

令和 2 年度
ICT を活用した郵便局と地方自治体等の
連携のあり方に関する調査研究

報告書概要

令和 3 年 3 月

目次

1	全体概要	3
2	空き家の活用支援.....	4
(1)	地域の抱える課題と活用可能な郵便局の強み.....	4
(2)	実施内容.....	5
(3)	推進体制.....	12
(4)	実施スケジュール	12
(5)	実証事業で得られた成果	13
(6)	実証事業で特定された課題.....	17
(7)	全国への普及展開、円滑な実施に向けた留意事項	19
3	地域体験型観光コーディネート	21
(1)	地域の抱える課題と活用可能な郵便局の強み.....	21
(2)	実施内容.....	22
(3)	推進体制.....	27
(4)	実施スケジュール	28
(5)	ワークショップで得られた成果.....	28
(6)	本事業を通じて特定された課題.....	34
(7)	全国への普及展開、円滑な実施に向けた留意事項	36

図表一覧

図表 1：郵便局活性化推進事業の概要	3
図表 2：空き家活用における地域の課題と郵便局の強み	5
図表 3：空き家の活用支援の概要.....	6
図表 4：既知空き家調査の流れ	6
図表 5：空き家予備群調査の流れ（1/4）	7
図表 6：空き家予備群調査の流れ（2/4）	8
図表 7：空き家予備群調査の流れ（3/4）	8
図表 8：空き家予備群調査の流れ（4/4）	9
図表 9：＜参考＞空き家判断基準.....	9
図表 10：配達地域指定郵便物（タウンメール）による周知の効果検証のイメージ	10
図表 11：配達地域指定郵便物（タウンメール）のデザイン.....	10
図表 12：空き家調査に使用したツール類.....	11
図表 13：空き家の活用支援の推進体制	12
図表 14：空き家の活用支援実施スケジュール	13
図表 15：既知空き家調査の実績	14
図表 16：空き家予備群調査の実績.....	15
図表 17：空き家相談会出席者の概観.....	16
図表 18：配達地域指定郵便物（タウンメール）対象地区における相談会を知ったきっかけ.....	16
図表 19：空き家の活用支援に関する主な報道	17
図表 20：地域体験型観光コーディネートにおける地域の課題と郵便局の強み	22
図表 21：地域体験型観光コーディネートの概要.....	23
図表 22：ワークショップの進め方.....	24
図表 23：ワークショップの進行表.....	24
図表 24：ワークシート① 地域事業者に関する意見交換.....	25
図表 25：ワークシート② 協業アイデア出し	25
図表 26：ワークショップの参加団体.....	26
図表 27：アンケートによる検証項目	26
図表 28：地域体験型観光コーディネートの推進体制.....	27
図表 29：地域体験型観光コーディネートの実施スケジュール	28
図表 30：ワークショップで創出されたモデルケース（一例）	29
図表 31：設問① ワークショップの進め方について（1/2）	31
図表 32：設問① ワークショップの進め方について（2/2）	31
図表 33：設問② ワークショップで得られたモデルケースの評価（実施主体の視点）	32
図表 34：設問② ワークショップで得られたモデルケースの評価（観光客の視点）	32
図表 35：設問③ 事業の実現に向けた課題（1/2）	33
図表 36：設問③ 事業の実現に向けた課題（2/2）	34
図表 37：設問④ 地域事業者・郵便局が抱える ICT 活用における課題	34

令和2年度 郵便局活性化推進事業（郵便局×地方自治体×ICT）として、「空き家の活用支援」および「地域体験型観光コーディネート」の実証事業を実施した。

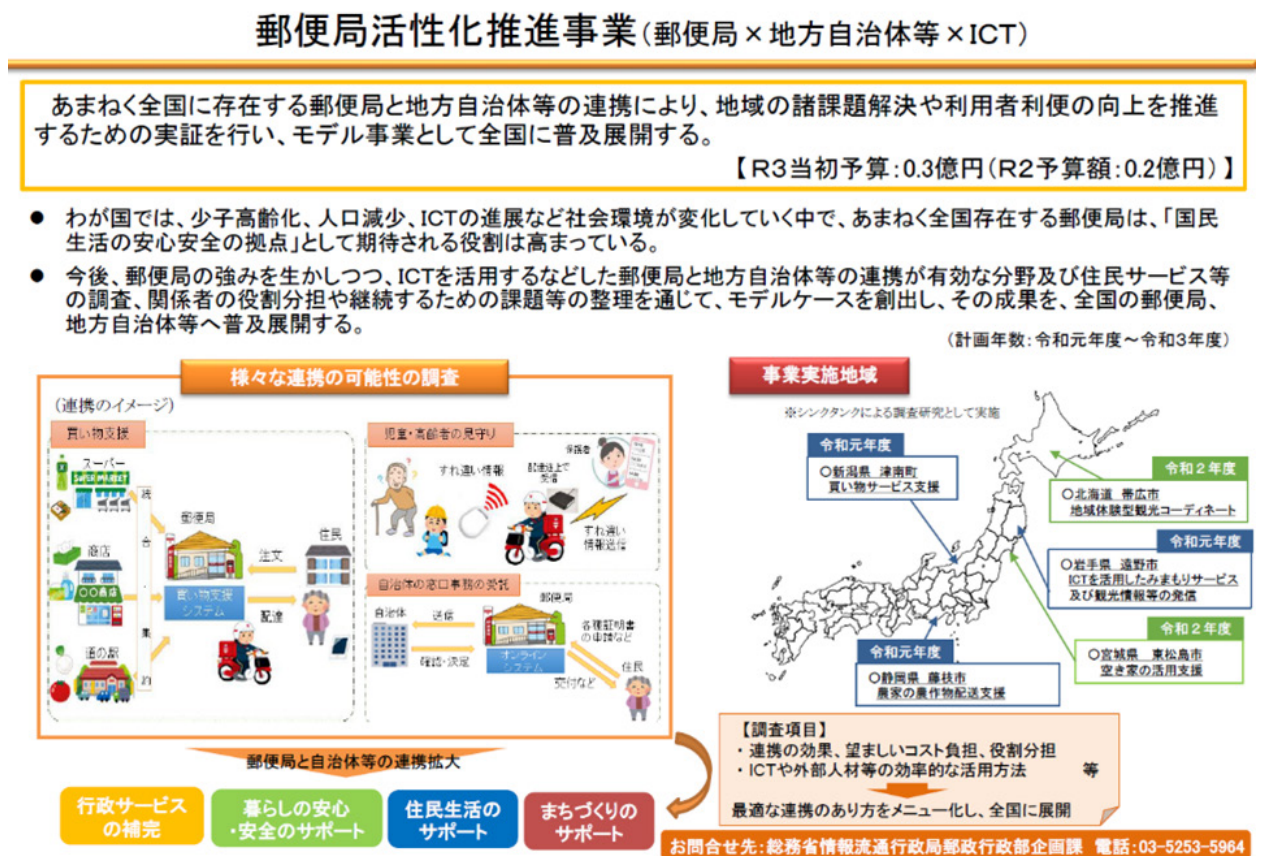
実証事業では、郵便局を活用した地方自治体の抱える課題の解決を目的とし、加えてその実現に向けてはICTを活用した事業モデルや業務の在り方を検討し、今後の郵便局の利活用についての検証を行った。

1 全体概要

郵便局活性化推進事業（郵便局×地方自治体等×ICT）では、全国約24,000局を有する郵便局と地方自治体等が連携することにより、地域の社会課題の解決や地域住民の利便性を向上することを目的に、令和元年度から実証事業を行っている。

実施された事業については、実証を通じて運用上の課題や関係者間の連携の在り方、費用負担の考え方等についての検証を行い、将来的には全国に普及展開することを目指している。

図表 1：郵便局活性化推進事業の概要



郵便局は全国にあまねく存在し、「国民生活の安心安全の拠点」としての役割が期待されているところであり、郵便局の持つリソースや強みを活用した地域の課題解決に

向けたモデルケースの創出が求められている。さらに、郵便局が新たな事業を実施するに当たっては、ICTを活用した利用者の利便性向上を実現することで、持続可能な事業の構築を目指すことが求められている。

2 空き家の活用支援

令和2年度においては、宮城県東松島市にて「空き家の活用支援」の実証事業を実施した。

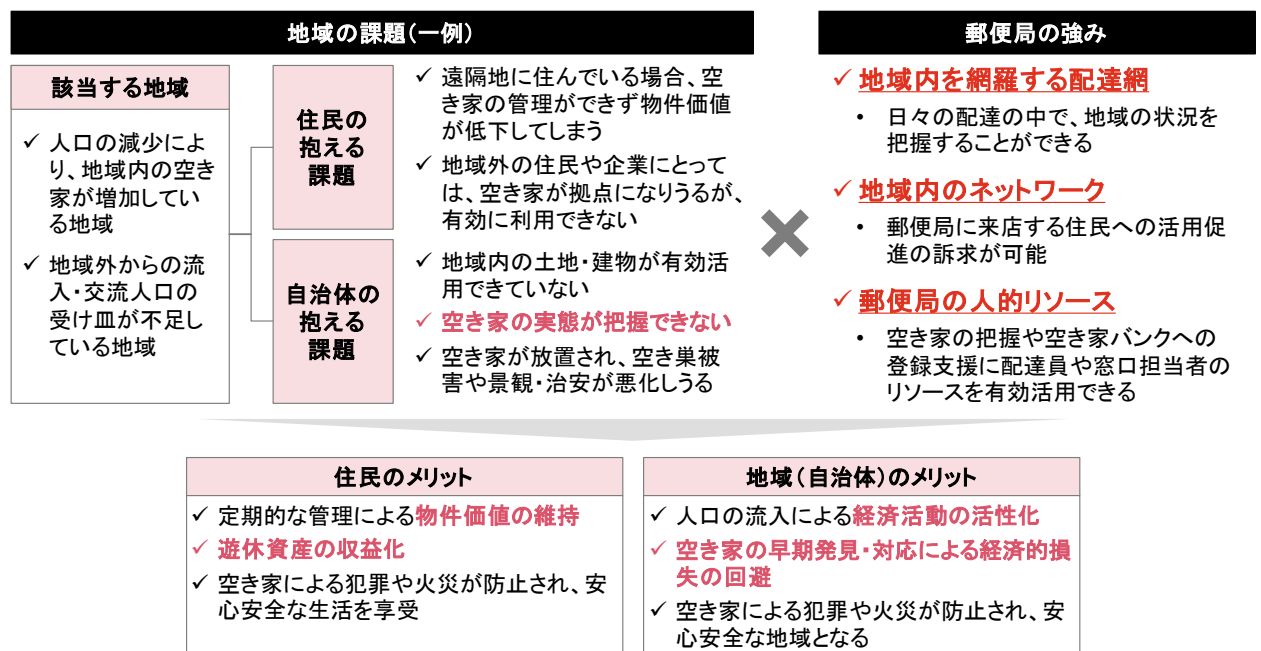
本実証事業は、郵便局社員等がその業務中に周辺の空き家を調査することで、従来は地方自治体職員が行っていた空き家調査の負荷を軽減させる効果を見込んだ実証事業として実施した。

具体的には、過去に市が行った調査で判明した217軒の既知空き家の現状確認および新たな空き家予備群の調査の2種類の空き家調査を行った結果、既知空き家については継続して空き家である家屋と既に利活用されている家屋の判別ができ、空き家予備群については新たに22軒の空き家を発見することができた。

(1) 地域の抱える課題と活用可能な郵便局の強み

宮城県東松島市では、空き家の増加による不動産資産の効率低下、火災リスクの増加や治安の悪化という地域課題を抱えており、また交流人口・関係人口の増加に向けた空き家の有効活用を推進し、空き家活用に係る協議会の立ち上げ、地域住民向けの空き家活用セミナーの開催など取組を進めていた。一方で、空き家の実態調査に関しては、平成29年度に市内の空き家を調査して以来、その調査で判明した217軒の空き家の現状確認および新たな空き家の調査を行うことができていない状況であった。

図表 2：空き家活用における地域の課題と郵便局の強み



そのため、本実証事業では郵便局の強みである郵便局の集配社員等の機動力や人的リソースを有効活用し、日々の業務中に空き家の調査を行った。

(2) 実施内容

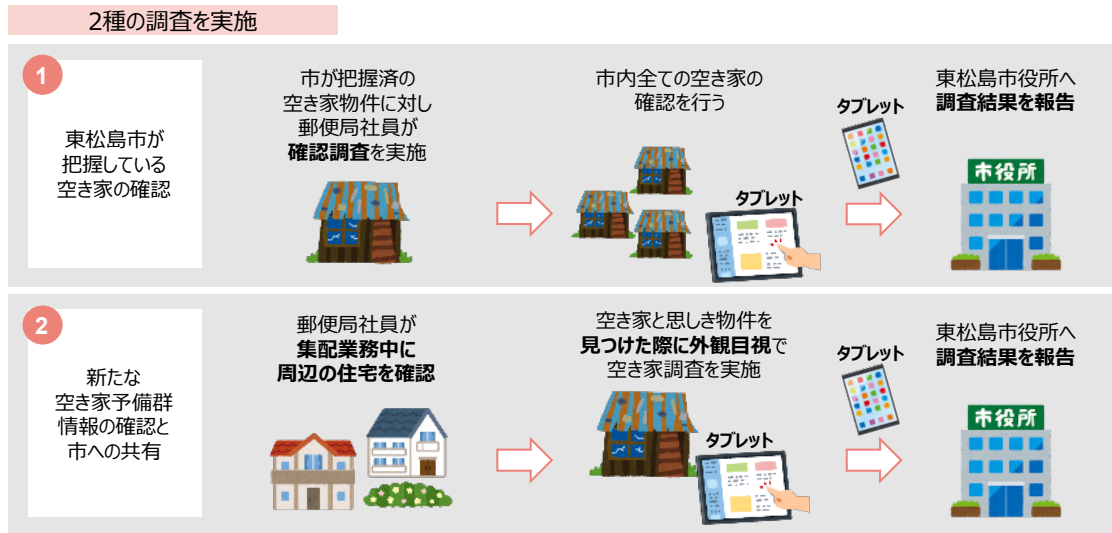
本実証事業では、市が把握している既知空き家と、新たな空き家予備群の調査の2種類に分けて空き家調査を実施した。

なお、郵便局社員が市内の空き家調査を行うに当たって、市報によって地域住民への周知を行ったとともに、宮城県東松島市から身分証明書および腕章を貸与した。

図表 3：空き家の活用支援の概要

【宮城県東松島市】 空き家の活用支援

- 空き家の増加による**不動産資産の効率低下**と**災害・治安の悪化**という地域の社会課題に対して、**郵便局が有するネットワークを活用**し、空き家情報を報告することで、空き家の有効活用を促進



Points

- ✓ タブレット端末に地図情報、調査票、写真撮影機能を集約し、調査を効率化
- ✓ “空き家調査基準項目”に則った調査と“外観撮影”により、客観性と情報共有のしやすさを実現

① 既知空き家調査

過去の空き家調査により市が把握している空き家物件に対し、郵便局社員が全物件の現状確認調査を実施した。調査の際は、郵便局社員が貸与されたタブレットを使い、調査結果の報告を行った。

図表 4：既知空き家調査の流れ

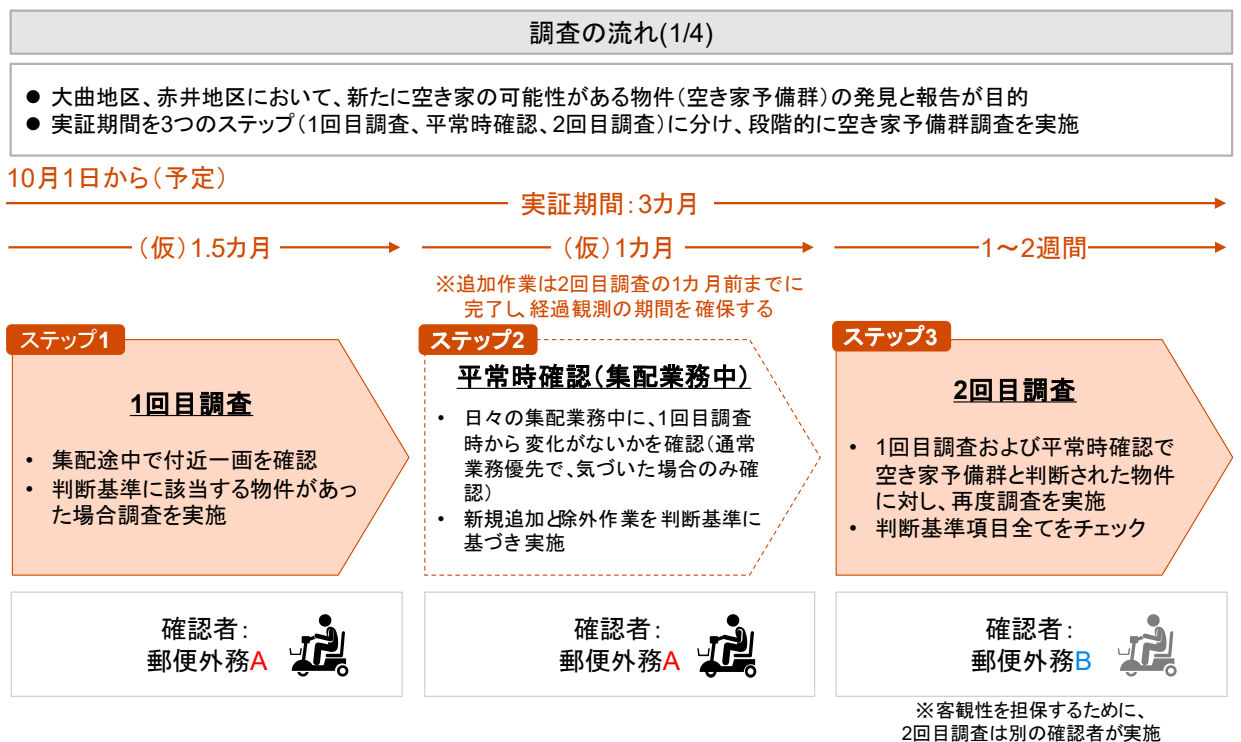


② 空き家予備群調査

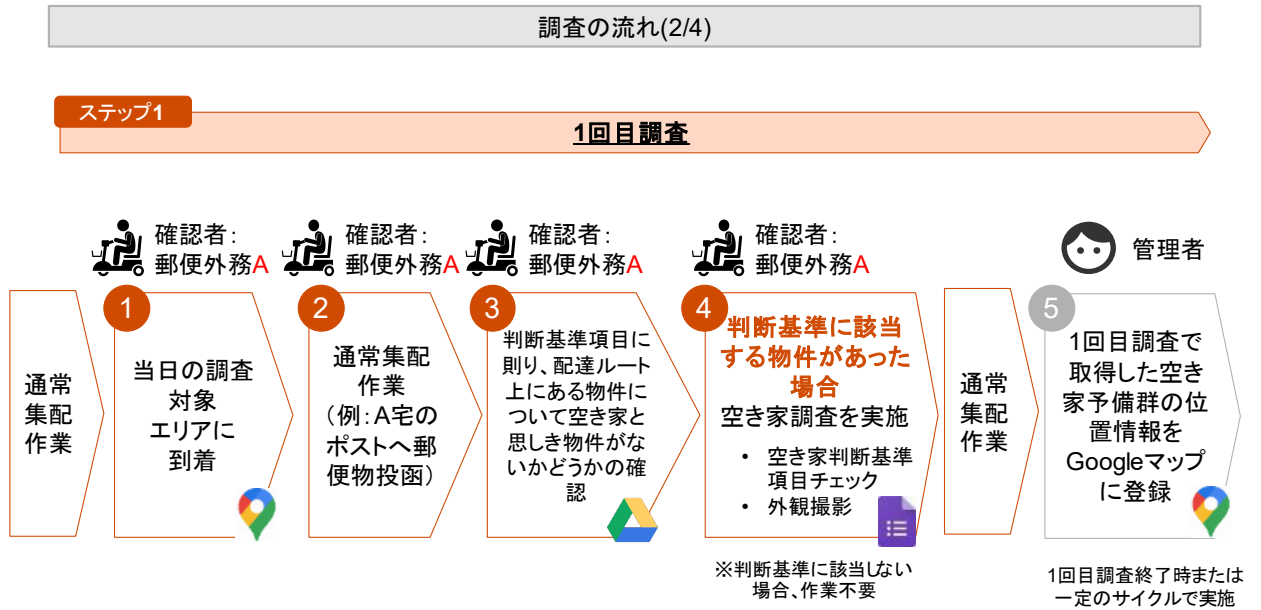
郵便社員が市内の特定の地区で集配業務を行う際に、周辺の住宅を確認し、空き家と思しき物件を見つけた際には貸与されたタブレットを使い調査結果の報告を行った。

なお、空き家予備群調査は宮城県東松島市の赤井地区、大曲地区に限定して実施した。

図表 5：空き家予備群調査の流れ（1/4）



図表 6：空き家予備群調査の流れ (2/4)





図表 7：空き家予備群調査の流れ (3/4)



図表 8：空き家予備群調査の流れ（4/4）



図表 9：＜参考＞空き家判断基準

空き家調査実施作業	
<ul style="list-style-type: none"> ● 以下既定の判断基準項目（空き家判断基準項目、および空き家”除外”判断基準項目）に則り、外観目視で調査を実施する ● 空き家の状態把握、および空き家調査業務であることの証拠を残すため、外観撮影を併せて実施する 	
 空き家判断基準項目	 空き家”除外”判断基準項目
<ul style="list-style-type: none"> A) 郵便受けが溜まっている、もしくは塞がれている（開けずに目視で調査） B) 窓ガラスが割れている C) 室内に家具がある様子が無い D) 門から玄関までに雑草が繁茂し、出入りしている様子がない E) 「売家」「賃貸」もしくは空家を連想させる掲示がある（売主・仲介業者が分かるよう写真撮影） F) 表札が取り外された形跡がある、もしくは張り紙や消されて見えなくしてある 	<ul style="list-style-type: none"> A) 建物内に人がいる B) 洗濯物が干してある C) ガーデニングや家庭菜園をしている D) 玄関ドアを開け、換気をしている
空き家と思いき物件を、本事業における空き家、または空き家予備群と判断するための基準として使用	明らかに空き家ではない物件を除外することで、効率化および空き家ではない判断に客観性を持たせるために使用

③ 配達地域指定郵便物（タウンメール）による空き家相談会の周知

日本郵便が提供する、指定した地域の全戸に郵便物を配送する「配達地域指定郵便物（タウンメール）」を利用し、市が開催する空き家相談会の周知を実施した。

図表 10：配達地域指定郵便物（タウンメール）による周知の効果検証のイメージ



本実証事業では、宮城県東松島市内の特定の自治区（矢本地区、赤井地区）に配達地域指定郵便物（タウンメール）での周知を行い、他の地域との比較により配達地域指定郵便物（タウンメール）による周知効果を検証した。

図表 11：配達地域指定郵便物（タウンメール）のデザイン



料金別納郵便
配達地域指定

東松島市内にお住いのみなさまへ

住まいに関する様々なお悩みを
経験豊富な相談員と一緒に考えます！

空き家相談会

— ご相談の例 —
空き家になる前に対策をおきたい！
相続手続について知りたい！
不動産を活用して老後に備えたい！
住まいの住み替えはどうするの？
退職したけど住宅ローンが心配…等々

【日にち】令和2年12月6日(日)/12日(土)/20日(日)
【場所】各市民センター
※日時・場所の詳細は裏面をご覧ください。
【相談員】司法書士、宅地建物取引士、建築士など
【定員】事前予約制（当日受付可）
【予約先・問合せ先】東松島市復興政策課
電話 82-1111（内線1234）

無料相談会スケジュール
※お住まいの地区以外の会場でも相談可能です。

実施日	受付時間	場所
12月6日(日)	10:00~12:00	野蒜市民センター (野蒜町丘1丁目15-1)
	14:00~16:00	赤井市民センター (赤井字川原三109-1)
12月12日(土)	10:00~12:00	大曲市民センター (大曲字寺道194)
	14:00~16:00	矢本東市民センター (小松字下浮堤115)
12月20日(日)	10:00~12:00	矢本西市民センター (小松字向田190-1)
	14:00~16:00	小野市民センター (小野字新久下36)

無料相談会場地図



④ ICT の活用

空き家の調査結果の報告に当たっては、費用の抑制と全国での普及展開を見据え、汎用性の高い Google の各種サービスを組合せ、業務を設計した。調査管理ソフトウェア「Google フォーム」を使用した。「Google フォーム」で空き家の判断基準や調査の観点に沿った設問を設けることで、郵便局社員が効率的に空き家の調査を行うことが可能になったことに加え、調査結果はリアルタイムで共有され、進捗管理や調査結果の効率性を検証した。また、空き家判断基準の適合性を公平に判断するため、タブレットによる写真撮影を行い、メール機能で報告を行った。

また、既知空き家および新たに発見された空き家予備群を「Google マップ」に登録することで、複数人が同時にかつリアルタイムに空き家の地図情報を共有でき、空き家の把握の効率化、重複した空き家調査の防止といった効果を検証した。

また、貸与するタブレットには、クラウドでのファイルストレージサービスである「Google ドライブ」を用いてマニュアルや事業概要資料（空き家調査中に地域住民に対して事業の説明を行う際に使用）を共有することにより、マニュアル等に修正が発生した場合にも常に最新の資料を共有することを実現した。

図表 12：空き家調査に使用したツール類

調査時の使用ツール		
 Google マップ	 Googleドライブ: マニュアル・事業概要	 Google フォーム
		

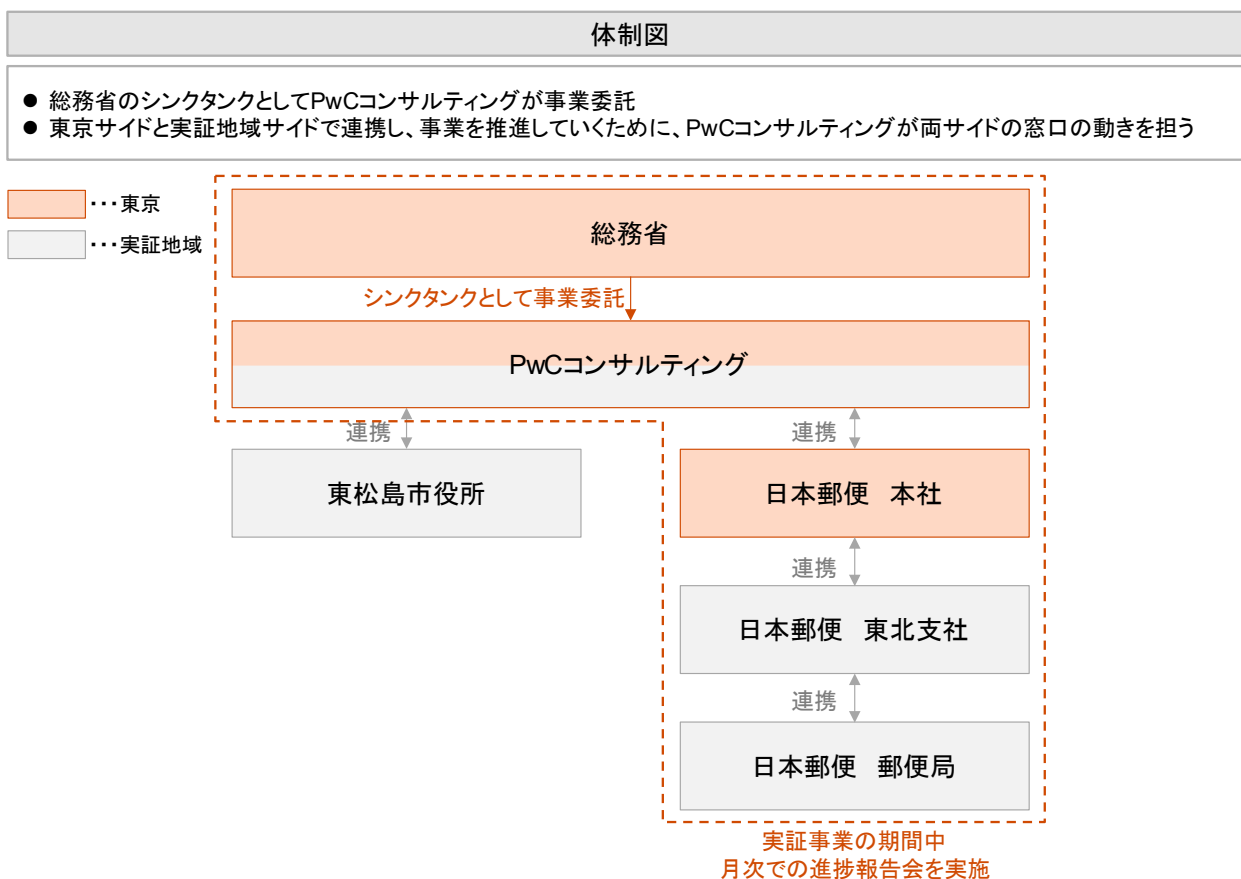
(3) 推進体制

本実証事業における空き家調査は、総務省からの受託事業者である PwC コンサルティング合同会社（以下、「PwC コンサルティング」という。）が業務の設計および実証事業中の進捗管理を担当し、宮城県東松島市および日本郵便株式会社（以下、「日本郵便」という。）の協力のもとで実施した。

総務省、PwC コンサルティング、日本郵便の3者間では、月に1度の進捗報告会議を実施し、現場で認識した課題や業務上の改善点を全体に共有し、都度、業務内容の見直しを図りながら実証事業を進めた。

また、宮城県東松島市とは調査対象の空き家物件の特定や配達地域指定郵便物（タウンメール）による周知施策の検討を、PwC コンサルティングが日本郵便の協力のもと実行した。

図表 13：空き家の活用支援の推進体制

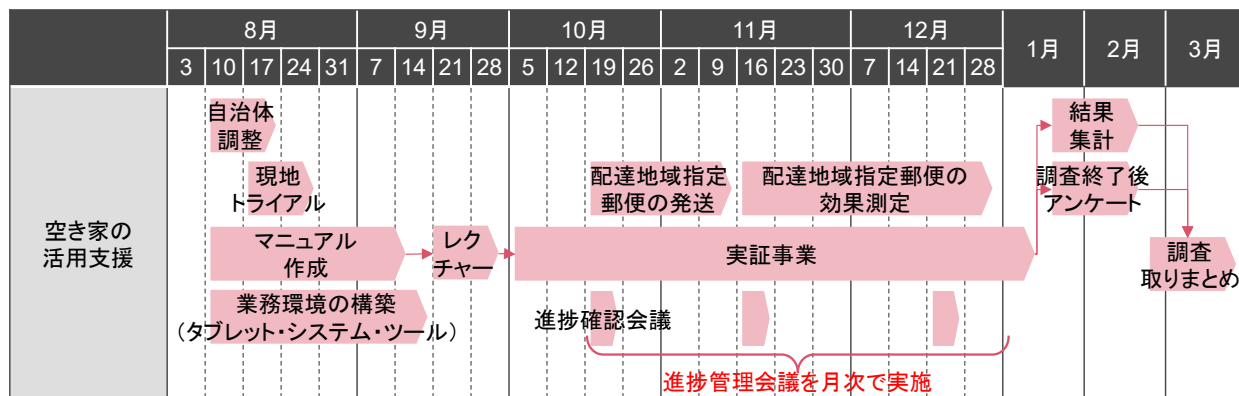


(4) 実施スケジュール

本実証事業の実施に当たっては、事前に PwC コンサルティングによる現地トライアル（既知空き家の状況確認と空き家判断基準の見直し等の検討）、マニュアルの作成を行い、郵便局社員へのレクチャーを実施した上で実証事業を開始した。

また、今後の全国展開を見据え、本実証事業では汎用的なタブレットやシステム、ツール類を使用することとし、業務環境の構築もマニュアルの作成と並行して実施した。

図表 14：空き家の活用支援実施スケジュール



(5) 実証事業で得られた成果

実証期間中の調査により、217軒の既知空き家のうち98軒が既に活用されていることおよび新たに赤井地区、大曲地区にて22軒の空き家と思しき物件を発見した。

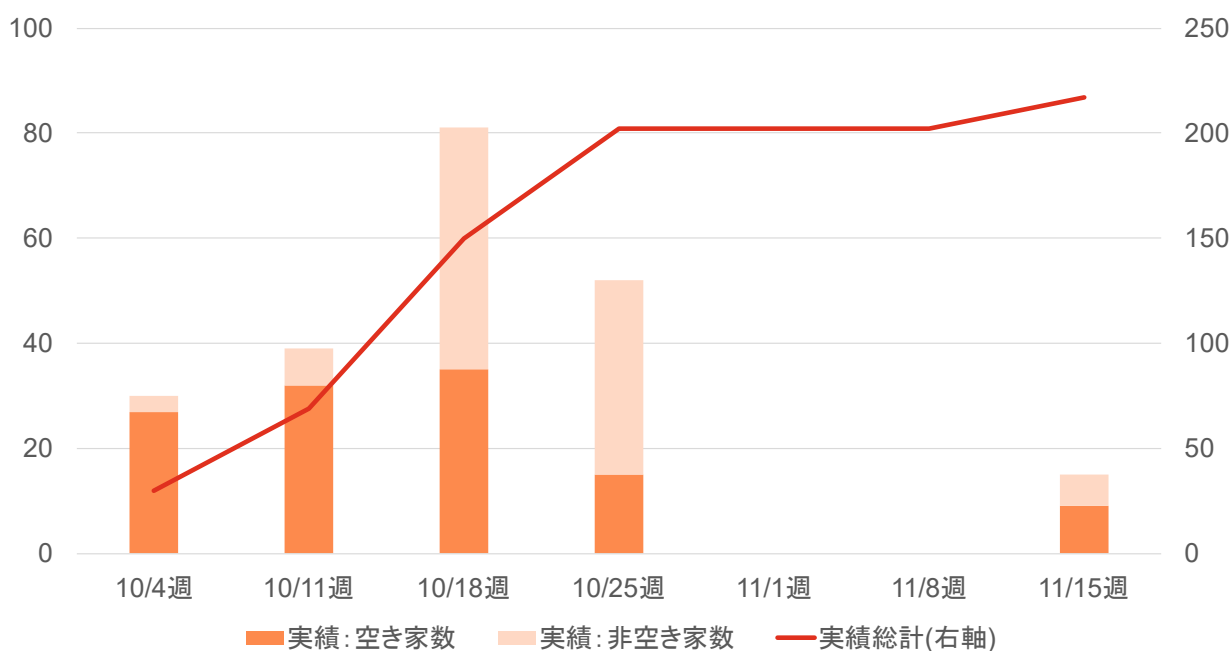
また、配達地域指定郵便物（タウンメール）による市開催の空き家説明会の周知では、全参加者のうち75%が配達地域指定郵便物（タウンメール）をきっかけに空き家相談会を知ることとなり、大きな効果が見込まれる結果となった。

① 既知空き家調査

令和2年10月から実施した既知空き家調査では、合計217軒の調査を約1カ月半で完了し、うち98軒が既に空き家ではなく活用されていることを確認した。なお、物件によっては1回目の調査で空き家か否かの判断がつかず、計2回の調査を行った物件も存在する。

なお、既に新たな住民が住んでいる場合、物件の写真撮影に住民の許可を得ることでより円滑に調査を行うことが郵便局から提案され、一部業務の流れを変更するに至った。

図表 15：既知空き家調査の実績



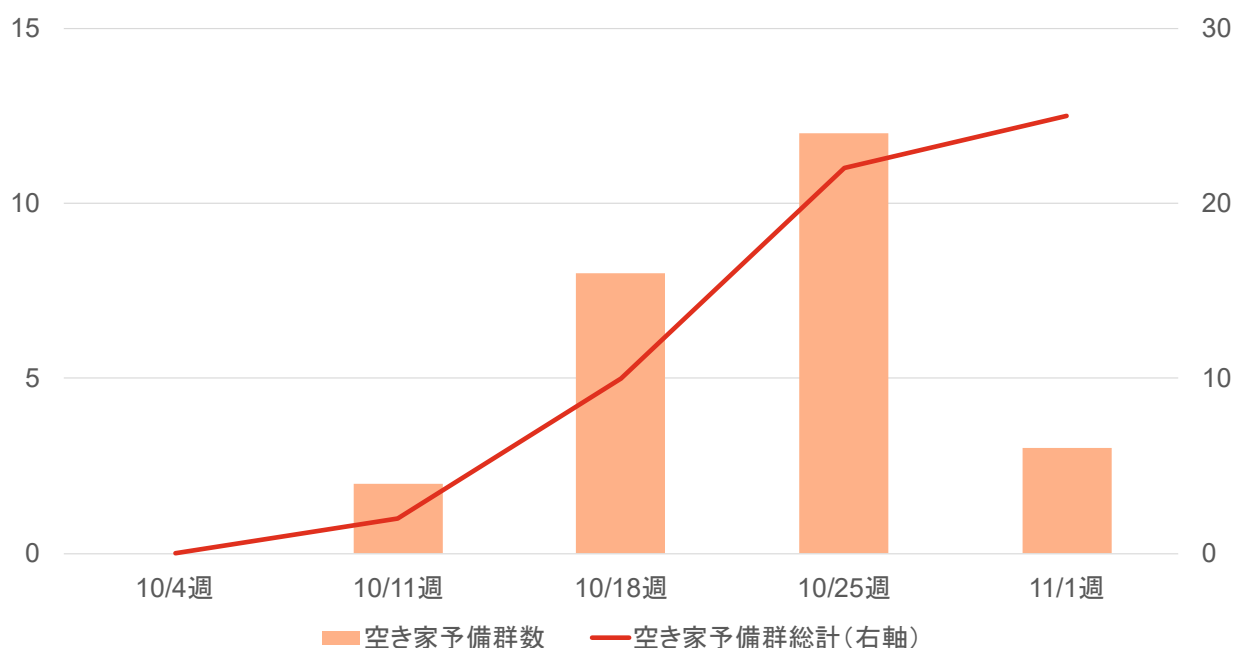
② 空き家予備群調査

空き家予備群調査では、実証事業開始から約1カ月の間に、対象とした赤井地区および大曲地区での第1回調査を完了し、計25軒の空き家と思しき物件を発見した。

なお、第1回調査の終了後、1カ月の期間をおいて実施した2回目調査において、うち3軒については既に空き家ではない（解体中、リフォーム中、または居住中）ことを確認したため、計2回の調査による調査精度の向上の効果が見られた。

集配業務中に調査を行うことで、空き家調査のみを行う場合と比較し、空き家調査に関する業務の効率化や工数の削減を実現することができた。ただし、郵便物の集配業務への影響も生じるため、空き家調査を行うことによる追加工数分の費用負担の在り方も併せて検討する必要がある。

図表 16：空き家予備群調査の実績

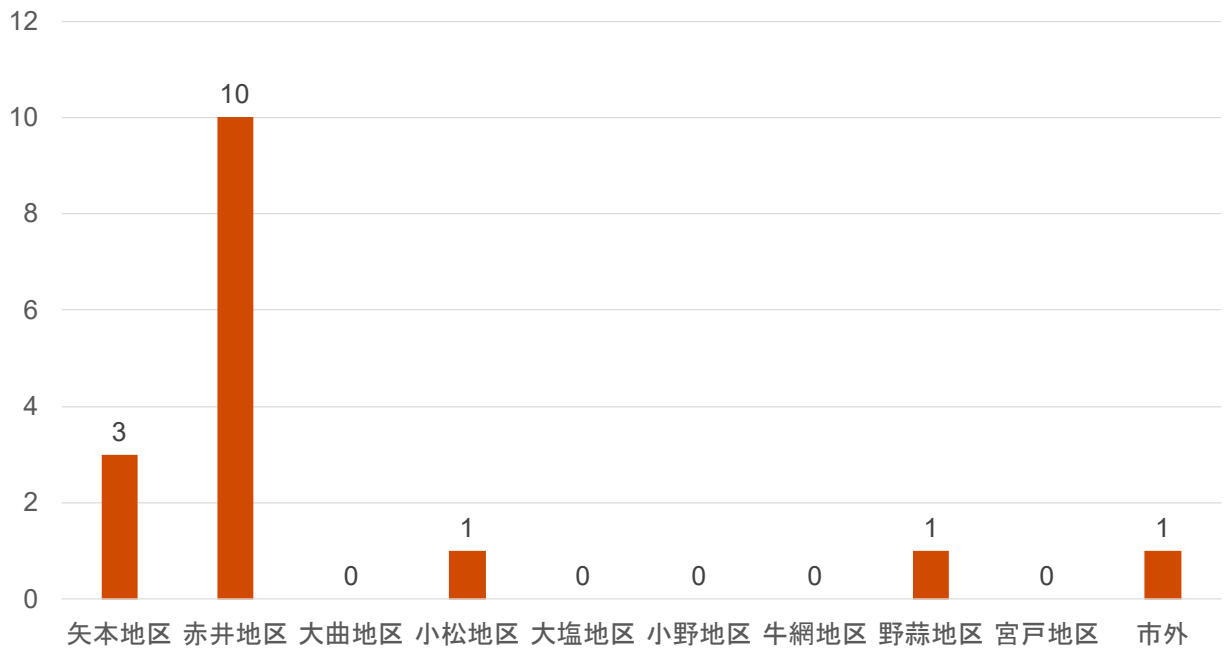


③ 配達地域指定郵便物（タウンメール）による空き家相談会の周知

空き家相談会への参加人数では、配達地域指定郵便物（タウンメール）によって周知を行った矢本地区、赤井地区からの参加者が他の地区と比較して多数を占めており、地方自治体の施策を不特定の住民に周知するに当たっては、配達地域指定郵便物（タウンメール）による周知は大きな効果があることが検証された。

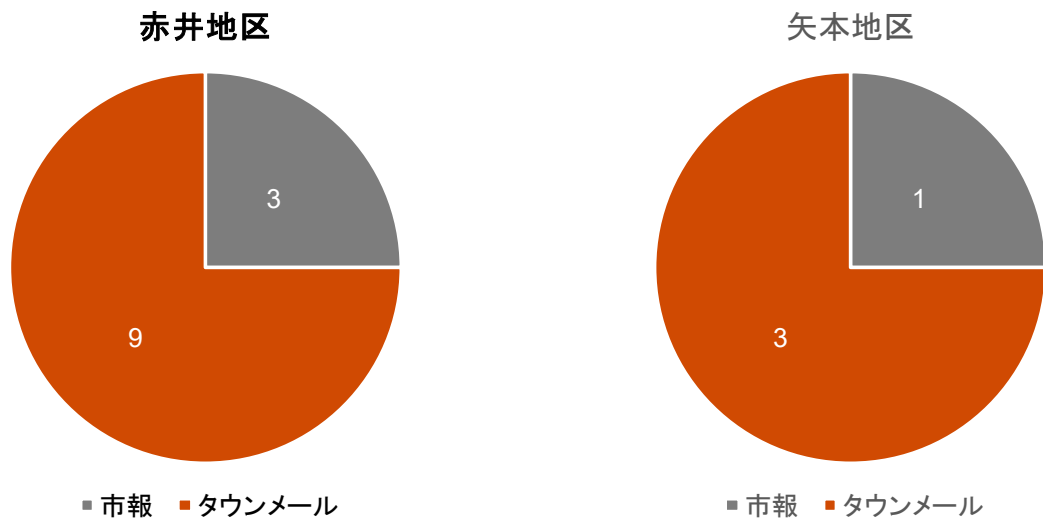
本実証事業では、調査による空き家の発見および発見された空き家の利用促進といった、地域における空き家活用のプロセスに準じて、それぞれに郵便局の既存のサービスや業務を組み合わせた実証を行った。実証の結果、郵便局の既存のサービスが空き家の発見および空き家の利用促進の双方に有効活用できるとの成果が挙がり、地域の空き家活用促進を郵便局がパッケージで支援することは、実現性の高い郵便局の利活用のモデルケースとなりうることが検証された。

図表 17：空き家相談会出席者の概観



矢本地区、赤井地区の参加者が相談会を知ったきっかけでは、矢本地区では参加者全員が、赤井地区では参加者の9割が配達地域指定郵便物（タウンメール）による周知が空き家相談会を知るきっかけとなっており、配達地域指定郵便物（タウンメール）による周知効果が見込まれる結果となった。

図表 18：配達地域指定郵便物（タウンメール）対象地区における相談会を知ったきっかけ（複数回答）



④ 郵便局社員における地域貢献の意識の向上

空き家調査を行う中で、家屋の写真撮影の許可を得たり、事業内容を説明した

りするなど、郵便局社員と地域住民のコミュニケーションが発生した。その際、地域住民からは「郵便局社員から話しかけられて嬉しかった」や「郵便局による空き家調査はありがたい」といった肯定的なご意見をいただくことができた。このような地域住民とのコミュニケーションが、郵便局社員における地域貢献への意識向上に影響を及ぼすと考えられる。

⑤ メディア等を通じた情報発信

本実証事業の開始に当たって、調査を開始した令和2年10月1日に、宮城県東松島市長の定例会見による発表と、宮城県東松島市および日本郵便東北支社の共催での開始式を行った。

開始式の模様は各種メディアにて報道され、地域住民への本実証事業の周知の他、宮城県東松島市と同様に空き家の活用に課題を抱える他の地方自治体等への情報発信の効果があった。

図表 19：空き家の活用支援に関する主な報道

報道時期	タイトル	報道機関
令和2年10月	郵便配達しながら「空き家」調査 東松島市と日本郵便が協定〈宮城〉	仙台放送
令和2年10月	空き家調査 任せて 郵便局と東松島市が連携 集配しながら情報収集	河北新報
令和2年10月	郵便局員が空き家調査 全国初、東松島で実証実験 国モデル事業	河北新報
令和2年10月	郵便局員が空き家調査	一般社団法人 空き家管理士協会
令和2年10月	東松島と日本郵便がタッグ	東松島市報
令和2年10月	総務省の郵便局活性化推進事業 空き家の活用を支援〔東北支社〕東松島市と連携	通信文化新報
令和2年12月	県内に13万戸…どうする“空き家問題”	ミヤギテレビ (ミヤギnews every.)

(6) 実証事業で特定された課題

本実証事業で行った空き家調査を全国に普及展開するに当たっては、以下の課題への対応が必要であると考えられる。

① ICT 技術の利便性向上

本実証事業では、汎用的なタブレットおよびシステム環境を用いた利便性の検

証を行った。検証の結果として、大きく以下2点が課題と認識された。

- ・ Google フォームをはじめとする入力インターフェースの改善
- ・ 組織間の情報連携方法の改善

入力インターフェースの改善については、Google フォームの仕様上、調査を行った日付や調査担当者の氏名・メールアドレス等、自由記述せざるをえない入力箇所があり、調査を行った郵便局社員から誤記や入力への負担等の意見が寄せられた。また、多数の端末から同一の Google フォームにアクセスするため、Google による認証が必要となるケースが散見され、調査を行う郵便局社員の入力への負担を高めることとなった。

組織間の情報連携方法の改善については、セキュリティの観点から Google フォームの回答を集計する Google スプレッドシートが組織を跨いで共有することができず、都度、Excel 形式に変換しての情報連携が必要となった。組織間での組織連携を円滑に行うには、調査を行う関係者がアクセスできるアカウントを設けるなどの手段が必要である。

② 地域住民への周知の徹底

郵便局社員が空き家調査を行う際には、近隣の地域住民からの問合せ対応や、空き家の所有者への写真撮影の承諾を受けるなど、地域住民とのコンタクトが生じることが考えられる。地域住民からの郵便局に対する信頼感によりある程度の軽減は図ることができたが、より一層円滑な調査を行うためには、地域住民に対する事前の周知を徹底することも検討を要する。なお、本実証事業では市報および各種報道機関による報道によって空き家調査の周知を実施してはいたが、配達地域指定郵便物（タウンメール）による対象地域への全戸周知や、地方自治体と連携し自治会を経由した周知が有効との意見が挙げられた。

③ 費用負担の在り方の検討

郵便局社員による空き家調査は、地方自治体職員の業務負担を軽減する効果があり、今後の全国への普及展開に向けては地方自治体からの受託事業としての展開を検討する必要がある。調査事業の受託に当たっては、郵便局が実施する際の必要な費用および地方自治体職員や他の調査会社が実施する際の費用に対する費用軽減効果を可視化することで、郵便局による調査の優位性を明確にすることが求められる。

特に空き家予備群調査においては、集配中の郵便局社員等が周辺を調査することで、調査のみを行う場合に比べてどの程度の工数および人件費等の軽減効果があるかは検証が必要である。

(7) 全国への普及展開、円滑な実施に向けた留意事項

① 事業の企画立案

【考慮すべき観点： 役割分担、費用分担、ICT の活用、連携の効果、利便性向上、持続可能性】

空き家の活用支援の企画立案を行う際には、その地方自治体の特徴として、以下の観点を正確に把握する必要がある。

- 人口動態（特に人口の自然減が多い場合、空き家の発生が予測される）
- 地方自治体による空き家調査の有無（既に実施している場合は、郵便局による調査のコスト優位性を把握する）
- 地方自治体の情報連携基盤（外部との情報連携の可否を確認する）
- 地方自治体による空き家活用施策の内容（発見した空き家が活用されるまでの支援メニューがあるかを把握する）

以上の情報をもとに、全ての観点について、検討を実施する。

② 地域との調整

【考慮すべき観点： 役割分担、費用分担、連携の効果、持続可能性】

地方自治体と具体的な実施内容を協議する際には、役割分担の明確化と役割分担に応じた費用分担の在り方についての協議が不可欠である。実証事業をもとに空き家調査全体にかかる工数と費用を見積り、相応の収益が確保できるよう、役割分担の見直しまたは費用分担の見直しを行う。

業務の内容については、地方自治体が実施している施策が、空き家調査で特定した空き家を有効に活用する内容であり、成果として空き家を活用した関係人口・交流人口・定住人口の増加などにつながるような連携が描けていることが不可欠である。地方自治体の施策とのつながりがない場合は、調査で特定した空き家が放置されることになり、地域課題の解決や地域住民の満足度向上にはつながらない。

③ 事業の実施

【考慮すべき観点： 役割分担、ICT の活用、利便性向上】

事業の実施段階では、スケジュールや品質の管理と併せて、調整段階で取り決めた役割分担の通り業務が遂行されているかを定期的に確認する必要がある。当初の役割分担から逸脱する場合、得られる収益以上に見合わないコストが発生する等、事業の持続に支障をきたす可能性がある。

なお、業務の企画段階ではとらえきれていなかった課題が発生した際は、まず ICT を活用した解決策を講じることが望ましい。人的資源を投下しての解決は、関係者全体の費用を増加させるとともに、その後の普及展開時も余分な工数を前提とした業務設計にならざるを得なくなるため、将来的な収益性と事業の持続可能性を低めることとなる。ICT の活用により、その後の普及展開のコスト水準を下げるのが、事業の持続には欠かすことができない要素である。

また、事業の実施中は、地方自治体や地域住民の声を拾い上げ、常に業務内容の見直しを図る PDCA サイクルを構築することが望ましい。

④ 結果の評価・検証

【考慮すべき観点： 費用分担、連携の効果、利便性向上、持続可能性】

事業の実施後は必ず結果の評価・検証を行い、次の実施に向けた改善点の洗い出しを行う。特に、費用分担については、実際に投下した工数とのバランスを検証し、必要に応じて調査にかかる工数や費用計算を見直すことが求められる。

また、金銭的な評価に加えて、連携の効果や地方自治体および地域住民の利便性向上といった成果の検証も、事業が地域の課題を解決しうるものなのかを把握するために重要である。事業が確実な成果を上げることが、地域との連携をより強化し、調査を行った郵便局社員の満足度を高め、持続可能な事業を確立することにつながる。

3 地域体験型観光コーディネート

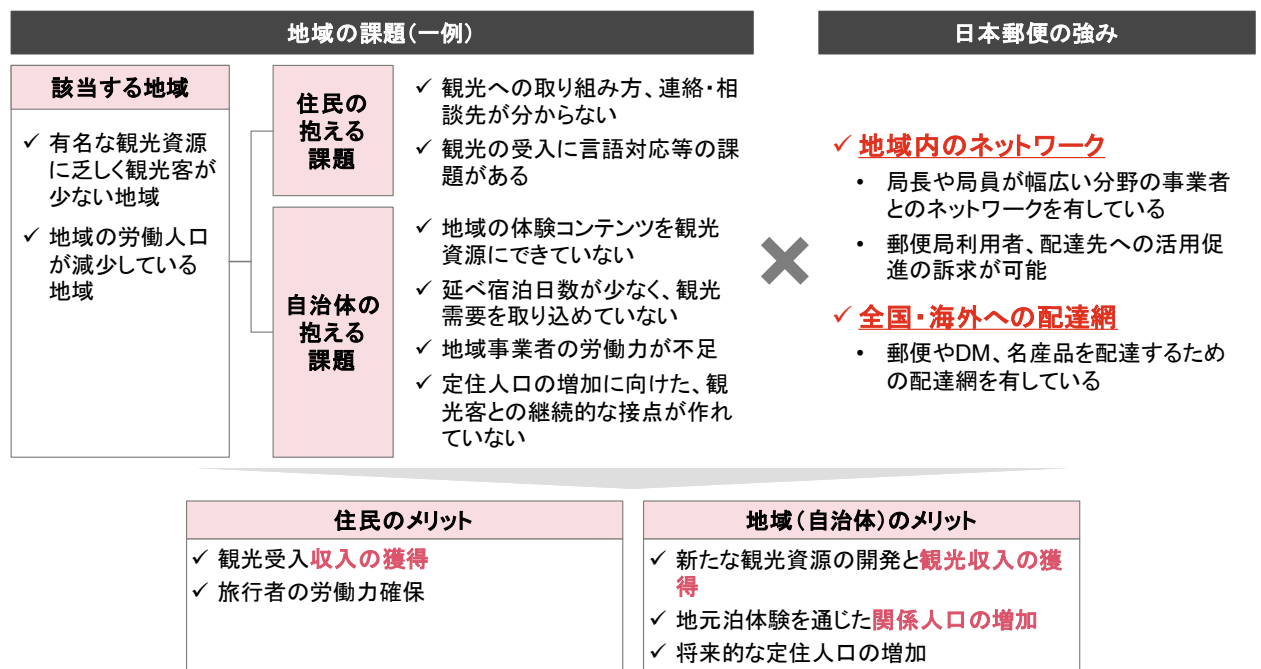
令和2年度においては、北海道帯広市にて「地域体験型観光コーディネート」に係るワークショップを実施した。

当初は、地域外の旅行関連サービス事業者によるセミナーを通じ、地域事業者が体験型観光コンテンツを造成し、実際に観光客に対するモニター調査を実施することを想定していたが、新型コロナウイルス感染症の拡大により、観光客の実証地域への移動を制限する必要が生じたことにより、地域外の旅行関連サービス事業者と地域事業者が参加し、新たな体験型観光コンテンツおよび郵便局の活用方法を検討するためのワークショップを開催することとなった。なお、ワークショップも当初は地域の観光資源や地域事業者を訪問するフィールドワークを含む、現地での開催を予定していたが、令和3年1月の新型コロナウイルス感染症の拡大防止を目的とした緊急事態宣言の発令により、全面オンラインでの開催とした。

(1) 地域の抱える課題と活用可能な郵便局の強み

日本各地で更なるインバウンド旅行者の拡大、観光消費の取り込みを目的とし、観光振興が進められているが、地域の観光資源を十分に生かし切れていないという課題が散見されている。そのような環境下で、従来の観光資源だけではなく、その地域の人や文化、産業を体験する「体験型観光コンテンツ」の造成が各地で進められているが、一方で体験型観光コンテンツの造成には旅行関連サービス事業者をはじめとする外部との連携が必要な状況である。そのため、本実証事業では、郵便局が有するネットワークを生かし、地域の観光資源の発掘および地域外の旅行関連サービス事業者との橋渡し役となり、地域の観光振興をサポートすることを目的とした実証事業を企画した。

図表 20：地域体験型観光コーディネートにおける地域の課題と郵便局の強み



ただし、上述の通り新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、観光客の往来が制限される環境下であるため、本事業では旅行関連サービス事業者と地域事業者等を参加とし、その地域の観光資源や魅力を生かしつつ、さらには郵便局のリソースと ICT 技術を活用した新たな観光ビジネスの創出を目的としたワークショップを開催した。

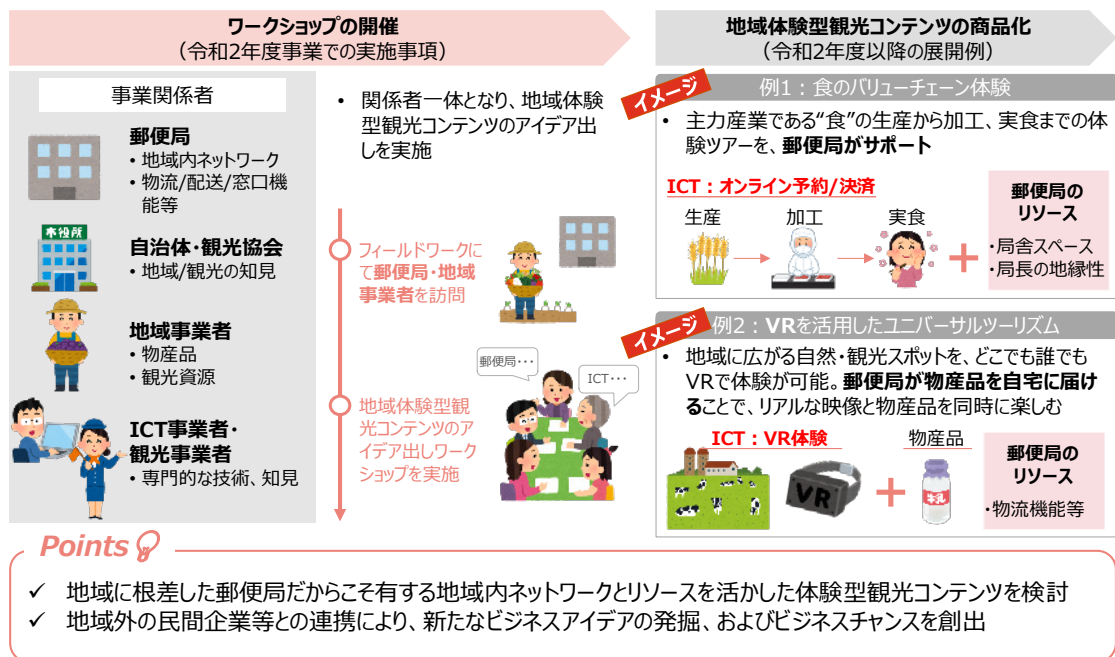
(2) 実施内容

本実証事業は、地域事業者ならびに旅行関連サービス事業者および ICT 事業者が参加するワークショップと、ワークショップの運営およびアイデア出しされたモデルケースに関するアンケートによる効果検証の 2 段階で実施した。効果の検証に当たっては、地域の観光振興における、企画立案段階および観光コンテンツを実際に提供する段階それぞれの郵便局に期待する役割や費用負担の在り方、地方自治体・事業者・郵便局の連携についての検証を行った。

図表 21：地域体験型観光コーディネート概要

【北海道帯広市】 地域体験型観光コーディネート

- **観光資源の活用が不十分**という地域の社会課題に対して、**郵便局が有する地域内のネットワークを活用**し、観光情報を提供する民間企業等と連携した上で、ワークショップの企画・運営等を通じて地域体験型観光を推進



ワークショップには、地域の郵便局、地方自治体、地域事業者、地域外の旅行関連サービス事業者およびICT事業者が参加し、地域の観光資源の魅力を見直し、旅行者のニーズに合わせた新たな観光コンテンツ、モデルケースについての議論を行った。

なお、北海道帯広市では農業と食を主力産業としていることから、地域事業者として特色のある農業・酪農事業者、飲食店事業者が参加し、“食の”バリューチェーンをテーマとして体験型観光コンテンツの検討を行った。

議論の中では、地域事業者が観光に取り組む上での課題を特定し、ワークショップに参加した旅行関連サービス事業者や郵便局との連携による課題解決の方策を検討した。また、郵便局等との連携においては、円滑かつ効果的に業務を行うためのICT活用についても検討を行い、ワークショップに参加したICT事業者からのアイデアやアドバイスを受けながら進めた。

① ワークショップの進行方法

当初予定していたフィールドワークに代えて、ワークショップの参加者には地域事業者の事業内容等を紹介する動画や資料をインプットとして提供し、地域

への理解を深めた状態でワークショップを進行した。また、地域事業者の観光に関する取組内容や潜在的な魅力を自他で評価することで、体験型観光コンテンツを造成する際にフォーカスすべき分野を特定し、効果的なアイデア出しを行う工夫を図った。

図表 22：ワークショップの進め方



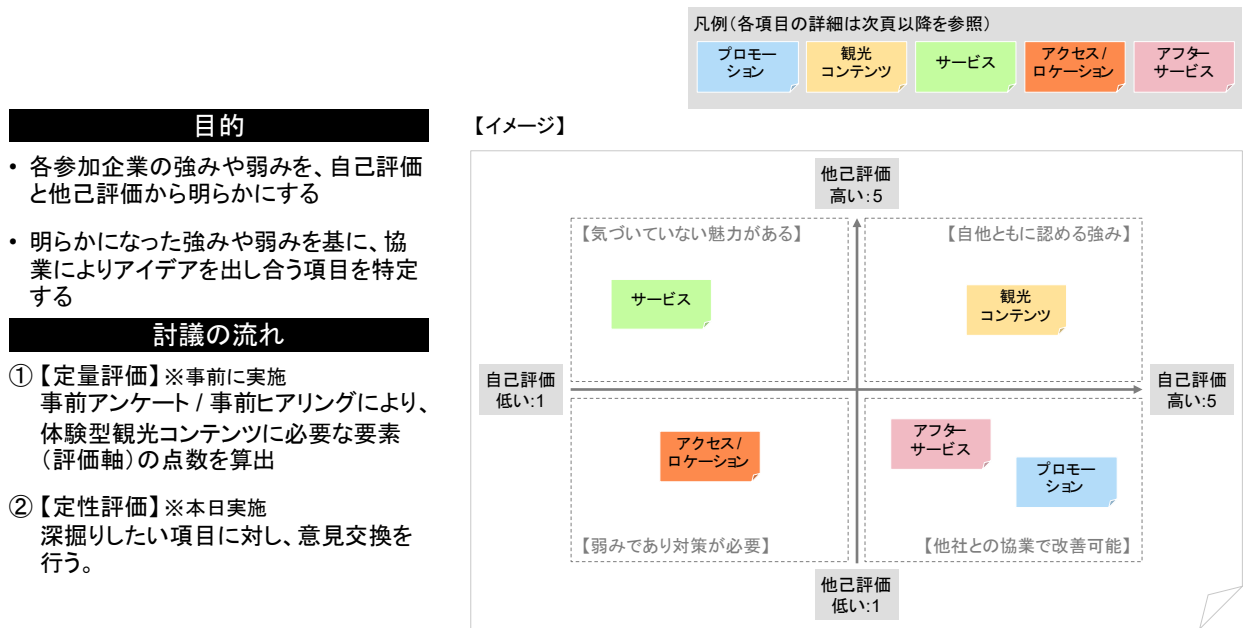
図表 23：ワークショップの進行表

次第		開始	終了	時間	発表 / 進行
Opening ～本日の目的とゴール～	開会挨拶	9:00	9:05	5分	総務省 郵政行政部企画課
	ワークショップのテーマ、進め方	9:05	9:15	10分	PwC
	自己紹介	9:15	9:30	15分	進行:PwC
Scan ～視野を広げる～	Scan 1: 帯広市の観光について	9:30	9:40	10分	帯広市 観光交流課
	Scan 2: 日本郵便・郵便局の取組について	9:40	9:50	10分	日本郵便本社 地方創生室
	Scan 3: 地域事業者による事業紹介	9:50	10:15	25分	参加企業(4社・各社5分)
	Scan 4: 旅行・ICT関連事業者による事業紹介	10:15	10:30	15分	参加企業(5社・各社2分)
休憩 / ルーム設定		10:30	10:40	10分	
Focus ~課題を特定する~	Focus 1: 帯広市参加企業に関する意見交換	10:40	11:10	30分	進行:PwC
Act ～行動計画を立案する～	Act 1: 協業によるアイデア出し	11:10	11:40	30分	進行:PwC
	Act 2: 体験型観光のビジネスモデル作成	11:40	12:00	20分	進行:PwC
休憩 / ルーム設定		12:00	12:05	5分	
Closing ～本日のまとめ～	全体発表(発表10分+フィードバック5分)	12:05	12:20	15分	各グループ代表者(各5分)
	本日のセッションのまとめと今後の進め方	12:20	12:25	5分	PwC
	閉会挨拶	12:25	12:30	5分	帯広市 観光交流課

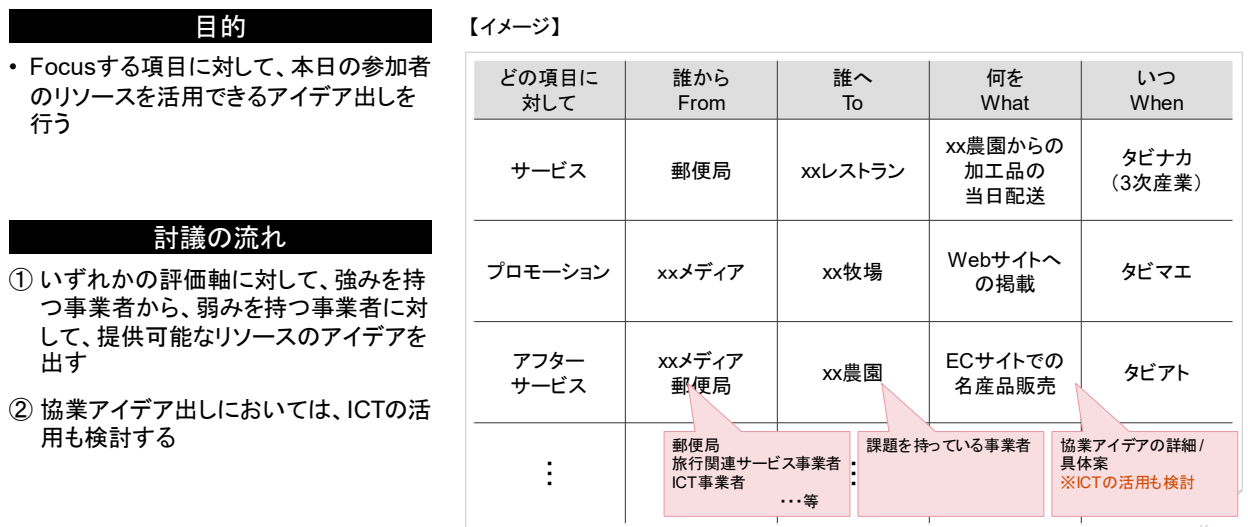
ワークショップの進行においては、ワークシート①を用い、地域事業者の強みや弱みを可視化するとともに、観光分野に活用可能な要素や他の事業者との連携が必要な要素を特定し、その後のアイデア出しの検討材料とした。

また、アイデアを出し合う際には、ワークシート②にて誰から誰への価値提供を行うアイデアなのかを明確にし、主体間の役割分担や連携の具体化を図った。

図表 24：ワークシート① 地域事業者に関する意見交換



図表 25：ワークシート② 協業アイデア出し



② ワークショップの参加者

ワークショップには北海道帯広市内の事業者4社、旅行関連サービス事業者およびICT事業者5社、日本郵便本社、日本郵便北海道支社および郵便局3局が参加し、地域の観光振興に関する議論を行った。

地域事業者からは、自社や店舗等を活用した観光施策のアイデアを募り、旅行関連サービス事業者がノウハウや既存のサービスを活用した観光コンテンツとしての更なる魅力の向上をアドバイスした。その中で、郵便局のリソースを活用することで観光客の利便性向上につながるアイデアを出し合い、観光分野における郵便局の活用方法についての議論も実施した。

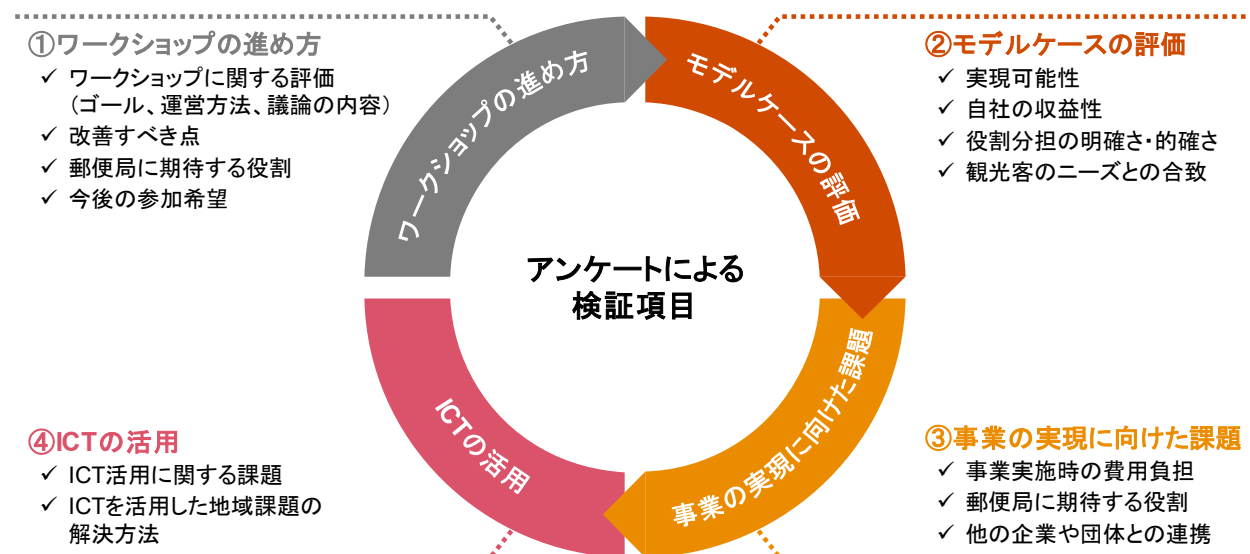
図表 26：ワークショップの参加団体

帯広市参加企業	旅行関連サービス事業者 / ICT事業者	日本郵便
<ul style="list-style-type: none"> ■ 有限会社トヨニシファーム 肉牛の一貫生産、農産物生産・販売・加工 ■ 株式会社 満寿屋商店 パン製造販売 ■ 十勝緑丘 株式会社 日本酒製造販売 ■ 株式会社 エアシア 航空機のシェアリングサービス 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 株式会社ぐるなび 地元発のご当地グルメと観光情報の発信 ■ 株式会社おてつたび お手伝いと旅を掛け合わせた新しい旅の形 ■ 株式会社 BEYOND 「インバウンド×地方創生」を支援する総合マーケティング企業 ■ True Japan Tour株式会社 日本文化体験、通訳案内士手配の専門家 ■ 富士通 株式会社(帯広支店) 総合エレクトロニクスメーカー、総合ITベンダー 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 本社 地方創生室 ■ 北海道支社 経営管理部 ■ 帯広西六条郵便局 ■ 帯広電信通郵便局 ■ 帯広郵便局
帯広市役所	実施主体・事務局	
<ul style="list-style-type: none"> ■ 帯広市 経済部 観光交流室 観光交流課 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 総務省 情報流通行政局 郵政行政部 企画課 	<ul style="list-style-type: none"> ■ PwCコンサルティング合同会社

③ アンケートの実施

ワークショップの開催後には、アンケートによりワークショップの運営およびワークショップで得られた体験型観光コンテンツのモデルケースに対する評価・検証を実施した。アンケートはワークショップの参加者に加え、観光コンテンツの評価といった観点で他の旅行関連サービス事業者にもご協力をいただいた。また、日本郵便の北海道以外の支社にも、旅行者の観点でモデルケースを評価していただいた。

図表 27：アンケートによる検証項目



④ ICT の活用

ワークショップは Zoom を利用したオンライン形式で開催し、各参加者がそれ

それぞれの拠点から参加した。また、地域事業者に関する意見交換および協業アイデア出しのパートは、Zoomのブレイクアウトルーム機能を活用し、同時に2グループでの討議を実現した。

また、体験型観光コンテンツおよびモデルケースの検討においては、ICTを活用した情報発信や予約決済や、受発注や在庫管理等の自動化といった物流機能の高度化を念頭に置いた議論を実施し、観光分野におけるICT活用、ICTを活用した郵便局の業務の在り方についても多くのアイデアを得ることができた。

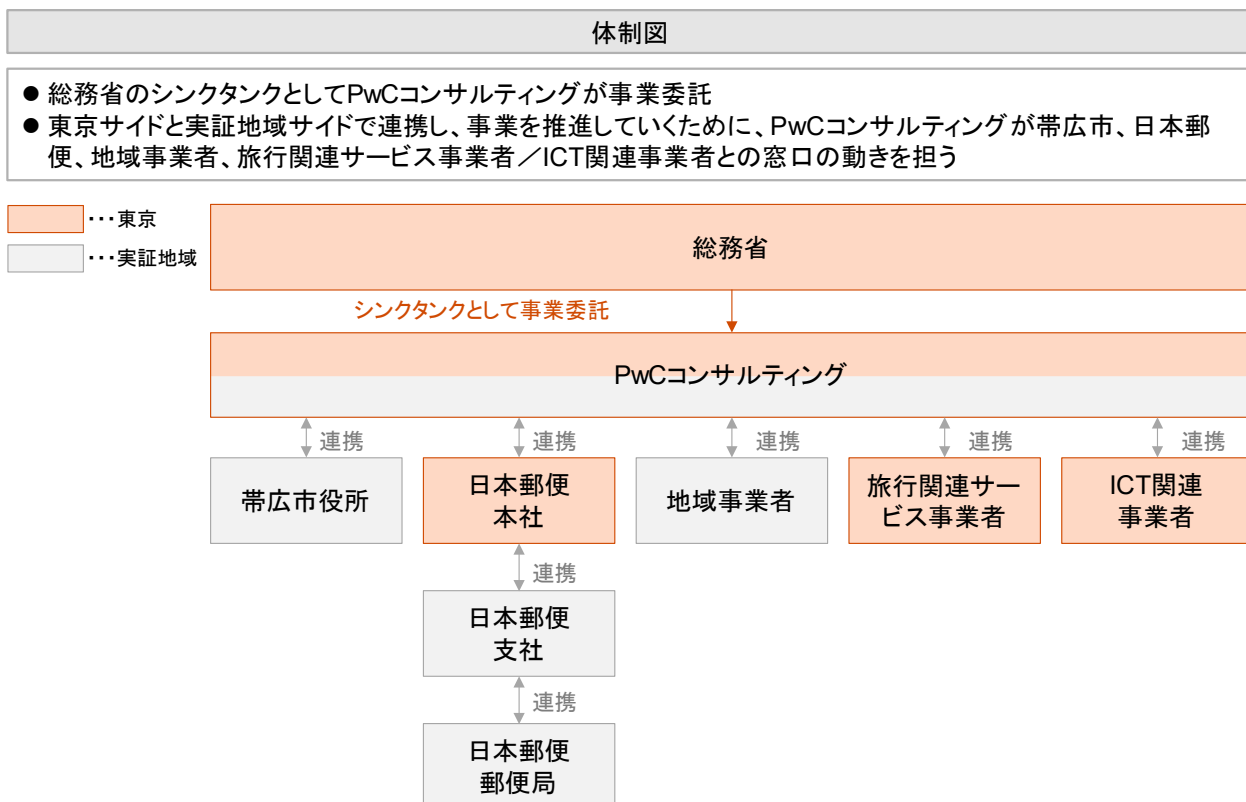
(3) 推進体制

ワークショップ参加者との連携および調整ならびにワークショップの進行方法等の検討は、総務省の受託事業者であるPwCコンサルティングが北海道帯広市および日本郵便の協力のもとで実施した。

ワークショップに参加する地域事業者については、地域の郵便局から推薦および地域事業者の広報担当者等との事前調整を行うことで、円滑な遂行を図った。

また、日本郵便北海道支社および郵便局もワークショップに参加し、地域の特性や魅力といった地域の拠点としての発言に加え、郵便局のサービスやリソースを他の参加者に説明する役割を担った。

図表 28：地域体験型観光コーディネートの推進体制



(4) 実施スケジュール

北海道帯広市との実施事項に関する調整の後、ワークショップに参加する事業者の選定とワークショップの進行方法の検討を並行して実施した。

旅行関連サービス事業者の選定に当たっては、農業や食に関連するノウハウを持つ事業者、就労体験の提供事業者、ガイドの提供および育成事業者、情報発信を専門とする事業者など、観光分野における幅広いノウハウを有する事業者を対象に調整を行った。

一方、地域事業者の選定に当たっては、北海道帯広市や地域の郵便局の意見も取り入れ、地域の魅力を体現し、かつ観光において魅力のある事業者を対象に調査、調整を行った。

図表 29：地域体験型観光コーディネートの実施スケジュール

	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
地域体験型 観光コーディネート	自治体調整		事業者調整 (旅行/ICT)					
		参加事業者調査 (地域事業者)		事業者調整 (地域事業者)				
			ワークショップ進行方法の検討					
						ワーク ショップとりまとめ	結果	事後 アンケート

(5) ワークショップで得られた成果

① 観光振興に関する議論の実現

ワークショップでは、地域の観光資源や体験が可能な暮らしや食の魅力について、多くの意見やアイデアが議論された。また、地域事業者が観光に取り組む中での課題に対しては、旅行関連サービス事業者が自社のサービスや地域の成功事例をもとにアドバイスを行うことで、テーマとしていた“食のバリューチェーン”を生かした新たな体験型観光のモデルケースが複数創出された。

図表 30：ワークショップで創出されたモデルケース（一例）

事業タイトル		農業体験と料理体験を通じた食育観光				
		タビマエ	タビナカ			タビアト
			1次産業	2次産業	3次産業	
実施事項	<ul style="list-style-type: none"> 郵便局を活用した観光PR 名物局員による情報配信 	<ul style="list-style-type: none"> 農業体験(小麦や小豆、甜菜の植え) 成長過程の動画配信 	<ul style="list-style-type: none"> 加工場等の見学 	<ul style="list-style-type: none"> 料理体験(現地またはオンライン) 	<ul style="list-style-type: none"> 商品の定期購入+現地クーポンの販売 	
ポイント	<ul style="list-style-type: none"> 現地の人だから知っているおススメの食材や体験、地域の良さを配信 	<ul style="list-style-type: none"> その地域でしか味わえない食材、その地域の歴史に関する食材を紹介 	<ul style="list-style-type: none"> 普段は見られない、その地域に根差した食や産業の体験 	<ul style="list-style-type: none"> オンラインの場合は、地域の食材が自宅に届き、家族で料理を体験 	<ul style="list-style-type: none"> 現地に訪れるとお得なクーポンをセットにし、継続的に観光需要を創出 	
協業者	<ul style="list-style-type: none"> 郵便局(観光案内、情報発信) 	<ul style="list-style-type: none"> 郵便局(食材の発掘) 地域事業者(農業体験の提供) ガイド事業者(農家に代わってのガイド) 	<ul style="list-style-type: none"> 郵便局(事業者との調整) 地域事業者(体験の提供) ガイド事業者(工場に代わってのガイド) 	<ul style="list-style-type: none"> 郵便局(食材の配送) 地域事業者(料理教室の開催) 	<ul style="list-style-type: none"> 郵便局(定期商品の販売) 	
対象顧客	子育て世代、食に興味の強い観光客(ガストロミーツーリズム)					
開催時期	春: 植え～夏: 動画配信～秋: 収穫・調理					

ワークショップに参加した帯広市 経済部 観光交流室 観光交流課からも、ワークショップの運営については、参加者それぞれの知見に基づいた中身の濃い議論が行われたこと、地域事業者と旅行関連サービス事業者の接点が生まれたことへの評価があった。また、創出されたモデルケースについても、具体的なアイデアやスキームについての評価があった。(帯広市からの評価は事後アンケートから抜粋)

② 郵便局に期待する役割の明確化

地域の観光振興に関して、郵便局の物的・人的リソースの活用について、地域の事業者が抱える課題や旅行関連事業者のノウハウ等を基に、具体的な検討を行うことができた点も、本ワークショップの成果として挙げられる。郵便局の活用について、地域の事業者等の視点から、課題と期待する役割が明確に提示されたことで、連携アイデアの具体化が図られた。

ワークショップでの議論を通じ、事業者から見た郵便局に期待する役割や郵便局が提供可能なサービスについての理解が進んだほか、地域内外の事業者間のネットワークが形成された。今後は事業者間の主体的な活動を中心とした、モデルケース案の実現に向けた取組が期待される。

また、地域の観光振興においては、より長期的な滞在を実現し、観光消費を高める目的での広域連携が検討されることが多く、地方自治体間の広域連携や広域 DMO といった取り組みがなされている。このような状況の中、地域住民や事業者との密接な関係性と、全国的なネットワークの双方を有する郵便局は、広域連携を実現するために重要な役割を果たすことができると考えられる。

③ オンライン開催による効果

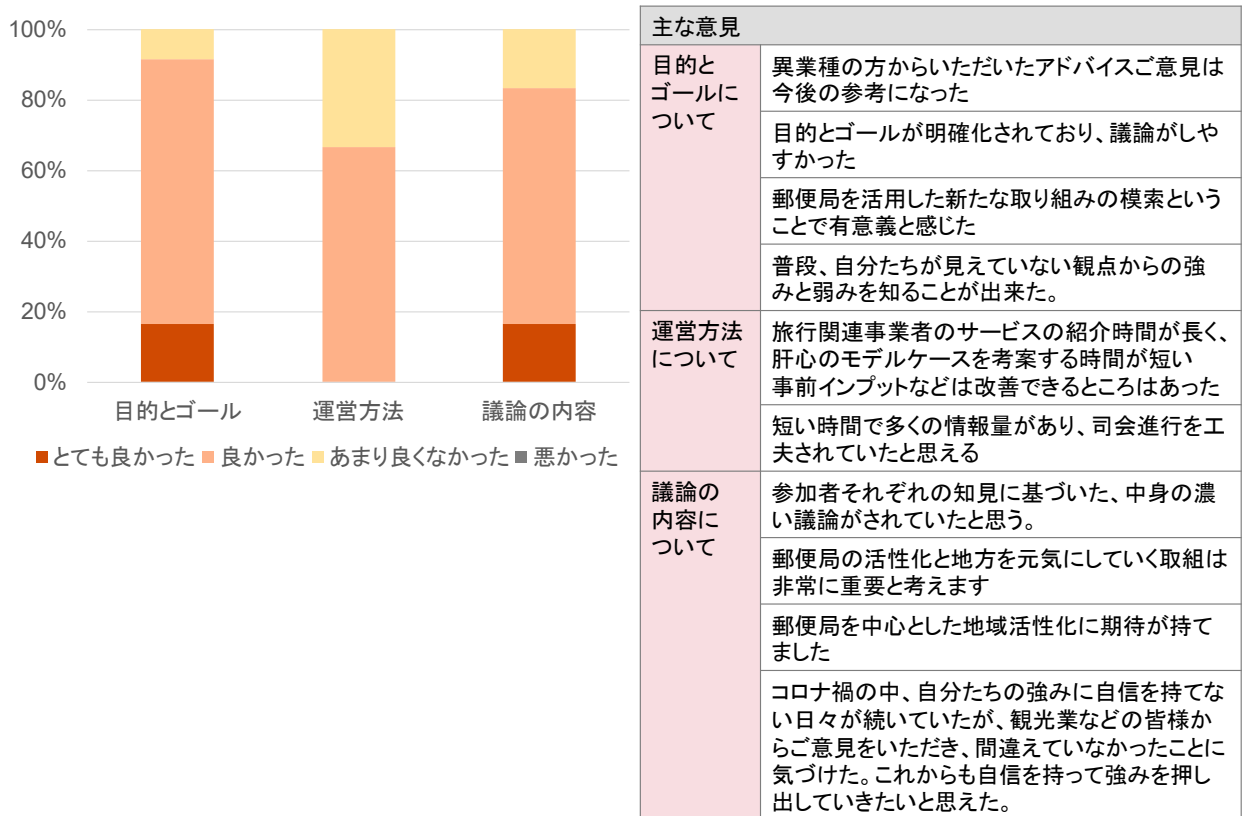
オンラインでワークショップを開催したことで、ワークショップに参加した旅行関連サービス事業者からは、オンライン形式でも地域の魅力を知ることができ、「地域への観光に訪れるきっかけになる」、「地域でのビジネスの機会となる」とのコメントがあった。オンライン形式でも工夫次第では地域の魅力を十分に伝えることができるといった気付きから、オンラインで観光客への情報発信や地域事業者とのコミュニケーションを強化するといった、新型コロナウイルス感染症の影響下における新たな観光の在り方を発見することができたと考えられる。

また、当初予定していたフィールドワークの代替として活用した市や観光協会、地域事業者が製作している動画は、地域外への情報発信に有効であり、都市部の郵便局で放映する等、より積極的な活用を行うことが地域の魅力の発信につながるという気付きを得ることができた。

④ アンケートおよびインタビューの集計結果

ワークショップの進め方についてのアンケートでは、異業種との意見交換や郵便局の活用についての意見が活発に行われたことから、ワークショップの目的とゴールおよび議論の内容について一定の高い評価となった。一方で、オンライン開催の制約か、運営方法には一定の改善が必要であるとの意見が多かった。郵便局の役割としては、地縁性を生かし事業者間の連携を構築するハブ機能としての積極的な関与を期待する意見が寄せられた。

図表 31：設問① ワークショップの進め方について（1/2）



図表 32：設問① ワークショップの進め方について（2/2）

ワークショップの企画および実施において、郵便局に期待すること	郵便局の強みをうまく融合出来れば地域が活性化できると思うが、その融合の仕方は郵便局員の方の実行力にかかっている。今後の実行力を期待している
	都市部から離れた場所にも細かく設置されており、旅の寄り合い所的な場所になりうる要素を多分に秘めていると思う。また、その細かく設置されていることを強みとして、ほぼ手ぶら旅行やお土産の発送、金銭の引き出しなど度に必要な要素を気軽に利用いただければ存在感も大きいと思う
	連携構築の主体として積極的に関与してほしい
	各地の地縁性を活かし、参加いただく事業者をつなぐ役割
	本来であれば、もう少し地域において主導的な役割を果たせれば良い
	ネットワークを活用した情報発信ができる事や、ビッグデータがあること
	全国のネットワークがあるが、地域の魅力を発信できる要素はあるが生かし切れていない。郵便局に設置してあるモニターに動画を流すとか、端末機のお客様側に表示して興味を引くなど様々なアイテムを活用すればPR等に貢献できると
	企画への自発的・積極的な関わり
	地域の社会の基地局的な役割。
	ガイド、地域情報のキュレーション、現地における目利きの機能 地域のハブとしての役割

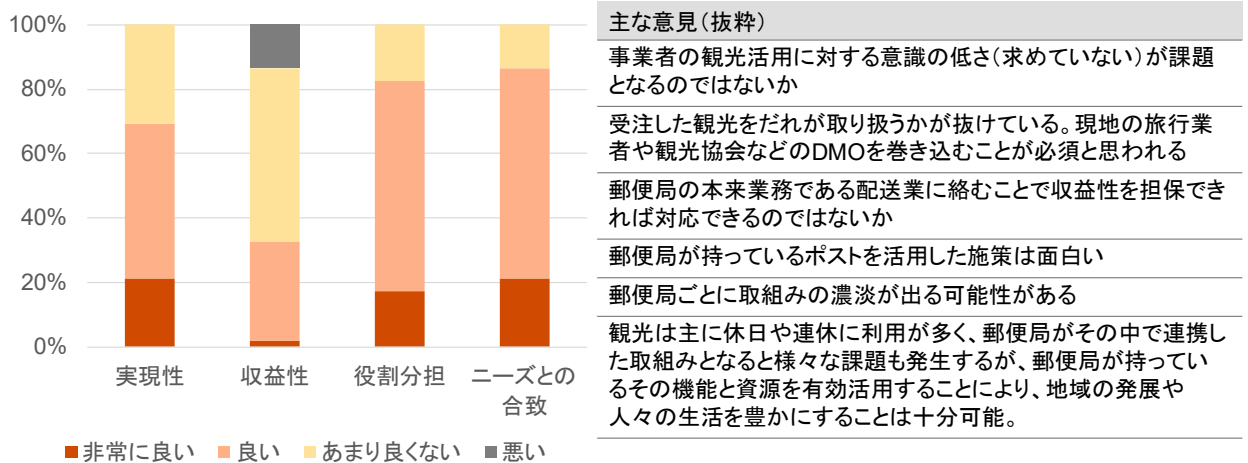
ワークショップで得られたモデルケースについては、実施主体となる事業者および観光客それぞれの視点で評価を行った。

事業者の視点では、実現性、役割分担および観光客のニーズについて、ワークショップの中で十分な議論を行うことができたため、高い評価となったが、収益性についてはより一層の議論を行い、詳細化や改善を図っていく必要がある

と考えられる。

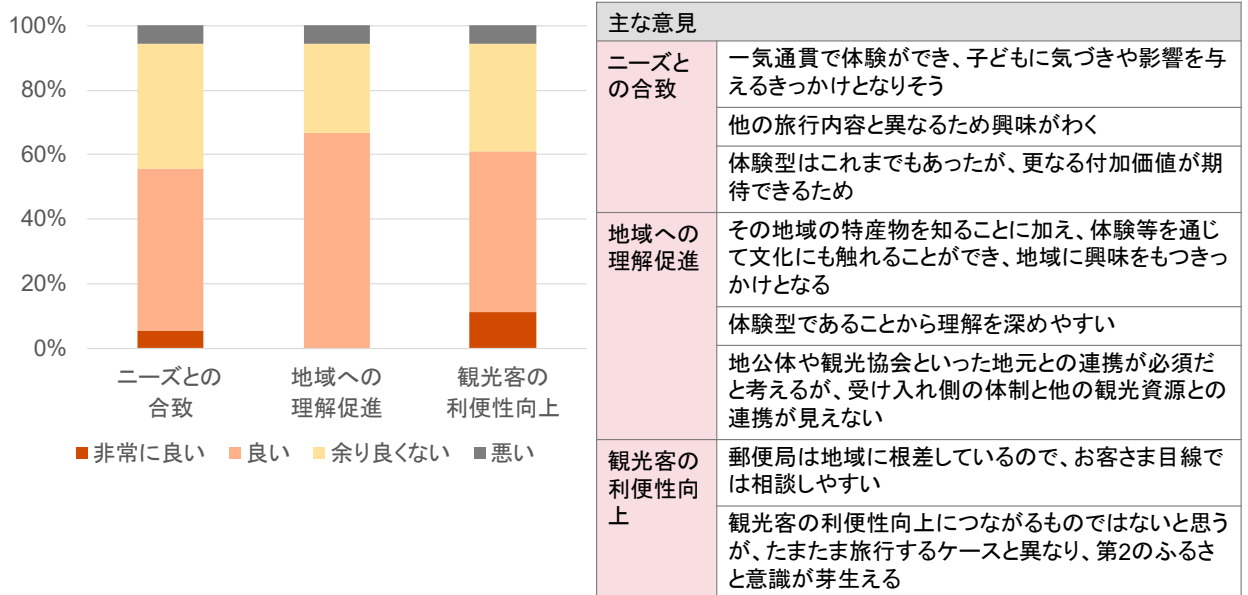
観光客の視点では、一定程度の評価にとどまっておらず、観光施策を検討する際、事業者のみではなく観光客の声を拾い上げていくことの重要性が確認された。そのため、事業者および住民双方とのネットワークを有する郵便局が施策検討のコーディネートをを行うことは一定の効果があると推察される。

図表 33：設問② ワークショップで得られたモデルケースの評価（実施主体の視点）



主な意見（抜粋）	
事業者の観光活用に対する意識の低さ(求めていない)が課題となるのではないかと	
受注した観光をだれが取り扱うかが抜けている。現地の旅行者や観光協会などのDMOを巻き込むことが必須と思われる	
郵便局の本来業務である配送業に絡むことで収益性を担保できれば対応できるのではないかと	
郵便局が持っているポストを活用した施策は面白い	
郵便局ごとに取組みの濃淡が出る可能性がある	
観光は主に休日や連休に利用が多く、郵便局がその中で連携した取組みとなると様々な課題も発生するが、郵便局が持っているその機能と資源を有効活用することにより、地域の発展や人々の生活を豊かにすることは十分可能。	

図表 34：設問② ワークショップで得られたモデルケースの評価（観光客の視点）



主な意見	
ニーズとの合致	一気通貫で体験ができ、子どもに気づきや影響を与えるきっかけとなりそう
	他の旅行内容と異なるため興味がわく
	体験型はこれまでもあったが、更なる付加価値が期待できるため
地域への理解促進	その地域の特産物を知ることに加え、体験等を通じて文化にも触れることができ、地域に興味をもつきっかけとなる
	体験型であることから理解を深めやすい
	地公体や観光協会といった地元との連携が必須だと考えるが、受け入れ側の体制と他の観光資源との連携が見えない
観光客の利便性向上	郵便局は地域に根差しているなので、お客さま目線では相談しやすい
	観光客の利便性向上につながるものではないと思うが、たまたま旅行するケースと異なり、第2のふるさと意識が芽生える

事業の実現に向けては、収益の獲得方法と費用分担について、様々な視点からの意見が寄せられた。事業者の立場として、自社のリソースを提供することは可能であるが、その他の費用について国や地方自治体の支援を希望する意見が多い一方、連携する事業者・団体がそれぞれのリソースを用いることで、国や地方自治体の支援に頼らないスキームを想定した意見も挙げられた。

図表 35：設問③ 事業の実現に向けた課題（1/2）

収益モデルの 在り方	観光客からの利用料金
	自治体からの補助金等も活用
	広告収入、配送代金
	観光客からの利用料金を主として、広告収入等も必要 継続性を求めるなら、観光客からの利用料金で賄うことが望ましい
費用負担の 有り方	人件費、場所など、キャッシュが出ていかない部分は自社で負担可能。その他の費用は自治体による負担が望ましい(参加事業者 / 郵便局)
	地方自治の財政は厳しいですが、自治体が負担することが望ましい(地域事業者 / 郵便局)
	この事業に対応するための人件費は自社での負担が可能。その他の費用は、他の事業者の負担が望ましい(地域事業者 / 郵便局)
	企画における中心的 / 高収益の企業による費用負担が望ましい(旅行 / ICT関連事業者)
	既存サービスは、初期費用・ランニング費用ともに無料で提供可能。その他の費用は国・政府による負担が望ましい(旅行 / ICT関連事業者)
	公共性が高くどこか一社の事業者等が負担できない費用のみ自治体が負担し、他はサービスの提供により収益を享受する事業者・団体が負担することが望ましい(旅行 / ICT関連事業者)
	人件費は負担可能。その他の費用は地域を管轄する地方自治体やDMOが最適だと考える(旅行 / ICT関連事業者)

郵便局には、ワークショップの開催時と同様、地域とのつながりを生かし、ハブとして機能することが期待されていることが確認された。

これは、新規事業を実施する際の他の企業や団体との連携に対して多くの期待が寄せられているが、一方で連携を推進する役割が不明瞭であることもあり、今回のワークショップによる議論を通じ、郵便局の役割としてハブ機能が認識されたと推察される。

図表 36：設問③ 事業の実現に向けた課題（2/2）

新規事業を実施する際に郵便局に期待すること	細やかなネットワーク、関係の深さを活かした地元事業者との関係構築
	リアル店舗と社員を生かしたFace to Faceの取組み
	物流面でのサポート
	地域とのつながりを生かした取組み
	自発的積極的な取組みへの参加
	地域の宣伝集客
	郵便局自体のイメージアップ。日本の風景に郵便局はなじむもので、インバウンドも見据えて、郵便局員が日本の観光イメージを変えていく未来は素敵ではないでしょうか
	地域でのハブの役割
新規事業を実施する際の他の企業や団体との連携についての希望	郵便局施設のネットワーク。局員の方の積極的な参加。地元の知識
	今回のワークショップに参加した地域外の企業について、引き続き積極的に関わってほしい
	積極的に連携していきたい
	郵便局としての窓口を1つにする必要がある
	新たなつながりができるので、継続的な取組みができるような定期的な打ち合わせ
	ICT / DX野で連携させていただきたい
	観光産業・ICT産業であれば非常に多くのステークホルダがいるので、地域の観光団体（観光協会、DMO等）と連携する事で早期に実証が可能
DMOなどと連携し、地域の観光商品造成系の事業に巻き込んでもらう。クラウドファンディング企業などと連携して、資金調達から事業化する	

地域事業者や郵便局において、まずは ICT の投資段階での費用対効果、従業員への導入、外部との情報連携といった課題が意見として寄せられた。今回のワークショップで検討した、部分的な ICT 活用を柔軟かつ即時に実現するためには、ベースとして事業者の ICT 基盤およびリテラシーの強化を図っていく必要がある。その上で、ビジネスモデルやサービス設計から逆算し、他社が提供する ICT 技術を効率的かつ効果的に活用していく検討を進める必要があると考えられる。

図表 37：設問④ 地域事業者・郵便局が抱える ICT 活用における課題

地域事業者・郵便局が抱える ICT の活用における課題	新しい技術や通信の知識の情報収集や、活用方法を知りたい 実際に自社でどのように活用できるか、大きい括りでの投資と細かくつぎ足していく部分の見極めが難しい 互換性のないシステムもあるため、検討と新システム移行に莫大な資金と時間を費やし、過去に何度もシステムを入れ替えることになっている
	社内全体に展開するにあたっては、汎用性（様々な業務に活用できる等）や操作方法の容易性（個人のITリテラシーに左右されない等）が求められる。
	規模の大きさに伴う初回導入コスト、全社員への浸透（意義など心理面、実際の操作など物理面の両面含め）の難しさ
	高齢化社会に移行しつつある中で立場の弱い方々をサポートしていけるような体制が必要 郵便局は人的な依存度が高くどのように変わっていくのかが問われる
	セキュリティが厳しく、他社との環境が違い、自由な展開ができない

(6) 本事業を通じて特定された課題

郵便局を活用した地域の観光振興を全国に普及展開するに当たっては、以下の課題への対応が必要であると考えられる。

① 郵便局の果たすことのできる役割の明確化

地域の観光振興を進めるためには、実際に観光サービスを提供する地域事業者の抱える課題や、事業者間の連携における課題を個別に解決していく必要があり、それら個別の課題は多岐にわたることが想定される。本実証事業では、郵便局を活用することでそれらの個別課題を解決でき、ひいては地域の社会課題の解決にもつながることを検証することを目的として実施した。

一方で、本ワークショップで郵便局の活用について議論する際も、事業者が期待する郵便局の役割と、実際の郵便局の機能やリソースについての議論が交わされたが、事業者と郵便局の間に認識のギャップがあることが見受けられた。事業者や地域との連携を推進するに当たっては、郵便局の果たすことのできる役割をより明確に知ってもらうことで、より実現性の高い協業アイデアを創出することが可能になると考えられる。

② 地域事業者との連携強化

観光客がより地域で周遊し、観光消費を拡大するためには、郵便局等がハブとなり地域内の事業者間の連携を強化することが求められる。本実証事業でも、新型コロナウイルス感染症の影響下において地域事業者との調整が困難な状況であり、そのような場合にも郵便局が有する地域とのネットワークや、郵便局間の情報連携を活用することが有効であると考えられる。

③ 複数の地方自治体による広域連携

地域の観光振興においても広域連携が進む中、観光振興策の実施やワークショップを開催する場合等も、一つの地方自治体に限定せず、観光分野で連携している地方自治体を束ねての観光施策の検討が求められる。そのため、周辺の郵便局が連携し、複数の地方自治体やその地方自治体に拠点を持つ事業者を取りまとめる機能が求められる。

④ 検討された観光コンテンツまたはモデルケースの実施主体の明確化

ワークショップをはじめ、地域課題の解決に向けては多種多様なアイデアが生み出されるが、その一方で実施主体が不明確になる可能性がある。そのため、アイデアの実現に向けた主体を事前に地方自治体や参加事業者と調整することで、アイデアの実効性を高めることが可能となる。その際、郵便局は地方自治体や事業者のサポートを行う立場となると考えられるため、地方自治体や事業者の

主体的な意識を醸成することが重要となる。

⑤ 費用負担の在り方の検討

観光振興施策の場合、実際に観光客がその観光コンテンツやモデルケースを体験するまで、地域にとっての収益が発生しないことが多い。そのため、観光振興策を検討・実施する費用については、先行的に地方自治体が負担するか、事業者が将来の収益から前払いするまたは収益発生時点で成果報酬として負担するケースが考えられる。

地方自治体が負担する場合および事業者が将来の収益から前払いするケースでは、施策の検討・実施にかかる実費相当を対価として得ることが望ましいが、成果報酬とする場合は、実費相当を賄うことができるかは不透明となる。

そのため、費用負担については地方自治体や事業者の意向を十分に把握した上での検討が必要となる。

(7) 全国への普及展開、円滑な実施に向けた留意事項

① 事業の企画立案

【考慮すべき観点： 役割分担、費用分担、ICT の活用、連携の効果、利便性向上、持続可能性】

地域体験型観光コーディネートを企画する際には、まずその地域の郵便局が地域の観光振興に果たすことができる役割を明確にすることが求められる。

郵便局の役割を明確にするための観点には、例えば以下のようなものがある。

- － 郵便局の立地（観光資源の近くに郵便局があれば、観光客へのサービス提供を行うことが可能）
- － 郵便局の規模（十分な社員数を有する郵便局であれば、人的資源を投下することが可能）
- － 郵便局の形態（地域に密着した郵便局であれば、郵便局しか知りえない地域の魅力などを発信することが可能）
- － 郵便局長および郵便局社員の地域との関係性（地域の団体等に所属していれば、地域事業者等のハブになることが可能）

② 地域との調整

【考慮すべき観点： 役割分担、費用分担、連携の効果、持続可能性】

地方自治体と具体的実施内容を協議する際には、(1)で検討した役割をもとに、郵便局が担うことができない役割については他の事業者・団体と連携し、事業

全体の機能を充足していく必要がある。特に、観光振興に必要なノウハウは地域内だけでは充足できない場合が多いため、必要に応じて全国の郵便局ネットワークを活用し、地域外から適した事業者を選定することも検討する。

郵便局の役割、他の事業者・団体の役割が明確になった段階で、事業全体の収益性と役割の多寡に応じた費用分についての検討を行う。この際、全て費用を事業の収益や地方自治体の予算で賄うのではなく、観光振興をきっかけにした郵便局の集客増加、売上増加という副次的な効果も検討することで、事業の持続可能性を高めることが可能となる。

③ 事業の実施

【考慮すべき観点： 役割分担、ICT の活用、利便性向上】

事業の実施段階では、(1)および(2)で明確にした郵便局の役割を担いつつ、更に観光振興に貢献できる業務等を検討し続けることが重要となる。業務領域の拡大が連携する事業者・団体の収益増加または費用削減につながるものであれば、事業者・団体からの収益確保が可能となり、また観光客の利便性向上につながるものであれば、郵便局における収益の拡大が可能となる。そのようにして、事業の実施中にも担うことができる役割を拡大し、収益基盤を確立することが望ましい。

一方、業務領域の拡大により費用が増大することには常に注意が必要であり、可能な限り業務の ICT 化を検討し、収益と費用のバランスの取れた事業運営を心掛ける必要がある。

④ 結果の評価・検証

【考慮すべき観点： 費用分担、連携の効果、利便性向上、持続可能性】

事業の実施後は必ず結果の評価・検証を行い、次の実施に向けた改善点の洗い出しを行う。特に、費用分担については、実際に投下した工数とのバランスを検証し、必要に応じて調査にかかる工数や費用計算を見直すことが求められる。

また、金銭的な評価に加えて、連携の効果や地方自治体および地域住民の利便性向上といった成果の検証も、事業が地域の課題を解決しうるものなのかを把握するために重要である。事業が確実な成果を上げることが、地域との連携をより強化し、調査を行った郵便局社員の満足度を高め、持続可能な事業を確立することにつながる。