

**郵政事業のユニバーサルサービス確保と  
郵便・信書便市場の活性化方策の在り方  
＜平成 25 年 10 月 1 日付諮問第 1218 号＞**

**第 2 次中間答申**

**平成 26 年 12 月 4 日  
情報通信審議会**

## 目 次

<b>第1章 検討の経緯・基本的考え方</b> .....	1
1 検討の経緯 .....	1
2 検討に当たっての基本的な考え方 .....	2
<b>第2章 郵便・信書便市場の活性化方策の在り方</b> .....	3
1 特定信書便事業の業務範囲の拡大 .....	3
(1) 1号役務（大きい又は重いサービス）の業務範囲の拡大 .....	3
(2) 3号役務（高いサービス）の業務範囲の拡大 .....	5
2 郵便・信書便市場活性化のためのその他の規制緩和措置等 .....	6
(1) 信書便の約款・業務委託に係る認可手続の簡素化と業界の自主的取組の促進 .....	6
①信書便約款に係る認可手続の簡素化 .....	6
②信書便の業務委託に係る認可手続の簡素化 .....	6
③事業の健全な発達に係る業界の自主的な取組の促進 .....	7
(2) 日本郵便株式会社の郵便料金の届出手続の緩和 .....	7
3 今後の取組 .....	7

## 第1章 検討の経緯・基本的考え方

### 1 検討の経緯

情報通信審議会は、平成25年10月に「郵政事業のユニバーサルサービス確保と郵便・信書便市場の活性化方策の在り方」について諮問を受け、審議を行ってきた。郵便・信書便市場の活性化方策の在り方に関しては、本年3月の中間答申において、特定信書便事業の業務範囲のうち1号役務の大きさの基準及び3号役務の料金の基準について、利用者の視点を踏まえるとともに、事業者から出された要望を考慮しながら、郵便のユニバーサルサービスに与える影響の検証を行った上で、業務範囲の見直しに向けて具体的な検討に入ることが適当であると考えられるとの結論を示した。また、郵便・信書便市場を活性化するためには、ICTとの融合や金融サービスとの連携等、事業領域を広くとらえてサービスの多様化・高度化を図り、新たな付加価値を生み出すことが、事業者に期待されるとの提言を行った。

#### 【特定信書便事業の概要】

##### ① 1号役務（大きい又は重いサービス）

長さ・幅・厚さの合計が90cmを超え、  
又は重量が4kgを超える信書便物を送達するもの



##### ② 2号役務（速いサービス）

信書便物が差し出された時から、  
3時間以内に当該信書便物を送達するもの



##### ③ 3号役務（高いサービス）

料金の額が1,000円を下回らない範囲内において  
総務省令で定める額（国内における役務は1,000円）  
を超えるもの



中間答申を踏まえ、総務省において、特定信書便事業の1号役務の大きさの基準及び3号役務の料金の基準について、事業者からより具体的な要望を聴取するとともに、事業者に対し、重量・大きさ区分別、料金区分別の郵便物数等の具体的なデータの提出を求め、郵便のユニバーサルサービスに与える影響の検証を行った上で、見直しに向けて具体的な検討が行われた。併せて、郵便・信書便市場の活性化のためのその他の規制緩和措置についても検討が行われた。

情報通信審議会は、総務省からこれらの検討状況の報告を受け、特定信書便事業の業務範囲の具体的な見直し方針及び郵便・信書便市場の活性化のためのその他の規制緩和措置について審議を行い、郵便・信書便市場の活性化方策の在り方について、第2次中間答申を取りまとめるものである。

## 2 検討に当たっての基本的な考え方

我が国における信書の送達に関する制度は、ユニバーサルサービスの確保と競争促進による利用者の選択の機会の拡大の両立を図ることを基本的な考え方としており、これを実現するため、日本郵便株式会社に対してユニバーサルサービスの提供主体としての必要な規律を課す一方で、ユニバーサルサービスの提供主体ではない信書便事業者に対しては、クリームスキミング（採算性の高い地域や特定の需要者層のみに特化した役務提供）による弊害を回避するとともに、憲法で保障された信書の秘密を保護するための必要最小限の規律を課した上で参入を認めることとしている。

このうち、特定信書便事業は、クリームスキミングを防止するための措置を講じなくても郵便のユニバーサルサービスの提供確保に支障がない範囲内において、創意工夫を凝らした高い付加価値を有する役務を提供する事業として設けられたものであることから、業務範囲の見直しは、このことを前提として検討することが必要である。

また、ICTの普及によって紙媒体でのコミュニケーションの電子媒体での代替が進展するとともに、急速な少子高齢化によって利用人口自体が減少するなど、郵便・信書便市場を取り巻く環境が厳しさを増す中で、信書便事業者は、郵便では提供されていないような新たなサービスの提供や地方自治体・企業の内部における文書送達事務のアウトソーシング需要の掘り起こし等により、制度が開始した平成15年度以降、一貫して市場を拡大してきている。こうしたことを踏まえ、郵便・信書便市場を活性化するためには、既存事業者と新規参入事業者との間の既存のパイの奪い合いではなく、サービスの多様化・高度化による需要の新規創出や掘り起こしなど、全体としての市場規模の拡大につなげることを目指した検討が必要である。

さらに、郵便・信書便市場の活性化のためには、事業者の事業活動を促進するだけでなく、利用者が良質なサービスを安心して利用できるようにする観点から、利用者の視点に立った検討も重要である。

以上の基本的考え方を踏まえ、次章において、郵便・信書便市場の活性化方策の在り方について、具体的な方策を提示することとする。

## 第2章 郵便・信書便市場の活性化方策の在り方

### 1 特定信書便事業の業務範囲の拡大

郵便のユニバーサルサービスの提供確保に支障がない範囲内において、参入事業者による創意工夫を凝らした高い付加価値を有するサービスの提供により、需要の新規創出や掘り起こしを図るため、次のとおり特定信書便事業の業務範囲を拡大することが適当である。

#### (1) 1号役務（大きい又は重いサービス）の業務範囲の拡大

##### ①信書便事業者からの要望等

平成25年度末現在の1号役務の参入事業者は355者、年間の通数は約681万通、売上高は約44億円（平成25年度）となっており、制度が開始した平成15年度以降、一貫して増加を続けている。

1号役務で扱うことのできる信書便物の大きさは、現在、長さ、幅及び厚さの3辺の合計が90cmを超えるものとされているところであるが、信書便事業者からは、3辺の合計が70cm～80cm程度の一般信書便役務の大きさを超える大きさの信書便物やより小さいA4サイズ（長さ29.7cm、幅21cm）程度の信書便物を扱えるようにしてほしいとの要望がなされているところである。

##### ②郵便のユニバーサルサービスに与える影響の検証

信書便事業者からの要望を踏まえて1号役務の業務範囲を拡大することとした場合に郵便のユニバーサルサービスに与える影響は、以下のとおり評価することができる。

まず、一般信書便事業者に全国において原則3日以内に配達することを義務付けている一般信書便役務に係る信書便物の大きさ（長さ、幅及び厚さがそれぞれ40cm、30cm、3cm以下）のうち最大サイズに当たる3辺の合計が73cmを超える信書便物を1号役務の範囲に追加することとした場合、追加する範囲と同等の大きさの郵便物（3辺の合計が73cmを超え90cm以下）は約385万通・約19億円（平成25年度）、郵便（第1種郵便物及び第2種郵便物）の収入全体に占める割合は約0.15%であることから、特定信書便事業者に取扱いを認めても、郵便のユニバーサルサービスの提供確保には支障を与えないと判断できる。

なお、一般信書便役務に係る信書便物の大きさと重複しない大きさの信書便物の中には3辺の合計が73cm以下のものがあるが（例えば30cm×20cm×5cmのものは、3辺の合計は55cmであるが厚さが3cmを超えるため、一般信書便役務に係る信書便物には含まれない。）、これを1号役務の範囲に追加する場合には、サービスの提供の仕方によっては、郵便のユニバーサルサービスの提供確保に大きな影響を与える可能性があるため、慎重な判断が必要である。

次に、より小さいA4サイズ（長さ29.7cm、幅21cm）の信書便物まで1号

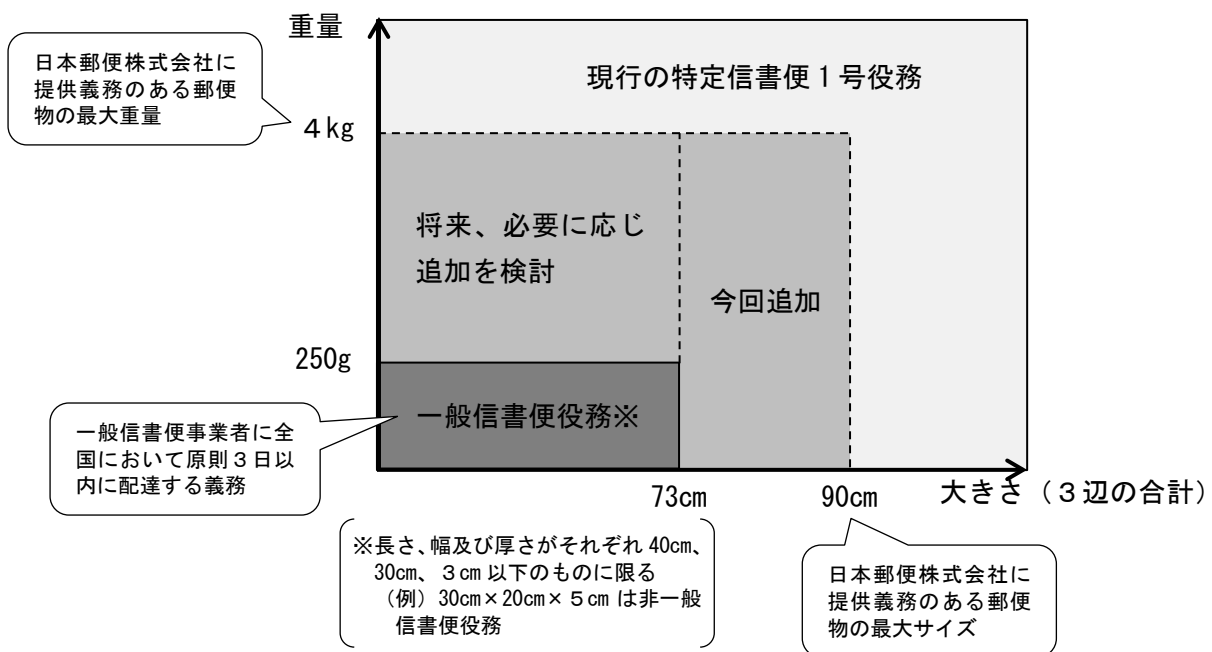
役務の範囲に追加することとした場合、追加する範囲と同等の大きさの郵便物は約 6.6 億通・約 1,589 億円（平成 25 年度）、郵便（第 1 種郵便物及び第 2 種郵便物）の収入全体に占める割合は約 12.4%にも達することから、特定信書便事業者に取扱いを認めた場合、郵便のユニバーサルサービスの提供確保に重大な影響を与えられられる。

### ③見直しの方向性

以上を踏まえ、一般信書便事業者に全国において原則 3 日以内に配達することを義務付けている一般信書便役務に係る信書便物の大きさ（長さ、幅及び厚さがそれぞれ 40cm、30cm、3 cm 以下）と重複しない大きさの信書便物のうち、3 辺の合計が 73cm を超えるものを 1 号役務の範囲に追加し、その他のものは、将来、必要に応じ、1 号役務の範囲への追加を検討することが適当である。

また、1 号役務の信書便物の重量は、現在、4 kg を超えるものとされているところであるが、信書便物の大きさと重量には相関関係があることから、一般信書便役務に係る信書便物の重量（250g 以下）と重複しない重量の信書便物についても、将来、必要に応じ 1 号役務の範囲への追加を検討することが適当である。

3 辺の合計が 73cm を超える信書便物を 1 号役務の範囲に追加することにより、特定信書便事業者は、A 3 サイズ（長さ 42cm、幅 29.7cm）の信書を折らずにちょうどよい大きさの封筒に封入したものを扱えるようになり、これまで郵便のみが扱っていた約 19 億円分の市場に新たに参入可能となる。また、参入事業者がこれまで郵便では提供されていないような新たなサービスを提供することにより、需要の新規創出や掘り起こしが促進され、この範囲において市場全体が拡大することも期待できる。



## (2) 3号役務（高いサービス）の業務範囲の拡大

### ①信書便事業者からの要望等

平成 25 年度末現在の 3 号役務の参入事業者は 222 者、年間の通数は約 442 万通、売上高は約 68 億円（平成 25 年度）となっており、制度が開始した平成 15 年度以降、一貫して増加を続けている。

3 号役務で扱うことのできる信書便物は、現在、1 通の料金が 1,000 円超のものとなっているところであるが、信書便事業者からは、料金の基準を 500 円まで引き下げてほしいとの要望がなされている一方で、サービス品質の低下を懸念して現状維持又は 800 円程度までの引下げにとどめるべきとの要望もなされているところである。

### ②郵便のユニバーサルサービスに与える影響の検証

信書便事業者からの要望を踏まえて 3 号役務の業務範囲を拡大することとした場合に郵便のユニバーサルサービスに与える影響は、以下のとおり評価することができる。

まず、1 通の料金が 500 円超の信書便物を 3 号役務の範囲に追加することとした場合、追加する範囲と同等の料金（500 円超 1,000 円以下）の郵便物は約 6,721 万通・約 430 億円（平成 25 年度）、郵便（第 1 種郵便物及び第 2 種郵便物）の収入全体に占める割合は約 3.36%にも達することから、特定信書便事業者に取り扱いを認めた場合、郵便のユニバーサルサービスの提供確保に重大な影響を与えようと考えられる。

次に、1 通の料金が 800 円超の信書便物を 3 号役務の範囲に追加することとした場合、追加する範囲と同等の料金（800 円超 1,000 円以下）の郵便物は約 822 万通・約 70 億円（平成 25 年度）、郵便（第 1 種郵便物及び第 2 種郵便物）の収入全体に占める割合は約 0.55%であることから、特定信書便事業者に取り扱いを認めても、郵便のユニバーサルサービスの提供確保には支障を与えないと判断できる。

なお、既に 3 号役務の範囲となっている 1,000 円超の郵便物は約 560 万通・約 71 億円、郵便（第 1 種郵便物及び第 2 種郵便物）の収入全体に占める割合は約 0.55%であり、800 円超 1,000 円以下の郵便物と同程度である。

### ③見直しの方向性

以上を踏まえ、3 号役務の料金の基準を現行の 1,000 円超から 800 円超まで引き下げることが適当である。

なお、料金の基準の引下げに当たっては、利用者がサービス品質低下等の不利益を被ることのないよう留意することが必要である。総務省においては、信書便事業者から表明されている料金基準の引下げによるサービス品質の低下の懸念に対応するため、各事業者の事業許可に係る事業計画の遵守状況のチェックを徹底するとともに、事業者団体におけるサービス品質の維持向上に向けた自主的な取組を促進することが必要である。

また、3号役務の料金の基準については、今後も経済情勢の変化等を踏まえつつ、弾力的に見直していくことが必要である。

3号役務の料金の基準を現行の1,000円超から800円超まで引き下げることにより、特定信書便事業者は、これまで郵便のみが扱っていた約70億円分の市場に新たに参入可能となり、レタックスのように1,000円以下で電報類似サービスを提供することも可能となる。また、参入事業者がこれまで郵便では提供されていないような新たなサービスを提供することにより、需要の新規創出や掘り起こしが促進され、この範囲において市場全体が拡大することも期待できる。

## 2 郵便・信書便市場活性化のためのその他の規制緩和措置等

サービスの多様化・高度化等による郵便・信書便市場の活性化を図るため、以上のとおり、特定信書便事業の業務範囲を拡大するほか、以下のとおり、迅速な事業展開を可能とするための規制緩和措置を講ずるとともに、利用者の視点に立って、事業の健全な発達に係る業界の自主的な取組を促進することが必要である。

### (1) 信書便の約款・業務委託に係る認可手続の簡素化と業界の自主的取組の促進

#### ① 信書便約款に係る認可手続の簡素化

信書便約款は認可制とされているが、ほぼ同内容の申請が多くなってきていること、また、業務範囲の拡大によって予想される新規参入や既存事業者の約款変更手続の増加に迅速に対応できるようにするため、総務大臣が作成する標準約款と同一の信書便約款により事業を行う場合には認可手続を省略するなど、手続の簡素化を図ることが適当である。

標準約款制度は、信書便事業者が兼営することの多い貨物利用運送事業、貨物自動車運送事業等の分野で既に導入されており、事業者には、認可手続の簡素化により、事務コストの軽減等のメリットが見込まれる。

#### ② 信書便の業務委託に係る認可手続の簡素化

信書便の業務の委託は認可制とされているが、同種の業務委託を複数の者に反復継続して行う場合には、認可申請に係る添付書類を省略するなど、手続の簡素化を図ることが適当である。

(注) 同様の認可申請手続とされている郵便の業務の委託についても、あわせて、手続の簡素化を図ることが適当である。

特定信書便事業の業務範囲の拡大によって信書便物の取扱量が増加し、信書便事業者においては、能率的・効果的な事業運営の観点から、業務委託のニーズが高まることが想定される。信書便事業者からは、業務委託に係る認可手続の簡素化に係る要望がなされており、認可申請に係る添付書類を可能な範囲で省略するなど、手続の簡素化を図ることで、事業者は、信書便物の取扱量の増加に迅速に対応でき、ビジネスチャンスをより確実に捉えることができる。



### ③事業の健全な発達に係る業界の自主的な取組の促進

信書便事業には法制定時の想定を超える多種多様な業態からの参入があり、今般の業務範囲の拡大によりこの傾向がより強まることが想定されるとともに、約款に係る認可手続の簡素化により事後規制に重点が移ることとなる。これに伴い、事業者の社会的信用の維持向上と事業の適正な実施の確保といった信書便事業の健全な発達に係る業界の自主的な取組が従来に増して重要となることから、広報活動や講習会の実施、利用者保護等の信書便事業者団体の自主的な取組を促進することが適当である。

## (2) 日本郵便株式会社の郵便料金の届出手続の緩和

特定信書便事業者の活発な市場参入や国際宅配便に対する需要の増加等により、様々な高付加価値サービスが多様な料金設定で提供されていることを踏まえ、市場動向をより迅速に反映した料金設定をできるようにするため、基礎的な信書送達を除き、郵便料金の届出手続を事前届出制から事後届出制に緩和することが適当である。なお、料金水準について、万国郵便条約等の国際約束に適合していることをより確実に検証できるよう必要な措置を講ずる必要がある。

同様に、一般信書便事業者が一般信書便物の送達の役務に付加して行う役務についても、料金の届出手続を緩和することが適当である。

種別	右記以外		<ul style="list-style-type: none"> <li>・第3種郵便物（定期刊行物）</li> <li>・第4種郵便物（通信教育等）</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・第1種郵便物（封書）</li> <li>・第2種郵便物（葉書）</li> <li>・特殊取扱のうち郵便法上提供義務のあるもの（書留、内容証明等）</li> <li>・国際郵便のうち通常郵便物（書状、郵便葉書、盲人用郵便物に限る。）及びこれに係る書留・速達・受取通知</li> </ul> <p style="text-align: center;">基礎的な信書送達</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特殊取扱のうち郵便法上提供義務のないもの（代金引換、配達時間帯指定郵便等）</li> <li>・国際郵便のうち左記以外</li> </ul>	
料金規制	事前届出制（30日前）	事前届出制（10日前） ↓ 事後届出制	認可制

## 3 今後の取組

以上の方策については、総務省において、速やかに実施に向けた準備を行うことが適当である。

また、以上の方策の実施後においても、郵便のユニバーサルサービスの提供状況や特定信書便事業への参入状況等を定期的に検証し、必要な場合には見直しを行うことが適当である。

なお、郵便を含む郵政事業全体のユニバーサルサービス確保方策の在り方については、今後、総務省におけるユニバーサルサービスコストの算定結果等を踏まえ、諸外国の事例も参考にしつつ、平成 27 年 7 月目途の最終答申に向けて、情報通信審議会で審議を進めていくこととする。

## 參考資料

# 郵便のユニバーサルサービスに与える影響の検証

## 日本郵便株式会社に対する調査

- 実施期間 平成26年5月13日～7月15日
- 調査内容 特定信書便事業の業務範囲を拡大した場合に郵便のユニバーサルサービスに与える影響を検証するため、主として信書を取り扱う第1種郵便物(封書)及び第2種郵便物(葉書)について(特殊取扱とするものを含む。)、平成25年度の大きさ・料金等の区分別の収入等を調査。
- 調査方法 日本郵便株式会社に依頼し、既存データ及び郵便局におけるサンプル調査を元に推計。

## 調査結果の概要

- 大きさ区分別の郵便収入(平成25年度)
- 料金区分別の郵便収入(平成25年度)

大きさ区分(3辺の長さの計)	郵便収入(税込)	収入全体に占める割合
90cm超 …現行の1号役務	0億円	0%
73cm(一般信書便役務の最大サイズ)超 …A3を送付可能	19億円	0.15%
49.3cm(角形3号封筒のサイズ)超 …A4を送付可能	1,589億円	12.4%
全大きさ区分合計	12,826億円	100%

料金区分(1通当たりの料金)	郵便収入(税込)	収入全体に占める割合
1,000円超 …現行の3号役務	71億円	0.55%
900円超	84億円	0.66%
800円超	141億円	1.10%
700円超	212億円	1.66%
600円超	313億円	2.44%
500円超	501億円	3.91%
全料金区分合計	12,826億円	100%

## 信書便事業者からの要望等

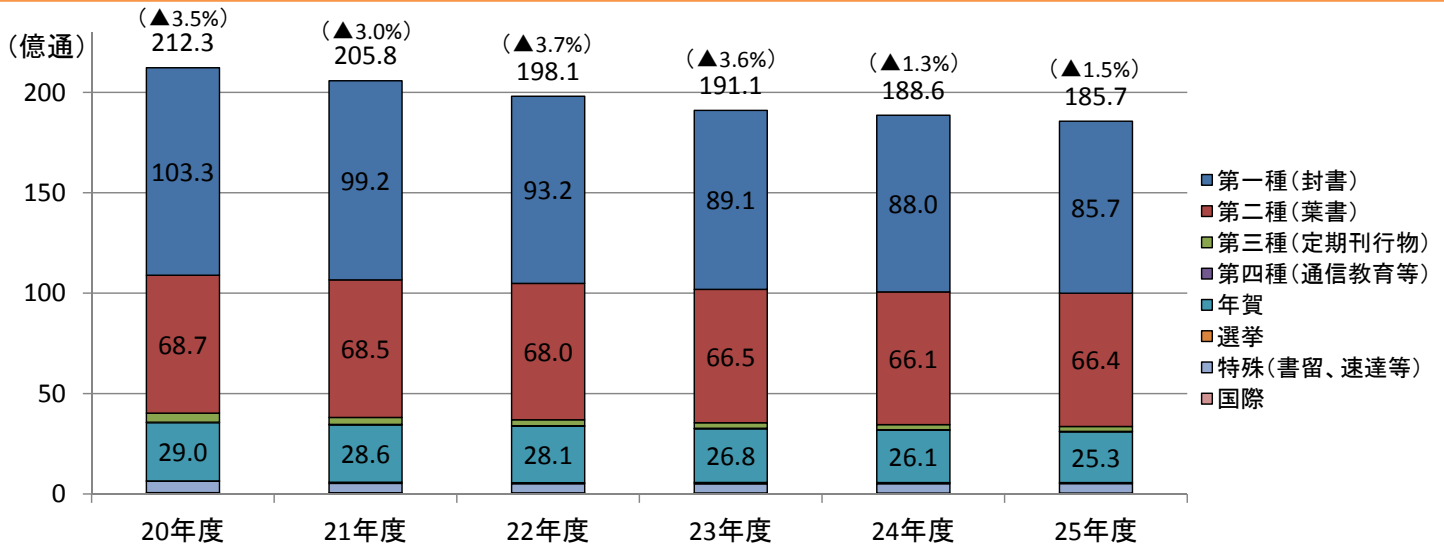
### 信書便事業者に対する調査

- 実施期間 平成26年5月13日～6月13日(書面調査)、7月以降随時(個別ヒアリング)
- 調査内容 1号役務及び3号役務の業務範囲の見直しについての具体的な要望・お客様からの要望の状況、その他信書便事業についての見直しの要望等について調査。
- 調査方法 全信書便事業者に対する書面調査(回答者数110者)のほか、主要事業者に対する個別ヒアリングを実施。

### 調査結果の概要

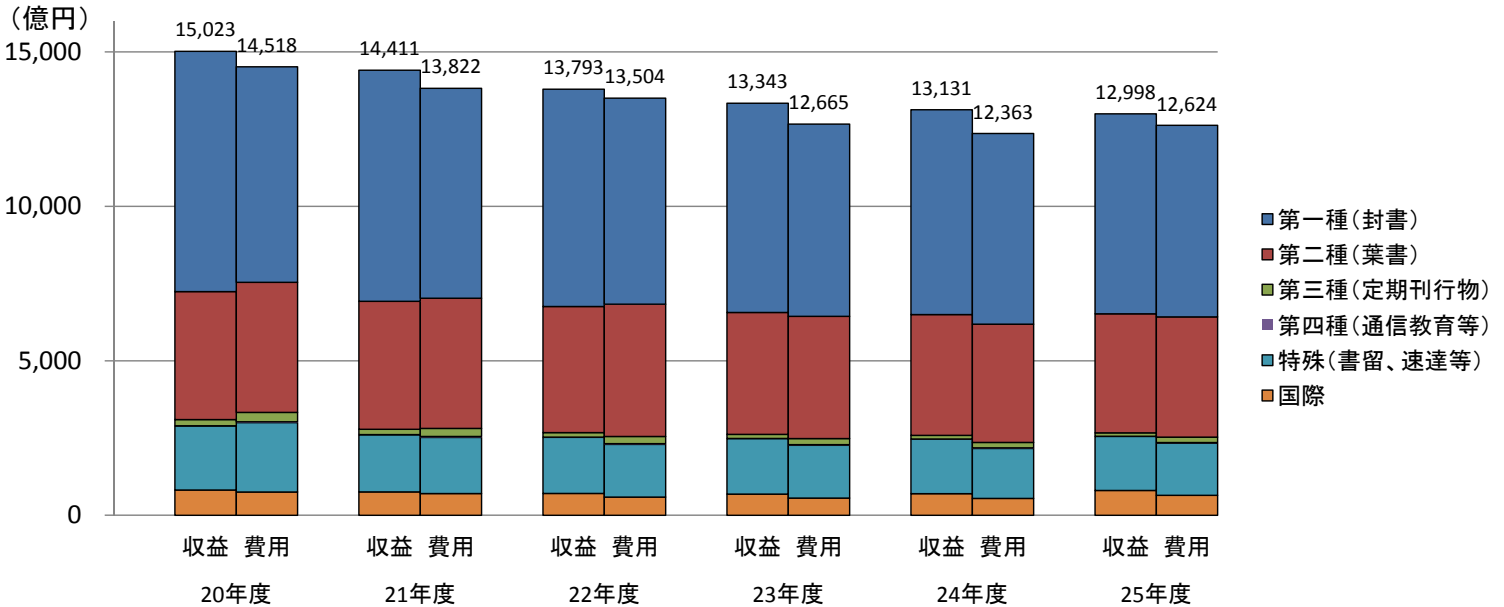
- 1号役務の業務範囲の見直しの具体的な要望
  - ・A4サイズ程度の書類を扱えるようにしてほしい。
  - ・一般信書便役務の大きさ(長さ40cm・幅30cm・厚さ3cm)を超える大きさの信書便物を扱えるようにしてほしい。
  - ・3辺の合計が70cm～80cm程度の信書便物を扱えるようにしてほしい。
- 【お客様からの要望の状況】
  - ・現在の大きさの基準では、わざわざ大きな容器を調達しており、無駄なコスト増。また、袋が大きくてごみが増える。
  - ・業務効率のため75cmに変更してほしい。
- 3号役務の業務範囲の見直しの具体的な要望
  - ・継続顧客への割引のため、500円まで基準を下げてほしい。
  - ・日本郵便のレタックスとの価格競争やお客サービス観点から、800円程度まで基準を下げてほしい。
  - ・利用者に提供している付加価値の高いサービスの品質を維持するためには、現行の金額基準が適正であり、維持を希望。
- 【お客様からの要望の状況】
  - ・3号役務の最低料金は高すぎる。封筒1通の送付に1,000円以上もかけられない。
  - ・割引制度によって1通1,000円以下にならないのか。(法人顧客からの要望)
- その他信書便事業についての見直し等の要望
  - ・信書便物の取扱数量が増加すれば自社戦力だけでの対応は困難であるが、業務委託の認可に対する手続(提出資料等)は煩雑であり、認可までに時間がかかるため、手続を見直してほしい。
  - ・無許可の事業者等、規制すべきところはしっかり行い、利用者に不利益、不便のないようにしてほしい。
  - ・信書便事業の認知度を高めるため、国民、企業に対するPRが必要。

## 種類別の郵便物数の推移



単位:百万通	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度
第一種(封書)	10,332	9,915	9,319	8,913	8,798	8,570
第二種(葉書)	6,868	6,852	6,796	6,648	6,609	6,641
第三種(定期刊行物)	450	347	298	275	253	241
第四種(通信教育等)	26	25	24	24	22	21
年賀	2,901	2,856	2,812	2,677	2,613	2,532
選挙	11	59	50	62	58	49
特殊(書留、速達等)	571	467	458	460	463	470
国際	69	61	54	49	48	47
通常	57.84	50.54	43.89	39.63	37.84	34.55
小包	1.57	1.53	1.40	1.30	1.29	1.80
EMS	9.84	9.23	8.87	8.57	8.77	10.82
計	21,228	20,583	19,812	19,108	18,862	18,572

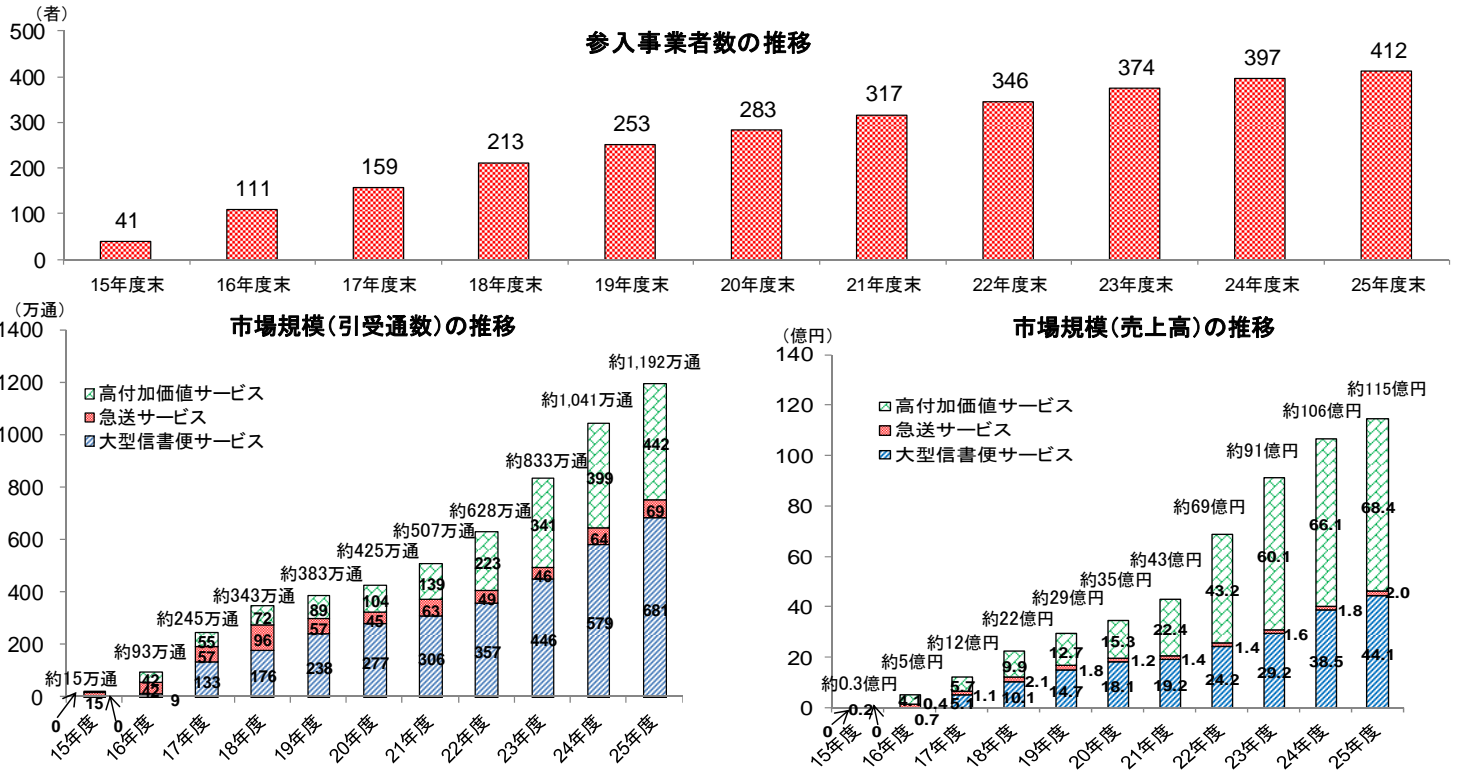
## 種類別の郵便事業の収支の推移



単位:億円	平成20年度			平成21年度			平成22年度			平成23年度			平成24年度			平成25年度		
	営業収益	営業費用	営業損益	営業収益	営業費用	営業損益	営業収益	営業費用	営業損益	営業収益	営業費用	営業損益	営業収益	営業費用	営業損益	営業収益	営業費用	営業損益
第一種(封書)	7,780	6,976	804	7,484	6,796	688	7,035	6,668	366	6,774	6,226	548	6,633	6,175	458	6,473	6,200	273
第二種(葉書)	4,145	4,213	▲67	4,142	4,214	▲73	4,084	4,283	▲199	3,948	3,956	▲8	3,910	3,827	83	3,855	3,895	▲39
第三種(定期刊行物)	199	304	▲105	173	262	▲89	145	234	▲89	131	198	▲67	117	178	▲61	111	174	▲63
第四種(通信教育等)	10	28	▲18	9	31	▲21	9	23	▲14	8	20	▲11	8	19	▲11	8	20	▲12
特殊(書留、速達等)	2,069	2,246	▲177	1,847	1,818	29	1,816	1,707	108	1,795	1,710	85	1,762	1,616	145	1,748	1,690	59
国際	819	752	68	756	702	54	706	589	116	686	556	130	700	547	153	803	645	157
計	15,023	14,518	504	14,411	13,822	589	13,793	13,504	288	13,343	12,665	678	13,131	12,363	767	12,998	12,624	374

# 信書便事業参入事業者数と市場の動向

- 一般信書便事業への参入はないものの、特定信書便事業への参入は順調に増加を続けており、平成25年度末時点で412者が参入している。
- 平成25年度の信書便の市場規模は、引受通数で約1,192万通(対前年度比約1.1倍)、売上高で約115億円(対前年度比約1.1倍)。



## 信書便事業の参入事業者が営む主な事業 / (一社) 信書便事業者協会の概要

### 信書便事業の参入事業者が営む主な事業

業種別	事業者数
貨物運送業	318
警備業	26
障がい者福祉事業	11
ビルメンテナンス業	7
電気通信サービス業	6
廃棄物処理業	5
旅客運送業	3
不動産業	2
情報サービス業	2
信書送達業	1
印刷業	1
鉄鋼業	1
建設業(造園工事)	1
教育、学習支援業	1
その他卸売・小売業	5
その他サービス業	22
計	412

(平成25年度末時点)

### 一般社団法人信書便事業者協会の概要

- **設立**  
平成23年9月6日(平成25年1月4日に一般社団法人に移行)
- **目的**  
信書の送達の事業を営む事業者が、その業務の適正な運営を確保するとともに、事業者同士の情報交換、連携を行い業界全体の活性化を図ることにより、もって信書便利用者に対する更なるサービスの向上を行い、会員の事業拡大の機会を拡げること
- **会員数**  
73者(平成25年度末現在)
- **役員**  
会長 伊東博 株式会社KDDIエボルバ取締役副会長  
副会長 高橋泉 株式会社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  
理事 渡邊宏 総合警備保障株式会社総務部管理室長  
監事 本木英朗 赤帽首都圏軽自動車運送協同組合理事長
- **事業内容**
  - ・信書便事業に関する研修
  - ・信書便事業に関する調査研究
  - ・会員間の意見交換その他の会員相互の連絡協調を図るための施策
  - ・信書便事業に関する意見の公表及び行政庁等への申出
  - ・信書便事業に関する広報 等