



次世代郵便局について

2017年11月30日（木）
アクセンチュア株式会社



High performance. Delivered.

Strategy | Consulting | Digital | Technology | Operations

アクセントチュアのご紹介 1/2

- ・40を超える世界各国の郵政における実績と知見を有しております。
- ・10年超にわたり、郵政事業のトレンドと先進事例調査も実施しております。

弊社参画実績

欧州・アフリカ



米州



アジア太平洋



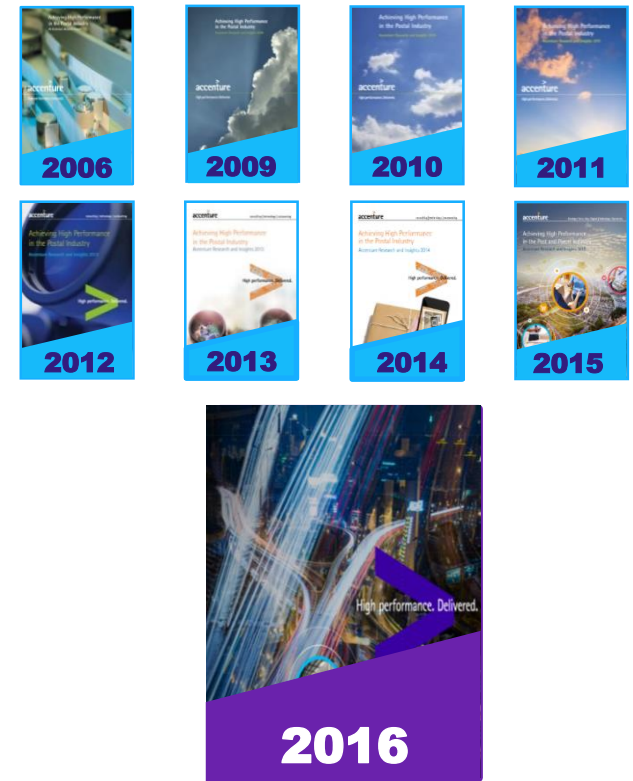
40+

世界中の40以上の
郵政事業者に参加

1900+

世界中に1,900名以上の
郵政専門コンサルタント

弊社調査レポート



2006年から世界各国の郵政事業者の事業動向の
分析レポートを発表し、ハイパフォーマンスな
郵政事業者における先進的な改革事例をご紹介

- 2011年に会津若松市・会津大学・弊社の3者で基本協定を締結。
以降、「スマートシティ推進アドバイザー」「成長産業集積促進業務」「地域活性化モデルケース（連名による提出）」等を通じ会津若松における地方創生を支援しております。
- 2015年に発足した「会津若松市まち・ひと・しごと創生包括連携協議会」に当初より参画しております。

弊社の関わり



会津若松市 地方創生包括連携協議会

アクセントチュア株式会社

イオンリテール株式会社
インテル株式会社
エグジットチューンズ株式会社
S A P ジャパン株式会社
株式会社グリーン発電会津
シスコシステムズ合同会社
株式会社シマンテック
株式会社セールスフォース・ドットコム
ゼビオホールディングス株式会社
チームラボ
凸版印刷株式会社
日本オラクル株式会社
日本電気株式会社
日本ホテル株式会社
日本マイクロソフト株式会社
日本郵便株式会社
株式会社パナソニックグループ
パロアルトネットワークス株式会社
東日本電信電話株式会社

富士通株式会社

株式会社ポニーキャニオン
株式会社リオン・ドール コーポレーション
福島県
公立大学法人会津大学
会津若松市金融団
株式会社東邦銀行
三井住友海上火災保険株式会社
一般財団法人会津若松市勤労者福祉サービスセンター
株式会社福島民報社
福島民友新聞株式会社
福島テレビ株式会社
株式会社福島中央テレビ
株式会社福島放送
株式会社テレビユー福島
会津価値創造フォーラム
会津若松商工会議所
株式会社まちづくり会津
会津若松市

(2017年8月9日現在)

- デジタル化の波を取り込みつつ、郵便事業の収益性確保、小包事業の成長、郵政事業者の強みを活かした新規事業展開を同時に実現。

1 Defend The Core:

郵便事業の収益性を堅持し
成長への投資原資を確保

2 Grow Parcels:

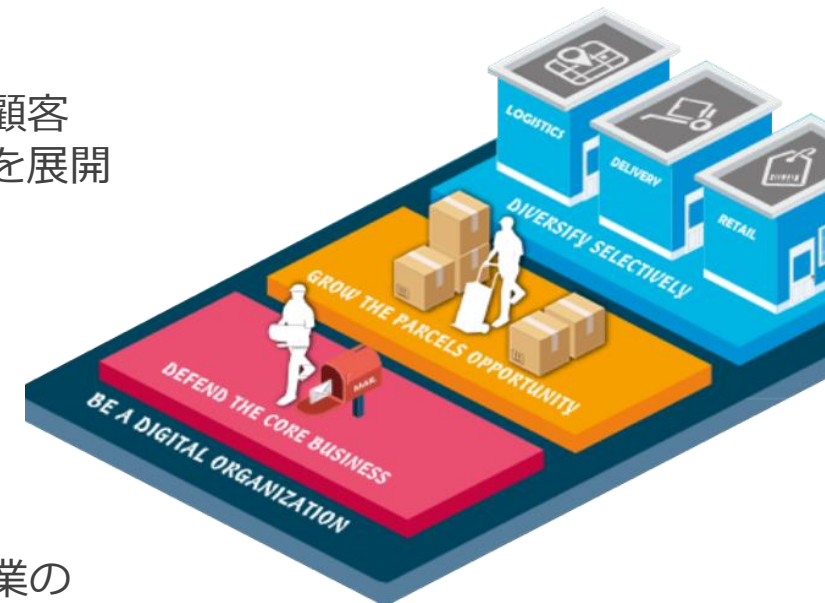
急成長する小包市場での
シェア・収益性向上を志向

3 Diversify Selectively:

既存の店舗網・物流網・顧客
接点を活用した新規事業を展開

4 Be a Digital Organization:

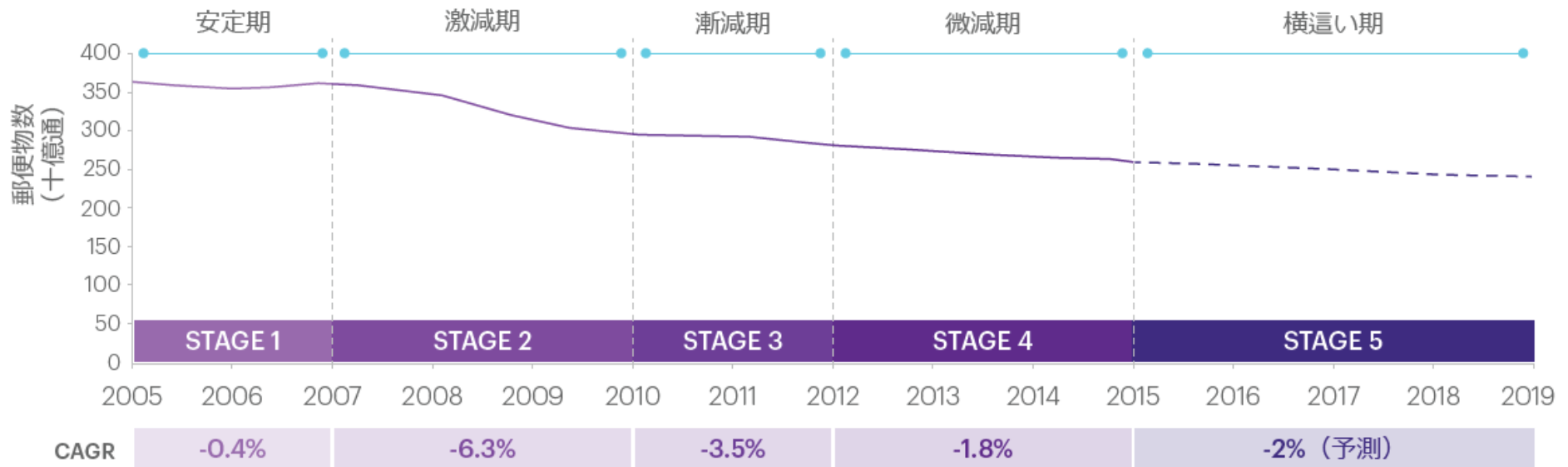
既存事業の変革・新規事業の
開発にデジタルを積極活用



郵便：物数が減るものの、高い収益性を堅持

- 世界の郵便物は10年間で1000億通も減少。
- ただし、最近は減少率も緩やかになり、高収益性を確保する事業者も出現。

グローバルの郵便物数推移



郵便物数は減少するものの、ハイパフォーマーは高収益を堅持

16%

ランキング上位10社の
郵便事業の平均利益率

オペレーションの効率化

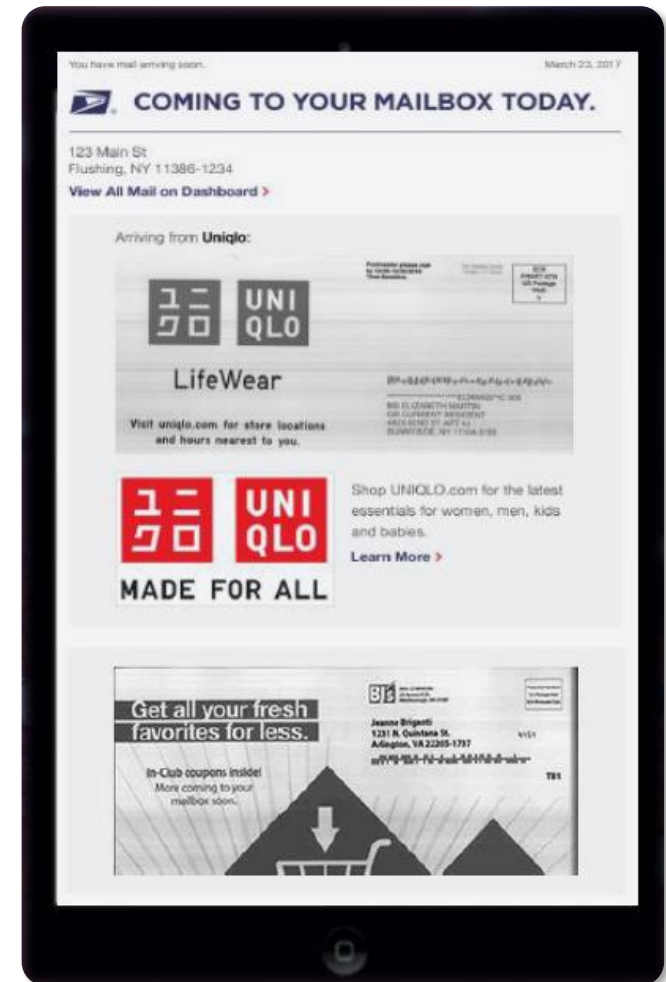
料金値上げ/配達日数見直し

柔軟・安価な要員配置

デジタルチャネル開拓

USPS: Informed Delivery

- あなたのメールアドレスに「今日どんな郵便物が届くか」を毎朝7時に送信するサービス
- いつも使っているメールアドレスで、今日届く郵便物のモノクロ表紙画像が確認できる
→ カラー画像への差替えや、キャンペーンサイトへのリンク添付も実験中
- 住所・氏名・メアドをUSPSに登録するだけで無料で利用可能
- 2014年からDC近郊とニューヨークで試行開始
→ 今年7月に正式開始し、現在600万人が利用
- 郵便物の区分処理で撮影するスキャン画像データを再利用（投資を抑えてサービス提供可能）
- 差出人としては紙のダイレクトメールを出せば自動的にデジタル化して届けてくれる仕組み



郵便物のモノクロ
スキャン画像
(実装済)

個々人に応じた
広告・リンク
(実験中)

モノクロ画像から
カラー画像へ差替
(実験中)

レーティング&
SNSでの共有
(開発中)



受取人にとってのメリット

どこでもいつでも確認できる

- ・家の外でも自分の好きなデバイスで確認できる
- ・転送届を出さずに引っ越した直後でも確認できる

大事なものを見逃さない

- ・今日郵便箱を開ける必要があるか事前に判断できる
- ・大量の紙をあさって郵便物を探さなくてもよい

簡単に保存・転送できる

- ・本当に届いたか・いつ届いたか、すぐ確認できる
- ・興味がありそうな人とDMをすぐシェアできる

情報をパーソナライズできる

- ・自分が見やすい形に表示を変えられる
- ・自分の嗜好にあった情報・クーポンが取得できる

差出人にとってのメリット

高いレスポンス率が期待できる

- ・USPSのメール=大事な郵便物の可能性があるため、アクティブユーザも多く、レスポンス率も高い

郵便：デジタルチャネル開拓の先進事例 3/3

- ・実際に使っているユーザ（受取人）からは非常に高評価。
- ・7割以上が毎朝確認してくれて、レスポンス率も高い有効な広告媒体に。

試行におけるInformed Deliveryの成果



70%以上

のメールが
毎日開封されている



90%以上

のユーザが
今後も継続使用したい
と回答



80%以上

のユーザが
とても満足/満足
と回答



2-10倍

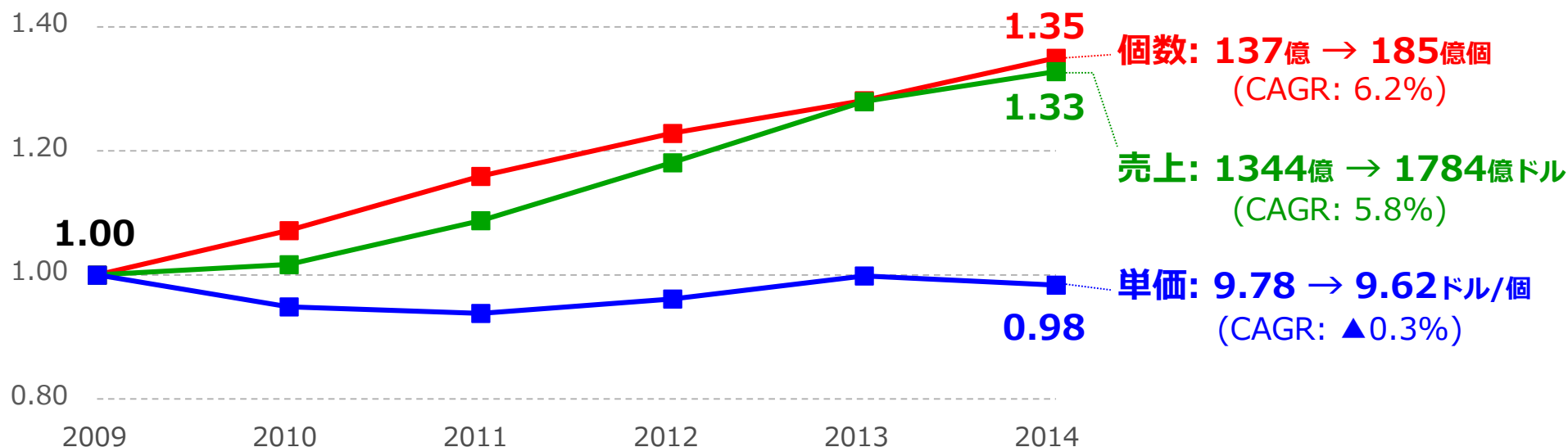
紙DMのみと比べて
Informed Delivery
ユーザの反応率が倍増

**USPSは紙のダイレクトメール拡販の営業材料として活用していく予定
（利用履歴データの蓄積・分析によるマーケティングへの活用も検討中）**

宅配便：成長する一方で単価低減との戦い

- ・Eコマースの波に乗って、宅配便の個数は成長を続けている。
- ・一方、大手EC事業者の価格交渉力に押され、単価は伸び悩みが予想される。

グローバルの宅配便市場推移
(2009年の個数・売上・単価を1とした場合の推移)



----- 単価低減への圧力は強まるものの、ハイパフォーマーは売上拡大を実現 -----

直近5年の宅配便事業売上CAGR

12% 5% 4%

上位10社 中位10社 下位11社

クロスボーダーECへの拡大

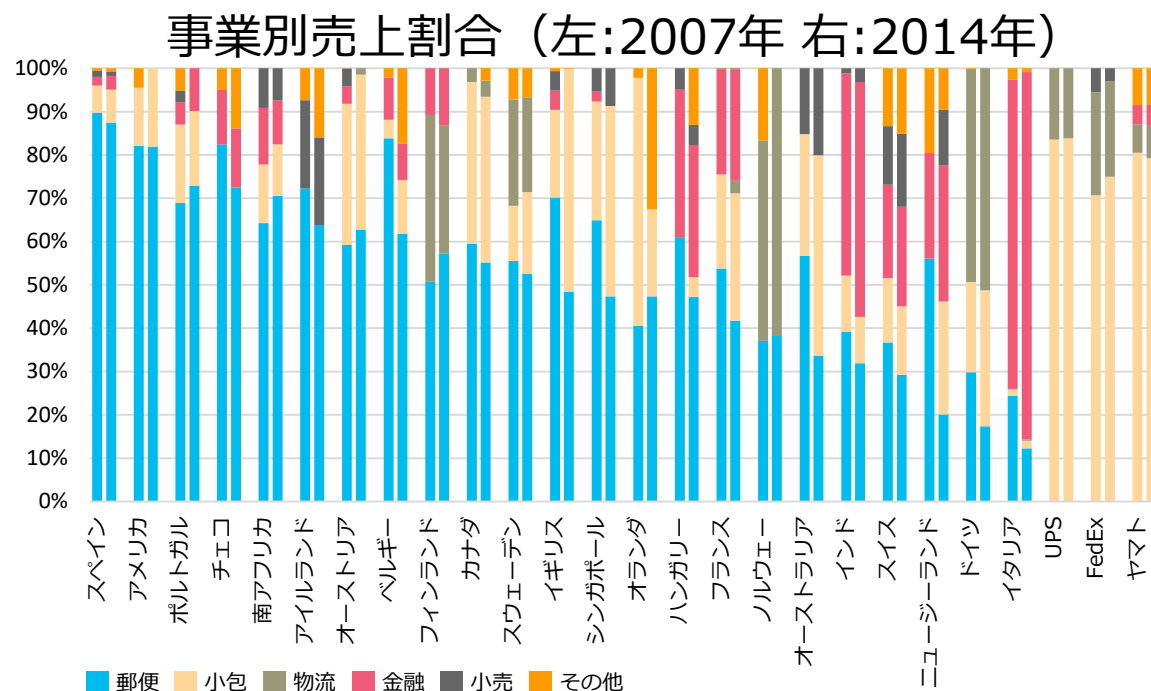
再配達抑制によるコスト削減

受取人の顧客体験価値の向上

シェアリングエコノミーの波

事業多角化：既存の郵政資産を最大限に活用

- ・多角化が進んでおり、郵便以外の事業で売上全体の半分超を占める状況。
- ・一方で、利益率はばらつきが大きく、既存資産を活かした事業展開が必要。



2013年～2015年の
売上増減額



-20億ドル



140億ドル

----- ハイパフォーマーは郵政事業者としての強みを活かして増「益」も実現 -----
営業利益率のばらつき

宅配便事業 **-10～20%**

物流事業 **2～12%**

金融事業 **5～40%**

配送網を活用したEC物流事業

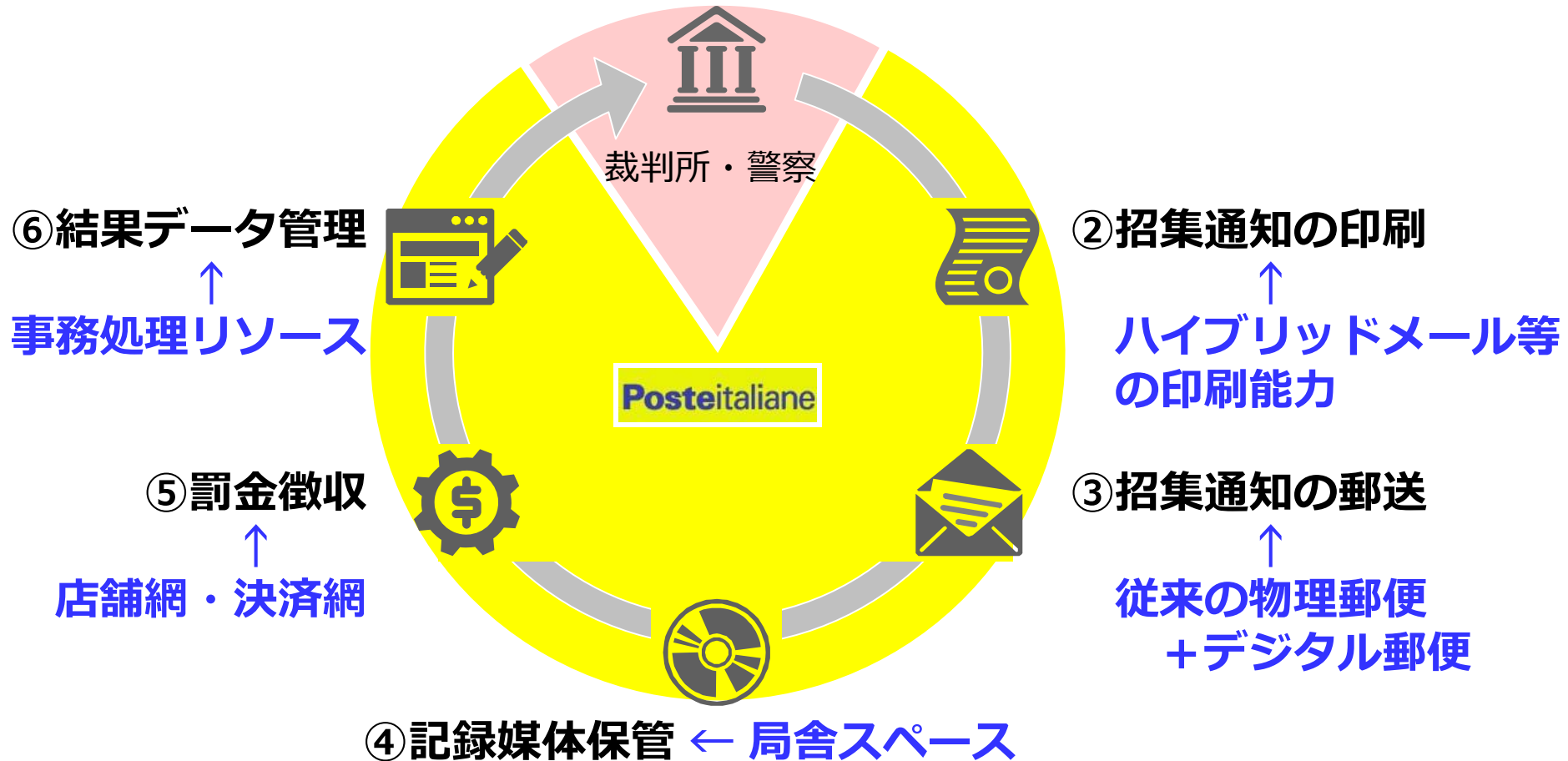
店舗網を活用した金融事業

スピード重視で積極的にM&A

重い固定費負担を行政とシェア

- ・イタリアポストでは、店舗網・配送網等の資産を活用して、裁判所・警察の罰金徴収業務を丸ごと代行（アウトソーシング）しております。

①徴収データの作成



ユニバーサルサービスの固定費負担軽減と行政のコスト削減を両立

- ・まち・ひと・しごと創生総合戦略等において、深刻化しつつある地方の課題解決のため、地方の創意工夫と官民連携の促進が提案されています。



自治体運営上の課題

- ・将来の人口減少に備えた、固定費の抜本的な削減が必要
- ・高齢化に伴い支所・出張所の重要性は高まる一方で、拠点費用のコスト負担が大きい
- ・支所・出張所でも金銭取扱等のため正規職員を配置しており、業務量・質の割にコスト高となっている



市民コミュニケーション上の課題

- ・ライフスタイルの多様化に伴い、従来の人づて・紙での情報伝達スタイルのみならず、デジタルを用いた行政サービスへのニーズが高まっている
- ・市民視点では、デジタルサービスにおいて官民の隔てなくシームレスなサービス提供が望まれている
- ・デジタルチャネル開設は、現状では業務量の削減よりも業務パターンの増加に伴う負担が大きく、また情報取扱技術の観点も含めて、自ら単体での運用は困難

行政目線では、サービスとコスト負担を共にする担い手が期待されている

次世代郵便局の姿（弊社想定）

- 物理とデジタルの融合サービスである次世代型“町の郵便局”を中心として、役所・企業市民に寄り添った「課題解決サービス」が重要と考えます。

