

郵便局による産品開発支援モデルの構築と実践

～「内発性」と「事業活動」の相乗効果を促進する地域づくり～

2025/2/4
生田 遼資

生田 遼資(いくた りょうすけ)

<現在の所属>

- ① 壱岐市役所 一緒に推進課
- ② 日本郵便 本社 総務・人事部
- ③ 慶應義塾大学大学院
政策・メディア研究科(3月修了予定)

1. 研究概要

2. フィールドでの実践

3. 結果

◆研究概要

- ・ 住民主体の地域づくりを促進する取組みとして、地域産品開発に注目。
- ・ そのために重要とされる「地域づくりに対する内発性」と「市場を通した事業活動」の相乗効果を引出す支援主体として郵便局を選択。
- ・ 郵便局による産品開発支援モデルを構築・実装する

既存の 地域コミュニティ

- ・ 漠然とした課題
- ・ 眠っている
資源・人材

地域産品開発

地域づくり
に対する
内発性

市場を通した
事業活動

支援

「地域の利便性向上」を担う
郵便局

活性化した
地域コミュニティ
⇒「住民主体の
地域づくり」促進

「地域の住民たちが自ら地域の事を考え、将来あるべきイメージを描き、自ら地域をよりよく行うるために活動をしてゆく継続的プロセス」
(土井,2019)

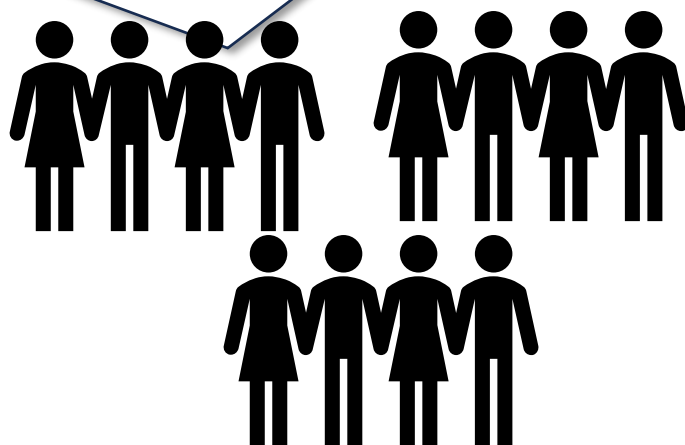
Q.地域づくりに場で「事業活動」を行うことは実は難しいのでは？

「まちづくりのためにやっているから、儲けるつもりはない」

「**売ることより、まずは自分たちで**やっていきたい。」

「試作品まで作ったが、商品とする段階で、事業者側は売るほどでもなく、まちづくり協議会でも売ることはできず断念」

(筆者による長崎県壱岐市「壱岐市まちづくり協議会」で産品開発を試みた事例の予備調査)



地域づくりに対する「思い」や「やる気」
＝ 「内発性」を損なわずに「事業活動」を行うようには、
誰かのサポートが必要なのは？

郵便局の成立

- ・地域の有力者、顔役が郵便局長に
⇒ 局長＝地域に詳しい、相談できる存在
- ・郵便網、貯金、保険
⇒ 当時の国民生活を豊かにするサービス

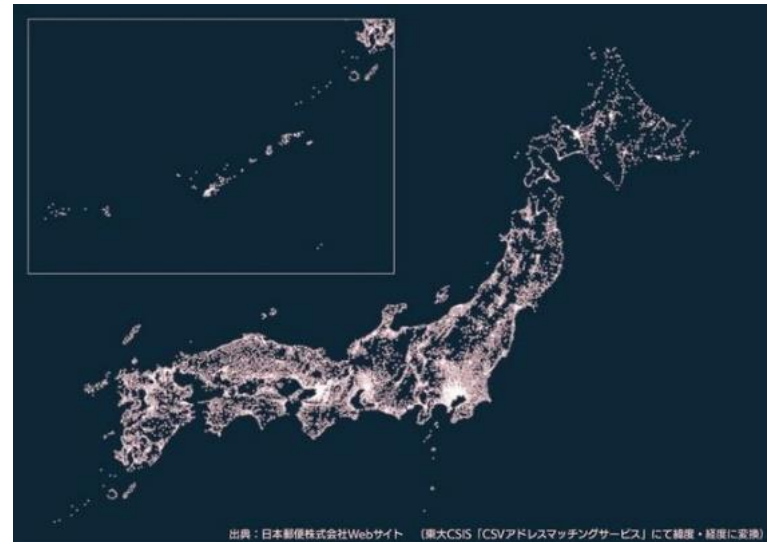
根拠法令・理念

日本郵便株式会社法 第1条

「郵便局を活用して行う 地域住民の利便の増進に資する業務を営むことを目的とする株式会社」

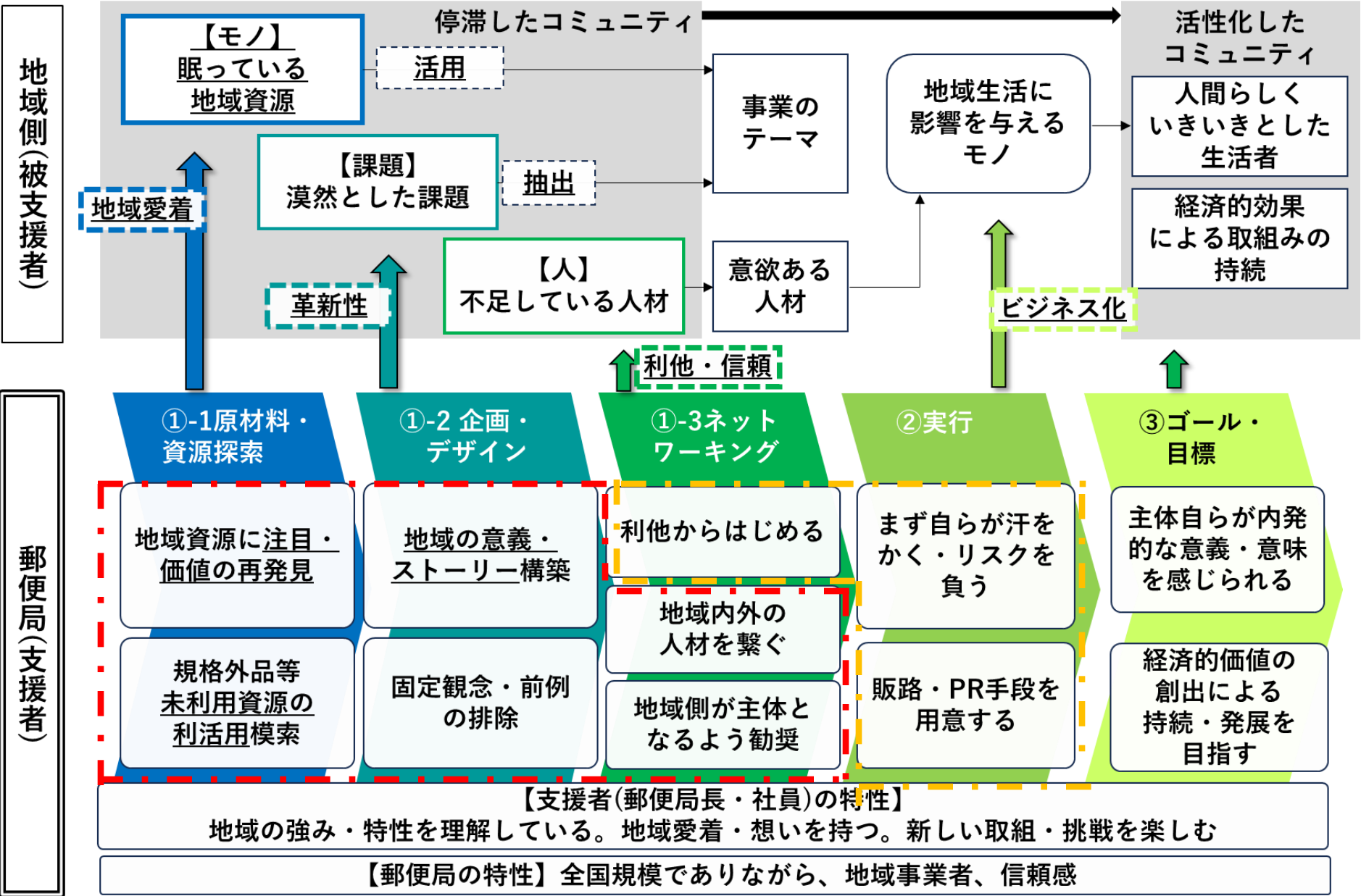
拠点

- ・一組織体で全国のネットワーク
- ・全国のどこにでもある身近な存在
(1自治体1郵便局以上が義務)



住民主体の地域づくりを支援していく可能性・意義あり

支援モデルの構築



内発性
喚起・促進

内発性を損
なわない
事業活動

1. 研究概要
- 2. フィールドでの実践**
3. 結果

実装フィールド

現在の居住・活動地である**長崎県壱岐市**にて実装。

- ・九州北部、韓国との間に浮かぶ国境離島
- ・人口：25,001人（2022.11.30現在）
- ・面積等：139.42km² 周囲約191km
- ・広域：南北約17km、東西約15km（※山手線1周よりちょっと大きい）
- ・福岡市から高速船で約1時間
- ・東京羽田発で最短4時間（福岡経由）

◇市内郵便局数10局

◇第一次産業従事者21%（県平均8%）

◇15の「まちづくり協議会」が存在。



実装ケース

海産、農産、工業の3つの産品開発支援を実践。

<支援モデル①～②フェーズ>

- ・2024年4月～12月頃

壱岐市まちづくり協議会への訪問・課題の抽出、壱岐市内郵便局との関係構築、地域資源の調査

<支援モデル③～⑥フェーズ>

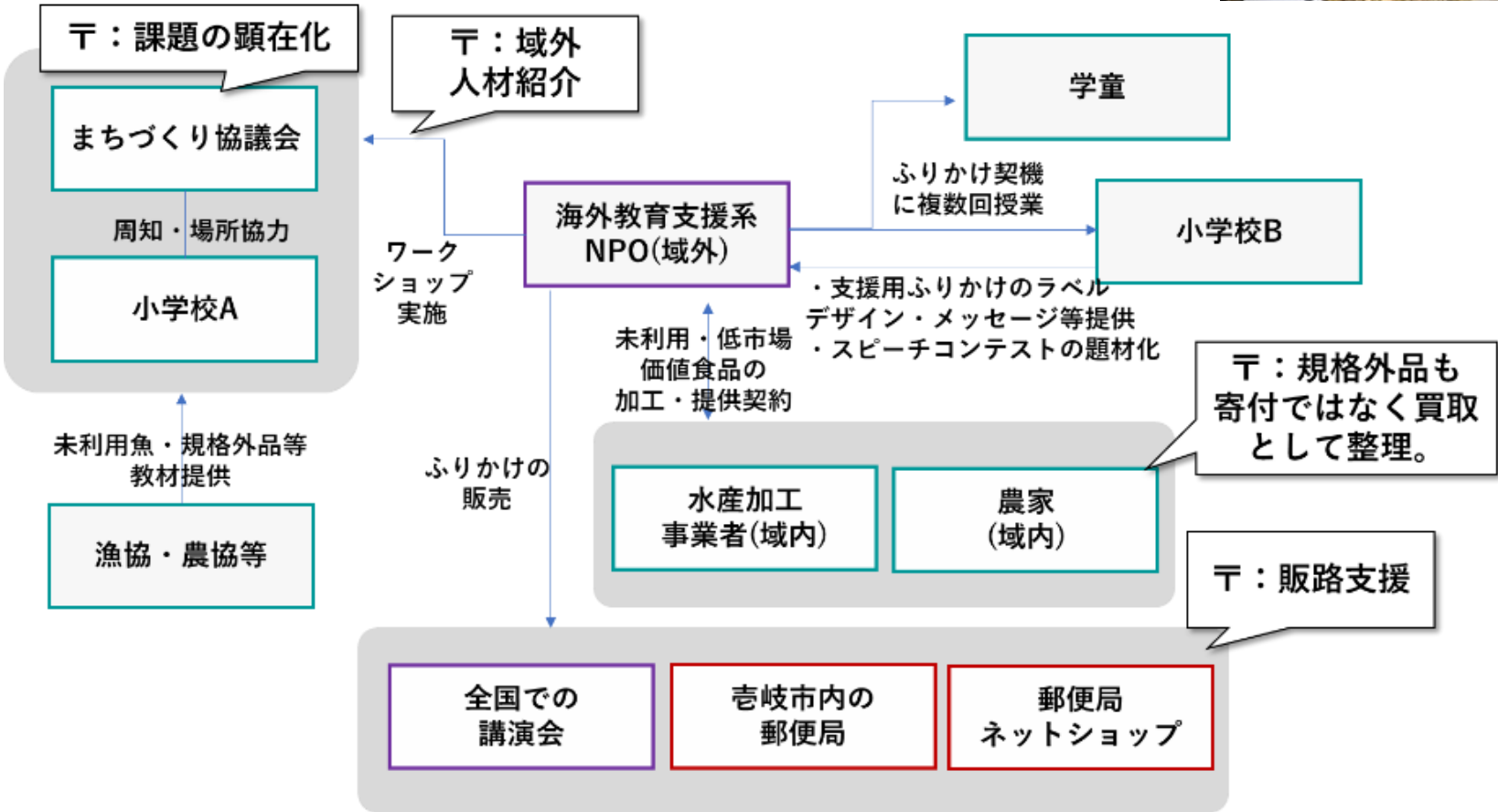
- ・2025年1月～ 個別のケースに対して、支援を開始。

【事例1】低価値食材活用「ふりかけ」開発と持続的な教育機会提供

- ・「子供たちに多様な授業機会を提供したい」というまち協側の声きっかけ。
- ・域外のNPOを招聘し、ワークショップ。規格外食品のふりかけを試食・企画。



- ・販売品として開発。
壱岐市内の業者・農家と協業し原料製造・調達。
- ・2024年9月～壱岐市内の郵便局や全国の講演会での販売を開始。
- ・2025年1月～郵便局ネットショップで販売開始。



支援モデルの実装①



郵便局のネットショップ

何をお探しですか？



ホーム > 食品・グルメストア > なかよしふりかけ > なかよしふりかけ～壱岐の海と山の幸味～



P ポイント使用可 NEW ネットショップ

なかよしふりかけ～壱岐の海と山の幸味～

1,000円 (送料・税込)

商品番号：9986200001

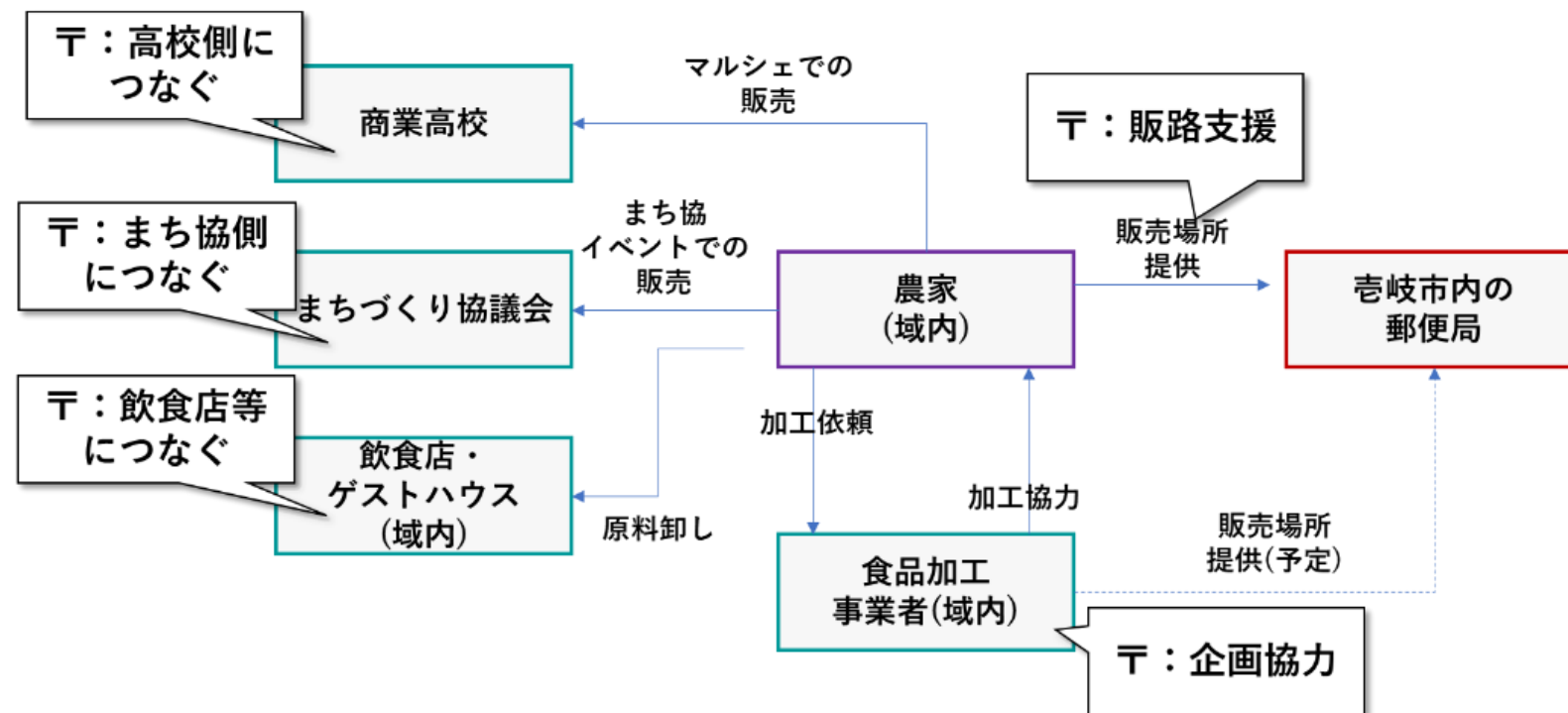
「壱岐島が生んだ世界平和のふりかけ」 壱岐島の平和講演会から生まれた島の魅力をたくさん詰め込んだふりかけ。規格外のアジのいりこやニンニクがふりかけとなってフードロスを解決。さらに「1BUY, 1GIFT」で売上はNGO団体なかよし学園を通じて世界の食糧支援活動に使われます。ごはんはもちろん、パスタやサラダにも合う壱岐のふりかけを是非ご賞味ください。

- 商品内容
なかよしふりかけ：壱岐の海と山の幸の味(50g)×1

【事例2】

直販を目指す農家の加工品開発・販路拡大支援

- ・じゃがいも農家が、農協を通さない直販に苦労。
- ・郵便局での無人販売やまちづくり協議会のイベント、商業高校のマルシェ、地元飲食、宿泊事業者への紹介で販路拡大支援。
- ・販売に向かず、種芋にもならない小さいサイズの芋を、保管が効ように地域の加工業者と繋ぎ、真空パック加工品の試作協力。
- ・安価な配送提案。



支援モデルの実装②



14:22 54%

← 投稿

crossport_msz他が「いいね！」しました
ikitsushimapostoffice 7月23日から7月25日までの3日間、比田勝郵便局に高校生が職場体験に... 続きを読む
7月25日



45

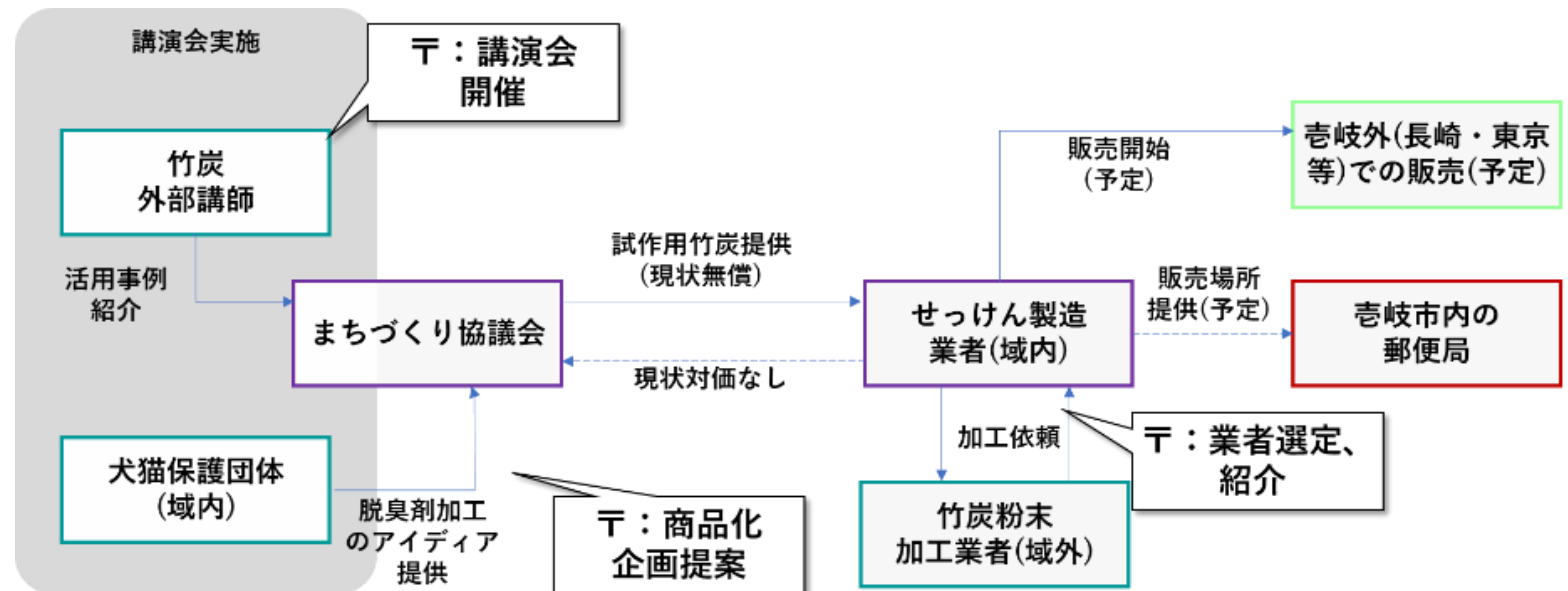
crossport_msz 他が「いいね！」しました
ikitsushimapostoffice 芦辺郵便局よりお知らせです

吉野市の郵便局では7月8日から7月31日まで
 「かんば夏のご相談キャンペーン」を開催してありま
 す。

【事例3】

まち協製造の竹炭を使った海にやさしい石鹸開発

- ・まち協が伐採した竹から製造した竹炭を販売中。販売数が伸びない状況。もっと多くの人に知ってもらい、喜んでもらうにはどうしたらいいか。
- ・島内の化粧品製造許可をもった事業者には竹炭を原料として提供。
- ・壱岐の海にもやさしい、壱岐らしい石鹸の商品化を目指す。
- ・2025年4月から郵便局も含めて販売開始予定。



支援モデルの実装③



地域住民の「やりたい」を支援するコミュニティ・スペースを郵便局内に設置



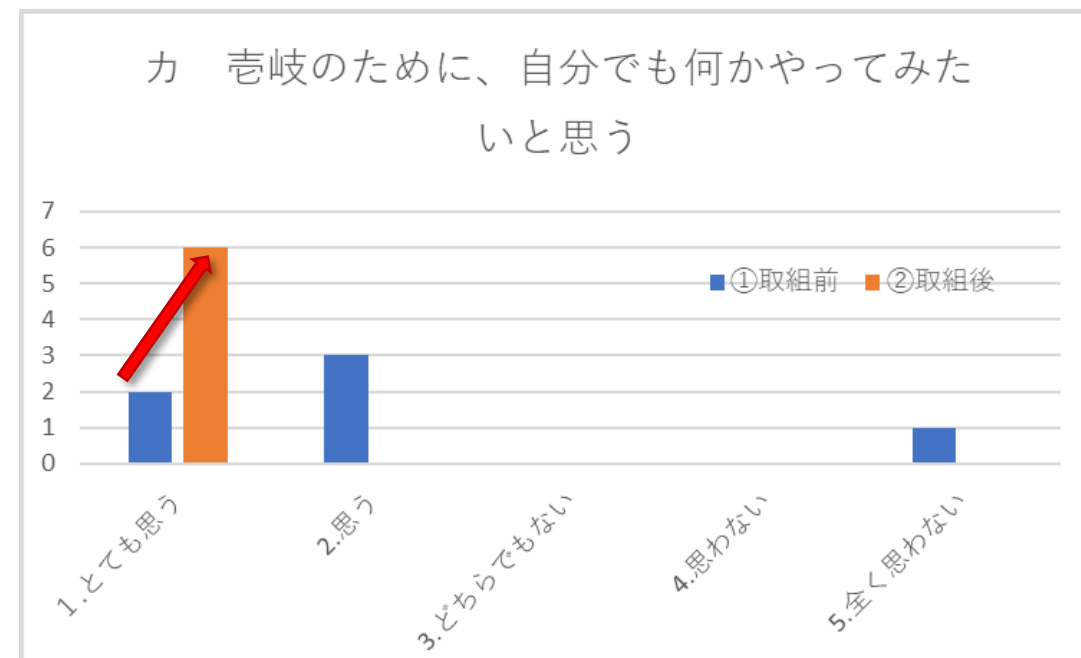
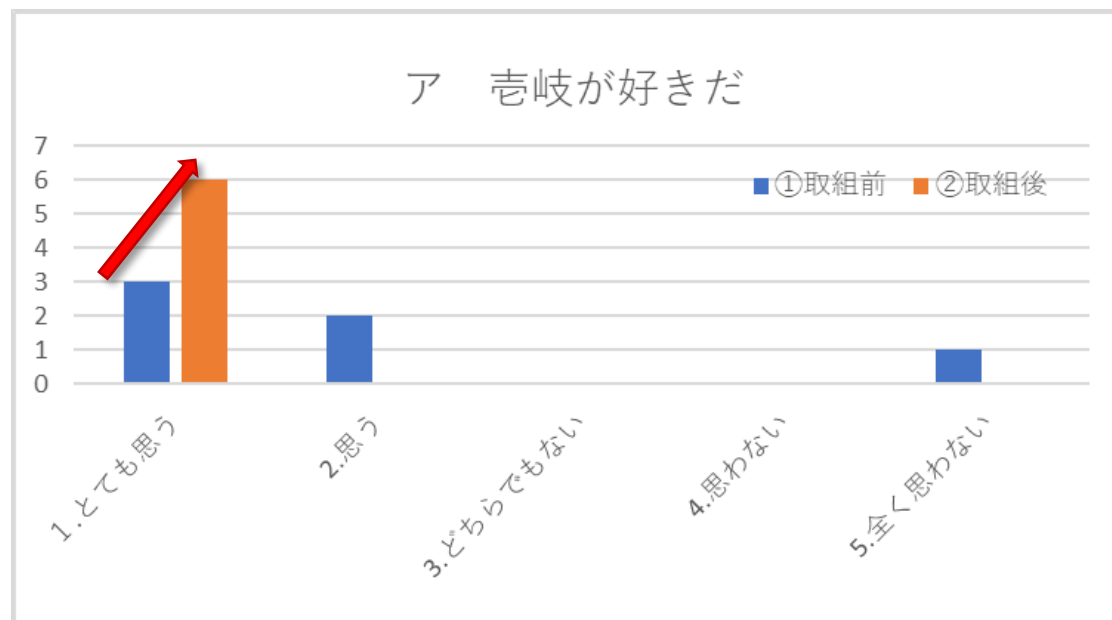
1. 研究概要
2. 実践
- 3. 結果**

【実装結果 1】 地域づくりのための事業活動化

◇結果： 3つのケース中、販売中： 1、販売開始予定： 1、試作段階： 1
⇒販売まで可能な産品開発を2ケース創出。



Q.取組みを通して、関係者の意識に変化はあったか。内発性は促進された？



「壱岐が好き」 「地域のために何かやってみたい」
＝ 地域愛着UP

Q.取組みに参画した理由は？感じたことは？

回答

先々を考えて、いいことがあるかもというちょっとわくわく感もあった。

壱岐という背景と、自分の団体のノウハウが合わされば、なんか面白いイノベーションが起こるかおもしろいという期待はあった。

新たな販路やつながりができるのは面白そうだし、一緒にやれたらいいなという感じ。

野菜は面白い。いろいろ作れる可能性がある。広がりができ、話をしていると、楽しいですね。



新しい取組や可能性に対する期待感やわくわく感
(面白そう・楽しい)「自分も何かやってみたい」UP

Q.取組みに参画した理由は？感じたことは？

回答

物事に対して、人に対して、どうしてもお願いしたいという、言葉遣い・相手を見る目としても、熱くなければそれだけの人間としか思わない。

相談したり話をしていたら、「もう大変なことだ」っていう風に思ってくれて。無人販売やまち協を提案してくれて、よかったですね。

一番のメリットは、自分と違う人間が、同じ志を持ったっていうこと。やっぱり「人が幸せであるように」みたいなところを願っている人間とでないと、「**自分のキャリアアップのため。実績が欲しい**」みたいなやつとは、なかなか一緒にはできない。



利他的な接し方に対する共感がポイント

Q.事業活動としていくことに関して感じることは？

【事業者側】

回答

成功すれば、ふるさと納税含めて、いろいろ販売できないかなと。先を見越して、商売人とはそういうものじゃない？

ボランティアばかりじゃ続かない。微々たるものでいいから、少しでも利益を。汚い話だけど、少しでも利益を出さないと長く続かんと思うよ。

一人でやるならいいけど、みんながボランティアってのは無理な話。やっぱり従業員の生活につながっているから、ボランティアでやれと言ってもやれない。

【地域側】

回答

私たちとしては、学ばせていただいたし、「支援」ということで関わらせていただいた。

でも支援のためには、ふりかけも売れないとも思う。

まち協の活動というだけでなく、
(地域のほかの人・事業者の)
お役に立てればと。

事業者側：事業活動は必須要素

地域側：地域取組み持続のための、必要な手段との理解

地域愛着
の喚起



固定観念にとらわれな
いイノベーション性



内発性

(地域のために自分もやってみたい、
ワクワク感、自慢・誇り)

利他・信頼に
基づく支援姿勢



事業活動を伴う
目標・ゴールの設定



事業活動

(少しでも利益を出す、持続してい
くために稼ぐ)

+

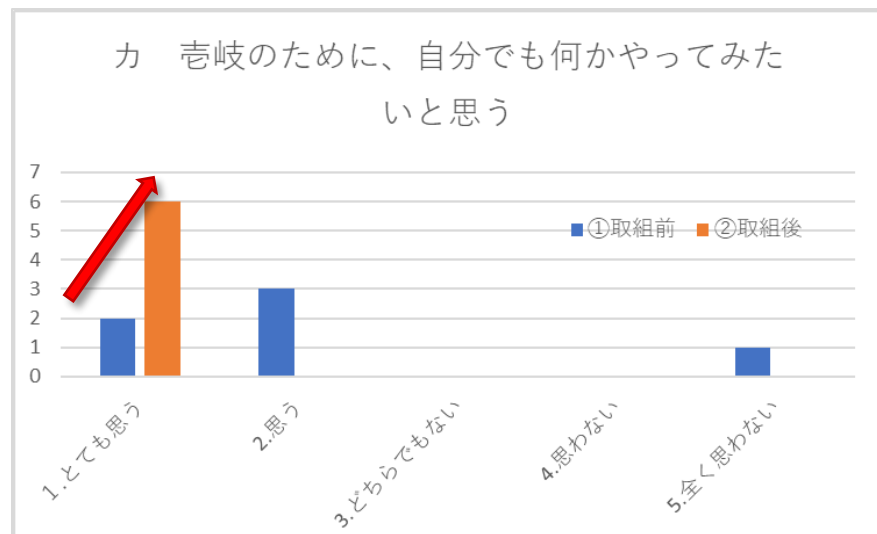
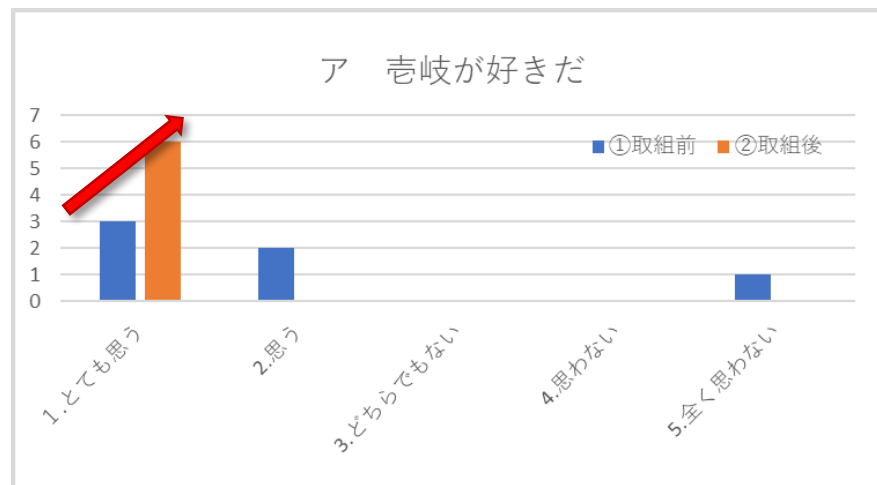
内発性と事業活動の相乗効果を促進することが
地域に密着した郵便局の重要な役割ではないか。

ご清聴ありがとうございました

appendix

<地域愛着>

- 質問紙調査⇒「地域が好き」「地域のために何かやってみたい」という意識の変容。
- インタビュー調査⇒産品を通して、地域の価値を認識、誇りを感じるといった発言。



Q.地域に対する愛着や地域資源の価値に気づくこと、再発見はあったか？

回答

壱岐の食材を使った「ふりかけ」で出身者として本当にうれしかった。子供たちも誇りに思うんじゃないかな。

未利用魚、そういう展開をやっぱり壱岐から発信したいなど。

もう捨てるしかないもの「買えますよ」っていうことになってもらえて。

今までは〇〇くださいというお願いするやり方だったが、「壱岐にいいものがあります」となったらそれを生かして展開するということも考えられるようになった。

壱岐に来た人が「こういうものが欲しかった」と思うものは何かって考えている。島で入った温泉の香りや食べた豆腐、見た海の色、それが自慢になる。だから壱岐らしいものに注目する。竹炭も手に入っていたら初めから使っていたと思う。

<イノベーション性>

- ・インタビュー調査⇒新しい取組や可能性に対する期待感やわくわく感(面白そう・楽しい)
「自分も何かやってみたい」との発言。
- ・質問紙調査⇒郵便局のイメージ「新しいことをしてくれそう」増加。

Q.なぜ産品開発 取組をやってみ ようと思ったの か？	回答
	先々を考えて、いいことがあるかもというちょっと わくわく感もあった。
	壱岐という背景と、自分の団体のノウハウが合わさ れば、なんか面白いイノベーションが起こるかおし れないという期待はあった。
	新たな販路やつながりができるのは面白そうだし、 一緒にやれたらいいなっていう感じ。
Q.なぜ自主的な 行動をとったの か？その背景に あった心情は何 か？	野菜は面白い。いろいろ作れる可能性がある。広が りができ、話をしていると、楽しいしいですね。
	自分自身はアイディアもないし、何かを起こすのは 苦手。でも、何か一緒になって、何かしたいなとい う気持ち。
	何か始めないと次のステップに繋がらない。今度は 違うアイディアも出ると思う。難しいといっても始 まらない。

郵便局の イメージ	① 取組前	② 取組後	③増減 (②-①)
<u>新しいこと をしてくれ そう</u>	0	3	<u>+3</u>
決まったこ とをやり続 けていそう	2	2	0

<利他による信頼>

- ・「熱意」や「大変なことだと思ってくれた」という利他的な接し方に対する共感。
- ・郵便局のイメージ「困ったときに助けてくれそう」「信頼できそう」高水準。
身近に感じる」「顔見知りである」「地域行事に参加している」増加。

	回答
Q.なぜ産品開発取組をやってみようと思ったのか？	・物事に対して、人に対して、どうしてもお願いしたいという、言葉遣い・相手を見る目としても、熱くなければそれだけの人間としか思わない。 相談したり話をしていたら、<u>「もう大変なことだ」</u>っていう風に思ってくれて。無人販売やまち協を提案してくれて、よかったですね。
Q.役に立った支援、より期待する支援は？	一番のメリットは、自分と違う人間が、同じ志を持ったっていうこと。やっぱり「人が幸せであるように」みたいなところを願っている人間とでないと、「自分のキャリアアップのため。実績が欲しい」みたいなやつとは、なかなか一緒にはできない。

郵便局のイメージ	① 取組前	② 取組後	③増減 (②-①)
<u>身近にある</u>	3	4	<u>+1</u>
身近に 感じない	1	1	0
困ったときに助けて くれそう	3	3	0
郵便局長・局員と 顔見知りである	2	4	+2
地域の行事に参加 している	1	2	+1
信頼できそう	4	4	0
信頼できなそう	1	0	▲1

【検証②ー4】内発性への影響

＜最後は事業活動としていくことを目的とすること＞

- ・事業者側：3名の事業者すべてから、事業活動に対する積極的に望む声。
- ・地域側：事業活動を持たせることが主たる目的ではなく、地域のための取組みを広げていくために、必要な手段であると協力的な意見

【事業者側】

Q.なぜ産品開発取組をやってみようと思ったのか？	回答
	成功すれば、ふるさと納税含めて、いろいろ販売できないかなと。先を見越して、商売人とはそういうものじゃない？
Q.感じたこと、わかったこと	ボランティアばかりじゃ続かない。 <u>微々たるものでいいから、少しでも利益</u> を。汚い話だけど、少しでも利益を出さないと長く続かんと思うよ。一人でやるならいいけど、 <u>みんながボランティアっていうのは無理な話。やっぱり従業員の生活につながっているから、ボランティアでやれと言ってもやれない。</u>
Q.役に立った支援、より期待する支援は？	販売ルートというのが地域の業者とか、NPOとか <u>普通は繋がらない。販路が広がりました。</u> 石鯛販売の <u>販路</u> として取り扱いをお願いしたい

【地域側】

	回答
Q.感じたこと、わかったこと？	私たちとしては、学ばせていただいたし、「支援」ということで関わらせていただいた。 でも <u>支援のためには、ふりかけも売れないとも思う。</u>
Q.なぜ産品開発取組をやってみようと思ったのか？	まち協の活動というだけでなく、（地域のほかの人・事業者の）お役に立てればと。