

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
- さらに、20才以下の若者人口はH27/H17年比で3割に減少し、結果的に市の総人口が1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をもたらしている

推進体制

地域の魅力を全国・全世界に発信する環境づくり・プロジェクトチーム (PT I)  
来訪者の移動を支えるモビリティサービス・プロジェクトチーム (PT II)

地方公共団体  
嬉野市・佐賀県

民間事業者  
嬉野市商工会・嬉野温泉観光協会・嬉野温泉旅館組合・駅前開発事業者・交通事業者

嬉野市  
未来技術  
地域実装協議会 **ハンズオン支援**

大学  
久留米工業大学

現地支援責任者  
(九州地方整備局)

国  
警察庁・総務省・  
文部科学省・国土交通省

課題解決に向けた取組

嬉野の魅力を全国・全世界に発信する環境づくり  
来訪者の安心な移動を支えるモビリティサービス  
地域課題等の解消に向けたデータプラットフォームの利活用

- デジタルモール・バーチャルモールの構築・コンテンツ作成
- 拠点内移動を支えるパーソナルモビリティ・新駅と温泉街を結ぶ自動運転サービス
- 地域課題等の解消に向けたデータプラットフォームシステムの構築

新たな交通・観光拠点 (嬉野温泉駅・道の駅)



新地域交流施設=パーチャル拠点

中心市街地  
(嬉野温泉街・食・遊興)

未来技術が新型コロナウイルス  
禍に負けない観光の街をつくる  
ことを、ここ「嬉野」で実践！



- <実践する3つの取り組み(案)>
- (1) 嬉野の魅力を全国・全世界に発信する魅力づくり
  - (2) 来訪者の移動を支えるモビリティサービス
  - (3) 5G技術等を活用した各種データ収集・提供

2021年度の  
主な取組

- プレ稼働 (2022年秋) に向けて地域関係者との意見交換会の実施
- デジタルコンテンツ化する情報の収集
- コミュニケーションツールの概要検討
- パーソナルモビリティの概要検討・自動運転サービスの導入に向けた調査・課題把握