

## 郵政民営化委員会（第183回）議事録

日 時：平成30年2月5日（月）13：30～14：05

場 所：永田町合同庁舎3階 郵政民営化委員会室

出席者：岩田委員長、米澤委員長代理、老川委員

日本郵便株式会社 山本常務執行役員、津山常務執行役員

### ○岩田委員長

ただ今より第183回郵政民営化委員会を開催いたします。

本日、委員5名中3名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。

それでは、お手元の議事次第に従い、議事を進めてまいります。

本日は「2017年度年賀及びお歳暮期ゆうパックの状況」について、日本郵便に御説明いただき、質疑を行いたいと思います。

日本郵便の山本常務執行役員、津山常務執行役員から、20分以内で御説明をお願いいたします。

### ○津山常務執行役員

それでは、資料183-1に基づきまして、「2017年度年賀及びお歳暮期ゆうパックの状況」について御説明申し上げます。

まず、1ページの年賀はがきの「（1）販売状況」について御説明いたします。

販売枚数は26億5,306万枚ということで、前年比94.4%、1億5,747万枚の減ということになっております。販売収入も同様に、前年比94.4%で、80億9,422万円の減ということになっております。

右に5年間の「年賀はがきの販売枚数・販売収入の推移」を示しております。2013年度には、30億800万枚の売上げがあったわけですが、2017年度は26億5,000万枚台まで減少したということです。

2014年から毎年、大体1億枚程度減、97%前後、3%前後の減少率だったわけですが、今年度については1億枚から1億5,000万枚ということで、販売枚数の減り幅が少し大きかったという結果になっております。

ちなみに、この折れ線グラフの「販売収入」の2013年から14年が少し上向いて見えるのは、この年、消費税率改定に伴いまして、年賀はがきを50円から52円に販売価格としては上がったということで、見かけ上は販売収入が上がったように見えていますが、実質は1億枚の減であったということでございます。

### ○山本常務執行役員

それでは、「（2）業務運行状況」でございます。

「年賀取扱期間：2017年度 12月15日～1月7日」ということで、引受けは20億9,753

万通（前年比93.8%）、配達は20億6,587万通（前年比92.5%）ですが、この数字に誤差があるのは、6～7日に引き受けて、8～9日に配達というようにタイムラグがあるということです。引き受けた分は配達されています。

年賀郵便物の引受けのピーク日は、例年どおり連休が明けて次の火曜日となっている12月26日、前年と比較すると104.3%に増加しました。

元旦持出通数は、15億4,261万通（前年比93.8%）でした。

全国的に見て、引受規模に応じた元日配達を実施し、おおむね安定的な業務運行を確保しました。

なお、年賀郵便（52円）の適用期間（12月15日から1月7日）について、郵便ポストへのステッカーの貼布、チラシの全戸配布、テレビコマーシャルなどにより、積極的に周知いたしたところでございます。

2ページ目は「2. お歳暮期ゆうパックの状況」でございます。

2017年度12月期は、ポストに投函するゆうパケットを除いて、判取り、対面をするものですが、ゆうパックを約8,189万個引受け、前年比119.5%、1,335万個増と大幅に増加しました。

引受個数増加や、都内での渋滞等の道路状況等もあり、一部のゆうパックの送達に半日から1日の遅延が発生した日がありましたが、ゆうパックの引受個数が前年に比べて大幅に増加する中、引受けから配達までの一連の業務面で、面で遅れることもなく、おおむね安定的な業務運行、サービスレベルを確保したと感じております。

以上でございます。

#### ○岩田委員長

それでは、ありがとうございました。質疑に入りたいと思います。

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いたします。老川委員、どうぞ。

#### ○老川委員

年賀状の方の話に戻りますが、毎年、今までは年賀状の配達のためにアルバイトを雇って、人手不足ということで賃金も高くなったとか、いろいろなことが言われていますが、今回はアルバイトは余り雇わないで済んだというお話だそうですけれども、そこら辺はどういう具合でそういう処理ができたのか。もしそれでうまくいくのであれば、今後、郵便配達だけではなくて、ほかの面でも人手を減らせる道があるのか。その辺を含めて伺いたいと思います。

#### ○山本常務執行役員

私どもは、従前は高校生のアルバイトに自転車で配達させていましたが、なかなか集まりにくくなりましたという背景に加えて、書状区分機を増やしてきました。それで、配達順路に並べるということで、今は全国に1,400台ほど区分機がございます。こ

れで全部を道順に並べますので、配達ではアルバイトをほとんど使わなくなりました。ですから、年末の原風景として、高校生のアルバイトが配達しているのではなくて、正社員が全部配達します。

ただし、局内では高校生のアルバイトを使って、点検とかそういうものを行っているものはまだ残っていますけれども、いつかの時代には全て機械でできるようになるかは別にして、できるだけ縮小して、社員のみでできればということで、いろいろな形の試行をしております。

以上でございます。

○老川委員

今年からですか。

○山本常務執行役員

いや、これまでずっと加速度的に進めてきました。5年以上前からですね。区分機がだんだん増えてきて、性能が良くなってきて、ツーパスと言って、順番に並べる精度も上がってきている。そういうものや機械の増加と相まって減らしてきた。今年位から、一部のところは1桁で残っているのはありますけれども、ほぼゼロと言っても過言ではございません。

○老川委員

ありがとうございます。

では、もう一つ、年賀はがきに関連して。子供たちに、小学校で年賀はがきを出そうという書き方とか、そういう教育もされていると伺ったのですが、やっているところとやっていない学校があるかもしれないですけれども、大体何割位の学校でやっているのか、お分かりになれば。

それとあわせて、小学校だけではなくて、中学生にもそういう教育をされたら良いのではないかと私は思うのですが、そこら辺はどのようにお考えなのか。それも伺いたいと思います。

○津山常務執行役員

今、手元に資料を用意しておりませんが、小学校でいうと、私の記憶ですと大体6割前後の学校では、この手紙の書き方教室というものは実施できている。原則、全ての小学校の方には御案内をさせていただいております。あとは小学校側の判断で実際に実施できているのが6割前後です。それから、委員御指摘のように、中学校、高校も御要望がございますので、ここについては御要望のあるところにお応えしているというので、中学校でも高校でも実施をさせていただいております。

○老川委員

ありがとうございます。

○岩田委員長

よろしいですか。

○老川委員

はい。

○岩田委員長

ほかには。米澤委員長代理、どうぞ。

○米澤委員長代理

年賀はがきの方でお伺いしたいのですけれども、1ページ目のグラフについてです。2016年度から今年17年度の落ち込みが、少しカーブが急になっている感じがします。1ページの一番下に書いてありますように、郵便料金のはがきの値段が上がったわけですけれども、実際には、年賀に関してはここに書いてあるように適用除外になっているのです。それが、皆、事前には上がった値段だと誤解して、買い控えて出さなかった可能性があるのではないかと思っているのですけれども、そのような分析というのは内部ではあったのでしょうか。大きくというか、若干下がっていると思うのです。

○津山常務執行役員

トレンド線としてはずっと同じ傾向で、2015年度がちょうどタレントの「嵐」というグループを使ったのですが、あの年は対前年比でいうと97.6%なのです。それ以外の年は、基本的に2013年度から96.7%、96.6%、2016年度が「嵐」効果で97.6%なのですが、その次の年は96.7%位だったのですけれども、今年が94.4%ということですので、今までのトレンド線からすると、少し落ち込んでいるように見えます。

若干、何がしかの大口のビジネス関係で、昨年ですと、かんぽ生命保険がかんぽ100周年事業ということで、加入者全員に年賀状を送るといったような大口の数字がありましたので、その要因を除くこととなりますが、それでも今年の方が若干減り幅が大きいと見ています。

例えば、販売したものが実際に差し出されているかということ、必ずしも差し出されていなくて、家庭の方で何枚か余っているとか、書き損じたものがあるとか、そういうことで家庭内で若干、出されない年賀はがきが必ず発生します。

また、販売所で販売していただいているものについても、最後まで売れ残ってしまうものがあります。これがむしろ、今年については家庭内で出されなかった枚数が、去年と比べて率的に少し縮小している。販売所で売れ残っているものも率的に縮小しているということ、例えば、値段が上がったと勘違いして買い控えた可能性もあるのですけれども、その一方で、この52円というのは年賀期間中しか使えない。私どもも間違いがないようにと繰り返しテレビで宣伝したりもしましたが、そうすると、52円のものはこの期間しか使えないからということ、なるべく必要な枚数だけ買おうとか、販売所の方も結局、余ってしまうと、その後は52円切手で一応交換はさせていただいているのですけれども、52円切手は余り需要がなくて、62円でないといけないということもあるので少し数を絞られたために、販売枚数としては少し大きく抑制された可能性はあると見ています。

実際の引き受けた枚数は、これも去年と比べて減少はしているのですけれども、販売枚数は6,000万枚減少幅が拡大しているのですが、引き受けた枚数の減少幅の拡大は2,000万枚です。対前年の減少幅が、去年の販売枚数の対前年比が9,600万枚減だったのが今年は1億5,700万枚減と、減少幅が6,000万枚増えたように見えるのですが、対前年の引受物数のマイナスという意味では、1億1,000万枚減だったものが1億3,000万枚減といったような形で、去年と比べて減少幅が増えてはいますけれども、販売枚数ほど大きな変動はないと見ております。

○岩田委員長

よろしいですか。

○米澤委員長代理

はい。

○岩田委員長

それでは、私の方から一点お伺いしたいのですが、ゆうパックの方なのですから、安定的な業務執行と言いますか、今回も年末という需要はあるのでしょうかけれども、半日遅れるとか、場所によっては1日後れ、遅配という問題が出ているというお話ですが、他社が抑制した分の荷物が日本郵便の方に来たりしたときに、安定的な業務が果たしてどの位執行可能なのかなと思うのですが、それについてはどのようにお考えでしょうか。

○山本常務執行役員

私どもは今、全国に1,088局あるのですけれども、郵便輸送の拠点となっている郵便局が64局ございます。既にこの年末、私どもも2割位ボリュームが増えたということもあったものですから、年が明けてすぐ、多分、ここは、次は危ないというところを、今から建てるわけにはいきませんので、建物を借りてやる。今まではアセットは全部自前でやっていたのですけれども、そういうことをやっているのと、あとは身近にあります、配達する局でも面積が少なくなるであろうということで、まずキー局をピンポイントで探して、配達局で都市部の大阪、名古屋、東京、こういうところの施設について、作業面積だとか、駐車場の面積、こういうものを全部拾っております。それで、個別に支社・郵便局に入って、この冬からまた1.2倍増えたらどうなるということをやって、今年の12月は正念場だと考えておりますので、混乱のないように、更に良い品質でできるように頑張っていきたいと考えているところでございます。

○岩田委員長

人手不足の方は大丈夫ですか。

○山本常務執行役員

それもあるのですけれども、私どもは、荷物を今年6億個位配達するのですけれども、半分は社員、半分は委託なのです。そのほかに、バイクで手紙、はがきを配っている人が大体5万4,000人位おります。年末には、この人たちに荷物を二つ、三つと

運んでもらって、残業をしていただく。こういうことで、キー局で詰まらないで流したら、何とかできるのかなと思いますけれども、いずれにしても、労働力を含めまして、厳しい状況にあるということは肝に銘じて、この年末に向けて今から準備している状況でございます。

○岩田委員長

そうですか。Amazonについてですけれども、自分で配達をやってしまうのではないかと。倉庫なんかを随分作っていますよね。配達の専門会社に別注みたいなことで出しているのではないかと。これは多分、中小企業なのではないかと思うのですが、中小の配達会社を使うにしても、もっと拡大しようと思えば、自分でやるのではないかと。というお話も聞くのですが、その辺はどのように見ておられますか。

○津山常務執行役員

今のところは、実際にヤマト運輸がボリュームを抑制される中で、Amazonの荷物も一部、ゆうパックの方も取扱いを増やしております。

ただ、そうした中で、東京都内はほとんどAmazonからの荷物は増えておりませんので、そういう意味では、Amazonは、東京都内は自分が直接契約したデリバリー専門の会社の方に、ヤマト運輸が抑制された分は出されているのではないかと。これは私たちから見える景色からの推測なのですから、東京と首都圏の一部の地域は少しそういう動きはあると思いますが、それ以外の地域については、基本的にはヤマト運輸が抑制されたと思われるボリュームが、ゆうパックの方に増えてきていますので、今のところ、Amazonは、特に人手不足が深刻だと言われている大都市部は、少しそういうスタイルでされているのかなと。当日便、1時間、2時間以内で配送しますみたいな配送網も作られておりますので、そうしたことができる地域というのは、大きな意味ではかなり直営比率を増やそうとされているのかなと思います。

その一方で、ローカル地域はそこまで直営かというよりは、そこは既存の宅配会社とうまく連携しながらやっていこうというのが、今のAmazonの戦略スタンスなのかなと見ております。

○岩田委員長

どうもありがとうございます。

ほかに御質問はよろしいでしょうか。

(「はい」と声あり)

○岩田委員長

それでは、ほかに特段の御質問等がなければ、質疑を終えたいと思います。

日本郵便の皆様、本日はありがとうございました。

(日本郵便株式会社退室)

○岩田委員長

続きまして、「今後の議論の進め方」について、事務局から簡単に御説明をお願い

いたします。

○長塩事務局次長

事務局でございます。

資料183-2「意見書の構成と主要論点（案）」は、先日の委員会で御説明させていただいたものに、若干の情報を付加しているものでございます。

「（はじめに）」がございまして、その後に「1. 前回検証後の概況」で、ポツが幾つか並んでございます。

最初の「・日本郵政グループを取り巻く環境変化」の後に、括弧を設けさせていただいております。「（マイナス金利、人件費高騰、フィンテック、AI、IoT、関係業界の動向等）」としてございます。この両括弧の部分が、今回付け加えさせていただいた情報でございます。これまでの議論等を踏まえまして、こういったところが項目立てできるのではないかとございまして。

下に下がっていただきまして、四つ目の「・行政の取組」にも同様に付加情報をしてございます。

以下は同様でございまして、「2. 」の中に（1）（2）とございまして、（2）の各項目に同様のキーワードを付してございます。また、（3）（4）（5）にもそれぞれ同様に情報を加えさせていただいているとございまして。

全体の構成は、前回御確認いただいたものから変わってございません。

簡単でございますが、事務局からは以上でございます。

○岩田委員長

それでは、今、事務局の方から「意見書の構成と主要論点（案）」の御説明がありました。

御意見等がありましたら、よろしく願いいたします。それでは、米澤委員長代理から、コメントがございましたらどうぞ。

○米澤委員長代理

全体は既に何回か頭出ししていただいているので、これで構わないと思うのですが、改めて次の二点位が切り口なのかなと思ったのは、一つは、ここにも書いてありますけれども、上場されたということですので、その点に関して、それ以降、特にこのような環境変化もありますので、上場後の環境変化等を踏まえたところでもって、その切り口でまとめていただくのが良いかなと思っています。

事前にいろいろ議論をさせていただいた中で、民営化後ちょうど10年に当たるということですので、少し遡りますけれども、そのところも考慮して、どこかにというか、そういうところの視点も踏まえて議論していただくと、少し厚みが出るのかなと思っています。

二点目は、グループ会社のトップというか、経営者がどのような経営方針かをうまく聞く機会があると聞いておりますので、改めてそのところの意見を聞いて、それ

を参考にしながら少し書き加えていくことが良いのかなと思っております。

以上です。

○岩田委員長

ありがとうございました。

老川委員は、何かコメントはございますでしょうか。よろしいですか。

○老川委員

いや、結構です。

○岩田委員長

それでは、私の方からは、今、米澤委員長代理から御指摘がありましたように、民営化後10年という節目になった。環境の変化ということですので、政府の方でも第四次産業革命ということをおっしゃりますが、これがここ数年で急速に進んでいるように思うのです。トランプ大統領が一般教書演説をやって、なかなか評判は良かったのですが、民主党系のシンクタンクの方の論評は、「アメリカAIファースト」という言葉がどこにもないという、つまり、今の産業構造を変える、産業革命に当たるようなものを何も触れていないで、ほかの課題だけ言っている。これはメッセージとして一番抜けているのではないかという論評がございましたけれども、この日本郵政グループを巡る環境は、私が見ると産業革命に匹敵するような革命が今、進行しているのではないかと思うのです。それは金融の方もそうですし、物流とか通信とか郵便などというもの全てにわたって、大きなインパクトを与えているのではないかと思うのです。そういうことが一番のこの間の変化ということ、大きいものだったのではないかと思います。

具体的には「第四次」と言っていますが、そうした第2の産業革命みたいなものの中で、日本郵政グループがこの中期経営計画を作る上で、どのように対応するのか、そこでどのような課題を掲げて、どのような目標を掲げて、その運営をしていくのかということについて、郵政民営化委員会としても、望ましい姿とはどういうものなのかが浮き上がるようなものになれば良いと思っております。

金融の方で言いますと、今、日本の金融構造というのはとても大きく変わっていて、ある地銀の経営者の方がおっしゃったことですが、我々のこれからの地銀の経営というのは、総合商社のような形になるのが理想だとおっしゃった方がおいでになられたのですが、これはいろいろな意味合いを持っていると私は思いますけれども、例えば、今回でも、ゆうちょ銀行がかんぽ生命保険と新しいファンドを作られて、それは中身を見ると、プライベート・エクイティ・ファンドなのだと思うのです。私が見るところ、総合商社というのはある意味で最も優れたプライベート・エクイティ・ファンドの役割をずっと果たしていたのではないかと思います。そういう意味で、ある地銀の経営者のおっしゃったことは、いろいろなインプリケーションがあって、ゆうちょ銀行もどのような形で生き残りを図るのかということ、これも大きな俎上



に上るのではないかと考えております。

大体、私のコメントはその二つでございますが、ほかによろしいですか。

(首肯する委員あり)

○岩田委員長

それでは、ただ今の御意見やこれまでの委員会での議論等を踏まえつつ、事務局で今後の取りまとめに向けた骨子案を準備するようお願いいたします。その準備が整った段階で、改めて意見書に関する委員間の議論を行いたいと思います。

なお、それまでの間も引き続き、関係者からのヒアリングを行いつつ、議論を深めていくことといたします。

以上で、本日の議題は終了といたします。

事務局からは何かございますでしょうか。

○長塩事務局次長

ただ今頂いた準備等をしてまいりたいと思います。

また、次回開催につきましては、別途御連絡させていただきます。よろしくお願いいたします。

○岩田委員長

それでは、以上をもちまして、本日の郵政民営化委員会を閉会いたします。

なお、この後、私から記者会見を行うこととしています。

本日は、ありがとうございました。