

# 高速道路は地域づくりのプラットフォーム

## —地域共創の取組み—

西日本高速道路株式会社

### 1 はじめに

昨今、多くの地域では、人口減少・少子高齢化・産業の空洞化といった諸課題が急速かつ同時に進行しているのに加え、ウィズコロナ・アフターコロナ時代となったことで観光産業の様相も大きく変化する等、抱える課題が多様化している。当社では、高速道路沿線の地域が抱えるこれらの課題に対し、当社と地域のリソースを活かし合い、お互いに汗をかきながら解決を目指す取組みを「地域共創活動」と題し行っている（図-1）。ここでは、これまで行ってきた地域共創活動の一部を紹介する。

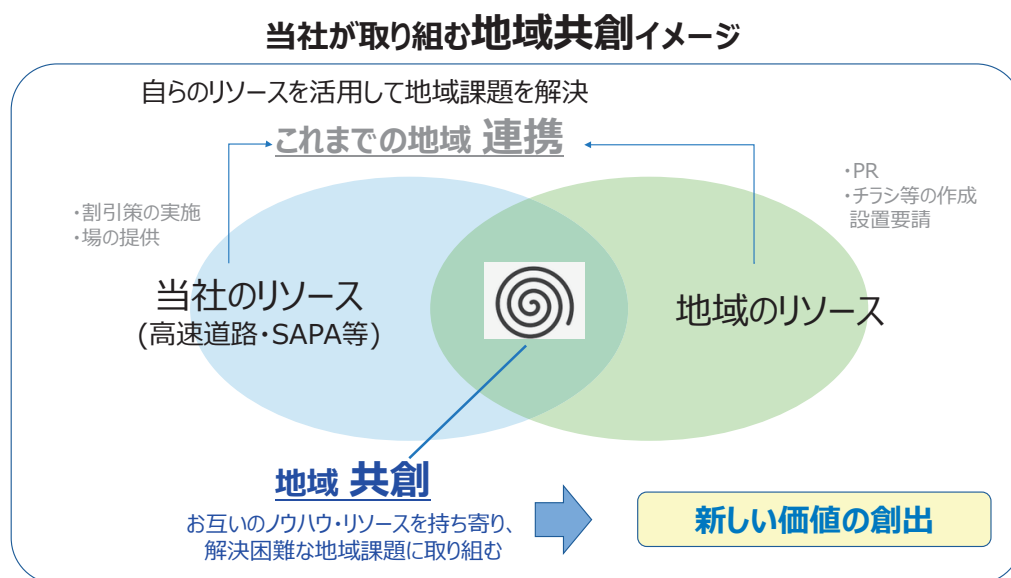


図-1 西日本高速道路株が取り組む地域共創イメージ

### 2 オープンイノベーションによる地域のお土産開発

地域共創のスタートは九州、佐賀県小城市。小城スマート IC の開通（2018年3月）を契機に、ハード整備だけに留まるのではなく、ここから高速道路起点での地域創生を始めたいと考えた濱野地域共創戦略担当部長（当時：佐賀高速道路事務所所長）は、小城市および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、「高速道路を活用した地域創生プロジェクト」を開始した。

第1弾は、リビングラボ<sup>(注1)</sup>というオープンイノベーションの手法を使って、小城市民・地元企業の方々と共に新しい地域のお土産開発にチャレンジした（写真-1）。約1年間をとおしてリビングラボを行った結果、3商品を生み出し販売開始。その中の1つ、ひと口小城羊羹「ogi cube（オギキューブ）」（写真-2）は、第23回福岡デザインアワードにて金賞を受賞し、長崎自動車道 金立 SA（上）（下）での累計販売（2020

年9月～2022年11月)が約20,000個と、継続して好評いただいている。新たに開発した商品が評価いただけていることに加え、達成感を地元市民・地元企業の方々に感じていただき、地場産業の活性化の原動力となれたことに、当社としては特に喜びを感じている。現在、第2回のリビングラボをスタートさせ、新たな地域コンテンツの創出に着手しているところである(写真-2)。

(注1) 新しいサービスや製品開発において、地域が一体となって課題抽出からサービス開発に至るまでを共創する活動。



写真-1 地元市民や企業の皆さまによるリビングラボの様子



写真-2 ogi cube (オギキューブ)  
7つの味が楽しめる一口羊羹

### 3 サービスエリア・パーキングエリアを活かした新しいクルマ旅の提案

次に紹介するのは、多くの自治体との共創が実現し、当社の地域共創活動の注目コンテンツとも言える「旅っチャ」である。こちらもスタートは同じ九州である。大分県佐伯市からコロナ禍の観光誘客に関する相談を受けた濱野が九州支社事業開発課と共に、佐伯市名物でもある「佐伯寿司」をお得に食べていただけるクーポンを販売する「運試し型チケット販売機」(のちに「旅っチャ」として商標登録)を、メインターゲットと位置付けた福岡県と佐伯市の間にある大分自動車道 山田SA(下)に設置するという企画を考案。考え方自体は実にシンプルだが、これまでトイレ休憩やお土産購入の場というイメージが強かったサービスエリア(以下「SA」という)やパーキングエリア(以下「PA」という)が、佐伯市まで足を運んでみたいというきっかけ作りの役割を担えるという、画期的なアイデアであった(図-2、写真-3)。

2020年度に初めて実施したこの「旅っチャ」(企画名:おかえりなさいきキャンペーン)は、ゲーム性や遊び心があることもあり、当初用意していた1,000個のクーポン入りカプセルがわずか17日間で完売し、追加で用意した約1,500個も完売するという好評ぶりであった(図-3)。

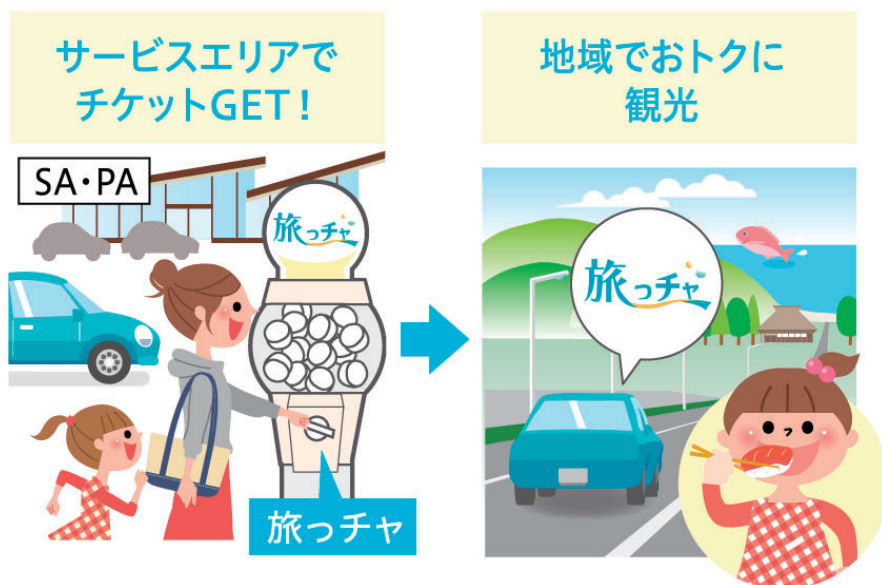


図-2 「旅っチャ」の流れ



写真-3 「旅っチャ」にチャレンジする子ども

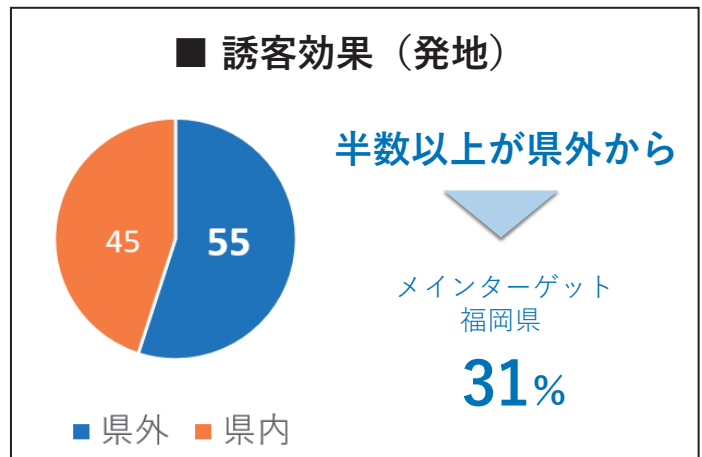


図-3 大分市佐伯市での「旅っチャ」の効果

翌年 2021 年度は、佐伯市でキャンペーン第 2 弾を実施しただけでなく、四国の愛媛県伊予市でも初めて実施（企画名:Go To IYO キャンペーン）し大成功した。2022 年度は、さらに 5 自治体（徳島県鳴門市、高知県、愛媛県東温市、大分県中津市、宮崎県延岡市）でも実施する等着実に広がりを見せており、各所で大きな誘客効果を発揮し、各自治体にも評価いただいている。

また、実施エリアを広げているだけでなく企画についても、最初の佐伯市での企画では食事クーポンであったチケットの内容を、実際に観光地に行って特定の指令（ミッション）を実行することでクーポンが獲得できる内容にしてみたり、地元の陶芸作り等の体験施設で使用できるクーポンを同封してみたりする等、自治体と共創する形でアレンジを重ねている。SA・PA がタッチポイントとなって、お客さまの旅行ニーズと地域の誘客ニーズをつなぐ役割を担えているといっても過言ではない。

## 4 西日本高速道路(株)らしい地域情報発信へのチャレンジ

最後に紹介するのは、地域メディア「関門 ONAIR」である。SA・PA では、多目的スペースや情報カウンター等を設け、高速道路をご利用されるお客さまが周辺地域の観光資源や情報に触れていただける環境を整備している。一方で、SA・PA における地域の PR の手法としては、ポスターやパンフレット等の紙媒体が主で似たような資料があふれていたり、長期間同じ媒体が設置されたままになっていたりする等、情報の新鮮度や浸透度に疑問を感じることもあった。そのようななか、2021 年度にリニューアルオープンした関門自動車道 壇之浦 PA・めかり PA の店舗内に多目的スペースを設けることとなったことを契機に、デジタルによる空間制限の拡張と、情報の送り手の介在や情報の浸透度を高めることを目的に、関門地区の両自治体（下関市・北九州市）とベンチャー企業（㈱ Voicy・合同会社ポルト）と当社の官民連携による新たな地域の情報発信にチャレンジした。

多目的スペース内をラジオブースのような設えにし、地域に住むあらゆる人々をゲストに迎え、地元イベント情報や各分野で活躍中の方々の想い、関門地区に残る日本遺産の特集といった地域ならではの情報を生の音声として収録。その音声を、音声配信プラットフォームの中で国内最大級の「Voicy」にて配信するというものである。高速道路会社らしく自動車ユーザーを意識した耳からのインプットであること、紙面や動画と異なり、編集が少なくハイペースで発信が可能なことが、音声を選択した拘りだ（写真-4）。

また、運営側もユニークにしており、MCに地元で活躍している農家ダンサー「ノッポさん」、プロデューサーに地元でゲストハウス等を営む合同会社ポルト代表「菊池さん」を迎え、そこに当社社員も一緒になって楽しみながら収録・編集を行っている（写真-5）。現在、配信開始から1年半が経ち、約230回の放送で、60名を超える地域の方をゲストに迎えてきた。単純に考えると、5年間このメディアを続けると約1,000回の放送、約300名をゲストに迎えることになる。コンテンツ制作としてはかなりのペースで、これは音声コンテンツだからこそである。フォロワーは270名強と数字としては決して多くはないが、熱狂的ファンが多く再生回数は着実に伸びてきている。

## 5 おわりに

高速道路はこれまで、地域にある観光資源等の既存市場に対しその効果を発揮してきたが、コロナ禍を経て、その市場に依存するだけでなく、地域と共に新しい市場を創造するという役目も担っていく必要があると考えている。高速道路の持つ機能やサービスを活用し地域の新しい魅力を作り続ける「地域づくりのプラットフォーマー」を目指していきたい。

今年度は、福岡市東区の複合商業施設「ガーデンズ千早」との連携や、宮崎県高原町にて設立した奥霧島地域商社ツナガルたかはる(株)との連携等、地域創生の実現に向けた新たな取組みにも着手しており、西日本高速道路(株)の「地域共創活動」は今後もチャレンジを続ける。