

ポイント

アメリカンテイストの街が助成事業を契機に商店街振興組合を設立、積極的な集客活動で来街者が増加

“海軍の町”として知られる神奈川県横須賀市で、“アメリカに最も近い街”を掲げて街づくりを進める商店街が、助成事業によるイベント活動を契機に、集客力の向上と商店街組織の基盤強化を目指して商店街振興組合を設立。市の助成事業も有効に活用して積極的な集客促進活動やSNSによる情報発信を展開し、観光客を中心に新たな客層の開拓を図っている。

商店街情報

所在地：神奈川県横須賀市本町2-7
地域の人口：403,565人 166,268世帯(横須賀市)
商店街の類型：広域型商店街
組合員数：93名
店舗数：100店舗(飲食店、衣料・ファッション販売店、
趣味の雑貨店、サービス業等)
TEL・FAX：046-824-4917
URL：<http://dobuita-st.com>



商店街の風景

商店街の概要と近年の環境変化

戦前は日本海軍、戦後は米軍の基地の町として発展してきた横須賀市で、京浜急行汐入駅に近接する300mの街区に横文字の看板が並ぶ「ドブ板通り商店街」。戦前、道路の真中を流れるどぶ川に、海軍工廠提供の鉄板で蓋をして通りを作ったことからこの名称がある。かつて、ベトナム戦争当時は米軍関係者が多く訪れ、これらを対象とした飲食店、外人バー、土産物店等で大変な賑わいを見せたが、その後の国際関係や円高等で外国人の来街が減少し街も閑散となった。

一方、近隣に大型量販店が開店して地域全体の人の流れにも変化が生じて来たことを捉え、現理事長ら当時の若手が中心となって日本人客に的を絞った集客イベント「ドブ板バザール」を立ち上げて継続的に開催。さらに「スカジャン」、「海軍カレー」や「ネイビーバーガー」等の店舗の活躍もあって、アメリカンテイストの街として時代の流れと環境変化に積極的に対応して来た。

助成事業の概要とその成果

日本人客の呼び込みを狙ってスタートした“ドブ板バザール”等のイベントも、年月が経つうちにマンネリ化が避けられず、効果的な対応策を考えている中で出会ったのが「地域商店街活性化事業」。毎週木曜日の夜に開催される「実行委員会」の会合で案を練り、応募の結果採択されて実施に漕ぎ着けた。

【25年度事業：毎日がアメリカなストリートづくり事業】

アメリカンなイメージを売りにするが、集客が伸びないという状況もあり、来街者にアメリカの雰囲気を一層味わってもらえるようイベントの充実と、地域特性を活かしたコミュニティづくりを狙った。

①英会話教室「ドブ板で英会話」

横須賀在住の米軍関係者の家族等を講師に、25年7月から翌年1月まで毎週末の土日に延べ51回の英会話教室を開催。「英会話希望者は2時に集合」と呼び掛け、毎回10名ほどの参加があり、市民レベルでの交流を深める場となった。

②ドブ板バザール(7月27日～28日、11月2日～4日)

商店街の看板イベントを充実・強化して7月と11月に開催。スワップミート(物々交換の蚤の市)、ストリートパフォーマンス、フードコートやハワイアン等のステージイベントで盛り上げた。ドブ板バザールでは米ドルでの買い物をも可能としており、外国人だけでなく、旅行等で残ったドルを使えると日本人観光客にも好評であった。

③情報誌「ドブイタ・タイムス」の発行

タブロイド紙の装丁を意識した「ドブイタ・タイムス」を8回発行。商店街イベントを中心に会員店舗の情報等を掲載し、1回5,000部を印刷して地域に配布し街をPRした。

【26年度事業:ドブ板通りまち歩き情報提供事業】

25年度事業では、アメリカンな商店街の認知度向上を狙って集客イベントを実施したが、26年度は、個店の売り上げ増を狙い、より実効性の高い情報発信プロジェクトを実施した。

①「ドブ板通りまち歩きガイドブック」の作成

米海軍基地の街としてスーベニアショップや外人バーが繁盛したかつての面影を紹介し、スカジャンに代表される横須賀のファッション、さらに海軍カレーやネイビーバーガーなど現在の街の顔を紹介したガイドブックを作成。30,000部を印刷して組合員や関係機関に配布、最寄り駅等にも設置して幅広い情報発信を行った。

②SNS対応ホームページの制作

商店街が実施するイベント情報や各会員店舗の情報をきめ細かく発信するホームページを全面的にリニューアル。スマートフォン・タブレットにも対応し、来街客がリアルタイムで情報を検索できるようにしたほか、フェイスブックも有効に活用して商店街の新鮮な情報の発信に努めている。

英会話教室



スカジャン



海軍カレー



助成事業以降の商店街活動

(1)任意組織を商店街振興組合に改組

振興組合の前身である「本町商店会」は、戦後まもなく任意団体として発足、地元では「ドブ板通り」の通称で親しまれてきた。しかし、増加する観光客等の安全確保のための街路灯整備や防犯カメラの設置には行政の支援策が不可欠、また商店街活動を次世代に引き継いでいくためにも組織基盤の強化が必要と考え法人化を進めた。平成27年1月20日に創立総会を開催、横須賀市の認可を受けて「ドブ板通り商店街振興組合」として正式に発足。「ドブ板」ブランドを前面に押し出しての活動をスタートした。

組合事業としては、メインである「ドブ板バザール」を年4回開催、「フラッグコンテスト」「ハロウィンフェスティバル」「商店街ツアー」等の多彩なイベントのほか、観光案内所とアンテナショップを兼ねる「ドブイタステーション」、イベント広場の「ドブ板広場」の運営や街路灯・防犯カメラ等のハード施設の維持管理を実施している。また、「ミリメシ」の名称を付けた海軍カレーの缶詰を開発、1ヶ月間で1,000個を販売した実績を有する。



フラッグ



ミリメシ

(2)ドブ板バザール等のイベントを強化

かつてドブ板通りは外人向けのバーや飲食店が軒を並べ“夜の街”のイメージが強く、子供達は近寄れない場所でもあった。外国人客の減少を機に、“アメリカンテイストが味わえる街”をコンセプトに、主な客層を日本人向けに舵を切り、その嚆矢ともいえる事業が今年で133回を数える「ドブ板バザール」である。

ドブ板広場をメイン会場として、米兵も出場する「アームレスリング」、「ロデオショー」など立地を活かしたユニークなイベントを企画、今年はいち早く「ポケモンGO」を取り入れて多くの参加者に楽しんで貰った。

こうしたイベントの企画・運営は、若手や女性を中心とする「実行委員会」が、毎週木曜日の夜に会合を開いて知恵を出し合い、実現に漕ぎ着けている。



アームレスリング

自治体等との連携の状況



横須賀市
Yokosuka City

横須賀市には現在88の商店街があり、そのうち法人組織は12団体。市の調査では、商店街の半数以上が景況の悪化を課題としており、活発に活動していると回答した商店街は17%という状況にある。これら商店街の活性化策として市では「商店街アクションプラン」を策定し、商店街が行うハード整備やイベント等の事業について支援を行っている。

また、横須賀市では商店街組織強化のため法人化を積極的に進めており、このための予算措置も講じている。その内容は、組合設立に要する事務経費や備品等の購入費用の一部を補助するもので、当組合もこうした制度を利用し、設立段階だけでなく組合会館である「ドブイタステーション」の運営等にも活用している。

商店街の今後の戦略

「日本に居ながらにして外国の雰囲気味わえる街」をテーマに、人に来てもらえる仕掛けづくりを進めてきた。助成事業でイベントを強化した結果、年間の来街者が3割程度増加し、改めてイベントの効果を感じた。

現在は、商店会の役員と若手会員が中心となって数多くの事業を企画し運営しているが、今後は企画の段階から地元住民やファンを巻き込み、一緒にやっていくような体制づくりを進めていきたい。

さらに、マスコミにも積極的に働きかけ、これまで以上にメディアに取り上げられるようにしたい。これらを通じて“横須賀といえば、ドブ板通り”というイメージを高め、来街者の増加につなげたい。

また、活性化に向けて一つの商店街の努力には限界があり、行政等の支援が不可欠。今後も関係機関や他の商店街との連携を深めていきたい。

～ 仕掛け人 ～

ドブ板通り商店街振興組合
理事長 越川 昌光



取材を通して明らかとなったこと

「ドブ板通り」という庶民的なネーミングにスカジャン、海軍カレーやネイビーバーガー等に加えて積極的なイベントの開催と情報発信を実施し、アメリカンテイストのイメージを多くの人に持ってもらったことが来街者の増加につながっている。特にイベントの開催には「実行委員会」による毎週の会議が重要な役割を果たしており、これを統括し方向づけしている商店会役員のリダーシップには大変素晴らしいものがある。

さらに、法人化したことにより市からの助成が受けやすくなったことと、運営面における組織体制が整備されたことが上記の成果につながっている。