

ケータイ de 年賀状

~ 『いつでも・どこでも・手軽に』 ~



## 会社概要

名称	郵便事業株式会社
設立年月日	2007年(平成19年)10月1日
代表取締役会長(CEO)	北村 憲雄
代表取締役社長	團 宏明
本社所在地	東京都千代田区霞が関一丁目三番二号
資本金	1,000億円
従業員数	約99,700名

### 【主な事業内容】

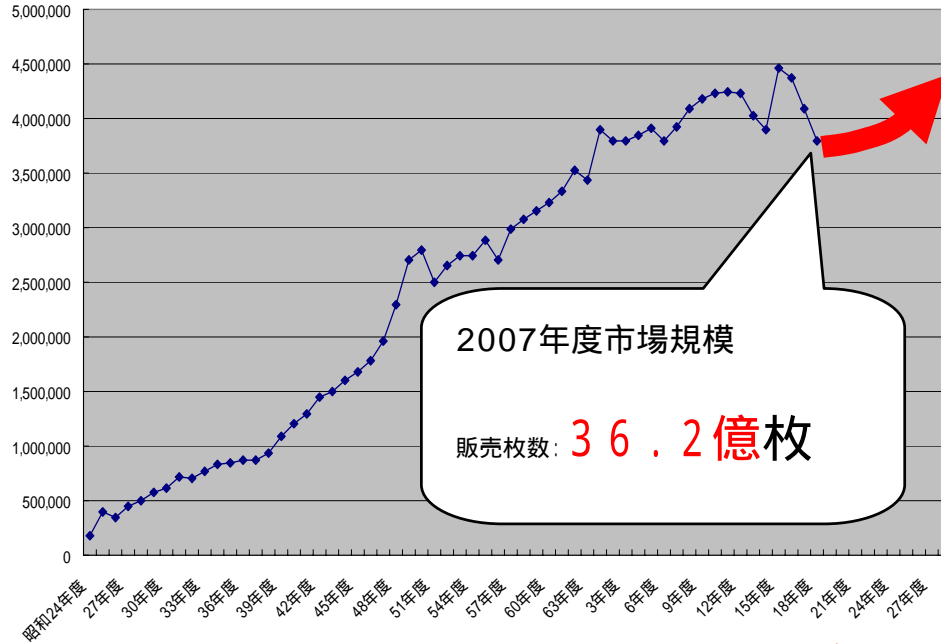
郵便業務(郵便物の取り集め、区分、運送、配達、郵便切手や郵便はがきの発行など)を担当し、郵便サービスをユニバーサルサービスとしてお客さまに提供します。(窓口での業務は、原則として郵便局株式会社に委託します)

多様化・高度化する物流ニーズに応える国際・国内物流事業を展開していきます。(窓口での業務は、原則として郵便局株式会社に委託します)

- ・国内物流分野では、お客さまにとって最適な物流システムを提案し、物流企画から配送までを一貫で受注するロジスティクス事業を提供していきます。
- ・国際物流分野では、成長著しいアジア市場を主たる対象とした日本発着の国際エクスプレス事業に加えて、国際ロジスティクス事業の展開を図ります。

# サービス開始の背景

## 【年賀状市場動向】



## 年代別年賀状の形態



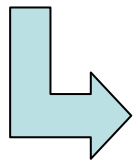
市場縮小の主な理由

若年層で年賀状離れが目立つ

電話・メールで済ませるから (10代42%、20代55%)

面倒くさい (10代45%、20代45%)

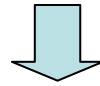
・年賀状市場動向: 近年縮小傾向  
国民一人当たり平均約30枚利用



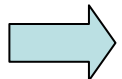
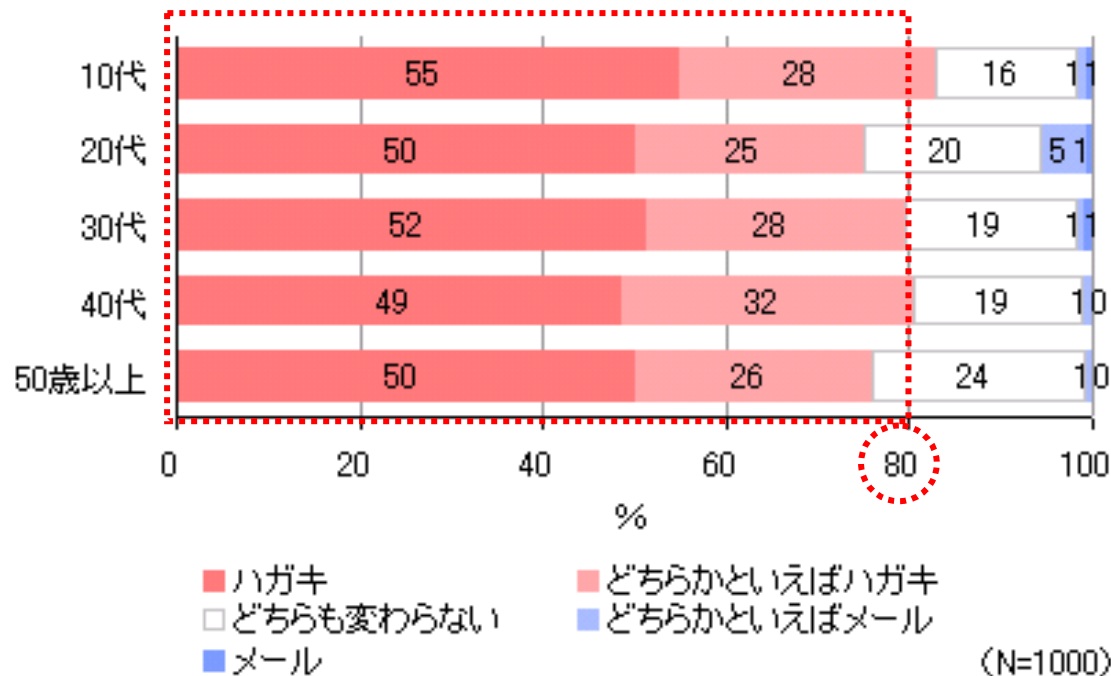
年代別での利用状況: 若年層での年賀状離れが目立つ

## サービス開始の背景

メールでの年始の挨拶とハガキでの年始の挨拶で貰って『うれしい』のは…

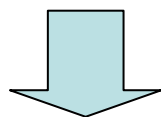


やはり『**ハガキ**』です。



モバイルを活用することにより、『新たな年賀のカタチ』を創造することを検討。

新しい年賀のカタチのご提供



『いつでも・どこでも・手軽に』 + 『贈る人が楽しい』

携帯電話の特性を活かして『いつでも・どこでも・手軽に』年賀状を送れる環境の提供

楽しさを前面に出し、若年層にとって魅力あるサービスの提供

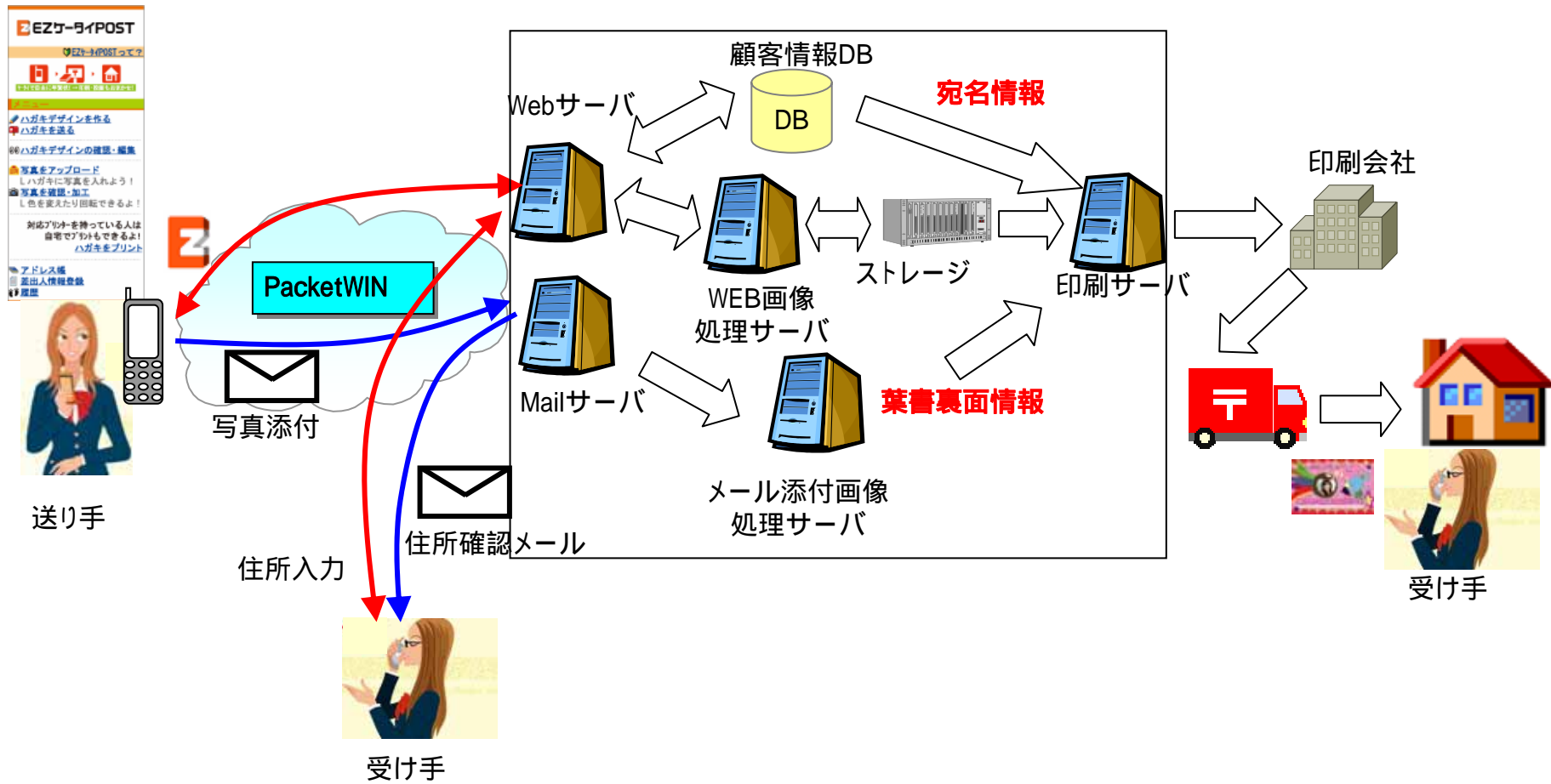
携帯電話で撮った写真を有効活用し、テンプレート、写真、スタンプ、文字でオリジナル性を強調

送付先住所が分からなくても、メールアドレスを利用してハガキを送る方法の提案

手元にハガキがなくても年賀状が出せる利便性を追求

出し忘れた方から年賀状が届いた時に、新たに年賀状を買いに行かずともその場で、簡単、手軽に出せる。

# 全体構成図



## 1. au携帯電話を利用して年賀状作成

宛先住所(又はメールアドレス)、郵便番号を入力し、テンプレート選択、必要に応じ写真を送付する。  
宛先の住所が判らない場合は受け手のメールアドレスに住所確認メールが届き、受け手にて住所入力。  
入力された情報を元に宛名情報及び葉書裏面情報を印刷サーバ経由で印刷会社に送信。

## 2. 印刷会社において作成した年賀状を印刷加工し、郵便配達

## 3. 利用料金は「まとめてau支払い」で携帯電話料金と一緒に引落し

操作性 ~「いつでも・どこでも・手軽に」~

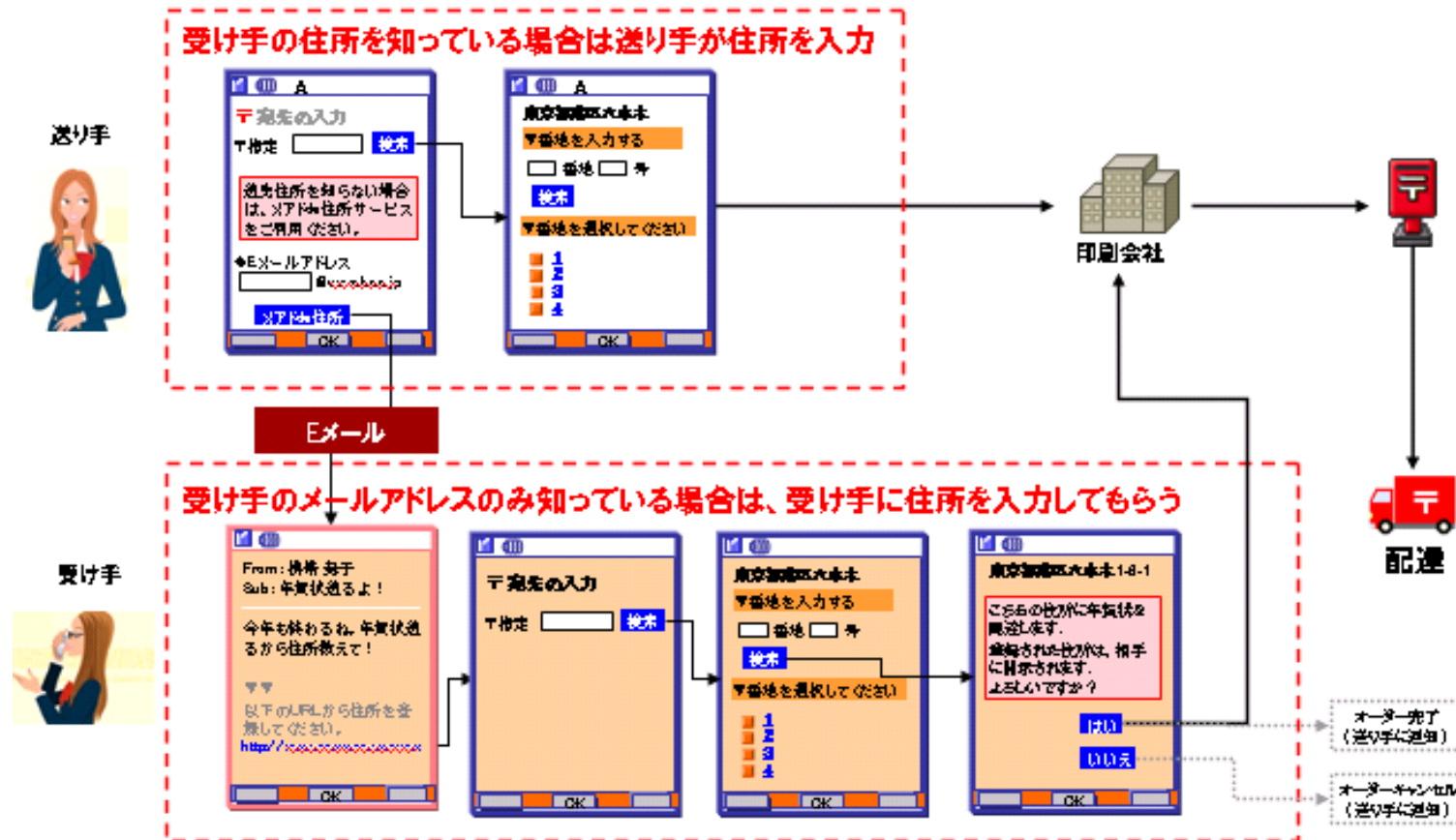
簡単操作: 入力の手間の掛からないユーザーインターフェース



豊富な素材(約500種類 + 200種類追加予定)からの選択や、写真、スタンプ、文字でオリジナル性を強調し楽しさと手軽さを実現

## 相手先住所が分からない場合でも、ハガキを送れる方法のご提案

Eメールを活用し、受け手に住所を入力してもらうという工夫により送付先住所が分からなくても、携帯電話で簡単に送れる仕組みを構築。





### 高クオリティ

ハガキ印刷の質に拘り、レーザープリントでなく写真現像方式を採用。



### セキュリティ対策

顧客情報を取り扱うためにセキュリティ対策に配慮

httpsを採用(通信を暗号化)

メールアドレスから送る際には、受け手がアクセスするURLを推測されないようにユニークな値としたり、受け手からアクセスする際にメールアドレスを入力させるようにし、メールアドレスが分からないと、次へ進めないようにしました。

携帯電話からのアクセスのみ許容(PCからの接続は拒否)

PCからのアタックを防止

## 導入効果

ケータイ de 年賀状サービスにおいては、数多くのauユーザの皆様にご利用頂きました。12月のご利用はもとより、年明け予期せぬ友達から年賀状が届いてしまった時のお返し年賀状としてのご利用を多数頂きました。  
年賀はがきの販売枚数(約36億)の一環を担うことができました。

話題性

テレビ: 5件

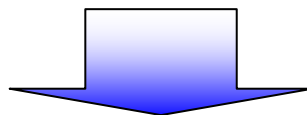
新聞: 15件 ラジオ: 2件

プロモーション活動

渋谷109

駅ポスター、雑誌掲載(Ane Can、R25等)

マスコミ等で取り上げられ、また、積極的なプロモーションの結果から  
話題性が高く、アクセス数が増加!!!

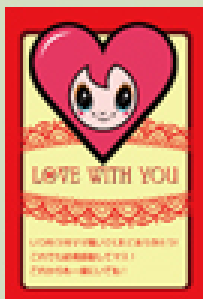


『いつでも・どこでも・手軽に』と共に、『楽しさ』を追求し、  
特に年賀離れが顕著な若者層への新しい年賀のカチの訴求!

## 今後の展望

通年を通してご利用頂けるようにし、誕生日や引越し等の1年間のイベントに対応したテンプレート(200種類以上)を追加する等、「楽しさ」の幅を広げユーザの心を掴み、**『新しいハガキのカタチ』**を提供して行きます。

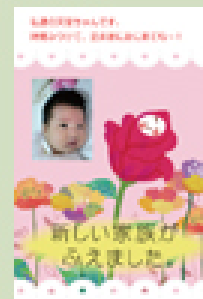
また、ビジネス利用へのサービス展開も検討しております。



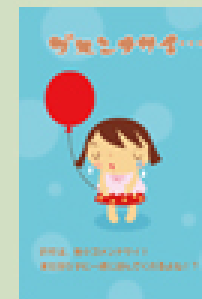
バレンタイン



結婚しました



生まれました



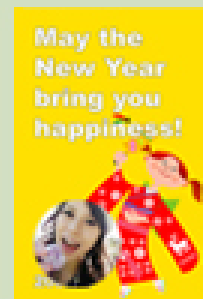
ごめんね



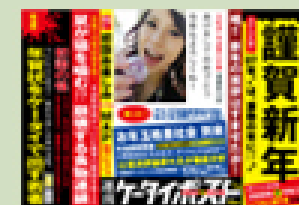
バースディカード



引っ越しました



年賀状



パロディ