

## 令和7年度 第2回嬉野市未来技術地域実装協議会

### 議事録

#### 1. 開催概要

日時：2026年3月13日（金）13:30～15:30

場所：嬉野市役所 嬉野庁舎 3-1 会議室

#### 2. 議事

- (1) PT1：嬉野の魅力为全国・全世界に発信する環境づくり事業について
- (2) PT2：来訪者の移動を支えるモビリティサービスについて
- (3) 次年度以降の取組について



協議会の様子

#### 3. 意見・質疑等

- (1) PT1 について

##### 株式会社まちづくり嬉野

- ・ 花火大会については、周知だけでなく 協賛やマネタイズの仕組みづくりにも挑戦したいと考えている。「人を増やすこと」と「収益化」は一見つながっているように見えて、必ずしも連動しない部分もある。特に、東京・大阪に住む嬉野出身者や佐賀出身者が、地元で協力したいと思ったとき、デジタルで支援できる仕組みがあるとよい。今年は駅前に有料席を設ける予定で、協賛者向けの“協賛票”をデジタルで印字できる仕組みを使いたいと考えている。スポンサーにとっては“自慢できる形”にもなるし、有料席との相性も良い。高単価のスポンサーを獲得する際は、スポンサー内容を可視化して見せることが周知にもつながり、「地域でこういう取り組みをしている」というデジタルデータとしても活用できるようになる。支援側としても、お金を出した証拠となる“形”が求められるため、こうした仕組みを今年実験したい。
- ・ Tableau から Excel に移してデータ分析している点については、高校生や大学生に任せるとも良いと思っている。個人で私的なデータを集めることは難しいため、Excel 上で AI を使ってデータ集計するだけで成立する業務なら、事業としても十分成り立つ可能性がある。今回 Excel 化したことは、とても良い選択だったと感じている。
- ・ インスタのフォロワーを増やすため、駅前でさまざまな施策を試しているが、LINE とインスタのフォロワー層は相反する部分があると感じている。駅前のイベントは、ローカルの“インフルエンサー”をつかまえるために行っている。インスタでは、パブリック色の強い投稿は好まれにくい傾向があり、特に女性層では顕著。逆に、福岡・長崎周辺で2～3万人のフォロワーを持つイベント主催者や露店のオーナーを呼ぶと、そこから嬉野アカウントをフォローしてもらえることが多い。今回の取り組みを通じて、LINE とインスタではアプローチが大きく異なること、インスタはローカルのマイクロインフルエンサー×イベント型の施策が最も相性が良い、ということがよく分かった。嬉野の場合、福岡・長崎のインフルエンサー市場が飽和している背景もあり、マイクロインフルエンサーを“受け入れる場所”として魅力があるため、フォロワー増施策として非常に効果的だと感じている。

##### 事務局（協力企業）

- ・ 花火大会のスポンサー企画については実施を企画したものの、今年度は準備が間に合わなかった。来年度、商工

会青年部と協働する際には、高付加価値のスポンサー施策として実施できるなら、ぜひ取り組みたいと考えている。具体的には、現在デジタルモールで駅前に複数の看板を設置しており、これらは手動で表示内容を切り替えられるようになっている。この仕組みを広告ゾーンとして活用可能であるため、スポンサー向けの露出枠として提供することも視野に入れている。

- ・ データ活用の取り組みでは若い世代の担い手育成を重視しており、今年度は高校生のアルバイトスタッフが参加する形でスタートしている。個人情報の扱いには十分な配慮が必要だが、官公庁の事業としては、福井県の観光協会がデータ活用に積極的に取り組んでおり、参考にできる事例も多い。これらを研究しながら、地域の若者と一緒にデータを活用する体制を強化していきたいと考えている。また、地域の皆さんがこのデータを使って、自ら仕掛けをつくっていけるような環境が整うと、より良い循環が生まれると感じている。

### 嬉野温泉観光協会

- ・ LINE 登録者数がここまで増えているとは知らなかったが、広告施策の効果が非常に高かったと感じており、今後もぜひ継続してほしい。また、九州トップクラスのフォロワー数という点も、地域にとって大きな資産になってきている。
- ・ 旅館関係者からは、特に、閑散期の集客対策、週末と平日の客数差の解消、真夏の暑い時期の誘客策について強い要望が寄せられている。こうした課題に対し、企画も含めて具体的な施策を検討する必要がある。
- ・ この 5 年間で蓄積されてきたデータは、非常に価値のあるものになってきており、今後の活用が期待される。教育の面でも、先日実施した嬉野未来づくり事業では、事業者向けセッションに 居酒屋店主やスナック経営者など、さまざまな業種の方が参加してくれた。インバウンド比率や観光消費額、観光がなぜ重要かといった“そもそも論”をデータと一緒に説明したところ、「そういうことだったのか」という納得の反応が多く見られた。
- ・ 今日の会議のように、どんなデータがあるのか、人の流れがどうなっているのかを事業者に共有することで、自社ビジネスに活かすヒントが得られるような“学びの場”を定期的で開催したい。そのためにも、データ収集と棚卸しと PDCA サイクルの構築といった取り組みには、知恵と予算を集中して取り組むべきだと改めて感じている。
- ・ 元気通信は内向きの情報が多い傾向があるため、キャンペーンの時期には外向きの情報を積極的に発信するなど、広報を戦略的に行う必要がある。協会内で広報戦略会議を設け、発信の方向性を整理していきたい。
- ・ 協会では、佐賀市内の短大と業務提携やインターンシップ協定を結んでおり、WEB 集客に興味のある学生を募る仕組みができつつある。実際に参加希望者も出てきている。3 月には約 15 名の学生インターンを各旅館が受け入れており、将来的に「観光マーケティングの仕事をしたい」と考える学生も増えてきている。こうした若い人材を巻き込みながら、地域一体で取り組んでいきたい。

### 事務局（協力企業）

- ・ 地元の方の生の課題や声を、データを使って解決していくことが次のタイミングかと思っている。蓄積データが増えてきた今こそ、ワークショップなどを通じて、課題解決を地域主導で進める事業展開を狙える段階に入ってきた。行政がつくってきた基盤や取り組みを、民間側・地域側に引き継いでいくことで、「地元が自ら運営する」という本来の目標に近づいていけると感じている。

### 国土交通省九州地方整備局道路部

- ・ LINE 登録者数が大きく増えたことに驚いており、SNS プロモーションの効果を実感している。今後は観光施設の入込客数の変化を把握し、どのタイミングで増えているのかを分析することで、より効果的な発信につなげたい。

- ・ 嬉野商店の商品は、ふるさと納税には寄付額の上限があるため、同じ商品を通常の通販で買いたい人がいる可能性がある。そのため、EC サイトの商品ラインがふるさと納税返礼品と重複しているかどうかを確認したい。

#### 事務局（協力企業）

- ・ ふるさと納税は担当部署が異なるため連携が難しく、一昨年に協働を打診したものの実現には至っていない。ただし、多くの方がふるさと納税を起点に商品を購入している現状があるため、今後うまく連動できれば良いと感じている。
- ・ 入込客数については、デジタルインフラを通じて得られたデータが実際の来訪につながっているかを、この事業ではスタンプラリーで確認できている。資料 P8 に記載の「サマー／ウィンター」は「夏祭り」「あったか祭り」前後の 2～3 週間を指しており、商品を変えなくても安定して参加者を確保できている。リピーターが増えている点については、LINE 施策の成果が大きいと感じている。
- ・ 宿泊者の“生データ”を直接提供してもらうことは難しいが、今回のように分析結果が出てきているため、今後は旅館業組合などと連携し、データそのものではなく「傾向」をもとに議論できると良いと考えている。

#### 事務局（協力企業）

- ・ 当初の KPI では観光客数を 169 万人（スタート時点）と設定し、事業期間の 5 年間でコロナ前の数値に戻す想定だった。しかし実際には、2024 年度実績：244 万人、2025 年度目標：199 万人と、毎年 20～30 万人ずつ増加と非常に良い流れとなっている。観光情報サイトの利用者数も、当初：月 1.6 万件 → 現在：月 2.6 万件と、月あたり 1 万件増えている。
- ・ 18～29 歳の定住意識も KPI として設定しており、当初：62% → 昨年度：69%と、約 7 ポイントの上昇が見られる。「地元に残りたい」という若者が確実に増えており、良い結果が出ている。すべてが未来技術による成果とは断言できないものの、良い流れが生まれていることは確かで、この勢いを活かしてさらに好循環を作っていきたい。

## （2）PT2 について

### 嬉野温泉観光協会

- ・ P30 の旅館貸切運行のところは、どんな目的だったのか？

#### 事務局（協力企業）

- ・ マリオットは駅前に位置しており、商店街から距離があるため、午前～午後の“商店街への移動”を主目的として運行を実施した（夕方～夜は元々自主運行を実施）。運行したところ需要はあり、マリオット以外の旅館でも比較的高い利用率が確認できた。一方、商店街側にある旅館では、周遊ルート自体への「乗ってみたい」という好奇心が主な利用動機だったと考えられる。利用者数については、本来 4～5 名のグループで楽しく乗ってほしいと想定していたが、実際には 1～2 名での利用が中心だった点が課題。このギャップは次回への反省点として改善したい。

#### 佐賀県交通政策課

- ・ 自動運転については、観光客の誘客を目的としており、ほとんどの便が満車で運行できた点は非常に良い成果だと感じている。今後さらに利用が増えていけば、嬉野全体にとって大きなプラスになる。一方で、既存の公共交通は満車ではなく、自動運転の利用増加が公共交通の利用減につながることは避けなければならない。どちらかに流れるのではなく、双方がウィンウィンになる仕組みづくりが重要だと思う。例えば、商店街にクーポンを配布する際、片道だけ

でも公共交通を利用してもらう仕組みなど、共存できる工夫があればより良いと感じている。

#### **事務局（協力企業）**

- ・ 自動運転に限った取り組みではなかったと思う。公共交通の取り組みとしては自動運転でなくても出来る取り組みと思うので、ぜひ連携して展開していきたいと考えている。

#### **国土交通省九州運輸局自動車技術案全部**

- ・ P32 の自動運転の技術的な部分について、ドライバーの操作ミスに起因するシステムエラーとは、具体的にはどのような内容だったのか。

#### **事務局（協力企業）**

- ・ 自動から手動に切り替える際に、ハンドルのステアリングで、やってはいけない操作をしてエラーが生じた。ドライバーが認識していればそのエラーはなかった。EVO2という車両の方は慣れていたが、EVO3の方は最新車両であったため、操作感に多少違いがあって不慣れな部分が出てしまった。

#### **国土交通省九州運輸局自動車技術案全部**

- ・ 路上駐車自動回避が19%と示されているが、対向車両や人通りの多いところでは回避できなかったのか。運行エリアで人がよく歩いている箇所など回避率が高くないエリアがあったと思うが、細かく整理されているか。

#### **事務局（協力企業）**

- ・ 路上駐車“止め方”によって回避できるかどうかが大きく変わる。車がしっかり寄せて駐車されていれば避けられるが、道路にはみ出して停められている場合は回避が難しい。自動運転の設定として、何メートルまで避けられるかを事前に上限値として設定している。上限を超える回避が必要な場合は「回避不可」と判断される仕組みになっている。中央線のある道路では中央線までを限界として設定するが、今回は中央線のない道路だったため、ある程度の幅を許容していたものの、それを超える路上駐車には対応できなかった。また交通量が多い場所では、対向車を検知すると“安全のため回避しない”判断になるため、人通りや車の多いエリアでは特に回避が難しくなる傾向がある。

#### **国土交通省九州地方整備局道路部**

- ・ 路上駐車車がしっかり路肩に寄せて停まっている場合は、自動運転車はセンターラインを越えない範囲で回避できていた。しかし、寄せていない車の場合は、避けようとするセンターラインを越えてしまうため、自動運転車がその場で停止してしまったということか。手動で切り替えないといけない設定にしていたのか。今後、自動運転で実走行する際には、このようなケースは多く発生するため、中央線を越えずに回避できる状況なら、一旦停止し、障害物がなくなったら自動で再開してもよいのではないかと感じた。

#### **事務局（協力企業）**

- ・ 障害物を感知すると音が鳴る。そこでドライバーの経験も含め、このまま進行すると止まる判断であれば手動に切り替えるという対応になっていた。発展途上の技術でもあるので、実際には走行できたかもしれないが、ドライバー側の安全判断で手動介入していた実態もあると思う。

### **(3) 次年度以降の取組について**

#### **嬉野温泉観光協会**

- ・ 想定先の運営者は観光協会が多い。諸事情で人員が2人減る予定なので、人材・運用面については密に打合せをさせてもらいたい。外部の有識者とも連携しながら自立できていると思っている。

#### **議長（嬉野市長）**

- ・ DMOもあるので連携させていただければと思う。

#### **佐賀県政策部**

- ・ 新たなモビリティの検討について、具体的にイメージされているものがあれば教えてほしい。

#### **事務局（嬉野市新幹線・まちづくり課）**

- ・ 事務局側で様々なモビリティの視察を行った。まだ決定はしていないが、グリーンスローモビリティや脱炭素を目指したEVバスを考えている。新市長の公約にあったご当地バスの導入も含めて検討していきたい。

#### **久留米工業大学**

- ・ 自動運転の社会実証は時期尚早ではあるものの、令和8年度以降は自動運転以外の新たなモビリティ導入の検討と合わせて、まちづくりに合った車両性能を考慮しつつ、自動運転バスについても継続的に検討してもらえるとありがたい。自動運転の目的は、安価な移動手段の確保と公共交通事業者が運行困難な“交通空白地帯”の課題解決にあるため、これらをセットで考える必要がある。また、自動運転ならではの強みとして、夜間・早朝でもドライバーなしで運行できるという特性がある。夜間の物流支援なども含め、メリット・デメリットを整理しながら検討を進めてほしい。雨天対応は難しいとの話もあったが、以前は「雨天対応可能」と聞いており、設定次第で柔軟に対応できるのではないかと感じている。近年はロボットバスを含めさまざまな自動運転車両が登場しており、技術も日進月歩で進化しているため、技術的課題は今後さらに解決されていくはず。残るのはマネタイズの部分で、安価な移動手段、公共交通の補完、夜間・早朝の運行、観光以外（防災等）での活用などを組み合わせることで、自動運転の価値がさらに広がると考えている。必要であればこちらも協力したい。
- ・ 令和6年度のパーソナルモビリティ事業については、遠隔操作型小型車（歩道走行可能）の開発が時間的に合わず、協働できなかった点を申し訳なく思っている。こちらでも遠隔操作型小型車の開発を進めており、“自動運転でモビリティハブまで移動→そこから小型車でラストワンマイル”という新しい移動の形も視野に入ってきている。今後も自動運転の取り組みの火を絶やさず継続してもらえれば、こちらとしても協力したい。

#### **議長（嬉野市長）**

- ・ 次年度以降の取組について諮りたい。承認いただける方は挙手を。

#### **各委員**

- ・ （挙手）

#### **議長（嬉野市長）**

- ・ 次年度以降の取組については挙手多数で承認された。

#### **(4) その他（挨拶）**

##### **事務局（嬉野市新幹線・まちづくり課）**

- ・ 嬉野市未来技術地域実装協議会は令和3年度より内閣府の未来技術社会実装事業に採択され、今年度で5年目、これまで14回の会議を開催した。PT1・PT2の2つの柱を持って取り組みながら地域課題の解決に向けた事業、検討、協議を始め、実証実験、事業化に向けた施策の検討など多くの議論と検証をしてきました。本事業については今年度をもって内閣府の支援期間が満了することもあり、次年度以降は観光情報を中心としたPT1事業に絞って、地元関係者との協議へとシフトしていくこととなります。本協議会の一定の役割は果たせたということで、本日付で終了したいと考えています。委員の皆様には、多大なるご支援を賜りましたことをこの場を借りてお礼を申し上げます。ありがとうございました。

以上