

郵政民営化委員会（第262回）議事録

日 時：令和5年6月26日（月）13:27～14:22

場 所：郵政民営化委員会室（永田町合同庁舎3階）及びオンライン

出席者：山内委員長、関口委員長代理、佐藤委員
（敬称略）

日本郵政株式会社 飯田常務執行役、杉崎DX戦略部長
株式会社ゆうちょ銀行 矢野デジタルサービス事業部長、小林事務企画部長
株式会社かんぽ生命保険 岩田執行役

○山内委員長 ただいまより「郵政民営化委員会」第262回を開催いたします。

本日は、委員5名中3名の出席でございますので、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まして議事を進めてまいりたいと思います。

本日は「日本郵政グループにおけるDXの取組状況」についてでございます。これは日本郵政の飯田常務執行役から全体で30分程度で御説明をお願いしたいと思います。その後、質疑とさせていただきます。では、よろしく願いいたします。

○飯田常務執行役 ありがとうございます。本日はよろしく願いいたします。

お手元に資料を配付させていただいております。今、委員長からも御案内がありましたように、現時点で日本郵政グループのDX推進の取組について、本日、最新の情報をお伝えしたいと思っております。

おめくりいただきまして、見出しとして「1. 未来の郵便局が目指すもの」と書いてございます。

2 ページ目は、去年の2月14日、私から、去年はまだコロナの最中だったのでオンラインであったと記憶しておりますけれども、御説明を申し上げました。

この「未来の郵便局」は何なのかといったところで、郵便局の強みであるリアルな郵便局ネットワークとデジタル技術を融合させて新たな提供価値をつくっていかう。それは郵便局のサービスをお使いになるお客様の体験価値を徹底的に高めることで、デジタルとリアルが別々のものではなくて、これがシームレスにつながることによって、お客様によりよい体験価値を提供できるということでございます。

何度も申し上げますけれども、デジタルはあくまでも手段でございますが、当社グループはまだまだ十分どころがございませんので、デジタル技術の導入を一日も早く進めまして、リアルとデジタルを掛け合わせて「未来の郵便局」に近づいていかうということでございます。

3 ページ目で、こちら去年御説明申し上げましたけれども、下段がマイナスからゼロというふうに書いてございます。

先ほど申し上げたように、当社グループ、郵便局ではまだデジタル技術が有効に活用し切れていないところがございますので、ここをいち早く、いわゆるキャッチアップして、

現在、お客様が持たれている郵便局のサービスに対して不満とか不安とかがあるとすれば、ここは早くマイナスの体験をゼロに持って行って、その上で、本来、我々が注力すべきプラスの体験、新たな提供価値を生み出していこう。

そういうことで、こちらに書いてございますのは例ではございますけれども、マイナスをゼロ。例えば手続を、デジタル技術を活用してスマートにするとか、郵便業務ですと、基本的な送る・受け取るといったことをより効率よくクイックにやっていただけるようにする。そして、ゼロからプラスで、特に地方部では、郵便局は地域住民の方に対して非常に身近な存在であると思っております。今まで培ってきました郵便局または郵便局員が提供するサービスのよさをさらに磨いて、お客様に今まで以上に身近に感じていただけるように、ここもデジタル技術を活用してやっていきたい。または、郵便局の窓口等で物販をやってございますけれども、各地域ならではの、または郵便局ならではの買い物体験なども新たな提供価値として生み出していこうと思っております。

これが前段で、この1年、我々なりに、日々、一生懸命やっております、いよいよ本年度から、去年お話ししたのは概念的なお話をさせていただきましたけれども、より具体的に、今年度、既に進んでいるものもございまして、これから日本郵政グループまたは郵便局がどのようなサービスを展開していくかという詳細の御説明をしたいと思います。

ここからは、杉崎部長、よろしくお祈りします。

○杉崎DX戦略部長 日本郵政のDX戦略部長をしております杉崎と申します。よろしくお祈りいたします。では、私から、5ページの2023年度のDX推進体制から御説明させていただきます。

DXはグループ経営戦略の柱と捉えてお祈りまして、主要なお客様の接点である郵便局において、グループ全体としてどういう戦略・方向性を踏まえた施策を打っていくかといった形を非常に重要だと思っております、この2023年4月から日本郵政と子会社である日本郵便のDXの部署を両方ともDX戦略部という名前に改称いたしまして、部長は私が両方やっております、担当役員は両方とも飯田がやっている形になりますが、今、一体的に運営を進めているところでございます。

日本郵政グループ全体としてのより一体的・効果的な推進をするためにも、引き続き、ゆうちょ銀行・かんぽ生命等とも連携いたしまして、グループ全体として、お客様起点で、最適化されたDXを進めていくといったことを重視しているところでございます。

また、デジタルの子会社でございますJPデジタルは、引き続き、デジタル施策の専門家集団として、グループ各社のDX施策を伴走・支援していく形で進めているところでございます。

おめくりいただきまして「3. 具体的な取組状況」でございます。7ページを御覧ください。

まず、基本的な考え方で、概念を示しておりますけれども、デジタル技術を活用することによって、当社グループの主要な3事業であります郵便・貯金・保険、そして、人事と

か労務管理とかの、いわゆる共通事務と称していますが、こういった事務手続を効率化して、社員の負担を軽減していく。

同時に、そこで生まれた余力を活用して、地域に根差した郵便局と社員という我々の最大の強みを生かして、お客様サービスの向上や新規事業の創出につなげていきたいと考えてございます。

したがいまして、まずはデジタル化を進めることによって社員の負担を軽減しつつ、さらにお客様サービスのお客様体験の向上を図っていく流れで考えているところでございます。

8 ページ目を御覧ください。お客様接点ごとのデジタル化で、郵便局窓口でございます。

下を御覧いただきますと、便宜上「大規模」と「小規模」と記載しているところでございます。「大規模」と書いておりますのは、イメージとしては東京中央郵便局とか各都道府県にあるような大きめな、いわゆる本局と言われているような郵便局で、「小規模」としておりますのは、町なかにある小さい郵便局といったイメージでございます。

大規模な郵便局につきましては、お客様が非常に多い点があるのと同時に、取扱商品についてもフルラインナップで提供している。一方で、小規模なところは、商品・サービスについては一部限定している。お客様の数も少なく、社員も少ない状況でございます。

大規模な郵便局につきましては、右側で、将来的には郵便・貯金・保険、そして、がん保険等の基本的なサービスを提供しつつ、お客様によるセルフの手続を拡大していくとか、それによって、社員は相談業務に注力していく。こういった体制を進めているところでございます。セルフ手続のための端末を置いたりして進めていっているところでございます。小規模な郵便局につきましては、これまでは商品のラインナップにも一部限定しているところがございましたけれども、こうしたものを、例えば専門の社員とか集約したセンターというところにオンラインで接続しまして、社員の負担を増やさずに新たなサービスの取扱いを行うことでお客様の利便性を高めていこうと考えているところでございます。

また、中ほどで、スマートフォンやウェブのサービスにつきましても充実を図っていき、お客様が郵便局に御来局いただいてお手続をされる場合もありますし、御都合により行っている時間がないとか、ちょっと面倒といった場合にもスマートフォン等でお手続ができるような体制をつくっていく。こうした形で進めていっているところでございます。

9 ページ目を御覧ください。冒頭申し上げた「みらいの郵便局」構想で、現在進めているものの主な施策を記載しているところでございます。

一つは、後ほど申し上げますが、郵便局アプリ、グループ共通ID、そして、グループ共通IDに基づくグループ顧客管理基盤を、今、システムの構築を進めていっているところでございます。

1 つずつ見ていきたいと思しますので、10 ページ目を御覧いただければと思います。1 つ目は郵便局アプリでございます。

現状、当社グループは様々なアプリがあるのですけれども、サービスごとにアプリがあ

るような、正直、乱立しているような状況でして、新しいものをどんどん増やしていった結果、今、こうなっているのですが、結果として、お客様からすれば、これをやるためにはこのアプリが必要といった形で、非常にお客様に御不便をおかけしている部分がございます。

したがいまして、こうしたグループ内のアプリを段階的に統合していこう。もちろん、物によってはセキュリティの問題とか、分けておいたほうがいいものもあると思うのですが、そうではなく、やはり郵便局に行くと郵便でもゆうちょでもかんぽでも取扱いができる。それがスマホ上でも同じような感覚で、そのアプリに行けば様々な取引ができる。こういった世界観に基づいて、今、つくっていつているところでございます。

まずは、非常に利用の多い郵便の部分からアプリの基盤をつくっていつているところでございます。既にサービス提供させていただいておりますアプリのうち、日本郵便アプリとゆうパックスマホ割アプリがあるのですが、まず、これの統合から進めていつている。段階的には、ほかのアプリについてもAPIで連携するなどして接続して、お客様が1つのアプリから様々なサービスを御利用いただくようなところをつくっていかうと思っております。

まずは、最低限のサービスのところからつくっていきながら、お客様の声や社員の声を聞きながら、迅速に改善を重ねて、よりよいサービスをつくり上げていきたいところで、最初はまずは郵便から始めておりますが、段階的な拡張を予定しているところでございます。

11ページ目を御覧ください。グループ共通IDでございます。

先ほど申し上げたとおり、アプリがサービスごとにあると申し上げましたけれども、同じように、結果としてIDも複数存在する形になっているのが現状でございます。この複数存在するIDを1つに集約していきたいと考えておりまして、現在、新たなIDや、そのIDの基盤となるシステムの構築を進めているところでございます。

まずは、これも日本郵便内で最も会員数の多いゆうびんIDというものがございまして、そこを新たなシステム基盤に乗せていく。段階的に、例えば郵便局のネットショップとか、そうしたIDをそこに統合していつて、右下に書いてございますとおり、様々なアプリ・サービスをこの新たなIDの基盤に集約していくことを想定していつているところでございます。

12ページを御覧ください。

これによりまして、現状は、例えば郵便であれば郵便のデータ、ゆうちょであればゆうちょのデータ、かんぽであればかんぽのデータと、別々な状態で、同じお客様であろうと別々の情報といった形になっておりますものを、IDを統合することによりましてひもづけを行って、グループ共通のグループ顧客管理基盤にデータを集約していくことによって、よりよいサービスの提供とか分析とかに有効活用していこうといったところでございます。

それを踏まえて、お客様に対してもよりよいサービスが提供できるように進めていこう

と考えているところでございます。

13ページで、デジタル発券機でございます。

アプリと、グループ共通のIDと、データベース・顧客基盤と、このデジタル発券機の4つを、今、主要な施策として進めていっているところなのですが、デジタル発券機につきましては、いわゆるタブレットを使っておりまして、インターネットに接続している状態になっております。したがって、お客様が郵便局の外にいてもインターネット上で郵便局の混雑状況が分かるところとか、社員にとっても事前にお客様の御用件が分かるものですから、それに向けた準備を事前しておくことでサービス提供をよりよくしていく。具体的には、お待ちいただいている時間を短縮していくとか、そういった対応をしていっているところでございます。また、お越しいただくお客様のデータが蓄積されますので、それを生かした要員の配置とかオペレーション改善に使っていくといった状況でございます。

また、郵便局アプリと今後、私、先ほど申し遅れましたけれども、今年10月に郵便局アプリをリリースする予定でございますが、それと連動いたしまして、郵便局を探すところで、郵便局を探して、混雑状況を確認して、事前に整理券を発行するといった、新たなお客様の動線をつくることで利便性の向上につなげていきたいと考えているところでございます。

郵便や金融窓口の取扱件数、つまるところ、お客様が多い郵便局を中心に、現在、34局に実施しておるのですが、これを今年度中に100局程度に拡大したいと思っております。全部の郵便局、2万の郵便局にこの発券機を入れるつもりはございませんで、お客様の多いところについて入れていこう。逆に、地方部のお客様があまりお越しいただかないようなところであれば、わざわざ来て発券機を引くよりも、入り口からいらっしゃいませと言ってお迎えしたほうがお客様サービスのいいと思っておりますので、こういったサービスがより効果的に発揮できるような郵便局に絞ってやっていこうといったところで考えているところでございます。

最後、14ページで、スケジュールを記載しているところでございます。

一番重要なポイントとなりますのは、今年7月にグループの共通IDを、まず、基盤をリリースするところと、10月に郵便局アプリをリリース。こういった形で、今、鋭意、システムの最終調整をしているところでございます。

駆け足で恐縮でございますが、説明は以上でございます。

○山内委員長 どうもありがとうございました。

それでは、御説明の内容について質疑に移りたいと思っておりますけれども、質疑といっても佐藤さんと関口さんしかいないので、いかがでしょう。どちらか、何か御質問等があればお願いしたいと思います。

佐藤さん、どうぞ。

○佐藤委員 御説明ありがとうございました。以前、テレビのニュースでこういった「み

らの郵便局」を見たことがあって、大変いいイメージがあったので、ぜひ頑張ってやっていただきたいと思っております。

DXに関しては、時代のニーズなので、進めていくことは決まりだと思うのですが、やはり費用対効果つまりどのくらい費用が削減できたのかという金額的なものが見えるほうが評価はしやすいのではないかなと思います。それがたとえマイナスだったとしても、こちらは将来投資とか、イノベーションとか、そういうものにつながると思うのですが、金額的な評価をすることが大事ではないかなと思っておりました。

それで、4点ありますけれども、1点は10ページ目、郵便局アプリの話で、これは私も言われて使ってみたのですが、確かにアプリがたくさんあって、どれを使ったら何ができるのだろうとまずは思ってしまった、驚きました。なので、統合するのは本当に早くやらなければいけないだろうし、むしろ、このような初めの仕様として、幾つにも分かれたアプリでは、統合するまでの間にお客さんが離れてしまうのではないかなと思うぐらい、分かりにくかったと思いました。なので、早くやったほうがいいのかと思うのですが、スケジュールがあるので、なかなか早めることはできないのはわかりますが、初めの設計段階でどうしてこんな設計をしたのかという点には驚きました。

次の11ページは、グループ共通IDの新たなデータベースですね。これだけの大きな顧客データベースなので、これをいかに使っていきかが次の10年、20年の収益につながっていけばと思いました。だから、こういうものも、収益に換算しにくいものかもしれないのですが、それでもこういったところをできるだけ見える化して費用対効果を評価したほうがいいのかと思います。

あとは、13ページで、これは郵便局に来るときの整理券の発券は基本、予約ではないですか。順番なのですか。ほかの金融機関さんだと、最近、窓口業務を結構集約しているみたいで、こういう業務だったら何月何日何時に来てくださいみたいと言われるようになってきたので、面倒くさいなと思う反面、時代なのだなと思っておりますので、その辺りが、イメージとしては予約券発券という順番みたいなイメージなのだけでも、そうではなくて、時間までの指定の予約ができるのかどうか顧客の目線からすると気になりました。

最後に、これはつまらない質問かもしれないですが、14ページでスケジュールが載っていますが、これは今のところ、オンスケジュールということでよろしいのでしょうかという4点、質問をお願いします。

○山内委員長 ありがとうございます。

日本郵政のほう、いかがですか。

○飯田常務執行役 御質問、コメント、ありがとうございます。

まず、御指摘のあった費用対効果は2面あると思っております、もちろん、どれだけのお金を投資して事業としてリターンがあるかという見方と、あと、私ども、ユニバーサルサービスを提供している側面もございまして、御利用になられているお客様が郵便局のサービスにどのぐらいの満足度を持っていただいているのか。それに対して我々が投資

して、お客様の満足度が上がることも効果と捉えていいと私どもは思っております。

まず、どれだけシステムに投下して、費用で換算すると、恐らく多くは窓口業務の社員の工数がどれだけ圧縮できたかが一つのポイントになるかと思えます。それによって金額的な試算ももちろんできますし、これもやっていきます。

ただ単にコストセーブをするだけではなくて、私ども、より重要なのは、お客様がどれだけ郵便局のサービスに満足いただいているかで、NPSという指標を使いまして、いわゆるビフォーアフターでこれを計測する。今後、我々がデジタルと名のつくサービスの提供の際も必ずやります。そうでないと、本当にデジタルのサービスを提供してよかったのかどうか分からなくなってしまいますので、これは必ずビフォーアフターでやりながら、これを定点観測しながら、そして、デジタルのサービスは常にエンハンスしていきまので、アフターでやったNPSによってまだ足りないところをエンハンスしていこう、改修していこう。このサイクルを、恐らく当社組織では今までやってこなかったようなもっと短いサイクルでこれをやっていきたいと思っております。

そういった意味で、お金の効果測定、そして、評価ももちろんですけども、我々はより重要なのは、お客様の満足度がどれだけ上がったか。例えば、今、佐藤委員から御指摘のあった、私も比較的、まだ客観的に当社組織のサービスを見られているほうだと思っておりますが、何でこんなにたくさんアプリがあったのか。私も一番最初はそう思ったのですけれども、そして、評価がございますね。4とか5とか、大変お恥ずかしい、これは過去の話だと思って聞いていただきたいのですが、1.8ぐらいなのですよ。

○佐藤委員 私も見ました。

○飯田常務執行役 業界というか、1.8ぐらいの評価はほとんど駄目なアプリだと言われている。

○佐藤委員 使わないアプリですね。

○飯田常務執行役 そうです。使わないアプリと評価されてもこれは致し方ない。これがまずスタートになっていますので、10月にリリースするアプリの評価としては、もちろん、App Storeの中での評価が必ず上がることも大前提でございますし、こちらに関しても、先ほど申し上げたように、NPSの調査をやりまして、前と改修後、またはリリース後にどれだけスコアが上がるかはしつこく見ていこうと思っております。

次に御質問いただいた、データベースの利活用。これも大変重要な施策の一つだと思っております。これも2面ございまして、一つはグループの共通ID、お客様の一元管理をすることによって、ゆくゆくはグループ3事業の中でいわゆるクロスセルができるようにしていくというふうに持っていきたいと思っております。

ただ、そこまでに行くのに、やはり昨今はおお客様のプライバシー等々、非常にセンシティブなので、ここはしっかりと安全性を担保した上で、そして、しかもお客様の同意をしっかりと取った上で、お客様のために、我々のビジネスのためよりもお客様の利便性が上がります。お客様のニーズが、保険の紹介とか銀行投信の御紹介とか、または郵便の新たな

サービスの御案内とか、お客様にとって喜ばれるだろうということを前提に、いわゆるビジネスワードから言うとクロスセルですけれども、お客様をよく知ることによって、お客様のためによりよいサービスを提供できるということでございますので、これは必ずやっていきたいと思っております。

広く言いますと、よくマーケティングの世界ですとコアターゲットとかセグメントという考え方がありますがけれども、私どもはあまねくでございますので、ゆくゆくは生活者の皆様に郵便局のIDを持っていただくことによって、幅の広い年齢層のそれぞれのニーズに対して我々がよく知ることによって、それぞれのニーズに対して我々のサービスを提供できるような世界を目指してやっていきますので、これは何が何でもやっていきます。

2つ目は、私どもの標榜しております共創、共に創るプラットフォームと申し上げていきますけれども、これは日本郵政内だけで閉じ込めるのではなくて、他の企業、または地公体と連携することによって、お客様によりよいサービスの提供が前提ではございますが、いわゆる商業的な使い方のみならず、公的というか、住民サービスにつながるようなことも考えられますし、また、商業的な面で言いますと、他の企業様と我々のお客様を共有することによって、もちろん、これはお客様の同意があつてのことですが、ビジネスの展開を、我々、郵政グループのみならず、他企業の方々にも享受していただけるのではないかなと思っておりますので、こちらも必ずやってまいりたいと思います。

3つ目の御質問のデジタル発券機でございますけれども、新たにリリースしますアプリをお使いになっていただくと、デジタル発券機を導入している局で、インターネット上でつながりますので、委員の御質問にあつたように、何時に伺っていただきたい、何時に訪問したいという時間の指定までできますので、準備する局もそうですし、お客様の御都合に合わせて対応ができるようにしていきたいと思っております。

これも、先ほど杉崎さんからありましたように、地方部の比較的すいているところではあまりこういうものがなくて、むしろ、そこは、特に高齢者のお客様にとっては、我々、局員がいわゆるヒューマンな接客をしたほうがいいですし、このように都会の真ん中ですとお忙しい方がいらっしゃる。そういうお客様にとってはピンポイントで、自分がこの時間に行って、こういう手続きをしたいというニーズにも応えられるようにしていきたいと思っております。

発券機自体はいわゆるアナログの発券機で、これはほぼ全ての局にあるのですが、それはいわゆる従来型の順番待ちの発券機であつて、このデジタル発券機は、先ほど申し上げたように、アプリと連動することによって事前の予約もできますし、また、予約が必要でないサービスであっても局の混雑状況が分かるようになるのです。そうすると、なるべくすいている時間にお越しいただけるようなことであるとか、あとは業務面では、局員側のオペレーションと連動していますので、大きく郵便・貯金・保険という業務、3つに分かれておりますが、どんな業務に対してお客様がいらっしゃっているのかが手元で分かるので、郵便局のオペレーションも、よりニーズの高い手続にシフトするとかということ

で業務効率も図っていききたいなと思っております。

最後、スケジュールで、ここに置かれております線表はオンスケジュールで進んでございますので、一つの大きなマイルストーンは10月になるかと思いますが、ぜひリリースの暁には新しいアプリをお使いいただいて、ただ、それは本当に第一歩でございます。ここから、佐藤委員がおっしゃるように、今、ばらばらのアプリをどんどん統合してまいります。それを一日も早くやっていくことが我々の至上命題だと思いますので、もし1年後にまた同じ話ができるときには、これとこれがやっとながりましたということと、評価が1.8から幾つまでに上がったというよい報告ができるようにしていきたいと思っております。

すみません。長くなりました。

○山内委員長 佐藤さん、よろしいですか。

○佐藤委員 では、追加で言わせていただきます。

まず、デジタル整理券は、整理券と言われるとまたいつもの発券かなと思うので、予約発券とか、何か名前を変えると私のような混乱がないのかなと思ったので、ちょっとしたことかもしれないですけども、結構、そういうものは大事なのかなと思いました。

もう一点は、アプリストアの下にコメントがいろいろ書いてあって、そのコメントを私も読ませていただいたのですが、これはすごく難しそうなシステム改変だなと思うものもあれば、すぐにこんなものは直せそうだなと思うようなものもあったりするのですが、ああいうコメントはシステム開発者が読んで、直したりとかに使われているのでしょうかという質問です。

○飯田常務執行役 それはもちろん、いわゆるパブリックに上がっているレビューも我々は見ますし、ユーザーテストをやります。今回のアプリも、1回ならず、2回、3回と、そして、定期的にやっていくのですけれども、いわゆるリサーチの手法を使いまして、しっかりとユーザーの意見を聞いて、それをエンハンス、改修の基にするというか、そういうふうにやっておりますので、それはエンドレスですので、これはずっとやり続けようと思っております。

これが今までよりも早いサイクルでできるようになった理由は、JPデジタルという子会社をつくりまして、要はグループ内で、今までは外の会社をお願いして、入札プロセスがあつて、落札があつてという足の長いプロセスをインハウスに持ってきたことによって、よりいわゆるアジャイルにできるようにしたという変換も大きなところだと思っております。

○佐藤委員 大変よく分かりました。ありがとうございます。

○杉崎DX戦略部長 1点補足させていただきます。

先ほどの整理券のところでございますけれども、御説明申し上げたとおり、例えば金融の相談とか、事前にいろいろ双方で準備したほうがよりよくなるようなものとかが予約をするのもありますし、ここで記載しておりますのは単純に、あと10分後に郵便局に行く

いったときに事前に発券しておくといった、両方を用意しているイメージでございます。

○佐藤委員 分かりました。ありがとうございます。

○山内委員長 よろしいでしょうか。

関口さん、お願いいたします。

○関口委員長代理 御説明、どうもありがとうございました。日本郵政グループの中ではポータルサイトという発想が多分、全然なかった時代ではなくて、楽天さんについて、JPデジタルというインハウスができてということで、統合の実現がようやく見えてきた点は方向性としては大変いい方向にあると思っているのです。

このデータを今後どう扱っていくかは、個人情報保護の問題とも絡んで、非常に難しい問題だとは思いますが、ただ、これは3事業をお持ちの日本郵政さんがビッグデータを解析して、それを上手にお使いになるととてもつもない武器になると思うのですよ。そこの次の展望がもう一つ見えてこないのがやや残念な資料かなというところで、やはり基本的な方向性として、この保有される膨大なデータの蓄積をどのように利活用していくのかは次の時代の大きな武器になるし、それを眠らせておくのも非常にもったいないなという気がしているのです。

それに関連して言うと、9ページ目の「『みらいの郵便局』構想」という、このタイトルはすばらしいのですけれども、中身がすごくて、これかという感じで、次の時代の郵便局をどうしたいのかがこれでは見えてこないというのは事前の御説明をいただいたときにもコメントを求めたのですが、そういったデータの利活用を含めて、どういう形でリアルな郵便局とサイバー上のポータルサイトとしての「みらいの郵便局」、郵便局アプリを結びつけていくかの説明をもっと手厚くしていただくとプレゼンの内容としては具体性が増すかなと思うのです。

前のページを拝見していますと、大規模郵便局についてはお客様によるセルフ手続の拡大をするというものがあって、そこなどはそういったデジタルのいいところを上手に使いながら、御自身でできるところは余計な対応をせずに、職員がほかのことにできるということを使う、利便性を拡大していくということで、下に書いてあるように、相談業務等に注力していくのだということがよく分かるのですけれども、問題なのは小規模郵便局でありまして、このセルフ手続を進めるとなると、小規模郵便局を経由しないでも済んでしまうような業務はどのぐらいあるのかという解析が知りたいのです。

ただ、多くの小規模郵便局が抱えているお客様たちは高齢化が進んでいるエリアが少ないだろうと思ったときに、そういったところでのオンラインでつなぐことについては、実は介助サービスみたいなサポート役として郵便局員が必要となってくるかもしれない。そこら辺の説明が足りないような気がするのです。

どういうシチュエーションでこういった専門性の高いオンラインの情報をお客様に伝えていくのが多分二極化していくような気がしていて、それこそ、うちの母も苦しんでいますけれども、携帯電話すら持たないと言って固定電話に固執してしまったのですが、そ

の手のお客様は結構いらっしゃるわけですよ。そういうお客様にリアルに足を運んでいただいて説明することについて、どこまで相手がそういう御年齢で御理解いただけるのかも含めてですけれども、丁寧な説明ができるかどうかということのリアルの大切さは多分強調しなければいけないところであって、そうではなくて、ある程度、そういった専門性の高いことでも理解できる方たちで、オンラインで済む方は別に郵便局に来なくてもいいようにしてもいいわけですね。

そうやって、来てもいいお客様と来なくていいお客様と、例えば小規模郵便局でももう少し分けたりという説明をしていって、全体としてどういう形での本当の「みらいの郵便局」をつくっていくのかについてのイメージをしていただくのが、多分、本来、この「みらいの郵便局」構想の説明の内容だろうと思うので、ある意味でアプリを一本化しましたというのは社内の都合なので、それをどう今後の運営に生かしていくかという点をもう少し生かして、強調してというところを今後期待してプレゼンしていただくと、より説得力が高まるかなと思いました。

以上です。

○山内委員長 ありがとうございます。

○飯田常務執行役 関口委員長代理、コメントありがとうございます。決して言い訳をするわけでは全くございません。今回御用意した資料はかなり圧縮バージョンで、御指摘の点、もっとこういう姿を知りたい、こういう説明が欲しいことも重々理解いたしました。

これも言い訳するわけではないですが、例えばデータの活用についての展望に関しては、我々はスケジュールというか、設計をしております、かなり詳細に、どういうステップでつなげていくのかといった検討を実際にやってございます。また、小規模の郵便局は確かに大きな課題だと思ってございます。ここに一つのこういうことをやったら、お年寄りもいいし、そうでない方もいいですしという、簡単な答えはないとは思ってございますけれども、これは一つ一つ丁寧にというか、高齢者のお客様もしっかりとサポートケアをしながら、おっしゃられるように、そもそも、郵便局に行かなくても、こういうことだったら御自宅や手元でできる。この2つの世界を両立させることが必要だと思っておりまして、これに向けても、鋭意、準備してございます。

なので、今回いただいたフィードバックで「みらいの郵便局」と言うぐらいだから、確かにこの2つが「みらいの郵便局」ではなくて、本当に第一歩でございまして、実は社内の中では、2024年度にはこれをやろう、2025年度にはこれをやろう、そして「みらいの郵便局」に近づけていこうという構想がございますので、今日の資料でそこまで網羅的に御説明できなかったところはお詫び申し上げます。ただ、次回以降、御要望は十分理解したつもりでございまして、もうちょっと詳細にというか、我々が目指している姿が2年後、3年後、どうなっていくのかというお話もできるようにさせていただきたいなと思ってございます。

○山内委員長 関口先生、よろしいでしょうか。

○関口委員長代理 はい。

○山内委員長 ありがとうございます。

すみません。私から質問させていただいてよろしいでしょうか。

○飯田常務執行役 お願いします。

○山内委員長 今回の御説明の中で、グループ共通IDはかなり重要な位置を占めていると思いますけれども、これはゆうちょ・かんぽとも連動するということですね。

それで、これはどういう数え方をしたらユーザーという全体の数はどうなるか分からないのだけれども、目標としては全ユーザーの何%ぐらいまでのIDをこれに取り込むというか、統治することを目標として、100%になるのかもしれませんが、あり得ない話かなと思っておりますということでもあります。

それと、このグループ共通IDということで、皆さんがIDを持つものだけれども、その持つためにどういうインセンティブを考えていらっしゃるのかということをお教えいただければと思います。かなり、もちろん、まずは共通のIDは、個人情報問題とかなんとかと言って、嫌だという人はかなりいると思うのです。そういう人もいるでしょうし、そうではなくても手間なのです。手間をかけてまで何でこんなことをしなければいけないのかというのは、私もいろいろなところでIDとかをつくっていますが、統合になればもちろんやりやすけれども、面倒くさいというのはありますということで、お教えいただきたいと思っております。

もう一つ、その先を考えると、ゆうちょ・かんぽのIDのセキュリティと郵便のIDのセキュリティは下がってはいけないという考え方もあるか分かりませんが、どう考えてもかなり差があってもしかるべきではないか。要するに、郵便のIDなどだったらちょっとぐらい漏れてもということはないのだけれども、程度の問題としてあるわけです。要するに、ユーザー側としてはどこまで面倒くさいかという問題があるわけです。そうすると、こういうID統一でやるもののユーザー側としての面倒くさはかなりあるような気がするのです。そういう感じがしますというのが3点目ぐらいです。

それで、これは事前のときにも発想したのですけれども、そんなことだったらマイナンバーカードを使ってしまう方がいいのではないかという、当然、そういうことになるわけですが、そういうことについて、いかがお考えかを教えていただければと思います。

○飯田常務執行役 御質問ありがとうございます。

まず、数で、現在、ゆうびんIDというID体系が日本郵便の中にございます。現在、約1200万のIDをゆうびんIDという形で御登録いただいております。このお客様を新しい、将来的には共有ができる共通ID基盤に、今、まさしく移行している最中がございます。

この段階ではまだ自由に3事業のサービスを、いわゆるクロスセールというものではないのですけれども、まず、規模感から言いますと、約1200万の日本郵便のお客様がいらっしゃいます。デジタルという点で申し上げますと、例えばゆうちょ銀行の通帳アプリは745

万の口座登録数がございます、これはデジタル上でのお客様の接点というふうにカウントしてよろしいかと思えます。また、かんぽ生命の場合にはマイページという、これもデジタル上の接点がございます、今、登録が。

○岩田執行役 今、マイページは90万人の方に御利用いただいています。

○飯田常務執行役 ですので、私どもが考えているアプローチは、まず、デジタル上で各事業会社で登録しているお客様に対してアプローチをしてまいります。そこでアプローチをするときに、委員長もおっしゃられたように、インセンティブが当然のことながら必要になると思っております、一つは利便性が、このIDを持っておくと郵便局または日本郵政グループのサービスを使うときに便利だということを感じていただくことがまず一つあります。

もう一つは、これをやるかやらないかはまだ決めていないですけれども、分かりやすい例で言いますと、郵便局のサービスを使うといわゆるポイントがもらえるような、よくあるインセンティブでございますが、これはよく考えて、お客様にとって郵便局のサービス、または日本郵政グループのサービスをお使いいただくインセンティブは何かというものは非常に重要なところで、今、鋭意、検討を進めているところでございます。

ただ、そのインセンティブがないと、委員長がおっしゃられたように、面倒くさいのは面倒くさいですから、その面倒くささを超える利便性を提供しないとこのIDの登録者数は増えないと思えますので、これは必ずやっていく次第でございます。

3つ目で、金融二社、ゆうちょ・かんぽはセキュリティレベルが郵便業務と比べると違います。ここも慎重に、こういうことに関しては金融事業をやっている規制にある、または必ず担保しなければいけないセキュリティの領域がありますので、そこを省いたところで、いわゆる接点となる場所、郵便局のお客様にとっては郵便局は郵便局なので、その中で共通項に当たる部分に対してサービスを提供できるようにします。

何を申し上げたいかという、一緒だから金融事業も郵便事業も同じようなセキュリティレベルでくっつけられるとは全く考えておりませんので、そこはしっかり切り分けて考えてございます。

最後に、マイナンバーとの連携で、ここは慎重に検討していきたいと思っております、現時点では答えはございません。

ただ、慎重に、どこまで連携する等も含めて、検討している最中でございます。

○山内委員長 ありがとうございます。

おっしゃるとおりなのだろうと思うのですが、3番目の金融系のセキュリティと郵便のセキュリティの違いで、郵便を使うけれども、金融のものも使っている人は金融のIDも自分も持っていて、それで何かしようと思うと、郵便だけで済ませたいのに、2段階認証を3段階にしようとか、簡単に言うとそういうことがあるかもしれないので、すごく面倒くさい。もっとも、もちろん、郵便でも2段階認証ぐらいは必要になるかも分かりませんが、すごく面倒くさいです。

例えば、私はヤマトのIDをよく使いますが、ヤマトの再配達などはすごく簡単ですので、要するにそのレベルで郵便は済むのかなと思うのだけれども、金融とひもづいてしまっていると、多分、それでは済まないのだろうなという感じをすごく持つのです。そういうふうに思いましたというものがあるのです。感想です。

もう一つ、単純な質問ですけれども、郵便局はフリーWi-Fiを流しているのですか。
○飯田常務執行役 今はやっている局とやっていない局がございます。

ただ、今後の計画としては、全国の郵便局でパブリックWi-Fiが使えるように、今、準備を進めているところでございます。

○山内委員長 最近はWi-Fiがかなり便利になったので、そんなに魅力的ではないのだけれども、やはり行って使えるのはすごく便利で、そういう人からデジタルの人を集めるのかなと思います。

どうもありがとうございました。

ほかに御質問はありますか。

事務局にあれなのですけれども、この問題は一番専門家でいらっしゃる青野委員から何か御意見とかがあれば開陳していただくとありがたいと思います。

○牛山事務局次長 青野委員からは事前の御説明等々でも様々な御指摘を頂戴いたしました。また後ほど整理する形にして、委員の皆様にもそちらを共有させていただければと思います。

○山内委員長 承知いたしました。ありがとうございます。

それでは、ほかに御発言の御希望はありますか。

○牛山事務局次長 事務局でございます。

次回の郵政民営化委員会の開催につきまして、別途御連絡させていただきますので、またよろしくお願ひ申し上げます。

○山内委員長 ありがとうございます。

それでは、特に質問がなければ審議を終えたいと思います。

日本郵政グループの皆様、本日はどうもありがとうございました。リモート参加になりました大変失礼いたしました。

以上で、本日の議題を終了とさせていただきます。

事務局から何か連絡事項があれば。

○牛山事務局次長 事務局からは特にございません。

○山内委員長 それでは、以上をもちまして、本日の「郵政民営化委員会」を閉会といたします。

なお、後ほど、私から記者会見を行うことにしております。

本日はありがとうございました。

以上