

2026年8月20日
財務省 関東財務局
横浜財務事務所 財務課

【経済調査レポート】 神奈川県内商店街における取組事例

(注) 本レポートは筆者の個人的見解に基づくものである。

【調査させていただいた商店街】

- モトスミ・ブレーメン通り商店街振興組合（川崎市中原区）
- 六角橋商店街連合会（横浜市神奈川区）
- 湘南スターモール商店街振興組合（平塚市）
- ドブ板通り商店街振興組合（横須賀市）

本レポートでは、神奈川県内の商店街における特色ある取組を取り上げ、参考となる事例として紹介します。



モトスミ・ブレイメン通り商店街振興組合（川崎市中原区）

- ・ 東急東横線の元住吉駅前に立地する地域型商店街
- ・ 約150店舗が加盟
- ・ 1991年にドイツ・ブレイメン市の商店街と友好提携し、国際交流と物語性を軸とした街づくりを30年以上継続



モトスミ・ブレーメン通り商店街の特色ある取り組み（１）

① 明確で一貫した
「街のコンセプト」
づくり

② 強力で安定した商
店街運営組織

③ 独自ポイントシス
テム「ICブレカ」の
進化

④ 高齢者・子どもを
巻き込む「コミュニ
ティ機能」

⑤ 年間を通じた“恒
例イベント”の蓄積

⑥ 商店街全体が「地
域の冷蔵庫」

⑦ 金融機関との連携

モトスミ・ブレーメン通り商店街の特色ある取り組み（２）

① 明確で一貫した「街のコンセプト」づくり

「ブレーメンの音楽隊」をモチーフに、アーチゲート、銅像、街路灯等を街全体で統一。

② 強力で安定した商店街運営組織

振興組合に専任事務局（常勤職員等）を配置し、会費に依存せず、駐車場運営、商店街内CM、ポイント事業など自主財源を確保、持続可能な運営体制を構築。当商店街は歴史的に外部からの出店者が多い特性を有しており、若手や外部人材の意見が受け入れられやすく、意思決定において柔軟性が確保されている。

③ 独自ポイントシステム「ICブレカ」の進化

商店街共通ポイント「ブレカ」をICカード＋タブレット端末で刷新し、発行枚数3.5万枚超と地域内高浸透率を達成。ナショナルチェーンも参加可能な仕組みに改良することにより参加店舗が増加。ポイント差益を商店街事業（イベント・福祉）へ再投資。

④ 高齢者・子どもを巻き込む「コミュニティ機能」

高齢者向けにコミュニティセンター来訪で「ブレカ」に健康ポイントを付与し、孤立防止等を実現。また、子ども向けにハロウィン・キッズフェスなどの参加型イベントを開催。

モトスミ・ブレーメン通り商店街の特色ある取り組み（3）

⑤ 年間を通じた“恒例イベント”の蓄積

フライマルクト（最大イベント）、100kmウォーク、クリスマスコンサート、スタンプラリー等のイベントを開催。毎月何かある商店街として来街動機を維持。

⑥ 商店街全体が「地域の冷蔵庫」

「生鮮3品が充実していない商店街には人は来ない」という考え方のもと、複数の大型店に加え、地域密着型の精肉店や八百屋、鮮魚店が共存。個店側が専門店ならではの特色を持ったサービスを提供することで大型店との差別化を図っている。具体的には、精肉店ではスーパーでは扱わない高級肉を取り扱い、八百屋では生産者の顔が見える流通を重視し、鮮魚店では地元魚や配達サービスを実施する等独自機能を提供。

⑦ 金融機関との連携

金融機関店舗の1階にスーパーを誘致するなど、商店街との一体的な空間形成に寄与しているほか、支店長が商店街の役員を務めるなど人的な関与も見られる。さらに、金融機関の敷地内に商店街のシンボルとして「豚飼いの像」の設置に協力するなど、景観形成やブランドづくりの面でも貢献している。



メインストリートは白楽駅の坂下に位置
大学の近接性等、生活利便性の高い環境が商店街の発展に寄与



アーケード沿いに長屋形式の
建物が軒を連ねており、昭和
レトロな街並みが色濃く残る

六角橋商店街連合会（横浜市神奈川区）

- ・ 東急東横線「白楽駅」周辺に広がる約160店舗からなる地域型商店街
- ・ 4つの商店会が連合会を構成しており、戦前からの歴史と長屋型建物が残る昭和レトロな街並みを色濃く残している点が特徴

六角橋商店街の特色ある取り組み（１）

01

小規模個店の集積
を活かした新陳代
謝

02

夜型イベントによ
る来街機会拡張

03

全国先駆け「商店
街プロレス」

04

学生とともにつく
る商店街

05

商店街主体の不動
産・承継支援

06

商店街の地域イン
フラ化

六角橋商店街の特色ある取り組み（２）

① 小規模個店の集積を活かした新陳代謝

小規模区画が多いことから新規参入が活発。

若手事業者や個性的店舗（古着・ヴィンテージ等）が増加し独自性を形成。

② 夜型イベントによる来街機会拡張

大型スーパー進出による来街者減少への対策として約30年前に開始。

東南アジアの夜市を参考にし、閉店後の店舗前スペースを活用する形で実施。

当初は旧来の闇市イメージへの懸念から年配世代からの反対もあったが、次第に理解を得て定着。

その結果、夜間の来街者増加により、店舗の営業形態の変化（営業時間延長）も生じ、商店街活性化に寄与。

③ 全国先駆け「商店街プロレス」

特設リングを設けてプロレス興行を年1回開催。

映画撮影への協力を契機として、若手役員の発案により実施し、メディア露出と話題性を獲得。

地域の地権者の協力により開催場所が確保されており、現在では他地域にも波及するモデルケースとなっている。

六角橋商店街の特色ある取り組み（３）

④ 学生とともにつくる商店街

近隣の大学との関係は当初アルバイトを通じた関わりから始まり、現在では学生団体が主体的に関与する形に発展。特に学園祭関連団体等がイベント運営に参加している。こうした関係は代々引き継がれてきたが、新型コロナの影響で一時途絶え、現在再構築が進められている。最近では、建築系の教員・学生により、商店街の構造を踏まえた再整備の検討や研究活動が行われている。

⑤ 商店街主体の不動産・承継支援

令和6年に合同会社（「WASSHOI六角橋」）を設立し、事業承継や空き店舗活用に関する支援を行う。人と人とのネットワークを活用したマッチングにより、商店街自らが不動産機能を担うことで、収益確保と新規出店促進を同時に実現。現在も複数の案件が進行中。

⑥ 商店街の地域インフラ化

「オレンジプロジェクト」は商店街及び薬剤師会、行政との連携により、高齢者見守り機能を強化する目的で実施。商店街が地域インフラとしての役割を担っている。



東西に約650m続くアーケード商店街
(店舗数：60店舗前後)
特に七夕まつり時には色鮮やかな
七夕飾りが通りを埋め尽くす



紅谷町まちかど広場
湘南よさこい祭りやマルシェなど、年間を通
じてさまざまな地域イベントのメイン会場と
して、街の活性化に重要な役割を果たす

湘南スターモール商店街振興組合（平塚市）

- ・ JR平塚駅北口に位置する中心商業地の駅前商店街。七夕まつりの主会場として高い認知度を有する
- ・ 「商業の街平塚」の歴史を受け継ぎ、老舗や個性的な専門店が多く立ち並ぶ地域密着型の商店街
- ・ 平常時の滞留・回遊に課題があったが、近年は行政等と連携し、商店街を「買い物の場」から「過ごす場」へ転換する取り組みを進めている

湘南スターモール商店街の特色ある取り組み（１）

① 明確な将来ビジョンとの連動

② 公共空間活用等の社会実験

③ 若手商店主主体のイベント実施

④ 専門性と個性を活かす商店街運営

⑤ 官民連携による推進体制

湘南スターモール商店街の特色ある取り組み（２）

① 明確な将来ビジョンとの連動

平塚市の「駅周辺地区将来構想」と連動し、駅前商店街を『みんなのリビング』に位置付け。

短期の販促ではなく、中長期の都市像を共有した点が特徴。

② 公共空間活用等の社会実験

2025年に平塚市が同商店街においてパークレット、キッチンカー、仮店舗を設置する社会実験「みんなのリビング Inスタモ」を実施。通行空間から滞留空間への転換を段階的に検証。今後の取り組みについては平塚市とも連携して検討中。また、同商店街は市が定める自転車駐輪禁止区域内に所在しており、自転車による買い物に課題があるため、自主的に店舗前駐輪にかかる社会実験を2025年に実施。その結果を踏まえた対応を現在検討中。

湘南スターモール商店街の特色ある取り組み（３）

③ 若手店主主体のイベント実施

若手商業者を中心とした任意団体「平塚まちなか活性化隊」が、コンサル等と連携し、月1回程度のイベントを実施することにより商店街の活性化に寄与。

④ 専門性と個性を活かす商店街運営

老舗の店舗が多いため、店舗の専門性を活かし、七夕まつり、湘南よさこい祭り、マルシェ等の開催により来街動機を多様化したうえで来街者の日常利用に繋げる意向。

⑤ 官民連携による推進体制

行政、金融機関、まちづくり団体と連携した新規出店のサポートやアーケードの維持管理にかかる補助金の申請等、各機関と連携しながら改善に向けた取組を実践中。

ドブ板通り商店街振興組合（横須賀市）

- ・ドブ板通り商店街は、神奈川県横須賀市本町に位置し、米海軍横須賀基地の正門に隣接する全長約300mの商店街
- ・第二次世界大戦後、米軍関係者向けのスーベニアショップ、飲食店、バーを中心に発展
- ・「スカジャン発祥の地」「ネイビーバーガーと海軍カレーの街」として全国的な知名度を有する



ドブ板通り商店街の様子
ネイビーバーガー、海軍カレー、スカ
ジャン等を始めとする横須賀の特産品の
店舗が軒を連ねる



ドブ板通り商店街の取り組み（１）

① 定期大型イベントの開催

② 商店街ブランド化戦略

③ 法人化による組織基盤強化

④ 若手主体の実行委員会方式

⑤ デジタル・SNS活用による情報発信

ドブ板通り商店街の取り組み（２）

① 定期大型イベントの開催

ドブ板バザール 年4回（主に2月・5月・7月・11月）開催。

スワップミート（蚤の市）、フリーマーケット等、市内外・県外からの来街者を呼び込む観光型イベントとして定着。

② 商店街ブランド化戦略

ネイビーバーガー、海軍カレー、スカジャン等の“横須賀ブランド”を全面活用。

ネイビーバーガー及び海軍カレーについては、横須賀市との連携により開発。

ネイビーバーガーは米海軍の食文化を基に、海軍カレーは艦隊ごとにレシピが異なるため、各店舗が個別に艦隊と連絡を取り、レシピを開発。スカジャンについては、戦後に米兵が帰国の際の土産として購入したことを契機として定着したものであり、現在に至るまで当地域の代表的商品となっている。

ドブ板通り商店街の取り組み（３）

③ 法人化による組織基盤強化

2015年、任意団体から「商店街振興組合」へ法人化することにより、防犯カメラ整備等の補助金活用が容易となり、行政・観光協会・商工団体との連携した取組を強化。

④ 若手主体の実行委員会方式

ドブ板バザール等を統括する「実行委員会」を設置し、若手商業者が企画・運営し、毎回テーマを変え、マンネリ化を防止。

⑤ デジタル・SNS活用による情報発信

Instagram、X、YouTubeにより商店街全体で統一感ある発信とし、イベント告知、クーポン発信を実施。

調査を振り返って

今回、ご紹介させていただいた商店街はそれぞれ異なる立地条件や歴史的背景を有しながら、時代環境の変化に対応し、特性に応じた多様な取組がなされているが、以下の点においては共通点も見られた。

- ・各商店街は独自の強みを軸に明確な方向性を構築している
- ・イベントや独自コンテンツによる来街動機を創出し、単なる「買物の場」から「体験・交流の場」への転換
- ・商店街事務局やイベント運営にかかる組織体制・担い手を確保し、組織的基盤を強化することにより、継続的な事業展開を可能としている
- ・外部との連携（行政・金融機関・大学等）を積極的に行い、単独では困難な課題に対し、外部資源を活用することで対応力を高めている

【まとめ】

- 総じて、商店街の活性化は単一の施策で達成されるものではなく、**商業機能・地域機能・組織運営の三位一体の取組**として進める必要があるものとする。
- 各商店街の事例は、それぞれ異なるアプローチであるものの、こうした**総合的な取組の重要性**を示すものであり、各商店街とも地域から求められる存在となっている。
- 今回、紹介させていただいた商店街においては**商業機能だけでなく、インフラ的な役割も担っており**、地域から求められる存在となっている。
- 商店街においてはその両立を図ることが重要な視点となっており、持続的な商店街運営に向けた取組が期待される。

本レポートを作成するにあたり、多大なるご協力をいただきました「公益社団法人商連かながわ様」、「モトスミ・ブレーメン通り商店街振興組合様」、「六角橋商店街連合会様」、「湘南スターモール商店街振興組合様」、及び「ドブ板通り商店街振興組合様」に、心より感謝申し上げます。