

海外事情調査結果について

目 次

➤訪問機関一覧	1頁
➤イギリス	2頁
・ 郵便分野における競争の概況	
・ 郵便分野における競争の概況～アクセス（接続）～	
・ 郵便市場の将来展望	
・ ユニバーサルサービスに関する議論	
➤ドイツ	6頁
・ 郵便分野における競争の概況	
・ 郵便市場の将来展望	
・ ユニバーサルサービスに関する議論	
・ 郵便名称の取扱い	
➤アメリカ	11頁
・ 郵便分野における競争の概況	
・ 郵便市場の将来展望	
・ ユニバーサルサービスに関する議論	
・ ICT活用による新たなビジネスモデル	
<参考：各国の法制度>	15頁
・ イギリス郵便サービス法の構成と主な規定	
・ ドイツ郵便法の構成と主な規定	
・ アメリカ合衆国法典（郵便制度）の構成と主な規定	

訪問機関一覧

平成20年2月3日～2月15日

井手慶應義塾大学商学部教授（随行：総務省清水課長補佐）

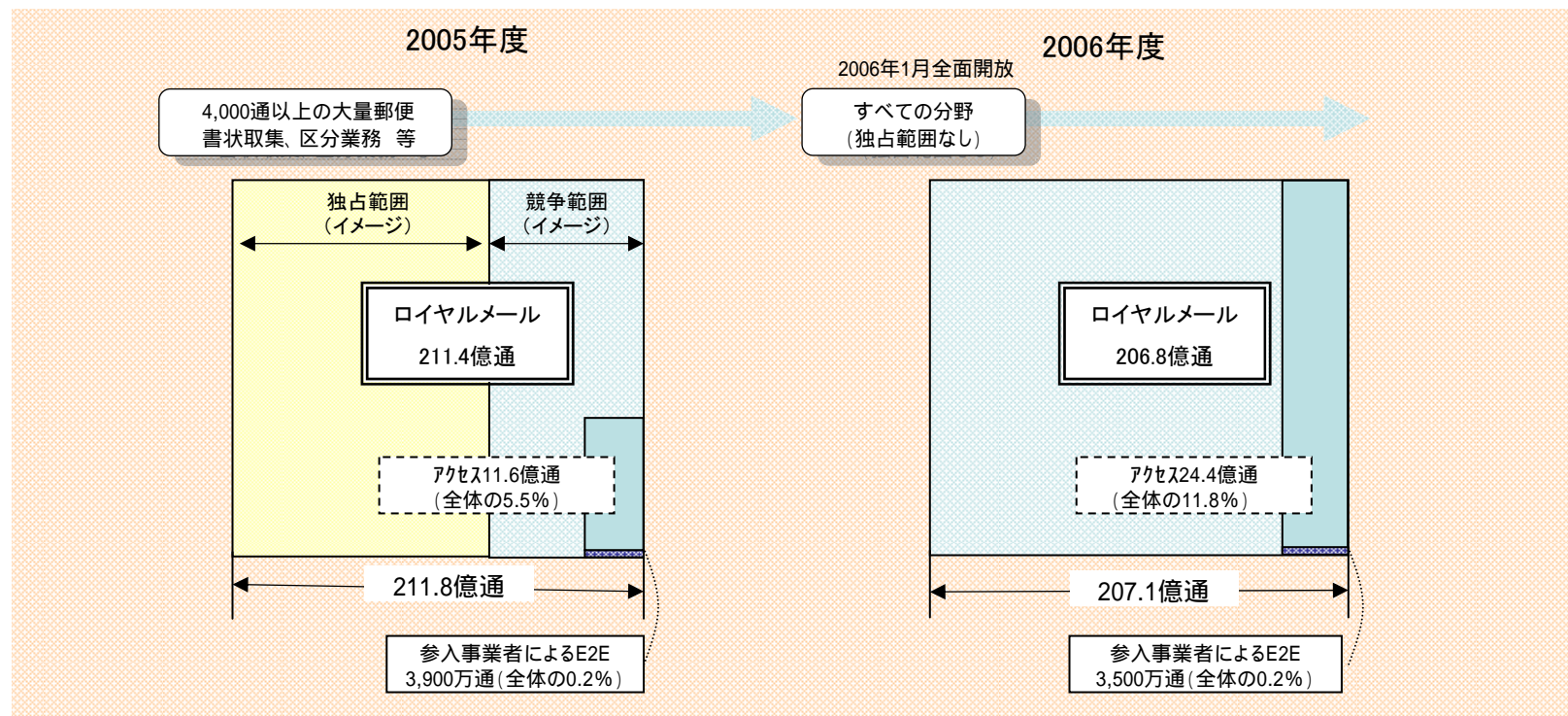
訪問国	訪問機関
イギリス	郵便サービス委員会
	ロイヤル・メール
	民間参入事業者団体 (Mail Competition Forum)
ドイツ	連邦ネットワーク庁
	ドイツポスト
	民間参入事業者(PINメール)
アメリカ	郵便規制委員会
	USPS
	マクヒュー議員(主席補佐官)
	マイクロソフト社

郵便分野における競争の概況

【イギリス】

書状市場の状況<E to Eサービス>

- ◆ 2006年に独占範囲を撤廃。ロイヤルメールを含む郵便事業者は、2006年度末時点で17者(2004年度末11者)。
- ◆ 2006年度の書状市場全体の通数をみると、対前年度比▲2.2%の減少。ここ数年、減少傾向が続いている模様。
- ◆ EtoE(End to End)サービスでの競争は進展しておらず、参入事業者によるEtoEは全体の0.2%に留まる。
- ◆ EtoEサービスでの競争が進展しない要因として、①付加価値税(VAT)の免除、②ロイヤルメールの価格改定(大口利用者向け割引を拡大、一般利用者向け切手料金を引き上げ)、③規模の経済等が指摘されている(MCF)。



() アクセスは参入事業者が行うもの(全体の5.5%)に加え、大口利用者が行うもの(同6.2%)も含む。3頁参照
(出典)「Competitive Market Review 2007」 Postcomm

郵便分野における競争の概況

書状市場の状況<アクセスサービス>

- ◆ 2004年にアクセス(接続)サービスが開始されて以降、取扱数は順調に増加。
- ◆ ロイヤルメールのサービス別取扱数をみると、2006年度は、アクセス取扱数が増加(+12億通)する一方、E to Eサービスであるバルクメールは減少(-10億通)。
- ◆ アクセス導入により、バルクメールサービスから、より低料金のアクセスサービスへの移行が発生していると考えられる(ロイヤルメール)。

120区分かつ7日程度送達余裕承諾の場合

- ・バルクメール料金: 20.2ペンス
- ・アクセス料金例: 全国均一料金: 14.08ペンス
 地帯別料金(5地帯に区分): 12.12ペンス(低コスト地域)、14.08ペンス(中コスト地域)、22.86ペンス(高コスト地域)

- ◆ このような動きは、ロイヤルメールの収支に影響を与えており、2006年度営業利益をみると、バルクメール及びアクセスの収益悪化等により、赤字転落。

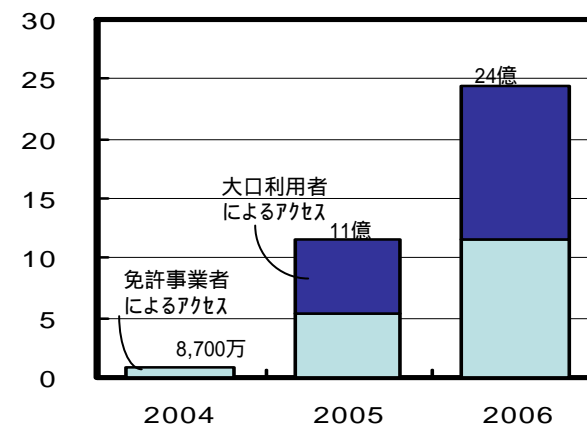
サービス別取扱数の推移

(単位: 通)

	05年度	06年度	対前年度比
総数	209億	205億	1.9%
1st	45億	42億	6.7%
2nd	46億	43億	6.5%
バルクメール	86億	76億	11.6%
アクセス (内、事業者アクセス)	12億 (5億)	24億 (11億)	100%超
その他	21億	20億	4.8%

(注) 英国着国際郵便など、料金規制対象外のサービスを除く。

アクセス数の推移



大口利用者によるアクセス:

大口利用者が、参入事業者と同様にロイヤルメールと事前に協定を締結し、郵便物を事前区分し、配達地側の区分センター(全国69箇所)に持ち込むこと

サービス別売上・営業利益の推移

(単位: 百万ポンド)

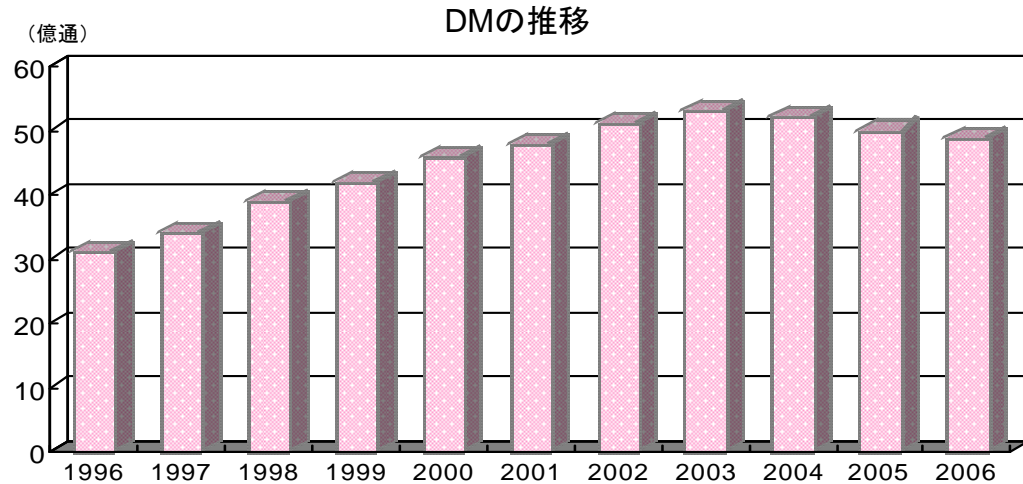
		04年度	05年度	06年度
合計	売上	6,016	5,987	5,959
	営業利益	217	197	12
1st	売上	1,700	1,732	1,700
	営業利益	50	122	121
2nd	売上	1,126	1,077	1,051
	営業利益	162	81	139
バルクメール	売上	1,810	1,648	1,472
	営業利益	69	48	61
アクセス	売上	-	151	325
	営業利益	-	14	44
その他	売上	1,380	1,379	1,407
	営業利益	260	122	111

(出典) 「Regulatory Financial Statement」 Royal Mail Group

郵便市場の将来展望

現 状

- ◆ 書状全体の取扱数は減少傾向にあると考えられ、ここ数年、DMの取扱数も減少。



(出典)「Competitive Market Review 2007」Postcomm 他

将来展望等(ヒアリングより)

- ◆ 書状取扱数は減少が予想されるものの、紙による通信手段の価値がなくなることはなく、ターゲットを絞ったDMやセキュリティの高いサービスなどが発展する可能性もあるとの指摘。

ポストコム	ロイヤルメール	MCF
<ul style="list-style-type: none"> ○ DMは減少傾向にあり、今後、大きく増加するとは考えられない。 ○ よりターゲットを絞ったDMが発展する可能性はある。 ○ 紙による通信手段の価値がなくなるものではなく、電子メールなどとの役割分担が進む。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ インターネットや携帯メールの普及により、全体の取扱物数は減少しており、今後も同様の傾向が続く。 ○ 翌日配達ファーストクラスメールから4・5日後配達で低料金のセカンドクラスメール等への振替が進む。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ クレジットカードなど重要・貴重なものについて、よりセキュリティの高いサービスが求められる。

ユニバーサルサービスに関する議論

- ◆ 社会・経済環境の変化に伴いユニバーサルサービスの内容を見直すべきことについて、ポストコムとロイヤルメールは同様の認識。しかし、対象や水準を限定する具体的方法について見解に相違がある。また確保策として外部資金を活用することについても、見解は異なる。

現行のユニバーサルサービス

【提供主体】ロイヤルメール(免許により義務付け)

【対象】1通差し出しの国内書状、国際郵便(航空便・船便)、書留、保険付

大口郵便(OCRあるいはバーコードが記載されたもの及び郵便番号ごとに事前区分されたものの2種類に限る)

小包

【主な水準】平日1日1回以上の集配、全国均一料金、利用者 95%の居所から5km以内に郵便局設置等

	ポストコムの見解	ロイヤルメールの見解
基本認識	競争を促進することにより、手頃な料金によるユニバーサルサービスの確保が可能となる	均一料金制のためコストを反映しておらず、現行のユニバーサルサービスの維持は困難
対象	大口郵便を除外することについては、利用者の利便性を考慮して慎重に検討すべき	切手が貼付された郵便物に限定すべき 大口郵便は直ちに対象から除外すべき
水準	土曜集配の廃止、1stクラスメール(翌日配達)と2ndクラスメール(4~5日後配達)の統合(例:2日後配達)について、検討中	—
確保策	ロイヤルメールの企業努力によるべき 補助金、基金などは公正な市場競争を阻害する	補助金、基金などの外部資金の活用を検討すべき

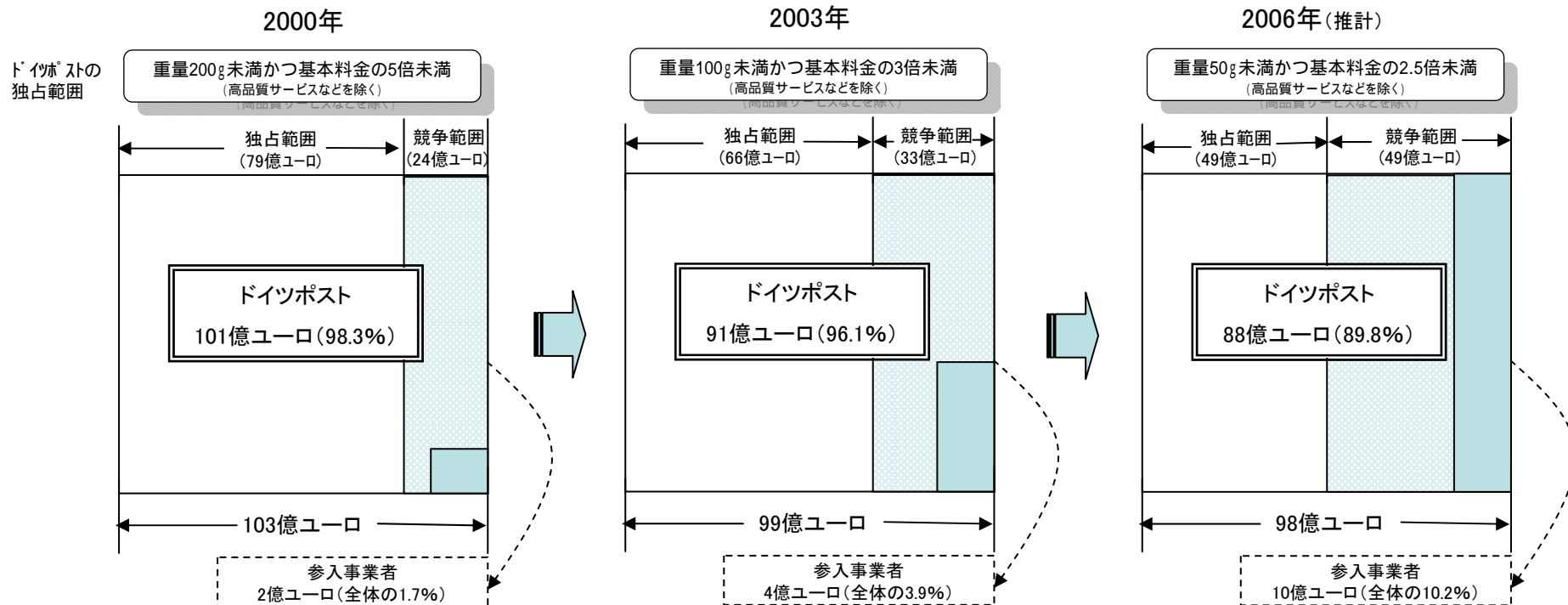
郵便分野における競争の概況

【ドイツ】

書状市場の状況 (参入に免許が必要な範囲※)

1,000 g 未満

- ◆ ドイツにおいては、1989年以降、段階的自由化が進められ、参入事業者のシェアは拡大している。
- ◆ 参入事業者は、即日配達サービスなどの高品質サービスを提供する者が全体の53.4%を占め、ドイツポストへのアクセス(接続)によりサービス提供を行う事業者は3.2%に留まる。また、参入事業者の76%が中小企業(売上高50万ユーロ以下)である。
- ◆ 2008年1月の独占範囲撤廃後も、競争上の問題点があり、市場規模及び競争事業者のシェアが大きく拡大するとの予測はない。

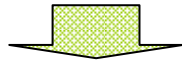


郵便分野における競争の概況

競争上の問題点

(1)付加価値税(VAT)の免除

- ◆ ドイツポストが提供するユニバーサルサービスに関して、付加価値税19%を免除(新規参入事業者は負担)。
- ◆ 独占範囲撤廃を受けて、連邦財務省において、ドイツポストに限定せず、郵便事業者が提供するユニバーサルサービスに関して付加価値税免除を適用する案を検討中。



- ◆ 競争事業者がユニバーサルサービスを提供することは不可能に近いとして、批判あり。
- ◆ PINメールのベルリン市場占有率は13.5%。付加価値税免除が廃止された場合には20%まで増加すると試算。

(2)最低賃金制度の導入

- ◆ 独占範囲の撤廃とともに、賃金のダンピングを防止するため、最低賃金制度が導入された。この法定最低賃金※は、ドイツポストの賃金水準に基づき設定されたため、参入事業者のものよりも高く、TNTなど参入事業者が反発。

旧西独地域(ベルリン含む)の場合

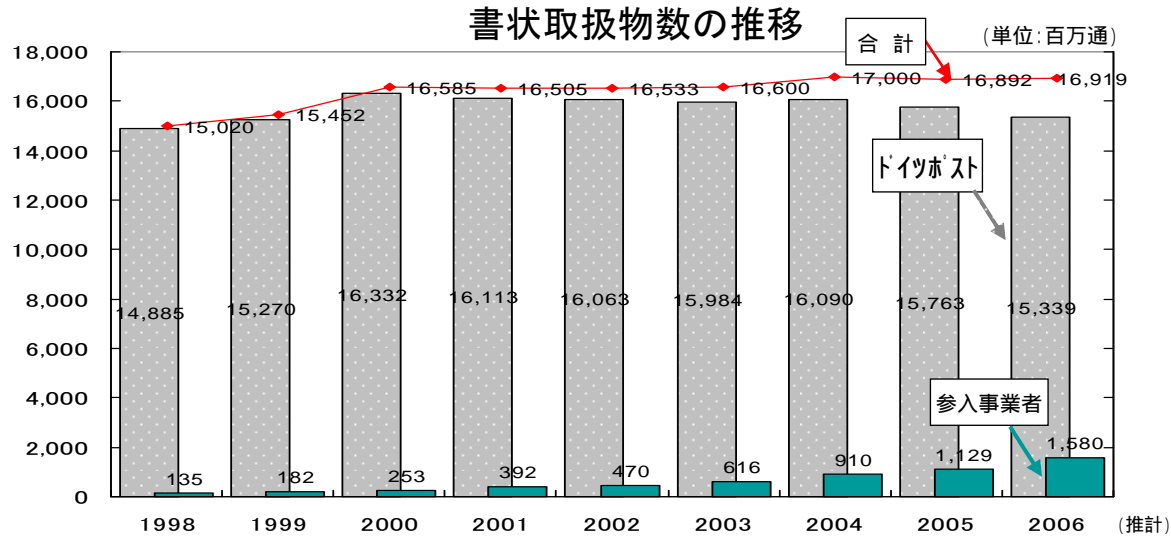
<2009年12月末まで> 業務一般:8.4ユーロ、配達業務:9.8ユーロ

- ◆ 参入事業者団体であるエクスプレス事業者連合会は、独自の最低賃金導入(6.5~7.5ユーロ)を認める仮処分を求め、行政裁判所に提訴中。また、PINグループは、法定最低賃金を導入したが、郵便事業を行うグループ子会社91社のうち37社が倒産手続きを開始。これにより、自社ネットワークによる業務範囲が縮小。
- ◆ 最低賃金の導入により、郵便事業からの撤退が起こり、ドイツポストの独占が強化される恐れがある。

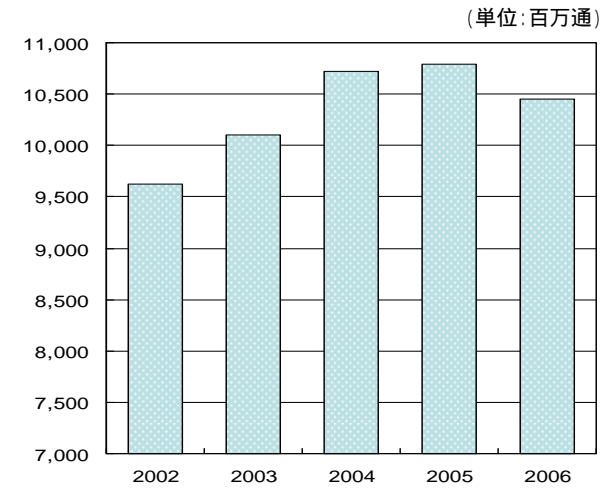
郵便市場の将来展望

現状

◆ 書状取扱物数は微増。ここ数年のドイツポストのDM取扱量は増加傾向にあるが、直近では減少。



DPIによるDM取扱物数の推移等



(出典)ドイツポスト年次報告書(2006)等

将来展望等(ヒアリングより)

◆ 書状について、電子メールによる代替や請求書の電子化が急激に進むことはなく、長期的に一定の利用が期待。

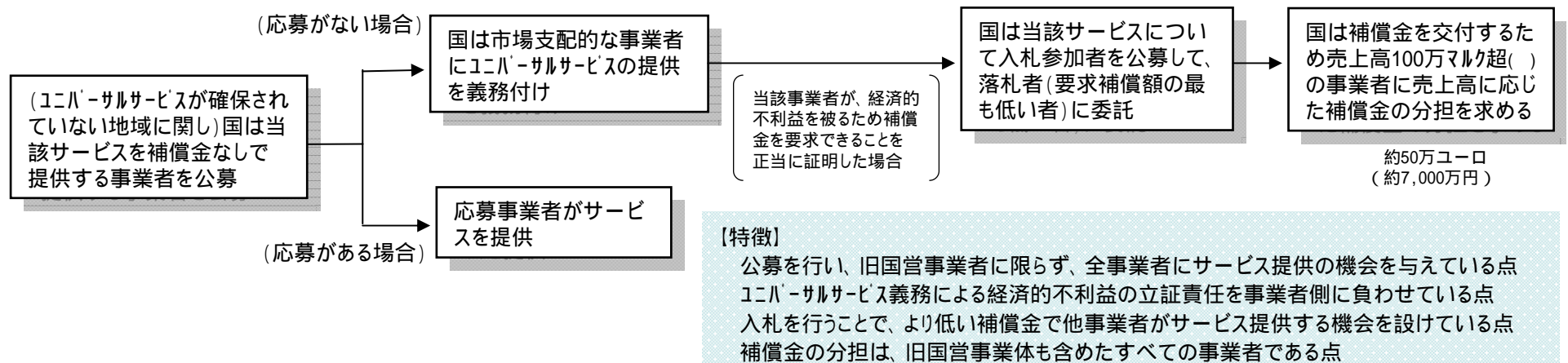
連邦ネットワーク庁	ドイツポスト	PINメール
<ul style="list-style-type: none"> ○ 市場は、DMの増加により微増。 ○ C to Cは、全体に占める割合は小さいものの、一定の差出は続く。 ○ 請求書の電子化は、紙で確認することを選択する利用者が多く、伸び悩む。 ○ 通信販売の申込における郵便の利用は減少しても、注文された物の配達のための小包利用は増加。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 競争事業者よりも、電子メールによる代替が進むことが脅威。 ○ しかし、書状市場は停滞状態にあり、今後、縮小していくとしても、緩やかに長期的に続いていくことを期待。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ スパムメールの弊害等から、書状が電子メールに完全に代替されるとは考えていない。

ユニバーサルサービスに関する議論

ユニバーサルサービス基金

- ◆ 今のところ、基金の発動は想定されておらず、ドイツポストのコスト削減努力等を期待。

連邦ネットワーク庁	ドイツポスト	PINメール
<ul style="list-style-type: none"> ○ ユニバーサルサービスの提供主体はドイツポストに限定されず、基金の枠組みを通して確保されればよい。その場合、補填額は事業者側が立証。 ○ しかし、今のところ基金を発動する必要があるとは考えていない。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ユニバーサルサービス確保は、基金の発動ではなく、当面、マーケットシェアの確保・コスト削減努力により対応していく予定。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ユニバーサルサービス確保のために資金拠出が必要となれば、拠出し、事業を継続していく。



郵便名称の取扱い

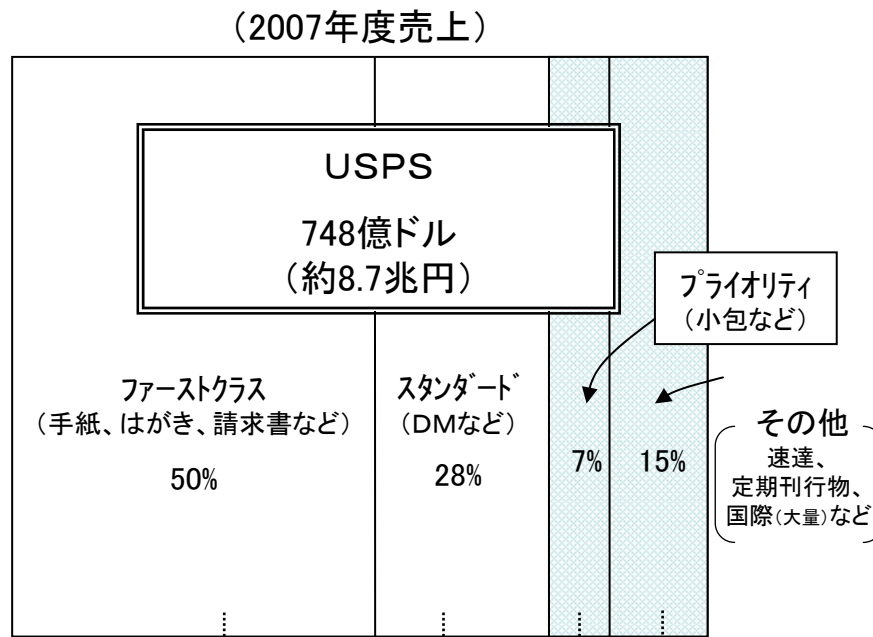
	ドイツ	イギリス	フランス	日本
郵便法	郵便法 <u>Postgesetz</u>	郵便サービス法 <u>Postal</u> Services Act	郵便電子通信法典 Code des <u>Postes</u> et des Communications Électroniques	郵便法
郵便事業体を示す用語	免許取得者(Lizenznehmer) 【同法15条】	郵便事業体(<u>Postal</u> Operator) 【同法125条(1)】	郵便サービス提供者 (Prestataires de Service <u>Postaux</u>)【同法典L.3条】	郵便事業株式会社 【郵便事業株式会社法2条】
ユニバーサル・サービス事業体	ドイツ・ポスト Deutsche <u>Post</u>	ロイヤル・メール Royal <u>Mail</u>	ラ・ポスト La <u>Poste</u>	郵便事業株式会社
「郵便」の名称を持つ参入事業者の例	PIN AG Der <u>Post</u> dienstleister EP Euro <u>post</u> AG& Co.KG Prime <u>Mail</u> GmbH Maxi <u>mail</u> GmbH & Co. KG WVD <u>Post</u> service Chemnitz City- <u>Post</u> oHG Main- <u>Post</u> Logistik GmbH 等	Citi <u>post</u> AMP Limited City Lin <u>Post</u> DHL Global <u>Mail</u> Lynx <u>Mail</u> Secure <u>Mail</u> services TNT <u>Post</u> UK Limited UK <u>Mail</u> 等	Deutsche <u>Post</u> AG Swiss <u>Post</u> International France La <u>Poste</u> Belge Royal <u>Mail</u> Group PLC Alternative <u>Post</u> 等	なし 郵便事業株式会社の子会社等には次のような名称を持つ例がある。 日本郵便通送(株) 東京ポスタル(株) JPビズメール(株)
備考	2006年1月、特許商標庁は「 <u>Post</u> 」を商標登録から削除 2006年11月、上級裁判所でドイツポストは「 <u>Post</u> 」の名称使用差し止めをめぐり敗訴 ドイツポストはそれぞれについて争う構え	郵便サービス委員会 The <u>Postal</u> Services Commission 郵便サービス消費者協議会 The Consumer Council for <u>Postal</u> Services	電子通信・郵便規制機関 L'autorité de Régulation des Communications Électroniques et des <u>Postes</u>	民間事業者は、郵便法とは別の「信書便法」の枠組みで、信書送達市場に参入。

郵便分野における競争の概況

【アメリカ】

USPSのサービス別売上

- ◆ 郵便事業者は、家庭向けセグメント(B to C, C to C)において強さを発揮。
- ◆ 競争事業者は、翌日配達や、2~3日配達(小包・冊子)、国際の速達・小包において、選択肢を提供。



06年郵便改革法での分類(08年施行)

- 市場支配的サービス
- 市場支配的サービス
- 競争サービス
- 速達-競争定期刊行物
 - 市場支配的国際(大量)
 - 競争 など

(出典) USPS年次報告書(2007)等

郵便改革法(2006年成立)による影響

- ◆ 独占範囲の変更によるUSPSへの大きな影響は想定されない。USPSによる郵便受箱の独占が維持され、更に料金設定の弾力化により、経営の自由度が拡大。

	改革法以前	改革法
重量基準	13オンス(約369g)※	12.5オンス(約354g)
金額基準	3ドル	2.46ドル(41¢×6)

※USPSのDomestic Mail Manual(DMM)において、ファーストクラスメールの重量上限が13オンスに設定され、それを超える場合は、プライオリティメールとなることが規定されていたことに基づく。

～料金設定の弾力化～

市場支配的サービス

- ①プライスキップ規制
ファーストクラスメールなど郵便種別ごとに料金上限が設定
料金上限は、CPI(消費者物価指数)の年間変動率
- ②45日前の通知

< 最近の料金改正案(2008年2月11日通知) >

- ・ 日本向け国際郵便料金(ファーストクラスメール・インターナショナル)について、90セント 94セントへ値上げ(+4.4%)
- ・ 国際郵便は、ファーストクラスメールに含まれる。料金上限はファーストクラスメール全体で+2.9%が設定され、これを満たす場合には、一部サービスが+2.9%を超えることも可能

競争サービス

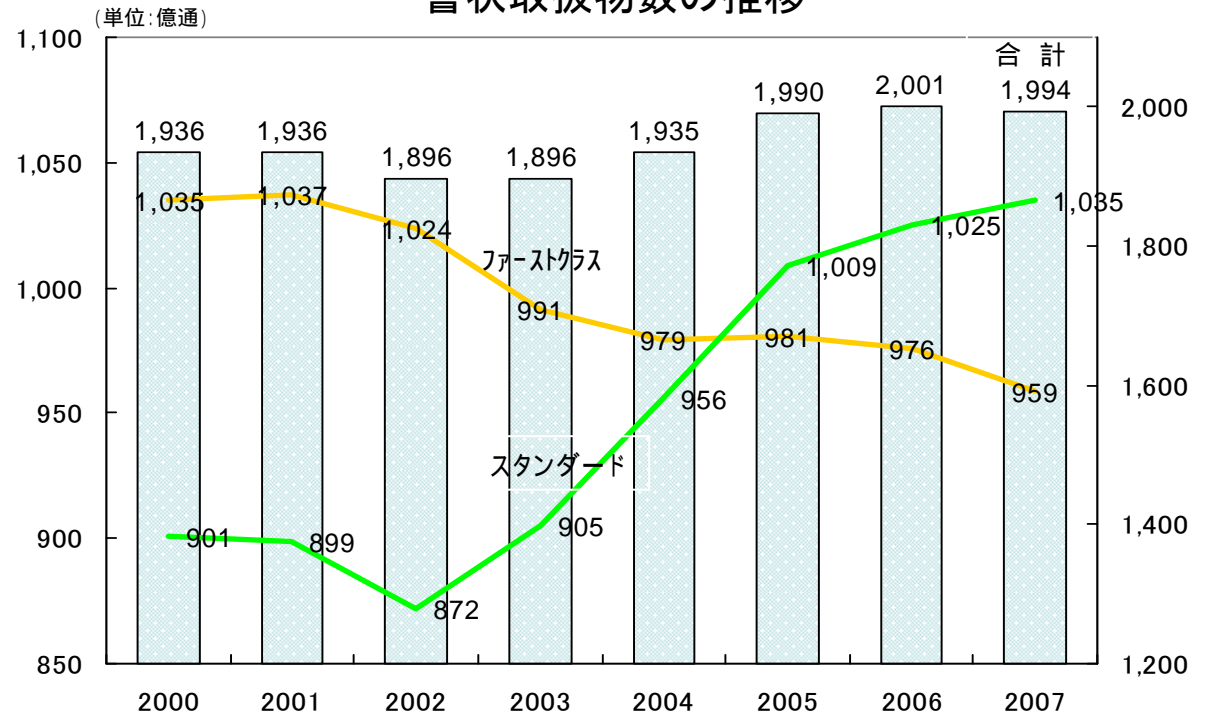
- ①USPS自ら料金設定が可能(経営委員の過半数)
- ②30日前の通知

郵便市場の将来展望

現状

- ◆ ファーストクラスメールが減少する一方、DMなどのスタンダードメールは増加を続けており、ここ数年、全体ではほぼ横ばいとなっている。

書状取扱物数の推移



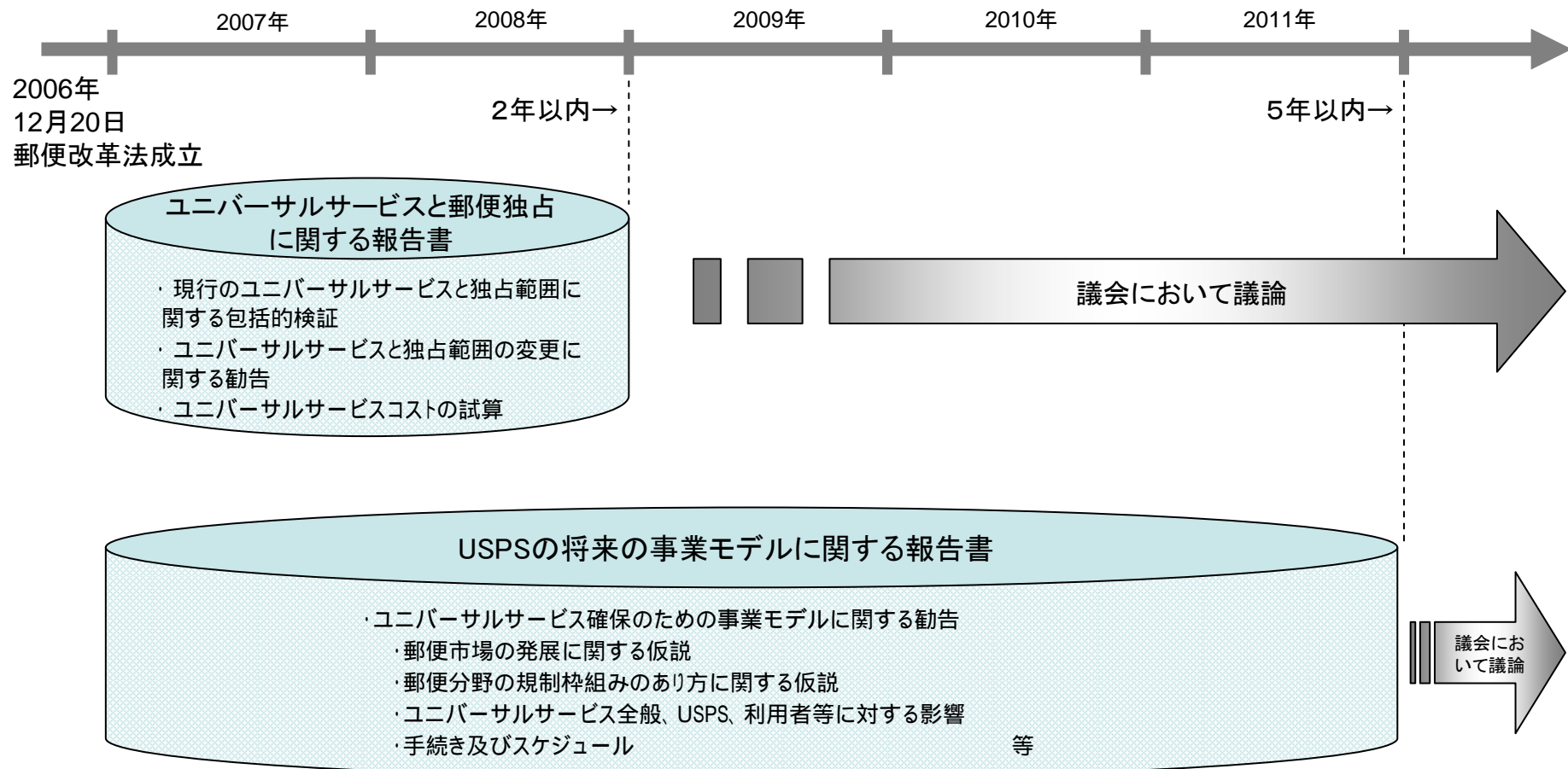
(出典)USPS年次報告書

将来展望等(ヒアリングより)

- ◆ 広告は、テレビ・ラジオ・DMなど複数のメディアを組み合わせる方法が最も効果的というのが定説であり、今後もDMの増加が見込まれる。DMを受け取った者は、当該商品に関するサイトにアクセスする率が高く、更に最終的に購入する確率が高いといわれている(郵便規制委員会、USPS、マクヒュー議員)。
- ◆ スпамメールが多く、受取人は、電子メールによる広告を読まない場合が多い(USPS)。
- ◆ 支払いの電子化は進んでいる一方、請求書の送付については、金融機関は郵送を选好。これは、単に請求額を伝えるだけでなく、その他の情報を一緒に同封、伝達することが可能となるため(USPS)。

ユニバーサルサービスに関する議論

- ◆ ユニバーサルサービスの定義及びユニバーサルサービスコストの試算について、郵便規制委員会において報告書を取りまとめ、2008年12月までに大統領及び議会に提出する予定。
- ◆ USPSの将来の事業モデルについて、米国会計院長は報告書を取りまとめ、2011年12月までに大統領及び議会に提出する予定。
- ◆ その後、議会において議論される予定。



ICT活用による新たなビジネスモデル

Earth Class Mail社のサービス

: マイクロソフト社と提携

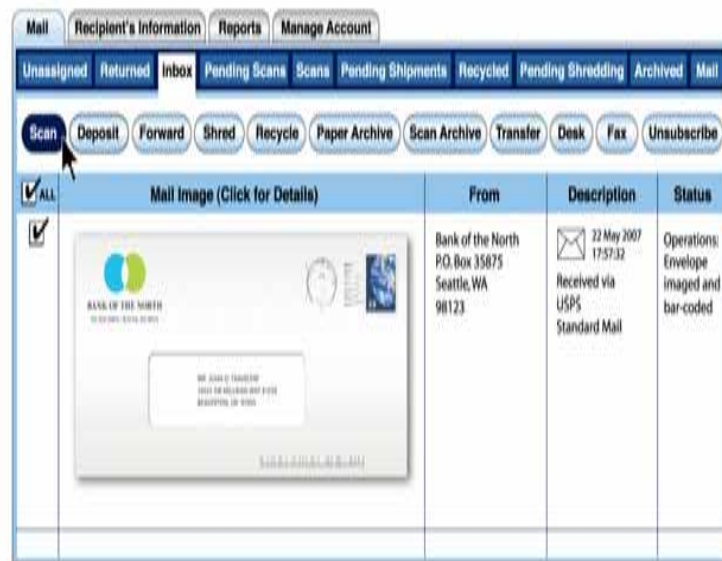
- ◆ 電子郵便ボックスにより、どこからでも郵便物をチェックすることが可能。
- ◆ 受取人が郵送を必要とするものに限定して配達することとなるため、受取人の書類管理コスト削減、郵便事業者の輸送コスト削減につながるとともに、環境保護にも資する。

(参考) 全受取郵便物のうち、配達4%、スキャン32%、リサイクル・シュレッダー64%

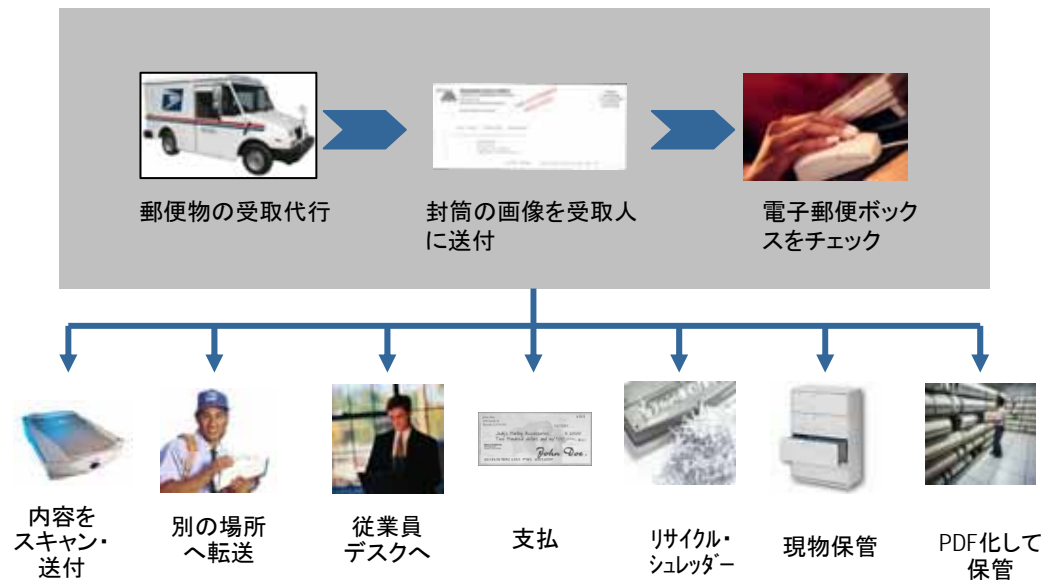
スキャンされた郵便物のうち、配達6%、リサイクル・シュレッダー94%

- ◆ 各国郵便事業者に対して、連携を提案中。

【電子郵便ボックス】



【サービスのフロー】



(出展) マイクロソフト社資料・アースクラスメール社資料

イギリス郵便サービス法の構成と主な規定

【参考】

第一章 (規制庁の設置、ユニバーサルサービスの定義)

- (第1、2条) 郵便サービス委員会、郵便サービス消費者協議会の設置。
(第4条) 「ユニバーサルサービス」とは、毎営業日に1回の収集と配達、全国均一で手頃な料金等をいう。

第二章 (免許制度、執行命令、罰金、情報公開)

- (第6、7条) 1ポンド未満又は350g未満の書状を送達する事業者に免許取得を義務付け。
(第11、13、14条) 委員会は、免許を交付し、委員会が適切と考える規定を条件として盛り込み、免許保持者の同意を得て、その条件を変更することができる。
(第22条) 委員会は、免許保持者が免許条件を違反している(可能性がある)場合、条件の遵守を命令しなければならない。
(第30条) 委員会は、免許保持者が免許条件を違反した(しようとしている)場合、罰金を課すことができる。
(第38条) 委員会は、免許に関する情報を整備し、一般の閲覧に供しなければならない。

第三章 (委員会と協議会の責務)

- (第44条) 委員会は、郵便市場の動向、ユニバーサルサービス提供者の業績等に関する情報を収集しなければならない。
(第47条) 委員会は、違法行為の調査・捜査のため、施設への立ち入り、及び発見物の差押さえに関する令状を発することができる。
(第52条) 協議会は、所管大臣及び免許事業者に、助言を行い、利用者の意見を代弁し、提案を行わなければならない。
(第54条) 協議会は、社会的弱者の利益を考慮しなければならない。

第四章 (郵便公社の株式会社化)

- (第62条) 郵便公社の財産、権利、債務は、所管大臣が指定する日に、指定する会社の財産、権利、債務となる。この指定会社は政府全株保有の株式会社とする。

第五章 (郵便を妨害する違法行為)

- (第83条) 郵便業務の従事者は、合理的な理由なく、郵便の送達を遅らせたり、郵便を開封したり、郵袋を開披してはならない。
(第85条) 何者も、危険物や卑猥な物を郵送してはならない。
(第88条) 何者も、ユニバーサルサービス提供者の事業に従事している者を妨害してはならない。

第六章 (ユニバーサルサービスの提供)

- (第89条) ユニバーサルサービス提供者は、その料金、提供条件及び苦情処理に関する手続きを作成することができる。
(第99条) ユニバーサルサービス提供者は、ユニバーサルサービスを提供している限り、一般輸送業者とはみなされない。

第七章 (雑則及び補足)

- (第104条) 郵送途上の郵便物及び郵袋は、法令に基づく検査、差押え、留置を免除される(郵便の不可侵)。
(第125条) 「郵便サービス」とは、郵便による、郵便物のある場所から他の場所への送達、及び引受、収集、区分、配達等をいう。「郵便物」とは、書状、小包、包装物、もしくは郵便による送達が可能なその他の物品をいう。

ドイツ郵便法の構成と主な規定

第一章 (目的、定義等)

(第1条) 法律の目的は、競争の促進とユニバーサルサービスの確保。

(第3条) 「郵便サービス」とは、信書の送達、20kg以下の宛名付き軽量貨物の送達等をいう。

第二章 (免許制度)

(第5条) 1,000g以下の信書を送達する事業者に免許取得を義務付け。

第三章 (ユニバーサルサービスの提供、確保策)

(第11条) ユニバーサルサービスとは、全国あまねく、一定の品質を持ち、かつ手頃な料金で実施される最低限の内容。

(第12～17条) 上記が提供されない場合、支配的事業者に対して提供を義務付け。経済的不利益が発生する場合、入札を実施し、必要な経費を参入事業者間で分担。

第四章 (関係政令の制定)

第五章 (料金の認可)

(第19条) 市場支配的な事業者の料金は認可が必要。

第六章 (ネットワークへのアクセス)

(第28条) 市場支配的な事業者に対して、送達役務の各要素を個別に提供することを義務付け (提供が困難な場合を除く)。

(第29条) 市場支配的な事業者に対して、私書箱、転居情報の参入事業者への開放を義務付け。

第七章 (特別送達)

第八章 (届出、報告、損害賠償)

(第36条) 1,000g超の信書を送達する事業者は届出が必要

(第37条) 郵便サービスの提供者に対して、規制庁が求める情報の報告を義務付け。

第九章 (郵便の秘密、立入検査)

(第39条) 郵便の往来、郵便物の内容は郵便の秘密に該当。郵便サービスの提供者に対して、郵便の秘密の保護を義務付け。

第十章 (郵便切手の発行、規制庁の権限)

(第43条) 「ドイツ」の記載がある郵便切手の発行権限は連邦に帰属。
(第45条) 規制庁は任務の遂行に必要な場合、報告徴求、資料閲覧、立入検査を行うことができる。

第十一章 (罰金)

(第49条) 無許可での信書送達に対して罰金を課すことができる。

第十二章 (経過規定)

(第51条) 2007年末まで、ドイツポスト社は50g未満の信書を独占的に送達する権限を持ち、ユニバーサルサービスを提供する義務を負う。

(第54条) 独占免許の期間中、郵便切手を使用する権限はもっぱらドイツポスト社が有する。

アメリカ合衆国法典の構成と主な規定

第一部 (総則)

【郵便政策】

(第101条) USPSは国民の個人的、教育的、文化的及び企業の通信を通じて国民を結合するための郵便事業を提供する義務を持つ。
いかなる小規模郵便局でも、業務運営上、欠損を生じることのみを理由として閉鎖してはならない。
郵便料金は公平妥当な原則に基づいて、全ての郵便事業の運営経費を全ての利用者に分担させるように定めなければならない。

【定義】

(第102条) 「郵便サービス」とは、書状、印刷物又は郵送可能な小包の配達であり、引受、取集、区分、運送又はそれらに付随する機能が含まれる。

【USPSの一般的義務】

(第403条) 全国の郵便利用者が、郵便業務運行の正当な経済性を考慮の上、基本的な郵便業務を容易に利用しうる地域に、適切な規模の郵便施設を設置、維持すること
(第404条) USPSは、検閲を受けない、封緘された書状を送達するため、1以上の種別を維持しなければならない。この種別の料金は全国均一でなければならない。

【郵便規制委員会】

(第501条) 郵便規制委員会は米国政府の大統領府における独立組織として設置される。
(第504条) 委員長等は、郵便従事者に対して、証言及び必要書類等の提出を求める罰則付きの召喚状を発行することができる

【書状の私設運送】

(第601条) 次の要件を満たす書状は、郵便以外で運搬することが認められる。
ファーストクラス郵便の最低料金の6倍(約270円)以上であること
書状の重量が12.5オンス(約350g)以上であること 等

第二部 (人事)

第三部 (近代化及び財務管理)

第四部 (郵便物)

【盲人又は身体障害者が発送する開封の書状】

(第3404条) 盲人が発送する開封の書状で、点字等で書かれているか、又は録音されているものは無料で郵送される。

【市場占有商品(ファーストクラスメール、定期刊行物、単品国際郵便等)】

(第3622条) 郵便規制委員会は、市場占有商品の料金や種別についての規制を制定しなければならない。

【競争商品(プライオリティメール、エクスペディテッドメール、大口国際郵便等)】

(第3632条) 競争商品の料金と種別は、USPS経営委員の多数決によって決定することができる。

第五部 (郵便の運送)

(注) [] 内は、2006年末に成立した郵便改革法による改正部分