

郵政民営化委員会（第206回）議事録

日 時：令和元年10月24日（木） 9:29～12:11

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、清原委員、三村委員

金融庁 齋藤参事官、尾崎総務課長、長田郵便貯金・保険監督総括参事官

総務省 長塩郵政行政部長、高田貯金保険課長

日本郵政株式会社 木下執行役

日本郵便株式会社 立林常務執行役員

株式会社ゆうちょ銀行 西森常務執行役

株式会社かんぽ生命保険 堀家専務執行役、廣中常務執行役

○岩田委員長 ただいまより「郵政民営化委員会」第206回を開催いたします。

本日は、委員5名中5名の出席をいただいておりますので、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。

「『郵便サービスのあり方に関する検討』とりまとめについて」を御説明いただき、質疑を行いたいと思います。

総務省長塩郵政行政部長、10分以内で、御説明をお願いいたします。

よろしく申し上げます。

○長塩部長 それでは、お手元の資料に沿って、御説明させていただきます。

資料は、A3版の206-1-1と、ポンチ絵集の形になってございます206-1-2がございます。この二つを適宜使って、御説明させていただきます。

A3版、206-1-1を御覧いただければと思います。

「『郵便サービスのあり方に関する検討』とりまとめについて」ということで、これにつきましては、平成30年8月以降でございますが、郵便サービスを取り巻く社会環境などが変化する中で、利用者ニーズの変化への対応、それから、安定的なサービス提供に向けた郵便サービスのあり方について、情報通信審議会郵政政策部会郵便局活性化委員会において、検討が進められたものです。

9月に答申がまとめられました。その概要を御説明させていただきます。

資料の左上に、第1章と書いてございます。まず、検討の場では「郵便サービスを取り巻く環境の変化」を押さえるということから、始めております。

郵便物数の変化でございますが、ピークから3割減という減少傾向のトレンドがございます。他方、配達箇所数については、単身世帯の増加等から、むしろ増えているという状況がございます。

これに対して、郵便物数全体の絶対数は、減少トレンドです。こういったことから、1か所当たりの配達数が非常に減少し、郵便業務の効率性が低下傾向にあるということです。

また、このほか、労働環境という観点から考えますと、人手不足が郵便分野についても顕在化してございますが、他方で「働き方改革」への対応が求められ、労働環境改善に向けた取組が非常に急務であるということです。

第2章の「郵便事業の状況」ですが、郵便事業の利益幅は減少傾向です。将来的には赤字化するだろう、との旨がこの検討の場で郵政グループより表明されております。

また、個人が通信手段として郵便を利用する頻度は大きく減少するものの、企業のDM(ダイレクトメール) 利用には大きな成長性が見込めるという御説明もなされてございます。このような予測については、関係の事業者、広く関係者からヒアリングをしております。

こういった状況を受けまして、郵便における環境変化に向けた郵政グループの取り組み状況について、第3章でまとめております。

今後の一つの柱としては、新たな郵便需要拡大に向けた取組を推進するというところでございまして、手紙文化の振興、DMの利用拡大といったことに取り組んでいるという説明を受けました。

また、利用者、日本郵便双方の再配達に係る負荷軽減にも取り組んでいるということで、大型郵便箱や「はこぼす」といったものの利用拡大、それから、サービスレベルや品質の見直しを行っているということでした。

また、最新の技術の活用を通じた継続的な業務運営の効率化にも取り組んでいるという御説明があり、広くAI、IoT、ドローン、自動運転といったものについて、導入の方向で検討が進められており、また、順次、導入をしていくということでした。

そして、働き方改革への取組も、御説明を受けています。

自助努力、企業努力で取組を進める他方で、一定の制度的な対応を望みたいということで、三点の要望がございました。

まず、二点でございしますが、第4章の欄です。

一点目は、サービスの見直しとしての配達頻度の見直しです。今、郵便は、日曜日が休配となっております。週6日の配達をしておりますが、更に土曜日にも追加的に休配にし、週5日配達にできないかということが一点目です。

二点目でございますが、現在、原則差し出しから3日以内で郵便物を届けるということになっております。都市部では、多くの郵便物が翌日配達になっておりますが、割合で見ますと1%未満の郵便物が、3日目の配達となっております。

これは働き方改革にも関わるところでございしますが、例えば翌日配達できるということは、深夜に作業をしているということでございます。この深夜の作業を日中に持ってくると、おのずと翌日は翌々日に、翌々日のものは更にその次の日ということになっております。そのため、今ぎりぎり3日目で配達を終えているものについては、4日目の配達になるということで、4日以内の配達へと制度改正をお願いしたいというのが二点目です。

これらについて、労働環境の改善効果が見込めることと、一定の収益の改善効果、625億円との試算も出ているとの御説明がございました。

また、三点目については、利用者利便向上のため、割引料金の設定範囲を拡大するというものです。

少し複雑ですので、9ページを御覧いただければと思います。

主にDM事業者などに利用いただいておりますが、事業者が一定の数の郵便物を、配達局に直接持ち込んでいただいた上で配達するということになりますと、郵便局としては、取り集めの負荷がなくなることになりますので、その分、割引ができるということです。

現在は、この配達局に直接持ち込んだものだけがその割引を受けられるという制度ですが、事業者の中には、例えば二つの配達局にそれぞれ持ち込んでいる事例がございますが、そういった事業者にとっては、その配達局の上位にある地域区分局、この上位の局に一回だけ持ち込めば、同じように割引を受けられるということになれば、事業者のメリットが非常に大きいということにして、従来の配達局直接持込みに加え、地域区分局への直接持込みにしても、同様に割引を受けられるようにしようということです。

以上、三点の要望は、現在の郵便法体系の下では、いずれも法律事項とされておりますので、いずれも法改正が必要となります。

第7章のところですが、こういった議論を踏まえて、論点整理を審議会の方でお作りいただき、広く世の中に問うた過程がございます。その過程で、関係者へのヒアリングや、アンケート調査も行ったところでございます。

9ページを、もう一度御参照いただければと思います。

今回の見直しの中では、土曜休配、配達日数に1日余裕を持たせることが、国民のサービス水準に直結する面もございますので、この二つを同時に実施した場合、どのような変化が訪れるかということです。

現在、差出日が月曜日のものは翌日、火曜日に配達日となりますが、水曜日にずれております。また、火曜日差し出しのものは水曜日配達から木曜日と一日ずれますが、木曜日に差し出したものは現在、金曜日配達でございますが、金曜日から更に1日遅れると土曜日となるところ、土曜日は休配でございますので、結果として、翌週の月曜日に配達になる。この表の赤枠のところ、非常に影響度の高いところです。

こういったところを見た上で、アンケート調査をして、こういったことについてどのように考えるかを伺った結果が、11ページです。

円グラフが並んでおりますが、下の段の右二つを御覧いただければと思います。週5日配達と翌日配達の見直しを同時に実施した場合、どのように考えるか。個人については「やむを得ないと思う」が59.0%で「どちらでもよい」が17.5%。また、法人につきましては「やむを得ないと思う」が60.7%で「どちらでもよい」が8.9%。総じて7～8割の方の、一定の理解をいただけそうだという結果が出ているところです。

こういった議論を経て、審議会、検討グループの出した結論が、第8章、13ページです。

まず、第一点として、日本郵便の経営改善に向けた取組については、国民の生活様式等が多様化する中で、何が必要かをしっかり分析し、スピード感を持って対応することが必

要だということ。

それから、再配達を減らすための対応策等についても、しっかりと課題として取り組んでいくこと。

また、中長期課題として、自動運転、ドローン等の新技術の導入をしっかりと進めていただきたいということをまとめていただきました。

今、申し上げた制度改正に関わるところが二点目のところですが、今、申し上げたとおり、広く国民生活に浸透しているサービスの見直しであるということを前提に、郵便サービスの将来にわたる安定的な提供を確保するために必要な見直しであること。

あるいは、社会環境の変化等々を踏まえて、利用者利便が大きく損なわれるとは考えられないというようなことを前提に、国民に対し、丁寧な理解を求めれば、今回の見直しの実施は可能であるということを結論付けております。

また、最後に申し上げました割引料金設定範囲の規制緩和については妥当としております。

また、三点目、その他の将来に向けた対応として、いわゆる第三種、第四種郵便物がございしますが、政策的な低廉料金のサービスのあり方についても、今後の課題としての検討が必要と、将来に向けてのコメントも付記しているところです。

以上が、今回9月に取りまとめていただいた審議会答申の概要でございまして、総務省といたしましては、この答申を受けて、必要な対応について、適切に検討を進め、対応していきたいということでございます。制度改正を含めて、現在、検討中というところです。

○岩田委員長 ありがとうございます。

それでは、質疑に入ります。ただいまの御説明に対して、御質問等がございましたら、お願いいたします。

○老川委員 御説明ありがとうございます。

質問というよりは意見になりますが、御説明にありましたように、社会環境の変化、あるいは労働条件の変化ということから見て、今回の措置はやむを得ないというか、認めることが適当だろうと考えております。

ただし、今やスマートフォンとか、そういうもので十分通信ができてしまっているから、だから郵便の比重、重要度が軽くなると考えるべきではなくて、やはり郵便制度は非常に大事なことだと思いますし、特に先ほどの説明の中にもありました手紙文化は、僕は非常に大事なことだと思うのです。やはり文字を書いて伝える文化というものは、我々の社会生活にとって非常に大事なことだと思いますので、手紙自体は非常に大事だということ、今でも既に手紙文化についての学校での教育とか何かをやっていただいていると思うのですが、そういうものは、引き続き力を入れてやっていただきたいと思います。

もう一つは、多少、週末等の配達で遅れが出ることで、不便になる面があることは間違いないのですが、その場合は速達でやる。速達については、若干値引きになるのだろうと思うのですが、そこら辺についてもよく周知していただいて、急ぎの場合はこういう方法

でやってくださいと。そのための手だては、このようにやるのですというあたりのことを、一般の方々によくわかるように説明していただければ、ありがたいなと思います。

○長塩部長 一点目、郵便ならではの特性、メリットもございますので、そういったところも踏まえ、また、郵便サービスは、ユニバーサルサービスの一つとして位置づけられておりますので、今の御指摘を踏まえて、行政としても、しっかりと対応したいと思います。

速達については、御指摘がございましたとおり、この検討の場で、将来的な約1割の値下げということも、日本郵便から表明されております。そういったところを含めまして、検討の場でも、国民への周知が非常に重要であるという御指摘を受けておりますので、行政としても、それがしっかり周知なされるように対応をしてみたいと思います。

御指摘ありがとうございます。

○三村委員 先ほどの速達の件なのですけれども、資料を拝見しますと、実は普通郵便と速達のサービス水準があまり変わらないことに気が付いておりませんでした。そういえば、最近、速達というのを意識していないのです。

正直、木曜日はまだ週の真ん中でありますから、先ほど老川委員がおっしゃいましたように、実は大事なもののだけが業務用で郵便に乗っている。それが全てその週の中で届くことを前提して送られているのが結構あります。私共のところになりますと、推薦入試の通知書とか、そういうものはメールで送っても、受け取った者がちゃんと見ないことがあるので、わずか1枚の書類であっても、わざわざ郵便で送るのです。

それと、先ほどのDMの業者の中でも話が出ていたのですが、そうしますと、業者としても例えば木曜日をどうするかということをおそらく相当にしっかり考える必要がある。一般の方でしたら、遅れても確実に届けばいいということはあると思うのですけれども、そのあたりに混乱が起らないようにということをお願いしたいと思います。

それから、速達は別に切手を貼らなければいけないとか、そういうところもありますし、私は料金を安くするよりも、むしろきちんと、そういったサービス水準の違う郵便の制度があるということをお知らせした上で、速達の使いやすさ、料金の支払いやすさといえますか、今の切手を含めて、はがきや普通の封書と比べた速達のサービスメニューの、ある意味での分かりやすさということについて、もう少し工夫が必要ではないかと思えます。

ですから、単純に安くすればいいという議論よりも、むしろ使いやすいということに力点を置いた検討をお願いできればと思います。

○長塩部長 広く周知のところについては、行政としても、日本郵政グループと連携しながら、しっかりとしていきたいと思えます。

サービスの細かな改善の余地等については、今、いただいたコメントを、郵政グループにしっかりとお伝えしたいと思えます。

また、特に御指摘のとおり、DM事業者などは、例えば従来は木曜日に出して金曜日に着いていたものが、今後は翌週になることがございます。例えば請求書等を送る場合もあると伺っておりまして、そこは施行後をにらんだ全体の差し出す側での準備がしっかりしな

いといけないという御指摘もいただいております。企業によっては、システム面の見直しも必要になるということも伺っておりますので、何よりもそういった点を含めた周知が重要だと思いますので、しっかりと取り組んでまいりたいと思います。

○米澤委員 皆さん方の意見と同じなのですけれども、基本的には、このような方向というのは、致し方ないと理解しております。

ただ、何回も出てきましたけれども、速達がより使いやすくなれば、速達のニーズが増えるのかなと。

私はいつだったか、年末か年始か、郵便局に行ったのですけれども、かなり混んでいて、何かと思ったら、ほとんどが大学の入試の願書なのです。もしかしたら、今は願書も全部ネットかもしれないのですけれども、そういうのは、必着というのが重要になってきますので、多分速達ベースで出しているのだと思うのですけれども、その辺のところを周知徹底するように、かつ、今、御案内がありましたように、使いやすくしていただけるようにするというのが、代替的なサービスとして必要なのかなと思っております。

○長塩部長 現在の速達のおおむね1割程度が増加するという見込みも、検討の場では表明されております。

先ほども御指摘があったように、今、ほとんど都市部では、通常と速達で差がない送達速度です。今度は、その差が開くということで、言い方が難しいのですが、速達として、付加料金を払っていただくような価値が増してくる面もあると。全体としては、切下げの話にもつながりますので、ちょっと言い方がどうかと思いますが、そういったところを踏まえた付加料金というもの、それから、値下げするというものを総合的に、しっかりと周知をしていただくことが重要だと思ってございます。

○清原委員 御説明ありがとうございました。

私も、今回、答申として示された方向性については、国民の皆様の声も聞き、関係者の声も聞いた上での一定の方向性ですので、やむを得ない方向性であると思っています。

特に生活実感としては、今、いろいろな事業者のDMが確かに増えています。いろいろな取引を通信販売等でするときに、メールアドレスも求められますが、それに加えて、パンフレットとか、販促のものが随分送られてきていると思います。

従いまして、今回、DMの成長性があると判断されたのは、私も生活実感から、そういうものなのかなと理解できます。DMの場合には、請求書とかの場合もあるかもしれませんが、商品の説明であるとか、企業の説明であるとか、そういう内容が多いように見受けられますので、必ずしも急がないかもしれない。そういうものについては、適切に郵便なら届くということで、他の宅配業者の皆様のサービスと、どう特徴を分けていくかという課題が一点目としてあるかと思えます。

二点目に、速達ですが、私は複数の郵便局を回ってどんな状況かなと確かめたのですが、今も郵便局の窓口では、「お客様、これはお急ぎですか。速達でなくて大丈夫ですか」というようなお声がけをされる局員の方もいらっしゃるのです。ですから、今後は、特に木

曜日、いつ届くことが必要ですかということ、きちんと窓口で対応することでも、お客様の希望する到着日と、実際の配達の日時の思いとのずれをなくせると思うので、原則に戻って、基本的に窓口でいかにお客様のニーズに即して対応するかということ、日本郵便が徹底していただくように、取り組んでいただければありがたいなと思っています。

三点目に、料金なのですが、消費税の関係もあって、今、はがきが63円、定型封筒の郵便が84円となっています。一方で290円の速達料金という、いかにも半端で、できれば速達だったら1枚の切手で済むような簡便なものになれば良いのですが、切手を発行するには結構苦労があるようで、端数がなかなか難しいらしくて、結果的に、何枚も張るような状況になってしまう。切手の合理化というか、わかりやすさというか、そんなことも課題の一つになってくるのかなと感じているところです。

最後に、老川委員もおっしゃいましたけれども、私は、やはり手紙文化というか、郵便文化というか、そういうものについては、引き続き各郵便局が、地域の教育委員会等と連携されている取組を評価していますので、諦めないで、地道に郵便文化の普及について、重ねて努力をしていただくように期待したいと思います。よろしくをお願いします。

○長塩部長 三点の御指摘、ありがとうございます。

現在、速達サービスについては、現行料金290円については、1割程度の値下げを表明されておりますので、端数の数字になりそうですが、そういった点も含めて、実務的な御指摘については、郵政グループと我々は共有化して、少しでも利用者利便にかなうような、御指摘の方向になるように対処してまいりたいと思います。

○清原委員 もう一点言い忘れました。

今、Society 5.0ということで、各自治体でも、スマートシティの取組を進めていらして、特に中山間地などでは、どうなのかなと一定の心配をしながらも、ドローンの取組を取り上げているという事例が出てきたりしています。

今回、経営改善の中で、新技術について、例えば、自動運転とか、ドローン等についても検討するようにと記述がありました。そこに関しては総務省におかれましても、郵政行政部とテレコム関係の皆様との連携として、郵便を通じた先駆的なモデルが出るのが重要ではないかと感じていますので、よろしくをお願いします。

○長塩部長 承知しました。ありがとうございます。

○岩田委員長 それでは、私の方から、細かい点を幾つかお伺いしたいのですが、いただいた参考資料の12ページですけれども、第三種郵便物のうち、郵便を利用して配達される日刊紙という項目がありまして、これを読むと、土曜日の配達を維持するけれども、一定の負担を負っていただく結論になったという理解で良いかというのが一点目です。

二点目は、10ページですが、外国の事情が書かれておりまして、米国、ドイツ、フランス、イギリスは、まだ6日を維持していると。ただ、米国、ドイツは見直しに向けた動きが見られると。その一方で、北欧では週3日、あるいは隔日というものもあるような記述になっていますが、この米国、ドイツの見直しに向けた動きというのは、現実には、そのよ

うに5日になりそうなのかどうか、小さい問題ですが、お伺いしたい。

三点目は、6ページに書いてありますが、ICTと連携した郵便サービスです。今もドローンの話が出ましたが、ここでは、MyPostを活用して、インターネット上の郵便受箱サービスということが書いてありますが、これはぜひ積極的にやっていただきたいと思うのです。

最後に、収益全体、郵便収支が、これから右下がりになりますというお話も同時にあったのですが、eコマースというような部分は、私はこれから国内だけではなくて、グローバルにもどんどん大きくなると思います。そういうeコマースという話がどうして出てこないのか。もっと積極的にやってもいいのではないかと。

郵便局で物品販売というのはあまりに小さい話で、大規模に展開する構想があってもいいのではないかとと思いますが、その点はいかがでしょうか。

○長塩部長 まず、一点目でございますが、日刊紙については、御指摘のとおりです。

○岩田委員長 一定の負担をするということ。

○長塩部長 取りまとめとしては、そのような整理になっております。

二点目ですが、米国、ドイツについても、緩和に向けた見直しがあるということですので、この状況も含めて、全世界的に見て、郵便物数の送達頻度については、緩和の方向で流れているのが、世界的なトレンドだと承知しており、それを踏まえて議論が進められてきております。

また、三点目の積極的な利用については、私どももそのように思っておりますので、郵政グループと問題意識を共用化して、より利便性が増す方向にと考えております。

最後、eコマースにつきましては、同じ資料集の2ページを御覧いただければと思いますが、eコマースの社会の浸透に伴い、これは郵便というよりも、むしろ荷物の物流量は大幅に増加したというファクトがございます、今回の検討でも、それを踏まえております。

2001年には4.1億個だったものが、2017年には45億個ということで、10倍レベルで物量が増えていると、右下の表のとおりです。

今回、郵便の水準の見直しですが、同時にこういった物流についての体質も検討の視野に入れて、さまざまな議論が進められてきたということです。

○岩田委員長 どうもありがとうございました。

それでは、特段の御質問等がなければ、質疑を終えたいと思います。

長塩部長、御説明いただきまして、どうもありがとうございました。

(総務省退室)

(金融庁入室)

○岩田委員長 それでは、続きまして「利用者を中心とした新時代の金融サービス」について、金融庁から御説明いただき、質疑を行いたいと思います。

それでは、尾崎総務課長、御説明をお願いいたします。

○尾崎課長 金融庁監督局総務課長の尾崎と申します。

それでは、金融庁から、本年8月に公表いたしました実践と方針について、御説明いたします。資料206-2-1を御覧ください。

1ページめくっていただきまして「利用者を中心とした新時代の金融サービス」という題名のところから、まず始めます。

昨今、デジタル化の加速、人口減少や高齢化の進展、低金利環境の長期化など、金融を取り巻く環境が大きく変化しております。こうした中、令和元事務年度の実践と方針におきましては「金融育成庁」として、金融サービスの多様な利用者・受益者の視点に立って、金融行政の目標である企業・経済の持続的な成長と安定的な資産形成等による豊かな国民生活の実現を目指すべく、ここの表にありますように「金融デジタル化戦略の推進」です。

それから、二番目、金融・情報リテラシーの向上や、最終受益者の資産形成に資する資金の好循環の実現に向けた施策であります「多様なニーズに応じた金融サービスの向上」です。

三番目で「金融仲介機能の十分な発揮と金融システムの安定の確保」の三つの重点施策と、これを実現していくために必要な、下の方の+1. +2. でありますけれども、世界共通の課題解決への貢献などの国際的な取組と、金融庁自身の改革という3+2の取組を取りまとめました。

この内容につきまして、少しブレイクダウンして、御説明申し上げたいと思います。

ページをめくっていただきまして、一つ目の重点施策であります金融デジタル化戦略に関しましては、左上ですけれども、昨事務年度におきますFinTech Innovation Hubや、サポートデスク等の活動や、国際ネットワークの構築、金融機関による情報利活用に係る制度整備といった成果を踏まえながら、重点5分野の新たな取組を進めることとしております。

一番目が、利用者利便や生産性の向上につながる金融サービスを創出するための情報銀行の活用も含めた金融機関によるデータ利活用の取組の促進。

それから、二番目が、FinTech Innovation Hub等によるFinTech企業の支援強化。

三番目が、機能別・横断的法制の整備。

四番目が、RegTech/SupTechエコシステムの具体化。

五番目が、国際的ネットワークの強化。特に分散型金融システムについて、マルチステークホルダー型アプローチで議論するガバナンスフォーラムの開催。

こういった重点5分野での取組を強化していくこととしております。

4～5ページにかけてが、二番目の重点施策であります「多様なニーズに応じた金融サービスの向上」でございます。

この多様なニーズに応じた金融サービスの向上につきましては、昨事務年度、別々に掲げていた取組をサービスの利用者の視点に立って再構成するとともに、取組を強化していくとするものであります。

具体的には、左上にあるところですが、利用者本位の金融商品やサービスの提供を促進していく上で、最も重要な基礎となる金融・情報リテラシーの向上のための取組を筆頭に、資産形成・サービス向上にあたって必要となる金融機関、上場企業、当局等の具体的な課題と施策を掲げております。

特に資産形成につきましては、最終受益者である家計に企業価値の向上と収益の果実がもたらされるためには、インベストメントチェーンの各参加者が、それぞれに求められる役割を果たし、これが連環していくことが必要でありまして、そうした観点に立って、それぞれの取組を強化していくこととしております。

6 ページに進んでいただきまして、三つ目の重点施策であります金融仲介機能の十分な発揮と金融システムの安定につきましては、特に地域金融機関につきましては、確固たる経営理念のもとでの、戦略・計画の実行状況等につきまして、金融機関の各階層や、社外取締役との間で、探究的な対話を実施していくこととしております。

その際には、心理的安全性を確保するよう努めるとともに、生産性向上支援チーム、これは地域の関係者との対話を行って、地域企業の現状や、産業構造等に関する幅広い情報収集や、関係構築を試みる金融庁内のチームでございますけれども、このチームで得られた情報や知見等を活用することで、お互いに「気づき」が得られるよう、対話の質の向上を図ってまいりたいと思っております。

また、地域金融機関のビジネスモデル確立のための環境整備といたしまして、業務範囲等に係る規制緩和、いわゆる5%ルールの見直しや、地域金融機関の経営・ガバナンスの改善に資する主要論点（コア・イシュー）の策定、それから、預金保険料率のあり方の方向性についての関係者の議論等から成るパッケージ策を実施していくこととしております。

以上が三つの柱でございますけれども、7 ページに進んでいただきまして、こうした重要課題に関連して、我が国はG20の議長国として、例えば金融技術革新への対応や、高齢化と金融包摂を主要課題に設定して、議論を深めてまいりました。

G20で合意された作業が進展するよう、今後もリーダーシップを発揮していくとともに、Libraのような暗号資産に関連した新たな構想の出現への対応に関して、財務省や日銀とも連携して総合的な議論を進め、国際的な議論に貢献していきたいと考えております。

8 ページに進んでいただきまして、利用者視点に立って、こうした課題を常に先取りし、質の高い金融行政を実現していけるよう、金融庁自身についても、不断の改革を行っていききたいと考えております。

本事務年度につきましては、組織活性化・業務効率化に向けて、局・課室レベルでの改革目標の設定や、取組状況の見える化、有志職員による職場の課題の吸上げと改善の提案などに取り組んでまいりたいと思っております。

令和元事務年度におきましては、こうした取組を通じて、金融行政の目標である企業・経済の持続的成長と安定的な資産形成等による豊かな国民生活の実現を目指してまいりたいと考えております。

以上が、実践と方針の全体の説明で、以下、ゆうちょ銀行とかんぽ生命保険のパートにつきまして、簡単に御説明申し上げたいと思います。

10ページの「金融行政上の課題・昨事務年度の実績」に関しましては、これまでもこの場で何度か御説明させていただいているところかと考えておりますので、11ページの「本事務年度の方針」につきまして、御説明申し上げたいと思います。

ゆうちょ銀行・かんぽ生命保険につきましては、左側にありますように「持続可能な収益確保に向けた取組み」それから「顧客本位の徹底に向けた取組み」という、共通する大きな二つの柱で進めていきたいと考えております。

「持続可能な収益確保に向けた取組み」に関しましては、ゆうちょ銀行については、収益確保のための具体的な方策や、中長期的な資本水準のあり方及びリスク管理の状況等について対話を行ってまいりたいと考えております。

かんぽ生命保険についても、契約乗換にかかる不適切事案の根本原因の究明や改善策の策定・実行状況を踏まえつつ、特に顧客基盤等について、対話を行ってまいりたいと考えております。

「顧客本位の徹底に向けた取組み」につきまして、ゆうちょ銀行については、投信販売の拡大など、コンサルティング営業の適切な強化の観点から、郵便局を含めた営業現場における高齢者の勧誘や適合性の確認等、顧客本位の業務運営の状況についてモニタリングをしてまいりたいと考えております。

かんぽ生命保険に関しましては、郵便局を含めた営業現場に顧客本位を浸透させ、実質的に顧客の利益が守られるよう、根本原因の究明に向けた調査や改善策の策定・実行状況についてモニタリングをしてまいりたいと考えております。

最後に、日本郵政につきましては、郵便局ネットワークの有効活用や、IT・FinTechのさらなる活用等、グループにおける戦略的な資源配分の策定・実施に向けて、取締役会及び経営陣が主導的な役割を果たすよう対話をしていくと同時に、かんぽ生命保険と日本郵便が緊密に連携し、募集態勢の抜本的な改善が図られるよう、持株会社としてのガバナンス発揮に向けた取組を促してまいりたいと考えております。

簡単ではございますけれども、私からは以上です。

○岩田委員長 どうもありがとうございました。

それでは、質疑に入ります。

ただいまの御説明に対して、御質問等がございましたら、お願いいたします。

老川委員、どうぞ。

○老川委員 御説明どうもありがとうございました。

金融行政の中でも、郵便局関係の金融というのは、国民の信頼感が高い。もっとも、高くなければ困るのですが、そういうことで、今回の不適切な事案は、非常に残念なことだなと思っております。

金融庁も、今、いろいろ検査に入っておられるということで、最後に、ここにあります

ように、不適切事案の根本原因の究明が大事だとおっしゃっていて、これは本当にそのとおりだなと思うのですが、根本原因を究明するために、今、現在、どういう視点で、どの辺に力を入れて、どういう問題意識で進めておられるのか、その辺をちょっと御説明いただければと思います。

○尾崎課長 まず、かんぽ生命保険の方で、不適切の可能性のある事案について、抽出されています。その契約について、現在、調査を行っております。まず、その実態を把握することを通じて、どういう根本原因がそこに存在するのかということ把握していくことが、一番重要であろうと考えております。

その上で、その背後にあるグループにおけるガバナンスの問題や、各社におけるガバナンスの問題を特定して行って、その上で、どういう改善策が望ましいのかといったようなことについて、先方と議論していきたいと考えております。

○老川委員 その時期的な目途です。いつごろ、どのように公表されるのか。そこら辺は、どういうことになっているのですか。

○齋藤参事官 検査でございますので、いつ終わるのかということは、なかなか我々のほうから、今の段階で申し上げるのは難しいことは、御理解いただければと思います。

他方で、日本郵政グループも年内に調査を終えて、最終的な報告を出したいと言っていると思いますし、日本郵政グループが調査を委託している第三者委員会である特別調査委員会の方も、年内には最終報告を出したいと言っております。そういうような状況も踏まえて、我々としても、対応していきたいと考えてございます。

○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。

ほかに御質問等ございますでしょうか。

清原委員、どうぞ。

○清原委員 御説明ありがとうございます。

特に今回の御説明で、2ページ目に利用者を中心とした新時代の金融サービスで、「金融育成庁」として、金融サービスの多様な利用者・受益者の視点に立った取組を推進するとあります。

今日は、金融庁の監督局の方がいらしているのですが、「監督」ということに加えて、むしろ「育成」していくことをうたわれたので、その方向性は、国民の一人としては、望ましいと受けとめたところです。

特に今回、御説明で、例えば地域金融機関の場合に、「対話」という言葉でありますとか、それから、6ページでありますが、「心理的安全性を確保することに努める」という、これは私は初めて聞いた言葉なのですが、「探究型対話」とか、「心理的安全性を確保する」とあります。これはたまたま地域金融機関について、十分な機能の発揮を育成していく方向性で示されたキーワードでございますけれども、例えばゆうちょ銀行とか、かんぽ生命保険とか、大きな金融機関ですが、窓口的には地域金融機関的な特徴があるところ

ろだとも思いまして、このキーワードについて、ゆうちょ銀行、あるいはかんぽ生命保険に、金融庁としても、モニタリングしようと思っていられることがおありなのではないかなと思って、その感触を伺いたいのが一つです。

しかしながら、全体としては、日本郵政等によるガバナンスがもちろん極めて重要なのですが、それをまさに金融育成庁として、今、国民視点に立って取り組まれるときに、改めて、どういうガバナンスがあることによって、本当に国民利用者視点が徹底されるか。金融庁の監督機能なのだけれども、どのように育成の働きかけをされようと考えていらっしゃるのか。

今日は重要なキーワードを伺いましたので、それを実現、あるいは実行されていくときの皆様の対応のあり方というか、それこそ、「探究型対話」をされていくことになると思いますので、その辺が、今まで以上に金融の質の向上のために、どのように工夫されようと思っていられるか、イメージで結構ですので、教えていただければと思います。

よろしくお願いします。

○齋藤参事官 今日、御説明させていただいた資料の6ページの頭の方に書いてございますけれども、今、日本は低金利環境のもとで、金融機関が収益的に非常に厳しい状況で、さらに人口減少があって、国内市場が縮小していく中で、安定的な収益基盤、持続可能なビジネスモデルをつくっていただかないと、企業としてもなかなか成り立っていかないし、また、地域経済も成り立っていかない。

ここは地域金融機関について書いてございますけれども、基本的には、地域金融機関に限らず、証券会社であっても、メガバンクであっても、さらに、ゆうちょ銀行・かんぽ生命保険であっても、基本的な課題というのは、そんなに変わらないのかなと思っております。

その中で、どうやって安定的なビジネスモデルを構築するかというのは、当局がこうしろとか言えるものではないと思っております、そういうものは、基本的には経営の問題なので、経営者が、自らの経営課題として考えていただかなければいけないと思っております。

その中で、当局として、例えばこの銀行ではこういうことをやって、それなりにうまくいっているとか、この銀行はこういう工夫をしているとかということは、我々はある程度わかっております。我々が持っている情報とか、知識とか、そういうものを使って、経営者の方と対話をして、こういう問題は、どのように解決されますかとか、その問題を解決するために、どのような工夫をされますかみたいなことをするのが、探究型対話と考えてございます。

それをするとき、上から目線でやると、全然、探究型対話にならないので、そういう意味で、心理的安全性を確保してやっていこうと工夫するのが、今年の実践と方針で書かせていただいたこととございます。なので、そういうことは、地域金融機関に限らず、ほかの金融機関に対しても、基本的には似たような姿勢で臨みたいと思っております。

他方で、今、起きている不適切販売に関する問題というのは、コンプライアンスの問題であったりとかするので、そういうのはあまり探究型対話になじまないと思います。経営課題に取り組む経営陣と、コンプライアンスの話をする際は、法令に違反するかどうかとか、違反しないような体制をつくるためにはどうするべきかというような話になるので、ちょっと探究型対話とは違う形でのアプローチになると思います。そういうものを使い分けながら、やっていきたいと考えてございます。

○清原委員 もう一点、済みません。お答えは要らなくて、私が金融庁の取組から学ばせていただいたことをお話しますが、総合政策局に伺いましたら、まさにFinTechを推進する金融庁としては、内部の事務について、RPAを活用して、まさに働き方改革、そして、業務の効率化を、金融庁の中に置かれているRegTechのプロジェクトチームで進めていらっしゃるかと伺いました。

私は、これはとても望ましいことだと思っていて、各金融機関に、FinTech等をデジタルイノベーションの中で進めていくことを指導される金融庁が、自らまさに業務改善をされていることは意外と知られていないので、私が逆に、別の場でPRをさせていただいているのですが、ぜひ、推進を続けていただいて、各府省に横展開をしていただけたらなど、これはコメントです。よろしく申し上げます。

○岩田委員長 どうもありがとうございました。

それでは、米澤委員、どうぞ。

○米澤委員 いろいろ広範な説明をありがとうございました。

二点ほどお伺いしたいと思いますのですが、最初は11ページのゆうちょ銀行、かんぽ生命保険、とりわけかんぽ生命保険が話題になっているのかもしれませんが、このページに関しまして、お聞きしたいです。金融庁が監督に入る際、もちろん、ゆうちょ銀行、かんぽ生命保険は入ると思うのですがけれども、日本郵政、ないしは郵便局等のところまで、監督の権限があるのか、ないのか。

要するに、運用と調達とか、実際の店舗で組織が分かれているので、こここのところの監督のあり方は、今、どのようになっているのか。まず、お伺いしたいと思います。

○尾崎課長 ゆうちょ銀行については、銀行法に基づいて監督しており、かんぽ生命保険については、保険業法に基づいて監督しております。

日本郵便に関しましては、それぞれ銀行法に基づく銀行代理業、それから、保険業法に基づく保険募集人として、金融庁の監督権限が及んでおります。

日本郵政については、銀行法に基づく銀行持株会社、保険業法に基づく保険持株会社として、やはり金融庁の監督に入っておりますので、グループ四社全てに金融庁の監督権限が及びますし、検査もできるという形です。

○米澤委員 特段、濃淡があるということでもない。

○尾崎課長 濃淡は若干あります。かんぽ生命保険、ゆうちょ銀行及び日本郵政に対しては、銀行及び銀行持株会社、保険及び保険持株会社として、比較的強い監督権限があるの

に対して、日本郵便に対しては、銀行代理業とか、保険募集人に対する監督という形になりますので、少々弱い形になっています。

○米澤委員 監督が入れば、それで全部問題が解決されるとも思わないですけども、そのような組織論的な問題点は、あることはあるわけですね。

○尾崎課長 ただ、四社とも、監督権限を持っていますし、検査もできますので、何か問題があれば、それを指摘して、改善を求める。業務改善命令だったりとか、検査をしたりとか、全て監督権限がありますので。

○米澤委員 それでもって、一つは安心したわけですけども、特にほかの金融機関、ほかの損保とか、ほかの銀行と違って、今言ったように、分かれているわけなので、そのところでいろいろな情報、お互いに情報が十分ではなくて、いろいろな問題が発生する。ないしは非効率な部分があるのかなというところを心配しているわけですけども、少なくとも、監督においては、そんなに壁はないということなので、それは多少安心した次第です。

二番目は、6ページに書いてあります「金融仲介機能の十分な発揮と金融システムの安定の確保」ということで、とりわけ地域金融機関のことが書かれています。ゆうちょ銀行をどのように位置づけたらいいかわからない点もあるのですけれども、この地域金融機関は、ある意味では、メガバンクも含めてだと思えますけれども、ここに問題点が書かれているのですけれども、この解決策みたいなのところを何かイメージがあるのかどうか。

いわゆる低金利で、当分それが変わらないといったときに、ボディーブローでますます金融機関の将来が見えない状況において、何か解決策があるのか。ないしは、そのヒントがあるのかどうかということを、少し金融庁の方で、何かお考えがあるのかどうか。

ここでは何か対症療法的なことが書かれているとしか思えないのですけれども、やはりこの時期は我慢していくしかないのかどうかということに、何かヒントがあれば、教えていただきたいと思うのです。

○尾崎課長 探究型対話を実施するとあるように、これは地域金融機関にとどまらず、当然、ゆうちょ銀行、かんぽ生命保険についても、このあたりは同じであります。結局、新しい環境に即したビジネスモデルを構築していかなければいけないので、あらかじめ何か答えがあるというものではなくて、我々自身も、金融機関等と議論をしながら、この問題に対処していきたいと考えております。

○米澤委員 一点、個人的な感想なのですけれども、やはりどうしても、金融機関としては収益を確保するために、リスクのある方にシフティングせざるを得ないと思うのです。それだけだと、リスクだけ非常に増えているので、それは問題なのです。そのところで自己資本比率を実質的に上げながら、リスクを吸収するようなどころに行くのが、一つの方法かなと思うのですけれども、その結果、何が起きるかというところ、どうしても銀行のROAが下がっていかざるを得ないと思うのです。

片や、私もあるところに関係しているのですけれども、議決権行使か何かで、金融機関

も含めて、ある企業のROA水準が低いといろいろ、議決権でワーニングを出すようなことが、コーポレートガバナンスの一貫として、割とはやっているわけです。

その中においては、やはり銀行は、ほかの一般の企業と違って、特段ゆうちょ銀行は、非常にROAが低いのです。それは我々がわかる範囲で、いろいろな理由があるのですけれども、銀行においては、単純にROAが低いからけしからぬというところでもって見ていくのは一方的かなと思っているのです。そのところは少し見方を柔軟にさせていただいて見ていく必要があるのかなと、個人的に考えております。

ガバナンスでもって、ROAが低いとけしからぬということになるのかもしれませんが、銀行においては多少、今後、違ったような側面があるかと思しますので、そのところを少し寛容に見ていただくように、ガバナンスの見直しの会議のところで御議論いただければいいかなと思っています。

○岩田委員長 何かコメントはよろしいですか。

三村委員、どうぞ。

○三村委員 10ページ、11ページ目の表現が、非常に上手、かつ慎重な表現をされていらっしゃるのですけれども、ゆうちょ銀行とかんぽ生命保険についての、基本的な金融庁の方針とか、具体的に何をすべきかというのは、比較的わかりやすい。つまりやはり今の業務改善であり、営業体制をいかにして変えていくか。あるいは、当然ノルマの設定の仕方等を含めてですね。ただ、日本郵政についての説明が、非常に奥深い説明をされていらっしゃる感じがいたしました。

それを含めまして、ゆうちょ銀行のときには、ビジネスモデルの構築という言葉が使われ、それから、日本郵政については、グループ全体の再構築という言葉が使われている。これはおそらく、あまりそこまで厳密に定義されていないのかもしれないのですけれども、見方によっては、なかなか深いことを言っているのかなと思いました。

それから、日本郵政につきましては、例えば、経営陣の主導的な役割とか、戦略的な、例えば投資についての意思決定とか、いろいろなことを提示されています。そのことにつきまして、おそらく業務をどう改善していくか。あるいは現場の組織体制をどうしていくかという議論につきましては、比較的まだ見えてくることがあると思うのですけれども、金融庁のお立場として、この日本郵政に対する指摘は、こういったような認識でお書きになっているのかということにつきまして、御説明いただける範囲で結構ですが、いかがでしょうか。

○尾崎課長 再構築と構築は、それほど大きな違いがあるわけではないです。

ただ、日本郵政に関しましては、中長期的に見れば、株を売るのが、民営化法の建付けになっておりますので、そういう意味では、株を売って、その代わり金でどうするのかというのは、当然、法が予定していることでもあります。その点も踏まえて、グループ全体のビジネスモデルの再構築と書いているわけでもあります。「金融二社の株式売却を可能とするために」というところが、その趣旨でございます。

傘下のゆうちょ銀行やかんぽ生命保険についてはグループ全体が両社の収益に依存しており、また、特に両社の株式を売却するという法的な枠組みになっている中で、両社の収益が先細りしていくという現状があることを踏まえ、将来的にどうビジネスモデルを再構築していくのかということが、ここでの趣旨でございます。

○岩田委員長 よろしいですか。

私から二つほど伺いたいのですが、一つは、御説明のあった11ページで、やはりかんぽ生命保険のところで「持続可能な収益確保に向けた取組み」ということで、とりわけ「ERMフレームワークの下でのリスク管理の状況についてモニタリングを継続」と書いてありますが、エンタープライズリスクマネジメント、これはポートフォリオのリスクもあるでしょうし、コンプライアンス上の問題のいろいろなことがあると思いますが、これは地域銀行とか、あるいはゆうちょ銀行、日本郵政にも、全て適用されることなのか。それとも、とりわけ何か、かんぽ生命保険について、ここにはっきりお書きになったのは、何か理由があるのかというのが一つ目の御質問です。

それから、二つ目の御質問は、やはり金融のデジタルイゼーションというので、私も非常に重要なポイントだと思っているのですが、これに関連して、今の御説明で、3ページにデータ利活用で、情報銀行も活用ということがあるのです。私もぜひ活用してもらいたいと思っているのですが、私の聞いている範囲では、金融と医療は、これから対象から除くというお話を伺っておりまして、もし、そうだとすると、情報銀行の活躍する場所が、相当損なわれるのではないかと心配しております。

そこはどうお考えかということと、これに関係しますけれども、もう一つの参考資料のほうで、1ページ目で「イノベーションに向けたチャレンジの促進」というのがございまして、この最後のところで「オープン・アーキテクチャを活用した取組み」と、これも非常に重要で、オープンバンキングチャーターというのは、イギリスは2015年からやっています、そのコアはオープンAPIなのです。

オープンAPIは、銀行が持っているいろいろな決済の情報をFinTechにも開放すると、お互いに開放し合うことによって、イノベーション促進、競争というのが骨子だと思うのです。

ところが、日本の場合は、まだ、これは義務ではなくて、お勧めしている段階だと思うのですが、私は、これだと多分みんな抱え込んでしまって、ゆうちょ銀行の場合も同じだと思いますけれども、抱え込んでしまって、もう動かないと。その結果、イノベーションも、オープン・イノベーションも進まないということを恐れていますけれども、この先はどのように、今のままの体制でお考えになるのか。

それと関連して、3ページに「決済情報に商流情報を載せる」という、これも私は、かなり画期的なことをお書きになっているようにも思うのですけれども「全銀EDIシステムの利用の促進」というようなことが書いてございまして、もしそういうことが本当にできると、eコマースが相当今よりもさらに飛躍的に高まるのではないかなと。これは私の推測

なのですが、間違っていたら直していただきたいのですけれども、Amazonが、基本的には商流でやっておられて、銀行にも出たいとおっしゃっておられて、そういうことに対する対応も含めてお考えなのかどうかです。

○尾崎課長 まず、ERMに関しましては、基本的には、例えば地銀の場合ですと、これは経営理念というものを確立して、それを現場に浸透させるという表現を使っております。業界、業態によって、使われるジャーゴンが異なっていて、そういったものを踏まえて書いているという趣旨でありますけれども、通底する考え方は、比較的似ているのかなと考えております。

保険会社の場合は、通常、このERMというフレームワークで議論することが多いので、かんぽ生命保険については、こういう表現を用いておりますけれども、ゆうちょ銀行についても、考え方は似たようなものであると考えています。

それから、情報銀行の件に関しましては、何か情報について制約があるということではなくて、総務省・経済産業省の設置した検討会で策定された認定スキームにおいて、金融・医療のデータが対象外となっていたことから、日本IT団体連盟が、情報銀行の認定をする際に、医療と金融の分野について認定をしなかったということを示していると思われま。最近、認定基準が改定され、金融については、認定の対象に含めるという方向になったと伺っております。

オープンAPIについては、金融庁のほうも、金融機関との意見交換会の中で、これを促すような形で、何度か情報は発信しております。金融機関の中にも、かなり濃淡はあるかと思うのですけれども、対応をしつつあるところも出てきているということで、引き続き、対応を促していきたいと考えております。

○齋藤参事官 私も直接の担当ではないのですけれども、ここで書いてある「決済情報に商流情報を載せる」ということは、例えば小売店が卸売業者から物を仕入れてきて、後で仕入れ代金が入ってくるといったときに。

○岩田委員長 在庫金融に当たる。

○齋藤参事官 いつ、何を、幾ら買ったものの代金なのかというのは、その中に入っていないので、卸売業者の方で、小売店に対して、いつ売った、どの代金がいつ入ってきたのかを全部消し込み作業というのを別途やっていたりとかするのです。それはお金が入ってきたときに、これはいつ買った、これの代金ですということが入ってくると、自動的にそれが消し込めるということがありまして、そういう意味で、実際の商流の中での色々な手続が簡素化されるというか、省力化につながるということが、主として念頭にあるのではなかったかと感じております。

○岩田委員長 ただ、私の聞いている範囲では、Amazonのファイナンスも一部行っていますけれども、ほとんど在庫金融。だから、商社が実際に色々企業間信用などを行いますけれども、あれも在庫金融だと思うのです。在庫のマネジメントにかかわる色々な金融の貸し借りがベースになって。

○齋藤参事官 それは楽天モールとかでも似たようなものがある、楽天モールにいる会社の商流を見ながら、いつ代金が入ってくるから、それまでにお金を貸すみたいな話で、そういうことが行われているのは事実だと思います。

○岩田委員長 わかりました。

ほかに御質問等がございますか。よろしいですか。

それでは、特段の御質問等がなければ、質疑を終えたいと思います。

御説明いただきました金融庁の方々、大変ありがとうございました。

(金融庁退室)

(ゆうちょ銀行入室)

○岩田委員長 それでは、続きまして、「投信不適切取扱い事案を受けた対応について」、ゆうちょ銀行から御説明をいただき、質疑を行いたいと思います。

それでは、西森常務執行役、10分以内で御説明をお願いいたします。

○西森常務執行役 ゆうちょ銀行の西森でございます。日ごろより御指導賜り、ありがとうございます。

今回の投資信託の不適切な取扱いにつきましては、私どもが本来守るべき社内のルールが守られておらなかったということで、お客様に対しましても、お客様本位とは言えない不適切な取り扱いであったかと思っております。お客様には、大変御心配をおかけしているということで、深く反省いたしております。

また、先生方にも、大変御心配をおかけしております。本当に申しわけございません。

お手元の二枚物の資料でございますけれども、206-3-1が、9月13日に報道関係者に発表した資料でございます。

それから、206-3-2が、今回の不適切な取扱いについて、御高齢者向けにチラシをつくったということで、今回の事象がどこの部分に該当するかというのを、わかりやすく図にしたものでございまして、まず、この206-3-2の方から、御説明をさしあげたいと思います。

206-3-2でございますが「セカンドライフをむかえたみなさまへ」ということで、御高齢のお客様への勧誘・販売のフローを記載したものでございます。

まず、お客様に資産形成をお考えいただくというアプローチをする際に「お金の色分けのご案内」をしながら、資産形成の御案内をやってよろしいかという伺いをするフェーズがございます。

このお話をしつつ、御高齢のお客様について「ご意向の確認」ということ、これを別の社員が確認いたします。

このプロセスをクリアしたお客様について、個別の「商品のご案内」をするということでございます。

御高齢のお客様につきましては、ここの「ご家族への相談」とか、あるいは「翌日以降の申し込み」ということで、しばらくお考えいただくという御提案をした上で、最後に、個別商品について申し込みを受け付けるフェーズにまいります。

これが「お申し込み内容の再確認」というところまでございまして、ここで、また新たに別の社員が確認をさせていただくプロセスを経て、初めて御契約に至るというプロセスでございまして。

大きく分けまして、販売員以外の別の社員が確認をするフェーズが二つあるということでございます。「ご意向の確認」というところが、勧誘時事前承認、管理者承認でございまして、この部分が、今回やっておらなかったというケースが発覚したフェーズでございます。

この「ご意向の確認」ということで、別の社員でございますが、これは販売担当者とは別の社員、具体的にはそのお店の管理者でありますとか、あるいは指定された役職者、いわゆるお店の内部管理をしっかりとできるそういう役職者が、複数指定されております。その社員が、お客様に対して、具体的には、金融商品一般についての御理解状況はどうか。それから、健康状態に問題があるか、ないか。それから、投資意向はいかがであるかという三点で、一般的な形で確認をさせていただきます。

健康状態に問題がないかという話とか、金融商品一般についての理解度という意味では、例えばお電話でお客様に確認させていただいたり、窓口で確認させていただきますけれども、その際に、会話がかみ合うかどうかというところを、きちんと御確認させていただいた上で、御高齢のお客様には、リスク性の商品についての御提案をする、しないということ、判断させていただいております。

このルールの趣旨でございますが、これは日証協のガイドラインで定められておりますものを、私どもの社内ルールに対応して、それを適用しているものでございます。趣旨は、勧誘すべきでない人に勧誘しない。そのためにこのルールを設けていたということでございます。今回、ここで社内規則違反が発生しているということでございます。

これをクリアした上で、商品の御案内を、担当者が具体的に行います。ここで勧誘すべきでない判断されました場合は、右側に矢印の横線がありますが、投資商品であります投信の販売はしないということで、通常のゆうちょ銀行の商品の御案内に移ることになります。

その後、勧誘しても大丈夫という判断が出ましたら「商品のご案内」ということで、個別商品の御説明をして、さらに丁寧に「ご家族への相談」を私どもの方からも御提案させていただいて、それが不要だという場合も、その日に御契約ということではなくて、1日お考えになっていただいて、翌日以降、また申し込みの御提案をさせていただいております。

その後、第二フェーズの「お申し込み内容の再確認」というところで、これはまさに御説明した個別商品についての具体的なリスクの理解状況がどうか。あるいは、手数料の理解状況がどうか。お客様がお持ちの財産の中で、その状況がどうか。リスク性の資産とか、どれぐらいの財産をお持ちであるとか、家族の御相談状況などを確認しながら、別の社員、これも先ほど申し上げましたが、管理者とか、指定役職者が、

これを確認して、大丈夫であるというゴーサインが出ましたら、初めて契約に行くプロセスになります。

したがって、ここのフェーズは、販売すべきでない人に販売していないかというところを確認するという、ある意味では最終的な確認の関所といいたいまいしょうか、そういうところになります。

こういう二つのプロセスを経て、御契約をいただいたということで、その後も、やはり投資信託は元本毀損もあり得る商品でございますので、あと、御高齢のお客様は、健康状態も含めて、お考えが短期的に変わりやすいというのが一般的にいわれておまして、そういう意味も含めまして「定期的なご連絡」をさしあげること、私どもはやっているところでございます。

こういうプロセスの中の、最初の「ご意向の確認」のところ、多数抜けていたということで、最終的に第二段階のところ、個別商品の確認の際には、より突っ込んだ確認をするわけでございます。そこでクリアできないと、当然そこでブロックされるわけでございますので、最終的な砦があるとはいえ、手前のところの手続がきちんとできていなかったということが、非常に大きな問題であったということで、深く反省いたしております。

これが206-3-2の御説明でございます。

206-3-1の方でございますけれども、これは報道発表した資料でございます。

今ほどの内容につきまして概説したものでございまして、1が「事案の概要」で、本件は、社内調査で判明したということで、同様のことが他にもないのかということで、社員に対する聞き取りを行いました。その結果が、この表にございます調査結果ということでございまして、かなりのお客様に対して、第一ステップであるところの勧誘事前承認を飛ばしていたというところでございます。

これについては、社員にもヒアリングしましたところ、やはり二度やらなければいけない意義が十分に理解できないという、つまり取引時の最後のところできちんと確認できているのではないかという思いとか、あるいは、手間がかかるから面倒くさいみたいなことで、そういう理由が主なところでございました。

「発生原因および再発防止策」でございまして、ここにございますように、本件の不適切取扱いの大きな直接的な原因としましては、この三つがあるのかなということ、私どもはこの確認の中で整理しております。ここにあります三つということでございます。

これに対して、右側にありますような再発防止策に既に着手しております。10月もここにある施策を打っておりまして、これをしっかりと定着させていくということ、今、全力で取り組んでいるところでございます。

この三つの発生原因ということと、そのほか、先生方からの御指摘、御意見がございました不適切な取扱いにつきまして、営業目標が原因ではなかったのかというお話もございました。

本件につきましては、まず、勧誘前の管理者承認を実施しなかったのは、本社の指導不

足により、本件ルールの趣旨、先ほども申しましたような、勧誘すべきでない人に勧誘しないという趣旨の徹底が不足して、現場の営業社員の認識不足につながったということです。これは、本社がつくったマニュアルも非常に分かりにくかった。このようなところが主たる原因として上がっておりまして、本件の管理者承認を実施しないことで、直接営業実績が上がるということは考えにくい。つまり勧誘時前の管理者承認の有無と営業実績との連動性は、なかなか考えにくいのかなと私どもは考えております。

これは、社員へのヒアリングの内容でも、先ほど申し上げましたように、二度やらなければいけない趣旨がよくわからないとか、やはり手間がかかるから面倒くさいというような意見がほとんどでございまして、そういう意味では、営業目標との因果関係、連動性は、直接的にはないのかなと考えているところでございます。

また、本件に絡んだもう一点、営業の目標のあり方についても、先生方からはお話をいただいております。これにつきまして、私どもは、今後とも営業目標のあり方につきましては、常にフロントラインに状況を確認し、会社としての取組方針、環境の変化、社員の納得感などを勘案しながら、都度、今、見直しをしているところでございますけれども、このプロセスは今後もしっかり丁寧にやってまいる所存でございます。

以上が、配付資料2の内容でございます。

それから、本件につきまして、三番で「今後のお客さま対応」ということです。やはりお客様に御心配をおかけしたという事象で、今回の事案、勧誘前の管理者承認を怠っていたお客様が、約1.5万人おいででございます。今、ここのお客様に対して、ゆうちょ銀行のパートナーセンターから、投資商品についての御確認ということで、投資性の商品であることの御確認をさせていただいているところでございます。10月末までに完了ということで、今、取り組んでいるところでございます。

四番目は「お客さま本位の金融サービス提供に向けた取組み」ということで、今回の事象で1.5万人の御高齢のお客様に、今、三番で御確認をさせていただいておりますけれども、全部で約22万人の70歳以上の御高齢のお客様がおいでです。この全てのお客様に対して、私どもは丁寧に対応するという、お客様本位の金融サービスを提供していくという観点で、改めて、アフターフォローという形で、お客様に御理解状況の確認をしてまいりたいと考えているところでございます。

○岩田委員長 ありがとうございます。

それでは、質疑に入りたいと思います。

御質問等ございますか。

老川委員、どうぞ。

○老川委員 御説明をありがとうございました。

説明を聞いて、やっと分かりました。分かりましたという意味は、どこに問題があったのか、何でこんなことになったのかなと思って、要するに、趣旨をよく理解されていなかったということなのですね。そう言われるとよく分かるのですが、それらしきことは、こ

の報告書に全然ないのです。ないという言い方はおかしいけれども、最初は206-3-2の方を見て、今度からこのように確認すると思ったのですが、そうではなくて、もともとそうになっていた。

○西森常務執行役 前からこの形をとっておりましたのですが、今まで、こういう紙を高齢のお客様にお示しせずに、直接やっていたということで、今回から、この紙を高齢のお客様にお示した上で、このプロセスでやらせていただいてよろしいですかという確認を含めて、これからやっっていこうということで、対策としての一つでございます。

○老川委員 営業社員の方には、そういう手順でやるのですよと、なぜならこうだからということは、今まで研修をされているのですか。

○西森常務執行役 勧誘時の事前承認を社内規定に導入したのが2014年2月です。そのときは、しっかり趣旨は伝達して、ちゃんと取り組んでくれというお話はしたのですが、やはりそのときから随分時間もたっているということもあって、だんだん形骸化してしまったというのは、先ほど申し上げたように、何で二度やらなければいけないかという納得感のところで、私ども本社から、現場の社員に対して、ちゃんとした説明をきちんと丁寧に、何回も繰り返しやるということが、やはり十分でなかったために、現場で形骸化が起きたのかなと反省しております。

○老川委員 私は、やはりその辺が、こういうトラブルが起きる原因ではないのかなと思うのです。この紙を見ても、指導不足とか、認識不足とか、こういう表現になっていて、なぜそういうことが起きたのか、なぜ理解不足、指導不足なのか、何を言っているのかが、我々から見るとよくわかりません。わからないということは、恐らく担当している方も、ガイドラインでこうなっているのだから、しっかり守りなさいと言われていて、何でそんな面倒くさいことをやるのだと思ってしまったのかなと、私は思うのです。

○西森常務執行役 おっしゃるとおりだと思います。

○老川委員 だから、これは、やはり研修などで指導されていく場合に、指導を受ける側、聞く側の立場に立って指導するということが、私は大事ではないのかなと思うのです。何で私がそんなことをこだわって言うかということ、この紙を拝見しただけでも、物事を非常に抽象的に、分からないように書いてあるという感じですか。

○西森常務執行役 申し訳ございません。

○老川委員 例えば1枚目の上から3行目「社内規則違反」に※があって、その※の説明が、これこれのガイドラインに則り、ゆうちょ銀行及び日本郵便が定めた社内規則に違反したものと、ほとんど同義反復です。つまり社内規則では、こうするために、こうなっているというということがなくて、その説明は、ただ、社内規則違反ですと、これだと同義反復みたいな話になってしまう。

それから、先ほど申しましたように、指導不足、認識不足、ルールの趣旨の徹底ということが書いてあるのですが、そのルールの意味合いに全然触れられていない。おそらくそういうことが、研修の場でも抜け落ちてしまっていたのではないのかなという感じ

を受けました。

そこら辺を今後、この紙を渡して、しっかりやりなさいという指導されているのは大事なことのだけれども、それも、なぜそのようにやるのだということが一言あれば、そういうことなのだと思うのではないかなと思うので、ただ、このビラのとおりには二回やりなさいというだけの指導だと、同じようなことが起きてしまうのではないかなというように気がします。

事柄自体は、手続上のミスみたいな話なのだけれども、やはり顧客側の問題意識、あるいは研修を受ける側の問題意識、そういうものに立った指導が、少し欠けていたのではないかなという認識を持ちましたので、今後、そこら辺をよく徹底していただければ、ありがたいなと思います。

○西森常務執行役 全く委員のおっしゃるとおりかと思います。私どもは、その観点が非常に不十分であったということは、今回、痛切に反省いたしておりまして、今、現場で研修をやっておりますけれども、目的・趣旨をしっかりと理解していただくような研修をやっております。ありがとうございました。

○岩田委員長 ほかに御質問はございますか。

それでは、清原委員、どうぞ。

○清原委員 御説明、ありがとうございます。

質問というよりも、御提案なのですから、この206-3-2の「セカンドライフをむかえたみなさまへ」という1枚紙なのですが、私はこれに、このようなことを率直に加筆されたらよろしいかと思うのです。すなわち、お客様に資産形成をお考えいただく上で、例えば運用によって、利益があるかもしれませんが、しかし、元本が戻らない危険性もある商品でもあることから、その内容について、以下のとおり、御意向を確認させていただきたい。

しかも「お金の色分けのご案内」という表現は、国民、市民的には、ちょっと直ちには受け止められないです。ですから、貯金であれば、そのまま利子が些少なりともつきませんが、この投資の場合には、利率は高いのですが、ひょっとしたら、運用によっては欠ける可能性があるので、お持ちいただいているお金について、貯金にされるか、投資信託にされるか、御相談をする上での確認ですとかね。

あるいは「ご意向の確認」というところも、危険性のある商品なので、複数の社員が必ず御意向を確認させていただきますとか、それが一回目と二回目は最低限ありますとか、そのように字数を省略されるあまり、先ほど老川委員もおっしゃったのですが、抽象度が高過ぎると思います。

私は、やはり、なぜこんなに確認をするのかということをお説明された方がいいと思うのです。すなわち貯金以上に利子がつく場合もありますが、景気とか、そういう変動によって、元本が欠ける可能性もあるので、御丁寧に説明をさせていただきますみたいなことを、率直に書かれた方がよろしいのではないかと。

危険な商品を紹介するのであるから、社員も一人で責任を負うのではなく、複数で責任を負うのです。社員も守ることになるし、お客様もさらに守ることになるのだということを、この一枚紙に明確にお書きになることによって、社員の方も、もちろん顧客の方も、リスクがあるけれども、投資することによって、社会全体が経済的にも活性化するメリットもあるわけですから、そのようになればなと思うのです。

だから、社員の方も、顧客の方も、この手続を面倒くさいと思うのではなくて、むしろ大切な手続なのだということを再確認していただくチャンスに、この機会をしていただければと。

もう一つは、私はメディア広報論というのを大学研究者のときに担当していたので、僭越ですが、コメントさせていただきます。

2019年9月13日付の、このメディア向けのものですが、最低限、フォントはもう少し大きくしていただいた方がいいと思うし、さらに内容についても、老川委員が言われたように、なぜこういうことが起こったのかということ、だらだら書く必要はないのですが、もう少し書いていただいた方が、メディアの理解も進むのではないかなと思います。

僭越ですが、私としては、これからの日本社会は、国民の皆様が投資していただくことも重要なことだと思っている立場なので、普通の市民の皆様が投資に出会われるときに、今回のことが妨げになるのはとても残念なので、ぜひチャンスに変えていただければと思います。よろしくお願いします。

○西森常務執行役 ありがとうございます。

先生がおっしゃられましたことは、一つ一つ、本当にごもつともなお話でございます。

最初の方のお話なのですけれども、投資信託はこういう性質の商品なので、元本毀損の場合もあるのですよというリスクなどについては、このチラシ以外の各種の営業ツールを使用して説明することとしています。

また「お金の色分け」という言葉は、先ほど御説明が漏れまして、申しわけありません。これは四つぐらいに分けていまして、すぐに使うお金と、二番目が、何かのときのために備えるお金で、三番目が貯金しておくお金で、四番目が増やすための育てるお金ということで、そこがまさに資産を増やすということで、この四番目の育てるお金というところで、資産形成というお話につなげて、ここで何か御興味があればご案内を続けていくということにしております。

そういう意味で、これ一枚だけで御説明して申し訳ありませんでしたが、御趣旨は全く先生のおっしゃるとおりですし、あと、ここの文面につきましても、もう少しわかりやすくなるかどうかあれですけれども。

○清原委員 でも、今、御説明いただいた投資信託の特徴について、あらかじめ御説明した上で、それにつきまして、もし取り組まれるならば、この段階ですと言われることで、より理解が深まればよろしいのではないかなと思います。

○西森常務執行役 ありがとうございます。

○岩田委員長 よろしいですか。

それでは、米澤委員、どうぞ。

○米澤委員 どうもありがとうございます。

一点だけ、事実確認をさせていただきたいのですけれども、206-3-1の1ページ目の下のほうになります。

調査結果が出ているのですけれども、これはゆうちょ銀行と日本郵便、郵便局とで分けてやったと思うのですけれども、圧倒的にゆうちょ銀行の方が、お店の数も、違反の件数の割合も、非常に高いわけです。ゆうちょ銀行の方は、ゆうちょ銀行の直接の社員が売っていると理解してよろしいのでしょうか。直営店ですね。

○西森常務執行役 直営店でございます。直営店で販売しているもの。

○米澤委員 実際に窓口でやっているのは、ゆうちょ銀行の社員という理解なのでしょうか。

○西森常務執行役 はい。それから、日本郵便も投信取扱局が約1,500局ございまして、そこでの販売局の調査でございます。

○米澤委員 それは、下の日本郵便に入るわけですね。

○西森常務執行役 はい。

○米澤委員 私の予想とは全く逆で、組織の違う日本郵便の方が、いろいろ違反が多かったのかなと思ったのですけれども、実はそうではなくて、直営店のほうが、圧倒的に違反が多かったと読んでよろしいわけですね。

○西森常務執行役 そういう具合に数字としても出ております。

これにつきまして、今、先生からもおっしゃられました点は、実は直営店も郵便局についても、調査の手法としては、全く同じやり方で確認をいたしました。社員に対するヒアリングでございますけれども、その際、やはり何が原因なのかなというのは、私どもも色々考えてみたのですけれども、結局色々なことを含めて見ますと、やはり直営店と郵便局で販売件数に大きな開きがあるのが、一つ要因として考えられるのかなと思っています。

だいたい1店舗当たりで販売件数を見ますと、直営店は、やはり販売員の数も多いこともありまして、取り扱っている1郵便局の約10倍近くあるとか、そういう件数が非常に多いということもあって、先ほどのような手間をかけたくないというようなお話につながるとか、そういうこともあったのかなと、安易なその考えで手順を省いてしまったのかなという具合には考えているところでございます。

○岩田委員長 よろしいですか。

それでは、私は一つだけ御質問したいのですけれども、これは既に丁寧な御説明があったのですけれども、確認を含めてです。つまり一部の報道で、今回の不適切な手続について、ノルマが影響したのではないかというのが内部資料でありますというような報道が一部ありまして、その中に、組織風土ですとか、営業目標・評価というのが原因だったのではないかということも記されていると。ところが、公式の説明では、それは関係がないと

いう、今も基本的には関係ないという御説明だったように思うのです。

ただ、私自身は、前にも別の委員からも御指摘がありましたけれども、数値目標自体はどこの民間でもやっている話なので、それ自体について私は反対するつもりは全くないのですが、同時に顧客本位のサービスというのが一番根幹なので、つまり顧客の満足度がどのくらいあったのかということ、数値の目標と同じように重要な目標ということに、これは組織風土とも幾らか関係があるように思うのです。

つまり、今、企業というのは、何のために存在しているのかと、いろいろな御議論がございますけれども、基本的にはROEが高ければいいというのが、一つの純粋市場派の考えですけれども、今はROEのESGという両方合わせてROESGという、つまり環境と社会とガバナンスの三つを考えるべきだと、社会に対するレスポンシビリティがあります。直接に社会の中でも、顧客に対して、どのように貢献しているかという、その満足度は、私はやはり重要な目標なのではないかと思うのです。

ですから、数値自体は当然なのですけれども、それと同時に質の部分です。顧客がそれでどのくらい満足されたかということについての、やはり何らかの対応をとっていただけないかと思っております。

何かございましたら、どうぞ。

○西森常務執行役 今、委員長がおっしゃられた点は、全くおっしゃるとおりかと思っております。顧客本位の、お客様の立場に立った、お客様の役に立つ販売ということ、やはり基本に置いて、現場でもそれを基軸にして、要は販売員がちゃんとお客様に向いて、しっかりとお客様のためにできることを全力でできる環境を、ちゃんとしてあげなければいけないと思いますし、お客様満足の観点で、色々な評価をする際も、そういう観点もしっかりと入れていく必要があるかなと思っております。

言い訳になって申し訳ございませんが、今回のこの勧誘時事前承認のところは抜けていたという話が、直接的な原因としては、まさにこの後ろに書いたような話でございましたけれども、今回の事案を契機にしまして、社員からも色々ヒアリングをさせていただきました。

そういうヒアリングの結果として、この三つの直接的要因だけではなくて、やはりそういう営業の面の取組も含めて、直接的な要因ではございませんでしたけれども、社員の不公平感を少なくして、お客様からの声を意識してもらおうという意味でも、組織の風土ですとか、営業目標・評価の見直しということも、合わせて内部資料には記載させていただいております。

今回の事象に対する対応としては、この資料のとおりですけれども、これは特に組織風土ですとか、営業のところとか含めて、しっかりと時間をかけて、現場の社員の意見もしっかり聞きながら、お客様本位の観点で、しっかりと取組を進めてまいりたいと思っております。

○岩田委員長 どうもありがとうございました。

ほかに御質問はございますか。よろしいですか。

それでは、特段の質問等がなければ、質疑を終えたいと思います。

ゆうちょ銀行の方々、どうもありがとうございます。

(ゆうちょ銀行退室)

(かんぽ生命保険、日本郵便、日本郵政、金融庁、総務省入室)

○岩田委員長 それでは、続きまして「『日本郵政グループにおけるご契約調査及び改善に向けた取組について』の進捗状況の中間報告」について、かんぽ生命保険、日本郵便及び日本郵政から、御説明いただき、質疑を行いたいと思います。全体で15分以内での御説明をお願いいたします。

○堀家専務執行役 それでは、まず、私の方から、お手元の資料206-4-1、9月30日付で公表させていただきました「ご契約調査の中間報告及び今後の取組について」をもとに、御説明をさせていただきます。

ページをめくっていただきまして、1/6のところに「調査の概要」としてございます。

こちらを公表してから、先端の部署を立ち上げ、お客様への御案内を開始したということで、これにつきましては、第三者により構成されました特別調査委員会にも御説明しながら、適切に進めてきているところでございます。

進捗状況といたしましては(2)にございますが「①ご意向確認の進捗状況」ということで、特定事案につきまして、お客様15万6,000名、後ほど見ていただきますが、18万3,000件が、お客様ベースで言いますと、15万6,000名に対しまして、8月5日から発送を開始し、8月29日に完了しております。

曜日・時間を変えながら、お客様にお電話で連絡をとり、高齢のお客様、あるいは訪問を希望されるお客様に対しましては、訪問を通じて、連絡をとらせていただいております。9月27日時点では、8万9,000名のお客様に御連絡がつき、そして、御意向を確認できたお客様が、うち5万9,000名ということで、今後、御意向を確認するお客様が1万3,000名、それから、連絡がつきましたが、調査に協力をいただけていないお客様が、1万8,000名という状況となっております。

特に募集時の状況につきましては、次の2/6ページにございます。

表の形で、類型ごとにA～F事案ということで、記載がございますが、件数は、事案ベースで18万3,000件につきまして、御意向が確認できたお客様は、先ほど5万9,000名と申し上げましたが、事案ベースで申しますと、6万8,000事案ということで、大変恐縮でございますが、法令違反または社内ルール違反の可能性がある事案ということで、6,327名ということが、お客様との確認の中で判明しております。

これらにつきましては、御意向確認とあわせて、事案の調査ということで、募集人の調査も、現在進めているところでございます。

下の(イ)でございますが、お客様の御意向の状況でございます。

15万6,000名のお客様の中で、約5万9,000名のお客様の御意向が確認できたうちで、2

万6,000名のお客様から、契約の復元等、詳細な説明の御希望をいただいております、お客様の御意向に沿わず不利益を生じた事案につきましては、できるだけ迅速に対応するという事で、現在、対応を進めているところでございます。

事案ごとの内訳につきましては、次の3/6のところに、A～Fまでの内訳を記載してございます。

合計欄を御覧いただきますと、15万6,000名のうち、御意向確認5万8,710名、そして、詳細な御説明を希望が2万6,036名ということで、現在、このお客様に対しての最終的な御意向確認を進めさせていただいているところでございます。

以上が、9月末までのお客様の調査の状況ということでございますが、今後につきましては、③にございますように、今、まだ御連絡がつかないお客様につきましては、既に曜日・時間を変えて複数回御案内をさせていただいておりますが、これらにつきましては、書面により、返信用封筒も同封した御回答用紙を送付させていただくといったこととか、あるいは御案内状が不着になって返ってきたお客様については、住民票等を含めた住所調査を行った上で、再度御案内を送付するといったことを通じまして、全力で御案内をさせていただいているところでございます。

また、御連絡がつかしましたが、御意向確認に御協力いただけていないお客様につきましては、返信用封筒を同封した御回答用紙を送付させていただいて、協力をお願いしております。こちらにつきましても、郵政グループを挙げて、各社から協力も得ながら、対応を進めているところでございます。

次に(3)「全ご契約調査の進捗状況」でございます。御意向確認の進捗状況としましては、過去5年間の消滅した契約を含めました約3,000万件につきまして、お客様ベースで申し上げますと、1,900万件につきまして、8月23日から9月20日までの間に、発送を完了いたしました。この点につきましては、既に10月16日に公表させていただいておりますが、約6万件的発送の漏れが発覚をいたしまして、改めて発送を御案内させていただいたところでございます。

これにつきましては、9月27日時点で、約68万通、お客様から返信のはがきを頂戴しております、また、コールセンター等に御相談いただいた内容なども含めまして、お客様に対応する必要な調査を進めているところでございます。

こちらにつきましても、郵便局へお問い合わせいただいた場合も含めて、丁寧に御対応を進めさせていただいているところでございます。

今後でございますが、この10月、ちょうど今の時期でございますが、全てのお客様に御加入いただいている保障内容・保険料の払込みの状況などを記載した「ご契約内容のお知らせ」を毎年送付させていただいておりますが、こちらがお手元に届くタイミングでございますので、改めてこちらを御確認いただき、御契約内容に対する御疑問や御不安があれば、お知らせいただくということの中で、この全契約調査を補完してまいりたいということと、既にこれはテレビCM、あるいはかんぽ生命保険のホームページのマイページで、

この取組についてのお知らせをするといったことを通じまして、幅広くお客様に内容を確認いただき、お申し出をいただくような対応を進めているところでございます。

こういった中で、現在、全力を挙げて、お客様に生じた不利益の回復、そして、お客様から頂戴した声に基づく改善を進めるといったことで「お客さま本位の業務運営」に努めているところでございます。

こういった調査と並行いたしまして、今後に向けた改善策について、項番2から、御説明させていただきます。

根本原因分析につきましては、7月24日に設置しました特別調査委員会により、調査が行われているところですが、現時点で把握しておりますものを踏まえて、順次、改善策を進めているところです。

主な改善策としましては(1)にございますように「営業目標の見直し」ということで、今年度につきましては、目標を設定しないということで、かんぽ生命保険商品の積極的な提案も自粛しているところではですが、これらを今後に向けまして、新契約実績によるものから、保有契約をお守りして、増やしていくという考え方で、見直していくことも含めた抜本的な見直しを検討しているところです。

次の5/6に移りまして「ご意向確認等、契約時のチェック態勢の強化」ということで、今回の事案の原因の一つが、契約時のチェック態勢が十分でなかったことを踏まえて、募集時のチェック体制を8月から、かんぽ生命保険のサービスセンターにおきまして、全て再度チェックした上で、懸念のあるお客様に対しては、かんぽ生命保険から直接御意向を確認する体制を敷いております。

加えまして、9月からは郵便局においても、管理者がチェックする体制をスタートしております。また、9月末の24日からは、システム上アラートを表示することで、郵便局の管理者の承認がなければ、そもそも募集のプロセスに当たって、保障設計書を作成できないような形で、申込書を受け付ける前の段階で、チェックを強化するような対応も、スタートしているところです。

そのほか、今回、乗換えにつきまして、お客様に既に募集の停止をしておりますが、制度として「条件付解約制度」「契約転換制度」といったものを、前倒しで導入すべく準備をし、お客様の不利益を未然に防ぐ制度的な措置を準備しているところでございます。

また(4)の「お客さま本位の業務運営に対する態勢整備」でございますが、7月以降、経営トップが主導して、態勢を整備し、郵便局における研修、あるいは日本郵便におきましても、組織の設置、職務の見直しといったことに取り組んでいるところでございます。

(5)に移ります。高齢者の募集におきましても、お客様本位の営業活動が徹底し切れていなかったことを踏まえまして、既に満80歳以上の勧奨を停止してまいりましたが、70歳以上のお客様につきましても、満期等で、お客様からの御意向がある場合に限り、そして、さらには御家族説明により、御家族の同意がある場合に限り御提案するような形での、高齢者についての取扱い、積極的な勧奨の停止を、広く拡大しているところでございます。

次のページの（６）ですが、こういったことの背景にある郵便局員等のフロントラインの社員の声、あるいはお客様のさまざまな御指摘の声が届きにくかったことが、こういった事態を招いた背景にあるということで、フロントラインとのコミュニケーションを拡大していく。あるいは、内部通報窓口を設置するといったことの取組を進めております。

また、グループ会社間の連携を強化していくことで、各体制の整備にも努めているところでございます。

これらの改善策を通じまして、再発防止に向けた対応を順次、早急に強化を進めているところでございます。

それでは、続きまして、日本郵便から、御説明をお願いしたいと思います。

○立林常務執行役員 最後に、項番３でございますけれども「かんぽ商品のご提案の再開」について、簡単に御紹介いたします。

私どもグループでは、一旦、８月30日付で10月１日から、いわゆる郵便局とかんぽ生命保険支店においてかんぽ生命保険商品の御提案を段階的に再開するというところで、お伝えをさせていただいたところですが、やはり再発防止に向けました対策を、より浸透、定着させる必要があること、ただいまの特定事案調査がまだ終わっていないこと、特別調査委員会が、年内を目途に最終の報告書を作成することを踏まえる必要があること、さらに関係各所からの御意見等々を踏まえまして、2020年１月を目途に、段階的な御提案の再開を実施する予定とさせていただきます。

それまでの間は、もちろんお客様対応は最優先でございますけれども、さまざまな研修の実施をとおり、再発防止策の浸透を図ってまいりたいと思っております。

なお、郵便局でのそのほかの金融商品につきましては、11月以降、委託元との調整が整ったものにつきまして、順次、再開をさせていただきたいということでございます。

以上であります。

○木下執行役 最後に資料206-4-3、これは特別調査委員会の中間報告ということで、9月30日に出されたものでございます。簡単に御説明をいたします。

本件は、中正・公立な特別調査委員会に調査をしていただいて、その中間報告ということでございます。会社とは独立した委員会でございますが、中間報告書に関しては、会社のウェブサイトに掲載されております。

ポイントといたしましては、9ページの第2編のところで「本契約問題の要因となっている可能性が認められる事項」ということで、八点の御指摘をいただいているところです。

一点目が、かんぽ生命保険の商品設計に係る要因。

二点目が、日本郵便という単一の大きな代理店に依存するかんぽ生命保険という、他の生保会社にはない特殊な代理店との関係性に係る要因。

三点目が、解約制度、転換制度といった制度や、人事体系、人事評価、手当、目標の問題など、社内制度に関連する要因。

四点目が、いわゆる縦割りの組織文化など、組織風土に関する要因。

五点目が、組織体制及び業務運営態勢に関する要因ということで、目標が実力に見合わなかったということですか、あるいは恫喝指導といった指導の問題、チェック体制の不備が挙げられております。

六点目が、コンプライアンス体制に関する要因ということで、不適正な募集の事実認定において募集人が不適切募集の事実の否定した場合は、不適切な募集であると事実認定していなかった点、苦情処理などの検討過程で原因と改善策を検討する仕組みが不十分であったのではないかとといった点です。

七点目が、日本郵便という大規模単一代理店を抱えるかんぽ生命保険という関係性の中で、両社の持株会社である日本郵政において、これを補完する適切な統制が行われていなかったのではないかとというグループにおけるガバナンスに係る要因。

最後に、不適正募集のうち、高齢者や多数契約の方に最初傾注していた結果、乗換えの手当てが遅れたのではないかとといった御指摘をいただいております。

今後、さらに調査を深めていただきまして、年内を目途に、最終報告を取りまとめいただく予定でございます。

以上でございます。

○岩田委員長 どうもありがとうございました。

それでは、質疑に入りたいと思います。

ただいまの御説明に対して、御質問等がありましたら、お願いいたします。

なお、金融庁及び総務省への質問については、日本郵政グループの質疑後、時間を設けておりますので、まずは日本郵政グループに対する質疑を、よろしくお願いいたします。

それでは、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。

今回の事態は、郵便に対する国民の信頼を非常に損なう事案だったと思うので、そういう意味で、大変残念に思っているわけです。なぜこういうことが起きたのかということについては、現在、特別委員会で調査中ということですので、その結果を見ないことには、判断できないと思うのですが、今まで言われていることで、ちょっとわからないことが一つありますので、伺いたいです。

中間報告の11ページ目の5、経営層への報告等の過程で情報が矮小化されたとかいうことで、この場でも、あるいは対外的にも、既に発表されていることですが、日本郵政はじめ経営トップにこういう不適切な事案があると、お客様から苦情が来ているということについては、報告が上がっていなかったということが公表されておられて、それ自体が問題だとは思っています。

ただ、最近になって、他方、NHKに対して、報道ぶりについて、経営トップの方から、昨年の段階で、抗議を出されたり、色々やりとりが行われたようなことが報道されておられるということで、ちょっと伺いたいことは、報道について問題があれば、それについて、当事者が意見を言うというのは、当然のことです、それ自体は別におかしいと思わないので

すけれども、NHKに抗議するに当たって、事実関係はどのようなのだということは、お調べになったのかどうか。

通常であれば、調べた上で、これは事実と反しているということがあれば、それを踏まえて抗議したり、対応するのが普通なのですが、本件の場合はどうだったのかなということ、ちょっと伺いたいわけです。というのは、経営トップに報告が全然上がっていなかったと言われていたのですが、実態が上がっていなくてわからなくて、NHKに抗議するというのも、何か不自然な感じがするのです。

私の所属する企業でも、外部からいろいろ問題が指摘された場合は、それが事実なのかどうかというのをまず調べて、その上で、事実でなければ当然抗議する。事実であれば、そこはそれで対応した上で、しかるべき措置をとる。これが普通のパターンではないかと思うのですが、今回の日本郵政の場合は、そこら辺はどうだったのかなということ、ちょっと伺いたいということです。

○木下執行役 「クローズアップ現代+」に関しましては、NHKが視聴者からの意見募集のためにツイッターに動画を出しておりました。その動画が「かんぽ詐欺」とか「押し売り」とか、非常に刺激的な言葉を使っており、事実の摘示がなく、一方的に出された点についていかなものかということで、この動画の削除をお願いしたものです。

番組の内容ではなく、その動画の作り方について、あたかも組織ぐるみで悪事をやっているような印象を与える内容であったため、抗議といたしますか、申入れをいたしました。

○老川委員 わかりました。

○岩田委員長 よろしいですか。

では、三村委員、どうぞ。

○三村委員 一言だけという感じなのですが、約20年前、実は私は当時の郵政省の時代にかんぽ生命保険のお手伝いをしたことがございまして、当時、初めてCSとか、顧客満足度調査とか、サービスクオリティーマネジメントとかの考え方が広がったときに、最先端で取り組まれたのが、実はかんぽ生命保険で、ものすごく顧客満足度が高いということでも、実は非常に評価されたところがありました。

ですから、先ほどから、顧客満足とか、顧客視点の組織体制になっていないというのは、この20年間、本当に何があったのか。だから、おそらくそれをベースとして、過去に築かれたかんぽ生命保険に対するお客様の信頼とか、それに対する満足度があつたものが、ある意味で、こうやって崩されることがあつたら、極めて残念なことであると感じております。

先ほどの資料の中で、これが恐らくキーワードなのですけれども、例えば顧客満足度とか、募集品質改善ということですが、大切なのはフロントラインのあり方です。これがサービス品質に関しましては、フロントラインの方とか、現場の人たちとの意向とか、働き方とか、それに対して、どのように組織がそれを支援しているかという、まさにそれは組織内コミュニケーションの問題です。

これは本当に20年以上前から認識されていて、それに対しても、当時のかんぽ生命保険は非常によくわかって、熱心に取り組んでいたところがありますので、その点につきましては、ぜひ見直していただきたい。組織風土とか、カルチャーがやはりどこかゆがんでしまったのかなという感じがしますので、ぜひお願いしたいと思います。

そうしますと、研修なのですが、研修のやり方も二つありまして、規則とかルールを厳密に守りなさいという研修もあれば、かんぽ生命保険、あるいは生命保険の営業に対して、どれだけ御自分たちが意欲的に取り組めるかということを開発する研修もある。

今回、こういったような不祥事がありますから、厳しくということが、どうしても前提になると思うのですが、それと同時に、おそらく一生懸命現場で頑張っている方もいらっしゃるわけですので、そういう方々に向けて、基本的に、一種の組織内サポート的な意味を持った研修、それから、その方たちの意欲、ある意味でモチベーションを高めるとか、そういったような研修の形も、工夫していただきたいと思います。

以上です。

○立林常務執行役員 先ほどの老川委員からもございましたけれども、三村委員からもございましたように、今回の問題につきまして、郵便局の信頼を損ねてしまったことにつきましては、大変申しわけなく思っております。

その上で、今、三村委員からおっしゃっていただいた、いわゆるフロントラインとの組織の中でのコミュニケーション、ちょっとこの例えがどうかというのはございますが、目詰まり的なところが、結果的には起こっていたのではないかという認識を、私どもも持っております。

さまざまな手立てが必要だとは思っておりますけれども、ただいまのところ、フロントラインセッションというような形で、社長の横山ほか、本社の幹部の役員が直接出向いて、社員の生の話を聞くというようなことを、各ブロックの支社段階で、ほぼ一巡を終わらせたところでございます。

今後も、これに限りませんけれども、さまざまな取組を続けていきたいと思っております。

また、研修につきましても、御助言をいただきました。この資料の中では、ここに書かれてございますような、当然、どうしてもお客様の信頼を回復させるためのさまざまな取組を教える必要がございますけれども、三村委員からいただきました御指摘も踏まえつつ、今後、御案内を再開させた後の社員のモチベーションといったところも、会社としては、非常に大事なところでございますので、その辺も踏まえながら、研修を進めさせていただきたいと思っております。

以上です。

○岩田委員長 それでは、清原委員、どうぞ。

○清原委員 御説明ありがとうございます。

今回、同じ9月30日付で、かんぽ生命保険契約問題特別調査委員会からの報告で、9ペ

一ジ以降に、要因となっている可能性が認められる事項が、9項目列挙されているわけです。それに対して、同日、皆様から出された、今後の取組についての内容でございますが、7項目でございますから、1対1で決して対応はしていませんけれども、九つの要因分析を踏まえての改善策が、一定程度簡潔にまとめられていると受けとめました。

そこで、例えば営業目標の見直しについて、これまで新契約実績に偏重したことを見直して、当面は営業目標を設定しない。むしろ保有契約をお守りして増やしていくという考え方に見直すという、量についての一定の視点の変更が出されたとともに（4）では「お客様本位の業務運営に関する態勢整備」の中で「募集品質向上」という言葉が出されております。すなわち、量から質へ、あるいは、量も大事けれども、質をより重視した募集の態勢に変えていくと書かれているのです。

これは、私は望ましい方向だと思うのですが、それでは、具体的にこの態勢を整備していくに当たって、今、まさに動いているプロセスだと思うのです。今、現に取り組んでいらっしゃる、このお客様本位の業務運営に対する態勢整備が、先ほど問題もありました、社員のフロントラインの中で実現していかなければいけないとっていて、この態勢の現状について、もう少し、今までと本当に変わっているのかどうか、御説明をいただければ、ありがたいと思います。

よろしく申し上げます。

○立林常務執行役員 お答えいたします。募集品質の向上ということ、今回の調査等々の結果を踏まえまして、やはり郵便局のフロントラインで、ともすると、新契約の実績を追うようなところが重視されてきたという反省に立ちまして、体制的なところとしては、本社に部を置いたりということはやっています。

郵便局の段階におきましては、御紹介いただいた（2）のところがございますように、募集をしてきて、郵便局で上がってきた段階で、一旦、管理者が全ての契約についてチェックをするようなこと、あるいは乗換契約や、多数契約については、一旦、システムで手続を止めさせて、管理者がしっかり見た上で、良いと判断したものだけをその次の工程に渡すというようなことを取り入れて、これが大体9～10月から始めてきたところでございます。

私ども日本郵便といたしましては、それをしっかり実効あらしめるために、代表的な管理者でございますところの金融渉外部長、あるいはその上の本部長の職責をしっかりと明示するところや、実際に送ってこられたチェックをするところの態勢を、今、ここがございますように、しっかり浸透させているところで、不備があればそれを早急に是正させるような手を打ちながら、フロントラインのいわゆる募集品質というところを上げるように考えております。

この結果を、この中にもございますように、後ろの段階で、かんぽ生命保険のサービスセンターのほうで、ダブルチェックと申しますか、重疊的にチェックをすることで、お客様の不利益を根絶することを考えているところでございます。

○清原委員 当初、11月1日から、改めて募集を開始しようと言われていたのを、来年の1月に延ばされました。すなわち、今は新契約ではなくて、満期が来られた方への対応が主となっていらっしゃる現状だと思います。そうであれば、まさにちょうど今、保険を持っていらっしゃるお客様に対して、どのように対応していくかが問われるタイミングだと思うのです。

ですから、この不適切事案を踏まえて、新規契約を受けない今、フロントラインの皆様が、顧客が保有されている保険を、次はどのようにされていくかについて、親身になって御相談に乗っていただくということがなければ、信頼回復にはつながらないと思いますし、フロントラインの皆様が反省していただくのは十分大事なことなのですが、目の前にいるお客様に対して、適切に対応していただくようなガバナンス、それがなければ、コンプライアンスは保てないと思いますので、それをよろしくお願いします。

以上です。

○立林常務執行役員 ありがとうございます。

その御趣旨を踏まえて、しっかりと取り組んで、さまざまな手を打って、取り組んでまいりたいと思います。

○岩田委員長 米澤委員、どうぞ。

○米澤委員 どうもありがとうございます。

まだ中間ということもありますので、限られた中で言及させていただきたいと思いますが、特別調査委員会からの報告の10～11ページあたりに書かれています。特に第6です。コンプライアンス体制に関する要因ということで、いまだに不思議なのは、本当のトップが気づいたのは、極めて後半、最後の方だという説明を受けました。それまで全く気がつかなかったということなのですが、それが非常にびっくりというか、信じられないという感じを持っております。要するに、内部統制とか、内部監査はどうなっているのかなということです。

こういう問題に対しては、ぜひ早い段階から外部の目が入るような、これは監査ですから外部監査役なのでしょうか。ないしは社外取締役はたくさんいらっしゃいますので、この人たちの何人かを含めまして、FD委員会か何かをつくって、そこでもって、少し上がってきたところで議論をしていく。取締役会というのは、件数が少ないときは、そういう話題になりにくいのかもしれませんけれども、早い段階で外の目を含むようなチェック体制でつかむという体制を、ぜひとっていただきたいと思うのです。それをかんぽ生命保険に置くのか、日本郵政の方に置くのか、それはいろいろ議論の余地があるかと思います。

前回、あるところで我々はヒアリングをしたのですが、特にコンプライアンスに関しては、全て性悪説に立ってやる必要があるということですので、美しい絵からは逆なのですけれども、美しい絵を描くというのは、もちろん重要です。組織風土の話も重要ですけれども、一応性悪説に立って、そこでもっと早目に、外部の人を含むところでチェックが上がるような格好でもって、そういうような組織をつくっていただきたいと思います。

保険でもFD委員会はありますよね。フィデューシャリー・デューティー、このような内容の委員会を、ぜひつくるべきだと思います。

以上です。

○堀家専務執行役 私どもの社外取締役からも、全く同様の、情報をしっかり上げて議論する必要があるとの御指摘を頂戴しておりますので、現在、監査委員会、あるいは取締役会等での御議論をしっかりといただくという形で、社外の有識者の知見を反映していくということで、取り組んでいるところでございます。

○岩田委員長 それでは、私の方から二つお伺いしたいです。

一つは、日本郵政グループにおける今後の取組という御説明いただいた中間報告です。その5ページ目なのですが、これがいろいろな対応、改善策ということで並んでおります。

三番目に「条件付解約制度、契約転換制度の導入」が入っております。この御説明によれば、2020年の4月を前倒ししたり、あるいは2021年4月の前倒しを検討となっているのですが、これはやはり民営化をしたときに、少なくとも条件付解約制度とかを入れていけば、これほど多くの問題が累積することにはなかったのではないかなと思うのです。

これがどうして遅れたのか、一部の御意見では、システム対応が間に合わない。あるいはコストがかかり過ぎるというようなお話も聞くのですけれども、それはそういう理由だったのか。逆に言いますと、今度は両方実施されるわけですよね。そうしますと、このシステムにどのくらい費用がかかるのか。どのくらいの費用がかかると思うので、遅らせていたのかというのを知りたいということなのです。これが一点目です。

もう一つは、これは内部統制とも関係しますけれども、私の聞いているところによりますと、これは2/6ページを拝見しますと、法令違反または社内ルール違反の可能性を合わせると、6,327件となっております。特に法令違反というのは、もし間違っていれば、直していただきたいのですが、1,400件ほどあるというお話も伺っております。

ところが、この2018年度に届け出た件数は22件だとも伺っております。私はこのギャップが、どうしても大き過ぎるのではないかなと思うのです。このギャップが生じる一つの理由は、お客様の苦情が10万件とか、そのぐらいあると、件数自体は減っていますという御説明もいただいているのですが、ただ、10万件をどのぐらいしっかりと吟味していたのか。これは社員のいろいろな声を聞くというのはもちろんなのですが、苦情というのは、お客様の声なのです。その声を本当にお客様本位で聞いていたのかなということについて、やや疑念を抱くのです。

私は、10万件処理するのは、やはり大変だと思うのです。これはそれこそ、今のAIの技術、ビッグデータの技術を活用して、もう少し効率的に、かつ正確な苦情の処理の体制、処理するに当たっても、その結果を上まできちんと上げるという、レポーティングラインと私は言っているのですけれども、社員の声を吸い上げるというのもレポーティングラインですけれども、お客様の声を聞くというのは、これもまた同様に、重要なレポーティン

ラインだと思っております。ですから、そこは対応をしっかりとやっていただきたいと思いますけれども、特に苦情の処理のあり方については、どこにも触れられていないので、ちょっと気になっております。どうされるのかお伺いしたいと思います。

○堀家専務執行役 まず一点目の条件付解約制度、転換制度でございますが、契約転換制度については、以前にも当委員会でも申し上げたかもしれませんが、民営化直後は、旧の国の契約、機構契約と呼んでおりますが、これがかんぽ生命保険との関係では、転換、いわゆる下取りの対象にならないというようなことで、一定契約がストックされていく中で、転換制度の対象となる契約が増えてきたというような背景がございます。

あわせて、私どもの商品が、やはり養老、学資といったような貯蓄性の高い商品ということで、満期もあって、その機会で見直されることが通例であったことから、途中で契約を解約等、あるいは下取り等をされて、新たな保障を御検討いただくような形での提案をさせていただく、いわゆる保障重視のコンサルティング営業を進めてまいりましたのが、比較的最近であるといったこともございまして、民営化当初、こういった制度を導入してこなかったことが、背景がございます。

次に、苦情でございますけれども、御指摘のとおり、毎年減ってきたという認識のもとでございますが、まだ10万件近い件数が、昨年度においても発生しております、これらについての分析、あるいはその中での問題を発信していくことが、十分でなかったということございました。

先ほど、委員長からのお話にもありましたように、6,327件のうち、法令違反の可能性のあるお客様のお申し出が、約1,400件ございました。これらにつきましては、先ほど申し上げましたように、現在、事実の確認を、お客様及び募集人に対して行い、適切に対応していくことを行っているところでございます。

いずれにしましても、苦情につきましては、皆様からございますように、まずしっかりと内容を把握し、個々のお客様との関係で御不満を解消する、不利益を解消するとともに、経営にどのように生かしていくかという観点での分析が極めて重要と考えてございますので、これにつきまして、経営層でしっかりと議論ができるような形で、対応を強化してまいりたいと考えております。

○岩田委員長 わかりました。

ほかには御質問ございますか。よろしいですか。

それでは、ありがとうございました。

(かんぽ生命保険、日本郵便、日本郵政退室)

○岩田委員長 それでは、今日は金融庁及び総務省の方々もお見えになっておられますので、御質問等ございましたらどうぞ。

それでは、清原委員、どうぞ。

○清原委員 金融庁の方に質問が二点あります。

資料206-4-1の2ページ目に「募集時の状況」から類型でA～Fまで分けて、その中で、

このような調査対象事案数と、法令違反または社内ルール違反の可能性のある事案となっているのですが、このようなタイプの事案が生じているのは、やはりかんぽ生命保険の特徴でしょうか。ほかの保険会社では、このようなことは今まで発生したことはなかったのでしょうかというの、一点目です。

二点目は、先ほど、法令違反の可能性のある案件について調査中とあったのですけれども、このような法令違反があった場合は、何らかの制裁というか、あるいは是正勧告というか、そういうことが、今後、あり得るのでしょうか。

その二点について、教えていただければと思います。よろしくお願いします。

○尾崎課長 まず、一点目ですけれども、民間生命保険会社の中には、先ほども出ました転換制度を導入しているところもありまして、そういったところにつきましては、乗換えという形ではなくて、古い契約を引き継ぐ形で新しい契約を結ぶ形になりますので、かんぽ生命保険で問題になったような乗換えの問題は起きにくいかと思います。だからといって、全くないというわけではありませんけれども、ちょっとかんぽ生命保険とは事情が異なっていると考えております。

それから、法令違反の場合の対応ですけれども、それは法令違反の広がりとか、悪質性の度合いとか、それに向けた自主的な改善対応とか、そういったようなものを勘案しつつ、行政としてどのように対応するかということを決めるということで、当然のことながら、さまざまなレベルがございまして、一番重いものは免許取消というところから、業務停止とか、業務改善とか、いろいろなレベルの対応が、法令上は規定されております。

○清原委員 総合的な御判断ということですね。

ありがとうございます。

○岩田委員長 老川委員、どうぞ。

○老川委員 金融庁の今後の検査に当たって、先ほど来、お話が出ているわけなのですが、この不適切な事案があって、どのようにその情報が処理されていたのかというあたりも、しっかり調べていただく必要があるのではないかなという感じがします。というのは、4月の株式公開のときに、こういう不適切な事案があったことを承知していたのかどうかということが一つ問題になって、その時点では、例年と同じく問題案件は、22件しか報告されていない。

経営側にとっては、全然情報が上がってなくて、認識がなかったというお話で、我々もそうかなと思っていたのですが、その後、先ほどのお話もそうなのだけれども、こういう問題になっていること自体はかなり認識されていたようで、先ほどの御説明だと、表現の問題でNHKに対する抗議をしたというのですが、その後からも半年以上経っているわけで、その後、事実関係を調べたりしていれば、もっと違った対応が出てきていたのかもしれないという気がするのです。

そういう意味で、そこら辺が一つの問題の鍵ではないのかなと思いますので、その辺もそういう情報があって、それが本当に伝わってなかったのか。あるいは伝わらなかったと

したら、一体どういうことだったのか。これはやはり問題の一つの重要なポイントだと思いますので、申し上げました。

以上です。

○岩田委員長 何かございますか。

○齋藤参事官 まさしく御指摘のとおりだと思っております。株式公開との関係というのは、ちょっと別の話かもしれませんが、いずれにしても、不適切な募集といったものに関する情報が、適切なタイミングで、適切な内容が経営陣に上がっていたのかどうか。いなかったとすれば、それは何が原因だったのか。あるいは、端緒があれば、それを経営陣がちゃんと調べろという指示を出したのかどうかとか、そういうようなことも重要な観点だと思っておりますので、改めて指摘は受けとめさせていただきたいと思っております。

○岩田委員長 ほかには、御質問よろしいですか。

では、私から少し大きい質問をお願いしたいと思っておりますので、今回も、言ってみますと、持株会社と子会社との関係、その情報流通といえますか、そこがどうも滞っているようなことで問題が起こっていますが、私が民営化委員長としてちょっと心配していますのは、民営化が終わったとき、つまり株の第三次売却が終わった後、この持株会社と子会社の関係が、どのようになった方がいいのか。

これはシンガポールを伺った際の話ですが、ゆうちょ銀行に相当する銀行株式を全部売却してしまって、今、eコマースをやろうと思ったら、銀行の免許が必要で困っているというお話も聞くのですけれども、将来像として、民営化後、どういう体制で運営していくのが望ましいとお考えか。

つまり、こういうように少し特殊なわけです。非金融をやっている郵便の部分と、金融をやっている二つの部分があって、それが一体として、このまま今の形で運営することが、民営化後の姿として望ましいのか。あるいは、金融は金融で別途にした方がいいのか。何らか、そういう将来像について、今、どのようにお考えになっているか。金融庁と総務省、両方にお伺いしたいと思います。どちらからでも結構です。

○齋藤参事官 そこについては、金融庁としてこうあるべきとか、こういうことが望ましいということについて、何か考えがあるかという御質問であれば、そこについてははっきりした答えはなかなか難しいと考えております。基本的には、こういう枠組みを踏まえてグループ全体として、あるいは日本郵政が持株会社として、きちんと経営判断として考えていただければと考えてございます。

○岩田委員長 総務省、どうぞ。

○長塩部長 同様でございまして、個々の経営判断に委ねるところは多いとは思いますが、ただ、総務省といたしましては、今、現状の制度として、持株会社、日本郵政、日本郵便に対しては、郵便、それから、金融についてのユニバーサルサービスが、法律上の責務としてかかっております。いずれにしても、そういったユニバーサルサービスは、適切に国民に対して提供いただけるような枠組み、これはしっかり法律に基づいてでございますが、

堅持いただくことが、最低限必要なことだと考えております。

○岩田委員長 ありがとうございます。

それでは、特段の御質問がなければ、質疑を終えたいと思います。

御説明いただきまして、どうもありがとうございました。

(金融庁、総務省退室)

○岩田委員長 以上で、本日の議題は終了いたしました。

事務局から、何かございますでしょうか。

○北林事務局次長 次回の民営化委員会ですが、開催につきましては、別途、御連絡させていただきます。

○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。本日は、ありがとうございました。