

郵便再生に向けた取組

日本郵便株式会社

平成25年2月

目 次

I 平成24事業年度の単年度黒字確保のための取組状況

II ゆうパック・ゆうメールの事業戦略と取組状況

I 平成24事業年度の単年度黒字確保のための取組状況

－郵便の経営改善－

- 郵便物数の減少、宅配便市場での厳しい競争環境の中で、郵便のユニバーサルサービスを維持するため、郵便の黒字体質の定着とゆうパックの黒字化に向けた郵便再生に取り組んでいるところ。

3つの再生の柱と2つの基盤整備

I 増収に向けた取組

- ① 中小口営業の推進
- ② 新商品サービスの拡充
- ③ 新規分野の取組強化

II 生産性の向上

- ① ネットワークの再編
- ② 次世代システムの構築
- ③ 新たな集配体制の構築

III 仕事のやり方の見直し

- ① 損益を軸とした郵便局経営
- ② 権限委譲の推進
- ③ 風通しのよい職場作り

1 経営管理の高度化

2 人材の育成、頑張った人が報われる人事・給与制度

主要分野での目指す姿

① 郵便、ゆうメール

高い品質と競争力のある価格により、郵便の減収をカバーしつつ、利益を生み出す

② ゆうパック、国際物流等

郵便の減収をゆうパックや国際物流で下支えし、子会社等を活用して関連分野の収益を確保する

③ 新規分野

我が社・郵政グループの強みを活かし、IT社会・高齢社会に対応した新たなビジネスを展開する

郵便のユニバーサルサービスの維持

I 平成24事業年度の単年度黒字確保のための取組状況

－郵便の経営改善の具体的取組－

- 平成22年7月の宅配便事業統合以降、急激に悪化した経営状況を立て直すべく、平成24年度の単年度営業黒字化を目指して損益改善に徹底的に取り組んでいるところ。
- また、郵便物数の減少による収益の減少という構造的な問題に対応するために、更なる生産性の向上や収益拡大を図るとともに、今般の会社統合により、統合メリットが最大限発揮できるよう、管理体制や人事・会計など共通部門のスリム化、郵便営業の一体化、業務の効率化等を進め、更なる損益改善を図る。

損益改善に徹底的に取り組むことにより、郵便・物流分野での平成24年度営業黒字を目指す。

【主な取組】

- ①オペレーション費用の削減（業務量に応じた要員の適正配置、集配作業の生産性向上、トラックへの積載率向上等による運送便の見直し等）
- ②採算性の観点から必要なお客様との取引条件の見直し、中小口のお客様に対する営業強化等
- ③郵便局別の損益管理を含めた経営管理の仕組みの高度化
- ④権限委譲、本社のスリム化や支社機能の強化等

増収トレンド・黒字体質の実現に向けて、更なる生産性の向上や収益拡大を図る。

【主な取組】

- | | |
|-----------------|--------------|
| ①新商品・新規ビジネス等の拡充 | ④新たな集配体制の構築 |
| ②ネットワークの抜本的な再編 | ⑤人事・給与制度の見直し |
| ③次世代システムの構築 | |

当面の取組
(再生の基盤作り)
(H23・24年度)

中期的な取組
(成長の基盤作り)
(H25・26年度)

I 平成24事業年度の単年度黒字確保のための取組状況

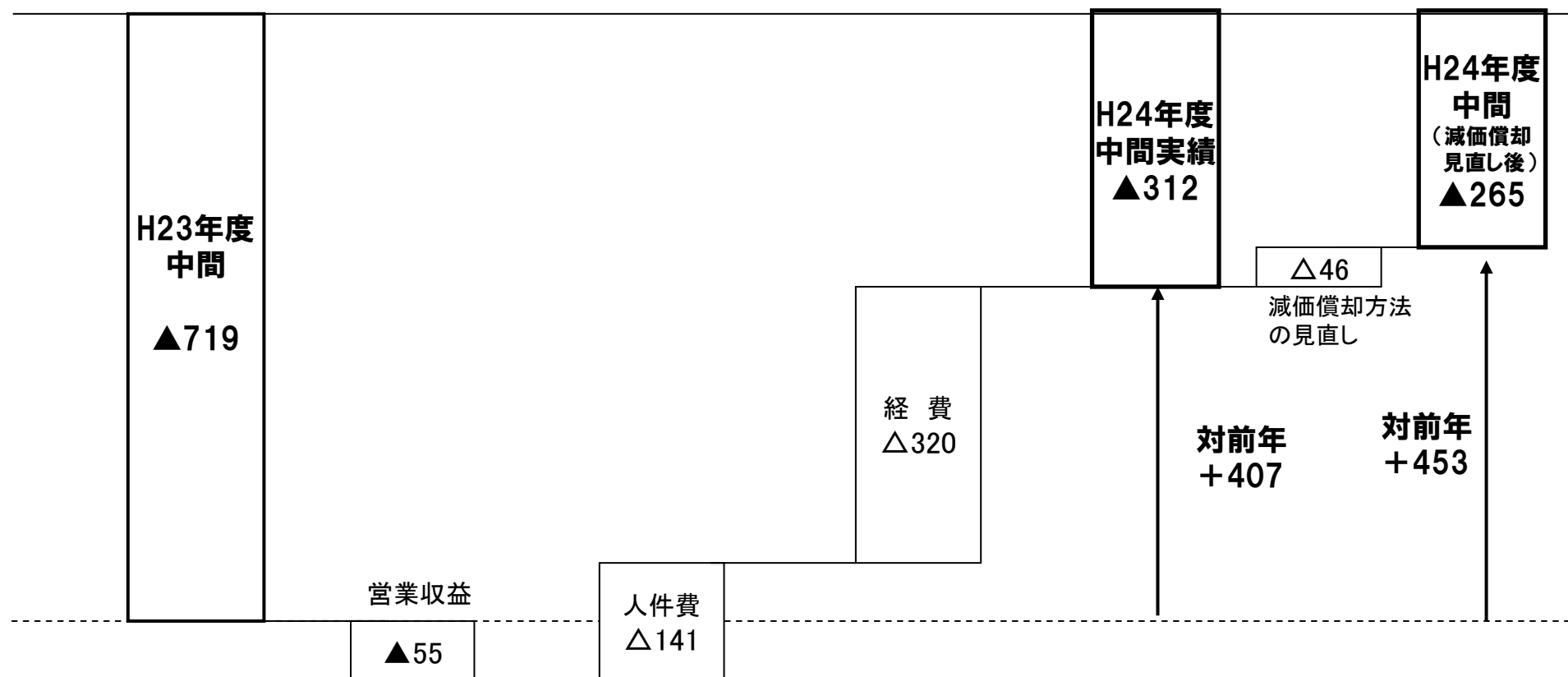
－営業損益の状況－

○ 平成24年度中間決算(郵便事業株式会社の閉鎖決算)の営業損益は▲265億円となり、前年度中間決算の営業損益(▲719億円)から453億円改善。

営業損益(中間決算)の対前年増減要因

営業損益

(単位:億円)



I 平成24事業年度の単年度黒字確保のための取組状況

－物数の動向－

- 郵便物の物数は、一昨年の東日本大震災の影響もあり、これまでの減少トレンドに比べ、縮小傾向。
なお、第3四半期は昨年12月の衆議院議員選挙が大きく影響。
- ゆうパックは第3四半期で復調傾向。ゆうメールは堅調に推移。

■平成24年度引受物数(第3四半期まで)

区 別	第1四半期		第2四半期		上半期		第3四半期	
	物 数	増減率	物 数	増減率	物 数	増減率	物 数	増減率
	百万通	%	百万通	%	百万通	%	百万通	%
総 計	4,997,858	▲0.3	4,678,972	1.5	9,676,830	0.6	5,366,201	2.1
郵便物	4,165,777	▲1.8	3,848,961	▲0.2	8,014,738	▲1.1	4,428,025	1.2
内 国	4,155,603	▲1.8	3,839,100	▲0.2	7,994,704	▲1.1	4,411,556	1.2
普 通	4,046,413	▲1.9	3,719,866	▲0.2	7,766,279	▲1.1	4,297,173	1.2
第 一 種	2,348,137	▲0.2	2,138,420	0.0	4,486,557	▲0.1	2,303,713	0.2
第 二 種	1,625,684	▲1.1	1,512,239	0.1	3,137,922	▲0.5	1,871,164	0.2
第 三 種	64,452	▲8.0	62,685	▲8.6	127,137	▲8.3	65,804	▲7.1
第 四 種	5,685	▲6.4	5,319	▲15.8	11,004	▲11.2	5,463	▲4.1
選 挙	2,456	▲95.3	1,203	▲71.2	3,658	▲93.5	51,028	1,499.6
特 殊	109,190	1.6	119,235	0.7	228,425	1.1	114,384	1.4
国 際 (差立)	10,173	▲4.8	9,860	▲4.8	20,034	▲4.8	16,469	▲4.4
通 常	7,754	▲6.2	7,522	▲5.9	15,275	▲6.1	13,760	▲5.5
小 包	311	▲7.9	307	▲1.4	618	▲4.8	329	0.1
国際レター郵便	2,109	1.2	2,032	▲1.3	4,141	▲0.1	2,379	1.8
荷 物	832,082	8.3	830,011	10.2	1,662,093	9.3	938,176	6.5
ゆうパック	85,601	▲3.8	97,299	▲2.3	182,900	▲3.0	118,277	1.4
ゆうメール	746,481	9.9	732,712	12.1	1,479,193	11.0	819,898	7.3

II ゆうパック・ゆうメールの事業戦略と取組状況

－ゆうパック・ゆうメール事業戦略－

- 二輪車による薄物・小物の効率のよい配達、郵便のきめ細かい輸送ネットワークを活用した当日配達、郵便局・ポストの活用、国際郵便との一体サービス、地域密着性といった郵便事業の強みを活かしたサービスを、ネットオークションなどの新たな収益源が期待できる収益性の高い個人市場や、成長分野である通販分野に集中的に投入。

ターゲット市場	具体的市場	当社の強み	投入サービス (※はゆうメールでの取組)
収益性の高い市場	個人市場(オークション等)	・アクセスポイントの豊富さ(郵便局・提携コンビニ) ・国際郵便との連携 ・差出が便利(ポストの活用)	・オークションゆうパック (ebayとの連携) ・EC向けゆうメール※ ・DVD/CD宅配※
成長性の高い市場	通販市場	・様々な当日配達が可能(他社よりきめ細かな輸送ネット) ・通販市場は薄物・小物も多く、他社よりも低コストな配達が可能(二輪ネットの活用)	・当日配達 ・ネットスーパーとの提携

【参考】

- 郵便局 : 24, 514局
- 提携コンビニ: 13, 910店舗
- 自動二輪車: 91, 204両
- 郵便ポスト : 185, 409本

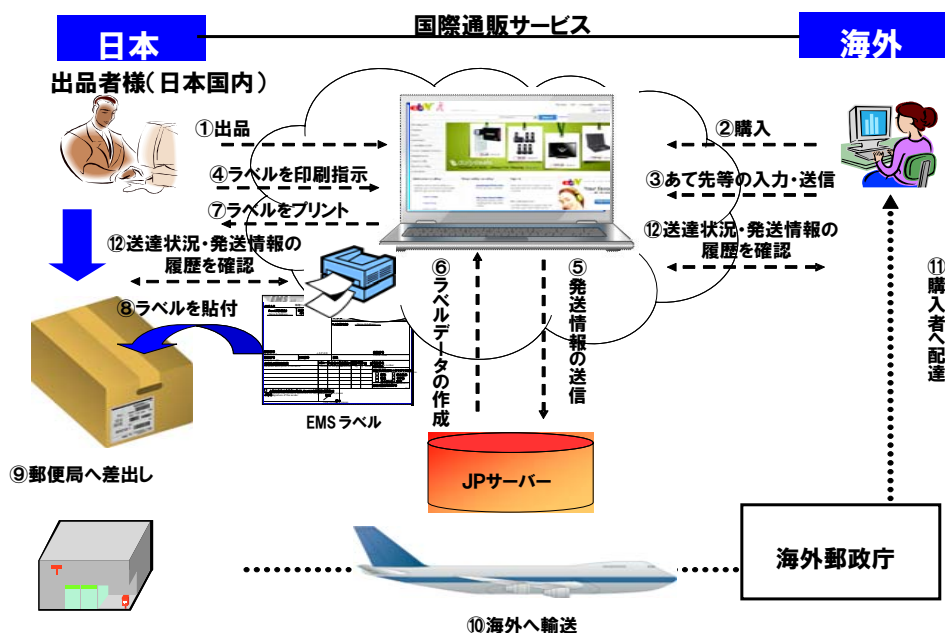
※平成24年3月末(提携コンビニは平成24年12月末)現在

II ゆうパック・ゆうメールの事業戦略と取組状況

(参考)Eコマース市場に対する取組①

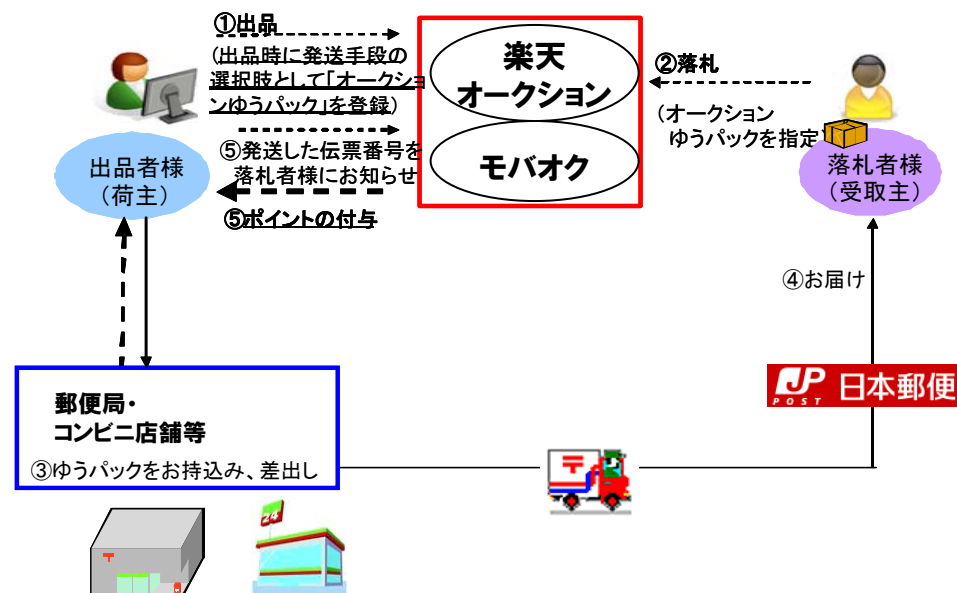
- 平成23年9月から楽天オークションと提携し、オークションゆうパックを開始。平成24年1月からモバオクとも提携。
- 国際分野では、米国オークション会社大手のeBay社と提携して国際通販サービスを開始。今後とも、成長が見込めるEコマース分野でのサービス提供に力を入れていく。

eBayとの提携の概要



オークションゆうパックの概要

<ご利用イメージ>



II ゆうパック・ゆうメールの事業戦略と取組状況

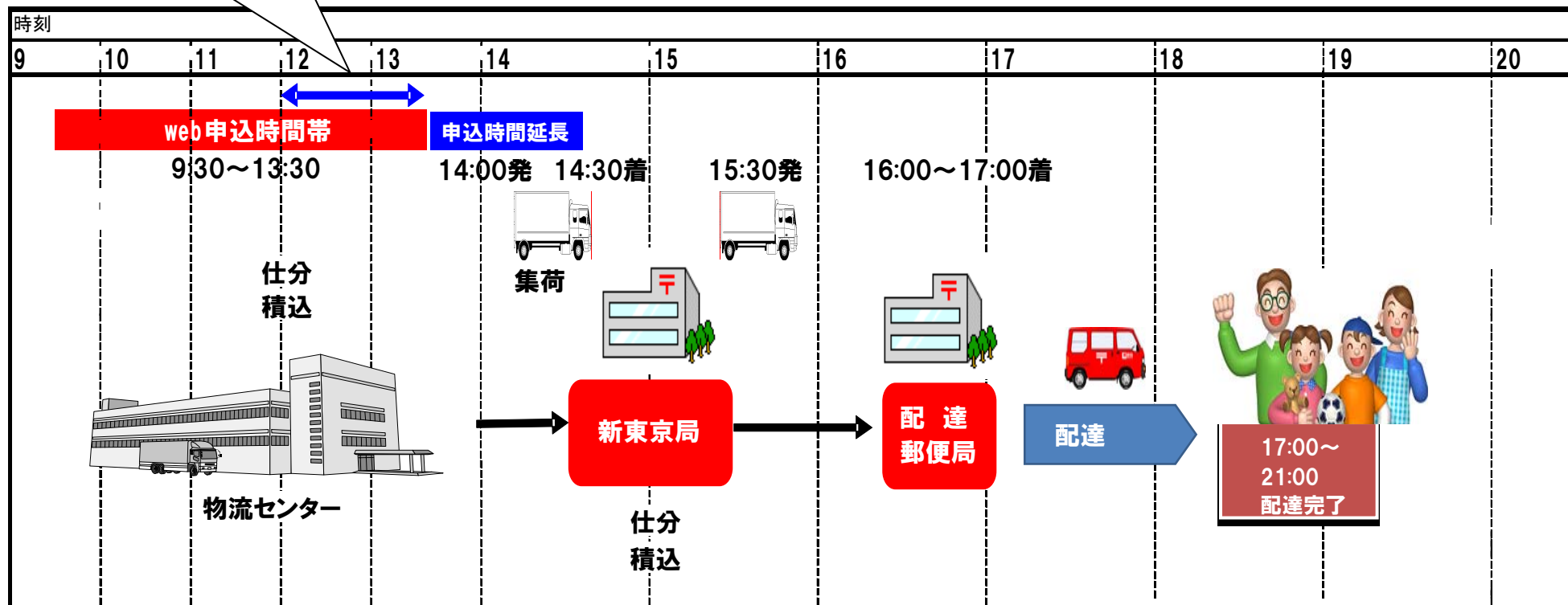
(参考)Eコマース市場に対する取組②

- 平成22年7月からネット通販大手と提携し、13時までにweb受注された商品を当日中に配達する「当日配達ゆうパック」の取扱いを開始。利用者ニーズが高く、利用数は月々増加の傾向。
- また、平成23年6月からは、同社の小型商品の配送をゆうメールで取扱い開始。

郵便の1日3便体制の利点を活用し、13時までのオーダーに対応可能。

当日配達ゆうパックフロー(東京23区の例)

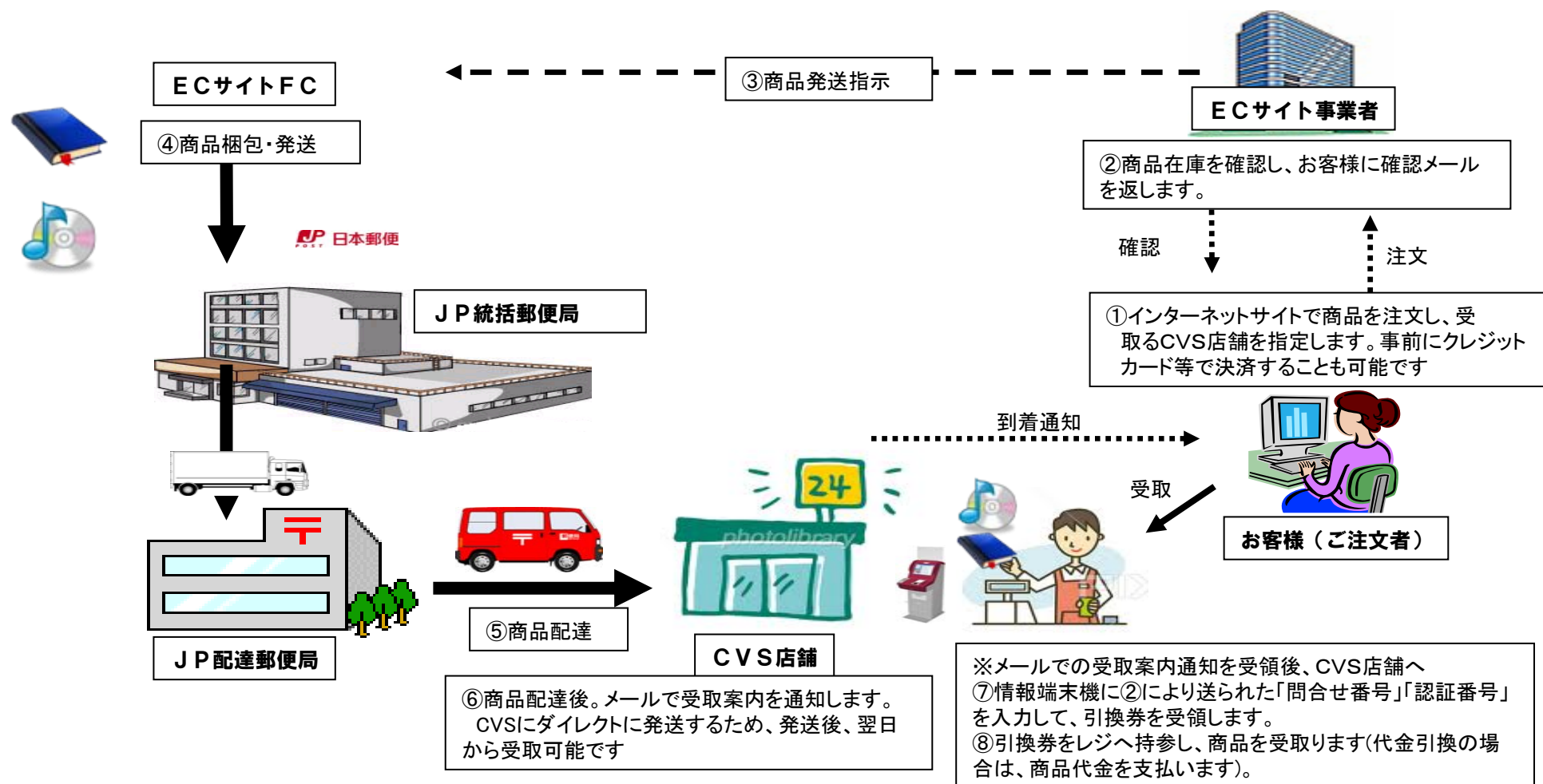
※現在、東京都、川崎市、横浜市、愛知県の一部、大阪府、兵庫県の一部で実施。



II ゆうパック・ゆうメールの事業戦略と取組状況

(参考)Eコマース市場に対する取組③

○「会社の近くで日中受け取りたい。」「会社帰りに家の近くで受け取りたい。」とのご要望にお応えし、予めお客様が指定したコンビニで荷物を受け取ることができるサービス。24時間都合のよい時間に商品の受取が可能。

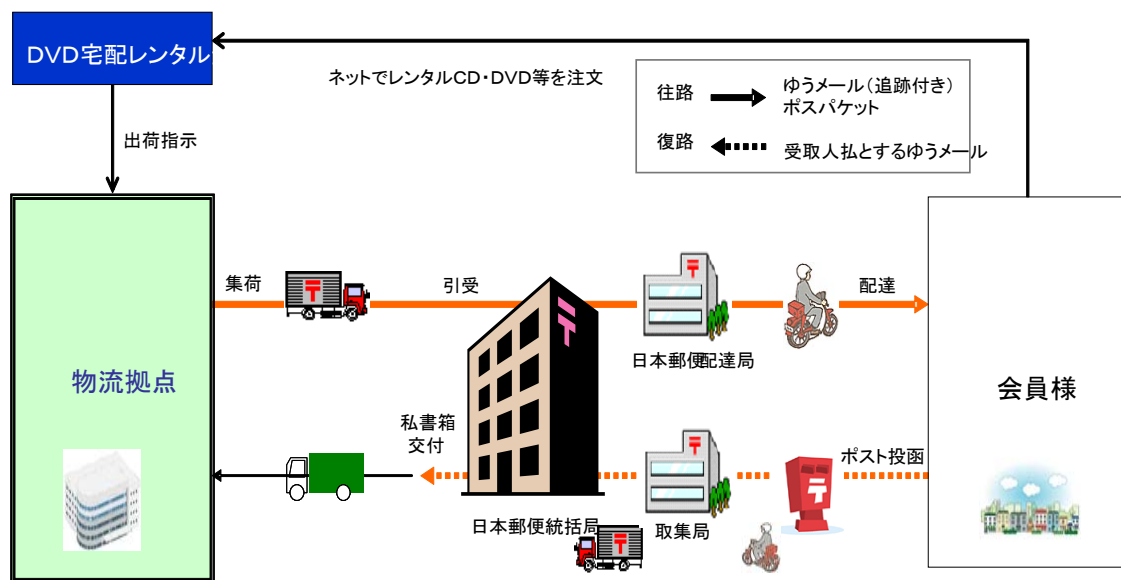


II ゆうパック・ゆうメールの事業戦略と取組状況

(参考)DVD／CD宅配レンタル市場への取組

- DVD/CD宅配レンタルサービスは、ネットで予約するだけで自宅のポストにDVD/CDが届き、郵便ポストに返却するだけで返却ができるサービス。
- 日本郵便では、配送と返却を往復でサービス提供するなど今後も宅配レンタル市場への獲得に力を入れていく。

(DVD／CD宅配レンタルのフロー)



往復で日本郵便とすることで送達・返却のスピード向上による
会員へのサービスアップが実現

(宅配レンタルのサービス)

1	インターネットで予約する
2	自宅ポストに宅配される
3	郵便ポストに返却する
4	送料は無料
5	定額制で借り放題
6	延滞金無し

(宅配レンタル各社の配送手段)

A社	往路	ゆうメールなど
	復路	ゆうメール
B社	往路	ゆうメールなど
	復路	ゆうメール
C社	往路	他社メール便
	復路	切手貼付郵便
D社	往路	他社メール便
	復路	切手貼付郵便

日本郵便