

令和6年度
西都市議会総務委員会
行政調査報告書

日時：令和7年2月3日（月）
～
令和7年2月4日（火）

視察先：佐賀県嬉野市

本委員会は、所管事務に関する調査のため、令和7年2月3日から2月4日の間において、佐賀県嬉野市を訪問し、本委員会の所管事務中、行財政運営に関する事項に関し、行政調査を行ったので次のとおり報告する。

委員長	米良 弥
副委員長	浦田 明子
委員	荒川 敏満
〃	岩切 一夫
〃	黒木 吉彦
随 行	
事務局	富山 定治

佐賀県嬉野市

■日 時 令和7年2月3日 15:00～16:30

■調査目的 自動運転バスについて

嬉野市は、高齢化、人口減少対策が大きな課題で温泉等への年間観光客数200万人 宿泊者数60万人の観光業が大きな産業となっている。コロナ禍の影響で観光産業が落ち込み、地域産業低迷や人口減少に影響しており、観光を軸とした交流人口の拡大が課題となっている中で令和5年度と令和6年度に自動運転バスの実証実験に取り組んでいる。

西都市は、公共交通機関がバスに限られており、過疎化に伴う地域住民の足の確保や西都原古墳群などの観光資源を活用するための交通整備が大きな課題となっている。

そのため、同じような人口規模（約2万7,000人）であり、令和3年度から内閣府の「未来技術社会実装事業」として自動運転の検討を民間と連携して進めている嬉野市の先行事例を学び、西都市での実証実験や将来的な公共交通のあり方に役立てるため調査を行った。

■概 要

1. 市の概要

嬉野市は2006年（平成18年）に旧嬉野町と旧塩田町が合併して誕生した、佐賀県南西部に位置する市であり、合併当初は3万人を超えていたが、現在は2万4,442人（2024年12月末時点）と減少傾向にある。特に20歳以下の若者人口が過去20年で約4割減少しており、若者の地域離れが深刻な課題となっている。

また、観光と茶・陶器を主産業とする小都市であり、特に、“日本三大美肌の湯”として、ナトリウムを多く含む重曹泉が特徴で人口の約24倍に当たる宿泊客（年間観光客数約200万人中60万人が宿泊客）が訪れる嬉野温泉が有名。

世帯数：10,091世帯（R6.12.31時点）年間観光客：2,245千人（R5年）

お茶は、嬉野茶が有名で全国茶品評会で2年連続4冠（個人・産地両部門1位）を達成する高い品質を誇る。

陶器では肥前吉田焼は、400年の歴史を持ち、日常生活に溶け込む磁器として知られている。

嬉野市の将来ビジョンとして第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略では、「嬉野市に住みたい・行きたい”ひと”の流れをつくる」を掲げ、以下の取組みを実施している。

- ・観光まちづくりの推進
- ・移住・定住したいまちの推進
- ・文化の薫るまちづくりの推進
- ・新幹線を活かしたまちづくりの推進

2. 調査内容

【1】自動運転に取り組むキッカケ

(1) 地域の課題

コロナ禍で観光客が激減

主要産品の一つである”嬉野茶”の生産高も減少

20才以下の若年人口も減少

全市人口の約2割が減少課題

観光を軸とした交流人口の拡大が課題となっている。

(2) 転機（新たな交流拠点の誕生）

九州新幹線西九州ルートが2022年（令和4年）9月23日開業。

道の駅「うれしのまるく」も同時開業し、地域課題である交流人口の拡大に向けた新たな交流拠点が駅前に誕生した。

(3) 未来技術社会実装事業への取り組み

内閣府の「未来技術社会実装事業」への取り組みを開始し、「来訪者の安心な移動を支えるモビリティサービス」とし、自動運転サービスの実証を開始。

地域課題・目指す将来像

地域課題

- 「日本三大美肌の湯」として名高い嬉野温泉を抱え、年間約200万人の観光客が来訪する観光都市であるが、最近では観光客が減少。
- 地域の主要産品の一つである”嬉野茶”の生産高は最盛期の4割減。
- 20才以下の若者人口はH12/R2年比で4割に減少し、市の総人口が2割減少するなど、観光産業の落ち込みが各方面に悪影響。
- コロナ禍による観光客の落ち込みが観光産業をはじめとした地域産業に深刻な影響。

目指す将来像

- 観光都市嬉野に登場する新たな交流拠点（新幹線駅と道の駅の同時開業）を核に、未来技術を適用・導入。
- 新しい生活様式に対応した観光まちづくり、既存産業の再生・新産業の創出を図り、人口減少の抑制と交流人口の増加を目指す。

【2】これまでの自動運転への取り組み

(1) これまでの取り組み

- ・令和5年度～令和6年度の2か年実証実施
- ・令和5年度は、嬉野温泉駅と中心市街地を結ぶ片道2.5キロのルートで実証
- ・令和6年度は、更にルート延伸し、旅館が立ち並ぶ川沿いルートを経由し周遊する循環ルートで実証

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）

(2) 取組みの狙い

- ・ 中心商店街は道路幅員が狭く路上駐車も多くみられる
- ・ 既存の交通（バス・タクシー）の減少
- ・ 来訪者のための移動手段の確保
- ・ 自動運転車両そのものを観光コンテンツに
- ・ 市内での滞在を楽しみ、周遊させる環境づくりを狙う

(3) これまでの自動運転への取組み

得られた成果と課題

成果①利用需要と高い期待

- ・ 平日昼間で「5.1名」、「6.8名」とほぼ満車状態での走行となった
- ・ 利用者の8割から「今後も利用したい」との意向

成果②店舗連携による地域活性化の可能性

- ・ 自動運転バス利用時に配布したプレゼント引換券の利用者は325名で、全配布者（732名）の約44%が利用
- ・ 自動運転バスと店舗連携が地域経済の活性化に効果

課題①路上駐車への対応

- ・ 手動介入の5割が商店街区間
- ・ 路上駐車が主な要因

課題②交通ルール遵守に向けた協力体制の構築

- ・ 自動運転のルートを使用する沿線住民に対するアンケートを実施
- ・ 交通ルール遵守や協力体制の構築が課題

課題③自動運転車両の改善

- ・ 平日昼間の運行で約2割の運休が発生
- ・ 運休要因は、“天候（雨天）”、バッテリー問題
- ・ 今後の自動運転車両の改善に期待

自動運転バスの運休理由

	分類	主な運休理由
自動運転システム	天候（雨天）	雨雲等によるGPS誤差の拡大 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	・ 自動運転時と手動介入時のステアリング角度の非離によるエラー （路駐車両回避のため、手動で行ったステアリング操作が急角度となり、自動運転システムへ切り替えできないエラーが発生）
	車両バッテリー	車両バッテリーの不足による充電対応
	内部PCエラー	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

自動運転バス試乗者から寄せられた問題指摘

	主な問題指摘
ブレーキ	ブレーキ・ブレーキのかかり方が急であり、停車時がスムーズではない 自動運転時の発車・停車が粗い。停車の際のガクツとした衝撃は少しびっくりした
車内温度	●車内が暑い、夏場は乗れない 総ガラスで暑い、日差しの強さを軽減して欲しい
座席配置	横向きの座席と後ろ向きの乗り心地が悪く、車酔いする 座席は進行方向向きの座席配置が望ましい

課題④情報提供による利便性の向上

- ・遅延や運休情報についてのリアルタイムでの情報発信の必要性
- ・遅延や運休情報はもとより、リアルタイムな車内座席の満席情報の提供が不可欠

分類	主な問題点
遅延・運休情報提供	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、運休を知らないバス待ち客の混乱を招いた
乗降管理	バス利用者に空席数をリアルタイムで情報発信できず、途中区間のバス停でのバス待ち客が乗れない状況が発生先に並んでいた方が一時的にバス停を離れ、後から来た方で満車となり、乗車できない状況が発生
LINE連携	乗降管理にLINEを活用したため“お友達登録”に時間を要し、発車遅延となる状況が発生

3. 将来展望

今回の自動運転バスが走行した本通り線では、以前、一方通行化の実証にも取り組んだが、街は中々変わらない。

今回の実証では未来技術の活用で、交流人口を拡大、観光産業はもとより既存産業の活性化を目指しているが、一方で、一方通行化の際に欠けていた地域共創に配慮した取り組みも展開している。

地元の旅館・商店・料飲店の各組合、さらには、交通事業者との意見交換を繰り返し、自動運転を未来共創シンボルと位置付けた取り組みを進めることで、街そのものの活性化にも大きな効果をもたらすものと期待している。

■まとめ

調査の結果、自動運転の社会実装を成功させるためには、システムの高度化だけでなく、路上駐車を排除するための地域住民との合意形成や、一方通行化といったインフラ側の最適化が不可欠であることが明らかになった。また、宿泊客の送迎サービスと自動運転バスを統合し、無人でお客を運ぶ「理想的な観光モビリティ」の構築を目指しており、この先進的な試みは、西都市にとって、目的（観光か生活か）と効果（経済波及）を明確にすることが重要である。

本調査を通じて明らかになった嬉野市の自動運転バスプロジェクトの核心は、この取り組みを単なる公共交通の補完的な「移動手段」としてではなく、新幹線開業という歴史的転機を活かした「旅の高揚感を高める観光コンテンツ」および「地域のブランド力を高める未来共創シンボル」として明確にしている点にある。

1. 実証実験による「移動の価値化」の証明

2か年にわたる実証実験では、利用者の約6割が市外客であり、さらにその2割が「自動運転バスへの乗車」そのものを目的として嬉野市を訪れているというデータが得られた。

これは、移動手段がそれ自体で集客力を持つ「観光資源」になり得ることを示している。また、乗車特典のクーポン利用率が44%に達し、平均購入額が利用条件を大きく上回った結果は、自動運転バスが市内の回遊性を高め、地域経済の活性化に直接的に寄与する強力なツールであることを裏付けている。

2. 社会実装を阻む「技術」と「社会環境」の摩擦

一方で、完全自動運転（レベル4）の実現に向けた課題は、システムの性能向上だけでは解決できない「社会側の受容体」にあることが浮き彫りになっている。手動介入の最大の要因が商店街での路上駐車（介入の約6割）である事実は、最先端技術を導入するためには、交通ルールの遵守や道路環境の加工（一方通行化や路面整備）といった、地域住民や事業者との深い合意形成と痛みを伴う社会基盤の再構築が不可欠である。

3. 持続可能な運用に向けた財政と体制の壁

運用面においては、車両価格の高騰に加え、年間約1億円にのぼるランニングコストが地方自治体単独で維持するには極めて重い負担となっている実情がある。2027年までのレベル4実装という国の目標に対し、地方が持続可能な形で運営を続けるためには、国による継続的な財政支援の仕組みづくりが急務である。また、地元のバス事業者が「ハンドルがない車両」への不安から自主運営に慎重であるなど、担い手となる人材の育成とメンテナンス体制の構築も、今後の大きな課題である。

今後は、旅館の送迎サービスとの統合や、車内でのリアルタイムな観光情報提供など、民間サービスと高度に融合した「嬉野モデル」の完成が期待されている。

西都市においても、こうした官民連携による「攻めの公共交通政策」の知見を、西都市の課題解決にどう適合させていくかを検討していく必要がある。

- 嬉野市における自動運転バス導入は、単なる移動手段ではなく、地域のブランド力を高める「観光コンテンツ」としての位置づけであり、実装に向けたコストや運行主体、運行形態等は未定とのことである。
- 本市においては観光客を西都原から市街地への誘客効果については成果があると考えられるが、郡部から市街地への買い物難民解消にもつながるのではないかとの可能性が考えられる。
- 本市における自動運転バス実証事業は、市街地の回遊手段としての位置づけであり、実装に向けてはコストが大きな課題となる。また、レベル4の自動運転バスについては、ソフトとハード両面での技術的な課題が多く、実用化には国レベルでの研究開発が必要で、本市での実装化は時期尚早と考えられ、今後も調査・検討を重ねる必要がある。



嬉野市
村上 大祐 市長

嬉野市議会
辻 浩一 議長 あいさつ



研修時の様子



研修時の様子



嬉野市役所

庁舎前