

共助型買物「おたがいマーケット」

日本郵便株式会社 事業共創部

2025年2月4日

日本郵政の課題認識

- 自社内のみで考える「新規事業×社会的インパクト」の限界
- 社員が越境し、既存の業務を離れて「打席に立つ」経験の必要性

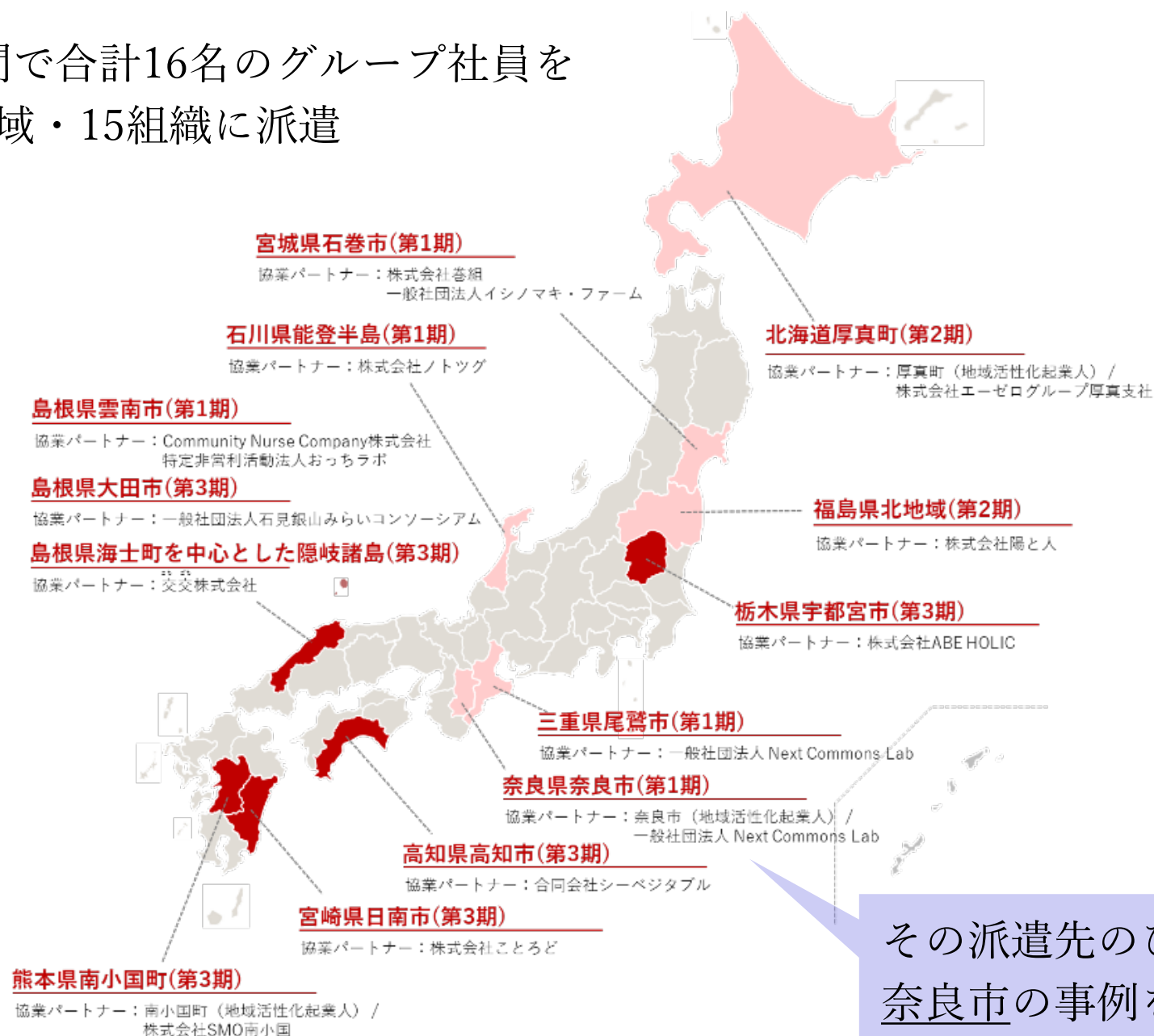


2022年4月、「ローカル共創イニシアティブ」始動

- ✓ 社員をローカルベンチャーや自治体に2年間派遣
(グループ横断の社内公募により手挙げて選出⇒2年間の出向)
- ✓ ビジネスによる社会課題解決に、社員自身の自責思考で挑む
- ✓ 同時に、地域における郵便局の新たな役割を模索

日本郵政の試み

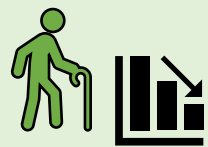
3年間で合計16名のグループ社員を
13地域・15組織に派遣



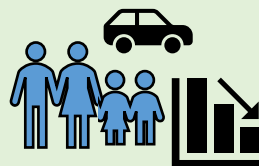
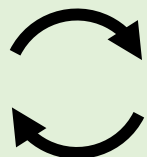
その派遣先のひとつ
奈良市の事例をご紹介します

検討背景

ローカルの状況



少子高齢化に伴い、買物をはじめとする各種サービスの水準低下



地域の将来を担う人口の流出、さらなるサービスの水準の低下



住民同士のコミュニケーションの減少



住民の地域参画機会の減少



将来に対する閉塞感の蔓延

不可避の少子高齢化により、各種サービス水準低下と人口減のスパイラルに人口が減少することにより、地域の活力が包括的に低下
こうした状況が、面的に、かつ急速に進行

【求められるソリューションの方向性】

- マーケットの縮小により、従来のサービスモデル（自助・公助によるフルサービス）は継続が困難
⇒「共助」による新しいサービスモデルを構築する
- 利便性を維持するだけでは、地域の活力低下に歯止めはかからない
⇒住民同士の接触を生活に組み込む

日本郵便のリソース：物流網



- ユニバーサルサービスを提供するため、市街地からローカルに向け、毎日運送車両を運行（奈良市の場合、中心部の物流ハブから東部の中山間地へ、1日3便トラックを運行）
- この車両の余積の範囲内であれば、コストを抑制しながら市街地のモノをローカルへ輸送可能
- また、市街地に物流ハブ、そこからローカルへ物流動線が伸びるという構図は全国同様

共助型買物サービス 「おたがいマーケット」

- 2024年3月27日、奈良市東部地域でスタート
 - ※ 2025年2月時点で、奈良のほかに山形県山辺町、静岡県静岡市（実証実験）にて提供中
- 毎月定額（税込1,650円）をお支払いいただくことで、地域内の拠点で、ネットスーパーの商品が受け取れるサービス
 - ※ 生鮮食料品や日用品、医薬品も含めて注文の翌日に配達
 - ※ 既存物流の余積を活用して輸送することから、1日あたりの受注件数には上限あり
- 住民・自治体・企業等、関係者がお互いに歩み寄ることでコストを抑制し、持続可能な形で提供
- 受取先拠点は、地域内のコミュニケーションを経て設定することも可能（地域づくりへの小さな参画）
- 受取先拠点を使って何をするかは、地域住民に委ねられる（各々のやりたいことをやる空間）

生活利便性

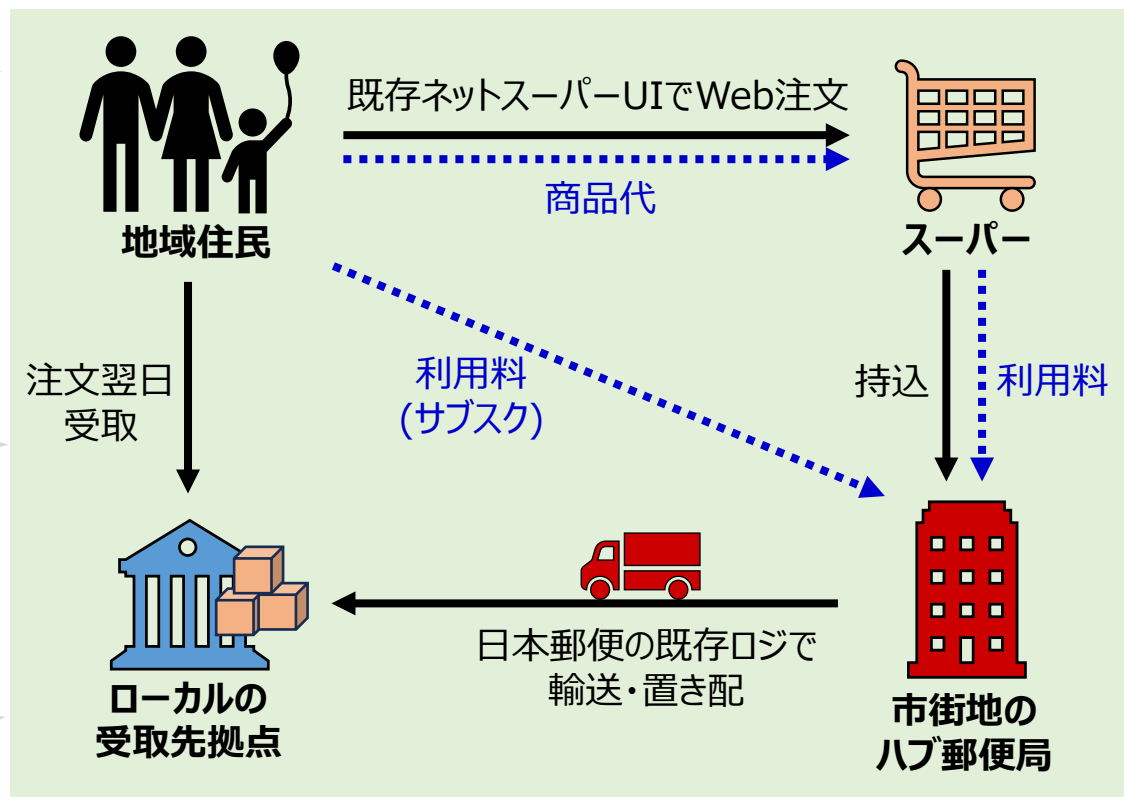
歩み寄りによってコストを抑制することで、利便性が生まれる

共助

住民自ら参画することで、地域に共助・自治の素地が生まれる

地域参画

買物という行動を通じて、地域内に自分の居場所・出番ができる



共助型買物サービス 「おたがいマーケット」

日本郵便株式会社
事業共創部



【Appendix】 対となるサービス：地域物産のエリア内流通サービス

- 2024年4月1日、奈良市にてスタート
- 市街地においても、ローカルのものにアクセスできるような形を作る（おたがいマーケットとは逆の向き）
- 日本郵便と地域の中間支援組織が協力しあい、これまで地消されていなかった物産の流通を促進するサービス
- 地域や中間支援組織へお金を生むとともに、住民の社会参画、産業の維持、食のレジリエンス獲得等を企図
- おたがいマーケットと対をなし、ローカルと市街地が支え合い、有機的に結びつく経済圏を作ることを目指す

社会参画・関係性構築

ローカルの生産・出荷に対するニーズが高まり、自分の出番が増える

地域産業の維持

先細りだった地域産業に、消費増の傾向が見えてきた

食のレジリエンス獲得

市街地で消費されるものが、すぐ近くで生産されている

