地域ブランディングで進化する「福岡西海岸」



福岡ウエストコースト商工連合会

ロードサイン設置、情報誌を計7万部発行して魅力を発信

SNSや動画を駆使した発信で地域ブランディングが進む「福岡西海岸」

福岡ウエストコースト商工連合会（福岡市西区宮浦、松本圭司会長）は、福岡市西区の今宿～二見ヶ浦までの海岸沿いを「福岡西海岸」と定め、同地域のブランディングと振興を目的に2024年に創立された。福岡市が実施した25年度「商店街魅力向上支援事業」に採択され、多彩な振興策を実施している。

今年3月には、海沿いを走る県道54号線の約10㎞に渡り、計8本の「福岡西海岸ロードサイン」を設置した。「福岡西海岸」の共通ブランドとルート上にある各地区の観光スポットを看板に併記することで、集落間の一体感を生み出すねらいがある。これまで観光客は糸島市側から回るルートが一般的で、同地域は素通りされがちだったが、こうした施策によって認知度と魅力の向上を図っている。

また、グルメや宿泊施設などを紹介するフリーペーパー「COSTA Fukuoka（コスタ・フクオカ）」を昨年3月に創刊し、福岡市を中心に約3万部を配布。さらに、今年3月に英語版も発刊し、都市部と西海岸を結ぶ昭和バスの車内全席や、天神や博多の観光案内所、大型ホテルなどで約4万部が配布される予定となっている。

同連合会はクリエイター出身のメンバーが多く、SNSや動画を駆使した発信を得意としている。今後の展望について松本会長は、「周遊シャトルバスを運行するほか、空き家を活用したスポーツフィッシングの拠点化など、さらなる定住・交流人口の拡大を目指す」と意欲を語る。行政の支援を活用しつつ、同連合会が主体となって持続可能な地域経済を構築する先進的な取り組みが始まっている。

（編集部・溝口理澄）



▶「福岡西海岸」の共通ブランドとルート上にある各地区の観光スポットを看板に併記する「福岡西海岸ロードサイン」



▶市内を中心に計7万部を配布しているフリーペーパー「COSTA Fukuoka」