

第7節 小城市企業と市民が共創するリビングラボプロジェクト

(佐賀県小城市)

上関克也 (一般財団法人自治研修協会 業務執行理事)

調査日 令和4年11月4日(金) 13:00~14:30 小城市役所

調査先 小城市総務部総合戦略課

1. 小城市の概要

(面積を除き

令和2年国勢調査)

- 人口 43,952人
- 面積 95.81km²
- 世帯数 15,907世帯
- 高齢化率 29.1%
(65歳以上)



小城市は、佐賀県のほぼ中央にあり、佐賀平野の西端、県庁所在地・佐賀市に隣接し、佐賀市の西方約10キロ、車で20分の位置にあり、福岡市へ70キロ、長崎市へ100キロの距離にある。

地勢的には、北部に天山山系がそびえ、中央部は肥沃な佐賀平野が開け、南部には農業用排水路のクリーク地帯が縦横に広がり、日本一の干潟・有明海に面しており、天山山系から源を發し流れ下る祇園川、晴気川、牛津川は、扇状地を形成し、佐賀平野を潤し、嘉瀬川および六角川に合流して有明海へと注いでいる。

平成17年3月1日に小城町・三日月町・牛津町・芦刈町が合併し市制施行、小城市が發足した。

佐賀市に隣接していることから昼夜間人口比率が83.2% (平成27年) と佐賀県内で最も低く市内での消費率も59.5% (平成27年) と佐賀県内の市の中でも最も低く典型的な佐賀市のベッドタウンである。

2. 第1期リビングラボ (令和元年8月~令和2年8月)

「高速道路ネットワークを活用した小城市まち・ひとづくり事業」

テーマ 小城市を知ってもらうきっかけとなる特産品・お土産を開発しよう

(1) 目的と経緯

平成30年3月長崎自動車道小城スマートインターチェンジが開通されたが、市としては、開通はゴールではなくスタートであり、高速道路を活用した魅力ある動線・拠点づくり、また、それを活かした「豊かで魅力ある地域づくり」を実現するには「市民が主体となったまちづくり」への転換が不可欠と考えた。

一方で小城市は、佐賀市のベッドタウンで地域との関わりが希薄など市民共創活動の環境が生まれにくい環境であり、市民参加のまちづくりを推進していくためには、

- ① 地域の色々な立場の多様な方が参加する仕組み
- ② 市民が自分事として考え、自発的に取り組める仕組み
- ③ 市民が関わりを継続できるような手法

が、必要であるとの認識のもと、平成30年12月に小城市、NEXCO西日本九州支社、福岡地域戦略推進協議会（FDC）の三者で「高速道路を活用した地方創生等のプロジェクト連携協定」を締結した。

このプロジェクトは、小城市が抱える人口減少や地域の活力低下といった課題の解消と、NEXCO西日本が管理する高速道路の更なる利活用を通じて小城市域の地方創生を目指したものであり、プロジェクトの実施に当たっては、産学官民のプラットフォームとして地域課題の解決に資する事業創出に実績のある福岡地域戦略推進協議会（FDC）と連携し、リビングラボの手法を取り入れ、継続性のある事業創出を目指すものである。具体的には長崎自動車道のサービスエリアで販売する小城市のお土産の開発を行うこととしている。

取り組みへの背景

平成30年3月 小城スマートインターチェンジ開通



平成30年12月 小城市、NEXCO西日本、福岡地域戦略推進協議会

「高速道路を活用した地方創生等に関するプロジェクト連携協定」締結

開通がゴールではなく、スタートであるという視点の共通認識

高速道路を活かした地方創生等のプロジェクト連携に関する協定式



小城スマートIC開通をきっかけに、高速道路を活用した魅力ある動線・拠点づくり、それを活かした「豊かで活力ある地域づくり」を実現するには

➡ 「市民が主体となったまちづくり」への転換が不可欠

「小城市資料」

(2) 開催状況

令和元年8月～令和2年8月まで5回開催（40人程度参加）

参加者については以下のとおり

市民（20名）	公募（市報、HPによる）
大学、市民団体	個別に参加を折衝
事業者	市内有力かつ積極的な企業4社を指名

第1回 令和元年8月21日 39名 アイデアの種を出し合う

小城市の課題や資源を見つめ直した後に、商品開発企業の商品やサービス、会社の特徴などを学び、新しい特産品、お土産品についてアイデアの種を出し合った。

第2回 令和元年10月1日 36名 アイデアの発散

各社の商品開発の考え方や最新事例を学んだ後に各チームに別れアイデアをシェアしながら、白熱した商品開発に関する議論が展開された。

第3回 令和元年11月20日 38名 アイデアの収束

第2回で発散したアイデアを振り返った後、それぞれのアイデアについて実現可能性、市場性、小城らしさの観点から企業の視点を踏まえ絞り込みを行った。

第4回 令和2年1月22日 36名 試作品のプレゼンテーション

第3回までに議論した試作品のアイデアについて各企業から実際に作成した試作品のプレゼンテーションを行い、アイデアをまとめ上げた。

第5回 令和2年8月24日 39名 最終商品のプレゼンテーション

第4回までに議論したアイデアや試作品の振り返りと下記の4最終商品のプレゼン発表を行った。

- ・ おぎにり（商品化中）小城の原料や小城にちなんだ素材3種のおにぎり
- ・ トラキチ君シェイク トラキチ君アイスを模したバナナシェイク
- ・ ogi cube（羊羹） さいころ状の7色羊羹
- ・ 小城市VR体感ラムネ「おっ！ぎ」 小城市の四季や観光地をVR風に体験できるラムネ

令和3年新商品販売開始（販売箇所 金立サービスエリア）

第1期リビングラボの成果

- ・リビングラボにおける、市民と企業(4社)の共創により、以下の4商品を開発
- ・おっ!ぎラムネ、トラキチ君シェイク、ogi cubeの3商品が販売開始
- ・取り組み内容や商品は、新聞、TV等20以上のメディア媒体に掲載
- ・参加市民による商品PR(情報発信)、POP等販促物の作成(自発の動き)

企業と市民が共創する小城市リビングラボから生まれた4つのお土産

佐賀冷凍食品株式会社
「おぎにり」



- ✓ 小城の原料や小城にちなんだ素材3種のおぎにり: 梧竹ごもく、牛尾梅、佐賀牛すき焼き(開発中)

株式会社友樹飲料
「小城市VR体感ラムネ おっ!ぎ」



- ✓ 小城市の四季や観光地をVR風に体験できるラムネ

株式会社竹下製菓
「トラキチ君シェイク」



- ✓ トラキチ君アイスを模したバナナシェイク
- ✓ カップにチョコでトラ柄を表現

みつばや小城市羊羹株式会社
「ogi cube」



- ✓ サイコロ状の7色羊羹
- ✓ 今までの羊羹にはない、新感覚の味のラインナップ

※「おぎにり」は商品化に向け開発中。

8

「小城市資料」

(3) リビングラボの評価

今回のリビングラボによる特産品開発については、NEXCO 西日本の支所長が熱心で、開発した新商品については長崎自動車道金立サービスエリアでの販売を確保いただき、また、リビングラボの実施については、実績のある福岡地域戦略推進協議会(FDC)の協力が得られたとのことである。

過去に市のビジョンや総合計画について市民の意見を聴くことはあったが、単に聴くだけで終わっていた。今後、地域の衰退を防ぐには、市民が主体のまちづくりが求められており、リビングラボはそのための一つの手段であり手法であると市の担当者としては考えている。また、担当者としては、市民、企業、各種団体と協働するリビングラボは強制的に成果を生み出すものであるが、成果を出すまでに時間がかかる。すべて行政が行う必要はないが裾野を広げていきたいとも話していた。

なお、リビングラボの手法を活用することについて市長は積極的であり、議会からも理解を得ているとのことであった。

市民にとっては、成果物を自らが開発したとの認識であり、まだ生産量が少ない中ではあるが、小城市のお土産として他市町村に持っていきたいと好評であるようである。

さらに、企業(事業者)としては「市民と一緒に創りあげた」という認識であり、リビングラボに関わった者がPRもしてくれると市の担当者は話していた。

3. 第2期リビングラボ（令和4年3月～）

「高速道路を起点とした観光人口・交流人口拡大、地域の担い手育成事業」

テーマ 市民のおもてなしで魅せる自転車を活用した周遊体験

自転車で小城を周遊する仕組みを作る

（1）目的と経緯

より効果的な観光振興に向けて、小城の強みや社会変化を捉え、市民や企業、関係団体等と連携し、総合的かつ一体的に事業を推進するため小城式観光ビジョンを作成した。また、このビジョンの実現に向け関係諸団体が協働して総合的かつ一体的に推進するため小城式観光推進協議会を設立した。その具体的な取り組み内容として「自転車を活用した、みんなで魅せる新しい小城」をコンセプトにパイロット事業の方針を策定し、第2期リビングラボとして令和4年3月から具体化を進めることとしたものである。

第1期特産品お土産開発の延長線上でまちづくりの流れの一環として推進するもので、「また来たくなるやさしい小城」を実現するために自転車を活用した観光振興を市民と共創するとともに点在する文化・観光資源を掘り起こし、魅力的な観光コンテンツとして磨き上げることをしている。

参加者は市民、まちの駅まちづくりネットワーク、合同会社ロケモAI（佐賀大学のベンチャー企業）等である。



「小城市資料より」

（2）開催状況

第1回	令和4年3月3日	19人	アイデアソン（目的の共有・発散） ゲスト（先進事例） 佐伯市地域おこし協力隊
第2回	令和4年3月6日		サイクルツーリズム体験会
第3回	令和4年5月16日		アイデアソン（発散）
第4回	令和4年6月29日		アイデアソン（発散）
第5回	令和4年8月7日		フィールドワーク
第6回	令和4年8月29日		アイデアソン（収束）

第7回 令和4年10月14日 全体共有
(以下予定)

第8回 令和4年11月 試走
令和5年1月 検証・改善
令和5年3月 実証実験（公開）

(3) 今後の展開等

第1期では「試作品（夢）」で終わることなく「商品（現実）」として販売する段階までやりきることを重視したが、第2期では「周遊コース」を作って終わるのではなく、「自走可能な体制づくり」も含めて連携・構築することとしているとのことである。担当者としては第1期に比べテーマが大きい感じがしており、どのようにまとめていくかが課題となっているようである。

なお、第2期においては、3年間で約2,000万円の事業費を予定しており、今回は福岡地域戦略推進協議会に一部業務を委託しているとのことである。

4. リビングラボの運営と効果

「共創」を主たる目的としているため、意見の聴取で終わるような従来型のワークショップと比較すると市の負担は大きいようである。ある程度現実的なゴールを設計しておく必要があるが、市民に自発的な活動を促すことを目的の一つとしているため、運営には時間をかけて進行していく必要があり、事業期間は長くなるとのことであった。ある程度はやむを得ないであろう。

ただし、これはプロセスに比重を置いた取り組みであり、プロセスを踏まえることで、事業が終わった後も、引き続き、リビングラボにより生み出された結果をはじめ、まちづくりそのものに関心をもってもらえる点については、市としてもこの手法を大きく評価しているようである。また、生み出された結果についても共創の過程で多様な視点が入ることにより、より良い結果が生まれ、「市民との共創により生まれた課程」の話題性もあってメディア等が積極的に取り上げてくれているようである。

5. リビングラボの今後と地方公共団体の役割

小城市においては主にまちづくりを担う立場として、リビングラボは企画から実装まで伴走する役割を果たしている。現在は全ての手順を市が担っているが、理想としてはリビングラボの協議会等が設立され、そこに自治体も参加するような体制ができればと考えている。

これまでの経験からリビングラボの手法は、成果を生み出すとした観点で見た場合、公共私連携・協働のプラットフォームとしては非常に優れていると評価

しているとのことであり、人口減少や少子高齢化がこれから顕著になる日本において協働の推進は自治体運営に欠かせない要素となる。小城市のリビングラボでは「人、物、金」が減少していくなかでも持続可能なまちづくりができるように、住民の自発の動きを促す視点を重要視している。自治体はまちづくりを担っている立場からこれまでのノウハウを提供し、共に伴走していく役割を果たす必要があるとのことであった。

市としては、リビングラボは、汎用性が高い手法のため、地域課題を解決する手法として今後も積極的に用いていきたいとのことであった。