資料４－３

郵便事業の安定的・持続的な運営に向けた提言

令和８年１１月４日

一般社団法人

日本メーリングサービス協会

1. 結論

業界が郵便工程の一部を担い、その対価も含めたトータルコストの削減を実現して料金を引き下げる「協業型」の提言を軸とする。

#	提言の軸	狙い
①	物数を増やす（割引・広告郵便の要件緩和）	減少ペース（年▲5%台）の抑制
②	コスト削減に協力する（作業分担への割引）	日本郵便の引受・継越コストの削減
③	制度を柔軟にする（料金設定・サービス水準）	大口差出向け商品を設計しやすくする
④	関係法令の抜本的改正	縛りが多すぎる法律・省令を改正して社会情勢、時代にあった内容へ改正。「全国公平」と言うが公平の定義も曖昧。現状も公平とは思えない。ユニバーサルサービスの再定義

2. 前提

項目	数値・内容	出典
郵便物数	263 億通（2001 年度）→118 億通（2025 年度）、▲55.1%	日本郵便 p.7
年賀	35 億通→5 億通、▲86%	総務省 p.17
工程別費用	引受 18.2%・継越 11.9%・配達 47.0%	日本郵便 p.15
2028 年度見通し	改善策を実施しても▲1,691 億円	日本郵便 p.16
日本郵便の課題認識	料金はすべて届出が必要で、柔軟に設定できない	日本郵便 p.25
日本郵便の取組	代理店・発送代行業者と連携し広告郵便を利用促進	日本郵便 p.20
今後の議論の進め方	日本郵便（株）における徹底的なコスト削減と他者との協業による収益拡大も含めて検討	資料 3-1

3. 提言一覧

① 物数を増やす（需要創出）

#	提言	資料上の根拠	期待効果
1	通数割引の差出通数の下限引下げ	柔軟な料金設定ができない（p.25）	中小企業の DM 参入促進
2	広告郵便割引の適用範囲拡大（同封物・内容条件の緩和等）	広告郵便物の利用促進（p.20）	請求書＋DM 同封など送り方の拡大
3	代行リスト DM・特別あて所配達郵便の要件緩和・手続簡素化	既存施策の拡充（p.21）	新規顧客層の DM 需要
4	送達日数に余裕を持たせた低料金 DM 商品の創設	豪州・ベルギーの非優先郵便（p.28）	価格重視層の取込み（重視点 1 位は価格）
5	デジタル連携（QR、効果測定、ハイブリッドメール）	Web ゆうびん・デジタルアドレス（p.20）	DM の効果測定の弱点を解消
6	ダイナミックプライシングなど	年次数量の他に月次数量を要把握	数量増及びコスト削減

② コストを削減（作業分担）

#	提言	資料上の根拠	期待効果
7	作業分担割引の拡充（区分、バーコード印字、地域区分局への直接持込み）	引受・継越の費用が 30%超（p.15）	機械処理・運送コストの削減
8	差出日分散割引（繁閑の平準化）	AI による業務量予測・要員配置（p.22）	要員配置の効率化
9	宛先データ精度向上での協力（住所クレンジング、デジタルアドレス対応）	デジタルアドレスによる効率化（p.22）	不着・返還コストの削減
10	郵便ポスト大幅削減 デジタル対応でカラポストの選別	数量減への対応、カラ取集等のムダ解消（要法律改正、p.5、p.17、p21）	労務費等の固定費大幅削減

③ 制度・運用を柔軟にする

#	提言	資料上の根拠	期待効果
11	新商品・割引料金の事後届出化など手続簡素化	料金届出の課題（p.25）	商品の迅速な投入
12	サービス水準見直し時に大口差出事業者の意見を聞く場を設置	関係事業者へのヒアリング（資料 3-1）	業界影響を抑えた制度設計
13	料金改定時の十分な周知期間の確保	料金見直しを検討中（p.16）	顧客の予算策定への配慮、郵便離れ防止

4. 優先度

優先度	提言	理由
高	7・8（作業分担）	日本郵便のコスト削減に直結し、受け入れられやすい
高	1・2（割引・広告郵便の緩和）	物数増加の効果が大きい
中	4・11（低料金商品・届出簡素化）	制度改正が必要で時間がかかる
中	12・13（意見聴取・周知期間）	業界を守るための提言

5. 留意点

項目	内容
提出の機会	総務省は意見募集・関係者ヒアリングを予定。第 3 回会合で検討項目（案）提示→パブリックコメント→令和 9 年夏頃とりまとめ（総務省 p.24）
現行割引条件	広告郵便・通数割引の具体的条件（最低通数等）の提示は現状ない

以上