

郵便局削減による利用者の地域的な利便性の変化の分析と 郵政改革の方向性の考察

A Study on the Accessibility Change by the Postal Reform

吉田直人(東京海洋大学大学院)、苦瀬博仁(東京海洋大学)、岩尾詠一郎(日通総合研究所)

Naoto YOSHIDA (Tokyo University of Marine Science and Technology)

Hirohito KUSE (Tokyo University of Marine Science and Technology)

Eiichiro IWAO (Nittsu Research Institute and Consulting, Inc.)

要旨

スウェーデンでは郵政改革が行われ、郵政事業の自由化が進んだ。その結果郵便局が削減され、郵便局を補完する施設でのサービス提供が各事業別に進められている。本稿は郵政改革における郵便局の削減が、利用者の利便性に与える影響をスウェーデンの郵政改革の事例を踏まえて明らかにし、日本での郵政改革の方向性を考察する。

Abstract

Swedish postal service has been gone through a major reform. This reform has resulted to reduction of the number of post offices and opening of other service points such as convenience store, petroleum station. This paper analyzes the reform's effects to people's access and seeks to contribute to the postal reform in Japan.

1. はじめに

先進国では右肩上がりの経済成長も終え、郵政事業の成長もあまり見込めなくなってきた。そのため生産性の向上が必要になっており、郵政事業改革の重要性が国内外で認識されている。

日本では2004年に郵政公社の小包を新規にコンビニエンスストアが取扱うことについて、大手の民間物流会社と郵政公社とが対立した。

地域の統合を進めている欧州では、各国郵政事業団体のボーダレス化や事業の自由化が進められている⁽¹⁾。その中でもスウェーデンでは国営の形態を取りやめて、いち早く郵政事業の自由化が行われた。また同業の民間他社の営業が重量等によって制限される領域(独占留保領域)も完全に撤廃されており、自由化が最も進んでいる国と言える⁽²⁾。

この背景には、国営であるがための規制や、民間企業から見た競争の不公平さを廃しなけれ

ば、国営郵政事業団体は小包事業の拡大や物流事業に新規参入して売上げ増加を図ることができないことが存在した。

また営業費用の削減をも狙うスウェーデンの郵政事業団体(Posten)は、郵政改革の一環で、郵便局を削減し、その代わりとなる施設を配置した。その結果、地域に住む利用者の利便性がいろいろに変化した。

2. 研究の目的と方法

本研究の目的は、スウェーデンの郵政改革を事例として、郵便局の削減が利用者の利便性に与える影響を明らかにし、日本における郵政改革の方向性を考察することとする。

- ① スウェーデンにおける郵政改革を事例として紹介する。(3章)
- ② 郵便局の削減とそれを補完する施設の増設が地域に住む利用者の利便性に与える影響

を分析する。この分析はスウェーデンのリンショーピング市を例とする。(4章)

- ③ スウェーデンの事例を基に日本の郵政改革の方向性を考察する。そのために、日本の所沢市における利用者の利便性を分析した上で、日本の郵政改革の方向性を考察する。(5章)

3. スウェーデンの郵政改革

3. 1 Posten の郵政事業と改革の背景

従来からスウェーデンの郵政事業は大別して、郵便・小包事業(以下郵便事業)と金融サービス事業(以下金融事業)の2つがあった。

1980年代終わり頃から、郵便以外の貨物量や国際的な情報量が増大し、それらの需要にあったサービスを提供する物流企業が台頭した。しかし売り上げを伸ばしたい当時の国営郵政事業団体は物流事業への参入や国境を越えた営業展開等ニーズにあったサービスはできなかった。

その1つの理由に国営で規制があったためであり、もう1つに国営郵政事業団体が新事業に参入するには競合する民間企業との競争が公平になされるべきとの考えがあったためである。

それに加え、ATMの利用や、Faxの普及、電話料金下落、後にインターネットやE-mailの普及など通信の発達によって、郵便事業、金融事業とも伸び悩みや収益低下を見せたことも背景にある。1992年当時、Fax利用の1/3が郵便の代替利用であるとの推定が出された⁽³⁾。

また営業費用の2/3を占めた人件費を圧縮する必要があったが、迅速な対応は公務員を抱える国営の形態では難しかった⁽³⁾。

このような状況下においては、国営郵政事業団体にとって生産性の向上が主要課題であった。

3. 2 郵政改革の内容

(1) 国営郵政事業団体の特殊会社化

これら一連の動きを受けたのに加え、これまで郵政事業の自由化に消極的であった社会民主党が政権から離れたことで、1994年にスウェーデン政府は周辺国よりも早く国営郵政事業団体

を、政府が株式の全てを保有する特殊会社(Posten)とした。特殊会社とは、特別の法令によって設立された株式会社で、政府の免許を受け、政府の監督に服するものである。

国営郵政事業団体の特殊会社化にあたり、独占留保領域の撤廃とユニバーサルサービスの義務化が明文化された。

(2) 独占留保領域の撤廃

独占留保領域とは、独占営業権として認められた範囲である。郵便の場合は郵便の重量や種類によってその範囲が決められていた。そのため、独占留保領域は安定した収入基盤を構築できる。しかしスウェーデン政府は、独占留保領域が存在したままでは公平な競争が期待できないと考えたため、独占留保領域を撤廃した。

独占留保領域の撤廃を受けて、CityMailという民間の会社がPostenと競合する郵便市場に参入した。CityMailはストックホルム等3大都市圏とゴットランド島のみにおいて郵便事業を行っている。スウェーデンの4割の世帯が住んでいるこの地域において、送り主が自ら地区別に仕分けし、かつ、1回に500通以上発送する大口顧客に限定して週2回の配達を行っている。

(3) ユニバーサルサービス義務の明文化

もう1つはユニバーサルサービス義務の明文化である。これは国民の多くが利益のあまり出ない小口客であるため、サービスが十分提供されなくなるのではという不安が背景にあった。

そこで政府は法律を制定して、国の全土にわたって配達する仕組みを唯一保有するPostenに、A.均一で適正な金融事業の手数料や郵便料金、B.全国どこへでも届けること、C.週に5回の配達、D.施設の全国的な配置の維持すること、等を義務付けた。(ユニバーサルサービス義務)

3. 3 郵政改革の結果

(1) 市場での競争激化と小口料金の値上げ

独占留保領域の撤廃によって設立されたCityMailは利益の大きい大口客と都市部に絞る運営で、低価格による郵便配達を可能にした。1回に500通以上発送する場合には1通あたり

2.35 クローネ(約 35 円)であるが、発送する数が多いほど 1 通当たりの価格が減少する価格設定をしている。

この低価格の設定によって、CityMail はスウェーデンの郵便市場において年々シェアを拡大してきた。1997 年には 1.6%だった市場シェアが、2003 年には 6.8%に増大した⁽⁴⁾ (表 1)。この市場シェアは競合する同業の民間会社としては、世界随一の市場シェアである。

また、2001 年に CityMail は黒字を計上し、その後ノルウェーの郵政事業団体の傘下になることで、CityMail は株式を増やした。そして今後はスウェーデン以外のヨーロッパ諸国へ配達することが可能になり、シェアをさらに伸ばすことが予想されている。

この状況の中で Posten は売上げの増加と営業費の削減が求められた。そこで Posten も大口顧客の価格を CityMail と同程度に設定するとともに、翌朝 10 時までの配達を可能にした (図 1)。

しかしこれらは、大口顧客に対する営業費用を増加させ、利益率も低下させた。そしてそれはユニバーサルサービス義務を遂行するため行っていた、大口顧客部門から利益率の少ない小口顧客部門への収益移転を中止させた。そこで Posten は小口郵便料金の値上げを実施した。

図 1 は Posten の大口客と小口客のはがきと 75g の書状料金の推移である。1991 年の時点では 75g の書状が大口、小口、それぞれ 4.85 クローネ、5 クローネと差があまりなかったものが、2000 年はそれぞれ 2.65 クローネ (約 40 円)、8 クローネ (約 118 円) と格差が拡大している。

(2) 郵便局の削減とその補完施設の設置

A) 委託店と新設窓口

Posten の調査の結果、人口密度の低い地域に配置している郵便局が大きな損失を出していることが明らかにされた⁽³⁾。そこで Posten は郵便局を削減していった。

しかし、ユニバーサルサービス義務で全国的な設置義務を抱える Posten は、郵便局の閉鎖と同時に、郵便局を補完できる施設を設置しな

表 1 スウェーデンの郵便市場におけるシェアと CityMail および Posten の財務状況

年度	シェア		市場での取扱量(億)	CityMail 純利益	Posten 純利益
	CityMail	Posten			
1997	1.6%	97.8%	33.86	-90.3	-
1999	4.8%	94.8%	34.25	-53.6	111
2000	4.4%	95.2%	34.29	-51.2	773
2001	5.2%	94.3%	33.37	1.1	397
2002	5.8%	93.7%	33.07	-75	2
2003	6.8%	92.9%	32.70	-55	905

純利益の単位は百万クローネ

出所: CityMail, Posten, PTS の資料をもとに作成

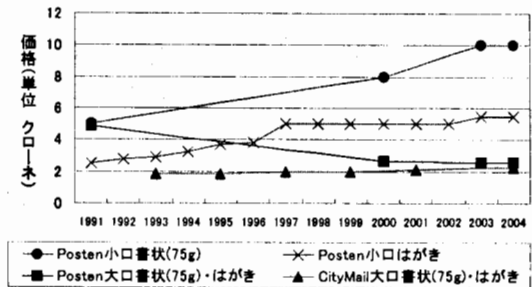


図 1 Posten の大口・小口価格と CityMail の価格の推移

出所: CityMail, Posten, 総務省 (日本) の資料をもとに作成

ればならなかった。

そこで委託店を 2001 年に大きく増加させた。この増加は郵政改革の一部であるが、本研究では店舗改革と呼ぶ。委託店とは、小包の受渡しや引受け、切手やプリペイド式の小包の箱の販売など郵便事業の業務を代行する施設であり、ガソリンスタンドや小売店である。店舗改革によって 2002 年には委託店は約 2,800 店となって、前々年と比べ 3 倍に増加した (図 2)。

ただし委託店は金融事業を受託しない。このため金融事業は、少数の郵便局とショッピングセンター内にある新設窓口でのみサービスを提供している。このように郵便局以外でサービスを提供する施設は郵便事業、金融事業がそれぞれ個別に設けられている。

しかし、Posten の金融事業は赤字が続いている。その背景には、ATM やインターネットの増加により、Posten の金融事業を介する決済や支払い量が激減していることがある。その結果新

設窓口の設置に対し Posten は消極的になり、設置された新設窓口の閉鎖をも始めている。そのため、金融事業のサービスへアクセスできない利用者が出てくる可能性も生まれている。

B) 特別車両

郵便局の業務を補完するために特別車両が主に地方で運行されている。特別車両はライトバンによる移動店舗のようなものである。この車両は郵便局や委託店のない地域を回り、書状および小包の集配を行うと同時に、簡易な金融業務も提供している。2003年には2,500台の特別車両が合計28万kmを走行しており、約70万人の利用者に上記の業務を提供した。

4. 郵便局の削減とその補完施設の配置による利用者の利便性への分析

4.1 用語の定義

(1) 利用者の利便性

利用者の利便性を図る指標は、店舗から道のり1km圏内の人口数を対象地域の総人口で割ったもの(人口カバー率)と設定する。店舗から道のり1km圏内にいるということは、徒歩がトリップ手段である高齢者を含む利用者にとって、利便性があると言えるからである。つまり、より多くの人々が圏内にいれば、それだけ人口カバー率が高く、そして利用者全体の利便性も高くなる。

(2) 金融店舗

金融店舗とは、郵便局と新設窓口である。ここでは金融事業を行う。ただし日本郵政公社は金融事業に加え、簡易保険事業も行う。

(3) 郵便店舗

郵便店舗とは、郵便局と委託店である。ここでは郵便事業を行う。

(4) 新設窓口

新設窓口とは、Postenの直営店であり、改革後に新設した窓口である。ここでは金融事業を行う(表2)。新設窓口は主に集客力が高いショッピングセンター内に多数立地している。

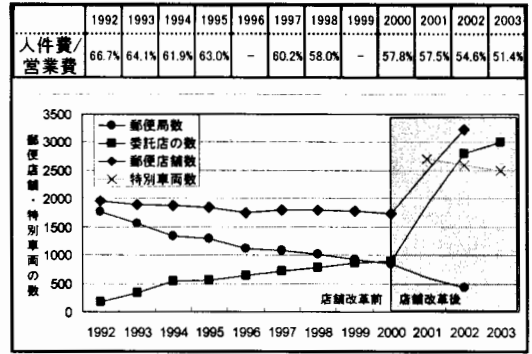


図2 郵便局・委託店の数と人件費の割合

出所: Posten Annual Report より作成

表2 本研究での郵政改革後の店舗体系と名称

名称	施設構成	事業
金融店舗	郵便局 新設窓口	金融事業
郵便店舗	(集配局) 委託店	郵便事業

4.2 分析方法

Postenと日本郵政公社を対象に、郵便局の削減とその補完施設が利用者の利便性に与える影響を次の3つのケースに分けて分析する。

- 郵便局のみ (改革前の時期)
- 金融店舗 (集配郵便局+新設窓口)
- 郵便店舗 (集配郵便局+委託店)

人口カバー率を最初に算出する(式1)。なお、店舗から道のり1km圏内の人口数の算出は、地区人口数をその地区面積に占める1km圏内の面積の割合と乗じたものとする(式2)。

$$R=L/T \quad \dots \text{式1}$$

$$L = \sum_{i=1}^n D_i \cdot A_i / M_i \quad \dots \text{式2}$$

R=人口カバー率
L=店舗から道のり1km圏内の人口数
T=総人口数
D=地区人口数
A=1km圏内にある地区面積
M=地区面積
n=地区数: 所沢市(144)
リンショーピング市(66)

次に、地区の人口数を地区内の70歳(リンショーピングでは65歳)以上および80歳以上の人口数に置き換えて算出する。そして、3つのケースにおいて、人口カバー率を比較分析する。

分析の際に用いるデータは、インターネット上の地図データ、(財)日本地図センター出版

の「1/25000 データ」、それにスウェーデン・リンショーピング郡作成の各種データ、所沢市の地区別町丁別人口データである。

4. 3 リンショーピング市での店舗分布の分析

(1) 仮定

1. 小包を扱わない等、郵便店舗における一部の業務を行わない委託している施設は本分析では委託店としない。
2. 新設窓口の運営費用は金融事業が負担していた郵便局の運営費用から拠出し、委託店の委託料は郵便・小包サービス事業が負担していた郵便局の運営費用から、拠出することとする。
3. リンショーピング市では特別車両を運営しないこととする。
4. 本分析でのリンショーピング市とは、隣接しているマームスレット市の中心部も分析地域に含めた。その理由は金融事業を行う新設窓口がショッピングセンター内にあり、この区域と後に分析を行う所沢市内の大規模小売店を持つショッピングセンターの数を同じにするためである。

(2) 分析結果

図3はスウェーデンで7番目に大きいリンショーピング市における、店舗改革前の、郵便局10局とその道のり1km圏内である。図中の黒い点1つが当時の人口150人を示している。この当時の人口カバー率は46.97%であった。

その後2001年からの店舗改革で、リンショーピング市においても他の地域同様に郵便局の削減が進み、それを補完する施設が設けられた。その結果、削減された郵便局の数は9局に対して、設置した新設窓口の数は3つ、増加した委託店の数は19店であった。その結果、1つ残った集配郵便局を加えると、金融店舗は4店(1+3)、郵便店舗は20店(1+19)となった。

そのため、金融店舗から1km圏内の区域は大幅に減少し、24.68%の人口をカバーするに留まった(図4)。

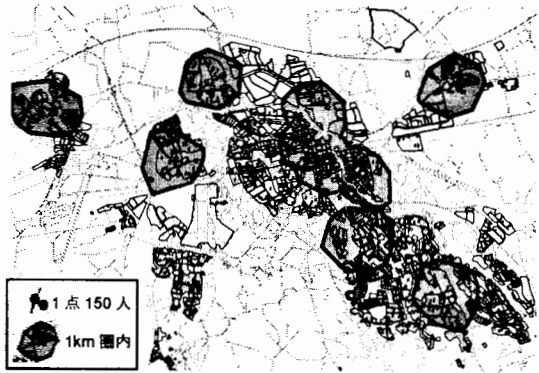


図3 リンショーピング市における改革前の郵便局からの1km圏内と人口分布

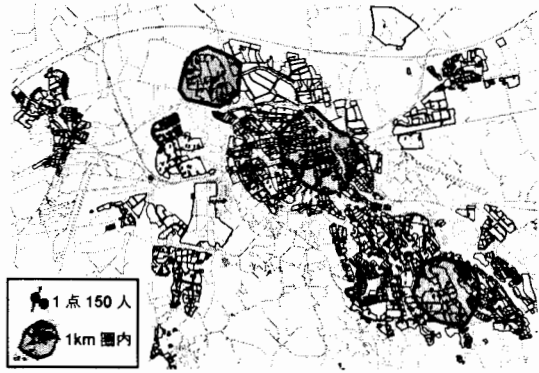


図4 リンショーピング市における改革後の金融店舗からの1km圏内と人口分布

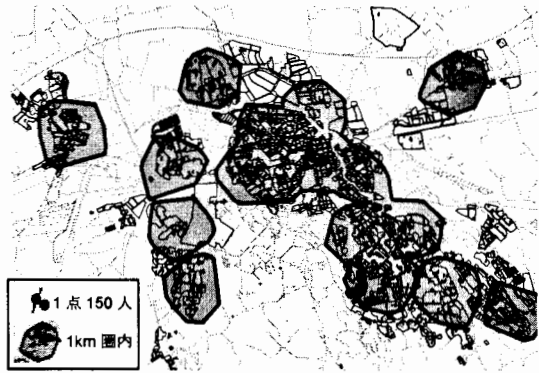


図5 リンショーピング市における改革後の郵便店舗からの1km圏内と人口分布

一方郵便店舗から1km圏内の区域は大幅に増大し、77.43%の人口をカバーするようになった(図5、表3)。

郵便局の削減とその補完施設の配置は郵便事

業の人口カバー率を上昇させ、金融事業の人口カバー率を減少させた。これは利用者全体から見たときには、郵便事業では便利になり、金融事業では不便になったということである。

このような格差の出現は、各事業が個別に店舗を展開しているためであり、経営資源を収益の高く競争の激しい郵便事業に集中させてサービスを提供しているためと考えられる。その方法として Posten は、費用対効果の低い金融事業も行う郵便局を削減して、少ない費用で郵便事業のみを行う委託店を大幅に増やし、新設窓口を必要最低限増やしたと推測できる。その結果、2,000人以上の住民を有する地区に郵便店舗は必ず置かれ、4つの金融店舗はショッピングモール内など集客力が高い場所に配置されたと考えられる。

5 日本の郵政改革への応用

5.1 所沢市での店舗分布の分析

(1) 仮定

- ① 閉鎖する郵便局は全て無集配局とする。
- ② 郵便局の閉鎖により、新設窓口や委託店でサービスを提供することとする。
- ③ 新設窓口の配置の仕方は Posten と同じにする。すなわちショッピングセンター内や集客力が高い地域に配置する。
- ④ 郵便局の委託先は、Posten と同様コンビニエンスストアとし、2004年現在日本郵政公社と提携関係にある株式会社ローソンと株式会社サンクスアンドアソシエイツとする。
- ⑤ 新設窓口の運営費用は郵便貯金・簡易保険事業が負担している郵便局の運営費用から、委託店の委託料は郵便事業が負担している郵便局の運営費用から、それぞれ拠出する。

(2) 分析方法

リンショーピング市と同様に利用者の利便性の分析を行った。ただし所沢市においては、新設窓口・委託店、金融店舗・郵便店舗の数および配置場所が決まっていないため、仮定③、④と式3～6を用いて、設定した(図6)。

表3 リンショーピング市における郵便・金融店舗への1km圏内の人口とその人口カバー率

	郵便局+新設窓口・委託店の数	住民数 (カバー率)	70歳以上 住民数 (カバー率)	80歳以上 住民数 (カバー率)
改革前	郵便局のみ 10+0	42367 (46.97%)	7620 (44.53%)	1426 (43.96%)
	市の全域	90917	17113	3244
改革後	貯保店舗 1+3	24850 (24.68%)	4774 (27.43%)	1737 (30.73%)
	郵便店舗 1+19	77957 (77.43%)	13920 (79.99%)	4656 (82.36%)
	市の全域	100687	17402	5653

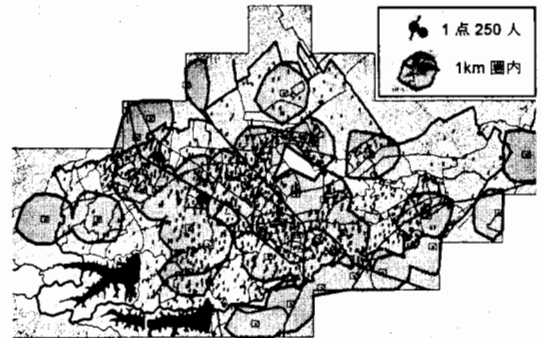


図6 所沢市における郵便局からの1km圏内と人口分布

$$Np = Kp \cdot H \cdot Rp = 26.24 \approx 26 \quad \dots \text{式3}$$

$$Nc = Kc \cdot H \cdot Rc = 5.857 \approx 6 \quad \dots \text{式4}$$

$$Y + Np \approx 28 \quad \dots \text{式5}$$

$$Y + Nc \approx 8 \quad \dots \text{式6}$$

Np=郵便事業を行う委託店の数
Nc=金融事業を行う新設窓口の数
Rp=三事業共通業務にかかる必要経費の事業別人員数使用面積など郵便事業分の割合 [4970/(4970+4634+2394)]
Rc=三事業共通業務にかかる必要経費の事業別人員数使用面積など郵便貯金・簡易保険事業分の割合 [(4634+2394)/(4970+4634+2394)]
Kp=削減郵便局数に対する増加委託店数の比率=19/9
Kc=削減郵便局数に対する設置した新設窓口数の比率=3/9
H=閉鎖する郵便局数(無集配局)=30
Y=集配局=2

その後、式1と2から人口カバー率を算出し、店舗分布の変化による利便性の変化を分析した。

なお、三事業共通業務にかかる必要経費の事業別人員数使用面積などの割合分は、日本郵政

公社の年度報告書『郵便 2003』から抜粋した⁽⁹⁾。

(3) 分析結果

リンショーピング市と同様に、人口と郵便局の分布を示したものが図6である。図7は金融店舗と人口分布を、図8は郵便店舗と人口分布を、それぞれ表した。表4が所沢市の場合における分析の結果である。郵便局のみのカバー率が他のカバー率を上回っていることがわかる。

5. 2 日本の郵政改革への方向性の考察

A) 独占権の撤廃と競争原理の導入

独占権の撤廃と競争原理の導入の背景には、事業を拡大する一方で信書という独占留保領域を保持するのは民間企業にとって不公平になるということがある。この撤廃によりスウェーデンで起こった問題は、小口郵便料金が図1のように上昇したことである。しかし日本の場合には著しい料金の上昇は起こらないと考える。それは小口需要があり、競争が成り立つためである。

例えば日本郵政公社はゆうパックの営業強化を、価格の低下と委託店の増加を通して実施している。それに加え、時間指定など様々なサービスも始まっている。また、小口の書状の中でも、CityMailのように地域的な制限を付けることや年賀状などの大きな需要があるものは規模の経済を使うことで、競争原理を用いれば安くなる可能性が大きい。

B) 改革後におけるユニバーサルサービス義務

ユニバーサルサービス義務の1つに適正な料金設定があるが、料金が高くなって利益が出る場合には民間企業が参入するため、この義務は日本において独占権が撤廃されても守られると考える。

また全国どこでも届けるという義務は、国際郵便においては海運同盟のように同業他社と組んで運搬・配達を、人口密度が低い地域においてはNPOや路線バス、地方自治体との提携をする余地があり、守りやすいと考えられる。

さらに1週間の配達回数を低下させることは、郵便の代替利用を促進し、利用者の利用頻度を下げうる。これは路線バスの走行頻度と自

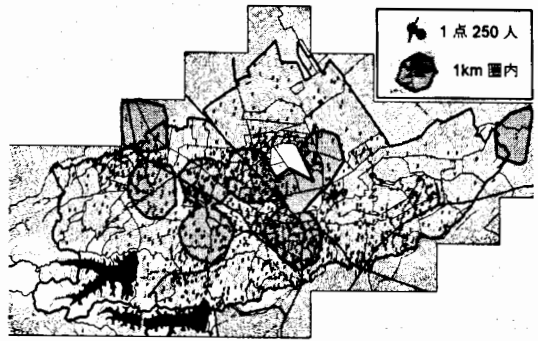


図7 所沢市における金融店舗からの1km圏内と人口分布

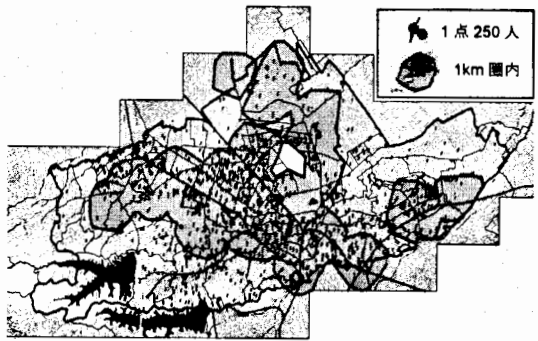


図8 所沢市における郵便店舗からの1km圏内と人口分布

表4 所沢市における郵便・金融店舗への1km圏内の人口数と人口カバー率

	郵便局+ 新設窓口・ 委託店の数	住民数 (カバー率)	70歳以上 住民数 (カバー率)	80歳以上 住民数 (カバー率)
郵便局 のみ	30+0	253963 (75.93%)	23528 (75.32%)	6978 (73.51%)
貯保 店舗	2+6	125412 (37.50%)	11913 (38.14%)	3567 (37.58%)
郵便 店舗	2+26	231888 (69.33%)	21468 (68.73%)	6390 (67.32%)
市の全域		334455	31236	9492

家用車の利用によく見られる。よって、配達回数は5回で据え置くと考えられる。

C) 施設の全国的な配置をするための施策

i) 委託店や新設窓口の配置

一方で、今までのレベルでユニバーサルサービス義務の4つ目である、施設の全国的な配置

を維持するのは、競争を背景とした大口顧客に対する営業費用の増加とそれによる施設への資金調達の低下により難しくなった。

Posten の場合、事業分野ごとの店舗展開を行い利潤追求型の店舗配置にし、金融店舗を削減した。しかし日本の場合は金融事業を行う店舗の著しい減少は、現状では起こりにくいと考えられる。その理由は需要が高いためである。日本ファイナンシャル・プランナーズ協会による調査で、金融機関をどの程度利用しているかという問いに対し、よく利用していると答えた人が郵便局・簡易保険においては 59.6%であった。

そのため Posten のように事業ごとではなく、郵便局網が発達している日本では、三事業一体で店舗を展開することが、1ヶ所でサービスを受けられる利用者にとって利便性がある。ただし、ある部門やある地域が赤字を抱えている場合に、委託店や新設窓口の配置が考えられる。

郵政審議会での答申の資料によると、関東と東京、東海、近畿郵政局以外の郵便事業は赤字である⁽⁷⁾。そういった地域に委託店と新設窓口を、無集配郵便局（特に運営費用が高い特定郵便局）の代わりに配置することが考えられる。委託店の長い開業時間により、便益を受ける利用者も出てくると推測できる。

ただし、店舗数をほぼ同じにした郵便店舗は、郵便局のみに比べると、カバーされない地域が増えた（表4）。委託したローソンとサンクスが同業他社をふまえて自社最適になるように店の配置をしているため、結果として1km圏は偏った。このようにカバーされない地域については、別途考慮する必要がある。

ii) 特別車両の導入

特別車両は、施設利用のニーズが小さい過疎の地域に導入することが考えられる。村民が買い出しに来る繁華街に郵便店舗や金融店舗を置きつつ、各家庭へは特別車両を巡回させてサービスを提供する。特にこの方式はきめ細かなサービスを利用者は受けられるだけでなく、1人暮らしの高齢者の生活も支えるものともなる。

iii) ユニバーサルサービス義務の明文化と義務遂行のための支援策

前記のように、4つのユニバーサルサービス義務を遂行するための方法は変わってきたものの、明文化によって、義務はある程度確保されてきたと考えられる。

それに加え、現時点ではスウェーデン政府は赤字がちな CityMail に対し拠出金を課していないが、EUでは、ユニバーサルサービス義務の遂行のための支援策として、特定の業者にユニバーサルサービスを義務づけ、義務が課されなかった業者には拠出金を求めることが決定された。

このような方式をとることによって、全国的な配置など利用者への利便性を損なわずに、改革を日本で進められるのではないだろうか。

6 おわりに

本研究は Posten の郵政改革による郵便局の削減とその補完方法に着目して、空間的な距離を用いてリンショーピング市における利用者の利便性の変化を分析した。そして日本の郵政改革の方向性を考察した。

今回の研究は利用者の利便性に与えた影響について店舗からの分析にとどまっているため、特別車両や、もしくは空間的な距離以外の指標が利用者の利便性に与えた影響についての分析を今後の課題としたい。

参考文献

- (1) 鈴木邦成、「EU 統合による欧州事業体の変化」、日本物流学会誌 No. 11、pp. 41-48、2003
- (2) BvDP “The BvDP Liberalisation Index” (2001) www.postinsight.pb.com/files/BvDP2001LiberalizationIndex.pdf
- (3) Posten AB: Annual Reports 1993, 1995, 1998, 2000-2003.
- (4) PTS, The National Post and Telecom Agency 資料
- (5) 日本郵政公社 「郵便2003」、pp. 63、2003
- (6) 生活情報センター 「ニッポン人の暮らしの統計(上)」生活アンケート編、pp. 328-330、2003
- (7) 原田淳「郵便局民営化計画」、pp. 44-48、東洋経済新報社