

※今後に向けた将来計画等について商店街で作成している補足資料がある場合は、こちらのエントリーシートを記入のうえ、添付にて別途ご提出ください。

【記載例】

## 商店街魅力向上計画書【計画期間 R 6 年度～ R 8 年度】

### 1：現状認識

商店街名	福岡ウエストコースト商工連合会
商店街概況	今年2月に新設された商工会。北崎から今津校区にかけての”福岡市西海岸”に点在する飲食・宿泊業が主。二見ヶ浦・西浦・宮浦・海釣公園・大原・今津に営む商工業の集まり
最寄り駅・バス停	昭和バス「二見ヶ浦」から「今津」まで
商店街タイプ	【 路線型 】 県道54号線
商店街の会員店舗数	35店舗
商店街店舗構成	8割が飲食業・宿泊業、ほかマリンサービスや生活雑貨店等
商店街の特徴・強み	このエリアは福岡市民に長く愛される日帰り海岸ドライブコースで、近年は宿泊施設も開業して県外客やインバウンド需要にも対応できる観光地区になっている。また土地の規制緩和による移住者増加に伴い、飲食など新規の民間事業者も増えつつある。
課題・問題点	路線が二車線の県道1本しか無い。アクセスもバスか車に限られており、店の看板などが目に留まらなければ「お客さんが通り過ぎてしまう」リスクのある地区。また隣接する糸島市側にも魅力的な地区（芥屋・野北）があり、そちらを先に周遊する「前原ICで降りるコース」の人气が高い。対して当会エリアを先に周遊する「今宿ICで降りるコース」はサブ扱いになっている。  また、著しく進んだ少子高齢化の影響で、事業者の高齢化、後継者問題、働き手不足が常に生じている。

## 2:商店街の目指す将来像・コンセプト

<p>商店街の目指す 将来像・コンセプト</p>	<p>「福岡西海岸」という新しい呼び名と地域価値の創造</p>
<p>上記将来像・コンセプトを目指す理由</p>	<p>糸島半島の一部ではなく、“福岡市のオシャレな海岸区”と位置付けることで、いまの福岡市民や将来福岡市民になる人々にとって、この地域に訪れる・営む・住む・働くことの価値を高めたい。</p> <p>当会エリアに著しく少子高齢化が進んだ最大の要因が「地元の魅力や価値を感じない」と子孫世代が出ていったまま戻って来ないことにある。これを抜本的に解決するために、いま住む地域の子供たちや、これから移住してくる家族の子供たちが、「福岡西海岸に住んでいる」という新しい認識で、地域に魅力と価値を感じてもらいたい。</p>
<p>上記将来像・コンセプトを達成するための手段</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>・継続性のある取り組みとして、県道54号線沿いに「福岡西海岸」の立て看板を複数設置。デザインは堅苦しいものではなく、ハワイやカリフォルニア風のオシャレなもの。地域の名所や飲食店・土産店などを示す案内板として活用しつつ、統一されたデザインで地域のまとまりを出す。</li><li>・広報的な取り組みとして、福岡市の観光ガイドブックや、旅行雑誌・タウン誌、旅行代理店や不動産の発行物などで、「福岡西海岸エリア」という文言を使うよう、商工会から働きかける。</li><li>・地域住民への「西海岸」浸透を促すため、地域の生活消費に便利な”西海岸住民クーポン”、博多天神に宿泊する際の”西海岸住民ホテル割クーポン”などを配布。様々なインセンティブを提案し、喜んでいただく。</li></ul>

### 3:想定する実施体制

立て看板の設置については、制作・設置は専門業者が担う。設置場所の選定は、候補地の所有者や管轄する行政担当課との交渉を商工会の理事（松本・西）が担当し、看板のデザインは会の加盟店のデザイン会社が担う予定。看板設置の是非については、安全・景観上のこともあるので、北崎校区自治会、今津校区自治会に相談・承認を得ることとする。

「西海岸」という呼称をガイドブックや民間刊行物で使ってもらうよう広報するのは、メディア出身者である理事（松本）が担当する。

西海岸住民クーポンなどの、地域住民サービスの提案は、会の加盟店で情報や提案を持ち寄って進める。