

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

島根県大田市

(一般社団法人 石見銀山みらいコンソーシアム)

令和8年3月

目次

I. 実証事業の実施背景	3
(1) 対象地域の概要	3
(2) 地域課題	5
II. 実証事業の実施内容	9
(1) 実施の狙い・実施内容の概要	9
(2) 実証事業の全体像	11
III. 個別サービスの実施内容と結果	12
1 健康増進（健康教室）	12
(1) サービス概要	12
(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	13
(3) 実証準備	14
(4) 実証の実施	21
(5) 実施結果	22
(6) 実証実施の評価・考察	30
(7) 郵便局を拠点としたことによる運営・実務面の効果	32
(8) 実証で明らかになった課題	32
(9) 事業実装に向けた課題と留意点	32
2 デジタルリテラシー向上（スマホ教室）	34
(1) サービス概要	34
(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	35
(3) 実証準備	35
(4) 実証の実施	40
(5) 実施結果	41
(6) 実証実施の評価・考察	46
(7) 郵便局を拠点としたことによる運営・実務面の効果	46
(8) 実証で明らかになった課題	47
(9) 事業実装に向けた課題と留意点	47
3 観光（観光拠点の拡充）	48
(1) サービス概要	48
(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	49
(3) 実証準備	49
(4) 実証の実施	52
(5) 実施結果	53

(6) 実証実施の評価・考察.....	58
(7) 郵便局を拠点としたことによる運営・実務面の効果	58
(8) 実証で明らかになった課題.....	59
(9) 事業実装に向けた課題と留意点.....	59
4 滞在・交流の促進.....	60
(1) サービス概要.....	60
(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	60
(3) 実証準備	61
(4) 実証の実施.....	63
(5) 実施結果	63
(6) 実証実施の評価・考察.....	64
(7) 郵便局を拠点としたことによる運営・実務面の効果	64
(8) 実証で明らかになった課題.....	64
(9) 事業実装に向けた課題と留意点.....	65
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	66
(1) 複数サービスを同一拠点で実施したことによる効果.....	66
(2) 郵便局を拠点としてサービスを提供することによる運営・実務面の効果.....	68
(3) 実証により明らかになった課題.....	69
(4) 郵便局が地域拠点となっていく要件（考察）	70
(5) 事業実装に向けた課題と留意点.....	70
(6) 郵便局を地域の拠点として活用する意義（まとめ）	71

I. 実証事業の実施背景

(1) 対象地域の概要

1) 地理的状況

島根県大田市の北西部に位置する大森町は、東西を 200m 級の急峻な山々に囲まれた、南北に長い谷間の地形を最大の特徴とする地域である。

この地は、戦国時代から江戸時代にかけて東アジア最大の銀山として栄えた「石見銀山」の鉱床を背景に持ち、かつては幕府の直轄領（天領）として発展した。閉山後も地域住民の手により古い町並みが保存されており、手掘りで掘られた坑道跡（間歩）や、伝統的な家屋、土蔵、社寺が残り、「石見銀山遺跡とその文化的景観」の一部として 2007 年に世界遺産に登録された。集落は、限られた平坦地に住居や公共施設が密集しており、宅地を確保するために岩盤を切り出した階段状の石積みを用いるなど、狭隘な地形を克服するための独特な土地利用がなされている。



【図 1-1：大森町の位置図（広域・詳細）¹⁾】



【図 1-2：大森町の町並みと石見銀山遺跡の風景²⁾】

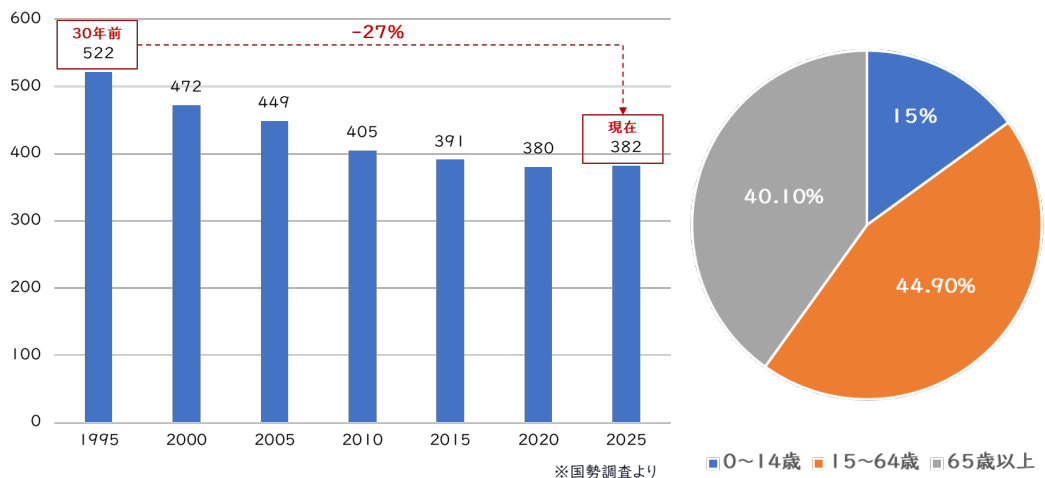
¹⁾ 大田市 HP より https://www.ginzan-wm.jp/about_ooda/

²⁾ 大田市日本遺産推進協議会 HP より <https://www.iwami-kazan.jp/story/story07/>

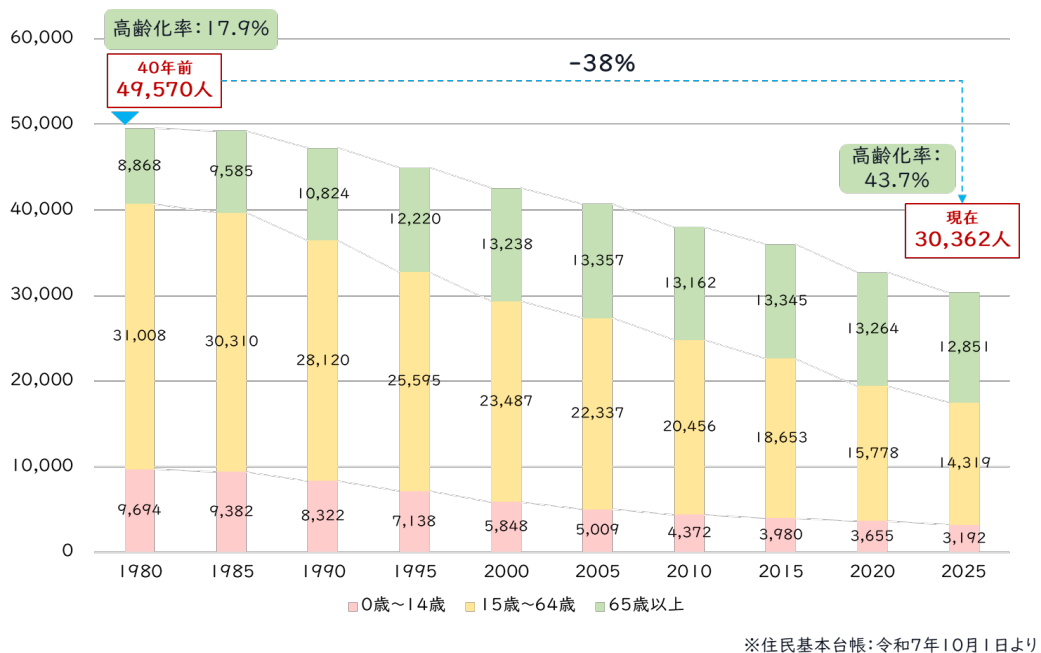
2) 人口状況

2020年（令和2年）国勢調査等によると、大森町の総人口は約380人であり、世帯数は182世帯である。1980年代以降、人口は一貫して減少傾向にあり1995年との比較では大森町は▲27%となっている。この点、大田市全体の人口減少率が約▲38%であるのに対し、減少幅を抑制できている要因としては、2007年の世界遺産登録以降の観光振興や、町内に拠点を置く民間企業による雇用が20代～40代の雇用を創出し、Iターン・Uターンによる移住定住を促進している点があげられる。

年齢構成については、大森町の高齢人口（65歳以上）は40.1%となっており、全国平均（約29%）を大きく上回る水準にある。生活支援や医療アクセスの確保は地域維持における重要な課題となっている。



【図 1-3：大森町の人口推移及び年齢別構成比】



【図 1-4：大田市の人口推移及び年齢別構成比】

3) 生活圏とインフラの状況

地域内にはスーパーマーケットやコンビニエンスストアが存在せず、日常的な買い物は町内の個人商店や、車で片道 10km 程度離れた市街地（久手町・大田町エリア）の商業施設に依存している。医療機関についても町内に診療所がなく、町外への通院が必要となる。公共交通機関はバスが主軸であるが、電車の最寄り駅である JR 大田市駅まではバスで約 30 分を要する環境にある。

このように、生活維持に必要な機能が地域外に偏在しているため、高齢者にとっては、通院や日常の買い物のための移動負担が極めて大きく、生活の質の維持に課題が生じている。

加えて、大森町は、石見銀山景観保全地域に指定されており、新たな商業施設等の整備が容易ではない。景観保全を優先することにより、商業施設等の生活インフラの拡充が難しくなっている地域特性を有している。

(2) 地域課題

大森町では、人口減少・高齢化に伴う生活サービス機能の低下と、観光業の縮小という複合的な課題に直面している。本実証において着目した主要な地域課題は、以下の 3 点に集約される。

1) 福祉（健康・デジタル）に関する課題

① 健康・医療アクセスの課題

高齢化率が 40%を超える中、町内に医療機関がなく、高齢者にとって大田市街の病院までの通院は大きな身体的・時間的負担となっている。これら負担は、定期的な受診や相談が後回しになりやすく、結果として、日常的に自身の健康状態を把握することや、気軽に専門家に相談する機会が十分となっていない。そのため、病気の早期発見や健康意識の醸成が十分に図られていないという課題が生じている。

② デジタル化の進展に伴う情報アクセスの課題

行政手続や生活サービスのデジタル化が進む中で、スマートフォン等の操作に不慣れな高齢者は、デジタル化された行政情報や生活情報等を自ら取得できないケースが生じている。実際に住民からは「教えてもらうところがなくて困っていた」、「使い方が分からずそのままにしていた」といった声も挙がっている。こうした状況は、行政情報をはじめとする必要な情報にアクセスできないという問題だけでなく、デジタル機器を使いこなす人々のコミュニティに入りづらくなるなど、高齢者の地域内での孤立にも繋がっている可能性がある。

2) 観光に関する課題

① 観光客数の減少と地域経済の縮小

大森町において、観光業は地域経済や住民の暮らしを支える基幹産業の一つである。しかし、2007 年の世界遺産登録時には年間 70 万人に達していた観光客数が、近年では年間約 20 万人へと大きく減少している。

観光客数の減少は、宿泊業・飲食業・土産物販売等の売り上げ減少につながり、観光関連事業の規模の縮小を招いている。大森町では観光や地域資源を活かした独自の企業活動が若年層の移住や雇用を支えている背景があり、地域の衰退は地域経済や住民の暮らしに影響を及ぼす可能性がある。

② 平日の観光受け皿不足（観光難民³の発生）

石見銀山の「町並みエリア」においては、小規模店舗や家族経営の店舗が多く、店舗の人員の状況から、定休日が平日に集中している。その結果、買い物や休憩を行える場所は限られており、平日に訪れた観光客から「お土産が買えない」、「休める場所がない」といった声が上がっている。こうした状況は、観光客の満足度低下、特定地域のみ観光（エリア内の周遊性の低下）、消費機会の損失につながっている。この状況が継続した場合、観光客数の更なる減少や地域経済の縮小を招く可能性がある。

3) 交流・滞在に関する課題

高齢化の進行により、商店や公共施設など住民が集う場が縮小し、住民同士が日常的に交流する機会が減少している。

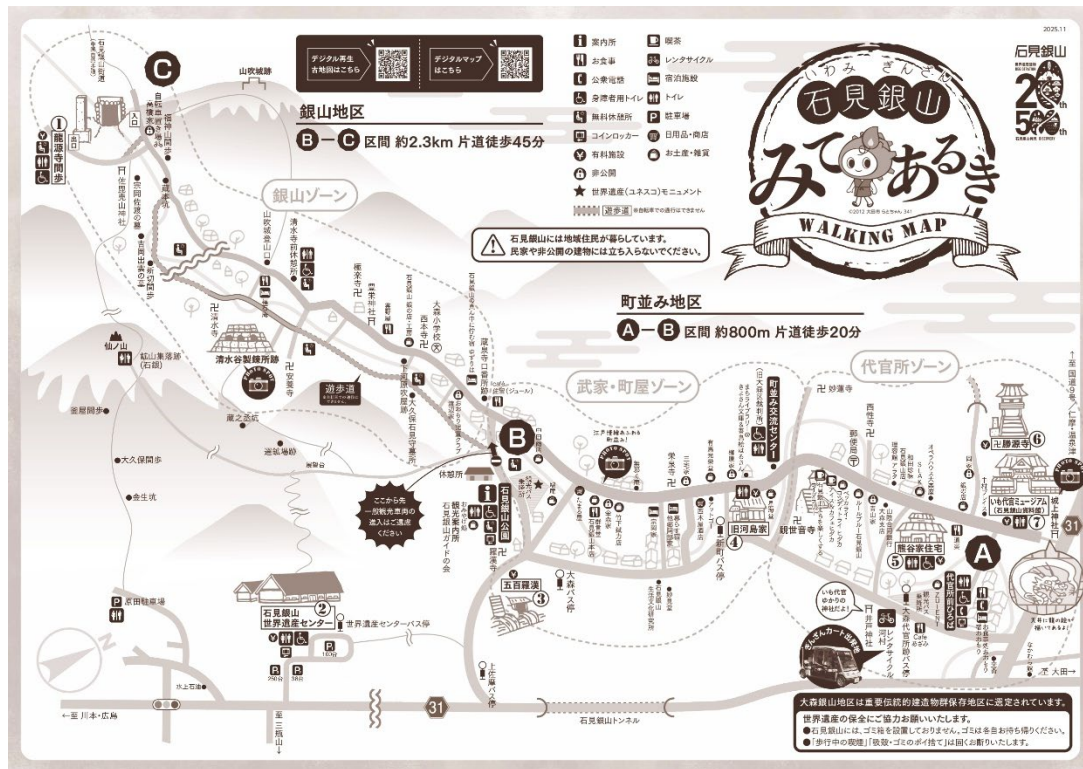
また、ワーケーション利用者や「保育園留学⁴」等の中長期滞在者は増えているものの、これらの地域と多様に関わる「関係人口⁵」の受入環境が不足している。具体的には事務作業（リモートワーク）やオンライン会議を行える環境（コワーキングスペース等）が足りないことに加え、コピー・印刷ができる場所も不足している。

これらを解決するためには「場」の構築が必要であるが、地域の持続性確保に向けては、単なる場ではなく、地域住民と滞在者が自然と活発に交流でき、将来的には地域外の人材も地域づくりの担い手となるような継続的な関係に結びつく「交流の場」の創出が必要である。

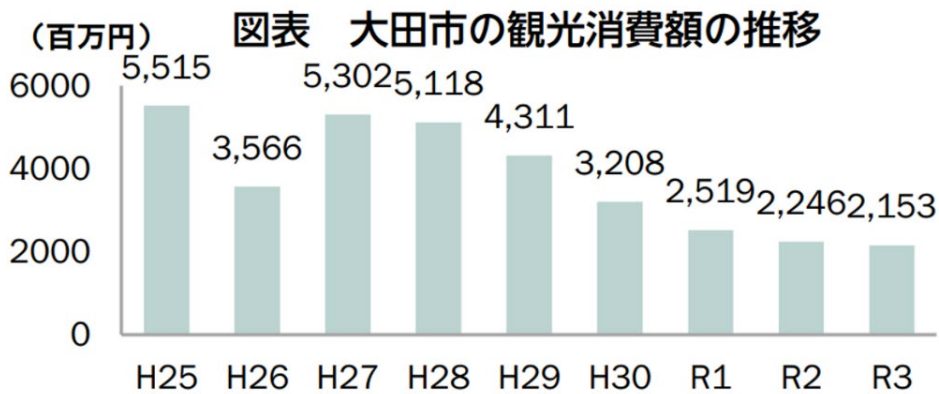
³ **観光難民**：飲食・休憩・買い物等を楽しむ場所やサービスが営業しておらず、観光地での滞在や消費機会を失った観光客のこと

⁴ **保育園留学**：都市部の子育て世帯が、1～2週間程度地域に家族で滞在し、子供は現地の保育園に通い、親はリモートワーク等を行いながら地域で暮らす体験をする仕組み。

⁵ **関係人口**：移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々（ファン、リピーター、副業人材など）のこと。



【図 1-5】大森町の観光マップ



出典：大田市観光動態調査

【図 1-6】大田市の観光消費額の推移

急速な人口減少と高齢化が起点となり、生活サービスの低下と地域経済の縮小が連鎖する「負のスパイラル」が発生している。



結論：これらの課題は個別の事象ではなく、構造的な悪循環（スパイラル）として捉える必要がある。



【図 1-7：地域課題の構造図（負のスパイラル）】

II.実証事業の実施内容

(1) 実施の狙い・実施内容の概要

本実証の対象地域である大森町では、人口減少と高齢化が進む中、住民生活を支えるサービスの維持と、地域の活力を生む経済の活性化が急務となっている。

本実証の代表団体である「一般社団法人石見銀山みらいコンソーシアム」は、大田市から世界遺産石見銀山の中核施設である「龍源寺間歩」の指定管理業務を受託し、その運営によって得られた収益を観光・防災・福祉・教育・移住促進等の地域課題解決に向けた取組に還元する活動を行っている。本実証では、この「地域で稼ぎ、その収益で地域の暮らしを支える」という地域内エコシステムをさらに発展させ、地域住民にとって最も身近で信頼できる生活インフラである「郵便局」を舞台に、域内外の様々なプレイヤーと共創することで、「地域経済の活性化」と「生活サービスの向上」を両立させる「暮らしの郵便局」モデルの構築を目指した。

具体的には、郵便局が持つ「地域への高い信頼性」と「平日営業」という強みを最大限に活かし、以下を狙いとする持続可能な地域運営モデルを検証することとした。

①地域経済の活性化

大森町では、平日に観光施設や飲食店の定休日が重なることが多く、観光客が買い物や休憩を行える場所が限られている結果、消費機会の損失や満足度の低下が生じている。

これを踏まえ、平日も営業している郵便局内において、地元産品の物販や観光案内、デジタルスタンプラリーの拠点機能を展開することにより、観光客の消費行動を促すとともに、地域内での経済循環を高めることを狙いとした。これにより地域の観光収益を最大化し、将来的な活動原資の確保に繋げることを目指した。

②生活サービスの維持

大森町は、医療機関がなく、高齢化率が40%を超える本地域において、住民の健康不安の解消や、デジタル格差による地域内での孤立の解消は喫緊の課題である。

これを踏まえ、郵便局の空きスペースを活用し、大学や行政、地元テレビ放送等と連携した健康チェックやスマホ教室を開催し、生活サービスを向上させることを狙いとした。

これらの狙いを具現化するため、石見銀山大森郵便局において、以下の4つのサービスを複合的に実施した。また郵便局を拠点に複数サービスを実施することにより、コミュニティの活性化や、郵便局員が住民と専門機関の「つなぎ役」となることによる運営面での相乗効果についても検証を行った。

(a)「福祉（健康増進）」

島根県立大学及び大田市健康増進課、大田市社会福祉協議会と連携し、郵便局内で「健康チェック＆健康相談会」を定期的で開催する。住民が専門家に相談することで自身の健康状態に気づける場を提供することで、健康意識の向上を図る。

(b)「福祉（デジタルリテラシー向上）」

地域で複数のスマホ教室の実績を有する石見銀山テレビ放送、大田市と連携して、高齢者を対

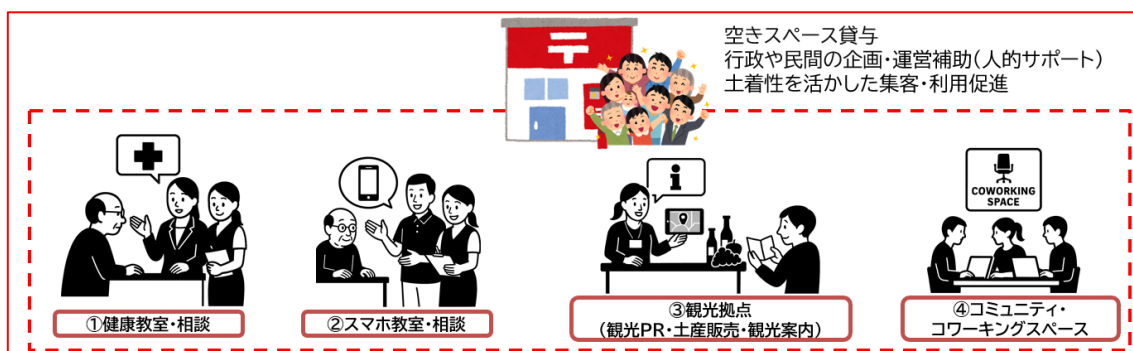
象とした「スマホの教室」を開催した。基本的な操作からアプリ活用（LINE、防災情報等）までをサポートし、孤立解消とデジタル活用能力の向上を図る。

(c) 「観光（観光拠点の拡充）」

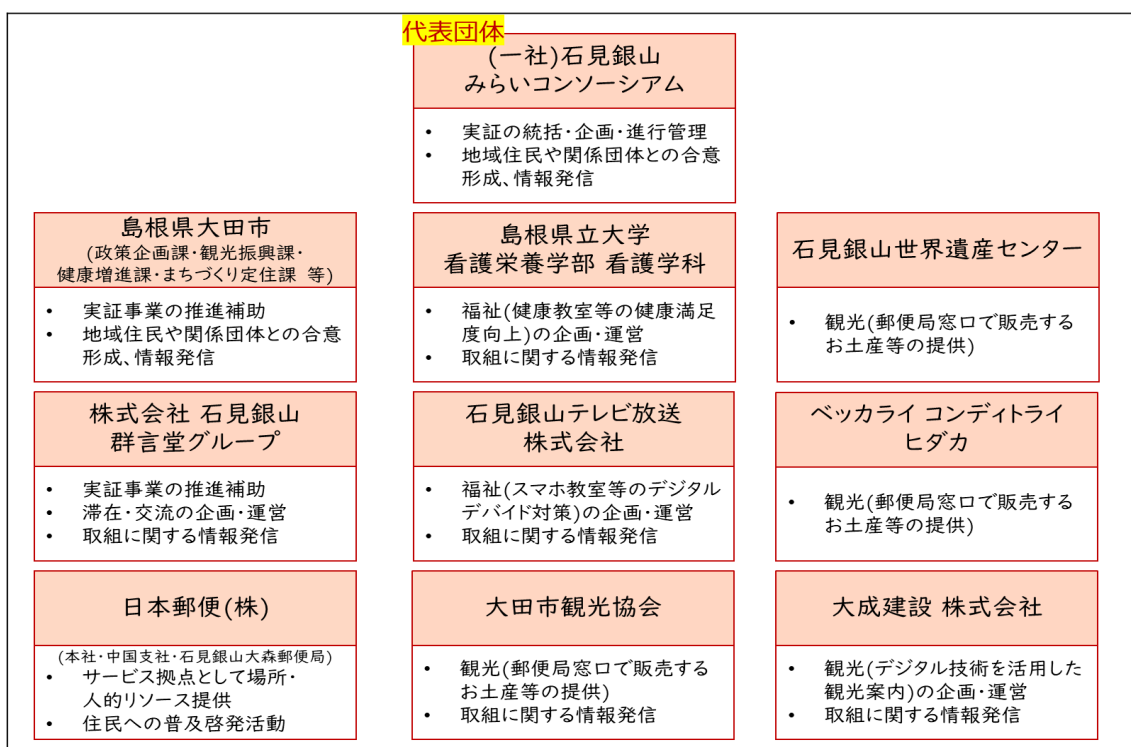
大田市観光協会や地元事業者と連携し、観光 PR、土産物販売（無人販売・ガチャ）、デジタルスタンプラリーのスポット運用を行う。平日の観光受け皿を確保するとともに、地域内消費の拡大を図る。

(d) 「滞在・交流の促進」

コワーキングスペース等の環境整備を行う。当該コワーキングスペース等に置いて実施する各種イベント開催を通じて、住民や中長期滞在者（ワーケーション、保育園留学等）が交流の拡大を図る。



【図 2-1：実証事業の全体イメージ（ポンチ絵）】（※実証概要図）



【図 2-2：実施体制図（コンソーシアム構成）】

(2) 実証事業の全体像

表 1：実証事業の概要一覧

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
健康増進 (健康教室)	郵便局を地域の「福祉の入り口」と位置づけ、健康チェック測定会や専門家による健康相談を実施	住民の健康満足度向上、健康意識の醸成	・参加者数 ・アンケート(満足度)	石見銀山 大森郵便局	R7.10.16 ～ R8.2.13
デジタルリテラシー向上 (スマホ教室)	郵便局を住民のデジタル活用拠点とするスマホ教室の実施	高齢者のデジタル活用能力向上、デジタル格差による地域内での孤立解消	・参加者数 ・アンケート(不安解消度)	石見銀山 大森郵便局	R7.10.16 ～ R8.2.13
観光拠点の拡充 (無人販売等)	郵便局を平日の観光拠点とする土産物販売・観光案内の実施	平日の観光受け皿確保、地域収益向上	・来局数(スタンプ獲得数) ・販売実績 ・観光客向けアンケート(満足度)	石見銀山 大森郵便局	R7.10.6 ～ R8.2.13 ※一部 R8.1.30 まで
滞在・交流の促進 (ワーキングスペース等)	郵便局を交流・滞在场とするワーキングスペース設置・交流イベントの実施	滞在環境の整備、交流機会の創出	利用・参加状況(定性評価含む)	石見銀山 大森郵便局	R7.10.28 ～ R8.2.13

Ⅲ.個別サービスの実施内容と結果

1 健康増進（健康教室）

（1）サービス概要

高齢化率が40%を超え、かつ地域内に医療機関が存在しない本町において、住民の健康不安を解消し、健康寿命の延伸を図るため、島根県立大学看護栄養学部及び大田市健康増進課と連携し、郵便局内のロビースペースを活用して「健康チェック&健康相談会」を年金支給日である偶数月の15日前後に定期的に実施した。

本サービスでは、専門機器を用いた測定（血圧、体組成、骨密度、身体機能測定、ストレスチェック等）を島根県立大学の教員・学生が担い、専門的な健康相談は大田市の保健師が対応した。郵便局員は会場設営、来局者への周知・案内、当日の受付誘導等の運営支援を担った。

これらにより、専門性と親しみやすさを両立させた「福祉の入り口」としての機能提供を行った。

表2：健康増進（健康教室）実施スケジュール

月	フェーズ	主な活動内容
8月	準備	- 事業計画の調整・最終確認
9月	準備	- 運用マニュアル・トラブル対応マニュアル作成 - 郵便局員向けの事前説明会 - キックオフ会議（みらいコンソ・自治体・島根県立大学・郵便局） - 住民向け周知チラシ配布
10月	準備／ 実証	- サービス開始に向けた最終確認 - 郵便局内ブースの設置・機器導入（タブレット、モニター、すだれ等） - 健康増進（健康教室）初回実施（令和7年10月16日） - 振り返りMTG（みらいコンソ・自治体・島根県立大学・郵便局）
11月	実証	- 12月開催準備MTG（みらいコンソ・自治体・島根県立大学・郵便局） - 住民向けチラシ配布
12月	実証	- 健康増進（健康教室）第二回実施（令和7年12月15日） - 振り返りMTG（みらいコンソ・自治体・島根県立大学・大田市社会福祉協議会・郵便局） - 住民アンケートの一次集計・分析
1月	実証	- 1月開催準備MTG（みらいコンソ・自治体・島根県立大学・大田市社会福祉協議会・郵便局） - 住民向けチラシ配布
2月	検証・ とりまとめ	- 健康増進（健康教室）第三回実施（令和8年2月13日） - 利用実績最終集計（件数、利用者属性、満足度など） - 評価・課題の整理

		<ul style="list-style-type: none"> - 住民アンケートの最終集計 - 成果報告書（概要版・詳細版）の作成
3月	検証・ とりまとめ	<ul style="list-style-type: none"> - 成果報告書の最終確認・提出 - 事業の総括会議（自治体・関係機関） - 今後の方向性・横展開の検討

（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

本サービスでは、住民の健康満足度向上及び健康意識の向上を主眼とし、以下の目標と検証方法を設定した。

- 目標（KPI）：
 - 参加者数：各回 3 名以上
 - 参加後アンケートで健康への意識が「高まった」と回答する割合：50%以上

※昨年度、島根県立大学が単独で実施した健康教室の実績及び参加者アンケートを参考に目標値を設定した。今年度は、郵便局を会場とすることで住民が日常的に立ち寄りやすい環境となることに加え、局員による参加誘導やサポートが行われる取組となることから、昨年度と同程度又はそれ以上の参加者を見込んで目標値を設定した。
- 目指す成果（アウトカム）：
 - 地域住民の健康意識の向上
 - 早期の相談・受診行動につながる機会の創出
- 検証方法：
 - イベントごとの参加者数記録
 - 参加者へのアンケート調査（満足度、行動変容の有無、自由記述による定性評価）

(3) 実証準備

実証開始前には、産官学の各関係者間で協議を行い、各主体の専門性を活かした役割分担と責任の所在を明確化した。また、郵便局員が通常業務と並行して無理なくサービスを提供できるよう、運用フローやマニュアルを整備し、円滑な実施体制を整えた。

また、広報活動として、チラシの全戸配布や市の広報紙への掲載などを通じて、地域への周知を図った。

1) 実施体制の構築

表3：健康増進（健康教室）実施体制図

①【代表団体】一般社団法人石見銀山みらいコンソーシアム			
【担当業務】本サービスの全体統括、企画立案、進捗管理及び関係機関との調整、住民への広報・周知を担当			
▼			
②コンソーシアム構成員は以下4団体			
島根県立大学 (看護栄養学部)	大田市 (健康増進課)	大田市社会福祉協議会	日本郵便株式会社 (石見銀山大森郵便局)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ イベントのプログラム企画・運営、測定機器（体組成計・骨密度計 ✓ ストレスチェック機材等）の選定・提供 ✓ 測定データの分析 ✓ 学生、教員の派遣による測定サポート 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 専門家（保健師）の派遣による「健康相談」の実施 ✓ 市広報媒体を活用した周知 ✓ 既存の健康施策との連携調整 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 本サービスの実施支援 ✓ 既存の健康施策との連携調整 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 実証フィールド（郵便局内スペース）の提供 ✓ 郵便局長・局員による窓口でのチラシ配布・参加勧奨 ✓ 当日の会場設営を担当。

2) 住民への周知

本実証の主なターゲットである高齢者層を中心とした住民に対して、確実に情報を届けるため、以下の周知を実施した。

① 全戸配布及び窓口での配布（プッシュ型周知）

インターネットやスマートフォンを日常的に利用しない高齢者層への情報到達を重視し、健康チェック・健康相談の実施前月に、大森町内の全戸（188戸）へのチラシの配布を行った。これにより、高齢者を含む地域住民全体へ開催情報を周知した。

加えて、石見銀山大森郵便局の窓口において、来局者に対し郵便局員が直接チラシを手渡し、イベントの趣旨を説明する「対面周知」を行った。

高齢者層がチラシを見なかった場合でも、チラシを見た家族・知人が高齢者層に勧めること等により参加に繋がることを期待した。

② 行政広報媒体の活用（広域・デジタル周知）

大田市の公式広報媒体を活用した。具体的には、「大田市公式 LINE」での配信、市の広報誌「広報おおだ」への掲載、市ホームページでの告知を行った。これにより、対象者本人だけでなく、友達同士や家族を通じた参加に繋がることも期待した。



【図 3-1-1：住民周知チラシ】

郵便局を地域の“コミュニティハブ”に

～大森町で行政・大学・民間事業者と郵便局がコラボした取り組みが始まっています～

大森町で、大田市・大学・民間事業者が連携し、郵便局を地域のコミュニティハブ(まちの活動拠点)として活用する取り組みが始まりました。

この取り組みは総務省の「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」に採択されたもので、大森町で活動する一般社団法人石見銀山みらいコンソーシアムが事務局として推進しています。

具体的には、大森町にある石見銀山大森郵便局で、①大学などと連携した健康教室の開催、②ケーブルテレビなどと連携したスマホ教室の開催、③市内・市外企業などと連携した観光PRやお土産販売をおこなう観光拠点の設置、④地元企業と連携した滞在・交流拠点を設置をおこないます。

それぞれに、今後、市のSNSなどでもお知らせしますので、ぜひ一度、お越しください。

【実証地域】島根県大田市大森町(石見銀山大森郵便局)

【実証期間】令和7年10月6日(月)～令和8年2月13日(金)(予定)

図一 一般社団法人石見銀山みらいコンソーシアム(事業事務局) (☎070-9359-8429)



(上図) 施策イメージ

⑤ 広報おおだ R7 (2025) 10.23

【図 3-1-2：広報おおだ 11月号】

地域の「暮らし」を支え、豊かにするコミュニティハブ

“暮らしの郵便局”実現を目指して—

石見銀山大森郵便局で住民を対象とした教室を開催



「スマホ教室」で説明を受ける参加者の皆さん



「健康教室」では、さまざまな測定がおこなわれました

同日に開催された『健康教室』では、島根県立大学や大田市などによる血圧測定、体組成測定、骨密度測定、身体機能測定などがおこなわれ、8人の参加がありました。参加者のひとりには「自分の身体機能に合わせた運動を教えてもらえて良かった」と話しました。それぞれの教室は、2026年2月まで同局で定期的に開催されます。

きちの話題を紹介 おおだ ウォッチング

10月16日、石見銀山大森郵便局（大森町）で、総務省の「地域の持続可能性の確保に向けた郵便局の活用促進事業」の一環として、一般社団法人石見銀山みらいコンソーシアム（松場忠代表理事、渡邊哲也代表理事）などが住民を対象とした「スマホ・健康」教室を開催しました。

この日は、石見銀山テレビ放送株式会社の職員が講師となり、住民6人に対して『スマホ教室』を実施。参加者たちはスマホの画面に表示されたキーボードを上下左右にはじいて文字を入力するフリック入力の方法について説明を受けました。その後、チャットGPTにさまざまな質問をするなど、AIにも触れました。参加者のひとりには「日頃からスマホを使っているが、文字を入力するときは、いつも連打で入力しており、フリック入力は今回初めて知った。新しい発見があった良かった。次回の教室にも参加する予定だ」と話しました。

【図 3-1-3 : 広報おおだ 12 月号】

2025.10.11



こんにちは！大田市です🌻

大森町にて、郵便局を多機能化し、地域の課題解決、暮らしを豊かにするための実証を開始します📡

取組みのひとつとして、**石見銀山大森郵便局**で、10月16日（木）に「健康教室・相談」、「スマホ教室」を開催します。

～健康教室・相談～

【日時】

10月16日（木） 10：00～12：00

【会場】

石見銀山大森郵便局

【参加費】

無料

【概要】

島根県立大学看護栄養学部、大田市による健康チェックや相談会を実施します。

～スマホ教室～

【日時】

10月16日（木） 13：30～14：30

【会場】

石見銀山大森郵便局

【参加費】

無料

【概要】

石見銀山テレビ放送や大田市による、スマホの簡単な使い方やお悩み相談会を実施します。

事前の予約は不要ですので、お気軽にお越しください👏

【図 3-1-4 : 大田市公式 LINE での周知】

表 4：メディア報道一覧

日時	媒体名	報道内容（タイトル・概要）	キャプチャ画像
令和 7 年 10 月 7 日	NHK TV ニュース	「郵便局を観光案内や暮らし支援拠点に“実証”」 島根県大田市の石見銀山大森郵便局では、人口減少などの地域課題解決に向け、郵便局を観光案内や住民の暮らし支援の拠点として活用する実証実験が始まりました。観光客向けにはパソコンを使ったメタバース空間での遺跡散策体験が提供され、住民向けには健康相談やスマホ教室、地元野菜の販売などが行われます。来年 2 月まで続くこの取り組みを通じ、郵便局が地域住民の健康や福祉を支えつつ、観光客にも石見銀山を楽しんでもらえる場所になることが目指されています。※期間経過の為、概要等なし	なし
令和 7 年 10 月 30 日	読売新聞 朝刊	「観光・交流拠点に郵便局」 郵便局を地域住民の健康教室や観光案内窓口として活用する実証実験が、大田市大森町の石見銀山大森郵便局で行われている。郵便局の空きスペースやネットワークを活用し、住民の暮らしを支える拠点としながら利用促進につなげる狙い。来年 2 月まで実施し、継続的な取り組みに向けた課題を探る。	リンク
令和 7 年 11 月 10 日	石見銀山テレビ 放送 ニュース	「石見銀山大森郵便局_暮らしの郵便局モデル実証事業」 人口減少に伴うサービス提供拠点の縮小という地域課題を解決するため、郵便局を新たな行政・生活支援サービスの拠点とする総務省の実証事業が石見銀山大森郵便局で始まりました。この事業では、地域団体や島根県立大学、企業などと連携し、郵便局内で健康教室、スマートフォン教室、販売・観光案内、コワーキングスペースの設置という 4 つの取り組みが実施されます。今後もこれらの活動を通じて、郵便局が地域の生活を支える「ラストワンマイル」を担う新たな交流・支援拠点として機能するかが検証されていきます。	なし
令和 7 年 11 月 13 日	郵湧新報	共創の未来へ⑩ 郵便局を多機能拠点に 総務省の 2025（令和 7）年度実証事業の	リンク

		<p>一環として島根県大田市の石見銀山大森局で「地域の暮らしを支え、豊かにするコミュニティ・ハブ『暮らしの郵便局、モデル』が始まったのは10月6日。</p> <p>(一社)石見銀山みらいコンソーシアム、大田市、日本郵便、島根県立大学、地域企業が連携し、行政のみならず民間の補完的な役割も郵便局が果たし、コミュニティ・ハブづくりに挑んでいる。</p>	
<p>令和7年 11月14日</p>	<p>山陰中央新報 朝刊</p>	<p>「石見銀山の郵便局、観光拠点に 大田市大森町健康教室や物販、コワーキングスペースも新設」</p> <p>大田市大森町の石見銀山大森郵便局が10月に、観光情報や住民への生活支援サービスを提供する拠点として同局を利用してもらう取り組みを始めた。地域に身近で観光地の中心にある立地を生かして「町並み観光案内所」や住民向けの健康教室に使ってもらう。全国で人口減少や民間企業の出先拠点の合理化が進む中、郵便局を生かす全国モデルとして地域での新しい役割を模索している。</p>	<p>リンク</p>
<p>令和8年2 月2日</p>	<p>通信文化新報</p>	<p>郵便局をコミュニティ・ハブに 石見銀山大森郵便局好評の実証事業</p> <p>総務省の「地域の持続可能性確保に向けた郵便局の利活用推進事業」の一環として、島根県大田市大森町の石見銀山大森郵便局で「コミュニティ・ハブ『暮らしの郵便局、モデルの実証事業』が実施されている。</p> <p>石見銀山みらいコンソーシアムが事業を運営。大田市や地域のケーブルテレビ局、島根県立大学など地域の行政機関や企業を巻き込み、健康相談やスマホ教室などに取り組んでいる。</p>	<p>リンク</p>

3) 機材・システム等の準備

郵便局のロビーという限られたオープンスペースにおいて、来局者のプライバシーを確保しながら円滑に測定と相談を実施するため、以下の機材及び什器を整備した。

- 医療測定機器

血圧計、体組成計等の医療測定機器は、連携先である島根県立大学からの持ち込みを利用した。

- 展示物や動画コンテンツ

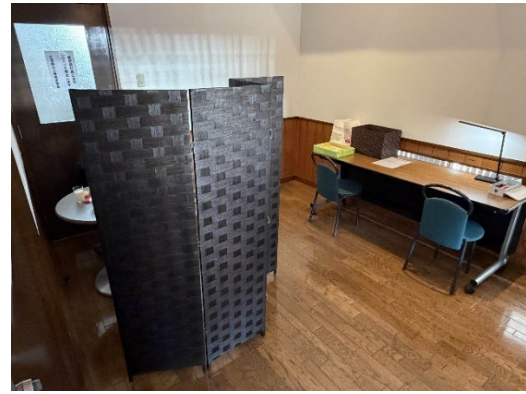
大田市や島根県立大学からの持ち込みを利用した。

- 会場環境の整備

実証予算（委託費）を用いて、パーティションやサイネージ等の什器を調達した。

表 5：導入機材・什器一覧（健康教室用）

品名	仕様・用途
簡易パーティション	健康相談時のプライバシー確保（視覚的遮蔽）のため、相談ブースに設置。
測定機器一式	血圧計、体組成計、骨密度測定器、ストレスチェック機器等。
デジタルサイネージ (ディスプレイ)	待合スペースにて健康情報の動画放映及びイベント案内を表示し、待ち時間の有効活用を図る。
Wi-Fi 環境	デジタルサイネージの通信等。



【図 3-1-5：会場レイアウト及び機材設置状況】

4) 運用ルール、マニュアルの準備

郵便局の公共空間で、医療・健康に関連する機微な情報を扱うイベントを実施するため、石見銀山みらいコンソーシアム、島根県立大学、大田市、日本郵便の4者間で運用ルールを策定し、郵便局向けのマニュアルを整備した。

① 役割分担と責任範囲の明確化

郵便局員が医療行為に該当し得る行為を行わないよう、以下のような関係者間の役割分担や責任範囲を明確化した。

- 大学教員・学生・保健師：測定機器の操作、数値の読み取り、助言、健康相談への回答を行う。
- 郵便局員：会場設営、窓口対応時の声掛け、ブースへの誘導、チラシ配布等の運営支援。

② プライバシー保護と環境配慮に関する規定

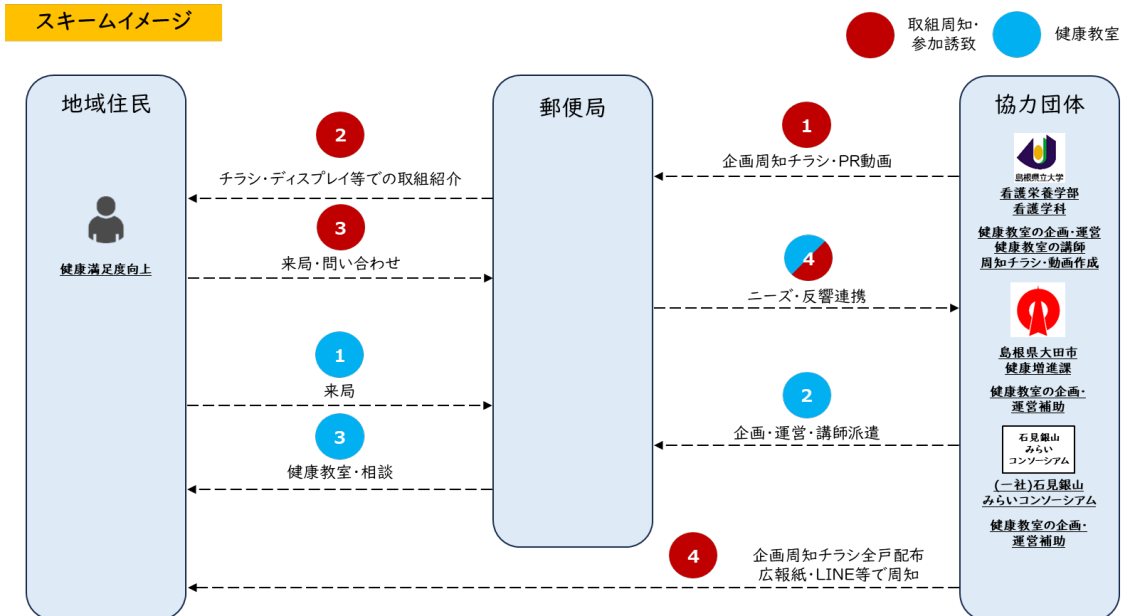
ロビー等のオープンスペースを利用するため、来局者のプライバシー保護に関する物理的・心理的な配慮基準を設けた。また、相談ブース（パーテーション内）は、ATM 利用者や窓口利用者から手元や表情が見えない角度・配置とした。

③ 個人情報の取扱い

健康教室で実施した測定結果や問診票などの個人情報については、参加者本人に持ち帰ってもらう運用とし、サービス実施者側には個人情報を残さない管理体制を徹底した。

(4) 実証の実施

1) 実施の流れ（フロー）



【図 3-1-6：健康増進（健康教室）実施フロー図】

2) 実証中の運用・改善

実証中の運用・改善について以下に整理する。

表6：実証中の運用・改善

発生した課題	課題の詳細	改善策
利用者拡大に向けた効果的な周知	チラシのみでは内容が伝わらない住民も一定数いる中、郵便局の全利用者に対して、郵便局員が声をかけて説明することは現実的ではない	島根県立大学及び大田市作成の動画をサイネージで流し、取組について目に触れる機会を新たに設けた
教室・相談参加後のフォロー体制	教室・相談に参加した利用者と、既存の福祉スキームをどのように連携、合流させるか	大田市社会福祉協議会にも座組に加入いただき、事前準備段階から連携を意識した対策を検討していくこととした

(5) 実施結果

1) 定量的な結果

実証期間中に実施した全3回の健康教室における定量的な結果を総括すると、以下の通り、当初の目標を大きく上回る成果が得られた。

- ・ 参加者数の大幅な目標達成と幅広い世代の参加
参加者数目標「各回3名以上」に対し、計49名（平均16.3名/回）が参加し、目標の5倍以上となる実績を達成した。また、20代から80代まで幅広い年代が参加した。
- ・ サービスの質の高さと満足度
全回を通じてアンケート回答者の100%が教室の内容に「満足」と回答し、専門家によるアドバイスについても大半が「分かりやすかった」と評価し、高い満足度と納得度を得ることができた。
- ・ 目標を大幅に上回る意識向上と継続意欲
主要な目標（KPI）であった「参加後の健康意識の向上（目標50%以上）」に対し、回答者の100%が「高まった」と回答した。さらに、全回を通じて全員が「今後も参加したい」と回答した。
- ・ 郵便局のコミュニティ拠点化への波及効果
第3回アンケートで約85%が「郵便局を以前より身近に感じるようになった」と回答し、全員が「今後の郵便局でのサービス提供に期待する」「郵便局を起点とした交流が増えると思う」と回答した。

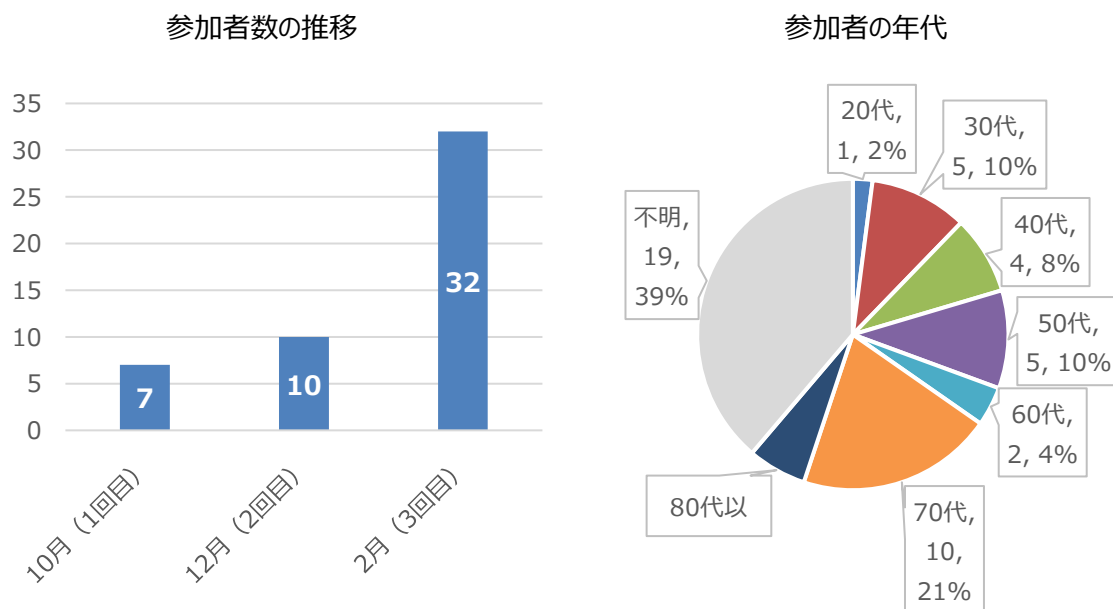
以上の定量データから、郵便局で専門的な健康教室を実施することは、住民の健康満足度と予防意識の向上に直結するとともに、地域の身近な「福祉の入り口」としての郵便局の存在価値を明らかにする結果となった。

①実証参加者数

実証期間（令和7年10月16日～令和8年2月13日）に行った3回の健康教室では、

計 49 名（10 月：7 名、12 月：10 名、2 月：32 名）が参加した。

なお、当初の目標（各回 3 名以上）との関係は、以下の図表のとおり、目標を上回る実績（平均 16.3 名/回）を達成した。また、20 代～80 代まで、幅広い年代が参加した。



②アンケート結果

本実証では、実施回ごとに参加者に対してアンケートを実施した。第 1 回、第 2 回では、主に満足度と今後の参加意向を、第 3 回では、郵便局を活用した今後の開催等を含めたより詳細なアンケートを実施した。

<参加者向けアンケート>

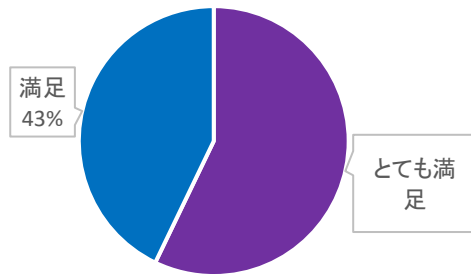
参加者に対して健康相談の後に取得したアンケート結果は以下の通りである。

教室の内容については、全員が「とても満足」もしくは「満足」と回答し、2 回目の方が「とても満足」を選択した割合が 1 回目より高かった。参加意欲についても、2 回目の参加者の方が、「ぜひ参加したい」を選択した割合が高かった。

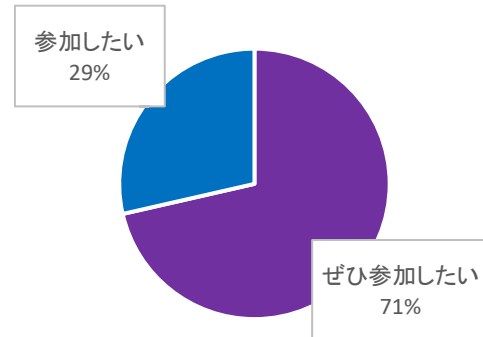
また、自由記述からも、健康に関する専門的な気付きが得られたことや、精神的な安心感や癒しを感じたというコメント、食事に気を付けようといった健康に対する意識の変化がうかがえる回答も見られた。

■ 10月（第1回）開催

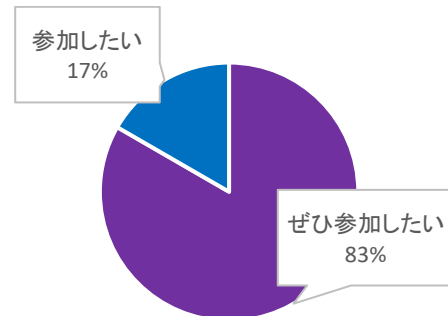
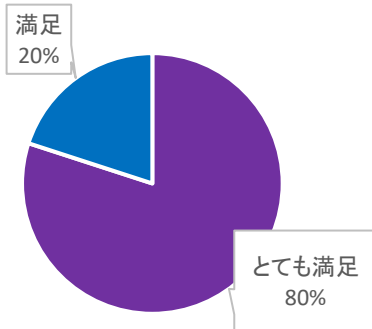
満足度



今後の参加意欲



■ 12月（第2回）開催



第1回、第2回アンケートに関する自由記述（生活や健康について）

【専門的な気づき】

- ・いろんな機械で測定して相談できて良かった
- ・食べ物について、どのくらい食べたらよいか分かった
- ・ストレスと健康について学べた

【安心感・癒やし】

- ・測定してもらうことで安心できる
- ・いい結果になってよかったです
- ・介護でストレスがたまっているので、気持ちの癒しに来られたらいいなと思う

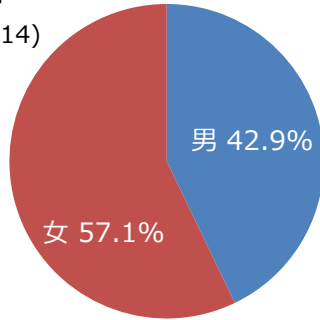
【不安・意識】

- ・視力が不安に思う。少しずつ落ちている
- ・食事は写真をとって気を付けている

■2月（第3回）開催

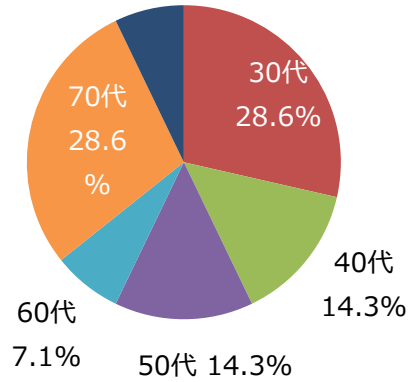
【参加者属性】

性別
(n=14)

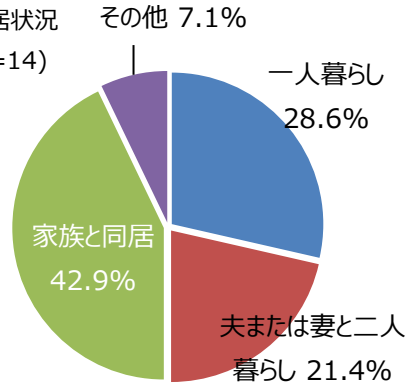


年代

(n=14) 80代以上 7.1%

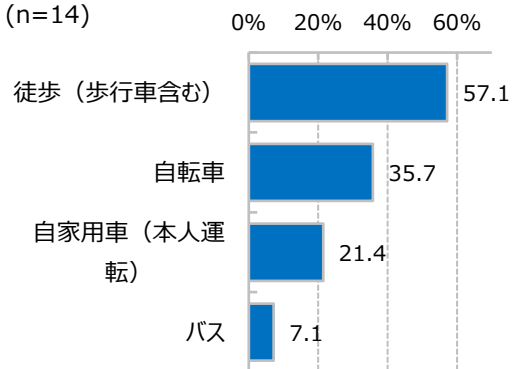


同居状況
(n=14)



郵便局までの移動手段（複数選択）

(n=14)

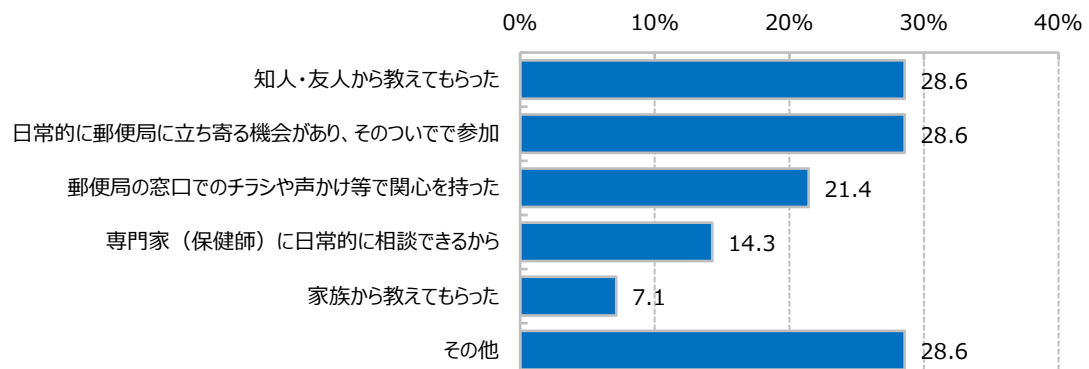


【参加動機】

知人・友人による声かけが 28.6%、郵便局窓口でのチラシや声掛けにより参加した方 21.4%で、知っている人の声掛けによる参加動機が多くを占める。

郵便局に来た次いででの参加も 28.6%あり、日常生活の導線にあることで、参加者数を伸ばしていることが示唆される。

今回の健康教室に参加した理由を教えてください（複数選択可）（n=14）

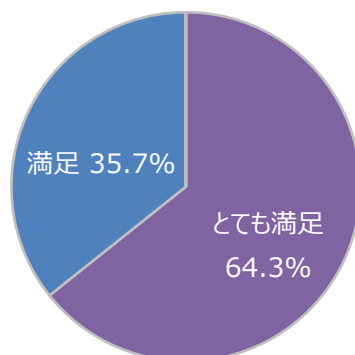


【満足度】

とても満足が65%近くあり、全員が満足だった。

今回の健康教室の満足度はいかがでしたか。

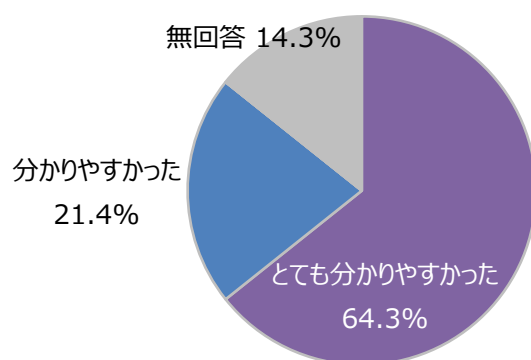
(n=14)



【分かりやすさ】

約85%がとても分かりやすかった、分かりやすかったという結果であった。

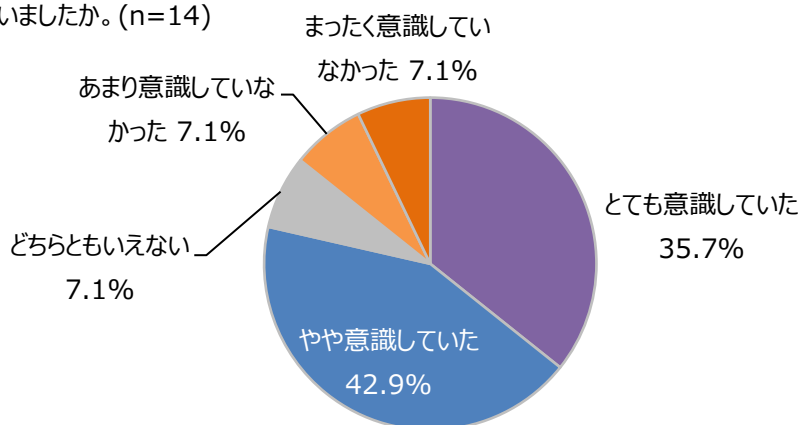
専門家のアドバイスは分かりやすかったですか。(n=14)



【意識の変化】

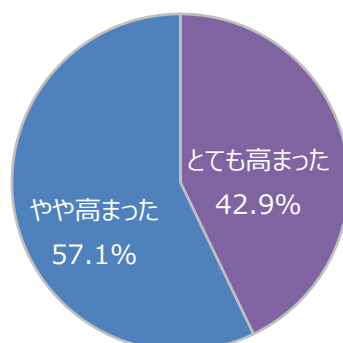
参加する前から健康状態への意識が高い人が多く、参加後、全員の意識が高まった。

参加する前、ご自身の健康状態（体重・血圧・歩数など）を日常的にどの程度意識していましたか。(n=14)



健康教室に参加する前と後では、ご自身の健康への意識はどう変わりましたか。

(n=14)



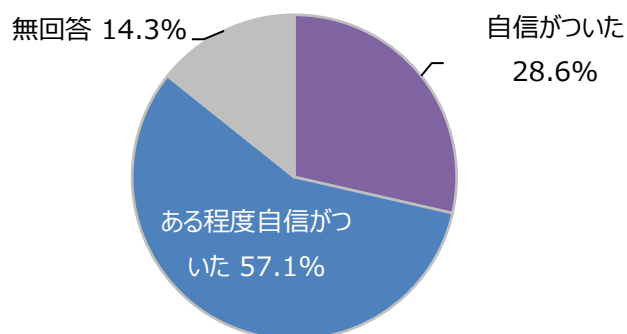
【継続意欲】

約 75%の方が日頃に健康づくりへの自信がついている。

また教室に参加したいという継続意欲も約 85%である。

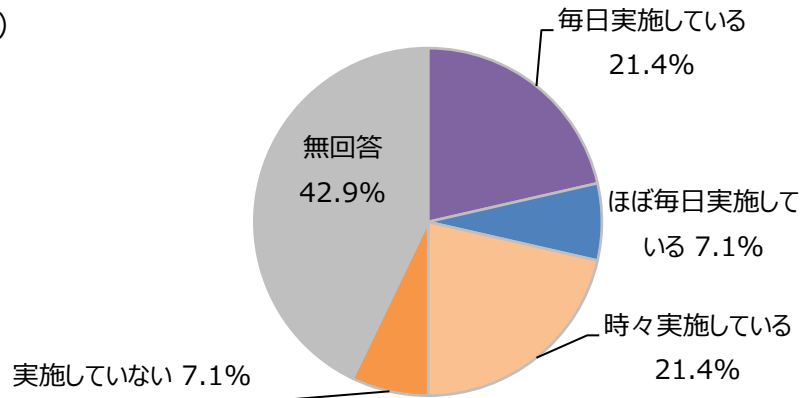
健康教室に参加したことで、ご自身の健康づくり（運動や食事など）を続けていく自信ができましたか。

(n=14)



健康教室で気づいた点（歩数や活動量の確認、アドバイスなど）を、日常生活の中でも取り入れるようになりましたか。

(n=14)

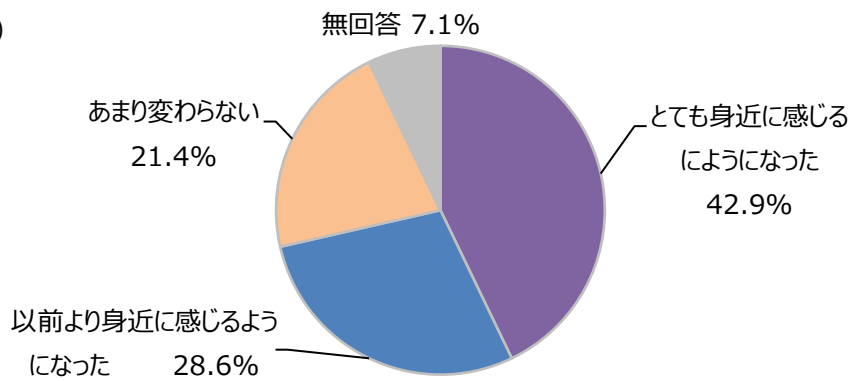


【郵便局への期待】

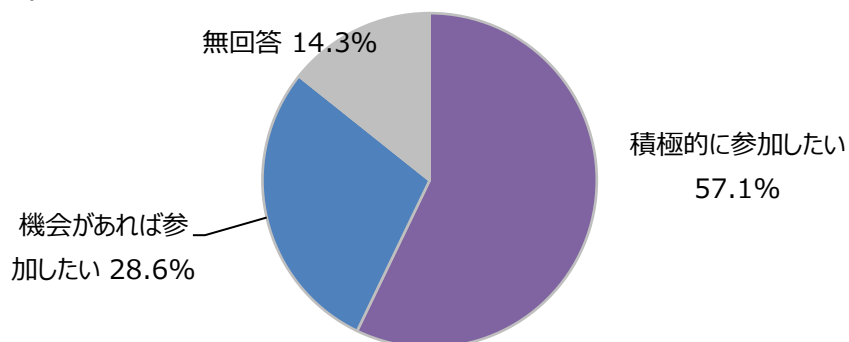
約 70%の人が、郵便局が身近に感じるようになったと回答。約 90%の人が、今後も様々なサービス提供や地域の拠点となることへ期待している。

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で、郵便局がより身近な存在になったと感じましたか。

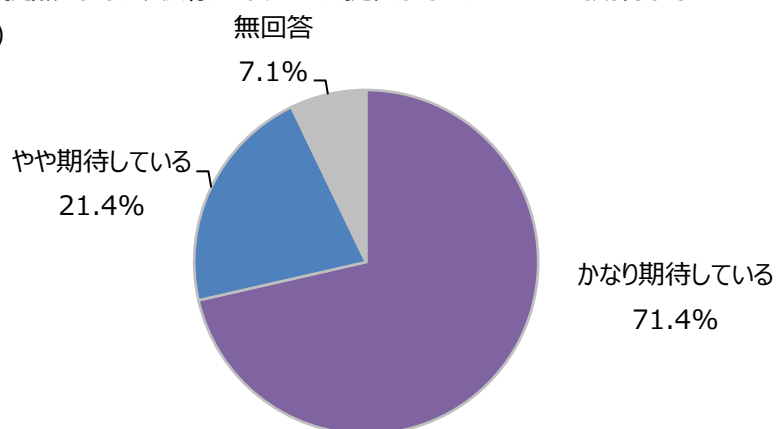
(n=14)



今後も郵便局で健康教室が開催されることになった時は、参加したいと思いますか。(n=14)

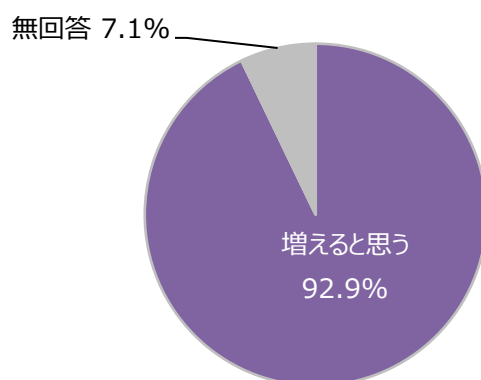


郵便局が地域の拠点として、今後様々なサービス提供していくことについて期待していますか。(n=14)



郵便局が地域の拠点として、複数のサービスを提供することで、郵便局を起点とした地域内外の人々の交流が今後増えると思いますか。

(n=14)



2) 定性的な結果

参加者アンケートの自由記述回答及び会場でのヒアリング内容を分析した結果、本実証は身体測定だけでなく、住民の健康意識や心理面にも一定の効果が見られた。主な成果は以下の通りである。

① 健康状態への「気づき」と行動変化のきっかけ

医療機関のない本地域において、大学から持ち込まれた専門機器（骨密度測定器や体組成計等）による測定は、住民が自身の身体状態を客観的に把握する貴重な機会となった。

アンケートでは、「いろんな機械で測定して相談できて良かった」「食べ物について、どのくらい食べたらいかが分かった」といった声が寄せられ、健康状態を数値で確認することで、健康への関心が高まる様子が見られた。

② 心理的な「安心感」と「癒やし」の場としての機能

身体的な健康だけでなく、精神的なケア（心の健康）を求めるニーズが顕在化した。

「測定してもらうことで安心できる」「いい結果になってよかったです」といった安堵の声に加え、「介護でストレスがたまっているので、気持ちの癒しに来られたらいいなと思う」という切実な声があった。

これは、郵便局という場所が、単なる「役務提供の場」や「測定会場」を超え、社会的に孤立しがちな介護者や高齢者が、誰かと話し、不安を吐露できる「心理的安全基地（サードプレイス）」として機能し得る可能性がある。

③ 住民からの感謝と自発的な協力の動き

本取組に対する住民の評価を示す出来事として、全日程の終了後、地域住民の有志から健康教室の開催に対する感謝として謝礼が自発的に寄せられた。医療機関のない本地域において、本取組が住民の健康不安の軽減や相談機会の確保に資するものとして受け止められた結果と考えられる。このように、単なるサービスを提供する関係にとどまらず、取組の継続を望む住民の自発的な協力の動きが見られたことは、本実証の重要な定性的成果である。

④ 郵便局という「場」の親和性とアクセシビリティ

参加者からは、開催場所が「郵便局」であったことに対する肯定的な声があった。

例えば、公民館や特設会場へ足を運ぶことには心理的・物理的な負担を感じる層であっても、日常的に利用する郵便局であれば、「ついで」に立ち寄ることができる。

また、顔なじみの郵便局員が受付や案内を行うことで、医療専門職（白衣を着た教員や保健師）に対する緊張感が和らぎ、リラックスして相談できる雰囲気醸成されていた。

このように、「郵便局員の存在」と「専門家の知見」が組み合わせることで、住民にとって利用しやすい満足度の高い取組につながったと考察される。

(6) 実証実施の評価・考察

1) 目標達成度の評価

(2) で設定した目標 (KPI) 及び目指す成果 (アウトカム) に対する達成状況は以下の通りである。

- 参加者数： 目標「各回 3 名以上」に対し、実績は「10 月：7 名」「12 月：10 名」「2 月：32 名」（平均約 16.3 名）となり、目標を大幅に達成（約 5.4 倍）した。
- 健康知識の向上・行動変容： 目標が「知識向上回答 50%以上」に対し、アンケートの自由

記述において「食べ物について分かった」「食事を写真に撮って気をつけている」等の具体的な気づきや行動変容を示す回答が多数得られた。また、満足度及び再参加意向が100%であったことから、住民の健康意識向上に寄与したと評価できる。

2) 成果と要因

① 身近な「健康相談の場」の創出による、幅広い世代の健康意識の向上と行動変容

地域課題である「日常的に自身の健康状態を把握し、気軽に専門家に相談できる場の不足」に対し、本実証では生活に密着した郵便局を会場とした。結果として、全3回で計49名（目標の約5.4倍）の参加があり、20代から80代までの幅広い世代の参加を促すことができた。参加者アンケートでは、回答者の100%が参加後に健康への意識が「高まった」と回答し、自由記述でも「食べ物についてどのくらい食べたらいかが分かった」「食事を写真に撮って気をつけている」といった具体的な行動変容や気づきを示す声が多数寄せられた。

【要因】

開催場所を、住民が郵便・貯金等の日常生活の用務で訪れる「生活インフラ」である郵便局としたことが最大の要因である。第3回のアンケートでは参加者の約3割（28.6%）が「郵便局に来た次いで参加」と回答しており、「わざわざ検診に行く」という心理的・物理的なハードルが下がったことがデータからも読み取れる。用事のついでに偶発的にイベントを知り、その場で参加できる環境（気軽さ）を作ったことで、これまで行政の健診等には参加しにくかった多忙な現役世代や未病層へのアプローチに成功した。

② 郵便局員のサポートを通じた、安心できる「福祉の入り口」の形成

医療機関のない本地域において、外部の専門家（大学教員や保健師等）がいきなり介入することは住民にとって心理的なハードルが生じる可能性がある。しかし、アンケートでは全ての回で回答者の100%が教室の内容について「満足」と回答した。自由記述では、「測定してもらうことで安心できる」といった安堵の声や、「介護でストレスがたまっているので、気持ちの癒やしに來られたらいいなと思う」といった、精神的な安心感に関する意見も見られた。

【要因】

顔なじみの郵便局員が「専門家」としてではなく、住民と外部専門家の間を取り持つ「つなぎ役（案内や受付）」として関わったことにより、日常的な信頼関係がある郵便局員が介在し、いつもの空気感を醸成したことで、参加者の心理的ハードルが大きく下がり、リラックスして自身の悩みや不安を専門家に相談できる「福祉の入り口」として機能した。

3) 想定との乖離と課題

● オープンスペースにおけるプライバシー確保の限界

ロビーの一角をパーティションで区切る形式で実施したが、上記のようなデリケートな相談（介護疲れや病気の不安等）が行われる際、他の来局者への「音漏れ」が懸念される場面があった。

【理由】

郵便局の構造上、待合スペースと相談ブースの距離が近く、物理的な遮断が不十分であったため

である。次年度以降の実装に向けては、BGM によるサウンドマスキングの導入や、相談内容に応じて別室（会議室等）を活用するなどの運用フローの見直しが必要である。

（7）郵便局を拠点としたことによる運営・実務面の効果

本実証では、公民館や保健センターといった行政施設ではなく、地域住民の生活インフラである「郵便局」で実施したことにより、以下のような運営面・実務面での特有の効果が確認された。

- 「顔なじみ」の郵便局員による心理的ハードルの低下

医療機関のない我が地域において、いきなり外部の医療専門職が入ることには、住民側の警戒心や緊張（いわゆるホワイトコート・シンドローム）を招く懸念があった。しかし、受付や案内を「顔なじみの郵便局員」が担い、ブースへ橋渡し（トリアージ）をするフローをとったことで、住民がリラックスした状態で相談に臨むことができた。アンケートで「安心できる」「癒やし」という評価が得られたのは、郵便局員が醸成した「日常の空気感」が、医療的な相談の敷居を下げた結果である。

（8）実証で明らかになった課題

本実証では、郵便局という「日常の場」を活用したことで住民の心理的ハードルを下げることに成功した。一方で、医療・福祉サービスを郵便局の通常業務と並行して実施する上では、機材搬入・設置に関する課題が明らかになった。本実証では、島根県立大学から体組成計や骨密度測定器を持ち込んだが、これらは精密機器であり重量もあるため、開催の都度、搬入・設置・撤去を行う必要があり、大学側にとって大きな物理的負担となった。継続実施にあたっては、機器の常設化や保管場所の確保が課題となる。

（9）事業実装に向けた課題と留意点

1）プライバシー環境の整備と相談の質の担保（ハード・環境）

実証を通じて、「介護疲れ」や「メンタルヘルス」などのデリケートな相談のニーズがあることがわかったことは大きな成果であったが、同時にオープンスペースでの限界も露呈した。

簡易パーテーションだけでは「声漏れ」への不安を完全には払拭できず、実装に際しては、BGM やサウンドマスキング機器の導入による聴覚的プライバシーの確保や、深刻な相談の場合は郵便局内の別室（会議室等）を柔軟に利用できる運用ルールの策定が必要である。

2）専門人材の確保と役割分担の最適化（ヒト・ルール）

本実証では大学から教員・学生が派遣されたが、頻度を高めて実装するためには、より持続可能な人的リソースの確保が求められる。

3）他地域展開に向けた留意点（汎用的なポイント）

本モデルを他地域の郵便局で展開する場合、以下の点を確認・調整することが望ましい。

① パートナーシップの締結

医療・健康分野の取組を安全に実施するためには、自治体の保健部門や地域の医療機関・大学とのパートナーシップの構築が鍵となる。

② 土着性の活用

告知においては、郵便局員による窓口での「手渡し」「声掛け」も高い効果を発揮する。この点、地域に根差した信頼関係（土着性）を活用することで、行政や医療機関がこれまでリーチしにくかった層へのアプローチに繋がり成功させる鍵となる。

2 デジタルリテラシー向上（スマホ教室）

（1）サービス概要

スマートフォン等の操作に不慣れな高齢者は、行政情報をはじめとする必要な情報にアクセスできないという問題だけでなく、デジタル機器を使いこなす人々のコミュニティに入りづらくなるなど、高齢者の地域内での孤立にも繋がっている可能性があることが課題となっている。この課題を解消するため、地域住民にとって身近な「郵便局」を地域の教室とし、石見銀山テレビ放送株式会社及び大田市と連携して「スマホ教室・個別相談会」を月 1 回、定期的に開催した。

本サービスでは、カリキュラム作成と講師派遣を地元ケーブルテレビ局（石見銀山テレビ）が担い、大田市が一部講師派遣などの支援、郵便局員は会場提供及び窓口での参加勧奨（集客）を行う役割分担とした。「郵便局に来れば解決する」という安心感を醸成し、高齢者がデジタルを楽しみ、前向きに暮らせる土壌づくりを目指した。カリキュラムは全 5 回で、「文字の入力」や「カメラ」といった基礎操作から、「LINE（メッセージ・写真送信、大田市公式 LINE の使い方等）」、「マップ（地図検索）」といった生活に密着したアプリ活用、さらには「ChatGPT って何？」といった最新のデジタルトレンドに触れる講義まで幅広く実施し、孤立防止とデジタル活用能力の向上を目指した。

表 7：デジタルリテラシー向上（スマホ教室） 実施スケジュール

月	フェーズ	主な活動内容
8月	準備	- 事業計画の調整・最終確認 - 関係機関（自治体・石見銀山テレビ放送）との調整
9月	準備	- カリキュラム策定、教材準備 - 郵便局員向けの周知フロー確認 - 住民向け周知チラシ配布
10月	準備／実証	- 会場設営（モニター、Wi-Fi 環境等） - スマホ教室 第 1 回実施（令和 7 年 10 月 16 日） - 振り返り MTG
11月	実証	- スマホ教室 第 2 回実施（令和 7 年 11 月 14 日） - 参加者アンケートの分析
12月	実証	- スマホ教室 第 3 回実施（令和 7 年 12 月 15 日） - 参加者アンケートの分析
1月	実証	- スマホ教室 第 4 回実施（令和 8 年 1 月 15 日） - 参加者アンケートの分析
2月	実証／ 検証・とりまとめ	- スマホ教室 第 5 回実施（令和 8 年 2 月 13 日） - 利用実績最終集計、アンケート分析 - 成果報告書の作成
3月	検証・とりまとめ	- 成果報告書の最終確認・提出 - 事業の総括会議（自治体・関係機関） - 今後の方向性・横展開の検討

(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

本サービスでは、高齢者のデジタル活用能力向上及び孤立防止を主眼とし、以下の目標と検証方法を設定した。

- 目標（KPI）：
 - 参加者数：各回 3 名以上
 - 参加後アンケートでスマホ操作への不安が「減った」と回答する割合：50%以上
- ※昨年度、石見銀山テレビ放送が単独で実施したスマホ教室の参加者数等を参考に、今年度は郵便局の利便性と局員の誘導サポート等が追加される取組となることを踏まえて、昨年度の実績と同程度もしくはそれ以上の目標値を設定した。
- 目指す成果（アウトカム）：
 - スマホ操作に対する心理的ハードルの低下（「怖い」から「楽しい」へ）
 - SNS（LINE 等）を通じた家族・知人とのコミュニケーション機会の増加
- 検証方法：
 - イベントごとの参加者数記録
 - 参加者へのアンケート調査（理解度、不安解消度、行動変容の有無）

(3) 実証準備

実証開始前には、講師役の石見銀山テレビ、支援を行う大田市、会場となる郵便局の 3 者間で協議を行い、スムーズな運営体制を整備した。

1) 実施体制の構築

表 8：デジタルリテラシー向上（スマホ教室） 実施体制図

①【代表団体】一般社団法人石見銀山みらいコンソーシアム
【担当業務】本サービスの全体統括、企画立案、進捗管理及び関係機関との調整、住民への広報・周知を担当



②コンソーシアム構成員は以下 4 団体		
石見銀山テレビ放送株式会社	大田市 (政策企画課)	日本郵便株式会社 (石見銀山大森郵便局)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ イベントのカリキュラム策定 (文字入力、LINE、マップ、防災等) ✓ 教材作成 ✓ 当日の講師派遣及び運営進行 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 教室の講師派遣及び運営の補助 ✓ 市広報媒体 (LINE、広報誌) を活用した周知 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 実証フィールド (郵便局内スペース) の提供 ✓ 郵便局長・社員による窓口でのチラシ配布・参加勧奨 ✓ 当日の会場設営

2) 住民への周知

デジタル機器に不慣れな層をターゲットとするため、紙媒体と対面による周知を徹底した。

具体的には、大森町内全戸 188 戸へのチラシ配布に加え、郵便局窓口において、局員が声掛けを行った。このほか、大田市の広報誌や公式 LINE でも告知を行った。



【図 3-2-1：住民周知チラシ】

郵便局を「暮らし」の拠点に！大森郵便局で住民向けの「スマホ教室」開催！（12月15日）

2025年12月15日、石見墨山大森郵便局（大森町）で、総務省の「地域の持続可能性の確保に向けた郵便局の利活用促進事業」の一環として社団法人石見墨山みらいコンソーシアムなどが住民を対象とした「スマホ教室」（10月～2月まで全5回）を開催しました。



スマホ教室

この日は、石見墨山テレビ放送株式会社と大田市の職員が講師となり、住民11人に対して『スマホ教室』を実施。カメラの使い方、写真の法についての講義があり、参加した住民はスマホのカメラを使用して静止画や動画の撮影、グループフォトアプリで写真整理、グループLINE、翻訳等の方法を学びました。

また「大田市の公式LINE」が12月から様々な機能が増えてリニューアルしたことから、公式LINEへの友達登録の仕方や、メニュー画面から詳しい情報にアクセスできる方法を学びました。

参加した住民からは「スマホを少しでも使いこなせるようになればと思い、参加した」、「分からないことが多いので、この教室に参加する強くなる」、「とても詳しく教えてもらえるので、これからも教室を開催してほしい」などと声がありました。

「観光拠点化や生活拠点化」を目指して

【図 3-2-2：大田市公式 HP】

表 9：メディア報道一覧

日時	媒体名	報道内容（タイトル・概要）	キャプチャ画像
令和7年 10月 7日	NHK TV ニュース	<p>「郵便局を観光案内や暮らし支援拠点に“実証”」 島根県大田市の石見銀山大森郵便局では、人口減少などの地域課題解決に向け、郵便局を観光案内や住民の暮らし支援の拠点として活用する実証実験が始まりました。観光客向けにはパソコンを使ったメタバース空間での遺跡散策体験が提供され、住民向けには健康相談やスマホ教室、地元野菜の販売などが行われます。来年 2 月まで続くこの取り組みを通じ、郵便局が地域住民の健康や福祉を支えつつ、観光客にも石見銀山を楽しんでもらえる場所になることが目指されています。※期間経過の為、概要等なし</p>	なし
令和7年 10月 30日	読売新聞 朝刊	<p>「観光・交流拠点に郵便局」 郵便局を地域住民の健康教室や観光案内窓口として活用する実証実験が、大田市大森町の石見銀山大森郵便局で行われている。郵便局の空きスペースやネットワークを活用し、住民の暮らしを支える拠点としながら利用促進につなげる狙い。来年 2 月まで実施し、継続的な取り組みに向けた課題を探る。</p>	リンク
令和7年 11月 10日	石見銀山テレビ放送 ニュース	<p>「石見銀山大森郵便局_暮らしの郵便局モデル実証事業」 人口減少に伴うサービス提供拠点の縮小という地域課題を解決するため、郵便局を新たな行政・生活支援サービスの拠点とする総務省の実証事業が石見銀山大森郵便局で始まりました。 この事業では、地域団体や島根県立大学、企業などと連携し、郵便局内で健康教室、スマートフォン教室、販売・観光案内、コワーキングスペースの設置という 4 つの取り組みが実施されます。今後もこれらの活動を通じて、郵便局が地域の生活を支える「ラストワンマイル」を担う新たな交流・支援拠点として機能するかが検証されていきます。※期間経過の為、概要等なし</p>	なし

<p>令和7年 11月 13日</p>	<p>郵湧新報</p>	<p>共創の未来へ⑩ 郵便局を多機能拠点に 総務省の2025（令和7）年度実証事業の一環として島根県大田市の石見銀山大森局で「地域の暮らしを支え、豊かにするコミュニティ・ハブ『暮らしの郵便局、モデル』」が始まったのは10月6日。 （一社）石見銀山みらいコンソーシアム、大田市、日本郵便、島根県立大学、地域企業が連携し、行政のみならず民間の補完的な役割も郵便局が果たし、コミュニティ・ハブづくりに挑んでいる。</p>	<p>リンク</p>
<p>令和7年 11月 14日</p>	<p>山陰中央新報朝刊</p>	<p>「石見銀山の郵便局、観光拠点に 大田市大森町健康教室や物販、コワーキングスペースも新設」 大田市大森町の石見銀山大森郵便局が10月に、観光情報や住民への生活支援サービスを提供する拠点として同局を利用してもらい取り組みを始めた。地域に身近で観光地の中心にある立地を生かして「町並み観光案内所」や住民向けの健康教室に使ってもらう。全国で人口減少や民間企業の出先拠点の合理化が進む中、郵便局を生かす全国モデルとして地域での新しい役割を模索している。</p>	<p>リンク</p>
<p>令和8年2月 2日</p>	<p>通信文化新報</p>	<p>郵便局をコミュニティ・ハブに 石見銀山大森郵便局好評の実証事業 総務省の「地域の持続可能性確保に向けた郵便局の利活用推進事業」の一環として、島根県大田市大森町の石見銀山大森郵便局で「コミュニティ・ハブ『暮らしの郵便局、モデルの実証事業』」が実施されている。 石見銀山みらいコンソーシアムが事業を運営。大田市や地域のケーブルテレビ局、島根県立大学など地域の行政機関や企業を巻き込み、健康相談やスマホ教室などに取り組んでいる。</p>	<p>リンク</p>

3) 機材・システム等の準備

参加者が操作を理解しやすい環境を作るため、以下の機材等を準備した。

表 10：導入機材・什器一覧（健康教室用）

品名	仕様・用途
手元用ライト	参加者の手元を照らすために準備。
Wi-Fi 環境	参加者用通信環境及びアプリダウンロード等のために整備。
電源タップ	参加者のスマホ充電用。
ホワイトボード	スマホの操作方法などの説明用。



【図 3-2-3：会場レイアウト及び機材設置状況】

4) 運用ルール、マニュアルの準備

郵便局という公共空間でスマホ教室を実施するにあたり、石見銀山テレビ放送、大田市、日本郵便等の関係者間で、以下の運用ルールを策定した。また、郵便局員が通常業務と並行して対応できるよう、マニュアルを作成した。

① 役割分担と責任範囲の明確化（指導と運営の分離）

郵便局員が不確実な操作案内を行ってしまうリスクや業務負荷を回避するため、関係者間の役割分担を明確化した。

- ・ 講師（石見銀山テレビ）・補助（大田市等）：カリキュラムに基づく講義、個別の操作指導、技術的な質問への回答を行う。
- ・ 郵便局員：会場設営、窓口でのチラシ配布及び参加勧奨（声掛け）等の「場づくり」と運営サポートに徹する。

② 使用端末及びセキュリティに関する規定

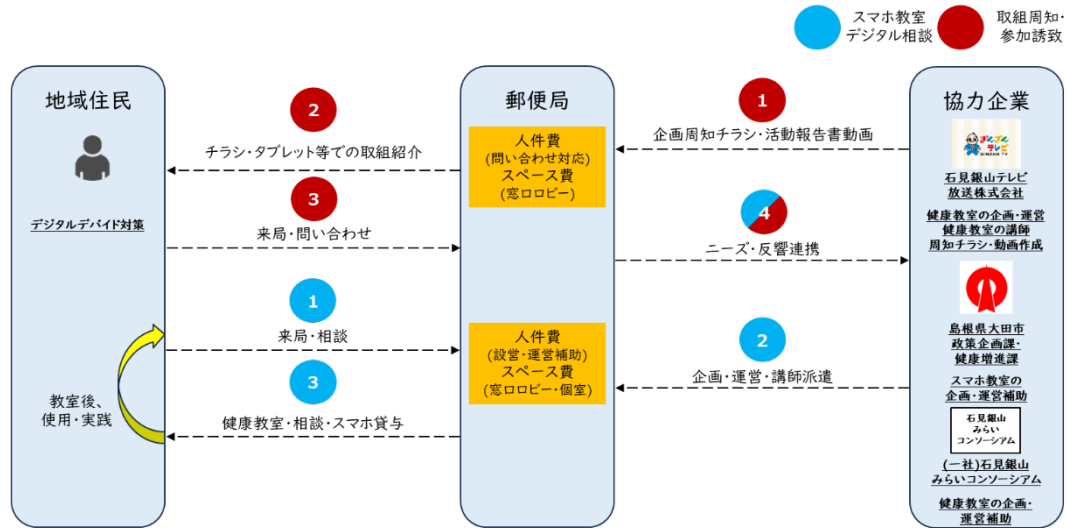
参加者の機種の違いによる進行の遅れを防止するため、端末の運用について以下のルールを設けた。

- ・ 貸出用端末の利用：原則として、石見銀山テレビ放送が用意したデモ用スマートフォン（貸出機）を教材として使用することとした。これにより、全員が同じ機種・画面で操作できる環境を整え、講義の円滑化を図った。

- 個人情報の取り扱い： 貸出機を使用することで、参加者個人のアカウント情報や決済情報等の入力を不要とし、セキュリティリスクを排除した運用とした。

(4) 実証の実施

1) 実施の流れ (フロー)



【図 3-2-4：デジタルリテラシー向上（スマホ教室） 実施フロー図】

2) 実証中の運用・改善

表 11：実証中の運用・改善

発生した課題	課題の詳細	改善
操作の再現性	教室の貸出機で操作できても、自宅の機種と操作感が異なるとの声があった。	個別相談の時間に限り、希望者には自身の端末での操作確認を行い、貸出機との差異を埋める対応を行った。

(5) 実施結果

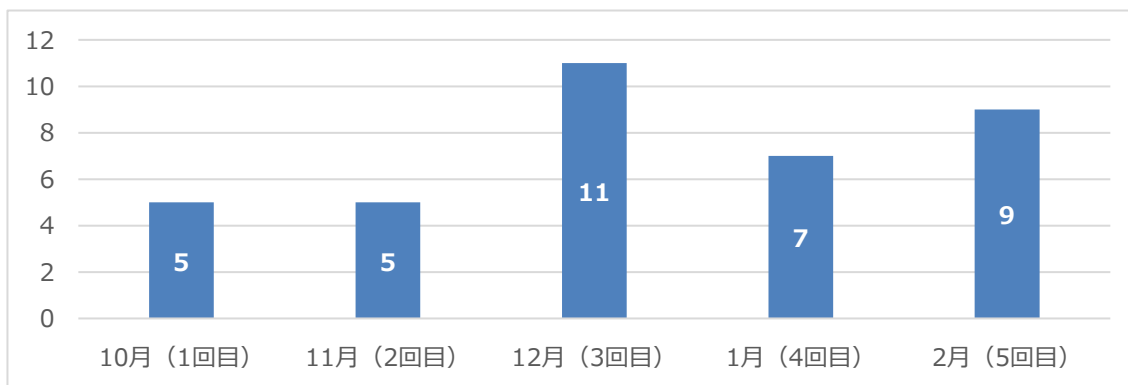
1) 定量的な結果

① 実証参加者数

実証期間（10月～2月）における参加者数は以下の通りである。

10月：5名、11月：5名、12月：11名、1月：7名、2月：9名となり、計37名が参加した。徐々に口コミでスマホ教室の評判が広がり、3回目以降は2グループに分けて、時間をずらして1日2コマ実施した。当初目標（各回3名以上）に対し、全ての回で目標を達成した。

参加者数の推移

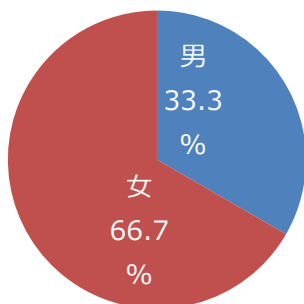


② アンケート結果

【参加者属性】

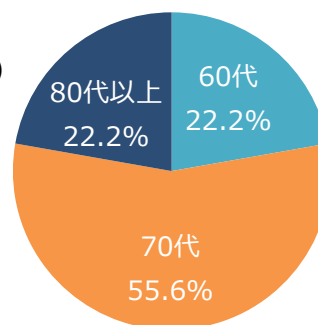
性別

(n=9)



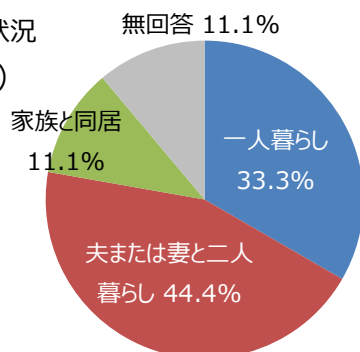
年代

(n=9)



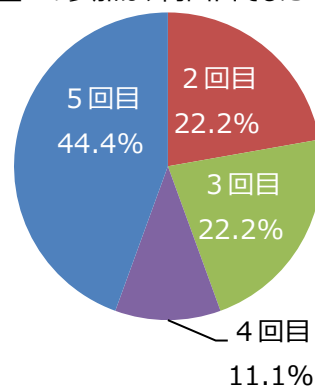
同居状況

(n=9)



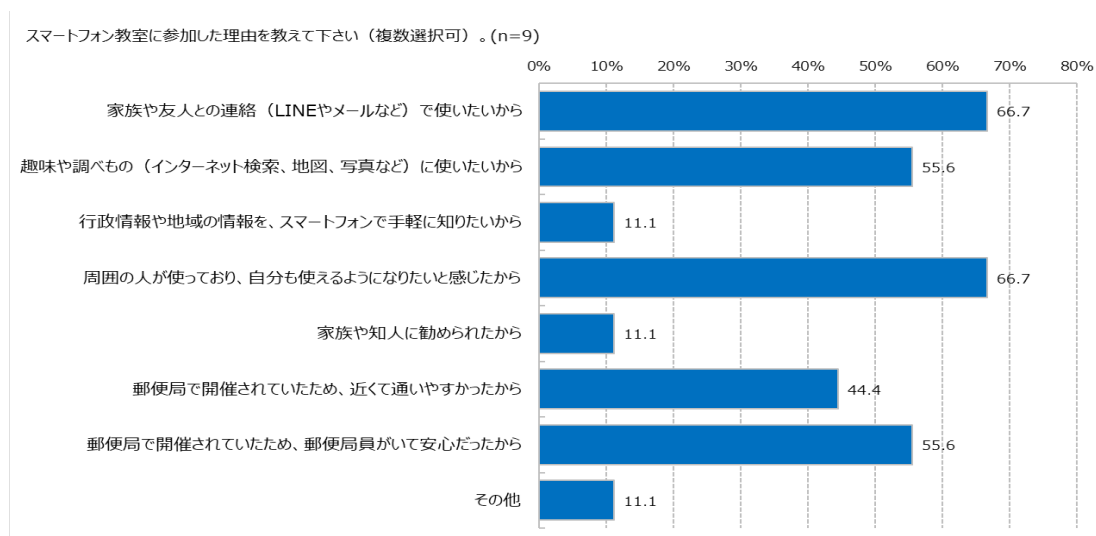
スマホ教室への参加は、何回目でしたか。

(n=9)



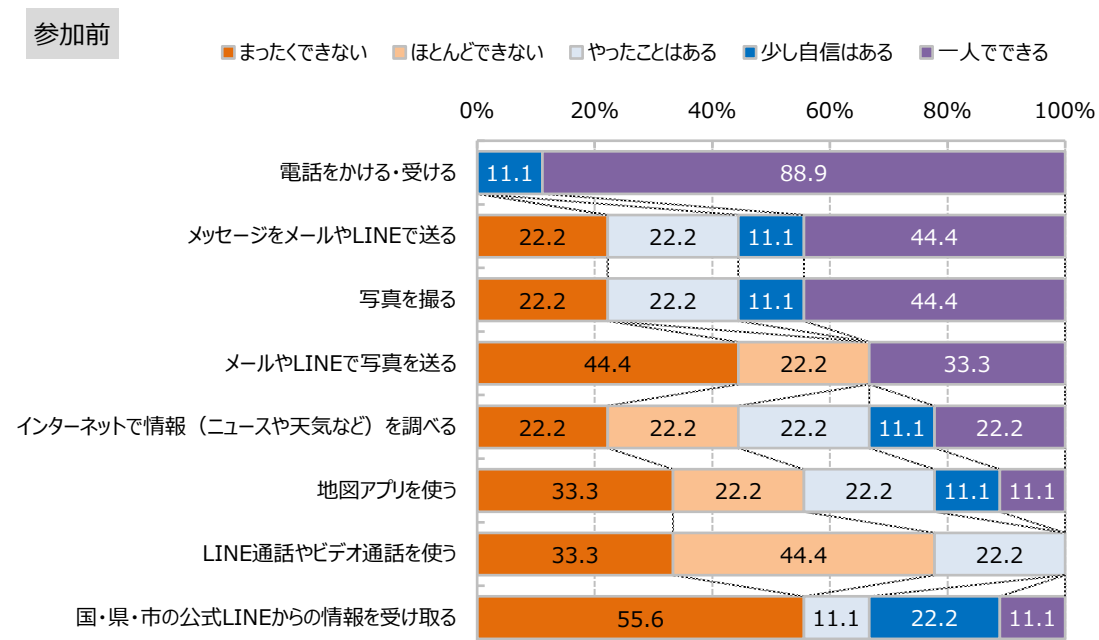
【参加理由】

自分でもスマホを使えるようになりたい、家族や友人と電話以外に連絡を取りたいという動機が66.7%で最も多く、次いで、郵便局で開催されて安心だったからと回答した参加者が55.6%いた。

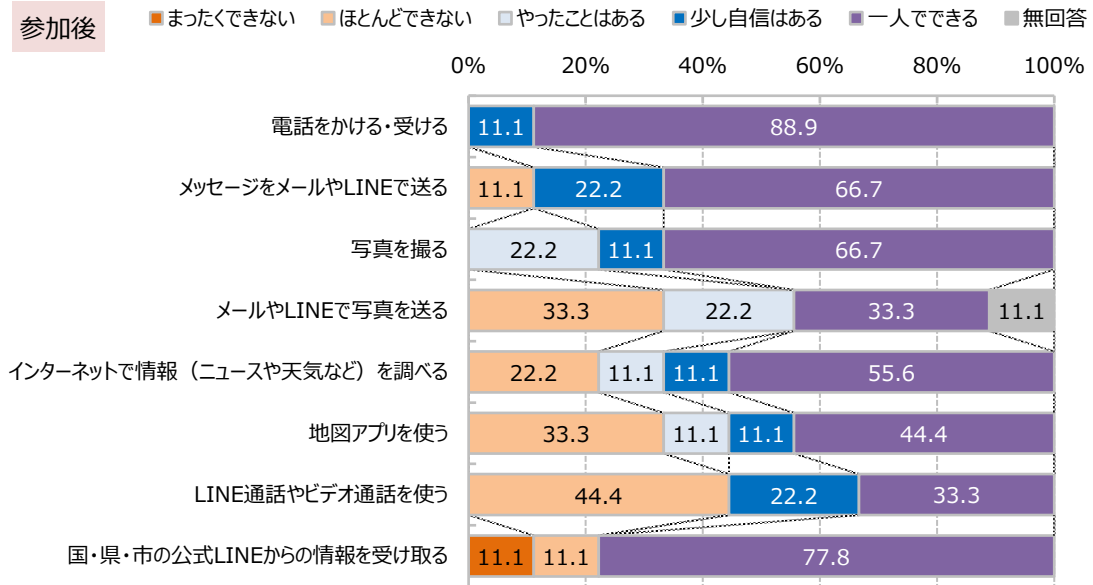


【スマホ教室参加前と参加後の利用状況】

参加前は電話をかける以外は、「まったくできない」を回答した多かったが、参加後は、「まったくできない」という項目は大幅に減少し、一人で出来るが全項目で増えている。



参加後

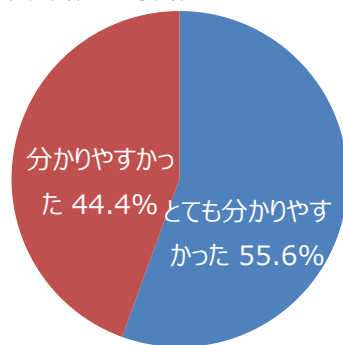


【分かりやすさ】

「とても分かりやすい」「分かりやすい」が 100%を占め、講師の指導内容が高く評価された。

スマートフォン教室の説明はわかりやすかったですか。

(n=9)



【意識の変化】

スマートフォンの操作については、全員がある程度自信がついた回答した。

また、教室参加前と比べて、多くの人とスマートフォンでコミュニケーションを取りたいと感じる方が約90%であった。教室参加がデジタルに対する心理的なバリアを取り除く効果があったことが確認された。

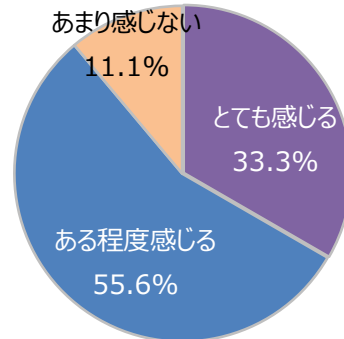
スマートフォンの操作について自信ができましたか。

(n=9)



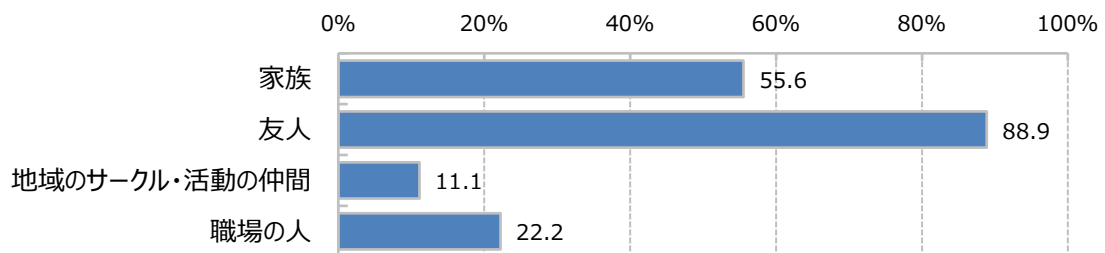
スマートフォン教室に参加する前と比べて、今までよりも多くの人とスマートフォンでコミュニケーションを取りたいと感じますか。

(n=9)



スマートフォンでメールやLINEが使い、どのような方とコミュニケーションを取りたいですか

(複数選択)。(n=9)

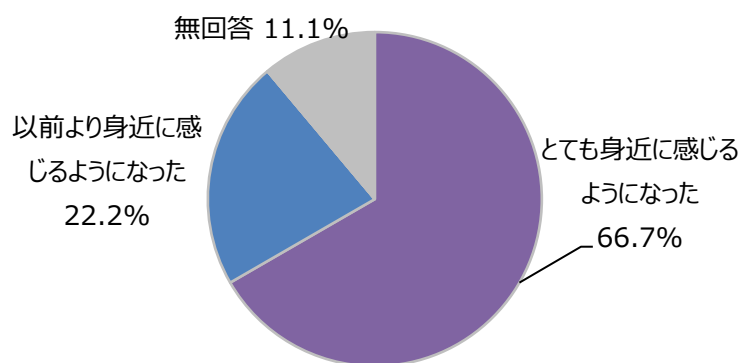


【郵便局への期待】

アンケート回答者は全員リピーターであり、複数回スマホ教室に参加したことで、郵便局がより身近な存在になったことが確認できた。今後、郵便局が地域の交流の場となることに対する期待も示唆される。

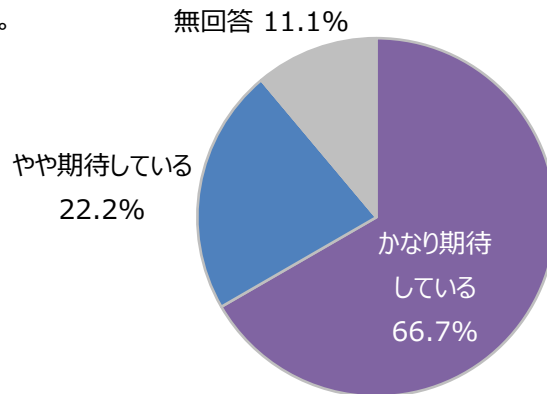
郵便局が地域の拠点として多様なサービスを提供することで、郵便局がより身近な存在になったと感じましたか。

(n=9)



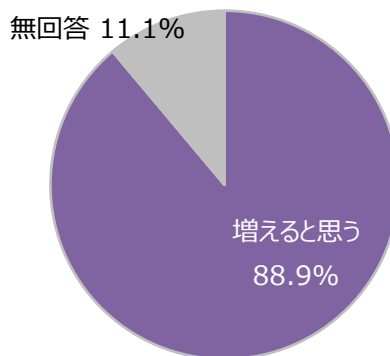
郵便局が地域の拠点として、今後様々なサービス提供していくことについて期待していますか。

(n=9)



郵便局が地域の拠点として、複数のサービスを提供することで、郵便局を起点とした地域内外の人々の交流が今後増えると思いますか。

(n=9)



2) 定性的な結果 自由記述やヒアリングからは、以下のような成果が確認された。

① 「安心感」に基づく学習意欲の向上

「スタッフの方が年寄りにとってもやさしい」「とても和やかに勉強できて楽しい」といった感想が多く寄せられた。携帯ショップや遠くの教室に行くのはハードルが高いが、顔なじみの郵便局で、親切に教えてもらえる環境があったことで、「分からなくても恥ずかしくない」という心理的安全性が確保され、前向きな学習意欲につながった。

② コミュニケーションツールの活用促進

「写真を撮った後に花の名前を検索したい」「LINE で孫に写真を送りたい」など、具体的な活用ニーズが引き出された。

アンケートでも、参加後に「LINE でスタンプや写真を送る」機能が「少しできるようになった」という回答が増加しており、スマホを単なる電話機としてではなく、社会や家族とつながるツールとして活用し始めている様子が見える。

③ 新たなコミュニティの形成と社会参加の促進

本実証は、スマートフォンの利用方法を学ぶ機会の提供にとどまらず、高齢者が定期的に集う場としても機能した。全 5 回の開催を通じて参加者同士や講師・郵便局員との間に顔なじみの関係が

形成され、教室終了後に「また来月ね」と声を掛け合う様子も見られた。デジタル化の進展に伴う情報アクセスの課題がある中、郵便局で実施したスマホ教室が、住民同士の交流を生み出し、社会参加機会の創出につながる場として機能していることが確認された。

(6) 実証実施の評価・考察

1) 成果と要因

• デジタル・デバイド層の掘り起こしと、高い満足度の実現

地域課題である「デジタル化から取り残される高齢者の孤立リスク」に対し、本実証では、参加者の不安を解消し、基本操作への自信を付与することに成功した。満足度が高く、リピーターが定着したことも成果である。

【要因】

開催場所を「郵便局」とし、郵便局員が日常業務の中で「つなぎ役」として参加を促したことが最大の要因である。「教えてもらうところがなくて、そのままにしていた」層に対し、郵便局員が「ここなら大丈夫ですよ」と背中を押したことで、潜在的な困りごとを抱える層を掘り起こすことができた。また、講師（ケーブルテレビ局）の地域に根差した丁寧な指導が、高齢者のペースと合致し、高い満足度につながった。

2) 想定との乖離と課題

• 個別ニーズへの対応限界

「ショートメールの使い方」「アプリの削除方法」など、知りたい内容は多岐にわたるため、一斉講義だけでは対応しきれないケースがあった。今後は、テーマ別講座とフリー相談会を明確に分けるなどの工夫が必要である。

(7) 郵便局を拠点としたことによる運営・実務面の効果

本実証を通じ、郵便局を拠点としたからこそ得られた運営面・実務面での効果として、以下の点が確認された。

① アクセス・参加のしやすさ

生活動線上にある馴染みの場所で開催でき、高齢者を含む住民が参加しやすかった。日常の用事と学びを同日に済ませることができ、参加負担の低減につながった。

② 信頼・心理的ハードルの低減

郵便局という中立・公共性の高い拠点で、市職員や地域メディアが講師となることで安心感が醸成され、初学者の参加に繋がった。

③ 会場・運営コストの抑制と即応性

郵便局の会議室やロビー等の既存空間と設備（電源・机椅子等）を活用でき、会場手配コストと準備時間を低減できた。また、店頭掲示等により広報も効率化された。

④ 行政サービスとの連動効果

市公式 LINE のリニューアルに即して、友だち登録からメニュー操作まで現場で伴走支援を行うことができた。学びがそのまま市情報アクセスの改善に直接結びついた。

⑤ 地域経済・回遊の相乗効果

観光グッズや物販コーナーと併設された環境により、受講と購買・観光案内が連続し、地域内回遊と満足度の向上に寄与した。

⑥ コミュニティ・ハブ機能の実証

郵便局・地域事業者・市の協働により、暮らしの不安解消と日常の利便向上に資する拠点像を具体的に提示することができた。

(8) 実証で明らかになった課題

本実証の運営を通じて、以下の課題が明らかになった。

① 参加者の習熟度差と個別支援の必要性

初心者から経験者までスキル幅が大きく、操作説明の進度調整やマンツーマン支援の体制が求められた。

② 端末・アカウント環境の多様性

OSや機種の違い、Google アカウントの有無やパスワード不明などの個別の状況により、アプリ学習（Google フォト・レンズ等）の導入に時間差が生じた。

③ 通信・機材面の整備要件

安定した Wi-Fi 及び充電環境が不可欠であった。場所によっては電源口数や視認性の課題が顕在化した。

④ 継続実施と人材確保

全 5 回のシリーズ運営において、講師のアサインとサポートスタッフの確保・育成が将来的な負荷要因となり得ることが確認された。

⑤ 効果測定の仕組み不足

当日の参加者数は把握できたが、学習到達度、公式 LINE の登録増、行政手続のオンライン化への波及など、定量評価枠組みの整備に余地を残した。

(9) 事業実装に向けた課題と留意点

1) 継続的な実施による定着支援

スマホ教室は、一度開催して終わりではなく、継続して実施しなければ参加者が操作方法を忘れてしまう懸念がある。アンケートの自由記述においても「引き続き教室を開いていただきたい」「この場ではわかったが、自分でやってみないと（不安）」といった声が寄せられており、事業の実装にあたっては、参加者が繰り返し学び、操作を定着させることができる継続的な開催環境の確保が不可欠である。

2) カリキュラム外の個別ニーズへの対応

本実証では「文字入力」「LINE」「マップ」等カリキュラムとして設定したが、アンケートでは「ショートメールの使い方」「写真の現像方法」「アプリの削除」など、カリキュラムに含まれない個別の具体的な質問や要望が確認された。今後、実装していく上では、一斉講義形式だけでなく、参加者個々の多様な困りごとに対応できる相談時間の確保や、柔軟なプログラム設定が必要となる。

3 観光（観光拠点の拡充）

（1）サービス概要

石見銀山エリアにおいて、世界遺産登録時（2007年）の70万人から20万人へと観光客が減少している。また、町並みエリアでは施設や店舗等の定休日が平日に集中しており、観光拠点の不足による情報接触機会の減少、周遊性・消費額・満足度の低下が課題となっている。

本実証では、平日に営業しており中心地に立地する郵便局の強みを活かし、観光客の満足度向上と地域収益への貢献を目指す観光拠点サービスを実施した。

具体的には、大田市や石見銀山世界遺産センター、デジタル技術を活用した観光案内で複数の実績がある大成建設等の事業者と連携し、郵便局の風除室（入口）スペース及びロビーにて、お土産の無人販売、石見銀山ガチャ、観光案内（デジタルマップ、デジタルツインパス、チラシ等）を提供した。また、観光客が郵便局に足を運ぶ流れを作るために、地域のデジタルスタンプラリーのスポットにも参画した。

表 12：観光（観光拠点の拡充）実施スケジュール

月	フェーズ	主な活動内容
8月	準備	- 事業計画の調整・最終確認
9月	準備	- 関係機関(自治体・大田市観光協会等)との調整 - 郵便局員向けの周知フロー確認
10月	実証	- 住民・観光客向けチラシ配布 - 郵便局内への機器設置（棚・ガチャガチャ・モニター等） - 販売・PR等開始 - 利用実績集計
11月	実証	- 販売・PR等実施 - 利用実績集計
12月	実証	- 販売・PR等実施 - 利用実績集計
1月	実証	- 販売・PR等実施 - 利用実績集計
2月	検証・とりまとめ	- 販売・PR等実施 - 利用実績最終集計（件数、利用者属性、満足度など） - 評価・課題の整理 - 成果報告書（概要版・詳細版）の作成
3月	検証・とりまとめ	- 成果報告書の最終確認・提出 - 事業の総括会議（自治体・関係機関） - 今後の方向性・横展開の検討

(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 (KPI) :

- お土産の販売数が月 15 件以上
- 観光案内対応が月 20 件以上

※これまでに郵便局で観光客向けの取組がなく、観光客にとっても郵便局を訪れる動線イメージがないことが想定されることから、毎営業日 1 件以上の取り扱いが発生することを想定して設定した。

• 目指す成果 (アウトカム) :

- 地域周遊促進・消費額向上した観光モデルの浸透
- 地域収益向上

• 検証方法 :

- 販売件数、対応件数、アンケート、デジタルスタンプラリースタンプ取得数

(3) 実証準備

1) 実施体制の構築

表 13 : 観光 (観光拠点の拡充) 実施体制図

①【代表団体】一般社団法人石見銀山みらいコンソーシアム			
【担当業務】本サービスの全体統括、企画立案、進捗管理及び関係機関との調整、住民への広報・周知を担当			
▼			
②コンソーシアム構成員は以下 6 団体			
大田市 (観光振興課)	ベッカライオンデイトライ化効、 大田市観光協会、 石見銀山世界遺産センター	大成建設株式会社	日本郵便株式会社 (石見銀山大森郵便局)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 実証事業の推進補助 ✓ デジタル技術を活用した観光案内 (デジタルマップ) の提供 ✓ 市広報媒体 (LINE、広報誌) を活用した周知 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ お土産等 (菓子、ジャム、らとちやん⁶グッズ、石見神楽グッズ、丁銀レプリカ等) の提供 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ デジタル技術を活用した観光案内 (デジタルツインバース) の企画・運営 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 実証フィールド (郵便局内スペース) の提供 ✓ 郵便局長・社員による窓口でのチラシ配布・参加勧奨

⁶ 島根県大田市のマスコットキャラクター

2) 住民及び観光客への周知

観光拠点としての機能を広く知らせるため、地域住民だけでなく域外からの観光客に向けた周知活動を展開した。

① 郵便局内外でのチラシ・ポスター掲示

郵便局の風除室（入口）スペースにパンフレットラック等を設置し、石見銀山エリアに関する観光PRチラシ、デジタルスタンプラリーの案内ポスターなどを掲示した。

② メディア等を通じた広域周知

新聞やテレビなどのメディアを通じ、郵便局が新たな観光拠点となる取り組みについて以下の通り発信された。



【図 3-3-1：住民及び観光客への周知チラシ】

表 14：メディア報道一覧

日時	媒体名	報道内容（タイトル・概要）	キャプチャ画像
令和7年10月7日	NHK TV ニュース	「郵便局を観光案内や暮らし支援拠点に“実証”」	
令和7年10月30日	読売新聞 朝刊	「観光・交流拠点に郵便局」 郵便局を地域住民の健康教室や観光案内窓口として活用する実証実験が、大田市大森町の石見銀山大森郵便局で行われている。郵便局の空きスペースやネットワークを活用し、住民の暮らしを支える拠点としながら利用促進につなげる狙い。	
令和7年11月10日	石見銀山テレビ放送	「石見銀山大森郵便局_暮らしの郵便局モデル実証事業」	

令和7年11月14日	山陰中央新報朝刊	<p>「石見銀山の郵便局、観光拠点に 大田市大森町 健康教室や物販、コワーキングスペースも新設」</p> <p>地域に身近で観光地の中心にある立地を生かして「町並み観光案内所」や住民向けの健康教室に使ってもらう。全国で人口減少や民間企業の出先拠点の合理化が進む中、郵便局を生かす全国モデルとして地域での新しい役割を模索している。</p>	
------------	----------	--	--

3) 機材・システム等の準備

観光拠点としての機能を提供するため、郵便局の風除室（入口）スペース及びロビーに以下の機材・システム等を準備・設置した。

- **情報提供・体験用機材：** PC、タブレット端末（iPad）、タブレットスタンド、デジタルサイネージ、スタンド黑板
- **物販・展示用什器：** 商品陳列用ラック、パンフレットラック、テーブル、椅子（ネットチェア）、料金箱（アクリル製）、カプセルトイ（ガチャ）本体
- **システム・通信環境：** 観光システム（デジタルツインバース、デジタルマップ等）、通信環境



【図 3-3-2：会場レイアウト及び機材設置状況】

4) 運用ルール、マニュアルの準備

観光拠点としてのサービス提供に向けて、準備期間中に郵便局において以下の対応を行い、運用体制を整備した。

① 業務手順の確認

デジタルスタンプラリーや無人販売等に関する業務手順の確認を行った。

② システム・機器等の操作訓練

設置したシステム・機器等の操作に関する訓練を実施した。

③ 自治体・事業者との調整

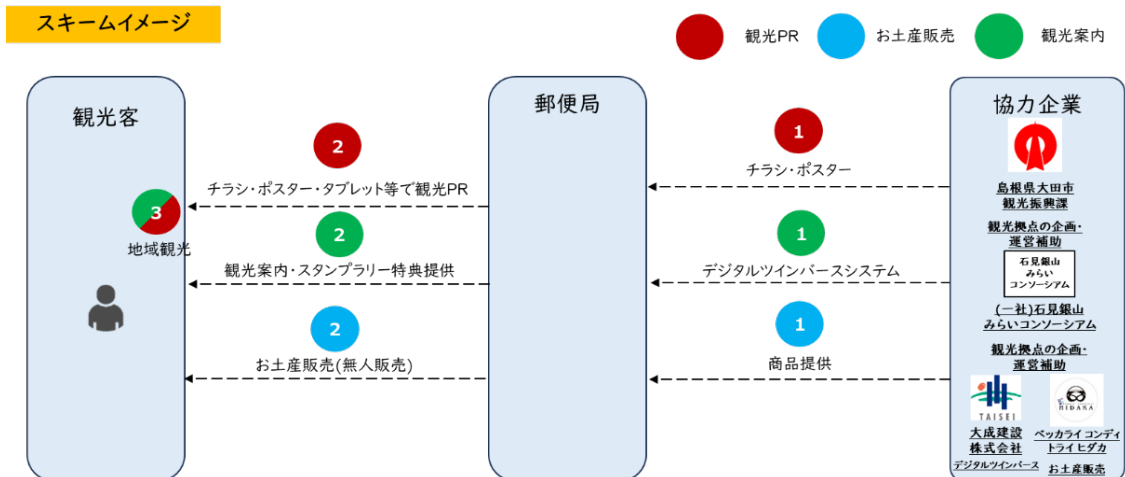
商品提供事業者等の関係者と、運用に向けた事前の調整を行った。

④ 地域住民への周知・問合せ対応

サービスの周知及び問合せ対応の手順等を確認した。

(4) 実証の実施

1) 実施の流れ（フロー）



【図 3-3-3：観光（観光拠点の拡充）実施フロー図】

2) 実証中の運用・改善

表 15：実証中の運用・改善

発生した課題	課題の詳細	改善
無人販売の在庫管理	想定していたより早いペースで商品が販売されたため、在庫補充が追いつかないことがあった。	定期的に代表団体が郵便局を訪問し、在庫数をスプレッドシート等で共有する対応を実施。

(5) 実施結果

1) 定量的な結果

実証期間中（10月～2月）における売上実績及び利用実績は以下の通りである。

神在月である11月は観光客も多く、売上実績が伸びた。12月以降は観光客が徐々に減少する時期になるが、一定の売上があった。

① 売上実績（合計：280,510円）

- お土産販売

10月	11月	12月	1月	2月	計
42,035	51,415	41,660	49,420	25,980	210,510

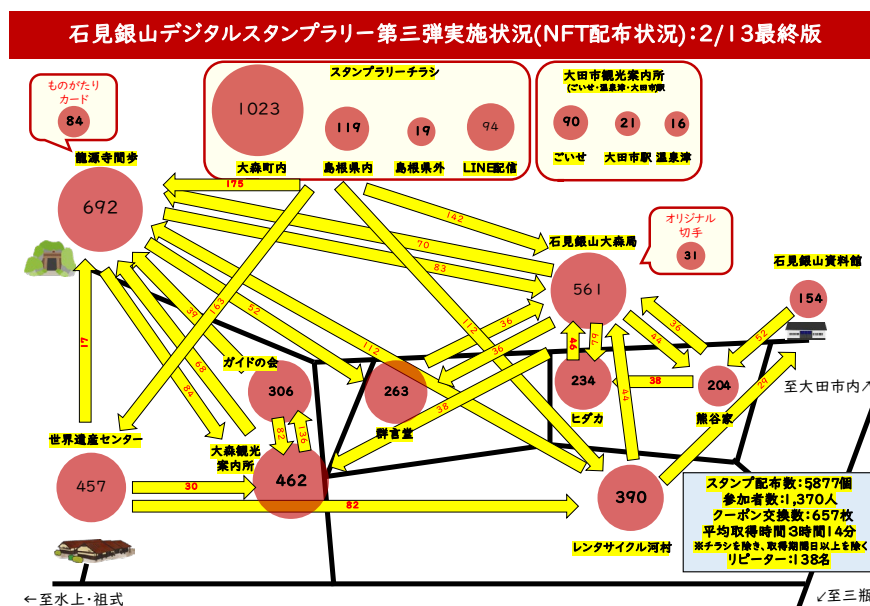
- 石見銀山ガチャ

10月	11月	12月	1月	2月	計
9,500	21,000	12,000	8,500	19,000	70,000

*但し、2月は1日～13日までの実績

② デジタルスタンプラリーの取得数（2月13日現在）

- 石見銀山大森郵便局でのスタンプ取得数は「561件」となった。これは、主要観光施設である龍源寺間歩（692件）に次ぐ第2位の規模であり、大森観光案内所（462件）を上回る集客実績である。
- 観光拠点に関する利用者アンケート（全17名）において、平日に定休日が多い地域で郵便局が観光拠点を担うことに対し、約94%（16名）が「よいと思う」と回答した。また、郵便局が多様なサービスを提供することで「身近に感じるようになった」との回答が約93%（14名）、「地域内外の交流が今後増えると思う」との回答が100%（16名全員）に達した。

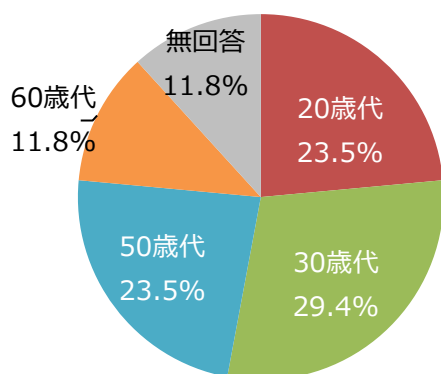


【図 3-3-4 : デジタルスタンプラリー-NFT 配布結果】

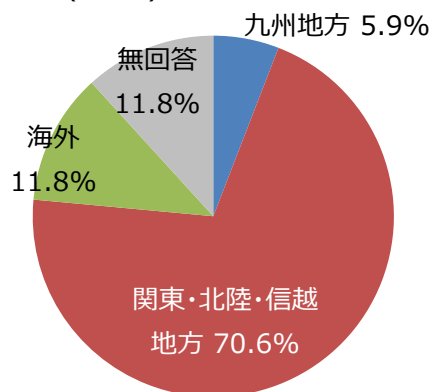
③ アンケート結果

【回答者属性】

年代(n=17)



お住いのエリア(n=17)

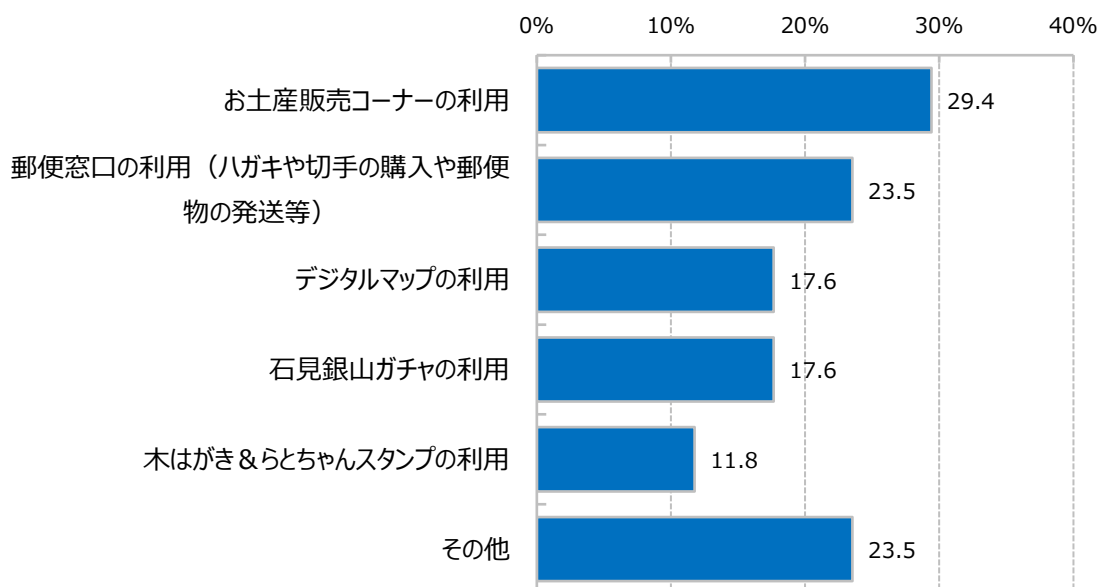


【来局目的】

お土産販売コーナーの利用を目的に来局された方が 29.4%であった。郵便局外でのポスターや、郵便局前のヒダカ⁷が定休日の際に、郵便局で商品を扱っている旨の案内を掲載していること等が誘因になっていると示唆される。石見銀山の記念切手を目的に来局した観光客も次に多く、23.5%であった、

石見銀山大森郵便局に立ち寄った目的を教えてください（複数選択可）

(n=17)



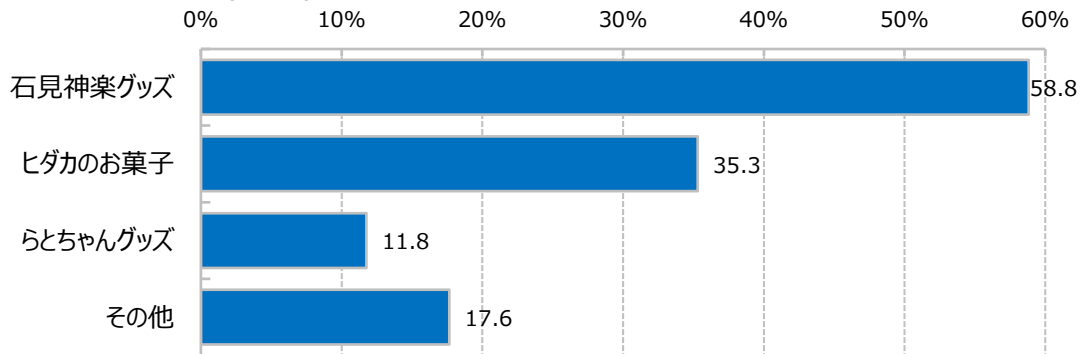
* その他の回答：スタンプラリーの引換、ぶらり歩いていて、ツアーできた、紹介されました

⁷人気のベーカリー・スイーツショップで、遠方からもこれを目当てに買いに来る者もいる

【お土産販売コーナーについて】

石見神楽グッズが最も多く、58.8%であった。次にヒダカのお菓子が 35.3%であった。

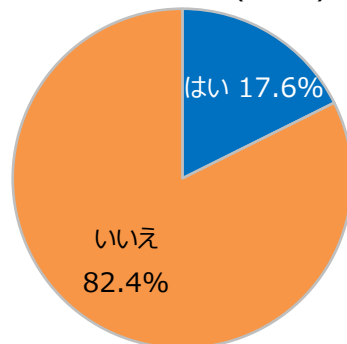
お土産販売コーナーについてお聞きます。魅力を感じた商品を教えてください。（購入の有無は問いません）（n=17）



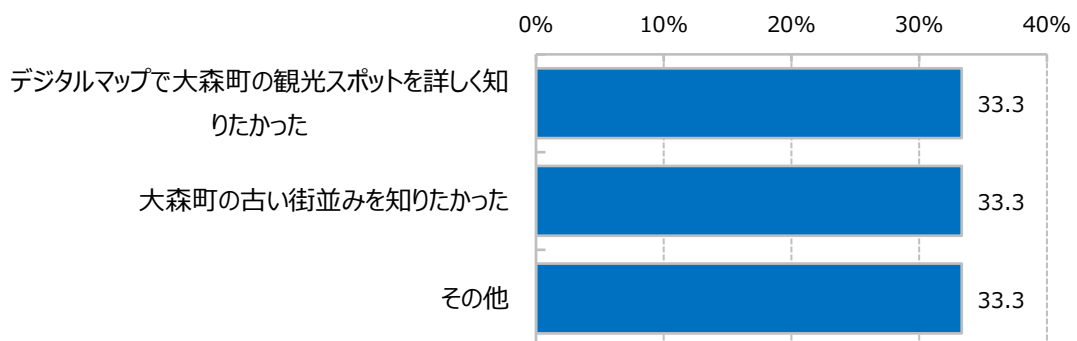
【デジタルマップについて】

利用者は、17.6%に留まった。伸び悩んだ要因としては、時間がなかった、知らなかったが一番多いが、操作が難しいと言った声もあった。

デジタルマップやデジタルツインバースを利用しましたか(n=17)

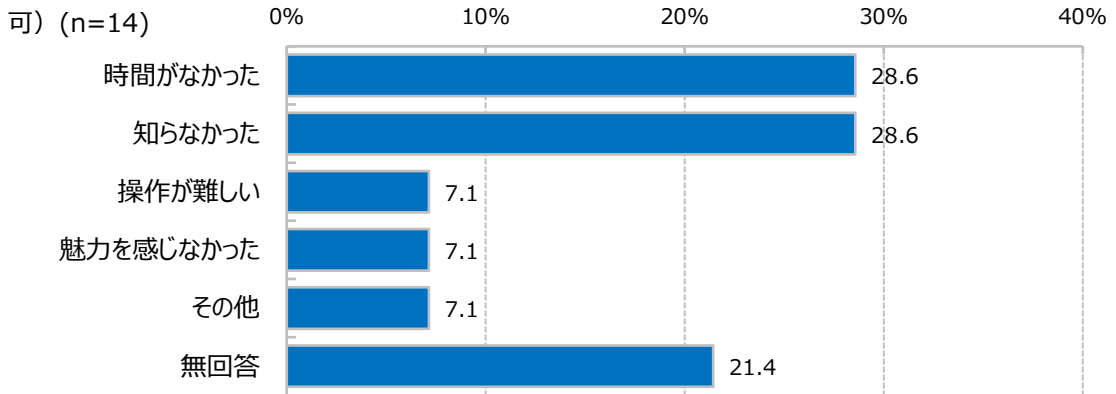


「はい」と回答した方にお聞きます。利用した理由を教えてください。（複数選択可）
(n=3)



* その他の回答：レンタサイクルのときに聞いた

「いいえ」と回答した方にお聞きます。利用しなかった理由を教えてください。（複数選択可）(n=14)

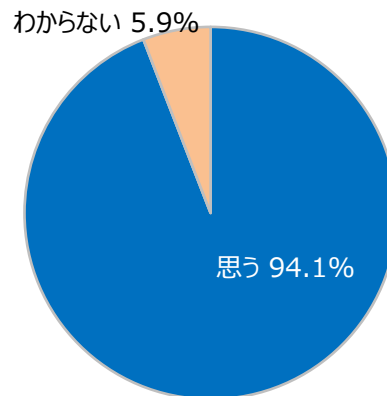


* その他の回答：町の人に色々聞いて動いているため必要ではなかった

【郵便局を観光拠点として活用することについて】

郵便局が観光拠点になることについては、思うという回答は 94.1%であった。

石見銀山周辺地域では、平日に商店がお休みのところが多く、今回の実証では、郵便局がそれらを代替するような観光拠点になることも狙いの1つとなります。このような郵便局が地域の観光拠点を担うことについてよいと思いますか。(n=17)

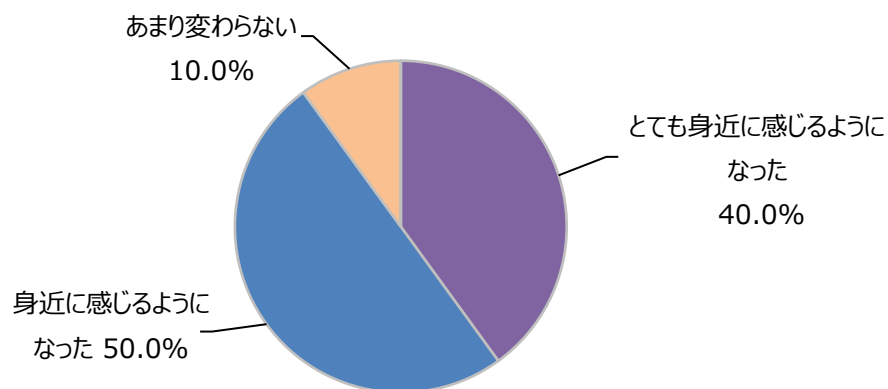


【郵便局への期待】

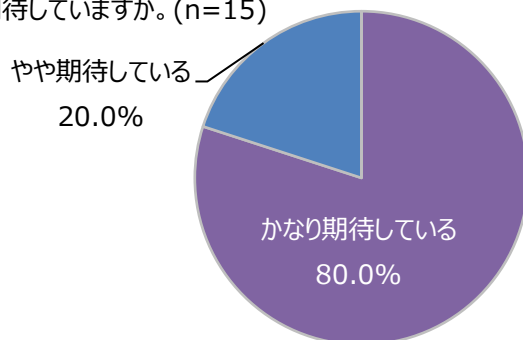
観光客の 90%は郵便局が身近な存在になると回答。郵便局への期待も、100%が期待するという回答であった。また、地域内外との交流が増えると思うも 100%であった。

「ユーザーファーストの取組で感動しました。PR します。（先進事例すぎて驚いています）」「スタッフの方がとてもフレンドリーで親切で長居したくなる場所で心地良かったです。」という意見もあり、地域に密着した郵便局員による観光案内は、高い親和性を持つことが示唆される。また、「すてきな取組で、埼玉県でも導入してほしいです。」「あまり郵便局に行く機会がないので、観光案内等していただけると旅行などでとても助かると思います。」といった意見もあり、他地域への展開を期待する声もあった。

今回の実証事業では、郵便局において、観光拠点だけでなく、健康教室、スマホ教室、コミュニティ・コワーキングスペースを実施しています。このように、郵便局が地域の拠点となって、多様なサービスを提供することで、これまで以上に郵便局がより身近な存在になると思いますか？(n=15)



今回の実証事業では、上記のとおり、郵便局で複数のサービスを実施しています。郵便局が地域の拠点となって、今後、様々な行政サービスや生活支援サービスを提供していくことについて、期待していますか。(n=15)



郵便局が地域の拠点として、観光拠点等の複数のサービスを提供することで、郵便局を起点とした地域内外の人々の交流が今後増えると思いますか？(n=16)



2) 定性的な結果

観光客向けアンケートの回答からは、以下の結果が確認された。

- スタンプラリー参加者アンケートにおいて、「スタンプラリーは当初予定になかったスポットへ訪問するきっかけになりましたか？」という設問に対し、半数以上が「なった」と回答し、その新たな訪問先のひとつとして「石見銀山大森郵便局」が数多く挙げられた。スタンプラリーが、当初予定になかった観光客を郵便局へ引き込む強力な動機付けとして機能した。
- 観光拠点に関する利用者アンケートでは、郵便局が地域の観光拠点を担うことについて、回答者全員が「思う（よいと思う）」と回答した。利用者アンケートの自由記述では、「月・火休みが多い地域のため、それをカバーできるといいなと思います」「あまり郵便局に行く機会がないので、観光案内等していただけるととても助かる」「ユーザーファーストの取組で感動しました」といった声が寄せられ、郵便局の新たな役割に対して観光客から高い評価と期待が得られた。

(6) 実証実施の評価・考察

1) 成果と要因

① 平日の消費機会損失への対応と地域収益の創出

平日に定休日が多い地域において、郵便局の平日営業を活かし、地元事業者・観光協会等の商品を取り扱うことで、10月～2月で280,510円の売上を創出した。

② 観光ハブとしての機能

スタンプラリーの取得数において、郵便局（561件）が観光案内所（462件）を上回った。デジタルマップやチラシ等の案内を複合的に提供することで、地域周遊の起点として機能した。

2) 想定との乖離と課題

デジタルスタンプラリーをきっかけに石見銀山大森郵便局の来局者数が増加し、郵便局員へのアンケートでも「郵便局にお客様が来られる機会が増えたことが最大の成果だった」との声が寄せられた一方で、「デジタルスタンプラリーの説明で観光客の方へ話す時、同時にたくさんの方が来られると、時間を要するのが少し難しかった」という意見が確認された。

想定を大きく上回る観光客が来訪したことが、案内にかかる情報量と相まって、説明業務に時間を要する一因となったと考えられる。

(7) 郵便局を拠点としたことによる運営・実務面の効果

本実証を通じ、郵便局を拠点としたことによる運営・実務面の効果として、以下の点が確認された。

1) 観光拠点としての効果

• 平日の消費機会損失への対応

店舗等の定休日平日に集中し、観光客の機会損失が課題となっている地域において、平日に定休日がなく、中心地に位置するという郵便局の立地と営業形態を活かすことで、平日の消費機会損失を補完する受け皿として機能した。

2) 利用者（観光客）から見た効果

- 観光客との新たな接点創出とイメージ向上

観光客向けアンケートにて「あまり郵便局に行く機会がないので、観光案内等していただけると旅行などでとても助かると思います」といった意見があり、観光客との新たな接点が創出された。

(8) 実証で明らかになった課題

- 無人販売における対応オペレーションの確立

お土産やガチャガチャは無人販売の形式で設置し、実証期間中の売上は計 20 万円以上と、想定を大きく上回ったが、これらの商品の在庫管理や補充などは商品提供事業者が行う体制であるため、郵便局としては直接関わるできない。そのため、商品が少なくなった時や売り切れた際のお客さまからの問合せへの対応や、事業者へ迅速に補充を依頼する連携フローなど、無人販売ならではの対応オペレーションの確立が課題となった。

(9) 事業実装に向けた課題と留意点

- 継続的な集客フックの創出と「当たり前」となる認知の定着

観光客向けアンケートにおいて、「ユーザーファーストの取組で感動しました。」「あまり郵便局に行く機会がないので、観光案内等していただけるととても助かる」といった声が寄せられ、現状において郵便局が観光拠点を担うことは、観光客にとって「新鮮な驚き」として受け止められている。

本実証では、デジタルスタンプラリーが郵便局へ来訪する強力な動機となったが、実装に向けては、こうした明確な目的を持たない観光客にとっても「郵便局で観光の取組を行っていること」が「当たり前風景」として認知される状態を目指す必要がある。そのためには、集客のフックとなる魅力的なコンテンツを継続的に提供しつつ、外部への事前周知を強化し、観光拠点としての認知を定着させることが課題となる。

4 滞在・交流の促進

(1) サービス概要

大森町では、人口減少や高齢化に伴うコミュニティの希薄化により、住民同士が日常的に顔を合わせ、気軽に雑談や相談ができる場が減少しているという課題があった。また、ワーケーションや「保育園留学」等による中長期滞在者が増加している一方で、事務作業やオンライン会議を行える環境（ワーキングスペース等）や、コピー・印刷ができる場所が不足していた。

本実証では、郵便局内で住民を集めたイベントを開催することや、郵便局内にワーキングスペース等を整備し、平日の滞在・交流拠点を創出することで、住民が気軽に集える場の提供や利便性向上を図るとともに、地域住民と中長期滞在者が自然に交流できる機会の拡大を図った。

表 16：滞在・交流の促進実施スケジュール

月	フェーズ	主な活動内容
8月	準備	- 事業計画の調整・最終確認
9月	準備	- 郵便局員向けの周知フロー確認
10月	実証	- 郵便局内への機器設置（モニター・ライト等） - コワーキングスペース運用等開始
11月	実証	- コワーキングスペース運用実施 - 利用実績集計
12月	実証	- コワーキングスペース運用実施 - 利用実績集計
1月	実証	- コワーキングスペース運用実施 - 住民イベント実施 - 利用実績集計
2月	検証・とりまとめ	- コワーキングスペース運用実施 - 利用実績最終集計（件数、利用者属性など） - 評価・課題の整理 - 成果報告書（概要版・詳細版）の作成
3月	検証・とりまとめ	- 成果報告書の最終確認・提出 - 事業の総括会議（自治体・関係機関） - 今後の方向性・横展開の検討

(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（KPI）：
 - コワーキングブースの利用者が月3人以上
※週1名程度の利用があることを想定
 - 住民イベント参加者が3人以上
※郵便局スペースを鑑みて設定

- 目指す成果（アウトカム）：
 - 地域コミュニティの活性化
 - 中長期滞在者の利用増
 - 住民が雑談や相談できる場の増加
- 検証方法：
 - 利用者数（利用状況）の記録

(3) 実証準備

1) 実施体制の構築

表 17：滞在・交流の促進実施体制図

①【代表団体】一般社団法人石見銀山みらいコンソーシアム		
【担当業務】実証事業の統括・企画・進行管理、地域住民や関係団体との合意形成、情報発信		
▼		
②コンソーシアム構成員は以下 6 団体		
株式会社石見銀山 群言堂グループ	島根県大田市	日本郵便株式会社（石見銀 山大森郵便局）
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 実証事業の推進補助 ✓ 取組に関する情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 実証事業の推進補助 ✓ 地域住民や関係団体との合意形成、情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 実証フィールド（郵便局内スペース）の提供 ✓ 郵便局長・社員による窓口でのチラシ配布・参加勧奨

2) 住民・滞在者への周知

イベント周知用のチラシを作成し、住民へ配布した。また、保育園留学等で地域を訪れている中長期滞在者に対し、声掛けによる案内を実施し、施設の認知拡大と積極的な利用促進を図った。



【図 3-4-1：住民への周知チラシ】

3) 機材・システム等の準備

コワーキングスペースとしての機能を提供するため、郵便局のロビーに以下の機材等を準備・設置した。

- 環境整備用什器

文具、プリンタ等

- 通信環境

Wi-Fi



【図 3-4-2 : 会場レイアウト及び機材設置状況】

4) 運用ルール、マニュアルの準備

滞在・交流拠点としてのサービス提供に向けて、準備期間中に郵便局において以下の対応を行い、運用体制を整備した。

- ① 業務手順の確認

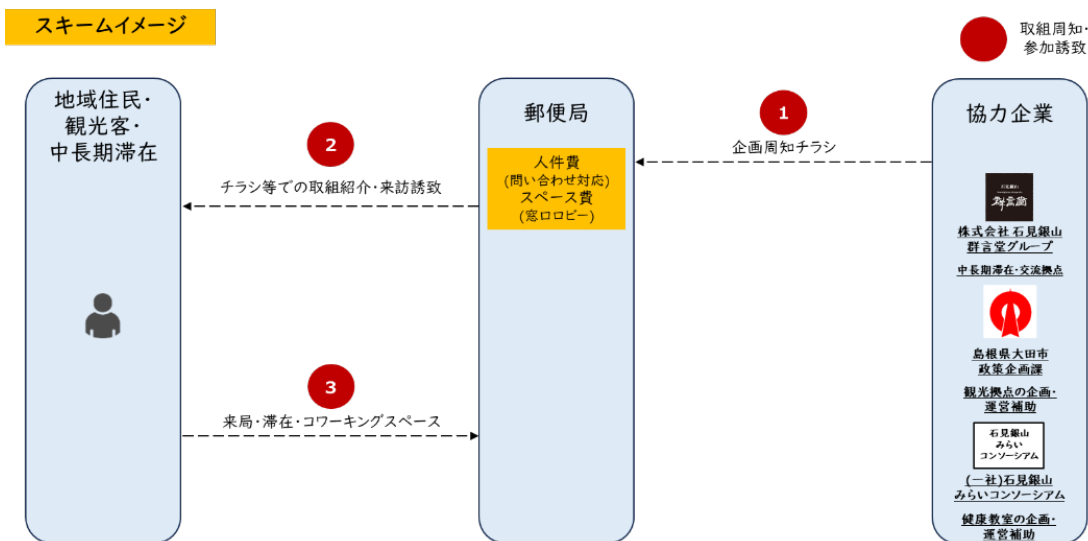
コワーキングスペースの運用手順の確認を行った。

- ② 機器等の操作訓練

設置した機器等の操作に関する訓練を実施した。

(4) 実証の実施

1) 実施の流れ (フロー)



【図 3-4-3 : 滞在交流促進 実施フロー図】

(5) 実施結果

1) 定量的な結果

実証期間中 (10月～2月) における利用実績は以下の通りである。

<実績>

- コピー機利用

10月	11月	12月	1月	2月	計
3件	5件	5件	8件	2件	23件

- コワーキングスペース

10月	11月	12月	1月	2月	計
0人	1人	2人	0人	0人	3人

- イベント

10月	11月	12月	1月	2月	計
-	-	-	3人	-	3人

*但し、2月は1日～13日までの実績

2) 定性的な結果

利用者向けヒアリングの回答からは、以下の結果が確認された。

① 設備に関する評価

- ・「備品等もしっかりしているので、コワーキングスペースがあるのは便利」
- ・「コピー機があるのは大変便利」

② 利用時間に関する要望

- ・「平日 9 時～17 時以外も使えるようにしてほしい」
- ・「土日も開けてほしい」
- ・「コンビニのように、24 時間使えると便利」

③ 設備・機能の拡充に関する要望

- ・「オンライン会議などができる個室形式が望ましい」
- ・「証明書等の交付もできるとよい」

(6) 実証実施の評価・考察

コワーキングブースの利用者は目標「月 3 人以上」に対し、実績は計 3 人（月平均 0.6 人）にとどまり、目標未達となった。また、滞在拠点の利用者数（目標：月 20 人以上）についても、イベント参加者等の数字を含めても目標には届かない結果となった。一方で、コピー機の利用は計 23 回と毎月コンスタントに利用されており、地域に不足するインフラ機能の提供という面では確かな需要を満たしたと言える。

1) 成果と要因

● 地域インフラの補完機能の証明

本実証を通じて、スーパーやコンビニが存在しない地域における事務インフラ（コピー・プリンタ等）の需要が顕在化し、計 23 回の利用実績につながった。「備品等がしっかりしている」「コピー機があるのは大変便利」といった好意的な声の通り、中長期滞在者の事務作業だけでなく、地域住民の生活インフラの補完として有用であることが確認できた。

2) 想定との乖離と課題

コワーキングスペースの利用は伸び悩んだが、その要因としては、ターゲットであるワーケーション層や住民の利用希望時間帯と、郵便局の窓口営業時間（平日 9 時～17 時）の間に乖離があったことが挙げられる。このほか、「オンライン会議ができる個室形式が望ましい」という声もあり、オープンスペースでの作業環境が、実際のビジネスニーズや滞在者の実態に合致しきれなかった点が課題として浮き彫りとなった。

(7) 郵便局を拠点としたことによる運営・実務面の効果

住民の日常生活の動線の中にある郵便局において、プリンタや事務用備品を配置したことで、住民が用事の「ついで」にコピー等を行える環境が整い、地域の生活利便性の向上に寄与した。

(8) 実証で明らかになった課題

① 利用希望時間帯と郵便局の営業時間との乖離

ヒアリングでは「平日 9 時～17 時以外や土日も利用したい」「コンビニのように 24 時間使えると便利」といった強い要望があった。これは、滞在者や日中働きに出ている住民の実質的な活動時間帯と、郵便局の開局時間との間に明確なミスマッチがあることを示しており、スペースを有効活用する上での物理的な制約（営業時間の壁）が明らかとなった。

② 設備及び提供サービスの拡充ニーズ

「オンライン会議などができる個室形式が望ましい」「証明書等の交付も受けられるとよい」といった、より高度な設備や行政サービスの代替を求める声が挙がった。生活利便施設が存在しない当地域において、単なるオープンスペースの提供にとどまらず、都市部のシェアオフィスやコンビニと同等の機能拡充が求められている。

(9) 事業実装に向けた課題と留意点

① 自走化に向けた収益モデルの構築

整備したコワーキングスペース等の滞在・交流拠点を実装し、次年度以降も自走させていくためには、収益化の仕組みが必要となる。中長期滞在者（ワーケーション利用者や保育園留学の参加者等）に向けたオプションプランとして設定し、サービス提供者（群言堂等）や滞在者から利用料として費用を徴収する仕組みを確立することが求められる。

② 営業時間外の利用スキームと設備拡張の検討

ヒアリングで明らかになった時間外利用ニーズに応えるため、事業実装に向けては、スマートロック等を用いた無人でのスペース貸出スキームの導入など、営業時間外における安全な利用ルールと管理体制の構築が大きなハードルとなる。また、防音性の高い個室ブースの整備や、マルチコピー機を通じた行政証明書交付サービスの導入にあたっては、関係行政機関等との連携やシステム導入コストの調整が必要不可欠である。

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) 複数サービスを同一拠点で実施したことによる効果

本実証では、郵便局という同一の拠点で、住民向けの「福祉サービス（健康教室・スマホ教室）」と、域外からの来訪者向けの「観光・交流サービス（無人販売・観光案内・スタンプラリー等）」を複合的に展開した。これにより、以下3点の、単一のサービス提供では得られない相乗効果と新たな行動変容が確認された。

① サービス間の波及効果による「ついで利用」の誘発と、郵便局への親近感の劇的な向上

単独のサービス実施では特定の目的を持つ層しか集まらないが、複数のサービスを日常の生活動線上で展開したことで、「郵便局に来たついでに健康教室に参加する」（第3回健康教室参加者の約3割）といった偶発的な行動変容が生まれた。また、多様なサービスを提供した結果、利用者アンケートにおいて「郵便局を以前より身近に感じるようになった」との回答が、スマホ教室で約85%、観光拠点で90%に達し、地域インフラとしての拠点価値が大きく向上したことが定量的に裏付けられた。

② 地域内外の多様な人々が交わる「交流ハブ」の形成

住民向けの福祉サービスと観光客向けのサービスが同じ空間で提供されることで、観光客にとっては地域の実際の暮らしを間近で感じられる付加価値となり、住民にとっては日常の場に新たな活気もたらされる結果となった。アンケートでも、健康教室及び観光拠点の回答者の100%が「郵便局を起点とした地域内外の交流が今後増えると思う」と回答しており、コミュニティ拠点としての強い期待が示された。

③ 利益を生みにくい社会貢献的な「福祉事業」と、地域外からの消費を促し収益を生む「観光事業」を組み合わせたことによる「相互補填」の効果

集客力や収益をサービス間で補完し合うことで、単独では維持が難しい地域サービスを、一つの拠点の中で持続可能にしていく「暮らしの郵便局モデル」の有効性が実証された。この点、各ステークホルダーから見た具体的な効果は以下の通りであった。

<利用者（地域住民）視点>

健康チェックやスマホ教室といった福祉サービスと、郵便局の通常業務が同一の拠点で提供されることで、日常の用事の「ついで」に気軽に参加できる環境が整った。実際に第3回健康教室のアンケートでは、参加者の約3割（28.6%）が「郵便局に来た次いで参加」と回答している。また、スマホ教室の参加理由として55.6%が「郵便局で開催されて安心である」と答え、「スタッフの方が年寄りにとってもやさしい」といった声も寄せられた。顔なじみの郵便局員がいる空間であることが心理的な安心感を生み、専門的な相談や学習を後押しすることで、社会的な孤立を防ぐ役割を果たしている。

<利用者（観光客）視点>

定休日が平日に集中する地域において、平日も開いている郵便局において、お土産の購入や休憩、情報収集が可能など、様々な拠点となることで、観光の利便性が大きく向上した。なお、この点は、観光拠点に関する利用者アンケートでは、回答者の94%が郵便局が観光拠点を担うことに対

して「よいと思う」と回答しており、自由記述でも「月・火休みが多い地域のため、それをカバーできる
といいなと思います」という切実なニーズが示されていた。

また、同じ場所で地域住民が生活サービスを利用している姿を見られることは、観光客にとって地
域の実際の暮らしを間近で感じる深い満足感につながった。

<自治体(大田市政策企画課)視点>

行政手続や生活情報のデジタル化を進める上で、高齢者のデジタル・デバイド解消は切実な課
題であったが、今回、中立的で公共性が高く、住民の生活動線上にある郵便局において、地域メ
ディアや市職員が直接利用者のサポートを行うことで、初学者でも安心して参加できる環境が醸成
された。特に、市公式 LINE のリニューアルの際、友だち登録からメニュー操作まで現場で伴走支援
でき、住民の学びがそのまま市の情報アクセスの改善（行政サービスとの連動）に直接結びつく結
果となった。このことから、郵便局、地域事業者、市の協働により、住民の暮らしの不安を解消し、
日常の利便性向上に資する「コミュニティ・ハブ」の具体的な拠点像を提示することができた。

<自治体(観光振興課)視点>

町並みエリアにおける平日の観光拠点不足という課題に対し、郵便局を活用することで新たな観
光ハブを創出できた。デジタルスタンプラリー等の案内窓口となることで観光客の周遊を促し、そこで
得られたお土産販売等の収益を地域の事業者に還元する仕組みができた。一箇所の施設が利益
を独占するのではなく、地域全体で連携して経済を循環させる基盤が強化された。

<自治体(健康増進課)視点>

医療機関のない地域において、住民の生活動線上にある郵便局において、健康相談を実施で
きたことで、これまでの行政主体の健診では参加を促しにくかった未病層や現役世代にアプローチす
ることが可能となった。顔なじみの郵便局員が案内役となり、専門家と住民の間を取り持つことで心
理的なハードルが下がり、専門的な支援が必要になる前の早期発見や予防意識の啓発に貢献し
た。

<大田市観光協会視点>

郵便局が複合的な観光案内拠点となることで、観光客が地域内の他施設へも足を運ぶきっか
けとなり、地域全体の事業者が互いに協力して観光地を維持・発展させる体制が強化された。

<石見銀山テレビ放送視点>

郵便局という身近な場所でスマホ教室を開催することで、デジタル機器に不慣れな高齢者が気
軽に参加できる環境を提供できた。参加者がスマホの操作を習得し、家族や行政からの情報と確
実につながることで、社会的な孤立を防ぎ、地域の情報伝達の仕組みから誰一人取り残されない
環境づくりに寄与した。

<島根県立大学視点>

郵便局を実践のフィールドとすることで、大学の持つ専門的な知見や測定機器を直接地域住民
に還元する機会が得られた。郵便局員が住民との間をつなぐ役割を担うことで、教員や学生が住民
の生活背景や悩みにスムーズに触れることができ、より実践的で地域課題に即した教育・研究活動

と地域貢献を両立させることができた。

<石見銀山世界遺産センター視点>

町並みエリアにある郵便局が観光案内やスタンプラリーの拠点となることで、世界遺産センターと町並みエリアを結ぶ観光客の回遊性が高まった。郵便局内でセンターのグッズやガチャガチャが販売されることで、離れた場所にあっても施設の認知度が上がり、地域内で相互に送客し合う効果が得られた。

<郵便局視点>

既存のネットワークや空間を活用し、多様な専門性を持つ関係者と連携して複数のサービスを提供することで、地域住民だけでなく観光客など新たな来局者が増加し、地域のハブとしての役割を確立できた。局員アンケートの自由記述にも「郵便局にお客様が来られる機会が増えたことが最大の成果だった。地元のお客様だけでなく、全国から来られる観光客の方にもとても喜んでいただけたことに喜びを感じた」という声が寄せられている。単独では不採算になりがちな住民支援の取り組みと、収益を生む観光事業を組み合わせることで相互に補完し、地域への貢献を持続可能な形で展開できる仕組みの可能性を提言できた。

(2) 郵便局を拠点としてサービスを提供することによる運営・実務面の効果

本実証を通じ、実証場所を公民館等の行政施設や単なる空きスペースではなく、地域インフラである「郵便局」を拠点としたことで、立地や日常的な住民利用などの観点から、以下のような運営面・実務面での効果が確認された。

1) 「日常的な生活動線」を活かしたアプローチの効率化と集客コストの低減

郵便局は地域住民が郵便や貯金などの日常生活で訪れる場所である。この生活動線上を会場としたことで、従来の行政イベントや検診には参加しなかった現役世代や未病層などに対し、「用事の手いで」という形で自然な接点を創出できた。

事実、健康教室には20代～40代の現役世代の参加があり、第3回では参加者の28.6%が「ついで参加」であった。また、郵便局自体が集客拠点となるため、窓口での声掛けやチラシの手渡しを行うことで、集客コストをかけずに高い参加率や利用促進を実現できた。

2) 「顔なじみの郵便局員」による心理的ハードルの低下

健康相談やスマホの操作指導といった個人的な悩みや不安を伴うサービスにおいて、外部の専門家がいきなり介入することによる住民の警戒心を緩和できた。スマホ教室のアンケートでは、「教えてもらうところがなくてそのままにしていた」という潜在的な困りごとを抱える層が、郵便局員の声掛けにより参加に至っている。

日常的に信頼関係を築いている郵便局員が「つなぎ役」として受付や案内を担うことで、参加者の心理的ハードルが下がり、アンケートの「安心できる」「和やかに勉強できた」という声が示す通り、リラックスして参加ができる「入り口」として機能した。

3) 専門性と親和性を両立する分業体制の確立

「専門的な測定や指導は大学・行政・テレビ放送」、「お土産などの商品管理は民間事業者」、「集

客や会場での案内は郵便局」といったように、それぞれの強みを活かした明確な役割分担を構築できた。

これにより、郵便局員は専門知識を持たなくても通常業務の延長線上でサポートを行うことができ、専門的なリスクを回避しながら地域貢献を持続できる実務的な体制が証明された。

4) 「平日に開いている中心地の立地」を活かした地域課題の補完

実証地域では店舗等の定休日が平日に集中し、観光客の機会損失が課題となっていた。平日に定休日がなく、町並みエリアの中心に位置するという郵便局の立地と営業形態を活かし、局内に無人販売スペースや石見銀山ガチャ、デジタルスタンプラリーの拠点を設置したことで、地域の観光ハブとして機能し、平日の消費機会損失を補う有効な受け皿となった。

(3) 実証により明らかになった課題

本実証において、行政・企業・大学といった多様な主体が連携し、郵便局という同一の拠点で福祉と観光といった複数のサービスを両立させる上で、以下の3つの課題が確認された。

1) 複合的なサービス展開に伴う業務の多角化と今後の影響可能性

① 課題と発生要因

観光事業による想定以上の来訪者増に加え、健康教室やスマホ教室などの福祉事業も複合的に展開したことで、局員が案内すべき情報量や準備作業が一時的に増加した。実証中は大きな負担になっていないが、今後サービス拡大や来訪者が増加した場合には、業務負荷につながる可能性がある。

② 実証中の対応と今後の対応案

複数の事業を持続的に拡大していくためには、特定の組織や個人に負荷がかからないよう環境整備に加え、関係者間での業務範囲の明確な線引きが予防策として必要となる。

2) 専門性の高いサービスを提供する際のリスク管理と環境の限界

① 課題と発生要因

健康教室における専門家との個別相談については、時に個人的な深い相談事項に及ぶ場合がある。郵便局内のオープンスペースに簡易パーテーションを置いてプライバシーの確保を行ったが、それだけでは不十分な可能性もある。

② 実証中の対応と今後の対応案

実証中は専門的な相談は専門家に任せ、配置の工夫等で対応した。今後は、音響マスキングや別室の活用など、運用ルールと環境の両面からの見直しが必要である。

3) 複数主体が関わる収益事業（無人販売等）における連携オペレーションの確立

① 課題と発生要因

お土産や石見銀山ガチャは無人販売形式であり、在庫管理や補充は事業者等が行う体制であるため郵便局は直接関与できない。想定以上の販売実績と利用者がある中で、今後、観光のハイシーズンに実施することになった場合は、売り切れ時にスムーズに対応できる関係者間の業務手順を確立する必要がある。

② 実証中の対応と今後の対応案

実証中は都度事業者と連絡を取り合う形で対応した。複数の主体が連携して事業を持続させる

ためには、商品減少時のお客さまからの問合せ対応ルールや、事業者へ迅速に補充を依頼する明確な連携フローなど、無人販売ならではの対応オペレーションを確立することが課題となる

(4) 郵便局が地域拠点となっていく要件（考察）

本実証で確認された効果や課題を踏まえ、郵便局が地域の多様なサービスを担う拠点として成立し、他地域へも展開していくために必要な要件を以下のとおり整理する。

1) 地域特性に応じた事業の組み合わせと「相互補填」の仕組みづくり

本町のように人口減少や高齢化が進み医療機関が遠方にある一方で、外部からの来訪者が見込める条件を持つ地域においては、住民向けの福祉サービスと、地域外からの収益を期待できる事業を同一拠点で組み合わせることも有効である。

利益を生みにくい社会貢献的な事業であっても、収益事業と掛け合わせることで相互に補完し合い、特定の組織に負担を強いることなく、地域全体で事業を維持していく仕組みを構築することが、持続可能性を高める要件となりうる。

横展開にあたっては、地域資源や人口動態を分析し、相互に支え合う複合的なサービス設計が有効である。

2) 多様な主体の連携と許容可能な業務負荷の維持

地域課題が複雑化する中、一つの組織だけで全ての解決を担うことは困難である。

本実証のように、郵便局、行政、大学、民間企業など、多様な主体がそれぞれの強みを持ち寄り、協力し合う体制が必要である。その際、郵便局員に過度な業務負荷や心理的負担が集中しないよう、「日常的な声掛けや場所の提供は郵便局」「専門的な指導は大学や行政」「商品管理は民間事業者」といった明確な役割分担を設けることが重要である。

局員が専門外の対応によるリスクを負うことなく、通常業務の延長線上でサポートできる体制を整えることが、長期的な事業継続の鍵となる。

3) 関係機関との対話と柔軟な合意形成のプロセス

地域の事業者が郵便局を拠点として事業を自走・継続・拡大していくためには、共に事業を創るパートナーとの円滑な合意形成と、事業のスピード感に合わせた意思決定のタイムラインを共有することが不可欠である。

単なる場所の貸し借りとして捉えるのではなく、地域を良くするという共通の目標に向かって対話を重ね、予算確保や契約に向けた実務的な調整を柔軟に行える関係性を築いておくことが、他地域へ展開する際にも重要となる。

(5) 事業実装に向けた課題と留意点

本実証を通じ、郵便局を地域の多様なサービスを担うコミュニティ・ハブとして実装し、継続・拡大していく上で乗り越えるべき課題と留意点を以下のとおり整理する。

1) 多様な主体を繋ぐコーディネーターと専門人材の確保（人材・体制の構築）

本実証では、郵便局、自治体、企業、大学など多様な団体が連携する複雑な枠組みであり、事業の推進にあたっては、代表団体において関係者間の目標やメリットを調整しプログラムを作り上

げる「コーディネーター人材」の存在が不可欠であった。

一方で、代表団体自身の人材面の課題や、それぞれの取組の頻度を高め、規模を拡大していくための「専門人材」の持続的な確保も課題として確認されている。

他地域で実装し自走させていくためには、関係者を束ねるコーディネーター人材を地域に配置・育成するとともに、専門的なサービスを無理なく提供し続けられる持続可能な人材リソースの確保と体制づくりが必要となる。

2) 関係機関との意思決定スピードの違いと調整の壁

本実証では、地域の課題を解決する「暮らしの郵便局」として、郵便局を活用する新たな仕組みを検証し、実証期間が終了後も関係主体の間では継続的な取組に向けた意欲が高く維持されている。25年12月に代表団体から日本郵便に対して、行政も交えたコンソーシアムとしての継続実施に向けた意向を示しており、今後の可能性について協議が進められている。

日本郵便側でも事業化に向けた社内での検討が進められており、継続の具体的な形や条件について関係者間で調整を行っている段階である。そのため、地域内での具体的な体制検討は、今後の協議結果を踏まえて順次進めていく予定であり、関係者は継続的な展開に向けて準備を整えているところである。

想定よりも調整に時間がかかることから、実証事業から実装まで一定の空白期間が生じるため、関係機関や地域との連携体制をあらためて確認・強化していく必要があると考えられる。地域が主体的に郵便局との連携を進める際には、パートナー企業側での検討プロセスや調整の流れをあらかじめ確認し、地域側のスケジュールと合わせながら進めることの重要性が確認された。

今後、他地域で同様の取組を行う際にも、双方が早期に情報を共有し、柔軟に対応できる連携体制を整えることが、より円滑で持続的な運営につながると期待される。

(6) 郵便局を地域の拠点として活用する意義（まとめ）

人口減少や高齢化が加速し、行政による支援（公助）や単独の民間企業による市場メカニズム（自助）だけでは地域社会の維持が困難になりつつある中、本実証は、郵便局という既存の生活インフラを、様々な関係者を繋げることで「共助の拠点」として再定義し、地域の持続可能性を高める新たなモデルを提示した。

本実証が示した意義は、郵便局が単なる「場所の貸し出し」にとどまらず、地域の課題解決に向けた「エコシステムの核（コミュニティ・ハブ）」として機能し得ることを証明した点にある。利益を生みにくい住民生活に不可欠な「福祉（暮らし）」と、域外から利益を呼び込む「観光（経済）」という本来交わりにくい2つの領域を、郵便局という空間で結びつけた。そして、行政、大学、民間企業といった多様な主体を、郵便局が長年培ってきた「住民との信頼関係」をベースに繋ぎ合わせることで、特定の組織に過度な負担を集中させることなく、地域全体で価値と収益を循環・補完し合う体制を構築していくための重要な基盤（糸口）を提示したのである。このように、「収益確保」と「社会貢献」を両輪で回し、地域社会のレジリエンス（強靭性）を高めていくアプローチこそが、これからの地方創生において郵便局が果たすべき中核的な役割と提言する。

1) 社会貢献と収益確保を両立し、互いに補完し合う事業構造の創出

地域を維持するためには、利益を生みにくいが住民生活に不可欠な「福祉サービス」を継続する仕組みが必要である。本実証では、この社会貢献的な取組と、地域外からの消費を促す「収益事業」を郵便局という同一の空間で組み合わせた。

単一の組織が利益を独占したり、身銭を切って一方的に奉仕したりするのではなく、収益事業で得た利益や集客力を、福祉事業の維持に還元・補完させるエコシステムを構築できる点が、郵便局を多機能な拠点として活用する最大の意義である。

2) 多様な主体が連帯し、地域の資源を最大化する「共助のプラットフォーム」

複雑化する地域課題は、もはや一組織の力だけで解決できるものではない。本実証では、郵便局が「日常的な住民との接点と信頼」を提供し、大学や行政が「専門的知見」を、民間企業が「商品やシステム」を持ち寄るという明確な役割分担のあり方が示された。

地域の中心にある郵便局が、多様なステークホルダーを結びつける「ハブ」として機能することで、各主体の強みが掛け合わされ、特定の組織に過度な負担を集中させることなく、地域全体で課題解決に当たる持続可能な共助の基盤となる可能性が確認された。

3) 日常の接点を活かした、予防的アプローチと心理的安心感の提供

医療機関のない地域において、住民が日常生活の動線上で訪れる郵便局で健康相談等を実施したことで、これまで行政の検診等には足を運ばなかった現役世代や未病層との自然な接点が生まれた。顔なじみの郵便局員が間に入ることで、住民の警戒心や心理的ハードルが下がり、深刻な問題に発展する前の「入り口」として機能した。

さらに、大学や行政、民間企業といった「地域で社会貢献や課題解決に取り組みたい外部プレイヤー」が持つ専門的なサービスや意図を、郵便局が地域住民に受け入れやすい形に「翻訳」し、安心感をもって両者を繋ぐ役割を担ったことは、地域に深く根ざし、住民からの信頼を長年蓄積してきたからこそ成し得る極めて重要な意義である。

4) 地域の関係資本と経済を循環させ、未来の土壌を育む役割

人口減少に伴うコミュニティの希薄化により、住民同士が日常的に顔を合わせ、気軽に雑談や相談ができる場が地域から失われつつある。こうした中、郵便局に観光案内や福祉等の機能を持たせることは、平日の消費機会損失を防ぐという経済的効果にとどまらず、地域住民、観光客、移住者や中長期滞在者など、多様な人々が自然に交わる「コミュニティ・ハブ」の可能性を生み出した。

単なる物流や金融の窓口を超え、地域の日常の風景を共有し、人々の繋がりや地域への愛着を育むインフラとなることは、人口減少が進む地域がレジリエンスを保ち、次世代へ豊かな地域社会を引き継いでいくための重要な基盤となる。