

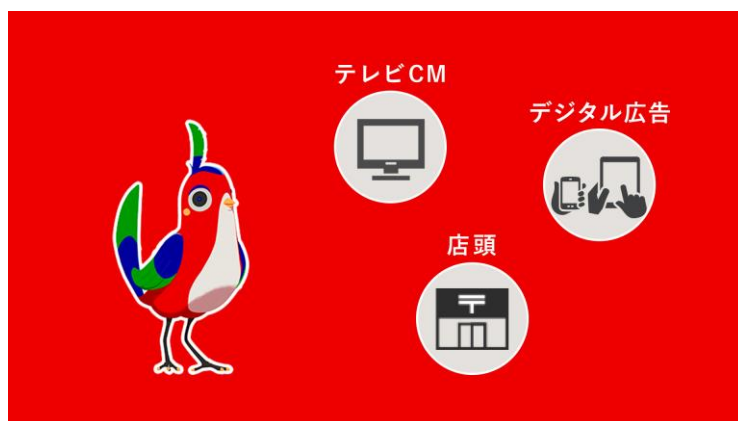
2024年6月26日

日本郵政株式会社

日本郵政グループの新しいコミュニケーションについて

～「JP ビジョン 2025 ^{プラス}」の実現の後押しと、郵便局への期待感醸成のために～

日本郵政株式会社（東京都千代田区、取締役兼代表執行役社長 増田 寛也、以下「日本郵政」）は、日本郵政グループ中期経営計画「JP ビジョン2025+」の実現を、広報・宣伝活動の領域から後押しするとともに、日本郵政グループおよび郵便局への期待感を醸成していくために、本年7月から日本郵政グループ横断で新しいコミュニケーションを開始しますので、お知らせします。



（1）新しいコミュニケーションの実施背景・概要

日本郵政グループでは、2022年度からグループ共通のキャッチコピーである「進化するぬくもり。」のもと、日本郵政、日本郵便株式会社、株式会社ゆうちょ銀行および株式会社かんぽ生命保険（以下「グループ4社」）の広告表現を統一し、グループの基盤となる郵便局を核とした一体的な広報・宣伝活動をグループ4社で実施しています。統一感のある郵便局らしさを持ったイメージを訴求することで、郵便局ブランドの価値向上に取り組んできました。

この取り組みを継続し、引き続きグループ4社が一体となって郵便局のブランドイメージを高めていくこととします。そして今後は、本年5月に公表いたしました「JP ビジョン2025+」の実現を広報・宣伝活動の領域から後押しするとともに、日本郵政グループおよび郵便局への期待感を醸成していくために、グループ4社横断で新しいコミュニケーションを展開します。

新しいコミュニケーションでは、身近で何でも相談できる「リアル」の郵便局の価値はそのままに、各種アプリを始めとした「デジタル」上での利便性も高め、お客さまに「いつでもどこでも」郵便局のサービスをご利用いただけるよう進化している日本郵政グループおよび郵便局への期待感を醸成し、また、グループ各社の商品やサービスについても積極的に訴求していきます。

(2) 新しいコミュニケーションの具体的な方向性

新しいコミュニケーションでは、身近な存在であるがゆえに届きにくかった、お客さまの郵便局に対するイメージを刷新していくことを目指します。そして、日々進化している商品やサービスのことを小さな驚きや発見とともに伝える語り部として、グループの3つのコア事業を象徴する3色の鳥、『チッチチ』が登場します。

<新しいコミュニケーションの共通アイコン 3色の鳥『チッチチ』>



グループ各社のコーポレートカラーをまとった鳥のキャラクター

口癖は「チッチチ」。この口癖とともにグループの商品やサービスが日々進化していることを、ちょっとした驚きや発見とともにお客さまに伝えていきます。そして、広告から郵便局の店頭やお客さまの接点まで、メディアを飛び越え、日本郵政グループを横断し、商品やサービスを届ける「目印」のように機能していきます。

3色の鳥『チッチチ』のデザイン担当： **YKBX**（ワイケービーエックス）さん



各種映像作品のディレクションや制作に加え、アートディレクション・イラストレーションやグラフィックデザインなど活動は多岐にわたる。

国際的なイベント、アーティスト、ファッションブランドなど数々のプロジェクトに参画し、トータルアートディレクションを目指した作品をリリース。それらは「文化庁メディア芸術祭」やクリエイティブアワード

「Spikes Asia」、「英国アカデミー賞ゲーム部門作品賞」など国内外で高く評価されている。

(3) 新しいコミュニケーションのコンセプトムービー

新しいコミュニケーションのコンセプトムービーを日本郵政コーポレートサイトの「広告ギャラリー」ページで公開しています。

掲載先URL : <https://www.japanpost.jp/corporate/gallery/>

※掲載期間は2024年6月26日（水）から7月10日（水）まで

(4) 各社コミュニケーション展開について

日本郵政が行う広告を7月中旬から開始し、その後、日本郵便株式会社、株式会社かんぽ生命保険についても7月中に開始する予定です。また、その前段として、新しいコミュニケーションの内容に期待感を持っていただけるような予告動画を日本郵政の公式SNS上で展開する予定です。

なお、日本郵政が行う広告の詳細につきましては、7月10日（水）に公開予定です。

以上