

「I♥URESHINO」

新たな交流拠点の誕生を契機に取り組む“Withコロナ観光まちづくり”
令和7年度 第2回 嬉野市未来技術地域実装協議会

**令和7年度嬉野市未来技術地域実装事業
PT2
来訪者の移動を支えるモビリティサービス事業**

事業報告について

令和8年3月13日

目次

1. 事業の概要（PT2） 2
2. 今年度の取組みと成果 9
3. これまで5年間の取組みと成果 37

1. 事業の概要 (PT2)

- (1) PT2の狙い
- (2) 想定する事業スキーム
- (3) 事業スケジュール

PT2立ち上げのストーリー

- 2022年9月、新幹線駅「嬉野温泉駅」「道の駅うれしのまるく」が誕生!!
- 嬉野市は「新幹線開業」「道の駅開業」を誘客のきっかけ・武器にしたいと、思い馳せる
- ただ、“嬉野温泉駅”や“道の駅うれしのまるく”は、温泉街から歩くには遠い、嬉野茶をはじめとするたくさんのお土産を運ぶのも大変で一苦勞
- せっかく来ていただいた皆様をより一層満足してもらうためにも、少しでも苦勞を取り除きたい。
- 手ぶらで楽に、観光してもらい、また来たい! SNSでバズらせたい! と思ってくれる地域にしていきませんか?
- 我々はこの事業、『未来技術』が活用できる。今は、メタバースや観光動画など最先端技術で、嬉野の魅力を全国のお客様にしてもらっているところ
- これから、情報発信の取組とより一層、手を組みながら新たな観光体験を考えていきませんか?

さらに盛り上げるためのお客様目線の問題

手荷物をもったまま歩きたくないなー

車で来たけど駐車場から遠いところまではいかなくていっか

旅館から遊びに行きたいけど、
気軽に出かけられる手段がないなー

もう歳だし、歩いてまわるのも大変

新幹線に乗ってきたけど、温泉街まで遠いんだなー

私たち(みなさん)が掲げるコンセプト

**誰もが・気軽に・楽しく・充実した
観光体験を実感できる仕掛けづくり**

自動運転に私たち(みなさん)が期待すること

**「旅マエ」に興味・期待を抱かせる手段
「旅ナカ」を便利に楽しく周遊できる手段**

① どんなお客様でも移動しやすい環境

身体的・心理的に回遊抵抗が大きいお客様でも、楽に移動できる環境を提供できます。

② 嬉野市を満喫してもらえる環境

回遊性が高まれば、嬉野市を十分に堪能していただだけ、満足度もぐんと上がります。

回遊性が高まれば、賑わいが生まれ、活気あふれる観光空間になります。

お客様の消費も促され、中心市街地の活性化にも繋がります。

③ 未来技術の活用によるインパクト

希少性・話題性のある体験を提供することで、「移動」そのものが強力な観光コンテンツとなり、新幹線開業との相乗効果が期待できます。

私たち(みなさん)は、全国に先駆けて、
新たな移動サービスの実現において取り組んでいきます!

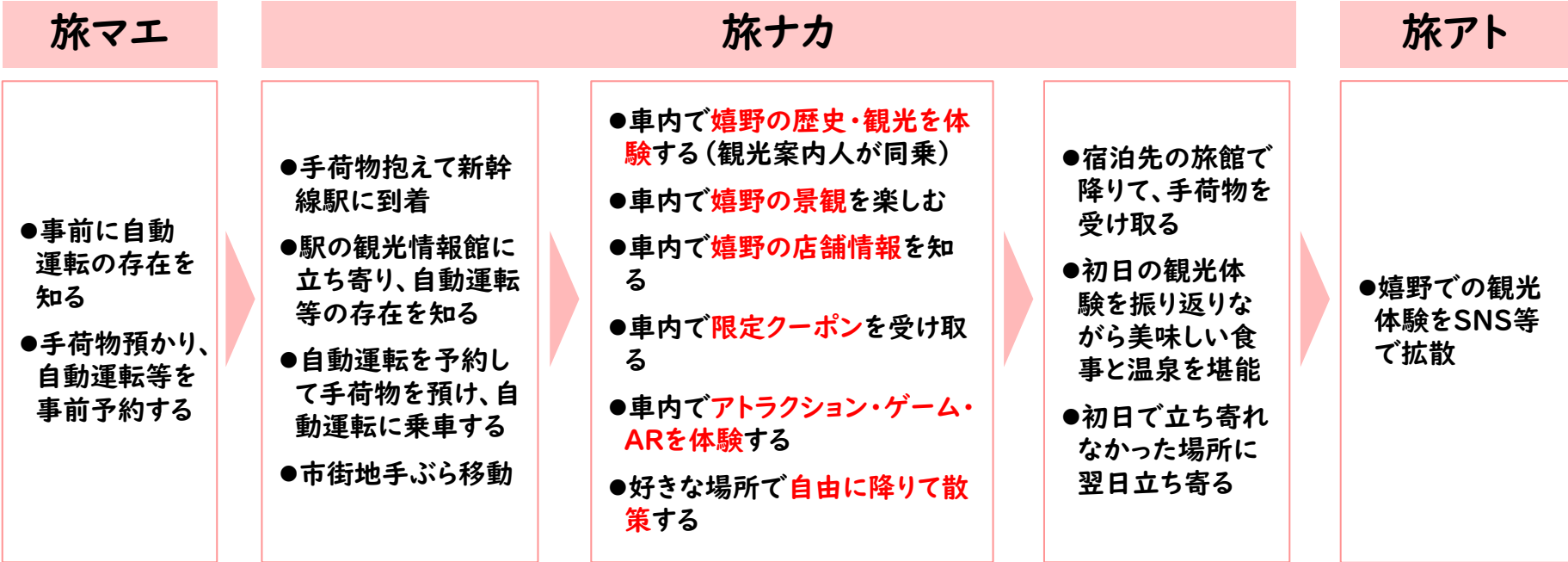
それは、“**自動運転**”による**新たな観光体験**です!

なぜ自動運転が必要なの?

- 人手不足の中、新幹線駅から離れた温泉街への**送迎サービス**を担う事ができ、新たな観光需要を呼び寄せることができます。
- 将来的には**デジタルサービスとの連携**も見込まれ、単なる移動手段ではない**新たな価値を持つ強力なコンテンツ**としてのポテンシャルを秘めています。
- 現時点、国内での社会実装事例は少なく、**先進地域として嬉野市が注目**を浴びます。

実現には“担い手”“事業性”を見極めていくことが必要です⁵。

自動運転を活用したおもてなしイメージ



観光スポット・店舗等

PT2 リアルな空間の

まちの未来創造シンボル

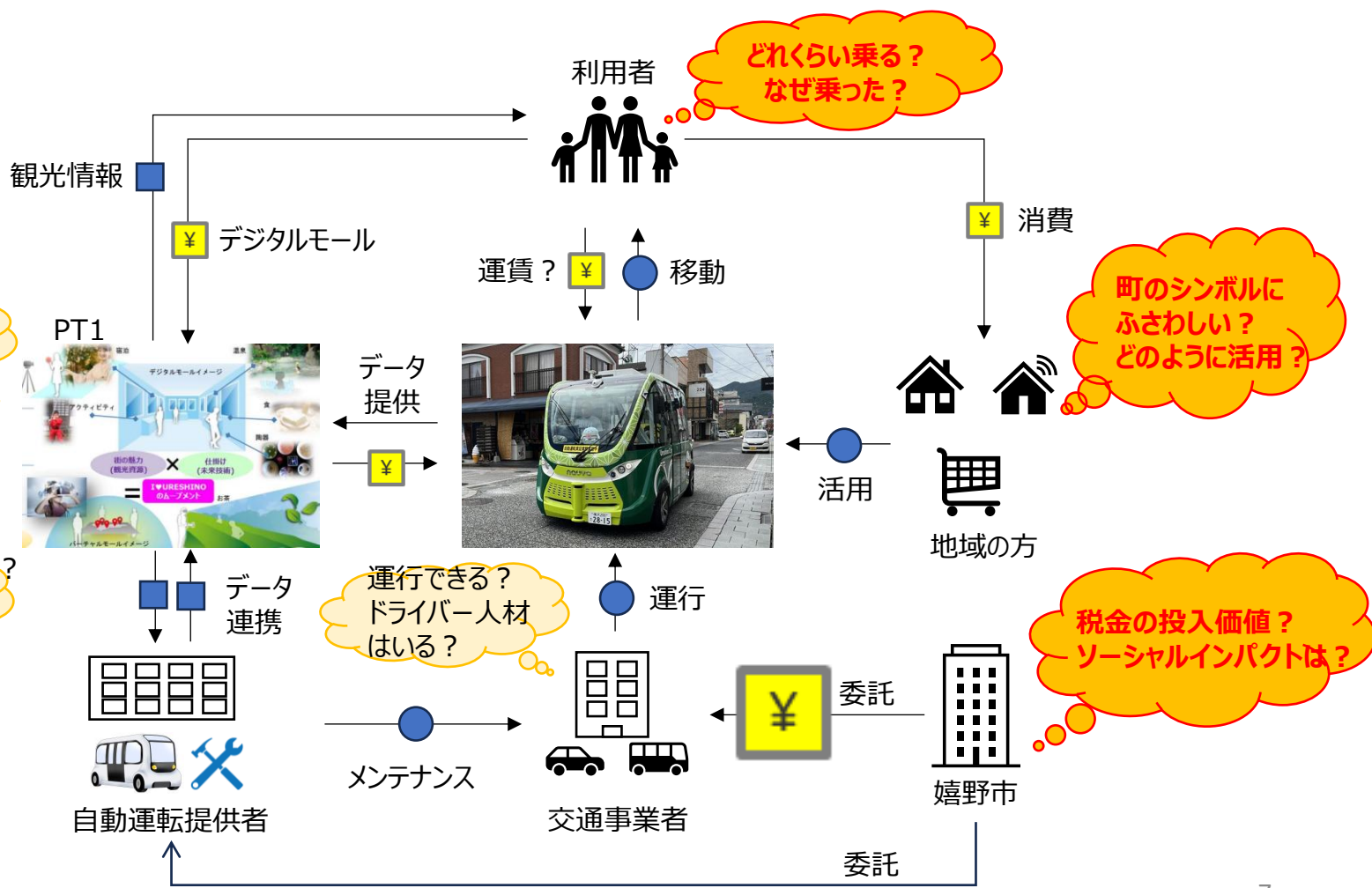
PT1 サイバー空間のシンボル(メタバース、バーチャルツアー)

移動手段



連携手法は？

L4運行の課題は？
必要最低限のシステムは？



- R7年度は、実証実験の継続により、R6年度で明らかとなった課題への対応策を検討・実施し、その効果検証結果を踏まえ、嬉野市における「自動運転バス社会実装に向けた今後の対応方針」を検討しました。

▼事業スケジュール



● 新幹線駅開業

● 開業1周年記念イベント

● SAGA2024 国スポ・全障スポ

テーマ

試乗・体験会の実施
自動運転に関する意向把握
交通状況の把握

公道での実証実験の実施
社会実装に向けた
検討・議論

前年度の課題を踏まえた
実証実験の継続実施
運営体制構築・試行

前年度の課題を踏まえた
実証実験の継続実施
運営体制構築・試行
社会受容性向上

レベル4 社会実装
を見据えた対応方針検討

車両
運賃

ARMA

EVO(障害物回避)

無償

ルート

駐車場内でのデモ

嬉野温泉駅
～嬉野バスセンター
(予約制・シャトル)

嬉野温泉駅
～嬉野バスセンター
(フリー乗車・周回)

嬉野温泉駅
～嬉野バスセンター
(フリー乗車・周回)

交通状況調査

手動介入等調査

需要調査

需要調査(継続)

運営体制

自動運転の体験

・関係者等への
意向調査
・導入への懸念点
の把握

・事業スキーム/ビジネスモデルの検討
→自動運転導入の波及効果等の検証
・運営体制の構築
・PT1との連携方策の検討

走行
環境

地域受容性向上に向けた方策検討

レベル4社会実装を見据えた対応方針検討

- ・補助金活用による車両購入+レベル2実装
- ・課題解消に向けた実証実験の継続
- ・レベル4実装に向けた課題検証 など

2. 今年度の取組みと成果

- (1) 令和7年度の実施方針
- (2) 令和7年度の事業スケジュール
- (3) 令和7年度実証の概要
- (4) 令和7年度実証の成果

- R7年度は、R6年度に明らかになった5つの課題について検証すべく実証実験に取り組みました。

令和6年度の主な成果と課題

【成果】

- ①嬉野市への誘客効果
- ②利用需要と高い期待
- ③店舗連携による地域活性化の可能性

【課題】

- ①路上駐車への対応
- ②地域の協力体制の構築
- ③自動運転車両の改善
- ④情報提供による利便性向上
- ⑤潜在需要と必要台数の把握

地域との意見交換を踏まえ追加

令和7年度の実施方針

①自動運転バスの潜在需要把握【経営面】

駅利用者数やアンケート調査等を基に、自動運転バスの潜在需要や必要車両台数を確認。実証を通じて運休や満車等で利用を断念した方々も含めた潜在需要を現地調査等で把握。

②情報提供サービス導入による利便性検証【経営面】

運行情報や満空情報をリアルタイムに把握可能なアプリケーションを開発・実装。

③連携施策実施による継続的な誘客・活性化効果の検証【経営面】

一定の効果が確認された車内モニター広告やクーポン事業の継続実証。その他、店舗・旅館への誘客が見込める取り組みについて、地域関係者とともに継続的な議論・実施。

④車両変更による運行安定性の再検証【技術面】

車両性能の改善が期待できる最新車両（NAVYA-EVO）を使用し、自動運転システムの稼働安定性や、車内環境の快適性について改めて検証。

⑤交通ルール遵守の呼びかけによる走行環境改善の可能性検証【社会受容面】

自動運転車両が通行する時間帯において、路上駐車を控えてもらうための呼びかけ。また、バスセンター前交差点の停止線はみ出しに関する注意喚起を実施。

令和7年度の事業スケジュール

今回の報告事項

視点	令和7年度における 検証課題	令和7年						令和8年				
		6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
経営面	①自動運転バスの 潜在需要把握	・運行内容 の検討	・運行準備 (物品準備、人員確保)				・利用状況 調査	経営面の検証	次年度以降の方針検討			
	②情報提供サービス 導入による利便性検証		・情報提供のための構築 ・広報企画・準備		・テスト・改修 ・広報実施		・利用者 アンケート					
	③連携施策実施による 継続的な誘客・活性化 効果の検証		・連携旅館・店舗 の募集・選定		・連携施策の 企画・準備		・施策実施 ・旅館・店舗 ヒア					
技術面	④車両変更による 運行安定性の再検証			・運行準備(各種申請・審査)			・実証運行 ・運行状況 調査	技術面 の検証				
社会 受容面	⑤交通ルール遵守の 呼びかけによる走行 環境改善の可能性検証			・各組合 との調整	・旅館・店舗への 協力依頼等		・交通調査 ・店舗ヒア	社会受容面 の検証				

【運行概要】

項目	R7年度
使用車両	NAVYA-EVO (2台) ※バッテリーやPCの性能が向上 ※障害物の回避が可能
実証期間	令和7年11月5日～23日 ※28日～30日は旅館貸切運行
運行時間	9時～17時 ※金・土は夜間運行あり
ルート	嬉野温泉駅～バスセンター～ 旅館街
乗降場所	7箇所 (嬉野温泉駅／バスセンター／ その他5箇所)
運賃	無償運行
乗車方法	予約不要



【NAVYA-EVO2】

- ・バッテリー性能向上
- ・PC性能の向上



【NAVYA-EVO3】

- ・バッテリー性能向上
- ・PC性能の向上
- ・障害物(路上駐車等)の回避が可能



【広報・PR】

- 嬉野市民向けには、「チラシ」や「ポスター」「市政だより」の他、HPや公式LINEで広報を行いました。
- 観光客（市外居住者）向けには、HPや公式LINEの他、近隣の新幹線駅構内や佐賀県内の道の駅など、市外の方々の目に触れやすい場所にポスターを設置しました。
- 「西九州新幹線開通3周年記念イベント（9/6開催）」でも「まるくアイズ」等でPR活動を行いました。

▼主な広報媒体

対象	広報・PR方法
嬉野市民	<ul style="list-style-type: none"> ● チラシ（全戸配布） ● 市政だより（全戸配布） ● ポスター設置（市内公共施設） ● HP、SNS（LINE等）
観光客 （市外居住者）	<ul style="list-style-type: none"> ● HP、SNS（LINE等） ● プレスリリース ● ポスター設置（新幹線駅構内・県内の道の駅） ● 西九州新幹線開通3周年記念イベントでのPR活動 ● のぼり



※満車の場合、乗車をお断りすることがございます。 ※1周利用はできません。
 【問合せ先】 嬉野市役所 新幹線・まちづくり課 主催 嬉野市未来技術地域実装協議会
 Tel.0954-27-7020 株式会社マクニカ | 株式会社ケーシー・エス
 協力 株式会社福山コンサルタント | 日本工営株式会社

▲広報用チラシ

検証①: 自動運転バスの潜在需要

経営面

【具体的な取り組み】

昨年度は満席で利用を断念する方も多かったことから、車両2台で運行し(昨年度から1台増便)、特に日中の輸送容量拡大を図りました。

【検証結果】

EVO3の車両トラブルにより一時的な運休が発生しましたが、予定していた227便のうち203便(約89%)を運行し、延べ1,224人にご利用いただきました。特に、休日の昼間は概ね満席での運行となりました。

1便当たりの利用者数は、便数や定員の拡大の影響もあり、R6年度に比べて、休日昼間が増加した一方で、夜間時間帯はやや減少しました。

R6年度	全体	運行区分		
		平日昼間	休日昼間	夜間(金・土)
予定便数	132便	66便	54便	12便
運行便数 (運行率)	113便 (約86%)	54便 (約82%)	48便 (約89%)	11便 (約92%)
延べ利用者数	732名	277名	380名	75名
1便あたりの 利用者数	約6.5名	約5.1名 (定員8名)	約7.9名 (定員8名)	約6.8名 (定員7名)

休日昼間
は増加

夜間は
微減

R7年度	全体	運行区分		
		平日昼間	休日昼間	夜間(金・土)
予定便数	227便	143便	66便	18便
運行便数 (運行率)	203便 (約89%)	128便 (約90%)	60便 (約91%)	15便 (約83%)
延べ利用者数	1,224名	639名	517名	68名
1便あたりの 利用者数	約6.0名	約5.0名 (定員9名)	約8.6名 (定員9名)	約4.5名 (定員9名)

⇒日中の利用需要に対しては常時2台の運行が必要

検証①: 自動運転バスの潜在需要

経営面

【具体的な取り組み】

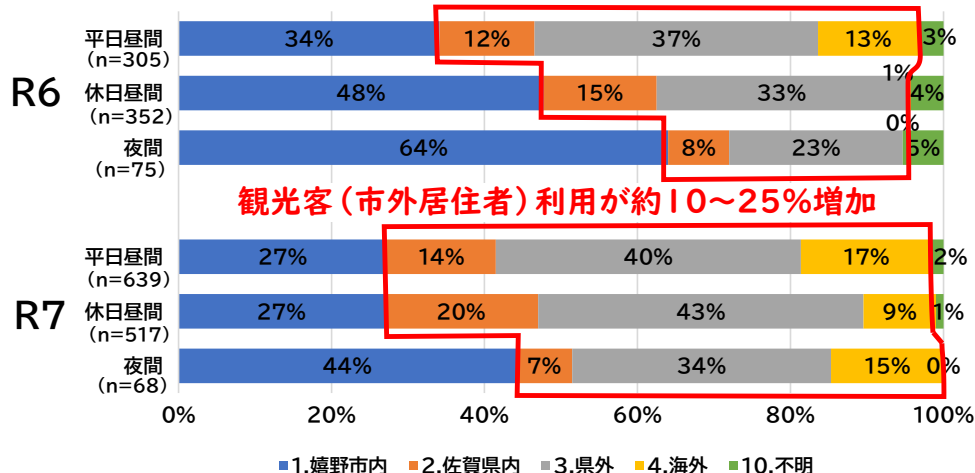
中心市街地の活性化に繋がる利用需要を把握するため、駅→駅への1周利用を禁止する等、必然的に商店街での乗降を促す運用としました。また、令和6年度より運行台数を1台増便し、輸送力をアップしました。

【検証結果】

商店街の活性化に繋がる観光客(市外居住者)の利用割合が増加するとともに、増便したことによって満席で乗車できない場面も少なく、観光客の利用需要を概ね把握するとともに、駅~商店街区間におけるモビリティの必要性についても改めて確認することができました。

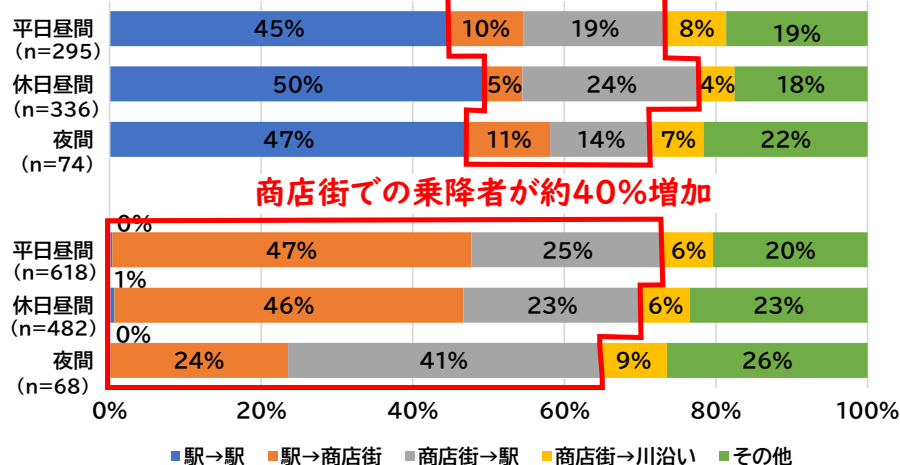
商店街での乗降も増加し、商店街の回遊や店舗への来店・消費の促進にも繋がりました。

⇒商店街で乗降し、来店・消費を促すような運行ルールの導入が必要



▲自動運転車両利用者の居住地

- ・ 嬉野市外在住者の割合が増加しており、増加率(R6年比)は平日昼間が9%、休日昼間が23%、夜間が25%。
- ・ 内訳をみると、休日昼間の県外が10%増、夜間の海外が15%増と特に増加した。



▲自動運転バスの乗降OD

- ・ 昼間の利用は、平日、休日ともに駅→商店街の利用が半数近くを占め、夜間は商店街→駅の利用が約40%だったことから、特に必要があることが示唆される。

※調査票の記録状況により居住地とODでN値が異なる。

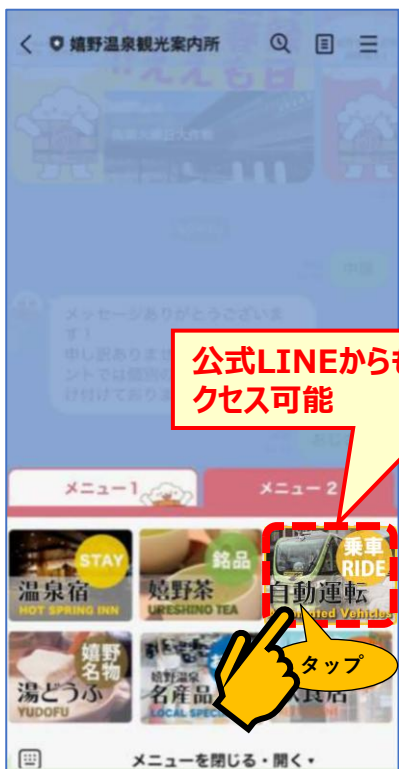
検証②: 情報提供サービス導入による利便性

経営面

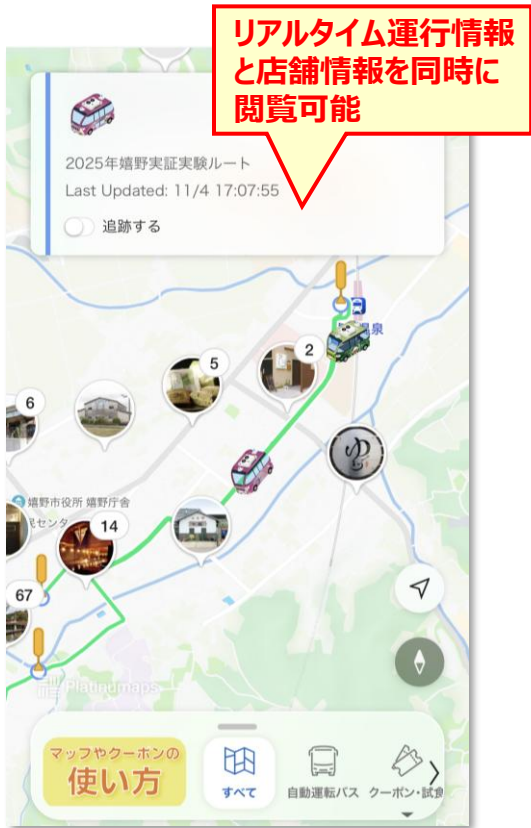
【具体的な取り組み】

運行情報(遅延・運休)、車両位置、満空状況の情報をリアルタイムで確認できる他、商店街の旅館や店舗等も閲覧可能な「情報提供Webサイト」を導入しました。

また、WebサイトへのアクセスQRコードを、チラシやポスター、停留所ポスト等に掲載し、乗車前から利用者がアクセスしやすい環境を整えました。



▲ デジタルマップ



▲ 「すべて」の表示画面

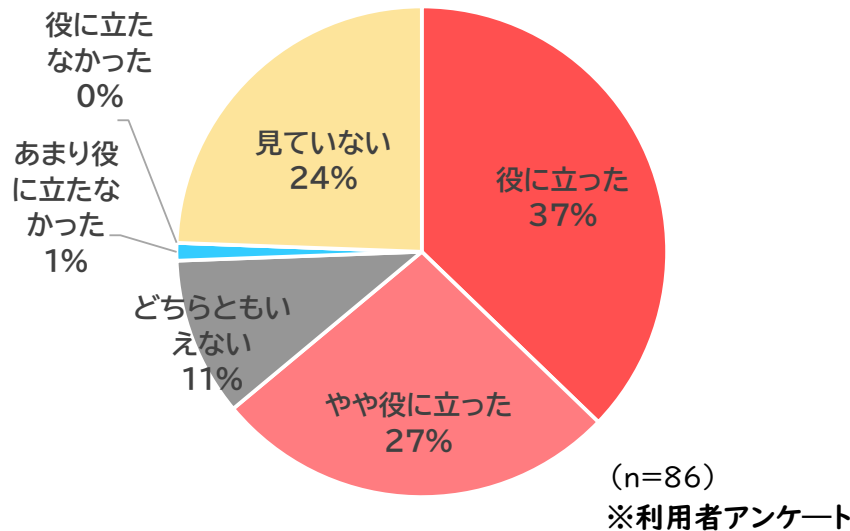
検証②: 情報提供サービス導入による利便性

経営面

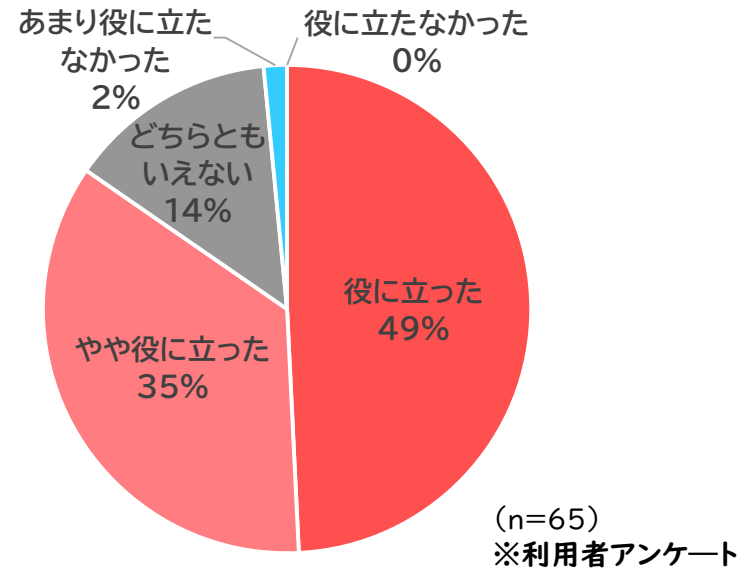
【検証結果】

利用者の約75%の方々にデジタルマップをご利用いただき、期間中の閲覧数は1,760回でした。閲覧者のうち約84%の方々が「役に立った」「やや役に立った」と感じており、また、R6年度には4件発生した情報提供不足による苦情も発生しなかったことから、円滑な運行・運営において効果的であることを確認しました。

⇒ 運行情報をリアルタイムで確認できる環境・仕組みづくりは必要不可欠



▲ デジタルマップの評価 (全体)



▲ デジタルマップの評価 (閲覧者のみ)

検証②: 情報提供サービス導入による利便性

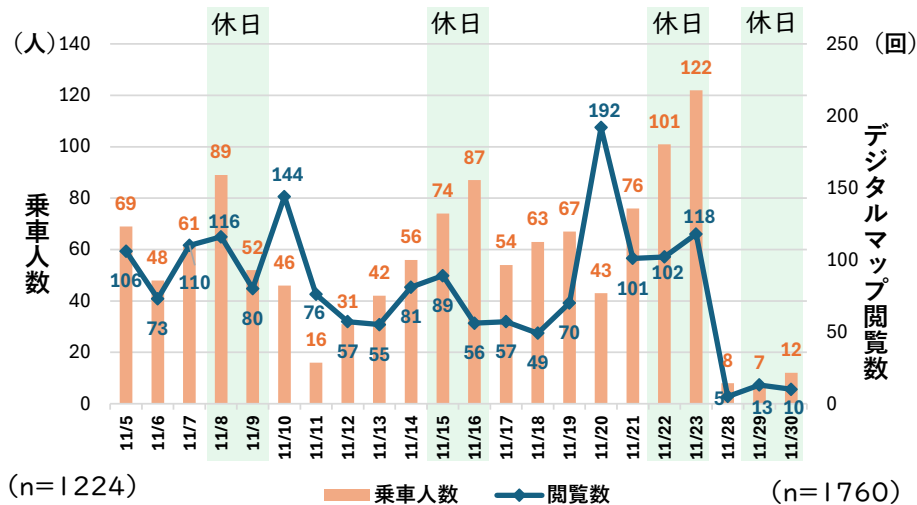
経営面

【検証結果】

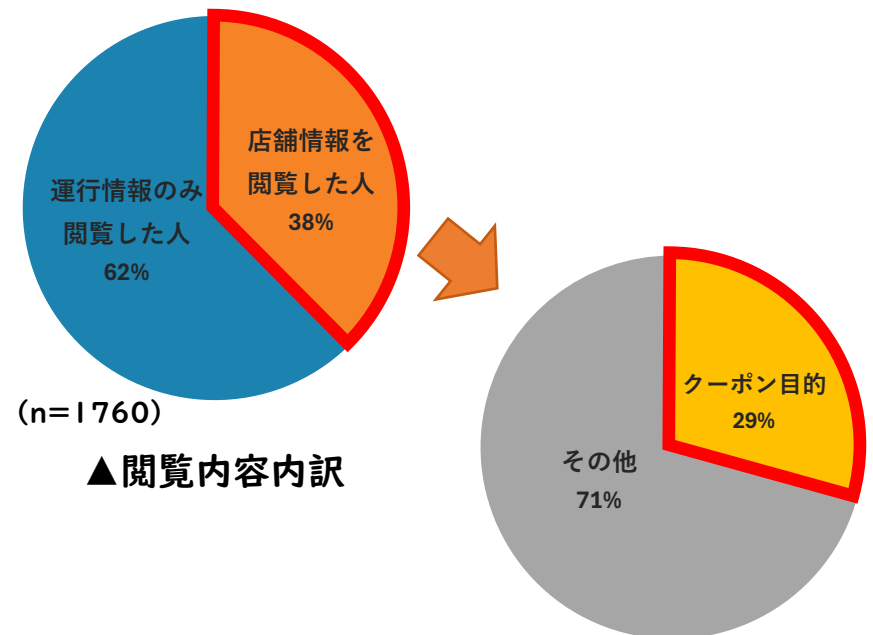
乗車人数に比べデジタルマップ閲覧数が多く(利用者1人あたり平均約2回閲覧)、閲覧頻度のバラツキは想定されるものの有効に活用されたことを確認しました。

閲覧数の約4割は、運行情報だけでなく店舗情報にもアクセスしており、また、店舗情報へのアクセス数の約3割は、クーポン利用目的でした。

⇒回遊性を高めるためには、運行情報だけでなく、クーポンサービス等との連携や店舗・観光情報等の積極的な発信も必要



▲ デジタルマップ閲覧数



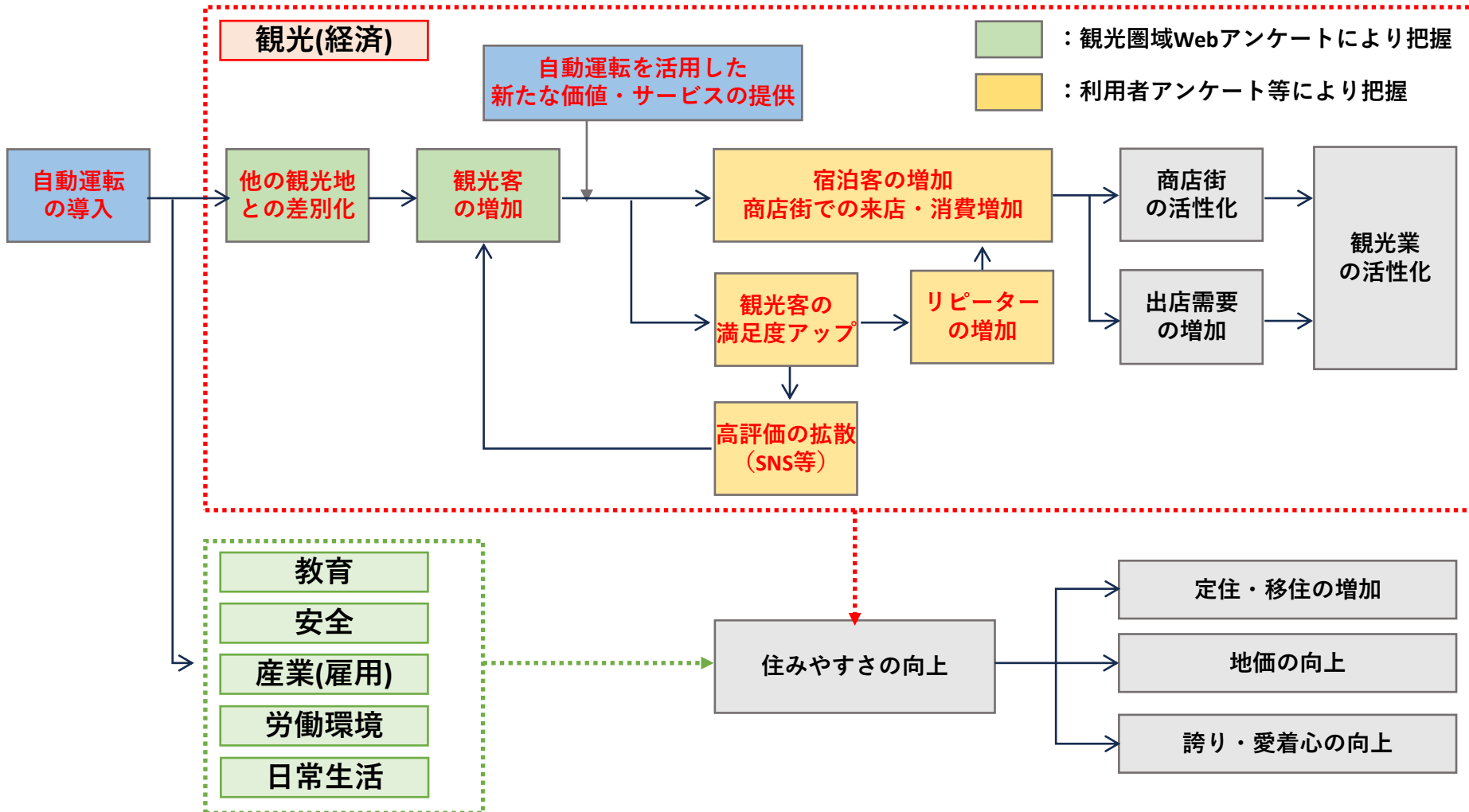
▲ 閲覧内容内訳

▲ 店舗情報閲覧の目的

検証③: 連携施策実施による継続的な誘客・活性化効果

経営面

「自動運転バスを活用した新たな価値・サービス」を提供し、**観光経済の活性化に繋がる効果** (宿泊客の増加、店舗への来店・消費の増加、満足度等) について、「観光圏域Webアンケート」や「利用者アンケート」等により把握しました。



検証③: 連携施策実施による継続的な誘客・活性化効果

経営面

「観光圏域Webアンケート(楽天リサーチ)」を実施し、自動運転バスの導入が嬉野市来訪意向に影響を及ぼすかを確認した結果、**新たな温泉旅行の誘発や、他の温泉地からの転換、リピーター率の増加**が一定割合見込まれることが分かりました。

<観光圏域Webアンケートの概要>

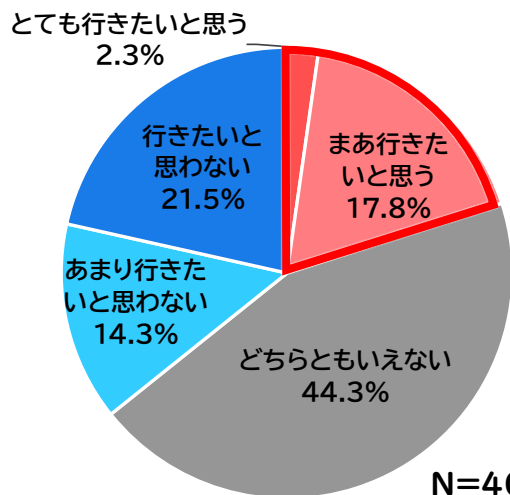
- ・観光圏域(福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県)に居住する18歳以上を対象
- ・自動運転バスがあることで嬉野温泉への来訪機会が増えるか否かを確認
- ・嗜好性等の違いによる意向への影響を踏まえ、以下の3区分で確認

A: 普段温泉地を訪れない人(⇒新たな旅行需要の誘発は生じるか?)

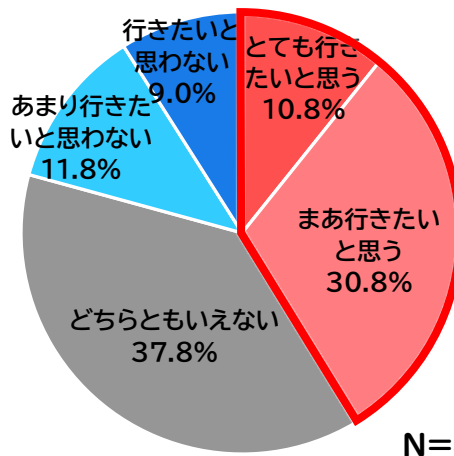
B: 普段は他の温泉地を訪れる人(⇒差別化により他の温泉地からの転換は生じるか?)

C: 定期的に嬉野温泉を訪れる人(⇒嬉野への来訪頻度は増えるか?)

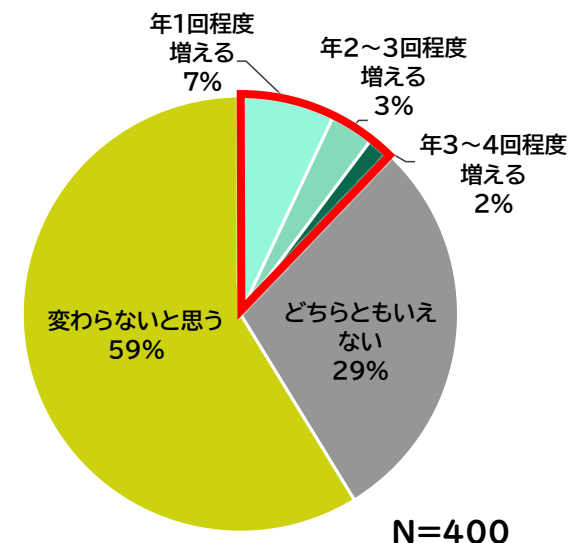
A: 普段温泉地を訪れない人



B: 普段は他の温泉地を訪れる人



C: 定期的に嬉野温泉を訪れる人



▲自動運転バス導入による嬉野市来訪意向の影響

検証③: 連携施策実施による継続的な誘客・活性化効果

【具体的な取り組み】

自動運転バスに乗車した方々を対象に、以下4つのサービスを提供しました。

取組① 車内モニターによる店舗情報の提供

希望14店舗の協力を得て、店内や商品を撮影の上、広告動画を作成し、車内モニター上映



検証③:連携施策実施による継続的な誘客・活性化効果

まるくアイズ

検証③: 連携施策実施による継続的な誘客・活性化効果

【具体的な取り組み】

取組② 車内での試食品提供

○協力意向があった3店舗の試食品を、乗車した方全員に提供

① 御歌屋菓子舗



皆様にご試食いただいている御歌屋菓子舗の「茶丸くん」は、嬉野茶をたっぷり入れた佐賀銘菓の丸ぼうろです。

〈原材料に含まれるアレルギー物質〉

小麦、卵

※はちみつを使用しているため1歳未満の乳幼児には食べさせないでください。

③ 橋爪菓子舗



皆様にご試食いただいている橋爪菓子舗の「丸ぼうろ」は、ひと口頬張ると、卵とハチミツの優しい甘さが口いっぱい広がる一品です。

〈原材料に含まれるアレルギー物質〉

小麦、卵

※はちみつを使用しているため1歳未満の乳幼児には食べさせないでください。

② うれし庵

皆様にご試食いただいているクッキーは、嬉野温泉街の中心にある隠れ家的カフェ「うれし庵」の手作りクッキーです。

〈原材料に含まれるアレルギー物質〉

メレンゲ、卵、大豆

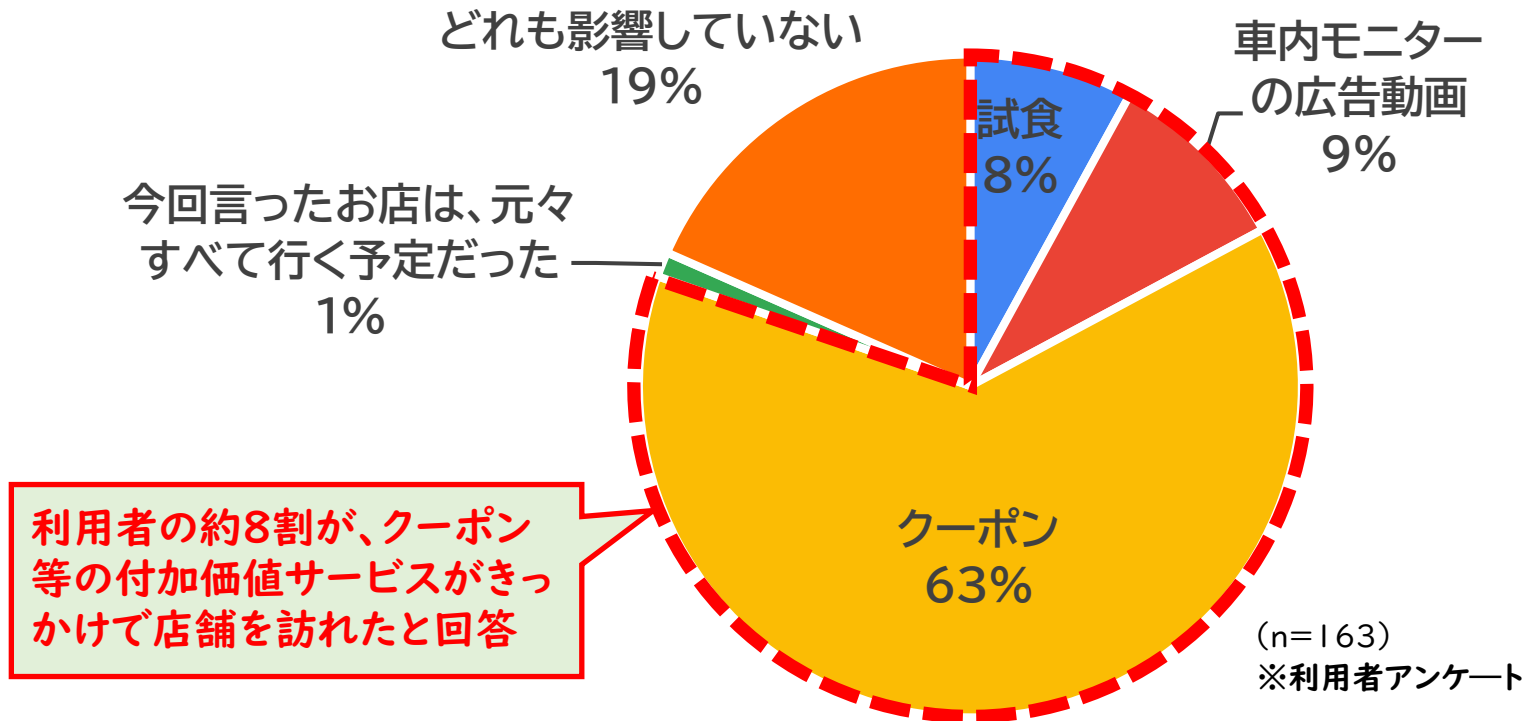


検証③: 連携施策実施による継続的な誘客・活性化効果

【検証結果(観光・消費行動への影響)】

各種サービスによって、利用者の約8割が、訪問店舗の増加など、嬉野市での観光・消費行動に変化を及ぼし、特にクーポン券の配布が最も効果的でした。

⇒ 商店街の回遊性を高めるためには、店舗との連携サービスが必要不可欠



▲ 店舗を訪れるきっかけとなったサービス

検証③：連携施策実施による継続的な誘客・活性化効果

【検証結果（店舗収益への貢献）】

店舗別にクーポン券導入効果を試算した結果、クーポン商品価格や利用条件の違いにより導入効果が生じており、店舗によっては、増収に向けたクーポン券の利用条件や対象商品等の再考が必要であることを確認しました。

⇒経済波及効果の拡大に向けては、サービス内容の改善が必要

▼店舗別のクーポン利用状況と増収効果

番号	店舗名	クーポン商品価格(円)	総使用枚数(枚)	利用率※1	総使用金額(円)	クーポン等による売上(円)※2	クーポン発行による支出(円)※3	クーポン等による効果(円)※4
①	御歌屋菓子舗	160	31	2.5%	9,680	7,744	4,960	2,784
②	うれし庵	240	46	3.8%	34,698	27,758	11,040	16,718
③	橋爪菓子舗	180	62	5.1%	39,666	31,733	11,160	20,573
④	井手酒造	商品3つ	31	2.5%	49,326	39,461	5,650	33,811
⑤	小野原商店	100	63	5.1%	12,205	9,764	6,300	3,464
⑥	温泉街道 輪来・すーべにあしよっぶ笑蔵	150	14	1.1%	24,335	19,468	2,100	17,368
⑦	食菜市場 きはら	100	57	4.7%	26,291	21,033	5,700	15,333
⑧	amethyst (アメジスト)	200	-	-	-	-	-	-
⑨	お食事処 志津	250	12	1.0%	17,100	13,680	3,000	10,680
⑩	やきとり戦国	250	5	0.4%	21,800	17,440	1,250	16,190
⑪	嬉野交流センター	0	86	7.0%	95,952	76,762	0	76,762
⑫	まるくアイズ	0	128	10.5%	118,227	94,582	0	94,582
合計		-	535		449,280	359,425	51,160	308,265

※1：総使用枚数÷利用客数1224人×100

※2：総使用金額×クーポン等による来店割合80%

※3：クーポン商品価格×総使用枚数

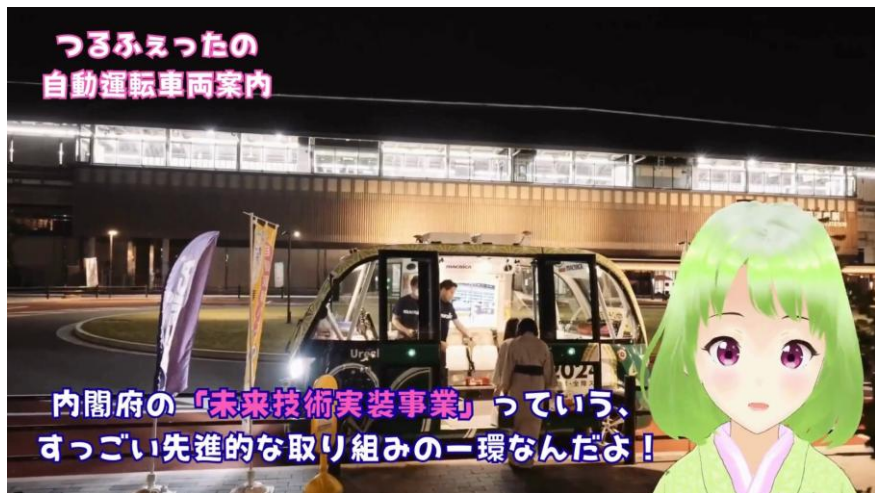
※4：※3-※2

検証③: 連携施策実施による継続的な誘客・活性化効果

【具体的な取り組み】

取組④: Vtuberによる観光案内(ライブ配信)

- 休日の3便を対象にVtuberつるふえったによる対話型のライブ配信サービスを提供(その他の便では録画映像による観光案内を上映)
- 嬉野市の観光案内や、店舗・商品の紹介の他、嬉野市にまつわるクイズ等を通じた乗客とのコミュニケーションサービスを提供



▲観光案内のイメージ

▼車内でのコミュニケーションの様子

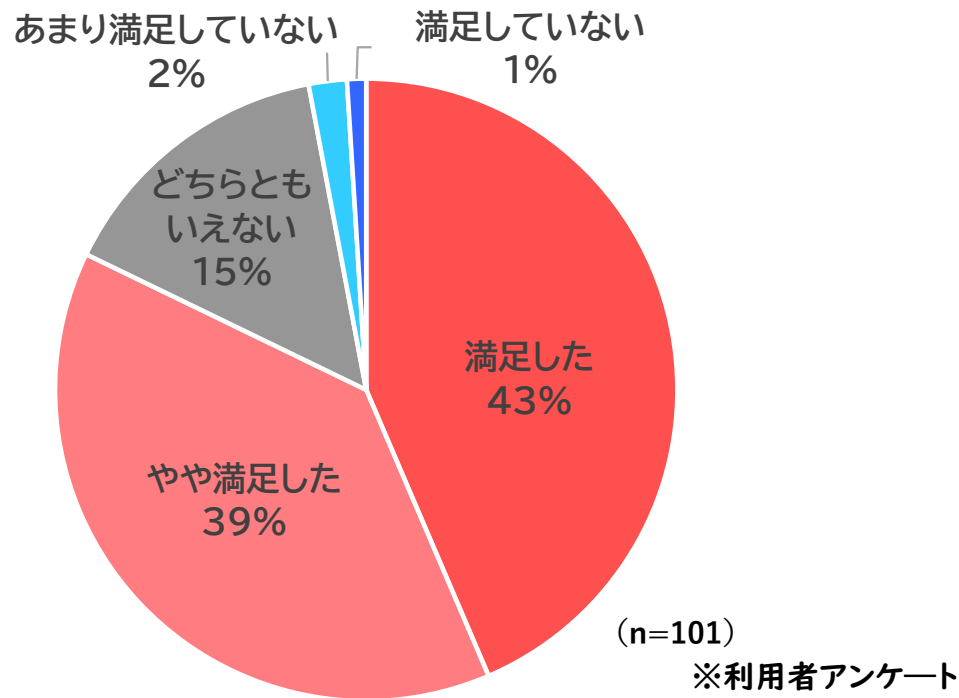


検証③: 連携施策実施による継続的な誘客・活性化効果

【検証結果 (Vtuberライブ配信)】

ライブ配信を体験頂いた方々の満足度は高く (8割以上は「満足」または「やや満足」と回答)、有益な観光コンテンツとして期待できます。

⇒PTIへの活用も視野に、Vtuberとの連携可能性について継続検討



▲ Vtuberつるふえったライブ配信の満足度

検証③: 連携施策実施による継続的な誘客・活性化効果

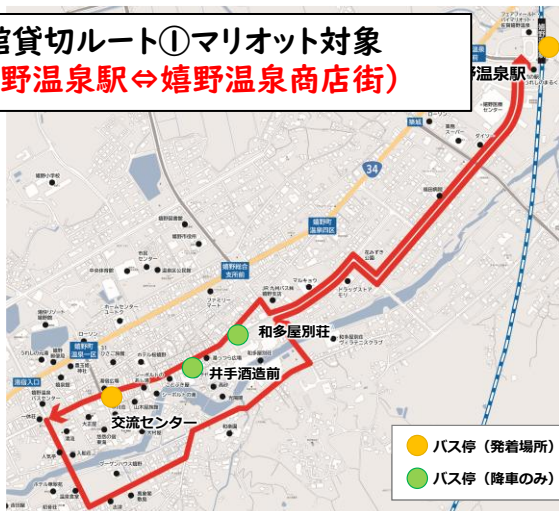
【具体的な取り組み】

取組⑤: 対象旅館の宿泊者に限定して予約制の貸切運行サービスを行いました。

- 運行ルートは2パターン設定し、嬉野温泉駅に隣接するマリオットの宿泊者に対しては、温泉街への移動手段を想定したルートを設定
- 温泉街に位置する旅館の宿泊者に対しては、温泉街を散策できる周遊ルートを設定
- 予約は、各旅館の宿泊客に対して、チェックイン時に周知し、各旅館の受付で承りました。

対象旅館	<ul style="list-style-type: none">・ フェアフィールド・バイ・マリオット・佐賀嬉野温泉・ 嬉野観光ホテル大正屋・ 大村屋・ ことぶき屋・ 和多屋別荘	温泉街に位置する旅館 (その他旅館)
------	---	-----------------------

旅館貸切ルート①マリオット対象
(嬉野温泉駅⇄嬉野温泉商店街)



旅館貸切ルート②嬉野温泉商店街一周
(嬉野温泉交流センター起終点)



検証③: 連携施策実施による継続的な誘客・活性化効果

【検証結果(貸切運行)】

実施期間が3日間と短く、事前案内も十分に行えなかったこともあり、特に中心市街地側の旅館では利用が少ない状況でした。(利用率⇒マリオット:23.3%、その他旅館:16.7%)

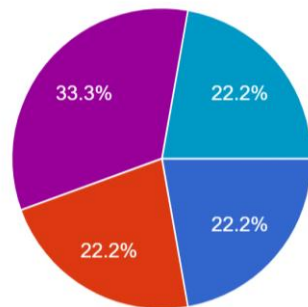
嬉野市来訪のきっかけとして一定の評価は得ましたが、貸切料金にはバラツキがありました。

⇒本格導入に際しては、旅館との連携による周知活動の充実を図ったうえで、改めて利用需要を見極めるとともに、価格設定等の具体的な検討が必要

▼貸切利用状況

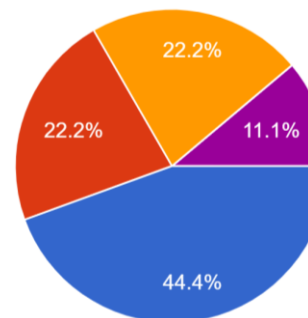
日付	旅館	利用数	利用率
11/28 (金)	マリオット	4	40.0%
	その他旅館	1	25.0%
11/29 (土)	マリオット	1	10.0%
	その他旅館	1	25.0%
11/30 (日)	マリオット	2	20.0%
	その他旅館	0	0.0%
合計	マリオット	7	23.3%
	その他旅館	2	16.7%

※マリオット:10便/日、その他旅館:4便/日



※貸切利用者アンケート(n=9)

▲貸切運行を実装する際の妥当な金額



※貸切利用者アンケート(n=9)

▲貸切運行の有無は嬉野市を訪れる判断材料となるか

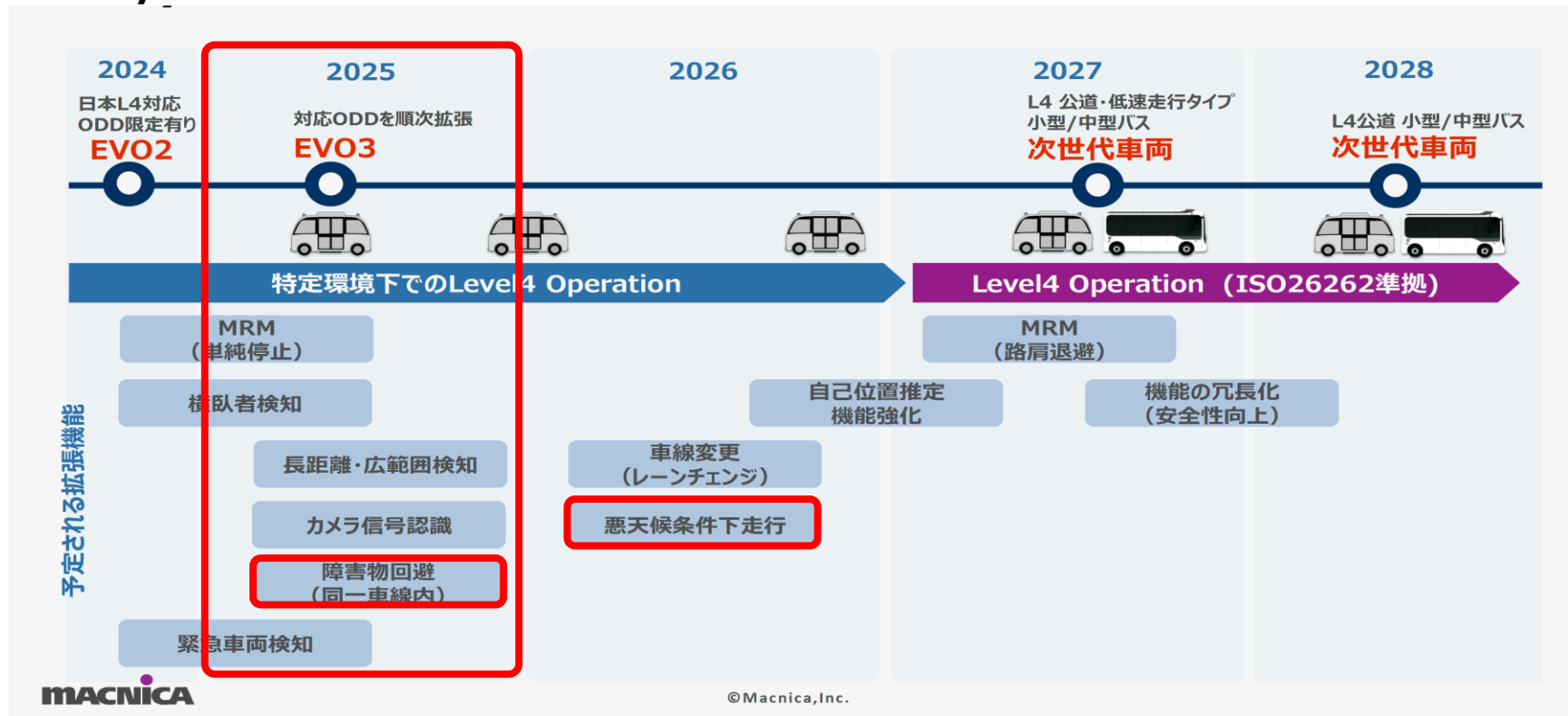
検証④: 車両変更による運行安定性

技術面

【具体的な取り組み】

安定運行に向けて令和6年度に課題となった雨天時の自動走行や、バッテリー効率の改善状況等について、実装予定車両である「EVO」にて検証を行いました。
また、障害物回避機能を備えた最新型「EVO3」については、その機能の実用性についても検証しました。

■ Navyaの開発ロードマップ



検証④: 車両変更による運行安定性

【検証結果】

今年度は雨天日が無く、雨天による運行への影響は生じませんでした。が、「ARMA」と「EVO」の雨天時における運行判断基準は概ね同じであり、「EVO」であっても雨天時でも安定的な運行を行うためには、手動運行が必要であることを確認しました。

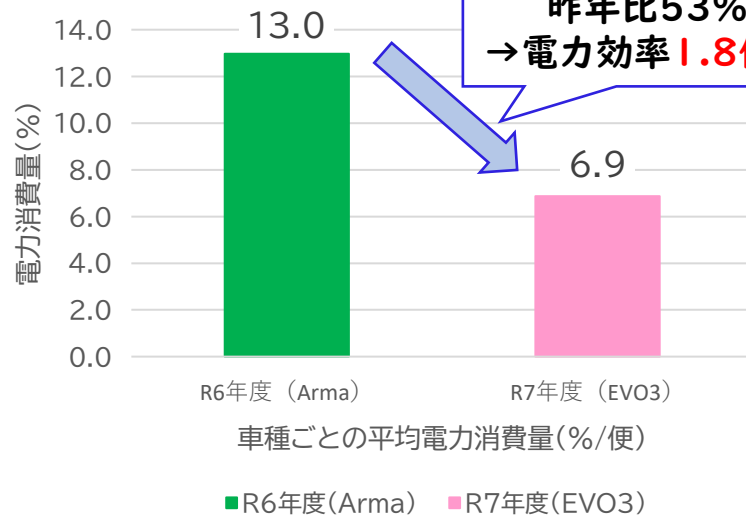
(※2026年度に悪天候条件下走行機能を実装予定)

バッテリーに起因する不具合は発生しておらず、また、「ARMA」と「EVO」でバッテリー容量は同じであり、実証時の外気温にも差がありますが、消費量は約5割削減され、バッテリー効率には改善が見られました。

最新車両である「EVO3」は、ドライバーの操作ミスに起因するシステムエラーにより、計7日間(約1割)の一部運休が発生しました。

また、路上駐車車両の自動回避率は19%にとどまり、特に対向車両や人通りも多い「本通り商店街」では、障害物回避機能を十分に検証できない状況でした。

技術面



▲車種ごとの1便あたり平均電力消費率

▼「EVO3」の自動回避率

区間	路上駐車箇所数	自動回避箇所数	自動回避率
本通り区間	49件	10件	20%
川沿い区間	4件	0件	0%
合計	53件	10件	19%

⇒車両に関する課題も多く、翌年からの地域実装は時期尚早で、導入ロードマップの再検討が必要

検証④: 車両変更による運行安定性

参考: 車両性能比較

項目	ARMA	EVO
乗車人数	最大 12人 実証実験時の乗車人数 10人 (乗客最大8人+ドライバー1人+保安員1人)	最大 12人 実証実験時の乗車人数 11人 (乗客最大9人+ドライバー1人+保安員1人)
サイズ	全長:4,750mm 全高:2,640mm 全幅:2,100mm 重量:2,400kg 総重量:3,035kg	全長:4,780mm 全高:2,720mm 全幅:2,170mm 重量:2,500kg 総重量:3,160kg
性能	最高速度:18km/h 平均稼働時間:一充電当たり9時間(100%電気自動車) 搭載機能:LiDAR(3D・2D)、GNSS、SLAM等	最高速度:18km/h(※手動走行時は19km/h) 平均稼働時間:一充電当たり9時間(100%電気自動車) 搭載機能:LiDAR(3D・2D)、GNSS、SLAM等
通信	3G/4Gアンテナ	4G/5Gアンテナ
LiDAR 3D	前方:1個 後方:1個	前方:1個 後方:1個 屋根前方:1個 屋根後方:1個 右側面:1個 左側面:1個
LiDAR 2D	フロントグリル:2個 リアグリル:2個 右側面:1個 左側面:1個	車両底面前方:1個 車両底面後方:1個
カメラ	前方1個 後方1個	前方1個 後方1個 四隅各1個(計4個)
その他	走行距離計、IMU(加速度センサー)	走行距離計、IMU(加速度センサー) 雨滴・照度センサー、空気圧モニタリング



検証⑤：交通ルール遵守の呼びかけによる走行環境改善の可能性

社会受容面

【具体的な取り組み】

- 本通りを中心に、路上駐車が自動運転走行を妨げる大きな要因になっていますが、路上駐車抑制に対する地域住民の協力意向は比較的高い状況にあります。
- 今年度は、バス停への路上駐車を抑制するために、バス停枠の設置を行いました。

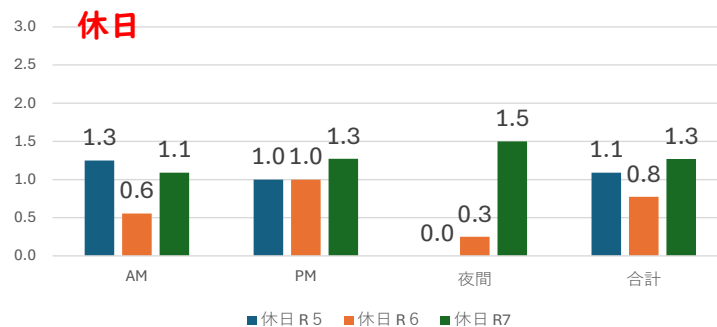
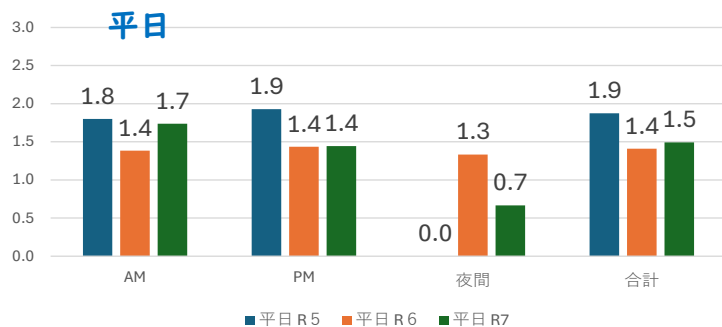
【検証結果】

- 停留所での路上駐車は約4割減少し（R6：7回→R7：4回）、バス停枠設置による効果が伺えました。
- 商店街区間における路上駐車は、公道走行初年度の令和5年に比べ平日は約2割減少しており、実証実験の継続実施により、自動運転車両に対する周辺住民の理解が深まったことも要因のひとつであると考えられます。
- 一方で休日は減少が見られず、要因の一つと想定される観光客に対しても理解・協力を促す必要性が伺えます。



▲バス停枠（嬉野交流センター前）

⇒遅延なき安定的な運行を行うには、バス停付近での効果的対策（枠設置など）が必要



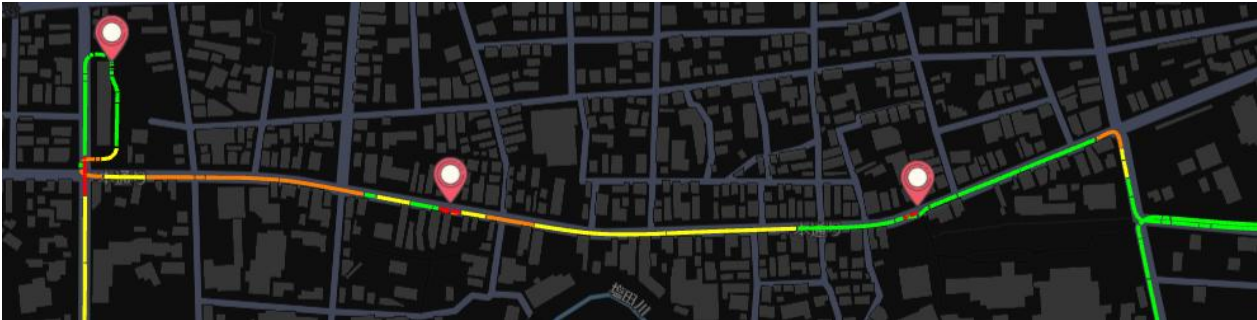
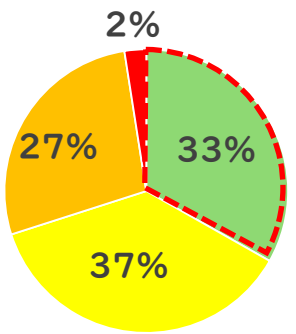
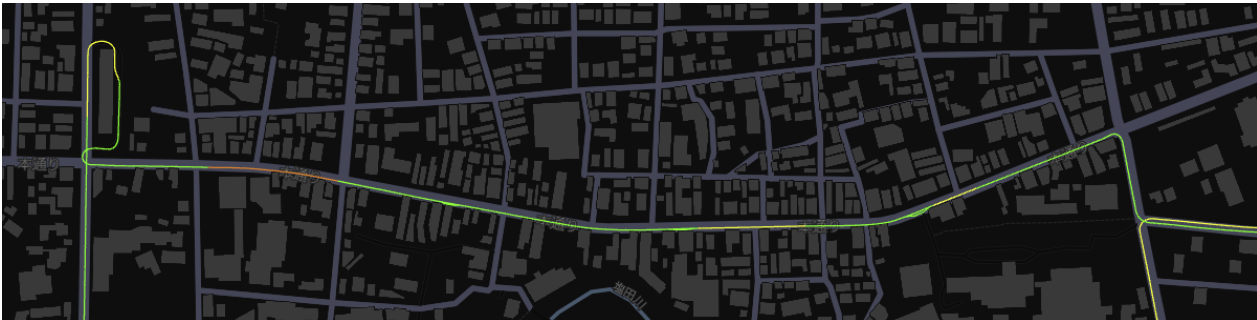
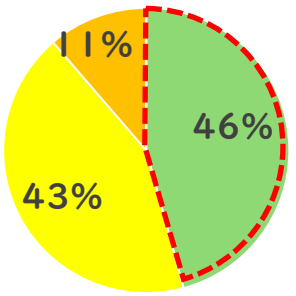
▲本通り商店街における1便あたり路上駐車の経年変化

検証⑤: 交通ルール遵守の呼びかけによる走行環境改善の可能性

社会受容面

【検証結果】

- 「EVO3」による路上運転回避率は2割程度にとどまったものの、商店街区間における自動運転率80%以上の区間延長は令和6年度に比べて1割程度増加しました。

	本通り商店街における自動運転率	自動運転率 ランク別延長比率
R6	 <p>令和6年10月5日(木)~28日(月)の平日昼間平均</p>	
R7	 <p>令和7年11月16日(日)~20日(木)の平日昼間平均</p>	

自動運転率: 毎秒取得している位置情報データ全数に対する「自動運転」として記録された位置情報データ数の割合

- 自動運転率80%以上
- 自動運転率70%以上80%以下
- 自動運転率50%以上70%以下
- 自動運転率50%以下

検証事項	検証結果
<p>① 自動運転バスの潜在需要の把握 【経営面】</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 商店街での乗降を促すためのルールづくりにより、メインターゲットである観光客の利用増加を確認 • 2台運行(1時間に1便以上)の場合、休日昼間は概ね満席となる利用需要を確認
<p>② 情報提供サービスの導入による利便性の向上 【経営面】</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 自動運転利用者の8割弱がアプリを利用し、円滑な運行・運営に効果的であることを確認 • アプリ利用者の約4割は店舗情報にもアクセスしており、店舗・観光情報の発信も効果的であることを確認
<p>③ 連携施策実施による継続的な誘客活性化効果の確認 【経営面】</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 自動運転利用者の約8割は、店舗との連携サービスがきっかけで来店・消費しており、商店街の活性化に寄与したことを確認 • Vtuberによるライブ配信の満足度も高評価であり、観光コンテンツとしての有用性を確認
<p>④ 車両変更による運行安定性の確認 【技術面】</p>	<ul style="list-style-type: none"> • バッテリー効率の向上により、充電時間の短縮が図られ、運行効率の向上に期待 • 悪天候時において安定的な運行を行うには、当面は手動運行が必要であることを確認 • 最新型EVO3については、ヒューマンエラー回避のためのマニュアル整備等の充実が必要 • 本通り商店街では、現在の自動回避機能のままでは対応が不十分であることを確認
<p>⑤ 走行環境改善の可能性の確認 【社会受容面】</p>	<ul style="list-style-type: none"> • バス枠の明示により停留所枠での路上駐車の減少を確認 • 看板設置ではバスセンター前の停止線はみ出しは抑制できず、より効果的な対策の必要性を確認

3. これまで5年間の取組みと成果

- (1) 各年度の取組み実績
- (2) パーソナルモビリティの取組みと成果
- (3) 自動運転バスの取組みと成果
- (4) 5年間で得られた主な成果（自動運転バス）



● 新幹線駅開業

● 開業1周年
記念イベント

● SAGA2024
国スポ・全障スポ

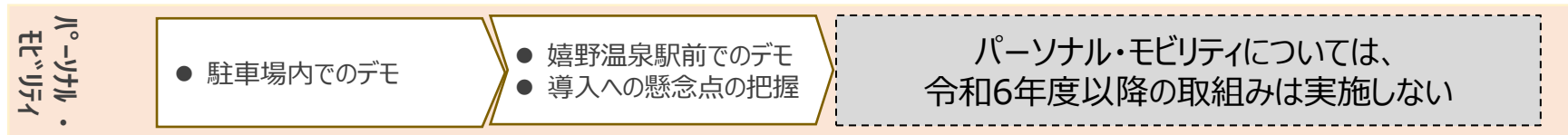
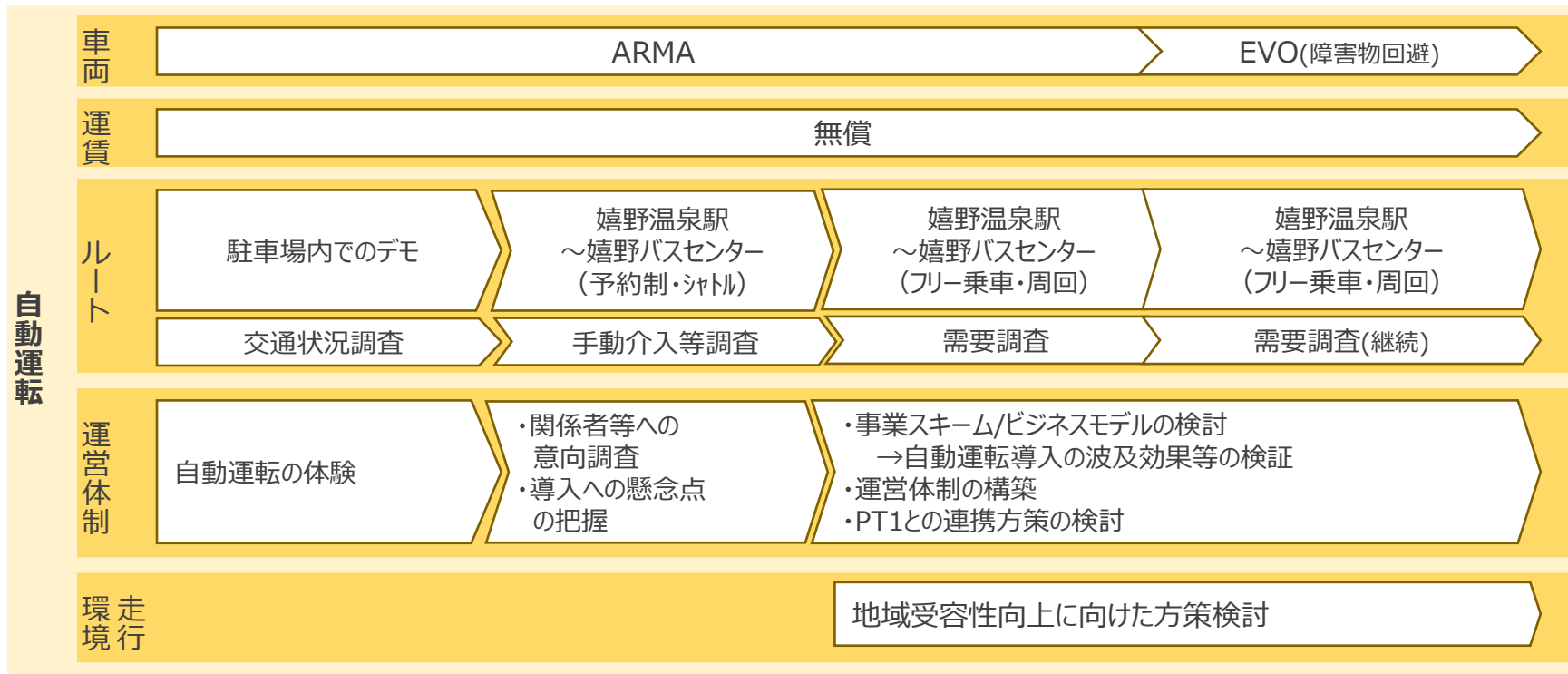
テーマ

試乗・体験会の実施
自動運転に関する意向把握
交通状況の把握

公道での実証実験の実施
社会実装に向けた
検討・議論

前年度の課題を踏まえた
実証実験の継続実施
運営体制構築・試行

前年度の課題を踏まえた実証
実験の継続実施
運営体制構築・試行
社会受容性向上



実証概要

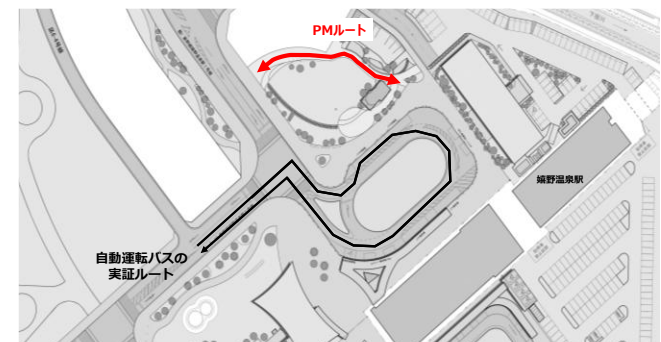
【実施者】

久留米工業大学, (株)福山コンサルタント等

【実証内容】

- ①嬉野温泉駅付近での試乗会を開催
- ②利用者アンケートにより使用感や社会実装時の利用需要について把握

- 社会実装を想定する「対話型AI自動運転パーソナルモビリティ」について、公道走行に際しての技術的課題や社会受容性、利用需要等を把握するため、嬉野温泉駅前の歩行空間を活用し、試乗会を開催。
- 試乗者にはアンケート調査を通じて、車両の使用感や支払意思額、利用意向等を把握し、次年度からの社会実装の必要性を検証
- なお、実証実験は当初は歩道(公道)を想定していたが、令和5年4月の道路交通法改正に伴い、当該車両が「遠隔操作型小型車」として再定義され、許認可手続きの関係で公道での実施を断念。



(パーソナルモビリティの実証実験エリア)

実証概要

【実証概要】

- 概要：嬉野温泉駅近隣の歩行空間にてパーソナルモビリティの試乗体験会を実施し、アンケートにより使用感や利用意向等を調査
- 期間：2023年10月2日～9日
- 特徴：先進技術による駅前周遊体験

【実証の目的】

- 公道走行に際しての技術課題の把握
- 社会実装時の利用需要把握



(2022年度 試乗会の様子)



(2023年度 実証実験の様子)

成果と課題

【成果】

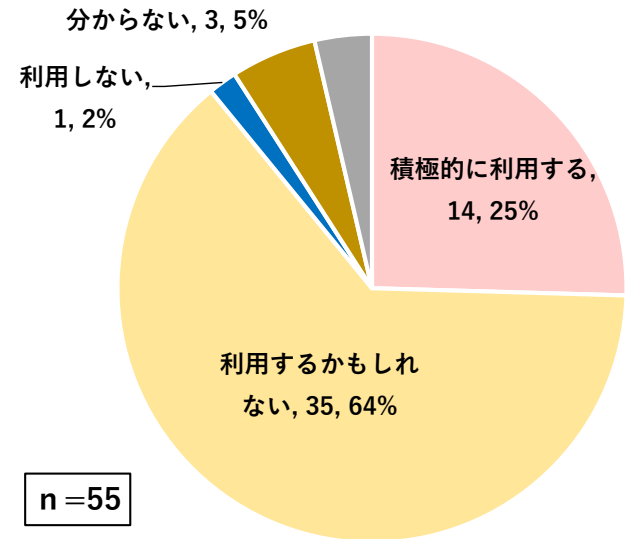
- 合計53名の方が試乗
- 試乗車の約9割に利用意向があり一定の層には需要が見込まれることを確認
- 外観や乗り心地は8割強、スピードは7割が良い印象を受け、機能性が高いことを確認

【見つかった課題】

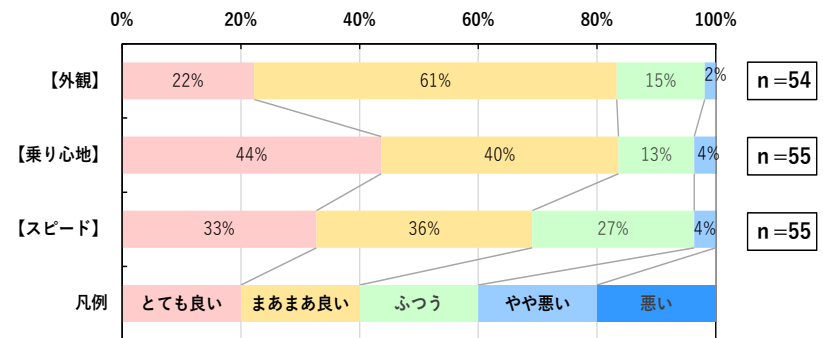
- 1.公道走行における安全性検証
- 2.搭載予定のAIリコメンド機能の構築・試行
- 3.利用需要と導入効果の再検証

【今後の対応方針】

- 1.上記課題を踏まえ、事業期間中の社会実装は困難と判断し、令和5年度をもって本事業は中止



(社会実装時の利用意向)



(車両の機能性に関する印象)

実証概要

【実施者】

(株)マクニカ, (株)福山コンサルタント等

【実証内容】

- ① 嬉野温泉駅～商店街を周遊するルートにて実証実験を実施
- ② 利用者アンケートにより付加価値サービスの効果や情報提供の有用性等について把握

- 利用需要把握のための効果的な運行形態（夜間運行、周遊ルート、無償運行、予約不要）
- 経済波及効果の拡大を狙った店舗と連携した付加価値サービスの提供（車内モニターでの広告動画、車内での試食サービスの提供、クーポン券の配布）
- 新たな観光体験による差別化を狙ったVtuberによるライブ配信（観光案内、クイズ大会、乗客とのフリートーク）
- VIP体験による満足度を高めるための旅館宿泊者限定の貸切運行サービスの実施
- 利便性を高めるためのリアルタイム情報提供

項目	概要
使用車両	NAVYA-EVO (2台) ※バッテリーやPCの性能が向上 ※障害物の回避が可能
実証期間	令和7年11月5日～23日 ※28日～30日は旅館貸切運行
運行時間	9時～17時 ※金・土は夜間運行あり
ルート	嬉野温泉駅～バスセンター～ 旅館街
乗降場所	7箇所（嬉野温泉駅／バスセンター／ その他5箇所）
運賃	無償運行
乗車方法	フリー乗降（予約不要）

（運行概要）



（運行ルートと乗降場所）

実証概要

【実証概要】

- 概要：嬉野温泉駅～商店街間で自動運転バスを試験運行し、現地調査や利用者アンケート、関係者ヒアリング等を実施
- 期間：2024年10月5日～28日，
2025年11月5日～23日
- 特徴：夜間時間帯を含む潜在需要の把握，観光情報と連携したリアルタイム運行情報提供，商店街と連携した付加価値サービスの提供，走行環境確保に向けた調査・取り組み等

【実証の目的】

- 経営面、技術面、社会受容性の観点から社会実装に向けた具体的な課題の把握



(実証実験(日中)の様子)



(実証実験(夜間)の様子)

成果と課題

【成果】

- 2024年度は732名、2025年度は1,224名の方が利用
- 輸送力(常時2台に運行)に適した利用需要を確認
- 運行情報+店舗・観光情報の積極提供の重要性を確認
- 店舗と連携したサービスにより経済波及効果が高まることを立証
- 車両と道路の双方に早期解決が困難な課題が残る事を確認

【見つかった課題】

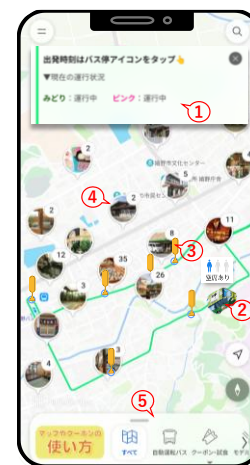
1. 気候風土や車両性能を踏まえると、実装に向けては手動前提での体制構築(ドライバーや代替車両)が必要
2. 安定運行を阻害する路上駐車や乱横断等の抑制に向けた地域の理解醸成とルール作りが必要

【今後の対応方針】

1. 車両や道路環境の課題感、および課題解決のための経済的負担の大きさ等を踏まえ、社会実装は時期尚早と判断
2. 有用性が確認されたリアルタイム情報提供や、店舗との連携による付加価値サービス等は、自動運転バスの社会実装とは切り離して社会実装に向けて継続検討



(商店街で利用可能なクーポン券)



- ① 運休・遅延情報を確認できます。
- ② 車両の位置と満空情報をリアルタイムで確認できます。
- ③ 次便以降の出発時刻を確認できます。
- ④ 周辺の店舗や旅館等の情報も確認できます。
- ⑤ 目的に応じて情報の絞り込みができます。

(デジタルマップによる情報提供)

- **自動運転による嬉野市への誘客効果を確認**
 - 多数の観光客が自動運転への乗車を目的に来訪
 - 自動運転が観光コンテンツとして有効に機能
- **自動運転バスの利用需要と必要台数を確認**
 - 休日を中心に需要が高く、常時2台での対応が必要
 - 社会実装後の利用意向や期待度が大きい
- **店舗との連携サービス提供による経済波及効果を立証**
 - 商店街の店舗と連携して自動運転バスを活用した付加価値サービスを提供（クーポン、試食、車内広告等）
 - 上記サービスをきっかけとした回遊・来店・消費行動を確認
- **レベル4運行に向けた課題を明確化**
 - 天候等に左右されない安定運行に向けた車両性能改善
 - 自動運転を阻害する路上駐車や乱横断等の削減