

郵政民営化委員会（第122回）議事録

日 時：平成26年11月10日（月）9：45～11：30

場 所：永田町合同庁舎3階 郵政民営化委員会室

出席者：増田委員長、米澤委員長代理、老川委員、清原委員、三村委員
金融庁 中島総務企画局参事官
総務省 菱沼貯金保険課長
日本郵政株式会社 谷垣専務執行役
日本郵便株式会社 大部常務執行役員、河本執行役員、立林執行役員
株式会社ゆうちょ銀行 田中取締役兼執行役副社長
株式会社かんぽ生命保険 井戸執行役

○増田委員長

それでは、ただ今から「郵政民営化委員会」第122回を開催いたします。

委員全員の出席を頂いておりますので、定足数を満たしております。

お手元の議事次第に従い、議事を進めてまいります。

まず一番目、「郵政民営化法第149条第1項第7号及び第8号の規定に基づく内閣府令・総務省令案について」、金融庁及び総務省から当委員会に対して意見を求められております。金融庁及び総務省から内容を御説明していただき、その後、質疑応答を行いたいと思います。

それでは、金融庁総務企画局の中島参事官から、恐縮です、10分程度で説明をお願いします。

○中島参事官

金融庁の中島でございます。

それでは、早速ですけれども、お手元の資料に沿いまして、内容を御説明したいと思います。

本件は、郵政民営化法に基づく金融庁と総務省の共同命令でございます「郵便貯金銀行及び郵便保険会社に係る移行期間中の業務の制限等に関する命令」の改正を行おうとするものでございます。お手元の資料の1ページ、改正の趣旨に記載しておりますけれども、本年5月に成立いたしました改正保険業法を踏まえまして、共同命令の改正を行い、郵便保険会社に係る郵政民営化法上の主務大臣への届出事項について所要の規定の整備を行うというものでございます。

なお、今回御説明させていただく共同命令の改正は、本年2月にも本委員会で御説明させていただいた、昨年改正銀行法に伴う郵便貯金銀行の届出事項に係る共同命令の改正と同様の趣旨の規定の整備でございます。

以下、改正の概要について、参考資料を使いながら御説明させていただきます。

「参考資料」と書いてある資料を1枚おめくりいただきますと、ポンチ絵がございませぬけれども、まず、保険会社の子会社対象会社、すなわち保険会社が子会社又は孫会社として保有することができる会社は、銀行等一定の範囲に限定をされております。近年、保険会社においては、海外への事業展開の一環として外国の金融機関の買収をする事例が増えてきておりますが、その際に、買収先の外国金融機関に子会社対象会社以外の会社、この参考資料の例で言いますと、ホテル運営を営む会社などが日本の保険会社からすれば孫会社として買収先企業にぶら下がっているという場合がございます。

これについては、参考資料の左側、現状の部分がありますけれども、実はこれは一昨年の改正保険業法で措置をされておまして、既に現状、外国保険会社を買収する場合に限っては、この外国保険会社が保有する子会社対象以外の会社、すなわち孫会社を5年以内に処分するとの前提のもと、保有できると。さらには、この5年の間に処分が困難な事情が認められる場合には、承認の下で5年間を超えて保有することができるの特例が既に認められております。他方で、外国の銀行や投資運用会社など外国保険会社以外の外国金融機関を買収する場合には、こうした特例がこれまで認められておりませぬので、日本の保険会社を買収交渉で不利な立場に置かれるのではないかとといった指摘がございました。

本年5月の保険業法の改正では、こうした指摘、要望を踏まえまして、保険会社が外国保険会社以外の外国金融機関の買収を行う場合についても、先ほど御説明いたしました外国保険会社の買収を行う場合と同様に、孫会社保有の特例を措置するとしてとらえてございませぬ。

以上が今回の法令全体の概要なわけですが、こうした中で、命令についてどういう措置が必要かということにつきまして、また説明資料の方の改正の概要の2ページを御覧いただければと思ひます。

このような孫会社保有に関しまして、保険業法施行規則では、既に保険会社の届出事項として、子会社対象以外の外国の会社である孫会社を保有しようとする場合というのが、一昨年の保険業法改正のときに規定をされておりました。資料の※印のところの記載のとおり、この届出事項は、先ほど申し上げた一昨年の保険業法改正で、外国保険会社の買収に係る特例を措置した際に整備したものでございませぬけれども、郵便保険会社については、郵政民営化法上、保険会社を子会社とすることが認められていないために、一昨年の改正の際は同様の届出事項の整備は行っておりませぬでした。

ただ、郵政民営化法の建付け上、保険業法の届出義務が生じた場合には、同

じものを郵政民営化法上の主務大臣に届け出るということになっておりまして、二つ目の○、下の方の○でございますが、先ほど申し上げたとおり、今回の保険業法改正で外国保険会社以外の外国金融機関の買収に関する規定が整備されましたことから、これに合わせて、今回はこの郵政民営化法上の共同命令における郵便保険会社の届出事項についても、保険業法施行規則に基づく届出事項を踏まえた所要の規定の整備を行うというものでございます。

なお、この改正につきましては、11月末からの施行を予定いたしております。説明は以上です。

○増田委員長

ありがとうございました。

ただ今の御説明に対して御質問等がありましたら、お願いをしたいと思います。

銀行で同じような改正を1回もう既にやったわけですね。その保険業法版というか、うちで言うとかんぽ生命保険になりますけれども、銀行でやったことを今回、同じような形でやると、このように考えておけばよろしいですね。

○中島参事官

全くそのとおりでございます。

○増田委員長

よろしゅうございますか。

特段の御質問等がないようでありますので、それでは、当委員会の意見（案）を作成いたしましたので、事務局のほうから説明を願いたいと思います。

今、案を配布しますので、ちょっとお待ちください。

（資料配布）

○増田委員長

それでは、説明をお願いします。

○若林事務局次長

では、私の方から御説明いたします。

郵政民営化法第149条第1項第7号及び第8号の規定に基づく内閣府令・総務省令案について（意見）

平成26年11月7日付け金総第5865号・総情貯第164号をもって意見を求められた事案について、審議の結果、下記のとおり意見を提出する。

記

郵政民営化法第149条第1項第7号及び第8号の規定に基づく内閣府令・総務省令については、当委員会に示された内容のとおり改正することが適当である。

以上でございます。

○増田委員長

それでは、ただ今の説明に対して御意見等がございましたら、お願いしたいと思っております。よろしゅうございますか。

それでは、特に御意見はないようでありますので、本意見（案）を委員会の正式な意見として決定したいと存じますが、よろしゅうございますか。

（「異議なし」と声あり）

○増田委員長

それでは、全員賛成でありますので、この案をもちまして当委員会の正式な意見と致したいと思っております。

案の1、案の2、それぞれ金融庁長官宛て、総務大臣宛てということになっておりますので、後日またこの意見書をそちらの方に送付したいと思っております。

それでは、金融庁及び総務省におかれましては、本日はありがとうございます。御苦労様でした。

（金融庁及び総務省退室）

○増田委員長

それでは、引き続き日本郵政グループから御説明を受けて質疑応答を行いたいと思っております。しばらくお待ちいただきたいと思っております。

（日本郵政グループ入室）

○増田委員長

それでは、お待たせいたしました。

「日本郵政グループにおけるアフラックのがん保険の取扱状況について」、各社から15分程度で御説明をいただきました後、15分程度で質疑応答を行いたいと思っております。

それでは、どうぞ御説明をお願いします。

○谷垣専務執行役

日本郵政グループの谷垣でございます。よろしくお願いたします。

それでは、私の方から、まず冒頭、提携の概要ということで資料に基づきまして最初のところだけ説明を申し上げて、後は担当の方から内容について御説明を申し上げたいと思っております。

1ページを御覧いただきたいと思っておりますけれども、御案内のとおり、2013年7月に、私どもは日本郵政株式会社とアフラックとの間で包括業務提携契約を

締結するに至りました。下に絵を描いてございますが、その提携以前は、郵便局1,000局でアフラックのがん保険を既に受託販売しておったわけでございますけれども、その包括業務提携契約によりまして、右の①、②、③と書いてございますように、がん保険を販売する郵便局を2万局まで順次拡大する。それから、かんぽ生命保険自身が郵便局とは別に直営店を持ってございますけれども、それが79支店ございますが、そこでアフラックのがん保険の受託販売を開始する。それから、郵便局の販売に係る教育・指導についても、かんぽ生命保険の直営店が支援をするということでございます。それから、日本郵政グループ向けの専用商品をアフラックに開発していただくということでございまして、このような包括業務提携につきまして、先般7月に締結をしたということでございます。

なお、2ページを御覧いただきたいと思っておりますけれども、私ども日本郵政グループといたしましては、金融商品につきましては、先ほど申し上げたアフラック以外に、日本郵便、ゆうちょ銀行、かんぽ生命保険、それぞれのところで御覧のような各社と提携を行っているところでございます。

それでは、各論の方に移らせていただきたいと思っております。よろしく申し上げます。

○河本執行役員

それでは、日本郵便の河本でございます。3ページ以降を資料に即して御説明いたします。

まず、3ページでございますが、「がん保険取扱拠点の推移」と、これはかんぽ生命保険直営店分を含めて御説明します。

まず、考え方でございますけれども、取扱局の拡大については、取扱者への研修や取扱局に対するサポート体制の準備状況を踏まえて段階的に実施してまいりました。今後は、お客様の利便性向上に資するため、来年度中に2万局で販売することを目指してまいります。今までの推移を表にまとめたのが、この資料の表でございます。特に先ほど説明がございました2013年7月の包括業務提携以降の郵便局の拡大に関しましては、昨年10月に500局、本年3月に1,480局及び直前10月に7,042局拡大をしまして、現在1万22局で取扱いをしております。かんぽ生命保険直営店においては、7月、全直営店に関して取扱いを開始しておりますので、現時点におきます日本郵政グループの取扱拠点数合計は、1万101拠点という形になっております。

3ページの説明は以上でございます。

4ページをお願いいたします。

この「日本郵政グループにおける取扱商品の概要」でございます。

今回、アフラック社の商品「生きるためのがん保険Days」、商品改定を9月

22日に実施しております。その商品改定の契機となりましたがん保険を取り巻く状況を図の左側にまとめさせていただいております。大きなポイントとしては、治療環境、他社との競合環境及びお客様のニーズ。それぞれ記載のポイントをしっかりと認識した上で、次に、枠囲みの右に移りますけれども、商品改定を記載の内容で考えさせていただきました。一点目は保障の強化、特に通院保障の強化、先進医療保障の強化、診断給付金複数回支払特約の新設、女性がん特約の取扱い開始というものを考えさせていただきました。二点目がバリエーションの拡充ということで、払済みの取扱いの新設及び解約払戻金ありタイプの新設を考えた結果、商品改定に至っているものでございます。

資料の下半分になりますけれども、今申し上げた背景を踏まえまして、「日本郵政グループ取扱プランの概要」でございます。

「新 生きるためのがん保険Days」について、日本郵便、かんぽ生命保険において、お客様ニーズに応じて以下の三つのプランを現在販売しております。

「新・総合保証プラン」は、幅広く充実したがん治療の保障を希望されるお客様向け。真ん中の「新・治療重点プラン」は、新・総合保障プランのように幅広い保障を希望されているお客様ですが、保険料は抑えたいというニーズのあるお客様向けでございます。最後に、専用プランになりますが、一番右端「JPオリジナルプラン」は、がん治療の基本保障のみを希望されるお客様向けという位置付けで、三つのプランを販売しております。

対象とするマーケットは、郵便局が個人マーケット、かんぽ生命保険が法人・職域マーケットという位置付けでございます。

4 ページの説明は以上でございます。

次に、5 ページに移らせていただきます。

○井戸執行役

かんぽ生命保険の井戸といいます。よろしく申し上げます。

5 ページは「かんぽ生命保険における事務代行について」ということでございまして、がん保険を取り扱っている郵便局様が今回1万局になりましたけれども、そのアフラックのがん保険の取扱いに係る標準的な研修を、かんぽ生命保険が事務代行ということでやらせていただくものでございます。当然それをやっていく上では、アフラック社との連携をしっかりとやっていくということでございまして、下の図にございますように、アフラック社の方でも全般的、標準的な研修は郵便局に対してやっていただきますけれども、私どもかんぽ生命保険は、かんぽ生命保険商品を通じまして日本郵便の方に営業支援をしております。そういった意味で、全国に800名のパートナー営業部社員が郵便局を個別に回って指導していますので、そういったことを通じて事務指導をやらせていただくというものでございます。

やり方としては、大きな単独マネジメント局という集配業務のあるところ、そこは個別の局ごとに指導させていただく。小さな窓口局、そういったものは、部会とか地区単位ということで単位がございまして、そういった単位ごとに指導に当たるということで、標準的なアフラック社の指導がちゃんと速やかに浸透しているかどうか、また、個別具体的な事故とかがありましたら、それが再発しないような形での支援をさせていただくという形で取り組んでいるものでございます。

説明は以上でございます。

○増田委員長

それでは、ただ今の御説明に対して御質問等がございましたら、どうぞお願いいたします。

それでは、三村委員、お願いします。

○三村委員

ありがとうございました。

ちょっとだけ確認のために教えていただきたいのですが、郵政グループが新しい取扱商品をお作りになって、商品開発の考え方は、私は大変良いと思うのですが、「新 生きるためのがん保険Days」ということで、JPオリジナルプランとその他のものがある。これは考え方として、アフラックとの共同ブランドみたいな感じで位置付けされているのでしょうか。ユーザーの視点から見たときに、商品の位置付けというかブランド保証というものをどのように考えたらいいか。

恐らくこちらの新・総合保障とか、新・治療重点保障はアフラック商品で、JPオリジナルは共同ブランドみたいになっているのか、その辺りの整理を教えてください。

○河本執行役員

商品に関しましては、あくまでアフラック社の「新 生きるためのがん保険Days」という商品でございまして、その中のプランを分けております。ただ、昨年7月に包括業務提携をしておりますので、そこは郵便局としてしっかりと販売をやらせていただくという意味において、基本的には我々は、まず、かんぽ生命保険の商品を御案内したりとか、その満期の御説明をしますので、その保障の範囲を超えて更にがんの保障をお受けになりたいというお客様への情報提供、意向確認、そういったものを前提としておりますので、そういったときに保障が、入院であるとか通院で既にお受けになっているとか重複するケースがあります。そういうときに、やはり診断時に一時的な御負担が掛かるところに着目をしまして、診断時給付金が他のプランと同じようにしっかりと手当てされ、なおかつ保険料が抑制されているというところで、JPオリジナル

プランというものを我々だけのプランとして取扱いしておりますので、御指摘に関しては、やはり共同のブランドだという御理解を頂いていいものかと考えております。

○増田委員長

どうぞ、老川委員、お願いします。

○老川委員

営業実績についてちょっと伺いたいのですが、お客さんの反応といいますか、つまり、アフラックはほかにもいろいろ営業をやっているわけでしょうから、日本郵便に窓口を取り扱ってもらうことに対するお客さんの反応は、アフラックの方から見ると期待どおりなのか、あるいは期待以上なのか、あるいは余りうまくいっていないねということなのか、ここはどのように評価されるのか、それを教えてもらいたいのです。

○増田委員長

お願いいたします。

○河本執行役員

営業実績は、お客様のニーズに対応した販売実績であると評価しております。また、アフラック社の評価は、かなり取扱いに関しては広がってきた、定着してきたという評価を受けているところでございます。

○増田委員長

7,000局増えて1万局まで増やすという辺りがアフラックから見たときの採算ラインみたいな形になっていますか。これは要するに、3,000局のときはアフラック側としてはまだまだ期待薄みたいな感じになっているのだけれども、1万局のときにアフラックとしても期待するラインと今おっしゃったけれども、その辺りがアフラックとの関係で言うと、ちょうどいい採算ラインになっているのですか。

○河本執行役員

アフラック社の期待はもっと大きいものがございます。局を拡大した全体のグロスのボリュームというのは、当然、日本郵政グループに期待している全体の総額というものはあろうかと思いますが、いろいろと両方で営業推進状況を確認する意味においては、1取扱者当たりの量というものをアフラック社は期待しておりますので、取扱局が増える、取扱者が増えることによって、そこは相似形で当然増えるものだとはアフラック社のほうは考えております。したがって、やはり稼働局とか稼働者率というものを非常に注目しております。したがって、大体の月額保険料というのは、プランによっては変わりますが、そんなに差がありませんので、とにかく稼働局、稼働者を増やしてほしいと。その稼働率を何%に置くかが、やはり今、委員長御指摘のところ、その数字に

はまだ若干足りない状況です。

○増田委員長

今の質問の趣旨は、1,500局のときにはそのときの数字、それから、2,980局のときはそのときの数字が出てくると思うのですが、これをどう評価したらいいのかわからない。要するに、会社として、会社なりに評価されていると思うのです。我々は会社のそういう考え方を一体どう評価したらいいかということがあるので、次に7,000局増えて1万局になったときは会社としてそれをどう評価するか、その評価ポイントというか、会社としてどう受け止めているか、そのところを説明していただきたいと思います。

○河本執行役員

かしこまりました。

○増田委員長

取扱局が1万局とかに今度増えていくわけですね。ですから、常にそれを会社としてどう見ているか、それがないとアフラックとの提携の意味をこちらでも評価できないので、それをお願いします。

老川委員、どうぞ。

○老川委員

それに関連して、ちょっと立ち入ったことを伺いますが、日本郵便がアフラックの委託を受けて販売しているわけですが、アフラックから委託料といいますが、手数料というのか、そういうものは頂いているわけなのですか。

○河本執行役員

はい。

○老川委員

それは、つまり、アフラック側から見て、頼んでよかったな、まずかったなとかという場合は、まとめてこれだけ委託料を払っているのに、それに届かないというような計算になるのか、あるいは1件当たり幾らということで出来高になっているのか、そういったことを、もし説明いただけるのなら教えていただけますか。

○増田委員長

どうぞ。

○河本執行役員

今の御質問に関しては、1件当たりという考え方の概念に対応しております。保険料に対応した形で頂戴しております。したがって、たくさん販売しないと手数料のほうも多く頂けないという仕組みになっております。

○老川委員

ありがとうございます。分かりました。

○増田委員長

分かりました。

ほかにはどうですか。

では、米澤委員、お願いします。

○米澤委員

どうもありがとうございました。

そうは言いながら順調に増えていきますし、2万局を目指しているのですけれども、一つ心配なのは、既存のかんぽ生命保険が売っています類似の商品に関して、その販売にマイナスの影響があるのかないのか。一つうまくそういうところを給付するためにJPオリジナルプランというものを載せておりますけれども、これでその対応が十分なのかどうか、ちょっとこの辺に関して。

加えて、同じことですがけれども、別にアフラックに限らず、2ページを見ますと、いろいろ他の会社の商品を買っていらっしゃるんですね。ただ、これで見るとバッティングしないような感じはするのですけれども、このようなほかのところを売ることによって自社のオリジナルのところの販売がどうなるか教えていただければと思いますので、感触だけでもお願いしたいと思います。

○増田委員長

お願いします。

○河本執行役員

現在の販売体制に関しましては、当然、日本郵便に関しては、乗合代理店、それもかなり大規模の乗合代理店ということで、御指摘のように他社商品を買っておりますけれども、会社の今までの位置付け、立ち位置としまして、まずはかんぽ生命保険の商品に関してお客様のニーズに対応しているかどうかと。かんぽ生命保険の商品を御利用いただいているお客様は大変多くなっておりますので、営業活動のかなりの部分は、まず、かんぽ生命保険商品の満期の御案内からやっていくというところがございますので、そこでお客様の保障のニーズの範囲を確認した上で、なおかつ、例えば今申し上げた、がんに関する世の中の状況等を御説明した上で、プラスの保障をがんの部分に関して受けたいという方について、今申し上げたプランを御説明します。かんぽ生命保険でしっかりと、そこは入院なり通院の保障を受けているのだというお客様については、やはり診断給付金というところで、比較的少ない保険料でという御選択を頂きますし、いや、それでは不安なので、より保障を頂きたいというお客様については、先ほど申し上げた残りの二つのプランを御案内するというところがございますので、かんぽ生命保険商品の営業、それから販売に大きな影響が出ているという考えは、今のところありません。大きな影響が出ているという判断はしておりません。

他の商品に関しましても、委員御指摘のように、比較推奨販売する商品は今のところは有しておりませんので、それぞれのお客様の御意向を確認することによって適切な商品が御案内できるという販売体制になっております。現時点の商品においては、今申し上げた判断だと理解をしているということでございます。

○米澤委員

分かりました。どうも。

○増田委員長

どうぞ、清原委員、お願いします。

○清原委員

ありがとうございます。

もう既にほかの委員の皆様が質問されたことと多少重なると思いますが、よろしく願いたいします。

一点目は、先ほど三村委員の御質問に対して、このJPオリジナルプランについては共同ブランドとして位置付けているというお話がありました。10月から開始されたということですので、ぜひ次回、資料を頂きますときには、かんぽ生命保険に加入してJPオリジナルプランを加えられたケースと、それから、その他もう少し保険料の高い新・総合保障プラン、新・治療重点プランというものの組合せの差が分かるような形の資料を頂いて、確かに、かんぽ生命保険の信頼あるいは今後の契約数の上昇と、アフラックとの共同ブランドであるJPオリジナルプランを加えたことの影響というか、効果というか、そういうものを検証させていただければありがたいなと思います。

二点目は、2ページ目にあります金融商品で、ほかの会社のものを表していただきますと、やはり包括業務提携を交わされたということもあり、がん保険のアフラックに関しては1万22局ということで一番取扱いの郵便局は多いのですが、その他のかんぽ生命保険の保険と基本的に競合しない他社の保険についての取扱郵便局数を増やされるようなことをお考えかどうか。

と言いますのは、アフラックのがん保険の場合には、独自に開発されるよりも、組み合わせていかれるという選択肢をまずは決定して踏み出していらっしゃるわけですが、ほかの保険についても他社のものと組み合わせることによって何らかのプラスがあり得るのかどうか。一般的なかんぽ生命保険の保険と他社の今まで取り扱っていらっしゃるものというのは、何か組み合わせにくいなとは思っておりますけれども、そのことを一つ思いました。

それから、直接的な関連はどうにもつかみにくい組合せなのですが、学資保険を始められるとともに、今回、アフラックのがん保険を開始するというので、かんぽ生命保険については、いろいろな新しい取組を始められたこ

の1年ではなかったかと思っていますのです。ですから、学資保険とがん保険の関係性というのは、あるやなしや、ちょっと関係ないように見えるのですが、お子さんの学資保険をされるに当たって、今、自分のお持ちのかんぽ生命保険を見直し、ついては新しく10月から、そういえばがん保険があるな、などということ、何らかの関連性があるかどうか、1か月ではとても検証できませんが、今後半年ぐらい、新しい取組をされたことによる総合的な影響を、できる限り、私は今すぐ思いつきませんが、検証できるような資料をおまとめいただけると、私たちとしても、認めさせていただいた影響、効果がどのように表れているかということが検証できるかと思いました。

以上です。ありがとうございます。

○増田委員長

それでは、後半の方はまた資料をまとめていただくことにして、前半のほうの御質問に対して。

○河本執行役員

一点目のかんぽ生命保険商品との組合せも資料をまとめさせていただきます。

ポイントは二点目の御指摘かと思えますけれども、やはり保険代理業としましては、お客様のニーズに的確に対応するというのが大前提だと思っておりますので、かんぽ生命保険商品を主体とした販売を展開していく中で、日本郵便及びかんぽ生命保険でカバーができない領域の商品があれば、それはお客様のニーズを的確に捉えて、対応の検討をしなければいけないと考えています。

ただ、局の拡大に関しましては、今回のアフラックの取扱いも同じでございますけれども、募集管理態勢の整備が非常に重要だと考えております。やみくもに取扱商品を広げるのではなく、やはりかんぽ生命保険にない保障をお付けしますので、その保障の内容であるとか、保険金の支払であるとか、特約に関して販売員、募集人がしっかりと説明できなければなりませんので、その態勢整備を十分行うということが片やの問題意識でございます。それとお客様のニーズを組み合わせながら、ニーズに応えた形で検討していきたいと。

ちなみに、引受条件緩和型医療保険、住友生命保険の商品でございますけれども、かんぽ生命保険では保障の範囲に入らない方がお客様で、住友生命保険にも今回、商品改定をしていただいて、非常に販売が伸びているところで、お客様には非常に好評いただいております。そのような形で他の商品に関しても、まずは検討ができればなと考えているところでございます。

○増田委員長

はい。

○清原委員

お答えありがとうございます。

私も、今おっしゃってくださいましたように、募集管理態勢というか、今回アフラックとの業務提携の中では、研修・指導というものを事務代行として取り組まれたところがやはり特徴だと思います。御指摘のように、保険で保険金を支払うときの適切さ等も踏まえたと、どれだけ社員の方がしっかりとした対応ができるかということがまず大前提だと思いましたので、その点の御説明は理解いたしました。これからも研修・指導態勢も含めて検証をしていただければと思います。ありがとうございます。

○増田委員長

それでは、ほかによろしゅうございますか。

ほかには特段の御質問はないようでございますので、以上でこの部分は質疑を終えたいと思います。御苦勞様でした。

(日本郵便及びかんぽ生命保険退室)

(日本郵便及びゆうちょ銀行入室)

○増田委員長

それでは、次の議題に移ります。

「日本郵政グループにおける資本の再構成について」、日本郵政株式会社谷垣専務執行役から15分程度で御説明を頂きました後、15分程度で質疑応答を行いたいと思います。

それでは、どうぞよろしくお願いします。

○谷垣専務執行役

それでは、資料122-3「日本郵政グループにおける資本の再構成について」、御説明を致します。

9月29日に報道発表いたしまして、30日に資金移動を行いました。グループ全体として企業価値の向上が一番図れるように、資本の配分を行いましたので、御説明を申し上げたいと思います。

資料の1ページは、概要でございます。三点ございまして、一つ目は、日本郵政株式会社がグループ全体の整理資源というものを7,000億円弱まだ抱えております。整理資源というのは、昭和33年以前から郵政事業に携わっていた方に支払う恩給相当の負担額でございますが、これにつきまして退職給付信託を設定いたしまして、貸借対照表からオフバランスを図る、消去するというところを行いまして、日本郵政のバランスシートを整備するとともに、日本郵政のキャッシュフローを改善するというところでございます。

二つ目は、日本郵政株式会社が日本郵便の6,000億円の増資を引き受ける、新株発行を引き受けることによりまして、日本郵便の経営基盤を強化するとともに、日本郵便の成長のための投資に関する財源を確保するというところでございます。

三つ目に、この資金について、日本郵政株式会社が保有してございますゆうちょ銀行株式のうち1.3兆円相当につきまして、ゆうちょ銀行が自己株式の取得を行うことによって調達をするということを行ったところでございます。

これはいずれも、私どもは上場を目指しているところでございますが、その観点からも必要なことだと思っているわけでございます。

まず、2ページ目、「退職給付信託の設定」でございます。絵を描いてございますけれども、御覧のとおり、1959年1月の前に勤務していた職員につきましては、これは共済制度の導入前のことでございますので、いわゆる国家公務員共済組合法の長期給付に関する施行法に基づく恩給公務員期間を合算して算定された年金額が支給されてございます。これは恩給も同じでございますが、当該恩給公務員期間については財源の積立てがない、つまり、国が費用でその都度支払ってございましたので、国でなくなった後は事業主が負担するということになってございます。当社は、郵政省時代、郵政事業特別会計ということで負担していたわけでございますけれども、そのまま公社化、民営化になった以降も負担をし続けておりまして、これが整理資源でございます。7年前の民営化当初の時は、大体1兆3,000億円くらいございましたけれども、その後平均して約1,000億円ずつキャッシュアウトしていきまして、今、大体7,000億円くらいに債務額は減っているということでございます。それでも毎年、いわゆるキャッシュアウトとしてこれから先も700億円以上のキャッシュが出ていくということでございますので、持株会社のキャッシュフローという観点でも、今後の配当ということを考えてときは、大変投資家から見て分かりにくいということがございます。

二つ目に書いてございますのは、恩給そのものでございます。1959年1月以前にお辞めになった方については、これは共済組合法ではなくて恩給法に基づく恩給が支給されてございまして、これは恩給負担金というものでございますけれども、この額は大変小そうございまして、20億円以下だと思っておりますが、これも一緒に整理をしたいということで、併せて退職給付信託を設定したいということでございます。

このように、ほかの企業から見れば異質でございますし、大変巨額のものでございますので、今回、投資家に大変分かりにくいという観点から、バランスシートの分かりやすさということを考えて、オフバランスを図るものでございます。

3ページ目が、これは各論になりますけれども、退職給付信託とはどういうものかという説明を書いてございます。企業が保有する金銭とか有価証券を退職給付に充てるために信託をして、信託銀行がその金銭・有価証券等を企業の従業員とか退職者のために管理・運用する信託というものでございます。

矢印のところに書いてございますのは、一定の要件を満たせば、退職給付に関する会計基準における年金資産とみなされると。それから、退職給付に関する会計基準におきまして、退職給付債務から年金資産の額を控除した額を、負債として貸借対照表に計上するということになってございます。

では、その条件とは何かと申しますと、御覧のとおり①～④まで書いてございますように、当該信託が退職給付に充てられたものであることを確認できる。それから、信託財産を退職給付に充てることに限定した他益信託である。それから、当該信託は事業主から法的に分離をされていて、信託財産の事業主への返還とか事業主による受益者に対する詐欺的な行為が禁止されている。信託財産の管理・運用・処分については、受託者が信託契約に基づいて行うということです。このような要件を満たせば、年金資産とみなされるということでございます。

どのようにお金が動くかと申しますと、そこに書いてございますように、真ん中の「委託者（日本郵政）」が右の「受託者（信託銀行等）」と退職給付信託契約を結びまして、信託銀行は金銭の拠出を受けて給付の支払を行い、日本郵政を経由して、国家公務員共済組合連合会（KKR）に支出をし、KKRの方から現行と同じように受益者の方に年金給付が行われるということでございます。

今後の予定でございますけれども、何とか年度内に退職給付信託の設定をして、信託契約を締結して信託財産の拠出を行いたいと思っておりますので、速やかに信託銀行の選定を行い、契約書案の調整を行い、運営態勢の構築を行いたいと現在考えているところでございます。

4 ページ目が、二つ目の日本郵便の増資の関係でございます。これは総務大臣の認可事項になってございまして、9月29日に総務大臣から認可を頂いて、その日に報道発表を行ったわけでございますが、募集株式数は600万株でございます。日本郵便は現在400万株でございますので、合わせて1,000万株ということでございます。1株10万円、払込金額は6,000億円でございます。これを資本金と資本準備金に3,000億円ずつ増加させて、純資産の額を増やしているところでございます。募集方法につきましては、第三者割当ではなくて、日本郵政株式会社に対する株主割当でございます。

5 ページ目でございますが、その結果として、左側に「経営基盤の強化」ということを書いてございますが、日本郵便の自己資本比率は、8.6%であったものが19.3%に改善いたします。

ちなみに、下の参考のところに書いてございますけれども、同業他社の自己資本比率から見れば、自己資本比率というのはまだ小そうございますけれども、それでも合わせて約1兆円の自己資本ということになりますので、これからグループの中核企業としての役割を強めていく日本郵便が、思い切った投資がで

きるといふ経営基盤の強化の観点からは、ひとまず十分なものではないかと考えているところでございます。

ちなみに、今回、日本郵便について、その資金需要というのは6,000億円ぐらい同じくあったわけでございますけれども、これを貸付け、融資ではなくて増資というのを選んだ理由は、もともと民営化当時に、当時は郵便事業株式会社と郵便局株式会社の二つに分かれておりましたけれども、合わせて4,000億円という純資産、自己資本しかなかったわけでございます。ゆうちょ銀行、かんぽ生命保険に比べて小さめの自己資本が設定されていたわけでございますが、今後の成長の必要な経営基盤の強化という観点から、あえて増資という方法をとったわけでございます。

では、どういうことに使うのかということでございますが、これは右に「成長に向けた投資」と書いてございまして、先般発表し、民営化委員会でも御説明させていただきました中期経営計画では、2014年度から2016年度まで3年間で1.3兆円の投資をグループ全体で発表いたしました。そのうち日本郵便は8,400億円の投資額を予定してございました。そのうち、局舎の整備とか老朽化対応の投資というものもございましてけれども、それよりは、郵便・物流ネットワークの再編であるとか、不動産事業の開発であるとか、そういういわゆる成長投資みたいなものに3,500億円程度を予定していたところでございます。

今般、この3,500億円に加えて、2017年度以降、中期経営計画以降の引き続きの投資、あるいは新たな投資、更なる事業展開に向けた戦略的な投資というものについて2,500億円程度を考えてございまして、6,000億円程度の資金需要をこれで賄うということでございます。なお、普通の3,500億円以外のいわゆる老朽化であるとか、そういう投資については、日本郵便の通常の営業キャッシュフローで十分賄えるものと考えているところでございます。

6ページでございますけれども、資金調達の関係で、ゆうちょ銀行の自己株式取得の関係について御説明を申し上げたいと思っております。

ゆうちょ銀行が自己株式の取得ということでございますけれども、取得する株式の数は2,501万7,500株ということでございます。持株会社が持っております子会社株式の値段というのは、分社化・民営化当時のままの簿価で持っておりますので、簿価が7.8兆円でございますが、ゆうちょ銀行の発行済み株式総数は1億5,000万株でございます。したがって、7.8兆割る1億5,000万株ということでございまして、取得する株式につきましては、1株当たり5万1,963.60円でございます。銭単位で切り上げさせていただきたいと思っておりますけれども、株式の取得価額の総額につきましては、それに先ほど申し上げた取得株式2,501万7,500株を掛けますと、1.3兆円を若干切りますけれども、1兆2,999億9,936万3,000円となりますが、これが正式な株式の取得価額の総額ということでござ

います。株式の取得の日は、2014年9月30日でございます。

7ページ、8ページに、今、私が申し上げたことがバランスシート上どうなるかということについて記載をしております。持株会社が一番上でございませぬけれども、先ほど申し上げたように、資産のうち、一番左側の現行、ゆうちょ銀行株式が7兆7,945億円、日本郵便株式が4,000億円ございましたけれども、ゆうちょ銀行による自己株式取得でこれが1兆3,000億円減少いたしまして、真ん中でございますが、ゆうちょ銀行株式が6兆4,945億円に減っております。

それから、日本郵便には6,000億円投資しましたので、持株会社が持っている日本郵便株式が約1兆円に増えるということでございます。上の現預金につきましては、増資分の現預金、信託分が、7,000億円の分が9,762億円に増えているということでございます。

その現預金9,762億円のうち、一番右でございますが、これから退職給付信託を設定することによって7,000億円をオフバランス化いたしますので、結果として現預金7,000億円、退職給付引当金7,000億円、両方バランスシートから削除される、消去されるということでございます。

下が日本郵便でございますが、こちらは単純でございますけれども、純資産のところは3,904億円というものがございまして、この内訳は資本金1,000億円、資本剰余金3,000億円でございます。これは細かい話になりますけれども、私は先ほど4,000億円と申し上げたのですが、実は若干4,000億円を下回っております。民営化後、日本郵便も利益剰余金を積み上げて、大体5,600億円の純資産があったのでございますが、今年の4月の退職給付に関する会計の改訂によりまして1,800億円ほど引当金の積増しを要求されましたので、そのことによって若干利益剰余金を食い込んで下回っております。結果として4,000億円を若干下回って3,904億円になってございます。

これが6,000億円の増資によりまして、右の真ん中の表でございますが、純資産9,904億円、1兆円に若干足りませんが、正確には9,904億円の純資産ということになるわけでございます。それから、現預金の方が6,000億円増えますので、1兆7,515億円が2兆3,515億円に増えるということでございます。

8ページ目でございますけれども、ゆうちょ銀行の方は、資産203兆3,868億円のうち現預金が23兆3,854億円ございましたけれども、1兆3,000億円の現金の払込みを持株会社に行いますので、22兆854億円に減少いたします。純資産の方は、11兆5,857億円ございましたけれども、このうち自己株式の分が1兆3,000億円減少いたします。なお、1兆3,000億円については、金庫株としてゆうちょ銀行に置いて保有するということになります。

グループ連結では、グループ内の資本移動、資金移動でございますので、全体では影響はございませんが、これから年度末にかけて退職給付信託を設定い

たしますと、全体のバランスシートが7,000億円減少するということになります。
御説明は以上でございます。

○増田委員長

ありがとうございました。

それでは、ただ今の御説明に対して御質問等がございましたら、お願いを致します。何かございますでしょうか。

どうぞ、米澤委員、お願いします。

○米澤委員

大体、何とか理解できて、必要な措置を施されたかと思っております。

ちょっと本論から外れるのですが、8ページ辺りで、ゆうちょ銀行は今かなりの自己資本を持っていますね。普通の国内行の扱いと聞いていますけれども、ほかの銀行などと比べて自己資本比率が相当高くなっているのです。今回ちょっと減っていますけれども、まだ非常に高いわけですが、今後もこのレベルを維持していくのかどうか。非常に高いのですけれども、その高くしている理由みたいなところをお聞かせいただければと。今日の話とはやや外れますけれども、そこのおところをお聞かせいただくといいかと思しますので、お願いします。

○増田委員長

お願いします。

○田中執行役副社長

ゆうちょ銀行の田中でございます。まず、先生御案内のとおり、当行の自己資本比率が、いわゆるバーゼルⅢの自己資本比率が高いということの主たる要因は、貸出しがない、原則的にはやっておりますものですから、俗に言う信用リスクアセットのところ非常に他行対比で少なくなってきてございます。それが他行と比べた場合の高いゆえんでございまして、これは当委員会にもお願いしていますように、我々としてはリスクの分散という観点から、少しずつではあっても、信用リスク資産を拡大してまいりたいと思っております。方向としてはそういうこととございますけれども、構造的に貸出しが主力というわけには現実問題まいらないと思しますので、そういう意味では、相対的には、自己資本比率を計った場合の数値は高くなると見てございます。

ただし、これも御案内のとおり、当行はその分といいますか、やはり金利リスク等々を抱えておりますので、そういう観点からも、十分な資本は維持をしなければいけないと考えております。今般の親会社からの御要請がございました自己株式の取得につきましても、そういったことも考えまして、将来の規制の動向なども、例えばレバレッジ比率がいろいろな議論もあるようでございますので、そういったことも踏まえて、必要な資本は確保しておかなければいけないという観点で今回検討し、1.3兆円、これは当行の先期末の利益剰余金から

見ますところの、自己株式取得の上限が1.6兆円でしたので、そういうことも踏まえまして対応したものでございます。

○増田委員長

米澤委員。

○米澤委員

では、一点。

それは前も聞いてよく分かるのですが、これから上場を控えて、稼ぎ頭と言っておかしいかもしれませんが、ゆうちょ銀行などが注目されるのですけれども、ROEなどは当然低くなるわけですね。ですから、その辺のところもやはりこれから少し気にしていく必要があるかと思っておりますので、今日みたいな格好でうまく資金を配分していく必要があるかなという感じがしております。

以上です。

○増田委員長

ほかには何かございますか。

三村委員、どうぞお願いします。

○三村委員

日本郵便の資本の増強、これは非常に重要なことだと思っております。19.3%の水準まで来たということですが、恐らく将来的にもう少し高める必要があるということだと思っております。

そこで一つだけ、今回そのことを前提として、いわゆる使途ということに関連しますが、将来の成長の方法を考えたときに、費用削減というところがどうしても重点としてまず出てきます。ただ、やはり収益増強という方向への投資はそろそろ必要になってくると感じております。

そうしますと、今これからのいろいろな計画がおりということであるのですが、その他という形の中で営業収益の拡大を図るという言葉で、もちろん後で国際宅配便のお話もあるということなのですが、その辺りがまだ少し明確に立てきれていないのかなという印象があるのです。その点はいかがなんでしょうか。

○谷垣専務執行役

その他というのはまさにその他でございまして、書いている趣旨は、こういう出資とか提携というのは、具体的に、ここと提携しますと書きにくいところが大変ございまして、そういう意味で、持株会社としても、日本郵便には最低この規模の事業提携とか出資戦略、投資戦略を考えてもらいたいと、そのことが将来のリターンと併せてグループ全体の企業価値の向上につながるだろうと思っておりますのでございます。そういう意味で、全く考えていないわけではございませんけれども、まだ現在、発表できる段階にはないということござ

います。

○増田委員長

今の関連なのですからけれども、この6,000億、これは中期経営計画との関係ではどのようになっていますか。

○谷垣専務執行役

中期経営計画では、先ほど申し上げましたように1.3兆円と言いましたけれども、そのうちの8,400億円が日本郵便でございます。そのうち4,900億円程度は老朽化対応投資とか普通のシステムの更新に使いますので、あと3,500億円程度を成長投資の資金需要として満たしたいと。プラス2,500億円。この2,500億円というのは、中期経営計画の期間を超えた部分と、それから、このその他の戦略部分ということでございます。したがって、全体の資金需要の予定は、中期経営計画プラス、その後の2017年以降の追加投資と、その他のいわゆる戦略投資ということでございます。

○増田委員長

中期経営計画を全部満たした上で、更に広がっている部分があるということですね。それは多分、中期経営計画のその次の中期経営計画の中に入るであろう取り込む部分を先にこういう形で打ち出しているということですね。

○谷垣専務執行役

当面、中期経営計画プラス2年間くらいの資金需要を見渡したときに、このぐらいは要るだろうということでございます。

○増田委員長

だから、考えてみると、前回、中期経営計画を出して、それに基づいて投資家の皆さん方で上場についていろいろ判断をしているのです。要は、今、最大の眼目は上場なわけですが、その上場の環境を補強するような形にこれはなっていくと考えればよろしいですね。分かりました。

どうぞ。

○清原委員

御説明ありがとうございます。

一点だけ、3ページのところで、2015年3月末までに退職給付信託の設定をされるという御説明を頂きまして、これは本当に特別な事情の中で対応しなければいけないということで、御苦勞も多かった案件だと思っております。しかし、見込みとして「2015年3月末までに速やかに」とお書きになったのには並々ならぬ御決意を感じておりまして、この退職給付信託においては、注記に要件を示されているように、会計基準における年金資産とみなされる必要があると。現時点での見込みでは、この注記されている四点については、しかるべく対応をされて、着実にこのことがなされるという見込みでいらっしゃると思うので

す。

改めまして、この間の取組について、本当に御努力に敬意を表しますとともに、いま一度2015年3月末までにというような御決意を聞かせていただければありがたいです。

○増田委員長

お願いします。

○谷垣専務執行役

私どもは、これは対外的に発表してございますように、2015年3月末までに上場準備を完了すると言っているのですね。実際にいつ上場するかというのは、持株会社の株式を売るのは財務省、政府でございますので、その政府のほうで一番良いタイミングをお決めになることとございましょうけれども、その発行体としての当グループとしては、年度末までに全ての準備を完了しようという、その一環でございます。ということは、2014年度のいわゆる財務諸表には、こういうものが全て終わった状態で上場を迎えたいということとございます。

○清原委員

改めて、どうぞよろしくお願いします。

○増田委員長

ほかに何かございますか。よろしいですか。

それでは、特段御質問等がないようでございますので、以上で質疑を終えたいと思います。どうも御苦労様でした。

(日本郵政、日本郵便及びゆうちょ銀行退室)

(日本郵便入室)

○増田委員長

それでは、次の議題に移ります。

「国際宅配便サービスの開始等について」でございます。日本郵便株式会社 大部常務執行役員から15分程度で御説明を頂きました後、15分程度で質疑応答を行いたいと思います。

それでは、どうぞお願いいたします。

○大部常務執行役員

大部でございます。よろしく申し上げます。

「国際宅配便サービスの開始等について」、資料を1枚めくっていただけますでしょうか。今年の10月30日からサービスを開始しておりますけれども、まずその体系に若干触れさせていただきたいと思います。

グラフがございしますが、棒グラフが世界のEコマースの事業売上予測でございます。この2012年は実績でございまして、これは2013年から予測をしております。全体が伸びている中で、地域別に折れ線グラフを入れております。この

中で赤い◆がアジア太平洋地域でございます。御覧のとおり、もう2013年でほぼ地域別のトップに近いところまで行って、今年はまだ世界ナンバーワンということになります。とにかくアジア・パシフィックの年間の成長率が高いということでございます。もちろん中国で非常に爆発的にEコマース市場が増えているということでございます。東南アジア、そのほかの地域についても堅実な成長を見せていると聞いております。

次のページでございます。Eコマースというのは、国内、国際、両方合わせたものでございます。ここでは国際に関するものということで一つ特徴的な事象を御紹介しております。囲みの中でございますけれども、これは日本政府観光局の報道資料から取ったものでございますが、8月ひと月間の訪日外客数という言い方をしておりますけれども、前年同月比22.4%増ということで、100万人を超えているということでございますが、昨年の場合ですとこれは90万6,000人ということで、20万人上回っているということでございます。今年の3月から6カ月連続で、月間の訪日外客数が100万人を超えたということでございます。

下のグラフを御覧いただきたいのですが、これはカレンダーイヤー、暦の1月から12月までの外客数でございます。平成25年に1,000万人を超えたというのは報道発表等々で既に御案内をされているものでございますが、この勢いでいきますと、平成26年は、これに更に200万人以上上積みされるということで、今後、よく言われておりますのは、東京オリンピックまでこういった傾向は続くのではないかとということがございます。

こういう外から来られたお客様は、日本の文化、食べ物を来日の際に体験されるということで、帰ってからインターネット通販等で日本の物に対する購買意欲を高めているということが言われております。

次のページでございます。こうしたことからクロスボーダーの取引が拡大しているということでございます。そもそもアジアというのは経済成長市場でございますけれども、クロスボーダー、Eコマース、それから商品の貿易を通じてアジアに商品を輸出する企業の取引が拡大をしております。日本郵便は、成長するこうした企業に対して支援を行っていきたいと考えております。

日本郵便の国際サービスといいますと、やはりEMS、あるいは国際小包、あるいは国際書留ですね。書留というのは2キログラム以下のものにつけるサービスでございますけれども、これらにつきましては、基本的には安い料金、それから、外国の郵便事業者とネットワークをつないで配達しているという関係で、個人宅宛ての配達に強みがあるということで御好評を頂いております。

他方、郵便同士でつなぐ場合、相手国に行きますと、郵便通関ということでございますので、基本的には一個一個、税関職員が書類と中身を見て、課税するかどうか、課税額は幾らかといったことを査定するという仕組みでございま

す。したがって、物がたくさん届いたときには滞留が生じるといった実態もごございます。

もう一つ、郵便事業体の配達品質によるということをございますので、多くの郵政はかなり品質を改善しておりますけれども、まだまだ品質の劣る国の事業体もございます。そういう意味で、国によってばらつきがあるというのが実態でございます。これが郵便の特徴でもございます。こうした面につきましては、特に法人の利用顧客からは使いづらいといった指摘がございます。お客様ニーズに十分お応えできていないといったことをございます。

次のページをめくっていただきますと、いきなりこのロゴが出てきましたけれども、こういった「ゆうグローバルエクスプレス」というサービスをつくりまして、これを10月30日から提供しているということをございます。これは我々が培ってきた関係によりまして、海外パートナーを選定しまして、そこと資本・業務提携によりまして、サービスを提供していくものでございます。基本的にはEMSを補完するものと考えております。

ここに「BtoB/BtoC」というものがございます。これはビジネス対ビジネス、あるいはビジネス対コンシューマーという略でございます。我々は中国人のお客様が多いのですけれども、そういったところでビジネスに使いたいと、EMSは使えないのかといった御指摘もあるので、やはりビジネスとビジネスのお客様もいらっしゃるということをございます。もう一つは、先ほどお話ししましたとおり、Eコマースあるいは国際通販関係のお客様です。ニーズにできていない部分を、これで支援したいと考えております。

めくっていただきます。まず、オペレーションの比較をしております。どのように違うのかということをございます。EMSが上のほうでございます。荷主様が、我々が集荷しまして、交換局まで国内のネットワークを通じて届けます。そこで郵便通関して航空会社に受け渡すと。航空会社が運送しますと、仕向地の空港に物を置きまして、そこから相手国の交換局に入っていくと、ここでも郵便通関ということ、まず日本郵便の責任エリア、それから、航空会社が自分のインフラで運ぶエリア、それから、海外の事業体が自分のネットワークオペレーションで配送するエリア、こういう3段階でございます。事故とか遅延とかがあった場合には、もちろん日本郵便がお客様との間では責任を負うわけですけれども、それぞれのところが、それぞれの段階と連絡を取り、あるいは交渉したりといったことをやっていく必要がございます。

下のほうが国際宅配でございます。集荷から空港まで届くプロセスは一緒でございますけれども、そこからですね。レントンの商業通関、それから、主にキャセイ航空を使っておりますけれども航空運送で、先方の商業通関、仕向地の通関、それから配達網ということ、日本郵便はレントン・グループに渡す

だけということでございます。何かあったときは、レントン・グループに照会して対応を求めるといったことでございます。この辺が非常にシンプルになるということでございます。

次のページをお願いします。国際宅配便サービスの特徴でございます。実際のところ、我々の主力商品でございますEMSとかぶるところが相当ございますが、違いについてそれぞれ述べさせていただきます。

まず、リードタイムでございますけれども、EMSも結構早いので、今回のサービスがそれに比べて著しく早いということはございませんけれども、国によってリードタイムが非常に安定しているといえますか、アジアだったら何日といったことで安定しております。それから、サイズ、重さについては、基本的に国際郵便の最大サイズと同じでございます。30キログラムまでということでございます。あと、全国の郵便局で集荷を対応するというのも、国際郵便、EMSと同じでございます。

下のほう、通関でございます。これは郵便通関ではなくて商業通関ということでございますので、輸出入者が申告を行うのですが、実際はレントン様が通関代行ということで、代わりにやるということでございます。これはほかの国際宅配も全く同様でございます。申告の際も、基本的には書類、それから書類を電子化したもので交換し合うといったことで、迅速性が確保できるということでございます。

あと、関税の支払方法でございますけれども、国際郵便の場合ですと、相手国の郵便通関で関税額が決まりまして、それをお客様に通知するということでございますが、実際の受取りにつきましては、多くの国で、郵便局まで受取人様が足を運んで、そこで勘定を払って受け取るといったプロセスが必要になります。これに対して国際宅配便の場合、今回のサービスの場合ですと、関税をレントンが立て替えて払う、後で差出人様に請求するといったことで元払いと申しております。あるいは着払い、受取人が、一種の代引きでございますけれども、それも可能でございます。

次に、右上のほうでございますが、品質面。これは全ての仕向地に対して、追跡ポイントは確実に追跡をするというネットワークができ上がっております。これは国際郵便の場合ですと、先ほど品質のところでも申し上げたとおり、国によってはその辺の入力率が悪かったりといったことがございます。後は、経験豊富な物流パートナーによる丁寧な荷物の取扱いで、ここについては実際に試験通信で確認をしております。

あと、料金面でございます。国際郵便ですと、これは法令に基づくサービスということでございます。したがって、全て公表されるということでございます。国際宅配便の場合ですと、公表はしますけれども、ボリュームによっ

て、お客様ごとに相対での料金設定が可能になるということでございます。

あと、一般的に民間の国際宅配便ですと、燃料割増料ということで公表料金のほかにチャージされることがございますけれども、それでは分かりにくいだろうといったこともございまして、我々としては、それは込みでといいますか、そういった割増料金は頂かないということで作っております。

次に、国際宅配便の詳細ということで「開始日・提供地域・料金」についてお話しします。

サービス開始日は、今年の10月30日からということで、開始当初は、東京国際局、川崎東局から開始といったこととございますけれども、順次拡大して、来年4月には全国の集配局で集荷引受けができるようにするといったことで進めております。

サービスの提供地域につきましては、御覧のとおりです。アジアは全てカバーしております。それから、欧州も全てカバーしているということでございます。北米は、レントンの自社配達網があるカナダに限定してサービスを行っております。

料金でございますけれども、これは2キログラムの場合の料金を比較しております。日本郵便は左の箱2つでございますが、EMSがアジアで3,000円、欧州だったら4,600円、真ん中が国際宅配便、UGXでございます。右側は、民間宅配事業者がホームページに掲載している公表料金でございます。御覧のとおり、EMSと民間宅配便の公表料金の真ん中ぐらいの料金ということで、利用しやすい料金としております。

次のページですけれども、法令面等についてどのように違いがあるかといったこととございますが、まず右側を見ていただきますと、国際郵便につきましては、万国郵便条約に根拠がございます。実施根拠法令については郵便法、それから、貨物利用運送事業法も掛かります。あとは、料金は公表料金、通関は賦課課税方式ということで、一個一個審査をするということとございますけれども、20万円超につきましては商業通関になります。ユニバーサルサービスの義務がございます。

これに対して真ん中の国際宅配便、UGXにつきましては、ワルソー条約というものがございまして、ここで運送状の記載方法、中身、あるいは運送人の損害賠償責任等について規定がございます。モントリオール議定書、条約につきましては、その改定版といったこととございます。実施根拠法令につきましては、貨物利用運送事業法が掛かります。料金につきましては、先ほど申し上げましたけれども、相対料金が可能と、通関につきましては商業通関、申告納税方式といったこと、ユニバーサルサービス義務はございません。

次に、今回の出資・業務提携ということでございますけれども、出資提携の

中身についてお話しします。

資料、次のページをめくっていただけますでしょうか。これはレントン・グループのネットワークを示した地図でございます。キャセイパシフィックあるいはその子会社のドラゴンエアーという航空会社が直行便で結んでいるところを中心にネットワークを組んでいるといったことでございます。香港からのネットワークでございます。御覧のとおり、中国、アジア、インド、オーストラリア、この辺が中心でございます。

その次のページでございます。今回、出資・業務提携のもう一つのパートナー、ジオポストというものがございます。これはフランスの郵政のラ・ポストの物流の子会社でございます。結構大きな会社でございます。特に欧州の商業小包を中心に扱っておりまして、そのブランドはDPDと言います。したがって、欧州にはDPDの自社網を22社結んで提供しております。このほかに幾つかほかのブランドもございまして、そのネットワークも保有をしております。フランスでは当然第1位で、ヨーロッパでもDHLに次ぐ取扱い数を誇っております。

元のページに戻っていただきまして、9ページでございますが、こうしたレントン・グループの世界的な航空輸送ネットワーク、ジオポストの海外小包配送ネットワークを結合することで、成長著しいアジア市場への展開を中心に、Eコマース物流に主眼を置いた高品質な国際宅配便サービスの提供を可能とするといったことが目的でございます。

出資につきましては、単なる業務提携ではなく、資本提携を通じて経営に参画することにより、引受けから配達まで配送品質をコントロールする、あるいは将来増強していくといったことも考えております。

出資の概要につきましては、資料のとおりです。会社名はレントン・グループ・リミテッド。事業内容でございますけれども、キャセイパシフィック航空、香港ドラゴン航空のネットワークを活用したグローバルな輸送・配送を得意としております。代表者はモーティ・ラングスローさん。株主構成は以下のとおり、日本郵便が14.9%、ハミントン・ベンチャーズというのはモーティ・ラングスローさんのつくったファンドでございますので、実質的にモーティさんが保有しているといったことでございます。あと、ジオポストが34.7%ということでございます。

以上です。

○増田委員長

分かりました。

それでは、ただ今の御説明について御質問等がございましたら、お願いをいたします。

老川委員、どうぞ。

○老川委員

御説明ありがとうございました。

ちょっと初歩的なことを伺いますが、いわゆる国際郵便と国際宅配の御説明なのですが、今、日本郵便が扱っている全体のうち、いわゆる国際郵便と国際宅配、どのぐらいの比率になっているのか。

それと、宅配業者、既に先行してやっている既存のヤマトさんとか、佐川さんとかいろいろあると思うのですが、それと比べて日本郵便の場合の国際宅配はどのぐらいの比率というか関係になっているのか、その辺を教えてくださいませんか。

○大部常務執行役員

御質問ありがとうございます。

国際宅配は10月30日から始まったばかりで。

○老川委員

では、まだやっていないわけね。

○大部常務執行役員

やっていないです。

○老川委員

では、今まで専ら郵便だけ。

○大部常務執行役員

郵便だけなのです。その郵便について若干数字を申し上げますと、国際郵便全体の収益が大体800億円でございます。この中で一番主力商品としてお客様に利用していただいているのがEMSというものでございます。これが大体360億円の規模でございます。約半分ぐらい。個数で言いますと、昨年度の取扱い実績は四捨五入しますと1,100万個といったところでございます。

国際宅配の市場につきましては、国土交通省にもまとまった数字はございませんので、実際のところは昔の調査で大体これぐらいのシェアがあるのではないかといったことで、かなりもう旧聞に属しますので、我々は明確なマーケットの数字は持っておりません。ただ、国際郵便のEMSが1,100万個というのは結構、個人の方、それから、通販事業者の方によく利用されているといった実感はございます。

○老川委員

それから、日本郵便は今度、国際宅配、レントンというのですか、香港の。ほかの宅配業者はどういうところと提携しているのか。

○大部常務執行役員

だから、初めてでございますので、今は国際宅配事業者等との提携はレント

ンだけということでございます。

○増田委員長

いや、ほかの。

○老川委員

ほかのヤマト運輸とか。

○大部常務執行役員

ヤマト運輸につきましては、UPSの商品を扱っているということでございます、これはホームページを見ても共同で商品を出しているといったことが分かります。

あと、佐川急便につきましては、私はちょっと存じ上げておりません。

○増田委員長

ほかにはいかがでございますか。

三村委員、どうぞ。

○三村委員

二つお聞きしたいことがあるのですけれども、基本的にアメリカのエリアが空白になっているということは、今後そこに何か可能性があるのかどうか。ただ、そのときに、今お話を伺いましたように、基本的に現地の宅配網というのがきちんと整備されていなければだめだということを思いますので、レントン・グループにおいてアメリカがやはり弱いという見方があり得るのかどうか、これがまず一つです。

それから、香港拠点というのは一つの考え方だと思うのですが、今非常に増えておりますのは、生鮮品に近いような、鮮度管理が必要な商品分野です。それらが増えているということで、ヤマトもそれに相当力を入れていると思うのですけれども、JPがお考えになった国際宅配便は、どちらかというところ、そういったような生鮮食品とかではないものが中心になるのか。その辺り、お客様に対しての説明というものがとても大事になると思うのですけれども、こういった商品なら大丈夫ですけれども、これはちょっとお断りするといったような形の対応を行われるのかどうかということについてお聞きします。

○増田委員長

お願いします。

○大部常務執行役員

御指摘のとおり、アメリカについては、やはりまずその優先順位の問題がございまして、アジアをちゃんとカバーしているかどうかといったところにまず着目しまして、もう一つは、その中でも一緒に成長できるとか、あるいは品質をコントロールできるとか、今後のパートナーとして、そういった将来性もちょっと考えてみたというのはございます。その結果、レントン・グループとい

うところにたどり着いたわけでございますけれども、カナダは彼らのネットワークがしっかりしているといった確認をしておりますので、入れたと。アメリカについては、正直なところ、今のところまだ白紙でございます。一番良いパートナー、品質、それから価格面、そういったところを考慮しながら今後考えていきたいと、いずれ埋めたい地域ではございます。

それから、生鮮ですね。実はクールEMSという商品がございまして、昨年4月から始めておりますけれども、香港、シンガポール、台湾、それから、最近ではマレーシア、ベトナムも始めました。これはまさしく日本で言うチルドゆうパックとか冷凍のゆうパックをそのまま運ぶイメージでございます。非常に新しいサービスで、国際郵便の利点を生かしたサービスでございます。

というのは、結構生鮮食品というのは非常に検疫が厳しいといったことで、一般的に貨物へ送る場合、原産地証明も含む相当厳しい審査があるということでございますので、基本的に国際宅配では運べない。EMSにつきましては、個人宛て配達だといったことを御納得いただいて、この範囲であればいいでしょうということで始めたというのがございます。ヤマト運輸は香港とかでやっておりますけれども、香港は比較的検疫が緩いといったことで、ああいった宅配商品でも売れると、当然クールEMSでも売れるということでございます。

今回の商品につきましては、基本的に民間の宅配と同じように、食品は原則として扱わないといったことでございます。ただし、約款上はそうなのですが、個々のお客様とお話する中で、仕向地の税関と話して大丈夫だといった場合にはお受けするといったことが可能でございます。

○増田委員長

分かりました。

米澤委員、どうぞ。

○米澤委員

レントン・グループに関してちょっとお聞きしたいのですが、9ページを見ますと株主構成が出ていますが、これはどう見ても未上場というか、非上場という会社ですね。それでちょっと大丈夫かなという点。

もう一つは、7ページの料金の比較なのですが、FedExとかDHLとかUPSとかに比べますと、今言った大手は、FedExのプライオリティを見ますと大体似たような料金を提示しているのに対して、今度スタートしました国際宅配便は大分安いんですね。半額に近いぐらい安いのですが、どうしてそういうことができるのか、この辺のレントンという会社の内容も含めて簡単に紹介していただくと。お願いします。

○増田委員長

お願いします。

○大部常務執行役員

基本的に民間事業者のコスト構造については、我々は知らない、分かる立場にありませんが、今回の商品の値付けにつきましては、レントン・グループに委託する場合の料金について、交渉の結果、かなり安い料金を適用いただいた結果、レントンへの委託費用と、我々の引受作業等の費用、そしてさらに利益を乗せたとしても、これぐらいの料金になるといったことでございます。その結果、民間宅配事業者の料金と違うといったことでございます。EMS、国際郵便の場合ですと、基本的に相手国に着いてからの配達手数料が比較的安いといったことが、安い料金が提供できるという理由でございます。

ただ、この料金につきましては、民間宅配事業者も全く同様ですけれども、大口ボリュームのディスカウントというのは相当ございますので、料金の実態については、かなり公表料金とは違った取引がなされていると聞いております。

○増田委員長

レントン・グループについて、もう少し情報はありますか。

○米澤委員

ベンチャーという感じですかね。

○大部常務執行役員

1989年に発足した会社でございます。香港に発足しております。この会社の強みは、キャセイパシフィック、それから、その子会社のドラゴンエアという、キャセイパシフィックはグローバルなキャリアでございますけれども、この優先取扱貨物についての排他的な代理店になってございます。その関係をもう24年続けておまして、相当キャセイパシフィックと結びついて、しかも、最優先の貨物の取扱いの契約を結んでいると、継続的な関係、信頼関係があると判断しております。これがやはり一番の強みであろうということでございます。

配達事業につきましては、比較的新しいものでございまして、今、我々が配達サービス仕向地とした国につきましては、主要国については自社の配達網を整備しております。ヨーロッパにつきましてはDPDの、これも強い配達網を利用しているといったことでございます。

○増田委員長

ハミントン・ベンチャーズ、これはどのような会社ですか。

○大部常務執行役員

これはオーナーが名付けしたファンドでございます。オーナーがそういうファンドを作ったと、そこからの投資ということでございます。

○増田委員長

投資先は。

○大部常務執行役員

ここだけです。

○増田委員長

ここだけ。

○大部常務執行役員

はい。

○増田委員長

ほかはやっていない。

○大部常務執行役員

やっていないです。

○増田委員長

分かりました。

老川委員、どうぞ。

○老川委員

今お話しになっているのは、日本から主としてアジアへ出すほうですね。国際物流の世界、アジアからももちろんでしょうが、ヨーロッパとか、アメリカとか、日本に入ってくる。国際的にFedExとか、UPSとか、そういう業者がたくさんいるわけだけれども、入ってくるに当たって国内側との提携とか、あるいは外国資本がそのまま日本で会社を作っていくということも考えられるのだけれども、そちらのほうの展望というか、それに対する日本郵便さんの対応策、これはどのように考えたらいいのでしょうか。

○大部常務執行役員

まず、大手4社、アジアではDHLが強い、次にFedExが強い、あとUPSとTNTというものがございまして、こういった企業については既にグローバルなネットワークを持っておりますので、当然、日本に法人がございまして、イン・アウト両方やっているといったこととございまして、今回のサービスは、先生御指摘のとおり、日本から出る分といったこととございまして、日本郵便は現在、上海に現地法人を昨年9月に作りましたけれども、それ以外には海外に拠点がないという状況とございまして、やはり国際宅配に限らず物流というのはいろいろございまして、日本産品を中国に輸出するような大きなコンテナを運ぶような物流もございまして、将来的には、そういったいろいろな物流を海外から日本向けにも扱いたいと考えております。ただ、これは一步一步とございまして、まだそういった段階ではございません。

○増田委員長

よろしゅうございませうか。

それでは、ほかに質問はないようございまして、以上で質疑を終えたい

と思います。どうもありがとうございました。

(日本郵便退室)

○増田委員長

以上で本日の議題は終了いたしました。

ほかに何かございますか。よろしゅうございますか。

では、事務局から。

○若林事務局次長

次回の郵政民営化委員会の開催につきましては、別途、御連絡いたします。

以上です。

○増田委員長

それでは、以上をもちまして、本日の「郵政民営化委員会」は閉会いたします。

なお、この後、私から記者会見を行うこととしております。

本日はどうも御苦勞様でした。ありがとうございました。