

平成 31(令和元)年度 小規模事業経営支援事業費補助金
近江八幡商工会議所 受託事業

近江八幡市旧市街地エリア
空き店舗・空き家調査事業 報告書

令和 2 年 3 月

受託事業者 株式会社 まっせ

目次

1. 調査概要	4
1-1. 調査の背景	4
1-2. 調査目的	4
1-3. 用語の定義/説明	5
1-4. 調査の方法	5
2. 近江八幡市旧市街地エリアの空き店舗・空き家の現状	8
2-1. 調査結果の分析	8
2-2. 調査のまとめ	17
2-3. 調査後の動き	18
2-4. 空き店舗 物件見学会	18
3. 空き店舗・空き家の活用と地域活性化に向けて	18
3-1. 相続時における権利関係の整理の啓発	18
3-2. 空き店舗・空き家に対する所有者の意識改革	18
3-3. 空き店舗・空き家を活用したまちづくり	19
4. 提案	19

図1. 空き店舗・空き家 調査範囲

図2. 空き店舗・空き家 分布図（概要）

図3. 空き店舗・空き家 分布図（全体・地域別）

図4. 空き店舗・空き家 写真

別表1. 空き店舗・空き家調査（一覧）

別表2. 空き店舗・空き家所有者アンケート一覧

資料1. アンケート用紙

1. 調査概要

1-1. 調査背景

滋賀県近江八幡市は、琵琶湖東岸に位置し、県下 19 市町の中で第 9 位の面積 177.45 k m²) を擁する都市である。又、今回調査対象地域となった旧市街地は、織田信長の死後、豊臣秀吉の甥秀次が、八幡山に築城した時代に展開した城下町にあたる。そしてこの八幡堀を基点とし全国各地へ、更には海外にも進出した商人の元祖近江商人（八幡商人）発祥の地として栄え今でも多くの庄屋/商家が残り「町家」として保存されている。

平成 22 年 3 月 21 日には、隣接する安土町と合併し新生「近江八幡市」が発足した。以来歳月を重ね、来年度末には市制 10 周年を迎えるが近江八幡市にとってこれは市民挙（こぞ）っての深く大きな意味を持つ記念すべき年となる。

改めて近江八幡市（以下、「本市」と称する）を見渡すと、在所それぞれに地域資源を発見、且つ触れることが可能な稀有なまちである。

この特長を如何に広範に告知し、今まで以上に来訪回数を重ねて戴くことを仕掛けていくのが現代の私たちに託された使命である。そのため“たかが 10 年されど 10 年”この合併が意義ある未来へつながるように、私たちは活動しなければならない。

今回の調査は、繰り返すが、まちの賑わいとまちなかの回遊性を高めていくため絶好の機会になる事業である。

1-2. 調査目的

改めて本市は、安土桃山時代から幾度かの戦禍に巻き込まれた時代の中で、歴史的な視点からは勿論、地勢的・文化的・産業的にも絶えず注目されながら、生き抜いてきた自負と気構えを備えた「まち」である。

先述した八幡山城は、1585 年（天正 13 年）に豊臣秀次によって建立されたが、その後には、京極高次が入城した。1595 年（文禄 4 年）には秀次の失脚によって廃城となった。当時、城を中心にまちづくりにも努めた秀次は、人々が行き交う道の整備にも力を注ぎ、結果として、東海道と中山道そして北国街道が交差する、近江国の地の利を活かした商業地として、まちはその後の発展・繁栄が長く続くこととなった。

中でも、旧市街地である八幡地域は、今となっては広く閑静な地であるが往時は八幡堀（幅員 15m・全長 6km）を加えると約 13.1ha にも及ぶ、喧騒が絶えることのない賑わいの地域であったとのことである。この八幡堀は、湖上流通機能と戦術的防衛機能を兼ね備えていたと言われている。加えてまちなかには近世建築の歴史を表現する町家・商家・土蔵が軒を並べているが、その周辺には近代建築の粋である W.M. ヴォーリズの足跡を辿ることが出来るなど、異なった文化が相互に混じり合うことで独特の郷愁を感じる町並みが続く地域である。

しかしながら、重要伝統的建造物群保存地区（*1）に選定されたこの地域にも、全国各地で見られる「空き店舗・空き家」の存在が、地域の課題としてクローズアップされている。そのため、抱える課題を抽出し、それへの適正な活用策を講じるため「空き店舗・空き家」の実態およびその所有者へのアンケートとして、調査を 2 つ実施し、得た回答を集約し、報告書としてまとめた。

さらに、平成 20 年に国土交通省が制定した「歴史まちづくり法」（正式名称は「地域における歴史的風致の維持および向上に関する法律」）の活用をめざすための活動も継続して必要になる。このような保全・維持から活用の時代、これは琵琶湖再生法（*2）にも謳われているように、点在する地域資源の積極的な活用策として『地域資源を資産に』を念頭に、伝建地区に存在する「空き店舗・空き家」を市民にも身近に触れる資産として活かす策を構築したいと考える。

調査方法については、次ページ以降の流れの中で確認をしていただくとともに、調査結果の活用については、後掲する提案に基づき、実現可能な具体的事業につながることをその目的としたい

1-3. 用語の定義/説明

本調査報告書における「空き店舗・空き家」を定義すると、〈無人の店舗・住居〉、又は〈ほとんど利用されていない店舗・住居〉を示す。

例えば、〈店舗利用・居住はしていないが倉庫として利用している店舗・住居〉、或いは〈基本的に無人だが定期的や不定期に営業者が使っている店舗・住居〉についても「空き店舗・空き家」の対象とする。又、居住しているが店舗部分は使っていない物件についても「空き店舗」の対象とする。

(※1) 重要伝統的建造物群保存地区

伝統的建造物群保存地区 / 重要伝統的建造物群保存地区

昭和 50 年の文化財保護法の改正によって伝統的建造物群保存地区の制度が発足し、城下町・宿場町・門前町など全国各地の集落・町並みの保存が図られるようになった。市町村は伝統的建造物群保存地区を決定し、地区内の保存事業を計画するため、保存条例に基づき保存計画を定める。国は市町村からの申出を受けて、我が国にとって価値が高いと判断したものについて伝統的建造物群保存地区に選定する。

市町村の保存・活用の取り組みに対し、文化庁や都道府県教育委員会は指導・助言を行ない、又、市町村が行なう修理・修景事業、防災設備の設置事業、案内板の設置事業等に対して補助し、税制優遇措置を設ける等の支援を行なっている。平成 30 年 8 月 17 日現在、重要伝統的建造物群保存地区は 98 市町村で 118 地区（合計面積約 3,924.9ha）あり約 28,000 件の建造物および環境物件が特定され保護されている。

<重要伝統的建造物群保存地区の選定基準>

(昭和 50 年 11 月 20 日文部省告示第 157 号)

伝統的建造物群保存地区を形成している区域のうち次の各号の一に該当するもの

- 1 伝統的建造物群が全体として意匠的に優秀なもの
- 2 伝統的建造物群および地割がよく旧態を保持しているもの
- 3 伝統的建造物群およびその周囲の環境が地域的特色を顕著に示しているもの

(※2) 琵琶湖再生法

琵琶湖は、約 400 万年の歴史を持つ世界第 2 番目の古代湖であり、60 種目を超える固有種を含む豊かな生態系を有している。又、近畿圏約 1450 万人に供する水瓶として、生活・産業を支え洪水調整など治水上においても、重要な役割を担っている貴重な資産である。

この「琵琶湖の保全及び再生に関する法律」は、ご提案にもあるように貴重な国民的な資産であるとともに、健全で恵み豊かな湖として、保全および再生を図ることにより、住民の健康な生活環境の保持と近畿圏の健全な発展に寄与し、併せて湖沼がもたらす恵沢を将来にわたって享受できる自然と共生する社会の実現をめざすとしている。

「琵琶湖保全再生法」は国民的資産としての琵琶湖を保全再生し、健全で恵み豊かな琵琶湖を次世代に受け継いでいくために制定された。

琵琶湖は本市にとっても、八幡堀・西の湖・ヨシ群落など、挙げても数え切れない資源が繋がっている。これは琵琶湖が多く固有種を含む豊かな生態系や生物多様性を守り、健全な水循環の下で琵琶湖とともにある人々が豊かな暮らしを営み、さらに、文化的・歴史的にも価値ある琵琶湖地域の良き伝統・知恵を、育んだからである。琵琶湖と人とのより良い共生が形成された賜物である。

(県琵琶湖環境部琵琶湖保全再生課作成パンフレット一部引用)

1-4. 調査の方法

作業は下図（作業フロー）の流れに沿って実施した。又、それぞれのポイントについて概説した。



作業フロー

①現地調査

本調査では、まず目視と住民への聞き取りから「空き店舗・空き家」を確認し、地図上にその位置を記入するとともに、建物の外観調査を実施した。

②ヒアリング調査

外観から判断のつかない物件については、対象地区の商店街会長・自治会長に聞き取りし、「空き店舗・空き家」かどうかの確認と、所有者の連絡先など必要な情報の収集を行った。

③登記簿調査

所有者が特定できない場合は、そのために登記簿謄本を取得し照合した。このように得られたデータから「空き店舗・空き家」の分布図や一覧表を作成し、それをもとに分析を進めた。

④アンケート調査

このような外観調査・聞き取り調査を経て「空き店舗・空き家」を特定した後、「空き店舗・空き家」の所有者に対して『意識調査アンケート』を送付した。アンケートには、回答者の名前、性別、職業などの所有者に関する情報や、「空き店舗・空き家」の築年代や現在の状態、相続人の有無などの基本的な情報を確認する項目のほか、「空き店舗・空き家の活用を希望する場合、誰にどのような用途で活用してほしいか」、「空き店舗・空き家の活用を希望しない場合、その理由は何か」といった所有者の活用意思・展望に関する詳しい項目を設け、より詳しい事情の把握と正確な情報の収集に努めた。

⑤調査結果の集計および分析/調査報告書の作成

以降に記載した。

2. 旧市街地エリアの空き店舗・空き家の現状

2-1. 調査結果の分析

(1) 現地調査・ヒアリング調査・登記簿調査

調査の結果は、表1、図2、別表1のような分布と集計結果となった。
なお家屋数は、「平成30年度 近江八幡市統計書」を参考に作成した。

表1：空き店舗・空き家数

(外観調査、商店会長への聞き取り、アンケート調査による)

対象地		総戸数(調査範囲内)		空き店舗・空き家数 ※1			空き店舗・空き家数 ※2			空き店舗・空き家率								
区	町名	区	町	区	町	空き店舗	区	町	空き店舗	区	町	空き店舗率						
1区	鍵之手町	64	22	9	0	0	7	0	10.9%	10.9%	0.0%	0.0%						
	慈恩寺町上		8		5	2		4			1	50.0%	12.5%					
	慈恩寺町中		20		2	0		2			0	10.0%	0.0%					
	慈恩寺町元		14		2	0		1			0	7.1%	0.0%					
2区	鐵治屋町	139	35	23	8	2	21	7	15.1%	15.1%	20.0%	5.7%						
	新左衛門町		7		1	1		1			1	14.3%	14.3%					
	鉄炮町		25		1	1		1			1	4.0%	4.0%					
	生須町		18		2	0		2			0	11.1%	0.0%					
	薬師町		21		5	0		4			0	19.0%	0.0%					
	大工町		33		6	0		6			0	18.2%	0.0%					
3区	江南町	66	12	15	1	0	11	1	16.7%	16.7%	8.3%	0.0%						
	玉屋町		5		1	0		1			0	20.0%	0.0%					
	東量屋町		5		2	0		2			0	40.0%	0.0%					
	博労町上		12		6	1		4			0	33.3%	0.0%					
	博労町中		11		1	0		1			0	9.1%	0.0%					
	博労町元		21		4	0		2			0	9.5%	0.0%					
16区	多賀町	257	250	43	42	4	38	37	14.8%	14.8%	14.8%	1.6%						
	船町		7		1	0		1			0	14.3%	0.0%					
20区	市井町	100	100	5	5	0	5	5	0	5.0%	5.0%	0.0%						
合計		626		95			11			82			9		13.1%		1.4%	

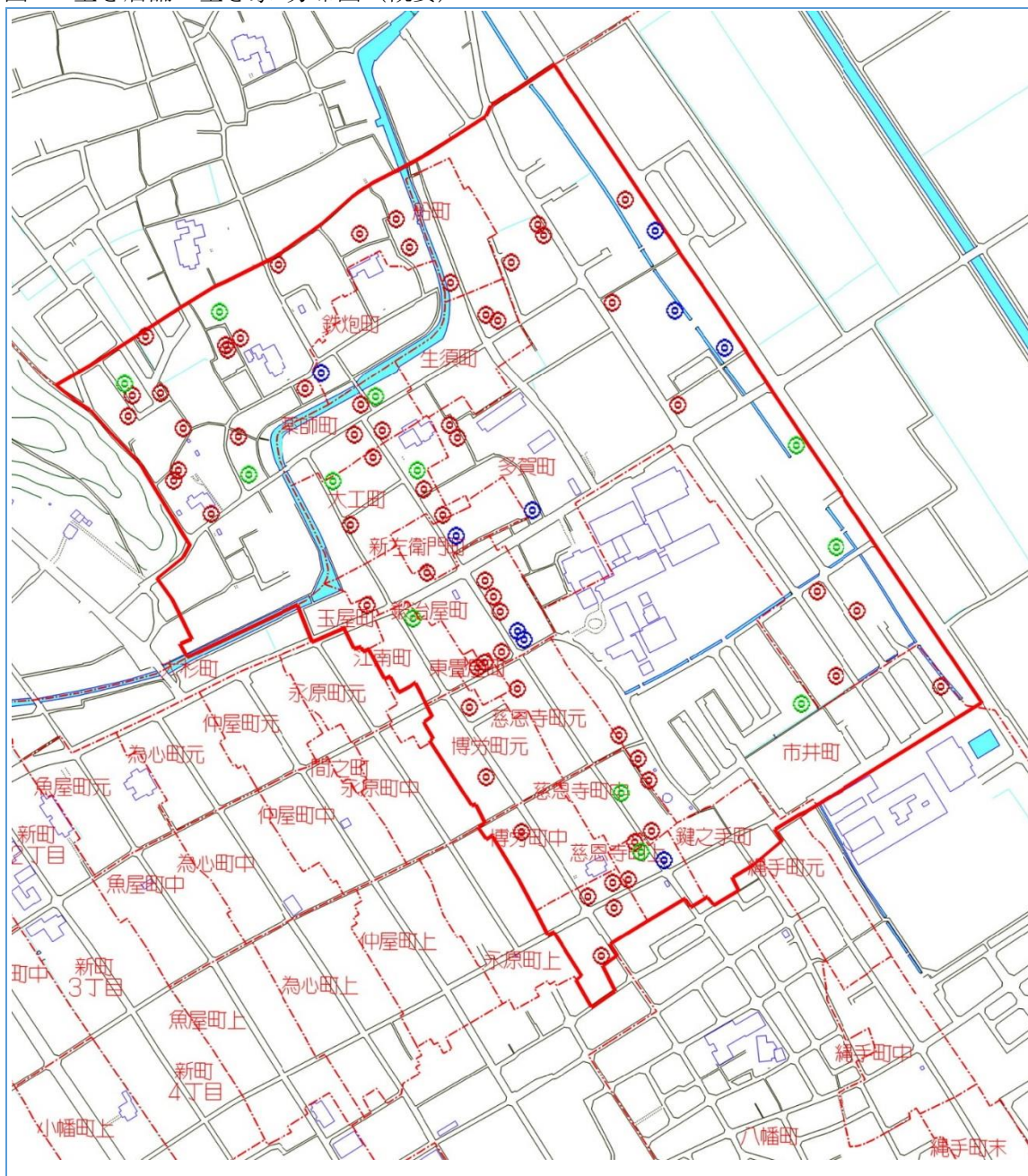
※1：外観調査、商店会長への聞き取り調査による空き店舗・空き家数

※2：アンケート調査による空き店舗・空き家数

表1からわかるように、調査エリアの家屋626戸に対し空き店舗・空き家数は82戸(内訳、空き店舗9戸・空き家73戸)で、全体の空き店舗・空き家率は約13.1%と全国平均(平成25年度13.5%)より若干下回る数値となった。

また、区ごとに見ると空き店舗・空き家率が高い地域は3区16.7%、2区15.1%、16区14.8%となり、空き店舗・空き家数が多い地域は16区38戸、2区21戸、3区11戸であった。

図2：空き店舗・空き家 分布図（概要）



<凡例> 図3にも準ずる

- | | |
|----------------|--------|
| ◎：空き店舗（活用意思あり） | ◎：空き店舗 |
| ◎：空き家（活用意思あり） | ◎：空き家 |

(2) アンケート調査

アンケート送付数については聞き取り調査や登記簿調査を元に送付、またはポスティングを行い総数 95 通送付した。

そのうち返信（回答）があったのは 35 通（36.8%）という結果となった。

回答結果は表 2～表 13、別表 2 にまとめた。

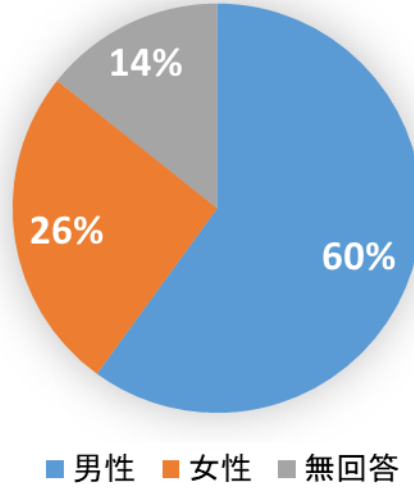
表 2：アンケート集計 ※1

対象地		アンケート送付数		返信数	空き店舗・空き家数				活用希望(総数)		活用希望 (空き店舗)	活用希望 (空き家)
区	町名	区	町		区	町	空き店舗	空き家	区	町		
1区	鍵之手町	9	0	0	4	0	0	0	2	0	0	0
	慈恩寺町上		5	3		2	1	1		1	0	1
	慈恩寺町中		2	1		1	0	1		1	0	1
	慈恩寺町元		2	2		1	0	1		0	0	0
2区	鍛冶屋町	23	8	3	6	2	0	2	4	0	0	0
	新左衛門町		1	0		0	0	0		0	0	0
	鉄炮町		1	0		0	0	0		0	0	0
	生須町		2	1		0	0	0		0	0	0
	薬師町		5	3		2	0	2		2	0	2
	大工町		6	2		2	0	2		2	0	2
3区	江南町	15	1	1	4	1	0	1	1	1	0	1
	玉屋町		1	0		0	0	0		0	0	
	東置屋町		2	0		0	0	0		0	0	
	博労町上		6	2		1	0	1		0	0	
	博労町中		1	1		1	0	1		0	0	
	博労町元		4	2		1	0	1		0	0	
16区	多賀町	43	42	11	11	11	1	10	5	5	1	4
	船町		1	0		0	0	0		0	0	
20区	市井町	5	5	3	3	3	0	3	1	1	0	1
合計		95	35	28	2	26	13	1	12			

※1：活用したい、活用してもよい・条件がそろえば活用してもよい、その他（売却希望）を活用希望数とする

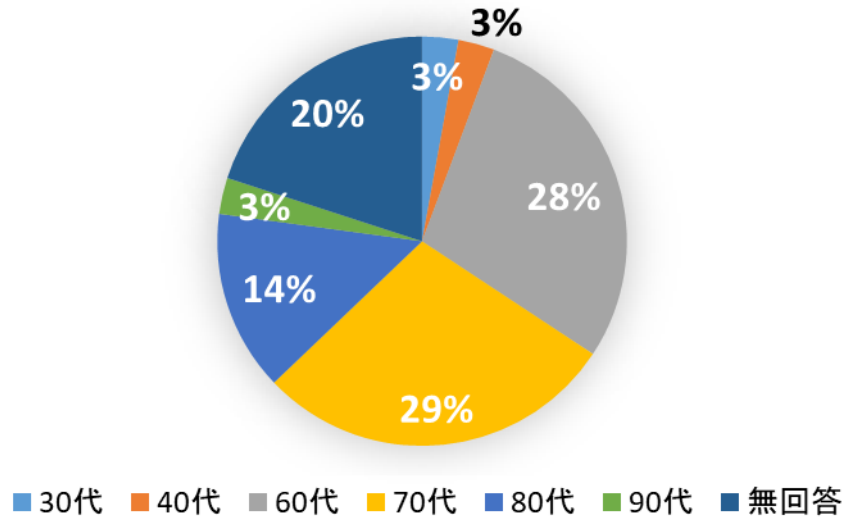
■ まずは、アンケートにお答えいただいた回答者について表3～5で示す。

表3:回答者(性別)



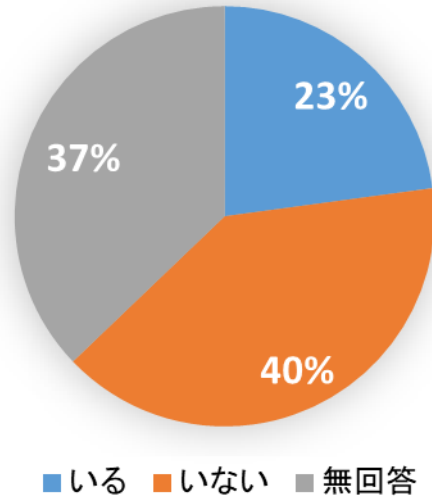
男性	女性	無回答
21	9	5

表4:回答者(年代別)



30代	40代	60代	70代	80代	90代	無回答
1	1	10	10	5	1	7

表5:回答者(相続人)



有	ない	無回答
8	14	13

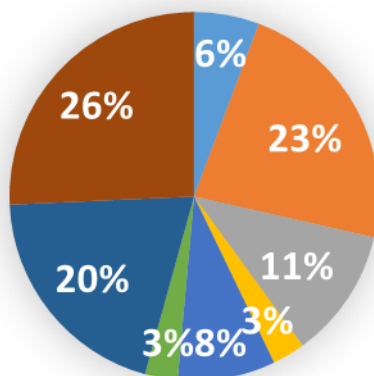
■表 3～5 回答結果のポイント

- ・回答者の60%が男性。
- ・年代別では①60代以上が、74%・26件、②70代以上は46%・16件で、圧倒的に高齢者が回答している。
- ・相続人では「有」23%・8件、「無」が40%・14件。半数近くが「相続人はいない」と回答している。

○上表4から、今後20～30年で、相続人のいない「空き家」が増えると推測出来る。

■ 次に、「空き店舗・空き家」に関する回答を表6～10で示す。

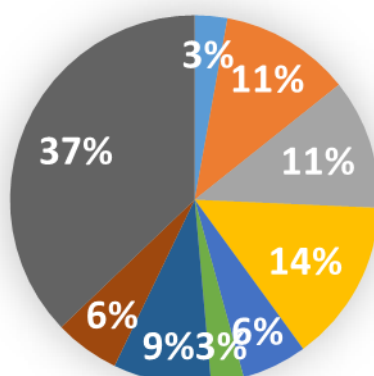
表6：空き店舗・空き家（築年数）



■ 築30年以上 ■ 築40年以上 ■ 築50年以上 ■ 築60年以上
■ 築70年以上 ■ 築90年以上 ■ 築100年以上 ■ 無回答

築30年以上	築40年以上	築50年以上	築60年以上	築70年以上
2	8	4	1	3
築90年以上	築100年以上	無回答		
1	7	9		

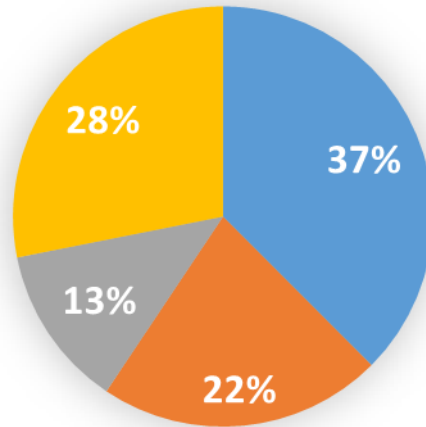
表7：空き店舗・空き家（空き家年数）



■ 1年以内 ■ 5年以内 ■ 10年以内 ■ 15年以内 ■ 20年以内
■ 25年以内 ■ 35年以内 ■ 50年以内 ■ 無回答

1年以内	5年以内	10年以内	15年以内	20年以内
1	4	4	5	2
25年以内	35年以内	50年以内	無回答	
1	3	2	13	

表8：空き店舗・空き家（物件の状態）



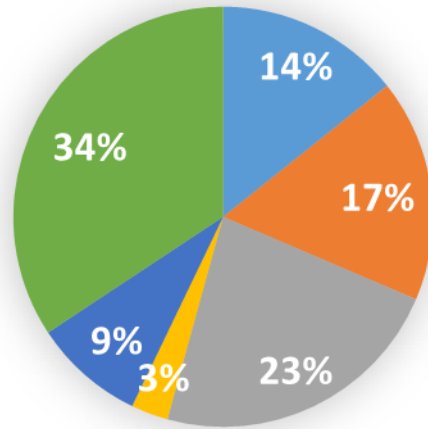
■ 住める ■ 修繕が必要 ■ 痛みが激しい ■ 無回答

住める	修繕が必要	痛みが激しい	無回答
12	7	4	9

■表6～8 回答結果のポイント

- ・回答結果より、表6のように物件の築年数は「築100年以上」7戸、「築70年以上」3戸、「築90年以上」1戸と戦前頃に建てられた建築物が31%、「築40年以上」8戸、「築50年以上」4戸と昭和4～50年代の建築物が34%と同数程度存在している。
- ・又、表7「空き店舗・空き家」の空き家年数については、表7のように「15年以内」が5件、「5年以内」「10年以内」がそれぞれ4戸、空き年数15年以内が40%（14戸）を占め比較的空き年数が短い物件が多いことが判明した。
- ・表8の物件の状態は、「住める」12戸、「修繕が必要」7戸・「痛みが激しい」4戸と「住める」と「修繕が必要な物件」が同数程度存在する、昨年度より「住める」の回答が多いのは、表6から戦前の建物と昭和4～50年代の建物が同数程度あることや、表7で示されたように比較的空き家年数が浅いことが起因すると考えられる。

表9: 空き店舗・空き家(使用状況)

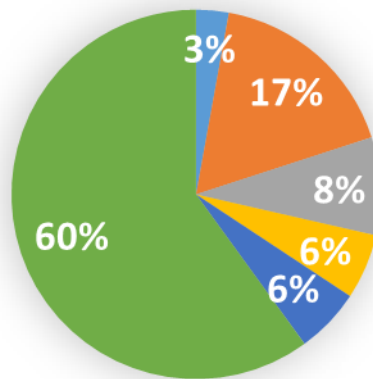


■ 時々使用 ■ 手入れのみ ■ 物置 ■ 放置している ■ その他 ■ 無回答

時々使用	手入れのみ	物置	放置している	その他	無回答
5	6	8	1	3	12

・表9のように「空き店舗・空き家」の使用状況については、「物置」が8件、「手入れのみ」が6戸、「時々使用している」5戸、「放置している」1戸となり放置されている物件が少ないことがわかった。これは昨年度調査と同様の結果である。

表10: 空き店舗・空き家(管理頻度)



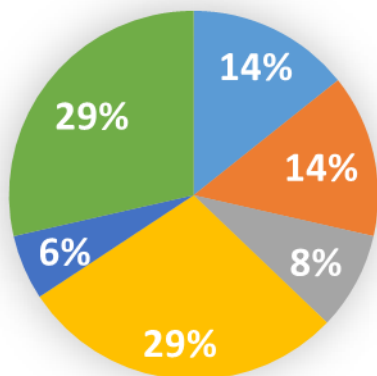
■ ほぼ毎日 ■ 1週間に1度 ■ 1ヶ月に1回
■ 半年に1回 ■ 1年に1回 ■ 無回答

ほぼ毎日	1週間に1度	1ヶ月に1回	半年に1回	1年に1回	無回答
1	6	3	2	2	21

・表10のように、管理頻度は半数以上が無回答ではあるが「1週間に1度」が6戸と一番多く、表9でもわかるように放置されている物件は少ない。

■ 次に、[空き店舗・空き家]の活用に関する回答を表11～13で示す。

表11: 空き店舗・空き家(活用)



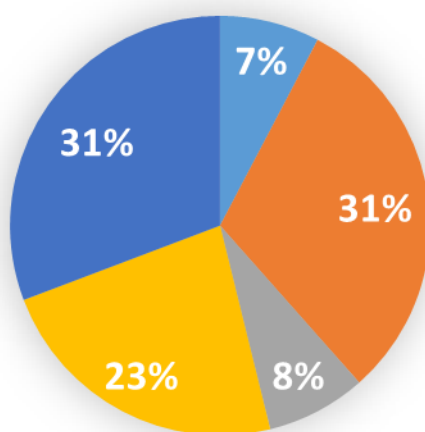
■ 活用したい ■ 条件がそろえば ■ その他:売却希望
■ 希望しない ■ その他 ■ 無回答

活用したい	条件がそろえば	その他:売却希望	希望しない	その他	無回答
5	5	3	10	2	10

・「空き店舗・空き家」の将来については、表11のように「活用を希望しない」10件、「活用したい」5件、「条件がそろえば活用してもよい」5件と活用に向けて前向きに考えている所有者は10件となったが、「その他」の回答の中に売却を希望する意見が3件あり、これも活用意思があると考えれば13件には活用意思があると考えられる。

表12・13では、活用意思があるとした13件についてまとめる。

表12: 空き店舗・空き家(活用相手)

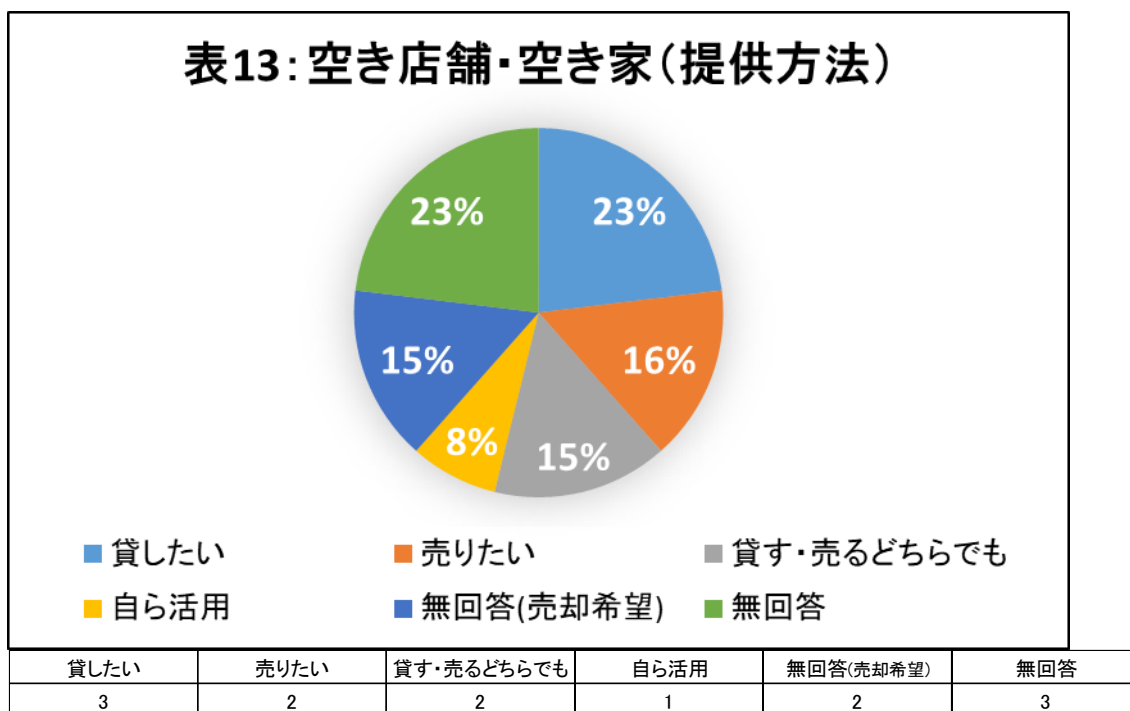


■ 地元の人・団体 ■ 公的機関 ■ 誰でもよい ■ その他 ■ 無回答

地元の人・団体	公的機関	誰でもよい	その他	無回答
1	4	1	3	4

- ・どのような方に活用してもらいたいかの問いには、表 12 のように「公的機関」が 2 件、「地元の人・団体」「誰でもよい」がそれぞれ 1 戸という結果となった。

表13: 空き店舗・空き家(提供方法)



- ・物件の提供方法は、表 13 「貸したい」 3 件 「売りたい」「貸す・売るどちらでも」がそれぞれ 2 件、表 11 であったように無回答の中でも「売りたい」という意見が 2 件あり、今までの調査にはない「貸したい」という意見が一番を占めた。

2-2. 調査のまとめ

今回の調査で以下のような点が明らかになった。

- ① 旧市街地エリアの家屋数 626 戸に対し「空き店舗・空き家」数は 88 戸、空き家率の約 13.1%である。
- ② 「空き店舗・空き家」数 82 戸のうち、空き店舗数は 9 戸で空き店舗・空き家全体の 1.4%を占めている。
- ③ アンケートに返信があったのは 35 件で、回収率は 36.8%であった。
- ④ アンケートに返信のあった「空き店舗・空き家」の築年数は、築 70 年以上の戦前頃の建築物 (11 戸) と築 4~50 年の建築物 (12 戸) が同数程度存在した。
- ⑤ アンケートに返信のあった空き店舗・空き家の空き年数は 15 年以内が 40% (14 戸) と、比較的空き年数が短い。
- ⑥ アンケートに返信のあった「空き店舗・空き家」の状態は、「住める」(12 戸)「修繕が必要」・「傷みが激しい」(11 戸) と同数程度存在した。
- ⑦ アンケートを通して活用意思を確認できたのは「活用したい」、「条件がそろえば活用してもよい」、「その他 (売却希望)」を合わせて 13 戸である。

2-3. アンケート調査後の動き

- ・調査集計の結果から、次の活動を行った。
アンケートに活用意思があった所有者(13戸)へ今後について相談や物件調査をさせていただけないかと案内を送付した。
返信があったのは3件で1件は空き家物件に伺い相談を受け付けた。
結果は、具体的に家族とも話しておらず、まずはどういう手立てがあるのかという相談であった。
他の回答は遠方に所有者もおられ、近江八幡に来られた際には連絡をいただけるように案内し、今後の活用に向けた相談につなげていく。

2-4. 空き店舗 物件見学会

- ・今回の調査範囲内にある、観光駐車場に隣接する「あきんどの里」は開設当時は8店舗営業していたが現在2店舗のみが営業し、残り6店舗は空き店舗となっていることもあり今回の調査の一環で「空き店舗現地見学会」を第1回 令和2年2月16日・第2回3月22日(日)開催日として設定した。
- ・広報は1月下旬ごろから行い、近江八幡商工会議所の会報や市広報、滋賀報知新聞・その他新聞に掲載されている可能性がある。第1回に3名(組)、第2回に1名の予約をいただいた。
又、広報から見学会までの間に直接「あきんどの里」に連絡があり見学に来られ4物件(2組)が成約となった。
第1回では、予約の3名の他に飛び入りでも1名見学に来られ、当日残っていた2物件についても仮押さえの申し込みがあり、見学会の広報前には6店舗あった空き店舗が、第1回の見学会が終了したときには全部の物件に活用者が見つかる結果となった。
- ・今までも「あきんどの里」では、物件募集は行っていたが成約する物件はなかったが、今回商工会議所の会報や市広報、各新聞に掲載したこともあり広範囲に情報が拡散されたこともあり、あらゆる情報発信のツールを活用する重要性を感じた。

3. 空き店舗・空き家の活用と地域活性化に向けて

3-1. 相続時における権利関係の整理の啓発

所有関係を明確にさせることは必要不可欠な要因である。本アンケート調査においては、登記簿謄本を取得し所有者を特定して送付した。今回調査で調べた登記簿謄本は比較的最近に名義が変わっている物件が多く見受けられたが、昭和30年代で止まっている物件も少なくない。所有関係を明確にするためにも、滞りなく相続の手続きを行えるように準備しておくとともに、その家を一元的に管理することのできる体制を整えておくことが求められている。

予めこうした準備を行っていくことで、空き家の処理を迅速に行えるだけでなく、空き家になることを事前に防ぐこともできる。そのためにも権利関係の整理や啓発活動が必要であり、所有関係を明確にさせることは必要不可欠な要因であると考えられる。

3-2. 空き店舗・空き家に対する所有者の意識改革

そしてもうひとつ重要なのが、所有者の意識改革である。

どれだけ空き家に関する条例や補助金制度を整備しても、所有者自身が望まなければ空き家を活用することはできない。

所有者の思いを汲み取りつつ、「将来のことを考え、近江八幡らしいまちづくりをしていく必要がある」という意識を芽生えさせ、活用を促すことが必要である。空き家に流動性を持たせることが空き家対策においての重大な要因である。

3-3. 空き店舗・空き家を活用したまちづくり

まちづくりには地域の住民の参加が不可欠である。

従来、まちづくり協議会は60代・70代の方々が中心になってまちづくりを進めているが、これからは若い世代（子育て世代）も積極的にまちづくりにかかわっていく必要がある。

それは、次代を継ぐ世代が住みたいと思えるまちでなければ、その次代を継ぐ子供たちが住みたいと思うことが出来ず、まちから人が流出してしまうような結果を招くからである。

若い世代にとって‘近江八幡がこれからどんなまちになって欲しいのか’‘子供たちが将来近江八幡に住みたいと思わせるにはどうしたらいいのか’を考えることは必須である。

本調査をきっかけに「空き店舗・空き家」を活用して、まちの人たちが気軽に集い考える‘拠点’をつくり、‘ヒト・モノ・コト・情報’が集まり、つながる新しい流れが可視化すれば、「空き店舗・空き家」の所有者の意識が変わるきっかけとなり、活用できる「空き店舗・空き家」が増えれば、創業/起業や雇用が生まれ、移住者が増えるなど地域全域に活性化の波が押し寄せることにつながると思う。

ここまでは「空き店舗・空き家」の課題を抽出し、それらに関する命題として調査を行ってきた。調査集計で得た方向性をまとめると、以下のような考え方や臨み方などの在るべき姿勢が揃うことになった。これを『空き店舗・空き家に対処する10の姿勢』として列挙する。

- ①「空き店舗・空き家」を活用した拠点づくり
- ②「空き店舗・空き家」所有者への活用に向けた働きかけ
(啓発セミナー開催など協働意識化を進める)
- ③「空き店舗・空き家」の活用提案、コーディネート
(エリアマネジメントの拡がりを狙う)
- ④「空き店舗・空き家」の適正管理
- ⑤「空き店舗・空き家」活用に役立つ情報収集・発信
- ⑥活用事例の蓄積
- ⑦「空き店舗・空き家」と活用者のマッチング
- ⑧移住者、起業家の窓口（相談後、関係各所へ）
- ⑨若い世代が主体となるまちづくりビジョンの作成
- ⑩所有者、活用希望者への情報発信

そして上に掲げた『10の姿勢』を掲げ、取組める「空き店舗・空き家」の総合的な窓口の設置が是非とも必要である。

事実、県下各市町においても未だまだ「空き店舗・空き家」解消に向けた真摯な対策は進んでいない。

4. 提案

本報告書では、近江八幡市旧市街地およびその周辺で展開する独立型商店を含めて、地域住民の買い物の場を担ってきたと同時にその暮らしを支えてきた、一定の規模を持つ商業（小売業・飲食業・サービス業等）の集積を地域商業と呼称する。

地域商業の成り立ちは、公共施設などの集客施設を中心に、それぞれ進出した個々の店舗が組織化されて商店街となり、さらにその周辺に追随する形で、単独出店の店舗が集まったものである。地域のニーズに応える商店街を「中心線」として、周辺の店舗を含めた商業機能が「面としての広がり」を持つことで、地域商業は地域のニーズに応えるべく形成されてきた。

比較的安価な条件で出店できる商店街周辺では、個性的な店舗が出店出来る機会も多く、現在このようなことが地域商業の魅力を高める要因となっていることが多く紹介されている。

地域商業は前述したように、地域住民の生活を支える基盤であると同時に、ユニークな店舗の魅力で、生活に彩りを与える場でもあった。

ところが、地域商業の核ともいえる商店街が弱体化すると、周辺の店舗にもダメージを与えることになる。商店街の集客力の低下は周辺にもおよび、それが周辺の店舗への影響を与えることとなり、撤退が地域商業の魅力を下げ、さらに商店街の集客力を低下させるという悪循環につながっている。

つまり商店街の活性化は、地域商業全体の活性化の要でもある。

再度確認するが、地域商業は地域の暮らしを熟知している店舗の集積であり、単なる「買い物の場」だけではなく、人々の交流の「場」でもあり、地域との一体感も強い。

およそ半世紀前の商業集積は、商店街と周辺で独自に展開していた商店群であり地域住民と近い距離や関係にあったため、多くの人々にとっては特に意識することのない存在だったと思われる。

時代が移り社会の仕組みも大きく変化する中で、地域商業にも新たな認識が付与されるようになり、その極めつけは「物を売る」ことだけが地域商業の役割ではなく、地域コミュニティの拠点として「人とつながる」場であることも地域商業の役割であるということ。地域商業地を歩く、地域商業地に集まる、そして利用することが「まちを楽しむ」ことにつながり、まちの魅力になる。その役割を果たすためには、個々の店の魅力を高めると同時に、エリア全体を盛り上げていく「商店街という集積の力」を持つことが重要である。

これからの地域商業は、生活基盤として地域に広く深く関わりあっていくことで地域の住民の生活を支え、さらに人と人、人と地域のつながりをつくることで地域住民の生活の彩りとなる「まちの魅力」をつくり出すというより大きな役割が求められている。

一方、旧市街地に目をやると、旧市街地には多くの歴史的逸話が残されてきた。

それを自ら語ることなく、寡黙な佇まいから感じる重みや、洗練された意匠が醸し出す町並みこそが、伝承の語り部であると思う。

伝統的建造物保存地区という名称が示すように、歴史は守ることが大切であり、少なくとも外観については、時代の流れに飲み込まれることなく、大きな変化はあってはならないことであると、伝え教えられた。

但し、守るだけではなんら生産的ではなく、非生産的＝非効率的そしてそれが招く、風化される速度の高速化は「活用策」すら見い出せなくなる。

少なくともこのエリアに存在する町家・庄屋・土蔵等々は、かつてこの建物が建造された時代には今よりもっと多くの人々が行き交い呼び交う声が聞こえたはずである。

今、多くの地域にある「空き家」対策は、ほとんどが消極的であり、総合的ではない。結果として全てがそうではないが、保存すればする程、特定空き家としての風化する速度が増してくる。

先にも述べたが、最適な活用策の実施を重ねること、「空き家」を動かす、そして“風を通す”などを駆使することが求められている。

私たちが本調査で気付いたことは、『保存だけに腐心すればする程、施設の持つ居心地の良さが失せてしまう』ということである。

「町家」の持つ良さをもっともっと知らしめていくことこそ、今後長く続くであろう「本事業」の矜持である。

今回の調査に関わり、従来の商店街像からの脱却を先ず図ることが、調査結果を今後
に活かすことになると確証を得た。

既に述べた通り、それは単に「モノ」を売ることだけが、最早‘商業’に求められて
いる使命ではなく、商業者自体が地域住民の一人として、地域づくりへ関わりを持ちな
がら、地域に存在する多くの「地域資源」を活用するための活動に参画することが必要
である。今、近江八幡にも新しい市民が移り住むようになり、又、このまちで創業する
ために移って来る人も増えつつある。総じてそのような人々を「新しい市民」として、
これら活動の輪に誘導し、それぞれの場で地域循環経済に寄与すべく、「地域資源」の
『資産化』を担っていただくことを、切に求めている。

社会に山積する“暮らし”に関わる課題の解決を図るための拠点の1つを、先ずはこ
の旧市街地で行うことが使命である。

【参考文献】

- 滋賀県立大学人間文学部 濱崎研究室，2016，
『平成 27 年度受託研究報告書 空き町家データ再整備調査事業』，近江八幡市
- 県琵琶湖環境部琵琶湖保全再生課作成パンフレット