

「農山漁村」経済・生活環境創生プラットフォーム 第1回専門部会
市街地と農山漁村間における物流網の維持・確保
ー日本郵便株式会社の取組からー

日本郵便株式会社 事業共創部

2025年2月13日

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

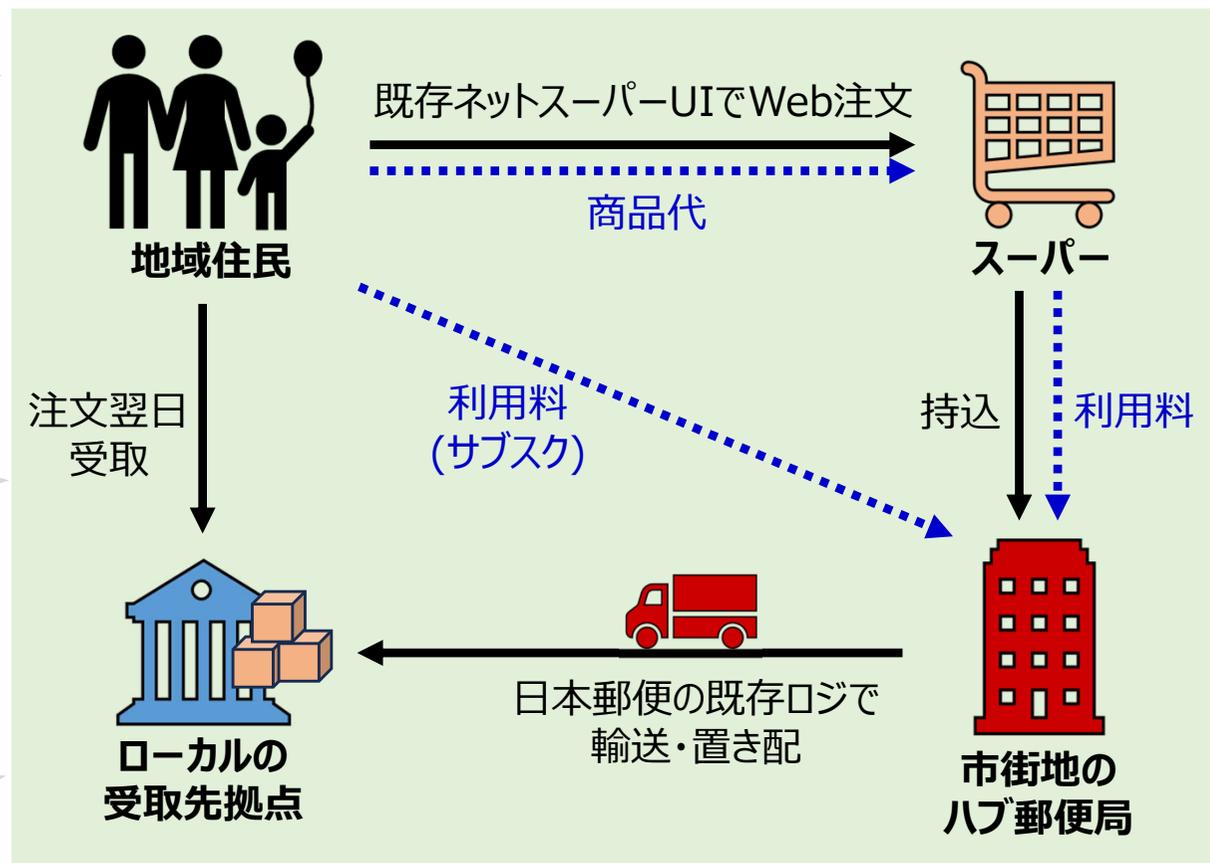
歩み寄りによってコストを抑制することで、利便性が生まれる

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





- 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

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

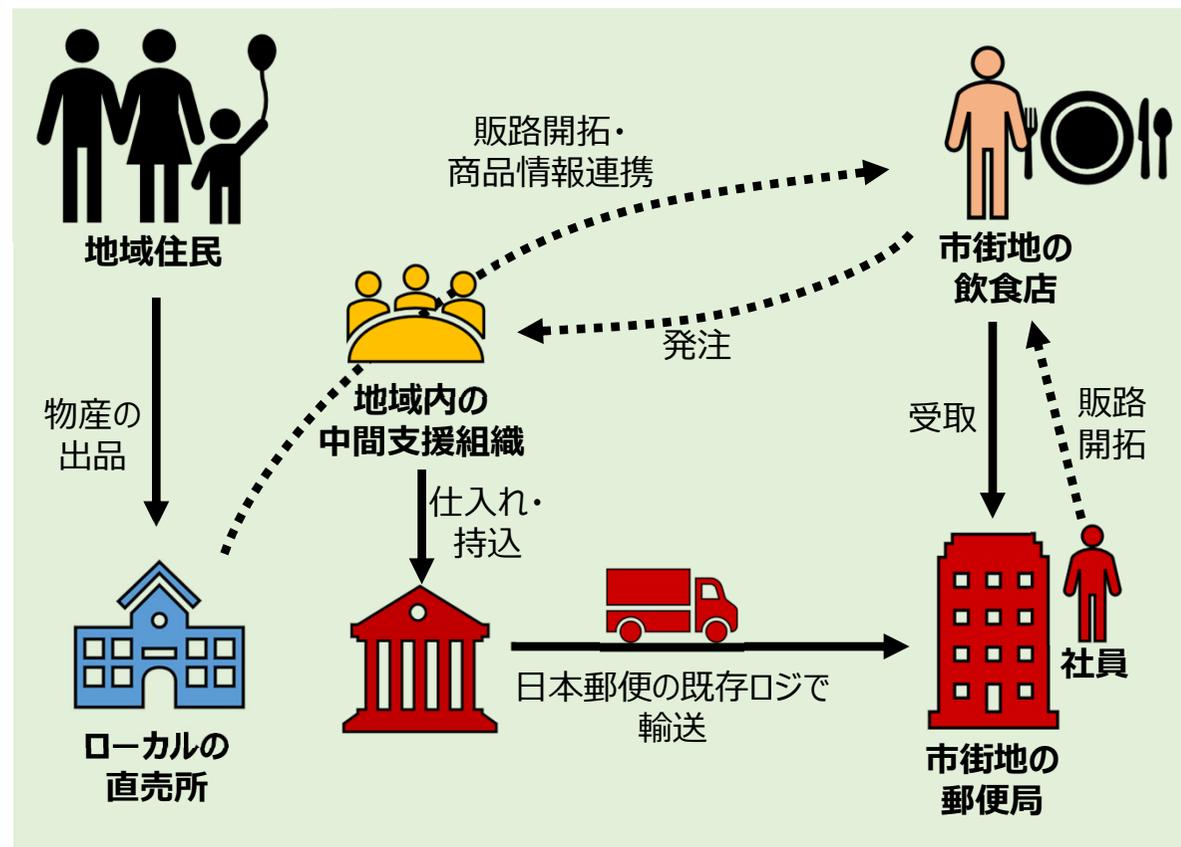
ローカルの生産・出荷に対するニーズが高まり、自分の出番が増える

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



対となるサービス：地域物産のエリア内流通サービス

【商流のイメージ】



【物産購入者（飲食店）×生産者の交流会】



各取組の課題

共助型買物サービス「おたがいマーケット」



- 自治体のご協力なしに、地域への定着が望めない
 - ✓ 本サービスはステークホルダーの歩み寄りを前提としているため、Webによる注文、自宅ではなく拠点での受取、1日あたり注文数の上限等、利便性の面で不十分な点あり
 - ✓ こうした諸課題について、地域の将来を見据え、ともに取り組むパートナーになっていただきたい
 - ✓ また、住民への浸透においても、提供事業者である日本郵便やスーパーのみによる周知だけでは効果は限定的であり、官民協働による機運醸成をご一緒いただきたい

【課題への取組イメージ】

- 住民は高齢者が多く、デジタルデバイスを持っていない
→受取先拠点にオンライン端末をひとつ設置すれば、教えあいによる注文から受取までが完結する拠点が作れる
- 事業者がチラシを配布しても、関心をもつ住民はわずか
→自治体と事業者が、買物をフックに地域の将来を考えるワークショップを開催し、意見を出し合う

- 受取先として、適切な施設が必要
 - ✓ 商品の受取先拠点は、有人施設である必要があり、かつコミュニケーションのとりやすさ、機能の拡張性（買物以外に住民の主体性が発揮できるか）等を考慮して決定
 - ✓ その選定・整備・運営については、自治体含む地域の皆さまにご協力をいただきたい

【課題への取組イメージ】

- 地域内の施設としては、公民館、地域産品の直売所、小中学校、未利用の工場等がある
→地域住民が買物のほかに交流や学びに活用すると同時に、観光客との交流も見込める直売所を受取先拠点に選定

各取組の課題

地域物産のエリア内流通サービス



➤ 地域商社としての機能が必要

- ✓ 既存物流の余積（空きスペース）を活用したライトな物流は日本郵便にて提供するものの、商流の拡大・安定には、地域の商品のピックアップや発送、マーケティング等を担う組織が必要
- ✓ 極めて少量の流通からスタートできるものの、将来的な生産地としての在り方や、近隣市街地と築いていく関係性等を検討し、地域をアテンドいただきたい

【課題への取組イメージ】

- 直売所には、露地栽培の季節の野菜しか並んでいない
→まずは良質・安全な食材として販路を開拓、将来的には高付加価値化や加工品の生産・販売等を目指す
同時に、生産地となるだけでなく、市街地との交流を通じて住民の地域参画を促進する

➤ 商品の集積施設が必要

- ✓ 奈良においては既存の直売所を活用し、店頭には並ぶ商品の情報を飲食店へ連携するとともに、受注した商品をまとめて仕入れ・発送
- ✓ こうした施設がない場合、商品情報連携の効率が著しく悪化するとともに、受注品の一括発送ができないため輸送費が膨らむ

【課題への取組イメージ】

- 趣味で野菜を栽培している住民は複数いるが、地域内にその集積所がない
→まずは市街地への出荷を念頭に、小規模な直売所を開設
リアルな顧客が安定するまでの間、Webを活用して市街地への販売に注力し、将来的な生産地化を目指す