は行政に任せて、店づくりは民間がやる」という行政と民間の役割分担である。行政は保存買い取りのためのお金を出して、黒壁の企画段階に参加した。しかし、その後の経営に関しては民間に大きく任せた。全国の多くの第3セクターの失敗は、経営能力のない行政側が経営する事が原因である。この点では、「黒壁」は一般の第3セクターと違うところである。行政が積極的に民間に任せようとした態度は、よりよい官民のパートナーシップの形成に至った。またこのパートナーシップの形成には、両者をうまくコーディネートした商工会議所や観光協会といった中間組織の役割が大であった。すなわち、仲人のような中間組織が行政と民間をうまく結びつけたのである。

官民の緊密な信頼関係の上でのパートナーシップにより、まちづくりを主体的に担う力量が住民の中に育っており、すぐれた経営の感覚と理念により「黒壁」の事業化が実現し、まちづくりの活性化を図られたのである。

第3は「ガラス」以外は取り扱わないという「黒壁」の精神にこだわることである。「お土産は置かないでおこう」という「黒壁」の精神に基づいて、“作る・見せる・体験する”という複合的な事業が展開されてきた。例えばルート製品、ラベルだけが代わっているような商品は絶対に置かない。そのために、従業員を積極的に海外留学させるなどの人材育成に努めるなど「本物のガラス文化」を追求した。「ガラス」というコンセプトが特徴的であり、長浜の新しい文化の創造につながっている。

第4はユニークな試みである。「黒壁スクエア」にガラス工芸、工房、ショップ、レストランなどの個性的な店が列立している。そのなかにユニークな組織「プラチナプラザ」や「まちづくり役場」が話題を集めている。そして、黒壁スクエアでは様々なガラス体験教室が設けられている。吹きガラス教室、サンドブラスト教室、バーナーワーク教室、オルゴール教室、陶芸などである。各コースとも初心者から楽しんでもらえるようカリキュラムされている。さらに、ガラス工芸を市民のなかに広げるために、「ガラス大学³⁷」も開催されている。

第5は積極的な外部への発信と交流を行うことである。「まちづくり役場」をはじめ、視察の受け入れ、観光ガイドなどを行っており、さらにテレビ・ラジオで情報発信も行って全国のまちとネットワークを結び、情報交換をしている。そして、国際化への取り組みも積極的に進めている。例えば、外国人観光客のための割引制度としてカルチャーカードの作成、姉妹都市の連携³⁸などを行っている。また国内でも(株)「黒船(江刺市)」に「黒壁」のノウハウと資本を導入している。

以上の成功要因を踏まえて、さらに、特筆したいのは「黒壁」による地域づくり型観光の新しい手法である。それは「NO(ノー)マスタープラン」である。つまり、「黒壁」は最初から基本計画が作られていない。笹原は「一番大事なことは速い実行、小さい実行を進めていくことである。速い、小さい実行の一方に、独断的であっても、経営者として自分はまちのために良いことを

しているのだという倫理観を常に持つことが大切である³⁹⁾と述べている。「黒壁」のやり方は計画よりプロセスを重視し、できるところから着手し、少しずつ事業を広げていく。もっとも計画がないことはなく、段階的計画は存在し、実験的事業を段階ごとに評価し、次の作戦を策定する方法がとられている。

3-3 博物館都市構想

「黒壁」がオープンしてからの15年間で、シャッター通りの商店街を今の賑やかな街に改装した。それは「町衆自治」の精神をもつ長浜人の住民活動や「観光カリスマ⁴⁰⁾」の笹原司郎をはじめとする多くの優れたリーダーの存在が大きな要因である。一方、市のマスタープランにおける先見性というものも極めて大きな役割を果たした。

旧長浜市のまちづくりの始まりは、1983年の長浜城の再建であった。秀吉の城「長浜城」を市民の寄付を基に再建したものである。市のシンボルとなる長浜城の完成によって、長浜のまちづくりへ大きな弾みがついて、「博物館都市構想」のきっかけにもなった。「博物館都市構想」とは、「地域固有の資源や人々の暮らしの中で培われてきた知恵を現代に生かし、新しい文化を生み出し、個性と魅力のあるまち作りを進めていこうという構想⁴¹⁾」である。この構想はまち全体を1つの博物館のようにしようという趣旨で策定され、長浜のまちづくりの「骨格」といわれるものである。「伝統を現代に生かして美しく住む」と「先人の情熱や英知に学び、進取の気性を継承する」をキーワードとしていた。そのうえで、市民と行政の協働作業でハード・ソフトの両面から取り組みを進めてきた。株式会社「黒壁」の取り組みもその例外ではなく、「伝統を現代に生かして美しく住む」という理念を具体化しているものである。

「博物館都市構想」は1984年に打ち出され、長浜が早い時期にまちづくりにおけるソフトの重要性を提起した計画である。構想を具体化する方策として、「ソフトのミュージアムづくり」と「ハードのミュージアムづくり」の2つの目標が掲げられた。まずソフト面では、長浜は「市民一人ひとりのまちを愛し、まちを住みよいものとしていこうとする情熱を集約する。都市の物的な環境整備とともに都市の利用の仕方、暮らし方という面を重視した総合環境づくりを目指す。博物館に学芸員がいるように、市民がまちを熟知し、都市資産

を知恵と想像力によって活用し、新しい魅力づくりを行っていけるように『市民総学芸員』を目指す」としている。次にハード面では、「長浜らしいまちの景観を大切にし、現代の生活に活用する。そして長浜らしさを醸し出す諸要素を抽出し、博物館都市の魅力を高める要素として見直し、組み立て上げる『都市の編集作業』を市民と行政とが一体となって展開する⁴³⁾」と主張している。

市民と共有できたという「博物館都市構想」の理念にしたがって、ダイナミックな事業は推進されてきた。具体的に図5のように展開し、実現している。

博物館都市構想の成果⁴⁴⁾は、以下の5つに集約される。1つ目は都市景観の創出やアメニティあるまちの創造、まちの賑わいの再生、交通の利便性の向上など様々な事業の展開で、長浜のまちが徐々に住みよさを高めていることである。東洋経済新聞社が発表した全国の「住み良い都市」ランキングで、旧長浜市は1995年から1997年までの3年連続全国第1位となっている。2つ目は、地域への愛着心や誇りが高まるといった、地域に対する市民意識や自発的なまちづくりの気運が高まってきていること。3つ目は、市民と行政との連携によるまちづくりの取り組みが活発に進められるようになり、創意と工夫に満ちた様々な活動が市民の手によって自主的に進められていること。4つ目は、多彩なまちづくりの取り組みを継続して行っていくことによって、ソフト・ハードの両面での充実が図られ、「個性尊重都市」長浜の知名度が全国的に高まってきていること。最後に、美しいまちにすることが、観光客を呼び寄せ、商店街や地域産業を活性化させたいうで、伝統文化と新しい文化の共存する地域づくり型観光を行い、成功したことである。

さらに、1994年に市制50周年を迎えた旧長浜市は、これまでのまちづくりの取り組みを検証し、新たな第1歩を踏み出すために「新博物館都市構想」を策定した。新構想では、「人がまちを動かす」ということを原点にして、「古いものを大切にしながら、新しいものを取り入れて、より輝きのあるものを創っていく⁴⁵⁾」と謳っている。この構想は生活の楽しさを基本に、まちも人も世代を越えて共存できる連続性と多様性のある「長浜らしさを生かして美しく住む」を目指している。また行政がまちづくりのマスタープランを提示し、それを市民に繰り返し語り続け、市の都市計画の過程でかなり市民参加も実現し

た。「博物館都市構想」は住民の積極的な参加を求め、まち全体を魅力ある博物館のように、そして個性のある美しく住めるまちを創りあげた。1997年11月、日経産業消費研究所は都市の専門家を対象にアンケートを実施した。「人を惹きつける魅力がある街」ランキングに旧長浜市が第1位となった。

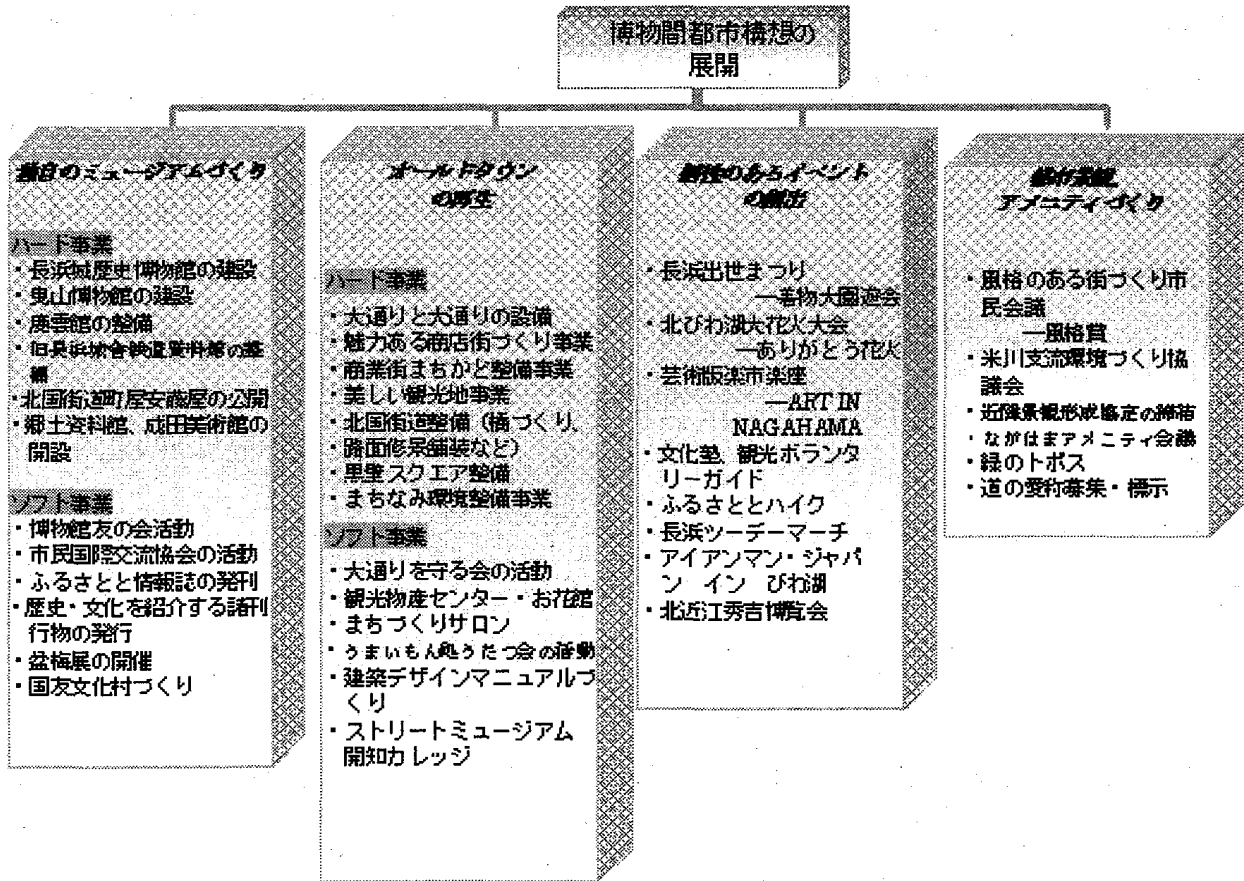


図5 博物館都市構造の展開

長浜市『新・博物館都市構想一人がまちを動かす』1999年により作成

歴史文化資源を生かしながら、市民が美しく住むことを基本理念とした博物館都市構想に沿って、長浜のまちづくりが進んできた。少子・高齢化やIT化、経済のグローバル化、環境の悪化などに直面する21世紀に向けて、長浜は1996年に新しいまちづくりの基本的な指針となる長浜市総合計画を策定した。この計画は、「日本で最も住みよく、住んでいることを誇りとして引き継いでいける『活力に満ちた風格のあるまち—いきいき市民活躍都市』⁴⁶⁾」という都市像を目指している。

長浜市は目まちづくりの姿勢として以下の事項を打ち出した。すなわち、「人と人をつなぐ ～人と人の心がかようまちづくり～」、「時代と時代をつなぐ ～過去から未来につながるまちづくり～」、「地域と地域をつなぐ ～湖北・長浜から広がるまちづくり～」の3つである。この計画は、「市民一人ひとりとの対話と協働を基調としながら、市民自らが責任をもった主体的なまちづくりと市民を主役とした行政の展開をめざす⁴⁷⁾」指針となるものである。

長浜市は時代の新しい動きを積極的に取り入れた市のマスタープランにより、伝統に新しい価値を加えて、長浜の新しい文化を作り出した。それはガラス工芸とまちづくりを融合させた地域づくり型観光を創生させた結果といえる。そして、ハードとソフトとの両面から様々な事業を行い、長浜の魅力をますます高めてきた。また、まちづくりの過程を通じて、市民と行政が一体となり、人づくりに成功し、地域アイデンティティーの構築にいたっている⁴⁸⁾。

むすびにかえて—長浜市の現状の諸問題

本論文は観光まちづくりの成功例としての旧長浜市を見てきた。しかし、賑わう成功の裏に、長浜もいくつかの問題を抱えている。最後にその問題について述べ、むすびにかえることにする。市役所、まちづくり役場、商工会議所、(株)黒壁や地域住民などへの聞き取り調査によると、主に4つの問題点が見えてきた。

1点目は宿泊客が少なく、滞在型の観光ではないことである。長浜市が公開している資料によると、2005年「日帰り延べ観光客数」が423.51万人に対して、「宿泊延べ観光客数」は30.23万人である。それは長浜へのアクセスが便利であり、日帰りの客が多いからである。また、夜の6時頃に殆どの店が閉店し、シャッター通りになり、一気に寂しい風景になる。この問題に対しては、もっと宿泊設備や夜のイベントなどを充実することが必要である。つまり、一日では見尽くすことができないほどの魅力が必要である。さらに、合併によって、観光資源も増えた。この地域の拡大をきっかけとして、黒壁スクエアを中心とした長浜から周辺地域まで観光の範囲を広げ、地域の連携を進めていくことが大切である。これにより、長浜も周辺地域の魅力もさらに高まってくるであろう。

2点目は観光客が増加したにもかかわらず、売り上げが減少していることで

ある。「黒壁」がオープンした頃、客一人当たりの売り上げが3,500円であったが、現在は1,500円ぐらいまでに減少している。最近、安価な生活用品などはよく売れても、芸術価値の高いものや高級な製品などはあまり売れない。このため、売り上げにかなり影響がでているそうである。これは、最近の旅行の傾向である「安・近・短」、すなわち低価格志向のあおりを受けていると言えよう。もっとも、筆者は安い生活用のガラス製品がよく売れることは、かえって良いビジネスチャンスとなるのではないかと考えている。安価な生活用品が売れるということは言い換えれば、「黒壁スクエア」が次第に人々の生活に浸透していることでもある。そこで、「キッチンに欠かせないブランドー黒壁」などと宣伝し、生活用品の一ブランドを打ち立ててはどうであろうか。

3点目は商店街の観光化によって、「生活のにおい」が薄くなったことである。今まで、黒壁スクエアが完全な観光地ではなく、生活するにおいがあることが長浜の魅力であると言う観光客が多かった。それは、商店街という生活の場が観光資源になっていたからである。しかし、近年、地元の若い女性が街の中へ入り込むことが少なくなってきた。それは、今の商店街が観光化されすぎて、土、日、祝日になると、自転車が取れないほど混み合い、生活のにおいを欠いてきたからである。また1点目の問題に関わってくるのは、夜にはシャッター通りになってしまう現状のため、地元の人々が買物をしにくくなっている。その結果、中心街に住む人々が郊外の大型店に買物をするようになってきている。

4点目は、長浜市の人口は増加している一方で、中心市街地の居住人口が減少していることである。この現象の原因は住宅環境が悪いからである。たとえば、住宅を取壊し新築することが簡単にできない。昔からの密集した住宅地域のため、用地の確保が難しい。また、街の中にアーケードがあるために店舗の奥に若い世代の住宅を新築しようとしても工事重機をいれることができないために、手作業でやらざるをえないことから、コストが高くなってしまふ。そのために、若い人が郊外に移り住むことになり、市街地の高齢化をもたらしている。

第3,4点目の問題点の進行によって、市街地の次世代を育てることができず、

商店街全体の魅力がなくなって行く危惧がある。この点に関しては、改めて、観光まちづくりの目的を見なおす必要があるのではないか。前述したように、最初のまちづくりの理念が観光のためではなかったから、成功したといえる。しかし、これ以降、まちの魅力をホスト自身さえ感じなくなっていけば、ゲストにその魅力を伝えていけなくなって行くだらう。そのために、市街地での質の高い生活を確保しつつ、生活のにおいが漂うまちづくりを進めていく必要性がある。

最後の問題点は「黒壁スクエア」に新たな店舗を開く余地が少なくなってきたことである。いままで面白い店舗が続いて立ち上がり、それぞれに個性があり、リピーターを招いてきた。しかし、新しい店舗を創出余地が現在ほとんどなくなってきた。そのために、今後は現在の店舗がさらに新たな魅力をつけて、「ONLY ONE」を目指す店作りを必要する段階に入ってきた。他の地域や大型ショッピングセンターにないものが長浜の「黒壁スクエア」にあるという状況が今後とも続くことを希望する。

以上の課題のほかに、もちろん、長浜市は問題点や課題点も抱えているが、そういった問題を乗り越えることができるのはやはり長浜市民である。今まで、長浜市は市民主導的なまちづくりを進めてきた。地域遺伝子「町衆自治」の継承によって、黒壁のまちづくりも成功の道に至ってきた。今後のまちづくりも先人の思いと知恵を大切に、地域の経済発展を促すだけでなく、地域の住民がその文化を発見、新しい文化を創出する大きな社会効果をもたらすことを期待している。

* 参考文献・資料

- アマルティア・セン『経済開発と自由』日本経済新聞社、2004年
井口貢『観光文化の振興と地域社会』ミネルヴァ書房、2002年
内山節・出島二郎・中谷健太郎『地域の遺伝子をみがく』山梨総合研究所、2004年
NPO法人まちづくり役場の提供資料「長浜・黒壁ガラス文化を発信せよ」
太田好信「文化の客体化——観光をとおした文化とアイデンティティの創造」『民族学研

究57(4)』1993年

- 岡本伸之『観光学入門—ポスト・マス・ツーリズムの観光学』有斐閣, 2001年
- 川端直志「長浜・『黒壁』の試み」『地域開発(通巻420号)』, 1999年
- 京都新聞社「黒壁の挑戦—創業10年戦略は『原点回帰』」1999年
- 清成忠男『地域主義の時代』東洋経済新報社, 1978年
- 後藤春彦『まちづくり批評』(株)ビオシティ, 2003年
- 島川崇『観光につける薬—サステイナブル・ツーリズム理論』同友館, 2002年
- 社会システムコンサルティング編「観光まちづくりガイドブック」(財)アジア太平洋観光センター, 2000年
- 高田喜義『地域づくりと第三セクター—失敗のない第三セクター活用』ぎょうせい, 1996年
- ダーウィン著, 八杉竜一訳『種の起原(上)』岩波文庫, 1990年
- 出島二郎『長浜物語—町衆と黒壁の十五年』NPO法人まちづくり役場, 2003年
- 長浜市『新・博物館都市構想—人がまちを動かす』1999年
- 長浜市『長浜市総合計画』1999年
- 長浜市「長浜スタイル」2001年
- 西村幸夫『街並みまちづくり物語』古今書店, 1997年
- 日本観光協会『これからの観光地域づくりのための手法』日本観光協会, 2001年
- 日本観光協会『新世紀の観光地域づくりのための手法』日本観光協会, 2003年
- 日本まちづくり協会『住民参加でつくる地域の計画・まちづくり』技術書院, 2002年
- 日本政策投資銀行「地域づくり型観光の実現にむけて」『地域レポート』日本政策投資銀行, 2000年
- 長谷政弘『観光学辞典』同文館出版, 1998年
- 長谷政弘『新しい観光振興』同文館, 2003年
- バレーン・スミス編, 三村浩史訳『観光・リゾート開発の人類学—ホスト&ゲスト論でみる地域文化の対応』勁草書房, 1991年
- また訪れてみたい地域づくり研究会『地域づくり実践の手引き』大成出版社, 2004年
- 宮城光也「『まちづくり役場』の役割と目指すもの」(財)地域創造『地域創造2003 Spring vol.14』2003年
- 宮本憲一『環境経済学』岩波書店, 1989年
- 宮本憲一他『地域経済学』有斐閣, 1990年
- 宮本憲一・遠藤宏一『地域経営と内発的発展』農文協, 1998年
- 山下晋司『観光人類学』新曜社, 1996年
- 楊潔「サステイナブル・ツーリズムの展開と可能性—白川郷における観光の現状と展望」

『愛知県立大学大学院国際文化研究科論集 第7号』2006年

楊潔「内発的な発展から地域づくり型観光にむけて」『愛知県立大学大学院国際文化研究科論集 第6号』2005年

吉井茂人「厚みある都市魅力を求めて！」『地域開発 vol.478』（財）日本地域開発センター，2004年

「NPO まちづくり役場」ホームページ <http://www.biwa.ne.jp/~machiya/>

「株式会社 黒壁」ホームページ <http://www.kurokabe.co.jp>

『観光カリスマ百選』ホームページ <http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/kanko/sasahara01.htm>

<注>

- 1 拙稿「内発的な発展から地域づくり型観光にむけて」『愛知県立大学大学院国際文化研究科論集 第6号』2005年を参照。
 - 2 観光立国関係閣僚会議「はじめに」『観光立国行動計画～「住んでよし，訪れてよしの国づくり」戦略行動計画～』，2003年。
 - 3 「地域社会に対する責任をもつ度合いが低い外来型開発に基づいている観光開発は外来型観光開発と名付けることができる。開発主体の関係をみると，法的条件が整えられた大企業は観光開発事業を進める立場となり，一方，過疎の農漁村をはじめとする地方が企業を誘致するという立場となっている」のである（拙稿「サステイナブル・ツーリズムの展開と可能性—白川郷における観光の現状と展望」『愛知県立大学大学院国際文化研究科論集 第7号』2006年，p.117）。つまり，外来型観光開発は地域外から工業などを誘致することによって，地域を活性化しようとする考え方である。ちなみに地域は主導権がなく，受動の立場となる。誘致工場に対する環境規制を緩和した結果，環境悪化をもたらし，地域問題は深刻化する一方であった。
 - 4 島川崇『観光につける薬—サステイナブル・ツーリズム理論』同友館，2002年，p.58。
 - 5 地域づくりに関して，多くの説があるが，枚挙に暇がないので，必要に応じて適記する。
 - 6 宮本憲一『地域経済学』有斐閣，1990年，p.337。
 - 7 宮本憲一は「外来の資本（国の補助金をふくむ），技術や理論に依存して開発する方法を『外来型開発』（exogenous development）と命名した。保母武彦は「地域の外から誘致するのであるから，低開発諸国なり植民地の開発と同じ方式である」とした。
- 宮本憲一『環境経済学』岩波書店，1989年，p.285。

- 8 内発的発展は地域住民が自ら主体的に地域の問題の解決に取り組むということである。地域づくりにおける「内発性」は地域住民の「自律性」もしくは「自力更正」という。拙稿「内発的な発展から地域づくり型観光にむけて」『愛知県立大学大学院国際文化研究科論集 第6号』2005年, p.47～51を参照。
- 9 宮本憲一『環境経済学』岩波書店, 1989年, p.296～303.
- 10 高田喜義『地域づくりと第三セクター—失敗のない第三セクター活用』ぎょうせい, 1996年, p.66.
- 11 日本観光協会『これからの観光地域づくりのための手法』日本観光協会, 2001年, p.1-5.
- 12 アマルティア・セン『経済開発と自由』日本経済新聞社, 2004年, p.13.
- 13 第8回「優秀観光地づくり賞」(総務大臣表彰)を受賞した。
- 14 日本観光協会『これからの観光地域づくりのための手法』日本観光協会, 2001年, p.1-7.
- 15 長谷政弘『観光学辞典』同文館出版, 1998年, p.1～2を参照。
岡本伸之『観光学入門—ポスト・マス・ツーリズムの観光学』有斐閣, 2001年, 2～7を参照。
- 16 岡本伸之『観光学入門—ポスト・マス・ツーリズムの観光学』有斐閣, 2001年, 5.
- 17 バレーン・スミス編, 三村浩史訳『観光・リゾート開発の人類学—ホスト & ゲスト論でみる地域文化の対応』勁草書房, 1991年。
- 18 山下晋司『観光人類学』新曜社, 1996年, p.7～11を参照。
- 19 太田好信「文化の客体化—観光をとおした文化とアイデンティティの創造」『民族学研究 57 (4)』1993年
- 20 社会システムコンサルティング編「観光まちづくりガイドブック」(財)アジア太平洋観光センター, 2000年, p.4.
- 21 「『よくみられる観光開発』は集客力の向上や産業振興が優先されることがおおく, 地域の人々が大切にしている「地域らしさ」や定住環境への影響が顧慮されることが少なかったといえる。同上, p.5.
- 22 前掲書注1, p.55.
- 23 内容の詳細は前掲書注1, p.56～58を参照。本論文では, 省略すること。
- 24 ダーウィン著, 八杉竜一訳『種の起原(上)』岩波文庫, 1990年, p.88.
- 25 同上, p.89.
- 26 後藤春彦『まちづくり批評』(株)ビオシティ, 2003年, p.6.
- 27 長浜市: 2006年2月に合併して, 新しい長浜市が誕生した。新長浜市の人口は82,083人であり, 内訳, 旧長浜市の人口62,223人, 旧浅井町の人口12,938人, 旧

- びわ町の人口7,514人である。1574年（天正2年）、長浜城が豊臣秀吉の居城になった際に、「今浜」を「長浜」に改名し、長浜のまちがひらかれる。
- 28 「21市民会議」は1984年に結成された市民団体である。「これでいいのか湖北長浜」をスローガンに一般市民を巻き込んで長浜市に必要な大きなプロジェクトを提案し、実現してきた。具現化した提案は主に「JRの直流化（1991年に実現）」、「全天候型競技場の建設（1992年に「滋賀県県立長浜ドーム」のオープン）」、「大学誘致」の3つある。この3つの提案がなされたすぐ後に、黒壁の建物が1987年に売りにだされた。当時21市民会議のプロジェクトは一つも具現化されておらず、それに対する意地のようなものから、21市民会議の中心メンバーであった笹原司郎、伊藤光男が中心となって黒壁の運動体に移行していった。
- 29 川端直志「長浜・『黒壁』の試み」『地域開発（通巻420号）』、1999年、p.27-28.
- 30 「ガラスの里」は、ガラス細工の手づくりも楽しめるようになっており、年間約20万人がコンスタントに訪れて、成功しているところである。
- 31 「北近江秀吉博覧会」は金沢の出島二郎にプロデュースされ、1996年4月から11月までの238日間をわたって、開催されていた。そして、笹原司郎が責任者に指名された。中心市街地と長浜城歴史博物館をメイン会場にして、来場者が82.3万人となった。この博覧会には1000人近い市民ボランティアが参加し、次代の人材育成のチャンスとしても意義深いものでもあった。
- 32 宮城光也「『まちづくり役場』の役割と目指すもの」（財）地域創造「地域創造2003 Spring vol.14」2003年、p.36.
- 33 山崎弘子が「秀吉博」の参加をきっかけに、地域づくりへ関心をもち、昔暮らしたことがある長浜にUターンしてきた。
- 34 まちづくり役場が運営している事業は以下のとおり。
①プラチナプラザ事務局②出島塾事務局③観光ガイド「えりの湖会」に協力④KBS滋賀ラジオの作製の支援⑤黒壁グループ協議会事務局⑥文教スタジオ長浜営業所に協力⑦近江文庫（文泉堂）の図書の販売⑧視察請け所⑨感響フリーマーケットガーデンの事務局⑩黒壁パスポートインフォメーションセンター⑪長浜まち歩きマップの作成⑫長浜物語『町衆と黒壁の十五年』の発行。「まちづくり役場」の資料により
- 35 京都新聞社「黒壁の挑戦—創業10年戦略は『原点回帰』」1999.7.2付け京都新聞。
- 36 1591年（天正19年）、豊臣秀吉が賤ヶ岳の戦いの際に町衆の保護と自立を目的に町人に「町屋敷年貢免除」の朱印状を与えた。これが、まち繁栄の基礎となった。また、秀吉は天下統一のため各地を転戦しなければならなかったために、長浜のまちづくりや政治を「町衆」に任せたから、長浜に「町衆自治」の精神が育まれてきた。その後、

江戸時代、長浜は彦根藩の経済の一拠点となると、城下町から町人の町へと移り変わった。北陸方面への北国街道（湖東街道）の宿場町として栄えた。また江戸時代の中期以降は、縮緬（ちりめん）をはじめとする織物業が盛んであった。長浜の町並みには400年の歴史が脈々と生きている

- 37 黒壁のホームページによれば、「ガラス大学」には吹きガラス講座、ステンドグラス講座、エングレーヴィング講座がある。
- 38 1959年、長浜はアウグスブルク市（ドイツ）と姉妹都市提携を結んだ。1992年にはヴェローナ市（イタリア）と姉妹都市提携を結んだ。このほか、ラテンベルク市（オーストリア）と黒壁とのガラス街道姉妹提携など。長浜まつりの曳山子ども歌舞伎の海外公演、ミシガン州（アメリカ）との間での中学生の研修派遣（ホームステイ）や少年野球の交流なども行われている。—長浜市「長浜スタイル」2001年, p.14. 参照。
- 39 川端直志「長浜・『黒壁』の試み」『地域開発（通巻420号）』, 1999年, p.31.
- 40 2003年1月の第1回の『観光カリスマ百選』では、笹原司郎が「無一物からの再興のカリスマ」として選定された。笹原の座右の銘にしているのが「無一物・無所有・無尽蔵」という言葉からである。笹原が長浜出身の西田天香の無一物思想を「黒壁」に取り込んでいた。「一銭もない人間が無欲で取り組めば際限なく知恵も出る」ということである。黒壁が成功したのは、この“一燈園経営”を実践したからである。—国土交通省『観光カリスマ百選』のホームページ <http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/kanko/sasahara01.htm> を参照。
- 41 長浜市『新・博物館都市構想一人がまちを動かす』1999年, p.3.
- 42 同上, p.5.
- 43 同上, p.5.
- 44 同上, p.13. 参照。
- 45 長浜市『新・博物館都市構想一人がまちを動かす』1999年, P.25.
- 46 長浜市『長浜市総合計画』, 1999年, p.22.
- 47 同上, p.12.
- 48 ただし、合併によって、新たになった長浜市では、新長浜市の総合計画を作成中である。