



NTT DATA
Trusted Global Innovator

令和4年度 郵便局等の公的地域基盤連携のあり方に関する調査研究

成果報告書 概要版

令和5年3月31日

目次

1. 本調査研究事業の背景
2. 事業概要
3. 各実証事業の内容



1. 本調査研究事業の背景

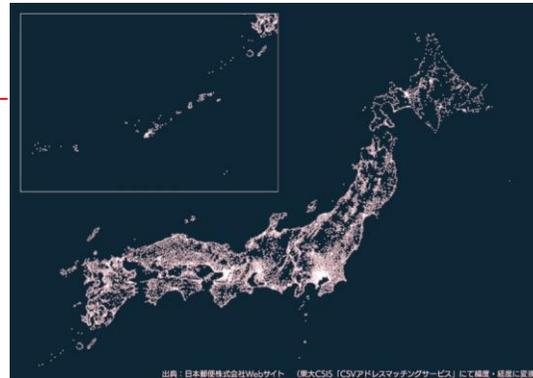
1. 本調査研究事業の背景

社会環境の変化

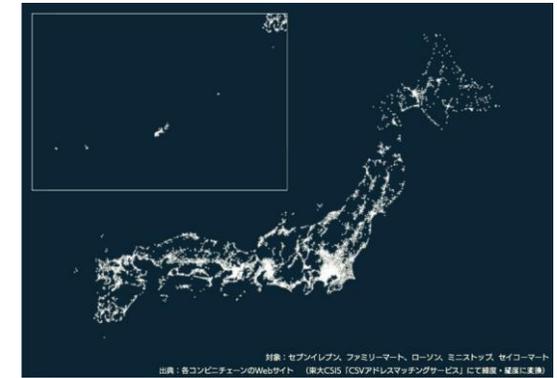
- 我が国においては、少子高齢化、都市への人口集中、自然災害の多発、行政手続のオンライン化を含む社会全体のデジタル化など、**社会環境は大きく変化**。
- 特に地方においては、生活に必要な役割を担う公的な企業（民間金融機関等）の撤退や、行政サービスを提供する地方公共団体の支所等の廃止が進むなか、**地域に残る公的基盤としての郵便局の重要性は増大**。

全国に広がる郵便局ネットワーク

- 郵便局は、**過疎地を含むどの市区町村にも必ず1局は設置**され、全国約24,000局の郵便局ネットワークを構築している。
- 郵便局と地方公共団体等の地域の公的基盤が有効に連携することで相互にリソースを活用することが可能だが、ICTを活用し効率的に連携している事例は限定的で**全国的に普及・展開されていない**。
- 普及・展開が進まない背景は、郵便局と地方公共団体等**双方が有している資源、ノウハウやその相乗効果が把握されていない**。
- 郵便局や公的地域基盤が参照可能なモデルケースやガイドラインを公表し横展開を図ることが必要。



郵便局の分布図



主要コンビニチェーンの分布図

※両分布図は令和3年11月以前のデータに基づくもの
出典：地図制作者にゃんこそば (@ShinagawaJP) さん

<https://twitter.com/ShinagawaJP/status/1456229761366179843>

1. 本調査研究事業の背景

本調査研究事業の目的

- 総務省では、令和元年度から令和3年度まで「**郵便局活性化推進事業**」を実施してきた。
- 全国に約24,000局のネットワークを形成している郵便局が、地方自治体など公的地域基盤と連携し、お互いのリソースを有効活用することの重要性はより一層高まっている。
- 本調査研究事業は、郵便局が全国に形成しているネットワークを活用し、かつ地域と密着している拠点としての強みを生かしつつ、地域における諸課題の解決を推進していくために、郵便局と公的地域基盤の連携のあり方について調査・検証を実施し、社会環境の変化に対する**デジタル技術を活用した解決事例のモデルケースを創出**するための調査・検証を実施し、その**成果を全国の郵便局と公的地域基盤へ普及展開すること**を目的とするものである。

(参考) 郵便局活性化推進事業

年度	実施地域	実証名
令和元年度	岩手県遠野市	ICTを活用したみまもりサービス及び観光情報等の発信
	新潟県津南町	買い物サービス支援
	静岡県藤枝市	農家の農作物配送支援
令和2年度	北海道帯広市	地域体験型観光コーディネート
	宮城県東松島市	空き家の活用支援
令和3年度	広島県三次市	地域の見守りと防災対策の推進
	熊本県八代市	デジタル技術を活用した行政手続サポート
	沖縄県石垣市	デジタル技術を活用した行政手続サポート

2. 事業概要

2. 事業概要

本調査研究事業の概要

- 本調査研究は、「郵便局等の公的地域基盤連携推進事業」として、デジタル社会の進展への対応、自然災害などの地域の課題について、全国の郵便局ネットワークと地方自治体などの公的地域基盤が連携し、**デジタル技術を活用した解決事例のモデルケースを創出**することを目的に、**3つの地域実証**について、実証の企画立案及び実証地域との調整、実証事業の実施、実証結果の取りまとめを行った。

今年度実施した地域実証

実施地域	実証名及び実証期間・実証対象郵便局	実施概要
群馬県前橋市	多様な交通モードを活用した地域交通政策の取組と郵便局の連携 【実証期間】：令和4年11月1日（火）～令和5年1月31日（火） 【実証対象郵便局】：前橋市内46の郵便局	MaeMaaSへの登録促進、交通系ICカードとマイナンバーカードの連携を促進することで、新たなサービス提供の実現と地域住民の利便性の向上が見込まれることから、郵便局において、窓口での交通系ICカードの販売および交通系ICカードとマイナンバーカードの登録連携を行う端末の設置などを実施。
熊本県八代市	郵便局を活用した買い物サービス支援の実証 【実証期間】：令和4年12月1日（木）～令和5年2月28日（火） 【実証対象郵便局】：旧八代市および八代市坂本地区の21の郵便局	買い物困難者の生活利便性を向上させるため、郵便局と地方自治体、その他地域企業等が連携し、デジタル技術を活用したきめ細やかな買い物サービス支援（オンラインショッピングのサポート等）を実施。
三重県熊野市	郵便局ドローンの中山間地域での公的活用 【実証期間】：令和4年10月3日（月）～令和4年12月28日（水） 【実証対象郵便局】：熊野市入鹿郵便局	郵便局のドローンを活用して、災害時の支援物資輸送や災害状況確認を行うなど、中山間地域における郵便局のドローンの公的活用に関する実証を実施。

2. 事業概要

実施体制

- 3つの実証事業に関する機関と主な役割は以下のとおりである。

主な関係機関		主な役割
	総務省	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 受託者の管理監督 ➤ 調査研究における重要事項に関する意思決定
受託者	NTTデータ経営研究所	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 調査研究全般の企画検討 ➤ 実証事業の実施 ➤ 実証事業に関する進捗、課題管理 ➤ 実証結果の分析、評価・検証 ➤ 各種ドキュメントの作成
協力機関①	日本郵便 本社 地方創生推進部	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 実証事業の企画・実施に関する受託者への助言 ➤ 日本郵便支社および郵便局の連携窓口
協力機関②	日本郵便 支社	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 日本郵便郵便局の連携窓口、各種調整
協力機関③	日本郵便 郵便局	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 実証事業の実施協力 ➤ 実証事業の内容等に関する意見の提供
協力機関④	地方自治体 (群馬県前橋市/熊本県八代市 /三重県熊野市)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 実証事業の企画・実施に関する受託者への助言 ➤ 地域事業者との調整、連携の支援 ➤ 地域住民への周知
協力機関⑤	公的地域基盤 (神園交通/ICTまちづくり共通 プラットフォーム推進機構)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 実証事業の実施協力（基盤提供・事務局機能受託） ➤ 実証事業の内容等に関する意見の提供

2. 事業概要

実施スケジュール

- 実証準備を令和4年9月より開始し、順次11月より実証を開始した。

	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
多様な交通モードを活用した地域交通政策の取組と郵便局の連携 (前橋市)	実証に向けた準備		実証			実証結果の取りまとめ ・成果報告会開催	
郵便局を活用した買い物サービス支援の実証 (八代市)	実証に向けた準備			実証		実証結果の取りまとめ ・成果報告会開催	
郵便局ドローンの中山間地域での公的活用 (熊野市)	実証に向けた準備			飛行	実証結果の取りまとめ ・成果報告会開催		
調査報告書の作成等						報告書概要版及び 報告書作成	
						ガイドライン作成	

3. 各実証事業の内容

地域実証①

多様な交通モードを活用した地域交通政策の取組と郵便局の連携(前橋市)

【地域実証①】多様な交通モードを活用した地域交通政策の取組と郵便局の連携(前橋市)

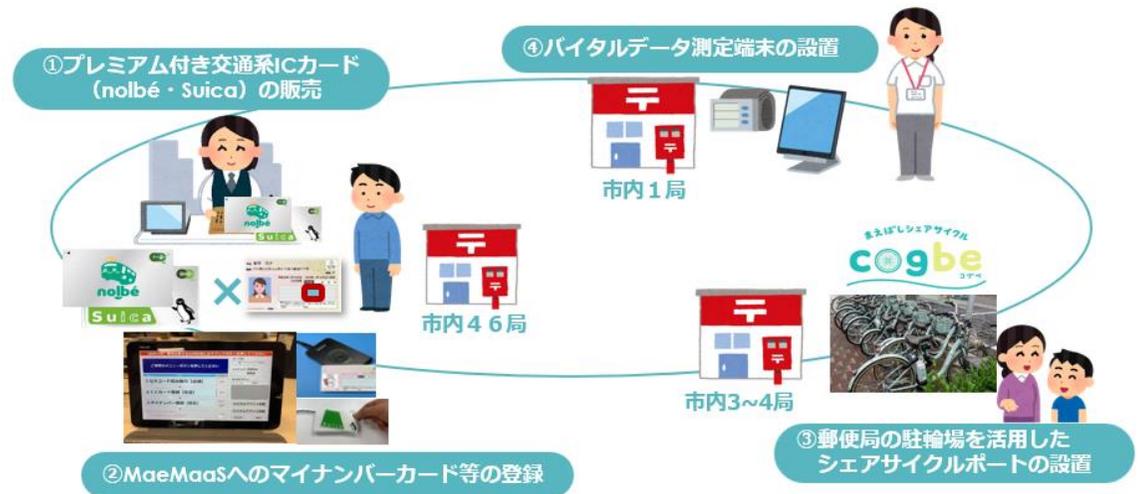
地域課題の現状

- 移動弱者となりうる高齢者の割合が高まる中、利便性が高くマイカーに頼らずに外出できる交通環境の実現に向けて「**MaeMaaS**」※のサービスを提供している。
- 地域連携ICカード「nolbé」を令和4年3月に発売し交通系ICカードの普及に努めているが、**認知・取得向上が課題**となっている。
- また、サービス享受要件の一つである交通系ICカード・マイナンバーカードとの登録連携についても、**身近に登録連携が行える拠点**や、デジタルデバイドを受けやすい高齢者等への丁寧な説明や**サポートができる人材**が求められている。
- 更に、**ヘルスケアなどにまつわる新たなサービス提供**を行うことで、市民サービスの向上をめざしている。

※MaeMaaSとは、市内の多様な交通モード（鉄道、複数のバス会社路線、市内3エリアを運行しているデマンド交通等）を「MaeMaaS」1つでわかりやすく案内する前橋市民向けサービス。「鉄道・路線バス・デマンドバス・シェアサイクル」に対応した経路検索や、リアルタイムの運行情報案内、デマンド交通の予約、デジタルフリーパスの販売等のサービスを提供している

実証内容（概要）

- 前橋市内の全郵便局（46局（簡易郵便局を除く。以下同じ））で令和4年11月1日から令和5年1月31日の約3か月に渡り、**多様な交通モードを活用した地域交通政策の取組と郵便局の連携**を実証した。
- システム開発期間や予算等の理由から、交通系ICカードのチャージやデマンド交通予約ができるポールの設置については断念したが、**交通系ICカードの販売とMaeMaaSと交通系ICカード・マイナンバーカードの登録連携端末の設置および登録サポートについては、市内46局にて実施した。**
- また、MaeMaaSの一つである**シェアサイクルポート**や健康維持への関心を促す機会の創出として**バイタルデータ測定端末を設置**した。



【地域実証①】多様な交通モードを活用した地域交通政策の取組と郵便局の連携(前橋市)

実証内容

実証事業	実証内容			
<p>交通系ICカードの販売</p>	<ul style="list-style-type: none"> 前橋市内の郵便局46局の窓口にて、交通系ICカードの購入を希望される利用者にnoIbé、Suicaを販売した（noIbé終売後に順次Suicaを販売）。 販売にあたっては「交通系ICカード販売を告知するチラシ・ポスター」と「noIbé説明用のチラシ」を作成し、市役所や市内全局（46局）に配架し周知活動を実施した。 	 <p>【交通系ICカード チラシ・ポスター】</p>	 <p>【noIbé説明用 のチラシ】</p>	 <p>【販売している様子】</p>
<p>MaeMaaSへのマイナンバーカード等の登録</p>	<ul style="list-style-type: none"> MaeMaaS会員登録後のマイナンバーカード情報と交通系ICカード情報の登録については、スマートフォンでも登録可能だが、スマートフォン不保持の方やスマートフォンで登録することが難しい方に簡単に登録連携できるよう、読取用カードリーダーを接続したPC端末を郵便局に設置した。 	 <p>【MaeMaaSが提供するサービス】</p> <p>出典：前橋市交通政策ホームページ掲載 MaeMaaS案内チラシ・案内動画</p>	 <p>【連携サポートしている様子】</p>	

【地域実証①】多様な交通モードを活用した地域交通政策の取組と郵便局の連携(前橋市)

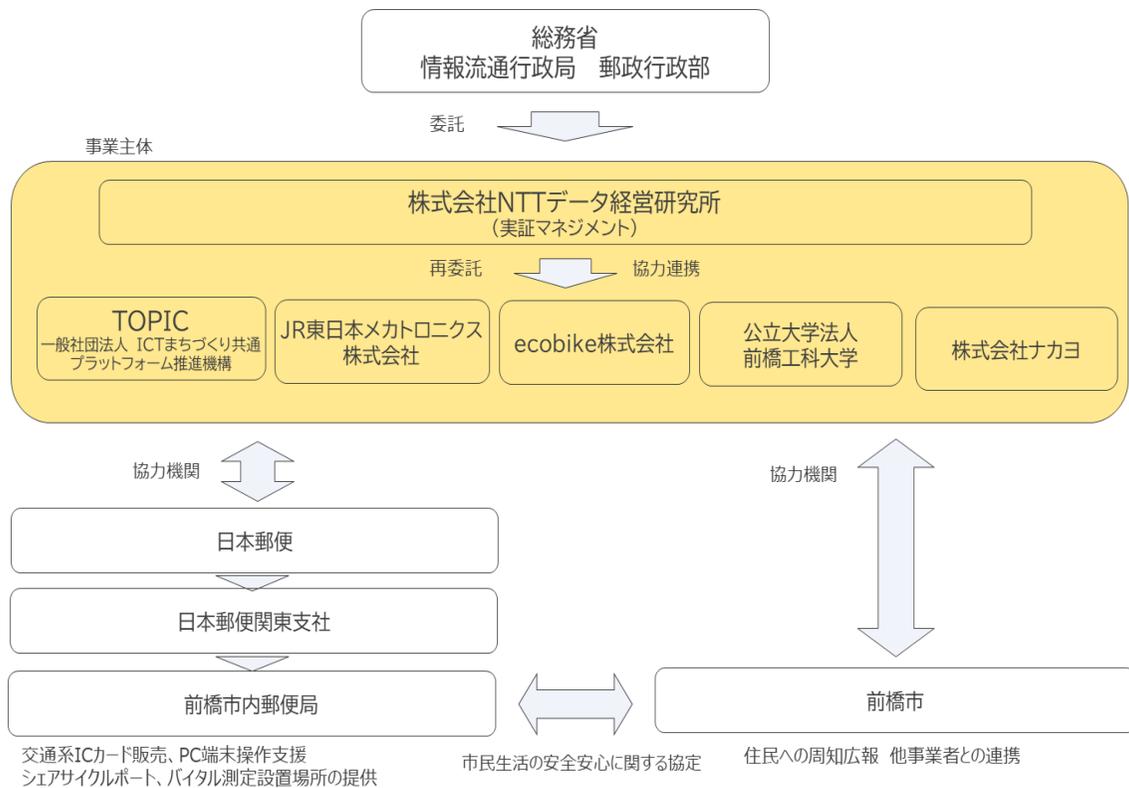
実証内容

実証事業	実証内容	
<p>郵便局の駐輪場を活用したシェアサイクルポートの設置</p>	<ul style="list-style-type: none"> • MaeMaaSの一環としてシェアサイクルサービス「前橋シェアサイクルcogbe（コクベ）」が提供されていることから、前橋中央郵便局にシェアサイクルポートを試験的に実証期間限定で設置した。 • 実施期間中は、前橋駅や市役所等の公共施設にチラシを配架するほか、市中心部にある他のシェアサイクルポート15か所におけるチラシの配架、ecobikeアプリのお知らせ欄への掲載、市ホームページにおける周知活動を行った。 	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="1197 329 1442 682"> </div> <div data-bbox="1487 329 1970 686"> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div data-bbox="1176 696 1466 768"> <p>【シェアサイクルポート設置を告知するチラシ】</p> </div> <div data-bbox="1562 696 1939 768"> <p>【前橋中央郵便局に設置したシェアサイクルポート】</p> </div> </div>
<p>バイタルデータ測定端末の設置</p>	<ul style="list-style-type: none"> • MaeMaaSのヘルスケア分野での活用を見据えて、郵便局を地域密着型の「健康ステーション」として活用できるかを実証するために、週1回程度のバイタル測定サービスを前橋中央郵便局で実施した。 • バイタル測定実施にあたり、「バイタル測定告知チラシ」を作成し、前橋中央郵便局に配架したほか、前橋市総合福祉会館で実施している健康教室の参加者や、実施郵便局近隣地域の市有施設等にチラシを掲示し、周知活動を実施した。 	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="1197 825 1442 1178"> </div> <div data-bbox="1487 825 1970 1186"> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div data-bbox="1218 1229 1425 1300"> <p>【バイタル測定を告知するチラシ】</p> </div> <div data-bbox="1541 1265 1960 1300"> <p>【バイタル測定と血管トレーニング】</p> </div> </div>

【地域実証①】多様な交通モードを活用した地域交通政策の取組と郵便局の連携(前橋市)

推進体制

- NTTデータ経営研究所（以下「受託者」という）が前橋市および日本郵便の連携窓口となり、情報管理の一元化を図る体制で事業を推進した。
- 日本郵便社内では、本社（地方創生推進部）が受託者との窓口となり、日本郵便支社を通じて地域の郵便局との調整を行った。



実施スケジュール

- 前橋市および日本郵便の意見を踏まえながら、受託者が業務マニュアルを作成し、郵便局社員への事前研修を実施した上で実証事業を開始した。

時期	取組内容
9月	実証内容の調整・実証に向けた準備
10月	
11月	実証開始セレモニー（11/1） 実証実施
12月	
1月	報告書作成
2月	
3月	自治体向け成果報告会開催 最終報告書提出

【地域実証①】多様な交通モードを活用した地域交通政策の取組と郵便局の連携(前橋市)

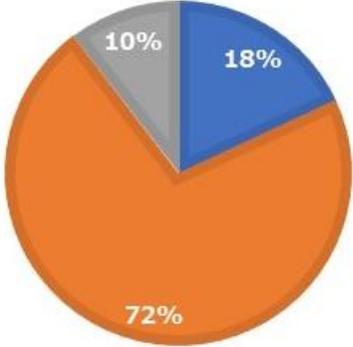
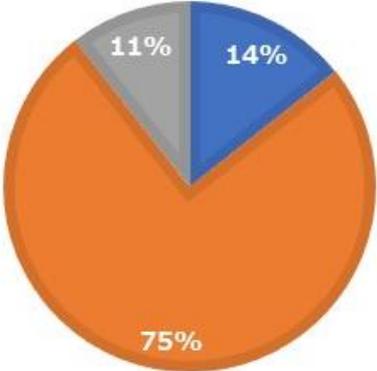
実証結果

- 郵便局と交通政策を掛け合わせた取組であったが、市内に遍在する郵便局と連携することで、特定の地域に偏ることなく多くの市民について **MaeMaaSの認知向上、交通系ICカードの保有促進、交通系ICカードとマイナンバーカードの登録連携に繋がった。** また **郵便局を交通スポットおよび健康スポットとして活用するサービスの可能性についても見いだす**ことができた。

実証事業	実証結果																	
交通系ICカードの販売	<ul style="list-style-type: none"> 前橋市内の郵便局46局の窓口にてnolbé2,000枚とSuica1,000枚の合計3,000枚を販売。 nolbéについては、前橋市内のバス営業所で年間約3,000枚販売されたとのことであり、1年間の販売数を本実証3か月間で達成した。 	<table border="1"> <caption>【交通系ICカード販売数】</caption> <thead> <tr> <th>月</th> <th>1日~10日</th> <th>11日~20日</th> <th>21日~31日</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>11月</td> <td>519</td> <td>513</td> <td>587</td> </tr> <tr> <td>12月</td> <td>237</td> <td>139</td> <td>267</td> </tr> <tr> <td>1月</td> <td>100</td> <td>255</td> <td>383</td> </tr> </tbody> </table>	月	1日~10日	11日~20日	21日~31日	11月	519	513	587	12月	237	139	267	1月	100	255	383
月	1日~10日	11日~20日	21日~31日															
11月	519	513	587															
12月	237	139	267															
1月	100	255	383															
MaeMaaSへのマイナンバーカード等の登録	<ul style="list-style-type: none"> 3か月間の実証期間中、MaeMaaS会員登録1,195人(3.72倍)、交通系ICカードとの連携登録数588人(9.48倍)、マイナンバーカードとの連携登録数199人(5.24倍)とすべての登録者数が急増。 実証開始前の3か月間のMaeMaaS会員登録321人、交通系ICカードとの連携登録62人、マイナンバーカードとの連携登録38人であった。 	<table border="1"> <caption>【実証前3か月と実証期間3か月間の登録件数 比較】</caption> <thead> <tr> <th>登録種別</th> <th>実証前 (8月~10月)</th> <th>実証期間中 (11月~1月)</th> <th>倍率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>MaeMaas会員登録</td> <td>321</td> <td>1195</td> <td>3.72倍</td> </tr> <tr> <td>交通系ICカード連携登録</td> <td>62</td> <td>588</td> <td>9.48倍</td> </tr> <tr> <td>マイナンバーカード連携登録</td> <td>38</td> <td>199</td> <td>5.24倍</td> </tr> </tbody> </table> <p>※マイナンバーカード連携登録件数199件のうち78件は、郵便局にある設置端末で登録した件数</p>	登録種別	実証前 (8月~10月)	実証期間中 (11月~1月)	倍率	MaeMaas会員登録	321	1195	3.72倍	交通系ICカード連携登録	62	588	9.48倍	マイナンバーカード連携登録	38	199	5.24倍
登録種別	実証前 (8月~10月)	実証期間中 (11月~1月)	倍率															
MaeMaas会員登録	321	1195	3.72倍															
交通系ICカード連携登録	62	588	9.48倍															
マイナンバーカード連携登録	38	199	5.24倍															

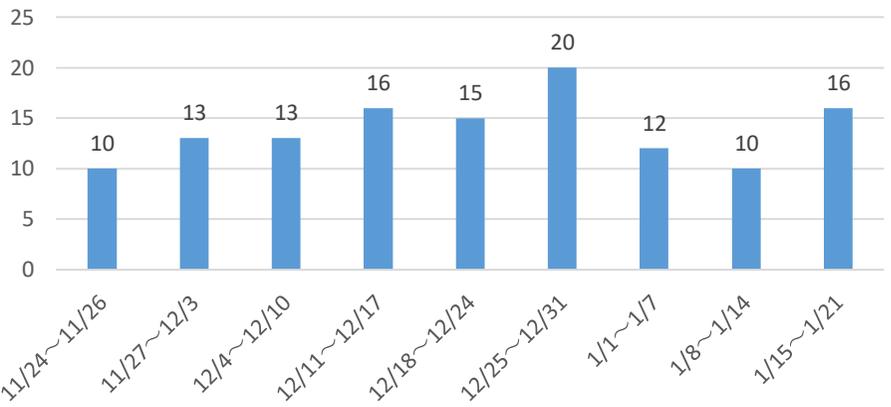
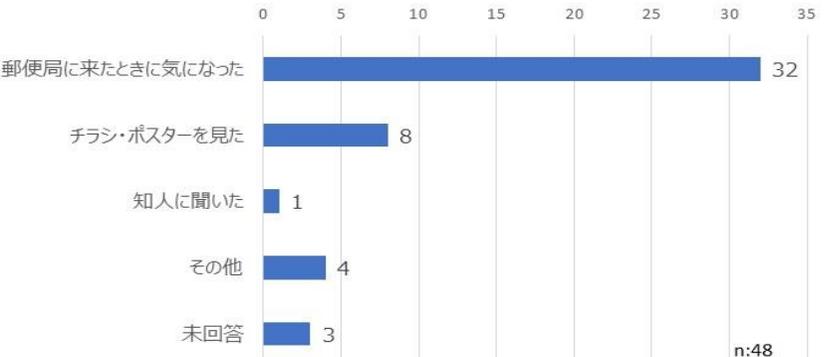
【地域実証①】地域交通政策の取組と郵便局の連携(前橋市)

実証結果

実証事業	実証結果	
<p>MaeMaaSへのマイナンバーカード等の登録</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 実証期間中に郵便局で行ったアンケートでMaeMaaSの認知度を確認したところ、交通系ICカードを購入された方の約20%は以前からMaeMaaSを知っていたが、約70%の方は今回のチラシでMaeMaaSを知ったという結果となった。 • また、MaeMaaS連携によるサービスの認知度についても、以前から知っていた方は約14%であるのに対し、今回のチラシをきっかけにMaeMaaS連携によるサービスを知った方は約75%で、実証を通してMaeMaaSの認知が広がった。 • 郵便局社員の方が利用者から質問があった場合に、MaeMaaSのWebサイトを見せながら登録方法や利用方法を説明したり、バス停が近くにある郵便局では、リアルタイムにバスの運行状況がわかることを画面上で説明したりと、郵便局社員からの丁寧な説明により、スマートフォンに慣れていない高齢者等においてもMaeMaaSサービスの理解促進に繋がった。 	<div style="text-align: center;">  <p>n:2507</p> <p>【MaeMaaSの認知度】</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>n:2507</p> <p>【MaeMaaS連携によるサービスの認知度】</p> </div>

【地域実証①】地域交通政策の取組と郵便局の連携(前橋市)

実証結果

実証事業	実証結果	
<p>郵便局の駐輪場を活用したシェアサイクルポートの設置</p>	<ul style="list-style-type: none"> 週平均13件ほどの利用があり、近隣にある既存のシェアサイクルポートの利用者数と比べると利用実績は少ないが、新設のポートとして一定数のニーズを確認することができた。 利用者からはバスよりも効率がよく便利であるといった声が挙げられた。 シェアサイクルポートが近くにある郵便局に新たに設置することで、交通の利便性が高まり、郵便局が地域交通政策の課題解決の寄与に繋がることを期待される。 	 <p>【前橋中央郵便局シェアサイクルポート 貸出・返却数】</p>
<p>バイタルデータ測定端末の設置</p>	<ul style="list-style-type: none"> 周りが住宅地であることから近隣住民の方より、歩いて行ける場所にあるので利用しやすい、病院が休みの日に計測できるのは良いといった声が聞かれた。 参加されたきっかけについては、郵便局に来た際に気になったという方が多く、体組成計や血圧計があれば測定したいという健康意識の高い方に一定のニーズがあることがうかがえる。 	 <p>【バイタル測定を知ったきっかけ】</p>

成果に関する考察

①地域におけるデジタルデバイド解消への貢献

・ MaeMaaSについては、急激に市民への認知が広まった

- 市内46局の郵便局にポスターを掲示し、プレミアム付き商品券の販売に合わせてチラシを配布した
- 高齢者もポスター・チラシや郵便局社員との会話の中でMaeMaaSを知る機会となった

・ デジタルに苦手意識のある方でも、マイナンバーカードを活用した新たな交通政策に参画することの一助になった

- 地域に密着した郵便局は、郵便局社員も利用者もお互いに顔なじみであることも多く、利用者一人ひとりに丁寧に対応できる
- デジタルデバイドを受けやすい高齢者等にも幅広くMaeMaaS等の新しい交通政策について知っていただく場として郵便局の活用は有効であるといえる

②地域における交通ポータルとしての可能性と市民の利便性向上への期待

・ 各地の郵便局へシェアサイクルポートを設置してほしいとの声が寄せられた

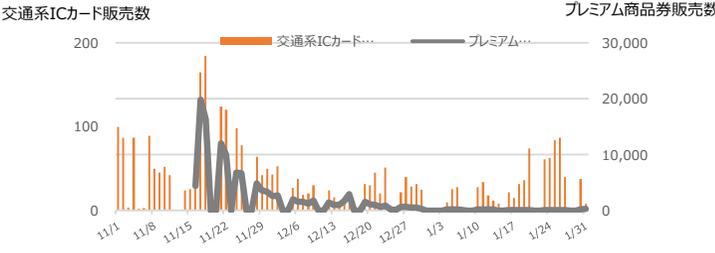
- 前橋中央郵便局にシェアサイクルポートを設置したが、利用者からは、市街地にある他の郵便局にもシェアサイクルポートの設置を望む声が寄せられた

・ 地域交通の利便性の向上が期待される

- 地域に遍在する郵便局にシェアサイクルポートやデマンド交通の乗降場が設置されることは、地域交通やMaaSの利便性の向上が期待される

【地域実証①】地域交通政策の取組と郵便局の連携(前橋市)

実証から得られた課題と示唆

項目	課題と示唆
<p>①郵便局窓口での対応を想定した効果的な施策の展開</p>	<ul style="list-style-type: none"> 交通系ICカードの販売数について実証開始直後とプレミアム付き商品券の販売が重なった時期は好調だったが、商品券販売時期以外は販売が伸び悩んだ。 郵便局の強みを生かした広報を実施することが重要。 
<p>②郵便局が持つPOPスキルの活用</p>	<ul style="list-style-type: none"> 郵便局では企業広告を数多く取り扱っていることから、多くの広告がある中で利用者の目に留まり、一目でわかるようなPOPが効果的。 黒板を活用した手書きのPOPやSuicaのキャラクターをイメージしたPOPが利用者の目にとまりやすかった。 
<p>③対象者に合わせた広報ツールの活用</p>	<ul style="list-style-type: none"> 対象者に合わせてアプローチ方法を工夫することが求められる。 バス利用者を対象にSuica販売とバスカード廃止の情報を併せて記載したチラシを作成。 高齢者を対象に民生委員の会合で説明を行い、民生委員を通して高齢者にチラシを配布。 マイカー利用者をターゲットにエフエム群馬にて、プレミアム付き交通系ICカードの販売告知を実施。  <p>【バスカードの廃止と合わせたチラシ】</p>
<p>④郊外の交通サービスにあわせた広報</p>	<ul style="list-style-type: none"> MaeMaaSへ交通系ICカードとマイナンバーカードを連携すると、デマンドバス利用の際市民割引が受けられるが、デマンドバス利用者は高齢者が多く、当該割引を利用している方は少ない状況。 郊外の交通サービスに合わせたチラシを作成。同じ市内でも市街地と郊外、地域や年代で、ニーズが異なる。 地域や年代により、求めるニーズが異なることが顕著に示された。地域にあわせて広報の方法を変える、ニーズの高い地域だけに絞って実施する等、地域にあわせた施策を行うことが効果的。

【地域実証①】地域交通政策の取組と郵便局の連携(前橋市)

実証から得られた課題と示唆

項目	課題と示唆
⑤設置端末の利活用	<ul style="list-style-type: none"> • 設置端末のスクリーンセーバーとしてMaeMaaSの説明動画を流すことで、市民が関心を持ち登録に繋がった。 • 利用者に説明する時のサポートツールとして動画があることは、郵便局社員の負担軽減にもつながる。 • 利用者が待ち時間に見ることで自然とMaeMaaSに興味を持つことができる。  <p>【PC端末設置の様子】</p>
⑥郵便局社員のサポートが受けられる健康スポットとしての有効性	<ul style="list-style-type: none"> • 継続的に測定するというフェーズにまで至らなかった。 • 年齢が低くなるにつれて、スタッフがいる前で測定することに抵抗があるという声もあったことから、郵便局社員によるサポートは、デジタルに苦手な高齢者を主たる対象とするなど、世代ごとのニーズに応じるサービスを提供することが望ましい。 • また、郵便局では保険商品も取り扱っていることから、バイタル測定を定期的に行うことで、健康意識を高める取組に繋がれば、かんぽ生命保険が提供しているウォーキングでポイントがたまるアプリ「すこやかんぽ」のように、バイタル測定を行うとポイントを付与するような連携サービスの可能性も示唆される。  <p>【バイタル測定と血管トレーニングの様子】</p>
⑦郵便局社員への研修内容の充実	<ul style="list-style-type: none"> • 実証開始前の研修では、「なぜ郵便局で交通系ICカードを販売するのか」「MaeMaaSを広めたい前橋市の意向」等について十分な説明を実施しなかった。 • 事業化・横展開の際には、実証開始前の研修において、実証の背景について十分な説明を行ったり、自治体と郵便局社員との間で十分な意見交換を行ったりすることが事業の成功につながるものと示唆される。

【地域実証①】地域交通政策の取組と郵便局の連携(前橋市)

事業化や今後の展開に向けて

- 地域MaaSは、移動の利便性向上や地域の課題解決にも資する重要な手段になりうるもので、そのサービスの充実には、公共交通事業者のみならず、郵便局などの地域に根ざした機関の参画が期待される。

項目	事業化や今後の展開に向けて
①交通施策と郵便局の高い親和性	<ul style="list-style-type: none">● 郵便局は、地域にあまねく設置されており、周辺環境や住民ニーズを深く理解し、デジタルに詳しくない方にも丁寧な説明やサポートができる人材がいることから、郵便局における交通系 I Cカードの販売は、効果的。(今後の展開に向けた留意点)● 事業化や今後の展開に向けては、あらかじめ設定した目標や取組む意義を関係者に共有し事業を進めるために、顧客対応に向けた郵便局での事前研修と必要な説明ツール(チラシ、ポスター、説明資料、動画ツール等)を準備する事が有効。
②デジタル時代の交通施策における地域のサポーターとしての郵便局	<ul style="list-style-type: none">● マイナンバーカードと交通系 I Cカードの連携について利用者が自らスマートフォンを利用して行うことも可能であるが、郵便局窓口において、局員によるサポートを行ったことで、高齢者を中心に多数の登録支援を行うことが出来た。● 身近で安心感のある郵便局社員が、スマートフォン等に詳しくない方へのサポートを行ったり、公共交通機関を利用する際の情報発信や相談の窓口となったりすることで、誰一人取り残さないサービス提供が可能となることが期待される。● 群馬県ではM a e M a a Sをモデルケースとして、令和5年度から、県内全域にM a a Sを展開予定であるが、デジタルデバイドの影響を受けやすい高齢者を含めて誰一人取り残さないように周知するには、郵便局との連携は非常に有効であり、本実証で得た知見は、県内全域にM a a Sを広げる際に役立つものと示唆される。

地域実証②

郵便局を活用した買い物サービス支援の実証(八代市)

【地域実証②】郵便局を活用した買い物サービス支援の実証(八代市)

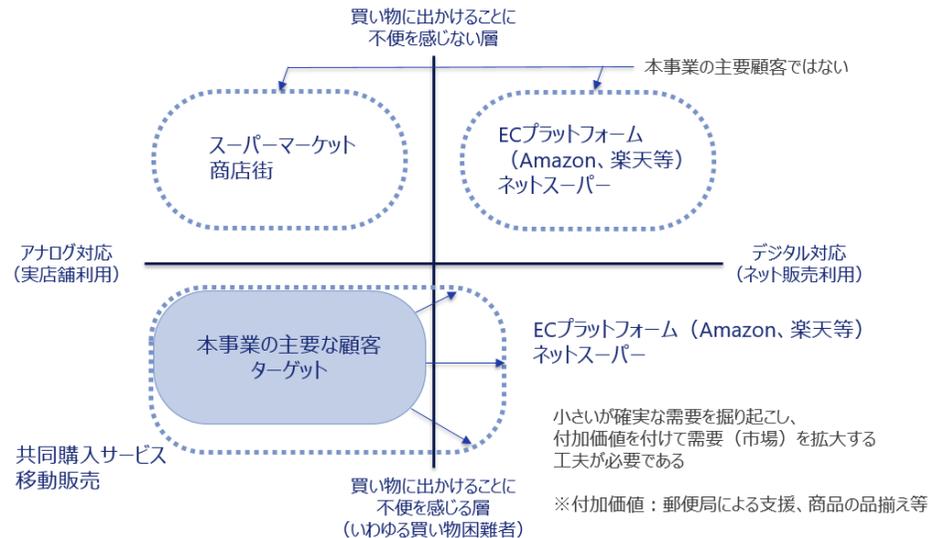
地域課題の現状

- 中山間部では、自宅近くの郵便局に通うことはできても、免許返納等により**市街地の商業施設に頻繁に行くことが難しい住民**（買い物困難者）が存在。**将来的にも増えていく可能性**が高い。
- 自治体においては、このような買い物困難者の生活利便性を向上させることが求められる。
- 令和2年7月に発生した豪雨災害による国道219号の通行制限によって、集客が困難な状況にある**坂本地区に所在する商業者の支援**も必要である。



買い物サービス支援の位置づけ

- 本サービス支援の目的は、郵便局が地方自治体など公的地域基盤と連携し、**地域の買い物困難者の課題解決を推進**していくものである。
- 今回の買い物サービス支援は、右図のとおり高齢者を中心とした、**買い物に出かけることに不便を感じる利用者層**（いわゆる買い物困難者）であり、かつ、**実店舗を利用するアナログ対応の利用者層が主要なターゲット**となる。
- 郵便局等の支援を通じてデジタル対応（ネット販売利用）ができるようにすることで、買い物に困難を感じないようにして利用者の拡大を図るとともに、品揃えを拡充する等によって既存サービスである移動販売等との差別化を図りながら、その**潜在的な需要を掘り起こす必要**があるものと考えられる。



【地域実証②】郵便局を活用した買い物サービス支援の実証(八代市)

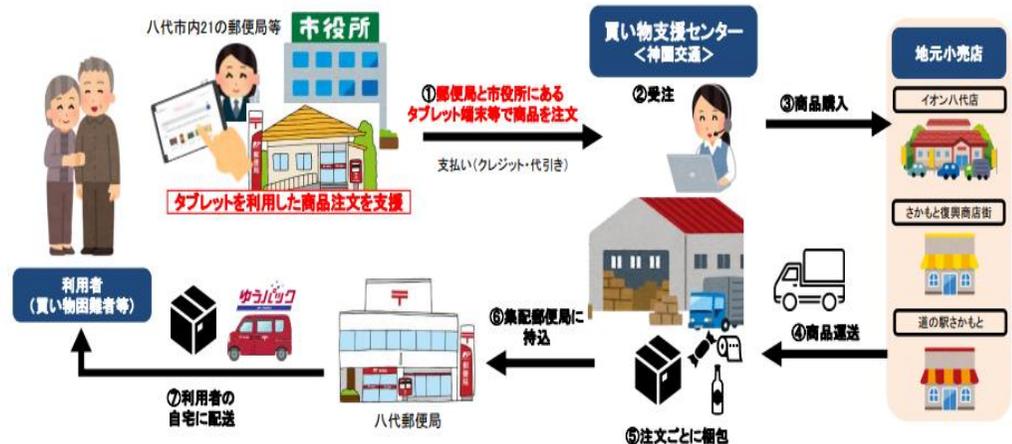
実施内容

- 八代市内21の郵便局、八代市役所及び坂本支所で、令和4年12月1日（木）～令和5年2月28日（火）の3か月に渡り、郵便局を活用した買い物サービス支援の実証を行った。本実証におけるポイントとして、以下の点が挙げられる。
 - ✓ 高齢化率60%以上の中山間部に位置する坂本町の住民にとっては、**身近な郵便局が新たな買い物サービス支援の拠点**となり、市内中心部に行かなくても日用品等を家まで配達してもらえることで、生活の利便性が向上する。
 - ✓ 令和2年7月豪雨の被災地域に位置する「さかもと復興商店街」や「道の駅さかもと」では、市内中心部の住民からの注文機会が増えることで**復興支援にも繋がる**。
 - ✓ 郵便局が買い物サービス支援を行うことで、**地域住民向けサービスや交流拠点としての価値向上**に貢献する。
 - ✓ 地元企業が事務局を担うことで、**地域経済活性化**に貢献する。
- 本実証においては、①買い物サービス「やつしろonlineストア」の開設、②郵便局における「やつしろonlineストア」の利用支援（デジタル対応のターゲット層への拡大）、③「やつしろonlineストア」のプロモーション（利用者へのアプローチ）を実施した。

【八代市内の実証対象郵便局一覧（21局）】

都道府県	局名	郵便番号	住所
熊本県	郡築郵便局	866-0007	熊本県八代市郡築六番町45-4
	八代八幡町郵便局	866-0041	熊本県八代市八幡町9-14
	八代迎町郵便局	866-0055	熊本県八代市迎町2-14-1
	高田郵便局	866-0062	熊本県八代市豊原中町427-4
	八代植柳郵便局	866-0081	熊本県八代市植柳上町676-1
	八代宮地郵便局	866-0805	熊本県八代市宮地町375
	八代長田郵便局	866-0815	熊本県八代市長田町3068-1
	八代駅前郵便局	866-0831	熊本県八代市萩原町2-1-24
	八代旭中央通郵便局	866-0844	熊本県八代市旭中央通10-1
	八代大村橋郵便局	866-0851	熊本県八代市毘舎丸町4-48
	八代通町郵便局	866-0856	熊本県八代市通町7-17
	八代横手郵便局	866-0875	熊本県八代市横手新町2-2
	八代松高郵便局	866-0885	熊本県八代市永碓町949-3
	八代古閑浜町郵便局	866-0891	熊本県八代市古閑浜町8448-2
	八代郵便局	866-8799	熊本県八代市本町2-3-34
	竜峰郵便局	869-4613	熊本県八代市岡町谷川1060-4
	金剛郵便局	869-5154	熊本県八代市高植本町1147-1
	二見郵便局	869-5174	熊本県八代市二見下大野町2426-2
	日奈久郵便局	869-5199	熊本県八代市日奈久中西町478
	百済来郵便局	869-5223	熊本県八代市坂本町田上1374-1
	坂本郵便局	869-6115	熊本県八代市坂本町荒瀬1307

【本実証のイメージ】



【地域実証②】郵便局を活用した買い物サービス支援の実証(八代市)

実施内容

①買い物サービス「やつしろonlineストア」の開設

- 少子高齢化の進展や運転免許返納等による買い物困難者を主な対象として、令和4年12月1日（木）～令和5年2月28日（火）の3か月に渡り、買い物サービス「やつしろonlineストア」を開設した。
- 「やつしろonlineストア」の運営を行う事務局（買い物支援センター）は、地元の交通事業者である神園交通が担った。買い物支援センターでは、ウェブサイト等の運用、注文管理、顧客対応を行った。
- また、「やつしろonlineストア」で取り扱う商品については、仕入れ元である「イオン八代店」「さかもと復興商店街」「道の駅さかもと」と協議のうえ、合計347品目を選定した。

【やつしろonlineストアのトップページ】



【やつしろonlineストアのサービス提供フロー】

- ①会員登録→②タブレットを使った買い物
- ③買い物支援センターにて注文受付→④地元小売店から集荷
- ⑤商品の梱包→⑥集配局に持ち込み後、ゆうぱくにて配送

④の様子



⑤の様子



⑥の様子



【地域実証②】郵便局を活用した買い物サービス支援の実証(八代市)

実施内容

②郵便局における「やつしろonlineストア」の利用支援（デジタル対応のターゲット層への拡大）

- デジタル対応が難しい高齢者等の利用者でも、「やつしろonlineストア」でのサービスが受けられるよう、郵便局においてタブレットの利用方法等について説明していただける環境を整備した。具体的には、八代市内21の郵便局、八代市役所本庁舎及び坂本支所に注文用のタブレットを設置し、郵便局社員等がサポートを行うことで、オンラインショッピングの支援を実施した。
- デジタル対応が難しい高齢者等の利用者は、タブレット操作自体にハードルを感じることに加え、会員登録時に必要な生年月日の西暦入力ができないなどのケースが多い。そのような場合に、和暦から西暦への変換を郵便局社員が行うなど、利用のサポートすることで、普段は実店舗を利用するアナログ対応の利用者が、郵便局に来るだけで買い物を完結させることができるようになる。

【利用者をサポートする郵便局社員】



【郵便局内タブレット配置】



【地域実証②】郵便局を活用した買い物サービス支援の実証(八代市)

実施内容

③「やつしろonlineストア」のプロモーション（利用者へのアプローチ）

- 「やつしろonlineストア」のサービスを、主要ターゲットに知ってもらうためのプロモーション活動を行った。通常の消費活動に積極的に情報感度の高い層向けのマスマーケティング手法（マスメディアやWeb等を駆使した手法）だけでない工夫が必要となった。
- さらに、潜在的なニーズを掘り起こして獲得した顧客に継続的にサービスを利用していただけるよう、会員登録制とし、サービス提供と併行してアンケートを行うなど、利用者の声を聞きながら、サービス改善の工夫を施した。
- また、本サービスについては、郵便局等の支援を通じてデジタル対応（ネット販売利用）ができるようにすることで、買い物に困難を感じないようにして利用者の拡大を図ることから、郵便局の利用頻度が高く、かつデジタルに苦手意識のある顧客層に対して優先的にアプローチすることとした。

【受託者・事務局（買い物支援センター）・郵便局が実施した施策】

- ①ポスター、チラシを活用した告知 ②郵便局での告知 ③高齢者の主要な移動手段（タクシー車内）を活用した告知

【行政が実施した施策】

- ①八代市の広報を使った告知（広報誌及び折込チラシ） ②メディア（HP・SNS・FMラジオ・ケーブルテレビ等）を活用した告知 ③新聞・テレビ報道
④高齢者が集まる会合（地域包括支援センター・老人クラブ・自治会・スマートフォン教室等）を利用した告知

【ポスター・チラシ】



【郵便局での告知】



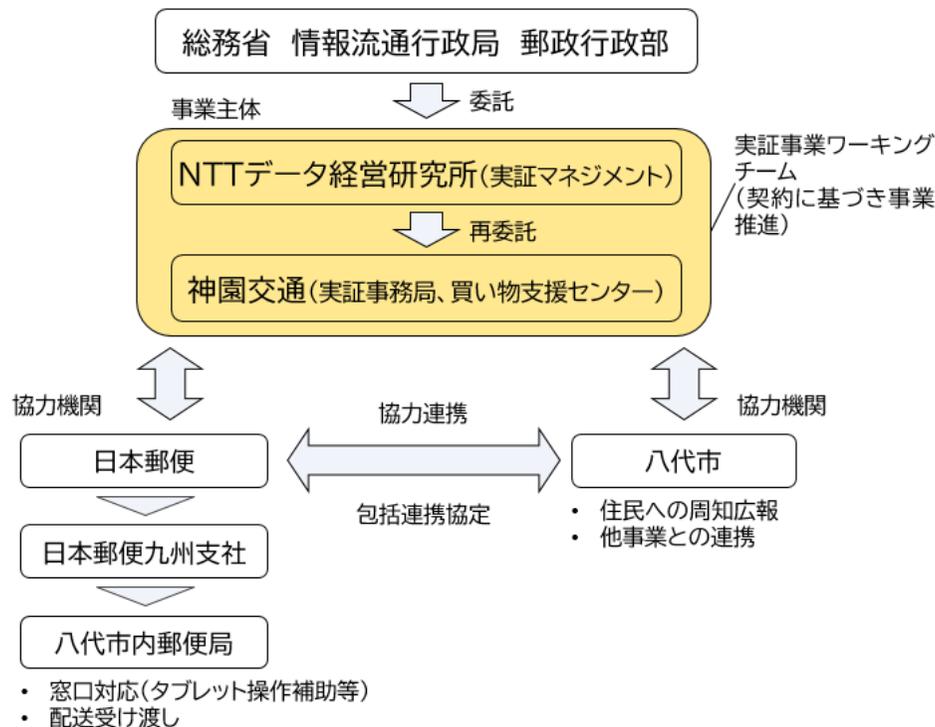
【タクシー車内での告知】



【地域実証②】郵便局を活用した買い物サービス支援の実証(八代市)

推進体制

- 受託者（本実証では、NTTデータ経営研究所）が八代市および日本郵便の連携窓口となり、再委託先として地域企業（本実証では、実証事務局として買い物支援センターを運営した神園交通）との契約を締結し、情報管理の一元化を図る体制で事業を推進した。
- 日本郵便社内では、本社（地方創生推進部）が受託者との窓口となり、日本郵便支社を通じて市内21の郵便局との調整を行った。



実施スケジュール

- 全体のスケジュールに関しては、9月～11月の3か月に渡って実証コンセプト検討等の準備を行い、12月1日（木）に実証セレモニーを行った。
- 12月～2月の実証期間を経て、3月に自治体向け成果報告会を開催した。

時期	取組内容
9月	実証に向けた準備
10月	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 実証コンセプトの検討 ✓ 実証における事業スキームの検討
11月	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 実証事業の設計
12月	実証開始セレモニー（12/1）
1月	実証の実施
2月	中間報告書提出
3月	自治体向け成果報告会の開催 最終報告書提出

【地域実証②】郵便局を活用した買い物サービス支援の実証(八代市)

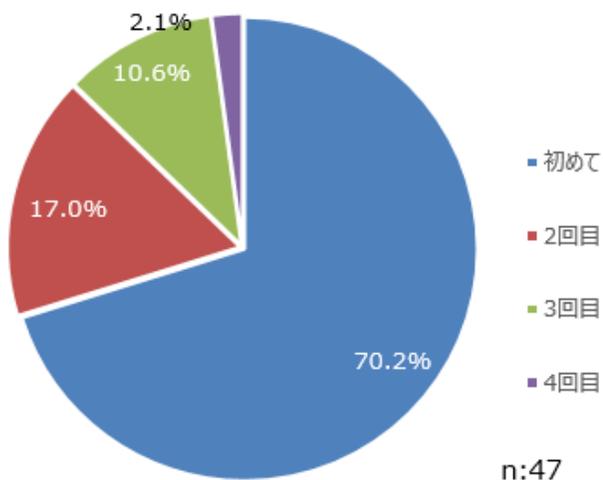
実証結果

項目	実証結果	
<p>実証期間の会員登録件数及び注文件数</p>	<ul style="list-style-type: none"> 実証開始時は、いずれも増加傾向が見られたが、実証開始から2週間程度が経過すると、いずれも日次ベースで1件程度に推移した。実証最終日には、駆け込み需要によって10件の注文が入った。 登録件数及び注文件数は少しずつではあるものの着実に増加しており、1度利用した方のリピート利用が目立った。 必ずしも情報感度の高くない高齢者を中心とする顧客層へのアプローチが少しずつ奏功し、徐々に利用者の認知が浸透していったものと考えられる。 リピーターの存在からも、本サービスに対する底堅い需要があることが分かった。 	<p>会員登録件数</p> <p>注文件数</p>
<p>八代市内21郵便局における会員登録件数及び注文件数</p>	<ul style="list-style-type: none"> 会員登録件数は、「八代駅前郵便局」が4件、次いで「八代郵便局」「百済来郵便局」「坂本郵便局」が3件であった。 注文件数は、「八代駅前郵便局」が9件、「金剛郵便局」「坂本郵便局」が4件、次いで「八代郵便局」「百済来郵便局」が3件であった。 近くに実店舗がある場合には本サービスの利用に繋がらなかつたりする等、周辺環境によって買い物サービス支援の需要に差があることが推察される。 	<p>会員登録件数</p> <p>注文件数</p>

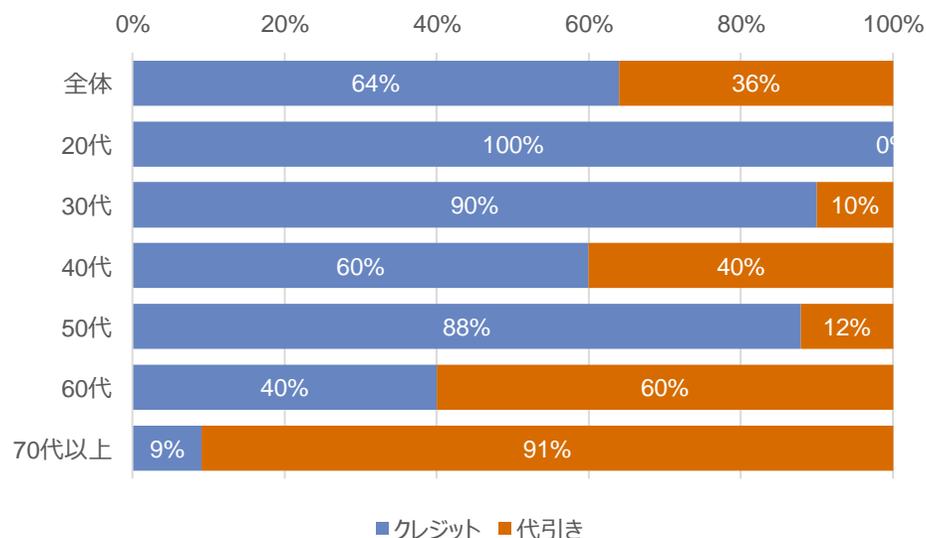
【地域実証②】郵便局を活用した買い物サービス支援の実証(八代市)

実証結果

項目	実証結果
利用者像	<ul style="list-style-type: none"> 実際の購買データによると、利用者数61人に対して、リピーターが22人であった（リピーター率=約36.1%）。アンケートにおいても、利用回数について、「初めて」利用するという回答が約70.2%、「2回目」の利用という回答が約17.0%、次いで「3回目」という回答が約10.6%であった。 年代別の支払方法（クレジット/代引き）の割合で見ると、20代から50代はクレジットカード利用者の割合が多く、60代以上は代金引換利用者の割合が多かった。このことから、高齢世代がクレジットカード利用に抵抗感がある様子が伺える。



【本サービスの利用回数】

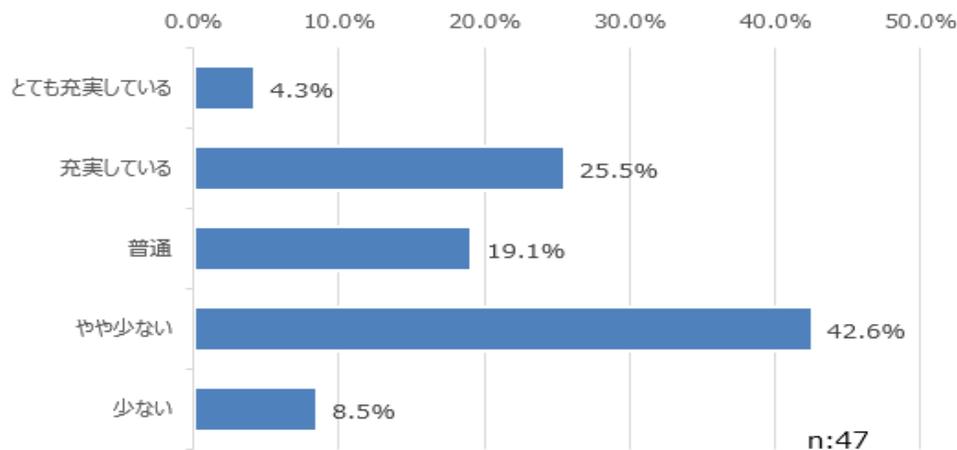


【年代別の支払方法（クレジット/代引き）の割合】

【地域実証②】郵便局を活用した買い物サービス支援の実証(八代市)

実証結果

項目	実証結果
品揃え	<ul style="list-style-type: none"> 取扱品目数について、「やや少ない」「少ない」を合わせた回答が約51.1%となり、約半数の方は品揃えが不足しているという回答であった。一方で、「とても充実している」「充実している」を合わせた回答が約29.8%であった。年代によって取扱品目に対する満足度の差があることが分かった（年齢が高いほど満足度が高い）。 商品のジャンル別で分析すると、「お菓子・飴」といった嗜好品が最も人気があり、次いで「日用品」、「インスタント麺」といった比較的大きくて持ち運ぶ際にかさばる商品、「調味料」「飲料」といった重たい商品の順に人気であった。



【本サービスの取扱品目の満足度】

ジャンル	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
お菓子・飴		9	46	51	29	4
日用品		3	8	19	29	9
インスタント麺		4	23	13	13	7
調味料			17	4	21	11
飲料		7	13	14	8	5
坂本町復興支援		2	19	14	5	1
お味噌汁・スープ		1	9	11	12	3
おつまみ		1	6	4	2	1
レトルト			2	9	3	
お米	1	1		5	5	1
プレゼント			2	4	3	4
ごはんのおとも			2	3	3	3
コーヒー・お茶			4	2	3	
レトルト調味料			2	3	3	
各種ルー			3		2	
お茶づけ			1	2		1
鍋つゆ			1			

【ジャンル別×年代別の購入数】

【地域実証②】郵便局を活用した買い物サービス支援の実証(八代市)

実証結果

項目	実証結果																					
満足度	<ul style="list-style-type: none"> 郵便局における買い物サービス支援の満足度について、「とても満足」という回答が約14.9%、「概ね満足」という回答が約59.6%と利用者の75%近くが好意的な評価。 従前のアンケート結果から取扱品目数、配送日数、及びキャンペーン適用による利用料0円であったことが、今回の満足度の高さに繋がったものと考えられる。 	<p>【本サービスの満足度】</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>満足度</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>とても満足</td> <td>14.9%</td> </tr> <tr> <td>概ね満足</td> <td>59.6%</td> </tr> <tr> <td>少し不満</td> <td>23.4%</td> </tr> <tr> <td>無回答</td> <td>2.1%</td> </tr> </tbody> </table>	満足度	割合	とても満足	14.9%	概ね満足	59.6%	少し不満	23.4%	無回答	2.1%										
満足度	割合																					
とても満足	14.9%																					
概ね満足	59.6%																					
少し不満	23.4%																					
無回答	2.1%																					
利用料	<ul style="list-style-type: none"> 利用料について、「500円であれば許容できるという回答が約66.0%」、「500円未満」であれば許容できるという回答が約19.1%、次いで「その他」という回答が約6.4%であった。 	<p>【本サービスの許容できる利用料】</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>利用料</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>200円</td> <td>2.1%</td> </tr> <tr> <td>300円</td> <td>4.4%</td> </tr> <tr> <td>500円未満</td> <td>19.1%</td> </tr> <tr> <td>500円</td> <td>66.0%</td> </tr> <tr> <td>1000円</td> <td>2.1%</td> </tr> <tr> <td>1500円</td> <td>2.1%</td> </tr> <tr> <td>2000円</td> <td>0.0%</td> </tr> <tr> <td>2000円以上</td> <td>2.1%</td> </tr> <tr> <td>無回答</td> <td>2.1%</td> </tr> </tbody> </table>	利用料	割合	200円	2.1%	300円	4.4%	500円未満	19.1%	500円	66.0%	1000円	2.1%	1500円	2.1%	2000円	0.0%	2000円以上	2.1%	無回答	2.1%
利用料	割合																					
200円	2.1%																					
300円	4.4%																					
500円未満	19.1%																					
500円	66.0%																					
1000円	2.1%																					
1500円	2.1%																					
2000円	0.0%																					
2000円以上	2.1%																					
無回答	2.1%																					

【地域実証②】郵便局を活用した買い物サービス支援の実証(八代市)

実証結果

項目	実証結果																							
<p>利用理由</p>	<ul style="list-style-type: none"> サービスを利用した理由について、「宅配サービスを利用して見たかった」という回答が約55.3%、「郵便局員にサポートしてもらえて安心だから」という回答が約31.9%、次いで「買いたいものがあった」という回答が約29.8%であった。 	<p>0.0% 10.0% 20.0% 30.0% 40.0% 50.0% 60.0%</p> <table border="1"> <tr><td>宅配サービスを利用して見たかった</td><td>55.3%</td></tr> <tr><td>郵便局員にサポートしてもらえて安心だから</td><td>31.9%</td></tr> <tr><td>買いたいものがあった</td><td>29.8%</td></tr> <tr><td>遠方まで買い物にいけないから</td><td>14.9%</td></tr> <tr><td>普段利用している店舗にはない商品があるから</td><td>12.8%</td></tr> <tr><td>買い物について家族等の協力を得られなかったから</td><td>2.1%</td></tr> <tr><td>無回答</td><td>2.1%</td></tr> </table> <p>【本サービスを利用した理由】</p>	宅配サービスを利用して見たかった	55.3%	郵便局員にサポートしてもらえて安心だから	31.9%	買いたいものがあった	29.8%	遠方まで買い物にいけないから	14.9%	普段利用している店舗にはない商品があるから	12.8%	買い物について家族等の協力を得られなかったから	2.1%	無回答	2.1%								
宅配サービスを利用して見たかった	55.3%																							
郵便局員にサポートしてもらえて安心だから	31.9%																							
買いたいものがあった	29.8%																							
遠方まで買い物にいけないから	14.9%																							
普段利用している店舗にはない商品があるから	12.8%																							
買い物について家族等の協力を得られなかったから	2.1%																							
無回答	2.1%																							
<p>接触メディア</p>	<ul style="list-style-type: none"> 郵便局における買い物サービス支援の取組を知ったきっかけについて、「市の広報誌等」という回答が約35.6%、「郵便局員の案内」という回答が約22.0%、次いで「周知チラシ」という回答が約11.9%であった 	<p>0.0% 10.0% 20.0% 30.0% 40.0%</p> <table border="1"> <tr><td>市の広報誌</td><td>35.6%</td></tr> <tr><td>郵便局員の案内</td><td>22.0%</td></tr> <tr><td>周知チラシ</td><td>11.9%</td></tr> <tr><td>メディア報道</td><td>10.2%</td></tr> <tr><td>市役所内チラシ・ポスター</td><td>6.8%</td></tr> <tr><td>市のWEBページ等</td><td>5.1%</td></tr> <tr><td>郵便局内のチラシ・ポスター</td><td>1.7%</td></tr> <tr><td>知人に聞いた</td><td>1.7%</td></tr> <tr><td>タクシーの中</td><td>1.7%</td></tr> <tr><td>地区老人会議</td><td>1.7%</td></tr> <tr><td>体験モニターサービスからの紹介</td><td>1.7%</td></tr> </table> <p>【本サービス支援の取組をどこで知ったか】</p>	市の広報誌	35.6%	郵便局員の案内	22.0%	周知チラシ	11.9%	メディア報道	10.2%	市役所内チラシ・ポスター	6.8%	市のWEBページ等	5.1%	郵便局内のチラシ・ポスター	1.7%	知人に聞いた	1.7%	タクシーの中	1.7%	地区老人会議	1.7%	体験モニターサービスからの紹介	1.7%
市の広報誌	35.6%																							
郵便局員の案内	22.0%																							
周知チラシ	11.9%																							
メディア報道	10.2%																							
市役所内チラシ・ポスター	6.8%																							
市のWEBページ等	5.1%																							
郵便局内のチラシ・ポスター	1.7%																							
知人に聞いた	1.7%																							
タクシーの中	1.7%																							
地区老人会議	1.7%																							
体験モニターサービスからの紹介	1.7%																							

成果に関する考察

① 主要ターゲットへのアプローチに関わる工夫の必要性

- 本実証期間中に、様々なアプローチ（市報等の行政媒体を使用した告知、ポスター・チラシなどのツールによる告知、コミュニティFMなどのマスメディアによる告知、高齢者が集まる会合等を利用した告知、高齢者の主要な移動手段であるタクシーを活用した交通広告による告知）を試みた。その結果、会員登録件数及び注文件数の着実な増加に繋がった。
- 本実証のようなターゲット層については、通常の消費活動に積極的で情報感度の高い方向けのマスマーケティング手法（マスメディアやWeb等を駆使した手法）ではなく、**高齢者が集まる会合等を利用した告知等の直接的なアプローチによる効果が高い**ものと推察される。

② 地域における買い物サービス支援に対する底堅いニーズ

- 本実証では、郵便局社員等がオンラインショッピングのサポートを実施したことにより、一般的なネット通販利用が難しい高齢世代等からの満足度が高かった。加えて、合計347品目の品揃え、購入した商品の自宅までのゆうパック配送、「操作しやすい」という回答が「操作が難しい」「分かりづらい」という回答を上回ったことから、満足度が高い様子が推察できる。
- 利用者の意見として、「郵便局社員に操作してもらわないとできない」「誰かの補助があると安心して利用できる」という声もあり、**郵便局社員等の利用支援によって、タブレット操作に不慣れな層に対する本サービスの利用増進及び利便性向上**に繋がっていると考えられる。

③ ①②をバックアップする郵便局と公的地域基盤の連携の重要性

- 本実証では、八代市と郵便局が連携することにより、八代市側は、買い物困難者や免許返納者などへの買い物サービス支援及び被災地復興の支援を図ることができた。また、アンケート結果において、半数近くの利用者が本サービス支援によって郵便局への利用機会が増えるという回答であったことから、郵便局側は、新たな利用者の獲得に繋がる可能性が示唆された。
- 本サービスの主なターゲットは、デジタル技術に対するハードルが高い傾向にあるが、**郵便局社員等によるサポートがあることで、安心して買い物できた**と考えられる。こうした連携の効果は特定の地方自治体に限らずに得られるものであり、事業化にあたっては、具体的に何に対してどの程度の効果があるかを事前に検討し、当事者間で認識の共有を図ることが望ましい。

【地域実証②】郵便局を活用した買い物サービス支援の実証(八代市)

実証から得られた課題と示唆

項目	課題と示唆
<p>① 主要なターゲットへの 的確なアプローチ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ターゲットに対して適確なアプローチを行うにあたっては、誰をターゲットにするのか、ターゲットのニーズはどのようなものかを正確に把握することが必要不可欠である。しかし、ターゲットのニーズは多様であるため、適確なアプローチを行うためには、継続的に市場調査や利用者からのフィードバックを収集することが望ましい。フィードバック等から得られた情報を踏まえた修正を加えながら、ターゲットに適したコミュニケーションチャンネルを選択し、アプローチの改善に役立てることが重要である。 <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="1450 342 1688 656"> <p>【広報やつしる2月号】</p>  </div> <div data-bbox="1709 342 1978 656"> <p>【老人クラブ連合会の様子】</p>  </div> </div>
<p>② 地域に根差した安心感がある郵便局等の有効活用</p>	<ul style="list-style-type: none"> 本サービス支援の主なターゲットは、タブレット等のデジタル技術に対するハードルが高い傾向にある一方で、普段から利用していて、馴染みのある郵便局社員等によるタブレットの利用支援があることで、安心して買い物ができたと考えられる。 タブレット端末を用いた購入のサポートだけでなく、郵便局社員が自然体で利用者を案内できるようなサービス設計を行うためにも、連携する郵便局とは事前に十分な調整を図ることが重要である。 <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="1305 678 1605 999"> <p>【利用者をサポートする郵便局社員】</p>  </div> <div data-bbox="1626 678 1989 999"> <p>【追加キャンペーン時のマニュアル】</p>  </div> </div>
<p>③ 既存の買い物サービスとの差別化</p>	<ul style="list-style-type: none"> 本実証では、商品ラインナップに地域独自の商品（さかもと復興商店街の商品等）を追加することで、既存サービスとの差別化を図った。実際の売れ筋商品ジャンルとしては、「お菓子・飴」「日用品」「インスタント麺」等が上位に来ている中、「坂本町復興支援」の商品についても多く購入されていた。 被災地へ赴いての買い物が今なお難しいということが相まって、オンラインショッピングによる地域独自の商品の需要は高いことが推察される。 <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="1357 1021 1667 1342"> <p>【地域独自の商品例①】</p>  </div> <div data-bbox="1688 1021 1999 1342"> <p>【地域独自の商品例②】</p>  </div> </div>

【地域実証②】郵便局を活用した買い物サービス支援の実証(八代市)

事業化や今後の展開に向けて

- 我が国では、高齢化や単身世帯の増加、地元小売業の廃業、既存商店街の衰退等により、過疎地域のみならず都市部においても、「買い物困難者」が増えてきており、「食料品アクセス問題」として社会的な課題になっており、本実証のような買い物サービスやその支援に対する必要性は高まっている。このような取組の事業化・横展開に向けたポイントは以下のとおりである。

項目	内容																																				
郵便局、公的地域基盤の望ましい役割分担	<ul style="list-style-type: none"> 郵便局を活用した買い物サービス支援の事業化にあたって役割分担は不可欠である。特に、事務局（買い物支援センター）については、事業の円滑な運営を行ううえで重要な役割を果たしているため、事業スキームを確定していく過程で、自治体や地元小売店がその役割を担うことも十分に考えられる。 本実証でのタブレット操作等の窓口での購入サポートは、タブレット設置サービスの付帯業務として郵便局社員の可能な範囲内で行っていただいたが、郵便局の強みとして、日本全国に張り巡らされたネットワークと地域に根差した安心感があるという点から、今後さまざまなサービス検討の余地がある。 																																				
郵便局、公的地域基盤の望ましい費用分担及び費用削減	<ul style="list-style-type: none"> 本実証では、八代市の費用負担はなく、実証に必要な経費は国費で負担した。事業化にあたっては、買い物困難者への買い物サービス支援という公共的性質上、イニシャルコスト及びランニングコストは、地方自治体による負担も検討する余地がある。 また、地方自治体が、日本郵便に対して必要な機器の設置や商品配送、ターゲットへの積極的な声掛け及び窓口でのサポート等を求める場合などには、相応の費用負担が生じる。 事業化にあたっては、こうした業務遂行に係る定量的、固定的な経費を事前に精査したうえで地方自治体側と協議し、費用分担及び費用削減について決定していくことが求められる。 <div style="text-align: right;">【ECサイトの制作手法】</div> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th></th> <th>フルスクラッチ^①</th> <th>パッケージ^② (今回利用)^③</th> <th>クラウドEC^④</th> <th>オープンソース^⑤</th> <th>ASP^⑥</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ビジネス規模^⑦</td> <td>大^⑧</td> <td>中^⑨</td> <td>中^⑩</td> <td>小^⑪</td> <td>小^⑫</td> </tr> <tr> <td>初期費用^⑬</td> <td>高額^⑭</td> <td>高額^⑮</td> <td>高額^⑯</td> <td>無償^⑰</td> <td>無償^⑱</td> </tr> <tr> <td>月額費用^⑲</td> <td>数十万円^⑳～^㉑</td> <td>10万円^㉒～^㉓</td> <td>数十万円^㉔～^㉕</td> <td>～10万円^㉖</td> <td>0円^㉗～^㉘</td> </tr> <tr> <td>導入期間^㉙</td> <td>最短1年^㉚</td> <td>最短3か月^㉛</td> <td>最短3か月^㉜</td> <td>最短1か月^㉝</td> <td>最短1週間^㉞</td> </tr> <tr> <td>維持管理^㉟ コスト^㊱</td> <td>高^㊲</td> <td>中^㊳</td> <td>低^㊴</td> <td>高^㊵</td> <td>低^㊶</td> </tr> </tbody> </table>		フルスクラッチ ^①	パッケージ ^② (今回利用) ^③	クラウドEC ^④	オープンソース ^⑤	ASP ^⑥	ビジネス規模 ^⑦	大 ^⑧	中 ^⑨	中 ^⑩	小 ^⑪	小 ^⑫	初期費用 ^⑬	高額 ^⑭	高額 ^⑮	高額 ^⑯	無償 ^⑰	無償 ^⑱	月額費用 ^⑲	数十万円 ^⑳ ～ ^㉑	10万円 ^㉒ ～ ^㉓	数十万円 ^㉔ ～ ^㉕	～10万円 ^㉖	0円 ^㉗ ～ ^㉘	導入期間 ^㉙	最短1年 ^㉚	最短3か月 ^㉛	最短3か月 ^㉜	最短1か月 ^㉝	最短1週間 ^㉞	維持管理 ^㉟ コスト ^㊱	高 ^㊲	中 ^㊳	低 ^㊴	高 ^㊵	低 ^㊶
	フルスクラッチ ^①	パッケージ ^② (今回利用) ^③	クラウドEC ^④	オープンソース ^⑤	ASP ^⑥																																
ビジネス規模 ^⑦	大 ^⑧	中 ^⑨	中 ^⑩	小 ^⑪	小 ^⑫																																
初期費用 ^⑬	高額 ^⑭	高額 ^⑮	高額 ^⑯	無償 ^⑰	無償 ^⑱																																
月額費用 ^⑲	数十万円 ^⑳ ～ ^㉑	10万円 ^㉒ ～ ^㉓	数十万円 ^㉔ ～ ^㉕	～10万円 ^㉖	0円 ^㉗ ～ ^㉘																																
導入期間 ^㉙	最短1年 ^㉚	最短3か月 ^㉛	最短3か月 ^㉜	最短1か月 ^㉝	最短1週間 ^㉞																																
維持管理 ^㉟ コスト ^㊱	高 ^㊲	中 ^㊳	低 ^㊴	高 ^㊵	低 ^㊶																																
デジタル技術の効率的な活用方法	<ul style="list-style-type: none"> デジタル技術をさらに有効活用するためには、実際の利用者や購入サポートを行う郵便局社員等にとって使いやすいショッピングサイトとなるよう、工夫を凝らすことが重要であり、事業化にあたっては、利用者からの意見を丁寧に拾い上げ、改善の余地があれば、臨機応変に対応していく必要がある。 改善措置を素早く講じられるようにするための連絡体制や対応体制を事前に整備しておき、継続的に改善できる状況を作り出しておくことが望まれる。 																																				

【地域実証②】郵便局を活用した買い物サービス支援の実証(八代市)

事業化や今後の展開に向けて

- 事業化や今後の横展開にあたっては、本実証のような体制に加え、下記のような連携体制も視野に入れながら、対象地域の人口動態、地方自治体側及び利用者側のニーズを把握し、郵便局を活用した買い物サービス支援の需給予測を十分に行う必要がある。そのうえで、対象地域の取扱局を選定し、持続可能な体制を構築していくことが必要不可欠である。

項目	スキームの概要等
<p>① 郵便局が車両の余積や既存の配達網を活用して、ネットスーパーと連携したスキーム</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 令和5年2月、日本郵便が、「共助型買い物サービスを通じた地域拠点づくりの実証実験」として発表したスキームである。 ● 日本郵便が日々郵便物などを配達している車両の余積や既存の配達網を活用し、ネットスーパーの商品を地域内の拠点へ複数注文分をまとめて配達することで、日常的な買い物を補完し、受け取り場所を通じて地域コミュニティの醸成を図る。 ● 中山間地域等においては、日本郵便の既存リソースと、自治体や民間事業者の得意分野を重ね合わせ、一部は住民負担も交えることも含めて、持続可能なモデルを模索する必要がある。 <div data-bbox="1301 525 1984 901" data-label="Diagram"> <p>【実証のイメージ】</p> <p>The diagram illustrates the pilot scheme. It shows 'イオンネットスーパー' (Aeon Net Supermarket) providing '商品提供' (Goods provision) to '日本郵便' (Japan Post). Japan Post then handles '商品注文 商品代金支払い' (Goods orders and payment) and '地域ごとにまとめて商品配達' (Goods delivery by region). The goods are delivered to a '受取先' (Pickup point) such as '月ヶ瀬ワーケーションルーム ONONO', '旧柳生中学校', and '須川郵便局'. 'サービス利用者' (Service users) receive the '商品の受け取り' (Goods receipt). The diagram also shows photos of the pickup points and notes that they serve as '地域の交流拠点として、地域コミュニティを強化' (Local exchange hubs to strengthen the community).</p> </div>
<p>② 郵便局を注文窓口として活用して、地域の交通事業者と連携したスキーム</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 郵便局は注文窓口及び注文サポートを担当し、地域の交通事業者が買い物支援センターとして、顧客管理、注文管理、商品の調達、集積梱包を担当する（ゆうパックによる配送を行わない）。 ● 郵便局窓口からの注文を受け付けることで、デジタル対応可能な利用者だけでなく、普段はリアル店舗を利用する層まで顧客として取り込むことができる。特に、買い物に出かけることに不便を感じる利用者層の生活利便性の向上に資することも大いに期待される。 <div data-bbox="1218 925 1991 1310" data-label="Diagram"> <p>【事業スキームのイメージ】</p> <p>The diagram shows the business scheme flow: '注文受付' (Order reception) where users visit '郵便局窓口' (Post office counter) or use 'ブラウザ注文' (Browser orders); '受発注管理' (Order management) where '交通事業者 (買物支援センター)' (Carrier/Shopping support center) handles 'ネット回線' (Network) and 'メール or 電話' (Email or phone) orders; and '配送' (Delivery) where '交通事業者' (Carrier) delivers to '地元小売店A/B/C' (Local shops) and then to '利用者' (Users). The diagram also shows '交通事業者' (Carrier) handling 'メール or 電話' (Email or phone) orders directly to users.</p> </div>

地域実証③

郵便局ドローンの中山間地域での公的活用に関する実証(熊野市)

【地域実証③】郵便局ドローンの中山間地域での公的活用(熊野市)

地域課題の現状

- 三重県熊野市をはじめとする全国の中山間地域においては、交通手段が乏しく、人口減少・高齢化が進行している。熊野市は、人口15,800人、高齢化率44%、市街地に人口の68%が集中しており、山間部と海岸部に分かれている自然が豊かな地域である。平成17年に旧紀和町と合併している。
- 産業としては、一次産業として、農業（ミカン）、漁業、林業（森林面積88%）などが主となっている。実証を行った熊野市木津呂地区は、屈曲した北山川に沿った特徴的な地形をしており、市街地から通じる道路は1本のみとなっている。
- この地域では、過去（令和1、3年度）に土砂崩れ等が発生し、唯一の物資輸送経路である道路が寸断されるなど、災害時の物資輸送経路の確保が課題となっている。

木津呂地区



熊野市提供

過去の土砂災害発生地点と実証エリア



熊野市提供の画像に一部追記

【地域実証③】郵便局ドローンの中山間地域での公的活用(熊野市)

実証内容

- 熊野市入鹿郵便局で、令和4年10月3日（月）から令和4年12月28日（水）の約3か月に渡り、**緊急支援物資の輸送サービス、被災状況のモニタリング**、の2項目を実施した。
- 現地ヒアリングに基づくニーズ調査を実施した上で、**緊急支援物資の輸送サービス**では、災害時に、孤立した地域への緊急支援物資の輸送する公的活用方法について、検討を行った。
被災状況のモニタリングでは、同じく災害発生時に、ドローンに搭載されたカメラを使用して、道路等の被災状況の確認や被災者等を検索するという公的活用方法について、検討を実施した。

緊急支援物資の輸送サービスの検討

入鹿郵便局から木津呂地区に緊急支援物資を配送（片道）

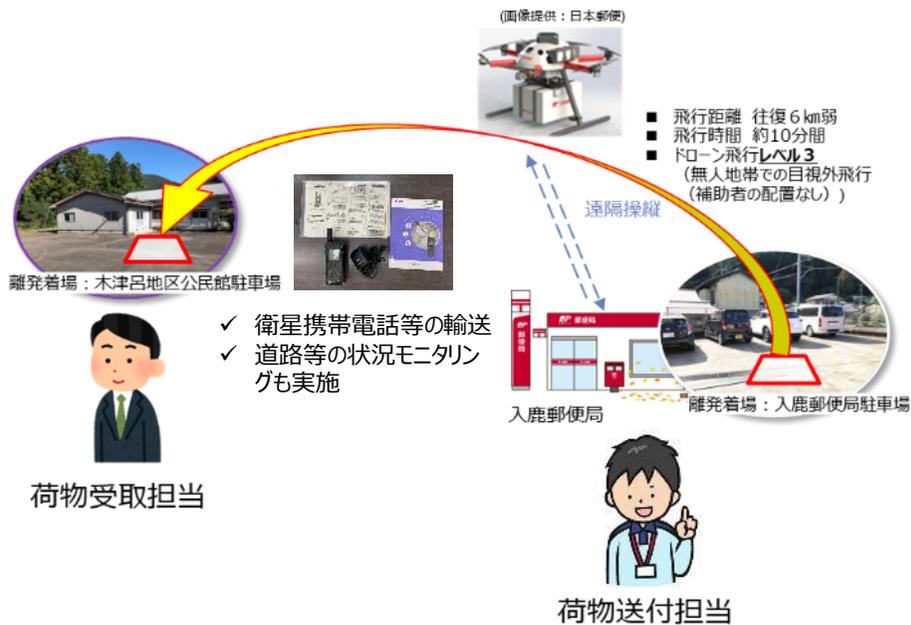
木津呂地区



実証内容と実証ルート

被災状況のモニタリング

入鹿郵便局から木津呂地区に緊急支援物資を配送する際、道路等をモニタリング（往復）



実証概略図

【地域実証③】郵便局ドローンの中山間地域での公的活用(熊野市)

実施内容

1) ニーズ調査・ヒアリング

(ニーズ調査)

サービスニーズ把握のため、地域の状況の把握と、住民へのヒアリング調査を実施した。

実証事業	ヒアリング調査 (抜粋)
地域のサービスニーズの調査 (熊野市紀和支所、木津呂地区区長 ヒアリング調査)	<p>(木津呂地区の地域性)</p> <ul style="list-style-type: none">木津呂地区には、10世帯の居住があり、住民の年齢層は、40代1名、60代4名、70代1名、80代4名となっている。日常の移動手段として、10世帯のうち4世帯は自家用車なし。2世帯は仕事で車を使用、3世帯は買い物等で使用。自家用車がない世帯は、市の乗合タクシーを利用して板屋地区まで移動。 <p>(地域の配送拠点、木津呂地区への郵便の配達)</p> <ul style="list-style-type: none">地域の配送拠点としては、木津呂地区に最寄りの入鹿郵便局、今回のドローンの配送経路上にある一部の和歌山県の飛び地となっている地区は和歌山県の郵便局が担当している。新聞配達があるので、毎日配送している。また、ポストが1ヶ所あるので、配送がなくても1日1回、取集に行っている。 <p>(日常の買い物について)</p> <ul style="list-style-type: none">週1回来る移動販売車を利用。近くに生鮮食品を扱う店が無いため、移動販売車でしか購入できない。生活するために必要な品は揃っており、希望した商品を持ってきてもらうこともできる。他地区も巡回しており、木津呂地区は最後になるため、欲しい商品が先に売れて、ない場合がある。地方にいる家族が宅配便で荷物を送付したり、家族が来た時に自動車で購入物に連れて行ってもらうことがある。 <p>(災害時について)</p> <ul style="list-style-type: none">停電すると基地局が停波するので、携帯電話が使えなくなる。臨時の基地局による対応となることもある。 <p>(医療について)</p> <ul style="list-style-type: none">板屋地区にある熊野市立紀和診療所を利用。決まった時間に医師が来ている。健康な人が多く、医療面で困っていることはあまりない。自家用車で通院している世帯が1世帯ある。ドラッグストアはないが配置薬の業者が稀に訪問することがある。月1回、紀和診療所から薬を処方されている方がいる。災害時、道路がふさがった時は、熊野市職員が歩いて途中まで薬を持ってきてくれた。

【地域実証③】郵便局ドローンの中山間地域での公的活用(熊野市)

実施内容

(制度に関するヒアリング)

地域のサービスニーズを踏まえ、災害発生時を想定し、机上検討を行い、下記の所要事項についてヒアリング調査等を実施した。

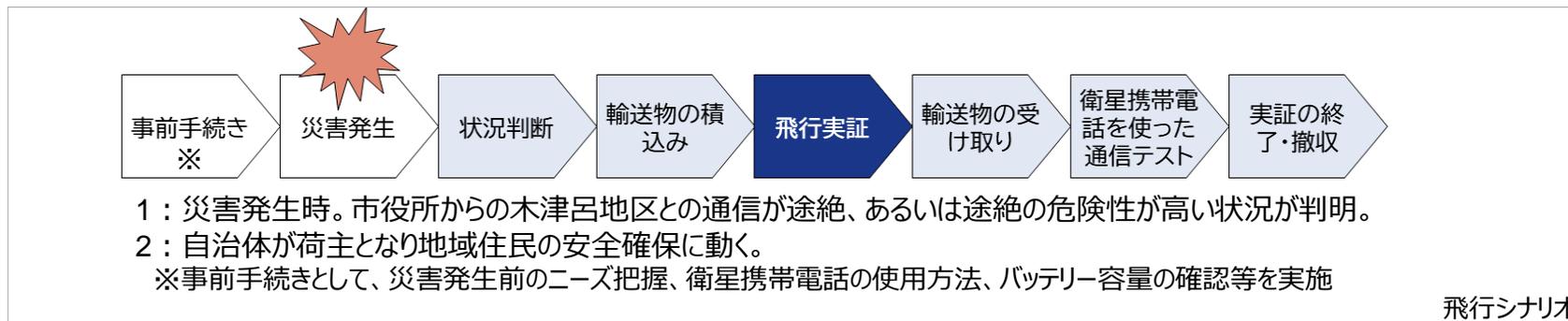
実証事業	実証結果
緊急支援物資の輸送サービス	<p>緊急支援物資としての輸送を想定した「衛星携帯電話」「医薬品」について、現行制度上、輸送することが可能かどうかに関するヒアリングを行った。</p> <ul style="list-style-type: none">■ 緊急支援物資のドローンにおける登載可否に関するヒアリング（危険物の判断）<ul style="list-style-type: none">・ヒアリング対象：国土交通省航空局安全部安全政策課・ヒアリング結果：「航空機の運航の安全に支障を及ぼすおそれのある電子機器等を定める告示」に基づき電池容量により危険物に該当するかを判断しているが、今回の実証で使用する衛星携帯電話は、8.1Whであり、160Whを超えないため、危険物に該当しない。■ 緊急支援物資のドローンにおける登載可否に関するヒアリング（医薬品）<ul style="list-style-type: none">・ヒアリング対象：厚生労働省医薬・生活衛生局総務課・ヒアリング結果：現段階では、実証事業のためのガイドライン（「ドローンによる医薬品配送に関するガイドライン」）は存在するが、災害時における対応については策定されていない。実証事業のガイドラインにおいては、事前に事業計画の策定等を求めていることから、現状、災害時において臨機応変に運べるという根拠はない。
被災状況のモニタリング	<p>道路等の被災状況をドローンにより空撮するという公的活用方法について、その許認可についてヒアリングを行った。</p> <ul style="list-style-type: none">■ ドローンによるモニタリング時の許認可等に関するヒアリング<ul style="list-style-type: none">・ヒアリング対象：国土交通省 無人航空機ヘルプデスク・ヒアリング結果：ドローンの飛行に関して、無人航空機の事前登録が必要となる。そこでは、運航主体としての登録と、飛行区域（ルート）の申請が必要となる。災害対応の場合であっても、現状では、「人口集中地区および空港等の周辺区域」の場合は、日時、区域を指定する許可申請が必要。それに該当しない場合は、包括申請で対応可能である。

【地域実証③】郵便局ドローンの中山間地域での公的活用(熊野市)

実施内容

2) 緊急支援物資の輸送サービス

飛行シナリオを以下の通り設定して机上検討を行い、飛行実証を行った。



ドローンで輸送したもの : 衛星携帯電話 (電源、マニュアル等含む)

ドローンの積載容量 : ~1.7kg。二重に梱包するなど内包物の汚損がないように配慮。

- 輸送後、区長、副区長等の協力を得て、衛星携帯電話を使った通信テストのデモを実施
- 飛行実証中、ドローンに搭載されているカメラで道路等の状況を撮影 (被災状況のモニタリング)



実証で使用した緊急支援物資例



飛行実証の様子

【地域実証③】郵便局ドローンの中山間地域での公的活用(熊野市)

実施内容

3) 被災状況のモニタリング

同じく災害発生時に、ドローンに搭載されたカメラを使用して、道路等の被災状況の確認や被災者等の捜索を行うという公的活用方法について、検討を実施した。

具体的には、机上検討（シナリオ作成）、現地の飛行実証、ヒアリング調査等を実施した。

飛行実証は、日本郵便が届け出ているルートを外れた飛行を行うため、前述の調査結果に基づき、株式会社ACSLの許可に基づいて実施した。



ドローンによるモニタリング映像

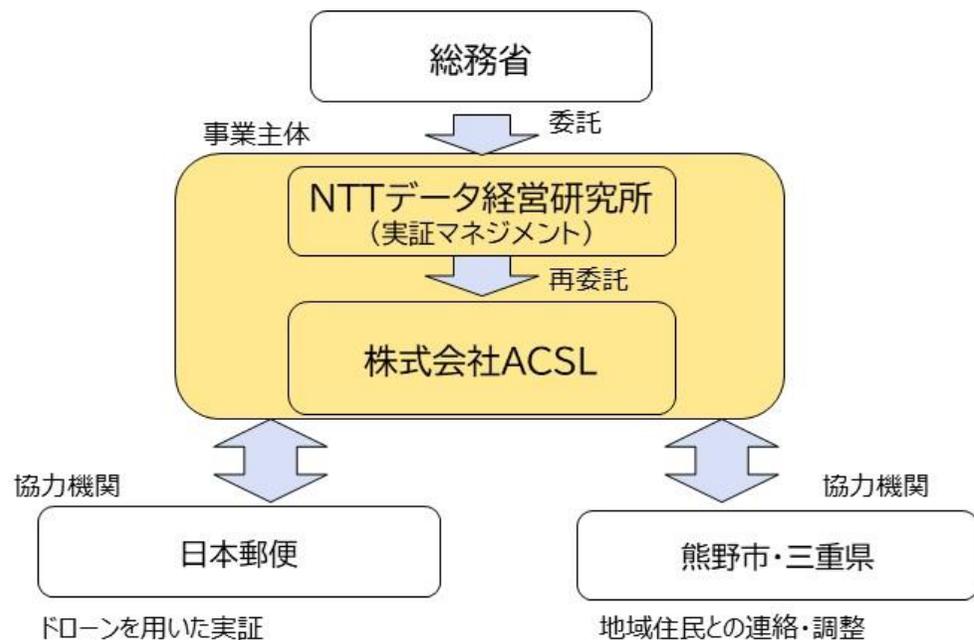


モニタリング映像を確認する
自治体職員、郵便局社員

【地域実証③】郵便局ドローンの中山間地域での公的活用(熊野市)

推進体制

- 受託者が、三重県、熊野市、および日本郵便の連携窓口となり、株式会社ACSLとの再委託契約を締結。飛行実証のシナリオ作成から連携の一元化を図る体制で事業を推進した。日本郵便社内では、日本郵便本社（オペレーション改革部）が受託者との窓口となり、地域の郵便局との調整を行った。



実施スケジュール

- 熊野市および日本郵便の意見を聴取しつつ、受託者が実証主体となり、飛行実証のシナリオ作成、制度面の調査、そして飛行実証を通じた動画撮影等を実施した。

時期	取組内容
9月	・実証コンセプトの検討
10月	・実証における事業スキームの検討
11月	・実証事業の設計（飛行シナリオの作成） ・実証準備（関係者間の役割分担の確認、飛行実証にあたっての手続き確認）
12月	・飛行実証の実施（12/15） ・日本郵便 記者発表（12/20）
1月	・実証の評価
2月	・実証のとりまとめ
3月	・成果報告会（オンライン） ・最終報告書提出

【地域実証③】郵便局ドローンの中山間地域での公的活用(熊野市)

実証に関する考察、実証から得られた成果・課題・示唆

項目	課題と示唆
物流用ドローンの災害時における公的活用の可能性	<ul style="list-style-type: none"> • 本実証を通じて、日本郵便が配備する物流用ドローンの公的利用の可能性が示された。実証飛行では、緊急救援物資に見立てた荷物をドローンで輸送できたほか、ドローンから空撮される映像から、被災状況の確認が可能であることが確認された。 • 日本郵便がドローン配送の導入を想定している山間部や離島において、災害が発生した際に、郵便局に配置されるドローンは、救援物資輸送や被災状況確認など、応急的な災害対応に役立つことが示唆される。 • 課題としては、荒天の場合など気象条件によって飛行が不能となる点が挙げられる。今回使用した機体の仕様では天候条件として、10mm/h以上の降雨時、10m/s以上の風速の場合では飛行できない。また、濃霧等により機上カメラから機体周辺の視界深度が確保できない場合は安全な飛行が困難となることから、現状では、操縦者の目視範囲外までは飛行できないということになる。また例えば上空が強風の場合、操作が難しくなったり、ドローンの通信に使用しているLTE回線が停波したりすれば、ドローンが飛行できない。実際にサービス化を行うにあたっては、これらの条件を、技術革新等により、一つ一つクリアしていく必要がある。
制度に基づいた適正な運用	<ul style="list-style-type: none"> • 本実証においてドローンに関する様々な制度的な制約があることや、制度設計の課題点が示された。 • 緊急救援物資の輸送に関する実証では、インフラが途絶した際の通信手段としての衛星携帯電話や孤立者の持薬等の医薬品が配送候補に挙げた。 • しかし、ドローンによる医薬品配送については、災害発生時を想定した制度設計がされておらず、本実証での配送は見送った。災害発生時のドローンによる医薬品配送に関して今後の制度整備が求められる。 • 衛星携帯電話については、航空法上の危険物に該当する可能性があることが示された。市販されている携帯電話、スマートフォン、衛星携帯電話については、それぞれ、個人としての通常用途を想定したハードウェアとしては、リチウムイオン電池の容量が基準を超えることは考えられず、結果として、危険物として該当しないと言える。その一方で、ある程度まとまった台数を一括してドローンで運ぶということになる場合は、電池容量の問題から危険物に該当する可能性がある。 • 上記の例のように、ドローンにおける制度やルールは整備途上であり、随時変更される制度を理解した適正な運用が求められる。

【地域実証③】郵便局ドローンの中山間地域での公的活用(熊野市)

事業化や今後の展開に向けて

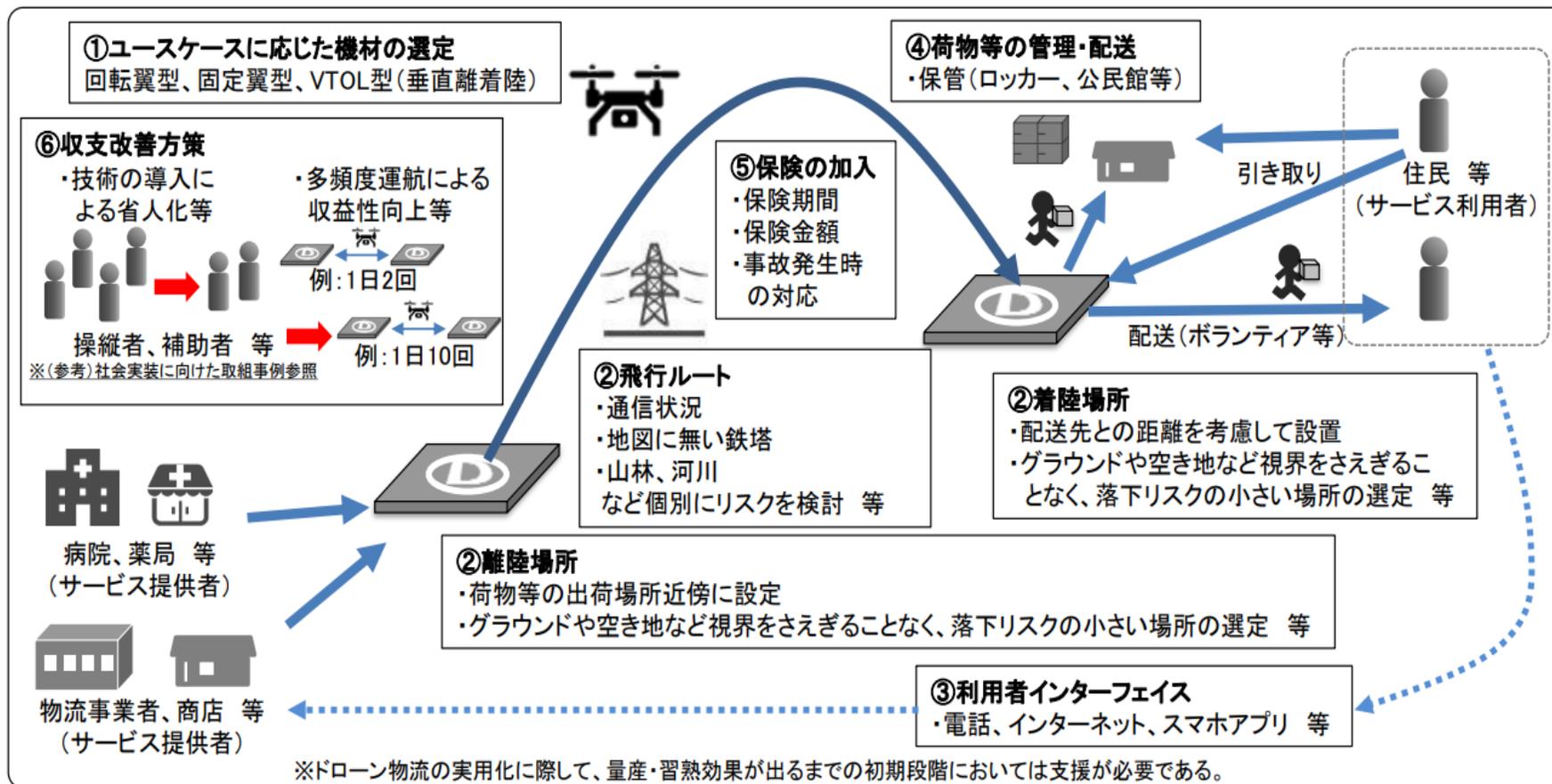
- 今後の展開として、日本郵便において将来的にドローンを用いたサービスを実用化するには、地域課題や自治体の要望等に応じて、今回実証を行った下記1)、2)のテーマなどを含め、3)その他の幅広い公的活用が期待される。

項目	事業化や今後の展開に向けて
1) 緊急支援物資の輸送サービス	<ul style="list-style-type: none">● 全国の中山間地域において、災害発生時を想定し、道路等の生活インフラが寸断した状況下で、孤立した地域への緊急支援物資を輸送するという公的活用方法が考えられる。これは、日本郵便のドローン活用サービスが実用化されるのにあわせた公的活用方法として、災害発生時に、ライフラインが途絶える可能性のある地域に緊急支援物資を輸送するものである。● サービスの実効性を高めるためには、平常時から事前に地域性や住民ニーズを踏まえ、どのような物資を運ぶべきか、それをどのように備蓄し、災害発生時に備えるかなど、関係者間で想定を共有しておくことが必要となる。また、日本郵便側でも、サービスメニューを検討しておくことが望ましいと考えられる。民間事業者と自治体との間の災害時応援協定に基づき、ドローンを用いたサービス提供を行うことも一つの事業化の方策であると考えられる（災害発生時には自治体からの一定の公費負担を前提とする）。
2) 被災状況のモニタリング	<ul style="list-style-type: none">● 今回は、災害発生時を想定し、道路の被災状況をドローンにより空撮したほか、要救護者の捜索を行うという想定のもとモニタリングを行った。● 今回の実証では、空撮された画質（解像度）等の問題で、道路の被災状況や要救護者の捜索を誰でも分かりやすく把握出来るかという点には限界があることが分かった。実用化された段階でのカメラの性能や通信規格等によるものの、空撮のモニタリングの結果を踏まえて、現場でどのように状況判断に活かしていくのかについても、今後の検討を行う必要があることが確認出来た。
3) 幅広い公的利用	<ul style="list-style-type: none">● 災害時に限らず、自治体の要請に応じたサービスとして、配送に支障のない範囲でサービス提供を行うことも期待される。● 国土交通省では、ドローン物流サービスの提供には採算性の高いビジネスモデルの構築が不可欠としており、収支改善方策として、他用途含むドローンの多頻度利用を示しており、自治体の要請に応じたサービス提供は有効な方策の一つといえる。

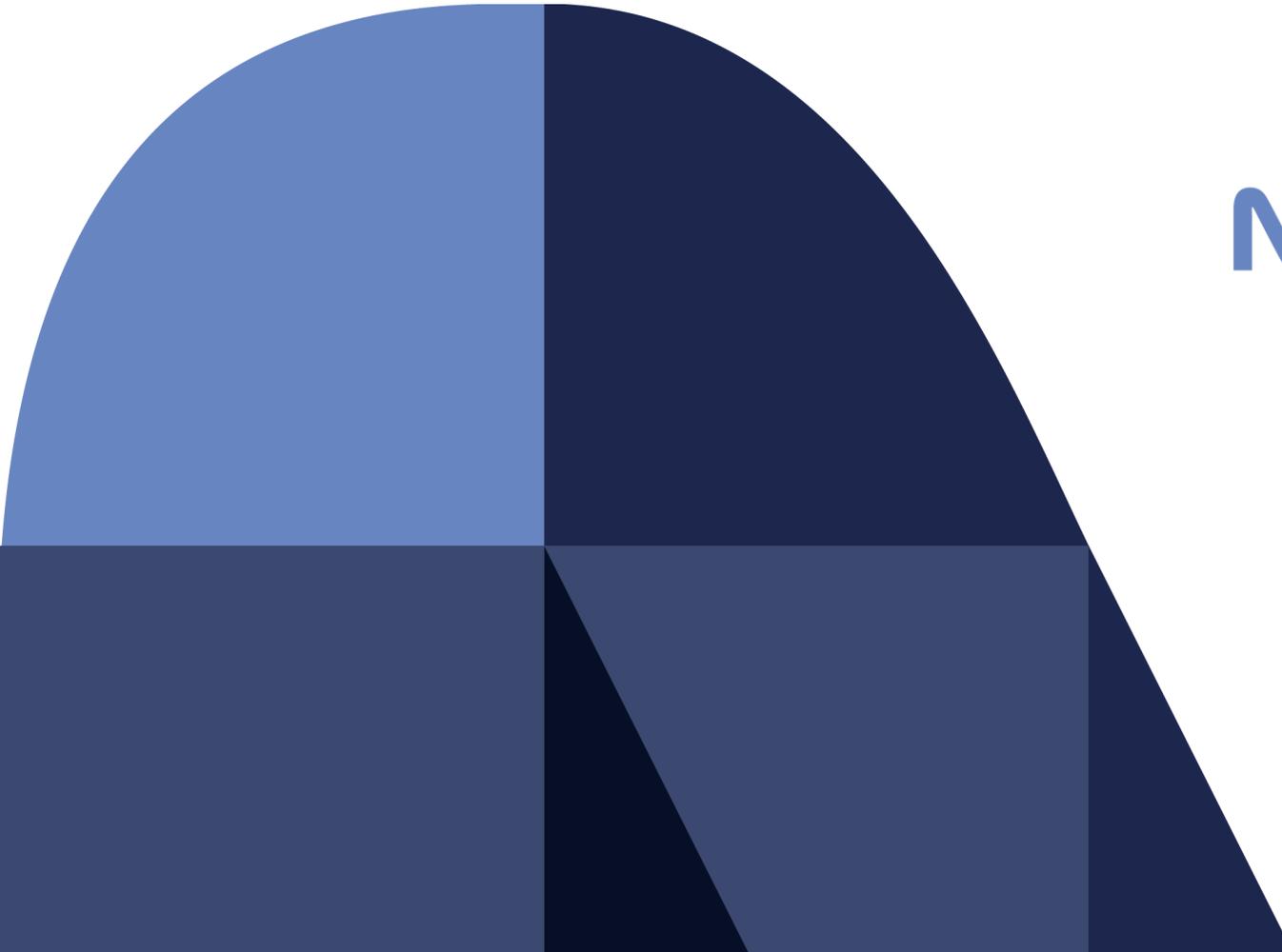
【地域実証③】郵便局ドローンの中山間地域での公的活用(熊野市)

(参考) ドローンを活用したサービス内容及び採算性確保の方策

前ページの「幅広い公的利用」については、国土交通省のガイドラインにおいて、サービス内容の例示や採算性確保の方策が検討されている。ドローン物流サービスに関する「**①ユースケースに応じた機材の選定**」、「**②離着陸場所、飛行ルート及び運航頻度**」、「**③利用者インターフェース**」、「**④荷物等の管理・配送**」、「**⑤保険への加入**」及び「**⑥収支改善方策**」の検討が実施されている。



出典：国土交通省「ドローンを活用した荷物等配送に関するガイドラインVer.3.0」



NTT DATA
Trusted Global Innovator