

平成 30 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

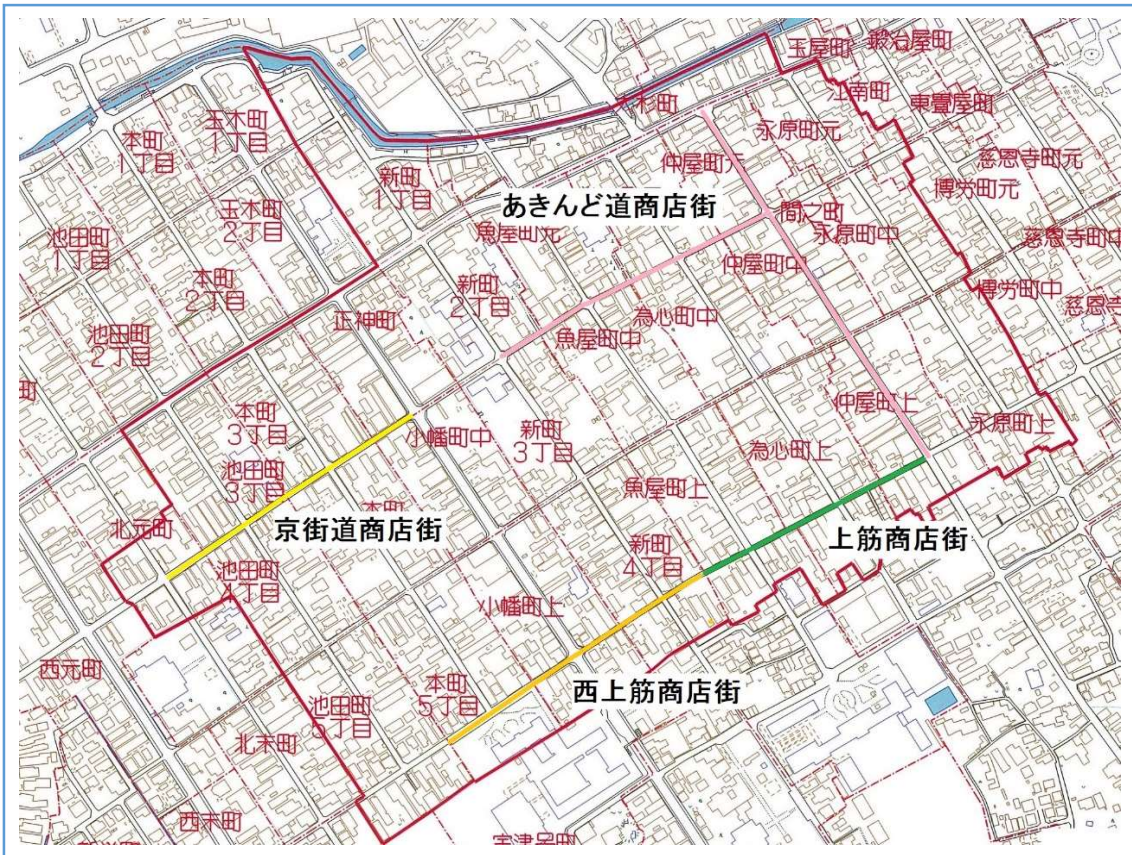
平成 31 年 3 月

受託事業者 株式会社 まっせ

目次

1. 調査概要	3
1-1. 調査背景	3
1-2. 調査目的	3
1-3. 用語の定義	4
1-4. 調査の方法	4
2. 近江八幡市旧市街地エリアの空き店舗・空き家の現状	5
2-1. 調査結果の分析	5
2-2. 調査のまとめ	13
2-3. 調査後の動き	14
3. 空き店舗・空き家の活用と地域活性化に向けて	14
3-1. 相続時における権利関係の整理の啓発	14
3-2. 空き店舗・空き家に対する所有者の意識改革	14
3-3. 空き店舗・空き家を活用したまちづくり	14
4. 提案	15
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	

図1：調査対象の旧市街地エリア



本調査エリアは、あきんど道商店街・京街道商店街・上筋商店街・西上筋商店街を中心とし、8つの区があり細分すると28町で構成されている。

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の城下町にあたる。そしてここ八幡堀を基点とし、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）の発祥地として栄え、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、新生の近江八幡市が発足した。

以来年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）って大きな意味を持つ記念すべき年になる。

改めて近江八幡市を見渡すと、各所に地域資源を発見、且つ触れることが可能である。これを如何に告知し、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かが私たちに託された使命である。

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っていくように、私たちは活動する必要がある。

今回の調査は、繰り返すことになるが、まちの賑わいとまちなかの回遊性を高めていくためのきっかけになる事業である。

1-2. 調査目的

改めて近江八幡市は、安土桃山時代から幾度かの戦禍に巻き込まれた時代の変遷の中で、歴史的には勿論ながら、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」であった。

先述した八幡山城は、1585 年（天正 13 年）に秀次によって建てられたが、その後、京極高次が入城した。その後 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、その後の発展・繁栄が続いた。

その中でも、旧市街地である八幡地域は、八幡堀（幅員 15m・全長 6 km）を加えると約 13.1ha にも及ぶ、往時の喧騒を聞くことが出来ない、広く閑静な地である。まちなかには近世建築である町家・商家・土蔵が軒を並べているが、その周辺には W.M. ヴォーリズ建築を伺うことが出来る。歴史的な重みを感じる町並みが続く地域である。

重要伝統的建造物群保存地区に選定されたこの地域にも発生している「空き店舗・空き家」の存在が招く課題を抽出し、適正な活用策を検討するために「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の 2 つの調査を実施し、その回答を集約し、報告をまとめた。

加えて、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に現在、近江八幡市をはじめ、各種関係団体がその検証や研修を行っている。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にも謳われているように、もっと積極的に点在する地域資源の活用を念頭に、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ことが出来る資産として活かしていく策を構築する手段としたい。

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。

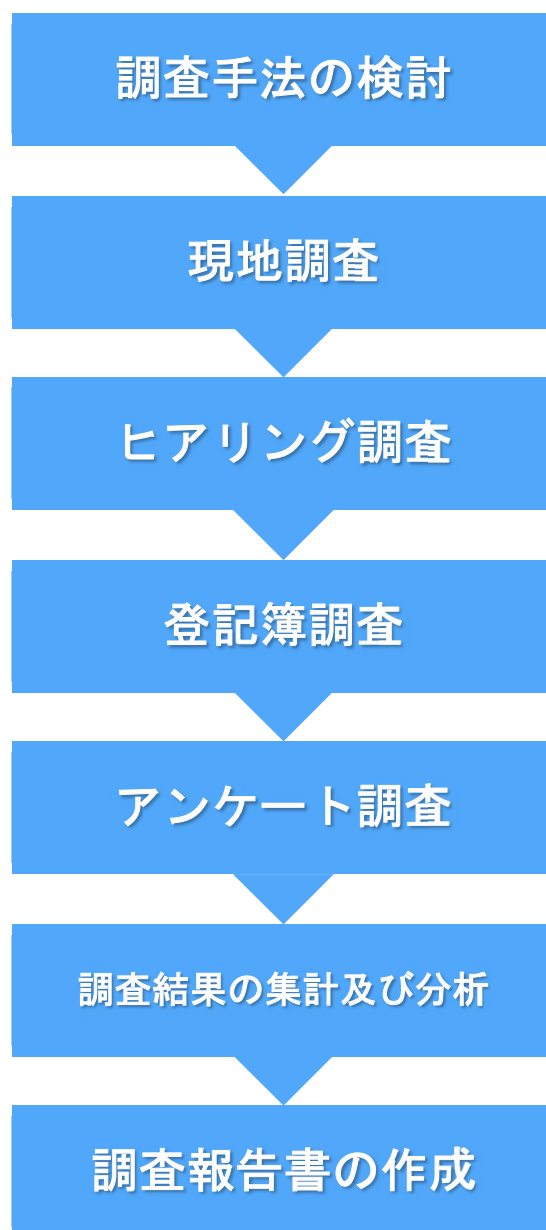
1-3. 用語の定義

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。

1-4. 調査の方法



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の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、登記簿謄本を取得し特定を行った。こうして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

こうした外観調査・聞き取り調査により「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、情報を収集した。

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、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、商店街会長・区長への聞き取り調査による）

	総戸数 (調査範囲内)	空き店舗・空き家数			空き店舗・空き家率		
		全体	空き店舗	空き家	全体	空き店舗	空き家
3区	43	9	0	9	20.9%	0.0%	20.9%
4区	140	16	6	10	11.4%	4.3%	7.1%
5区	14	2	0	2	14.3%	0.0%	14.3%
6区	155	19	10	9	12.3%	6.5%	5.8%
7区	64	15	7	8	23.4%	10.9%	12.5%
8区	88	9	1	8	10.2%	1.1%	9.1%
9区	108	10	2	8	9.3%	1.9%	7.4%
10区	15	1	1	0	6.7%	6.7%	0.0%
合計	627	81	27	54	12.9%	4.3%	8.6%

表1からわかるように、調査エリアの家屋627戸に対し空き店舗・空き家数は81戸（内訳、空き店舗27戸・空き家54戸）で、全体での空き店舗・空き家率は約12.9%と全国平均（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7区23.4%、3区20.9%、5区14.3%となり、空き店舗・空き家数が多い地域は6区19戸、4区16戸、7区15戸となった。

(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、またはポストイングを行い総数 81 通送付した。

そのうち返信（回答）があったものは 19 通（23.5%）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

	空き店舗 空き家数	返信数	空き店舗 空き家数 (総数)	空き店舗数	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)
3区	9	1	1	0	1	1	0	1
4区	16	5	5	2	3	3	1	2
5区	2	0	0	0	0	0	0	0
6区	19	5	5	1	4	1	0	1
7区	15	3	3	1	2	0	0	0
8区	9	3	3	0	3	0	0	0
9区	10	2	2	0	2	0	0	0
10区	1	0	0	0	0	0	0	0
合計	81	19	19	4	15	5	1	4

※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。

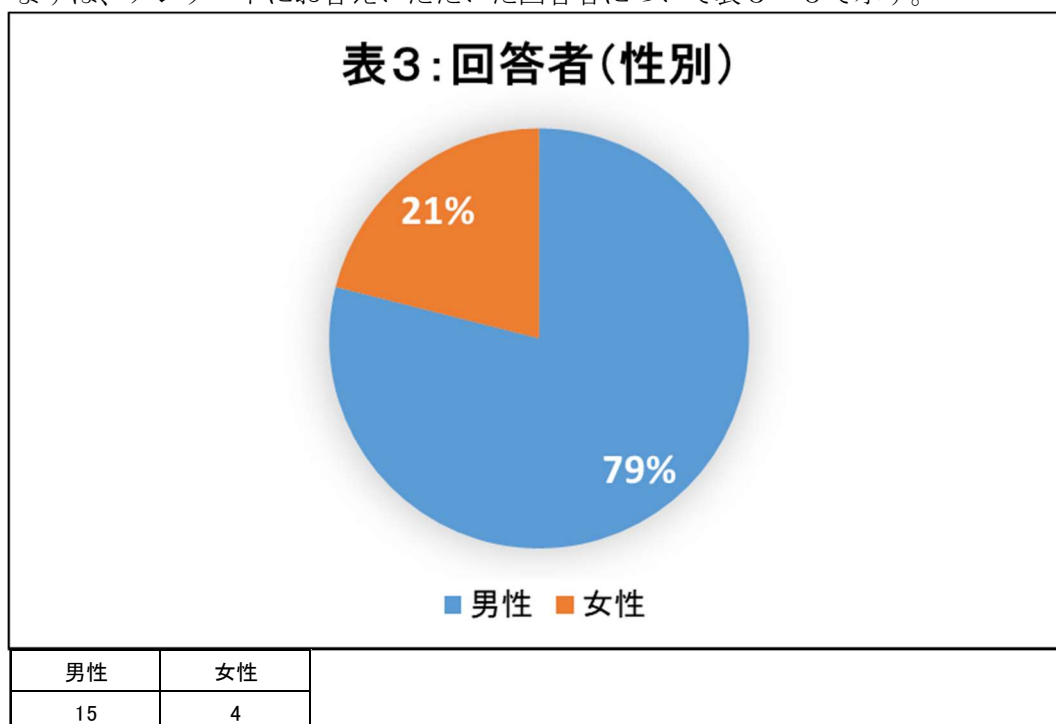
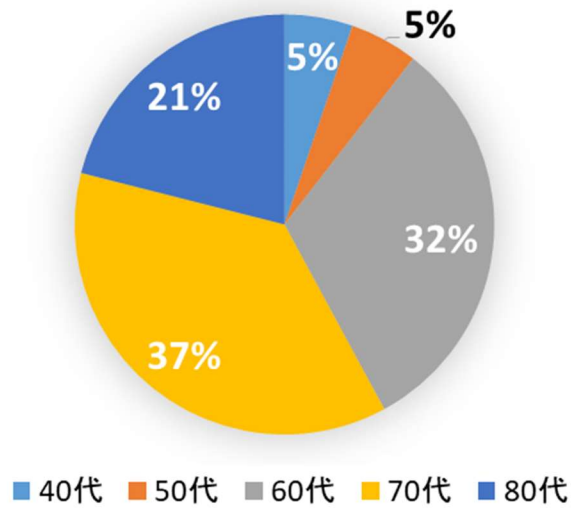
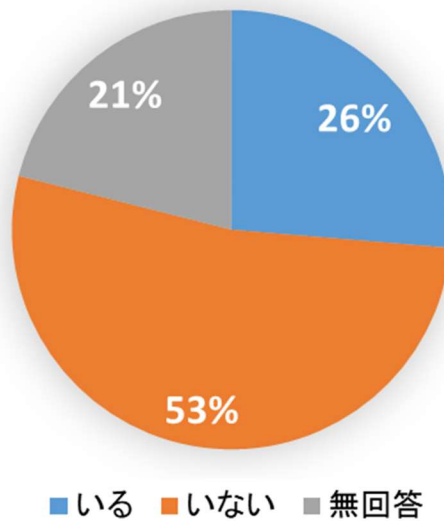


表4:回答者(年代別)



40代	50代	60代	70代	80代
1	1	6	7	4

表5:回答者(相続人)

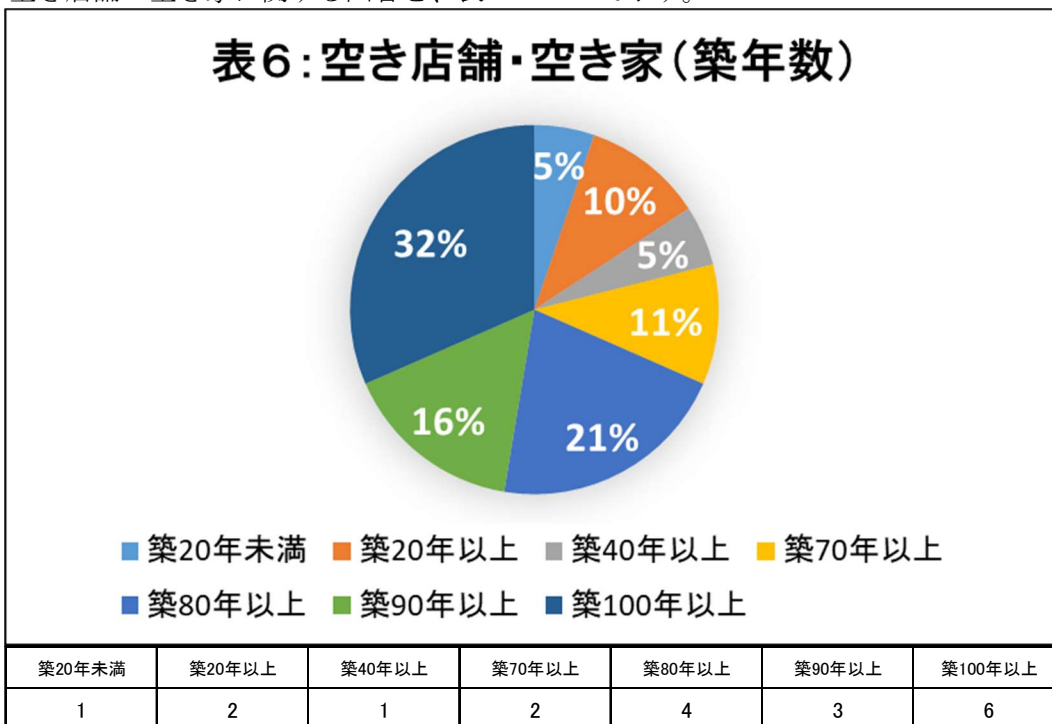


いる	いない	無回答
5	10	4

回答結果より、回答者の約 80%が男性であり、年代は 60 代以上が 17 件と全体の 90%、70 代・80 代でも 58%と半数以上を占めている。

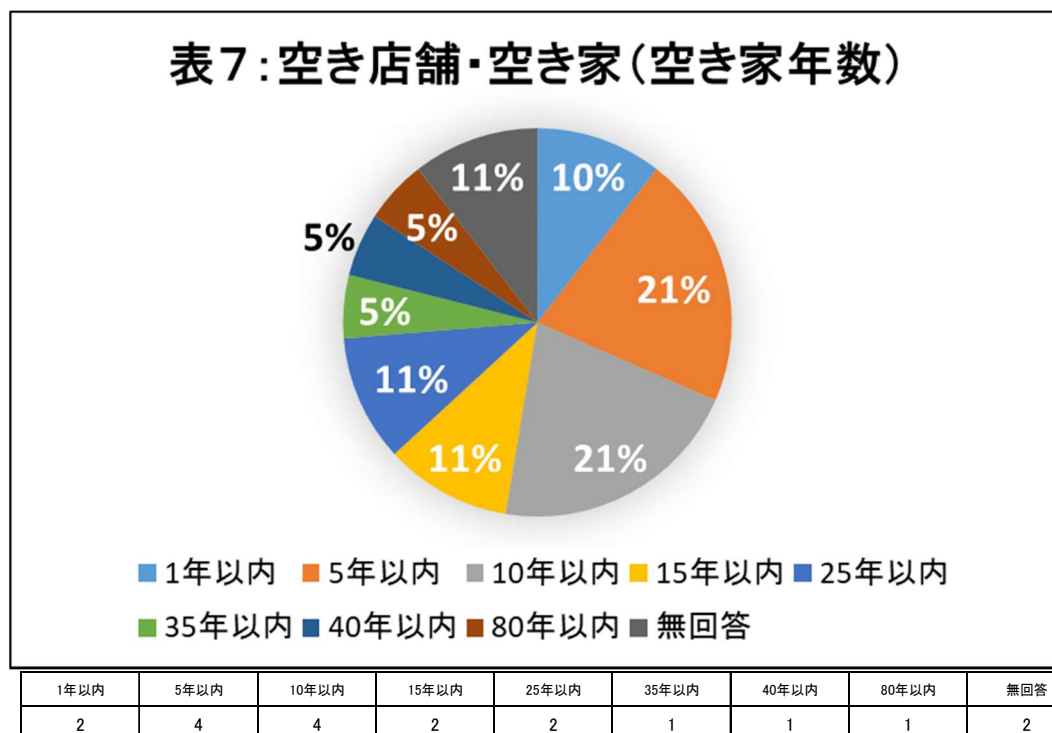
また、相続人の有・無の質問では半数以上が「相続人はいない」と答えており、上記年代から考えると今後 20~30 年で相続人のいない空き家が増えることがうかがえる。

空き店舗・空き家に関する回答を、表6～10で示す。



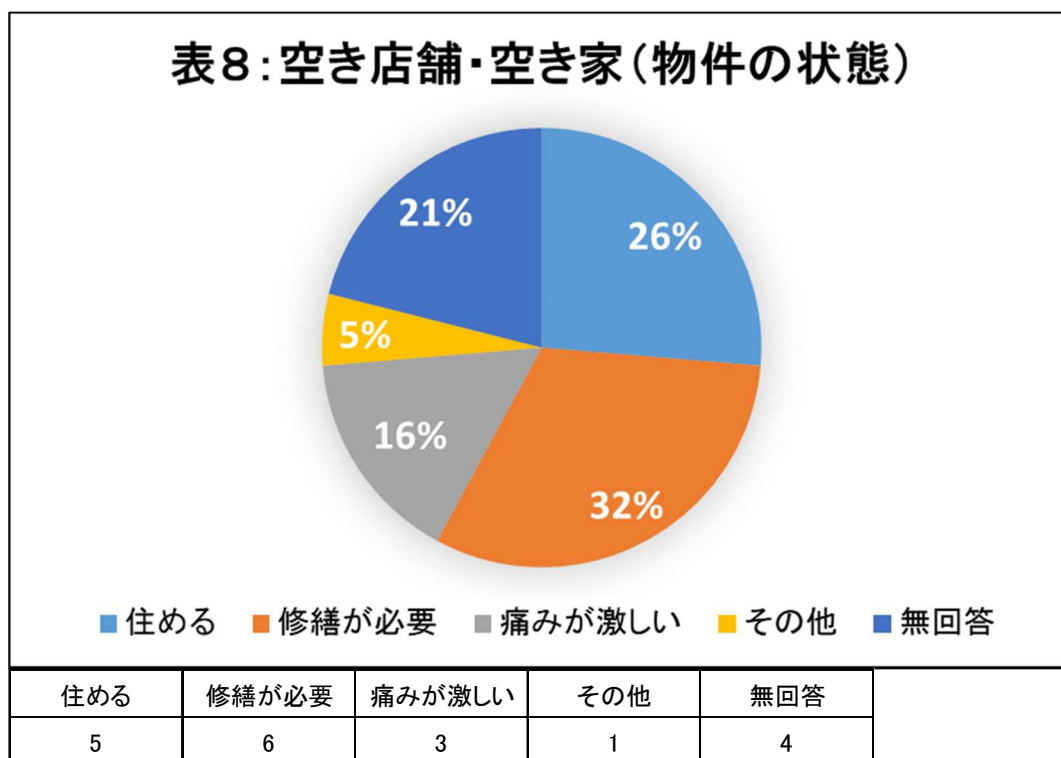
回答結果より、築年数が長い物件は、表6のように「築100年以上」6戸、「築80年以上」4戸、「築90年以上」3戸と築年数が長い物件が多く、築80年以上の物件が半数以上の13戸を占めている。

築年数から対象エリアには、空き町家（古民家）が多く残っていることがわかる。



空き店舗・空き家の空き家年数については、表7のように「5年以内」「10年以内」がそれぞれ4戸、空き年数10年以内が約半数（10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：空き店舗・空き家（物件の状態）

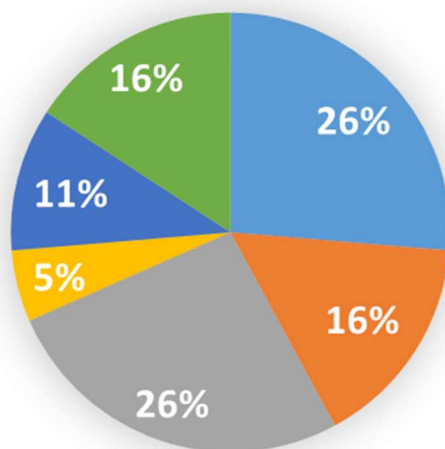


しかし、表8のように、物件の状態は「住める」5戸、「修繕が必要」6戸、「痛みが激しい」3戸と修繕が必要な物件が多いことがうかがえ、表6から築年数の長い物件が多くを占めていることも関係していると考えられる。

また、表7のように空き家年数が短い物件が多いにも関わらず物件の痛みが進んでいることがわかり、物件への手入れがされていなかったことがうかがえる。

このような結果より、早期に修繕しなければ活用に向けて動き出した時には使用できないことが考えられる。

表9: 空き店舗・空き家(使用状況)

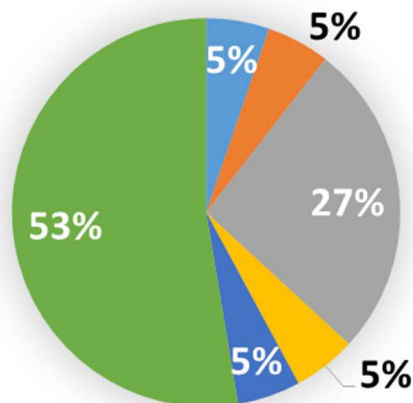


■ 時々使用 ■ 手入れのみ ■ 物置 ■ 放置している ■ その他 ■ 無回答

時々使用	手入れのみ	物置	放置している	その他	無回答
5	3	5	1	2	3

空き店舗・空き家の使用状況については、表9のように「物置」「時々使用している」がそれぞれ5戸、「手入れのみ」3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。

表10: 空き店舗・空き家(管理頻度)

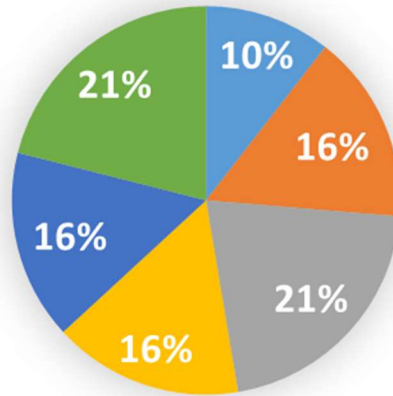


■ ほぼ毎日 ■ 1週間に1回 ■ 1ヶ月に1回
■ 半年に1回 ■ 1年に1回 ■ 無回答

ほぼ毎日	1週間に1回	1ヶ月に1回	半年に1回	1年に1回	無回答
1	1	5	1	1	10

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ヶ月に1回」5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。

表11: 空き店舗・空き家(活用)

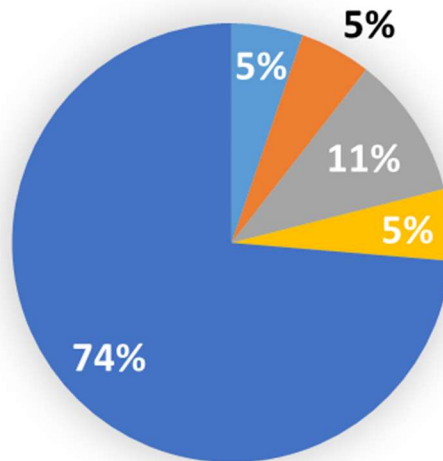


■ 活用したい ■ 条件がそろえば ■ その他:売却希望
 ■ 希望しない ■ その他 ■ 無回答

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
2	3	4	3	3	4

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」3件、「活用したい」2件、「条件がそろえば活用してもよい」3件と活用に向けて前向きに考えている所有者は5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4件あり、これも活用意思があると考えれば半数近く（9件）が活用意思のある物件と考えられる。

表12: 空き店舗・空き家(活用相手)

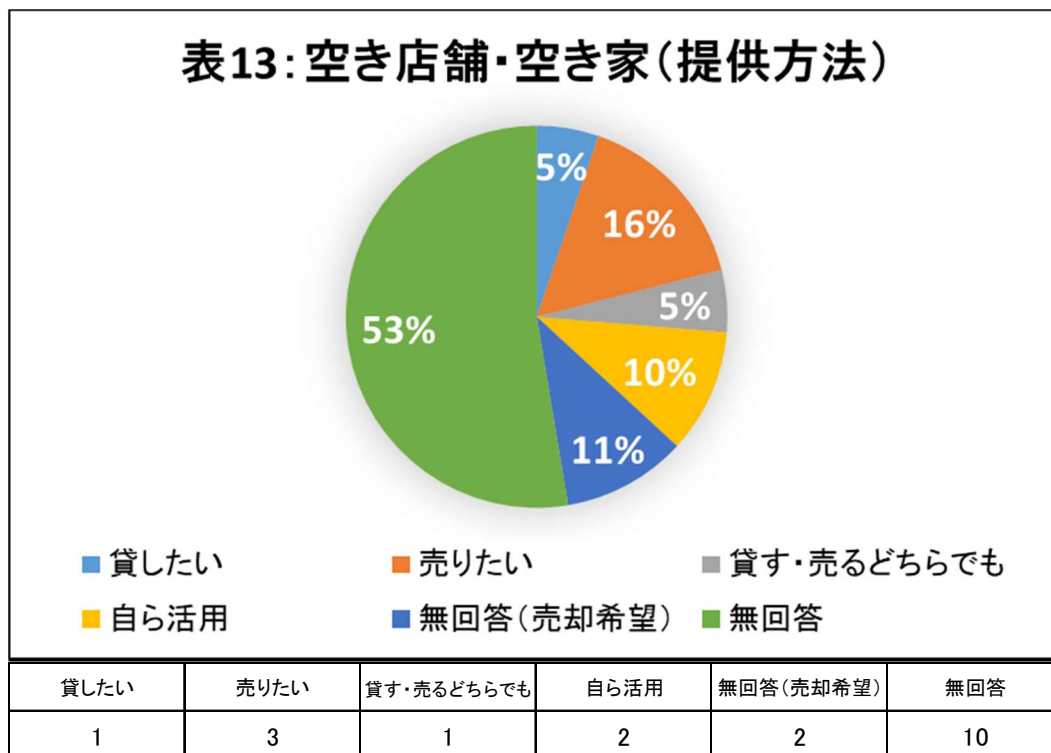


■ 地元の人・団体 ■ 公的機関 ■ 誰でもよい ■ その他 ■ 無回答

地元の人・団体	公的機関	誰でもよい	その他	無回答
1	1	2	1	14

また、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「誰でもよい」2 件、「公的な機関」「地元の人・団体」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 「売りたい」3 件「自ら活用」2 件「貸したい」「貸す・売るどちらでも」がそれぞれ 1 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、半数近くは何らかの形で活用したいと考えている。

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。

- ・旧市街地エリアの家屋数 627 戸に対し空き店舗・空き家数は 81 戸、空き家率は約 12.9%である。
- ・地区毎では、空き家率が 20%を超える地区もある。
- ・空き店舗・空き家数 81 戸のうち、空き店舗数は 27 戸で空き店舗・空き家全体の 33.3%を占めている。
- ・アンケートに返信があったのは 19 件で、回収率は 23.4%であった。
- ・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 80 年以上が 13 戸と半数以上を占める。
- ・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 10 年以内が約半数 (10 戸) と、比較的空き年数が短い。
- ・アンケートに返信のあった空き店舗・空き家の状態は、約半数 (9 戸) が何らかの修繕を必要としている。
- ・アンケートを通して活用意思を確認できたのは 9 戸である。

2-3. アンケート調査後の動き

アンケートに活用が意思があった所有者（9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。

返信があった所有者は3件あり相談を受け付けた。その中物件調査（図面作成）が出来たのは1件で、今後の活用に向けて相談し情報公開に向けて進めていく。

また、調査時には空き店舗ではなかった物件所有者から相談を受け、活用希望者を紹介したところ賃貸契約が決まり活用される予定である。

近江八幡の町家は活用したい所有者は多く、物件の程度にはよるが活用希望者とのマッチングは可能である。

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。本調査のアンケートにおいて登記簿謄本を取得し所有者を特定して送付した。登記簿謄本を見ると昭和10年～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。

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重要である。

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代の方達を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からである。若い世代が‘近江八幡が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’を考える必要がある。

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’が集まり、つながる新しい流れが見えてくれば、「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。

- ・「空き店舗・空き家」を活用した拠点づくり
- ・「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)
- ・「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)
- ・「空き店舗・空き家」の適正管理
- ・「空き店舗・空き家」活用に役立つ情報収集・発信
- ・活用事例の蓄積
- ・「空き店舗・空き家」と活用者のマッチング
- ・移住者、起業家の窓口(相談後、関係各所へ)
- ・若い世代が主体となるまちづくりビジョンの作成

以上の機能を備えた、「空き店舗・空き家」の総合的な窓口が必要である。
県下各市町においても未だまだ「空き店舗・空き家」への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、地域商業の魅力を高める要因になっている。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、周辺店舗の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。それは個々の店舗の課題・商店街組織の課題、周辺を含む地域商業の課題が相互に関連した中で、それぞれが努力をすることで初めて「要」として、近い将来に向けた可能性への挑戦になるといえる。

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、地域との一体感も持っている。

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、地域住民と近し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、より大きな役割を求められている。

一方、旧市街地には、多くの歴史的逸話が残されてきた。それを自ら語り継ぐことなく、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」すら提示出来る訳ではなくなる。

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、特定空き家として風化する速度が増している。

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つくることが使命である。

【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