

【助成事業の名称:ゆう壺番街商店街まちづくり事業】

## ポイント



裏通りを逆手にキラリと輝く人々と逸品が個性ある商店街づくりに貢献

メインストリートの裏通りという立地にありながらも、その条件を逆手に取り積極的な商店街活動を展開。店主のこだわりやセンスを強く感じられる商品構成のほか、地域と連携したイベントの開催、郷土の良さを知り尽くした地元熟年集団の活躍の場の提供、さらには外部からの人材の積極的な受け入れなどを通じて、表通りの商店街や郊外の大店との差別化を図り、まちの新たな魅力と賑わいの創出に尽力している。

### 商店街情報

所在地:滋賀県長浜市高田町10番1号  
(長浜商工会議所内)  
地域の人口:118,061人 46,045世帯  
(長浜市 令和元年6月1日現在)  
商店街の種類:地域型商店街  
組合員数:35名(主な業種構成:衣料、食料、生活用品・雑貨、飲食、宿泊、ギャラリーなど)  
TEL:0749-62-2500 FAX:0749-62-8001  
URL:<https://uraqlo-nagahama.jimdo.com/>



商店街の風景

## 商店街の概要と近年の環境変化

琵琶湖の北東岸に位置する滋賀県長浜市。豊臣秀吉が初めて城持ち大名となったことで知られる長浜城のほか、安土桃山時代の建築様式を今に伝える大通寺など数々の歴史遺産があり、観光資源にも恵まれた文化の薫り高いまちである。江戸時代には福井県敦賀市に通ずる北国街道の要衝として参勤交代や商業活動の面で栄え、JR長浜駅周辺は現在も当時の街並みを生かした町家や土蔵が並びノスタルジックな雰囲気を漂わせている。なかでもランドマーク的存在が黒壁ガラス館を中心にガラスショップや工房、レストラン・カフェ等が集積した「黒壁スクエア」と呼ばれるエリアで、年間200万人近くが訪れる一大観光スポットとなっている。

長浜市はこの黒壁スクエアに代表される伝統と文化を生かしたまちづくりを昭和50年代後半から積極的に進め、まちそのものに数多くの観光客を呼び込んで活性化を実現したことで知られている。まちづくりが始まる前の昭和50年代の長浜市は、周辺への大型店の進出や車社会の進展により市の中心部が衰退、空き店舗も数多く発生した。こうした状況に危機感を持った若手経営者たちと行政が一体となり、昭和58年の長浜城の再建を契機に、「長浜市博物館都市構想」に基づき新たなまちづくりをスタートさせた。同構想は、市民が育んできた伝統や文化の蓄積を生かし、街全体を博物館のように魅力あるモノとコトで覆っていかうというもの。特に、明治時代から黒壁銀行の愛称で親しまれていた旧第百三十銀行の建物を改装した黒壁ガラス館を中心に、ガラスショップや工房・ギャラリー、レストラン・カフェなどを街並みの中に点在させ、古い街並みとアートを体験できる新たな観光資源の創出に成功した。

ゆう壺番街商店街は、黒壁スクエアがある大手門通りと並行して延びる全長280mの通りで、表通りの一本裏通りに位置することから「うらくろ通り」の愛称でも親しまれている。同商店街の名称はかつては「銀座商店街」であった



駅前には秀吉(左)と石田三成(右)の出会いの像が



黒壁ガラス館とガラス製品

が、昭和63年にCI事業で名称を公募し、“悠々”“遊(あそび)”“you”等様々な意味を持つ「ゆう」と、長浜で一番の商店街になろうという思いから「壺番」の言葉を組み合わせて、「ゆう壺番街商店街」となった。

業種構成としては日用品店、衣料品店、飲食店等の身の回り品が中心ではあるが、洗練されたセレクトショップやギャラリーのほか伝統的な木造家屋「町家」の雰囲気や老舗旅館等も軒を連ねており、レトロとモダンを併せ持つ魅力的な通りとなっている。地元住民に加え観光客も購買ターゲットとしているが、大手門通りなどに比べるとどうしても人通りが少なく誘客に苦戦している状況にある。また近隣住民の買い物の場は郊外の大型商業施設やアウトレットモールに奪われ、さらにネット通販も勢いを増す中で、若手組合員達が中心となり街の新たな魅力づくりに取り組んでいる。



商店街の中にある三谷旅館。古くからの佇まいはそのままに、内装や水回りには現代風の設備も配され、長浜の風情や歴史を堪能しながら快適な滞在ができる

## 助成事業の概要とその成果

当商店街を取り巻く環境は、前述のように、ナショナルチェーンやアウトレットモールなど郊外型大規模商業施設の進出、地域住民の高齢化等により新たな戦略の展開が喫緊の課題となっている。そこで平成26年度に実施した助成事業では、①商店街や周辺地域を取り巻く環境を分析し、今後の方向性を探るための調査研究の実施と報告書の作成 ②裏通りの認知度向上や魅力再発見を目指した光と音のイベントの開催 の2つの事業に取り組んだ。

### ①「ゆう壺番街商店街将来構想策定事業」の実施

商店街の客数や売上の低迷といった状況の中で、将来10年後の街の姿を考えることをテーマに、調査研究事業を実施し、その成果を報告書に取りまとめた。調査事業では、地元のまちづくり会社との連携により地域在住者や個店へのヒアリング、アンケート調査などを実施。さらにワークショップを開催して街の将来について様々な意見を集めたほか、市場動向・商業環境の分析、土地・建物の使用状況、黒壁発足以来の商店街活動の検証等を行った。これらの成果を取りまとめ、新しい担い手を迎え入れる体制作りや不動産の流動化等商店街の将来の在り方、構成員店舗の魅力アップの方法等「どのような方向で個性ある商店街づくりを進めていくか」について報告書を作成。今後の組織活動や店舗の戦略策定、行政等との調整においてもこの報告書が重要な資料として活用できるものとした。



### ②イベント「光と音 癒しの小路」の開催

平成26年12月20日、クリスマスイベントとして「光と音 癒しの小路」を開催。商店街東側のアーケードのない部分には手作りの竹灯籠(竹筒の中に蠟燭を灯したオブジェ)約200個を設置し、西側のアーケードのある部分には天井から大型スクリーンを20枚ほど吊り下げて新進映像作家による映像プログラムを投射。さらにアーケード内外に配置したスピーカーから環境音楽を流し商店街全体を音で包み込むようにして、普段の商店街にはない幻想的な空間を創り上げた。

また各家庭から使われていないクリスマスツリーを提供してもらい商店街の一角に「ツリーの森」を作ったほか、地元小学校の合唱団にクリスマスソングを披露してもらうなど、地域住民との交流を通じての賑わい創出を実現。子どもから大人まで商店街を舞台に心温まる時間を過ごしてもらうことができた。さらに飲食店や物販店も営業時間を通常より延長し、特別メニューを提供するなどして来街者をもてなす手作りバルを開催。夜の商店街でも飲食や買い物を満喫できる企画を用意した。



「光と音 癒しの小路」開催時の様子

＜助成事業による成果等＞

調査研究事業では、今後どのような方向で個性ある商店街づくりを進めていくのかを検討し、ソフトとハードの両面においてバイブル的資料となる成果物を作成した。この報告書により、理事交代時や空き店舗に新たな店舗が入った時も、商店街の指針を説明しやすく理解してもらいやすくなった。

光と音のイベントでは、幻想的空間や非日常のサービスを提供したことにより、地域住民の興味を引き当商店街に対する認知度向上や魅力再発見に繋げることに成功した。また普段は営業しない夜の時間帯に初めて営業した店の中には、新たな客層やニーズがあることに気づき営業時間の延長を検討し始めているところも出て、これらの動きをきっかけに商店街全体に活気が戻ったように感じている。

## 助成事業以降の商店街活動

助成事業を実施したことにより、共同事業に対する組合員の意識や意欲が向上し、平成27年度からは自分達の商店街を「うらくろ通り」と称した積極的な販促活動を展開、裏通りの面白さをアピールしつつ個店や地域の活性化を図っている。

### ①「うらくろマルシェ」の開催

平成27年度より毎月第3土曜日、地元農家との連携による直売会として商店街店舗の軒下を使用して野菜を販売するマルシェを開催。飲食店でもその野菜を使用した特別メニューを開発するなど、単なる野菜の販売にとどまらない連携の成果によるおもてなしのサービスを提供した。当商店街には生鮮三品を取り扱う店舗がないため、新鮮かつ安心安全な野菜を求めて毎回数多くの方が来街し、好評を博している。また地元農家など外部の人達の協力がマルシェの成功につながったという事実は、商店街の組合員にも大きな刺激を与えた。このイベントをきっかけに組合員間のコミュニケーションが活発になり、連帯感や互助精神が強化されたことも大きな成果であった。



### ②「BooBooマルシェ」の開催

前述のうらくろマルシェは、近隣の消費者だけでなく組合員や他の店舗からも大きな反響を呼び、近隣の街区との連携で同様のイベント開催の話が持ち上がり、スタートしたのがBooBooマルシェである。これはその名のとおり車を店舗に見立ててディスプレイし、様々な品物などの販売を行う新しい形態のマルシェで、現在も隔月第3土曜日の開催で定着している。毎回20台ほどの出店があり、取り扱われる商品は新鮮野菜や手作りお菓子、飲食料品、雑貨、ハンドリフレクソロジー・ネイルアート、占い・透視まで多岐に渡り、商店街の認知度向上とファン形成に貢献している。



「BooBooマルシェ」での出店の様子と商品の一部

### ③「プラチナプラザ」の運営

平成9年当時、市の中心部で空き店舗の多かった当商店街で、空き店舗を活用した高齢者対策の実験的事業として「プラチナプラザ」が開設された。これは「北近江秀吉博覧会」で高齢者が活躍したことにヒントを得て、55歳以上の有志が1人5万円を出資して自ら働く場を作り出そうという試み。「シルバーよりもっと輝くプラチナへ」との意味を込めたネーミングで、当時40人が出資し「野菜工房」「おかず工房」「リサイクル工房」「井戸端道場」の4つの店舗をオープンした。郷土の良さを熟知した熟年集団の対話とふれあいによる接客は利用者に好感を持たれ、その後徐々に商店街へ買い物客が戻るようになり、空き店舗率も7～8割から1割にまで改善した。この事業を通じて、商店街が地域住民の重要なコミュニティの場であるとともに、働く場を提供することで地域の活性化に大きく貢献する可能性を有することが実証された。



プラチナプラザの野菜工房。近隣の農家や市場から新鮮な野菜や農産加工品等を直接仕入れ販売している

## 自治体による活性化支援等

### 長浜市

古くからの城下町であり、湖北地方の中核都市である長浜市は、昭和50年代からの車社会の進展や大型商業施設の郊外進出、住宅地の郊外化等により大きなダメージを受け、都市機能喪失の危機にあった。そこで若手経営者と行政はじめ支援機関等が一丸となって「長浜市博物館都市構想」を推進し、黒壁スクエアを中心とする街づくりに取り組んだ。地域固有の歴史や文化に着目して新たな集客機能を創出し、ほとんどゼロであったと言われる入込客数が200万人を超えるまでに成長した。

現在長浜市内には6つの商店街があるが、他の地域と同様に人口の減少と高齢化の進展、店主の高齢化と後継者不足等の問題が顕著となっているほか、インバウンドへの対応も急がれている。こうした状況のなか市では、以下の補助金制度を設けて商店街や地域の活性化の支援を行うとともに、毎月のように実施される様々なイベント活動に対しても積極的な支援策を講じている。

#### ①にぎわいの街づくり事業補助金〈ソフト事業〉

商店街において来街者の回遊を図りにぎわいを創出し、商店街を活性化することを目的に実施されるイベント事業などに対して、必要経費の1/2(上限100万円)を助成

#### ②伝統的街並景観形成事業補助金〈ハード事業〉

伝統的な街並みや景観を維持し、商業及び観光の振興を図ることに資する町家の住宅・店舗の改修を行う事業に対して、必要経費の1/2(上限150万円)を助成

#### ③長浜市商工業振興事業補助金(商店街振興促進事業への助成)

商店街連盟(5商店街から成る)が実施する研修や共同事業に対して、必要経費の1/2以内を助成

#### ④「近世城下町ふるさとまつり」への協力

商店街で開催される同イベント事業において、物産市部門事務局の運営協力と助成

#### ⑤「芸術版楽市楽座アートインナガハマ」への協力

商店街で開催される同イベント事業において、運営(道路許可申請、会議、事前準備、当日運営)の協力と助成

## 取材を通じて明らかになったこと

華やかな大通りに比べて裏通りに位置する商店街のほうが数は多い。当商店街も観光都市におけるこうした類の街の一つではあるが、観光客だけに頼るのではなく、地域との連携による地元密着型の活動を展開しており、こうした取り組みが観光客を呼ぶ源泉ともなっている。実際、プラチナプラザでの高齢者の活動やBooBooマルシェの展開などは地元客に定評があり、一方で、店の佇まいや取扱商品から店主のこだわりやセンスを感じる店舗が多い点は、観光客にとっても魅力である。街は様々な顔を有するが、地元客に受け入れられる街は外部からの旅行者にとっても魅力があり、こうした両面の相乗効果が賑わいを創出する大きな資源となっている。商店街活動の担い手も若い力にシフトしており、今後の商店街や地域を担う人々の活躍が期待される。

## 商店街の今後の戦略

### 外部との連携で街に新風を吹き込む

かつて大売出しの時は“人の頭しか見えない”というほどの賑わいがあった。しかし現在は、全国の多くの商店街と同様、地域の居住人口の減少による客足の落ち込み、店主の高齢化・後継者不足などが大きな課題となっている。以前市内の商業者220人を対象に行われたアンケートでは、後継者なしとの回答が61%もあったと聞いている。

また、近年は街を訪れるお客様の状況も大きく変化している。以前は年間に11,000台以上の大型バスが来ていたが、今は5,000台程度と団体客はかなり減少し、代わって個人のお客様が増えている。大河ドラマの影響などによる急激な客足の増加も一過性のもので長続きはしない。このまま観光だけに頼っていける状況ではないと考えている。

そこで現在商店街では、街の新たな魅力づくりとして店舗の業種構成やイベントの実施内容について検討を重ねている。具体的には、①外部との交流で刺激を与える一例えば東京都台東区との連携によるアートクラフト市の実施やBooBooマルシェで他県の若い女性達に出店してもらうなど ②中高生の遠足での“丁稚体験”など職業体験の場としていく ③高齢化しているプラチナプラザの活性化 ④うらくろマルシェの参加者が空き店舗で出店できるよう支援 ⑤特色ある店や自ら創作する製造小売店の充実 等を考えている。組合員は皆真面目であると同時にノリの良い人が多いので、これからも遊びの要素を取り入れながら工夫を凝らしたアイデアを仕掛けていきたい。



～ 仕掛け人 ～ ゆうぎ番街商店街振興組合

中右 現理事長 藤澤康行 中左 前理事長 高木啓至  
右 副理事長 三谷俊夫  
左 活性化アドバイザー(長浜まちづくり株式会社) 吉井茂人