

# ドブ板通り商店街

(ドブ板通り商店街振興組合)

神奈川県横須賀市

インバウンド

地域協働

新陳代謝

生産性向上

ポイント

「毎日がアメリカなストリート」をコンセプトに、異国情緒が漂う商店街をブランド化して域外から来街者を呼び込む。

## 基本データ

所在地	神奈川県横須賀市本町
人口	約 40 万人 (横須賀市)
電話/FAX	046-824-4917 / 046-824-4917
URL	http://dobuita-st.com/
会員数	90 名
店舗数	132 店舗 (小売業 41 店、飲食業 45 店、サービス業 25 店、不動産業 7 店、医療サービス業 3 店、その他 11 店)
商店街の種類	観光型
主な客層	国内観光客、高齢者 / 30 歳代、20 歳代

## 商店街概要

第二次大戦前に旧日本海軍の門前町として栄え、商店街の中央に流れるどぶ川を海軍工廠から提供を受けた鉄板で蓋をしたことから「ドブ板通り」と呼ばれるようになった。第二次大戦後は米軍の兵隊向けのスーベニアショップ（土産物店）、飲食店等を中心に発展した。1970年代以降は国際関係の変化・ドル暴落により、米軍関係者の来街が減少したが、アメリカと日本の文化が融合した独特の雰囲気を持つ商店街として注目され、週末を中心に観光客の来街者で賑わいを見せている。

平成 27 年に商店街の組織強化を図るため、任意団体「横須賀本町商店会」を『ドブ板通り商店街振興組合』に法人化した。

## 取組の背景

### 域外から来街者を呼び込む取組強化が必要

かつて、米軍の街として発展を遂げたドブ板通り商店街も、米軍関係の来街者減少とともに街の賑わいが喪失。そこで商店街が中心となり日本人をターゲットとした街づくりを展開、その起爆剤として「ドブ板バザール」を開催し、市内外の日本人の来街者を増加することに成功した。

また、商店街にはネイビーバーガーやスカジャン等、知名度が高いオリジナル商品を取り扱う店舗が多く、夜は独特のネオンサインが煌めいて英語が飛び交う異国感あふれる街の雰囲気を楽しむ来街者も増加した。

しかし、最近は近隣の国道沿いに郊外型の量販店の進出、横須賀中央駅近隣の大型百貨店が相次いで閉店する等、地域の人々の流れが大きく変化した。

こうした環境の変化を踏まえ、商店街をブランド化して域外から来街者を呼び込む取組が商店街活性化に必要であるとの結論に達し、街の雰囲気を活かしたまちづくり強化に取り組むことになった。

## 取組の内容

### 異国情緒を活かした仕掛けづくり

商店街をブランド化し、組織強化を図るため、商店街振興組合として法人化することになった。法人化の際には異国情緒があふれる雰囲気を表すため、

商店街の愛称だった「ドブ板」を商店街の名前に取り入れた。

さらにブランド化を具現化するため、「毎日がアメリカなストリート」というコンセプトのもと、異国感が伝わる仕掛けづくりに努めた。

まず、海外旅行等で余ったドル紙幣で買い物した来客に特別サービスを行う「ドル街キャンペーン」を横須賀市とともに開催。同イベントと連動して「アームレスリング大会」を開催し、好評を得ている。

さらに横須賀市在住の米軍関係者を講師とする「まちなか英会話教室」を開催し、アメリカを身近に感じられる取組を行った。今後、この取組は訪日外国人の来街者増加を狙って強化を予定している。



アームレスリング大会

さらに商店街が「スカジャン」の発祥の地であることから、「スカジャン」着用者に組合員店舗が特別サービスを行う「スカジャン割」のキャンペーンを行っている。この他にもネイビーバーガー、海軍カレー等、特色のある店舗が多いことから、SNSや冊子で店舗の魅力を積極的に発信し来街促進につなげている。今後は商店街に隣接して運行する京浜急行電鉄と連携して訪日外国人へのPR促進も検討し

ている。

また、こうした商店街の雰囲気を楽しんでもらうため、関係機関や旅行会社とタイアップした「商店街ツアー」を開催した。

一方で、商店街のかつての猥雑なイメージを払拭できない面もあったことから、商店街の法人化を契機に防犯カメラの整備を行うとともに、米軍と協力して見回りを強化。街の雰囲気を壊すことなく、老若男女が安心して楽しめる街づくりに努めている。

最近では、商店街近隣が舞台となったアニメ「ハイスクール・フリート」とコラボレーションし、スタンプラリーやオリジナルグッズの販売等を行い、「アニメツーリズム」としてアニメファンを呼び込むことにも成功している。



ドブ板バザール&横須賀トモダチジャズ 2017



商店街オリジナル商品「DOBUITA ミリメシ」(海軍カレー)

## 取組の成果

### ドブ板ブランドの定着に向けて

法人化前後からマスコミ関係者からの取材が増えている。最近では商店街を舞台に「ドブ板ブランド」のイメージに合致した映画『スカプロ』が撮影・公開され、ブランドは着実に形成されてきている。

販促事業を総括する「バザール実行委員会」は、若手役員・組合員で構成され毎週開催している。同委員会は企画・運営だけでなく、事業効果の検証もを行っている。同委員会は「継続は力なり」を合言葉に、販促事業の着実な実施の検討を行いつつも、自由な意見・企画を積極的に取り入れて運営している。特に同委員会が力を入れる年4回開催の「ドブ板バザール」で併催する商店街独自のイベントでは、毎回企画内容・趣向を変えて行っている。昨年はスマートフォンゲーム「ポケモンGO」やアニメとコラボレーションしたイベントを開催する等、来街者が飽きない意欲的な事業を行う体制となっている。

## 実施体制

「バザール実行委員会」は、常に役員会と連動して速やかな意思決定並びに事業評価を行う体制になっている。商店街のホームページやSNS等で商店街情報も適宜告知し、広域的に情報配信できる仕組みができています。本年度中に訪日外国人へ対応するため、多言語対応のホームページへのリニューアルを計画している。

また商店街の事務所兼商店街観光案内所の「ドブイタステーション」は、積極的にチラシ配布を行い、街の情報発信の基点となっている。さらに同所では、商店街オリジナル商品「ミリメシ」をはじめ、各種オリジナル商品を充実させており、駐車券販売事業も堅調で自主財源も確保できている。

そのほか、効果的な事業を行うため、横須賀市・観光協会・横須賀商店街連合会・県中小企業団体中央会等と日頃から連携を取り、支援施策を活用できる仕組みになっている。

## キーパーソンからのコメント



ドブ板通り商店街振興組合バザール実行委員会  
写真左より  
委員 柿田 達志  
副理事長・委員 山口 忠夫  
副理事長・委員長 一本 和良  
理事長・委員 越川 昌光  
委員 松本 浩之  
監事・委員 渡辺 一義

### 「ドブ板文化」を楽しめる街づくりを推進

ドブ板通り商店街は米軍横須賀基地の正面に位置しています。街には海軍カレー、ネイビーバーガー、チェリーチーズケーキに代表されるご当地グルメやミリタリーショップ、ライブハウス、ソウルバー等、当商店街ならではの店舗も多く、近隣住民、県外から観光客のほか、米兵やその家族で賑わっています。

ひと昔前は危ないイメージもありましたが、今では米軍基地の協力も得て、夜でも安心して楽しめる商店街となっております。

### “毎日が「アメリカン」なストリート” をテーマにさらなる飛躍へ

商店街に隣接した発着所から乗船する「YOKOSUKA 軍港めぐり」も人気で、商店街にも新たな人の流れが出てきました。

「ドブ板バザール」も平成30年2月には138回を数え、「継続は力なり」で30年間休むことなく開催しております。このほか音楽イベント・ストリートパフォーマンス、当商店街発祥の「スカジャン」を切り口にしたイベント等、多くの方に「アメリカン」な街の雰囲気を楽しめる商店街を目指します。