

「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6年度 第2回 嬉野市未来技術地域実装協議会

令和6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について

事業進捗報告、今後のスケジュール

令和6年12月17日



- 本事業のタイトルと概要

「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”

VR/AR技術、5G技術やAIをはじめとした未来技術の活用による
嬉野市の発展・市民の元気と継続的な成長の実践



- 内閣府事業「未来技術実装事業」に選定
- R3に計画を策定、R4～R7にかけて嬉野市事業として推進

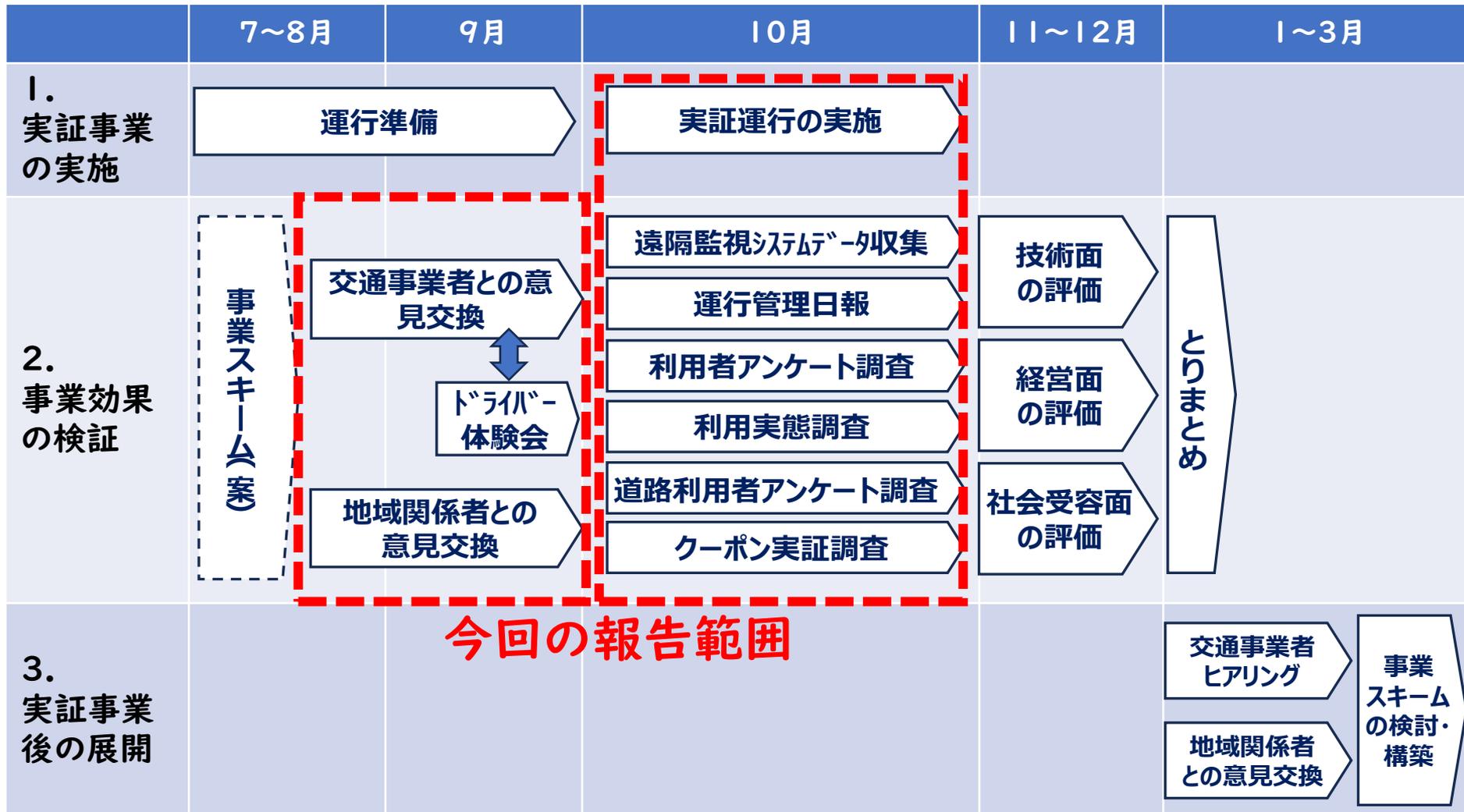
嬉野にとっては、新幹線駅・道の駅エリア開業に合わせた追い風の事業として取り組んでいきたい

目次

0. 事業の進捗状況と今回の報告事項	4
1. 関係者会議の開催	6
(1) 意見交換会の概要	
(2) 地域関係者との意見交換	
(3) 交通事業者との意見交換	
2. 体験試乗会の開催	12
(1) 体験試乗会の目的	
(2) 体験試乗会の概要	
(3) 体験試乗会の実績	
(4) 体験試乗会の結果	
3. 今後のスケジュール	38

0. 事業の進捗状況と今回の報告事項

第2回協議会では、今回の実証実験を通じて判った事について報告します。
 なお、第3回協議会では、社会実装に向けて多面的に評価を行った上で、交通事業者や地域関係者のご意見も踏まえながら、課題と対応策について提示する予定です。



1. 関係者会議の開催

- (1) 意見交換の概要
- (2) 地域関係者との意見交換
- (3) 交通事業者との意見交換

次年度以降の社会実装に向けて、地域で有効に活用していく意識づくりと、具体的な活用アイデアを抽出するため、地域関係者や交通事業者との意見交換会を実施しました。また、交通事業者の方々には、ドライバー目線で操縦方法等を間近で見学して頂きました。

	地域関係者	交通事業者
目的	<ul style="list-style-type: none">● 嬉野市が描く将来ビジョンやこれまでの取組・効果などを改めて共有し、当事者意識を高めるきっかけづくり。● 自動運転バスを活用して、個々の店舗・旅館が抱える問題が解決できないかを考えるきっかけづくり。	<ul style="list-style-type: none">● 操縦方法を間近で見学してもらい、自動運転バスへの興味・関心を持ってもらう。● 自動運転バスの特徴（データ収集・情報発信等）を知ってもらい、自動運転バスの活用により各社が抱える課題（収益化・人手不足等）を解決できないかを考えるきっかけづくり。
内容	<ul style="list-style-type: none">● 嬉野市が描く将来ビジョン● これまでの取組による嬉野市の変化● 嬉野市が描くビジネスモデル● 自動運転車両の活用方策	<ul style="list-style-type: none">● 嬉野市が描く将来ビジョン● ドライバー見学会● 社会実装時の運行委託の可能性・課題
対象 (実施日)	<ul style="list-style-type: none">● 商店街組合(8月9日(金))● 料飲店組合(8月19日(月))● 旅館組合(10月8日(火))	<ul style="list-style-type: none">● JR九州バス(8月19日(月))● 西肥バス(8月19日(月))● 祐徳バス(8月27日(火))● 再耕庵タクシー(8月23日(金))● 温泉タクシー(8月23日(金))
その他		<ul style="list-style-type: none">● ドライバー見学会(10月2日(水))

自動運転技術を活用した嬉野市の将来像イメージ

嬉野市が描く自動運転。それは、単なる移動手段ではなく、新たな付加価値を持った地域のブランド力を高める「**観光コンテンツ**」であり、ブランド力を地域で共に創りだしていく「**未来共創シンボル**」



取り組みイメージ①

店舗前に停留所を置いて集客・収益アップ!

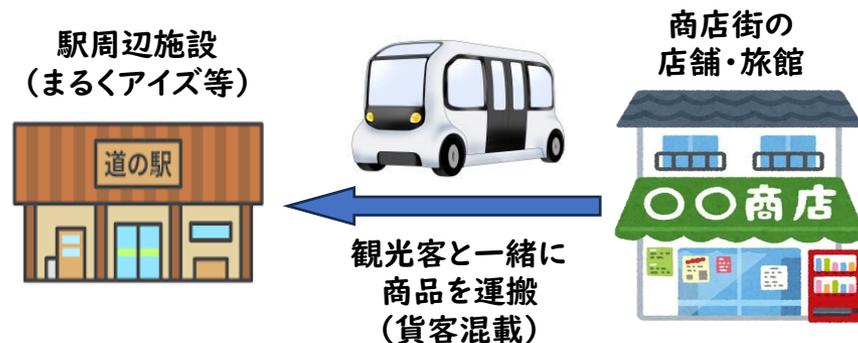
- ・店舗の軒先に停留所をおいて立ち寄りやすい環境に
- ・オプションとして車内モニター広告で、店舗PR
- ・店舗は停留所設置や車内広告の代わりに出資



取り組みイメージ②

商品を嬉野温泉駅まで運んで販路拡大!

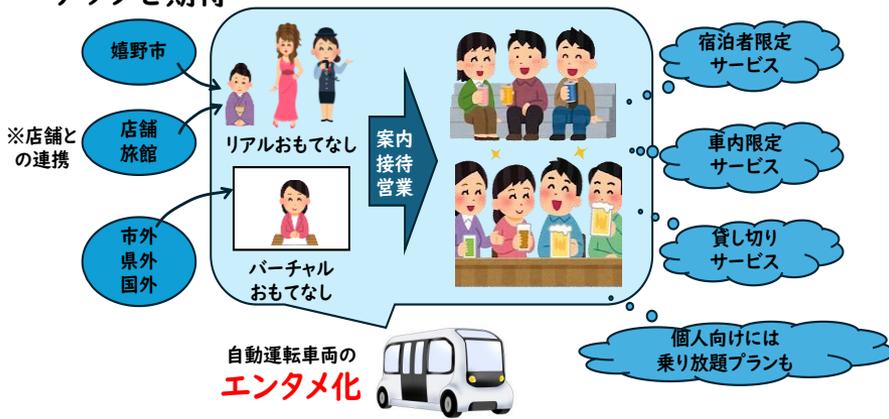
- ✓ 商品を店舗の目の前から「まるくアイズ」等に運んで観光客との接点を増やす
- ✓ 大きな労力をかけずに販路拡大、売上・収益アップが期待
- ✓ 店舗(または組合)は運搬費用を負担



取り組みイメージ③

宿泊者限定のオプションでVIP体験!

- ✓ 自動運転+高付加価値サービスで嬉野独自のVIP体験
- ✓ 新たなオプションコンテンツ投入で、宿泊を喚起し、客単価アップを期待



取り組みイメージ④

商店街のランジットモール化

- ✓ 低速走行の自動運転と歩行者だけの安全・安心な空間へ
- ✓ 歩行者が増加し街の賑わいや回遊が高まり、店舗への立ち寄りや消費が促進される



「車内モニター広告」に対して前向きな意見が多く、効果的な見せ方等のアイデアも。その他、積極的なPR活動や他のモビリティとの連携が必要との意見も。

⇒「車内モニター広告」は今回の実証にて実施し、アンケート調査で来客効果を検証。

団体・企業	活用方策に関する主な意見
商店街組合	<ul style="list-style-type: none">● 旅館の送迎バスとしての活用需要はあるのではないか。店舗や商品画像等の車内モニター広告は一定の需要があるのではないか。● 時間帯に応じて広告内容を変えるとより効果的（昼はランチメニュー、夜は居酒屋のメニューなど）
料飲店組合	<ul style="list-style-type: none">● 広告需要は結構あると思うので、本格導入には一定の広告収入は見込めるのではないか。● 広告内容として、店舗名、主要商品、店舗外観の他、店主や従業員の顔写真もあつた方が良いのではないか。
旅館組合	<ul style="list-style-type: none">● 温泉以外の観光要素として期待するが、より積極的なPRが必要ではないか。● 他のモビリティとの組み合わせ・使い分けを行った方が良いのではないか。



▲地域関係者との意見交換会の様子

リスクの小さい委託業務であれば運行可能との見解が多い一方で、手動操作への慣れや運行業務以外の負担を不安視する声、手動操作の実体験を求める声も。ドライバー不足は共通の問題で、自動運転バスのドライバーは新規雇用が現実的との意見が多数。ドライバーOB活用や共同運行というアイデアも。

⇒経営リスクの軽減だけでなく、業務の明確化やドライバー確保も大きな課題

項目	主な意見
運行・車両管理	<ul style="list-style-type: none">● 委託業務としてであれば運行可能だが、運行以外の業務の有無や条件による(車両の点検・整備や充電設備の設置・管理等)● 車両管理等についてはマニュアル化が必要。海外製であるため部品交換等に迅速に対応可能かが懸念。● 緊急時等の迅速な対応は嬉野市内に事務所がある事業者が行いやすい。● ターゲット(観光客)を踏まえると観光協会での運営が望ましい。
運転操作	<ul style="list-style-type: none">● 手動介入も多く、特に高齢ドライバーの操縦対応に懸念● 操縦可否を判断するには実際に操縦する機会が必要。● 発進・停車時のガタつきに対し、立席乗車の際の安全性に懸念
人材確保	<ul style="list-style-type: none">● 慢性的なドライバー不足であるため、既存のドライバーを割くことは難しく、新規雇用が前提となる。● 自動運転の継続性が担保されていなければ、一般のバス・タクシーへの転用も見据えた雇用となる(雇用条件が厳しくなる)ため時間を要する可能性あり。● 一般ドライバーを雇用する場合、接客や事故発生時等の対応への懸念が大きいため、バス乗務員OB等のプロ活用も考えられる● 業界全体の新規採用不足等を踏まえると複数社での共同運行も考えられる。



▲ドライバー見学会の様子

2. 体験試乗会の開催

- (1) 体験試乗会の目的
- (2) 試乗体験会の概要
- (3) 試乗体験会の実績
- (4) 体験試乗会の結果
- (5) 体験試乗会の成果と課題

参考: 令和4年度第3回地域実装協議会資料

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

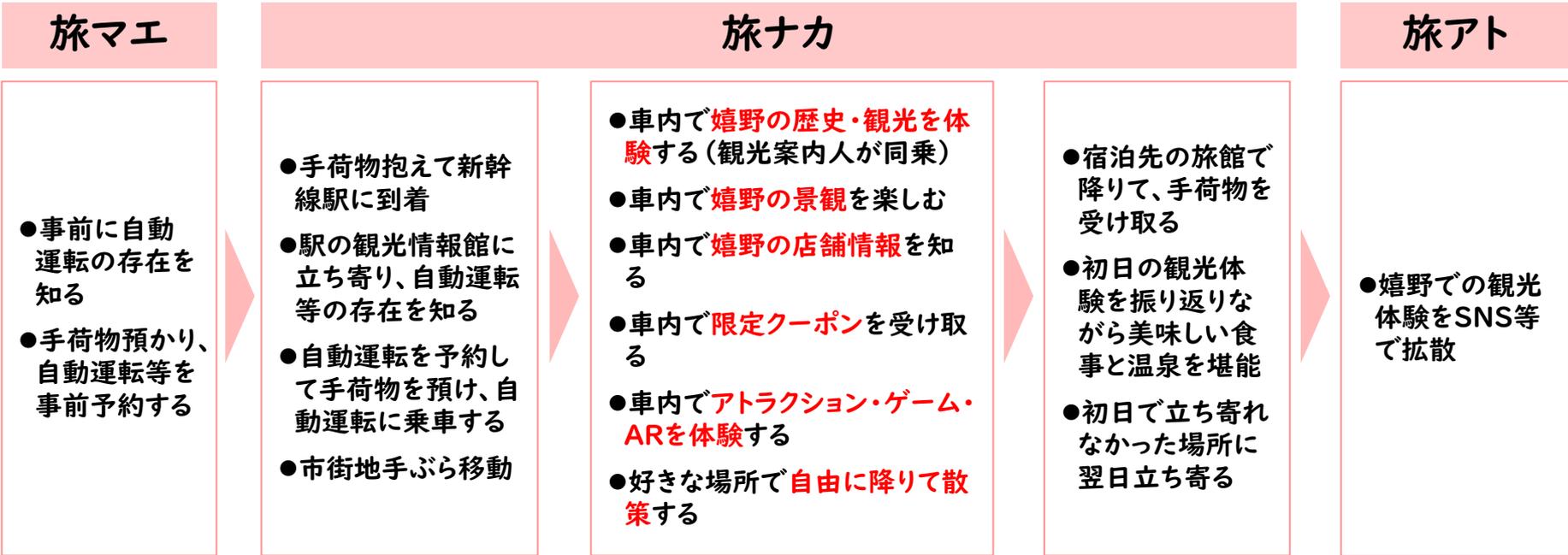
回遊性が高まれば、嬉野市を十分に堪能していただだけ、満足度もぐんと上がります。
回遊性が高まれば、賑わいが生まれ、活気あふれる観光空間になります。
お客様の消費も促され、中心市街地の活性化にも繋がります。

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。

自動運転を活用したおもてなしイメージ

参考: 令和4年度第3回地域実装協議会資料



観光スポット・店舗等

【運行ルート】

- 旅館送迎の需要把握や中心市街地の回遊需要を把握するため、「川沿いルート」を含む周遊ルートを選定。
- 運行の安全性や円滑性を考慮し、極力右折を避けた反時計回りで運行。

【バス停位置】

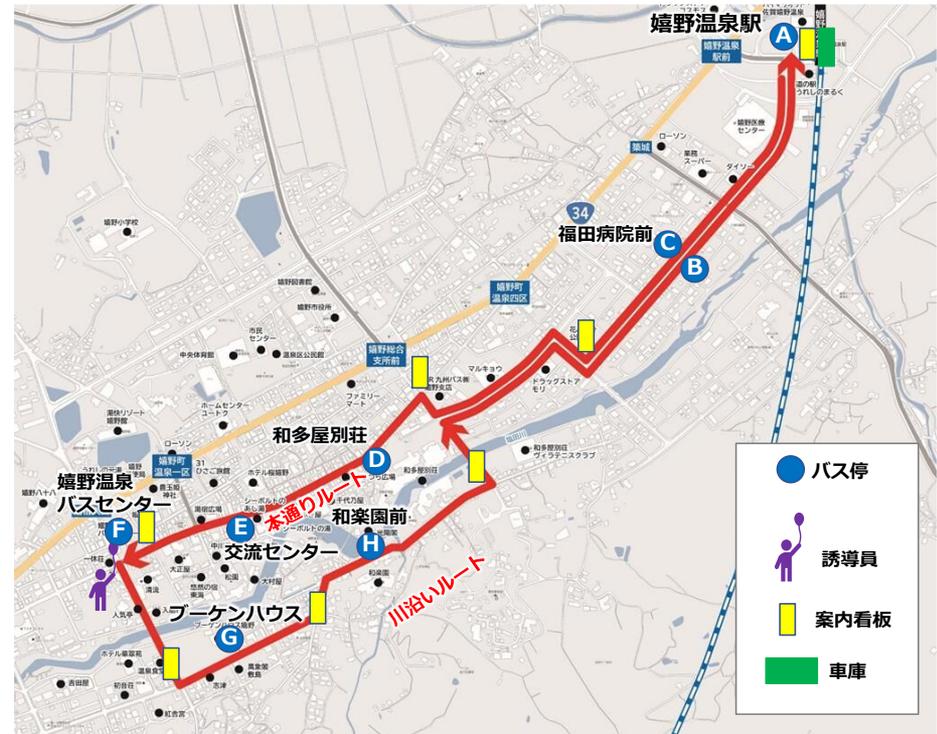
- 交通結節点である嬉野温泉駅と嬉野温泉バスセンターを基本に、道路上や民間施設内に設置した場合の効果や課題を把握するため、運行ルート上にある観光施設や旅館の中から概ね等間隔になるように設定。

【運行時期・時間帯】

- 当面のターゲットである観光客の利用需要・意向を確認すべく、多くの来訪者が見込まれる国スポ期間で実施。
- 商店街から駅までの夜間需要把握のため、週末の夜間時間帯に運行。

▼ 実証事業の概要

項目	R6年度実証実験
自動運転レベル	レベル2 (ドライバー同乗)
使用車両	NAVYA ARMA
試乗期間	令和6年10月5日～28日 ※運休日4日間を除く計20日間
時間帯	9時～17時の8時間 ※金・土は夜間も運行
ルート	嬉野温泉駅～商店街 (回遊)
停留所	道路端及び民間施設内に設置
運賃	無償運行
試乗方法	フリー乗降 (予約不要)



▼ 走行ルートとバス停

▼運行スケジュール

月	火	水	木	金	土	日
10月	1	2	3	4	5	6
	運行期間					
7	8	9	10	11	12	13
運行期間						
				夜間運行		
14	15	16	17	18	19	20
運行期間						
		連休	連休	夜間運行		
21	22	23	24	25	26	27
運行期間						
		連休	連休	夜間運行		
28	29	30	31			
運行期間						

▼運行ダイヤ

停留所	日中						夜間(金・土のみ)	
	第1便	第2便	第3便	第4便	第5便	第6便	第7便	第8便
嬉野温泉駅	9:40	10:55	12:45	13:45	15:45	16:45	19:25	21:00
福田病院前(バスセンター方面)	9:45	11:00	12:50	13:50	15:50	16:50	19:30	21:05
和多屋別荘前	9:57	11:12	13:02	14:02	16:02	17:02	19:42	21:17
嬉野交流センター	10:03	11:18	13:08	14:08	16:08	17:08	19:48	21:23
嬉野温泉バスセンター	10:10	11:25	13:15	14:15	16:15	17:15	19:55	21:30
萬象閣敷島前	10:16	11:31	13:21	14:21	16:21	17:21	20:01	21:36
和樂園前	10:22	11:37	13:27	14:27	16:27	17:27	20:07	21:42
福田病院前(駅方面)	10:30	11:45	13:35	14:35	16:35	17:35	20:15	21:50
嬉野温泉駅【到着】	10:34	11:49	13:39	14:39	16:39	17:39	20:19	21:54

【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2周年記念イベント（9/21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2周年記念イベントでのPR活動

未来の乗り物を一足先に体験してみませんか？
レベル2の自動運転で走行！

自動運転車両の実証実験

開催のご案内
10月5日～28日まで ※16・17・23・24日は運休

無料予約不要！

LINEでスムーズに乗車！
※車両到着時、その場で手続きもOK！

乗車された方 限定！
「嬉野の逸品」引換券プレゼント！
※指定の場所で1回のお会計につき、500円（税込）以上購入の方に限りです。

概要

- 日時** 令和6年10月5日（土）～28日（月）
※10月16（水）・17（木）・23（水）・24（木）日は、運休いたします。
- 時刻表** ●運行ダイヤの詳細は裏面をご覧ください。
●全曜日、土曜日は夜間運行を行います。（10月5日（土）夜間を除く）
- 運賃** ●運賃は無料です。

乗降方法

- 停留所から乗車ください。
※停留所にはポスト（左図）を設置しています。停留所の詳細は裏面をご確認ください。
- 乗車時の予約は不要です。
- 車両到着時または右上の嬉野温泉観光案内所公式LINEより乗車手続きを行います。
- 交通状況により遅れが生じる場合がございます。時間に余裕を持っての乗車をお願いします。
- 満席の場合、乗車をお断りすることがございます。（定員：8名）
- 停留所ポスト

LINEを使用した乗車方法

- ①下のQRから登録完了後 ②こちらのバーナーをタップ！
画面に従って乗車手続きをお願いします



乗車された方 限定

「嬉野の逸品」引換券プレゼント

- 車内で引換券をお渡し致します。※1回の乗車につき1枚のお渡し
- ※利用期限は令和6年10月28日（月）
- 「嬉野交流センター」または「まるくアイズ（嬉野温泉駅前）」で1回のお会計につき、500円（税込）以上お買い上げの方に限り引換券1枚と交換。
- 商品は以下の3品です。
- ※商品により数に限りがございます。ご了承ください。

- 嬉野温泉美肌セット
・うれしの茶湯煎石鹸
・うれしの温泉入浴剤
- ゆつらくん身だしなみセット
・竹のはぶらし2本
・竹のへあぶらし1本
- うれしのスイーツ詰め合わせ
・うれしの商店街4店舗の人気スイーツ4種

【問合せ先】嬉野市役所 新幹線・まちづくり課 Tel.0954-27-7020

主催 嬉野市未来技術地域実装協議会 協力 株式会社マクニカ | 株式会社ケーシーエス 株式会社福山コンサルタント | 日本工務株式会社

▲広報用チラシ

悪天候や一時的な車両トラブルにより運休も発生しましたが、予定していた132便のうち113便(約86%)を運行し、延べ732人にご利用いただきました。特に、休日の昼間や夜間は概ね満席での運行となりました。

項目	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)



体験試乗会とともに、技術面（安全性）や、経営面（収益性や波及効果）、社会受容面の3つの視点で評価を行うべく以下の調査を実施しました。以降は各種調査が得られた事項を報告します。

検証項目		検証する内容	検証手法
技術面	走行の安全性	<ul style="list-style-type: none">➢ 車両のフラツキ、急制動等、システム面の危険挙動は無いかな？➢ 歩行者や路駐車両、停止線逸脱車両等による手動介入、見通しの悪さによる一時停止が必要な箇所・区間が無いかな？➢ 車両利用者が危険や不安を感じる箇所・区間は無いかな？	遠隔監視システム 運行管理日報
	バス停の安全性	<ul style="list-style-type: none">➢ 設定したバス停位置に止まれるかな？➢ バス停進入、退出速度は適正かな？	
経営面	利用者需要	<ul style="list-style-type: none">➢ 平日・休日の昼間帯に、どれくらい利用者があるかな？また、区間別の利用者は？➢ 夜間帯の利用需要は？利用区間は？	利用者実態調査
	利用者特性	<ul style="list-style-type: none">➢ どんな人がどんな目的に利用するかな？（旅館送迎車両として機能するか？人を呼び込む車両として機能するか？）➢ 自動運転車両の利用意向は？料金の支払い意思は？	自動運転利用者 アンケート調査
	収益性	<ul style="list-style-type: none">➢ 利用者需要と利用者特性（本格導入時の利用意向/料金支払い意思）を基にした平日・休日の収益性は？夜間帯の収益性は？	道路利用者 アンケート調査
	人材確保	<ul style="list-style-type: none">➢ 自動運転車両を運転する人材が地域にいるかな？運転するにあたっての問題点や課題は何か？	
	地域やまちづくりへの効果	<ul style="list-style-type: none">➢ 自動運転車の利用者に一寸した仕掛け（LINEクーポン等）を施すことで、商店街や飲食店への立寄り・消費が増えるなど、地域やまちづくりに貢献するかな？	ドライバー体験会
社会受容面	自動運転の受容性	<ul style="list-style-type: none">➢ 自動運転への試乗に伴い、自動運転への利用意向、安心感が高まるかな？➢ 自動運転非利用者となる歩行者や自動車利用者も、自動運転への受入れ意思があるかな？地域実装に伴う行動変容の可能性は？	クーポン実証調査

今回の報告内容

①遠隔監視システムや運行管理日報から判った事

【運行・運営に関する課題】

- 遅延・運休に至った自動運転システムのエラー事象について、その要因と課題点について把握。
- 情報提供不足等により利用者に混乱を招く場面もあり、乗降管理や事業運営の側面での課題点も把握。

分類		主な課題点
自動運転システム	雨天	<ul style="list-style-type: none">● 雨雲等によるGPS誤差拡大● 雨粒の付着等によるLiDARの誤検知・エラー
	ステアリングエラー	<ul style="list-style-type: none">● 安全に自動運転走行が可能なステアリング位置との乖離によるエラー（路上駐車を回避した手動でのバス停停車時など）
	内部PCエラー	<ul style="list-style-type: none">● PCのBIOSバッテリーの老朽化● エンジニア不在による復旧対応の遅れ
管理・運営	遅延・運休情報提供	<ul style="list-style-type: none">● LINEによるPULL型での情報提供は行ったが、リアルタイム発信ができず、一部利用者の混乱を招いた
	乗降管理	<ul style="list-style-type: none">● 空席数をリアルタイムで確認できず、満席時にバス停で待っている場面あり● 先に並んでいた方が一時的にバス停を離れたために乗車できない場面あり
	LINE連携	<ul style="list-style-type: none">● 乗降管理にLINEを活用したが“お友達登録”に時間を要し、遅延の要因となる場面あり

①遠隔監視システムや運行管理日報から判った事

【自動運転率】

- 嬉野温泉駅～和多屋別荘では、国スポ関連送迎バスの駐車車両や人通りが多い駅周辺を除き、自動運転率は高い傾向。
- 路上駐車や人通りも多い本通り商店街では、自動運転率が70%以下に低下する区間も散見。
- 川沿いの区間は、幅員が狭く対向車両の影響で自動運転率の低下が想定されていた和楽園付近含め、自動運転率は高い傾向。

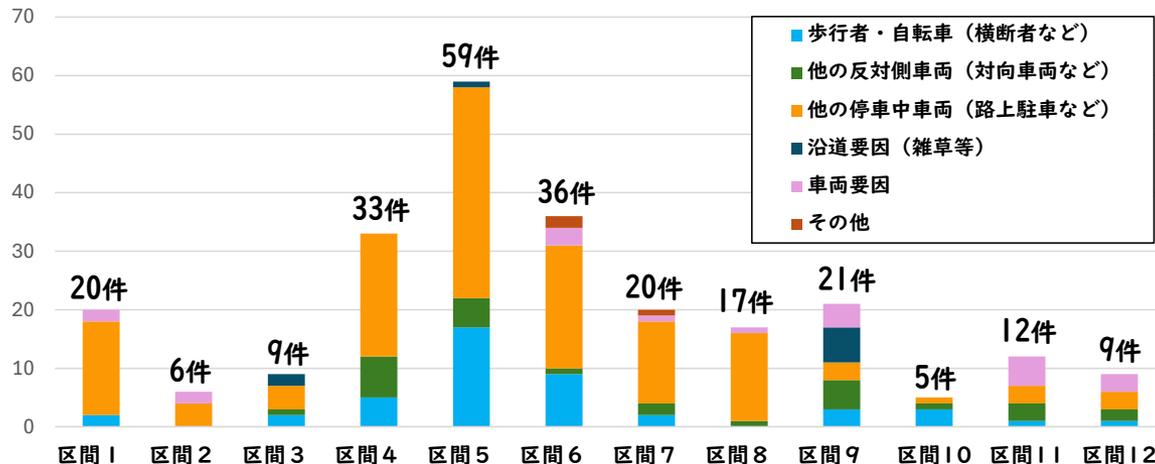
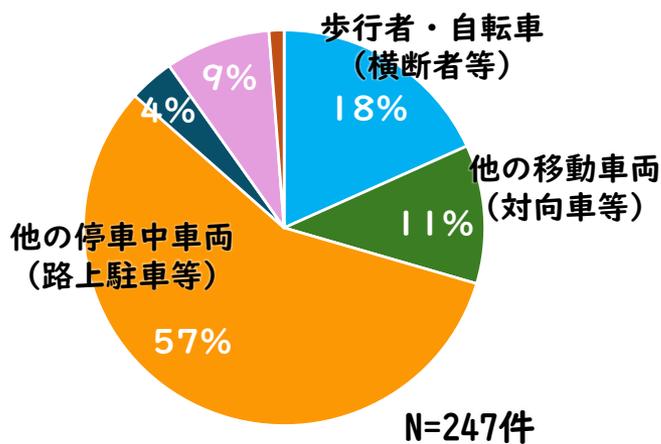


▲自動運転率(昼間運行の102便を対象)

①遠隔監視システムや運行管理日報から判った事

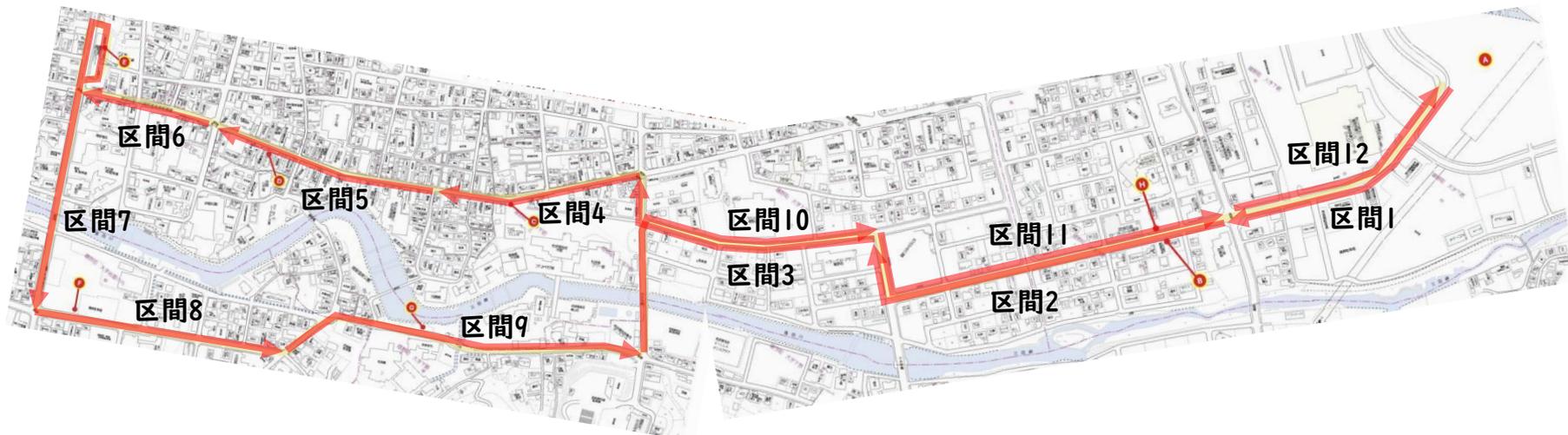
【手動介入要因】

- ルート全体の主な手動介入要因は、路上駐車(約6割)、歩行者・自転車(約2割)、対向車両(約1割)。車両に起因する手動介入も1割弱発生。
- 自動運転率が低い「本通り商店街(区間4~6)」では、路上駐車や対向車両、歩行者・自転車が主な要因。



▲要因別手動介入件数(全区間)

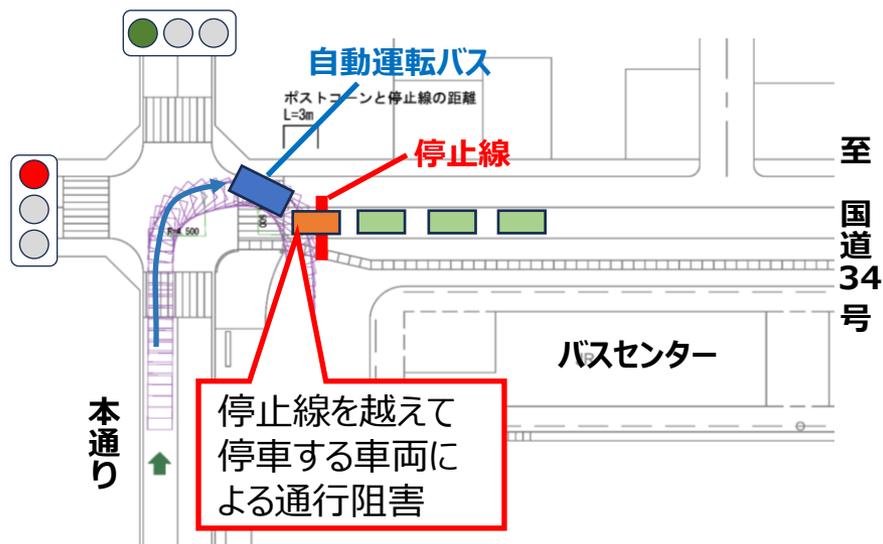
▲要因別手動介入件数(区間別)



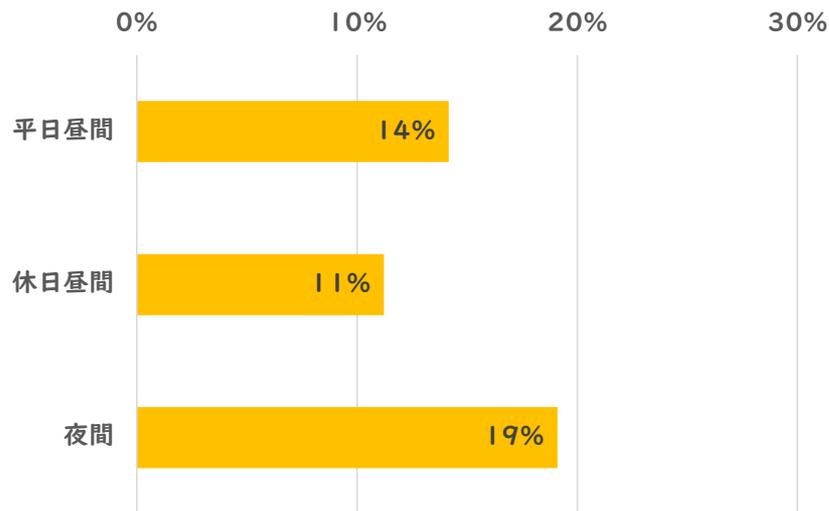
①遠隔監視システムや運行管理日報から判った事

【バスセンター前交差点の停車車両による通行障害】

- バスセンター前交差点において、国道34号方面からの車両のうち、**昼間は1割強、夜間は2割が停止線を越えて停車しており、自動運転の障害要因となる可能性が高い事**を確認。



▲バスセンター前での通行障害イメージ



▲停止線を越えて停車する車両の割合

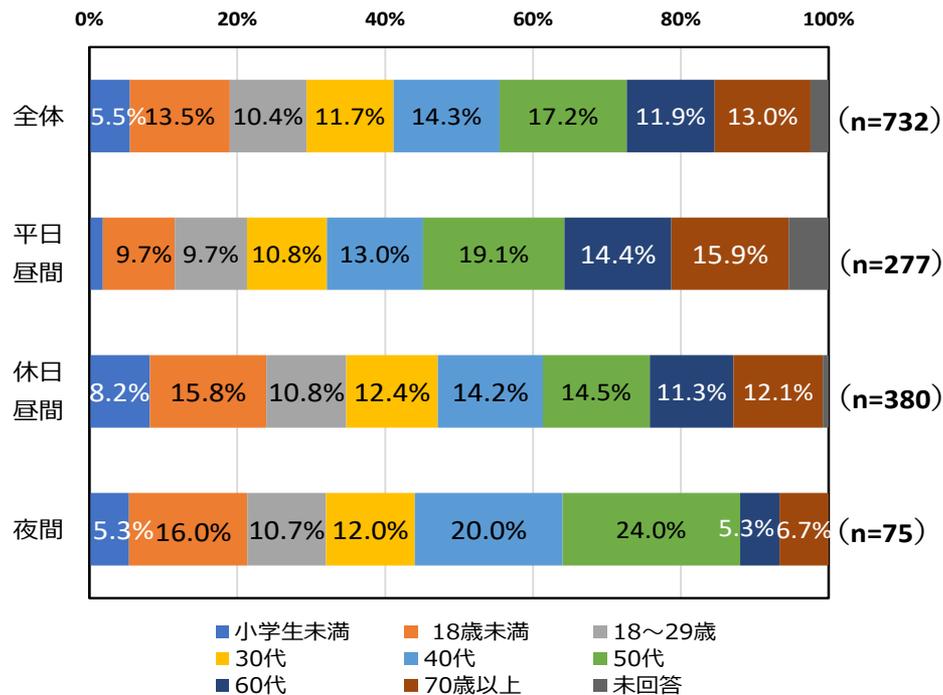
②利用者実態調査から判った事【利用者属性】

【年齢層】

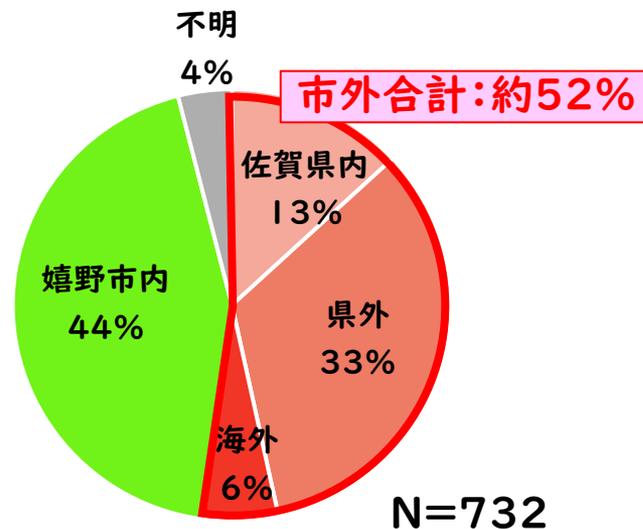
- 家族連れでの利用も多く、小学生未満～高齢者まで幅広い年代の方々が利用
- 夜間便は高齢者の利用は少なく、40代～50代の利用が多い傾向
⇒多様な世代から興味・関心が向けられている事を確認

【居住地】

- 市外利用者が半数以上(約52%)、国スポ開催の影響もあり県外利用が多数(約33%)
⇒当面のターゲットである観光客層にもしっかり利用頂けている事を確認



▲利用者の年代

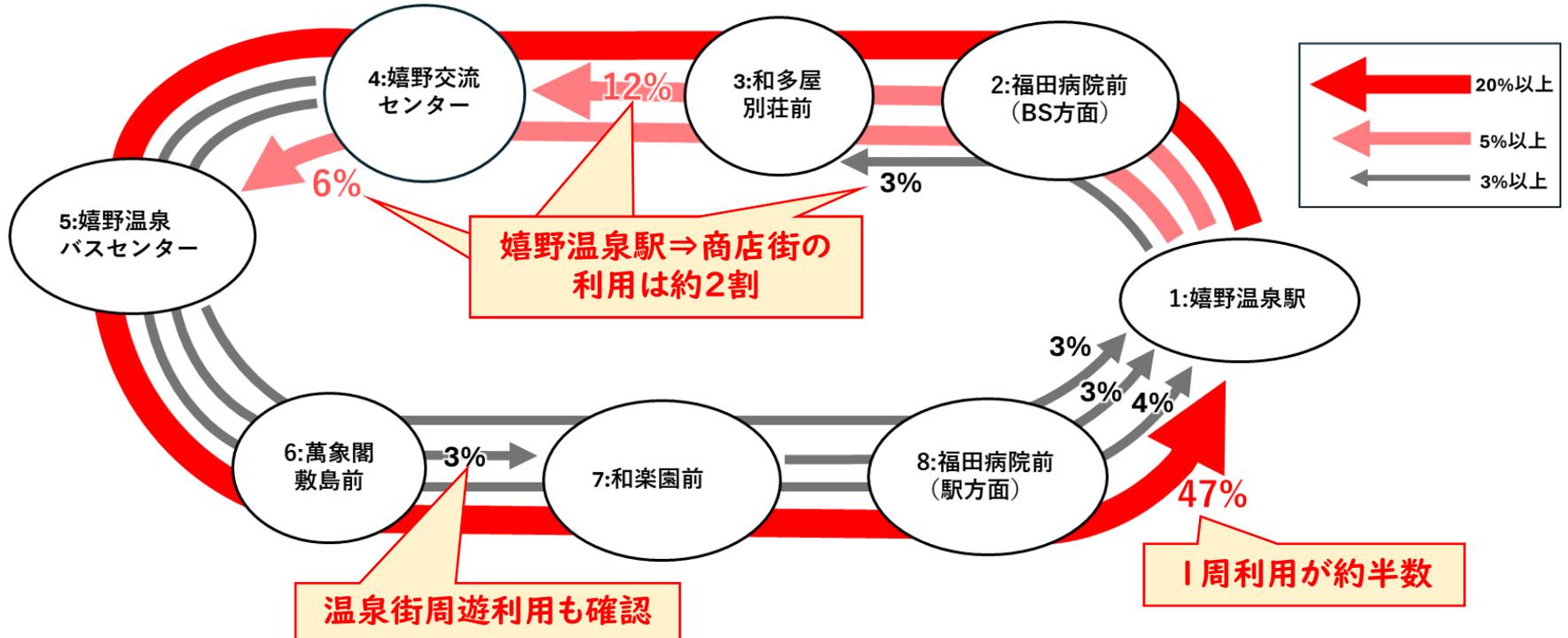


▲利用者の居住地内訳

②利用者実態調査から判った事【利用区間】

【利用区間】

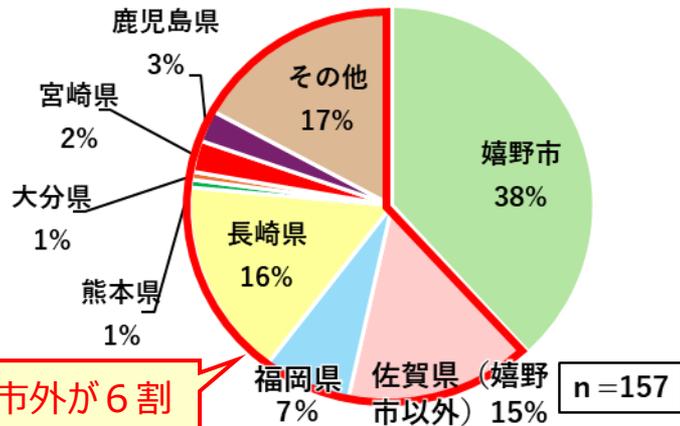
- ①嬉野温泉駅で乗降する“1周利用”が約半数で最多 ⇒乗車体験を目的とした利用
- ④嬉野交流センター⇒⑦和楽園前という“温泉街周遊利用”も確認 ⇒乗車体験を目的とした利用
- ①嬉野温泉駅⇒商店街(③和多屋別荘前、④嬉野交流センター、⑤バスセンター)の利用は約2割 ⇒移動を目的とした利用



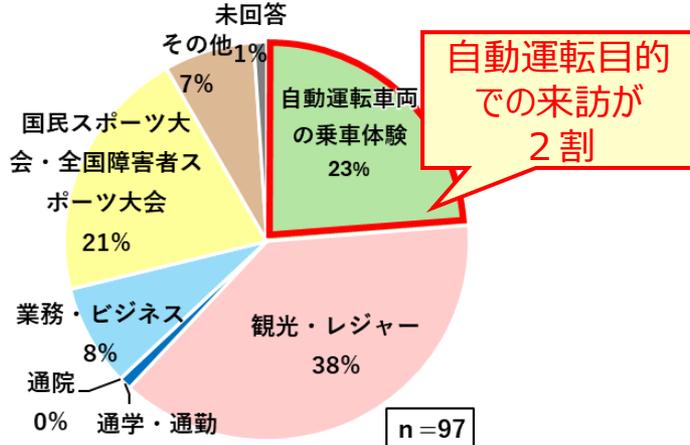
▲利用区間の内訳

③ 自動運転利用者アンケート調査から判った事 【利用者傾向】

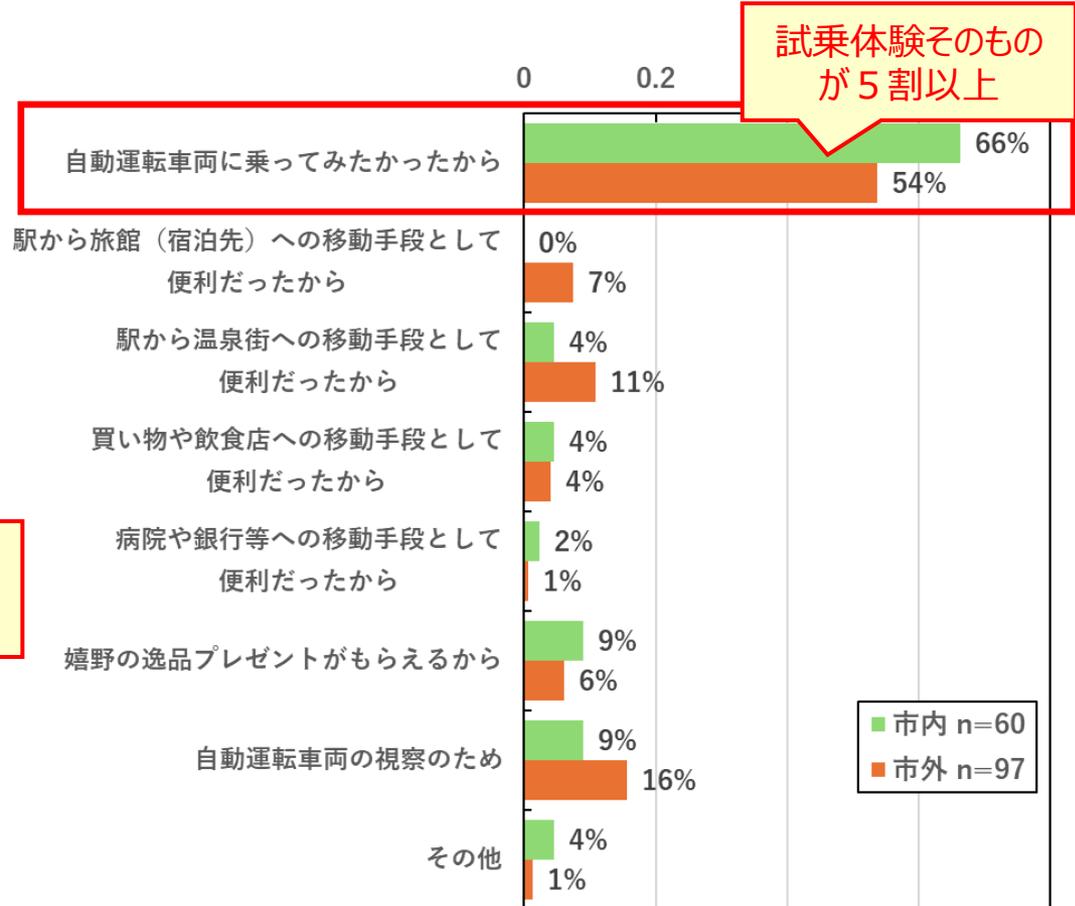
- 嬉野市外の利用者が6割
- 観光・レジャーが4割。自動運転が目的の来訪も2割
- 自動運転の乗車理由は、市内外ともに「乗ってみたかったから」が5割以上
→ 自動運転バスの運行は、話題性、一定の誘客促進に効果有り



▲ 自動運転利用者の居住地



▲ 嬉野市への来訪目的 (市外居住者)

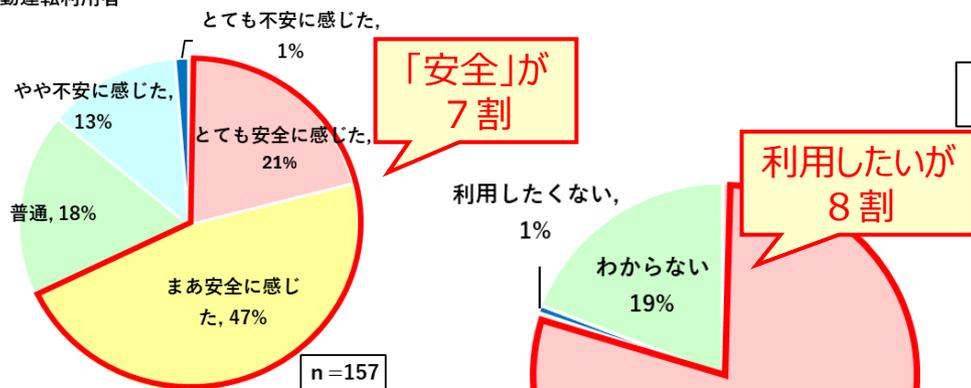


▲ 乗車理由

③ 自動運転利用者アンケート調査から判った事【利用者の評価】

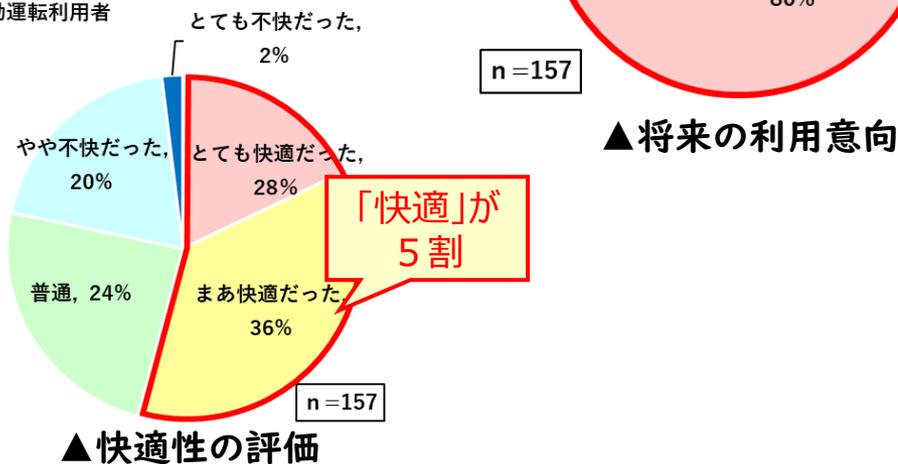
- 利用者の7割が「安全」、5割が「快適」と概ね高評価で、約8割が将来「利用したい」と回答。主な改善要望としては、「急停車」や「座り心地」、「座席配置(後ろ向き乗車)」など。
- 運賃別の利用意向は、300円の場合、市内7割、市外8割、500円の場合、市内2割、市外3割。市外居住者の方が支払い意向は高い傾向。
→利用者の評価は高く、将来の利用意向も高い。ただし、運賃500円以上で利用意向は大幅に低下。

自動運転利用者



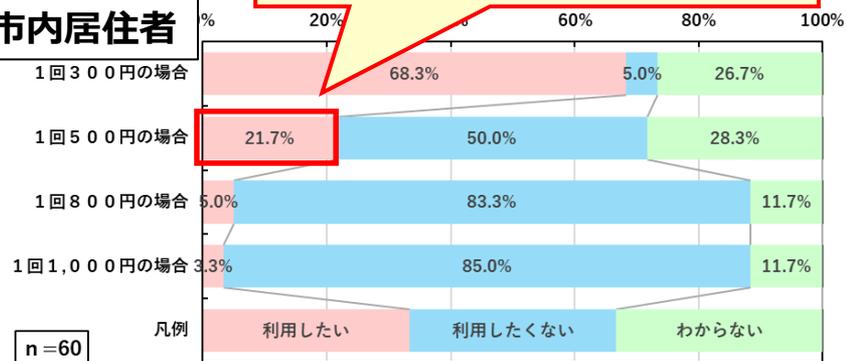
▲ 安全性の評価

自動運転利用者

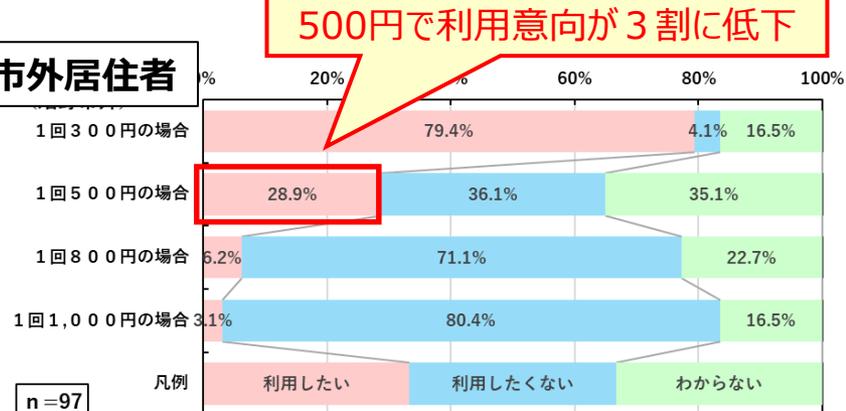


▲ 快適性の評価

市内居住者



市外居住者



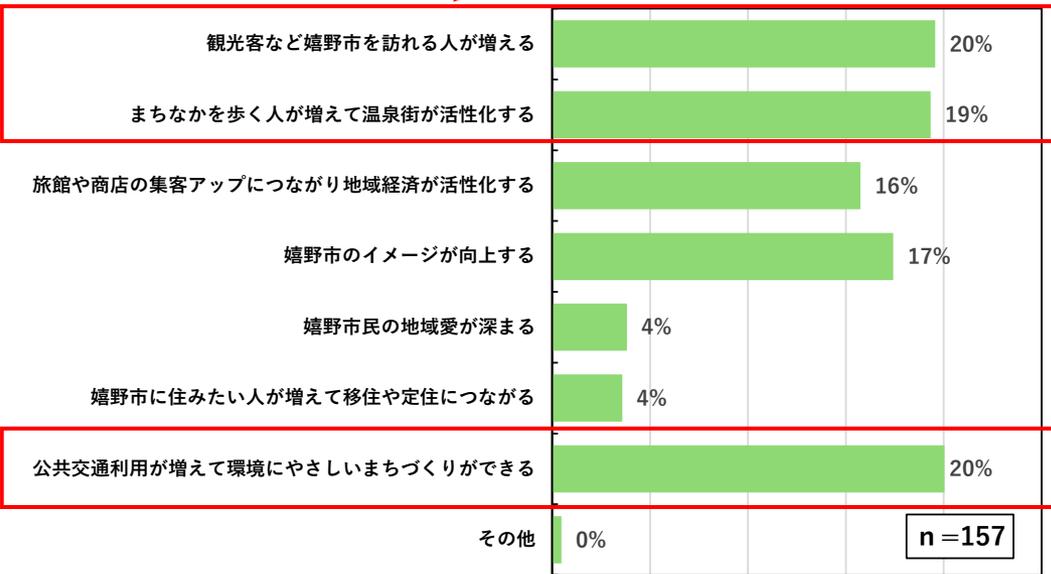
▲ 運賃別の利用意向

③自動運転利用者アンケート調査から判った事【まちづくりへの波及効果】

- 自動運転により期待される効果は、公共交通利用の促進、観光客等の増加、まちなかを歩く人の増加
- 実際、自家用車からの転換が5割あり、公共交通利用が促進
- 自動運転があることでまちなかを移動した人も2割あり、温泉街の来街者増加にも寄与
→自動運転バスを導入することで、まちなかの活性化、車からの公共交通への転換にも一定の効果あり

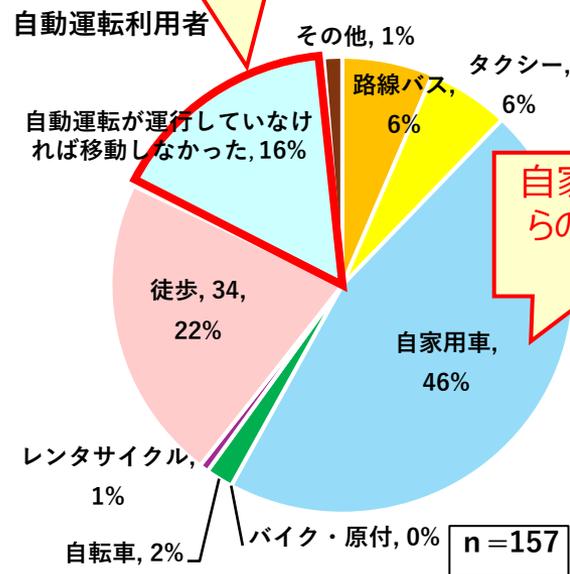
公共交通利用の増加、観光客増加、まちなかを歩く人の増加、が期待

※複数回答



▲期待されるまちづくり効果

自動運転があることでまちなかを移動した人が2割

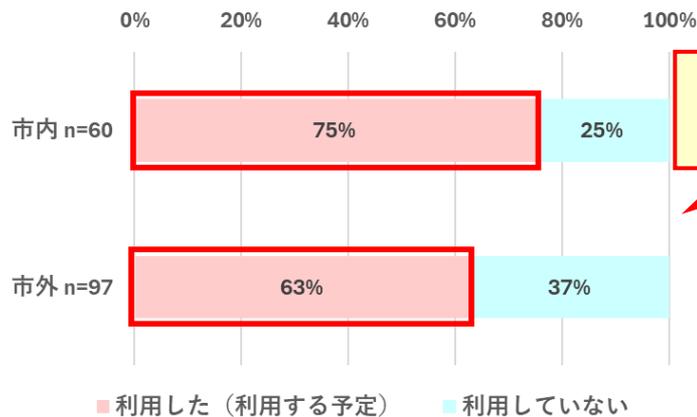


自家用車からの転換が5割

▲自動運転バスがなかった場合の移動手段

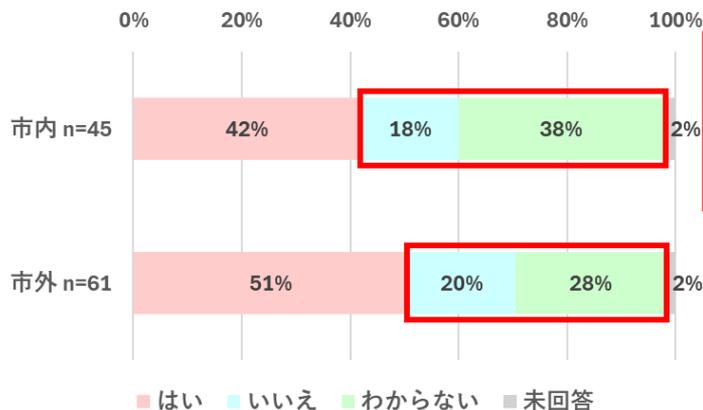
③自動運転利用者アンケート調査から判った事【店舗連携】

- クーポン利用は市内7割、市外6割で、その半数以上はクーポンがなかったら店舗を利用していない可能性あり
- 利用者の6割が車内モニターを確認し、その内の1割（利用者の6%）がモニター広告を見て店舗を訪問
→クーポンによる誘客効果、車内モニターによるまちなか回遊効果を確認



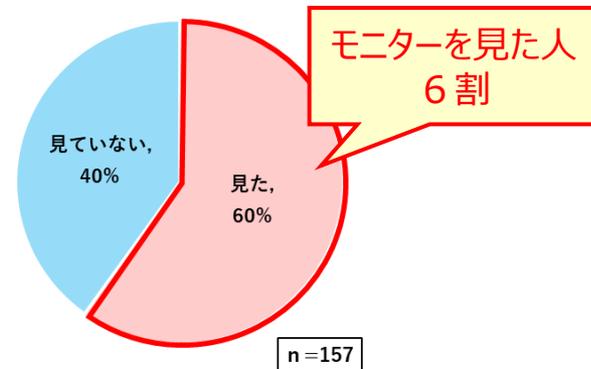
クーポン利用した人は6～7割

▲クーポンの利用有無



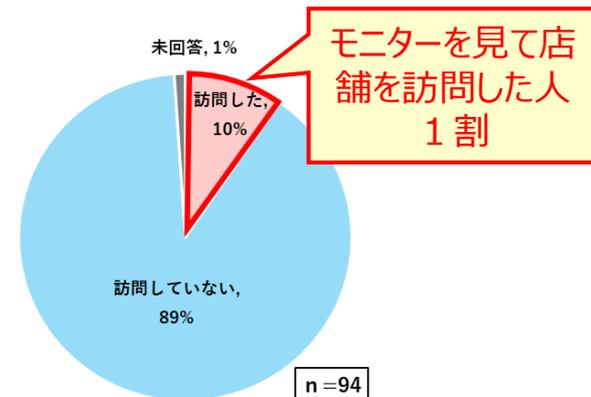
クーポンがあることで店舗を利用した人が市内6割、市外5割

▲クーポンがなくても店舗利用したか



モニターを見た人は6割

▲車内モニターの確認有無



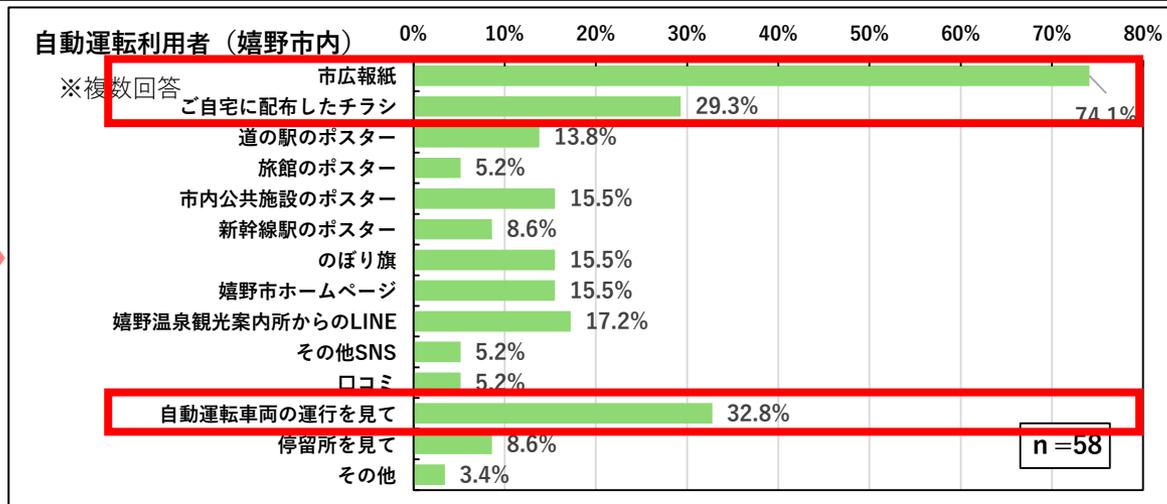
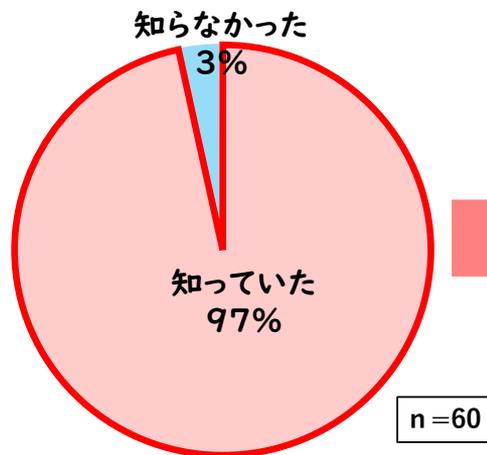
モニターを見て店舗を訪問した人は1割

▲広告店の訪問有無

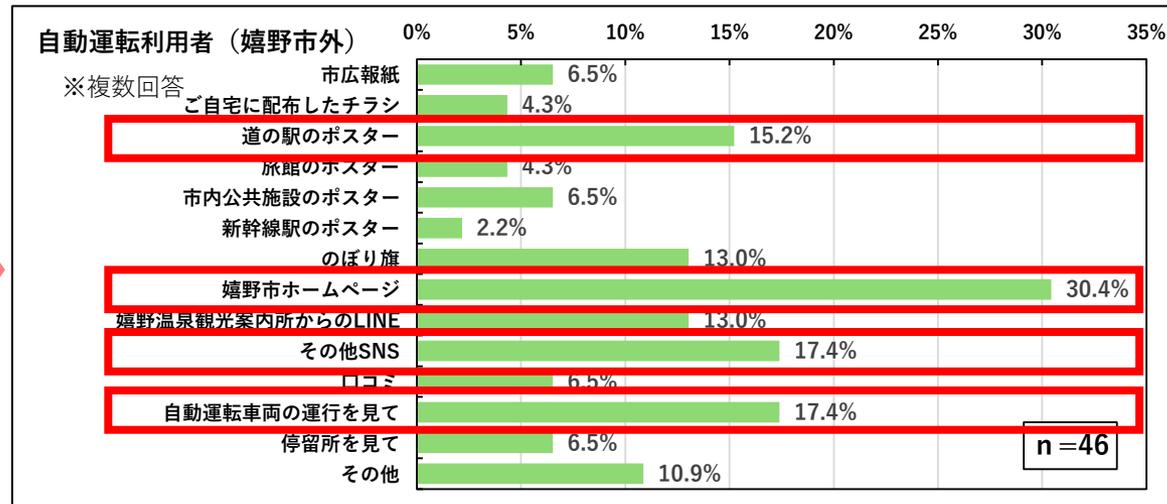
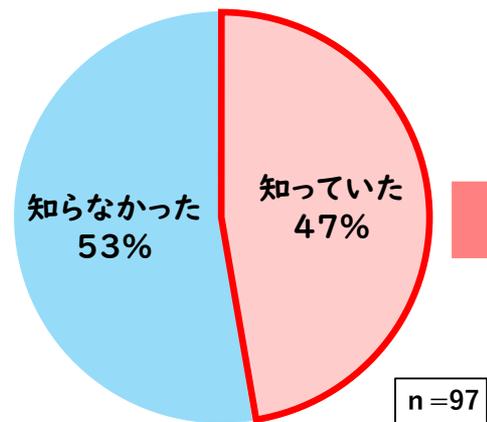
③ 自動運転利用者アンケート調査から判った事【広報効果】

- 市内の方は、主に広報誌(74%)やチラシ(29%)でほぼ全員が体験試乗会を事前に認識。
- 市外の方は、主に嬉野市HP(30%)の他、道の駅ポスター(15%)、SNS(17%)を通じて約半数が事前に認識
→車利用が多い事もあり「道の駅ポスター」が市外の認知向上に寄与。市外への情報発信の重要性を再認識。

市内居住者



市外居住者

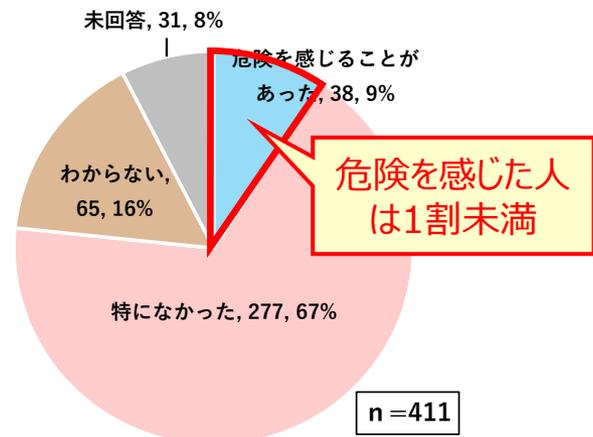


▲ 実証実験の認知状況

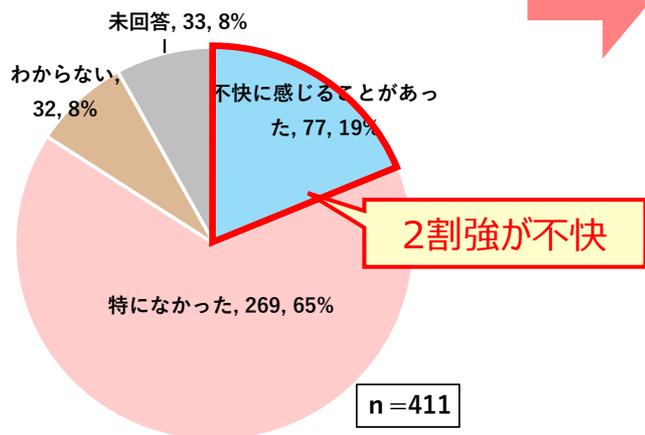
▲ 実証実験の認知媒体

④ 道路利用者（自動運転非利用者）アンケート調査から判った事【危険・不快意識】

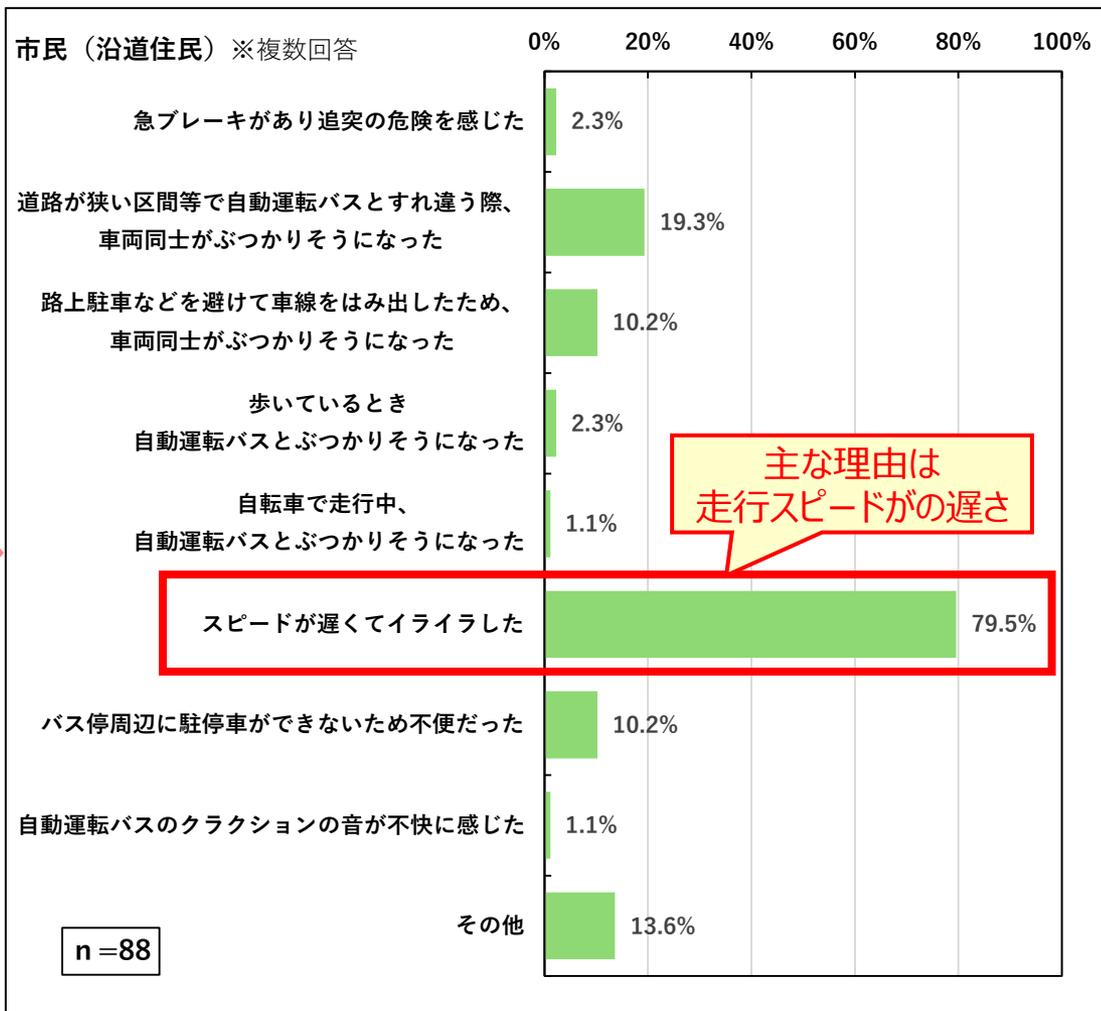
- 危険を感じた人は1割未満と比較的少ない状況
- 2割強の方が不快に感じ、その主な理由は「走行スピードの遅さ」



▲ 危険を感じる事があったか



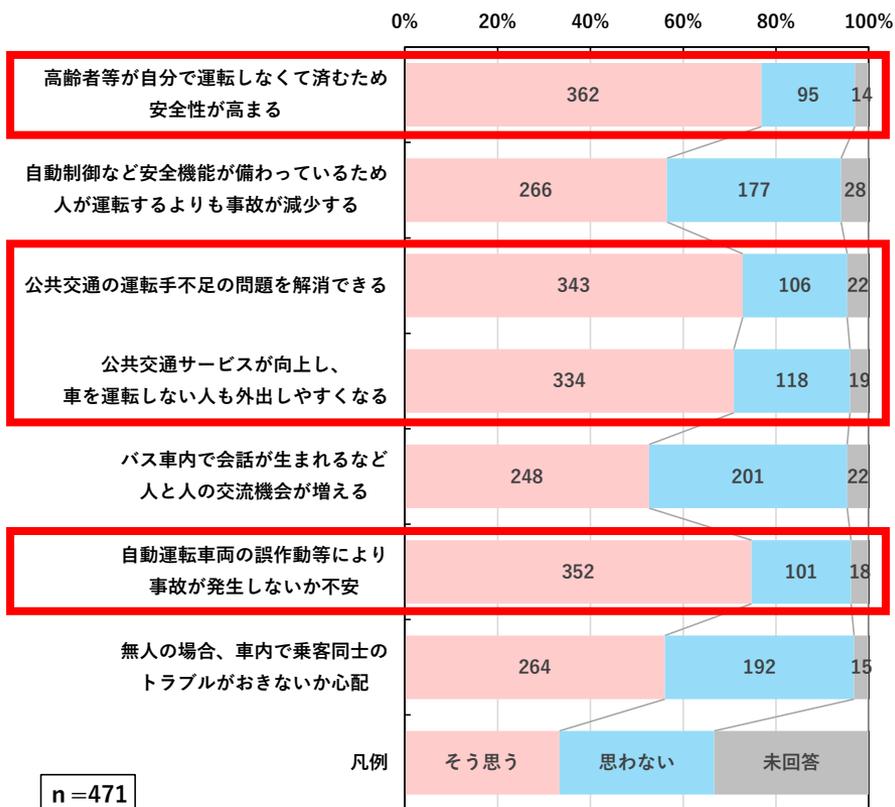
▲ 不快に感じる事があったか



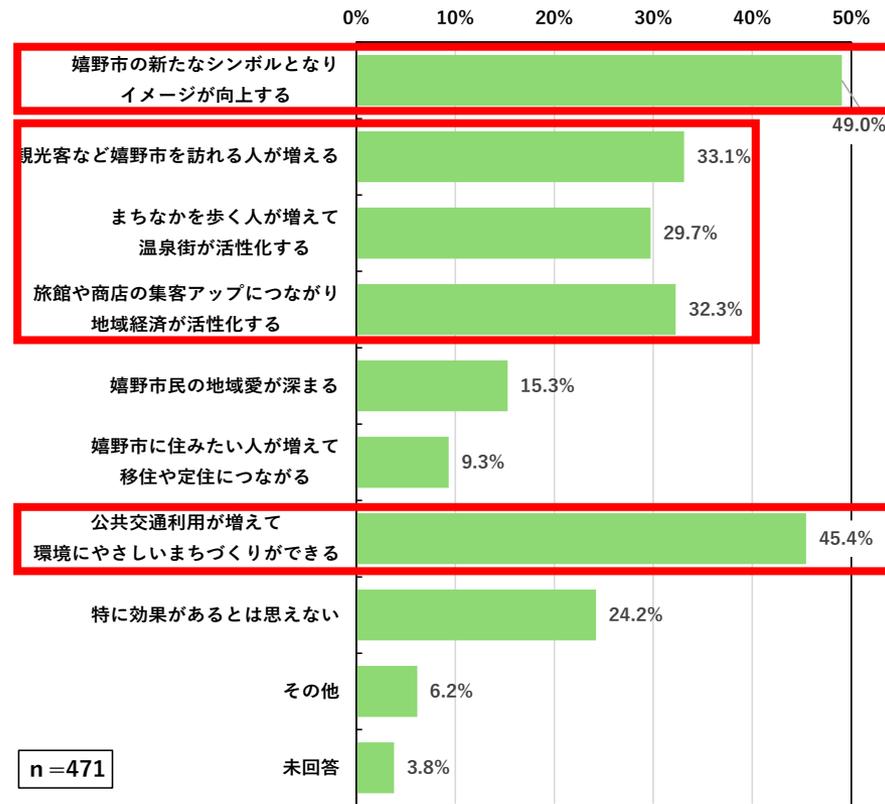
▲ 不快に感じた理由

④道路利用者（自動運転非利用者）アンケート調査から判った事【まちづくりへの効果】

- 自動運転バスに対しては、「高齢者の安全性向上」や「公共交通の運転手不足解消」、「公共交通サービス向上による外出促進」等のイメージが強い。一方で、誤作動等による事故発生に不安を感じている方も多い。
- 約半数の方が、自動運転バスの導入によって、「新たなシンボルとなることでの市のイメージ向上」や「公共交通利用による環境改善」を期待。その他、「観光客の増加」や「温泉街の賑わい創出」、「地域経済の活性化」を期待する声も多い。
- 一方で、観光客よりも市民を優先すべきとの声や、費用対効果を懸念する疑問視する声など、ネガティブな印象を抱いている方々も。



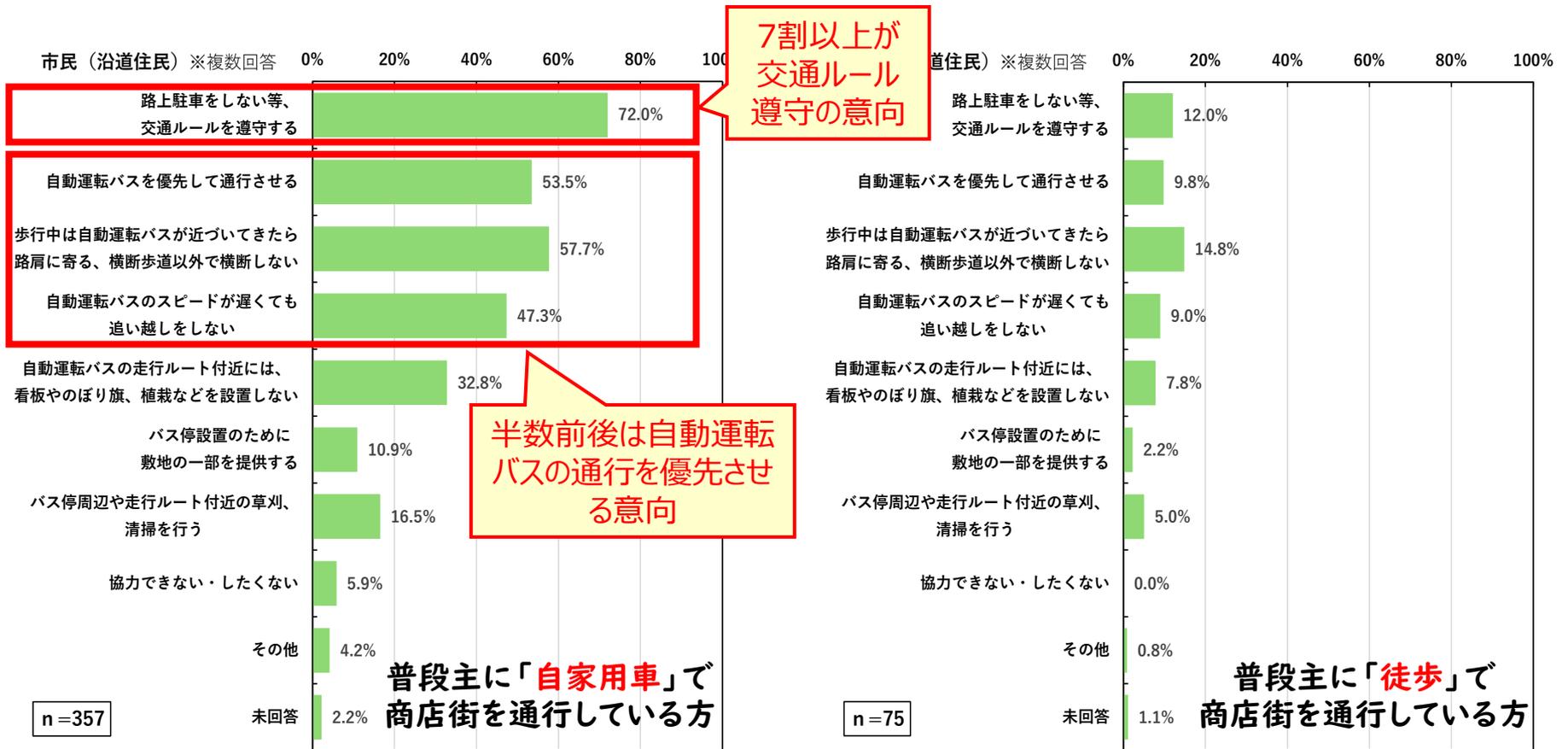
▲自動運転に対する印象



▲まちづくりへの効果

④ 道路利用者（自動運転非利用者）アンケート調査から判った事【協力意向】

- 普段、商店街を「徒歩」で通行されている方より、「自動車」で通行されているの方が協力意向は高い
- 路上駐車をしない等、交通ルール遵守の意向を示す方は、7割以上と最も多い（※「自動車」利用の方）
- 自動運転バスの通行を優先させ、乱横断や追い越し等をしない意向を示す方も半数前後（※「自動車」利用の方）
→ 自動運転バスへの理解や協力意向は高まっているが、ネガティブな印象を持たれている方々も。
地域の理解を深めていくためにも、今後も継続的かつ丁寧に地域との対話を行っていくことが重要。



▲ 自動運転の走行環境確保に向けた協力意向

⑤クーポン実証調査から判った事

【クーポン実証調査の概要】

- 自動運転バスの利用者全員に、「嬉野交流センター(商店街)」と「まるくアイス(嬉野温泉駅)」で利用可能な「プレゼント引換券」を配布し、各店舗で500円以上の商品を購入した方に、500円相当のプレゼントを贈呈。
- この取り組みにより、自動運転バス利用と商店街への経済効果(集客・収益アップ)の相乗効果を期待できるかを検証



▲配布したプレゼント引換券



嬉野温泉美肌セット

- ・うれしの茶美肌石鹸
- ・うれしの温泉入浴剤



ゆつつらくん 身だしなみセット

- ・竹のはぶらし2本
- ・竹のへあぶらし1本



うれしのスイーツ 詰め合わせ

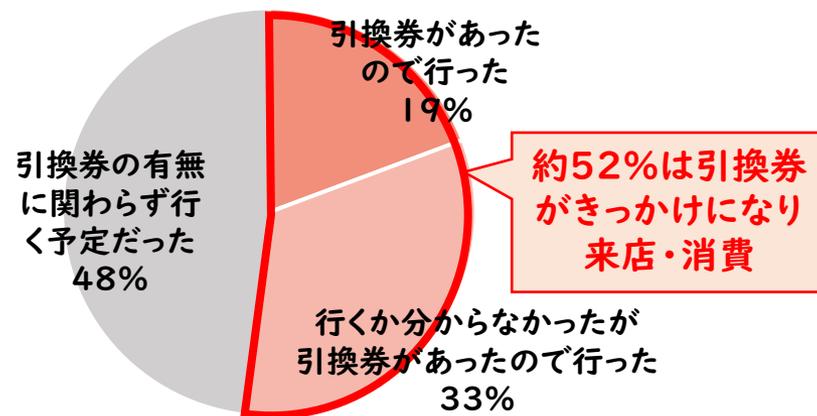
- ・うれしの商店街4店舗の
人気スイーツ4種

▲プレゼント対象商品

⑤クーポン実証調査から判った事

【利用状況】

- 引換券の利用者数は**325名**で、全配布者数(732名)の**約44%**が利用。
- 平均単価は**約877円**であり、利用条件である最低購入金額:500円の**約1.75倍**を消費。
- 引換券利用者の**約52%**の**約170名**(325名×52%)は引換券がきっかけで来店・消費。



▲引換券による誘客効果
(自動運転利用者アンケート、N=104)

▼プレゼント引換券の利用状況

	全体	店舗	
		交流センター	まるくアイズ
利用客 (全乗客に対する割合)	325名 (約44%)	81名 (約11%)	244名 (約33%)
平均単価	約877円	約835円	約891円
最高購入金額 ～ 最低購入金額	6,932円 ～ 500円	3,960円 ～ 500円	6,932円 ～ 500円

⑤クーポン実証調査から判った事

【店舗売上への貢献】

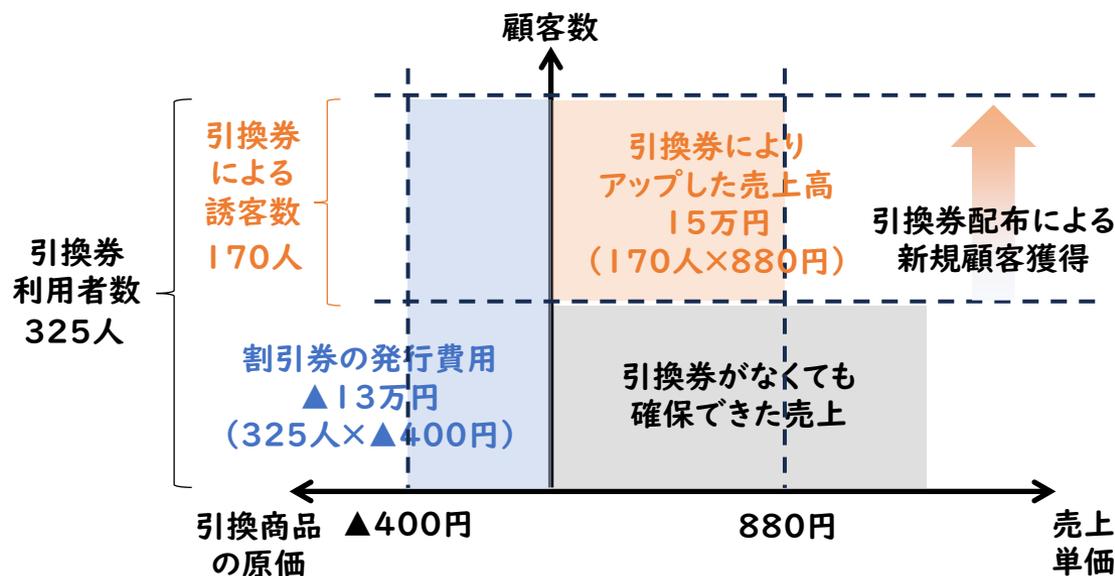
- 引換券がきっかけで来店した利用者数(約170人=325人×52%)や、引換券利用者の平均客単価(880円)、引換商品の原価(400円)等も踏まえ、引換券の導入効果を試算。
- 引換券によって増加した売上高(約15万円※1)は、引換券発行に要した費用(約13万円※2)をやや上回る結果に。
→引換券の発行は、店舗への来店を促すとともに、売上高のアップにも繋がる可能性を確認

※1) 引換券によって増加した売上高(約15万円)

=引換券がきっかけで来店した利用者数(170人)×割引券利用者の平均客単価(880円)

※2) 引換券発行に要した費用(約13万円)

=引換券利用者数(325人)×引換商品の原価平均(400円)



⑥ 調査結果のまとめ

調査から判った事

① 運行管理 日報

- ✓ 運行・運営面の課題（システムエラーや情報提供不足等）
- ✓ 商店街では路上駐車等の交通ルール・マナー違反が自動運転を阻害

② 利用者実 態調査

- ✓ 市外や多様な世代からの興味・関心
- ✓ 主に乗車体験そのものを目的とした利用

③ 自動運転 利用者アン ケート調査

- ✓ 自動運転は話題性や誘客促進に効果あり
- ✓ 車両の評価、将来の利用意向は高い一方、車両改善を求める声
- ✓ まちづくりへの波及効果に対する期待の声
- ✓ 車内モニターは誘客・回遊を促進
- ✓ 市外は車利用者へのPRが効果的

④ 道路利用 者アンケー ト調査

- ✓ まちづくりへの期待や協力意向の高まり
- ✓ 必要性や費用対効果を疑問視する声

⑤ クーポン 実証調査

- ✓ 自動運転の利用を促進
- ✓ 店舗誘客・売上向上に貢献

今年度の主な成果と課題

【成果】

- ① 嬉野市への誘客効果
自動運転バスは、話題性や誘客に効果をもたらし、車内モニター活用は市域内の回遊を促進
- ② 利用需要と高い期待
夜間時間帯を含め一定の利用需要が見込まれるとともに、導入後の利用意向も高い
- ③ 店舗連携による地域活性化の可能性
店舗と連携したサービス展開により、自動運転利用と店舗誘客・売上向上の相乗効果が期待

【課題】

- ① 路上駐車への対応
商店街を運行するには、最大の阻害要因である路上駐車を如何にして無くしていくかが重要
- ② 地域の協力体制の構築
地域の理解や協力意向が高まる中、継続的な交通ルール・マナーに対する意識づくりが必要
- ③ 自動運転システムエラーへの対応
安定した運行を行うためには、車両トラブルや雨天時への対応改善が必要
- ④ 情報提供による利便性向上
運行情報や満空情報のリアルタイム提供により、安心して利用できる環境構築が必要

4. 今後のスケジュール

今後は、各種調査で明らかになった自動運転バス導入の効果や課題について、多面的に評価・整理を行った上で、交通事業者や地域関係者のご意見も踏まえながら、社会実装に向けた対応の方向性を検討していきます。



最終年度に向けたラストスパート。嬉野市の将来像を見据え、地域の皆さんとのコミュニケーションを更に深めながら、地域で一丸となり社会実装に向け取り組んでいきます。

自動運転技術を活用した嬉野市の将来像イメージ

嬉野市が描く自動運転。それは、単なる移動手段ではなく、新たな付加価値を持った地域のブランド力を高める「**観光コンテンツ**」であり、ブランド力を地域で共に創りだしていく「**未来共創シンボル**」

