

グループ横断的なDX推進の取組 ～「デジタル郵便局」の実現に向けて～

2022年 2月14日
日本郵政株式会社

1. 「デジタル郵便局」のめざすもの

日本郵政グループ 中期経営計画におけるデジタル郵便局の位置づけ

- 日本郵政グループ中期経営計画「JP ビジョン2025」においては、DX（デジタル・トランスフォーメーション）の推進によって、リアル郵便局ネットワークとデジタル（「デジタル郵便局」）を融合させることにより、お客さまと地域を支える「共創プラットフォーム」を目指していく

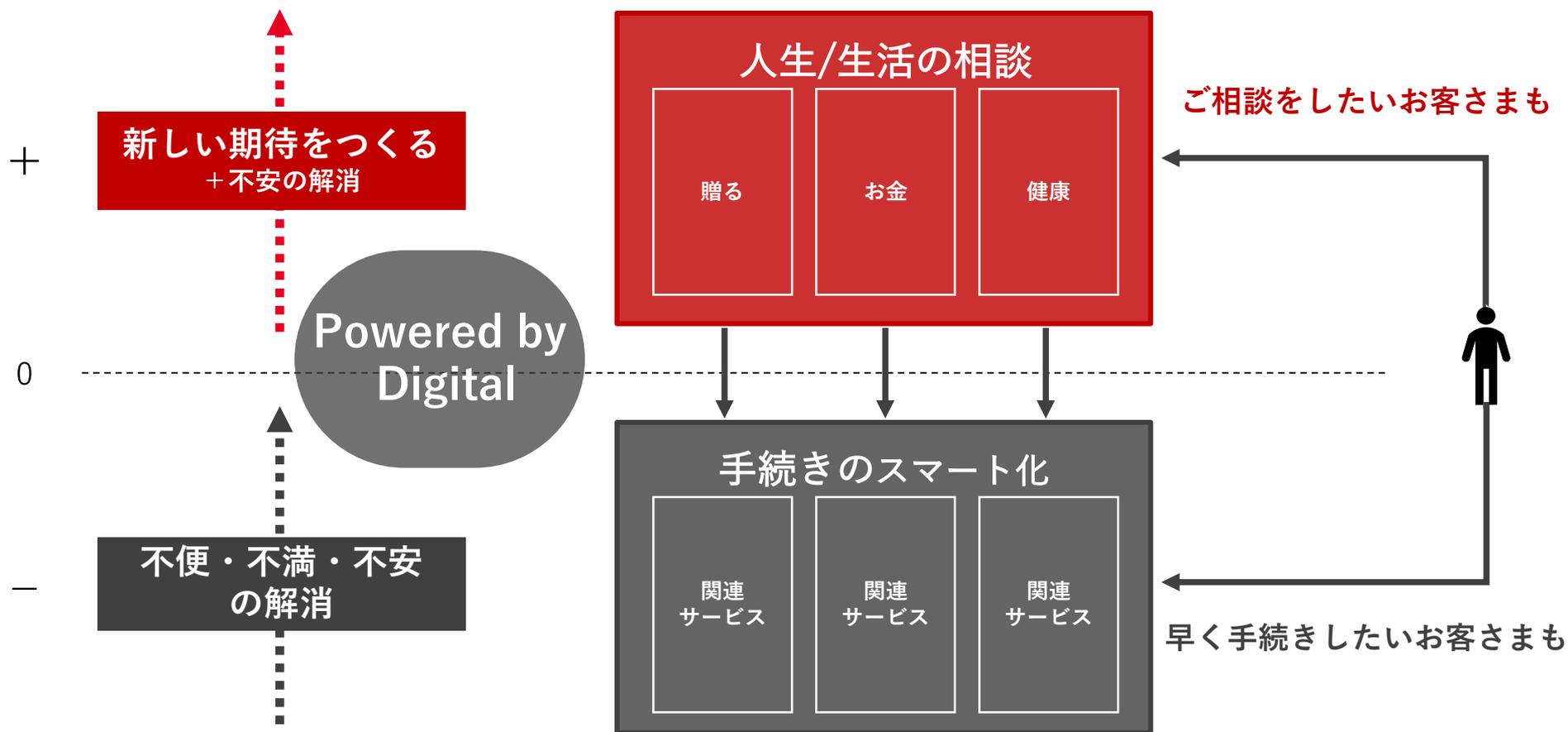
日本郵政グループ『共創』プラットフォーム



出典：日本郵政グループ 中期経営計画「JP ビジョン 2025」

デジタル郵便局 = デジタルを「使って」お客様の体験価値を高めること

- 「JP ビジョン2025」における「タブレットなどのデジタル装備」「スマホアプリ」などのデジタル施策は、あくまで手段。
- 「すべてを、お客様のために。」のもと、デジタルを「使って」、郵便局のお客様の体験価値を、徹底的に高める
- デジタルを「使って」、お客様にとってのマイナス（不便・不満・不安）を解消するとともに、ゼロからプラス（新しい期待）をつくっていく



お客様の体験価値の創造（イメージ）

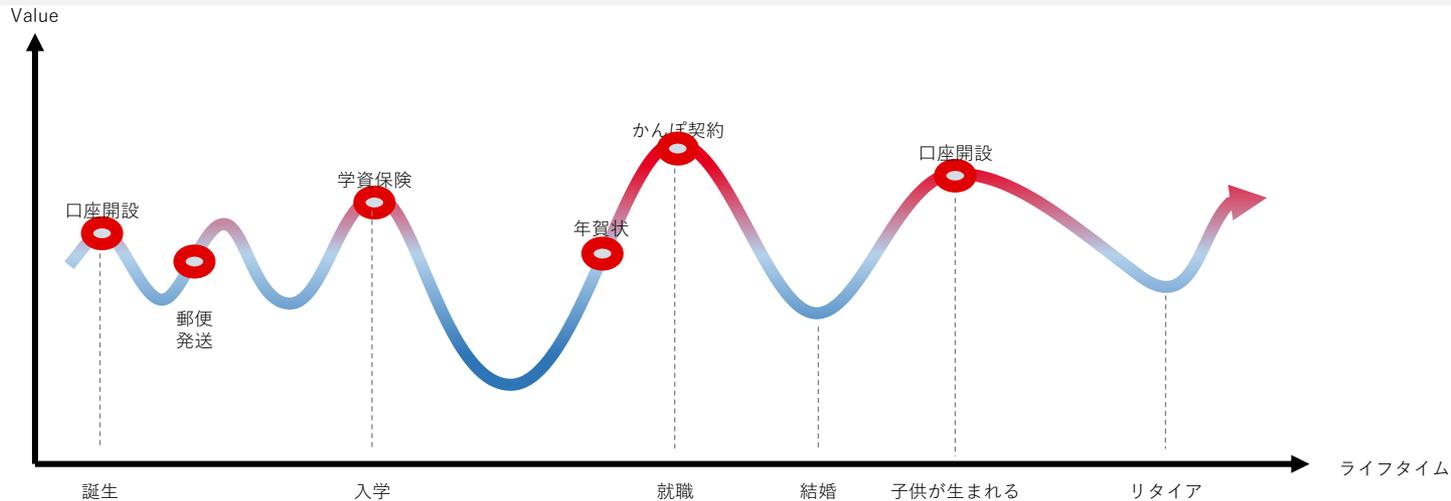
■ お客様の体験価値・提供価値をベースに提供サービスを検討

位置づけ	お客様の体験価値 (お客様への提供価値)		お客様への 提供サービス (例)	サービスを支える デジタル施策 (例)
<p>0 → +</p> <p>新しい期待をつくる + 不安の解消</p>	人生に寄り添う	ライフイベントの 相談ができる	ステージに応じた ライフプランニング	お客様ごとの ライフタイムデータ ベース
	健康になる	健康な生活のサポート をしてくれる	AIコンシェルジュでの いつでも相談	リモート相談機能
	頼れる	お金の悩みを 相談できる	お金の総合管理・ 運用相談	接客支援ダッシュ ボード
	買い物 したくなる	買い物したい、 贈りたいものが見つかる	地域ならではのアイテム	購入履歴の管理
<p>不便・不満・不安 の解消</p> <p>- → 0</p>	合わせてくれる	自分の予定に 合わせてくれる	リアルタイムに配送状況 が見える	配送情報のリアル タイム管理
	手元でできる	行かなくても 手元でできる	自宅で決済して ラベル印刷	Web事前決済・支 払済ラベル認証
	書かなくていい	手続きで紙を 書かなくていい	ボックスに入れるだけで 自動ラベル印刷	3辺計測機による 価格の査定
	並ばなくていい	列に並ばずに 受け取れる	QRコードではこぼすや 郵便局で荷物を受け取れる	個人のID管理／本 人認証

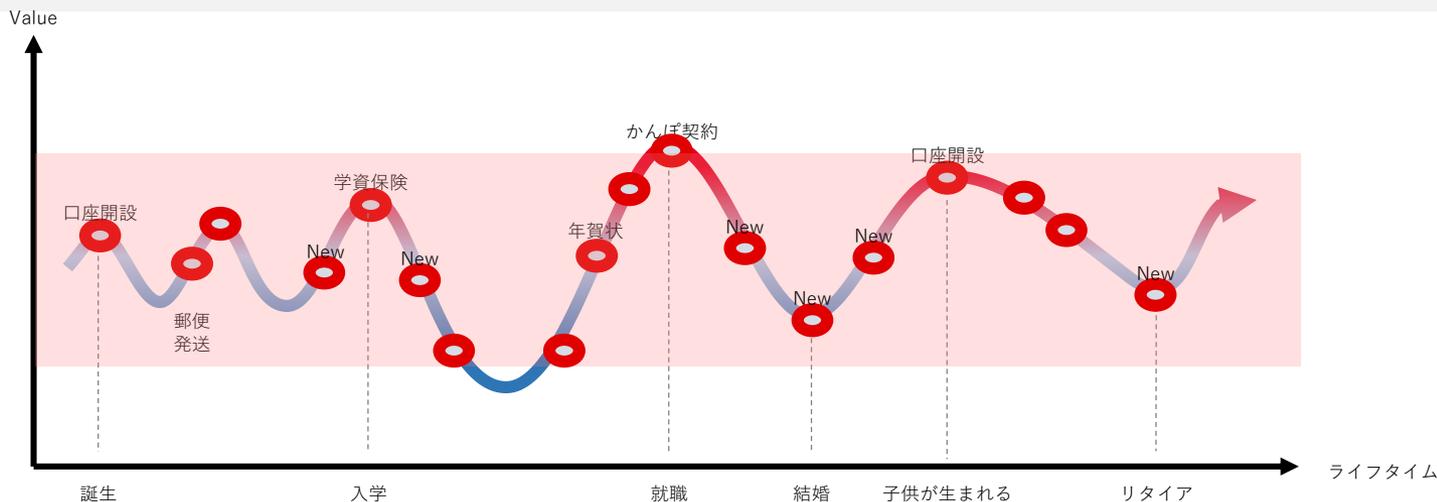
デジタルでお客さまにもっとつながる（具体的施策イメージ）



人生の一部のイベントの時の「点」に、郵便局との接点が限られる

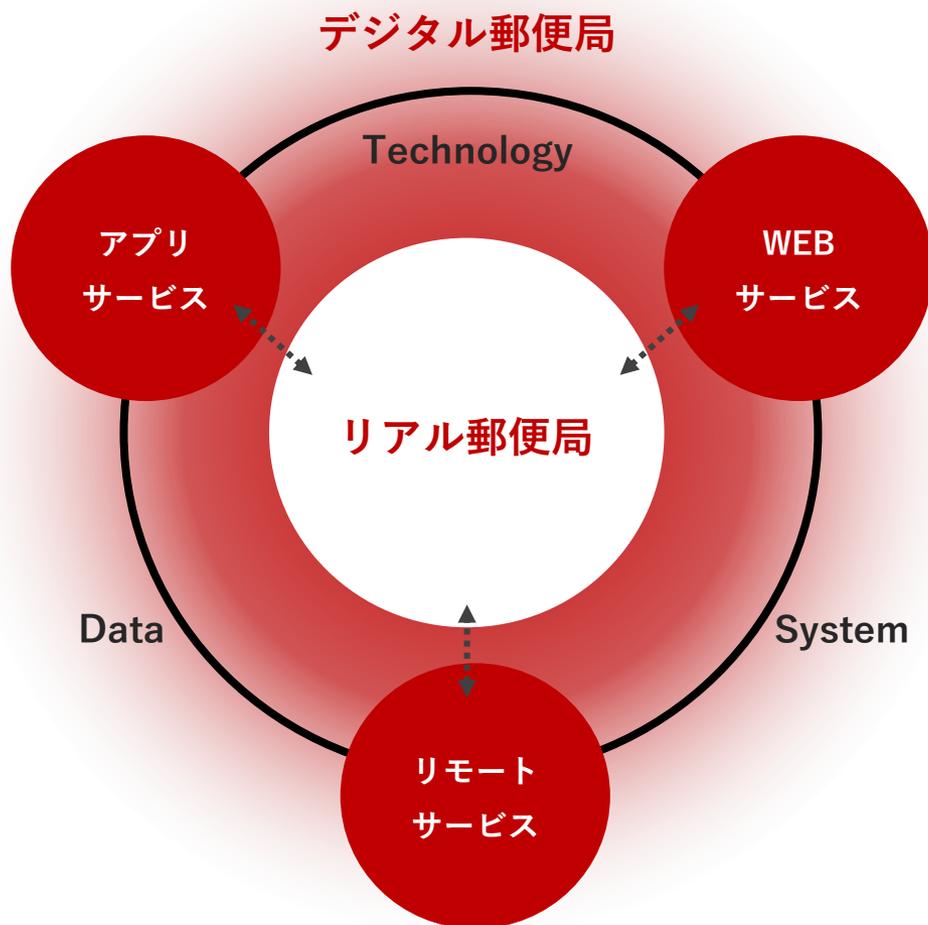


人生や生活が変化するとき、「郵便局」を求められたい



「みらいの郵便局」

デジタルにより変革した「新しいリアル郵便局」と、デジタルにより支えられた「『局外』の様々な接点」が相互にシームレスに連携・機能し、お客さまに一体的な体験価値を提供するプラットフォーム



デジタル郵便局の機能は、Web/アプリサービスだけではなく、リアル郵便局の中にも「溶け込んで」新しい郵便局の体験を創り出す。

デジタル、リアルサービスがシームレスにつながることで、お客さまに、よりスマートで、より快適な体験価値を提供する。

“相談”をもっと身近に

- ① 「身近に・より早く」お金に関する診断・相談・申込みができる
- ② 「身近に」お金に関する幅広い・より専門的な相談ができる
- ③ 「身近に」金融以外の、健康や地域等の人生や生活に関わる各種相談も専門家に気軽に相談できる

“贈る・買う”をもっと楽しく

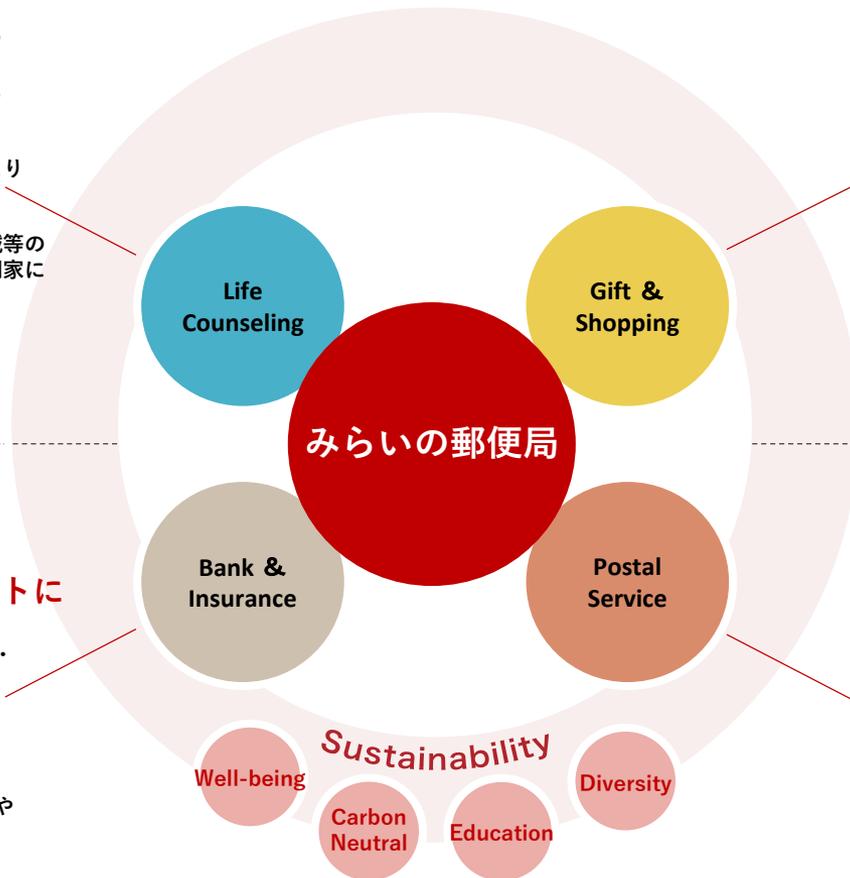
- ① 全国の郵便局ネットワークの力でセレクトした日本中の本当にいいものが買える
- ② 簡単・スピーディーに買うことができる
- ③ 郵便局やECサイトに行くと自分の興味のある商品やサービスに出会える

“金融の手続き”をスマートに

- ① 自分の都合に合わせて「いつでも・どこでも」金融の手続きができる
- ② 窓口での金融の手続きが「わかりやすい・簡単(すぐ)」にできる
- ③ 郵便局に行けば、幅広い金融機関やその他の手続きも一緒にできる

“送る、受け取る”をクイックに

- ① 自分の都合に合わせて「いつでも・どこでも」郵便・荷物の発送ができる
- ② 窓口での郵便・荷物の発送手続きが「わかりやすい・簡単(すぐ)」にできる
- ③ 好きな時間にストレスなく荷物を受け取ることが出来る



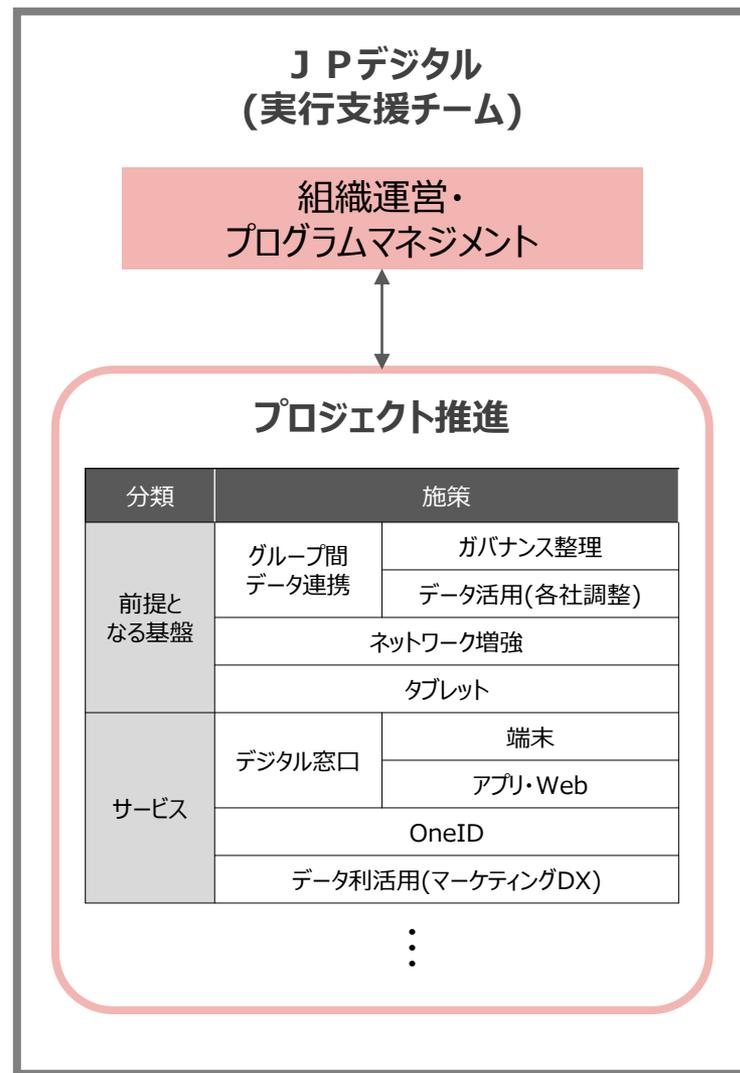
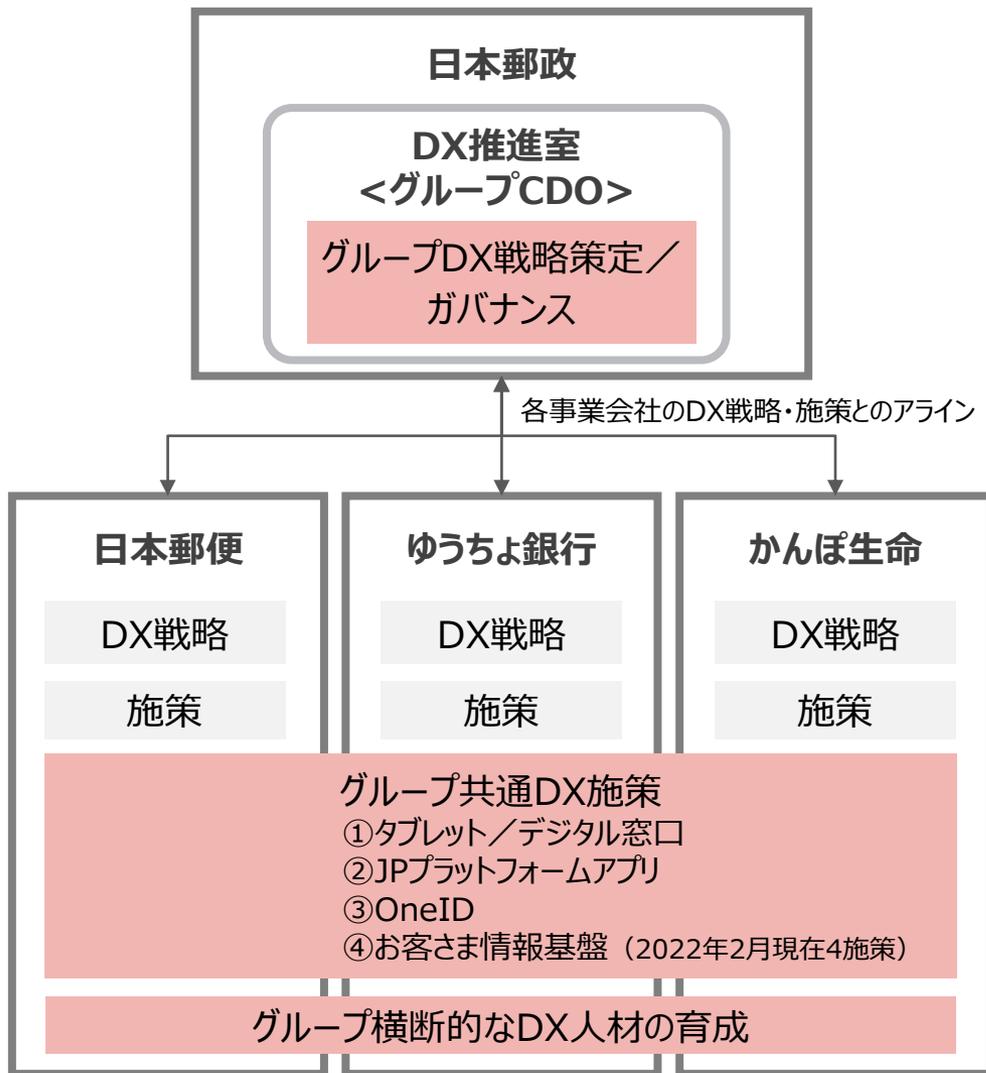
0 → +

— → 0

2. グループ横断的なDX推進体制と 検討中の具体的な施策

グループ横断的なDXの推進体制について

- **日本郵政DX推進室はグループ内DX戦略策定や各社の取りまとめ**を行い、2021年7月に設立したDX子会社(株)JPデジタルは**実行部隊**として各施策を推進する

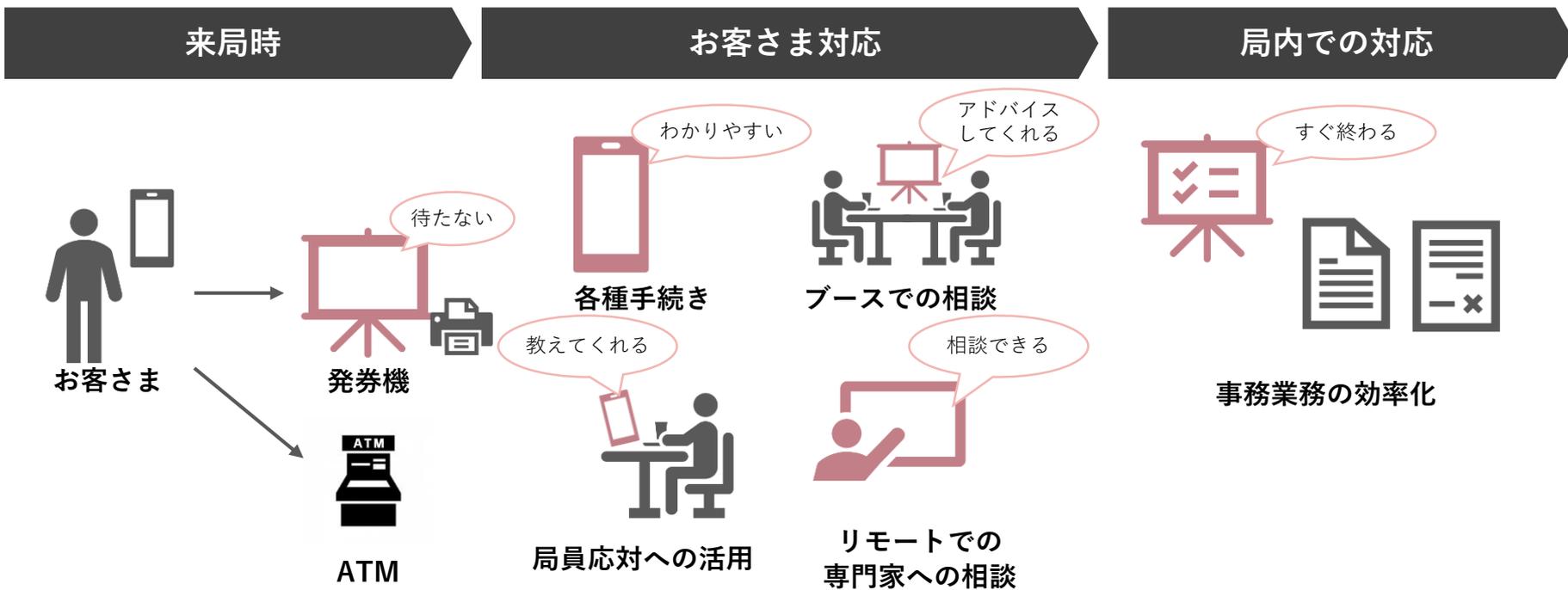


グループ横断的DX施策① タブレット／デジタル窓口

- デジタル機器の活用による「デジタル窓口」を構築し、デジタルとリアルをシームレスにすることにより、「じっくり相談できる窓口」を目指し、“気軽”・“安心”をキーワードにお客さま・局員の体験に寄与する



実現イメージ例



グループ横断的DX施策② JPプラットフォームアプリ

- 当グループの公式アプリを段階的に連携・統合し、グループの「プラットフォームアプリ」化を目指す
- 「送る」「受け取る」の利用頻度の高いベーシックなサービスから優先的に構築する方向で検討

コンセプト

分散している情報を集約し、必要な情報に迷わずリーチできるようにし、「送る」「受け取る」のベーシックなサービスを極めて使いやすくする

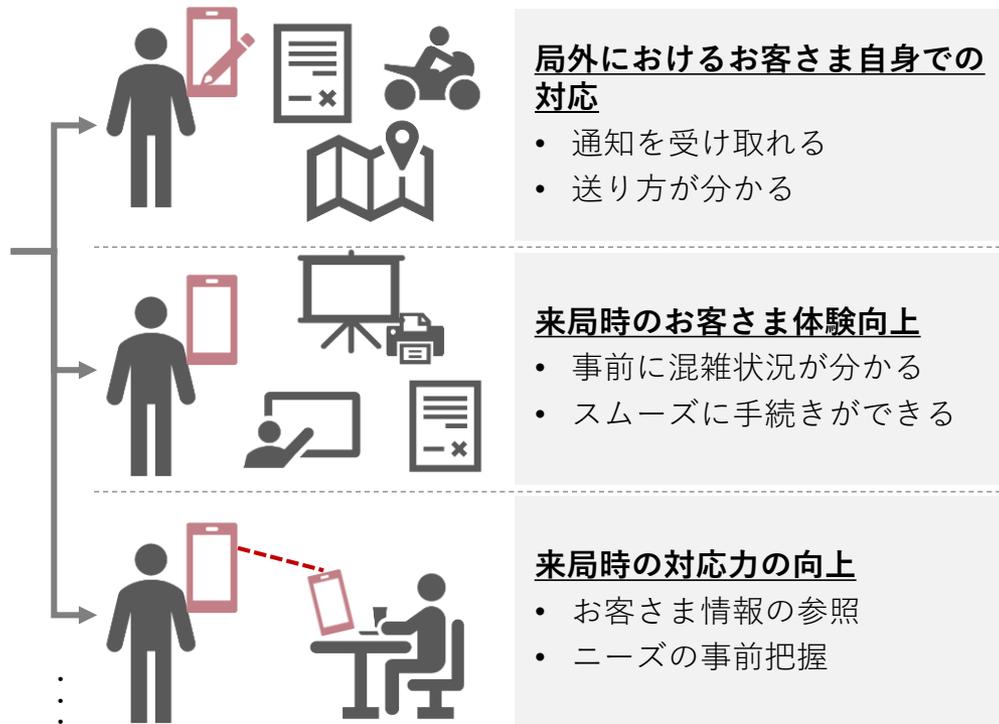
方針

- ・ 状況に応じたパーソナライズで、そのときの自分に必要なサービスにすぐ手が届く
- ・ デジタル窓口と連携し、来局時のサービス体験を向上させる



デジタル郵便局
Web・
スマホアプリ

実現イメージ例



郵便局アプリを中心に検討

(「送る」「受け取る」の利用頻度の高いベーシックなサービス)
今フェーズにおいては金融系サービスは対象外
(今後サービスの追加は検討)

グループ横断的DX施策③ OneID

- 既存のWeb/スマホアプリサービスでIDがグループ内で乱立しており、顧客体験・お客さま情報基盤におけるデータ統合の観点からも、IDの一本化していくことが必要
- 既存IDの一部から新IDへ移行開始することとし、今後は会員制度も併せて検討を予定

課題

IDが複数存在していることにより...

- お客さまがサービスごとにログインが必要
- 日本郵政グループ目線では名寄せが困難

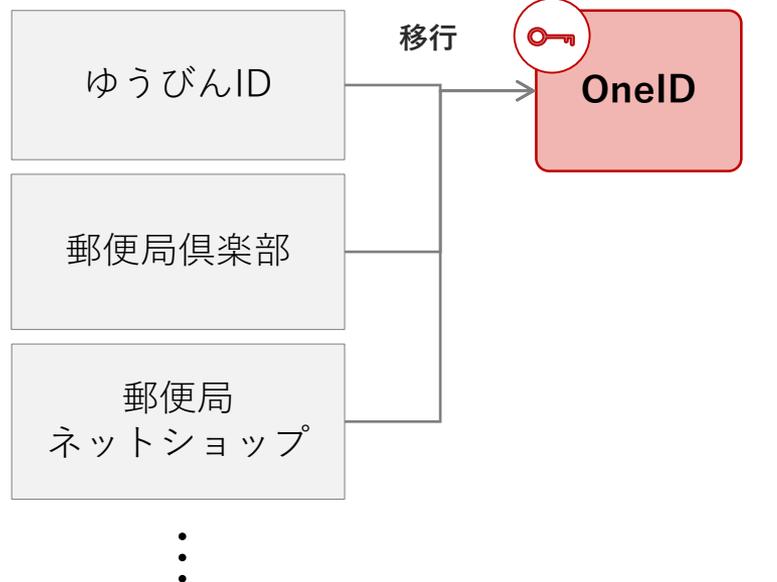
方針

新規ID“OneID”を構築

- 既存IDの一部から新IDへ移行開始
(会員制度も併せて検討を予定)

既存ID

新規ID

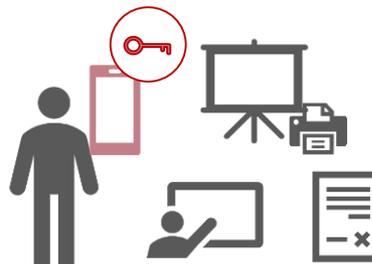


実現イメージ例



お客さま体験価値の更なる向上

- 会員サービス・ロイヤリティプログラムの提供
- 情報を活用したお客さまごとにカスタマイズされたサービスの提供



リアルとの架け橋

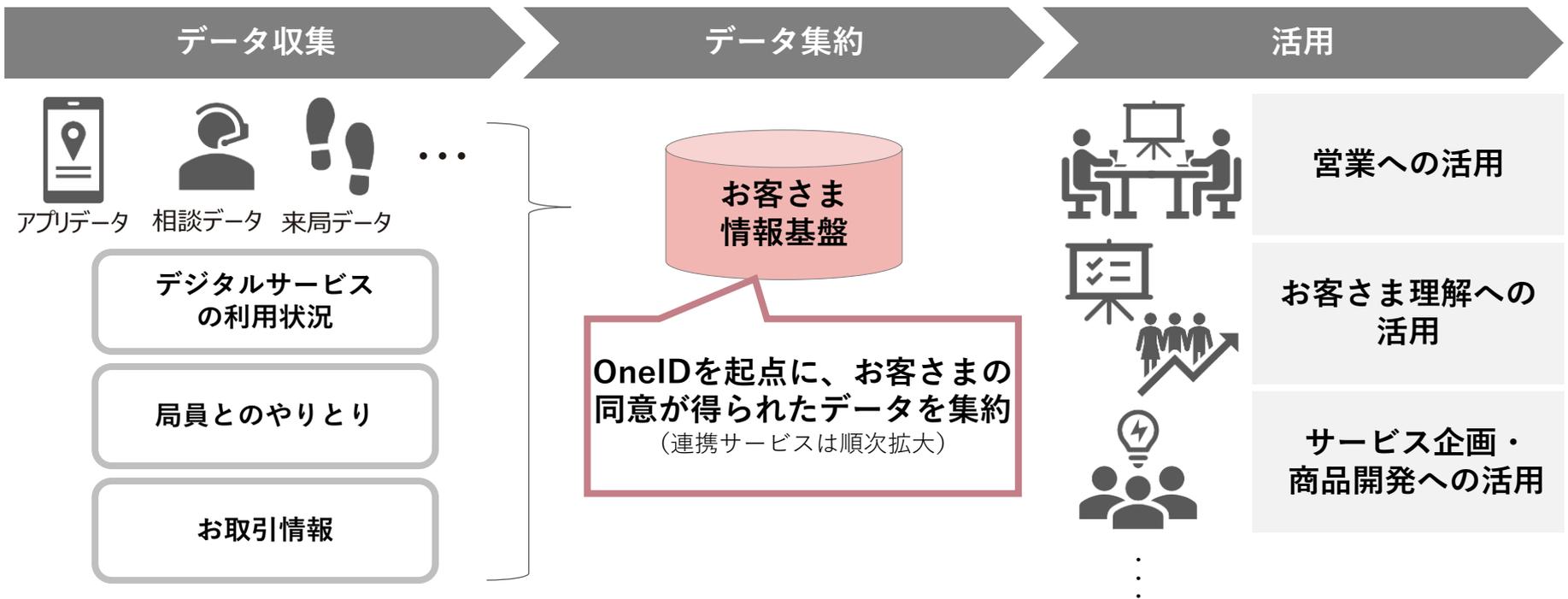
- デジタルサービスとの連携
- 各サービス間の遷移がスムーズ化
- 郵便局窓口における応対への活用

グループ横断的DX施策④ お客様情報基盤

- お客様情報の活用に向け、**OneIDを起点としながら、お客さまごとのデータ統合を検討中**
- お客様情報基盤の**完成後の活用案についても具体的な検討を開始**



実現イメージ例



スケジュール（2022年1月末現在の案）

- 2023年4月以降、グループ横断的なDX施策を順次リリースしていくこととし、第1フェーズの設計を開始
- 2022年度中にDX実証実験を集中的に行う郵便局を設け、試行・検証しつつ、アジャイルに開発していく

