

信書便事業の現状

平成25年10月24日
総務省 情報流通行政局
郵政行政部 信書便事業課

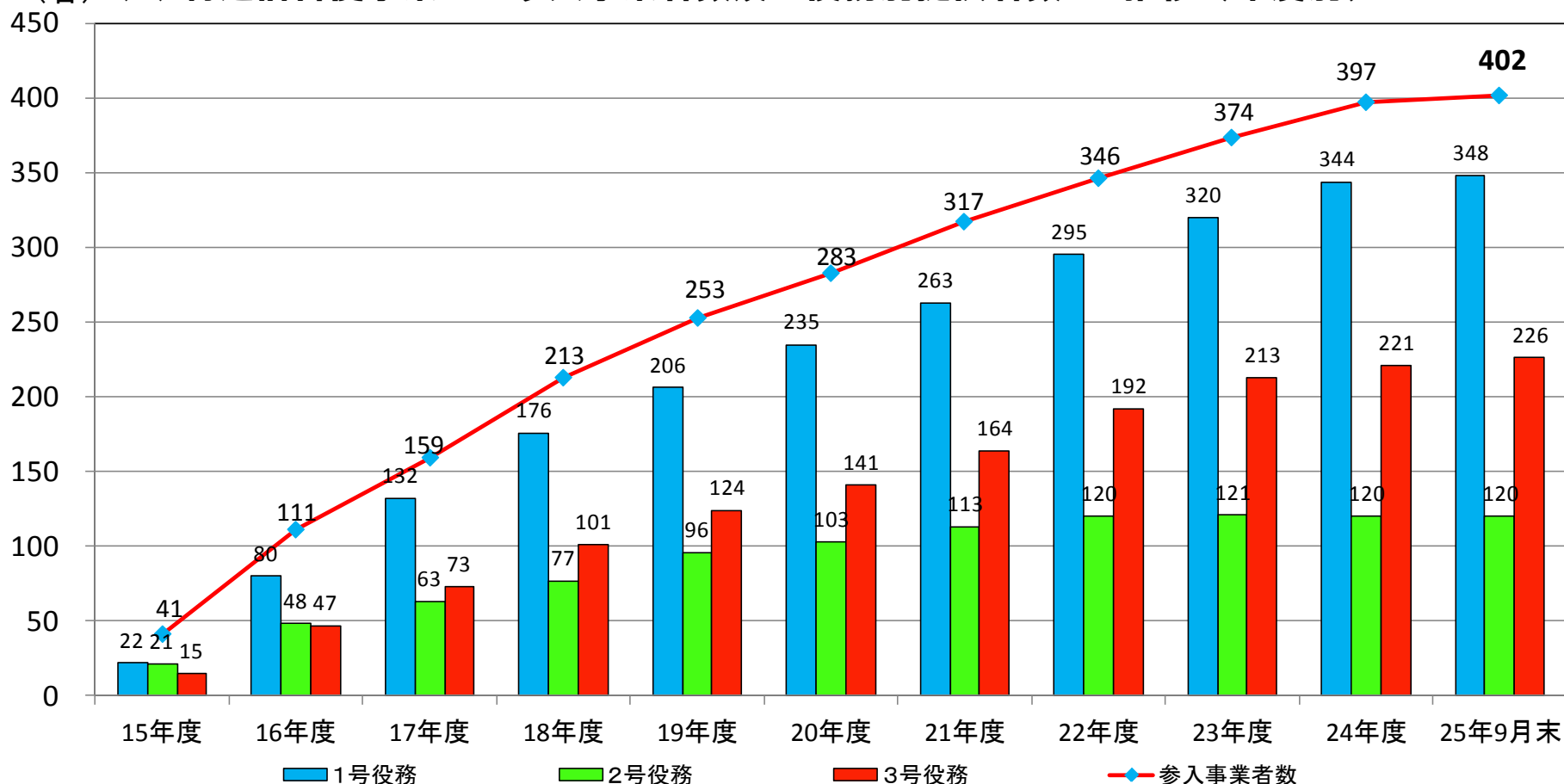
目次

1	業界の概況	
(1)	特定信書便事業への参入事業者数及び役務別提供者数の推移 (年度別)	2
(2)	役務別特定信書便引受通数の推移	3
(3)	役務別特定信書便売上高の推移	3
2	特定信書便サービスの動向	
(1)	信書便役務の考え方と当初想定されたサービス	4
(2)	特定信書便事業における代表的なサービス	5
(3)	実現したメリット(例)	6
(4)	特定信書便マーク	7
(5)	【参考】信書便物開封事件の実例	8
3	サービス提供主体	
(1)	参入事業者の経営形態	9
(2)	地域別参入状況	10
(3)	多様な業界からの参入	11
4	総務省の周知広報活動	12
5	信書便事業者協会について	17

1 業界の概況

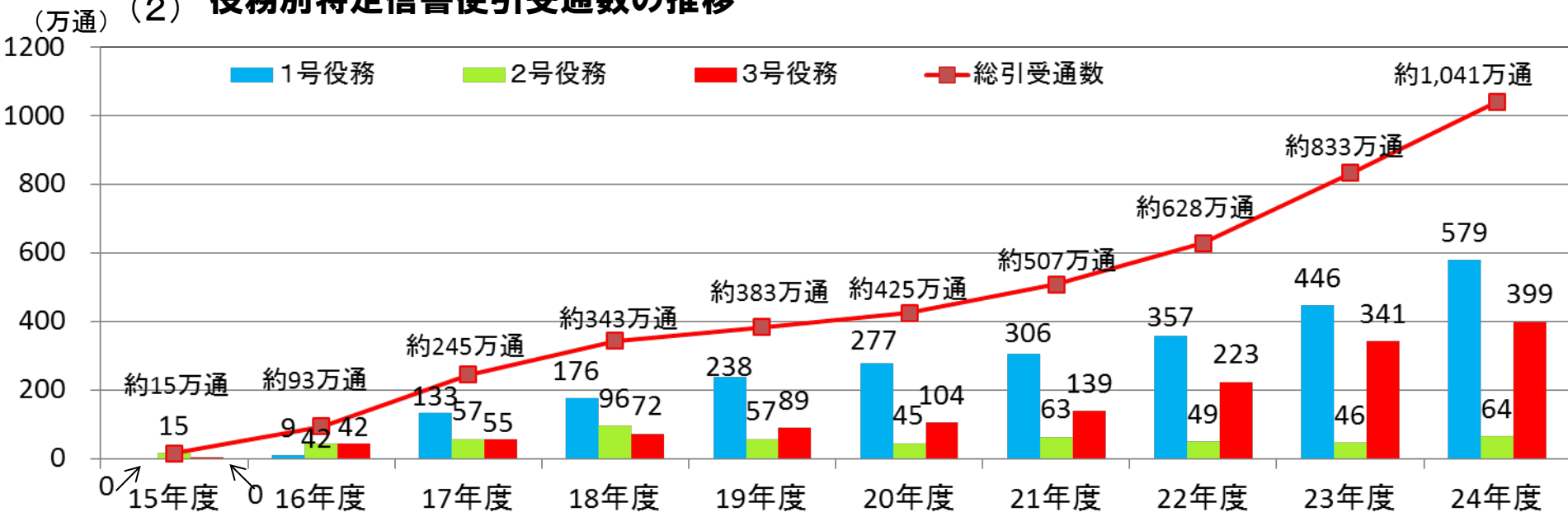
- 特定信書便事業の事業者数は約400者で、最も多いのは1号役務。
- 総引受通数は約1,041万通で、売上高総額は約106億円。1号役務及び3号役務で売上げが伸びている。

(者) (1) 特定信書便事業への参入事業者数及び役務別提供者数※の推移 (年度別)

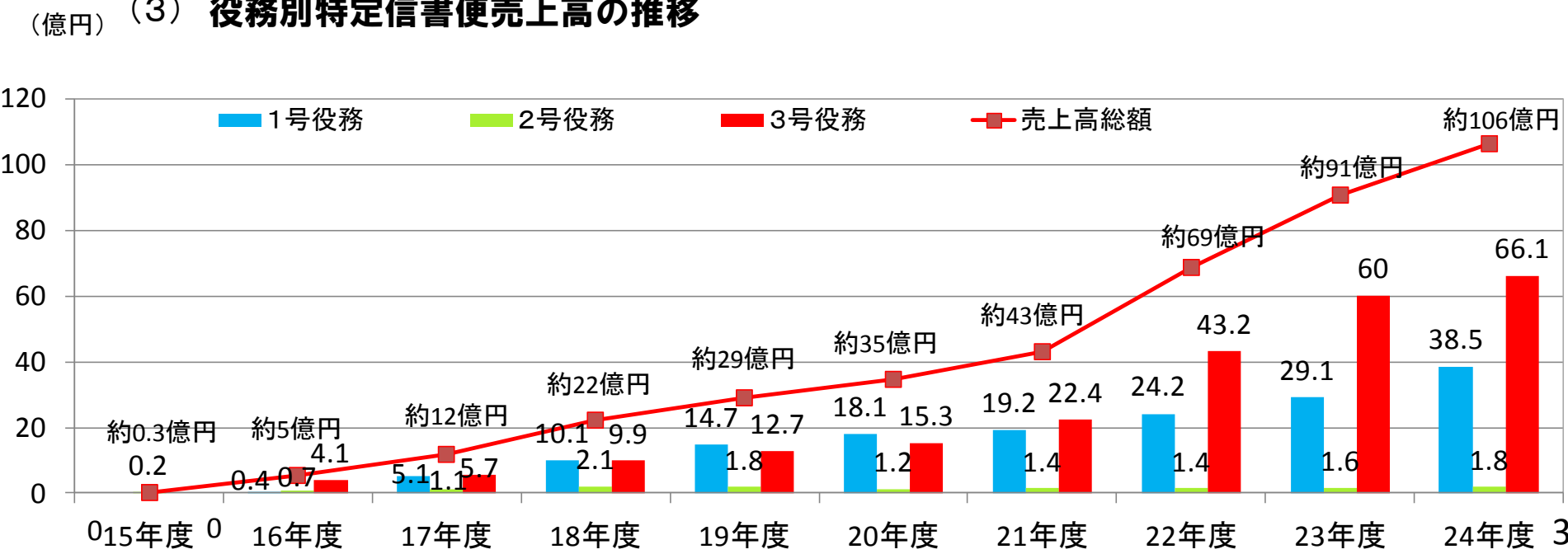


※複数役務に参入する事業者がいるため、特定信書便事業への参入事業者数とは一致しない。

(2) 役務別特定信書便引受通数の推移



(3) 役務別特定信書便売上高の推移



2. 特定信書便サービスの動向

- 当初想定されたサービスが行われている他、新しいサービスが生まれているケースもある。
- 信書便サービスの代表的なものは5類型(公文書集配、企業グループ内便、地域内急送便、電報類似サービス、広域急送便)
- 信書便サービスによるメリットの実例としては、地方公共団体等によるアウトソーシングによるコスト削減、電報類似サービスの付加価値の多様化など
- 信書便サービスの「安全・安心」性については、業界の歴史が浅いこともあり評価が高いとはいえない。

(1) 信書便役務の考え方と当初想定されたサービス

	1号役務	2号役務	3号役務
役務の要件	<u>長さ、幅、厚さの合計が90cmを超え、又は重量が4kgを超える</u> 信書便物を送達	信書便物が差し出された時から <u>3時間以内</u> に信書便物を送達	料金の額が1千円を下回らない範囲内において <u>総務省令で定める額(1千円)を超えるもの</u>
対比される郵便サービス	<ul style="list-style-type: none"> ◆日本郵政公社(現日本郵便株式会社)の扱う郵便物は、次の大きさ等を超えることができない。(郵便法第15条) ・<u>長さ、幅及び厚さの合計が90cm</u> ・<u>4kg</u>(第1種郵便物) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆郵便の急送サービス ・新特急郵便(大都市部のサービスで、午前中差し出し→午後5時頃まで配達) ◆バイク急送便は、1~2時間程度で送達(法制定時の総務省調べ) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆書留速達の郵便料金は、<u>大体1千円以下</u> 料金=郵便物の基本料金 + 書留・速達の加算料金 = <u>80円~1,150円 + 420円 + 270円</u> (1千円以上となるのは郵便物が250g超のとき)
当初想定されたサービス	<ul style="list-style-type: none"> ◆個人間より企業間や企業・個人間の大きな信書 ◆価格競争力のある大型のもの 	<ul style="list-style-type: none"> ◆都心で3時間以内でのサービス ◆需要が集中している都心5区でのサービス 	

(2) 特定信書便事業における代表的なサービス

	内容	意図・要因	成果	
1号(大型)	公文書集配	<ul style="list-style-type: none"> ○ 地方公共団体の本庁・支庁間の公文書を集配。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 行政経費削減 ○ 自治体区域拡大に伴う需要の増大 ○ コンプライアンス 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 経費削減を実現。 ○ 工賃アップ(障がい者支援施設)
	企業グループ内便	<ul style="list-style-type: none"> ○ 企業グループ内部の文書を集配。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ グループ内アウトソーシング推進 ○ コンプライアンス 	<ul style="list-style-type: none"> ○ アウトソーシングによる効率化。
2号(高速)	地域内急送便	<ul style="list-style-type: none"> ○ 信書便物をバイク等で3時間以内に送達。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 信書急送需要に対応 ○ 貨物急送の経営資源を活用 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 近距離の信書急送を実現。在宅勤務の支援の可能性。 ○ 送達時間の制約がない3号への移行。
	電報類似サービス	<ul style="list-style-type: none"> ○ ネット・電話等で引き受けたメッセージを印刷・封緘して送達。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 慶弔電信需要の多様化に対応 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 選択肢拡大による利用者利便増大。
3号(高価)	広域急送便	<ul style="list-style-type: none"> ○ 信書便物を一定時間以内に送達。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 信書急送需要に対応 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 中・長距離の信書急送を実現。
	高セキュリティ便	<ul style="list-style-type: none"> ○ 高セキュリティ対応で貨物追跡が可能 	<ul style="list-style-type: none"> ○ コンプライアンス 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 安心・安全・確実なサービスの提供を実現。

(3) 実現したメリット（例）

① 地方公共団体の公文書配送における経費節減

自治体名	経費節減の状況
A市(中国地方)	3分の1、約2千万円の削減（対巡回郵便）
B市(近畿地方)	半減
C市(近畿地方)	6割削減（対職員による送達）
D市(東海地方)	3分の2削減（対職員による送達）
E市(九州地方)	〃（対巡回郵便）
F県(九州地方)	4分の3削減（対平成16年度の非常勤職員による送達）

② 電報類似サービスにおけるサービス

- 数百字までは文字数に関係なく、一定の料金(1,000円超)で利用が可能
- 加盟式場へは受け付けてから最短で2時間後に配達
- カタログギフト会社と連携し、ギフトカタログも一緒に送ることでギフト需要を喚起

(4) 特定信書便マーク

総務省は、平成22年3月5日に、特定信書便事業者であることを示す「特定信書便マーク」を制定。

- 総務省では、特定信書便事業者が信書の取扱が可能であることを明解に示すシンボルマークを制定。
- 特定信書便マークに総務省が期待するもの
 - (1) 利用者が特定信書便事業者を容易に識別可能になる。
 - (2) 特定信書便事業者に対する信頼性の向上を通じ、特定信書便事業全体の活性化に資する。
 - (3) 特定信書便事業者自身の適正な業務運行継続のインセンティブとなる。
- 総務省は、このマークの商標を登録。特定信書便事業者は、総務省の許諾を受けて、無料でこのマークを使用することができる。
- 平成25年8月19日現在、特定信書便事業者133者に対して使用を許諾。

[特定信書便マーク]



デザインコンセプト

○平和の象徴であるハトが、「信書」を運んでいる姿を表現したもので、古代から通信を担ってきた伝書鳩が、信書を安全・確実に送り届けることをイメージさせる作品。背景の「ブルー」色は、「希望」「冷静」のイメージ(“Blue Bird”(青い鳥・希望の鳥))から、リボン付きの信書を大切な相手に向けて無事に届ける願いを込めたもの(秋田市の業者の作品)。

[使用例]



【参考】信書便物開封事件の実例

特定信書便事業者A 契約当事者

電報類似サービスの申込み

差出人
契約当事者

- ・特定信書便事業者Aは特定信書便役務(3号役務)として電報類似サービスを提供。
- ・自社による配達ネットワークがなく、他の特定信書便事業者と協定を締結し、自社の信書便物の調製及び配達業務を補完していた。

事業
協定

特定信書便事業者B 協定先事業者

- ・特定信書便事業者Bは、特定信書便事業者Aの事業協定先として、特定信書便事業者Aの電報類似サービスの調製・配達業務を受託。
- ・特定信書便事業者Bも、特定信書便事業者として自社による電報類似サービスを提供。
- ・特定信書便事業者Bも自社による配達ネットワークがなく、貨物運送事業者と業務委託契約を締結し、これら業務委託先に電報類似サービスの調製・配達業務を委託。

業務
委託

貨物運送事業者

特定信書便事業者Bの業務委託先

- ・特定信書便事業者Bより、特定信書便事業者A及び特定信書便事業者Bの信書便物の調製、配達業務を受託。

電報類似サービスである
信書便物の配達

受取人

再配達時に受取人不在であったため、業務委託先の配送員が正当な事由なく勝手に信書便物を開封し、メッセージの余白部分に「不在のため郵便受箱に投函した」旨のメモを記載！

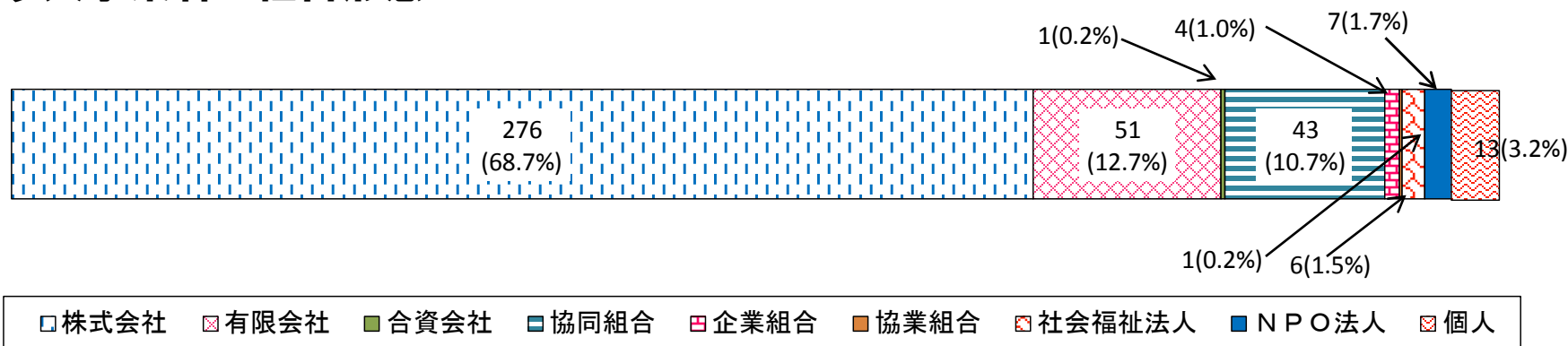
3. サービス提供主体

- 信書便事業では、中堅・中小企業も活躍
- 全国展開型の事業者と地域限定型の事業者があるが、地域→全国の傾向もあり
- 多様な業界からの参入が特徴

(1) 参入事業者の経営形態

- 会社形態(株式会社、特例有限会社及び合資会社)をとっている者が328者で、全体の81.6%を占める。会社形態以外では、協同組合形態が43者(10.7%) (主に県単位の赤帽組合が参入)、個人が13者(3.2%)となっている。その他、NPO法人7者(1.7%)、社会福祉法人6者(1.5%)等がそれぞれ参入(平成25年9月末現在)。
- 会社形態の参入事業者を資本金規模別に見ると、84.8%(278社)が1億円未満の会社であり、中でも1千万円以上1億円未満の会社の割合が一番多く、会社形態の参入事業者の68.6%(225社)を占める(平成25年9月末現在)。

参入事業者の経営形態



参入事業者(会社形態のもの)の資本金規模

資本金	～1千万円 未満	～1億円 未満	～10億円 未満	10億円 以上	合計
会社数	53 (16.1%)	225 (68.6%)	38 (11.6%)	12 (3.7%)	328 (100%)

(2) 地域別参入状況

○ 大都市圏だけでなく、全国に満遍なく事業者が参入している。特定信書便事業者の参入のない県は山梨と高知の2県のみ(平成25年9月末現在)。

都道府県	参入数	都道府県	参入数	都道府県	参入数	都道府県	参入数
北海道	27	東京	81	滋賀	3	香川	4
青森	3	神奈川	20	京都	7	愛媛	6
岩手	2	山梨	0	大阪	43	高知	0
宮城	2	新潟	5	兵庫	12	福岡	22
秋田	3	長野	4	奈良	3	佐賀	12
山形	2	富山	5	和歌山	1	長崎	7
福島	3	石川	6	鳥取	2	熊本	7
茨城	3	福井	4	島根	6	大分	4
栃木	1	岐阜	4	岡山	8	宮崎	3
群馬	2	静岡	8	広島	13	鹿児島	8
埼玉	13	愛知	14	山口	2	沖縄	8
千葉	4	三重	4	徳島	1	全国	402

(3) 多様な業界からの参入

○ 参入事業者402者が行う主たる事業を見ると、貨物運送業が304者と大多数を占め、次いで警備業26者、障害者福祉事業13者の順。信書便事業に特化しているのは3者のみ。

[主要業種別・参入事業者内訳]

平成25年9月末現在

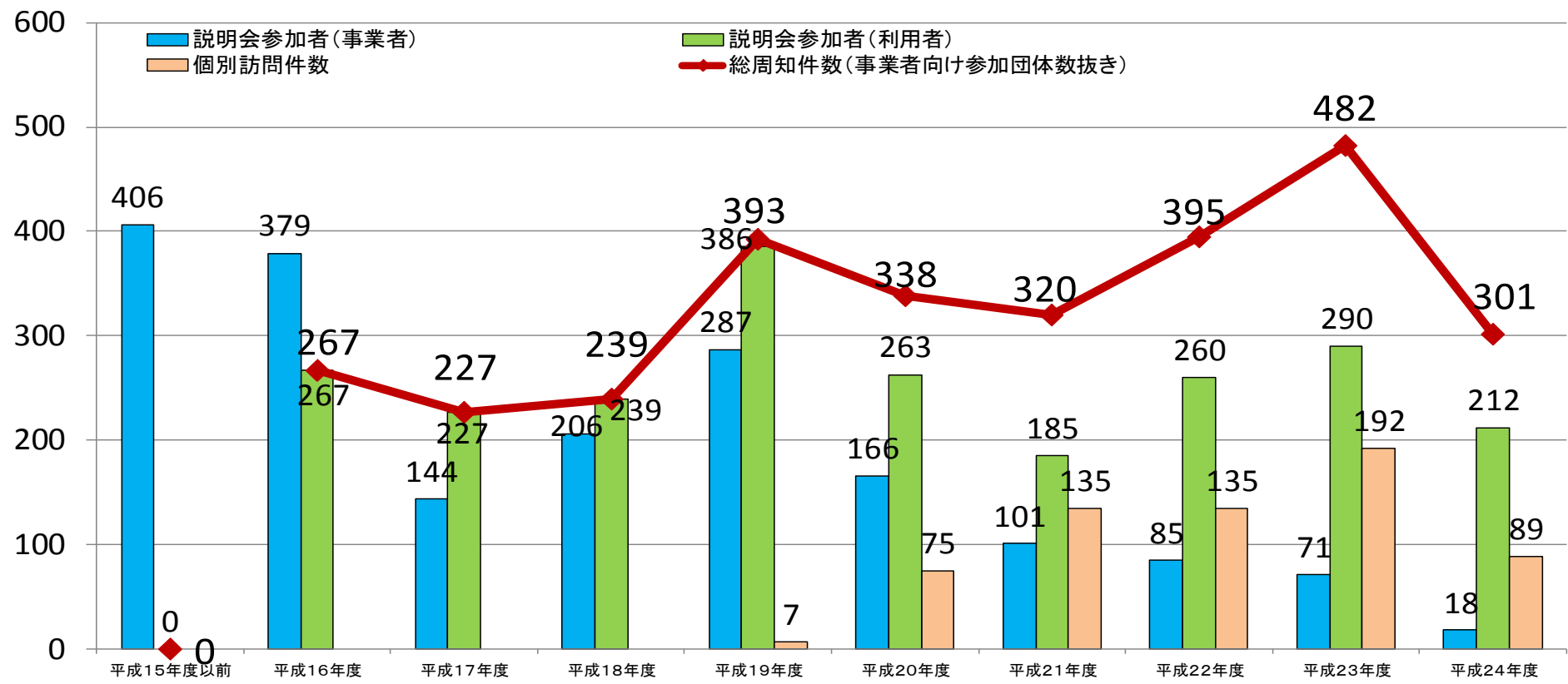
業種別	事業者数	業種別	事業者数
貨物運送業	304	情報サービス業	2
警備業	26	不動産業	2
障害者福祉事業	13	印刷業	1
電気通信サービス業	6	鉄鋼業	1
ビルメンテナンス業	6	建設業(造園工事)	1
廃棄物処理業	5	教育、学習支援業	1
信書送達業	3	その他卸売・小売業	6
旅客運送業	3	その他サービス業	20
電気機械器具小売業	2	計	402

4. 総務省の周知広報活動

○ 平成24年度は、総務本省又は総合通信局等において、信書便事業説明会及び個別訪問活動、信書便年報の発行、周知用ポスター等の作成等の各種施策を実施。

(1) 信書便事業説明会及び個別訪問活動の実績

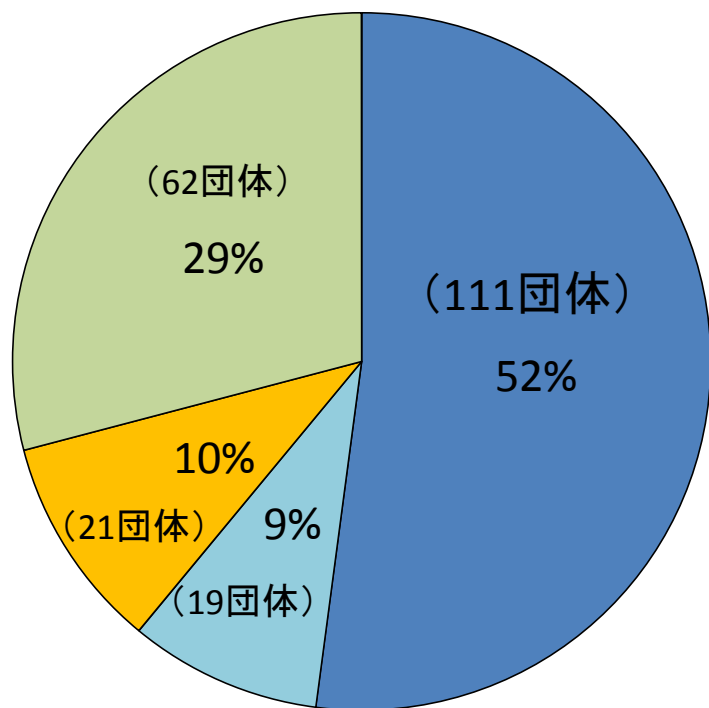
○ 説明会参加者は「利用者向け」が212団体となり(前年度比73.1%)、個別訪問件数は89団体にとどまった(前年度比46.3%)。



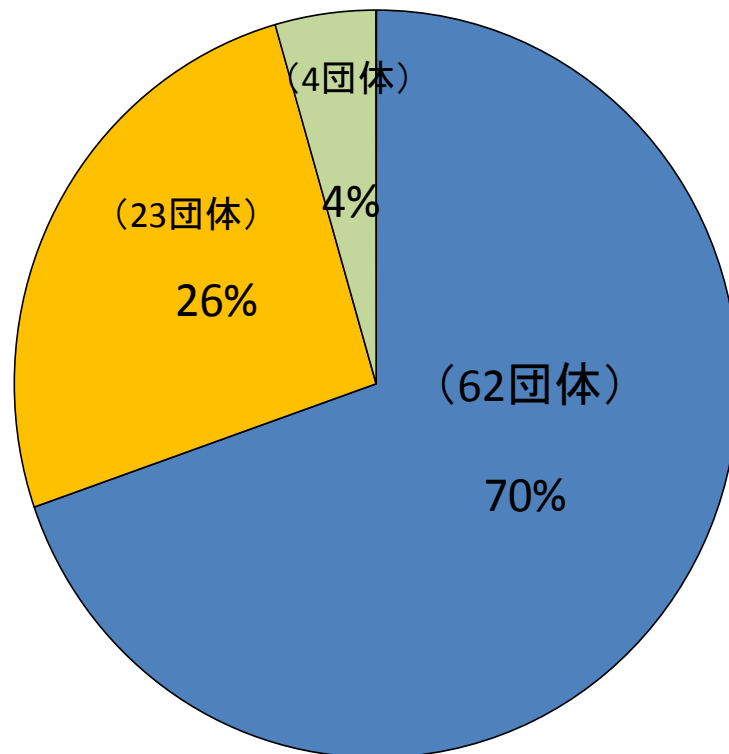
周知対象^(結果)の構成(平成24年度分)

・説明会(利用者向け)

・個別訪問



■ 地方自治体 ■ 国の出先機関
■ レセプト取扱機関 ■ その他



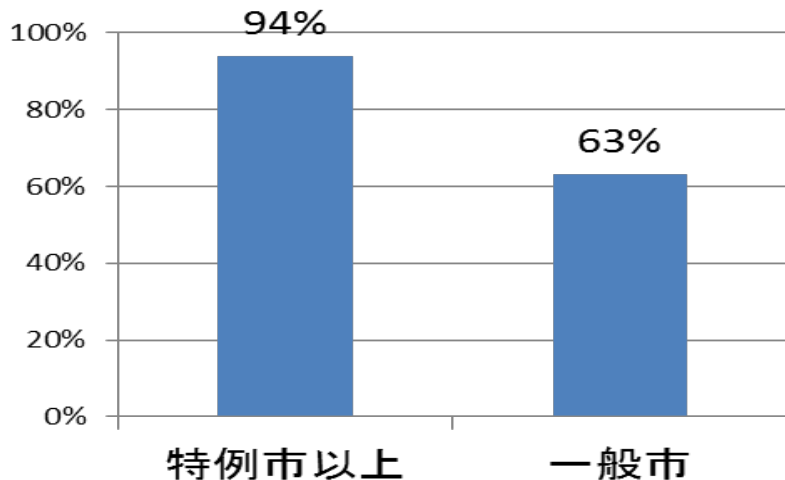
■ 行政機関 ■ 公的団体(レセプト取扱機関含む) ■ 企業等

(2) 周知活動の過去4年間の成果と評価

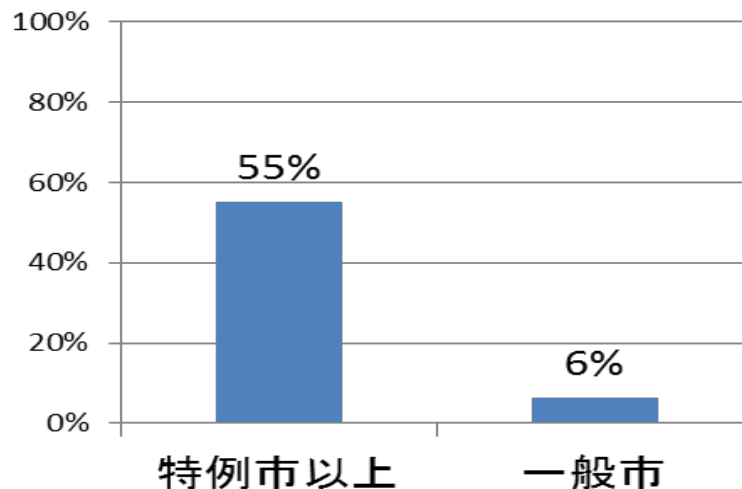
- 地方自治体への周知実績はのべ703団体で、全自治体への周知率は57.9%となり、過去4年間で20.5%の増加。これを市以上で見ると周知率は74.3%で、過去4年間で21.4%の増加。
- 特例市以上の自治体で信書便事業者を知らない割合は6%で、信書便の利用は55%に上る。一般市では信書便事業者の認知度と比較して信書便の利用割合が低い。
- 個別訪問による周知活動では、信書の定義を知っている割合はこの4年間で2.1倍に増加。
- 特例市以上の団体と比較し、一般市は認知度の割には実際の利用につながっていない傾向。

	24年度	20年度	増加
のべ周知団体数	1,666団体	963団体	703団体
周知済団体数(全自治体)	1,035団体	683団体	352団体
全自治体数	1,789団体	1,828団体	—
周知率	57.9%	37.4%	20.5%
周知済団体数(市以上)	638団体	452団体	186団体
市以上自治体数	859団体	855団体	—
周知率	74.3%	52.9%	21.4%

信書便事業の存在の認知

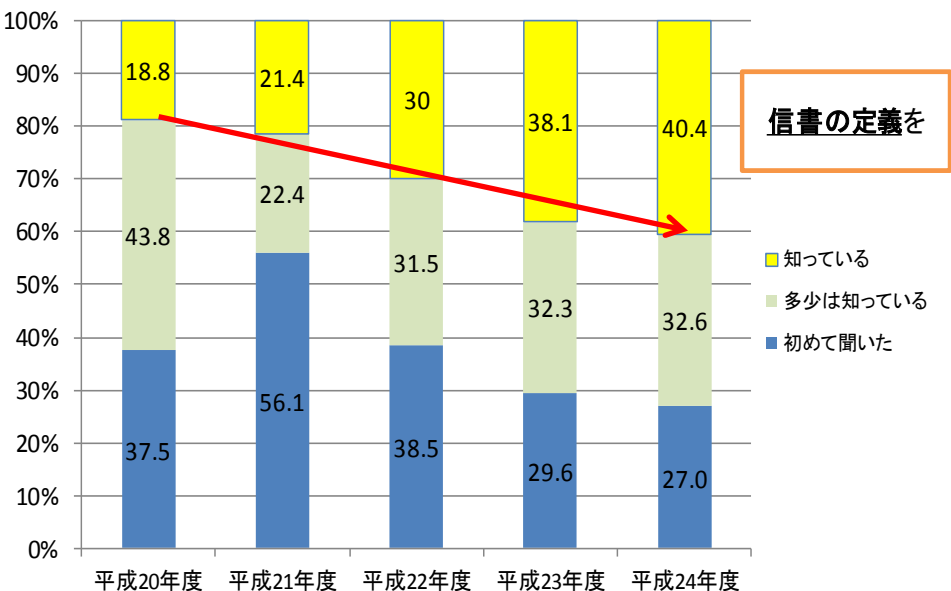


信書便事業の利用率

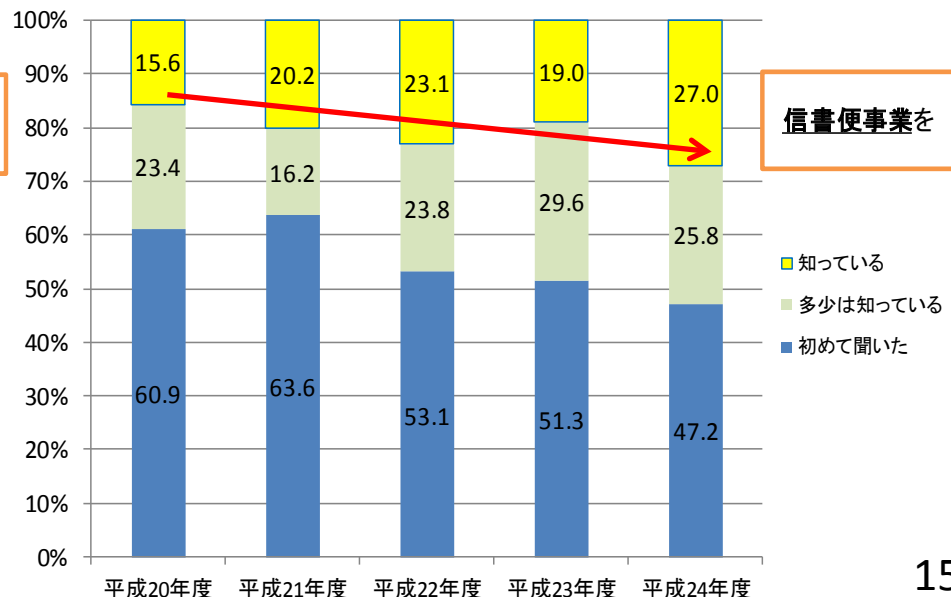


個別訪問活動時の認知度ヒアリング結果より

信書の定義を知っている者の割合



信書便事業を知っている者の割合



(3) 信書便年報の発行

今年度も引き続き信書便年報を発行し、信書便事業の現状について、説明やデータを掲載する他、代表的なサービス例、利用者・事業者へのインタビュー記事等のトピックスを織り交ぜて紹介。

都道府県及び市以上の自治体並びに都道府県及び特例市以上の図書館、信書便事業者説明会参加者、個別訪問活動の訪問先等に配布。

なお、総務省のHPに全文を掲載。

(URL:<http://www.soumu.go.jp/yusei/nenpou.html>)



(4) 周知用ポスター等の作成他

信書差出しルールを一般国民に広く知ってもらうことを目的に、周知用ポスター（B2判）と縮小版チラシを今年3月に作成。

都道府県及び市以上の地方自治体、郵便局等、信書便事業者、個別訪問活動の訪問先にポスターを配布し、掲示を依頼。

また、総務省広報誌平成25年7月号に信書の正しい送り方の特集記事を掲載。

なお、総務省のHPにデータ等を掲載。

周知用チラシ（下中絵）

(URL:http://www.soumu.go.jp/yusei/pdf/sinsho_chirashi.pdf)

総務省広報誌特集記事（下右絵）

(http://www.soumu.go.jp/main_content/000120178.pdf)



5. 信書便事業者協会について

- 設立日：平成23年(2011年)9月6日(平成25年1月4日に一般社団法人化)
- 目的：信書便事業者同士の情報交換・連携、業界全体の活性化により、利用者への更なるサービスの向上や協会員の事業拡大の機会を拡げること
- 会員数：77者(平成24年度末の全信書便事業者数は397者)
- 会長及び役員(敬称略)
 - [会長]伊東 博(株)KDDIエボルバ 代表取締役社長)
 - [副会長]高橋 泉(株)KSGインターナショナル 代表取締役)
 - [理事]笠松 利紀(毎日軽自動車運送事業協同組合 代表理事)
渡辺 宏(総合警備保障(株) 営業推進部ブロードマーケット営業室長)
 - [監事]本木 英朗(赤帽首都圏軽自動車運送協同組合 代表理事)
- 事務局：(株)KSGインターナショナル(大阪市福島区福島)
- 平成25事業年度の活動内容：ホームページの充実、広報活動、信書便講習会の開催
- 年間活動予算：約100万円
- 総務省のスタンス：

協会が一般社団法人化したことにより、業界内情報の共有化が図られるとともに、事業者間の緊密な連携による実質的な活動を通して、信書便事業の発展に資することを期待。

御静聴ありがとうございました。