

博士論文

地方都市における中心市街地の再構築に関する研究
——滋賀県長浜市のネットワーク分析を中心に——

2016年2月

滋賀県立大学大学院 人間文化学研究科
地域文化学専攻 考現学・保存修景論研究部門

大橋 松貴

目次

序章 本研究の目的と考察視点

1.本研究の動機	1
2.本研究の目的と意義	1
3.本研究の構成	2

第1章 長浜市中心市街地の現状と活性化に向けた取り組み

1.問題の所在	5
2.先行研究の概観	5
2.1 旧法の制定経緯とその枠組み (6)	
2.2 旧法の問題点 (6)	
2.3 新法の概要 (7)	
2.4 新法にもとづく取り組みに関する先行研究 (7)	
3.滋賀県長浜市の概要と中心市街地のあゆみ	8
3.1 長浜市の概要 (9)	
長浜市の位置／長浜市の産業構造	
3.2 中心市街地の概要 (9)	
中心市街地の区域／中心市街地に蓄積されている諸資源／中心市街地の現状／ 中心市街地の抱える課題	
4.中心市街地における事業とその担い手たち	13
4.1 中心市街地における多様な事業 (14)	
4.2 多様な事業の担い手たち (15)	
5.結語と今後の課題	19

第2章 観光資源の類型化とその特徴

1.問題の所在	22
2.先行研究の概観	22
2.1 「観光」概念の定義 (23)	
2.2 観光事業と観光産業 (24)	

観光事業と観光産業の位置づけ／観光事業の定義／観光産業の定義とその範囲

2.3 観光資源の概念定義とその分類 (25)	
3.長浜市に点在する観光資源	26
4.結語と今後の課題	31

第3章 長浜市中心部における地域ネットワーク

1.問題の所在	36
2.観光ビジネスに関する事例の先行研究	36
3.ネットワークの対概念に関する先行研究とレント分析モデル	37
3.1 ネットワークの閉鎖性 (38)	
3.2 ネットワークの開放性 (38)	
3.3 本章における分析モデル (39)	
4.滋賀県長浜市中心部の歴史的背景とその特性	40
4.1 価値創出装置としての長浜市中心部 (41)	
4.2 観光ビジネスの側面からみた長浜市中心部のあゆみ (41)	
5.長浜市中心部における4つのレント	44
5.1 中央の公式調整のレント (44)	
5.2 評判のレント (46)	
5.3 社会的埋め込みのレント (47)	
5.4 情報共有と学習のレント (47)	
6.結語と今後の課題	48

第4章 NPO 法人まちづくり役場の現状と経営課題

1.問題の所在	55
2.先行研究の概観	56
2.1NPO 法人の認定数の推移 (56)	
2.2NPO の定義 (56)	
2.3NPO が抱える問題点 (57)	
3.調査対象の概要と考察	58
3.1 まちづくり役場設立の背景と組織概要 (58)	

3.2 まちづくり役場の活動内容 (59)	
3.3 まちづくり役場の組織運営に関わる活動 (60)	
4.結語と今後の課題	62

第5章 まちづくり役場の組織運営ネットワーク

1.問題の所在	66
2.ネットワーク論におけるアプローチ——構造的空隙とネットワークの対概念	67
3.構造的空隙と開放的・閉鎖的ネットワーク	68
3.1 調査対象地域の概要 (69)	
3.2 開放的ネットワーク——視察・講演事業と賃貸事業 (70)	
3.3 閉鎖的ネットワーク——事務委託事業と観光マップ事業 (73)	
3.4 事例調査のまとめ (75)	
4.結語と今後の課題	76

第6章 地域経済活性化を担う長浜まちづくり(株)の概要とその取り組みに関する考察

1.問題の所在	81
2.まちづくり会社の概要	81
2.1 まちづくり会社の概要および主要事業・活動 (82)	
2.2 まちづくり会社とは (83)	
2.3 まちづくり会社の実態 (84)	
3.第三セクターの概要	86
3.1 第三セクターの実態 (86)	
3.2 第三セクターの定義 (88)	
3.3 第三セクターの問題点 (89)	
4.長浜まちづくり(株)の概要	90
4.1 長浜まちづくり(株)設立の背景 (90)	
4.2 長浜まちづくり(株)の会社概要 (90)	
4.3 長浜まちづくり(株)の活動 (91)	
長浜まちづくり(株)の主要な活動／長浜まちづくり(株)の組織運営に関わる活動	

4.4 長浜まちづくり（株）の町家再生への取り組み（92）

「町家」概念と町家再生の意義／長浜まちづくり（株）の風通し屋サービス

5. 結語と今後の課題……………94

終章 本研究のまとめと課題

1. 各章のまとめ……………99

1.1 第1章のまとめ（99）

1.2 第2章のまとめ（100）

1.3 第3章のまとめ（101）

1.4 第4章のまとめ（103）

1.5 第5章のまとめ（104）

1.6 第6章のまとめ（105）

2. 本研究における課題……………107

引用・参考文献一覧

1. 日本語文献（五十音順）……………109

2. 外国語文献（アルファベット順）……………116

3. ウェブサイト（五十音順）……………117

引用・参考資料一覧

1. 新聞（五十音順）……………118

2. 雑誌・パンフレット等（五十音順）……………118

初出論文一覧

図表一覧

序章 本研究の目的と考察視点

1. 本研究の動機

滋賀県長浜市は、(株)黒壁を中心とした観光都市として全国的に広く知られており、多くの観光客が訪れている地域である。当初、筆者がこの地域を研究対象としたのは観光地としての魅力について新たな知見を得たいと思ったからであった。1988年に第三セクター(株)黒壁(以下、(株)黒壁とする)が設立されて以来、現在に至るまで毎年多くの観光客が訪れているこの地域の魅力を明らかにしたいと思ったのである。

このような思いから、筆者は長浜市を研究対象としたわけであるが、同市に関する情報を収集するにつれ、「長浜市中心部のまちとしての魅力は観光以外にもあるのではないか」という疑問が浮かびあがってきた。つまり、「(株)黒壁が設立されて以来、数十年にもわたり、多くの観光客が継続的に訪れているのは同市中心部におけるまちとしての魅力が観光以外にも存在しているからではないか」と考えるようになったのである。長浜市に関する先行研究を概観してみても、確かに(株)黒壁を中心に据えた記述が多いものの、それ以外にもまちとしての魅力を生み出し、かつ高める役割を果たしているさまざまなファクターが存在していることがわかってきた。実際に、同市中心部を訪れてみると全国的に有名な観光地のシンボリック的存在である(株)黒壁以外にも、同様の役割を果たしているさまざまな地域資源やアクターの存在を確認することができた。

そのため、長浜市中心部のまちとしての魅力を描き出すためには、これらの地域資源やアクターにも光を当てる必要があるのではないかと思うに至り、それが本研究をはじめの動機となったのである。

2. 本研究の目的と意義

本研究の目的は長浜市中心部を複数の学術的見地からとらえることにより、同市中心部のまちとしての魅力を立体的に浮かび上がらせることである。前節で述べたように、長浜市中心部には、観光以外にもまちとしての魅力を生み出し、かつ高める役割を果たすさまざまなファクターが存在している。そこで本研究では、それらのファクターについて、さまざまな学術的見地からとらえ、考察するというスタンスを取っている。このようなスタンスで考察することで、長浜市中心部のまちとしての魅力を立体的に浮かびあがらせることができるのではないかと筆者は考えている。

本研究で用いる学術的見地は、大きく (1) まちの魅力を生み出す土台となるもの、(2) まちの魅力を高める役割を果たすもの、に分類できる。(1) は社会制度や、観光といった分野からのアプローチである。(2) は、長浜市中心部をネットワークの側面からとらえることで、(株) 黒壁以外にもまちの魅力を高めるアクターが存在していることを明らかにし、それらのアクターの組織運営とそのパフォーマンスにおける考察である。具体的には、同市中心部におけるネットワークをネットワーク論におけるレント (rent) 分析モデルを用いて考察し、市中心部における重要なアクターを抽出する。そして、レント分析により抽出されたそれらのアクターの組織特性に関する先行研究 (NPO、まちづくり会社、第三セクター) などをレビューし、各アクターの現状や問題点について考察する。それらのアクターについては、ネットワーク論や町家に関する先行研究をもとに、聞き取りにより得られたデータおよび各種資料等を用いて具体的にみていく。

このように、(1) から (2) へと議論を進めることで、長浜市中心部について複数の学術的見地からのアプローチを行うことができ、同市中心部におけるまちの魅力を立体的に浮かびあがらせることができると考える。

従来の長浜市に関する先行研究には、主に (株) 黒壁を対象としたもの (高田, 1994; 西郷, 1996; 矢作, 1997; 矢部, 2001, 2006, 2011; 稲葉, 2004; 垣内・林, 2005; 實, 2008; 角谷, 2009; 鳥居, 2009; 諸富, 2010) やそれ以外のファクターにも注目しているもの (片岡・野嶋, 2000; 松本・野嶋, 2004; 野嶋・松本, 2005; 西郷, 2005) などさまざまなものが存在しているが、本研究のような (1) から (2) へと議論を進めていくようなスタンスをとるものではなく、その点において本研究のアプローチは先行研究とは異なっている。

3. 本研究の構成

以下、本研究の構成を示す。第 1 章「中心市街地の現状と活性化に向けた取り組み」では、主に法律や政策に関する先行研究をレビューしながら長浜市中心市街地についての現状や取り組みについてみていく。そのためには、まず法律や政策といった社会制度について確認することが重要になる。この観点から同市中心部をとらえることで、「対象となる社会制度のもとでの各アクターの活動内容」についての把握が可能になる。

ここでは、中心市街地活性化法に関する先行研究をレビューしたうえで、長浜市中心部の現状と中心市街地を活性化させるさまざまなアクターやその取り組みについてみていく。具体的には、同市の中心市街地活性化基本計画をもとに中心市街地の区域や蓄積されてい

る諸資源、そして関連する諸データ（人口・世帯数、小売店状況、空き店舗数、観光客の推移）、抱えている課題などを分析し、活性化に寄与しているさまざまなアクターとその活動について考察する。

第2章「観光資源の類型化とその特徴」では、観光に関する先行研究をレビューし、観光に関する諸概念について整理を行ったうえで、長浜市中心部の観光資源の現状を把握、そこから今後の課題を抽出する。すでに述べたように、長浜市中心部における観光資源はまちの魅力を生み出す重要なファクターである。そのため、ここでは観光に関する先行研究をもとに同市が保有している観光資源にはどのようなものがあり、同時にどのような課題が浮かびあがってくるのかを明らかにする。

具体的には、まず観光に関する先行研究をもとに「観光」、「観光事業」、「観光産業」、「観光資源」といった諸概念のそれぞれの位置づけや定義などについてみていく。そのうえで、先行研究における観光資源の分類枠組みを用いて、長浜市中心部に点在する観光資源を整理し、同市が現在抱えている課題について述べる。

第3章「長浜市中心部における地域ネットワーク」では、長浜市中心部の魅力について主にネットワーク論の観点からみていく。本章における目的は、ネットワーク論の観点からみた長浜市中心部におけるまちの魅力とは何かを明らかにすることにある。そこで、ネットワーク論の観点からとらえることの重要性を示すために、事例に関する先行研究をレビューし、観光地として一定の成果を収めている地域では、地域内部のネットワークと地域外部のネットワークをバランスよく形成している点について述べる。ネットワーク論においても開放的ネットワークと閉鎖的ネットワークをバランスよく備えていることの重要性が指摘されており、本章ではそれらのネットワークのパフォーマンスを測定する際に参考になるレント分析モデルを用いて同市中心部の魅力について考察する。これにより、ネットワーク論の観点から長浜市中心部をとらえた場合にキーとなるアクターが抽出されることになる。

第4章「NPO 法人まちづくり役場の現状と経営課題」では、前章の考察により抽出されたキーとなるアクターの1つであるNPO 法人まちづくり役場（以下、まちづくり役場とする）を調査対象にしている。そのため、まずNPOに関する基礎的なデータや先行研究を概観し、そのうえで本章に適したNPOの定義やNPOが抱える問題点についてみていく。これらの内容を踏まえたうえで、調査対象であるまちづくり役場の概要について確認し、聞き取りや現場で得られた一次資料などを用いて、同組織の組織運営などについてみていき、今後の課題について述べる。

第5章「まちづくり役場の組織運営ネットワーク」では、まちづくり役場の事業ネットワークについてネットワーク論の観点からとらえ、考察する。具体的には第3章で述べた開放的ネットワーク、閉鎖的ネットワークの概念を用いてまちづくり役場の事業ネットワークを分類する。本章における目的は、地域内部と外部とを結ぶ位置にある組織は自身の運営を行うにあたり、どのような事業ネットワークを構築しているのかという点を明らかにすることである。このことから、まず調査対象の位置づけや考察視点をクリアにする必要があるため、構造的空隙論や開放的ネットワーク、閉鎖的ネットワークに関する先行研究をレビューする。次に、まちづくり役場の事業ネットワークを開放的ネットワークと閉鎖的ネットワークに分類し、各々の事業についてみていく。最後にまとめとしてまちづくり役場の事業を開放的ネットワークと閉鎖的ネットワークに時系列的に分類し、その特徴について考察する。

第6章「地域経済活性化を担う長浜まちづくり（株）の概要と取り組みに関する考察」では、第3章の考察結果で明らかになったもう1つのキーとなるアクターである第三セクター長浜まちづくり（株）（以下、長浜まちづくり（株）とする）について考察する。本章では、同社に対する考察を行う前に各種資料や関連する先行研究などを用いながら「まちづくり会社」、「第三セクター」といった概念および概要について確認する。そのうえで、長浜まちづくり（株）の設立経緯や会社概要、活動内容について記述する。さらに、同社の取り組みとして町家再生への取り組みに注目し、その活動について具体的にみていく。町家再生への取り組みについては、まず、先行研究を用いて町家概念を確認し、町家再生の意義について述べ、その後長浜まちづくり（株）の町家再生への取り組みについて考察する。最後にまとめとして、同社の存在の重要性および今後の課題について述べる。

終章「本研究のまとめと課題」では、各章の内容のまとめを行い、本研究で残された課題について述べる。

第1章 長浜市中心市街地の現状と活性化に向けた取り組み

1. 問題の所在

2006年8月の「中心市街地の活性化に関する法律」（以下、新法とする）の施行に伴い、地域のまちづくり活動に大きな転機が訪れた。「選択と集中」の名のもとに地域の自発性が求められるようになったのである。ここで注目したいのは、実際に地域は同法においてどのような取り組みを行っているのか、という点である。同法の改正により地方は国のサポートを受けるために中心市街地活性化基本計画（以下、基本計画とする）をより精密なレベルで作成し、提出しなければならなくなった。このことは、地域が以前よりも自分たちの都市中心部の再生についてより深く考え、行動に移す必要があることを意味している。本章では、同法に関する先行研究をレビューしたうえで、実際に地域がどのような取り組みを行っているのか事例を通じて明らかにしたい。

調査対象は、観光都市として有名な滋賀県長浜市である。同市は、それまでさびれていた中心市街地が第三セクター（株）黒壁（以下、（株）黒壁とする）の誕生により息を吹き返し、毎年200万人前後の観光客を集めている地域である。長浜市もまた、基本計画を国に提出し、その認定を受けている。そこで本章では、同市における中心市街地では基本計画によってどのような事業が展開されているのか、そして、どのようなアクターがその取り組みを行っているのかについて明らかにする。そのため、まず長浜市の概要等について確認したうえで、具体的な内容について考察していく。

以下、本章の構成を示す。第2節では、中心市街地活性化法に関連する先行研究をレビューし、同法の内容について確認する。第3節では、長浜市の概要と中心市街地のあゆみについてみていく。第4節では、長浜市の新中心市街地活性化基本計画（以下、新計画とする）をもとに中心市街地の概要と問題点について確認し、実際に行われている取り組みとその担い手であるアクターについて述べる。そして第5節では、これまで述べてきた内容をまとめ、事例についての考察とそこから導出された結論について述べる。

2. 先行研究の概観

ここでは、「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」（以下、旧法とする）の制定経緯について述べ、その内容と問題点を確認する。そのうえで、新法の概要およびそれに関する先行研究をレビューする。

2.1 旧法の制定経緯とその枠組み

政府は、都市機能の郊外化に伴う中心市街地の空洞化現象に歯止めをかけるため、1998年に旧法を施行した。旧法は、中心市街地の環境整備と空き店舗対策の商業振興について関係省庁、地方自治体、民間事業者等の連携による推進を目指して制定されたものである。福田によれば、同法の形式的な特徴は次の3点であるとしている。(1) 8省庁府(経済産業省、国土交通省、総務省、農林水産省、警察庁、文部科学省、厚生労働省、内閣府)による総合的で体系的なまちづくり振興を図る所轄体制がとられている点、(2) 国の定める基本方針(2000年7月)を指針として市町村がイニシアティブを発揮し中心市街地の活性化のための方針や目標、実施する事業に関する基本的な事項等を内容とする基本計画を作成する点、(3) 事業の企画調整と実施を担う機関として多くの場合に TMO (=Town Management Organization) の設立が必要とされている点、である(福田, 2004:22)。次に、同法の枠組みについてみていく。

市町村は中心市街地の範囲、中心市街地の活性化のための方針や目標、実施する事業に関する基本的な事項を記載した基本計画を作成し、国へ提出する。このうち、市街地の整備改善に関わる事業については、行政や関係者等による個別の事業計画を経て実施される。一方、商業等の活性化に関わる事業については地元商業の状況に精通した者(商工会・商工会議所、第三セクター)が基本計画を上位計画としながら、具体的な事業構想(=TMO 構想)を練る。この TMO 構想は市町村から認定を受ける必要があり、認定を得るとそれを策定したものが正式に TMO になる(村上, 2009:11-2)。そして、この TMO 構想に盛り込まれた事業プランが中小小売商業高度化事業計画(=TMO 計画)にもとづいて作成され、経済産業大臣に認定されることで国からの補助を受け、事業が実施できる仕組みになっている。

このようにして、同法による中心市街地の活性化を目指す取り組みが行われたが、現実には上手くいかず、他の関連法の影響もあり、思うような結果を残すことはできなかった。

2.2 旧法の問題点

同法が施行されたにも関わらず、中心市街地の活性化が進まなかった理由として次のような点が指摘されている。まず、基本計画において明確な目標や全市的な戦略が明記されているものが少なく、地元の利害調整に終始した結果、中心市街地活性化に関する地域住民や商業関係者についてのニーズの把握が不十分である点である(福田, 2006:198-9)。また、

TMO 活動に関しては財政基盤の脆弱さや人材の確保という問題点もある（佐々木，2004:268-71）。そのような中で、政府は 2006 年に同法を改正し、それまでの問題に対処しようとした。

2.3 新法の概要

新法には、中心市街地に関する基本理念の設定、中心市街地整備推進機構・商工会議所等により組織される中心市街地活性化協議会の設置、基本計画の内閣総理大臣の認定、中心市街地活性化本部の設置といった内容が盛り込まれた。旧法との違いは、内閣府に中心市街地活性化本部が設置されたこと、基本計画の認定権限が経済産業大臣から内閣総理大臣へと移行したこと、そして TMO に替わる組織として中心市街地活性化協議会が設置されたこと、などである。また、旧法では、商業を中心として中心市街地の活性化をとらえていたが、新法では、商業だけでなく、総合的な観点から中心市街地の活性化をとらえている点もその特徴である。具体的には、旧法では商店街の活性化が主要な目的であったのに対し、新法ではまちなか居住の推進や公共施設の整備などの内容も加えられている。

この法改正により、中心市街地活性化事業の実行性を向上させるための仕組みが導入されたといえる（村上，2009:14）。その仕組みとは、意欲的な市町村に対して手厚い支援を行う「選択と集中」の発想を取り入れたことである。同法による支援措置を受けるには、基本計画を策定し、国の認定を受ける必要がある。この基本計画は中心市街地の詳細な現状分析や事業の具体的な内容および実行する際のスケジュール、事業の実施機関などを記載し、数値目標を設定するなど、旧法による基本計画よりもさらに具体的な内容を盛り込むことが求められている。

2.4 新法にもとづく取り組みに関する先行研究

ここでは新法にもとづく取り組みに関する先行研究についてみていく。衣川（2009）は、青森市の中心市街地活性化事業に関する事例研究を行っており、その問題点を指摘している。衣川によれば、青森市の中心市街地の活性化の基本理念は旧法の時代から一貫して、郊外部の無秩序な開発抑制と中心市街地の活性化を図るという点で高く評価はしているものの、第三セクター方式である再開発ビル「アウガ」は失敗であったと述べている。その理由としては多くの管理運営面に問題があったこと、経営が危なくなった際の再建手法が複雑であり、今後の見通しが明るくないこと、などを挙げている。さらに、同市の中心市街地の

小売業の状況をみると、商店数、従業員数、年間販売額がともに減少傾向にあり、特に年間販売額の減少が顕著であることからアウガが中心市街地の活性化に貢献しているとは言い難いとしている。このことから健全な第三セクターの「再開発ビル」方式は採用しない方が賢明であると結論づけている。

これに対し西平（2009）は、松山市の事例を用いて同市の中心市街地の活性化に関する取り組みに対し一定の成果は収めていると述べている。松山市もまた、青森市と同様に郊外型のショッピングセンターの進出を規制しているため、中心市街地は比較的活気がある。西平は、近年では郊外大型店の出店などにより商店数や商品販売額は減少傾向にあるものの、中心市街地における空き店舗は少なく、商店街の人通りも多いことから、地方都市としての賑わいは維持されていると述べている。その理由として、松山市の人口が50万人超と人口が多いことに加え、近郊の大都市である広島市まで3時間も要する地理的条件が存在する点、そして中心市街地には官公庁や教育機関、病院などの施設が残っている点、などを挙げている。一方、同地域は観光資源と商業資源の連携という課題を抱えている。商業イベントのようなイベントと観光資源の連携は比較的容易であるのに対し、デパートを核とする商業施設と観光資源との連携は各地区の利害調整の問題があり、難しいためである。

また、是川（2009）も、山口市の事例を用いて、いくつかの問題点はあるとしながらも、同市における中心市街地の賑わいは維持されていると述べている。是川によると山口市は、近郊の大都市までの距離が遠いこと、中心市街地の区域およびその周辺に、行政機関、高校、病院といった集客性の高い施設が存在しているため、同市における中心市街地の賑わいは維持されているとしている。

以上のような先行研究を踏まえ、本章では観光都市として知られている滋賀県長浜市の事例を取り上げ、新法をもとにどのような取り組みを行っているのかを検討し、考察していく。

3. 滋賀県長浜市の概要と中心市街地のあゆみ

本節では調査対象である滋賀県長浜市および同市の中心市街地について概観する。具体的には、長浜市については地理的な位置づけや産業構造、中心市街地についてはその区域や蓄積されている諸資源、さらには人口・世帯数、高齢化の動向、小売商業の動向、空き店舗数、観光客数の推移や現在抱えている課題についてみていく。

3.1 長浜市の概要

ここでは、長浜市の地理的な位置づけや産業構造について概観する。

3.1.1 長浜市の位置

長浜市は、滋賀県の東北部に位置しており、東には伊吹山系の山々、西には琵琶湖が広がる（長浜市, 2009:1）。また、京都や名古屋からは約 80km 圏内、福井からは約 100km 圏内にあることから京阪神や中京、北陸の経済圏域の結節点として知られている（長浜市, 2009:1）。

3.1.2 長浜市の産業構造

『図 1.1 長浜市の産業別事業所数・従業者数』

長浜市の産業構造をみると、事業所数では、卸・小売業が 1,682 カ所で最も多く、全体の 26.7%を占めている。そして、建設業が 968 カ所で全体の 15.3%、製造業が 671 カ所で全体の 10.6%で続いている。また、従業者数に関しては、製造業が 16,531 人(全体比:29.6%)で最多であり、卸・小売業が 10,635 人(同比:19.1%)、医療・福祉が 5,451 人(同比:10.0%)、その他が 7,440 人(同比:13.3%)となっている²⁾。このように、長浜市の産業構造においては卸・小売業が大きなウェイトを占めている。

3.2 中心市街地の概要

ここでは、長浜市の新計画をもとに同市の中心市街地について概観する。

3.2.1 中心市街地の区域

長浜市が設定している中心市街地は、1998 年に策定された旧法と 2006 年に改正された新法とでは区域設定が異なる。そのため、ここでは両方の時代における区域設定を確認し、同市における中心市街地の区域設定の変化についてみていく。

旧中心市街地活性化基本計画（以下、旧計画とする）では、中心市街地の範囲は「北は大通寺、東は市役所、西は JR 長浜駅を含む、かつての北国街道及び門前通りに形成された中

心商店街ゾーンを中心とした一帯」とされ、その面積は約 125ha であった(長浜市, 2009:43)。その後、策定された新計画では、その区域が約 180ha に拡大されており、より広域的機能を有する公共施設を取り込むことで相互の連携を図るために、現行区域に市庁舎東別館、長浜赤十字病院、幼稚園、保育園、看護学校の公共ゾーンおよびまちなか推進ゾーンが新たに加えられている(長浜市, 2009:43)。

3.2.2 中心市街地に蓄積されている諸資源

長浜市によると、中心市街地に蓄積されている諸資源は、大きく(1) 歴史的・文化的資源、(2) 景観資源、(3) 社会資本・産業資源、の3つに分類されている(長浜市, 2009:4-5)。

まず、(1)の「歴史的・文化的資源」をみていくと、長浜曳山祭や湖北地域の仏教文化の中心でもある真宗大谷派大通寺、京都・大阪と北陸地方を結ぶ交通の要衝である北国街道、県下で最初の小学校である開知学校や同じく県下で最初の国立銀行である第二十一国立銀行、さらには明治33年に百三十三銀行として設立された現黒壁ガラス館などがある(長浜市, 2009:4)。

次に、(2)の「景観資源」についてみていく。景観資源についてはさまざまな施策と合わせて景観区域が設定されているため、ここでは施策と指定された景観区域についてみていく。1984年には博物館都市構想が策定され、「オールドタウンの再生と独自のミュージアムづくり」を最重要プロジェクトと位置づけ、大通寺門前のながはま御坊表参道や北国街道を対象に街並み景観修景活動を行った。また、先述した北国街道や博物館通り、やわた夢小路は滋賀県の「ふるさと滋賀の風景を守り育てる条例」にもとづく近隣景観形成協定を締結している。さらに、2008年3月には景観法にもとづき長浜市景観まちづくり計画を、同年4月には長浜市景観条例を制定し、中心市街地の5つの通りを景観形成重点区域に設定、特に良好な景観を形成しなければならない区域として位置づけている(長浜市, 2009:4)。

そして(3)の「社会資本・産業資源」については、大きく商業に関するもの、公共公益施設、公共交通がある。商業に関するものについては、黒壁スクエアと呼ばれる一帯の商店街があり、公共公益施設としては長浜市役所本庁および東別館、長浜商工会議所や長浜公民館、長浜市立図書館があるほか、国の地方機関である長浜税務署や大津地方裁判所長浜支部、大津地方検察庁長浜支部なども集積している。また、公共交通についてはJR長浜駅がある(長浜市, 2009:5)。

3.2.3 中心市街地の現状

ここでは、中心市街地に関する諸データをもとにその現状についてみていく。ここでは、(1) 人口・世帯数、(2) 小売商業の動向、(3) 空き店舗数、(4) 観光客数の推移、についてみていく。

(1) 人口・世帯数

『表 1.1 長浜市全体と中心市街地の人口・世帯数、高齢化の動向』

表 1.1 から、まず、市全体と比較して中心市街地の人口の減少率が大きいことがわかる。市全体では 1990 年から 2005 年にかけて人口の伸び率が 9 ポイント増加しているのに対し、中心市街地における人口の伸び率は 12 ポイントも減少している。これには主に 2 つの理由があり、1 つは郊外化の進展、もう 1 つは中心市街地における建築設計の制限の厳しさ、である（長浜市, 2009:6）³⁾。次に、高齢人口の伸び率に関しては 2005 年時点で市が 2.20 倍、中心市街地では 1.36 倍（共に 1990 年比）と共に高い数値を示している。さらに高齢化率をみると、市が 10.1 ポイント増に対し、中心市街地は 9.5 ポイント増（共に 1990 年比）となっており、市全体と同様に中心市街地においても高齢化率は非常に高い。また、2010 年において市全体の人口、世帯数、老年人口、高齢化率が大幅に増加しているのは、同年に 1 市 6 町（長浜市、虎姫町、湖北町、高月町、木之本町、余呉町、西浅井町）が合併したためである。

(2) 小売商業の動向

『表 1.2 長浜市とその中心市街地における小売商業の動向』

年間販売額をみると、長浜市全体はほぼ横ばい状態であるのに対し、中心市街地は急激に減少していることがわかる。具体的には市全体では 1997 年から 2007 年にかけて 1,004 億 7,500 万円から 1,043 億 9,600 万円へと 39 億 2,100 万円増加（4 ポイント増）しているのに対し、中心市街地では、1997 年の 366 億 6,500 万円から 2004 年には 254 億 4,100 万

円へと 112 億 2,400 万円減少（31 ポイント減）している。この要因として、市郊外への大規模小売店舗の進出や高齢化の進展による後継者難がある（長浜市, 2009:8）。

(3) 空き店舗数

『表 1.3 中心商店街の空き店舗数』

中心市街地における空き店舗数を示した表 1.3 をみてみると、まず、ゆう壺番街商店街では 1996 年には 40%もの空き店舗率があったものの、2012 年では 7%とその割合を大きく減少させている。また、大手門通り商店街や博物館通り商店街、巴瑠夢大路商店街では多少の増減は見受けられるもののほぼ横ばい状態であり、空き店舗数は少ない。これに対し、空き店舗数が増加しているのはやわた夢生小路商店街であり、2004 年時点ではわずか 3%であった空き店舗率が 2012 年では 18%に増加している。長浜すずらんグループや浜京極商店街では、持続的に高い空き店舗率を示しており、特に浜京極商店街では 50%近い空き店舗率となっている⁴⁾。

中心市街地で空き家・空き地が増加したり、店舗や住宅が取り壊された後に駐車場への転換が行われると、商店街集積が阻害されたり、町並みの連続性が絶たれてしまうため、結果的に集客力や人口の減少につながるという問題がある（長浜市, 2009:12）。

(4) 観光客数の推移

『図 1.2 観光客数の推移（旧長浜市地域）』

長浜市は、(株)黒壁を中心とした観光都市として広く知られており、多くの観光客を呼び込んでいる。しかしながら、同市は JR 北陸線の直流化により、京阪神や東海、北陸の結節点に位置することから日帰りが可能な地域であるため、宿泊客数は低い数値を示している（長浜市, 2009:15）。この問題に対し、長浜市は宿泊滞在型観光が可能なまちづくりを推進するため、2008 年 3 月に「長浜市観光イノベーション戦略」を策定した（長浜市, 2009:15）。

3.2.4 中心市街地の抱える課題

ここでは、長浜市の中心市街地が抱える課題についてみていく。新計画では取り組むべき課題について大きく4つに分類している。それらは、(1) 地域の情報発信力の拡大、(2) 地域の魅力を紹介する拠点的観光施設の充足、核的商業施設の充足、(3) 中心市街地ならではの住環境整備、(4) メインエントランスとしての駅周辺の機能強化、である(長浜市, 2009:37-8)。

まず、(1)の「地域の情報発信力の拡大」である。これは、今までは(株)黒壁の先進的な取り組みや市民協働のまちづくりが大きな情報発信力となってきたが、今後はさらに新しい「コト」、「モノ」の創出と情報発信力を総合的かつ一元的に強化していく必要があるとするものである(長浜市, 2009:37)。

次に、(2)の「地域の魅力を紹介する拠点的観光施設の充足、核的商業施設の充足」である。これは、長浜市の歴史文化資源をさらに広く紹介するための施設を整備し、集客商業施設についても整備を行う必要があるとするものである(長浜市, 2009:37)。

そして(3)の「中心市街地ならではの住環境整備」である。これは、中心市街地の居住人口の伸び悩みや、高齢化の進展、空き家の増加や散在などによる中心部の居住機能の低下を受けてのことである。前述したように人口の伸び率については市全体が増加傾向にあるのに対し、中心市街地は減少傾向を示しており、高齢化率についても中心市街地は市全体と比較して高い数値が示されている(2005年時点)。また、空き店舗率についても比較的低い空き店舗率を維持する商店街がある一方で、空き店舗率が非常に高い商店街も存在している(表1.3参照)。このような状況の中、まちなか居住を推進するためには、商業観光、交通、公共公益施設、福祉、教育など都市のさまざまな側面を総合的に考えなければならないため、相互に関連した課題に対し、総合的な施策を実施する必要があるとしている(長浜市, 2009:38)。

最後に(4)の「メインエントランスとしての駅周辺の機能強化」である。これは、市町村の合併、JR北陸本線の直流化延伸、新JR長浜駅舎の完成により湖北地域の中心都市としての役割の重要性が高まっているため、長浜駅前広場の整備とともに、隣接地域での商業機能、観光機能や駐車場機能の整備を進めるというものである。これにより、駅周辺と中心商業地区が一体となり都市生活の魅力が増すとともに中心市街地の持続的な活力の再生が図られるとしている(長浜市, 2009:38)。

4. 中心市街地における事業とその担い手たち

本節では、新計画をもとに中心市街地で行われているさまざまな事業とその担い手である組織について概観する。

4.1 中心市街地における多様な事業

新計画によると中心市街地で展開されている事業は、(1) 市街地の整備改善事業、(2) 都市福利施設の整備事業、(3) まちなか居住の推進に関する事業、(4) 商業の活性化に関する事業、(5) 公共交通機関の利便性向上および特定事業の推進に関する事業、である（長浜市，2009:66-111）。本項では、これらの事業について各カテゴリー別にみていく。

(1) の「市街地の整備改善事業」では、長浜駅周辺を黒壁スクエア周辺に連携するもう1つの中心市街地の核として、機能や魅力を高める必要があることからさまざまな事業が展開されている。たとえば、駅前広場（東口）に面する長浜ショッピングスクエアの改修事業があるが、これは1969年に開設されて以来、現在に至るまで約40年以上もの時が経過しており、老朽化が指摘されてきた。これを受けて、同店の改修工事が行われることになった。また、駅周辺の駐車場を整備することで郊外や広域からの来街者に対応できるような事業が展開されている。その他にも、湖北地域の地場産品市場を形成するための取り組みなどが行われている（長浜市，2009:66-73）。

次に(2)の「都市福利施設の整備事業」についてである。これには、長浜市庁舎の老朽化などに関する問題や、まちなかの住民にとって利便性の高い公共施設の整備といった事業がある。特に現長浜市庁舎（本庁）については1952年に建設されており、老朽化が著しく進行しているため、国による耐震基準も満たしておらず、災害時の防災拠点としての役割を果たせないことが問題になっている。さらに、エレベーターがないなどバリアフリーの問題も抱えており、建物の老朽化と合わせて喫緊の課題となっている。この問題に対処するため、2013年9月に新庁舎の半分が、そして翌年に新庁舎が完成する予定である⁵⁾。公共施設についても市民にとって利便性の高いものをまちなかに建設し、中心市街地の資源を活用しながら高齢者福祉施設、子育て支援施設、地域交流センターなど「街の縁側型福祉施設」の整備を図る必要があるとしている（長浜市，2009:74-81）。

(3) の「まちなか居住の推進に関する事業」は、地域住民の中心市街地への居住や観光客の宿泊客数の増加を目的とした事業である。まちなか居住人口については1990年から2005年までの15年間で夜間人口が1,432人（11.7%）減少し、高齢化率についても前述したように市全体と比較して高い数値を示している。近年では、駅周辺にマンションが数多く

立地しており、人口の減少については下げ止まりの傾向が見られるものの、昔ながらの町並みがある区域においては居住人口の減少がみられる。この問題に対応するため、空き家を活用した集客コミュニティ施設の改修事業などが行われている。また、中心市街地区域内に優良な共同住宅を供給する一方、伝統的な町家があり、景観の維持が求められる区域との境界を明確にする方針が打ち出されている。観光客の宿泊客数については、現在においても観光客数は多いが、宿泊客数は依然として少ないため、宿泊客数の増加が今後の大きな目標である。この目標を達成するために、既存の町家、商家等の保存再生による民宿型宿泊施設、またなか B&B の整備・展開が図られている（長浜市, 2009:82-8）。

(4) の「商業の活性化に関する事業」では、中心商店街の回遊性の拡大や黒壁ガラス文化の芸術性を高め、内外に広く情報を発信するための事業がある。中心商店街の回遊性の拡大事業が行われているのは、現在の中心商店街の賑わいがメインストリートから少し離れたやわた夢生小路商店街までつながっていないため、当該商店街の賑わいを生み出すことで中心商店街の回遊性を面的に拡大させる必要があるためである。そして、黒壁ガラス文化の芸術性の向上とその情報発信に関する事業としては、「まちかどガラスアートプロジェクト」がある。これは、(株)黒壁や長浜商工会議所、長浜市などにより構成されている長浜アーバングラスコンペティション実行委員会が主催するものであり、コンペティションを通じた賑わいの創出や全国への情報発信、アートコミュニティの醸成がその目的とされている事業である（長浜市, 2009:89-108）。

そして、(5) の「公共交通機関の利便性向上および特定事業の推進に関する事業」である。これは、自家用車に頼らずに気軽に中心市街地へ行くことができるための公共交通手段を確保することを主な目的としている。公共交通手段を重視するのはいつでも自由に自動車を利用できない人々が市民の 60～70%を占めており、公共公益施設や医療機関、商業施設等へのアクセスが困難な人々が多いためである。この問題に対応するため、コミュニティバスの路線を再編したり、デマンドタクシー（予約制乗合タクシー）を試験的に導入している（長浜市, 2009:109-10）。

4.2 多様な事業の担い手たち

前項で述べたように、長浜市の中心市街地では多様な事業が行われている。ここでは、そのような事業の担い手である組織についてみていく。

『表 1.4 関係組織一覧（代表的なもののみ）』

表 1.4 に記載されている組織は、新計画の事業における担い手たちであり、ここではその代表的なものについてみていく。

長浜市中心市街地活性化協議会

長浜市中心市街地活性化協議会は、2008 年 1 月に設立された組織である。この組織は「湖北地域における中心都市長浜として、都市機能の増進を図り、社会的・経済的及び文化的活動の拠点となるにふさわしい魅力ある中心市街地の形成を図ることによって、地域経済に波及効果のある都市核の豊かな社会を築くため、民間の立場から行政との連絡を図り、その実施に必要な事項に係る協議及び事業の推進について総合的かつ一体的な取組を行うこと」を目的としている（長浜市, 2009:123）。同組織の役割としては（1）中心市街地活性化に係る総合調整に関するもの（市への意見提出、事業の総合調整、会員相互の意見及び情報交換、調査研究ほか）、（2）中心市街地活性化に係る事業に関すること（市街地整備改善、商業・観光活性化、都市福利施設整備、まちなか居住促進、都市交通整備）、がある（長浜市, 2009:123）。

（株）黒壁

（株）黒壁は、ガラス事業を手掛ける第三セクター方式の株式会社であり、長浜の観光産業における中心的な存在である。この会社の特徴は、第三セクター方式であるにも関わらず、行政はサポート役に徹することで民間中心の経営を可能にしているところにある。その結果、同社は当初の予想を超える顧客の獲得に成功した。（株）黒壁の長浜市に対する貢献は大きく、設立当初から観光客は増え続け、現在では毎年 200 万人近い観光客が訪れるようになった。また、（株）黒壁による観光客の増加は、それまでさびれていた中心市街地に再び賑わいを取り戻すことにつながり、新たなまちづくりを担う組織が次々と誕生するきっかけにもなっている。しかしながら、近年では客単価の減少等により、観光客数は維持されているものの経営は下降線をたどっており、累積赤字がかさむ苦しい状況に置かれている⁶⁾。この状況を打破するため、新しくコンサルタント出身の弓削一幸が新社長に就任し、経営の抜本的改善が試みられており、今後の動向に注目が集まっている⁷⁾。

長浜まちづくり（株）

長浜まちづくり（株）は、中心市街地活性化基本計画におけるエリア内のまちづくりを一体的に推進する総合的なマネジメントを行う主体として 2009 年に誕生した組織である（経済産業省, 2012:85）。出資金は 7,200 万円で、内訳は長浜市が 3,000 万円、商工会議所が 1,000 万円、民間が 3,200 万円である（国土交通省, 2012:94）。出資者 23 社のうち、13 社は（株）黒壁の出資者でもあるので、出資者の観点からみると（株）黒壁とのつながりが強い企業であるといえる。主な事業として、中心市街地のエリアマネジメントの推進に関する業務を展開している。また、日々のランニングコストを賄う必要もあるため、駐車場経営や民宿運営といった業務も行っている⁸⁾。

（株）新長浜計画

（株）新長浜計画は、長浜市中心部にある小樽オルゴール堂が競売にかけられた折、その購入のために設立された会社である。また、1970 年には約 40 店舗の商店街により設立された（株）パワースの自己破産に伴い、その買い取りも行った。この会社は不動産管理事業を中心に活動しているが、この事業はもともと（株）黒壁が行おうとしていたため、（株）黒壁が 500 万円出資し、役員も（株）黒壁の役員が兼任する形となっている。同社は、中心となる不動産管理事業の他にもプラチナプラザの管理、駐車場経営、ホテル経営などを行っている（西郷, 2005:76）⁹⁾。

神前西開発（株）

神前西開発（株）は、当該地域における地元自治会が中心となって設立された会社である。この会社が設立されたのは、神前西のコミュニティ内における急速な高齢化による。神前西開発（株）の事業としてはクラフト工房を作って若い芸術家を呼び込んだり、ワンコインでの着物の着付け教室の開催、さらには蔵を改造して旅館を作ったりするなど多様な事業を展開している。神前西開発（株）はこのような活動を行うことでコミュニティの再生と（株）黒壁スクエアに訪れている観光客の呼び込みを実現させようとしている¹⁰⁾。

NPO 法人まちづくり役場

まちづくり役場は、1996 年に開催された北近江秀吉博覧会終了後に、まちづくり活動を行うための組織として 1998 年に任意団体として設立された。まちづくり役場が自由な活動

を行えるように理事には歴代の長浜青年会議所の理事が名を連ねている。その後、2003年に法人格を取得し、NPO 法人としてのスタートを切ることになった。主な事業としては、黒壁グループ協議会、出島塾、各種イベントなどの事務局を担当したり、長浜まち歩きマップの作製、各地に赴いてのまちづくりに関する講演、外部からの視察の受け入れ事業などを行っている。特に、まちづくりに対する視察事業については、対応する講師は皆これまでに長浜のまちづくりに関わった重要なキーパーソンであるにも関わらず、無給で引き受けており、視察による収入はまちづくり役場の重要な収入源となっている¹¹⁾。

NPO 法人ギャラリーシティ楽座

NPO 法人ギャラリーシティ楽座とは、芸術を通じたまちづくりを推進するために 2002年に設立された組織である。この組織は、中心市街地の空きスペースを活用し、芸術を通じたまちづくりを行うために企画展やワークショップを開催するという「ギャラリー楽座事業」を行っている。この他にも作家の展示会の開催やアートインナガハマの事務局など、中心市街地における芸術文化水準の向上や情報発信、新たな回遊性の創造を実現させるためのさまざまな活動を展開している¹²⁾。

北国街道うまいもん処うだつ会

うだつ会が結成された背景には JR 北陸線の直流化、(株)黒壁の設立、長浜御坊表参道の完成、などがある。これらによって、長浜への観光客の増加が見込まれたため、1988年に北国街道を中心としたエリアに店を構える 45 店舗が集まり同会を結成した。この会に参加している店舗の業種は菓子店、料理屋、旅館、酒店、醤油店などさまざまで、各店舗の名物を観光客に提供しており、一店一品運動を展開している。

その他、会の取り組みとしては参加店の味のセールスポイントとまちの案内を載せたマップの作製や共通の暖簾の作製などがある。このようにして、会員同士の団結力を高め、情報交換を行っている（長浜市総務部市史編さん担当、1993:56-7）¹³⁾。

やわた夢生小路商店街（振）

当振興組合が設立されたのには、地理的条件が大きく影響している。この商店街は、(株)黒壁を中心としたエリアからは離れているため、観光客があまり訪れなかった。そのような要因により、商店街としての体裁を維持することさえ困難なほど追い込まれた状況となっ

た。このような状況を打開するため、法人格を有する振興組合が誕生することになったのである。この組織は古民家の再生によりさまざまな取り組みを行っている。特にコミュニティ・ホール「川崎や」では、ライブコンサートの定期的な開催や、地域住民のサークル活動を行うコミュニティ・スペースとしても活用されている¹⁴⁾。

そのほかにも長浜市はもちろんのこと、長浜まちづくり（株）の設立に関する事業を市や金融機関、地元企業と共に担った長浜商工会議所、「まちかどアートプロジェクト」を手掛ける長浜アーバングラスコンペディション実行委員会、出世まつりを行う実行委員会、商店街の就労体験事業を行う滋賀県観光連盟、公共交通機関に関する事業を行うバス会社やタクシー会社などといった多様なアクターが新計画を中心としたまちづくり活動を行っている。

5. 結語と今後の課題

本章では、滋賀県長浜市における中心市街地の現状と活性化のための取り組みについて新計画をもとに概括した。同市は、(株)黒壁による観光都市として有名であるが、新計画によると、それ以外にもさまざまな取り組みやそれに関連するアクターが存在していることが明らかになった。

長浜市の新計画によれば、中心市街地の目指すべき方向が大きく変化していることがわかる。たとえば、従来であれば「観光都市」としての中心市街地の活性化を目指していたが、新計画はそれだけでなく「地域住民にとっても過ごしやすい」中心市街地としての性格も備えようとしている点である（長浜市, 2009:47）。具体的には中心市街地の区域をそれまでの約 125ha から約 180ha へと拡大し、公共公益施設を取り込むなどの取り組みがある（長浜市, 2009:43）。また、神前西開発（株）のように地域住民のための取り組みを行っている組織も現れはじめている点も注目すべき現象であるといえる。

一方、長浜市が抱える課題も明らかになった。それは、2006 年と 2010 年に行われた 2 度の合併と深く関係している。長浜市はこの 2 度の合併により、滋賀県で最大の領域を有する都市になった。広範囲にわたって周縁部を抱えることになった長浜市にとって今後の大きな課題は、中心部と周縁部の「均衡ある発展」を視野に入れつつ、観光都市としてだけでなく、地域の住民にとって魅力と活力ある中心市街地を形成していくことにあるといえよう。

注

- 1)ここでは、「サービス業（他に分類されないもの）」と「公務（他に分類されないもの）」を一括りにして「その他」と表記している。
- 2)ここでは、「長浜市統計書 平成 23 年版」に記載されているデータを用いた。
- 3)郊外化が進んだのは郊外の区画整理事業が進み、中心市街地周辺部に分譲住宅やアパート等の新興住宅地が形成されたことに伴い、若い世代の転居数が増加したためである。また、建築制限に関しては中心市街地に昔ながらの町家形式の住宅（間口は狭く、奥行きが長いという特徴がある）が多いため、厳しく設定されている（長浜市, 2009:6）。
- 4)しかしながら、これらの商店街では 2004 年を最後に調査は行われていないため、その点には注意が必要である。
- 5)長浜市役所新庁舎は 2014 年 12 月 28 日に竣工式を行った（長浜市 HP「長浜市役所新庁舎 竣工式」：<http://www.city.nagahama.shiga.jp/events/index.cfm/detail.1.39102.html>, 2015 年 7 月 13 日閲覧）。
- 6)2010 年 11 月 15 日、H.Y 氏（まちづくり役場理事）、M.S 氏（まちづくり役場理事長）への聞き取り（310 分、「(株) 黒壁の設立経緯と市役所との関係性について」ほか）、2010 年 11 月 16 日、H.Y 氏（まちづくり役場理事）への聞き取り（68 分、「(株) 黒壁の設立経緯と中心商店街について」ほか）、2010 年 11 月 17 日、S.Y 氏（長浜まちづくり（株）コーディネーター（当時））への聞き取り（60 分、「(株) 黒壁の経営について」ほか）、2011 年 2 月 8 日、M.I 氏（(株) 黒壁代表取締役常務）への聞き取り（106 分、「(株) 黒壁の低迷期」ほか）による。
- 7)『近江毎夕新聞』2013 年 2 月 27 日付。しかしながら、弓削は（株）黒壁のコンセプトとは大きく異なる店舗改装や経営変更などの取り組みを行ったものの、経営改善には至らず、高橋政之（高橋金属取締役会長）が社長に復帰している（『近江毎夕新聞』2015 年 6 月 21 日、7 月 5 日）。
- 8)2010 年 11 月 17 日、12 月 26 日、S.Y 氏（長浜まちづくり（株）コーディネーター（当時））への聞き取り（60 分、「長浜まちづくり（株）の設立経緯」ほか:21 分、「長浜まちづくり（株）の事業について」ほか）および 2013 年 4 月 22 日、T.K 氏（長浜市役所職員）への聞き取り（43 分、「長浜まちづくり（株）の事業について」ほか）による。なお、長浜

まちづくり（株）が設立されたもう1つの背景として長浜地域整備（株）の解散が挙げられる。同社は長浜駅の駐車場の管理運営を主な目的として設立されたものであるが、一定の役割を果たしたとして解散し、まちづくり会社を作ろうという意見が出ていたことも長浜まちづくり（株）誕生の契機の1つになっていると思われる（2010年11月17日、S.Y氏（長浜まちづくり（株）コーディネーター（当時））への聞き取りによる（60分、「長浜まちづくり（株）の設立契機について」ほか）。なお、ここでの記述は国土交通省（2012:92）も参照した。

9)2010年11月17日、12月16日、S.Y氏（長浜まちづくり（株）コーディネーター（当時））への聞き取りによる（60分、「（株）新長浜計画の設立経緯」ほか:21分、「（株）新長浜計画の事業について」ほか）。

10)2010年11月17日、12月16日、S.Y氏（長浜まちづくり（株）コーディネーター（当時））（60分、「神前西（株）の設立経緯」ほか:21分、「神前西（株）の事業について」ほか）および2013年4月22日、T.K氏（長浜市役所職員）への聞き取り（43分、「神前西（株）の特徴について」ほか）による。

11)2011年2月15日、H.Y氏（まちづくり役場理事）への聞き取りによる（270分、「まちづくり役場の概要について」ほか）。

12)2010年12月20日、A.T氏（まちづくり役場理事）への聞き取りによる（120分、「NPO法人ギャラリーシティ楽座の設立経緯とその概要について」ほか）。

13)2010年12月9日、A.T氏（まちづくり役場理事）への聞き取りによる（120分、「北国街道うまいもん処うだつ会の概要について」ほか）。

14)ここでの記述は、「広報ながはま」2014.5, Vol.100を参照した。

第2章 観光資源の類型化とその特徴

1. 問題の所在

わが国では、国家的戦略レベルでの観光に注目が集まっており、政府によるさまざまな施策が打ち出されている。近年では2006年12月に「観光立国推進法」や「観光立国推進基本法」が制定され、2008年に観光庁が発足、2012年には「観光立国推進基本計画」が閣議決定されている（国土交通省観光庁編, 2012:1）。このように、国家レベルでは観光に注目が集まっているものの、国内観光に目を向けると思うような成果を残せていないのが現状である¹⁾。

このような状況について加太は、「観光」概念の曖昧さがその要因であると指摘し、さらに観光立国推進基本法に関して「観光の定義が記述されておらず、国は観光政策を何を枠組みにして行おうとしているのかが不明瞭なままである」と述べている（加太, 2008:29）。加太が指摘したように、観光関連の用語のとらえ方はさまざまであり、混乱が起きているといえる（加太, 2008:27; 片岡, 2009:59）。そのため、観光関連の用語について定義づけを行うことは、地域の実情に沿った施策や活動を行うためには必要であると考えられる。

以上の内容を踏まえ、本章では観光関連の用語について確認し、調査対象である滋賀県長浜市について考察する。まず観光関連の主要な用語について先行研究を概括し、そのうえで長浜市中心部の観光資源についてみていく。先行研究によると、長浜市中心部における観光資源は第三セクター（株）黒壁（以下、（株）黒壁とする）がその中心であるとされているものが多い（高田, 1994; 西郷, 1996; 矢部, 2001, 2010a; 稲葉, 2004; 垣内・林, 2005; 實, 2008; 鳥居, 2008）。しかしながら、同市中心部には、（株）黒壁以外にも多くの観光資源が点在しており、それらについての確認や抱えている課題について明らかにすることがここでの主たる目的である。

以下、本章の構成を示す。第2節では先行研究をもとに、観光関連の主要な用語について概括する。ここでは特に観光資源に注目し、類型化を行うことで事例における考察視点を提示する。第3節では、長浜市中心部には（株）黒壁以外にもどのような観光資源が存在しているのかを明らかにし、それらについて確認する。第4節では、前節で確認した観光資源について先行研究をもとにまとめ、今後の課題について述べる。

2. 先行研究の概観

ここでは、観光関連の用語について先行研究をもとに概観する。具体的には「観光」、「観光事業」、「観光産業」、「観光資源」といった用語についてみていく。

2.1 「観光」概念の定義

ここでは、観光概念に関する先行研究をレビューし、本研究における観光概念について確認する。観光概念の定義においてよく用いられるのが、観光政策審議会による定義である。この定義によると、「観光とは自己の自由時間（=余暇）の中で、鑑賞、知識、体験、活動、休養、参加、精神の鼓舞等、生活の変化を求める人間の基本的欲求を充足するための行為（=レクリエーション）のうち、日常生活圏を離れて異なった自然、文化等の環境のもとで行おうとする一連の行動」のことである（内閣総理大臣官房審議室編, 1970:13）。足羽はこの定義が最も一般的でわかりやすく、権威があるとしている（足羽, 1997:2-3）。その他にも観光概念については、研究者によってさまざまな定義がなされているが、その多くがこの定義と共通する要素を含んでいる。以下、それらの共通要素についてみていく。

観光政策審議会と研究者の観光概念に関する定義において共通する要素は、大別すると(1)自己の自由時間（=余暇）、(2)日常生活圏を離れて行うさまざまな活動、(3)生活の変化を求める人間基本的欲求を充足するための行為、の3つである。まず、「自己の自由時間」である（小谷, 1994;原, 1994;玉村, 1997;中尾, 2012）。これは、「生活時間から睡眠・食事など生活するうえで必要な時間、仕事・学業・家事といった社会生活をするうえで必要な時間、それに通勤・通学の時間を除いた時間であって余暇と呼ばれることも多い」ものである（玉村, 1997:1）。このように、自己の自由時間は一般的な表現でいえば「余暇」と同義であるといえる。次に、「日常生活圏を離れて行うさまざまな活動」である（原, 1994;玉村, 1997;敷田, 2009;中尾, 2012）。これは、「通勤・通学・買い物など日常生活をするうえで行動する圏外への移動であるから、旅行だけでなく日帰りの行楽も当然含む」ものである（玉村, 1997:1）。このような活動は普段の生活において活動する範囲よりも外部に出て行うものであり、その期間については問題にされていない。そして、「生活の変化を求める人間基本的欲求を充足するための行為」である（玉村, 1997）。これは、「日常生活圏外で求める休養、鑑賞、知識、体験、スポーツといった欲求」であり、これらはさまざまな情報によって触発されることが多い（玉村, 1997:1）。

これらの先行研究をもとに、本章における観光概念を次のように措定する。観光とは、「各々の自由裁量時間を使用し、日常生活圏から離れた地域において自己の欲求を満たす

ための行為」である。この場合、自由裁量時間とは本人が自分の意思で使用できる時間のことであり、日常生活圏外から離れた地域とは、地域コミュニティや仕事場などの場所から離れた地域をさす。そして自己の欲求を満たす行為とは、そのような地域において自分自身が求める活動を行うことである。

2.2 観光事業と観光産業

観光事業と観光産業はそれぞれ「観光」をもとにして生まれた概念であるが、それらの概念についての研究は少なく、両者が混同されて用いられているケースが多い（小谷, 1994:26,1997:5;田中, 2008:29）。そのため、ここでは、観光事業と観光産業の概念について先行研究をレビューする。

2.2.1 観光事業と観光産業の位置づけ

小谷は、観光事業と観光産業の位置づけについて次のように述べている。「観光事業 (tourism, tourism industry) はその事業効果を高めるための政策手段 (観光政策) を講じることが主な役割であり、観光産業 (tourist industry, travel industry) はその政策に応じて民間企業として観光事業に参入し、事業展開を図っていくという関係にある」(小谷, 1994:26)。このように、観光事業は政策的な意味合いを持つものであるのに対し、観光産業は民間の営利を目的とした具体的な活動をさすものであるといえる (小谷, 1994:26-7,91;岡本, 2001:9-10;田中, 2008:30,37)。

2.2.2 観光事業の定義

観光事業は、もともと第一次世界大戦後の西ヨーロッパにおける戦後経済の復興政策の中において、外客誘致による外貨獲得効果に着目して生まれた概念である (小谷, 1994:26, 1997:5)。観光事業の担い手として、政府や地方自治体、観光を可能にする民間企業 (観光産業)、それ以外にもボランティア・ガイドなどでホスピタリティの担い手になる地方住民や公益団体といったアクターなどがある (小谷, 1994:31-2;田中, 2008:30)。そして、これらのアクターが観光立国推進基本法やその他の観光関連の法律に従い、観光促進を行うことが観光事業である。小谷や田中は観光事業について「観光の効用を高めると共に、その経済的・社会的・文化的な諸効果を合目的に促進することを目的とした組織的な活動の総体」とあると定義している (小谷, 1994:27;田中, 2008:31)。

2.2.3 観光産業の定義とその範囲

一般的には、観光産業は「需要の一部に観光需要を含む産業分野の総称」とであるとされている（稲垣, 1997:130;吉田, 2005:81）。しかしながら、観光産業には統一的な定義は存在しない（吉田, 2005:81）²⁾。また、観光産業の範囲については研究者によってさまざまな類型が提示されているため、ここではそれらの先行研究をもとに概括する。

多くの先行研究では、観光産業の基礎をなすものとして(1)交通業、(2)旅行業、(3)宿泊業を挙げている（小谷, 1994;稲垣, 1997;吉田, 2005;中尾, 2012）。交通業とは「鉄道、道路交通、航空、海上・湖・河川交通の分野に展開する」ものである。旅行業とは「旅行者と運輸機関や宿泊施設との間であって、運送や宿泊の『代理』『媒介』『取次』を行ったり、旅行者のために案内・相談・手続代行をしたりする事業」である。そして宿泊業とは、「ホテル、旅館、民宿、ペンション、山小屋等多岐にわたり、公的なものとしても国民宿舎、ユースホテル、簡易保険センター等があるが、代表的なものはホテル、旅館である」としている（吉田, 2005:80）。

そのほかにも観光に関連する産業として土産物業や小売業、飲食業などがある（小谷, 1994;吉田, 2005;中尾, 2012）。これらの先行研究をもとに、ここでの観光産業の範囲について措定する。

ここでは、観光産業を前述したような交通業、旅行業、宿泊業のほかに、飲食・土産物業、レクリエーション・娯楽業、教化・観覧施設といったものも含めることにする（小谷, 1994:92）。

『表 2.1 観光産業の分類』

2.3 観光資源の概念定義とその分類

観光資源という概念は、政府の観光政策の中に“resources of tourism”の和訳として用いられたのがそのはじまりであるとされている（須田, 2003:35）。ここでは、観光資源に関する先行研究を概括し、観光資源の概念定義とその分類についてみていく。

先行研究をみてみると、観光資源には、(1)潜在的な可能性を示すもの、(2)観光客を引きつけることができるもの、(3)観光の対象となるもの、という特徴がある（山村, 1997:80-1; 細野, 2004:37）。これらの先行研究を踏まえ、ここでは観光資源を「観光客を引きつけるだ

けの潜在的な可能性を備えており、かつ、観光対象としての性質を備えているもの」と措定する。ここで、「観光客を引きつけるだけの潜在的な可能性」と「観光対象としての性質」を併記したのは以下の理由による。たとえば、ある地域にしか生息しない自然環境があるとす（潜在的な可能性）。しかしながら、その自然環境だけでは観光客を引きつけることができない。その自然環境はメディアや口コミなどの媒体を通して、外部にアピールし、相手が観光対象として認識し、実際に足を運ぶことで初めて観光資源になるのである。次に、観光資源の分類についてみていく。

観光資源の分類としては、大きく(1)自然資源と(2)人文資源に分類されているものが多い(小谷, 1994;山村, 1997;天野, 1998;原田, 2001;細野, 2004)³⁾。また、それ以外にも自然資源と人文資源が複合した(3)複合資源という分類も存在する(奈良, 1994;須田, 2003)。自然資源は、山岳、高原、原野、湿原などの有形自然資源と気象(暖かさ、涼しさ)などの無形自然資源に分類される。人文資源は、史跡、寺社、城跡・城郭、庭園などの有形人文資源と生活、民俗、雰囲気、技術などの無形文化資源に分類される。さらに、複合資源は自然資源と人文資源が複合したものであり、大都市、農山漁村、郷土景観、自然景観などがある。しかしながら、須田は自然資源—有形・無形、人文資源—有形・無形、という上記の分類に複数の観光資源がまとまってひとつの観光資源になったものとしての「総合観光資源」、自然観光資源・歴史文化観光資源の両資源にわたる総合観光資源である「複合観光資源」というカテゴリーを加えた枠組みを提示している(須田, 2003:48-50)⁴⁾。この枠組みによって、観光資源をより適切に分類できると考えられるため、本章ではこの須田の枠組みを用いる。

『表 2.2 観光資源の分類』

3. 長浜市に点在する観光資源

本節では、長浜市に点在する観光資源についてみていく。なお、ここでは(株)黒壁、長浜御坊大通寺、長浜鉄道スクエア(旧長浜駅舎、長浜鉄道文化会館、北陸線電化記念館)、慶雲館・長浜盆梅展、長浜曳山祭・曳山博物館、長浜市長浜城歴史博物館(以下、長浜城歴史博物館とする)、長浜六瓢箪めぐり(神照寺、長浜八幡宮、知善院、舎那院、豊国神社、総持寺)、長浜出世まつり(長浜きもの大園遊会、長浜きもの大學、火縄銃大会、豊公まつり、アートインナガハマ)など代表的なもののみ取り上げる。

(株) 黒壁

(株) 黒壁は、伝統的建築物保存のための市民運動を契機として誕生した。長浜市の中心部（現黒壁スクエア）には、明治時代に第百三十銀行長浜支店として建てられ、その外壁が黒漆喰であることから「黒壁銀行」や「大手の黒壁」と呼ばれていた建物がある。当時、この建物は長浜キリスト教会として使用されていたが、駐車場がないことや信者の不足という事情から新しい教会を設立することになり、そこで建物の売却問題が起こった⁵⁾。この問題に対し、後に(株) 黒壁設立当初に社長を務めた長谷定雄や笹原司朗、原田良策らが建物の買い取り運動を行った（角谷, 2009:142）。その後、建物を買取り、長浜市が4,000万円、民間8社が9,000万円を出資し、1億4,000万円の資本金を集め、第三セクター方式である(株) 黒壁を設立した。

(株) 黒壁の事業には、(1)国内ガラス工芸品の展示販売、(2)海外アートガラスの輸入、蒐集、展示販売、(3)ガラス工場の運営、オリジナルガラスの制作販売、(4)食堂喫茶の運営、(5)ガラス文化に関する調査研究、イベントの企画運営、(6)まちづくり文化についての情報・資料の収集や提供事業、(7)国際交流に関する業務（関連会社 バイリンガルジャパン）、(8)旅行業、(9)酒類の販売、などがある⁶⁾。次に、(株) 黒壁の特徴について先行研究や聞き取りによって得られたデータをもとにみていく。

西郷は、(株) 黒壁が多くの観光客を引きつけることができた要因として(1)人的資源、(2)コンセプトづくり、(3)経営上の工夫、の3点を挙げている（西郷, 1996:40-1）。(1)の「人的資源」であるが、(株) 黒壁の経営の中核を担っているのは、以前からまちづくりに関する研究会活動を行っていた人たちである。このような人びとには経営に対する高いモチベーションと創意工夫を行えるような素地があった。また、従業員として、地元の高学歴の女性を積極的に採用し、女性の感性をガラス事業にいかしたという点も指摘している（西郷, 1996:40）。次に、(2)の「コンセプトづくり」である。(株) 黒壁の設立に関わった初期メンバーは、当時、日本ではまだマイナーであった「ガラス」に目を付け、ガラスの本場であるイタリアへと出向き、そのレベルの高さや品質などについて研究や分析を行った。また、国内においても小樽の北一ガラスが自身の持つ工房でガラス製品を作製しているのを参考にして長浜でも実演販売という形で工房を作り、徐々にガラス事業を展開していけるように整備を進めた。さらに、接客マナーについても「他人から見てカッコいい接客マナー」を実現するようにと女性従業員への教育も徹底して行われた⁷⁾。最後に、(3)「経営上の工夫」である。これについては、①高額商品は、財産として購入し、陳列するために市民有志から

の資金援助を受けた、②経営者は無給、③第三セクターへの天下りの排除、④第三セクターという条件から宣伝には新聞報道を積極的に活用した、⑤工芸教室やその他の活動を通して市民や地元商店街との連携につとめた、などの点を指摘している（西郷, 1996:41）。

（株）黒壁は、西郷が指摘したような特徴を備えており、数多くの観光客を呼び込んできたが、近年ではその集客力に陰りが出てきている。そこで、同社は2013年2月20日に臨時株主総会と取締役会（16名）を開き、大阪市の経営コンサルタント会社、（株）コーポレート・ソリューション・マネージメントの代表取締役である弓削一幸が（株）黒壁の代表取締役社長を兼務することを決定した。社長就任の取締役会で提示された改革方針である「黒壁ルネッサンス」では、黒壁美術館の廃止、指定管理事業への参入、（株）新長浜計画の吸収などこれまでの経営方針とは異なった方策が打ち出されている⁸⁾。

長浜御坊大通寺と馬酔木展

長浜御坊大通寺（以下、大通寺とする）建立の契機は、戦国時代にまで遡る。本願寺顕如・教如と織田信長が戦った石山合戦において、湖北地方の門徒たちは湖北10カ寺を中心に本願寺側につき、信長と戦った。その際、長浜町の有力者である町年寄が相談のために集まる場所として「総会所」を設立した。これが大通寺のはじまりであるとされている（特別展『長浜大通寺の精華』実行委員会, 2002:129）。

また、大通寺の境内には多くの指定文化財がある。重要文化財の建造物である本堂（明暦3年・1657年）、広間・附玄関（江戸時代前期）、含山軒および蘭亭庭園（江戸時代）、市指定の建造物である台所門（天正16年・1588年）、山門・附山廊（江戸時代）、庫裡（天和2年・1682年）、鐘楼（延宝3年・1675年）、太鼓楼（19世紀前期）、渡廊（18世紀後期）、新御座（大正元年・1912年）、宝蔵（明和2年・1765年）、そして市指定の名勝である学問所庭園（江戸時代）がある（滋賀県長浜市教育委員会, 2012:1）。

この大通寺で行われているイベントが「馬酔木展」である。それは、表参道商店街の人々が大通寺にも観光客の目を向けさせようとして1989年にはじめたものであり、現在に至るまで継続して行われている⁹⁾。

長浜鉄道スクエア

長浜鉄道スクエアとは、旧長浜駅舎、長浜鉄道文化館、北陸線電化記念館の3施設の総称である。旧長浜駅舎は敦賀線（北陸線）の起点駅として、また長浜一大津間の鉄道連絡船の

駅として 1882 年に完成した。その後、1889 年に東海道線新橋―神戸間が全通したため、鉄道連絡船が廃止された。さらに 1903 年、現在の長浜駅の場所に新しい駅舎が完成したため、旧駅舎は廃止されることになった。その後、1958 年に現存する最古の駅として「鉄道記念物」に指定され、現在に至っている。

長浜鉄道文化館は、現存する日本最古の駅舎・旧長浜駅舎を文化財として保存し、長浜の鉄道文化を後世に伝えるための資料館として 2000 年にオープンした施設である。ここでは長浜駅の鉄道史の紹介や、日本初の鉄道連絡船に関する資料や鉄道の模型車両などが展示されている。

また、北陸線電化記念館では、北陸トンネルを走っていた D51 型蒸気機関車や ED70 型交流電気機関車などが展示されている¹⁰⁾。

慶雲館と長浜盆梅展

慶雲館は、明治天皇の長浜への行幸を契機に建造された。明治天皇の行幸に関する情報を聞きつけた長浜の豪商・浅見又蔵が、自身の土地に休憩所を建てようと私財を投じて完成させたのである（淡海文化を育てる会編, 2005:54）¹¹⁾。現在、慶雲館は観光施設として一般公開されている。また慶雲館では、1952 年からはじまった「長浜盆梅展」の会場にもなっている。

盆梅展は、1951 年に浅井町鍛冶屋（現長浜市）の高山七蔵が、「より多くの人に見ていただき、喜んでもらえれば」と約 40 鉢の盆梅を市に寄贈したことにはじまる（滋賀県文化振興事業団, 2012）。市は、この盆梅を観光に生かそうと長浜観光協会（1950 年設立）と共催で、1952 年に第 1 回目の盆梅展を開催した。このイベントは、現在に至るまで継続しており、長浜市の「冬の名物」となっている¹²⁾。

長浜曳山祭と曳山博物館

長浜曳山祭とは、曳山と呼ばれる山車の舞台上で子供歌舞伎が行われる祭のことである。この祭は毎年 4 月の月上旬から中旬にかけて行われており、大勢の観光客が訪れているイベントである。この祭の起源は、長浜城主となった豊臣秀吉が自身の男子の出産を祝って振舞った砂金をもとに、町民が山車をつくり、城下を曳き回したのがはじまりであると伝えられている（長浜市総務部市史編さん担当, 1993:58）。子供による歌舞伎演目の披露がこの祭の大きな特徴であり、子供たちは 3 月下旬から 4 月の祭本番までの約 3 週間、振付師によ

る指導を受ける。

次に、長浜曳山祭に象徴される町衆文化の継承や、山車の保存、長浜曳山祭をまちの活性化につなげるために建設された曳山博物館についてみていく。

曳山博物館の建設が提唱されたのは、昭和 50 年代に入ってからである。当時、中心市街地への居住者や来街者が減少し、それが長浜市のシンボルである長浜曳山祭の運営にも影響を及ぼした。そのため、長浜青年会議所が祭の伝承の総合的な機関として博物館を建設し、十三の山組を中心として地域の財産を伝えていくという趣旨のもと「曳山博物館構想」¹³⁾を提唱した。その後、紆余曲折を経て、2000 年に曳山博物館¹⁴⁾がオープンした。また、同博物館の展示室では歌舞伎や曳山をテーマにした特別展や企画展が開催されている¹⁵⁾。

長浜市長浜城歴史博物館

長浜城歴史博物館の建築は、1980 年に神照町に南久ちりめん（株）を構える長谷久次社長（当時）と、京都市に本社を置く長谷（株）の長谷定雄が 1 億 5,000 万円の寄付を行ったことにはじまる。彼らは、長浜市に民俗資料館を建設する構想があるという情報を聞きつけ、「できることならば“お城型”の博物館を建設してほしい」と寄付を申し出たのである（長浜市総務部市史編さん担当, 1993:18）。この出来事が報道されると企業や個人の寄付が市役所に寄せられるようになり、有識者会議が重ねられ、同年 6 月に 7 人の発起人のもと、長浜城天守閣募金委員会が発足した¹⁶⁾。募金活動の結果、4 億 3,000 万円が集まり、火縄銃や藩札、槍などの展示品も寄付された。また、寄付では足りない分の建設費については、市が建設省の補助金を得ることで解決した。そして、3 年後の 1983 年に長浜城歴史博物館としてのスタートを切ることになった。

事業としては定期的に展示物を変更したりするほか、地域に根ざした学習機会を提供できるようにと 1985 年に長浜城歴史博物館友の会を発足させ、生涯学習の場を提供している（長浜市総務部市史編さん担当, 1993:18-21）。

長浜六瓢箆めぐり

長浜六瓢箆めぐりとは、長浜市に点在する 6 つの古社寺¹⁷⁾をめぐり、御祈禱済の瓢箆を購入する行いのことである。この行いは、長浜城主であった豊臣秀吉が合戦の旗印として千成瓢箆を掲げ、戦いに勝つ度に腰につけた瓢箆を加えていき、のちに天下を治めたことがはじまりであるとされている。瓢箆を 6 つ揃えると無病（六瓢）息災の効果があると伝えられ

ている¹⁸⁾。

長浜出世まつり

長浜出世まつりとは、1983年、長浜城が400年振りに再興されたことを記念してはじまったイベントである（長浜市総務部市史編さん担当, 1993:22）。このイベントは、着物を着た女性たちがまちなかを練り歩く長浜きもの大園遊会や、国友町の鉄砲研究会と種子島鉄砲隊による火縄銃大会、曳山の特別公開、武者行列の豊公まつり、その他にも芸術祭であるアートインナガハマなどさまざまな催しが一年を通して行われている（淡海文化を育てる会編, 2005:52）。

4. 結語と今後の課題

本章では、先行研究をもとに観光関連の主要な用語について概括し、主として滋賀県長浜市中心部に点在する観光資源についてみてきた。ここでは、それらを須田（2003）の枠組みに沿った形で整理し、今後の展望について述べる。

表 2.3 は、前章でみてきた長浜市の観光資源を須田（2003）の観光資源の枠組みに沿った形で整理したものである。

『表 2.3 長浜市における観光資源の類型』

表 2.3 から、主として長浜市中心部における観光資源は、(1)歴史文化観光資源—有形観光資源、(2)歴史文化観光資源—無形観光資源、(3)歴史文化観光資源—総合観光資源という3つのカテゴリーに分類できる¹⁹⁾。

まず、「歴史文化観光資源—有形観光資源」についてみていく。このカテゴリーで「建造物」にあてはまるのが（株）黒壁、長浜鉄道スクエア（旧長浜駅舎）、慶雲館、大通寺、六古社寺である。また、「美術工芸」では長浜鉄道スクエア（長浜鉄道文化館、北陸線電化記念館）や、慶雲館、大通寺に所蔵されている絵画や彫刻（仏像）、山車が該当する。次に、「歴史文化観光資源—無形観光資源」についてみていく。ここでは、長浜曳山祭で上演されている子ども歌舞伎が該当する。長浜曳山祭は、山車という歴史文化観光資源（「建造物」に該当）と、子ども歌舞伎という無形観光資源（＝「能楽・演劇」に該当）にあてはまるといえる。そして、「総合観光資源—歴史文化観光資源」には、曳山博物館、長浜城歴史博物

館、長浜曳山祭、馬酔木展、長浜盆梅展、六瓢箪が該当する。曳山博物館や長浜城歴史博物館は観光資源(=「歴史文化観光資源」に該当)をまとめて一堂に陳列している(=「総合観光資源」に該当)。また、長浜曳山祭、馬酔木展、長浜盆梅展、六瓢箪に関しても保管やイベントが開催される場所が歴史文化観光資源の「建造物」に、イベント性については無形観光資源にそれぞれ該当するため、このカテゴリにあてはまるといえる。

ここまで、主として長浜市中心部に点在する観光資源の類型化を試みてきた。長浜市に関する先行研究では、(株)黒壁を中心とした記述がなされているものが多いが、同市には(株)黒壁以外にもさまざまな観光資源が存在しており、いくつかの問題点も抱えている。それは、イベントのマンネリ化やそれぞれの観光資源の連携不足という点である。前者の事例としては、きもの大園遊会がある。2013年10月に行われたこのイベントでは歴代最少となる参加者(658人)となり、イベントスタイルの維持か見直しかという問題に直面している²⁰⁾。また、観光資源の連携についても、市内14カ所の指定観光スポットのうち、5施設を選び1,000円で入館できる長浜浪漫パスポートという取り組みがなされているものの、市中心部の観光資源が中心であり、郊外の観光資源との連携は少ないのが現状である²¹⁾。

このような問題に対し、今後は地域外部からさまざまなアイデアを取り入れるためのネットワークの構築や市中心部の観光資源と郊外の観光資源とのさらなる緊密な連携の実現が必要であると思われる。

注

1)2012年版の『観光白書』によれば、「国内における旅行消費額の推移」は2005年では28.7兆円であったのが2009年には25.5兆円へと3.2兆円減少している。また、同書での「日本人の国内観光旅行による1人当たりの宿泊数の推移」に関しても、2006年には2.74泊であったのが2010年には2.12泊と0.52泊減少しており、観光を取り巻く現状は厳しいことがわかる(国土交通省観光庁編, 2012:1,3)。

2)たとえば田中は、観光産業を「人々の観光行動に対して、財およびサービスをもって対応する営利を目的としたホスピタリティ産業(hospitality industry)の総称」ととらえている(田中, 2008:37)。

3)ここでは原田、細野の自然資源と人文資源という語を用いる(原田, 2001:37-8;細野, 1994:37-9)。そのほかにも、天野は「地域自然観光資源」と「地域文化観光資源」(天野,

1998:112-5)、山村は「自然観光資源」と「人文観光資源」(山村, 1997:80)、小谷は「自然系資源」と「人文系資源」という表現を用いている(小谷, 1994:50-1)。

4)須田の分類では、「自然観光資源」は「自然資源」であり、「歴史文化資源」は「人文資源」に該当する。また、須田は、総合観光資源について自然観光資源・歴史文化観光資源の両資源にわたるものであると述べているが、ここでは、自然観光資源と歴史文化観光資源だけでなく、有形観光資源と無形観光資源の組み合わせについても総合観光資源ととらえている。

5)当時の売却額は9,200万円であった(角谷, 2009:141)。

6) (株)黒壁HP「会社概要:会社情報」(<http://www.kurokabe.co.jp/company/>, 2015年10月22日閲覧)。

7)2011年2月8日、M.I氏((株)黒壁代表取締役常務)への聞き取りによる(106分、「(株)黒壁の接客マナーについて」ほか)。なお、西郷は「コンセプトづくり」について以下のように述べている。「長浜にはガラスという地場産業はなかった。これは会社設立後の株主たちの検討から生まれたものであり、次の点が考慮されたと整理されている。——商店街での取り扱い業種との競合を避ける、大企業では真似のできないものである、来街者増を図れるインパクトのあるもの、歴史性・文化芸術性・国際性の3つのテーマを満たす。さらに一連のマーケティング調査から市場の将来性が見込まれた」(西郷, 1996:41)。

8)『近江毎夕新聞』2013年2月27日付。また、弓削は改革方針として「ガラス文化復興」などを掲げ、黒壁美術館を廃止してフレンチレストランに変えることや、黒壁6号館「青い鳥」のギャラリー化、ガラス体験教室の規模拡大など収益性に課題があるとされている建物のリノベーションを盛り込んでいる(『近江毎夕新聞』2013年2月27日)。しかしながら、(株)黒壁の経営は改善されず、その後高橋政之が社長に復帰した(『近江毎夕新聞』2015年7月5日)。

9)馬酔木展の入込客数は2007年で12,690人である(長浜市, 2009:21)。

10)その他にも子供向けのおもちゃや絵本コーナー、現在の長浜駅周辺を模したHOゲージの鉄道模型運転コーナーなどが設置されている(長浜鉄道スクエア〔旧長浜駅舎/長浜鉄道文化館/北陸電化記念館〕パンフレット)。なお、ここでの記述は同パンフレットを参照した。

11)慶雲館という名称は、当時の総理大臣伊藤博文が命名したとされている。また、建設費は約1万円、建設期間は1886年11月3日から翌年の2月21日であった(長浜みーな協会, 1997:6)。

12)『長浜市中心市街地活性化基本計画』によれば同イベントの2007年の入込客数は81,627人である(長浜市, 2009:21)。

13)博物館都市構想とは『パワース』(まちなかに建設されていた大型店舗)と『曳山博物館』をまちなかの拠点とし、郊外大型店にも負けないアミューズメント性を持った一大ショッピングモールを作るというもの」である(高木, 2012:167-8)。

14)曳山博物館は「創造し発展する地域博物館」というコンセプトのもと、①子ども歌舞伎や曳山文化の拠点として曳山祭の永続的な発展に役立つ施設、②地域の文化を紹介し、多様な情報の収集発信ができる施設、③誰もが主体的に参加・交流でき、新たな文化を育む施設、④繰り返し訪れることができる博物館、⑤常に新しいものが付加され、博物館としての魅力が増進しつづける博物館、という位置づけを行っている。また、施設の構成は、①工芸の粹としての曳山展示室、②芸能の魅力を引き出す子供歌舞伎ホール、③街なか文化としての曳山祭そのものを知らせる展示資料室、④交流の場としての出会いの場、からなっている(長浜みーな協会, 2000:15)。

15)ここでの記述は「曳山博物館——びわ湖・長浜・子供狂言」(パンフレット)を参照した。

16)委員会の発起人は以下の通りである。石居良造商工会議所会頭、小倉彦一郎観光協会長、片野喜代志連合自治会長、森新太郎市議会議員、野村甚吉市議会副議長、樋口松太郎工業会長、村崎章一教育委員長、の7人である(肩書は当時のもの)(長浜市総務部市史編さん担当, 1993:18)。

17)6つの古社寺とは、神照寺、長浜八幡宮、知善院、舎那院、豊国神社、総持寺のことである。なお、これらの社寺については以下のように述べられている。「神照寺」:長浜で一番古い歴史を持つ寺院で「萩の寺」として有名(長浜観光振興会 HP「日出山:神照寺」(<http://www.e-ohmi.net/shinkoukai/img/jinshouji/index.html>, 2015年10月22日閲覧))。

「長浜八幡宮」:戦国時代になって荒廃していた社を、長浜城主となった秀吉が手厚く保護したものである。「知善院」:長浜城の築城と同時に、秀吉が小谷から長浜に移し、鬼門を守らせたといわれる寺。「舎那院」:秀吉が一族の息災を祈願したといわれる懸仏など多くの寺宝を有する。「豊国神社」:秀吉没後、長浜の町人がその遺徳を偲んで建立。江戸時代には恵比寿神を祭神として、幕府の目をそらせた。明治31年、秀吉300回忌に社殿を造営して現在の社容が整った。「総持寺」:平安時代の木造聖観音立像など文化財が多く、庫裡書院の北側には遠州流の庭園もある。例年4月末から5月中旬まで、境内の約1,000株の牡丹が花をつけ、「牡丹まつり」が開催される。県下一の牡丹の名所として、多くの観光客が訪れる

(淡海文化を育てる会編, 2005:54)。

18)ここでの記述は、長浜観光振興会 HP「近江長浜六瓢箪めぐり——秀吉縁の六社寺・花暦」(<http://www.e-ohmi.net/shinkoukai/index1.html>, 2015年10月22日閲覧)を参照した。

19)本章では、基本的に「長浜出世まつり」はこの分類に当てはまらないものとしている。

20)『近江毎夕新聞』2013年10月20日付。

21)長浜浪漫パスポートに記載されている指定観光スポットは、長浜城歴史博物館、長浜鉄道スクエア、慶雲館、今重屋敷・能舞館、海洋堂フィギュアミュージアム黒壁、曳山博物館、長浜別院・大通寺、ヤンマーミュージアム、国友鉄砲の里資料館、浅井歴史民俗資料館、五先賢の館、小谷城戦国歴史資料館、高月観音の里歴史民俗資料館、戦国大河きのもと館の14カ所である。また、同パスポートによって、特典や割引が受けられるエリアは①長浜城エリア、②黒壁・駅前エリア、③大通寺エリア、④駅前通南エリア、⑤広域エリア、に分かれている(長浜浪漫パスポート2013年版)。

第3章 長浜市中心部における地域ネットワーク

1. 問題の所在

近年、わが国では観光ビジネスの衰退という問題に直面している。観光庁の調査によれば、観光における経済波及効果を示す指標である生産波及効果、付加価値効果、雇用効果、そして観光ビジネスに関する指標である内部観光消費、観光 GDP、観光産業における就業者数、観光消費に対応した就業者数といった数値が全て縮小している（国土交通省観光庁, 2013:6-7）¹⁾。これらのデータが示すように、地域では観光ビジネスによって地域経済を発展させようとしているものの、効果をあげているところは少ないといえる。

本章では、ネットワーク論の観点から西口敏宏の提唱したレント（rent）分析モデルを用いて考察する。同モデルは経済学のレント概念を援用した Kogut の理論をさらに精緻化したものであり、ネットワークのパフォーマンスを実証的なレベルでとらえることが可能なものである。西口が提唱する4つのレントは、特定のネットワークに共時的に発生する効果の多様性をとらえ、その継時的変化を理解するためにも有効な概念ツールである（西口編, 2003:12;西口, 2007:170）。

調査対象として選択したのは、観光産業でよく知られている滋賀県長浜市である。長浜市は第三セクター（株）黒壁（以下、（株）黒壁とする）の誕生により、それまでさびれていた商店街に賑わいを取り戻した地域である。その後、同市ではさまざまな観光ビジネスを展開するアクターが誕生しており、現在においても多くの観光客を惹きつけている。本章では、長浜市中心部を西口のレント分析モデルを用いて、主に観光ビジネスの観点から考察する。

以下、本章の構成を示す。第2節では観光ビジネスに関する事例の先行研究を概括し、一定の成果を収めるには地域内外のネットワークを効果的に形成することが重要であることについて確認する。第3節では前節の内容を踏まえ、地域内外のネットワーク、すなわちネットワークの対概念に関する先行研究をレビューし、それに準拠したレント分析モデルを提示する。第4節では、調査対象についての概要を述べる。第5節では、調査対象についてレント分析モデルを用いて検証する。第6節では、検証結果から得られた知見をもとに考察する。

2. 観光ビジネスに関する事例の先行研究

本節では、ネットワークの対概念とそれに準拠したレント分析モデルを提示するための

観光ビジネスに関する事例の先行研究を概括する。

奈良県奈良市高樋町は、地域外から得たアイデアをもとに、地域内の諸アクターが協力しあうことで観光まちづくり事業が展開されている地域である。この地域では、地元の伝統野菜を用いた料理を提供する農家レストランを経営し、地域内外から客が訪れている(片上, 2006)。また、地域内と地域外とのつながりがさらに強いものとしては山形県米沢市小野川温泉や山形県置賜地域の事例がある。前者の場合、米沢市観光レクリエーション基本計画を契機として、小野川温泉観光協議会の発足やほたる祭の開催により観光まちづくりを中心とした地域内のつながりが強化された。その後、バブルがはじけると一転して観光客は減少し、その結果、地域内のつながりだけでは観光地としての限界を迎えることになった。しかしながら、この時期に同地域は JR 東日本と (株) JTB の共同プロジェクトの対象に選ばれ、観光客を呼び戻すことができた。その要因としては、地域外のアクター (=JR 東日本、(株) JTB) によって地域内のつながりだけでは実現できなかった広報活動が可能になったことや、地域内の濃密なつながりが形成されていたため、魅力的な旅行商品を開発できたことなどがある(山田, 2007)。そして後者の事例では、山形鉄道を中心とした「方言ガイド」事業がある。この事業は、観光客の何気ない方言に関する一言からはじまった。同地域の観光事業が成果を収めることができた要因は、この方言に関する発言を自分たちの観光事業にいかしたことにある。この方言ガイド事業は評判を呼び、その評判が地域内部の諸アクターのさまざまな取り組みを誘発し、地域内の結束が強まった。このように同地域では、当初は外部の意見を取り入れ、その後一定の成果を収めることで地域内部の関係性が強化され、持続的な観光ビジネスが展開されている(富岡, 2009)。

これらの事例から、観光を中心とした地域活性化にとって、地域内外のつながりが重要な要因であることが理解できる。ネットワーク論の分野においても、近年では Burt (2001) や西口(編 2003, 2007)らにおいて指摘されているように、開放的ネットワーク(地域外とのつながり)と閉鎖的ネットワーク(地域内部でのつながり)をバランスよく備えることが重要であるとされている²⁾。しかし、これらの事例の先行研究においては、明確にレント分析モデルを用いた考察がなされているわけではない。そこで次節では、ネットワークの対概念に関する先行研究をレビューし、それに準拠した分析モデルを提示する。

3. ネットワークの対概念に関する先行研究とレント分析モデル

本節では、ネットワーク論の観点からネットワークの閉鎖性と開放性に関する先行研究

をレビューするとともに、それに準拠したレント分析モデルを提示する。

3.1 ネットワークの閉鎖性

ネットワークの閉鎖性に関する代表的な先行研究として、Bott (1955) の関係性の数に注目した研究、Wellman (1979) の紐帯の構造に注目した研究、そして Coleman (1988) の社会関係資本の役割に注目した研究などがある。この Coleman の議論を受け継いだ研究者として知られているのが Putnam である。Putnam (2000=2006) は、閉鎖的ネットワークを結束型（あるいは排他型）の社会関係資本であるとした。結束型の社会関係資本とは「メンバーの選択やあるいは必要性によって、内向きの志向性を持ち、排他的なアイデンティティと等質な集団を強化していくもの」である (Putnam, 2000=2006:19)。Putnam は結束型の社会関係資本について「少数民族集団において見られる密なネットワークは、コミュニティの中の比較的恵まれていないメンバーにとって、決定的に重要な精神力、社会的支えとなり、また同時に地域の企業家にとっては、事業立ち上げの財源、市場、そして信頼できる労働力を供給するものとなる」と述べている (Putnam, 2000=2006:19-20)。

これらの先行研究から、閉鎖的ネットワークとは普段から濃密な関係を築き、相互協力などの面で強固なサポートを受けることができるものであるといえる。その一方で、Putnam のいうように、「内集団への強い忠誠心を作り出すと同時に外集団への敵意を生み出す」

(Putnam, 2000=2006:21) 可能性が生まれることも事実であり、外部とのつながりが形成されにくいという問題点もある。次に集団の外部とのつながり、すなわちネットワークの開放性に関する先行研究についてみていく。

3.2 ネットワークの開放性

閉鎖的ネットワークの特徴を「高度に結合したネットワーク (highly connected network)」という概念で提示した Bott は、開放的ネットワークを「分散したネットワーク (dispersed network)」であり、社会関係の「数が少ない」ものと定義している (Bott, 1955:348)。

また、個人間の紐帯 (interpersonal ties) の強さに注目した研究を行った Granovetter, (1973) は、紐帯の強さを「共に過ごす時間量、情緒的な強度、親密さ (互いに信頼しあうこと)、相互扶助といったものを組み合わせたもの」と定義づけた (Granovetter, 1973:1361)。そして、個人を取り巻く社会関係を「強い紐帯」と「弱い紐帯」に分類し、弱い紐帯の機能的優位性を明らかにした。

Coleman のネットワーク閉鎖論に対し、社会構造における隙間、すなわち「構造的空隙 (structural holes)」が重要であるという「構造的空隙論」を提唱したのが Burt である。Burt (1992=2006) によれば構造的空隙とは、それまで集団間においてつながりが形成されていない「隙間」のことである。その場合、それぞれの集団の内部では同じ信念や行動パターンなどが暗黙知 (tacit knowledge) (Polanyi, 1966=1980) として浸透しているものの、他の集団に関する情報や技術といった資源にアクセスすることができない。この異なる集団間のアクセスを可能にする位置にあるものが構造的空隙であり、構造的空隙を橋渡しするネットワークが競争優位性を生み出すというのが構造的空隙論である (Burt, 1992=2006:i)。

そして Putnam は、前述した「結束型」(あるいは排他型) のネットワークと対をなす概念として「橋渡し型」(あるいは包含型) の社会関係資本という概念を提示している。「橋渡し型」の社会関係資本とは「外部資源との連繋や、情報の伝達において優れているもの」であり (Putnam, 2000=2006:20)、さらにこのネットワークはより広いアイデンティティや互酬性を生み出すことができるとしている。

開放的ネットワークに関する先行研究をみると、普段は接触しない相手とのつながりが形成されているという点において共通項がみられる。また、論者によって表現は異なるものの、開放的ネットワークによって、新しい価値観や技術、情報といった資源へのアクセスが可能になり、競争優位性を生み出すことができるという点においても共通している。このように、開放的ネットワークは集団内に新しい風を吹き込むことができる可能性をもっているが、近年では Burt (2001) や西口 (編 2003, 2007) らの研究者に代表されるように閉鎖的ネットワークと開放的ネットワークをバランスよく備えることが重要であるとされている³⁾。次項ではこれまでの内容を踏まえ、本章における分析モデルを提示する。

3.3 本章における分析モデル

地域の持つネットワークのパフォーマンスを測定する際に参考になるのが、西口 (編 2003, 2007) の提示したレント分析モデルである。このモデルは経済学で用いられているレント概念 (Milgrom and Roberts, 1992=1997)⁴⁾ を援用した Kogut のモデルをさらに精緻化させたものである。Kogut は経済学のレント概念をネットワークに援用し、Coleman の議論にもとづいたコールマンレントとバートの議論にもとづいたバートレントの 2 つのレントをモデル化した (Kogut, 2000)。コールマンレントは閉鎖的ネットワークから得られる便益

であり、バートレントは開放的ネットワークから得られる便益である。西口はこの 2 つのレントをさらに細分化させることで実証可能なモデルを構築した。西口はバートレントを「中央の公式調整 (central coordination)」と「評判 (reputation)」に、コールマンレントを「社会的埋め込み (social embeddedness)」と「情報共有と学習 (information sharing and learning)」に分類した (西口編, 2003:10;西口, 2007:167-8)。

『表 3.1 レント分析モデル』

「中央の公式調整」のレントにより、ネットワークの中心となる組織がメンバーのために施設やサービスを一元的に管理し調整することが可能になる (西口編, 2003:11;西口, 2007:169)。また「評判」のレントとは、あるネットワークに対し、外部からの評価が高く信用されている場合に生じるものである (西口編, 2003:11;西口, 2007:169)。このレントにより、外部から高い評価を受けているネットワークに属しているアクターは、それだけである程度の信用を得られているため、自身の活動を効果的に展開していきやすくなるという利点がある。そして、「社会的埋め込み」のレントとは、「地域社会の既存の共同体 (コミュニティ) がベースとなっている有形無形の利点から、ネットワークのメンバー同士の間になんか新たに生まれた緊密なコミュニティによるメリットまでを含む」ものであるとしている (西口編, 2003:168-9;西口, 2007:168)。これは、経済学でいう取引コスト (transaction cost) の削減に寄与するものである。つまり、普段から緊密な関係を築いているため、取引相手は信用できるのかといった監視や契約面でのコストが削減されるということである (Coase, 1937; Williamson, 1985)。最後に「情報共有と学習」のレントである。これは濃密な関係性により、メンバーが互いに情報や知識を共有し学習することで得られる利点である (西口編, 2003:12;西口, 2007:169)。

これら 4 つのレントは、同時に起こったり、時間の経過とともに発生する効果の種類や比率が変化するということが考えられる (西口編, 2003:11;西口, 2007:169-70)。

4. 滋賀県長浜市中心部の歴史的背景とその特性

ここでは調査対象として長浜市中心部を選択した理由を述べ、観光ビジネスの側面からみた同市中心部のあゆみについてみていく。その際、より適切に地域概念をとらえるため、価値と地理的区分の新しい関係性を明らかにした原田の地域概念を用いる。

4.1 価値創出装置としての長浜市中心部

長浜市に関する先行研究は数多く蓄積されており、そのほとんどが観光都市として一定の評価を与えている（西郷, 1996; 矢作, 1997; 稲葉, 2004）。そして、観光都市としての長浜市に対する評価基準として用いられている指標は、主に観光客数や観光都市「長浜」の代名詞的存在である（株）黒壁の売り上げである（鳥居, 2009; 諸富, 2010）。ここではこれらのデータを確認し、長浜市を調査対象とした理由についてみていく。

『図 3.1 （株）黒壁の年商と来街者数の推移』

図 3.1 は、（株）黒壁の年商と来街者数の推移である。近年はピーク時と比較すると若干減少しているものの、依然として高い水準を保っているため、長浜市は観光都市としての性格を有しているといえる。

ここで、調査対象である長浜市中心部のとらえ方について原田の地域概念をもとに確認する。原田は地域という概念を「ある特定化された区画としてのコンテンツではなく、いかなる次元の区画を設定しても何らかの価値を創出するための区画であり、ある種の価値創出装置というコンテクストである」としている（原田, 2013:7）。この原田の地域概念を用いると、「ガラス（関連）事業者が生み出す観光地としての価値を創出するための区画が長浜市中心部である」ととらえることができる。実際、長浜市中心部全域が観光地として認知されているわけではなく、（株）黒壁を中心とした各アクターの活動が、ガラス産業の観光地としての価値を生み出している。次に、観光ビジネスの側面からみた長浜市中心部のあゆみについてみていく。

4.2 観光ビジネスの側面からみた長浜市中心部のあゆみ

多くの長浜市に関する先行研究では、（株）黒壁の設立が大きなターニングポイントであることが指摘されている（矢部, 2001; 稲葉, 2004; 鳥居, 2009）。そのため、ここでは長浜市の観光ビジネスの歴史の変遷を(1)（株）黒壁設立以前の「衰退期」、(2)（株）黒壁が設立された「転換期」、そして、(3)さまざまな組織や企業が誕生し、活動の多様化現象がみられる「現在」に分類する。

『図 3.2 長浜市中心部の観光ビジネスを中心とした歴史的変遷』

まず、(株)黒壁が設立される以前の「衰退期」についてみていく。この時期は、市中心部の商店街が最もさびれていた時期であり、現在の(株)黒壁の前の通りには1時間に人が4人と犬が1匹しか通らないという状況であった。このような状況に陥った要因には、モータリゼーションの進展と郊外に出店した大型店の存在がある(山崎, 2007:5-6)。1988年に郊外型大型店の長浜楽市が出店したため、市中心部の商店街は致命的なダメージを負った(矢部, 2010a:158)。

このような状況に危機感を覚えた地元住民は、まちづくりに関するさまざまな活動を行うようになる。この時期に行われた主な活動として、朝の市民広場(通称朝市)や米川支流を愛する会の発足とその活動がある(まちづくり役場, 2009)。朝市は商店街の再開発を目的として行われたイベントである。このイベントは当初、長浜青年会議所(以下、長浜JCとする)が独自に企画したものであり、商店街は関与していなかったが、しだいに商店街の青年部を巻き込む形で行われるようになり、参加する商店も出はじめるようになった(角谷, 2009:169)。また、地元の自然環境を守る活動を行うことで住民間のつながりを深めようとして1975年に誕生した米川支流を愛する会は、毎年地域住民による河川掃除などの活動を行ってきた。その後、さらなる活動を行うために1984年に名称を米川支流環境づくり協議会に変更し、地域のコミュニティを回復させるための多様な環境活動を行っている(角谷, 2009:153-4) 6)。

そして、この時期における最も大きな取り組みは、1980年に提唱された「博物館都市構想」である。博物館都市構想とは、「地域に根ざしたまちづくり」、「地域の遺産と資源を生かすまちづくり」を進めるためのキーワードとして掲げたものである(策定は1984年。長浜市総務部市史編さん担当, 1993:136)。この時期には、空き店舗を店として再生させる活動が行われている 7)。こうして、この時期に市中心部は危機的状況に追い込まれていたものの、さまざまな活動が行われており、それが後の(株)黒壁の誕生につながっている。

次に、(株)黒壁誕生の前後の時期である「転換期」についてみていく。角谷によれば、(株)黒壁の設立にはながはま21市民会議と交友クラブという2つの組織の関係者が深く関与している(角谷, 2009:160)。そのため、ここではこれら2組織について述べ、(株)黒壁の誕生とそれによる市中心部の変化についてみていく。

ながはま21市民会議は長浜JCのOBが中心となり、1982年に設立された組織である。

この組織は、1974年に長浜 JC と商店街の人々との間で商店街の衰退問題に関して話し合いが行われたことをきっかけに誕生した。話し合いの後、長浜 JC が行った活動が前述した朝市の開催と博物館都市構想の提唱である。そして、その後も市民憲章の作成やシンポジウムなどさまざまな活動を行い、2002年には「長浜未来会議」と名称を変更し、現在に至っている⁸⁾。交友クラブは、1979年に発足した「文化と教育を語る会」がその前身である。交友クラブの主な活動は、毎月1回行われる勉強会である。勉強会には毎回10~20人程度が参加しており、その内容は社会問題や経営哲学、仏教哲学が中心である。また、交友クラブ自体の活動ではないものの、同クラブのメンバーが中心となって行った芸術イベントは、ながはま 21 市民会議と同様に地域振興活動を目的としたものであった⁹⁾。このように、2つの組織はそれぞれ独自に地域振興活動を行ってきたが、それぞれの組織に所属するメンバーは協力して(株)黒壁の設立に関わることになる。次に、(株)黒壁の設立期についてみていく。

(株)黒壁に出資したながはま 21 市民会議と交友クラブのメンバーは、伊藤光男(材光工務店)、漣藤吉(さざなみ酒店)、上羽文雄(住文)、高橋政之(高橋金属)、笹原司朗(琵琶倉庫)、長谷定雄(長谷ビル)である(角谷, 2009:177)。彼らが中心となり、明治時代に第百三十銀行であった黒壁銀行を市と共同で買い取り、現在の(株)黒壁が誕生した。

(株)黒壁は、会社形態は第三セクター方式であるが、一般的な第三セクターのように公共色を前面に出していない点にその特徴がある(高田, 1994; 稲葉, 2004; 鳥居, 2009)。具体的には、以下の点が指摘されている。行政は(株)黒壁の経営にはほとんど関わらず、民間の経営ノウハウをいかすことができ、迅速な意思決定を可能にしたこと(諸富, 2010:187-8)。また、店舗スタッフには女性店員を多く採用し、センスのある商品づくりや品ぞろえを実現させたことなどである(西郷, 1996:40, 2005:72)。このような経営方針が実を結び、当時国内でガラス事業を行っている地域は他にほとんど存在しなかったこともあり、設立後、(株)黒壁を目当てに訪れる観光客は増加していった(稲葉, 2004:141-2)。

最後に、(株)黒壁が設立された後、さまざまなまちづくりに関するアクターが誕生した現在に至るまでの時期についてみていく。(株)黒壁と関係が深い組織には、1996年に任意団体として設立された黒壁グループ協議会がある。同協議会の目的は、(株)黒壁のガラス文化をいかしながらも民間にしかできないまちづくり活動を行うことである。主な活動として、年に2度行われるイベントの開催やグループ店舗の情報が掲載されているマップの作製がある¹⁰⁾。また、長浜市中心部の不動産部門を担当しているのが(株)新長浜計画(1996

年設立)である。この会社は主に遊休不動産の管理やプラチナプラザの管理、駐車場経営などを行っている(西郷, 2005:76; 諸富, 2010:193)。これら2つの組織は、(株)黒壁との関わりが非常に深い。それ以外にも、長浜のまちづくりの担い手を育てる目的で誕生した出島塾(1997年設立)、視察や講演事業を行い、観光都市長浜の広報的役割や市中心部の商店街のサポート的役割を果たしているNPO法人まちづくり役場(1998年設立、2003年にNPO法人化。以下、まちづくり役場とする)、そして近年では、民間のコーディネート機能を中心とした第三セクター長浜まちづくり(株)(2009年設立。以下、長浜まちづくり(株)とする)¹¹⁾などのアクターが誕生している。

5. 長浜市中心部における4つのレント

本節では、西口のレント分析モデルを用いて長浜市中心部における4つのレントについてみていく。

『図3.3 レント分析モデルからみた長浜市中心部』

5.1 中央の公式調整のレント

長浜市中心部では、まちづくり事業を展開している各アクターの管理や調整を行う組織がある。まちづくり役場と長浜まちづくり(株)である。本項では、これらの組織がどのように各アクターを管理し、調整を行っているのかについて確認し、どのようなレントが生み出されているのかについてみていく。

まず、まちづくり役場および長浜まちづくり(株)と各アクターとの関係性についてみておく。まちづくり役場が主に関わっているアクターは他地域(視察に訪れたり、講演の依頼を行っている団体など)、(株)文教スタジオ、(株)京都放送、黒壁グループ協議会、地元の商店街店舗、出島塾や一休会である¹²⁾。

他地域とは、視察や講演事業を通じた関係性¹³⁾が、(株)文教スタジオとは写真撮影事業¹⁴⁾、そして(株)京都放送とは地域密着型の番組の制作・放送といった活動¹⁵⁾を通じた関係性が構築されている。

また、黒壁グループ協議会との間には、事務局の委託業務を通じた関係性が構築されている。具体的には、年に2度開催されている灯りのイベントの手伝いや月に一度開催される例会の準備などである¹⁶⁾。また、商店街店舗との間には、商店街店舗が掲載されている「長

浜まち歩き MAP」の作製業務と、まちづくり役場に寄せられる観光客からの苦情の伝達業務を通じた関係性が構築されている¹⁷⁾。さらに出島塾との間には、事務局の委託業務（まちづくりの勉強会の会場設営や資料の作成などのサポート業務）、一休会との間には、メンバーが毎週水曜日にまちづくり役場の仕事を手伝うなどの活動を通じた関係性が構築されている¹⁸⁾。

他方、長浜まちづくり（株）は、長浜市中心部においてまちづくり事業を行う組織（（株）新長浜計画、神前西開発（株）など）に対し、専門的な見地からのアドバイスの提供や、それらの組織がまちなかで円滑に活動ができるようなサポートを行うことを主な業務としている¹⁹⁾。この会社は、設立が2009年と比較的最近であるが、同市中心部のまちづくりのアクターズネットワークにおいて中核的な存在になりつつある。

次に、中央の公式調整のレントについて確認する。まちづくり役場の場合は、他地域（視察・講演事業）、（株）文教スタジオ、（株）京都放送、黒壁グループ協議会、地元の商店街店舗、そして出島塾や一休会との関係においてレントが発生している。

他地域とは、視察・講演事業を通じた関係性が構築されている。以前は（株）黒壁がその役割を果していたが、まちづくり役場がその事業を請け負うことで、負担が軽減されている²⁰⁾。（株）文教スタジオについては、まちづくり役場が、同社が写真撮影業を行うための事務所としてのスペースを提供しており、観光都市長浜のPRに貢献しているといえる²¹⁾。そして、（株）京都放送については、まちづくり役場が、同社が地元密着型の番組を放送するためのスペースを提供しており、長浜のまちとしての魅力を伝える役割を果しているといえる²²⁾。黒壁グループ協議会は、「ガラスをコンセプトにしたまちづくり」を共通理念とした活動を行っており、まちづくり役場は同協議会に例会の場を提供し、事務的な業務を行っている。そのことで、定期的にメンバー間のコミュニケーションが生み出され、自由な意見交換がなされている²³⁾。また、地元の商店街店舗においてはまちづくり役場が一括してマップを作製したり、観光客からの苦情を各店舗に伝達することで、情報の歪曲がなくなり、各店舗同士がいがみ合わず、かつ各々の店舗がレベルアップできるような工夫がなされている²⁴⁾。そして、まちづくり役場は出島塾の事務局を担当することで、まちづくりに関する勉強会の場を提供するなどして、地元の経営者やまちづくりを担う若い世代が自分たちのまちについて深く考え、互いに議論を交わす機会を生み出している²⁵⁾。最後に、まちづくり役場は一休会に自身の活動を手伝ってもらうことで、定年退職した高齢者にその後もまちなかに住み続けることができる機会を提供している²⁶⁾。他方、長浜まちづくり（株）

の場合は、まちづくり役場と同様に、他地域と視察・講演事業を通じたつながりを構築することで、長浜のPRに貢献したり、地域内のまちづくりを行う各アクターに対し、さまざまな見地からアドバイスを行うことで、それらのアクターがまちなかで自分たちの事業を円滑に行えるような関係を構築しつつある²⁷⁾。

5.2 評判のレント

ここでは、長浜市中心部と地域外部との関係性やそれにより生み出された評判のレントについて、視察や講演の累計数、そして市中心部で観光事業を展開しているアクター((株)文教スタジオ、(株)京都放送)からの聞き取りにもとづくデータなどにより確認する。

まず、視察や講演の累計数についてみていく。長浜市の(株)黒壁をはじめとした観光まちづくりの手法は、その取り組みの独自性により全国的に注目を集めるようになった²⁸⁾。そのため、他地域からの視察の申し込みや講演依頼が数多く舞い込むようになり、その累計数は2,300件以上に及んでいる²⁹⁾。

次に、長浜市で観光事業を展開しているアクターについてみていく。(株)文教スタジオは彦根市に本社を置く観光写真業を中心とした会社である。同社は、(株)黒壁によって観光客が増加した頃から長浜市に注目しており、大河ドラマ「秀吉」のご当地博覧会である北近江秀吉博覧会を契機に長浜市に進出し、博覧会終了後も引き続き長浜市で業務を行っている³⁰⁾。また、(株)京都放送は、京都市に本社を置き、近畿圏を中心にテレビやラジオ放送を行っている会社である。同社は、長浜市中心部でラジオ番組を放送している³¹⁾。なお、(株)文教スタジオ、(株)京都放送はともに、まちづくり役場を事務所として使用し、ここを長浜市中心部における活動の拠点としている。

ここで、評判のレントについて確認する。視察や講演数は、すでに述べたようにかなりの数にのぼっており、観光都市長浜としての他地域からの評価は高いといえる。また、(株)文教スタジオは、観光都市長浜を(株)黒壁の側面からだけでなく、何度も大河ドラマの舞台になっているとの理由から長浜の地域性を高く評価しているため、現在も長浜市中心部で継続的に事業を行っている。同社は団体客の幹事や旅行者に対しても積極的に写真撮影のセールスを行っているが、事業開始から現在に至るまで、営業に対する苦情はほとんどなく、観光客の集客に一定の効果あげている³²⁾。(株)京都放送の場合、当初は完全なローカル番組であったが、現在では近畿圏全域に放送されており、また、番組が継続されている³³⁾ためPR効果は大きい。

5.3 社会的埋め込みのレント

ここでは、観光ビジネスを展開しているさまざまなアクターについて概観することで、長浜市中心部においてどのようなコミュニティ（緊密なネットワーク）が形成され、社会的埋め込みのレントが生み出されているのかについてみていく。

長浜市中心部では、(株)黒壁を中心としたコミュニティが形成されている。そのため、ここでは(株)黒壁と黒壁グループ協議会、(株)新長浜計画といったアクターとの関係性について確認する。

(株)黒壁と黒壁グループ協議会との間には「ガラスをコンセプトにしたまちづくり」という理念の共有がある。これは、それぞれの加盟店の独自性をいかしながらも(株)黒壁が生み出しているガラス文化を継承し、まとまりのあるまちづくりを行おうとするものである³⁴⁾。また、出資者の観点からみて(株)黒壁とのつながりが強いのが、(株)新長浜計画である。(株)新長浜計画は長浜市中心部で不動産業務を中心に活動しているが、本来は(株)黒壁がその業務を行う予定であったため(株)黒壁が500万円の出資を行っており³⁵⁾、役員も(株)黒壁の関係者が兼任する形になっている。

次に、社会的埋め込みのレントについて確認する。黒壁グループ協議会は、ガラスを中心としたまちづくり活動を行っている。具体的には年に2度開催されている「ガラスを用いた灯り」イベントの開催がある³⁶⁾。このイベントは、営利目的で行われているわけではないが、観光客に対してはガラス文化が根付いている長浜市のイメージを与えることができ、地元住民に対してもまちなかの良さを再発見するきっかけになっている。このイベントには観光客や地元住民が数多く集まるため、同協議会の「ガラスをコンセプトにしたまちづくり」は一定の成果をあげているといえる。また、(株)新長浜計画の場合、まちなかでの一体的な整備を実現できるように長浜らしい景観を崩さないような街並み景観の維持（空き店舗の改装事業）などの活動を行っているため、市中心部においてまとまりのあるまちづくりが行われているといえる³⁷⁾。

5.4 情報共有と学習のレント

ここでは、出島塾、商店街店舗、(株)新長浜計画の活動を通して、どのような情報共有と学習のレントが生み出されているのかについてみていく。

出島塾は、北近江秀吉博覧会でコーディネーターを務めた出島二郎を講師として迎え、ま

ちづくりを学ぶために 1997 年に発足した私塾である。塾の会員は地元の会社の経営者や将来の長浜のまちづくりを担う若い世代が中心であり、主に哲学的な視点からまちづくりについて議論が交わされている³⁸⁾。

商店街店舗については、各々の店舗が自分たちの店舗が掲載されている「長浜まち歩き MAP」の作製に関わったり、観光客からの苦情をまちづくり役場から日常的に伝達されることによって、自分たちの店舗のより良い PR の仕方や接客マナー、商品の品ぞろえなどの改善活動を行っている³⁹⁾。さらに、商店街店舗と(株)新長浜計画との関係性においては、空き店舗が発生した場合、(株)新長浜計画がその店舗を再活用するなどの活動がみられる⁴⁰⁾。

ここで、情報共有と学習のレントについて確認する。出島塾の参加者は地理的に近いとはいえ、日々の業務が多忙であるため「自分たちのまちをより良くするにはどのように行動すればよいのか」ということについて話し合う機会が少なく、塾の開催はそのような議論を行う機会を提供している。また、商店街店舗はマップの作製に関わったり、観光客からの苦情に関する情報を入手することで、自分たちの活動に対する改善を行っている。さらに、空き店舗問題については(株)新長浜計画とともに取り組むことで、街並み景観の維持が図られている。

6. 結語と今後の課題

本章では、西口のレント分析モデルを用いて長浜市中心部を検証した。ここでは、検証結果とそこから得られた知見について述べる。すでに述べたように、中央の公式調整のレントに位置しているまちづくり役場と長浜まちづくり(株)は、他の3つのレント(評判、社会的埋め込み、情報共有と学習)にさまざまな形で影響を及ぼしている。そのため、ここでは、どのような形で影響を及ぼしているのかについて確認し、その主要な機能についてもみていく。

まず、まちづくり役場のケースである。まちづくり役場は他地域と視察・講演事業を通じたつながりや(株)文教スタジオ、(株)京都放送との賃貸契約による関係性を構築しているため、評判のレントに影響を与えている。出島塾(事務局の担当)や商店街店舗(マップ作製業務・苦情の伝達など)との関係性は情報共有と学習のレントに、そして、黒壁グループ協議会(事務局の担当)との関係性は社会的埋め込みのレントに影響を与えているといえる⁴¹⁾。また、まちづくり役場が果たしている主要な機能は、商店街店舗との関係性におい

てみられる。その 1 つは、マップを作製する際に、各商店街店舗と打ち合わせを行うことが、商店街店舗が自分たちの店の PR の仕方を考えたりするきっかけを与えている点である。もう 1 つは、まちづくり役場が観光客からの各店舗に対する苦情を常日頃から伝えていることで、各店舗は日常的に業務の改善が実践できているという点である。このように、まちづくり役場は、その果たしている機能として特に商店街店舗との関係にその特徴が認められる（情報共有と学習のレント）。

次に、長浜まちづくり（株）のケースである。同社もまちづくり役場と同様に視察・講演業務を行っているため、評判のレントに影響を与えている。（株）新長浜計画とは同社が推進している事業に対して、支援や助言を行うなどの中心市街地マネジメント活動を行っている（経済産業省, 2012:86）（主に社会的埋め込みのレント）。そして、商店街店舗については、店舗主たちが活動を行う際に、長浜まちづくり（株）は必要なアドバイスを提供したり、さまざまな支援業務を行うなどしている（主に情報共有と学習のレント）⁴²⁾。また、長浜まちづくり（株）が主に果たしている機能は、経済産業省（2012:86）や国土交通省（2012:92）でも述べられているように中心市街地のエリアマネジメントの推進活動である。このことから、同社が構築しているネットワークは多岐にわたるが、主に（株）新長浜計画との関係性に主要な機能が認められるように思われる（主に社会的埋め込みのレント）⁴³⁾。

このように、長浜市の事例からは中央の公式調整のレントに位置する各アクターがその他のレントに何らかの形で影響を与えていることが明らかになった。そして、事例において中央の公式調整に位置するアクター、すなわち、まちづくり役場と長浜まちづくり（株）は、地域内部（社会的埋め込みのレント、情報共有と学習のレント）と外部（評判のレント）の両方につながりがあるため、Burt のいう構造的空隙の位置にあるといえる。ここでは、中央の公式調整を担うアクターが構造的空隙の位置にある場合、残りの 3 つのレント（評判、社会的埋め込み、情報共有と学習）に何らかの形で影響を与えていることが明らかになり、その重要性が確認された。さらに、中央の公式調整のレントに位置するアクターが果たしている主要な機能についてもみてきた。ただし、中央の公式調整のレントに位置するアクターがどのような機能を果たすのかについては地域により異なる可能性がある。そのため、今後は更なる事例研究を行い、中央の公式調整のアクターが果たす機能についてはさらなる考察が必要であるが、それについては今後の課題としたい。

注

- 1)それぞれの指標は2004年を100とした2011年の数値である。経済波及効果（生産波及効果:74.5、付加価値効果:74.3、雇用効果:72.6）、観光ビジネス（内部観光消費:75.4、観光GDP:73.9、観光産業における就業者数:90.2、観光産業に対応した就業者数:72.6）（国土交通省観光庁, 2013:6-7）。
- 2)本章では、開放的ネットワークを「地域外とのつながり」、閉鎖的ネットワークを「地域内とのつながり」ととらえている。
- 3)Burt（2001）によれば、近年のネットワークの対概念の研究においては、開放的ネットワークによって得ることができるさまざまな便益は閉鎖的ネットワークが形成されている場合により有効であるとされている。それは、開放的ネットワークによって獲得した便益を閉鎖的ネットワークによって素早く広めることができるためである。
- 4)ここで、経済学で用いられているレント概念やそれと関連している準レント概念について確認しておく。レントとは「収益のうちで、労働者に特定の職をひきうけさせる、あるいは、企業を特定の産業に参入させるために必要な最低限の収益を超過して発生している差額部分」のことであり（Milgrom and Roberts, 1992=1997:298）。また、準レント（quasi-rent）とは「労働者がその職をやめないようにする、あるいは、生産者を産業から退出させないようにするために必要な最小限を上回る所得の超過部分」のことであり（Milgrom and Roberts, 1992=1997:298）。
- 5)（株）黒壁 HP「会社概要:来街者数推移」（<http://www.kurokabe.co.jp/company/>, 2015年10月22日閲覧）。なお、当該図の表記スタイルについては、鳥居（2009:417）を参考にした。
- 6)米川支流環境づくり協議会の具体的な取り組みとしては、排水路マップや生活雑排水パンフレットの配布、小学生による川の水生生物調査、身近な環境づくりフェスティバルの開催などがある（長浜市総務部市史編さん担当, 1993:66）。
- 7)博物館都市構想が策定された当初は100軒以上の空き店舗があったが、商業観光パイロット事業（1992年から商業観光推進事業）により、1987年から2006年の間に61軒の空き店舗の再生を実現させている（山崎, 2007:10）。
- 8)ながはま21市民会議についての記述は、角谷（2009:167-71）を参照した。
- 9)このイベントはアートインナガハマと呼ばれ、1990年にイベントの事務局として有限会社楽座（現NPO法人ギャラリーシティ楽座）が設立されており、現在もイベントは継続さ

れている。なお、交友クラブについての記述は角谷（2009:171-4）を参照した。

10)2011年2月23日、H.N氏（古美術西川経営者）への聞き取りによる（30分、「黒壁グループ協議会の活動について」ほか）。

11)この会社には（株）黒壁の出資者が数多く出資しているものの、（株）黒壁自体が出資しているわけではない点には注意が必要である。

12)ただし、これらのアクターの中で、一休会自体はレントを生み出す主体ではない点には注意が必要である。

13)2011年12月24日、H.Y氏（まちづくり役場理事）への聞き取りによる（180分、「まちづくり役場の視察・講演事業について」ほか）。

14)2011年12月24日、H.Y氏（まちづくり役場理事）への聞き取りによる（180分、「まちづくり役場と（株）文教スタジオとの関係性について」ほか）。2012年7月23日、S.T氏（（株）文教スタジオ専務取締役）への聞き取りによる（60分、「長浜市における（株）文教スタジオの活動について」ほか）。

15)2011年12月24日、H.Y氏（まちづくり役場理事）への聞き取りによる（180分、「まちづくり役場と（株）京都放送との関係性について」ほか）。2012年7月16日、H.K氏（（株）京都放送ディレクター）への聞き取りによる（60分、「まちづくり役場と（株）京都放送との関係性について」ほか）。2012年8月4日、（株）京都放送滋賀総局総局長（当時）のK.U氏（現京都健康プランナーズプロデューサー）への聞き取りによる（80分、「まちづくり役場と（株）京都放送との関係性について」ほか）。

16)2010年11月27日、K.H氏（まちづくり役場事務員）への聞き取りによる（40分、「まちづくり役場と黒壁グループ協議会との関係性について」ほか）。2010年12月9日、A.T氏（まちづくり役場理事）への聞き取りによる（120分、「まちづくり役場と黒壁グループ協議会との関係性について」ほか）。2011年2月23日、H.N氏（古美術西川経営者）への聞き取りによる（30分、「黒壁グループ協議会の概要について」ほか）。

17)2011年12月24日、H.Y氏（まちづくり役場理事）への聞き取りによる（180分、『長浜まち歩きMAP』について」ほか）。2012年1月17日、M.S氏（琵琶倉庫（株）代表取締役相談役）、H.Y氏（まちづくり役場理事）への聞き取りによる（75分、「商店街店舗への苦情の伝達業務について」ほか）。また、まちづくり役場と商店街店舗との関係性に関しては、時間の経過とともにネットワークの性質が変化している。当初、「長浜まち歩きMAP」は、まちづくり役場の収入を確保するための意味合いが強く、商店街店舗がマップの作製に

協力しているという関係にあった。しかし、多くの観光客がこのマップを手にとって各店舗を訪れるようになり、現在では、互いにメリットを享受できるような関係性が構築されている(2011年12月24日、H.Y氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(180分、「長浜まち歩きマップにおける商店街店舗との関係性について」ほか))。

18)2010年12月20日、A.T氏(まちづくり役場理事)への聞き取り(120分、「まちづくり役場と一休会との関係性について」ほか)および2011年12月24日、H.Y氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(180分、「まちづくり役場と出島塾との関係性について」ほか)。

19)2010年11月17日、2010年12月16日、S.Y氏(長浜まちづくり(株)コーディネーター(当時))への聞き取りによる(60分、「長浜まちづくり(株)の概要について」ほか:21分、「長浜まちづくり(株)の活動内容について」ほか)。ただし、神前西開発(株)自体はレントを生み出す主体ではない点には注意が必要である。

20)2011年12月24日、H.Y氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(180分、「まちづくり役場における視察・講演事業について」ほか)。2012年1月17日、M.S氏(琵琶倉庫(株)代表取締役相談役)への聞き取りによる(75分、「(株)黒壁と視察について」ほか)。

21)2012年7月23日、S.T氏((株)文教スタジオ専務取締役)への聞き取りによる(60分、「長浜市における(株)文教スタジオの活動について」ほか)。

22)2012年7月16日、H.K氏((株)京都放送ディレクター)への聞き取りによる(60分、「まちづくり役場と(株)京都放送との関係性について」ほか)。

23)2011年12月24日、H.Y氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(180分、「まちづくり役場と黒壁グループ協議会との関係性について」ほか)。また、このようなことを実現させるために、まちづくり役場のメンバーは普段から黒壁グループ協議会のメンバーとのインフォーマルなコミュニケーションを積極的に行っている。

24)2012年1月17日、M.S氏(琵琶倉庫(株)代表取締役相談役)への聞き取りによる(75分、「商店街店舗のレベルアップについて」ほか)。

25)2010年11月16日、H.Y氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(68分、「出島塾について」ほか)。2010年11月22日、M.S氏(まちづくり役場理事長)への聞き取りによる(180分、「出島塾について」ほか)。

26)2010年12月20日、A.T氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(120分、「一

休会の概要について」ほか)。

27)長浜まちづくり(株)については、観光に関するまちづくり活動を中心に行っているアクターでない点には注意が必要である。

28)2012年1月17日、M.S氏(琵琶倉庫(株)代表取締役相談役)、H.Y氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(75分、「視察団体の受け入れについて」ほか)。

29)この数字は、まちづくり役場提供資料によるものである。ただし、この数字は、視察に訪れた回数や講演を行った回数であるため、同一地域・団体が複数カウントされているケースもあり、その点には注意が必要である。なお、近年では長浜まちづくり(株)も同様の活動を行っている。

30)2012年7月23日、S.T氏((株)文教スタジオ専務取締役)への聞き取りによる(60分、「(株)文教スタジオと観光都市長浜について」ほか)。

31)2012年7月16日、H.K氏((株)京都放送ディレクター)への聞き取りによる(60分、「(株)京都放送について」ほか)。

32)2012年7月23日、S.T氏((株)文教スタジオ専務取締役)への聞き取りによる(60分、「(株)文教スタジオの事業と長浜市との関係性について」ほか)。

33)2012年7月16日、H.K氏((株)京都放送ディレクター)への聞き取りによる(60分、「まちづくり役場と(株)京都放送との関係性について」ほか)。2012年8月4日、(株)京都放送滋賀総局総局長(当時)のK.U氏(現京都健康プランナーズプロデューサー)への聞き取りによる(80分、「まちづくり役場と(株)京都放送との関係性について」ほか)。ただし、番組それ自体は主に長浜のまちの魅力を伝える性質のものであるため、観光に特化したものではない点には注意が必要である。

34)2011年2月23日、H.N氏(古美術西川経営者)への聞き取りによる(30分、「黒壁グループ協議会について」ほか)。

35)この点については西郷(2005:76)を参照にされたい。

36)2011年2月23日、H.N氏(古美術西川経営者)への聞き取りによる(30分、「黒壁グループ協議会のイベントについて」ほか)。

37)2010年11月17日、S.Y氏(長浜まちづくり(株)コーディネーター(当時))への聞き取りによる(60分、「長浜まちづくり(株)の活動について」ほか)。ただし、この点について角谷は「新長浜計画株式会社が誘致した店舗にはガラスショップ以外の小売店舗も含まれていたし、観光地でのお土産の販売や飲食を専門とする店舗も含まれていた」として

いる（角谷, 2009:148）。

38)2010年11月16日、H.Y氏（まちづくり役場理事）への聞き取りによる（68分、「出島塾について」ほか）。2010年11月22日、M.S氏（まちづくり役場理事長）への聞き取りによる（180分、「出島塾について」ほか）。

39)2012年1月17日、M.S氏（琵琶倉庫（株）代表取締役相談役）、H.Y氏（まちづくり役場理事）への聞き取りによる（75分、「商店街店舗の改善活動について」ほか）。

40)この点については角谷（2009:146）および諸富（2010:193）を参照にされたい。

41)そのほかにも、今回レントには含まれていない一休会との関係も構築している点には注意が必要である。

42)2013年12月25日、M.T氏（長浜まちづくり（株）職員）への聞き取りによる（60分、「長浜まちづくり（株）と商店街店舗について」ほか）。

43)同社の中心市街地マネジメント活動としては神前西開発（株）との関係性もみられる（経済産業省, 2012:86）が、このアクターは今回のレントには含まれていないため、その点には注意が必要である。

第4章 NPO 法人まちづくり役場の現状と経営課題

1. 問題の所在

わが国では、1998年に特定非営利活動促進法（通称NPO法）が施行されて以降、現在に至るまで約5万件ものNPO法人が認定・認証されている。NPO法人には、政府や市場の役割を補完する役割が期待されており、認定・認証数の増加はNPO法人の存在意義の大きさを示しているといえる。また、NPOの活動分野においては、まちづくり分野が21,931件と20項目中4番目に多く、地域のまちづくり活動においてもNPO法人が重要なアクターであることがうかがえる。

このように、NPO法人には政府や市場の補完的役割が期待されている一方で、その組織運営について問題を抱えているものも多いのが現状である。そこで本章では、事例を通してNPO法人が地域のまちづくり活動においてどのような役割を果たしているのか、そして同時にどのような問題を抱えているのかについて検証する。具体的には、先行研究をもとにNPO法人の定義や抱えている問題点について概観し、調査対象である組織の概要および現状について確認したうえで、組織の果たしている役割や問題点について聞き取りや現場で得られた一次資料をもとに考察する。地域のまちづくり活動を行うNPO法人がどのような問題を抱えており、同時にどのような要因によってその問題がもたらされているのかを明らかにすることが本章での主たる目的である。

事例として取り上げるのは、滋賀県長浜市に活動拠点を置くNPO法人まちづくり役場（以下、まちづくり役場とする）である。同市は、それまでさびれていた市中心部が第三セクター（株）黒壁（以下、（株）黒壁とする）の設立を機に数多くの観光客を呼び込むことに成功し、現在では観光都市として広く知られている地域である。まちづくり役場はこのような都市に活動拠点を置き、観光都市としての長浜を支える活動を多岐にわたって行っている組織である。このような活動を行うアクターを調査対象として選定し、考察することは、地域のまちづくりを効果的に実践するという視点からとらえた場合、重要であるといえる。

以下、本章の構成を示す。第2節では、NPO法人に関する基礎的なデータについて確認し、その定義や先行研究で指摘されている問題点についてみていく。第3節では、調査対象であるまちづくり役場の設立の背景やその概要について確認し、同組織の活動内容、特に組織運営に関わる活動について聞き取りや現場で得られた一次資料を用いてみていく。そして第4節では、まとめと今後の課題について述べる。

2. 先行研究の概観

ここでは、NPOに関する基礎的なデータについて確認し、NPOの定義やそれが抱える問題点について先行研究をもとにしながらみていく。

2.1 NPO法人の認定数の推移

『図 4.1 NPO法人の認定数・認証数の推移』

図 4.1 をみると、特定非営利活動促進法が施行された 1998 年には認証法人数³⁾はわずか 23 件であったが、2015 年（6 月末現在）では、認証法人数と認定法人数⁴⁾の合計件数が 51,113 件にまで増加している。また、認定法人数は 2012 年度に行われた制度改正により同年度は 244 件であったが、2015 年度（6 月末現在）では 853 件へと急激に増加している。これらのデータから、NPO に対する社会の需要が高まってきていることがうかがえる。次に、NPO の定義についてみていく。

2.2 NPO の定義

内閣府 HP によれば、NPO とは「『Non-Profit Organization』又は『Not-for-Profit Organization』の略称で、様々な社会貢献活動を行い、団体の構成員に対し、収益を分配することを目的としない団体の総称」であるとしている⁵⁾。そして、そのうち特定非営利活動促進法にもとづき法人格を取得した団体を NPO 法人であると規定している。しかしながら田尾は、NPO の定義は定まっているわけではないと指摘する（田尾, 2001:299）。そのため、NPO の定義については、研究の分析目的に適したものをその都度採用するしかないのが現状である（山内, 1999:5）。

以上の内容を踏まえ、ここでは NPO の定義についていくつかの先行研究をレビューし、その構成要素を導出したうえで、本章の考察目的に適した定義を措定し、その意味する範囲について確認する。

山内は、NPO を「さまざまな非営利活動を行う非政府、民間の組織であり、株式会社など営利企業とは違って利益を関係者に分配しないような組織」であるとしている（山内, 1999:4）。馬頭・藤原は、「公益（社会一般の利益）を目的に活動する民間の組織のことであ

り、その活動内容や存在形態は多種多様である。営利を目的とする企業とは異なり、NPOは『ミッション（社会的使命）の達成』を目的にして活動している」ものであるとしている（藤原, 2009:30）。そして松本は、「法人格の有無にかかわらず、また構成員の活動も無償によるものか有償によるものかを問わず、公益性のある民間の非営利団体」である（松本, 2006:57）としているし、島田は、「民間によって自主管理されており、利益配分することなく、独自のミッション達成のために機能している組織」であるとしている（島田, 2005:32）。

これらの先行研究で NPO の定義に盛り込まれている要素は、(1)公益性があること、(2)民間の団体であること、(3)ミッション（社会的使命）の達成が活動目的であること、(4)関係者に利益が配分されないこと、である。以上の内容から、本章では、NPO を「公益性がある民間の団体であり、その活動目的はミッション（社会的使命）の達成であり、活動によって得られた利益は関係者に配分されないような組織（団体）」であると措定する。最後に、NPO という言葉が示す意味の範囲について確認する。

藤原 (2009) は NPO という言葉が示す範囲について、「特定非営利活動促進法 (NPO 法) によって認証された『特定非営利活動法人 (NPO 法人)』のみをさす場合 (最狭義の捉え方) もあれば、法人格をもたない各種ボランティア団体や市民活動団体も含めて捉える場合、また、公益法人 (社団法人・財団法人) や社会福祉法人、学校法人、医療法人等の『公益団体』を全て含める場合、さらには労働組合や協同組合等の『共益団体』も含めて捉える場合 (最広義の捉え方) もある」と述べている (藤原, 2009:30-1)。ここでは、最狭義の意味での NPO ととらえることにする⁶⁾。

2.3 NPO が抱える問題点

ここでは、NPO が抱える問題点として NPO の経営基盤の問題についてみていく。藤井は、日本政策金融公庫総合研究所が 2011 年に実施した「NPO 法人の経営状況に関するアンケート」データを用いて経営課題について述べている。それによると、「活動を行ううえで苦勞している点 (複数回答:n=3,455)」の項目では「事業収入の確保 (63.2%)」が最も多く、「補助金・助成金の確保 (40.3%)」、「会費・寄付の確保 (37.1%)」といった収入の確保に関するものが高いため、収入の確保が NPO の抱える最大の経営基盤の問題であるといえる (藤井, 2012:69)⁷⁾。

また、野口は NPO の経営基盤の脆弱性のほかに、その特殊性について、NPO はミッションの達成を重視する組織であり、その活動自体が個人の自主性や自発性に委ねられるた

め、組織の活動が自分の意に沿わない場合、自由に組織を退出することができる点を指摘している（野口, 2008:146-7）。その他、NPO の経営基盤の脆弱さを指摘する先行研究は少ない（山内, 1999:10; 田尾, 2001:303-4）。次節では、事例を通して NPO の経営基盤についてみていく。具体的には、観光都市として広く知られている滋賀県長浜市に活動拠点を置くまちづくり役場を調査対象とし、聞き取りや現場で得られた一次資料をもとに同組織の概要や組織運営に関わる活動などについて確認する。

3. 調査対象の概要と考察

本節では、調査対象であるまちづくり役場の概要や組織運営に関わる活動などについて確認する。ここでは同組織の設立の背景や組織概要、活動全般についてみたうえで、組織運営に関わる活動について具体的にみていく。

3.1 まちづくり役場設立の背景と組織概要

まず、まちづくり役場が設立された背景についてみていく。まちづくり役場が設立されたきっかけは、1996 年に大河ドラマ「秀吉」によるご当地博覧会「北近江秀吉博覧会」が長浜市で開催されたことにある。博覧会終了後、主要メンバーは博覧会の記念誌の作製のために金沢市へ行く車中で、博覧会の事務局本部として使用していた土田金物店をまちづくり役場として使用していくことを決定した。その際にまちづくり役場のコンセプトとして掲げられていたのは「限りなく市民レベルのまちづくりを行っていくための拠点とすること」であり、そのためには民間で運営する「民間市役所」を目指すというものであった⁸⁾。

このようにして、博覧会終了後、民間のまちづくりの拠点としてまちづくり役場が設立されることになった。次に、まちづくり役場の組織概要についてみていく。

まちづくり役場の特徴として、同組織の理事長や理事といった役員を挙げることができる。まちづくり役場の役員を務めるメンバーは、「長浜をよくしよう」という考えのもとに集まっており、それぞれのメンバーは自身が役員を務めることで、まちづくり役場に対するセーフティーネットを築いている。実際に、まちづくり役場の役員の多くは長浜青年会議所（以下、長浜 JC とする）の歴代の理事長を務めており、さまざまな分野においてサポートを受けることができる体制が整えられている⁹⁾。まちづくり役場の日常の業務は、理事である H.Y と事務の K.H によって運営されているほか、水曜日には小学校や公務員の OB で構成されている一休会のメンバーによって活動が行われている¹⁰⁾。

3.2 まちづくり役場の活動内容

前述したように、まちづくり役場は「市民レベルのまちづくりの拠点」という考えのもとに設立された組織であるため、2003年にNPO法人格を取得してからはもちろん、それ以前の任意団体の期間においてもまちづくりの実践というミッション（社会的使命）を行っている。設立初期から現在に至るまで、その活動内容は主に組織運営の費用を賄うための活動と、収入を得ないボランティア活動とに大別することができる。そこで、ここではまちづくり役場の主な活動について経済的な側面を持つ活動と非経済的な側面を持つ活動に分類し、それぞれについて確認する。

まず、経済的な側面を持つ活動についてみていく。これらの活動には、視察・講演事業、賃貸事業、事務委託事業、商店街店舗が記載されている「長浜まち歩きMAP」の作製事業などがある。

視察・講演事業は、もともとは（株）黒壁が無償で行っていた。しかし、視察や講演に関する問い合わせや依頼があまりにも多く寄せられたため、（株）黒壁の本業にまで影響がはじめ、まちづくり役場がその役割を担うことになった。当時は、まちづくり役場を設立して間もない時期であったため、視察や講演事業は有料化され、現在に至るまでまちづくり役場の貴重な収入源となっている¹¹⁾。賃貸事業に関してまちづくり役場は、（株）京都放送と（株）文教スタジオと契約を結んでいる¹²⁾。前者の場合は、週に一度まちづくり役場内で地域密着型のラジオ番組を放送する際に必要なスペースを提供しており、後者の場合は、観光客に対する写真撮影を行うために必要とされる事務局スペースを提供している。そして、まちづくり役場は出島塾や黒壁グループ協議会の事務局も担当しており、それらの活動を円滑にするためのサポートを行っている¹³⁾。最後に、観光マップ事業である。現在、まちづくり役場は商店街店舗が記載されている「長浜まち歩きMAP」の作製業務を手掛けている。このマップは多くの観光客が手にしているものであり、マップが果たしている役割は大きいことがうかがえる¹⁴⁾。次に、非経済的な側面を持つ活動についてみていく。

非経済的な側面を持つ活動には、観光客から寄せられた苦情の処理、観光客に対するサポート業務、お雛さまめぐりイベントの開催、黒壁グループ協議会のイベントの支援などがある。

まず、観光客から寄せられた苦情の処理についてみていく。長浜を訪れた観光客の中には、思っていたような接客サービスを受けることができなかつたり、店舗の品ぞろえなど、さま

ざまな不満を抱えている人も存在する。しかしながら、その場で面と向かってそのような苦情をいうことは難しく、観光終了後、まちづくり役場に苦情の電話が来ることがある。そのような苦情を受けたまちづくり役場が商店街店舗に苦情の内容を伝えることで、商店街の質の維持が図られている¹⁵⁾。また、観光客に対するサポート業務では、どこへ訪れたらよいか、それぞれの観光目的に適した散策をするにはどのように訪れたらよいかなどの相談を受けている。これにより、観光客がそれぞれの目的に沿った形で散策できるようになっている。さらにイベントに関する活動には、お雛さまめぐりや黒壁グループ協議会が開催するイベントの支援などがある。お雛さまめぐりは2009年から開催されており、比較的最近はじめられたイベントである。このイベントは3月に各店舗にお雛さまを飾るというものであり、観光客の目を楽しませるといった目的のもとに行われている。また、同時期に、参加を呼びかけた商店街店舗の提案により、5月には五月人形を飾る五月人形めぐりというイベントも行われるようになっている¹⁶⁾。最後に、黒壁グループ協議会が開催するイベントの支援である。黒壁グループ協議会は、まちの灯りに関するイベントを定期的に行っており、その目的は利益を上げることではなく、観光客や地域住民にガラスを用いた灯りのイベントを楽しんでもらおうというものである¹⁷⁾。まちづくり役場は、このイベントの支援を行っている。次項では、同組織の組織運営に関わる活動について具体的にみていく。

3.3 まちづくり役場の組織運営に関わる活動

ここでは、聞き取り等によって得られたデータをもとにまちづくり役場の組織運営に関わる活動についてみていく。まず、収入についてみていく。具体的には、まちづくり役場の組織運営の大部分は、(1)視察・講演事業、(2)賃貸事業、(3)事務委託事業、(4)観光マップ事業、によって賄われている。(1)は観光都市としての長浜市に価値が認められていることによって成り立っている事業である。(2)は(株)京都放送によるものと、(株)文教スタヂオによるものがある。これらについて、まちづくり役場は前者については地元密着型の番組を放送するため、後者については観光客向けの写真撮影業を行うためのスペースを提供している。(3)は出島塾によるものと、黒壁グループ協議会によるものがある。前者について、まちづくり役場は、まちづくりに関する議論を行えるような場を提供しており、後者は、同協議会が開催している例会の準備などの支援活動を行っている。(4)は観光客向けに配布される商店街店舗が記載されたマップを作製する事業である。次に、これらの項目についてさらに具体的にみていく。

最初に、(1)の視察・講演事業についてである。まちづくり役場で視察・講演事業がはじまったのは(株)黒壁によって観光客が増加したところによるもの大きい。全国的に長浜市のまちづくりの手法、なかでもまちづくり会社としての(株)黒壁に注目が集まり、多くの地域から視察に訪れるようになった。これらの視察の受け入れは、当初(株)黒壁がその業務を行っていたが、観光客の増加とともに依頼数が増加し、本業にまで影響を及ぼしはじめたため、この活動をまちづくり役場に任せるようになった。この事業はまちづくり役場の運営費を賄うという側面が大きく、講師を担当する人間は無償で業務を行っている。また、視察に訪れた人々がその対応に感動し、「講師として自分たちの地域まで来てくれないか」という依頼が舞い込むようになり、講演事業も行われるようになった¹⁸⁾。

次に(2)の賃貸事業についてみていく。まちづくり役場は、(株)京都放送および(株)文教スタジオと賃貸契約を結んでいる。まず、(株)京都放送についてみていく。同社はもともと、長浜市の郊外型大型ショッピングセンター「長浜楽市」でラジオ番組を放送していた。しかしながら、長浜楽市の経営不振により、番組の継続が困難になったため、まちづくり役場と賃貸契約を結んだ。その後、現在に至るまで番組は継続しており、地元に着した内容を放送している¹⁹⁾。

続いて、(株)文教スタジオについてみていく。同社は観光写真事業で長浜市へ進出する以前から、同市の小中学校のスクールアルバム事業を営んでいた。その後、秀吉博をきっかけに観光写真事業においても長浜市へ進出することになった。同市への本業での進出の理由としては、(株)黒壁による観光客の増加現象や、同市の観光地としての立地に注目していたためである。つまり、同社は長浜市を観光地として高く評価していたからこそ進出したといえる²⁰⁾。

さらに、(3)事務委託事業についてみていく。まちづくり役場は、出島塾と黒壁グループ協議会の事務局を担当している。出島塾は、1996年に開催された北近江秀吉博覧会でトータルコーディネーターを務めた出島二郎を講師に迎え、地元の経営者やその後継者たち、さらには若い世代の人たちに対して主にまちづくりというテーマについての勉強会を開催している私塾のことである。この私塾は1997年からはじまり、出島に3日間長浜に滞在してもらい、教えを乞うというものである。具体的には企業家の息子たちのために開かれているマーケティング塾、飲み会形式のクラブDJ、若い人向けの淡海万葉学会があり、これら3つの講座の開催により、出島塾ははじまった。また、塾の会員たちはまちづくりの勉強会に参加することのほかに、まちづくり役場の運営を助けようとする思いも抱いている²¹⁾。ま

ちづくり役場は出島塾の勉強会の会場運営や資料の作成などの業務を行っている。

黒壁グループ協議会とは、当時（株）黒壁の役員であった笹原司朗が、ガラスをコンセプトとしたまちづくりを行うために設立した任意団体である。同協議会についてみると、同協議会の事務局がまちづくり役場に委託されている理由には、グループの加盟店の増加により、（株）黒壁の内部で協議会の事務的な業務を行うことが大きな負担になってきたことや、まちづくり役場の運営を助けるということがある²²⁾。まちづくり役場は月に一度開催される例会の準備などの支援活動などを行っている。

最後に、(4)の観光マップ事業についてみていく。「長浜まち歩きマップ」の作製には記載される商店街店舗の賛同が必要であり、それらの店舗から作製費を徴収して初めて事業が成立する。博覧会など大きなイベントが開催され、多くの観光客が見込めるような年には、商店街店舗もマップの作製に協力的であるが、大きなイベントが開催されない年になると、協力を得ることは難しいのが現状である²³⁾。

これらの事業のうち、観光に関する事業についてみると、(1)、(2)の文教スタヂオ、(3)の黒壁グループ協議会、(4)があてはまるといえる。これらの事業においてはまちづくり役場の組織運営に占めるウェイトが大きいため、同組織はその収入の大部分を観光に依存しているといえる。つまり、観光客が減少していけば、まちづくり役場の存続そのものが危うくなるという危険性が潜んでいるということである。

4. 結語と今後の課題

本章では、まずNPO法人に関する基礎的なデータについて確認し、その定義や抱えている問題点について関連する先行研究を概括した。そのうえで、事例として滋賀県長浜市中心部に活動拠点を置くまちづくり役場を選択し、その組織運営を中心にみてきた。ここでは、先行研究を踏まえながら、同組織が抱えている問題点や今後の展望について述べる。

先行研究では、NPOの抱える問題点として経営基盤の脆弱さが指摘されており、これは調査対象であるまちづくり役場においてもあてはまる。具体的には同組織の場合、収入の大部分が観光関連の事業であるため、観光地としての長浜市の価値が下がるようなことがあれば組織運営そのものに支障をきたす可能性があることが明らかになった。最後に、同組織が抱えるこのような問題点を踏まえつつ、今後の展望について述べる。

現在、まちづくり役場は非常に厳しい組織運営を行わなければならない状況にある。そのため、まず収入チャンネルを増やすことが必要になるであろう。つまり、まちづくり役場は

観光以外の事業も手掛けて、自身の収入を増加させることにより、組織の安定性の向上を目指すことが求められる。具体的には、視察・講演事業を通じて構築された地域外部とのネットワークをいかした事業などがある。これは、まちづくりを実践してきた他地域においてどのような問題点が存在しており、それをどのように解決してきたのかといった情報を幅広く集めたりするような活動である。ここでポイントになるのが、観光に関する情報だけでなく、他産業に関する情報についても集めることである。これにより、まちづくり役場は(株)黒壁を中心にした観光産業・ガラス産業に関するアクター以外にも、それに関連する産業分野のアクターとのつながりも形成することができるようになる。その結果、長浜市中心部における産業構造がより多様性をもつようになるであろう。こうすることで、長浜市中心部がより多様な産業構造を形成するようになり、地域産業という観点からとらえた場合においても、その安定性が増すといえる。また、このような活動を効果的に行うことができれば、まちづくり役場自身も仲介業務としての手数料収入を得られるほか、産業構造の多様化により新たな事業展開が見込める可能性が高まるといえる。

支出に関しては、家賃をまちづくり役場の収入額とリンクさせる形で決めることが必要になると思われる。つまり、まちづくり役場の収入額が増加すればその分家賃が値上がりし、逆に収入額が減少すればその分家賃が値下がりするというようなシステムである。このように、まちづくり役場は自身の組織運営を持続可能なものにするためにも地域外部とのつながりを積極的に活用し、支出に関しても現状に即したシステムを導入する必要があるように思われる。

注

1)内閣府 NPO HP「特定非営利活動法人の活動分野について（平成 27 年 3 月 31 日現在）」（<https://www.npo-homepage.go.jp/about/toukei-info/ninshou-bunyabetsu>, 2015 年 10 月 28 日閲覧）。

2)図 4.1 は、内閣府 NPO HP「認証・認定数の遷移・認証・認定数の推移」（<https://www.npo-homepage.go.jp/about/toukei-info/ninshou-seni>, 2015 年 8 月 21 日閲覧）をもとに筆者が作成した。ただし、同 HP における 2015 年度に関する数字は同年度の 6 月末時点におけるものである。なお、注 1-5 の内容は同 HP の同ページを参照・引用したものである。

3)認証法人とは、特定非営利活動法人制度にもとづいて法人格を付与された団体を指す（内

閣府 NPO HP「NPO のイロハ:特定非営利活動法人(NPO 法人)とは」:<https://www.npo-homepage.go.jp/about/npo-kisochishiki/npoiroha>, 2015 年 10 月 22 日閲覧)。

4)認定法人とは、NPO 法人のうち実績判定期間（直前の 2 事業年度）において一定の基準を満たすものとして所轄庁の「認定」を受けた法人のことであり、税制上の優遇措置を受けることができるものである（内閣府 NPO HP「NPO のイロハ:認定特定非営利活動法人（認定 NPO 法人）とは」:<https://www.npo-homepage.go.jp/about/npo-kisochishiki/npoiroha>, 2015 年 10 月 22 日閲覧）。

5)ここでの記述は内閣府 NPO HP「NPO のイロハ:NPO とは」（<https://www.npo-homepage.go.jp/about/npo-kisochishiki/npoiroha>, 2015 年 10 月 22 日閲覧）から引用した。

6)このような点について、たとえば高橋は、主に輸送サービス供給において、非営利組織が果たすべき機能や、その組織形態について述べている（高橋, 2006:201-9）。

7)その他の項目では、「採算・資金繰り」や「人材」、「組織運営」といったものが高い割合を示している（藤井, 2012:69）。

8)2012 年 8 月 9 日、H.Y 氏（まちづくり役場理事）への聞き取りによる（56 分、「まちづくり役場設立の背景について」ほか）。

9)2011 年 2 月 15 日、H.Y 氏（まちづくり役場理事）への聞き取りによる（270 分、「まちづくり役場の役員について」ほか）。

10)2010 年 12 月 20 日、A.T 氏（まちづくり役場理事）への聞き取りによる（120 分、「まちづくり役場と一休会との関係性について」ほか）。

11)視察や講演事業はまちづくり役場の関係者だけではなく、当時のまちづくりのキーパーソンたちが無償で業務を引き受けているため、この事業によって得られた収益はすべてまちづくり役場のものになっている（2011 年 12 月 24 日、H.Y 氏（まちづくり役場理事）への聞き取りによる（180 分、「視察・講演事業における収入について」ほか））。

12)そのほかにも、以前は、びわ湖放送（株）とも賃貸契約を結んでいたが、経営陣の交代などにより、現在では賃貸契約は結ばれていない（2011 年 12 月 24 日、H.Y 氏（まちづくり役場理事）への聞き取りによる（180 分、「まちづくり役場とびわ湖放送（株）との関係性について」ほか））。

13)2010 年 11 月 14 日、H.Y 氏（まちづくり役場理事）への聞き取りによる（210 分、「出島塾について」ほか）。2010 年 11 月 27 日、K.H 氏（まちづくり役場事務職員）への聞き取りによる（40 分、「黒壁グループ協議会の事務局としてのまちづくり役場について」ほか）。

- 14)2012年1月17日、M.S氏(琵琶倉庫(株)代表取締役相談役)、H.Y氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(75分、『長浜まち歩きMAP』について)ほか)。
- 15)2012年1月17日、M.S氏(琵琶倉庫(株)代表取締役相談役)、H.Y氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(75分、「まちづくり役場と商店街店舗との関係性について」ほか)。
- 16)2011年2月5日、H.Y氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(330分、「お雛さまめぐりと五月人形めぐりイベント」ほか)。
- 17)2011年2月23日、H.N氏(古美術西川経営者)への聞き取りによる(30分、「黒壁グループ協議会とイベントについて」ほか)。
- 18)2011年12月24日、H.Y氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(180分、「まちづくり役場の視察・講演事業について」ほか)。
- 19)2012年8月4日、(株)京都放送滋賀総局総局長(当時)のK.U氏(現京都健康プランナーズプロデューサー)への聞き取りによる(80分、「長浜市における(株)京都放送の活動について」ほか)。
- 20)2012年7月23日、S.T氏((株)文教スタジオ専務取締役)への聞き取りによる(60分、「長浜市への進出理由について」ほか)。
- 21)2010年11月16日、H.Y氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(68分、「出島塾について」ほか)。
- 22)2011年12月24日、H.Y氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(180分、「黒壁グループ協議会について」ほか)。
- 23)2012年8月3日、H.Y氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(180分、『長浜まち歩きMAP』について)ほか)。

第5章 まちづくり役場の組織運営ネットワーク

1. 問題の所在

近年、わが国では人口や財政面などにおいて全面的な縮小社会化の時代を迎えている（田中, 2011:6）。本章の目的は縮小社会化が進む現代において、観光産業の側面から地域再生のカギとなる組織の事業ネットワークについて考察することにある。観光産業において地元の商店街は依然として厳しい状況にさらされており、さまざまな問題を抱えている（中小企業庁, 2013:13-20）。そのため、地域の再生につながるような持続的なイベントを協力して行ったり、地域の外部からさまざまなアイデアを取り入れることで自分たちの地域の魅力を向上させることは難しい。このような活動を効果的に行うためには地域内のアクター間の緊密な連携を実現させ、地域の外部からもさまざまな情報や価値観、ノウハウなどを取り入れていくことが必要になる。つまり、地域の再生を図るためには地域の内部と外部との間を取り持つ組織が重要な役割機能を果たすことが求められるのである。

ここで注目したいのは、そのような組織は事業を行うにあたり、どのようなネットワークを構築することで運営されているのか、という点である。組織は地域の内部と外部との間を取り持ちながらどのように運営されているのか、この点を明らかにするためには組織の事業を地域内部でのネットワークと外部とのネットワークとに分類する必要がある。従来の観光産業に関する先行研究では地域内のアクター間の活動に焦点が当てられているものが多いが、ここでは地域内部と外部とを結ぶ位置にある組織の運営について目を向けることの重要性を強調したい。

事例として取り上げる地域では、地域内にある企業が誕生して以来、それまで客足が遠のいていた商店街に活気が戻り、毎年数多くの観光客が訪れている。また、調査対象である組織は、観光客に配布する商店街店舗が掲載されたマップの作製や地元住民のふれあいの場づくり、イベントを行う団体のサポート、視察や講演業務、賃貸業務などの事業を展開しており、地域内外で多様な活動を行っている。この組織は非営利法人であるにもかかわらず、補助金の類はあまり受け取っていないことで知られている。そのため、地域の再生をめざし、地域内部と外部とを結びつけるような組織の存続という点において大きな意義を持つのではないと思われる。

ただ、このような視点からの考察は、あくまで組織運営と地域内外のネットワークとの関係からとらえたものであるため、組織の運営に直接関わるものしか取り上げておらず、その

点で一定の限界性を有している。そのような限界性を踏まえたうえで、ここでは地域再生のカギとなるような組織の運営について考察する。

以下、本章の構成を示す。第2節では、地域内部と外部とを結ぶ位置にある組織の運営についてみていく際に参考になる構造的空隙 (structural holes) やネットワークの対概念に関する先行研究をレビューする。第3節では、調査対象の概要についてみていく。そして、調査対象の組織運営についてネットワークの対概念を用いてみていき、時系列的な側面から考察する。第4節では、まとめと今後の課題について述べる。

2. ネットワーク論におけるアプローチ——構造的空隙とネットワークの対概念

ネットワーク論の観点から、地域内部と外部とを結ぶ組織の位置づけを行う場合、Burtの構造的空隙論が参考になる (Burt, 1992=2006)。構造的空隙論とは、それまで接点がなかった集団間 (コンタクト) の境界のことを構造的空隙と定義し、その境界を橋渡しする存在 (プレイヤー) こそが競争優位性を得ることができるというものである (Burt, 1992=2006:i)。本章のコンテキストに沿っていえば、それまで接点がなかった地域間の境界が構造的空隙であり、その境界を橋渡しする役割を果たすのが地域間を結ぶ位置にある組織である¹⁾。

Burtは、構造的空隙の競争優位性を大きく情報利益と統制利益に分類している。情報利益にはアクセス、タイミング、照会がある (Burt, 1992=2006:7-8)。アクセスとは価値ある情報を受け取り、その情報をいかすことができる相手を知っているということであり、タイミングは情報が最も価値ある時期に入手できることである。そして、照会とは手に入れた情報が正当性を有していることである。一方、統制利益とは第三者的立場からの交渉のしやすさや利益獲得の可能性が高まることである (Burt, 1992=2006:25)。ただし、ここでは地域内に帰属しながら地域外とのつながりを形成している組織を対象にしているので、第三者的立場からの交渉ではなく、地域内の良さをうまく利用しながら地域外と交渉できること、利益とは地域内に還元されるもの、であるとしておく²⁾。

またBurtは、Granovetterの「弱い紐帯の強み」理論 (Granovetter, 1973, 1974=1998) を用いて、集団間で形成されているネットワークを「弱い紐帯」ととらえ、弱い紐帯が構造的空隙を橋渡しするものであり、有効であると主張した。その後、プレイヤーが構造的空隙のメリットをいかすには集団内部の凝固性・閉鎖性が決定的に重要であるとした (Burt, 2001)。つまり、外部との多様なつながりを形成していても、そのメリットをいかせるのは

集団内部において緊密なつながりが形成されている場合であるということである³⁾。

このように、集団の外部との多様なつながりや集団の内部での緊密なつながりは、ネットワーク論の分野においてネットワークの対概念として議論されてきた。歴史的な潮流をみると、ネットワークを「高度に結合したネットワーク」対「分散したネットワーク」ととらえた Bott (1955)、コミュニティ問題において「第一次的紐帯」と「第二次的紐帯」という概念を用いた Wellman (1979)、紐帯の強弱に着目した Granovetter (1973, 1974=1998)、閉鎖的ネットワークの社会的資本の重要性を主張した Coleman (1988)、そして Coleman の「閉鎖的ネットワーク」と自身の「構造的空隙」を対比した Burt (1992=2006) などの研究がある⁴⁾。このように、ネットワークの対概念についてはさまざまな議論がなされてきたが、近年では Burt (2001) の議論に代表されるように、論者によって概念の表現は異なるものの、ネットワークの対概念をバランスよく備えることが重要であるととらえられてきている (Burt, 2001;西口編, 2003;西口, 2007)。

これらネットワークの対概念に関する先行研究をみてみると、その底流には開放性として「相手集団の異質性や多様性」、「普段の接触頻度の少なさ」が、閉鎖性として「同質性」、「同一地域・範囲内での親密性の高さ」がある。ここでいう「相手集団の異質性や多様性」とは、多くの異なる価値観や文化を持った集団のことであり、「接触頻度の少なさ」は（たとえ地域内で活動することがあっても）それほど地域内部のアクターと接触を持たないことである。これとは対照的に、閉鎖性とは同一地域内で同じ価値観や文化を共有し、普段からの接触頻度が高いものである。このような点を踏まえると、開放性を備えたネットワークは他地域に全社レベルでの活動拠点があり、地域内で活動することはあるものの、接触頻度が少ない地域内のアクターとの間に形成されるものであるといえる。そして、閉鎖性を備えたネットワークは地域内に活動拠点があり、地域内部でそれぞれ頻繁に接触しているアクター同士で形成されるものであるといえる。

以上の点を踏まえ、次節では具体的事例についてみていく。

3. 構造的空隙と開放的・閉鎖的ネットワーク

前節では、地域内部と外部とを結ぶ位置にある組織について Burt の構造的空隙論を用いて述べた。その際に、構造的空隙の位置にある組織が社会構造上で優位性を持つためには、開放性を持ったネットワーク（以下、開放的ネットワークとする）と閉鎖性を持ったネットワーク（以下、閉鎖的ネットワークとする）をバランスよく備えている必要があり、近年の

ネットワーク論においてはそのような議論が活発になされている（Burt, 2001;西口編, 2003;西口, 2007）。ここでは、地域社会において構造的空隙の位置にある組織が形成している地域内部でのネットワークと地域外部とのネットワークについて、前節で述べたネットワークの対概念に依拠して、観光産業の事例を用いて検討する。

ここで着目するのは、滋賀県長浜市の事例である。同市は、それまでさびれていた市中心部が第三セクター（株）黒壁（以下、（株）黒壁とする）の設立を機に再生を遂げた地域である（矢部, 2010b）。その後、地域内部と外部とを結び、地域の再生に取り組んでいる組織が誕生した。まちづくり役場（1998年設立、現在NPO法人）である。以下、同組織について詳しくみていく。

3.1 調査対象地域の概要

まず、この地域についての概要をみておく。長浜市は滋賀県の東北部に位置しており、北は福井県、東は岐阜県に接している。また、長浜市は京都市や名古屋市から約60km圏域、大阪市からは約100km圏域にあるため、京阪神や東海、北陸の経済圏域の結節点として知られている（長浜市, 2014:1）。同市はそれまで衰退していた市中心部が、（株）黒壁の設立を契機に観光客が増加した地域である。同社の設立から20年以上が経過した現在においてもなお、観光産業によって再生を果たした地域として広く知られている（實, 2008;鳥居, 2009;矢部, 2010b）。

この地域の特徴として、地理的条件と地域固有の文化がある。長浜市は京阪神や東海、北陸といった経済圏域に比較的近いこと、地域固有の文化である「進取の気性」と相まって常に先端の情報や周囲の動向に目を向けてきた。また、地域内においては、（株）黒壁の設立を機に、市中心部でのイベントや観光客用の散策マップの作製などを担当する黒壁グループ協議会（1996年設立）、遊休不動産やホテル経営、駐車場の管理を行う（株）新長浜計画（1996年設立）、商店街店舗のサポートや長浜市への視察や講演業務を請け負うまちづくり役場、長浜の新たな地域振興に対してさまざまなアドバイスを提供する長浜まちづくり（株）（2009年設立）などの組織が次々と誕生し、まち全体としての多様性が形成されつつある。

これらの組織の多くは、主に市中心部において賑わいを創出することを目的として設立されたものであり、地域内部の緊密なネットワークを形成し、発展してきた。そのような組織にあって、まちづくり役場は地域内のネットワークの形成や発展に寄与してきたと同時

に、地域外部とも多様なネットワークを形成している点にその特徴がみられる。まちづくり役場は、1996年に開催されたイベント「北近江秀吉博覧会」（以下、秀吉博とする）を契機に設立された。大河ドラマとタイアップしたご当地博覧会である秀吉博は、当初の40万人という目標を大幅に上回る82万人もの観光客を呼び込むことに成功したイベントである⁵⁾。博覧会終了後に長浜のまちづくりの機運が高まったことも相まって、市民レベルのまちづくりの拠点となる組織を設立することになり、1998年1月にまちづくり役場としてのスタートをきった⁶⁾。まちづくり役場の理事には、自由な活動ができるようにとの意図から長浜青年会議所（以下、長浜JCとする）の歴代理事長らが多く名を連ねている⁷⁾。

組織運営は、主に長浜市中心部の再生を果たしたノウハウを提供するために行われている視察や講演事業、地元の経営者に対する教育の場の提供や各種イベント等を行う際のサポートを行うための事務委託事業、各種放送局等との契約による賃貸事業、そして地元商店街店舗の情報が掲載された観光マップ事業が中心である⁸⁾。

このような点を踏まえ、以下ではこれら組織運営に関わる事業について開放的・閉鎖的ネットワークの観点から考察する。

3.2 開放的ネットワーク——視察・講演事業と賃貸事業

『図 5.1 まちづくり役場の組織運営に関わる主要な組織間関係』

視察・講演事業

まず、視察・講演事業についてみていく。視察・講演事業は（株）黒壁の設立後、観光客数が増加し、全国から視察の依頼が舞い込むようになったのがそのはじまりである⁹⁾。（株）黒壁による観光客の増加現象に全国の自治体や団体が注目し、視察の依頼が数多く寄せられるようになった。当初は、観光客の増加を実現させた（株）黒壁が視察の対応を無償で行っていたが、あまりにもその数が多く、多忙であったため、本業のガラス事業までもが影響を受けるようになった。この状況を見かねた（株）黒壁役員（当時）の笹原司朗が視察業務をまちづくり役場に委譲するように働きかけたのである。笹原は当時の状況について、「視察の人たちが年間で200人も来られると、総務の方では手が回らなくなってしまい、大変だった」と述べており¹⁰⁾、その多忙さが（株）黒壁にとって大きな課題であったことがうかがえる。

このような経緯を経て、まちづくり役場での視察事業がスタートした。設立して間もないまちづくり役場にとって視察事業は貴重な収入源となった¹¹⁾。また、視察に来て、その内容に共感した団体からのオファーを受ける形で講演業務も開始された。まちづくり役場はこのようにして視察・講演業務を行っていったが、その業務はまちづくり役場の人間だけではなく、笹原をはじめ、当時のキーパーソンが無償で引き受けていたのである¹²⁾。

ここで、視察・講演事業を行うことで形成されたネットワークについてみておく。視察や講演を依頼した相手は全国各地の自治体や団体であるが、まちづくり役場はこれらのアクターに対し、頻繁に連絡を取り合っているわけではない。さらに、視察や講演事業を通してつながりをもった自治体や団体の総数は 2,300 件以上にもなるため開放的ネットワークの性質を備えているといえる¹³⁾。

賃貸事業

まちづくり役場と賃貸契約を結んでいる組織には(株)京都放送、びわ湖放送(株)、そして(株)文教スタジオがある。ここでは、まちづくり役場がこれらの組織と賃貸事業を通じて形成したネットワークについてみていく。

(株)京都放送は、京都市に本社を置く放送局である。同社がまちづくり役場と賃貸契約を結ぶことになったのは、それまで巨大ショッピングセンターの長浜楽市で放送していた地元密着型のラジオ番組が、長浜楽市の経営不振により継続できなくなったためである。このラジオ番組は非常に高い聴取率を出していたため¹⁴⁾、(株)京都放送は番組の放送を継続できる新しい受け入れ先を探していた。そのような情報を聞きつけたまちづくり役場の関係者たちが、「うちでラジオ番組を放送しませんか」¹⁵⁾と話を持ちかけたのである。(株)京都放送側としてはこの申し出を受けたのだが、それは地元密着型番組が放送できるということが大きく影響している。(株)京都放送のような大都市圏に本社を置く大きな放送局は、都市住民の興味を引くような番組を制作する傾向があり、結果として人気タレントを起用することが多い。しかしながら、そのような番組は地方では受け入れられにくく、安定した聴取率を出すことは難しい。これに対し、地元密着型の番組は自分たちの地域の番組であると認識され、安定した聴取率を出すことが可能になる。これにより、放送局側としては大都市と地方の両エリアにわたり安定した聴取率を確保することができる¹⁶⁾。

こうして、1998年4月にまちづくり役場でのラジオ放送が開始された。地元密着型の番組を放送するという当初の理念から、スポンサーは地元の企業や商店が中心である。また、

番組についても第 1 回目に長浜のまちづくりに関わった人たちをゲストに迎えており、内容も地域色を前面に出したリスナー参加型の運営方式をとっている¹⁷⁾。その後、番組名は何度か変更されたものの、一度も中断されることなく現在に至っている¹⁸⁾。

次に、当時まちづくり役場と賃貸契約を結んでいたもう 1 つの放送局であるびわ湖放送(株)についてみていく。びわ湖放送(株)は滋賀県大津市に本社を置く放送局である。同社がまちづくり役場と賃貸契約を結ぶきっかけとなったのは、H.Y(まちづくり役場理事)が滋賀夕刊新聞社を 1995 年に退社したことにはじまる。同社を退社後、H.Y はびわ湖放送(株)への就職を希望したが、事態は思うように進展しなかった。

そのような中、長浜市で秀吉博が開催されることになり、期間中、H.Y は広報スタッフとして全国のメディアの取材対応を行った。秀吉博終了後、まちづくり役場の設立が提案され、H.Y は周囲の勧めもあり、まちづくり役場で働くことになった。その際、秀吉博の主要メンバーは H.Y に放送関係の仕事をまちづくり役場でさせてあげたいとの思いから、びわ湖放送(株)にまちづくり役場での番組制作を働きかけたのである。その結果、1997 年 12 月、まちづくり役場とびわ湖放送との間で賃貸契約が結ばれた。番組は、長浜の話題を中心にテレビ電話を用いて週に一度の頻度で放送された¹⁹⁾。その後、びわ湖放送(株)社長の交代、彦根営業所の営業担当の変更等に伴い、まちづくり役場との賃貸関係は解消され、現在に至っている²⁰⁾。

最後に、(株)文教スタジオについてみていく。(株)文教スタジオは滋賀県彦根市に本社を置く会社である。同社は観光写真事業で長浜市への進出機会をうかがっていたが、その理由は長浜市が京阪神や東海、北陸の経済圏域の結節点に位置する観光地としての魅力に加え、(株)黒壁による観光客の増加現象にあった²¹⁾。その後、秀吉博が長浜市で開催されるという情報を聞きつけ、これを機に本格的に本業で長浜市に進出を果たすことになったのである。

長浜市へ進出するにあたり、まず秀吉博の事務局本部へ写真撮影を行うことの許可を取り付け、秀吉博の期間中に業務を行えるようにした。その際、事務所として使用していたのが現在のまちづくり役場のある場所である²²⁾。当時、文教スタジオ側は秀吉博をきっかけにして、今後も継続的に長浜市のまちなかで観光写真事業を行うことを考えていた。そして秀吉博終了後、同社は長浜市での観光写真事業を申し出、1997 年 4 月、(株)黒壁および(株)新長浜計画との間で土田金物店(当時の秀吉博の事務局本部)に事務所を置くための賃貸契約を結んだ²³⁾。その後、土田金物店にまちづくり役場が設立されるに伴い、同社が

まちづくり役場に事務所賃貸料を支払うという体制が築かれるようになった。そして、現在に至るまで賃貸契約の内容は変わらず、まちづくり役場との関係は続いている。

ここで、まちづくり役場が賃貸事業を通じて形成したネットワークについてみていくと、(株) 京都放送、びわ湖放送 (株)、そして (株) 文教スタジオのいずれにも共通する特徴がある。1つは全社レベルでの活動拠点が長浜市以外の地域にあること、2つは日常的に長浜市における各アクターと接触する頻度が低いことである。

前者については、(株) 京都放送は京都市、びわ湖放送 (株) は大津市、(株) 文教スタジオは彦根市に本社が置かれており、それらのいずれにおいても全社レベルでの活動拠点は別の地域に存在しているといえる。また、活動内容からみてもそれぞれの組織にとってまちづくり役場での事業は単なる一事業であるため、全社レベルでの活動拠点がまちづくり役場にあるとはいえない。後者については (株) 京都放送、びわ湖放送 (株) は、番組放送時のみまちづくり役場に設置されている事務所を使用しており、コミュニケーションは限定されている。また、(株) 文教スタジオのケースでは写真撮影という業務の性質上、まちづくり役場のメンバーと日常的に接触しているものの、業務自体は屋外で行われているため、コミュニケーションに関してはまちづくり役場のメンバーとあいさつが交わされる程度である²⁴⁾。

以上の点を踏まえると、まちづくり役場が賃貸事業を通じて (株) 京都放送、びわ湖放送 (株)、(株) 文教スタジオとの間で形成したネットワークは、開放的ネットワークの性質を備えているといえる。

3.3 閉鎖的ネットワーク——事務委託事業と観光マップ事業

事務委託事業

まちづくり役場が事務委託業務を結んでいる組織は、出島塾と黒壁グループ協議会である。ここでは、まちづくり役場がこれらの組織との間で形成したネットワークについてみていく。

まず出島塾であるが、同塾は秀吉博でトータルコーディネーターとして招かれていた出島二郎を講師として迎え、まちづくりに関する勉強会を行うための私塾として 1997 年に発足した組織である²⁵⁾。まちづくり役場の設立に伴い、出島塾の事務局がまちづくり役場に委託された²⁶⁾。まちづくり役場への事務局の委託は、出島塾の塾生によるところが大きい。もともと出島塾は、出島のまちづくりに関するノウハウを長浜の人たちが学ぶ場として設

立された組織である。そのため、塾生は長浜市内の企業の経営者やその後継者、さらにはまちづくりに関わる人たちで構成されている。彼らのまちづくり役場の運営を助けようとする思いが事務局のまちづくり役場への委託を実現させ、現在に至っている。

次に、黒壁グループ協議会についてみていく。黒壁グループ協議会は、当時（株）黒壁の役員であった笹原が、ガラスをコンセプトにしたまちづくりを行うために1996年に設立した任意団体である。黒壁グループ協議会の主な活動としては、グループ店舗が掲載されている「黒壁スクエア散策MAP」の作製、地元住民や観光客に楽しんでもらうためのイベントの開催などがある²⁷⁾。黒壁グループ協議会の事務局は、当初（株）黒壁が担っていたが、事務局の運営負担が大きいことやイベントなどを行う際に（株）黒壁に縛られない自由な活動を行うということ、さらにはまちづくり役場の運営を助けるといった理由などからまちづくり役場に事務局が委託されるようになった²⁸⁾。

現在、まちづくり役場は、グループの事務局として月に一度行われる例会の準備やイベントの手伝いなどを行っている²⁹⁾。

このように、まちづくり役場と出島塾および黒壁グループ協議会との間にはネットワークが形成されているが、それぞれの活動拠点は長浜市中心部にあり、普段から接触頻度が高いことがうかがえる。出島塾はまちづくり役場が事務局を担っているため、長浜市中心部で開催されている。また、講師の出島は金沢在住であるものの、塾生は全員長浜市民である。彼らはもともと顔見知りであるため、日常的に接触する頻度も高く、緊密な関係を築いている。黒壁グループ協議会も、メンバーは（株）黒壁のグループ店舗の経営者たちであるため、当然のことながら活動拠点は長浜市中心部であり、日常的な接触頻度も高く、緊密な関係を構築している。

これらの点を踏まえると、まちづくり役場が事務委託事業を通じて形成したネットワークは閉鎖的ネットワークの性質を備えているといえる。

観光マップ事業

最後に、観光マップ事業についてみていく。まちづくり役場は観光客に配布するための観光マップを作製している。長浜市中心部には、（株）黒壁を中心とした観光客が数多く訪れていることもあり、いくつかの観光客用のマップが作製されている。その中でも「グループの作製したマップとまちづくり役場の作製したマップが一番人気がある」³⁰⁾という声が聞かれるように、まちづくり役場が作製する「長浜まち歩きMAP」は多くの観光客の手に取

られており、まち歩き観光に役立っている。

当初、市中心部における商店街の経営者たちは、自身の店舗を「長浜まち歩き MAP」に掲載することに対して、積極的ではなかった。というのは、当時すでに黒壁グループ協議会の「黒壁スクエア散策 MAP」が作製されており、商店街の経営者たちはこれ以上マップを作製してもあまり意味がないと考えていたためである³¹⁾。このような事情から、まちづくり役場が「長浜まち歩き MAP」を作製することは困難を極めた。そのため、まちづくり役場は、マップを作製するために商店街店舗を1軒1軒まわり、交渉を重ねて承諾を得るという方法を取らざるを得なかったのである。実際、まちづくり役場は商店街の経営者たちからマップ掲載の承諾を得るのに多くの時間を費やした。当初は、まちづくり役場が想定していた数の賛同が得られず、観光に関係のない店舗経営者たちにまで協力を要請し、ようやく2001年に初版が作製されることになった³²⁾。この観光マップ事業は現在も継続して行われており、掲載されている店舗は観光客向けのものとなっている。

まちづくり役場が観光マップ事業を通じて形成したネットワークは、地元商店街の経営者たちが相手であったため、活動拠点は長浜市中心部であることがわかる。また、商店街の経営者たちは、非常に限られたエリアに集中していることから日常的な接触頻度は極めて高い。このことからわかるように、まちづくり役場が観光マップ事業を通じて形成したネットワークは閉鎖的ネットワークの性質を備えているといえる。

3.4 事例調査のまとめ

これまで、開放的および閉鎖的ネットワークの観点からまちづくり役場の組織運営について具体的にみてきた。図 5.2 は、まちづくり役場の組織運営に関わる事業の内訳について時系列的にまとめたものである。

『図 5.2 開放的および閉鎖的ネットワークの観点からみたまちづくり役場の組織運営に関わる事業の内訳』

この図をみると、当初は開放的ネットワークによる事業を中心とした組織運営がなされていたものの、次第に閉鎖的ネットワークによる事業の割合が増加し、2003年に逆転してからはその翌年を除き、この傾向が続いている。これは、開放的ネットワークに分類される視察・講演事業が減少傾向にあり、賃貸事業に関してもびわ湖放送（株）が2003年に撤退

したことが大きい³⁴⁾。さらに、閉鎖的ネットワークに分類される事務委託事業や観光マップ事業が安定した事業展開をしているため、このような逆転現象が起こったといえる。

4. 結語と今後の課題

本章では、ネットワーク論の観点から、地域内部と外部とを結ぶ組織を Burt の構造的空隙論をもとに位置づけを行い、その組織運営についての検討を試みた。これまでの観光産業における先行研究は、地域内のアクターの活動に焦点をあてているものが多いが、地域の内部と外部とを結ぶ位置にある組織についての重要性にはあまり触れられてこなかった。これに対し本章が強調したのは、そのような位置にある組織が地域の再生にとって重要であるということである。具体的には、構造的空隙に位置する組織の事業を「地域内でのつながりによるもの」と「地域外とのつながりによるもの」に分類した。その際に、前者を閉鎖的ネットワークによる事業、後者を開放的ネットワークによる事業とし、これらの事業と組織運営との関係についてみてきた。

事例として選択したのは、観光産業でよく知られている滋賀県長浜市である。同市に活動拠点を置くまちづくり役場を調査対象とし、同組織が行う事業と組織運営との関係についてみてきた。その結果、まちづくり役場の設立初期こそ開放的ネットワークによる事業によって組織運営が支えられていたものの、時間の経過とともに、閉鎖的ネットワークによる事業の割合が高くなり、逆転現象が起こっていることが明らかになった。これは、依然として地域内部における「相互扶助」の精神が受け継がれていることを示しているといえる。その意味で、地域内部におけるまちづくりの担い手たちの緊密なつながりの重要性が再確認された。しかしながら、一方で地域外部とのつながりを持続的に形成することの難しさも明らかになった。地域の再生を実現するには、地域内部のまともは重要であるが、同時に地域外部からさまざまな情報や価値観、ノウハウといった諸資源を導入することも重要なのである。

本章では Burt の構造的空隙論とネットワークの対概念に関する諸理論をもとに地域再生のカギとなる組織の位置づけとその組織運営について考察した。ここでは、滋賀県長浜市を事例として取り上げたが、今後はさらなる事例研究の蓄積により、地域再生のカギとなる組織についてより広範に適用できるものとして普遍化していく必要がある。

注

1)Burt はプレイヤーを第三者的な立場で論じ、企業性を有した組織ととらえているが、ここでいう組織とは地域内に帰属しつつも、地域外ともつながりを形成できる組織のことである。

2)この点について、Burt は、「非営利のプレイヤーは、価値を構築するために他者を集めることの喜びのためだけに企業家的機会を追求し、それをすべて再投資する選択ができる。ここでの問題は、利益をもたらす効用ではない。それは、利益を分配することに参画することを誰が選択するかである」(Burt, 1992=2006:29) と述べている。

3)ただし、Burt はそれ以前にも集団内の凝固性・閉鎖性については重複するネットワークととらえており、一定の重要性については認識していた (Burt, 1992=2006:40)。

4)それぞれの研究における対概念の位置づけは、次の通りである。Bott は、「高度に結合したネットワーク」とは、構成単位の間に関係が数多く存在しているネットワークのことであり、「分散したネットワーク」とは、そのような関係がほとんどみられないようなネットワークのことであるとしている (Bott, 1955:348)。Welman は、コミュニティ問題に関する研究の中で、「第一次的紐帯」を濃密な人間関係の中で生じるものとし、「第二次的紐帯」をまばらで緩やかに境界づけられた多数の社会的ネットワークであるとしている (Welman, 1979:1204)。Granovetter は、紐帯の強さの程度を「共に過ごす時間量、情緒的な強度、親密さ (互いに信頼しあうこと)、相互扶助といったものを組み合わせたもの」と定義づけ、その程度が高いものを「強い紐帯」とし、逆にその程度が低いものを「弱い紐帯」としている (Granovetter, 1973:1361)。そして、Coleman は、社会関係資本は恩義と期待、情報チャンネル、社会規範の 3 機能によって定義できるとし、これらの機能を促進させる要因としてネットワークの閉鎖性を挙げている (Coleman, 1988:S105,107-8)。

5)特定非営利法人まちづくり役場、2009『イエ・ミセ・マチ——まちづくり役場という運動』(パンフレット)。2010年11月15日、M.S氏(まちづくり役場理事長)への聞き取りによる(310分、「北近江秀吉博覧会について」ほか)。

6)2012年8月9日、H.Y氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(56分、「まちづくり役場のはじまりについて」ほか)。まちづくり役場は設立当初、任意団体であったが、2003年にNPO法人になった。また、まちづくり役場は、K.T氏の計らいで、秀吉博の事務局本部であった土田金物店を使用することになった(2011年5月5日、H.Y氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(15分、「まちづくり役場の場所について」ほか))。

- 7)2011年2月15日、H.Y氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(270分、「まちづくり役場の理事について」ほか)。
- 8)ただし、これらはいくまで組織運営の側面からみた事業であり、これらの事業以外にもさまざまな活動を行っている点には注意が必要である。
- 9)2011年12月24日、H.Y氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(180分、「まちづくり役場の視察・講演事業について」ほか)。
- 10)2012年1月17日、M.S氏(琵琶倉庫(株)代表取締役相談役)への聞き取りによる(75分、「(株)黒壁の視察の対応について」ほか)。
- 11)2011年12月24日、H.Y氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(180分、「まちづくり役場における視察事業について」ほか)。
- 12)このことについてH.Y氏(まちづくり役場理事)は、「皆がお金を持っていかなくて、すべてここへ入れてくれたので、まちづくり役場としては凄く助かりましたね」と述べている(2011年12月24日、H.Y氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(180分、「視察・講演事業における収入について」ほか))。
- 13)まちづくり役場提供資料による。なお、この数字は、視察に訪れた回数や講演を行った回数であるため、同一地域・団体が複数カウントされているケースもあり、その点には注意が必要である。
- 14)1997年11月25日～12月1日のビデオリサーチ社調べによれば、聴取率は10.2%であり、KBS平均占拠率は100%であった(当時、(株)京都放送滋賀総局滋賀放送局長のH.T氏提供資料より)。
- 15)2012年1月17日、M.S氏(琵琶倉庫(株)代表取締役相談役)、H.Y氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(75分、「まちづくり役場と(株)京都放送」ほか)。
- 16)2012年8月4日、H.T氏(現全日本年金者組合滋賀県本部書記次長兼彦根愛犬支部書記長)、(株)京都放送滋賀総局総局長(当時)のK.U氏(現京都健康プランナーズプロデューサー)への聞き取りによる(80分、「ラジオ業界における地元密着型番組について」ほか)。
- 17)2012年7月16日、H.K氏((株)京都放送ディレクター)への聞き取りによる(60分、「リスナー参加型の番組について」ほか)。
- 18)2012年7月16日、H.Y氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(60分、「番組の継続性について」ほか)。

19)2012年1月17日、M.S氏(琵琶倉庫(株)代表取締役相談役)、H.Y氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(75分、「まちづくり役場とびわ湖放送(株)との関係性について」ほか)。

20)2011年12月24日、H.Y氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(180分、「まちづくり役場とびわ湖放送(株)との現在の関係性について」ほか)。

21)2012年7月23日、S.T氏((株)文教スタジオ専務取締役)への聞き取りによる(60分、「(株)文教スタジオの長浜市への進出理由について」ほか)。

22)当時、事務所には正社員2名とアルバイトが2~3名常駐し、営業活動を行っていた(2012年7月23日、S.T氏((株)文教スタジオ専務取締役)への聞き取りによる(60分、「長浜市中心部における営業体制について」ほか))。

23)M.S氏(琵琶倉庫(株)代表取締役相談役)が「写真に関しては文教スタジオだけがやっていた」というように、写真関連でまちづくり役場とつながりがあるのは(株)文教スタジオだけである(2012年1月17日、M.S氏(琵琶倉庫(株)代表取締役相談役)への聞き取りによる(75分、「文教スタジオとの賃貸契約について」ほか))。

24)2011年12月24日、H.Y氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(180分、「びわ湖放送(株)の番組制作の概要について」ほか)。2012年7月23日、S.T氏((株)文教スタジオ専務取締役)への聞き取りによる(60分、「(株)文教スタジオとまちづくり役場とのコミュニケーション関係について」ほか)。2012年8月4日、H.T氏(現全日本年金者組合滋賀県本部書記次長兼彦根愛犬支部書記長)、(株)京都放送滋賀総局総局長(当時)のK.U氏(現京都健康プランナーズプロデューサー)への聞き取りによる(80分、「(株)京都放送の番組時における賃貸スペースの利用について」ほか)。

25)初期の出島塾は企業家の後継者を対象にした「マーケティング塾」、飲み会などの親睦会を中心とした「クラブDJ」、そして若い人を対象にした「淡海万葉学会」の3つの形態で運営されていた(2010年11月14日、H.Y氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(210分、「出島塾について」ほか))。

26)2010年12月9日、A.T氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(120分、「出島塾の事務局について」ほか)。

27)2011年2月23日、H.N氏(古美術西川経営者)への聞き取りによる(30分、「黒壁グループ協議会の主な活動について」ほか)。

28)2011年2月23日、H.N氏(古美術西川経営者)への聞き取りによる(30分、「黒壁グ

ループ協議会とまちづくり役場との関係性について」ほか)。2012年8月3日、H.Y氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(180分、「まちづくり役場と黒壁グループ協議会との関係性について」ほか)。

29)2010年11月27日、K.H氏(まちづくり役場事務職員)への聞き取りによる(40分、「黒壁グループ協議会の事務局としてのまちづくり役場について」ほか)。

30)2012年1月17日、M.S氏(琵琶倉庫(株)代表取締役相談役)への聞き取りによる(75分、『黒壁スクエア散策MAP』と『長浜まち歩きMAP』について」ほか)。

31)2011年12月24日、H.Y氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(180分、『長浜まち歩きMAP』について」ほか)。

32)2011年12月24日、H.Y氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(180分、『長浜まち歩きMAP』の初版について」ほか)。

33)まちづくり役場の組織運営に関わる事業という視点からのものは、角谷(2009:110,114)があり、ここでは当該図を作成するにあたり、角谷の視点を参考にした。

34)2011年12月24日、H.Y氏(まちづくり役場理事)への聞き取りによる(180分、「まちづくり役場とびわ湖放送(株)との関係性について」ほか)。

第6章 地域経済活性化を担う長浜まちづくり（株）の概要とその取り組みに関する考察

1. 問題の所在

本章では、第3章の考察において明らかになったもう1つの構造的空隙(structural holes)に位置するアクターである第三セクター長浜まちづくり（株）（以下、長浜まちづくり（株）とする）についてみていく。同社は、それまでの第三セクターにおいてよくみられる「単に補助金を獲得して無計画な事業を行う」といった類のものではなく、地域課題を解決する事業を行いつつも、まちなかに民間事業者による投資を呼び込むためにインフォーマルな形でアクター間の調整を行ったり、自分たちで試験的にスモールビジネスを行い、公共性をもつ事業にも一定の収益を確保できることを証明する活動も行っている組織である。

同社は、中心市街地のエリアマネジメントの推進を主な事業（経済産業省, 2012:86;国土交通省, 2012:92）と位置づけており、中心市街地の活性化を担う重要なアクターであるため、調査対象として取り上げる意義は大きいと考えられる。以上のことから、本章では中心市街地の活性化を実現させる際に重要である長浜まちづくり（株）の概要およびその取り組みについて概観し、考察することを主たる目的とする。

以下、本章の構成を示す。第2節では、国土交通省（2012）、経済産業省（2012）および西郷（1991, 1996, 1999）などの文献を用いて、まちづくり会社の概要および主要事業・活動や概念確認、実態についてみていく。第3節では、総務省（2009, 2012）や関連する先行研究を概観し、第三セクターの実態や概念確認、指摘されている問題点についてみていく。第4節では、調査対象である長浜まちづくり（株）の設立の背景、会社概要、活動内容、町家再生への取り組みについてみていく。第5節ではまとめと今後の課題について述べる。

2. まちづくり会社の概要

まず、長浜まちづくり（株）を取り上げるにあたり、まちづくり会社についての概要等を確認することが重要であると思われる。そのため、本節ではまちづくり会社について、国土交通省まちづくり推進課（2012）の「まちづくり会社等の活動事例集」や経済産業省商務流通グループ中心市街地活性化室（2012）の「まちづくりの取組を担う組織・団体のあり方に関する調査・研究事業報告書」および西郷（1991, 1996, 1999）の文献を用いながらみていく¹⁾。

2.1 まちづくり会社の概要および主要事業・活動

最初に、まちづくり会社の概要および主要事業・活動についてみていく。国土交通省は前述した事例集において、同省が行った「まちづくりにおける官民連携実態調査（平成 23 年 3 月）」をもとにまちづくり会社等の概要について述べている（国土交通省, 2012:4-5）。同調査（団体数=1,631）によるとまちづくり団体の組織形態としては「任意団体」が 1,242 団体（全体比:76.1%）と最も多く、続いて「非認定 NPO」が 223 団体（同比:13.7%）、「株式会社」が 134 団体（同比:8.2%）、「特例財団法人」が 13 団体（同比:0.8%）と続いている（国土交通省, 2012:4）。また、まちづくり団体の推移（累積）についてみてみると 1989 年度では 135 団体であるのに対し、2010 年度では 1,587 団体と大きく増加している（国土交通省, 2012:4）²⁾。

また、同調査はまちづくり会社等の主な活動の類型化および事業・活動内容についても記述しており、ここではこれらの内容について確認する。まず、「まちづくり会社等の主な活動の類型化」については、大きくハード事業とソフト事業に分類される。さらに前者は「施設設備」と「施設管理運営」に分類され、後者は「サービス（役務）の提供」であるとされており、ここまでの活動の類型化の大分類に該当する。続いて、活動の類型化の中分類についてみていく。中分類では大きく 10 の事業に分類されている。ハード事業の「施設整備」では、「施設整備事業」があり、具体的には商業施設整備事業、住宅整備事業、福祉施設整備事業、駐車場・駐輪場整備事業、街路・広場整備事業がある。続いてハード事業の「施設管理運営」では、「公共公益施設の活用・管理運営事業」、「民間施設の管理運営事業」がある。前者は公共施設の活用・維持管理事業、公共公益施設の管理運営事業（指定管理者制度等）、地域の清掃・緑化事業（アドプト制度等）がある。後者は、商業施設の管理運営事業、住宅の管理運営事業、オフィスビルの管理運営事業、福祉施設の管理運営事業、駐車場・駐輪場管理運営事業、空き店舗再生・活用事業がある。次にソフト事業の「サービス（役務）の提供」についてみていくと、中分類では「地域交通サービス関連事業」（コミュニティバス運行事業、レンタサイクル事業、共通駐車券事業、パークアイランド事業）、「店舗運営事業〔直営〕」（店舗運営〔直営〕事業〔物販店舗経営、飲食店舗経営、その他店舗経営等〕）、「イベント企画・運営事業」（イベント事業〔祭り、各種教室・講座、体験事業等〕）、「情報発信・提供・広告事業」（広告事業、情報発信・提供〔含む広報事業〕）、「人材育成・中間支援事業」（人材育成支援事業〔生涯学習、ボランティア育成、起業支援等〕、中間支援事業〔タウンマネージャー派遣、官民コーディネート、NPO・市民活動支援、まちづくりファン

等))、「ちいきづくり・まちづくり関連事業」(まちづくり計画・調査事業、防災・防犯活動、歴史・景観・街並保存事業)、「その他事業」(地域特産品の開発事業、クレジットカード事業、地域通貨・ポイント事業、観光舟運事業、エージェント事業等)に分類されている(国土交通省, 2012:5)。

これらの活動の分類(中分類)のうち、実際に行っている団体数が多いものとして「民間施設の管理運営事業」、「イベント企画・運営事業」、「公共公益施設の活用・管理運営事業」がある。このことから、まちづくり会社等は商業施設や住宅、駐車場・駐輪場の管理運営、祭りや各種教室・講座などのイベント、さらには公共施設や公共公益施設の管理運営に関わる活動を行っているものが多いことがうかがえる。一方、「施設整備事業」、「人材育成・中間支援事業」に関しては活動している団体数が少ないことから商業施設、住宅、福祉施設、駐車場・駐輪場、街路・広場などのハード面での施設整備や生涯学習、ボランティアなどの人材育成、タウンマネージャー派遣や官民コーディネートなどの中間支援に関わる活動についてはそれほど行われていないことがうかがえる³⁾。

2.2 まちづくり会社とは

次に、まちづくり会社という概念について西郷(1991, 1996, 1999)をもとにみていく。

西郷は、町づくり会社を一言で表現するならば、それは「まちづくりの意思をもった(リスクも覚悟した)人々がイニシアティブをとりつつ、できるだけ多くの住民の参加を得て、新たな組織を結成することが最もありうべき姿と思われる」ものであるとしている(西郷, 1996:37)。また、西郷は商店街のケースでとらえた場合、町づくり会社は「核施設の企画・建設・運営、空き地や空き店舗の活用、街区内部の再開発を行うディベロッパーである」とし、その存在の必要性を次の5点にまとめている(西郷, 1999:24-5)。第一に「通常の不動産市場に委ねては、町づくりに望ましい方向で土地利用が進んでいかない」点である(西郷, 1991:61, 1999:25)。これは空き地の土地利用のケースでは駐車場や賃貸アパートになってしまうため、一定の町づくりの意思を持った主体が必要であるということである。第二に「中心市街地では、地権者が経済的合理性に基づいた土地利用を行わなくなっている。所有権を保証しつつも、利用そのものは町づくりに必要な形で行わなければならない」点である(西郷, 1999:25)。これは、町づくり会社は地権者から土地を借りるなどの行動を起こし、一定の利益を保証することで土地と所有の分離の達成を図ろうとするものである。第三に「合意形成のためにも、町づくり会社のような実行主体の存在が不可欠である」という点

である（西郷, 1999:25）。第四に「コミュニティが主体となる町づくり会社には、公的支援を期待できる可能性が高い」点である（西郷, 1999:25）。第五に「町づくり会社には住民・市民など地元商店街以外からも、参加してもらえらる可能性がある」点である（西郷, 1999:25）⁴⁾。

2.3 まちづくり会社の実態

本項では、経済産業省商務流通グループ中心市街地活性化室（2012）の「まちづくりの取組を担う組織・団体のあり方に関する調査・研究事業報告書」において実施された「まちづくり団体等対象アンケート」についてみていく⁵⁾。同アンケートは、大きく①まちづくり団体等の概要（ア:設立年、イ:まちづくり団体等の位置づけ、ウ:組織形態、エ:資本金・出資金、オ:出資割合）、②人員体制（ア:人員数、イ:スキル・ノウハウの状況、ウ:代表者の所属・役職及び勤務形態）、③収入と支出（ア:収入の状況、イ:支出の状況、ウ:収支の状況、エ:収支の推移）、④現在の取組状況と課題（ア:事業分野別事業数、イ:事業実施上の課題）に分類（経済産業省, 2012:10-22）されており、ここではこれらの内容についてみていく。

まず、①「まちづくり団体等の概要」についてである。（ア）「設立年（まちづくり団体等の設立年）:回答数=137」では、中心市街地活性化法（以下、中活法とする）の成立（1998年）や改正中活法の成立を契機に団体等は増加している。（イ）「まちづくり団体等の位置づけ:回答数=137、複数回答あり」では、旧認定TMOが57団体と最も多く、改正中活法認定まちづくり会社と「いずれも該当しない」が37団体で続いており、改正中活法認定予定まちづくり会社が7団体、無回答が10団体となっている。（ウ）「組織形態（まちづくり団体等の組織形態）:回答数=137」では、株式会社が115団体と突出して多く、次いでNPOが10団体で続いている。（エ）「資本金・出資金（まちづくり団体等の出資金額）:回答数=114」では、「1,000万円以上3,000万円未満」が30団体で最も多く、逆に「5億円以上」が9団体と最も少ない結果になっている。（オ）「出資割合」では「まちづくり団体等の出資割合（加重平均）:回答数=114」、「市町村の出資割合の分布:回答数=114」に分類されている。前者では、市町村の出資割合が49.1%と最も多く、一般企業が22.6%で続いている。後者では、「50%以上60%未満」が29団体で最も多く、「10%未満」が28団体で続いている。

次に、②「人員体制」についてみていく。（ア）「人員数」では、「まちづくり団体等の人員体制の平均像（加重平均）:回答数=122」（常勤職員が5.4人、臨時職員が4.1人）、「まちづくり団体等の人員数（常勤職員及び臨時職員）:回答数=122」（最も多いのが「1~4人」

の 54 団体、次に「5～9 人」が 30 団体で続いている。）、「まちづくり団体等の常勤職員数:回答数=122」（最も多いのが「1～4 人」の 71 団体、次に「5～9 人」が 25 人で続いている。）、「出向者の活用状況」、「緊急雇用制度の活用状況」に分類されている。これらの項目のうち、「出向者の活用状況」については、「人材を活用する財源がない団体においては、出向者の活用により人件費の抑制を図っているものと考えられる」としている（経済産業省, 2012:14）。そして、「緊急雇用制度の活用状況」については「2 人」が 11 団体で最も多く、「1 人」が 9 団体で続いている。

(イ)「スキル・ノウハウの状況」では、「資格保有者、業務経験者の状況」、「外部人材、外部企業の活用状況」に分類されている。資格保有者で最も多いのが宅地建物取引主任者（常勤 14 団体、臨時 3 団体:計 17 団体）であり、業務経験で最も多いのが流通業経験者（常勤 30 団体、臨時 5 団体:計 35 団体）である。「外部人材、外部企業の活用状況」では「常時又は定期的に活用」、「不定期に活用」、「活用していない」の 3 カテゴリーに分類されているが「活用していない」が最も多く、外部人材や外部企業についてはあまり活用していないことがうかがえる。

(ウ)「代表者の所属・役職及び勤務形態」では、「まちづくり団体等の代表者の所属・役職:回答数=135」と「まちづくり団体等の代表者の勤務形態:回答数=136」に分類されている。前者では地元企業関係者が 34 団体で最も多く、商店街等関係者が 28 団体で続いている。また、後者では、常勤がわずかに 15 団体であるのに対し、非常勤は 121 団体となっている。

③「収入と支出」についてみていく。(ア)「収入の状況」では「まちづくり団体等の収入:回答数=115」、「まちづくり団体等の収入階級別収入源:回答数=112」、「まちづくり団体等の事業収入の内訳:回答数=112」に分類されている。「まちづくり団体等の収入」では、「1,000 万円以上 5,000 万円未満」が 46 団体と最も多く、「5,000 万円以上 1 億円未満」が 25 団体で続いている。「まちづくり団体等の収入階級別収入源」では、総収入が少なくなればなるほど「行政からの補助金」や「行政からの委託料等」の割合が高くなる傾向がみられる。「まちづくり団体等の事業収入の内訳」では、「5 億円以上 10 億円未満」および「500 万円未満」では不動産賃貸による収入の割合が高いことがうかがえる。(イ)「支出の状況」では「まちづくり団体等の支出:回答数=115」、「まちづくり団体等の支出内訳:回答数=112」に分類されている。前者では「1,000 万円以上 5,000 万円未満」が 48 団体と最も多く、「5,000 万円以上 1 億円未満」が 27 団体で続いている。後者では収入が少なくなればなるほど、人件費の占める割合が高くなる傾向がみられるが、「500 万円未満」では人件費の割合が低くなり、

事業費の割合が高くなっている。(ウ)「収支の状況(まちづくり団体等の収支):回答数=115」では「1,000万円未満の黒字」が65団体と最も多く、「1,000万円未満の赤字」が29団体で続いている。(エ)「収支の推移」では「まちづくり団体等の収支:回答数=115」、「収支が改善している団体の収入と支出:回答数=35」、「収支が悪化している団体の収入と支出:回答数=31」に分類されている。「まちづくり団体等の収支」では、過去5年間(設立後5年に満たない団体については設立年度から現在まで)の収支の状況において、「改善傾向」が35団体であり、「横ばい」が49団体、「悪化傾向」が31団体となっている。また、「収支が改善している団体の収入と支出」では収入、支出がともに増加傾向にあるのに対し、「収支が悪化している団体の収入と支出」では収入は減少傾向にあり、支出に関しては増加か横ばい傾向にあることがわかる。

④「現在の取組状況と課題」についてみていく。(ア)「事業分野別事業数(まちづくり団体等の活動事業分野):回答数=137、複数回答あり」では、「商業の活性化」が249団体(収益事業:122団体、非収益事業:127団体)と最も多く、「観光振興」が100団体(収益事業:40団体、非収益事業:60団体)で続いている。(イ)「事業実施上の課題:回答数=137、複数回答あり」では、「特になし(順調)」が160団体(収益事業:71団体、非収益事業:89団体)と最も多く、「事業の収益性が低い」が105団体(収益事業:77団体、非収益事業:28団体)で続いている⁶⁾。

3. 第三セクターの概要

前節ではまちづくり会社の概要等について確認した。ここでは、調査対象である長浜まちづくり(株)が第三セクターであるため、第三セクターの実態について概観し、その定義や抱える問題点についてみていく⁷⁾。

3.1 第三セクターの実態

最初に、総務省(2009)の「第三セクター等の状況に関する調査結果」および総務省(2012)の「第三セクター等の状況に関する調査結果の概要」を中心に第三セクター等の実態についてみていく(総務省, 2009:2-3,5,11-2,20, 2012:1)。本項では、同調査結果のうち、(1) 第三セクター等の年次別設立数、(2) 業務分野、(3) 新設第三セクター等の業務分野別状況、(4) 経常収支の状況(法人形態別状況・業務分野別状況)、(5) 補助金交付額の状況、について先行研究を踏まえつつみていく。

まず、(1)「第三セクター等の年次別設立数(暦年)」についてみていく。図 6.1 から、第三セクターの設立数は、1980 年代から 90 年代にかけて急増していることがわかる。これは、同時期に商業施設や観光・リゾート開発といった地域開発や再開発の中心として第三セクターを設立する動きが出てきたためである。具体的には、「民間活力の活用」をキーワードとして「民間事業者の能力の活用による特定施設の整備に関する臨時措置法」(民活法:1986 年施行)、「総合保養地域整備法」(リゾート法:1987 年施行)などの法整備がなされたことがその背景にある(鷹野, 1994:73;稲葉, 2004:104;望月, 2007:32-3)⁸⁾。しかしながら、近年では新たに第三セクターを設立するような動きはあまりみられない。

『図 6.1 第三セクター等の年次別設立数』

続いて(2)「業務分野(2009年3月31日現在):合計=8,729」では、「地域・都市開発」が1,548法人(全体比:17.8%)と最も多く、「農林水産」が1,330法人(同比:15.2%)、「観光・レジャー」が1,275法人(同比:14.6%)で続いている。(3)「新設第三セクター等の業務分野別状況(暦年):合計=40」では、「商工」および「運輸・道路」が6法人(全体比:15.0%)で最も多く、「農林水産」および「教育・文化」が5法人(同比:12.5%)で続いている。(4)「経常収支の状況(2009年3月31日時点の直近の財務諸表等による):総計=7,431」はさらに「法人形態別状況」と「業務分野別状況」に分類されている。まず、「法人形態別状況」についてみていく。「第三セクター計=6,238」では、黒字法人が3,924法人(第三セクター計全体比:62.9%)、赤字法人が2,314法人(同比:37.1%)、「地方三公社=1,149」では、経常黒字法人が680法人(地方三公社全体比:59.2%)、経常赤字法人が469法人(同比:40.8%)、「地方独立行政法人=44」では、経常黒字法人が40法人(地方独立行政法人全体比:90.9%)、経常赤字法人が4法人(同比:9.1%)、そして「総計=7,431」では、黒字法人が4,644法人(総計全体比:62.5%)、赤字法人が2,787法人(同比:37.5%)、となっている⁹⁾。次に「業務分野別状況」についてみていく。黒字法人の黒字額をみると「運輸・道路」が最も多く、「地域・都市開発」、「住宅・都市サービス」がこれに続いている。また、赤字法人の赤字額をみると「運輸・道路」が最も多く、「地域・都市開発」、「農林水産」がこれに続いている。(5)「補助金交付額の状況:合計=7,431」では、第三セクター等の総数(7,431法人)のうち、補助金を交付されている法人は3,225法人(総計比:43.4%)であり、交付額の総額は5,976.66億円となっている。

3.2 第三セクターの定義

前項では、第三セクター等に関する実態についてみてきた。ここでは、第三セクターの定義についてみていく。初めて公式に第三セクターという用語が用いられたのは、1973年に閣議決定された「経済社会基本計画」においてである。これ以降、第三セクターは「官・民の共同による事業主体」を指すものとして一般化されてきたといえる（鷹野, 1994:72）。総務省（2009）の定義によれば、第三セクターとは「(i)一般社団法人及び一般財団法人に関する法律等の規定に基づいて設立されている社団法人、財団法人及び特例民法法人（以下、「社団法人・財団法人」という）のうち、地方公共団体が出資を行っている法人。(ii)会社法の規定に基づいて設立されている株式会社、合名会社、合資会社、合同会社及び特例有限会社（以下「会社法法人」という）のうち、地方公共団体が出資を行っている法人」と規定されている。しかしながら、第三セクターの定義には、さまざまなものがあるのが実情である（伊藤, 1992:115）。そのため、ここでは第三セクターについていくつかの先行研究を概観し、各々の研究における第三セクター概念のとらえ方についてみていく。

磯崎は、第三セクターを「地方公共団体が出資している商法法人（株式会社・有限会社）」であると定義している（磯崎, 2007:319）。さらに磯崎はこの定義の中で「出資」に関して注目しており、地方公共団体が100%出資した法人に関しても第三セクターに含まれるとしている¹⁰⁾。これに対し、太田は第三セクターを公私混合出資形態のものであるとし、地方自治体が100%出資するものとは明確に区別している。そのうえで、第三セクターを(1)狭義の意味における第三セクター（地方自治体と民間企業）、(2)第四セクター（地方自治体と住民・民間団体）、(3)連合セクター（地方自治体、民間企業、住民・民間団体）を含むものであるとしている（太田, 1991:51）。その他にも、「地方公共団体（自治体）と民間の共同出資の商法法人である。これに政府機関の出資がある場合を含む」ものである（宮木, 2000:118）¹¹⁾とか、「公共団体と民間資本の共同出資による共同経営組織で、主として（株）形態をとるもの」（小坂, 1999:20）、「民法法人（社団法人、財団法人）、会社法法人（株式会社、有限会社等）からなる」もの（石井, 2010:2）などの定義がある。

これらの先行研究をみると、論者によって第三セクターの定義はさまざまであるものの、いくつかの共通するポイントが見受けられる。それらは(1)第三セクターの出資に関する点、(2)法人形態、である。(1)の出資に関する点は、地方自治体が100%出資した法人を含むのかどうかというものである。先行研究をみると、磯崎（2007）は地方公共団体が

100%出資した法人も含めるとし、宮木（2000）や太田（1991）は含まないとしている。(2)の法人形態に関しては、第三セクターの法人形態として会社法法人や民法法人があるが、会社法法人のみを対象とするのか民法法人も含めたものにするのかという点で見解が分かれる。前者の立場をとるのが磯崎（2007）、宮木（2000）、小坂（1999）であり、後者の立場をとるのが石井（2010）である。

3.3 第三セクターの問題点

最後に、赤井・篠原（2001, 2002）をもとに第三セクターの抱える問題点についてみていく。赤井・篠原（2001, 2002）は、第三セクターの失敗の要因を大きく2つに分類している。それらは、(1)制度外的要因（外生要因）によるものと、(2)制度的要因（内生要因）によるものである。(1)はバブル期の好況に踊らされて経済状況の将来予測に失敗し、事業の費用や需要を見誤ったため生じたものである。この要因は第三セクターに限らず、民間企業でも生じているため、第三セクターの「制度外」の問題であるとしている。(2)は第三セクター固有の制度に直接関係する問題である。これは、官民出資という事業形態や、リスク分担に対する契約などが締結されていなかったために、官民間において馴れ合いが生じ、経営状況が悪化するというものである（赤井・篠原, 2001:3, 2002:146-7）。以下、これら2つの要因について企業の行動原理に沿った形で具体的にみていく。

まず、(1)の制度外的要因が主導した状況についてみていく。この状況では、失敗することが予めわかっている分野に進出してしまったという「進出のミス」が挙げられる。赤井・篠原は、この原因としてモラルハザードやアドバースセレクションといった問題が存在するとしている。前者は官民の馴れ合い体質により、事前調査の努力を怠ったためにリスクが大きい分野に進出した場合に生じている問題である。これは、政府による損失補てんを企業が予め期待しているため、企業は合理的な行動として「努力しない＝サボる」という行動をとるために生じている問題である（赤井・篠原, 2001:13）。後者は官民間において契約前に能力に関する情報の非対称性が生じているため、民間が情報操作により利己的分野への追及を行うことによって生じている問題である。これは、官が民間のもつ能力に関する情報を把握していないため、プロジェクトが失敗した場合、民間企業が嘘をつき不必要な行動を起こしたために生じたものなのか、そうではなく不運の結果生じたものなのかがわからない点にその原因がある（赤井・篠原, 2001:14）。この場合、民間企業は合理的な行動として「真の情報を申告しない」という行動をとる。次に、(2)の内生的要因が主導した場合について

みていく。これは、本来は努力次第では成功する可能性がある分野であったにも関わらず、経営や計画の不備が失敗を引き起こしてしまったというケースである。このケースも、(1)と同様にモラルハザードやアドバースセレクションといった問題により発生している（赤井・篠原, 2001:7）。

4. 長浜まちづくり（株）の概要

本節では、調査対象である長浜まちづくり（株）の設立の背景や会社概要、活動内容や町家再生への取り組みについてみていく。

4.1 長浜まちづくり（株）設立の背景

最初に、長浜まちづくり（株）が設立された背景についてみていく。長浜市では1984年に策定された「博物館都市構想」をもとに大きく3つの流れでまちづくりが進められていった。それらは、(1)長浜市、商工会議所・商店街が一体となり、商業振興と中心市街地の活性化を目指すこと、(2)長浜青年会議所のOBが中心となり、JRの直流化、長浜駅前開発、長浜ドーム球場の建設、大学誘致などの提案を行った「21市民会議」、(3)黒壁銀行の保存問題を契機として誕生した（株）黒壁による事業推進、である¹²⁾。そして、（株）黒壁の事業展開等により、長浜市への来訪者が大幅に増加し、賑わいが回復してきたものの、中心市街地の居住人口の減少に伴う地域コミュニティの低下といった新たな課題にも直面していたため、同市は中心市街地活性化基本計画を策定し、2009年6月に認定を受けた（経済産業省, 2012:85）。この計画に記載されている目標を実現していくためにはエリア内のまちづくりを一体的に推進する総合的なマネジメント機能が必要であるとの理由から、その機能や役割を中心的に担う主体として、官民の出資により2009年8月に長浜まちづくり（株）が設立された（経済産業省, 2012:85）¹³⁾。

4.2 長浜まちづくり（株）の会社概要

次に、長浜まちづくり（株）の会社概要についてみていく。同社の資本金は7,200万円であり、その出資者の構成は長浜市が3,000万円（41.7%）、長浜商工会議所が1,000万円（13.9%）、その他（金融機関4行、民間事業者17社）が3,200万円（44.4%）である。また、従業員数は5名であり、うち常勤が4名、非常勤が1名という人員体制である。事業目的は、中心市街地エリア内のトータルタウンマネジメントや行政と民間事業者との調整

(中心市街地活性化協議会との連携)であり、実施事業には事業主体会社の支援(不動産権利者の調整:資金調達・事業組立・基礎データ収集等)、不動産賃貸、駐車場、企画事業、視察受入・講師派遣事業、空き店舗活用事業、住宅再生バンク(不動産登録)、情報発信、駅周辺整備事業事務局、中心市街地活性化協議会事務局がある(国土交通省, 2012:94)。

『表 6.1 長浜まちづくり(株)の会社概要』

4.3 長浜まちづくり(株)の活動

本項では、調査対象である長浜まちづくり(株)の主要な活動についての確認および同社の組織運営に関する活動についてみていく。

4.3.1 長浜まちづくり(株)の主要な活動

最初に、経済産業省(2012)および国土交通省(2012)や長浜まちづくり(株)のHPに依拠して同社の主な活動内容についてみていく。同社の主な活動は(1)駐車場管理運営事業、(2)中心市街地のエリアマネジメントの推進、(3)講師派遣・視察受入である(経済産業省, 2012:86;国土交通省, 2012:92-3)。(1)はその活動自体に特別な意味を持つというものではなく、自社の組織運営を維持するための活動という意味合いが強い。長浜まちづくり(株)は、長浜市に地代を支払って土地を借り、シルバー人材センターを利用してこの事業を行っている¹⁴⁾。(2)は、「中心市街地活性化基本計画のエリア内事業候補地の抽出と、事業計画および事業主体者への側面的支援(事業の調整)」などである(国土交通省, 2012:92)¹⁵⁾。(3)は「講師派遣事業」と「視察受入事業」からなり、前者は他地域のまちづくりや中心市街地の活性化を目的として行われているものである。この事業は長浜市の官民が一体となって行ってきたまちづくりの経験をもとに、「プラン策定のあり方、組織づくり、具体的な事業構想、事業の具現化等についての実践、特に苦労話や合意形成、会議の持ち方など、経験に裏打ちされたことの説明」を行うものである(国土交通省, 2012:92)。後者は、「マネジメント、事業改革・再生、地域活性化、営業全般ビジネスモデルの構築、中心市街地活性化事業の在り方等」について行うものである(経済産業省, 2012:86)。

4.3.2 長浜まちづくり(株)の組織運営に関わる活動

ここでは、長浜まちづくり(株)の組織運営に関わる活動についてみていく。同社は(1)駐

車場管理運営事業、(2)各種支援事業、(3)受託事業などの活動を中心に組織運営がなされている。ただし、(1)の駐車場に関する項目についてはすでに述べているため、ここでは取り上げない。(2)の各種支援事業は、民間事業者がまちなかで活動を行う際に、計画書を作成したり、必要な補助金を獲得するための支援を行ったり、商店街の関係者たちが補助金を利用して活動を行う際に、報告書の作成などの事務処理を行うなどして得たものである。それ以外にも、中心市街地活性化協議会の開催の調整や議題の調整などの業務も行っている。(3)の受託事業は、長浜まちづくり(株)が、地域課題を解決するための事業として委託を受け得た収入であるが、それは単に補助金を受けて特定の事業を行うのではなく、補助金を受けている期間に試験的に地域課題を解決するための事業を展開し、収益性を確保できるような事業を生み出すことを目的としたものである。つまり、地域課題を解決するための事業であっても、利益が確保できることを実際に自分たちが事業を試験的にを行い、示すことで、民間事業者によってまちなかにおける経済の活性化を実現させようとするところに同社の目的がある¹⁶⁾。

4.4 長浜まちづくり(株)の町家再生への取り組み

本項では、長浜まちづくり(株)の取り組みの中で、町家に関するものについてみていく。具体的には、空き家をオーナーに代わり維持管理する「風通し屋」に関するものである。最初に、本項で町家の再生に関する取り組みを取り上げる意義について確認し、そのうえで同社の取り組みについてみていく。

4.4.1 「町家」概念と町家再生の意義

町家とは通常、建築史の分野では「民家」の一類型として位置づけられている(伊藤, 2007:2)。伊藤は、町家を民家の一類型としてとらえることは大筋において間違っていないとしつつも、このとらえ方では町家の都市建築としての特性を十分に表現することができないとして、上田篤の定義に触れている(伊藤, 2007:3-4)。伊藤によれば、上田は町家とは「(1) 接道、(2) 接隣、(3) 接地、の三つの性格を有しているもの」¹⁷⁾であるとしているが、この上田の定義は京都あるいはその系譜を引く近世の都市部における町家を強く意識したものであり、地方の街村における町家のように、隣棟間隔を十分にとってならばタイプにはうまく適合しないこと、また町家は基本的には地面の上に立つものであるため、(1)の接道のみが町家の主要な建築属性であるとしている(伊藤, 2007:3-4)。次に、町家再生の意義に

ついて述べる。宗田（2009）は、京町家を取り上げながら、町家再生の意義を（1）減価償却、（2）建築材料の質といった点から述べている。（1）について、宗田は、歴史的建築物はすでに減価償却が終わっているため、壊して新築するよりも修復して使い続けるほうが少ない費用で大きな効果が得られるとしている（宗田, 2009:149）。また、（2）については歴史的建築物は当時の権力者によって建てられたものであるため、高価値な建築材料が用いられており、同じ質の建築を建てる手間や材料のことを考えると町家再生には大きなメリットがあるとしている（宗田, 2009:149）。

4.4.2 長浜まちづくり（株）の風通し屋サービス

ここまで、町家概念の確認および町家再生の意義についてみてきた。ここでは、調査対象である長浜まちづくり（株）の取り組み、特に「風通し屋」についてみていく。最初に、「風通し屋」の活動内容とその必要性について確認する。長浜まちづくり（株）のHPによれば、「風通し屋」とは空き家をオーナーに代わり維持管理するサービスのことである。具体的には空き家に置かれた不要な家財道具や貴重品を整理した後に、月に2度、戸を空けて風を通し、建物の痛み等のチェックを行うなどして建物を適切に維持管理し、利用者への橋渡しを行うというものである。この活動は、（1）「急な転居や相続等の理由により、所有する建物の維持管理にまで手が回らない」、（2）「空き家の情報は一般不動産市場に出にくい」といった空き町家の問題点に対し、建物をいつでも利用できるような状態に保つことによってオーナーや入所希望者双方にメリットをもたらすものである¹⁸⁾。次に同社がこれまでに行った町家再生への取り組みについて具体的にみていく。

『図 6.2 「風通し屋」サービスの流れ』

同社は、町家を公益性が高く、生活や事業の基盤になるものにとらえており、その機能を回復させたいという思いから町家再生への取り組みを行っている。そのため、組織運営にプラスになるような事業展開を行っているものの、必要以上に利益を優先させることを目的とはしていない。また、長浜市中心部には多くの空き家があり、良質な建物も多いため、同社は電話や直接所有者への訪問といった行動を起こしながら事業化への準備を進めていった。

そして、いくつかの空き町家の所有者が長浜まちづくり（株）の取り組みに賛同し、事

業化への目途が立つようになったところで、同社はそれらの空き町家に対し風通しを行い、見学会を実施した。この見学会の目的は実際に町家に住みたい人がいるのかどうかを確認するためのものであった²⁰⁾。見学会には多くの人が集まり、実際に町家に住むことになった人もいるため、同社の取り組みは一定の成果をあげているといえる。

5. 結語と今後の課題

本章では、第3章のレント分析で構造的空隙の位置にあることが明らかになったもう1つのアクターである長浜まちづくり（株）を調査対象とし、考察した。まず、長浜まちづくり（株）についてみていく前に、「まちづくり会社」や「第三セクター」といった同社の組織特性を表す概念についてみていくことが重要であるとの認識からそれらの概念についての概要や定義、問題点などについて確認した。そのうえで長浜まちづくり（株）の概要と町家再生への取り組みについて概観し、考察した。ここでは、同社について参考資料等を交えつつ、私見を述べておきたい。すでに述べたように同社は、駐車場の管理運営や中心市街地エリア内のトータルタウンマネジメントおよび行政と民間事業者との調整、講師の派遣や視察の受け入れ（経済産業省, 2012:86;国土交通省, 2012:92-5）、町家の再生事業²¹⁾など多岐にわたる。これらの活動はいずれも重要なものであり、特に近年、空き家問題が深刻になっている状況下では、町家の再生事業は大きな意義を持つものであると思われる。

同社には、本章で述べたような先行研究で指摘されている問題点はみられないが、次の点で問題を抱えている。まず、1つ目は、組織運営を賄うための必要な収入の大部分を駐車場経営によって得ているという点である。近年では、駐車場経営による収入の割合は徐々に減少してきてはいるものの、依然として収入の大部分を占めている。また、人件費についても、他組織・機関からの出向や研修等の名目で給料が賄われているため、組織運営が厳しい状況であることがうかがえる。これらの問題点に共通するのは「経営基盤の脆弱さ」である²²⁾。もう1つの問題は、前出の問題に関連するものであるが、補助金を獲得することを前提としたビジネスモデルを構築していることである。特に、受託事業は地域課題を解決するためにさまざまな形での補助金を受け取っている。最後に、同社が抱えるこれらの問題点を踏まえつつ、今後の展望について述べる。

同社の問題点である経営基盤が脆弱であるが故に、補助金に依存している問題を解消するための一つの方法として、「地域外に活動拠点を置くさまざまなアクターとの仲介業務

の実践とその充実」が考えられる。これは、地域内だけではどうしても経済規模が小さくなりがちであることに対し、「地域外から活動分野が多様なアクターを地域内に呼び込むことで新たな事業が展開できる可能性の増大」といったメリットが見込めるためである。なぜなら、長浜まちづくり（株）が他地域においてさまざまな業種の企業とつながりを持つアクターとの関係を構築することで、同社の保有するネットワークの数や多様性が飛躍的に増大し、まちなかにおける経済の活性化が見込めるためである²³⁾。このような地域外のアクターとの仲介業務を上手くビジネスとして活用していくことが、同社がより持続性をもった組織となることにつながると思われる。

注

- 1)これらの文献では「まちづくり会社」、「まちづくり会社等」、「まちづくり団体等」などの表記がなされているが、とりあえず本章ではそれらを同一の概念として扱い、用語を「まちづくり会社」に統一する。ただし、各々の文献等の説明を行う部分については、当該文献における表記を用いることにする。
- 2)国土交通省では「設立年が不明の団体が 44 団体あるため、平成 22 年度の累積数は 1,587 団体となっている」としている（国土交通省, 2012:4）。
- 3)ここでの記述は国土交通省（2012:5）の表「まちづくり会社等の事業・活動内容」を参照した。
- 4)西郷は町づくり会社が備えるべき条件として以下の 5 点を挙げている。(1) 住民がイニシアティブを有していること。(2) 一定の信用があること。(3) 事業を担いうること。(4) 意思決定が迅速に行われること。(5) この組織が行う事業および組織そのものに一定の公共性が保障されること（西郷, 1996:37）。また、町づくり会社について、西郷は「現在、商店街支援制度の 1 つの柱として街づくり会社制度が設けられているが、ここでは、より一般的な意味で用いる」（西郷, 1996:37）としており、本章の西郷に関する記述部分においてもこの見解に沿ったものとして扱い、記述している。なお、西郷の記述部分に関しては当該文献の記述通り「町づくり会社」としているが、それは本章における「まちづくり会社」と同様の意味でとらえているものである。
- 5)アンケート概要は以下の通りである。(1) 調査票送付先:330 のまちづくり団体等（※まちづくり団体等の定義は次のとおり。「地域の関係者で設立された、中心市街地の活性化に関

連する事業目的を持つ会社形態の組織を指す。中心市街地活性化法の『良好な市街地を形成するためのまちづくりの推進を図る事業活動を行うことを目的として設立された会社』、『商工会、商工会議所または中小企業者が出資している会社』、旧中心市街地活性化法の『認定構想推進事業者』（TMO）であった会社等も含む。ただし、TMOの場合、商工会または商工会議所単体で構成される場合を除く）、(2) 調査票の発送方法:郵送、(3) 調査票の回収方法:郵送、(4) 実施期間:平成24年1月6日・平成24年1月20日、(5) 回収結果137団体（回収率:41.5%）（経済産業省, 2012:9）。

6) 「経済産業省」（2012:9-22）。

7) 本章の総務省の調査結果に関する部分は「第三セクター等」のものであるが、本節の見出しについては「第三セクター」という表記に統一している。

8) その他にも NTT 無利子融資制度を定めた「日本電信電話株式会社の株式の売却収入の活用による社会資本の整備の促進に関する特別措置法（1987年）」、都市開発事業や都市計画施設特許事業を行う第三セクターに対する無利子融資制度を定めた「民間都市開発の推進に関する特別措置法（1987年）」、特定地域における産業振興、地域活性化事業を行う第三セクターに対する無利子融資制度を定めた「産業構造転換円滑化臨時措置法（1987年）」などが制定され、バブル経済が崩壊してもなお、第三セクターの増加現象は続いた（望月, 2007:32-3）。

9) 調査書では、第三セクター等のうち、清算手続中、休眠中、設立後間もない等の理由により財務諸表（損益計算書、収支計算書）が作成されていない36法人については、当該項目から除外されている。また、ここでいう「経常利益（損失）」とは「営業利益（損失）＋営業外収益（受取利息等）－営業外費用（支払利息等）」で計算されているものである（総務省, 2009:11）。

10) 磯崎は、第三セクターには(1)共同出資説と(2)経営形態説が存在するとしており、ここでは(2)の経営形態説の立場に立っている。(1)の共同出資説では、第三セクターを「官民の共同出資で設立された法人」と定義し、行政を第一セクター、民間企業を第二セクターとして位置付けており、第三セクターは資本的にその混合形態であるべきであるとする考え方にもとづいている。また、(2)の経営形態説とは、第三セクターの中に全額出資法人を含めるものであり、その民間的な経営形態に着目した考え方であるとしている（磯崎, 2007:321-2）。

11) 宮木は、第三セクターの特定に関して次のように述べている。「①株式会社形態であって

も、個別の特別法により国の直接出資のある特別会社は、完全民営化途上の JR、NTT、JT は勿論、関西国際空港（株）等も第三セクターには含まない。②自治体出資のものうち、100%自治体出資の特別法人（土地開発公社等の 3 公社）は、当然第三セクターには含まない。③自治体と民間の出資のものでも、社団法人、財団法人等の民法法人は、第三セクターには含まない。④アメリカでいう Third Sector 類似の組織である、NPO は、第三セクターには含まない。⑤一方、上記特定条件に適合する会社は、地域、規模、自治体、業種、業務内容、出資構成等にかかわらず、すべて第三セクターに含む」（宮木, 2000:118-9）。

12)長浜まちづくり（株）の HP にはこの 3 つの流れについて以下の内容が記載されている。

「1.市、商工会議所・商店街が一体となり、商業振興と中心市街地商店街の活性化を目指す方向である。垂直型思考を水平型思考に変え、都市魅力創出の方向性を示すとともに、事業具現化のさまざまな仕掛けを行い、まちかど整備事業（昭和 61 年）、商業観光パイロット推進事業（62 年）、民間交流使節団などを推進し、各事業の具現化を図ってきた。2.『21 市民会議』である。青年会議所の OB が中心となって、JR 直流通と長浜駅前開発、長浜ドーム球場の建設、大学誘致など、大きな夢のあるプロジェクトを提案した。この市民運動はプロジェクトを具現化する息の長い活動とともに、多くのまちづくりのリーダーを生み出した。第三セクター黒壁設立時の主力メンバーもここから生まれている。3.株式会社『黒壁』である。黒壁銀行の保存問題をきっかけに、事業化、市、地元企業が出資して設立された黒壁は、パワーあふれる事業展開でまちづくりの力強い牽引車となった」（長浜まちづくり（株）HP 「まちづくり 3 つの流れ」：<http://www.nagamachi.co.jp/project/>, 2015 年 4 月 2 日閲覧）。

13)長浜まちづくり（株）が設立されたもう 1 つの背景には、1991 年に長浜駅の駐車場の管理運営を主な目的として設立された長浜地域整備（株）の解散がある。同社が果たすべき一定の役割は終えたことにより発展的な解散をし、まちづくり会社のようなものを作ろうという意見が出ていたことも同社誕生につながった要因の 1 つであると思われる（2010 年 11 月 17 日、S.Y 氏（長浜まちづくり（株）コーディネーター（当時））への聞き取りによる（60 分、「長浜まちづくり（株）の設立について」ほか））。

14)2013 年 12 月 25 日、M.T 氏（長浜まちづくり（株）職員）への聞き取りによる（60 分、「長浜まちづくり（株）と駐車場経営について」ほか）。また、ここでの記述は国土交通省（2012:92-3）も参照した。

15)国土交通省によれば、このほかにも「プロジェクトの事務局機能、まちづくり関係団体との調整機能を担っている」としている（国土交通省, 2012:92）。

- 16)2013年12月25日、M.T氏(長浜まちづくり(株)職員)への聞き取りによる(60分、「長浜まちづくり(株)の組織運営に関わる活動について」ほか)。
- 17)上田は町家について「ところで私は、本書に収録された一連の町家調査をおこなうにあたって、町家の建築様式からみたあらたな規定を採用した。それは『通りに面し、軒をつらねた都市の一戸建て住宅』というものである。また別のところでは、それを簡略化して、『接地・接隣・接道住宅』ともよんだ」としている(上田,1975:44)。
- 18)ここでの記述については長浜まちづくり(株)HP「風通し屋とは」(<http://kazetoshi.org/kaze/>,2015年4月2日閲覧)を参照した。
- 19)長浜まちづくり(株)HP「風通し屋とは」(<http://kazetoshi.org/kaze/>,2015年4月2日閲覧)。
- 20)2015年5月18日、M.T氏(長浜まちづくり(株)職員)への聞き取りによる(38分、「町家再生への取り組みについて」ほか)。
- 21)長浜まちづくり(株)HP「風通し屋とは」(<http://kazetoshi.org/kaze/>,2015年4月2日閲覧)。
- 22)このような問題点は、従来の第三セクターに関する先行研究においても指摘されている。
- 23)ただし、長浜市中心部のまちづくりに明らかにそぐわない業種やアクターは除外しなければならず、その場合、同社は一種の「フィルター」の役目を果たすことが必要になると思われる。

終章 本研究のまとめと課題

1. 各章のまとめ

ここでは、各章の内容のまとめを行う。

1.1 第1章のまとめ

第1章「中心市街地の現状と活性化に向けた取り組み」では、法律や政策といった社会制度的な側面から長浜市の中心市街地をとらえ、その現状や取り組みについて確認し、考察した。ここでは、中心市街地活性化法に関する先行研究をレビューし、長浜市の「中心市街地活性化基本計画」を概観することで「対象となる社会制度のもとで、同市がどのような取り組みを行っているのか」についてみてきた。

まず、同市の中心市街地の現状と活性化に向けた取り組みを把握するにあたり、中心市街地の活性化に関する法律について確認することが有効であるため、ここでは中心市街地活性化法に関する先行研究をレビューした。同法は1998年に「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」（以下、旧法とする）が施行され、その問題点を改善するために2006年に「中心市街地の活性化に関する法律」（以下、新法とする）が施行されている。そこで、まず旧法の制定経緯とその枠組みについて確認し、その問題点を指摘した。そのうえで新法の概要を述べ、中心市街地活性化法に関する一連の流れについて概観した。本章ではこれらの点を踏まえ、具体的な事例として長浜市を取り上げ、新法のもとでの取り組みについて考察した。

同市の中心市街地において展開されている取り組みには、(1) 長浜駅周辺を黒壁スクエア周辺に連携するもう1つの中心市街地の核として、機能や魅力を高めることを目的とした「市街地の整備改善事業」、(2) まちなかの市民にとって利便性の高い公共施設の整備を行うことを目的とした「都市福利施設整備事業」、(3) 地域住民が中心市街地に居住することと観光客の宿泊客数の増加を目的とした「まちなか居住の推進に関する事業」、(4) 中心商店街の回遊性の拡大や黒壁ガラス文化の芸術性を高め、内外に広く情報を発信することを目的とした「商業の活性化に関する事業」、(5) 自家用車に頼ることなく気軽に中心市街地へ行くことができるための公共交通手段の確保を目的とした「公共交通機関の利便性向上および特定事業の推進に関する事業」がある。本章ではこれらの事業の概要について確認し、その担い手について考察した。

その結果、長浜市の中心市街地における多様な事業の担い手としては、同市に関する先行研究でよく取り上げられている第三セクター（株）黒壁（以下、（株）黒壁とする）を中心とした観光に関するアクター以外にも第三セクター長浜まちづくり（株）（以下、長浜まちづくり（株）とする）、神前西開発（株）、NPO 法人ギャラリーシティ楽座などの多様なアクターが存在していることが明らかになった。このことは、長浜市の中心市街地において商業関係者のみならず、開発事業者、市町村などまちづくりに関連する多様な主体が誕生していることを示しており、旧法のような商業を中心とした中心市街地の活性化を目的としているのではなく、新法のようなより多様な魅力を持った中心市街地を形成することを目的としていることが明らかになった。その一方で、同市は 2006 年と 2010 年に行われた二度の合併により市の面積が拡大したため、今後は市中心部と周辺部の均衡ある発展を視野に入れつつ、観光都市としてだけでなく地域住民にとっても魅力と活力のある中心市街地を形成していくことが重要であるとの指摘を行った。

1.2 第 2 章のまとめ

第 2 章「観光資源の類型化とその特徴」では、長浜市中心部に点在している観光資源についての確認および考察を行った。ここでは観光に関する先行研究をレビューし、いくつかの観光に関する重要な概念について整理をしたうえで「同市中心部にはどのような観光資源があり、同時にどのような課題が浮かびあがってくるのか」について考察した。

長浜市中心部における観光資源を適切に把握するにあたり、観光に関する重要な概念について整理をすることが必要であるため、ここでは観光に関する先行研究をレビューした。まず、「観光」概念について確認し、本章のコンテキストに沿った形で同概念を措定した。次に、観光概念をもとにして誕生した概念である「観光事業」と「観光産業」についてその位置づけや定義などについて確認した。最後に、「観光資源」について、本章の目的に即した枠組みを提示した。

本章では、観光資源を「観光客を引きつけるだけの潜在的な可能性を備えており、かつ、観光対象としての性質を備えているもの」であると措定し、須田の観光資源の枠組みを提示した。須田の枠組みでは観光資源は大きく自然観光資源と歴史文化観光資源に分類され、さらにその中においても有形観光資源と無形観光資源に分類されている。「自然観光資源—有形観光資源」は温泉や海（岸）、動植物（植物、動〔生〕物）などであり、「自然観光資源—無形観光資源」は自然現象（不知火、蜃気楼、オーロラ）、気象（雪、雨、四季）などであ

る。また、「歴史文化観光資源—有形観光資源」は建造物、史跡（遺跡、城郭、古墳）、美術工芸（陶磁器、絵画、彫刻〔仏像〕、古文書など）、有形民俗文化財などであり、「歴史文化観光資源—無形観光資源」は無形文化財（音楽、技術、民話、能楽、演劇）、無形民俗文化財などである。さらに須田はこれ以外にも複数の観光資源がまとまってひとつの観光資源になったものとしての「総合観光資源」や、自然観光資源、歴史文化観光資源の両資源にわたる総合観光資源である「複合観光資源」というカテゴリーも提示している。本章では、これらの観光に関する諸概念を整理し、観光に関する観点をクリアにしたうえで、長浜市中心部に点在している観光資源について考察した。

須田の枠組みを用いて長浜市中心部に点在する観光資源についてみていくと、「歴史文化観光資源—有形観光資源」には（株）黒壁、長浜鉄道スクエア（=旧長浜駅舎、長浜鉄道文化館、北陸線電化記念館）、慶雲館、大通寺、六古社寺（神照寺、長浜八幡宮、知善院、舎那院、豊国神社、総持寺）、山車などがあり、「歴史文化観光資源—無形観光資源」には子ども歌舞伎（=長浜曳山祭）があることが明らかになった。さらに、「総合観光資源」には曳山博物館、長浜市長浜城歴史博物館、長浜曳山祭、馬酔木展、盆梅展、六瓢箪などがあることが明らかになった。これにより、長浜市中心部には（株）黒壁とそれに関連するもの以外にも多くの観光資源が存在していることが明らかになった。さらに、同市中心部における観光資源をみていくことで浮かびあがってきた課題として、イベントのマンネリ化やそれぞれの観光資源の連携不足があり、今後は地域外部からさまざまなアイデアを取り入れるためのネットワークの構築や、同市中心部の観光資源と郊外の観光資源とのさらなる緊密な連携の実現が必要であるとの指摘を行った。

1.3 第3章のまとめ

第3章「長浜市中心部における地域ネットワーク」では、主にネットワーク論の観点から長浜市中心部について考察した。ここでは「ネットワーク論の観点からみた長浜市中心部におけるまちの魅力とは何か」について明らかにすることを目的とした。本章では、ネットワーク論の中でも閉鎖的ネットワークと開放的ネットワークに関する先行研究をレビューし、それに準拠したレント（rent）分析モデルを用いて同市中心部におけるネットワークのパフォーマンスについて測定した。

まず、本章の分析モデルであるレント分析モデルを用いるにあたり、閉鎖的ネットワークと開放的ネットワークに関する先行研究をレビューした。これにより、閉鎖的ネットワーク

では (1) 普段から濃密な関係を築いており、相互協力などの面で強固なサポートを受けることができるものであるが、(2) 外部とのつながりが形成されにくい、という共通項が明らかになった。そして、開放的ネットワークでは、(1) 普段は接触しない相手とのつながりが形成されており、(2) 新しい価値観や技術、情報といった資源にアクセスすることが可能になり、競争優位性を生み出すことができる、という共通項が明らかになった。そして、近年では閉鎖的ネットワークと開放的ネットワークをバランスよく備えることが重要であるとされているため、本章では西口の提唱したレント分析モデルを用いて考察した。

西口の提唱したレント分析モデルは、経済学で用いられているレント概念を援用した Kogut のモデルをさらに精緻化したものである。Kogut は経済学で用いられているレント概念を援用し、開放的ネットワークから得られる便益をバートルント、閉鎖的ネットワークから得られる便益をコールマンレントとし、モデル化した。本章で用いたレント分析モデルはこのバートルントとコールマンレントをさらに細分化させることで実証可能なモデルとなっており、西口はバートルントを「中央の公式調整 (central coordination)」、「評判 (reputation)」に、コールマンレントを「社会的埋め込み (social embeddedness)」と「情報共有と学習 (information sharing and learning)」に分類している。

長浜市中心部において各レントを生み出す主体についてみると、「中央の公式調整」のレントを生み出す主体には NPO 法人まちづくり役場 (以下、まちづくり役場とする) や長浜まちづくり (株)、「評判」のレントを生み出す主体には同市に視察や、講演を依頼してくる他地域のアクターや (株) 文教スタジオおよび (株) 京都放送、「社会的埋め込み」のレントを生み出す主体には (株) 新長浜計画や (株) 黒壁および黒壁グループ協議会、そして「情報共有と学習」のレントを生み出す主体には出島塾や商店街店舗および (株) 新長浜計画というアクターが存在していることが明らかになった。これらの各レントを生み出す主体についてみていくと、中央の公式調整に位置する各アクターには、「他の 3 つのレントに対して何らかの影響を与えている」という特徴がみられた。そして、中央の公式調整に位置する各アクターは地域内部 (社会的埋め込みのレント、情報共有と学習のレント) と外部 (評判のレント) の両方につながりがあることから Burt のいう「構造的空隙 (structural holes)」の位置にあることも明らかになった。このことから本章では「レント分析モデルにおいて『中央の公式調整』を生み出すアクターが構造的空隙に位置しているとき、他の 3 つのレントに何らかの形で影響を与えている」ことが明らかになった。ただし、中央の公式調整のレントに位置するアクターがどのような主だった機能を果たすのかという点について

は地域によって異なる可能性があるため、今後はさらなる事例研究を行い、考察を重ねることが必要であるとの指摘を行った。

1.4 第4章のまとめ

第4章「NPO 法人まちづくり役場の現状と経営課題」では、第3章でその重要性が明らかになったアクターの1つであるまちづくり役場について、その現状と経営課題を考察した。ここでの目的は「まちづくり役場はどのような問題を抱えており、また同時にどのような要因によってその問題がもたらされているのか」を明らかにすることであった。

本章では、まちづくり役場を考察するにあたり、NPOに関する基礎的なデータやその定義、さらには指摘されている問題点について確認することが重要であるとの考えから、まずNPO法人の認定数の推移やその定義、そして抱えている問題点について先行研究を踏まえながら確認した。

まず、NPO法人数については増加傾向にあり、NPOに対する社会の需要が高まっていることが確認された。次にNPOの定義についてであるが、その定義は研究者によって異なるため、ここではいくつかの先行研究をレビューし、その構成要素を導出したうえで、本章のコンテキストに適した定義を措定し、その意味する範囲についても確認した。NPOの定義について先行研究をみると、そこには(1)公益性があること、(2)民間の団体であること、(3)ミッション(社会的使命)の達成が活動目的であること、という構成要素が盛り込まれていた。そこで、本章ではNPOを「公益性がある民間の団体であり、その活動目的はミッション(社会的使命)の達成であり、活動によって得られた利益は関係者に配分されないような組織(団体)」であると措定し、その範囲についてもNPO法の認証を受け、NPO法人になった団体という位置づけでとらえた。また、NPOが抱える問題点には収入の確保といった経営基盤の脆弱性が指摘されており、本章においてもその点について確認した。

まちづくり役場を調査対象とするにあたり、まず同組織の設立の背景や組織概要、活動内容について確認した。そのうえで、まちづくり役場の組織運営に関わる活動を考察するために同組織から提供された一次資料を分析した結果、組織運営の大部分が観光関連の事業(視察・講演事業、賃貸事業、事務委託事業、観光マップ事業)により支えられていたことが明らかになった。このことから観光地としての長浜市の価値が下がることがあれば、まちづくり役場の組織運営に大きな支障をきたす可能性があることが明らかになった。本章ではこの問題への対策として、観光以外の事業についても手掛けることにより、収入チャンネルを

増加し、組織の安定性を高めることや、支出に関しても家賃を収入に応じた形で支払うことが有効ではないかという指摘を行った。

1.5 第5章のまとめ

第5章「まちづくり役場の組織運営ネットワーク」では、調査対象であるまちづくり役場の事業活動をネットワーク論の観点からとらえ、考察した。ここでは地域の内部と外部とを結ぶ位置にある組織は事業を行うにあたり、どのようなネットワークを構築し、組織を運営しているのか、について明らかにすることを目的とした。本章では、第3章でもみてきた開放的ネットワークと閉鎖的ネットワークの概念を用いて調査対象の事業ネットワークを分類し、時系列的に考察した。

まず、調査対象であるまちづくり役場の位置づけをクリアにする際に参考になる Burt の構造的空隙論についてレビューし、その重要性について確認した。次に、まちづくり役場の事業活動をネットワーク論の観点から考察するために、開放的ネットワーク・閉鎖的ネットワークに関する先行研究をレビューし、本章のコンテキストに沿った形でその底流について考察した。その結果、開放的ネットワークについては「相手集団の異質性や多様性」、「普段の接触頻度の少なさ」が、閉鎖的ネットワークについては「同質性」、「同一地域・範囲内での親密性の高さ」が特徴としてみられた。このことから、本章では開放的ネットワークを「他地域に全社レベルでの活動拠点があり、地域内で活動することはあるものの、接触頻度が少ない地域内のアクターとの間に形成されるもの」とし、閉鎖的ネットワークを「地域内に活動拠点があり、地域内部でそれぞれ頻繁に接触しているアクター同士で形成されるもの」とした。

このように本章では、開放的ネットワーク・閉鎖的ネットワークに関する先行研究をレビューし、それによる考察視点を提示したうえで、調査対象であるまちづくり役場の事業活動について考察した。まちづくり役場の組織運営に直接かかわる事業活動は主に視察・講演事業、賃貸事業、事務委託事業、観光マップ事業であり、ここではこれらの事業について考察した。そして、それぞれの事業が開放的ネットワーク、閉鎖的ネットワークのどちらに分類されるのかについて検証した。最初に、視察・講演事業については視察や講演を依頼した相手は全国各地の自治体や団体などであり、まちづくり役場は頻繁にそれらのアクターと連絡を取っているわけではないため、開放的ネットワークの性質を備えているものであるとした。次に、賃貸事業については、まちづくり役場が賃貸契約を結んでいるアクターは(株)

京都放送、びわ湖放送（株）、（株）文教スタジオであり、これらのアクターは活動拠点が長浜市以外であることや日常的に長浜市中心部のアクターとの接触が少ないことが共通項として導出された。このことから、賃貸事業についても開放的ネットワークの性質を備えているものであるとした。そして事務委託事業については、まちづくり役場は出島塾と黒壁グループ協議会とつながりを形成しており、これらのアクターは長浜市に活動拠点があり、日常的な接触頻度も高いため、閉鎖的ネットワークの性質を備えているものであるとした。また、観光マップ事業についてまちづくり役場は、地元商店街とつながりを形成しており、これについても活動拠点が長浜市であることや日常的な接触頻度も高いため、閉鎖的ネットワークの性質を備えているものであるとした。以上のことから、まちづくり役場の事業活動について開放的ネットワークに該当するものは視察・講演事業および賃貸事業であり、閉鎖的ネットワークに該当するものは事務委託事業や観光マップ事業であることが明らかになった。

最後に、これらの事業と組織運営との関係を明らかにするために、事業を開放的ネットワーク、閉鎖的ネットワークに分類し、時系列的に考察した。その結果、当初、まちづくり役場は開放的ネットワークを中心とした組織運営を行っていたものの、次第に閉鎖的ネットワークによる事業収入の割合が増加し、逆転していたことが明らかになった。それは閉鎖的ネットワークに分類される事務委託事業や観光マップ事業が安定した事業展開を行っているのに対し、開放的ネットワークに分類される視察・講演事業の減少と賃貸事業の一部を占めていたびわ湖放送（株）の撤退という要因によるところが大きいと考えられる。これらの調査結果により、地域内部におけるまちづくりの担い手たちの緊密なつながりが確認された一方で、地域外部とのつながりを持続的に形成することの難しさが明らかになった。最後に、今後の課題としてさらなる事例研究を行うことで地域再生のカギとなる組織についてより広範に適応できる知見を導出する必要があるという指摘を行った。

1.6 第6章のまとめ

第6章「地域経済活性化を担う長浜まちづくり（株）の概要とその取り組みに関する考察」では、第3章での考察において明らかになったもう1つの構造的空隙に位置するアクターである長浜まちづくり（株）について考察した。本章では、最初に同社の組織特性に関する「まちづくり会社」、「第三セクター」といった概念やその概要について確認することが重要であるため、先行研究や各種資料を用いながらそれらの概念、概要について確認した。

まず、「まちづくり会社」について、国土交通省まちづくり推進課（2012）の「まちづく

り会社等の活動事例集」、経済産業省商務流通グループ中心市街地活性化室（2012）の「まちづくりの取組を担う組織・団体のあり方に関する調査・研究事業報告書」および西郷（1991, 1996, 1999）といった先行研究および各種資料を用いて確認した。ここでは、まちづくり会社等の概要や主要事業、概念についてみたうえで、まちづくり会社の実態について経済産業省（2012）が実施したアンケート結果を用いながら考察した。

次に、「第三セクター」については、総務省（2009）の「第三セクター等の状況に関する調査結果」および同省（2012）の「第三セクター等の状況に関する調査結果の概要」、そして関連する先行研究をもとに論及した。ここでは、第三セクターの実態や定義、そして指摘されている問題点について先行研究や各種資料を用いて確認した。

本章では、このように「まちづくり会社」および「第三セクター」といった概念やその概要について確認したうえで、調査対象である長浜まちづくり（株）の概要およびその取り組みについて考察した。まず、同社の設立の背景や会社概要について確認した。次に、同社の活動について概括した。経済産業省（2012）および国土交通省（2012）の調査によれば、同社の活動は、(1) 駐車場管理運営事業、(2) 中心市街地のエリアマネジメントの推進、(3) 講師派遣・視察受入、に大別できる。また、同社の組織運営は主に駐車場管理運営事業、各種支援事業、受託事業などにより支えられている点についても確認した。

そして、本章では同社の町家再生への取り組みに注目し、その内容について考察した。まず、町家再生への取り組みについて考察する際に、先行研究を援用しながら「町家」概念と町家再生の意義について確認した。ここでは、町家とは民家の一類型として位置づけられており、「接道」といった性格を有しているものであることを確認した。また、町家再生の意義については歴史的建築物はすでに減価償却が終わっており、建物を壊して新築するよりも、修復して利用し続ける方が少ない費用で大きな効果が得られることやこれらの建築物は高価な建築材料が用いられているため、同質の建築物を建てるよりも手間や材料の面からも大きなメリットがあることについて確認した。

これらの点について確認したうえで、本章では同社の町家再生への取り組みである「風通し屋」という活動について考察した。同社によれば風通し屋とは空き家をオーナーに代わり維持管理するサービスのことである。長浜まちづくり（株）は、実際に建物の維持管理を行い、見学会などを開催するなどして入所希望者への橋渡しを行っている。同社のこの取り組みにより町家に住むことになった人もいるため、この取り組みが一定の成果を残しつつあることが明らかになった。最後に、同社の課題は経営基盤が脆弱であるが故に、補助金に依

存していることにあり、この問題を解消する一つの指針として、地域外のアクターとの連携を効果的に行うことが重要なのではないかと指摘を行った。

2. 本研究における課題

本研究は長浜市中心部を複数の学術的見地からとらえることにより、同市中心部のまちとしての魅力を立体的に浮かび上がらせることを目的とし、さまざまな学術的見地から考察した。本研究で用いた学術的見地は大別すると(1)まちの魅力を生み出す土台となるもの、(2)まちの魅力を高めるもの、である。前者は社会的制度や観光資源といったものであり、後者はネットワーク論によって対象となるアクターを選定したうえで、アクターの組織特性に関する先行研究をレビューしながら、その実態について考察するというものである。本研究では長浜市中心部に対し、このような形でのアプローチを試みてきたが、残された課題もいくつか存在している。そのため、最後にそれらの課題について述べる。

まず、長浜市中心部に点在する観光資源の詳細について具体的に把握し、そのいかし方について、さらなる発展的な記述を行うことである。本研究では、同市中心部に点在する観光資源の現状について述べているが、さらに多くの人を惹きつけるにはそれらの観光資源の歴史的な側面の記述やその価値について具体的に記述していく必要があると考えられる。本研究では観光資源に関する先行研究をもとに、同市中心部に点在している観光資源の類型化を行ったが、それらの観光資源がどのようなものであるかを詳細に明らかにすることで、観光客の増加という地域外部への働きかけがより適切になされる可能性があるためである。

もう1つの課題は、長浜市中心部についてさらなる時系列的な調査・考察を行うことの必要性である。同市中心部は依然として(株)黒壁による観光地としてのイメージが強いものの、それ以外の活動を行っているアクターも誕生してきており、それにより同市中心部の産業構造も変化しつつある。そのため、今後は同市中心部で活動するアクターの動向について継続的にみていくなど、時系列的な調査・考察を行うことが重要であると考えられる。

謝辞

博士論文の審査にあたり、主査を務めていただいた濱崎一志先生(人間文化学部教授)および副査を務めていただいた中井均先生(人間文化学部教授)、市川秀之先生(人間文化学部教授)、石川慎治先生(人間文化学部准教授)、高橋愛典先生(近畿大学経営学部教授)に

は大変有益なコメントをいただいた。心より感謝申し上げます。

引用・参考文献一覧

1. 日本語文献（五十音順）

赤井伸郎・篠原哲, 2001, 「公共投資の効率化——PFI 成功の鍵:第三セクターからの教訓——」『財務省地域自立研究会報告書』, pp.1-26。

———, 2002, 「第三セクターの設立・破綻要因分析——新しい公共投資手法 PFI の成功に向けて——」『日本経済研究』 No.44, pp.141-66。

足羽洋保, 1997, 『観光資源論』中央経済社。

天野忠良, 1998, 「地域伝統芸能の活用と観光振興」長谷政弘編著『観光振興論』税務経理協会, pp.111-22。

石井吉春, 2010, 「第三セクターの経営状況」宮脇淳編著『第三セクターの経営改善と事業整理』学陽書房, pp.2-38。

磯崎陽輔, 2007, 「地方公社・第三セクターと地方行政」山下茂編著『特別地方公共団体と地方公社・第三セクター・NPO』ぎょうせい, pp.317-65。

市川秀之・武田俊輔編著・滋賀県立大学曳山まつり調査チーム編, 2012, 『長浜曳山まつりの舞台裏——大学生が見た伝統行事の現在——』サンライズ出版。

伊藤忠通, 1992, 「第三セクターの活動領域」『奈良県立商科大学「研究季報」』第3巻第1～3合併号, pp.115-21。

伊藤毅, 2007, 『町家と町並み』山川出版社。

稲葉祐之, 2004, 「新規地域産業創造型第三セクターのマネジメント——ネットワークという視点——」『経営研究』第55巻第1号, pp.103-21。

伊吹英子・山内直人, 2003, 「コミュニティ活性化と NPO の役割」『都市問題研究』第55巻第5号, pp.61-75。

上田篤, 1975, 「町家論——知における空間の諸相」上田篤・土屋敦夫編『町家——共同研究』鹿島出版会, pp.9-100。

上田篤・土屋敦夫編, 1975, 『町家——共同研究』鹿島出版会。

太田正, 1991, 「都市行政と公社経営」公社問題研究会編『豊かな地域づくりをめざして——だれのための公社・第三セクターか』教育資料出版会, pp.50-100。

淡海文化を育てる会編, 2005, 『近江の城下町を歩く』サンライズ出版。

岡本伸之編, 2001, 『観光学入門——ポスト・マス・ツーリズムの観光学——』有斐閣。

- 垣内恵美子・林岳, 2005, 「滋賀県長浜市黒壁スクエアにおける観光消費の経済波及効果と政策的インプリケーション」(社) 日本都市計画学会『都市計画論集』No.40-1, pp.30-9。
- 片岡美喜, 2009, 「日本の観光政策における自然観光資源の位置づけとその現状——草津町の事例より——」『地域政策学会』(高崎経済大学地域政策学会) 第11巻第4号, pp.59-78。
- 片岡裕典・野嶋慎二, 2000, 「長浜市中心商店街における店舗経営者の多様性とその連鎖的展開に関する研究」(社) 日本都市計画学会『都市計画論集』(都市計画別冊) No.35, pp.1111-6。
- 片上敏善, 2006, 「フロンティア研究Ⅱ 観光と食文化」安村克己・遠藤英樹・寺岡伸悟編『観光社会文化論講義』くんぷる, pp.153-61。
- 加太宏邦, 2008, 「観光概念の再構成」『社会志林』Vol.54.4 (法政大学社会学会), pp.27-57。
- 北川宗忠編著, 2001, 『観光事業論』ミネルヴァ書房。
- 衣川恵, 2009, 「まちづくり3法と青森市中活事業の事例」『地域総合研究』第36巻第1・2号合併号, pp.1-12。
- 経済産業省商務流通グループ中心市街地活性化室, 2012, 「まちづくりの取組を担う組織・団体のあり方に関する調査・研究事業報告書」(http://www.meti.go.jp/policy/sme_chiiki/town_planning/h23_houkokusyo_machizukurigaisya.pdf, 2015年5月28日閲覧)。
- 公社問題研究会編, 1991, 『豊かな地域づくりをめざして——だれのための公社・第三セクターか』教育資料出版会。
- 古賀広志, 2013, 「伝統と革新——地域とソーシャルネットワーク——」地域デザイン学会編集・原田保編『地域デザイン戦略総論——コンテンツデザインからコンテクストデザインへ——』芙蓉書房出版, pp.237-61。
- 国土交通省観光庁, 2013, 「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」(<http://www.mlit.go.jp/common/001007090.pdf>, 2015年7月16日閲覧)。
- 国土交通省観光庁編, 2012, 『平成24年版 観光白書』発行:日経印刷株式会社, 発売:全国官報販売協同組合。
- 国土交通省都市局まちづくり推進課, 2012, 「まちづくり会社等の活動事例集—活動類型別

の代表的な 30 事例の紹介—」

(http://www.mlit.go.jp/crd/index/case/pdf/120405ninaite_jireishuh.pdf, 2015 年 5 月 28 日閲覧)。

小坂直人, 1999, 『第三セクターと公益事業——公益と私益のはざま——』日本経済評論社。

小島廣光, 1998, 『非営利組織の経営——日本のボランティア——』北海道大学図書刊行会。

小谷達男, 1994, 『観光事業論』学文社。

是川晴彦, 2009, 「山口市中心市街地の実態と活性化政策」『山形大学紀要 (社会科学)』第 40 巻第 1 号, pp.79-95。

西郷真理子, 1991, 「まちづくりと『街づくり会社』」『地域開発』91.7, pp.60-6。

———, 1996, 「『黒壁』——まちづくり会社としての成功と課題——」『地域開発』96.7, pp.36-46。

———, 1999, 「町づくり会社とは何か」『地域開発』99.9, pp.22-6。

———, 2005, 「長浜・黒壁から町づくり会社を考える」日本建築学会編『まちづくり教科書第 9 巻 中心市街地活性化とまちづくり会社』丸善, pp.66-83。

(財)日本交通公社調査部編, 2001, 『観光読本』東洋経済新報社。

佐々木保幸, 2004, 「中心市街地活性化法の現状と課題」『関西大学商学論集』第 49 巻第 3・4 号合併号, pp.65-87。

佐藤延子, 1998, 「地域振興と地方自治体——第 3 セクター自治体の役割——」『大垣女子短期大学研究紀要』No.39, pp.31-44。

塩田正志, 1999, 『観光学研究Ⅱ』学術選書。

塩田正志・長谷政弘編著, 1994, 『観光学』同文館。

滋賀県長浜市教育委員会, 2012, 『大通寺遺跡 第 19 次調査報告書』(長浜市埋蔵文化財調査資料第 137 集)。

滋賀県文化振興事業団, 2012, 『湖国と文化』第 36 巻 1 号 (通算第 136 号)。

敷田麻美・内田純一・森重昌之編著, 2009, 『観光の地域ブランディング——交流によるまちづくりのしくみ——』学芸出版社。

實清隆, 2008, 「まちづくりの課題と可能性——奈良町、黒壁、空堀、富士ライトレール——」『帝塚山大学人文科学紀要』第 24 号, pp.59-74。

島田恒, 2005, 『NPO という生き方』PHP 出版。

須田寛, 2003, 『新・観光資源論』交通新聞社。

- 須田廣・遠藤英樹, 2005, 『観光社会学——ツーリズム研究の冒険的試み——』明石書店。
- 須田寛・徳田耕一・安村克己, 2002, 『新・産業観光論——近代化産業遺産の活用と「交流の世紀」への歩み——』すばる舎。
- 角谷嘉則, 2009, 『株式会社黒壁の起源とまちづくりの精神』創成社。
- 総務省, 2009, 「第三セクター等の状況に関する調査結果（報道資料）」
http://www.soumu.go.jp/main_content/000048715.pdf, 2015年6月23日閲覧。
- , 2012, 「第三セクター等の状況に関する調査結果の概要（報道資料）」
http://www.soumu.go.jp/main_content/000193255.pdf, 2015年6月23日閲覧。
- 第3セクター研究会・編, 2000, 『地域経営の革新と創造——分権時代の第3セクター』透土社。
- 田尾雅夫, 2001, 「NPOの視点」田尾雅夫・若林直樹編『組織調査ガイドブック——調査党宣言——』有斐閣, pp.298-306。
- 田尾雅夫・若林直樹編, 2001, 『組織調査ガイドブック——調査党宣言——』有斐閣。
- 高木唯, 2012, 「まちなかの変容と山組」市川秀之・武田俊輔編著・滋賀県立大学曳山まつり調査チーム編『長浜曳山まつりの舞台裏——大学生が見た伝統行事の現在——』サンライズ出版, pp.166-76。
- 高田昇, 1994, 「関西風の参加型・パートナーシップ型まちづくり」『地域開発』94.12, pp.23-31。
- 高田喜義, 1996, 『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。
- 鷹野宏行, 1994, 「第三セクターの財務分析研究序説」『白鷗女子短大論集』19(1), pp.70-91。
- 高橋愛典, 2006, 『地域交通政策の新展開——バス輸送をめぐる公・共・民のパートナーシップ』白桃書房。
- 田中重好, 2011, 「縮小社会を問うことの意味」地域社会学会編『地域再生の展望と地域社会学』（地域社会学年報第23集）, ハーベスト社, pp.5-17。
- 田中掃六編著, 2008, 『実学・観光産業論』プラザ出版。
- 田中弥生, 2005, 『NPOと社会をつなぐ——NPOを変える評価とインターメディアリー——』東京大学出版会。
- 谷本寛治・田尾雅夫編著, 2002, 『NPOと事業』ミネルヴァ書房。
- 玉村和彦, 1997, 「観光」長谷政弘編著『観光学辞典』同文館出版, pp.1-2。

- 地域デザイン学会編集・原田保編, 2013, 『地域デザイン戦略総論——コンテンツデザインからコンテクストデザインへ——』芙蓉書房出版。
- 中小企業庁, 2013, 「平成 24 年度 商店街実体調査報告書——概要版——」。
- 土田旭・都市景観研究会編著, 2006, 『日本の街を美しくする——法制度・技術・職能を問
い直す』学芸出版社。
- 出井信夫, 2005, 「第三セクター論」『新潟産業大学人文学部紀要』第 17 号, pp.1-34。
——, 2006, 「第三セクターの概念と定義」『新潟産業大学経済学部紀要』第 30 号, pp.21-
85。
- 特別展『長浜大通寺の精華』実行委員会, 2002, 『長浜・大通寺の精華』。
- 富岡耕太, 2009, 「観光客の声をいかしたまちづくり」敷田麻美・内田純一・森重昌之編著
『観光の地域ブランディング——交流によるまちづくりのしくみ——』学芸出版社,
pp.82-93。
- 鳥居信彦, 2009, 「歴史的遺産を活用した地域活性化の研究——近江長浜のケーススタディ
——」『北陸学院大学・北陸学院短期大学部研究紀要』第 1 号, pp.415-26。
- 内閣総理大臣官房審議室編, 1970, 『観光の現代的意義とその方向』大蔵省印刷局。
内閣府 HP 「特定非営利法人の活動分野について」
(<https://www.npo-homepage.go.jp/pdf/1309bunyaichiran.pdf/>, 2014 年 1 月 29 日閲
覧)。
- 中尾清, 2012, 『地方観光政策と観光まちづくりの展開』晃洋書房。
- 長浜市, 2009, 『長浜市中心市街地活性化基本計画』。
——, 2014, 『第 2 期長浜市中心市街地活性化基本計画』。
- 長浜市・浅井町・びわ町合併協議会, 2006, 『長浜市・浅井町・びわ町 合併の記録』。
- 長浜市及び東浅井郡・伊香郡 6 町合併協議会, 2010, 『長浜市・虎姫町・湖北町・高月町・
木之本町・余呉町・西浅井町 合併の記録』。
- 長浜市史編さん委員会, 2002, 『長浜市史——祭りと行事』長浜市役所。
- 長浜市総務部市史編さん担当, 1993, 『長浜物語』長浜市制 50 周年記念事業実行委員会。
長浜市ふるさと振興協会, 1989, 『長浜みーな』11 月号。
長浜みーな協会, 1997, 『みーな』48 号。
——, 1998, 『みーな』50 号。
——, 2000, 『みーな』65 号。

- 奈良県立大学地域創造研究会編, 2005, 『地域創造への招待』 晃洋書房。
- 奈良繁雄, 1994, 「観光対象と観光商品」 塩田正志・長谷政弘編著『観光学』 同文館, pp.55-71。
- 西川芳昭・松尾匡・伊佐淳編著, 2001, 『市民参加のまちづくり——NPO・市民・自治体の取り組みから——』 創生社。
- 西口敏宏, 2007, 『遠距離交際と近所つきあい——成功する組織ネットワーク戦略——』 NTT 出版。
- 西口敏宏編著, 2003, 『中小企業ネットワーク——レント分析と国際比較——』 有斐閣。
- 西平直史, 2009, 「松山市の中心市街地の現状と活性化のための取り組み」『山形大学紀要(社会科学)』 第 40 巻第 1 号, pp.97-105。
- 日本建築学会編, 2005, 『まちづくり教科書第 9 巻 中心市街地活性化とまちづくり会社』 丸善。
- 野口寛樹, 2008, 「NPO における組織ルーチンの生成プロセス」『経済論叢』 182(5-6), pp.145-66。
- 野沢慎司編・監訳, 2006, 『リーディングスネットワーク論——家族・コミュニティ・社会関係資本——』 勁草書房。
- 野嶋慎二・松本清吾, 2005, 「発信型店主の住まい方と立地動向に関する研究——長浜とならまちにおける比較研究——」(社) 日本都市計画学会『都市計画論集』No.40-3, pp.253-8。
- 長谷政弘編著, 1997, 『観光学辞典』 同文館出版。
- 編著, 1998, 『観光振興論』 税務経理協会。
- 初谷勇, 2001, 『NPO 政策の理論と展開』 大阪大学出版会。
- 馬頭忠治・藤原隆信編著, 2009, 『NPO と社会的企業の経営学——新たな公共デザインと社会創造——』 ミネルヴァ書房。
- 原田晃樹・藤井敦史・松井真理子, 2010, 『NPO 再構築への道』 勁草書房。
- 原田保, 2013, 「地域デザインの戦略的展開に向けた分析視角——生活価値発現のための地域のコンテクスト活用——」 地域デザイン学会編集『地域デザイン』 地域デザイン学会誌第 1 号, pp.7-15。
- 原田房信, 2001, 「観光立地と観光開発」 北川宗忠編著『観光事業論』 ミネルヴァ書房, pp.35-54。

- 深澤映司, 2005, 「第三セクターの経営悪化要因と地域経済」『レファレンス』2005.7, pp.62-78。
- 福田敦, 2004, 「中心市街地再活性化の課題と TMO の事業評価に関する考察——『まちづくり三法』制定に至る政策形成過程を踏まえて——」関東学院大学『経済系』第 218 集, pp.13-34。
- , 2006, 「中心市街地再生に向けた新政策と今後の展望」『経済経営研究所年報』第 28 集, pp.186-209。
- 藤井辰紀, 2012, 「NPO 法人の存在意義と経営課題」『日本政策金融公庫論集』第 16 号, pp.55-73。
- 藤原隆信, 2009, 「NPO・社会的企業と経営学——『利益』と『ミッション』から考える新たな経営学——」馬頭忠治・藤原隆信編著『NPO と社会的企業の経営学——新たな公共デザインと社会創造——』ミネルヴァ書房, pp.27-44。
- 降幡廣信, 1997, 『民家再生の設計手法』彰国社。
- 細野光一, 1994, 「感動をよぶ観光資源」(財)日本交通公社調査部編『観光読本』東洋経済新報社, pp.37-51。
- 堀場勇夫・望月正光編著, 2007, 『第三セクター——再生への指針——』東洋経済新報社。
- 松本渉, 2006, 「NPO の存在理由と組織化との関係」『日本経営学会誌』第 18 号, pp.56-68。
- 松本潔, 2001, 「NPO の広報機能——その現状と課題——」『広報研究』第 5 号, pp.37-48。
- 松本清悟・野嶋慎二, 2004, 「まちづくり視察の実態とまちづくり手法の波及に関する研究——滋賀県長浜市における事例——」(社)日本都市計画学会『都市計画論文集』No.39-3, pp.751-6。
- 溝尾良隆, 1990, 『観光事業と経営——たのしみ列島の創造——』東洋経済新報社。
- 溝尾良隆編著, 2009, 『観光学の基礎』原書房。
- 宮木康夫, 2000, 『第三セクターと PFI——役割分担と正しい評価——』ぎょうせい。
- 宮脇淳編著, 2010, 『第三セクターの経営改善と事業整理』学陽書房。
- 宗田好史, 2009, 『町家再生の論理——創造的まちづくりへの方途——』学芸出版社。
- 村上義昭, 2009, 「中心市街地の課題」『日本政策金融公庫論集』第 4 号, pp.1-23。
- 望月正光, 2007, 「意義および分類」堀場勇夫・望月正光編著『第三セクター——再生への指針——』東洋経済新報社, pp.23-43。
- 諸富徹, 2010, 『地域再生の新戦略』中央公論新社。

- 安田雪, 1997, 『ネットワーク分析——何が行為を決定するか』新曜社。
- , 2001, 『実践ネットワーク分析——関係を解く理論と技法』新曜社。
- 安村克己・遠藤英樹・寺岡伸悟編, 2006, 『観光社会文化論講義』くんぷる。
- 矢部拓也, 2001, 「地方小都市の再生過程——滋賀県長浜市第三セクター『黒壁』を事例として——」『法政大学多摩地域社会研究センター研究年報』No.5, pp.57-81。
- , 2010a, 「中心市街地の衰退と再生のメカニズム——ジェーン・ジェイコブズの都市理論による滋賀県長浜市の中心市街地再生の事例分析——」『徳島大学社会科学研究所』第23号, pp.151-68。
- , 2010b, 「何が再生されたのか?——エリアマネジメントからみた、北川フラム氏の芸術による中山間村再生と長浜・高松・ヤングスタウンでの地域再生の比較」地域社会学会編『地方から見た地域再生の現実』(地域社会学年報第22集), ハーベスト社, pp.63-82。
- 山内直人, 1999, 「経済システムとしてのNPO」『生活起点』(19), pp.4-10。
- , 2000a, 「NPOの経営基盤強化と自治体の役割」『都市問題』第91巻第1号, 2000年1月号, pp.65-76。
- , 2000b, 「NPO支援税制の問題点と改革の方向性」『税務弘報』Vol.48, No.8, pp.6-13。
- 山崎弘子, 2007, 「黒壁と町衆の20年——博物館都市長浜のこれまでとこれから——」NIRA Case Study Series, No.2007-07-AA-8, pp.1-18。
- 山下茂編著, 1997, 『特別地方公共団体と地方公社・第三セクター・NPO』ぎょうせい。
- 山田耕生, 2007, 「温泉地活性化と地域内部の人的要因——山形県米沢市小野川温泉を事例に——」『立命館地理学』第19号, pp.13-25。
- 吉田方矩, 2005, 「観光をめぐる産業」奈良県立大学地域創造研究会編『地域創造への招待』晃洋書房, pp.80-9。

2. 外国語文献 (アルファベット順)

- Bott, E., 1955, "Urban Families: Conjugal Roles and Social Networks." *Human Relations*, 8, pp.345-83.
- Burt, R., 1992, *STRUCTURAL HOLES: The Social Structure of Competition*, Harvard University Press (=2006, 安田雪訳『競争の社会的構造——構造的空間の理論——』新

曜社) .

Burt, R., 2001, “Structural Holes versus Network Closes as Social Capital” *Pre-print for a chapter in Social Capital: Theory and Research*, edited by N.Lin, K.S.Cook, and R.S.Burt.Aldline de Gruyter.

Coase, R.H., 1937, “The Nature of the Firm” *Economica* 13, pp.386-405 (=1992, 宮澤健一・後藤晃・稲垣芳文訳『企業・市場・法』東洋経済新報社, pp.39-64) .

Coleman, J. S., 1988, “Social Capital in the Creation of Human Capital,” *American Journal of Sociology*, 94, pp.S95-120.

Granovetter, M. S., 1973, “The Strength of Weak Ties,” *American Journal of Sociology*, 78, pp.1360-80.

Granovetter, M. S., 1974, *Getting a Job*, Harvard University Press (=1998, 渡辺深訳『転職——ネットワークとキャリアの研究——』ミネルヴァ書房) .

Koght, B., 2000, “The Network as Knowledge: Generative Rules and the Emergence of Structure,” *Strategic Management Journal* 21(3), pp.405-25.

Milgrom, P. and R.John, 1992, *Economics, Organization and Management*, Englewood Cliffs, NJ:Prentice Hall (=1997, 奥野正寛・伊藤秀史・今井春雄・西村理・八木甫訳『組織の経済学』NTT 出版) .

Polanyi, M., 1966, *The Tacit Dimension*, Routledge & Kegan Paul (=1980, 佐藤敦三訳『暗黙知の次元』紀伊國屋書店) .

Putnam, R.D., 2000, *Boling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, Simon & Schuster (=2006, 柴田康文訳『孤独なボウリング——米国コミュニティの崩壊と再生——』柏書房) .

Wellman, B., 1979, “The Community Question: The Intimate Networks of East Yorkers,” *American Journal of Sociology*, 84, pp.1201-31.

Williamson, O.E., 1985, *The Economic Institutions of Capitalism*, New York: The Free Press.

3. ウェブサイト (五十音順)

(株) 黒壁 HP (<http://www.kurokabe.co.jp/>, 2015 年 10 月 22 日閲覧)。

内閣府 NPO HP (<https://www.npo-homepage.go.jp/>, 2015 年 8 月 21 日, 10 月 22 日, 10 月

28日閲覧)。

長浜観光振興会 HP

(<http://www.e-ohmi.net/shinkoukai/index1.html/>, 2015年10月22日閲覧)。

長浜市 HP (<http://www.city.nagahama.shiga.jp/>, 2015年7月13日閲覧)。

長浜まちづくり (株) HP (<http://www.nagamachi.co.jp/>, 2015年4月2日閲覧)。

引用・参考資料一覧

1. 新聞 (五十音順)

近江毎夕新聞

2013年:2月27日, 6月2日, 7月3日, 9月22日, 10月9日, 10月20日。

2014年:1月19日, 3月2日, 3月26日, 4月6日, 4月23日, 6月8日。

2015年:2月18日, 3月8日, 5月24日, 6月3日, 6月21日, 6月28日, 7月5日。

京都新聞, 1999年7月1日, 7月2日, 7月3日, 7月6日。

中日新聞, 2009年6月20日, 6月28日。

毎日新聞, 2009年9月8日, 2014年3月21日, 2015年6月6日, 7月2日。

読賣新聞, 2009年8月9日, 2013年7月23日。

2. 雑誌・パンフレット等 (五十音順)

「株式会社黒壁 会社案内」(2011年作成)。

株式会社しがぎん経済文化センター, 2012, 『かけはし』 May 2012, Vol.134, 滋賀銀行。

記念誌編集委員会, 1997, 『フィナーレからプロローグへ——北近江秀吉博覧会記念誌』 北近江秀吉博覧会実行委員会。

『“シルバーからプラチナへ” 新エイジレス社会の輝く担い手——プラチナプラザ 10周年記念誌』 プラチナプラザ 10周年記念事業実行委員会, 2007。

「真宗大谷派——長浜別院大通寺」(パンフレット)。

長浜きもの大學, 2007, 「纏 (TEN) NAGAHAMA KIMONO UNIVERSITY 2007」(パンフレット)。

長浜市, 「ながはま風趣」。

長浜市市民広報室, 「広報ながはま」 2014.3, Vol.098, 2014.5, Vol.100。

「長浜市統計書平成 23 年版」。

長浜市長浜城歴史博物館, 「秀吉出世城——長浜城」(パンフレット)。

長浜鉄道スクエア(旧長浜駅舎/長浜鉄道文化館/北陸線電化記念館), 2013, 「陸蒸気が
運んだ文明開化」(パンフレット)。

「長浜浪漫パスポート 2013」。

曳山博物館, 「曳山博物館——びわ湖・長浜・子供狂言」(パンフレット)。

まちづくり役場, 2009, 『イエ・ミセ・マチ——まちづくり役場という運動——』(パンフレ
ット)。

初出論文一覧

第 1 章「滋賀県長浜市の中心市街地の現状と活性化に向けた取り組みに関する研究」滋賀
県立大学人間文化学部研究報告『人間文化』Vol.34、2013 年。

第 2 章「観光資源の類型化とその特徴に関する研究——滋賀県長浜市の事例を中心に——」
滋賀県立大学人間文化学部研究報告『人間文化』Vol.35、2014 年。

第 3 章「地域再生装置としての観光ビジネスに関する考察——レント分析を中心に——」
地域デザイン学会誌『地域デザイン』第 3 号、2014 年。

第 4 章「NPO 法人の現状と経営課題に関する研究——NPO 法人まちづくり役場の事例を
を中心に——」滋賀県立大学人間文化学部研究報告『人間文化』Vol.37、2014 年。

第 5 章「観光産業による地域再生に関するネットワーク論的研究——滋賀県長浜市を事例
として——」滋賀県立大学人間文化学部研究報告『人間文化』Vol.39、2015 年。

第 6 章「地域経済活性化を担う第三セクターの現状と経営課題に関する研究——長浜まち
づくり(株)の事例を中心に——」滋賀県立大学人間文化学部研究報告『人間文化』
Vol.38、2015 年。

図表一覧

目次（図表：本文の該当ページ）

第1章 長浜市中心市街地の現状と活性化に向けた取り組み

図 1.1 長浜市の産業別事業所数・従業者数（p.9）

表 1.1 長浜市全体と中心市街地の人口・世帯数、高齢化の動向（p.11）

表 1.2 長浜市とその中心市街地における小売商業の動向（p.11）

表 1.3 中心商店街の空き店舗数（p.12）

図 1.2 観光客数の推移（旧長浜市地域）（p.12）

表 1.4 関係組織一覧（代表的なもののみ）（p.16）

第2章 観光資源の類型化とその特徴

表 2.1 観光産業の分類（p.25）

表 2.2 観光資源の分類（p.26）

表 2.3 長浜市における観光資源の類型（p.31）

第3章 長浜市中心部における地域ネットワーク

表 3.1 レント分析モデル（p.40）

図 3.1 （株）黒壁の年商と来街者数の推移（p.41）

図 3.2 長浜市中心部の観光ビジネスを中心とした歴史的変遷（p.42）

図 3.3 レント分析モデルからみた長浜市中心部（p.44）

第4章 NPO 法人まちづくり役場の現状と経営課題

図 4.1 NPO 法人の認定数・認証数の推移（p.56）

第5章 まちづくり役場の組織運営ネットワーク

図 5.1 まちづくり役場の組織運営に関わる主要な組織間関係（p.70）

図 5.2 開放的および閉鎖的ネットワークの観点からみたまちづくり役場の組織運営に関わる事業の内訳（p.75）

第6章 地域経済活性化を担う長浜まちづくり（株）の概要とその取り組みに関する考察

図 6.1 第三セクター等の年次別設立数 (p.87)

表 6.1 長浜まちづくり（株）の会社概要 (p.91)

図 6.2 「風通し屋」サービスの流れ (p.93)

第1章 長浜市中心市街地の現状と活性化に向けた取り組み

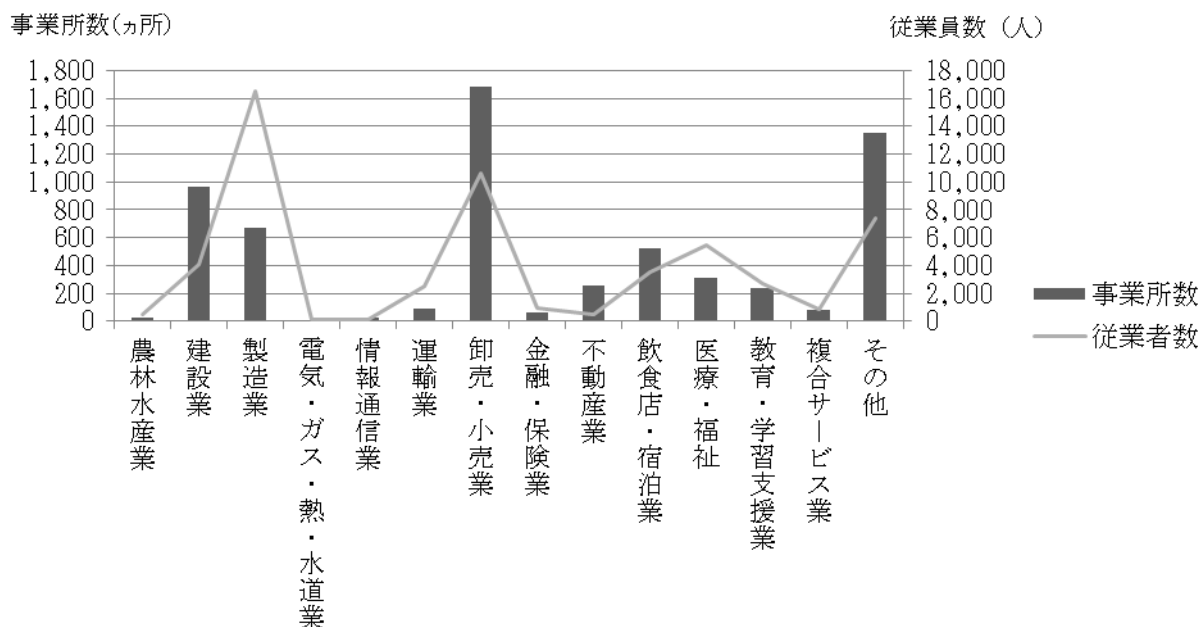


図 1.1 長浜市の産業別事業所数・従業者数

※当該図は、「長浜市統計調査」(平成 23 年版)をもとに筆者が作成¹⁾。

表 1.1 長浜市全体と中心市街地の人口・世帯数、高齢化の動向

		1990	1995	2000	2005	2010
人口 (人)	市全体(a) (伸び率)	75,753 1.00	77,339 1.02	80,532 1.06	82,676 1.09	124,131 1.64
	中心市街地(b) (伸び率)	12,194 1.00	11,234 0.92	10,657 0.87	10,762 0.88	10,211 0.84
	b/a	16.1%	14.5%	13.2%	13.0%	8.2%
世帯数	市全体(a) (伸び率)	21,043 1.00	22,987 1.09	25,469 1.21	28,096 1.34	43,015 2.04
	中心市街地(b) (伸び率)	3,910 1.00	3,884 0.99	3,937 1.01	4,322 1.11	-
	b/a	18.6%	16.9%	15.5%	15.4%	-
老年人口 (人)	市全体 (伸び率)	7,548 1.00	9,090 1.20	10,568 1.40	16,634 2.20	31,213 4.14
	中心市街地 (伸び率)	2,125 1.00	2,470 1.16	2,742 1.29	2,892 1.36	-
高齢化率	市全体	10.0%	11.8%	13.1%	20.1%	25.1%
	中心市街地	17.4%	22.0%	25.7%	26.9%	-

注 1)市全体の人口、世帯数は国勢調査値。中心市街地人口、世帯数、老齢人口は住民基本台帳値。

注 2)1990～2005 年までは、旧長浜市、旧浅井町、旧びわ町の合計値であり、2010 年は 1 市 6 町合併後のものである。

※当該表は、『長浜市中心市街地活性化基本計画』（長浜市, 2009:6）および長浜市役所提供資料をもとに筆者が作成。

表 1.2 長浜市とその中心市街地における小売商業の動向

		1997	1999	2002	2004	2007
商店数	市全体(a) (伸び率)	1,097 1.00	1,103 1.01	1,058 0.96	1,009 0.92	926 0.84
	中心市街地(b) (伸び率)	503 1.00	-	-	443 0.88	-
	b/a	45.9%	-	-	43.9%	-
従業者数 (人)	市全体(a) (伸び率)	5,347 1.00	6,214 1.16	6,604 1.24	6,557 1.23	6,235 1.17
	中心市街地(b) (伸び率)	2,190 1.00	-	-	2,309 1.05	-
	b/a	41.0%	-	-	35.2%	-
年間販売額 (百万円)	市全体(a) (伸び率)	100,475 1.00	104,878 1.04	100,809 1.00	104,852 1.04	104,396 1.04
	中心市街地(b) (伸び率)	36,665 1.00	-	-	25,441 0.69	-
	b/a	36.5%	-	-	24.2%	-
売り場面積 (m ²)	市全体(a) (伸び率)	101,599 1.00	106,937 1.05	133,001 1.31	128,685 1.27	149,101 1.47
	中心市街地(b) (伸び率)	41,956 1.00	-	-	36,403 0.87	-
	b/a	41.3%	-	-	28.3%	-

注 1)各年商業統計調査。

注 2)「市全体」は、各年、旧長浜市、旧浅井町、旧びわ町の合計値。

※当該表は、『長浜市中心市街地活性化基本計画』（長浜市, 2009:8）をもとに筆者が作成。

表 1.3 中心商店街の空き店舗数

		1985											
			1996	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2011	2012	
1	ゆうき番街商店街	67	店舗数(a)	62	62	60	60	60	67	62	62	62	60
			空き店舗数(b)	25	11	5	2	5	5	8	4	5	4
			b/a	40%	18%	8%	3%	8%	7%	13%	6%	8%	7%
2	大手門通り商店街	33	店舗数(a)	33	33	35	38	41	41	38	40	40	40
			空き店舗数(b)	3	3	4	0	0	0	1	1	1	1
			b/a	9%	9%	11%	0%	0%	0%	3%	3%	3%	3%
3	ながはま御坊表参道商店街	31	店舗数(a)	27	27	27	27	27	26	26	27	27	27
			空き店舗数(b)	2	1	1	3	2	3	3	4	5	4
			b/a	7%	4%	4%	11%	7%	12%	12%	15%	19%	15%
4	博物館通り商店街	33	店舗数(a)	25	25	25	25	25	24	23	23	22	22
			空き店舗数(b)	2	2	3	3	0	0	2	1	2	1
			b/a	8%	8%	12%	12%	0%	0%	9%	4%	9%	5%
5	やわた夢生小路商店街	45	店舗数(a)	40	40	39	39	39	36	37	40	39	39
			空き店舗数(b)	5	4	2	2	1	4	7	8	7	7
			b/a	13%	10%	5%	5%	3%	11%	29%	20%	18%	18%
長浜すずらんグループ	55	店舗数(a)	50	50	50	50	50	-	-	-	-	-	
		空き店舗数(b)	16	16	10	10	10	-	-	-	-	-	
		b/a	32%	32%	20%	20%	20%	-	-	-	-	-	
6	巴瑠夢大路商店街	61	店舗数(a)	85	85	85	85	85	78	77	79	78	75
			空き店舗数(b)	7	3	4	6	6	7	4	5	6	4
			b/a	8%	4%	5%	7%	7%	9%	5%	6%	8%	5%
浜京極商店街	21	店舗数(a)	17	17	15	15	15	-	-	-	-	-	
		空き店舗数(b)	9	7	7	7	7	-	-	-	-	-	
		b/a	53%	41%	47%	47%	47%	-	-	-	-	-	
合計	346	店舗数(a)	339	339	336	339	342	272	263	271	268	263	
		空き店舗数(b)	69	47	36	33	31	19	25	23	26	21	
		b/a	20%	14%	11%	10%	9%	7%	10%	8%	10%	8%	

注) 長浜商工会議所調べ。

※当該表は、『長浜市中心市街地活性化基本計画』(長浜市, 2009:12) および長浜市役所提供資料をもとに筆者が作成。

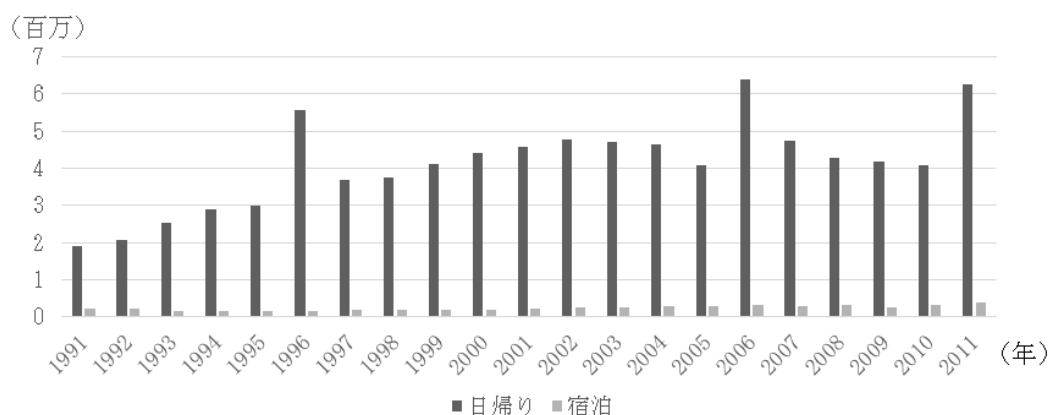


図 1.2 観光客数の推移 (旧長浜市地域)

注 1) カウント期間はその年の1月～12月間であり、年度別の数字ではない。

注 2) なお、1996年には「北近江秀吉博覧会」、2006年には「北近江一豊・千代博覧会」、2011年には「江・浅井三姉妹博覧会」が開催されているため、観光客数は多くなっている。

※当該図および注の記述については長浜市役所提供資料をもとに筆者が作成。

表 1.4 関係組織一覧（代表的なもののみ）

長浜市 長浜市中心市街地活性化協議会 長浜商工会議所 （株）黒壁 長浜まちづくり（株） （株）新長浜計画 神前西開発（株） NPO法人まちづくり役場 NPO法人ギャラリーシティ楽座	北国街道うまいもん処うだつ会 やわた夢生小路商店街（振） 長浜アーバングラスコンペディション実行委員会 長浜出世まつり実行委員会 滋賀県湖北観光連盟 湖国バス（株） 滋賀中央観光バス（株） （株）近江タクシー
17組織	

※当該表は、『長浜市中心市街地活性化基本計画』（長浜市, 2009:66-111）をもとに筆者が作成。

第2章 観光資源の類型化とその特徴

表 2.1 観光産業の分類

観光産業の形態	具体例
旅行業	旅行業務/旅行代理店業務/ツアーコンダクター（添乗）/ ガイドサービスなど
交通業	鉄道/航空/船舶/バス/タクシー/レンタカーなど
宿泊業	ホテル/旅館/ペンション/民宿/貸し別荘業など
飲食・土産物業	レストラン/各種食堂/土産物店など
レクリエーション・娯楽業	スキー場/ゴルフ場/テニス場/テーマパークなど
教化・娯楽施設	動物園/植物園/水族館/博物館/美術館/民俗資料館など

※当該表は、小谷（1994:92）をもとに筆者が作成。

表 2.2 観光資源の分類

	有形観光資源	無形観光資源	総合観光資源
自然観光資源	<ul style="list-style-type: none"> 温泉 海（岸）、河川（湖沼）、山岳（高原） 動植物（植物、動〔生〕物） 天体（星） 	<ul style="list-style-type: none"> 自然現象（不知火、蜃気楼、オーロラ） 気象（雪、雨、四季） 	<ul style="list-style-type: none"> 自然公園（国立公園、国定公園、府県立自然公園） 動物園、植物園、水族館 風光
歴史文化観光資源	<ul style="list-style-type: none"> 建造物 史跡（遺跡、城郭、古墳） 美術工芸（陶磁器、絵画、彫刻〔仏像〕、古文書など） 有形民俗文化財 	<ul style="list-style-type: none"> 無形文化財（音楽、技術、民話、能楽、演劇） 無形民俗文化財 	<ul style="list-style-type: none"> 寺社寺院（庭園） 美術館、博物館（記念館） テーマパーク
複合観光資源			<ul style="list-style-type: none"> 都市、農村（景観） リゾート

※当該表は、須田（2003:49）をもとに筆者が作成。

表 2.3 長浜市における観光資源の類型

	有形観光資源	無形観光資源	総合観光資源
自然観光資源			
歴史文化観光資源	<ul style="list-style-type: none"> （株）黒壁 長浜鉄道スクエア（=旧長浜駅舎、長浜鉄道文化館、北陸線電化記念館） 慶雲館 大通寺 六古社寺（=神照寺、長浜八幡宮、知善院、舎那院、豊国神社、総持寺） 山車 	<ul style="list-style-type: none"> 子ども歌舞伎（=長浜曳山祭） 	<ul style="list-style-type: none"> 曳山博物館 長浜城歴史博物館 長浜曳山祭 馬酔木展 盆梅展 六瓢箪
複合観光資源			

※当該表は、筆者が作成。

第3章 長浜市中心部における地域ネットワーク

表 3.1 レント分析モデル

ネットワークの対概念	西口のレント分類	
開放的ネットワーク (パートレント)	中央の公式調整	ネットワークの中心となる組織がメンバーのために施設やサービスを一元に管理し、調整を行うことにより発生する便益。
	評判	当該ネットワーク自体に対する外部からの評価が高い場合に生じる便益。
閉鎖的ネットワーク (コールドマンレント)	社会的埋め込み	地域のコミュニティにおけるメンバー内の緊密なネットワークから得られる便益。
	情報共有と学習	親密な関係により、メンバーが互いに知識や情報を共有し、学習することで得られる便益。

※当該表は、西口編（2003:9-12）および西口（2007:166-70）をもとに筆者が作成。

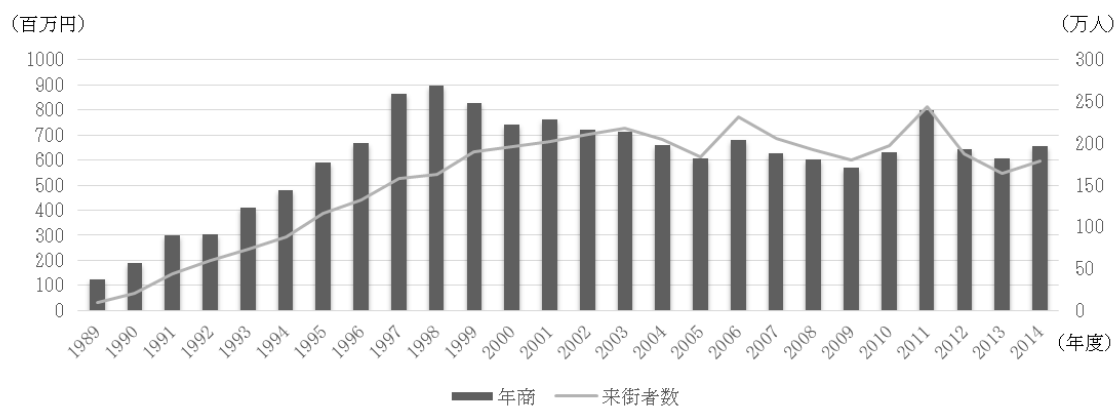


図 3.1 (株) 黒壁の年商と来街者数の推移

注) 1989年度は営業9ヶ月である(「株式会社黒壁会社案内」、2011年作成版)。

※当該図は、(株) 黒壁 HP⁵⁾をもとに筆者が作成。

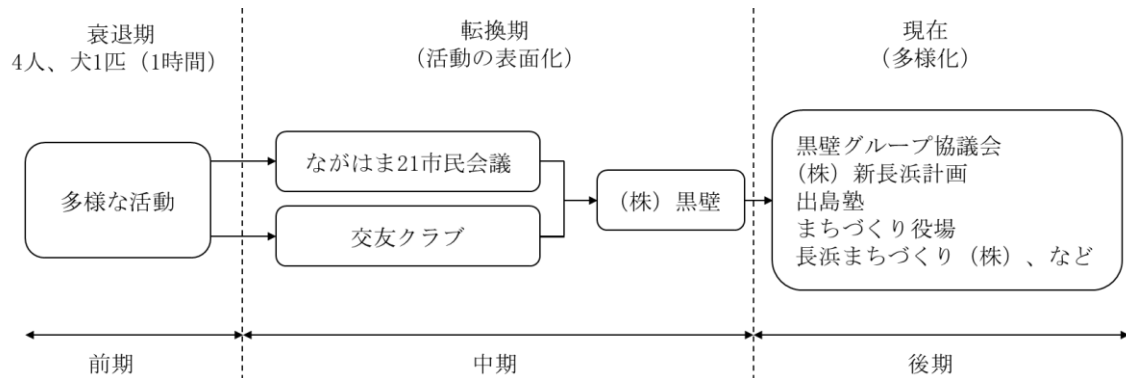


図 3.2 長浜市中心部の観光ビジネスを中心とした歴史的変遷

※当該図は、筆者が作成。なお、図の作成にあたっては、角谷嘉則『株式会社黒壁の起源とまちづくりの精神』（創生社、2009年、pp.160-88）も参考にした。

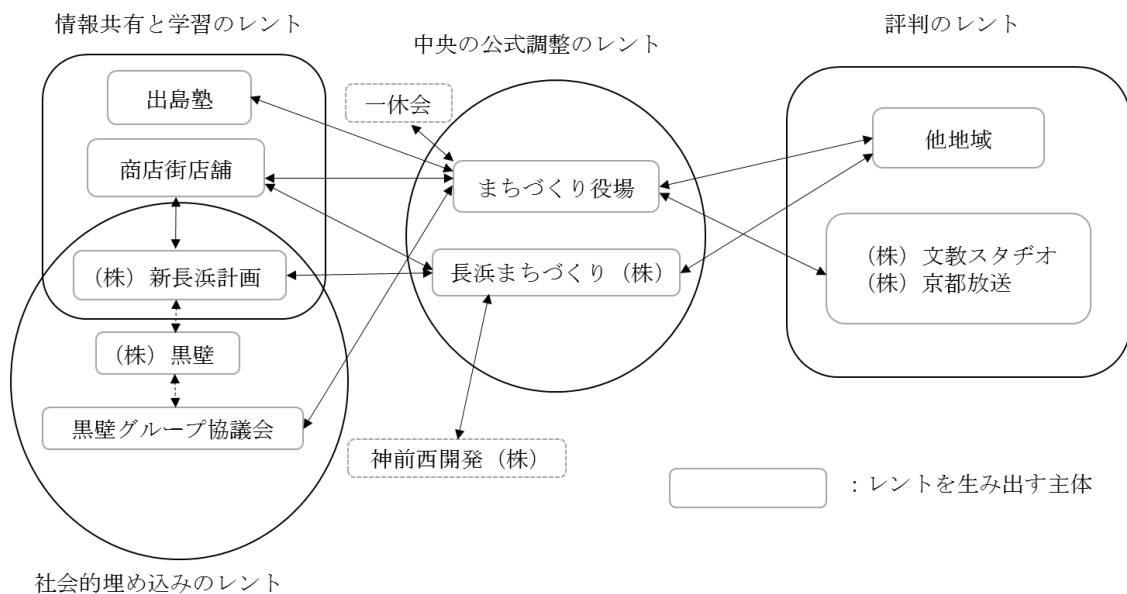


図 3.3 レント分析モデルからみた長浜市中心部

注)一休会と神前西開発 (株) を点線で囲っているのはそれ自体がレントを生み出す主体ではないためである。

※当該図は、筆者が作成。

第4章 NPO 法人まちづくり役場の現状と経営課題

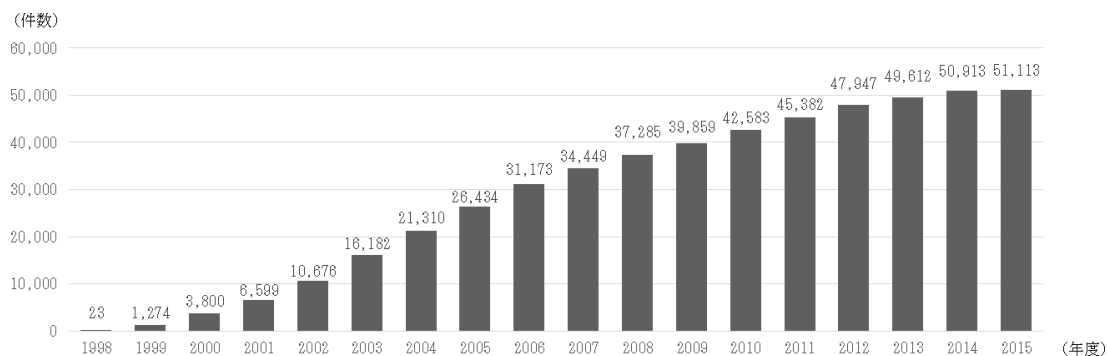


図 4.1 NPO 法人の認定数・認証数の推移

注 1)特定非営利活動促進法は平成 10 年 12 月施行。認定制度は平成 13 年 10 月に創設。

注 2)認定法人のうち国税庁認定と所轄庁認定が重複する法人は便宜上所轄庁認定としてカウントし、総認定件数において 1 法人と数えている (16 法人)。

注 3)上記グラフにおける認定法人数のうち、所轄庁認定数及び所轄庁仮認定数は、各月末の法人数を示す。旧認定 (国税庁認定) 法人数は、翌月初の法人数を示す。

注 4)上記グラフにおける認証法人数及び認定法人数は、各年度末の法人数を示す。

注 5)上記グラフにおける 2012~15 年度の認定法人数には、仮認定法人数を含む。

※当該図は、内閣府 HP²⁾より筆者が作成。

第5章 まちづくり役場の組織運営ネットワーク

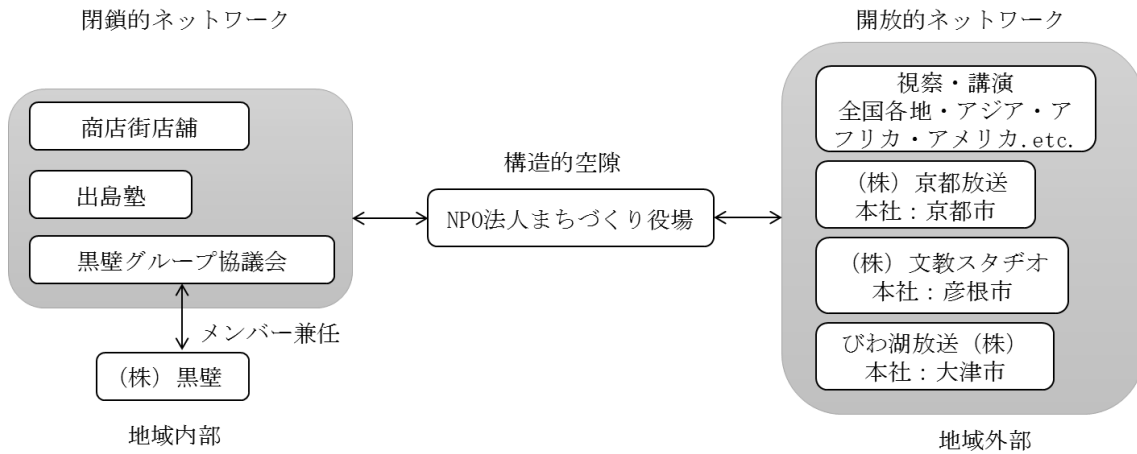


図 5.1 まちづくり役場の組織運営に関わる主要な組織間関係

※当該図は、まちづくり役場提供資料をもとに筆者が作成。

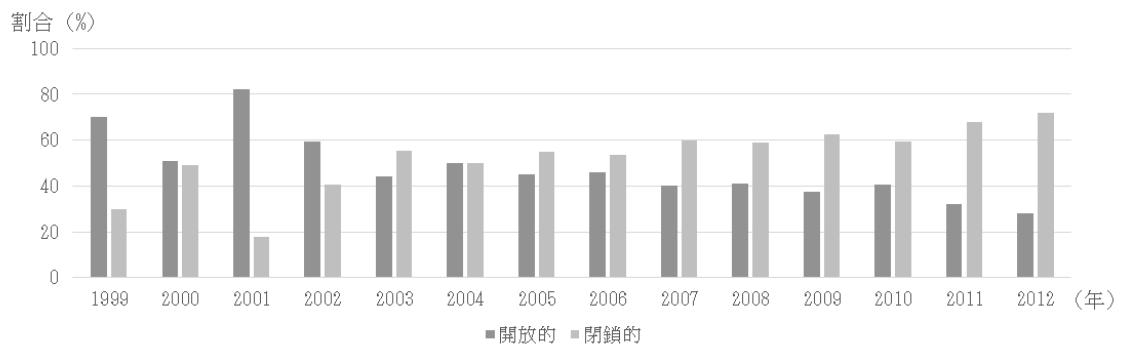


図 5.2 開放的および閉鎖的ネットワークの観点からみたまちづくり役場の組織運営に関する事業の内訳

※当該図は、まちづくり役場提供資料（1999-2012年）にもとづき筆者が作成³³⁾。

第6章 地域経済活性化を担う長浜まちづくり（株）の概要とその取り組みに関する考察

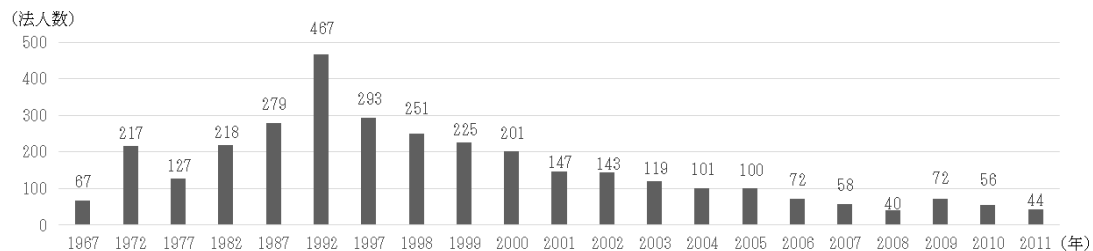


図 6.1 第三セクター等の年次別設立数

※当該図は、総務省（2009）「第三セクター等の状況に関する調査結果（報道資料）」（p.2）および総務省（2012）「第三セクター等の状況に関する調査結果の概要（報道資料）」（p.1）をもとに筆者が作成。

表 6.1 長浜まちづくり（株）の会社概要

組織名	長浜まちづくり株式会社	
組織形態	株式会社	
会社概要	設立経緯・沿革	<p>・長浜では、博物館都市構想（1984年）の理念に基づき、歴史的・文化的な景観を大切にしながら街並みづくりやイベントの創出などのまちづくり事業が展開されてきた。黒壁銀行の保存問題をきっかけに市や地元企業が出資して昭和63年に株式会社黒壁が設立され、黒壁の事業展開により来訪者が大幅に増加したことで、それまでシャッターで閉ざされていた空き家・空き店舗がショップへと転換され、賑わいの回復が図られてきた。</p> <p>・一方、中心市街地内の居住人口の減少に伴う地域コミュニティの低下や、多様な商業主体の進出などにより、新たな課題に直面している。長浜市においては、直面する課題に引き続き取り組むべく、中心市街地活性化基本計画を策定し、平成21年6月に認定を受けた。</p> <p>・当社は、基本計画に掲げられた目標を実現し、持続可能な活性化を総合的に図るための中心的役割を果たす組織として、官民一体となって設立された。</p>
	設立年度	平成21年8月10日
	所在地	滋賀県長浜市元浜町7番5号
	資本構成	<p>■資本金 72,000千円</p> <p>■出資者構成</p> <ul style="list-style-type: none"> —長浜市30,000千円（41.7%） —長浜商工会議所10,000千円（13.9%） —その他（金融機関4行、民間事業者17社）32,000千円（44.4%）
	人員体制	従業員数5名（常勤4名、非常勤1名）
事業目的・実施事業	<p>■事業目的</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中心市街地エリア内のトータルタウンマネジメント ・行政と民間事業者との調整（中心市街地活性化協議会との連携） <p>■実施事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業主体会社の支援（不動産権利者の調整：資金調達・事業組立・基礎データ収集等） ・不動産賃貸 ・駐車場 ・企画事業 ・視察受入・講師派遣事業 ・空き店舗活用事業 ・住宅再生バンク（不動産登録） ・情報発信 ・駅周辺整備事業事務局 ・中心市街地活性化協議会事務局 	

出所:国土交通省（2012:94）。

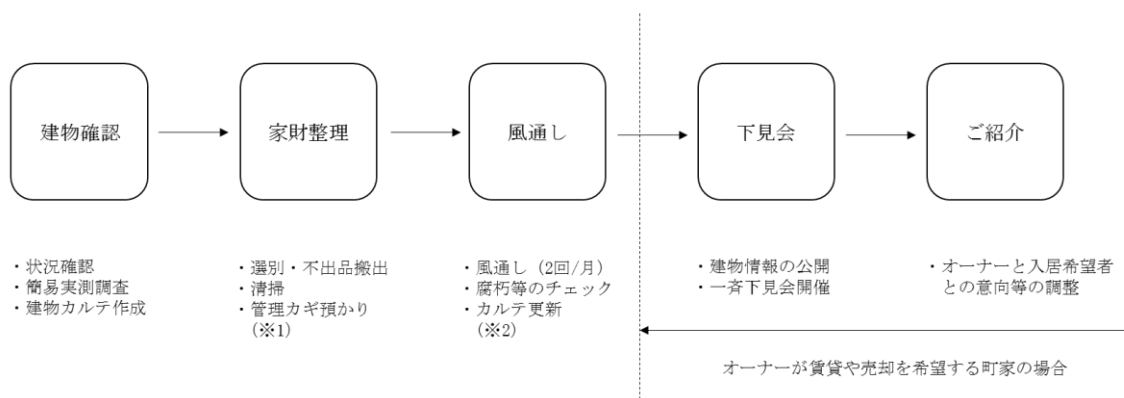


図 6.2 「風通し屋」サービスの流れ

注 1)家財整理や搬出の方法等は応相談。

注 2)風通し範囲やチェック内容は応相談。

※当該図および注の記述部分については、長浜まちづくり(株)HP¹⁹⁾をもとに筆者が作成。