

地域の持続可能性の確保に向けた郵便局の利活用推進事業

## 成果報告書

一般社団法人十勝うらほろ楽舎

令和8年2月

## 目次

<b>I.実証事業の実施背景</b> .....	<b>2</b>
1. 対象地域の概要 .....	2
2. 地域課題 .....	5
<b>II.実証事業の実施内容</b> .....	<b>8</b>
1. 実施の狙い・実施内容の概要 .....	8
<b>III.個別サービスの実施内容と結果</b> .....	<b>10</b>
1. 運動習慣の定着の促進 .....	10
2. オンライン健康相談および健康イベント .....	26
3. 地域内流通で地産地消の促進 .....	40
<b>IV.郵便局を地域のコミュニティ・ハブとしていくことに対する考察</b> .....	<b>55</b>
1. コミュニティ・ハブに関するアンケート結果 .....	55
2. コミュニティ・ハブとして複数サービスを同一拠点で実施したことによる効果 .....	56
3. 郵便局を拠点としてサービスを提供することによる郵便局側の評価 .....	57
4. 郵便局が地域拠点となっていく要件（考察） .....	61
5. 事業実装に向けて不可欠な事項 .....	62
6. 郵便局を地域の拠点として活用する意義（まとめ） .....	63

## I.実証事業の実施背景

### 1. 対象地域の概要

#### (1) 地理的状況

本町は、地理的には北海道十勝地方東部に位置し、東は丘陵山脈、南は太平洋に面した南北に長い地形を有している。山林が7割を占めており、行政面積は729.85平方キロメートルと全国の市町村で91番目の広さとなっている。

町内の生活圏は、市街地・吉野・上浦幌・厚内の4集落で構成されている。市街地からの各集落までの距離は、吉野は約7km、厚内は約13km、上浦幌は約33kmと集落間の距離が大きいことから、日常の移動は自家用車を中心となっている。また、商業・医療機能については、スーパー、ドラッグストア、診療所等が主に市街地に立地している。

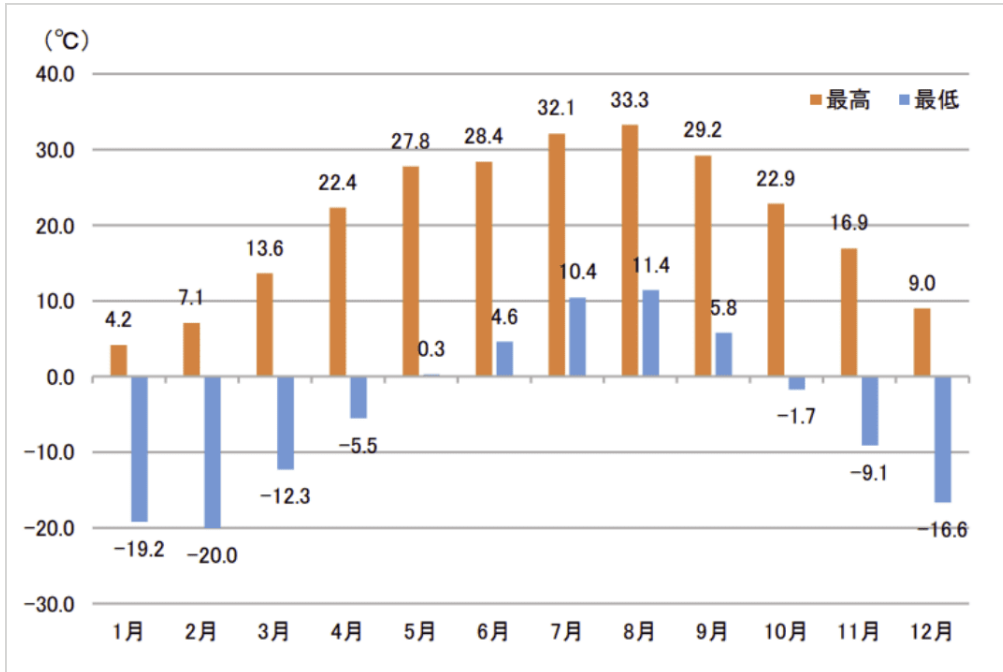
図 浦幌町の地理



出典：浦幌町立博物館 web サイト

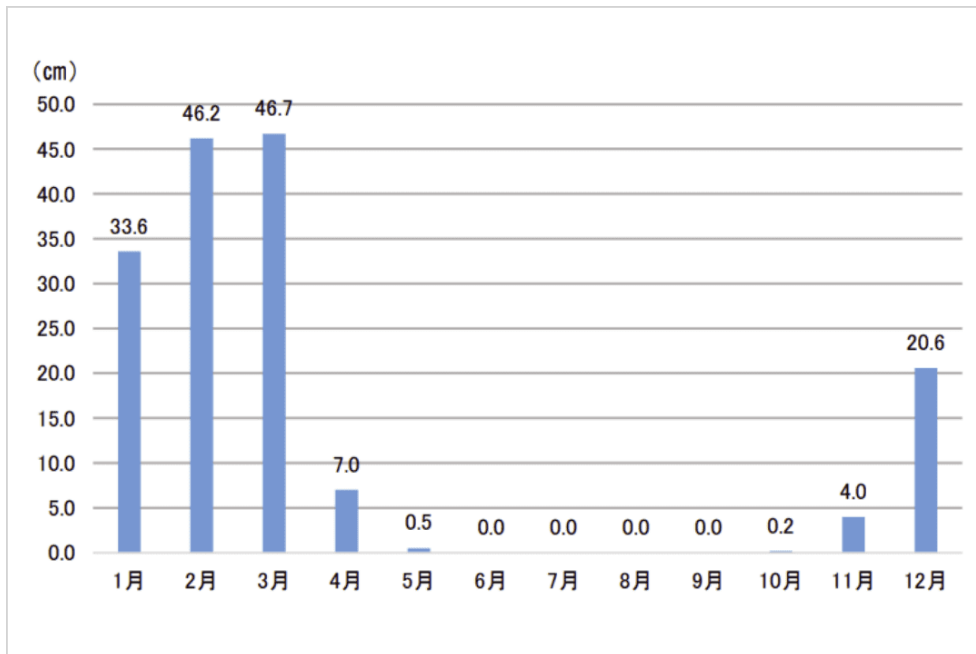
海岸部から山間部まで広い町域を持つ本町は、場所により気象特性が異なる。海岸に面した南部は太平洋の影響を受け、夏場は沿岸部で濃霧の発生が見られ、中部及び北部は寒暖の差が大きく、冬は-20℃程度まで冷え込むが、日高山脈で雪雲が遮られるため降雪量は少なく晴天の日が続く気候である。

図 月別最高最低気温



出典：浦幌町ホームページ

図 月別最深積雪量



出典：浦幌町ホームページ

(2) 人口状況

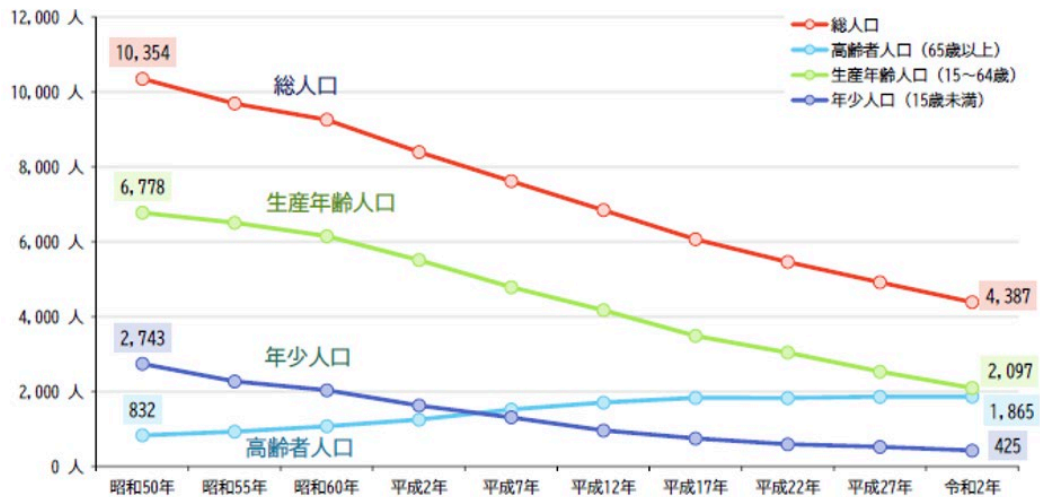
本町の人口は、昭和 35 年の 14,150 人をピークに減少しており、令和 7 年 10 月 1 日現在の住

民基本台帳による総人口は 4,016 人で、人口減少に歯止めがかからない状態である。また、国立社会保障・人口問題研究所による推計値（令和 5 年推計）では、本町の総人口は 2050 年（令和 32 年）に 2,000 人になると推計されている。

国勢調査による年齢 3 区分別の人口では、年少人口（15 歳未満）は昭和 50 年の 2,743 人から令和 2 年には 425 人、生産年齢人口（15～64 歳）は昭和 50 年の 6,778 人から令和 2 年には 2,097 人と減少し続けている。一方、高齢者人口（65 歳以上）は昭和 50 年の 832 人から令和 2 年には 1,865 人と増加の一途をたどり、平成 7 年には年少人口の割合を超えている。高齢化の進行に加えて少子化傾向が顕著となり、年齢構成の偏りから地域全体の活力の低下が懸念される状況である。

なお、本町は令和 6 年に人口戦略会議が公表した「消滅可能性都市」にも該当している。

図 年齢 3 区分別人口の推移

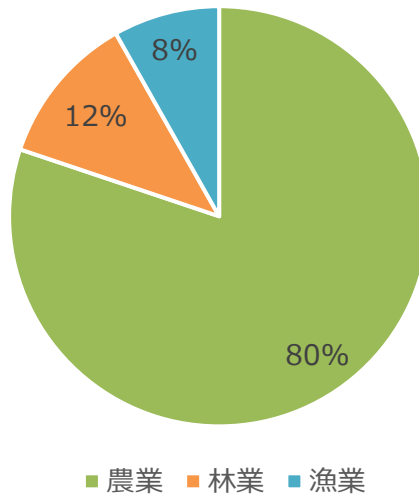


出典：国勢調査（各年 10 月 1 日）

### （3）産業状況

本町は、農業・漁業・林業の第一次産業が盛んな地域であり、中でも農業は就業人口が最も多く、住民の雇用と地域経済の中心的な役割を担っている。町内には 11,300 ヘクタールの耕地があり、販売農家数は 182 戸、主業経営体数は 150 経営体と農業経営が地域に根付いている。農業経営形態は、てん菜、馬鈴しょ、小麦、豆類等の主要作物を耕作する畑作専業農家と酪農専業農家、肉牛専業農家及び畑作・畜産の複合経営農家から構成されており、生産戸数の減少が進行する中、農業基盤の強化を図り、大規模経営による農業粗生産額を確保している。そのため、大量に生産・収穫を行い、地域の農協を経由して帯広にある卸売市場への一括出荷・広域流通が基本となりやすい構造にある。

図 浦幌町における第一次産業別就業人口



出典：令和2年国勢調査（人口・世帯数／年齢別人口／産業別就業人口）

また、農繁期になると農業従事者は収穫等で多忙となり、流通に必要な梱包や持ち運びなどの作業に十分な時間を割くことが難しい。

一方で、地域住民の暮らしの側面では、市街地地域・酪農地域・畑作地域・漁業地域といった生産物の特性に応じた地域性があるものの、日常生活上の流通網が地域住民目線で整備されているという訳ではなく、地域で生産されたものが基本的には地域外へ出荷されることから、町内で地場産品を日常的に購入できる拠点は限られており、結果として地域内循環が生まれにくい状況となっている。

## 2. 地域課題

### （1）車中心の移動による日常の運動不足

本町は、先述の通り面積が広く、同時に人口密度は低い。面積あたり、人口あたりの生活サービス（買い物、医療、行政機能等）の拠点が少ないこと、また、鉄道、バスといった公共交通インフラも市街地に限られているだけでなく縮小傾向であることから、町全体として移動は自家用車を前提とする割合が高い地域である。このため、日常生活の中で移動する際に歩く機会が少なく、したがって、歩行によって運動量を確保することが難しい。高齢化が進む本町においては、将来的な医療・介護費の増加を見据え、生活習慣病の発症・重症化予防の観点から、日常行動に組み込める運動機会の確保が重要な課題である。

現状においては、町民の日常の歩行数が約 5,000 歩未満にとどまっており、車依存の生活様式も相まって身体活動量が確保されにくい。歩数は心疾患や脳卒中を含む生活習慣病関連の病態、さらには高血圧・糖尿病・脂質異常症といったリスク因子の予防（改善）に関係するとも言われており、歩行量および中強度活動の底上げは、脳血管疾患・虚血性心疾患の重症化予防に向けた重要な取り組みであり、医療費構造の観点からも取り組む意義が大きい。

図 標準化死亡比（SMR）<sup>1</sup>の状況（平成 22 年～令和 1 年）

死因	死亡者数	浦幌町	道	国
脳血管疾患	83	112.3	92	100
虚血性心疾患	56	121.5	82.4	
腎不全	18	108.2	128.3	
肺がん	52	114.1	119.7	
胃がん	43	147.4	97.2	
大腸がん	25	84.1	108.7	
乳がん	7	94.3	109.5	
子宮がん	4	114.5	101.5	

出典：浦幌町国民健康保険第 3 期保健事業実施計画

## （2）日常生活で健康について相談できる場の不足

浦幌町の医療体制は、町立診療所が市街地に 1 箇所あるのみであり、医療体制が充実した地域に比べると、住民の健康問題について「症状が生じてから治療」を行うだけではリスクが大きい。そのため、本町では、発症前・重症化前の段階において、住民の健康状態を把握し、生活習慣の改善や受診に繋がる予防体制を強化することが必要である。

一方、生活習慣病は初期段階では自覚症状が乏しいため、本人が「相談・受診の必要性」を認識しにくく、このような者に対しても健康相談の受診に繋げていくことが必要である。本町では、母子や高齢者層にはアウトリーチ活動として町の保健師による家庭訪問等を実施しているところであるが、特に生活習慣病は自覚症状がないため、まずは健診の機会を提供し、状態に応じた保健指導が重要となる<sup>2</sup>20～30 代の若年層や職域検診中心の社会保険加入者等については、町の保健師が十分にアプローチできていない。若年層は就労や育児等による時間的制約も大きく、軽微な不調や健康上の不安があっても受診・検診の優先順位が高くなりにくくなっている。この結果、検診で現状把握が行われぬ→検診後の保健指導に繋がらない→生活習慣の改善に繋がらないといった連鎖が生じやすい状況となっている。この連鎖が続くことにより、発症・重症化後の治療になりやすい。特に重症化後は医療費が増加し、治療期間も長期化しやすい。このことは結果的に、医療費の増大や後期高齢者医療・介護給付費の上昇など、町の財政負担にも跳ね返っていく可能性が高い。本町では既に高齢化率が 43%を超えているところであり、医療・介護費の増大により自治体財政が圧迫されるおそれがある中、住民の健康の維持だけでなく、町の負担も考慮し、早急に負の連鎖を解消していく必要がある。なお、若年層は就労や育児等による時間的制約が大きいことを踏まえると、負担等を感じにくいような工夫、例えば、日々の導線の中に健康相談を組み込むなどが必要である。

1 標準化死亡比（SMR）：国の平均を 100 としており、標準化死亡比 100 以上の場合は国より死亡率が高いと判断される。

2 【浦幌町国民健康保険 第 3 期保健事業実施計画（データヘルス計画）/第 5 章 課題解決するための個別保健事業/ 1. 保健事業の方向性】

### (3) 地域内流通が進みにくい構造と購買機会の制約

本町では、広大な面積を背景に大規模な農業が営まれており、町内の農産物は大量生産、大量出荷を前提として、多くが卸会社や商社・組合を通じて、札幌や道外に本社を置くメーカーや小売などへ出荷されるなど、町外流通が中心となりやすい構造にある。この構造自体は直ちに問題になるものではないものの、農産物の多くが町外へ出荷されることは、農産物の価格が市場動向に影響されやすく、生産者は価格決定権を持ちにくい立場になる傾向がある。このことは、生産コストの上昇や需給の変動があっても、販売価格には十分に転嫁・反映できず、経営の安定性が損なわれる可能性にも繋がる。

また、農繁期には収穫や選別等により生産者の稼働が逼迫し、個別の小口販売に必要な梱包・小分け・持ち込み等の流通工程に十分な時間を割くことができないため、地域内流通が進みにくい。結果として、本町では生産物の多くが未加工で発出され、加工、流通、販売といった付加価値工程が地域外で行われ、地域内での雇用創出や関連産業の成長に繋がりにくい側面がある。

本町で生産された農産物であっても、流通経路の関係から、地域住民は、町外の販売者から購入する形となり、この結果、流通コストが家計支出を圧迫するという側面もある。

こうした悪循環は、地域内の所得や雇用にも影響を与えている可能性がある。加えて、地域外への食料依存が高い構造では、流通側の論理による価格形成の影響を直接受けやすく、地域経済の安定性の観点からも課題が生じ得る。このように地産地消が十分に進まないことは、生産者の価格交渉力の弱さ、付加価値の外部流出、資金の地域内循環を不十分とするといった課題を通じて、本町の持続可能な地域発展に影響を及ぼす可能性がある。このため、本町では住民と生産者を結びつける仕組みを新たに構築し、地産地消を推進していく必要がある。

このほか、地域住民からは、「町内産の旬の農産物を日常的に購入したいが、買える場がない」、「旬のものを安く購入したい」、「生産者の顔が見える販売経路がほしい」といった声もあり、このような声にも応えていくことが求められる。町内飲食店の側でも、町内産の農産物を日常的に購入できる拠点が限られている。

以上のような地域内流通が進みにくいという構造は、本町では市街地、吉野地区、厚内地区などの集落が町内に点在しており、農林水産物の生産拠点や生活に必要な機能が各地区に分散して立地していることにも要因がある。例えば、農林水産物を生産する場として、吉野地区は畑作を中心とした生産エリアであり、作物は得られるものの、担い手が多忙で市街地へ持ち込むことが難しく、結果として域外出荷が中心となっている。こうしたこともあり、町全体としては地域住民や町内飲食店の多くが町外から町外産の農産物（町外産かどうかを強く意識しない農産物）を中心に手にすることとなる。また、進展が進む少子高齢化や人口減少による購買力の低下、自動車中心の購買行動、インターネットサービスの普及による購買行動の多様化は、<sup>3</sup>地元購買の減少を一層助長する可能性がある。

こうした中で、各集落に点在する郵便局は、今後の地域流通を支える拠点として大きな可能性を持ち、極めて重要な地域資源といえる。

---

3 浦幌町第4期まちづくり計画（基本施策4 商工業の振興）

## II.実証事業の実施内容

### 1. 実施の狙い・実施内容の概要

#### (1) 実証の狙い

上記の地域課題を踏まえ、本町では、郵便局という身近な生活拠点を活用することで、日常的にどの集落でも、健康的な運動機会が確保でき、健康づくりについて気軽に専門家などに相談できる環境が確保されることが望ましい。また、4つの集落をつなぐ流通網を活用して地域で採れる農林水産品を近所で購入できる拠点の創出を実現する。そこで、以下の通り、実証を通じて、集落ごとにある郵便局を活用しながら、町民の生活上の歩行促進する機会づくり、健康にまつわる相談の場の確保、また、安全・安心な地域の旬の食を購入できることに寄与することを目指した。

#### 1) 期待した行動変容及び効果

本実証では、自家用車中心となりやすい日常の移動の一部を歩行に切り替えることで、運動不足の解消につなげることを目指した。また、気になっている健康状態を気軽に相談できる機会を設けることで、自身の心身への興味・関心を醸成し、日常的な健康意識の向上を促すことを想定した。

#### 2) 郵便局を活用した背景・理由

集落が点在する本町において、郵便局は各集落に拠点を有し、老若男女が日常的に利用する生活インフラである。窓口で局員が常駐していることから、住民にとって心理的ハードルの低い「一次受付」や「相談の受け皿」となり得る点が大きな特性である。

また、地域内流通の促進に当たっては、高齢化・人口減少が進む地域で新たな流通網をゼロから構築することは負担が大きく、担い手も不足している。そこで、既存の流通サービスと連携し、各拠点・各集落を結ぶ郵便局の流通網を活用することで、地域で生産されたものを地域内で循環させ購入できる拠点にする仕組みを検証できると考えたためである。

#### 3) 郵便局を活用することで目指した将来像（実証後の姿）

郵便局を活用することにより、人が集い、対話が生まれ、安心・安全に相談ができる地域の拠点となることを目指した。あわせて、地域の産品に触れ、食を通じて一次産業者と地域住民がつながる機会を創出し、郵便局を地域のコミュニティ・ハブとして機能させていく姿を目指した。

#### (2) 実証内容の概要

##### 1) 運動習慣の定着の促進

歩行アプリ「SPOBY」を活用し、住民の歩数に応じて地元商品券や特典と交換できる仕組みを構築し、運動を習慣化する行動変容を促進。本実証では、住民が日常生活の中で歩行を継続することでポイントを獲得し、一定条件を満たしたポイントを郵便局窓口で特典へ交換する運用とした。交換受付は紙の受付簿で記録し、本人確認はアプリ画面の提示により行うことで、窓口での対応を簡素化し

た。実証期間中は、参加状況や交換状況を踏まえ、特典の追加・拡充等を行い、継続利用および新規参加の促進を図った。

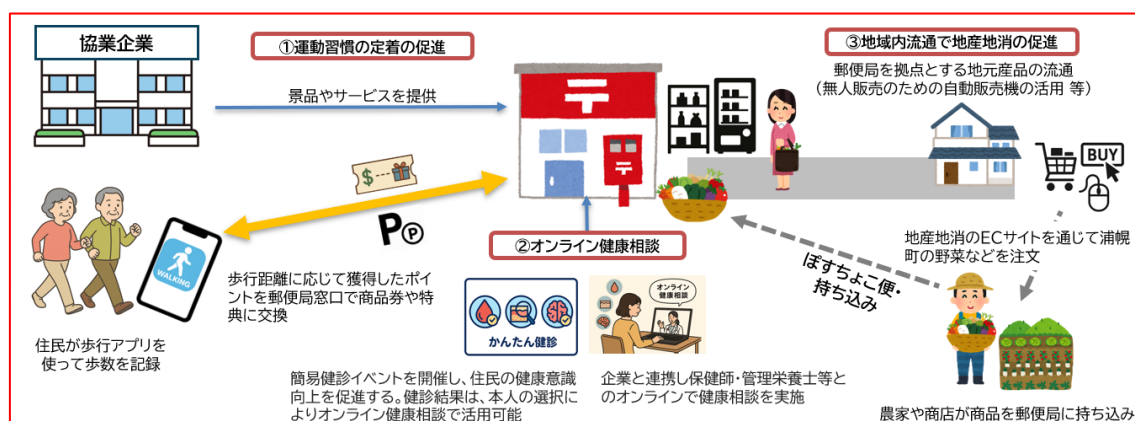
## 2) オンライン健康相談および健康イベント

郵便局において住民の健康づくりを支える相談窓口として、オンラインによる健康相談を実施。生活習慣予防、運動・睡眠・栄養、メンタル不調の兆し、介護・育児に伴う心身の負担などの相談をオンラインで実施。また、これに付随してイベント（セルフ採血検査や「肌診断」等の健康チェック体験会やメイクアップ講座等）を開催し、健康と美容の両面から住民の関心を喚起。本実証では、まずは住民の認知形成と参加のハードル低減を重視し、対面イベントを組み合わせることで相談導線を設計した。具体的には、健康チェック等を通じて自身の状態を知る機会を提供し、健康への関心を高めた上で、必要に応じてオンライン相談につなげる運用とした。あわせて、郵便局を起点とした周知・声かけにより、住民が「相談してよい場所」として認識できる環境づくりを行った。

## 3) 地域内流通で地産地消の促進

町内の一次産業者（農家）と郵便局の物流網を組み合わせ、郵便局間の配送・受取を可能とすることで、独自のオンラインショップで購入した農産物を最寄りの郵便局で受け取れる仕組みや、郵便局内での農産物販売を通じた地産地消の最適化を検証。本実証は、発送拠点・受取拠点を限定して運用を開始し、運用成立性を確認した上で、拠点を3局（浦幌郵便局・厚内郵便局・吉野郵便局）に拡張し、複数の郵便局で受取可能な体制へ移行した。オンラインショップによる購入・受取に加え、郵便局内での少量販売（無人販売に準じた販売形態）を組み合わせることで、高齢者や少人数世帯等のニーズにも対応し、購入機会の拡大を図った。

図 郵便局と連携する各種サービスの概要



**表 実証内容まとめ**

地域課題	サービス内容	狙い	検証方法	実施郵便局	実施期間
A 車社会による 日常の運動不足	歩行アプリ 「SPOBY」活用事業	運動習慣の 定着と来局 促進	アプリ利用データ、来局者数、アンケート	浦幌郵便局 吉野郵便局 厚内郵便局	令和7年10月1日～令和8年1月30日
B 日常生活で気軽に健康について相談できる場の不足	オンライン健康相談・健康イベント	健康意識の向上と相談環境の構築	参加者満足度、血流・肌測定結果の変化	浦幌郵便局 (ゆう遊ルーム)	令和7年12月1日～令和8年1月27日
C 地域内流通が進みにくい構造と購買機会の制約	配送サービス「ぽすちよこ便」を活用した地産地消型サービス	買い物利便性の向上と物流網構築	利用件数、配送効率、利用者ヒアリング	浦幌郵便局 吉野郵便局 厚内郵便局	令和7年10月14日～令和8年1月31日

### **Ⅲ.個別サービスの実施内容と結果**

#### 1. 運動習慣の定着の促進

##### (1) サービス概要

本サービスは、歩行アプリ「SPOBY」を活用して住民の歩行量（歩数等）を日々記録し、歩行量に応じて付与されるポイントをインセンティブとして活用することで、運動習慣の定着を促す仕組みである。住民はスマートフォン等でアプリを利用し、日常生活の歩行を継続することでポイントを獲得し、一定の条件を満たしたポイントを地域の拠点で特典へ交換できる運用とした。対象者は浦幌町民を中心とし、複数の拠点で同一サービスを提供することで、集落が点在する地域特性の中でも参加しやすい導線を確認した。

実施スケジュールは、準備期において関係者間の調整、特典設計、周知物（チラシ・ポスター）の作成・配布・掲示、拠点での受付運用の整備を行い、その後、実証期としてアプリ運用を開始し、参加状況や歩行量の推移、特典交換の状況を継続的に把握しながら運用を行った。

参加料は無料とした。

図 SPOBY の表示画面と活用方法（1）

(オレンジの枠)

- ・100歩で1ポイントを付与
- ・ポイントを利用して特典交換
- ※特典ごとにポイントを設定

(赤い枠)

- ・特典が表示されており、タップすると特典詳細が見れる

(オレンジの枠)

- ・交換に必要なポイント数を表示

(赤い枠)

- ・特典交換する際は、赤い枠をタップすると獲得できる
- ※赤い枠をタップしたのちに自動的にポイント数は減少する

図 SPOBY の表示画面と活用方法（2）

(赤い枠)

- ・特典を獲得すると、メッセージBOXに特典方法がくる

郵便局にて

(赤い枠)

- ・局員に見せつつ、受取をタップ
- ・受取処理が完了しましたを局員に見せ、指定された特典と交換する

(スケジュール)

月	フェーズ	主な活動内容
7月	準備	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 事業計画の最終調整</li> <li>- 関係機関（自治体・日本郵便・商工会・企業など）との協定・覚書締結</li> <li>- 運用マニュアル・トラブル対応マニュアル作成</li> </ul>
8月	準備	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 郵便局員・関係職員向けの研修（本事業の流れや特典交換における手順など）</li> </ul>

月	フェーズ	主な活動内容
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- コンソーシアム向けキックオフ会議（自治体・関係機関）</li> <li>- アプリ提供会社との事前打ち合わせ</li> <li>- 特典協賛企業との事前打ち合わせ</li> </ul>
9月	準備／周知	<ul style="list-style-type: none"> <li>- サービス開始に向けた最終確認</li> <li>- 住民向けチラシ・ポスターの制作</li> <li>- 関連企業・自治体・町内事業者への周知とポスター掲載の実施</li> <li>- 広報誌への折込（約 2,000 世帯）</li> <li>- 浦幌町公式 LINE を活用して住民への周知</li> </ul>
10月	実証	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 運動習慣の定着の促進事業の本格運用</li> <li>- 浦幌町公式 HP への掲載</li> <li>- 隔週運用会議（自治体・日本郵便）：2回</li> </ul>
11月	実証	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 隔週運用会議（自治体・日本郵便）：2回</li> <li>- 10 月度実証評価（利用実績の分析、課題の整理）</li> <li>- デモンストラーションの開催（メディア掲載含む）</li> <li>- 住民アンケートの配布・回収開始</li> <li>- 特典追加①</li> </ul>
12月	実証	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 中間評価会議（自治体・日本郵便・関係企業）</li> <li>- 住民アンケートの集計・分析</li> <li>- 特典追加②</li> </ul>
1月	実証／ 検証・とりま とめ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- サービスの最終運用</li> <li>- 特典追加③</li> <li>- 住民アンケートの最終集計</li> </ul>
2月	検証・とりま とめ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 利用実績最終集計（件数、利用者属性、満足度など）</li> <li>- 評価・課題の整理</li> <li>- 成果報告書（概要版・詳細版）の作成</li> </ul>

## （2）実証サービスを実施するに当たっての目標と検証方法

目標：

### 1) 利用件数目標

- 実証期間中にサービス参加（登録）人数利用、300 人を想定
- 根拠：登録者数 300 人は、人口規模に対する想定参加率 7～8%および過去の健康系事業実績（約 100 人）を踏まえ、その約 3 倍規模として設定
- 実証期間中にポイント利用（得点交換）は 300 回程度を想定
- 根拠：特典交換 300 回の根拠は、登録者が 1 人 1 回程度の交換を行うことを想定し、登

録者数目標（300人規模）と整合する水準として設定

## 2) アウトカム目標

住民の運動習慣形成に向け、平均歩行数（6,000歩/日程度）およびアンケートによる継続利用意向の向上を設定

検証方法：

### 3) 定量的検証

歩行アプリのログデータ（登録者数、平均歩行数、歩行の継続状況等）と、特典交換の受付データ（交換回数等）を組み合わせ、参加状況および利用実態を把握。

歩行ログはアプリにより取得し、特典交換については郵便局窓口での受付記録により、拠点別の利用状況を把握。

### 4) 定性的検証

定量的な結果の背景要因を把握するため、特典交換に来局した参加者を対象にアンケートを実施し、参加動機、満足度、健康意識の変化、継続意向等を把握。アンケート調査期間：11月末頃～1月末

## (3) 実証準備

実証開始前には、関係者間で役割整理と運用方法のすり合わせを行い、実施体制を整備した。あわせて、住民に向けた周知物（チラシ・ポスター）を作成し、配布・掲示を通じて参加を呼びかけた。郵便局では、特典交換の受付を想定したオペレーションを整備し、窓口での取扱いが属人化しないよう、手順の統一と情報共有を行った。さらに、開始後の問い合わせ対応や想定外の事象への対応を見据え、運用上の留意点を整理するとともに、実証期間中に想定される調整事項（特典の追加、周知導線の見直し等）を事前に洗い出した。

### 1) 実施体制の構築

本実証サービスの実施にあたり、以下の体制を構築した。（8月～9月）

#### ① 代表団体：一般社団法人十勝うらほろ楽舎

-事業全体の設計・運営、関係者調整、周知物の作成・配布、特典設計、運用改善のとりまとめ、補充対応、実績整理

#### ② コンソーシアム構成員

-浦幌町役場（まちづくり政策課）：HPや広報誌を活用し町民への周知

-日本郵便株式会社北海道支社：指示文書の作成、指示文書の発信、一次窓口としてお客様の相談対応、郵便局にて特典の交換、お客様アンケートの取得

-浦幌町商工会：特典分の商品券の提供、加盟事業者への周知

#### ③ キックオフ会議の開催・業務手順方法の共有会議

-関係者が集い、スケジュールの共有・郵便局内での手順の共有・確認・広報および住民理解の促進の確認などを上記団体が集い、会議を行なった。

## 2) 計画策定及び関係機関との調整 (9月)

### ① コンソーシアム構成員との役割分担を明確にする会議

代表機関を中心に、コンソーシアムの構成員と会議を実施。運用するにあたっての役割分担・想定できる課題の共有と対策立案・特典の準備スケジュールや在庫数などの確認を行った。

### ② 事業推進におけるスケジュールの設定

実証開始のタイミング、周知・広報のタイミング、特典交換の想定スケジュール、実証終了の際のアナウンス方法などの確認を行った。

## 3) 周知・広報及び住民理解の促進 (9月～10月)

住民に対する周知活動として、以下を実施した。

### ① 事前周知

- 町の広報誌へのチラシ折込 (約 2,000 世帯)、チラシ配布 (町内郵便局)、
- ポスター掲示 (郵便局・公共施設・浦幌町農業共同組合・町内企業事務所 等)
- 郵便局窓口での声かけ・案内
- デジタルデバイス操作フォロー (高齢者等)

<実施時期>

#### ア) 9月 (準備期)

- ・浦幌町 HP 掲載、浦幌町公式 LINE での発信
- ・町の広報誌へのチラシ折込 (約 2,000 世帯)
- ・チラシ配布 (町内郵便局)
- ・ポスター掲示 (郵便局・公共施設・浦幌町農業共同組合・町内企業事務所 等)

#### イ) 10月 (実証開始～)

- ・郵便局窓口での声かけ／案内
- ・デジタルデバイス操作フォロー (高齢者等)

#### ウ) 11月～1月 (実証継続期)

- ・郵便局窓口にて継続声かけ

図 配布したチラシイメージ



図 町内の郵便局・企業・コンビニにポスターを掲載



準備期～実証開始後にかけて、郵便局窓口への問い合わせや参加登録が発生し、参加者数は増加傾向で推移した。特に、郵便局での案内やデジタルデバイス操作フォローにより、高齢者等の参加のハードル低減につながった。実証期間中は、参加者同士の口コミでの増加が多い傾向が見られた。

図 実証開始後、高齢者の登録フォローを局員が行い、60-90代の参加者が増加



登録者数	9月24日週 (人)	10月8日週 (人)	差 (人)	伸長率 (%)
10代	11	21	10	1.91
20代	15	42	27	2.80
30代	26	66	40	2.54
40代	34	78	44	2.29
50代	16	53	37	3.31
60代	13	45	32	3.46
70代	2	23	21	11.50
80代	1	7	6	7.00
90代	2	6	4	3.00
合計	120	341	221	2.84

#### 4) 実務的な準備及び実証事業の環境設備等

##### ①機材・システム等の準備

本実証では、住民は自身のスマートフォン等で歩行アプリを利用し、通信は住民のモバイル回線を前提とすることで、郵便局側で新たな端末（タブレット等）整備は行わなかった。

拠点側（浦幌郵便局・吉野郵便局・厚内郵便局）では、特典交換を窓口で受け付ける運用とし、受付手順・確認項目・案内方法を指示文書により統一し、交換実績は紙の受付簿で記録した。特典の保管場所は各郵便局の窓口裏とし、補充が必要となる場合は、浦幌郵便局長から一般社団法人十勝うらほろ楽舎へ連絡のうえ補充対応を行う体制とした。また、高齢者等の参加を支援するため、アプリ利用や手続に関する案内マニュアルを準備し、窓口での説明・フォローに活用した。

##### ②運用ルール、マニュアルの準備

実証開始前に、受付、本人確認、問合せ対応、緊急時の対応等に関する基本ルールを整理し、郵便局内での運用が属人化しないよう、指示文書を作成・共有した。これにより、3局で対応のばらつきを抑え、住民に対して統一した案内ができる体制を整備した。あわせて、開始後に想定される問い合わせや想定外事象への対応を見据え、運用上の留意点を整理するとともに、実証期間中に想定される調整事項（特典の追加、周知導線の見直し等）を事前に洗い出した。

##### ア) 受付ルール

特典交換は窓口カウンターで受け付け、交換条件の確認、受付簿への記録、特典の引き渡しまでを一連の手順として統一した。受付簿には、日付／局名／氏名／交換内容／数量を記録し、交換実績を把握できる運用とした。

##### イ) 本人確認（なりすまし防止）

本人確認は、歩行アプリ画面（メッセージ・特典交換権利画面）を窓口で提示してもらうことを基本とし、あわせて氏名を口頭で確認する運用とした。これにより、交換条件の充足確認と、

なりすまし防止の両面を担保した。

#### ウ) 問合せ対応（一次窓口・引き継ぎ）

問合せの一次窓口は郵便局とし、窓口で対応可能な内容についてはその場で案内・フォローを行った。郵便局で完結しない問合せについては、一般社団法人十勝うらほろ楽舎へ引き継ぐ運用とし、対応の滞留を防ぐ体制とした。特に、アプリ登録が難しい住民に対しては、郵便局において操作フォローを行い、参加のハードル低減を図った。

#### エ) 緊急時・想定外対応（実際に発生した事象を踏まえた整理）

実証期間中に発生した想定外事象として、特典在庫の偏在が生じ、拠点間での局間移動により在庫調整を行う場面があった。また、アプリ登録が難しい住民が一定数存在し、窓口でのフォローが必要となった。これらを踏まえ、在庫調整の連絡・判断、登録支援の手順・案内の整備等を、運用上の留意点として整理した。

### 5) キックオフミーティング

#### ①概要

全実証における詳細と役割分担、スケジュールについて共有し、共通認識を図った。

#### ②参加者

ア) 代表団体：一般社団法人十勝うらほろ楽舎

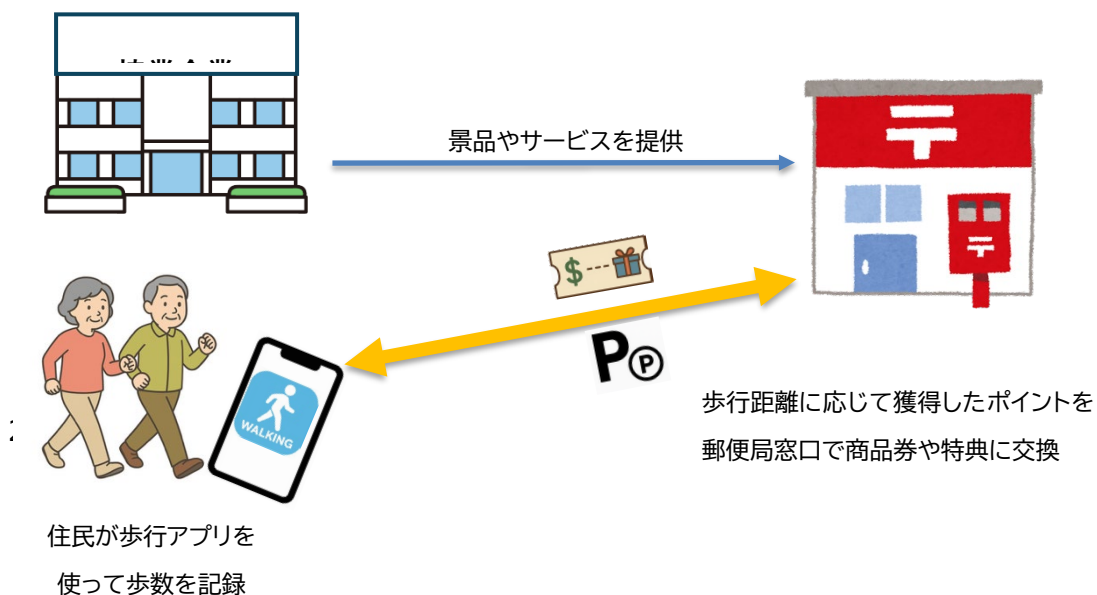
#### イ) コンソーシアム構成員

- ・日本郵便株式会社（浦幌郵便局長、吉野郵便局長、厚内郵便局長）
- ・浦幌町役場（まちづくり政策課・産業課）
- ・浦幌町商工会
- ・うらほろのスポーツと文化活動を未来につなぐ一般社団法人
- ・NTT 東日本株式会社

(4) 実証の実施

1) 実施の流れ (フロー)

図 運動習慣の定着の促進 イメージ



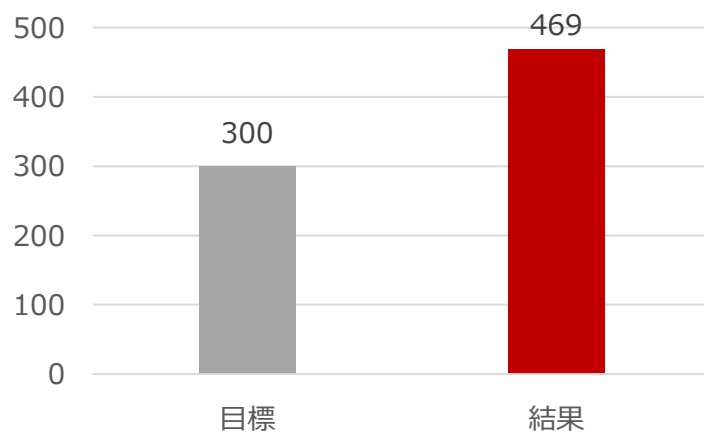
(5) 実施結果

1) 定量的な結果

① 実証参加者数

実証期間（令和7年10月1日～1月31日）を通じ、計469名が参加した。なお、当初の目標であった300名との関係は、図表のとおりであった。

図 300名が目標のところ469名が参加



**(参考) 参加者の月別の平均歩行数の推移 (N = 469、月ごとに参加者数は変動)**

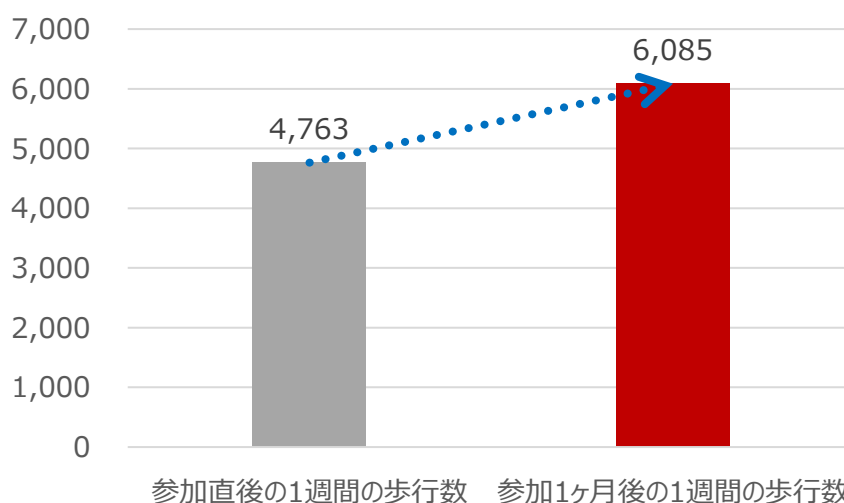
9月(実証開始前)	10月	11月	12月	1月
4,757	5,475	6,095	5,863	5,503

ここで、本事業の効果を検証するため、実証開始前の準備段階を含め全参加者について「参加直後の1週間」と「参加後1ヶ月日後の1週間」の歩数（週合計）を比較した（下グラフ）。その結果、参加直後の1週間の週合計 4,763 歩/週から、参加後 30 日後の週合計 6,085 歩/週へと上昇した。全体平均では約 1,300 歩/週の増加が確認され、歩行の促進および一定の継続に寄与していることが示唆された。

なお、歩数と健康アウトカムに関する既存研究<sup>4</sup>では、日常的な歩行量が 4,000 歩/日程度に達している層は、抑うつ症状が少ない/うつ病リスクが低い傾向が報告され、さらに 5,000 歩/日程度に達している層は、心血管疾患リスクの低下（脳卒中・心筋梗塞等を含む）とも関連することが示されている。

以上より、本事業は、日常的に歩行習慣が十分でない層に対して、参加の動機づけとなるとともに、一定期間の継続行動を後押しする要因となっている可能性がある。

**図 全参加者の参加直後の1週間と参加1ヶ月後の1週間の平均歩行数**



**②アンケート結果**

本実証では、健康意識への変化、健康づくり（運動や食事など）を続けていく自信、健康状態（歩数・体調など）への関心や意識にどのような変化、継続する意思、継続する場合の月額料金に対してアンケートを実施した。

4 地方独立行政法人東京都健康長寿医療センター運動科学研究所 NEWS no.265 2014.11

<利用者向けアンケート>

図 歩行アプリ実証の満足度 (N=69)

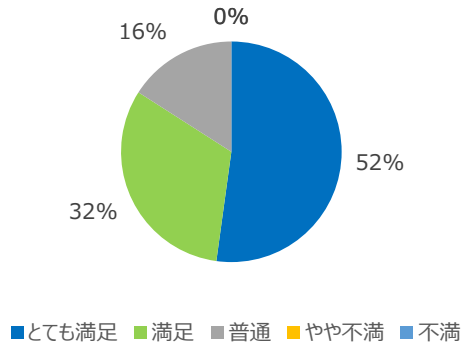


図 健康への意識の変化 (N=69)

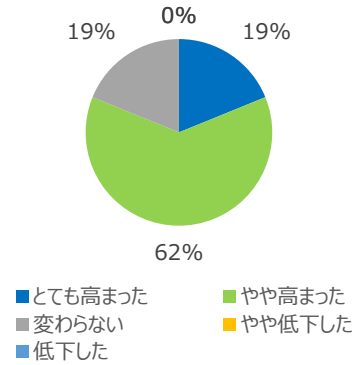


図 健康づくりを続けていく自信 (N=69)

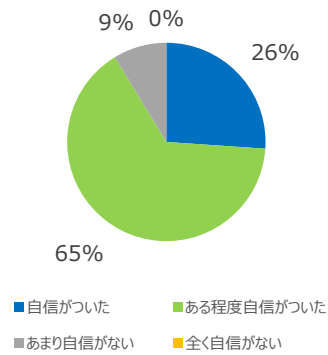


図 健康状態への関心や意識の変化 (N=68)

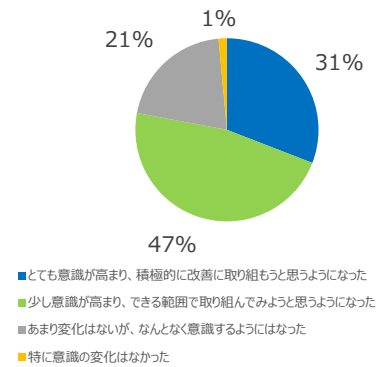


図 今後の歩行アプリ継続利用意向 (N=68)

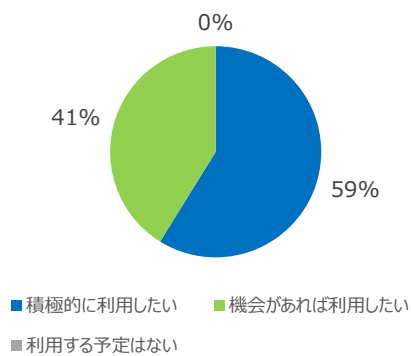


図 歩行アプリ継続利用時の月額料金 (N=54)

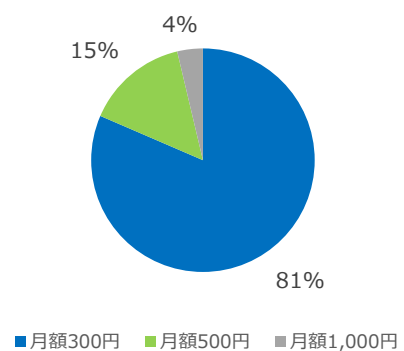


図 参加者の性別 (N=69)

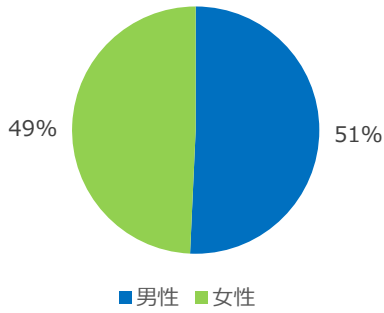


図 参加者の年代 (N=69)

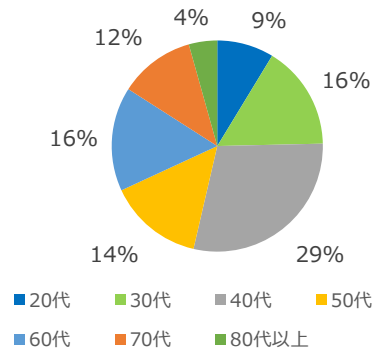


図 主な移動手段 (N=91)

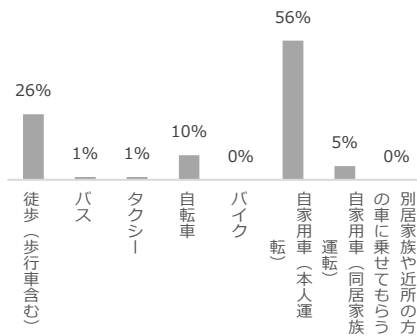


図 参加の動機・理由 (N=96)

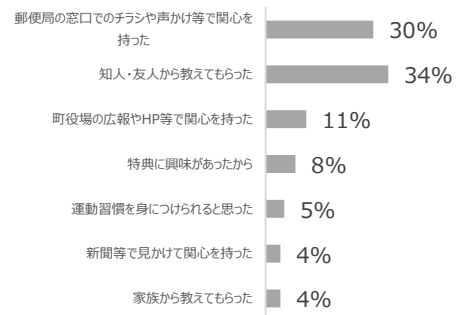


図 他サービスの参加状況 (N=69)

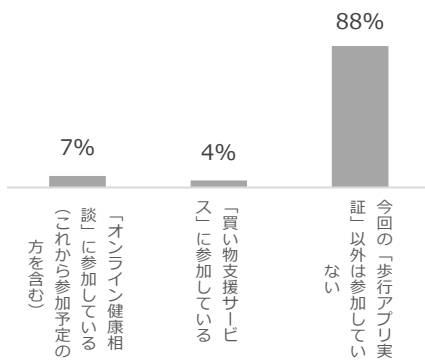


図 郵便局がより身近になったか (N=68)

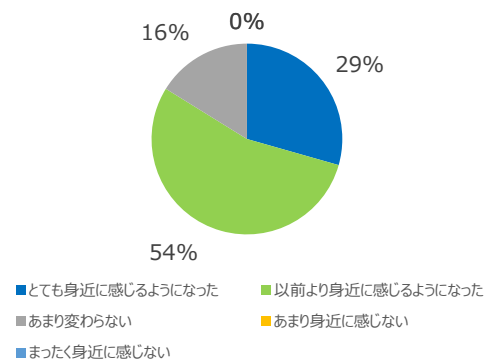


図 行政サービス等への期待 (N=68)

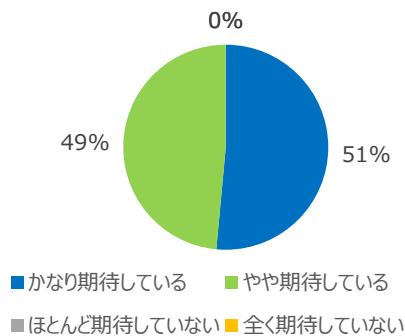
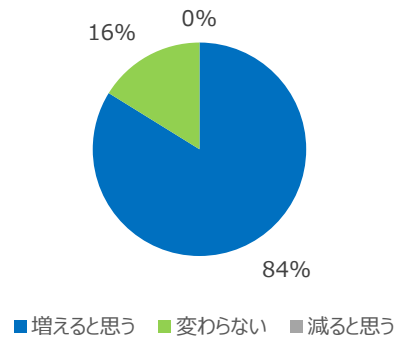


図 地域内外の交流が今後増えるか (N=68)



## 2) 定性的な結果

本実証では、特典交換時の窓口対応やアンケート等を通じて、参加者（住民）および関係者から意見を収集し、参加の動機、継続要因、参加の障壁、郵便局拠点の効果に関する定性的な結果を整理した。

### ① 参加した高齢者からの意見

高齢者の参加においては、郵便局を拠点としたことで「郵便局で聞けるから安心して続けられた」という声を得られ、対面で相談できる安心感が参加継続を支える要素となった傾向が見られた。特に、スマートフォン操作に不慣れな参加者に対して、窓口でのフォローが参加のハードル低減に寄与した。

### ② 親子で歩行を行った参加者からの意見

親子で参加した層では、「子どもと一緒に歩くのが習慣になった」との声を得られ、歩行が家族の生活リズムに組み込まれることで継続しやすい傾向が見られた。ポイントや特典交換が目標設定の役割を果たし、日々の歩行を意識するきっかけとなったとの示唆が得られた。また、家族単位で参加することで、子どもが保護者を促す、あるいは保護者が子どもの活動量を意識する等、相互に行動を支え合う構造が生まれやすいことが確認された。これらは、定性的目標である継続利用意向の向上に資する要因である。

### ③ 郵便局員からの意見

郵便局員の視点では、「普段いらっしゃらないお客様が来るきっかけになり、コミュニケーションするタイミングとなった」との声を得られ、特典交換を郵便局窓口で受け付けることで住民との接点を確保しやすいという効果があった。また、イベントや物販など他の取組を実施している際に、来局者に対して「お声がけしやすかった」との声があり、郵便局拠点が地域施策の周知・接点形成の場として機能し得ることが確認された。一方、年末年始等の繁忙期には通常業務と重なり、対応余力が低下しやすいことから、実装に向けては繁忙期を踏まえた運用平準化（周知タイミング、受付方法、対応手順の標準化等）が必要となる。

## (6) 実証実施の評価・考察

### 1) 目標達成度の評価

本実証前までの歩行数と取り組み参加 1 ヶ月後の 1 週間の歩行数は、約 1,300 歩程度上昇し約 6,000 歩/日に達し、日常から歩行する習慣へ寄与する取り組みになったと考えられる。また歩行量に応じて付与されるポイントを郵便局で特典交換できる設計とした結果、469 名が参加し実証期間を通じて約 500 回程度の特典交換による来局が創出された。特典交換は、住民の継続行動（歩行）のきっかけとして機能しており、拠点来局を創出する仕組みとして一定の成果が確認されたものである。

## 2) 成果と要因

### ①利用者の行動変容

本実証の結果、参加者の約 8 割において健康への意識が高まったことが確認され、日常生活の中で歩行を意識するきっかけとなったと整理できる。あわせて、運動を継続していく自信（自己効力感）や、自身の健康状態に対する関心が高まったとの傾向が見られ、健康づくりを「自分ごと」として捉える意識変化が生じた可能性がある。これらは、短期的な参加にとどまらず、生活習慣として継続していくための心理的な土台につながる要素であり、今後の取組の定着・横展開を検討する上でも重要な成果として位置づけられる。

### ②新規来局の増加等

郵便局員の所感として、これまで来局頻度が高くなかった住民が特典交換をきっかけに来局する場面が確認された。これは、郵便局が単なる交換窓口にとどまらず、住民との対話・案内の機会を創出する「接点」として機能したことを示すものである。結果として、イベントや物販等の他施策を案内しやすくなるなど、特典交換による来局を起点に地域向けの周知・提案機会を捉えられる可能性が示唆された。

### ③広告効果を生む可能性

特典設計において郵便局の物販商品を特典として活用することは、歩行促進と同時に、商品認知・購買につながる訴求機会を生む施策となり得る。特典を「地域の拠点で体験・接触できる」構造は、単なる配布では得られにくい広告効果を生む可能性と考えられる。

## (7) 郵便局を拠点としたことによる運営・実務面の効果

本実証では、ポイント交換の受付拠点を郵便局（町内 3 局）に設定したことで、住民の歩行行動（ポイント獲得）と、地域の拠点での接点（交換）を結び付けた運用が可能となった。特に、集落が点在する地域特性において、各集落に所在する郵便局を拠点としたことにより、住民は生活圏に近い拠点で特典交換ができ、参加・継続のハードルを下げる効果があった。

運営面では、一次窓口を郵便局に置いたことで、参加者からの問い合わせや操作フォローを受け付ける体制が確立され、デジタル不慣れ層を含む住民の参加を支える実務上の支援導線を確保できた。

さらに、郵便局員からは「普段いらっしゃらないお客様が来るきっかけになり、コミュニケーションするタイミングとなった」「イベントや物販等の取組実施時に声掛けしやすかった」といった声が得られており、拠点化により住民接点が増え、他施策への案内・波及が生まれやすい環境が形成されたことも、実務面の効果があった。

## (8) 実証で明らかになった課題

課題は大きく、1) 運用上の課題、2) 持続可能性の課題に整理される。

## 1) 運用上の課題

### ①冬季の天候に左右される歩行数の減少

浦幌町では、冬季には、降雪、積雪により外出が困難となる。そのため、外出機会の減少により結果として実証参加者の歩行数の減少が見られた（積雪期（12月～2月）には平均歩行数が約5,500歩まで減少）。このことにより、一部参加者は、外出することができず、特典交換のための歩行数も積み上げることができない状況になった。

### ②郵便局の通常業務との両立に伴うマンパワーおよび時間制約

特典交換の受付や問い合わせ対応は郵便局が一次窓口となるため、通常業務と並行した対応が発生する。特に、年末年始等の繁忙期には窓口業務が逼迫しやすく、実証サービス対応に割ける余力が低下する傾向が見られた。郵便局員からは「普段いらっしゃらないお客様が来るきっかけになり、コミュニケーションするタイミングとなった」「イベントや物販等の他の取組の際にお声がけしやすかった」との効果を示された一方、繁忙期を含む運用ではマンパワー制約が顕在化し得る。

### ③特典在庫の偏在と交換待ちが発生

12月頃からポイントが貯まり特典交換が進み始めたタイミングで局ごとの交換数に偏りが生じ、特にメイン局である浦幌郵便局において在庫が薄くなる場面が発生した。在庫を交換対応するちょうどの数として保有する運用であったため、最終盤の交換希望者に対して待ちが生じやすい構造であった。

### ④デジタルデバイス操作に起因する参加ハードル

高齢者の参加者において、ヘルスケア（iOS）またはGoogle Fit（Android）との連携する方法が上手くできず、郵便局窓口でのフォローを求めるケースが生じた。参加者からは「郵便局で聞けるから安心して続けられた」との声が得られた一方、初期設定でつまずいた場合、歩行データの記録が継続されず、運動習慣の定着そのものが阻害される可能性があることが示唆された。

## 2) 持続可能性の課題

本取組には、郵便局への委託費用に加えて、提供する特典に費用を要する。特典提供については、参加者の動機づけとして一定の効果がある一方、継続時には原資確保と運用負荷が課題となる。

### (9) 事業実装に向けた課題と留意点

実装・継続に向けては、運用面、持続可能性面で対処すべきことがあることが明確となった。

#### 1) 郵便局の通常業務との両立

一次窓口を郵便局が担う運用では、特典交換や問い合わせ対応が発生し、繁忙期（年末年始等）にはマンパワー制約が顕在化しやすい。実装段階では、繁忙期の受付方法、周知タイミン

グの工夫、問い合わせの切り分け（郵便局で完結する範囲と引継ぎ範囲の明確化）、対応手順の標準化により属人性を下げ、対応負荷を平準化する必要がある。

## 2) 業務を行うに当たっての工夫

実証では、局ごとの交換数に偏りが生じ、特典在庫の偏在により交換待ちが発生した。実装に向けては、偏在を前提とした在庫の余白設定、補充頻度、局間調整の判断基準、住民への案内方法等を含む運用ルールを事前に定め、関係者間の情報共有手段・頻度も設計する必要がある。

また、参加者の確保においては、デジタルデバイス操作に不慣れな層では参加継続の障壁となり得る。実装段階では、周知物における丁寧な訴求（初期設定の注意点、困ったときの相談先、窓口で支援可能な範囲）と、郵便局でのフォロー・導線の明確化が不可欠である。その上で、参加者の不安を解消するための「郵便局でのデバイスの使い方フォロー」や、継続を促すための「達成の見える化」「特典の魅力」の両方を意識した周知が必要である。

さらに、冬季の降雪、積雪による利用者の運動機会の減少という問題に関しては、屋内運動プログラム導入や冬季対応の特典設計など、通年で運動習慣を維持する仕組みの構築が求められる。

こうしたことを踏まえると、継続・拡大のためには、パートナー連携と役割分担の再整理が必要である。うらほろ郵便局利活用推進コンソーシアムの枠組みをベースに、ア) 運営事業者（十勝うらほろ楽舎）、イ) 拠点運用（郵便局）、ウ) 制度・周知（自治体）、エ) システム（アプリ提供事業者）、オ) 特典提供（店舗・団体・商工会）の役割と責任範囲を明文化しておくことが重要である。

## 3) 持続可能性の確保

本取組を持続可能な仕組みとして定着させるには、受益者負担の獲得、システム利用料の削減、特典交換費用の削減等を通じ、収益・費用の両面で自走可能な構造を構築する必要がある。特典提供については、参加者の動機づけとして一定の効果がある一方、継続時には原資確保と運用負荷が課題となるため、抽選方式の導入等により交換費用のコントロールや運用負荷の軽減を図ることが必要である。

一方で、受益者負担が過度に大きい場合や、特典の満足度が低い場合には参加者獲得・継続が難しくなる可能性がある。したがって、住民にとっての価値（健康行動の可視化、達成感、郵便局で相談できる安心感）と、負担水準・特典設計のバランスを検討し、持続可能性と参加のしやすさを両立させる制度設計が必要である。

## 2. オンライン健康相談および健康イベント

### (1) サービス概要

浦幌郵便局においてオンライン健康相談を実施した。郵便局でのオンライン健康相談が町民のニーズとマッチするかや、効果等を確認するためには、ある程度の母数が必要であり、市街地である浦幌郵便局で実施することとした。加えて、町内には町営の医療機関が1つしかないことから、将来的には町内の市街地以外でも実施することを見越して実施した。具体的には、浦幌郵便局内の個室「ゆう遊ルーム」に設置したタブレット端末を通じ、日本郵政コーポレートサービス株式会社等の保健師による「オンライン健康・栄養相談」を提供した。相談内容は、日常の体調不安、食事、健康診断結果の解説など多岐にわたり、住民が普段の導線の中で気軽に、個室で安心して専門的なアドバイスを受けられる機会を整備した。

また、これに付随して簡易的な健康チェックを行えるイベント環境を整え、住民の健康意識を日常的に高める場としての機能を検証した。aiwell 株式会社および株式会社サッポロドラッグストアと協働し、郵便局を会場としたリアルな健康イベントを開催した。具体的には、aiwell 株式会社の協力により、医療機関に行かずとも自宅で手軽に検査ができる微量採血キットによるセルフ健康チェックの紹介と案内を行った。

また、企業の協力により、「肌診断」等の健康チェック体験会やメイクアップ講座も同時開催し、健康と美容の両面から住民の関心を喚起した。これらのリアルイベントを通じて、住民が自身の体の状態を数値や画像で把握する「機会」を提供し、その結果に基づく専門的なアドバイスへのニーズを高めることで、継続的なオンライン健康相談サービスへの円滑な誘導と動機付けを図った。

月	フェーズ	主な活動内容
10月	準備	<ul style="list-style-type: none"><li>- 郵便局員・関係職員向けの研修（予約管理フローについて、運用方法について）</li><li>- 日本郵政コーポレートサービスの保健師拠点と浦幌郵便局を繋ぐオンライン面談システム（zoom）の通信テスト</li><li>- 日本郵政コーポレートサービスとの事前打ち合わせ</li></ul>
11月	準備／周知	<ul style="list-style-type: none"><li>- サービス開始に向けた最終確認</li><li>- 住民向けチラシ・ポスターの制作</li><li>- 広報誌への折込（約2,000世帯）</li><li>- 浦幌町公式LINEを活用して住民への周知</li><li>- 浦幌郵便局内「ゆう遊ルーム」の個室ブース化およびタブレット端末の配備郵便局窓口での声掛けおよびチラシ配布の開始</li><li>- 簡易健診イベント（セルフ血液検査：aiwellcare）の実施（11/26～11/28）</li><li>- デモンストレーションの実施（11/27）</li></ul>

月	フェーズ	主な活動内容
12月	実証	<ul style="list-style-type: none"> <li>- オンライン健康相談の実証開始</li> <li>- 浦幌町公式 HP への掲載</li> <li>- 隔週運用会議（自治体・日本郵便）：2回</li> <li>- 浦幌町公式 HP、LINE への予約導線の組み込み構築</li> <li>- 住民アンケートの配布・回収開始</li> <li>- 行政（浦幌町保健師）との役割分担および連携フローの有効性の検証</li> </ul>
1月	実証／ 検証・とりまとめ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- サービスの最終運用</li> <li>- 住民アンケートの最終集計</li> <li>- 郵便局員向けアンケートの集計</li> </ul>
2月	検証・とりまとめ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 利用実績最終集計（件数、利用者属性、満足度など）</li> <li>- 評価・課題の整理</li> <li>- 成果報告書（概要版・詳細版）の作成</li> </ul>

#### (メディア報道一覧)

日時	媒体名	報道内容 (タイトル・概要)
2025 11/27	株式会社報知新聞社	- 日本郵政など健康相談窓口の実証実験
2025 11/27	株式会社サードイノベーション	- 中山間地域と離島の健康を支える新たな試みがスタート
2025 11/27	株式会社時事通信社	- 日本郵政、郵便局で健康相談窓口の実証事業＝山間部・離島住民の医療偏在を解消
2025 11/27	株式会社日本経済新聞社	- 「ローカル共創イニシアティブ」発の新規事業案件 ～中山間地域・離島の住民および中小企業従業員向けの健康相談窓口の実証実験開始～【日本郵便】
2025 11/27	株式会社 PR TIMES	- 「ローカル共創イニシアティブ」発の新規事業案件 ～中山間地域・離島の住民および中小企業従業員向けの健康相談窓口の実証実験開始～【日本郵便】
2025 11/28	十勝毎日新聞社	- 郵便局でオンライン健康相談 浦幌で12月から実証
2025 11/28	北海道新聞社	- リモート健康相談 郵便局で

## <参考>

- ・十勝毎日新聞社 <<https://kachimai.jp/article/index.php?no=2025112700426>>
- ・北海道新聞社 <<https://www.hokkaido-np.co.jp/article/1246101/>>

## (2) 実証サービスを実施するに当たっての目標と検証方法

### 1) 目標数値

オンライン健康相談件数として、実証期間中に延べ 30 回（人）程度の実施を目標とした。本目標は、月 15 件程度の利用を想定し、実証期間（約 2 か月間）を通じて運用することを前提に設定したものである。

### 2) 目標とする成果（アウトカム）

自身の健康状態に対する肯定的な認識を持つ住民の増加、および運動や食事などの健康づくりを続けていく自信の獲得を指標とした。

### 3) 検証方法

郵便局での予約・受付ログによる相談件数の把握に加え、利用者への事後アンケートを実施した。アンケートでは、満足度、アドバイスの分かりやすさ、健康への意識変化、および郵便局という拠点に対する評価を定量的・定性的に検証する計画とした。

## (3) 実証準備

### 1) 実施体制の構築

本実証サービスの実施にあたり、以下の体制を構築した。

- ① 代表団体：一般社団法人十勝うらほろ楽舎  
・事業全体の設計・全体の統括を行う
- ② コンソーシアム構成員
  - ・浦幌町役場（まちづくり政策課）：HPや広報誌を活用し町民へ周知。役場関係課など行政内の調整
  - ・日本郵便株式会社北海道支社：地域住民の生活インフラである郵便局のネットワークやスペースを、事業の実施拠点として提供（オンライン健康相談ブースの設置、健康相談の案内など）
  - ・日本郵便株式会社本社：グループ各社（日本郵政コーポレートサービス、かんぽ生命等）のリソース活用に向けた調整
  - ・うらほろのスポーツと文化活動を未来につなぐ一般社団法人：ヘルスケアイベント等の関連企業との調整及び企画運営

「うらほろ郵便局利活用推進コンソーシアム」を主催主体とし、日本郵政コーポレートサービス株式会社が保健師の活用および専門的知見の提供を担う体制を構築した。これにより、オンラインで健康相談を受けられる運用を整備した。あわせて、オンライン相談に加え、企業等と連携し、

血液検査や健康チェック等を通じて自身の身体状況を把握する機会を提供するため、健康意識の醸成を目的とした対面イベントの実施に向けた準備を行った。

## 2) 計画策定及び関係機関との調整 (11月)

### ① コンソーシアム構成員との役割分担を明確にする会議

代表機関を中心に、コンソーシアムの構成員と会議を実施。運用するにあたっての役割分担・想定できる課題の共有と対策立案・特典の準備スケジュールや在庫数などの確認を行った。

### ② 事業推進におけるスケジュールの設定

実証開始のタイミング、周知・広報のタイミング、特典交換の想定スケジュール、実証終了の際のアナウンス方法などの確認を行った。

### ③ 日本郵政コーポレートサービスとの協議・調整

日本郵政コーポレートサービスとの間でオンライン健康相談サービスに係る契約手続きを完了した。相談対応者（保健師等）との連絡体制、予約システムの利用方法、運用開始に向けたスケジュール等について確認・調整を行った。

## 3) 周知・広報及び住民理解の促進 (2025年11月～2026年1月)

オンライン健康・栄養相談・健康チェックイベントなどのPRチラシを作成し、浦幌郵便局等の窓口での配布や声かけを実施した。チラシでは「専門家に相談」「相談料無料」「事前予約制」「自身の身体を知る」などを明記し、心理的なハードル低減を図った。

### ① 町内全戸配布 (1,200世帯・11月)

### ② 新聞折込 (1,200世帯・12月)

### ③ 浦幌町HP掲載 (12月)

### ④ 浦幌町公式LINEでの発信 (12、1月)

図 オンライン健康相談のPRチラシ

**事前予約制** 郵便局で、気軽に健康相談しませんか？  
あなたのお悩みに職員がおたえします

**オンライン健康・栄養相談**

相談料 於 浦幌郵便局  
無料

毎週月曜日  
時間 13:30 ~ 16:30  
期間 2025年12/1 (月) ~ 2026年1/26 (水)  
会場 浦幌郵便局 (ゆうゆうルーム)

「最近ちょっと気になる体調のこと」「毎日の食事のこと」について  
専門家である保健師に、個室で相談できます！

- ✔ なんともなく体調がすぐれない
- ✔ 健康診断の結果について相談したい
- ✔ 病院に行くほどではないけど、気になる症状がある

オンライン健康相談の流れ

予約	当日
<ul style="list-style-type: none"> <li>① 予約</li> <li>② 電話またはお話し (予約番号をお伝えします)</li> <li>③ オンライン健康・栄養相談予約</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>④ 受付・相談 (身分証・予約番号提示)</li> <li>⑤ オンライン健康・栄養相談</li> <li>⑥ 体調不良・体調時は参加をお断りください</li> <li>⑦ 相談・自由 (ご自身の都合でお断りください)</li> </ul>

※予約は相談の5営業日前まで

※注意：本町健康推進事業の推進に必要となるオンライン健康相談の実施のため、サービス利用者は日本郵政コーポレートサービスに同意する必要があります

主催 うちまちの健康増進推進コンソーシアム | 協賛(共催) 浦幌郵便局 | 015-576-2540

【お問い合わせ】 健康増進課 健康推進課 | 015-576-2540

## 図 健康イベントの PR チラシ（採血検査）

### 4) 実務的な準備及び実証事業の環境設備等

#### ① 機材・システム等の準備

オンライン健康相談は、浦幌郵便局内の「ゆう遊ルーム」を相談会場とし、ビデオ通話用のタブレット端末を配備することで、個室を活用することでプライバシーを確保し、周囲を気にせず相談できる環境を整えた。また、同様に健康イベントに関しても、活用していなかった「ゆう遊ルーム」を利用することで場所の認知拡大とオンライン健康相談に認知を図った。

#### ② 運用ルール、マニュアルの準備

実証開始前に、受付、本人確認、問合せ対応、緊急時の対応等に関する基本ルールを整理し、郵便局内での運用が属人化しないよう、指示文書を作成・共有した。これにより、3 局で対応のばらつきを抑え、住民に対して統一した案内ができる体制を整備した。

#### ア) 予約の手順とルール

利用者は浦幌郵便局に来局または電話で予約を申し込んだ。予約は相談希望日の 5 営業日前までとし、当日受付は行わないこととした。郵便局員は予約管理簿を使用して空き枠を確認し、利用者のフリガナ・電話番号・予約番号・年代を記載の上、予約枠を確保した。利用者には予約番号を口頭で伝え、来局者には予約票に転記して手交した。予約枠は毎週月曜・火曜（祝日除く）に設定し、月曜は①13:30～14:30・②14:30～15:30・③15:30～16:30 の 3 枠、火曜は④14:30～15:30 の 1 枠（各枠 1 名・最長 1 時間）とした。予約変更・キャンセルは利用者が郵便局へ電話または来訪して申し出ることとし、郵便局員が予約管理簿を確認の上、空き状況に応じて別日程への変更または取消を行い、変更・キャンセルの旨を日本郵政コーポレートサービスのメールアドレスへ報告した。また、郵便局員は利用の 5 営業日前ごとに予約

管理簿（送付用）を日本郵政コーポレートサービスヘメールで送信し、予約状況を共有した。

#### イ) 受付ルール

利用当日、来局した利用者に対し郵便局員が予約番号を確認の上、個室（ゆう遊ルーム）等の利用スペースへ案内した。受付時に同意確認を行い、身分証（運転免許証等）および予約番号の提示を求めた。予約票の内容と照合し、本人確認・予約確認が取れた場合に受け付けることとした。体調不良・発熱時は参加を控えるよう事前周知（チラシ等）を行い、当日体調不良の場合は受付を断る対応とした。受付時間は郵便局営業時間内（平日 9:00～17:00）のみとし、当日の飛び込み受付は行わないこととした。

#### ウ) 本人確認

来局時に運転免許証等の公的身分証明書の提示を求め、浦幌町民（町内在住者）であることを確認した。来局予約の場合は予約申込時（来局時）に確認し、電話予約の場合は利用当日来局時に確認した。代理での予約・来局は原則不可とし、本人確認が取れない場合は相談を受け付けなかったこととした。なお、本実証における健康相談サービスは浦幌町民を対象としており、身分証による町民確認が利用要件の一つとして設定されていた。

#### エ) 問合せ対応（一次窓口・引き継ぎ）

利用者や自治体・コンソーシアム経由で利用に関する問い合わせがあった場合、郵便局員が回答できる範囲の内容はその場で回答した。予約方法・空き枠確認・変更・キャンセル等の基本的な問い合わせは郵便局が一次窓口として対応した。サービス内容・健康相談の専門的事項等については、日本郵政コーポレートサービスまたは一般社団法人十勝うらほろ楽舎が対応する体制を整備した。対応した際は、担当者名・連絡先・問合せ内容を記録し、漏れのない対応を徹底することとした。問い合わせ先として浦幌郵便局の電話番号をチラシ等に明記し、利用者が気軽に問い合わせられる体制を整えた。

#### オ) 緊急時・想定外対応

チラシおよび予約案内に「体調不良・発熱時は参加をお控えください」「服装：自由（衣服の着脱は行いません）」と明記し、事前に利用者へ周知することで想定外の事態を未然に防ぐ取り組みを行った。オンライン相談中に利用者の体調急変等の想定外事象が生じた場合は、郵便局員が速やかに相談を中断し、必要に応じて 119 番等救急機関への連絡を行うとともに、日本郵政コーポレートサービス側の相談員（保健師等）にも状況を伝え連携して対応する対応フローをあらかじめ整備・共有した。対応内容は事後に一般社団法人十勝うらほろ楽舎へ速やかに報告することとした。本実証期間中、緊急事態の発生はなかった。

### 5) キックオフミーティング

#### ①概要

全実証における詳細と役割分担、スケジュールについて共有し、共通認識を図った。

## ②参加者

ア) 代表団体：一般社団法人十勝うらほろ樂舎

イ) コンソーシアム構成員

- ・日本郵便株式会社（浦幌郵便局長、吉野郵便局長、厚内郵便局長）
- ・浦幌町役場（まちづくり政策課・産業課）
- ・浦幌町商工会
- ・うらほろのスポーツと文化活動を未来につなぐ一般社団法人
- ・NTT 東日本株式会社

## 6) デモンストレーション

### ①概要

2025年11月27日（木）午前11:00～12:00、浦幌郵便局にて歩行アプリ実証・オンライン健康相談・地域内流通（地産地消）の3事業を合わせたデモンストレーションを実施した。総務省「地域の持続可能性の確保に向けた郵便局の利活用推進事業」として採択された本実証の進捗を関係者に広く公開し、郵便局を拠点とした医療・流通一体型健康推進モデルの成果を共有することを目的とした。オンライン健康相談については、浦幌郵便局ゆう遊ルーム（個室スペース）において、予約受付から本人確認・個室への案内・タブレット端末を用いた日本郵政コーポレートサービス保健師との接続・オンライン相談実施までの一連のスキームをデモンストレーションした。本デモンストレーションの様子は十勝毎日新聞、北海道新聞に「リモート健康相談 郵便局で」「浦幌 町民対象に来月まで実証」と題して掲載され、広く周知された。

### ②参加者

ア) 代表団体：一般社団法人十勝うらほろ樂舎

イ) コンソーシアム構成員・メディア関係者

- ・日本郵便株式会社（浦幌郵便局長・吉野郵便局長・厚内郵便局長）
- ・浦幌町役場担当者
- ・日本郵政株式会社担当者
- ・日本郵政コーポレートサービス株式会社担当者
- ・総務省担当者
- ・NTT データ経営研究所担当者
- ・メディア関係者（十勝毎日新聞社・北海道新聞社等）

- (4) 実証の実施
  - 1) オンライン健康相談の実施

### オンライン健康相談のフロー図

#### ①フロー

- ア) 予約：来局または電話にて、相談の5営業日前までに予約を行い、予約番号を取得する。
- イ) 来局：予約日時に来局し、窓口で受付・同意（身分証提示）を行う。
- ウ) 実施：個室にて、タブレットを用いて保健師とのオンライン相談（約30～60分）を実施する。

#### ②実施スケジュール

- ア) 期間：令和7年12月1日から令和8年1月27日まで。
- イ) 枠設定：毎週月曜日の13:30～14:30、14:30～15:30、15:30～16:30および毎週火曜日の14:30～15:30（毎週4枠設定、祝日除く）

#### ③ 参加料金

無料

#### 2) 健康イベントの実施

- aiwell株式会社との連携による血液チェックイベント
- 令和7年11月26日・27日・28日（3日間）
- 内容

aiwell 株式会社との連携により実施。医療機関に行かずとも、郵便局で指先からごく少量の血液を採取するだけで、生活習慣病リスク等の詳細な健康状態をチェックできる微量採血キットの体験・案内会を行う。参加者は自身の健康状態を客観的な数値で把握する機会を得る

ことで、健康管理への関心を高め、健康意識の醸成を行う。

- 日本郵政コーポレートサービス株式会社との連携による吉野公民館健康サロン訪問
- 令和8年1月21日
- 内容  
地域住民の交流拠点である吉野公民館で開催されている「健康サロン」へ、局長が訪問する形式で実施。高齢者向けの運動イベントを催しつつ、日本郵政株式会社・日本郵政コーポレートサービスとの連携によるリアルな交流イベントであり、郵便局が「待つ」だけでなく地域コミュニティの中へ積極的に「出向く」ことで、住民との関係性強化と健康増進の啓発を図った。
  
- 株式会社サッポロドラッグストアとの連携による肌診断・セミナーイベント
- 令和8年1月22日
- 内容  
株式会社サッポロドラッグストアとの連携により実施。肌診断を行い、肌の水分量・油分量、毛穴の状態などを可視化し、併せて専門スタッフによるセミナー形式でのアドバイスも行い、健康関心層だけでなく美容に関心を持つ層の来場動機も喚起する。

## (5) 実施結果

### 1) オンライン健康相談の定量的な結果

#### ①日本郵政コーポレートサービス株式会社等の保健師によるオンライン健康面談

ア) 累計利用人数：10名

イ) 利用者属性と予約経路

利用者の中心は20代～30代の女性であり、多くが自家用車（本人運転）で来局した。若年層においてはWEB予約のニーズが想定を上回り、デジタル完結型の導線が有効であった。一方で、高齢者（70代～80代の2名）については、デジタル予約よりも直接的なアプローチやイベントを契機とした利用が主であった。

### 2) 健康イベントの定量的な結果

#### ①簡易血液チェックイベント（連携企業：aiwell株式会社）

ア) 累計利用人数：27名

イ) 利用者属性と予約経路

利用者は老若男女が利用した。またその採血結果を元にオンライン健康相談を実施した人も1名発生した。

#### ②吉野公民館健康サロンイベント（連携企業：日本郵政コーポレートサービス株式会社）

ア) 累計利用人数：13名

イ) 利用者属性と予約経路

利用者は60-70代の女性がメインで利用した。SPOBYの歩行アプリを活用する高齢者も

参加し、運動を行なった後にオンライン健康相談の周知を行なった。

③肌診断イベント（連携企業：株式会社サッポロドラッグストア）

ア) 累計利用人数：12名

イ) 利用者属性と予約経路

利用者は30代の女性と60-70代の女性がメインで利用した。イベント後日にオンライン健康相談を実施した人も1名発生した。

3) アンケート結果

本実証では、満足度、専門家の話はわかりやすかったか、健康意識の変化、今後の継続利用の意思、「オンライン診療・服薬指導」のサービスの利用意思に対してアンケートを実施した。

なお、以下のアンケート結果の回答は、オンライン健康相談の利用者に加え、健康イベント（簡易血液チェック、肌診断等）の参加者からのものを含む。アンケートの実施結果は、以下のとおりであった。

図 オンライン健康相談の満足度 (N=16)

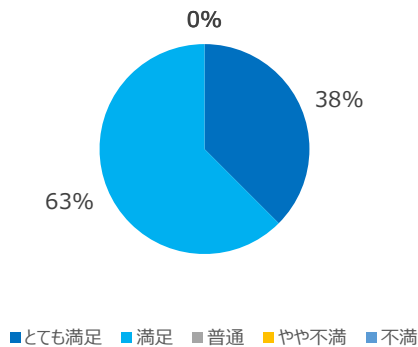


図 専門家のアドバイスの分かりやすさ (N=16)

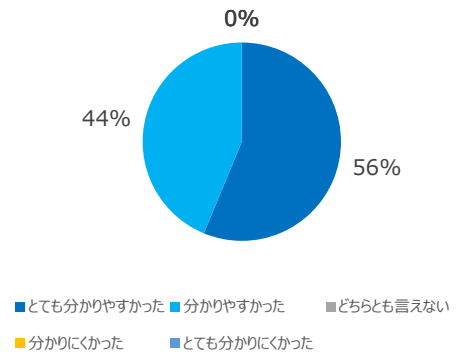


図 今後のオンライン健康相談継続利用意向 (N=16)

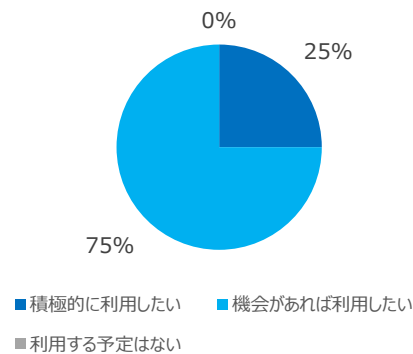


図 継続利用時の1回あたり料金 (N=6)

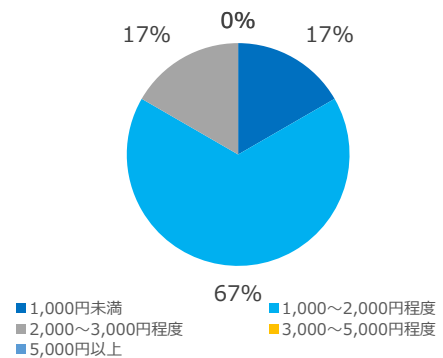


図 参加者の性別 (N=16)

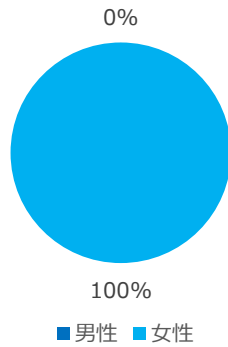


図 参加者の年代 (N=16)

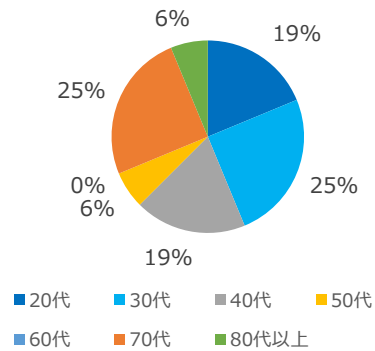


図 参加の動機・理由 (N=26)

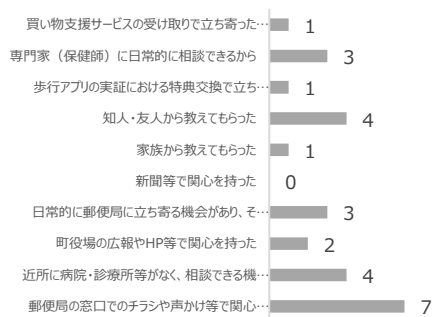


図 郵便局がより身近になったか (N=16)

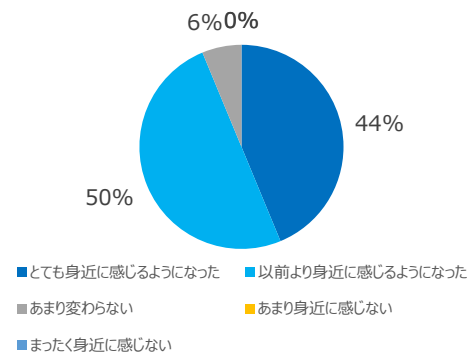


図 行政サービス等への期待 (N=17)

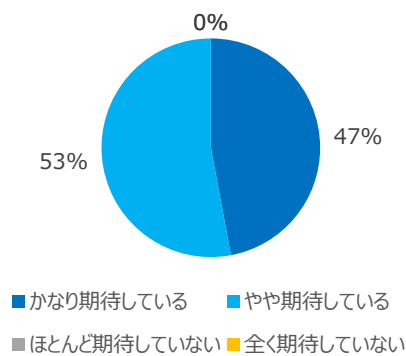
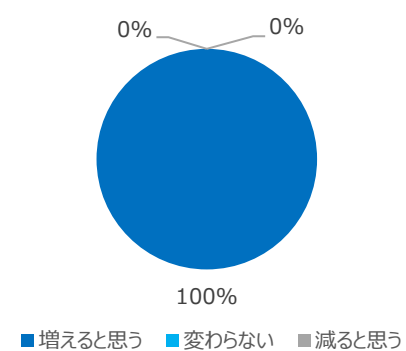


図 地域内外の交流が今後増えるか (N=16)



## (6) 実証実施の評価・考察

地域課題（比較視点含む）→実証の狙い→実証内容→結果→考察の流れに沿い、以下のとおり評価する。

### 1) 目標達成度の評価

本実証では、オンライン健康相談の実施件数として実証期間中に延べ30回（人）程度の達成

を目標に設定していた。これに対し、実証期間を通じた予約者数は12名、累計利用者数は10名にとどまった。属性を見ると、性別は全て女性、年代は広い範囲となっており、サンプル数は少ないものの、地域課題として認識されていた保健師がアプローチできない層への訴求はできていると考えられる。

数については、本目標は、月15件程度の利用を想定し、約2か月間の実証期間（令和7年12月1日～令和8年1月27日）を通じて運用することを前提に設定したものであった。しかし、日本郵政コーポレートサービスの保健師は通常の産業保健業務との兼務であり、繁忙期との重複や委託先の体制上の制約により、実際に確保できた相談枠は、月曜日3枠・火曜日1枠（合計4枠）と当初想定を大幅に下回った。したがって、目標未達については、供給側の相談提供体制の構築にも要因があったと評価できる。他方、拠点来局や郵便局の身近さの認識の創出という意味では、こうした限定的な枠の中でも一定のサービスが提供できていることを踏まえると、仕組として一定の成果があるものと考えられる。

需要側（地域住民）の要因についても整理が必要である。本実証では、健康イベント（セルフ採血検査や肌診断等）の開催を通じてオンライン健康相談への利用動線を設計したが、イベント参加から相談利用への申込は限定的であった。この要因として、健康イベント自体は住民の関心を一定程度喚起したものの、イベントで得られた検査結果等をどのように活用し、自身の健康課題として具体的な相談行動に繋げるかという「動機付けの設計」が十分ではなかったことが挙げられる。すなわち、イベントにおいて血液検査値や肌年齢等の数値を提示するだけでは、住民が「なぜ今、この相談が必要なのか」を自分事として認識するには至りにくく、数値の意味や改善の方向性を含めた個別的なフォローアップの仕組みが不足していたと考えられる。

## 2) 成果と要因

### ① 利用者の行動変容

本実証を通じて得られた最も重要な知見は、利用者の行動変容に関するものである。アンケート結果（N=4）では、利用者全員が保健師の助言を「分かりやすかった」と回答し、今後の継続利用についても全員が「積極的に利用したい」または「機会があれば利用したい」と回答した。限られた実施件数ではあったものの、利用者一人ひとりに対するサービスの質的有効性は高く、健康行動への動機付けとして十分に機能し得ることが確認された。また、利用者の属性から、異なるチャネルを通じた利用者獲得の可能性が示された。20代～30代の女性については、1月に開始されたWEB予約からの申し込みも見られたことから、デジタル完結型の導線が若年層には有効であった。一方、80代女性2名は郵便局員の直接的な声掛けを契機としており、高齢者層には対面での伴走的アプローチが不可欠であることが裏付けられた。さらに、40代男性1名は血液検査イベント（aiwell）への参加をきっかけにオンライン健康相談を申し込んでおり、「健康数値の可視化による気づき」から「専門家への相談」へと至る行動連鎖が自然発生的に形成された。この点は、健康イベントとオンライン相談を組み合わせた本モデルの設計意図と合致する重要な成果である。

## ②新規来局の増加等

アンケート結果によれば、郵便局が身近になったか、行政サービスへの期待、地域内外の交流が今後増えるかとの設問に肯定的な回答が多かった。これは、拠点来局や郵便局の身近さの認識を創出する仕組みとして一定の成果があることを示唆している。

## ③郵便局の活用に起因すると考えられる満足度

サービスを利用した住民においては高い満足度・行動変容意欲が確認された。これは、郵便局という身近な拠点で、顔馴染みの局員による操作サポートのもと、個室で安心して専門相談を受けられる環境そのものであり、供給体制を整備することで利用者数の拡大が見込まれることを示唆している。さらに、歩行アプリの特典交換のために来局した住民に対する対面での「声掛け」が、相談やイベントへの有効な誘導として機能した点も確認されており、これは郵便局における複数サービスの複合的な展開が生み出した相乗効果として考えられる。

## (7) 郵便局を拠点としたことによる運営・実務面の効果

郵便局は郵便・貯金・保険など日々の生活インフラとなっており、普段の導線の中に健康相談を組み込める可能性が高い。また、郵便局窓口で簡単に受付をできるようにすることで、健康診断へのハードルを下げる事ができたと考えられる。なお、来客だけでなく、電話でも受付を行えるなど、住民負担が減る形とした。

デジタル端末に不慣れな高齢層に対し、顔馴染みの郵便局員が対面で受付や操作の接続サポートを行うことで、オンラインサービス利用の障壁を下げる事ができた。また、「ゆう遊ルーム」という既存の個室スペースを活用することで、新たな設備投資を抑えつつ秘匿性の高い健康相談を実現できたことは、運営面での大きな利点である。

## (8) 実証で明らかになった課題

課題は大きく、1) 運用上の課題、2) 持続可能性の課題に整理される。

### 1) 運用上の課題

#### ①保健師が対応可能な時間の確保

本取組は、実績値が目標に到達しなかったが、この一つの要因は供給側の提供可能日時が限定されていたことにあると考えられる。日本郵政コーポレートサービスの保健師は通常の産業保健業務との兼務であり、繁忙期には相談枠の確保が困難となった。その結果、提供枠が限定的となり、住民が希望する日時に予約できないケースが生じた。今後の実装にあたっては、複数の相談員確保や町保健師との連携による安定的な提供枠の確保が不可欠である。

### 2) 持続可能性の課題

本取組には、郵便局の委託費用に加えて、保健師の相談に要する人件費、ネット環境整備・

維持費用等を要する。他方、住民への意向調査では、有償での継続利用時に「1,000円未満」であれば利用したいとの回答が得られており、両者には一定の乖離が認められる。

## (9) 事業実装に向けた課題と留意点

実装・継続に向けては、運用面・持続可能性面で対処すべきことがあることが明確になった。

### 1) 周知に当たっての工夫

本実証を通じて、単に広報誌への折り込み等で周知を図るほか、リアルな健康イベント開催等の機会を捉えた直接的な「声掛け」による周知も有用であることが分かった。特に健康無関心層にとっては、いきなり専門家へ相談することへの心理的ハードルが高いことも確認され、まず測定会等を通じて「リアルな自分の身体的状態を知る」体験を提供し、自身の健康課題への「気づき」を促すプロセスを経ることが、相談を利用するための具体的な「目的」や「きっかけ」づくりとして必要であるといえる。

また、20～30代の若年層は健康意識が高いものの、窓口での対面予約は心理的ハードルが高い傾向にある。WEB予約システムの導入など、申し込みのハードルを下げるのが求められる。

### 2) 健康相談に固有の留意点

#### ①高齢者層の定着（かかりつけ医との棲み分け）

多くの高齢者は既にかかりつけ医を有している実態がある。そのため、病気になってからの受診ではなく、日々の些細な不安を気軽に解消できる「未病・予防」の場としての独自の付加価値をより明確に打ち出す必要がある。

#### ②ローカルナレッジの欠如

外部（都市部等）の保健師がオンライン相談を担う際、地域の固有の生活背景（例：帯広での買い溜め・冷凍保存の習慣、移動手段の制約等）を知らないことが、適切な助言を行う上での障壁となる可能性がある。

地域の医療事情（病院の特性、医師の専門、紹介状の要否等）を熟知する町保健師の知見を、オンライン相談の質向上にどう取り込むかが、実装に向けた鍵となる。

#### ③相談から支援への導線

オンライン相談のみでは対応困難なケースや、継続的な支援が必要な住民を、町の保健師へスムーズに引き継ぐためのルート構築が不可欠である。

### 3) 持続可能性の確保

本取組には、郵便局への委託費用に加えて、保健師の相談に要する人件費、ネット環境整備・維持費用等を要するところ、これらをどのように賄い、上記の負担水準を実現するかが、自走化に向けた大きなハードルとなる。

### 3. 地域内流通で地産地消の促進

#### (1) サービス概要

本サービスは、町内で生産される農産品等が町外出荷に偏り、地域内で購買できる拠点も限られているため、郵便局の拠点性と物流網を活用して、地域内流通を成立させ、地産地消の促進を図る取組である。具体的には、町内の一次産業者（農家等）が独自のオンラインショップを通じて受注した商品について、郵便局を受取拠点とする「郵便局受取」を選択できる運用とし、住民が自宅配送に依存せず、低コストかつ生活動線上で農産品を受け取れる導線を整備した。あわせて、浦幌郵便局内で自動販売ロッカーを活用し農産品の取扱いも組み合わせ、来局者が地域産品に接触する機会を増やす設計とした。

月	フェーズ	主な活動内容
8月	準備	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ぽすちよこ便のサービスシステムを構築</li> <li>- オンラインショップの構築</li> <li>- 郵便局員・関係職員向けの研修（ぽすちよこ便のシステムについて、運用方法について）</li> </ul>
9月	準備	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ぽすちよこ便のサービスシステムを構築完了</li> <li>- 一通りのモデル実施を行い、関係者の役割分担の整理</li> </ul>
10月	実証	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 運用開始（じゃがいも・にんじんの販売開始）</li> <li>- 運用開始に伴い、メディア掲載</li> <li>- 広報誌に折り込みを行い、住民への周知</li> </ul>
11月	実証	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 月次運用会議（自治体・日本郵便・十勝うらほろ楽舎）</li> <li>- 途中評価（利用実績の分析、課題の整理）</li> <li>- 住民アンケートの配布・回収開始</li> <li>- 自動販売ロッカーの設置完了</li> <li>- 途中評価会議（関係機関ヒアリング）</li> <li>- 農産品と小容量の商品の追加（たまねぎと 1kg サイズの販売開始）</li> </ul>
12月	実証	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 住民アンケートの集計・分析</li> <li>- 受け取り拠点・発送拠点を拡大し、浦幌局・厚内局・吉野局の3局で活用可能となった。</li> </ul>
1月	実証／ 検証・とりまとめ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- サービスの最終運用</li> <li>- 住民アンケートの最終集計</li> </ul>
2月	検証・とりまとめ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 自動販売のロッカーの撤去</li> <li>- 利用実績最終集計（件数、利用者属性、満足度など）</li> <li>- 評価・課題の整理</li> <li>- 成果報告書（概要版・詳細版）の作成</li> </ul>

## 図 地産地消の EC サイト (一部、抜粋)

urahoro marché

Q ▲ 🛒 ☰

### Products

商品一覧



ラポロたまねぎ (10kg) 北海道十勝・浦幌産  
¥1,800



ラポロたまねぎ (5kg) 北海道十勝・浦幌産  
¥900



ラポロたまねぎ (1kg) 北海道十勝・浦幌産  
¥200



うらほろにんじん (10kg) 北海道十勝・浦幌産  
¥3,600



うらほろにんじん (5kg) 北海道十勝・浦幌産  
¥1,800



うらほろにんじん (1kg) 北海道十勝・浦幌産  
¥400



きたあかり (10kg) 北海道十勝・浦幌産  
¥2,600



きたあかり (5kg) 北海道十勝・浦幌産  
¥1,300



きたあかり (1kg) 北海道十勝・浦幌産  
¥300

## 図 地産地消の EC サイトイメージ（携帯画面）

## 図 浦幌郵便局に設置した自動販売ロッカー



### (2) 実証サービスを実施するに当たっての目標と検証方法

本実証では、配送サービス「ぼすちょこ便」および郵便局受取を活用した地域内流通と自動販売ロッカーの仕組みを構築し、住民が町内産品を入手しやすい導線を整備することで、地産地消の促進可能性を検証することを目的とした。実証開始前の時点で、利用目標（利用世帯数等）および事業として目指す成果（アウトカム）を設定し、定量・定性的な観点から検証する計画とした。

#### 1) 想定した利用目標（参加者数・利用回数等）と根拠

利用目標は、郵便局受取を活用した町内産品の購入・受取を 50 世帯規模まで拡大することとした。参画する生産者（農家等）は 2 者とし、実証期間内において、受注から発送、郵便局での保

管・引渡しまでの一連の運用が成立することを確認する目標を置いた。

目標設定の根拠は、①各集落に郵便局拠点が存在することから、受取拠点を郵便局に設定することで一定の利用が見込めること、②実証期間内で運用品質と負荷のバランスを確認するため、参画生産者を限定しつつ、住民側の利用を「世帯単位」で把握できる規模として 50 世帯を目安に設定したこと、③実装を見据え、拠点・オペレーションを段階的に拡張できる設計としたことによる。

## 2) 実証開始前に設定した成果（アウトカム）

本サービスのアウトカムは、地域内での町内産品の購買行動が増加し、地産地消が促進されることである。具体的には、①住民が町内産品を購入・入手しやすい状態の実現、②生産者にとっての販売チャネルの多様化と、地域内需要の獲得可能性の確認、③地域内流通の成立性（受付・保管・引渡しの実務運用）の確認、④オンラインショップと自動販売ロッカーの利用者属性の違いの確認を成果として想定した。

## 3) 検証方法（定量・定性的、データ取得方法）

検証は、定量データと定性データを組み合わせて実施する計画とした。

定量的には、

①利用世帯数（郵便局受取を利用した世帯数）

②参画生産者数（2 者以上）

③運用実績（発送・受取に係る実務上の発生事象、運用負荷）

を集計し、実証開始前に設定した目標に対する達成度を評価する。

データは、受注・販売の記録を用いて取得する。

定性的には、利用者アンケートにより、利用動機、利便性、満足度、継続利用意向、改善要望等を把握し、定量結果の背景要因（利用が進んだ要因、利用が伸びにくい要因）を補完的に整理する。また、参画生産者および郵便局に対して、作業負荷、運用上の課題、成立性、継続・拡大に向けた条件等をヒアリングし、実装時の改善論点を抽出する計画とした。

## 4) 実証期間中の拠点設計（運用の段階的拡張）

運用は段階的に拡張した。実証初期は、吉野郵便局を発送拠点とし、浦幌郵便局のみを受取拠点として運用した。12 月以降は、浦幌郵便局および厚内郵便局を発送拠点として追加するとともに、3 拠点すべてで受取可能な運用へ移行し、拠点拡張時の運用成立性と利便性の変化を確認する設計とした。

### （3）実証準備

まず、実施主体（一般社団法人十勝うらほろ楽舎）を中心に、うらほろ郵便局利活用推進コンソーシアムの関係者間で、実施方針と役割分担を整理した。あわせて、物流（ぼすちょこ便）を前提とし

た業務フローを確定し、運用上の方法（受発注情報の共有方法、荷受け・発送手順、受取時の本人・注文特定方法、在庫管理、繁忙期対応等）を事前に洗い出した。

#### 1) 実施体制の構築

本実証サービスの実施にあたり、以下の体制を構築した。

- ① 代表団体：一般社団法人十勝うらほろ楽舎  
-全体のプロジェクトマネジメント、自動販売ロッカーへの在庫補充
- ② コンソーシアム構成員  
-浦幌町役場（まちづくり政策課）：HP や広報誌を活用して住民への周知  
-日本郵便株式会社北海道支社：指示文書の作成、指示文書の発信、一次窓口としてお客様の相談対応、ぼすちよこ便の予約システムの構築、商品の荷受け、お客様への商品お渡し  
-うらほろのスポーツと文化活動を未来につなぐ一般社団法人：  
EC サイトの構築、EC サイトの受発注管理、出店事業者への受発注共有、商品のピックアップと一部配送協力、出店者への売上の授受

#### ③オンラインショップ（郵便局受取）運用の場合

- ア) オンラインショップ運用責任者は、オンラインショップの構築・運用、参画農家との調整、受発注情報の取りまとめおよび共有、ぼすちよこ便のサービス予約を担った。加えて、農家の繁忙期には、郵便局への持ち込み支援等の協力を行う整理とした。
- イ) 参画農家は、商品の保管を行い、運用責任者から共有される受発注情報に基づき、商品を発送元郵便局へ持ち込む役割を担った。
- ウ) 発送元郵便局は、ぼすちよこ便サービスの運用として、農家からの荷受けおよび受取拠点郵便局への発送対応を担った。
- エ) 受取拠点郵便局は、ぼすちよこ便サービスの運用として、荷受けおよび住民への引渡しを担った。引渡しに当たっては、発注 ID 等を用いて注文者を特定する運用とした。

#### ④自動販売ロッカー運用の場合

- ア) ロッカー設置郵便局は、ロッカー内の在庫管理を担い、品薄となった場合にはオンラインショップ運用責任者へ状況を共有する役割とした。
- イ) オンラインショップ運用責任者は、在庫状況を踏まえた農家への発注、受発注情報の取りまとめおよび共有、ぼすちよこ便のサービス予約を担った。
- ウ) 参画農家は、運用責任者から共有される受発注情報に基づき、商品を発送元郵便局へ持ち込む役割を担った。
- エ) 発送元郵便局は、ぼすちよこ便サービスの運用として、農家からの荷受けおよびロッカー設置拠点への発送対応を担った。

オ) 一般社団法人十勝うらほろ楽舎は、ロッカー設置拠点で荷受けを行い、個包装対応を実施した上で、ロッカーへの収納作業を担った。

## 2) 計画策定及び関係機関との調整 (9月)

### ① コンソーシアム構成員との役割分担を明確にする会議

代表機関を中心に、コンソーシアムの構成員と会議を実施。運用するにあたっての役割分担・想定できる課題の共有と対策立案・特典の準備スケジュールや在庫数などの確認を行った。

### ② 事業推進におけるスケジュールの設定

実証開始のタイミング、周知・広報のタイミング、特典交換の想定スケジュール、実証終了の際のアナウンス方法などの確認を行った。

### ③ 出品農家との実施方法と役割の確認

出品商品の確認、商品出品における郵便局へ商品の持ち込み時間の確認、出荷依頼に伴う必要書類の確認などを行った。

### ④ 地域内で別販路を創出するため、農業協働組合への事前調整

## 3) 周知・広報及び住民理解の促進 (9月～10月)

住民への周知は、複数手段を組み合わせ実施した。具体的には、広報誌への折込による周知、全戸配布チラシによる周知、新聞社取材による記事化、浦幌町公式ホームページへの掲載、地産地消のサービスの周知のためのイベントを行い、町内の幅広い層に情報が届くよう設計した。

### ① 事前周知

- ・町の広報誌へのチラシ折り込み、チラシ配布 (町内郵便局)、
- ・郵便局窓口での声かけ・案内
- ・地産地消のサービスの周知のためのイベント

#### <実施時期>

#### ア) 10月 (準備期)

- ・浦幌町 HP 掲載、浦幌町公式 LINE での発信
- ・町の広報誌へのチラシ折り込み
- ・チラシ配布 (町内郵便局)
- ・地産地消のサービスの周知のためのイベント実施 (延べ約 200 名参加)

#### イ) 10月 (実証開始後)

- ・郵便局窓口での声かけ／案内

#### ウ) 11月～1月 (実証継続期)

・郵便局窓口にて継続声かけ

図 配布したチラシイメージ

浦幌の海、山、畑のいまをそのままお届け。  
本物の恵みをお届けしたいから。

**うらぼろマルシェ 直販サイト OPEN**



**商品ラインナップ (一部)**

うらぼろマルシェ うらぼろのほんじん 5kg	うらぼろマルシェ うらぼろのほんじん 10kg	うらぼろマルシェ きたのかり 5kg	うらぼろマルシェ きたのかり 10kg
------------------------------	-------------------------------	--------------------------	---------------------------

  
 ネットショップでご注文

  
 食べごろを収穫し  
ぼすちょこ便で発送

  
 郵便局で商品を受け取り

配送についての注意事項・予定日に発送のご連絡をメールで行います。新鮮な野菜が発送ですので、万一受け取りができなかった場合でも料金は申し戻します。ぼすちょこ便を選択した場合、浦幌郵便局・当野郵便局・管内郵便局の受付になります

うらぼろマルシェ  
URL : <https://uhmarche.base.shop/>

ご注文は  
こちらから



地域内の流通をサポート

## ぼすちょこ便

地域内で“ちょこっと運んでほしい”といったお客さまのニーズに応えるために、郵便車両の空きスペースを活用して配送することにより、地産地消や買物支援をはじめとした地域内の物流をサポートするサービスです。

**ぼすちょこ便の特徴**

  
 ①地域内拠点間配送

  
 ②取集便等の空きスペース (余積) 活用

  
 ③バレットケース配送  
規格47cm×W29cm×高さ22.5cm

**ご利用イメージ** ※北海道では浦幌から「ぼすちょこ便」を開始していく予定です




地域内の流通を支援するぼすちょこ便。郵便車両の空きスペースを活用  
商品の受け取りもお近くの郵便局で。気軽に利用いただいている、ぼすちょこ便

ぼすちょこ便のお問い合わせはお近くの郵便局まで

使用期限: 2025年12月31日まで



図 地産地消のサービスの周知のためのイベントの様子



表 メディア報道一覧

日時	媒体名	報道内容（タイトル・概要）
令和7年10月14日	十勝毎日新聞	道内初「ぼすちよこ便」、浦幌がスタート 地域産品ネット販売品を配送
令和7年10月14日	北海道新聞社 朝刊	地場野菜 郵便局で受け取り 浦幌で実証実験始まる

#### 4) 実務的な準備及び実証事業の環境設備等

##### ①機材・システム等の準備

住民がサービスを利用できる環境を整えるため、オンラインショップの構築を行った。あわせて、配送・受取を成立させるため、日本郵便側の「ぼすちよこ便」サービス運用（予約・発送・受取に係る仕組み）を前提に、運用手順の整備と関係者間の確認を行った。

##### ②運用ルール、マニュアルの準備

郵便局での荷受け・発送・引渡しが属人化しないよう、指示文書を作成し、関係者間で共有した。特に、発注 ID 等による注文者特定、荷受け時の確認、引渡し時の確認、在庫管理および品薄時の連絡フローについて、運用上の取り決めとして整理した。

#### 5) キックオフミーティング

##### ①概要

全実証における詳細と役割分担、スケジュールについて共有し、共通認識を図った。

##### ②参加者

ア) 代表団体：一般社団法人十勝うらほろ楽舎

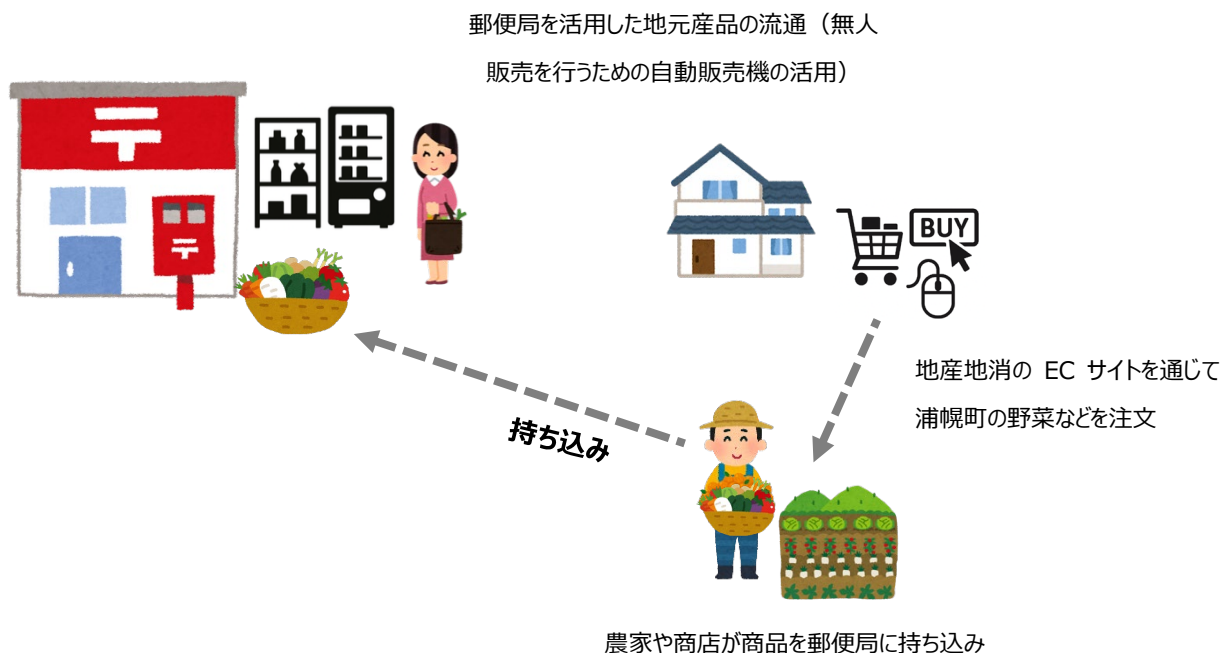
##### イ) コンソーシアム構成員

- ・日本郵便株式会社（浦幌郵便局長、吉野郵便局長、厚内郵便局長）
- ・浦幌町役場（まちづくり政策課・産業課）
- ・浦幌町商工会
- ・うらほろのスポーツと文化活動を未来につなぐ一般社団法人
- ・NTT 東日本株式会社

#### (4) 実証の実施

##### 1) 実施の流れ (フロー)

図 地産地消の促進を行う事業のスキーム図



##### 2) 実証中の運用・改善

###### ① オンラインショップの購買ハードル（重たい容量・世帯属性）への対応

実証期間中における課題の一つとして、オンラインショップの購買ハードル（重たい容量・世帯属性）への対応が挙げられる。本課題は、実証運用開始後、利用状況の把握が進んだ時点（おおむね 11 月頃以降）に顕在化したものであり、オンラインショップによる購入から郵便局受取へ至る導線において確認された。具体的には、取扱商品の多くが 5kg・10kg 等の重たい容量を中心としていたことから、住民のうち高齢者、単身世帯、夫婦のみ世帯においては、「量が多い」「持ち運びが負担になる」「購入意欲が高まりにくい」といった要因により発注しづらい状況が生じた。その結果、オンラインショップでの購入が一定の層に偏り、幅広い世帯への浸透に課題が残った。

この要因としては、保存性や配送効率を優先すると、取扱品の規格が 5kg・10kg 等の単位になりやすく、少量・即時購入を求めるニーズに対応しにくい構造があったことが挙げられる。実証期間中の対応としては、オンラインショップ購入に偏らない利用導線を確保するため、郵便局内での自動販売ロッカーを活用し、高齢者・単身世帯・夫婦のみ世帯を主なターゲットとして取り込む運用へ切り替えた。来局動線上で少量購入できる選択肢を設けることで、購買負担を軽減し、地域内流通の利用裾野の拡大を図った。

## ②デジタル不慣れ層（高齢者）のオンライン購入の障壁への対応

実証運用中（11月頃）に、高齢者を中心とするデジタル不慣れ層において、オンラインショップの注文・決済手続きが参加障壁となる課題が顕在化した。スマートフォン操作や EC 購入経験の個人差が大きく、購入プロセスが心理的・操作的負担になりやすいことが要因である。オンライン注文を前提としない自動販売ロッカーで高齢者層の取り込みを図った。あわせて、オンライン注文を希望する住民には郵便局員が操作をフォローする体制を整備し、地域産品にアクセスできる導線を確保した。

## ③郵便局における冷蔵保管設備の制約と小分け物流（個包装）の発生への対応

実証運用中（ロッカー設置後の12月頃以降）、郵便局側に冷蔵保管庫がないため在庫をまとめて保管できず、品薄のたびに発注・補充が必要となり、在庫運用が都度対応になりやすい課題が生じた。加えて、農家からの出荷が5kg・10kg単位中心のため、ロッカー販売に適した個包装・仕分け作業が発生した。

本実証では郵便局で小分け工程を担うことが難しかったため、十勝うらほる樂舎が荷受け後に個包装し、ロッカーへ補充する運用とすることで、設備制約下でも販売を成立させた。

## （5）実施結果

### 1）定量的な結果

#### ア）実証参加者数

実証期間（令和7年10月14日～令和8年1月31日）を通じ、オンライン発注者：21世帯、生産者3者、自動販売ロッカー：計測不能、計105点（オンライン発注者：44点、自動販売ロッカー：61点）の購買が起こった。

### 2）アンケート結果

本実証では、利用者の年齢構成比、利便性の向上、地域内流通で入手したい商品、今後の継続意思に対してアンケートを実施した。

アンケートの実施結果は、以下のとおりであった。

<利用者向けアンケート>

図 買い物のしやすさの変化 (N=14)

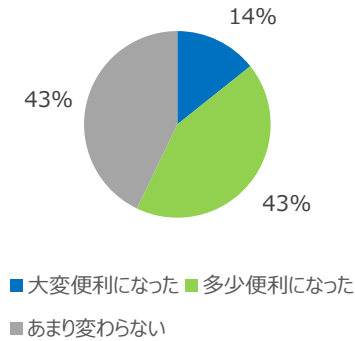


図 今後入手したい商品 (N=20)

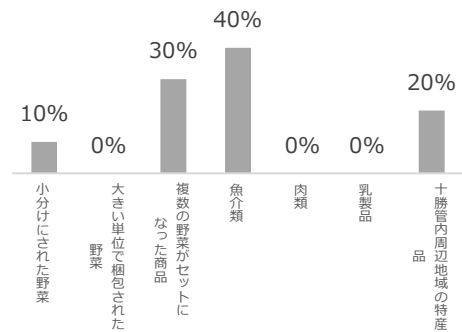


図 今後の継続利用意向 (N=14)

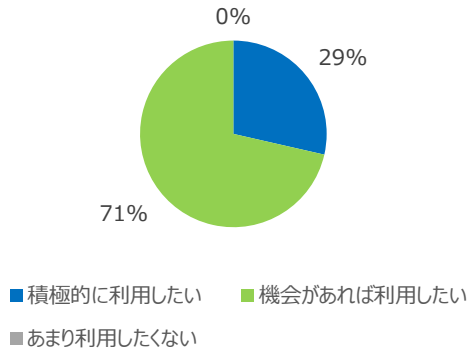


図 参加者の性別 (N=14)

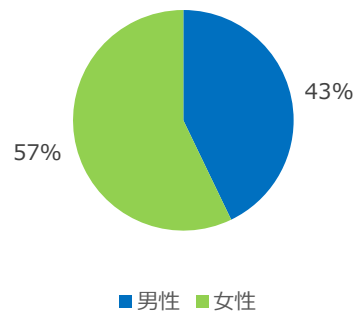


図 参加者の年代 (N=14)

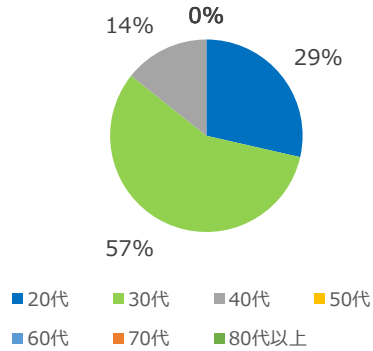


図 主な移動手段 (N=14)

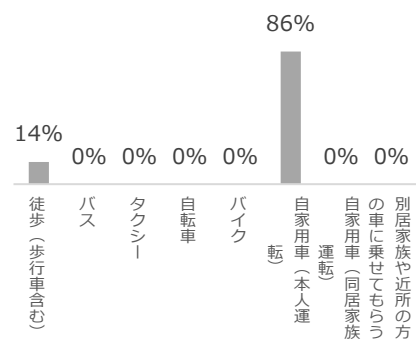


図 日常的な買い物の頻度 (N=14)

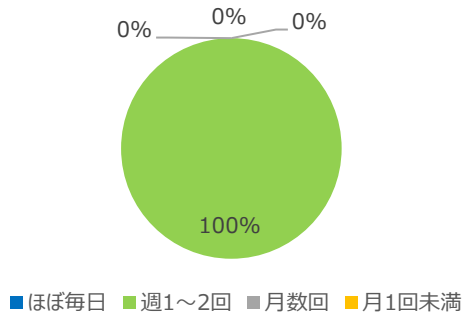


図 他サービスの参加状況 (N=14)

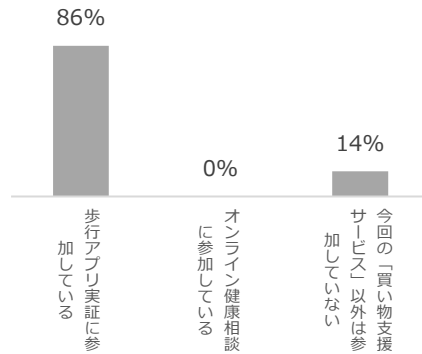


図 参加の動機・理由 (N=26)

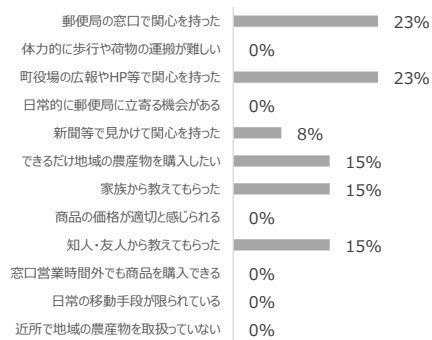


図 郵便局がより身近になったか (N=14)

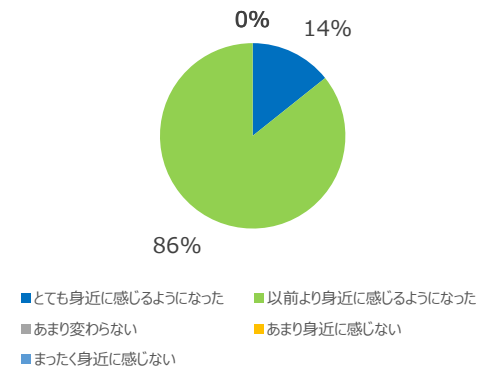


図 行政サービス等への期待 (N=14)

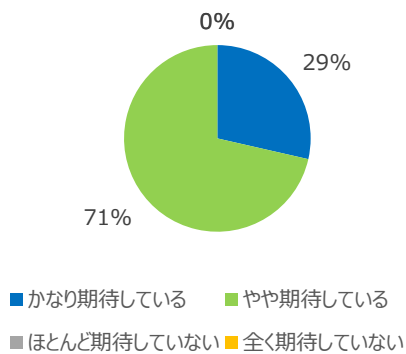
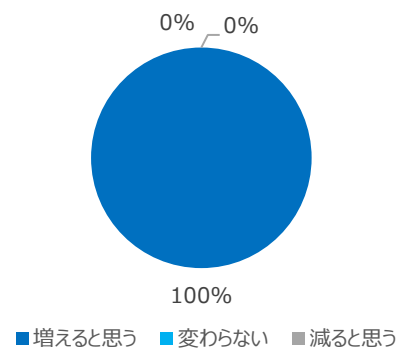


図 地域内外の交流が今後増えるか (N=14)



### 3) 定性的な結果

本実証では、郵便局を受取・販売拠点とした地域内流通の導線（オンラインショップ購入／ロッカー販売）を提供し、利用者からのヒアリング等を通じて、利用実感および行動の変化を把握した。代表的な意見として、町内産品を入手できることへの評価、ロッカー販売の価格・容量面での価値が確認された。

#### ア) 町内産品を日常的に食べられることへの価値認識（地産地消の実感）

利用者からは「地域のもを食べられることが嬉しい」との声があり、地域産品を身近に入手できること自体が、利用継続の動機になっている傾向がみられた。これは、地域内流通の整備により「地域産品に触れる機会」が増え、地産地消の行動を後押しする可能性を示唆するものである。

#### イ) オンラインショップは大口・重量物の調達導線として機能（利用シーンの具体化）

オンラインショップについては、「大口で発注する時に利用した」「親戚にお裾分けした」との声が得られた。大容量・重量物の購入をまとめて行う導線としてオンラインショップが機能し、家庭内消費にとどまらず、贈答・お裾分け等を通じて地域産品の消費・流通が広がる可能性が示唆された。

#### ウ) ロッカー販売（1kg）は少量ニーズ・価格価値に適合しリピートにつながる

ロッカーで販売している 1kg 規格については、「少量でありがたい」「地域のもであり、スーパーで売っているものより安くコストパフォーマンスが良い」「認知してからリピートしている」との声が得られた。ロッカー販売は、少量で購入したい層や日常的に買い足したい層に適合し、価格価値を含めて継続利用（リピート）を生みやすい傾向が確認された。これは、オンライン購入に不慣れな層も含めて、郵便局拠点で「購入しやすい選択肢」を提供することが、地産地消の定着に寄与し得ることを示すものである。

#### エ) 定性的目標との対応（郵便局拠点化の有効性）

本サービスの定性的な狙いである「地域産品を地域内で入手できる選択肢の提示」および「郵便局を拠点とした住民接点の創出」に対して、利用者の声から、①町内産品を食べられることへの満足、②オンラインによる大口購買と家族・親戚への展開、③ロッカーでの少量・価格価値によるリピート行動が確認され、導線を複線化した設計（オンライン／ロッカー）が利用シーンの違いに応じて機能していることが示唆された。

### (6) 実証実施の評価・考察

#### 1) 目標達成度の評価

本実証では、郵便局受取を利用した世帯が 21 世帯、参画生産者が 3 者であり、前者については目標（50 世帯）の半分弱、後者については目標（2 者）を上回った。また、販売点数は、郵便局受取 44 点、自動販売ロッカー 61 点であった。

オンラインショップ経由での購入世帯数は目標に至らなかったものの、アンケートからは利用者から「地域のもを食べられることが嬉しい」との声が得られ、地産地消の実感を伴う利用が確認された。あわせて、オンラインショップと自動販売ロッカー販売の併用により、世帯属性・購買シーンに応じた利用の分散が成立し、地域内流通の実装可能性が一定程度確認できた。

## 2) 成果と要因

### ①新規来客の増加、地産地消の拠点の創設

各集落にある郵便局を出荷・荷受拠点化にしたことにより、地域産品の出荷を簡便にし、かつ消費者からすると限られた地産地消の拠点ができたことにより実感を創出できた。郵便局を生活動線上の接点として活用したことで、住民が町内産品を“買える・受け取れる”状態が生まれた。地域産品に触れる入口を地域内に実装できたことは、地域内循環の基盤形成として評価できる。

### ②オンラインショップと自動販売ロッカーの複線化

オンラインショップと自動販売ロッカーの役割分担と効果オンラインショップと自動販売ロッカーの複線化が、利用の裾野を広げた。オンラインショップは5kg・10kg等の大口・重量物の購入導線として機能し、「大口で発注し親戚へお裾分けした」といった利用が確認された。一方、ロッカーでの1kg販売は「少量でありがたい」「価格価値が高くリピートしている」との声が得られ、単身・夫婦世帯や高齢者層の少量ニーズに適合した。導線を複線化したことで、デジタル不慣れ層を含む幅広い層に対し、利用しやすい選択肢を提供できた点が成果である。

## (7) 郵便局を拠点としたことによる運営・実務面の効果

本町は集落が点在し、生活機能が分散していることから、住民の受取・購入行動において「拠点までの距離」が利用継続の主要な制約となりやすい地域である。その中で、各集落に所在する郵便局を受取・発送拠点として位置付けたことにより、住民は生活圏に近い拠点で地域産品を受け取ることが可能となり、地域内流通の導線を確保できた点は大きな効果である。

また、郵便局を拠点化することで、荷受け・保管・引渡しといった運用を一定の業務フローに乗せやすく、拠点間での運用標準化や拠点追加（拡張）にも対応しやすい体制を構築できた。結果として、集落間距離が大きい地域特性の中でも、地域産品を「受け取れる場所」を町内に分散配置でき、地産地消の実装可能性を高める運用となった。

## (8) 実証で明らかになった課題

課題は大きく、1)運用上の課題、2) 持続可能性の課題に整理される。

### 1) 運用上の課題

#### ①オンラインショップと自動販売ロッカーの併存に起因する小分け・個包装等の物流工程を担う体制

地域産品の出荷単位（5kg／10kg等）に対し、拠点販売に適した小分け・個包装等の工程が発生することが明確となった。本実証では、郵便局側の設備・体制上の制約により、当該工程を郵便局サービスとして担うことができず、実施主体が補完して運用を成立させたが、継続運用においては実施主体側の負荷が大きくなりやすい。

## 2) 持続可能性の課題

### ①商品の価格水準

本取組には、郵便局への委託費用に加えて、独自のオンラインショップの構築・運営、無人販売手段として活用した自動販売ロッカーの設置・運用等に費用を要する。これらの費用の全部又は一部は商品の価格に影響を及ぼすところ、価格設定水準が課題となる。

また、無人販売の手段として活用した自動販売ロッカーについて、ロッカー設置に係る初期費用が大きく、現状の販売規模・販売単価では投資回収が難しいことが課題として明らかとなった。

## (9) 事業実装に向けた課題と留意点

実装・継続に向けては、運用面・持続可能性面に対処すべきことがあることが明確になった。

### 1) 業務を行うに当たっての工夫

実証では、拠点販売に適した小分け・個包装、補充、在庫調整等の追加業務が発生し、実施主体側（十勝うらほろ樂舎）が補完して運用を成立させた。運用上のタスクを洗い出せた点は学びである。一方で、小分け・個包装等は本来的に郵便局が物流機能の一部として担い得る領域であり、地産地消の推進と同時に、郵便局側の付加価値サービス（取扱手数料等）として売上創出につながり得る。こうした郵便局が担う業務範囲（荷受け・保管・引渡しに加え、小分け・個包装等の物流付加価値業務を含むか）を明確化し、繁忙期を含めた稼働可能時間、必要な作業スペース・手順を整理した上で、実施主体・郵便局・生産者の役割分担を再設計すると、より効率的な業務を行える可能性がある。

### 2) 商品管理に係る留意点

実証では、品簿の都度発注が必要となる場面があり、在庫の最適化と補充フローが運用負荷になり得ることが示唆された。今回の実証事業では取り扱わなかったが、今後継続実施する際に、生鮮品や冷蔵保管が必要な品目を扱う場合は、保管設備の有無、温度管理、賞味期限管理、衛生管理、個包装時の表示ルール等の整理が不可欠である。拠点を増やすほど、受発注情報の共有、発注ID等による照合、荷受け・引渡し記録、品簿時の連絡手順などを標準化しないと属人化・ミスが増えるため、運用ルールと記録方法（受付簿・共有表等）の統一を事前に行う必要がある。

### 3) 住民理解・情報発信

実証を通じて、オンラインショップは大口・重量物の購入導線として機能する一方、ロッカー販売は少量購入やオンライン不慣れ層に適合しやすいという利用シーンの分化が示唆された。継続段階では、この「使い分け」を前提に、対象層別に周知内容と導線を分けることが重要である。例えば、高齢者・単身／夫婦世帯には少量規格と来局導線、子育て世帯等にはまとめ買い・定期便などのニーズを想定した導線を提示するなど、住民の生活文脈に合わせた情報発信が必要である。また認知拡大には一定数の時間を要すると実証を行う中で分かったため、継続実施することで認知拡大・利用者拡大を行

っていく。

#### 4) 持続可能性の確保

本実証では、郵便局への委託費用に加えて、独自のオンラインショップの構築・運営、無人販売手段として活用した自動販売ロッカーの設置・運用等に費用を要する。特に自動販売ロッカーは、設置費用が大きく、現状の販売規模・単価では投資回収が難しいことが明らかとなった。拡大段階では、ロッカーに依存しない無人販売（局内で既に行われている無人販売の方法等）の活用により初期投資を抑える工夫が必要である。また、小分け・個包装等を郵便局サービスとして担う場合は、取扱手数料等の設定により郵便局側の売上を創出できる可能性がある一方、住民価格への上乘せが大きいと利用が伸びにくい。したがって、価格設定（住民負担）、手数料体系、協賛・補助の活用、販売回転率を踏まえた採算ラインの試算を行い、持続可能な収益構造を設計することが留意点である。

また、今後は、小分け・個包装等を郵便局の物流サービスの一部として実装できる仕組み（作業スペース・手順、必要設備、費用負担・収益配分、品質・衛生管理のルール等）を検討し、運用負荷の平準化と事業性の確保を両立させる必要がある。

### IV. 郵便局を地域のコミュニティ・ハブとしていくことに対する考察

#### 1. コミュニティ・ハブに関するアンケート結果

本実証事業では、歩行アプリ実証、オンライン健康相談、買い物支援の各サービス利用者を対象に、郵便局が地域の拠点として多様なサービスを提供することに関する横断的なアンケート調査を実施した（N=98）。以下に、主な結果を示す。

図 郵便局がより身近になったか（N=98）

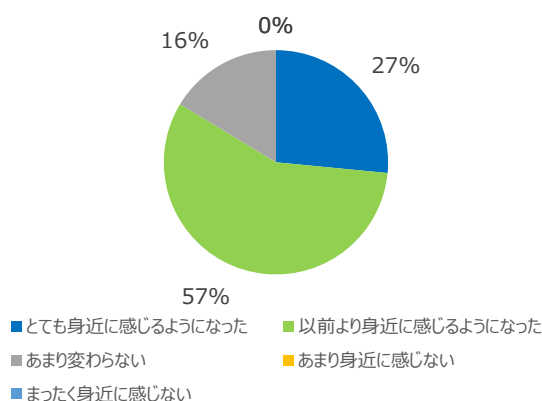


図 行政サービス等への期待（N=98）

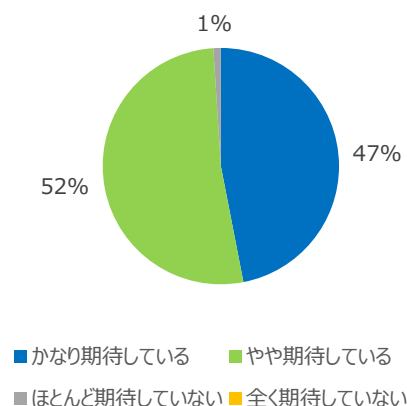
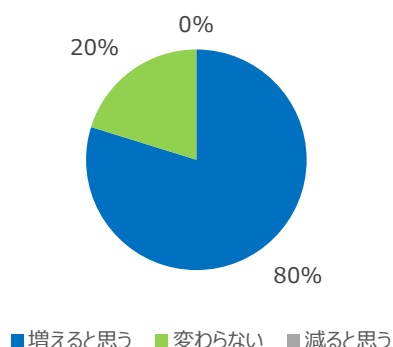


図 地域内外の交流が今後増えるか (N=99)



## 2. コミュニティ・ハブとして複数サービスを同一拠点で実施したことによる効果

本町が抱える地域課題に対応する取組については、住民の日常動線上にそれぞれの取組間で複合的な接点を創出する仕組みが確保されることことで、より高い効果の発揮などが期待される。こうした課題認識のもと、本実証では、郵便局（複数局）を拠点に、歩行促進、健康相談、地域内流通を一体的に実施した。この際、「来局頻度の増加」や「サービス間の波及（ついで利用）」を観測・検証した結果、郵便局が郵便・金融の窓口にとどまらず、生活課題の入口となる“地域のコミュニティ・ハブ”として機能し得ることを示す材料が得られた。

### 1) 個々のサービスに与えた効果

#### ①「行動（歩く）→来局→生活課題解決」までを一つの動線に束ねられた点

歩行アプリを活用した歩行促進事業では、歩くきっかけ・継続する動機を作りつつ、特典交換で来局が発生し、交換データを起点に利用実態を把握できた。実際、特典交換は合計 508 回確認されており、来局を具体的に創出する施策として機能したと整理できる。この「来局」という行動が、オンライン健康相談や地域産品の受取・購入、他サービス・物販の案内にもつながり、“ついで利用”を誘発できる構造となった。

#### ②30～40 代の働き世代への新たな健康接点の創出

歩行促進事業に関しては 30～40 代の働き世代の利用者が多く、特典交換にも多数来局されていた。町の保健師からは、現行の保健事業では国民健康保険加入者以外の 30～40 代の社会保険加入者やその扶養家族へのアプローチが十分にできていないとの課題が共有されている。本実証を通じて、歩行促進事業による来局をきっかけに、オンライン健康相談の案内をしたことで、申し込みが発生し複数事業の掛け合わせが行った。これまで行政の保健事業が届きにくかった層に対する新たな健康接点の創出として、自治体にとって重要な示唆である。

#### ③食と健康が“別々の取組”ではなく、同じ場所で接続された点

地域内流通事業では、地域産品を地域の食卓に届ける仕組みづくりを進めた。その結果、オンラインショップ（EC）では 5kg・10kg 等の大きめの単位の注文が中心となり、郵便局内の自動販売ロッカーでは 1kg 単位の少量販売が堅実に利用されるという、購買チャネルごとに異なるニーズが

確認された。また、歩行で貯めたポイントで EC サイトのクーポンを受け取ることで、「歩いて、食べる」という健康づくりを意識づける導線が生まれた利用者もいた。

## 2) 郵便局の機能に与えた効果

### ①地域内外の交流の強化

1) における各サービス利用者に対するアンケートでは、80%が地域内外の交流が今後増えると回答している。これは郵便局がこうした取組を複合的に行うことにより、利用者において一定の効果が期待されると考えていることを示している。

### ②デジタル不慣れ層でも参加を支える“相談できる身近な場”が拠点としての機能の創出

歩行促進事業では、郵便局を一次窓口としてデジタルデバイスの操作フォローを提供した。これにより、利用者にとって「デジタル機器の困りごとを相談できる身近な場所」が生まれた。スマートフォン操作に不慣れな高齢者層にとっては、顔馴染みの局員に対面で相談できることが継続参加の支えとなり、デジタル不慣れ層の参加ハードルを下げる“身近に相談できる拠点”としての機能が確認された。

## 3. 郵便局を拠点としてサービスを提供することによる郵便局側の評価

本実証では、郵便局を拠点としてサービスを提供することによる郵便局側の受け止めを把握するため、郵便局員の本事業に対するアンケートを実施したところ、下記の通りの結果となった。

図 準備期間中に、通常業務の質（正確性・丁寧さ等）に影響はありましたか（1つ選択）（n=11）

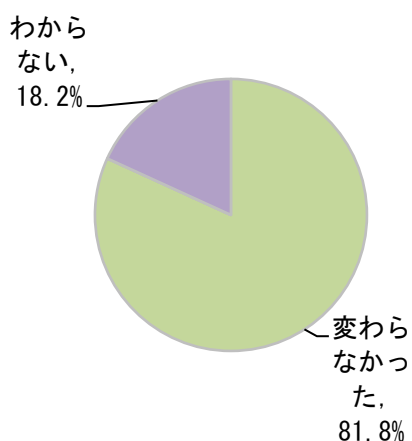


図 準備期間中に、特に負担となった作業があれば教えてください（複数選択可）（n=11）

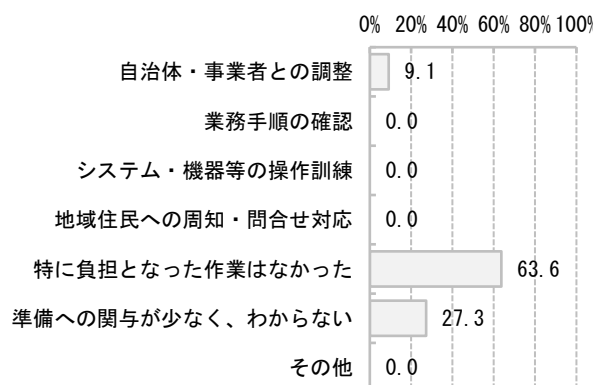


図 実証サービスの実施期間中に、通常業務の質（正確性・丁寧さ等）に影響はありましたか（1つ選択）（n=11）

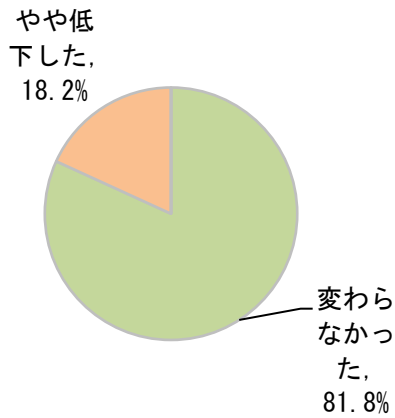


図 実証サービスの実施期間中、特に負担となった作業があれば教えてください（複数選択可）（n=11）

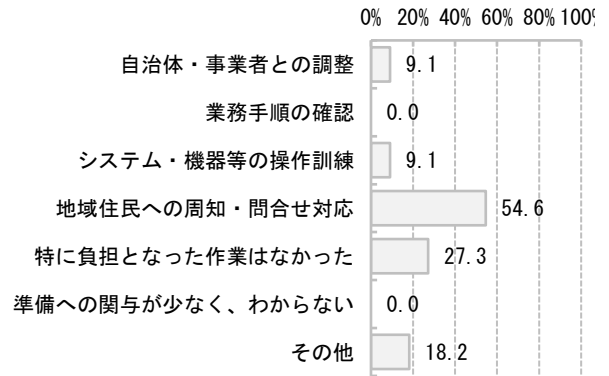


図 実証サービスにより、郵便局が地域にとって必要な存在であるということについて、地域住民の認識に影響を与えたと思いますか（1つ選択）（n=11）

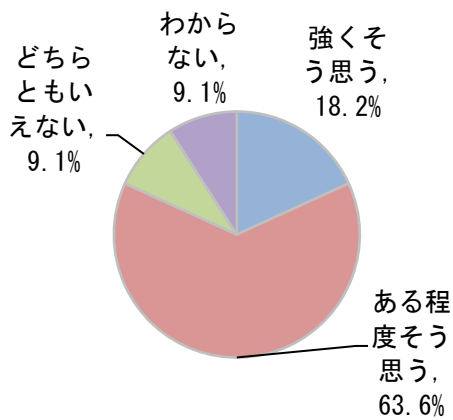


図 実証サービスを実施することで、考え方に変化はありましたか（1つ選択）（n=11）

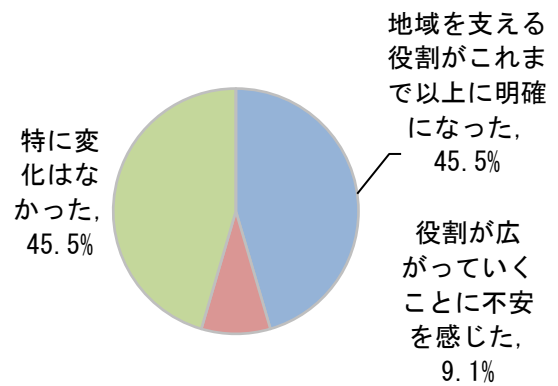


図 実証サービスをきっかけに、新たな住民ニーズを把握できましたか（1つ選択）（n=11）

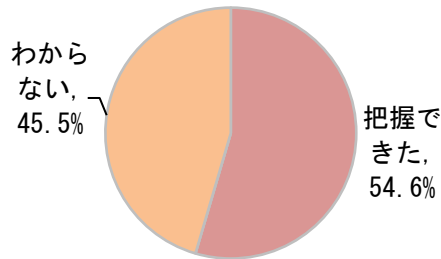


図 実証サービスを実施して良かったと感じた点は何でしたか（複数選択可）（n=11）

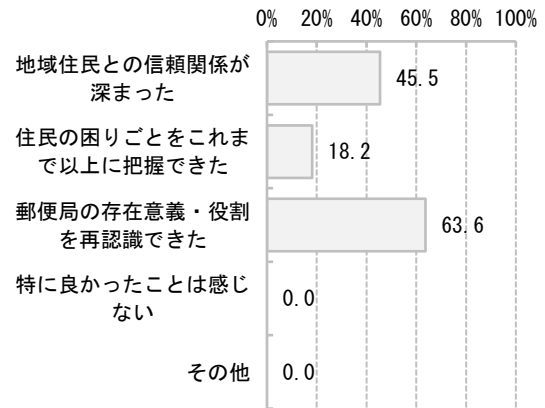


図 実証サービス前と比べて、地域との関係性はどう変わったと思われましたか（1つ選択）（n=11）

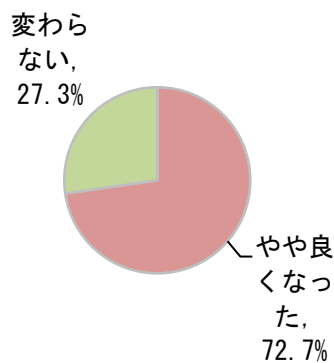


図 実証サービスを通じて、郵便局でなければできないと感じた点（優位性）は何でしたか（複数選択可）（n=11）

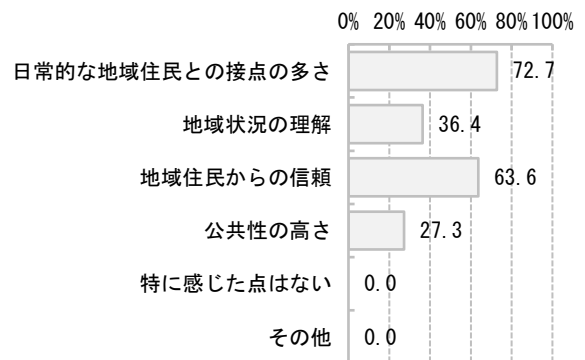


図 実証サービスにより、地域住民の行動や意識に変化があったと思う点は何でしたか（複数選択可）（n=11）

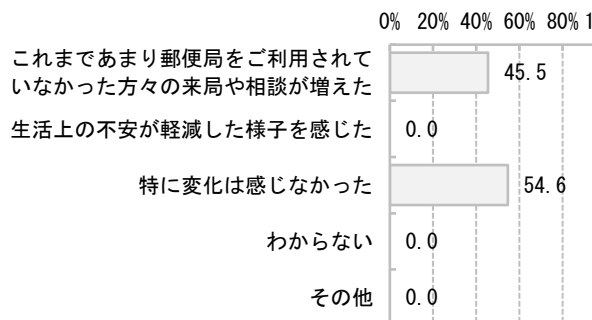


図 実証サービスの実施にあたり、改善が必要だと感じたことは何ですか（複数選択可）（n=11）

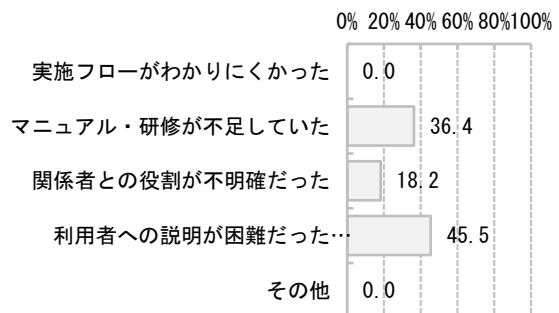


図 性別 (n=11)

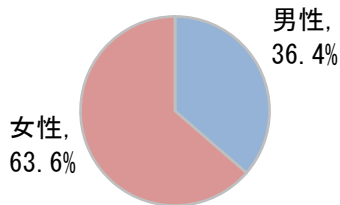


図 年齢 (n=11)

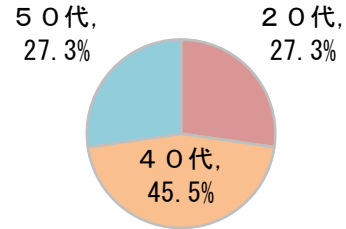
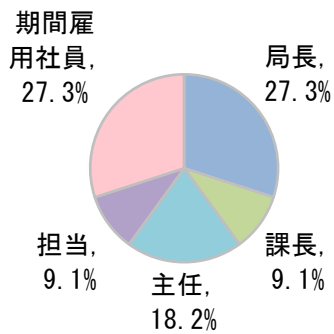


図 役職 (n=11)



### 1) 個々のサービスに与える影響

#### ① 来局が増え、「対話」と「案内」が生まれる拠点機能が強化された点

郵便局員の所感として、歩行促進事業をきっかけに、これまで来局頻度が高くなかった住民が来局し、コミュニケーションの機会が生まれた。また、「イベントや物販等の取組実施時に声掛けしやすかった」といった声も得られており、来局を起点に他施策への波及が起きやすい環境が形成されたといえる。

#### ② 3つのサービスを同一拠点で持つことで、郵便局が“生活課題のワンストップ入口”になり得る点

「歩く」「相談する」「受け取る・買う」が同じ場所で完結し得ること自体が、郵便局を“生活のついで先”に転換することができた。複数サービスの一体運用により、郵便局がコミュニティ・ハブとして機能し、地域を支える役割をいままで以上に感じたというアンケート評価もある。そのため、多様な住民が郵便局に立ち寄る機会が増え、よりコミュニケーションをとることで日常から住民のニーズを捉え、サービスを改善・推進することができる。

## 2) 郵便局の業務に与える影響

アンケートによると、81.8%が準備期間中に通常業務の質に影響がなかった、63.6%が特に負担となった作業はなかったと回答しており、個々の施策は郵便局の業務に大きな影響を与えずに実施可能であり、更に前述の課題を踏まえた事前対応を行うことにより、郵便局の業務に及ぼし得る影響を低下できるものと考えられる。

## 4. 郵便局が地域拠点となっていく要件（考察）

本実証（歩行促進・オンライン健康相談・地域内流通）で得られた示唆を踏まえると、郵便局が地域の拠点として成立するためには、地域特性（地理・人口・移動手段）に適合した「接点設計」と、通常業務と両立可能な「運用設計」、さらに平時・有事を通じて機能し続ける「連携基盤」を備えることが要件となる。

### 1) 地理・人口特性に適合した「日常の接点」を設計できること

特に北海道に多い人口 5,000 人規模以下で集落が分散する自治体では、拠点間距離が大きく、生活インフラの弱体化、住民同士の接点や社会参画の機会が減少しやすい。こうした地域では、住民が日常的に利用する環境が「外出の理由」と「人に会う機会」を生み出す起点となる。実証では、歩行とポイント獲得、身体を知る機会と健康相談の拠点、来局のついでに食材の購入など日常の暮らしを入口にした導線を形成できた。より身近な郵便局を目指すには、日常の暮らしとの接点を設計し人と人、人と産業をつなぐ契機となる。

### 2) 「複合サービス」を成立させるための連携基盤（役割分担・意思疎通）があること

郵便局拠点化は、単一サービスではなく、健康（歩行・相談）と地域内流通等を横断して組み合わせることで、来局頻度や接点が相互に補強され、拠点としての価値が高まる。一方で、複合化は関係者調整や運用タスクを増やすため、自治体・郵便局・実施主体・民間事業者・店舗／生産者等の役割分担を明確化し、定例会議等で継続的に意思疎通できる体制が前提となる。特に、問い合わせ一次対応、在庫管理、データ取りまとめ、周知・PR 等は運用上の要となるため、誰がどこまで担うかを事前に合意し、標準手順として落とし込むことが必要である。

### 3) 横展開に向けた最小要件（他地域でも再現可能な条件）

他地域で同様のモデルを成立させるには、少なくとも、①生活圏に複数の郵便局が存在し、住民がアクセス可能であること、②実施主体（自治体・コーディネート団体等）が調整・運営を担い、郵便局の負荷を吸収できること、③協賛・受益者負担等を含む費用構造を設計し、特典原資や運用費を継続確保できること、④住民に対する PR と参加導線（対面機会・デジタル支援を含む）を整備できること、の四点が必要条件となる。

## 5. 事業実装に向けて不可欠な事項

本実証（歩行促進、オンライン健康相談、地域内流通の各事業）を通じ、郵便局を地域のコミュニティ・ハブとして機能させる有効性が確認された一方、実装（継続・拡大）に向けては、実証を通じて認識できた課題に個々に対処することのほか、各事業に共通する横断的な課題として、特に住民理解の醸成、運用設計、財源設計を適切に行うことが必要である。

### 1) 住民理解・認知形成について（情報発信・導線設計）

実証では、サービスの存在を「知る」段階から、実際に「使ってみる」段階へ移行するまでに一定の時間を要することが確認された。特にオンライン健康相談は、認知しても直ちに利用意向が形成されにくく、利用の心理的ハードルを下げる導線（対面機会、わかりやすい訴求、操作支援等）を継続的に設計する必要がある。したがって、実証終了後も単発で終わらず、広報誌・チラシ・局内掲示・イベント等を組み合わせた継続的なPRと、参加の一步を後押しするコミュニケーション設計を行うことが留意点である。また、地域内流通に関しても認知し活用者も増加していく傾向が見られたため、単発で終わるのではなく、時間を要して実施していく必要性がある。

### 2) 通常業務と両立可能な運用設計（人材・体制・役割分担）

郵便局を拠点とした場合、窓口での一次対応が住民にとっての安心につながる一方、問い合わせ対応、登録支援、特典交換、在庫調整等が局員の負荷として顕在化し得る。実証では、繁忙期（年末年始）に業務過多の傾向が見られたほか、デジタル不慣れ層の支援が窓口集中しやすいことが確認された。実装に向けては、郵便局が担う範囲を「一次案内・受渡し等」に整理し、実施主体や連携事業者が吸収する業務（問い合わせ二次対応、設定支援会、在庫補充、データ整理等）を明確化するなど、許容可能な業務負荷に収める設計が必要である。また、定例会議等により運用改善を継続する体制を確保することが前提となる。

### 3) 持続可能な費用構造の確立（財源・受益者負担・協賛）

継続実装の最大の論点は費用構造である。

歩行促進事業は特典原資（景品費用）が継続コストとなり、オンライン健康相談事業は専門職・連携企業の確保や将来的な遠隔医療等の高度化を視野に入れる場合、運用費が増大し得る。実証では、特典拡充が参加継続の動機づけに有効である一方、特典費用の平準化（抽選方式等）や協賛獲得の工夫が必要であることが示唆された。実装に向けては、①協賛・広告的活用（郵便局物販商品の特典化等）による財源多様化、②受益者負担は参加獲得を阻害しない水準での設定、③システム利用料等の固定費削減、④サービスごとの収益ポイントの整理を行い、複数財源で支える設計が必要である。

また、オンライン健康相談等事業、地域内流通事業は、それぞれ利用者から料金の徴収を前提とすれば、必要な費用をサービス価格や商品価格に転嫁しつつ運用することは設計しやすいものの、全ての費用を価格に転嫁することにより需要の低下が生ずることも想定されるため、費用負担方法、利用

者負担レベルについて、持続可能となる事業収支を設計することが求められる。

## 6. 郵便局を地域の拠点として活用する意義（まとめ）

今回の実証事業では、それぞれの施策について、

- ・ 歩行促進事業については、参加者の約 8 割で健康意識の向上が確認され、日常生活の中で歩行を意識するきっかけが生まれた。また、歩行アプリの特典交換を契機として、これまで来局頻度の高くなかった住民が郵便局を訪れる場面が確認され、郵便局が住民との新たな接点として機能する可能性が示唆された。
- ・ 健康相談については、利用者全員が保健師の助言を「分かりやすかった」と回答し、継続利用意向も高い結果となった。特に、若年層は WEB 予約、高齢者は郵便局員の声掛けなど、異なる導線を通じた利用が確認され、郵便局が専門家への相談につながる「入口」として機能し得ることが確認された。
- ・ 地産地消の取組については、郵便局の特性を生かして郵便局を出荷・荷受拠点として活用することで、住民が町内産品を「買える・受け取れる」機会が地域内に創出された。オンラインショップと自動販売ロッカーを併用することで、大口購入から少量購入まで幅広いニーズに対応でき、地域産品に触れる機会を生活動線上に実装できたことは、地域内循環の基盤形成という観点から有意義であった。

と評価できる。

これらの取組を郵便局という同一拠点で複合的に実施したことにより、来局頻度の増加や、特典交換・イベント参加を契機とした「ついで利用」、サービスの提供機会を拡大し得る可能性が確認などサービス間の相互波及が確認された。郵便局が単なる郵便・金融の窓口にとどまらず、地域の生活課題への接点を生み出す「コミュニティ・ハブ」として機能し得ることを示す材料が得られたと考えられる。

郵便局を地域の拠点としてこうした意義のある取組をより効果的・持続的に行えるようにするには、

- ・ 住民の理解や参加を得ながら取組を進めること
- ・ 郵便局の通常業務との両立を図る運営体制を構築すること
- ・ 継続的な実施を見据えた費用面の整理を行うこと

が重要である。

本実証の結果は、郵便局が郵便・金融の窓口にとどまらず、住民の生活動線上に存在する既存インフラとして、健康づくり、生活サービス、地域内流通といった複数の機能を受け止めることができる拠点となり得ることを示したものであり、郵便局を地域の拠点として活用する意義と可能性を裏付ける結果となった。