

郵便局株式会社の新規事業

～広告業務の開始～

郵便局株式会社の健全な経営を確保するためには、収益力を強化し、事業基盤の安定化を図ることが必要である。

このため、全国に保有する郵便局の店頭余裕スペース等を有効活用し、広告業務を開始する。

平成20年4月9日

郵便局株式会社

目次

1 広告業務の内容	・・・2
2 展開スケジュール	・・・3
3 展開メディア（媒体別）	・・・4
4 同業他社への配慮	・・・8
参考資料（日本の広告市場規模）	・・・9

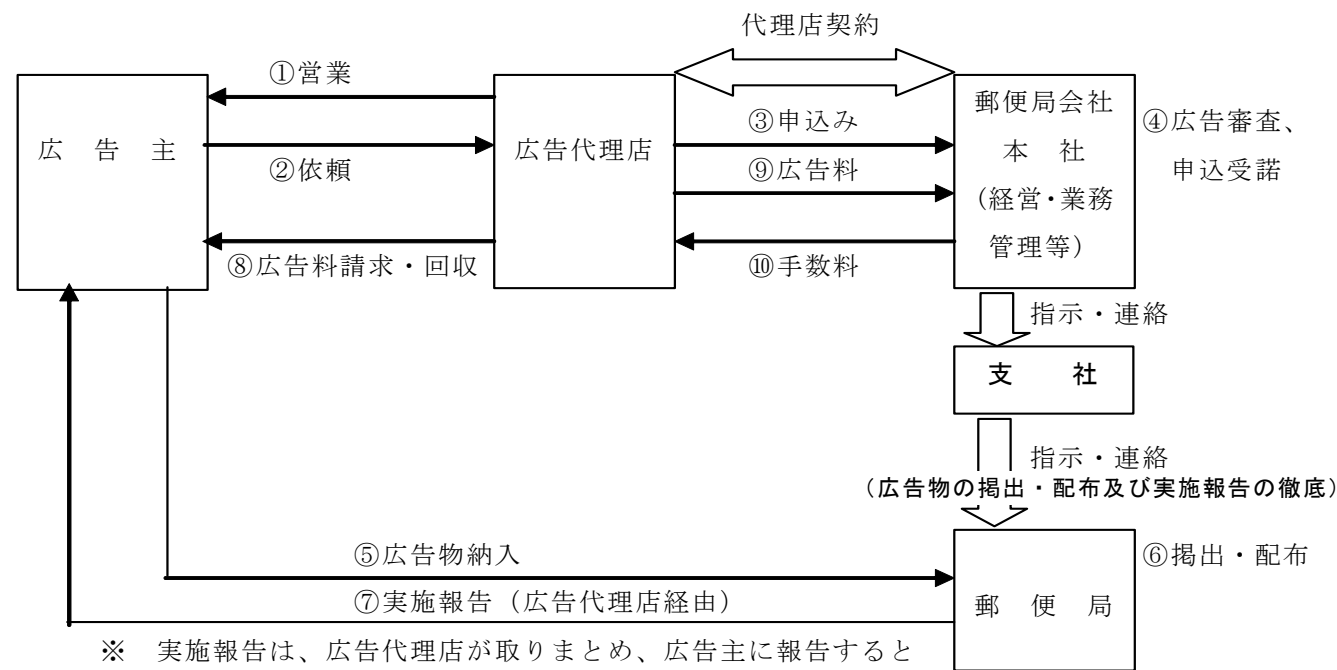
1 広告業務の内容

○業務内容

郵便局の店頭余裕スペース等を活用し、次に掲げる広告業務及びこれに付随する業務を行う。

- ① 郵便局窓口ロビーへの広告物(パンフレット・ポスター等)の掲出
- ② 郵便局窓口又はロビーでの広告物(商品見本)の配布
- ③ 郵便局で配布する物品(切手はがき袋・封筒類)への広告表示
- ④ 郵便局舎の外壁等への広告物の掲出
- ⑤ その他郵便局の店頭余裕スペース等を活用した広告業務

(実施スキーム)



※ 実施報告は、広告代理店が取りまとめ、広告主に報告するとともに、郵便局からの報告状況を郵便局会社本社に報告する。

2 展開スケジュール

○メディア別に以下の通り、業務開始予定。

H20	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
①パンフレットメディア (窓口カウンター設置)	4月 業務開始(対象:全局)											
②備品メディア (封筒広告他)	4月 業務開始(対象:全局)											
③パンフレットメディア (ラック収容)							10月頃 業務開始(対象:1300局程度)					
④サンプリングメディア (商品見本配布)				7月頃 業務開始(東阪名100局程度)								
⑤ポスターボード メディア							10月頃 業務開始(対象:1300局程度)					
⑥屋外サインメディア							10月頃 業務開始(対象:50局程度)					
⑦その他(イベントスペース・店頭POP ビジョン等)							10月以降 順次、業務開始					

3 広告展開メディア ①～③

①、②は、4月業務開始

③は、10月頃業務開始

① パンフレットメディア

局内の窓口カウンター上に設置。

広告主で簡易ラック
を製作して納品



平置き

② 備品メディア

広告付き
封筒・切手
はがき袋類
を設置。



③ パンフレットメディア

局内ロビーの専用
ラックに設置。
(10月から大規模局
で開始。)



7月頃～サンプリングメディア 業務開始

④-1 サンプリングメディア (窓口にて手渡し)

各企業の試供品や商品サンプルを窓口にて、お客様に對面で手渡し、配布。



④-2 サンプリングメディア (局ロビーでの配布)

局内ロビーでお客様に試供品や商品サンプルを配布。

企業が派遣したサンプリングスタッフが来局して配布します。

サンプル例： シャンプー＆リンス等の消費材、健康飲料やサプリメント類、スナック類等食品、不動産物件案内書等・・・

※画像はイメージです。

10月頃～業務開始

⑤ ポスターボードメディア

局内スペースに広告ポスター枠製作。

【想定詳細】

ポスターサイズ

B2ポスター



⑥ 屋外サインメディア

歩行者・通行車両などへ訴求が可能な屋外メディア

■まど面

ガラス面のバックにボードを設置し、大型ポスター面として掲出。



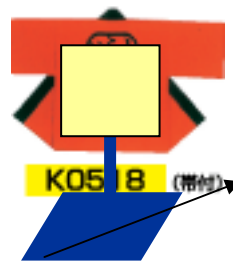
広告枠

10月以降～順次、業務開始予定

⑦-1 店頭ビジョン・POP

ビジョンやPOPを通して、広告主CMやお客様への情報などを提供します。

(窓口空スペースやコーナーカウンターなどに設置)



広告枠

⑦-2 イベントスペース広告

郵便局屋外スペースの有効利用として、広告主に貸し出し、イベント広告料をいただきます。



- 1 同種の業務を営む事業者としては、店舗をフリーペーパー等の掲出場所として提供しているコンビニエンスストア等があるが、これらの事業者は副業で行っており、広告主も店舗の立地等により選択しているのが現状であることから、これらの事業者への影響は小さいと考える。
- 2 このように、同種の業務を営む事業者の利益を不当に害するような事態は生じないと考えるが、これらの事業者の水準と同程度の広告料金とするなど、業務上配慮する。

※ 資料：電通「2007年日本の広告費」

媒 体	新 聞	雑 誌	テレビ	ラジオ	S P	衛星 メディア	インターネット	計
広告費（億 円）	9,462	4,585	19,981	1,671	27,886	603	6,003	70,191
前年比（%）	94.8	96.0	99.1	95.8	101.9	110.8	124.4	101.1

SP（セールスプロモーション）

このメディアには右図、郵便局広告
で扱うメディア以外にコンサートやオ
ペラ等の興行費、企業による展示会
費用、折込費用、DM費用等の金額
も含まれています。

郵便局会社の広告ビジネスのターゲット市場規模（推定）

パンフレットメディア（フリーマガジン含む）	3,600	億円
ポスターメディア	2,500	億円
サンプリングメディア	600	億円
備品メディア	2,800	億円
屋外サインボードメディア	4,000	億円