

郵政民営化委員会（第124回）議事録

日 時：平成26年12月3日（木） 13：35～15：15

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、老川委員、清原委員、三村委員

日本郵便株式会社 高橋代表取締役社長、立林執行役員、
鶴田執行役員、淵江執行役員

日本郵政株式会社 谷垣専務執行役

○増田委員長

それでは、ただ今から「郵政民営化委員会」の第124回を開催いたします。

本日は、委員5名中4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。

お手元の議事次第に従って、議事を進めてまいります。本日は日本郵便から「民営化推進に向けた取組」について御説明を頂きまして、質疑応答を行いたいと思います。

それでは、日本郵便の高橋亨代表取締役社長から、御説明をお願いしたいと思います。

どうぞよろしくお願いいたします。

○高橋代表取締役社長

よろしくお願いいたします。日本郵便の社長の高橋でございます。

本日は、御報告の機会を頂きまして、大変ありがとうございます。

民営化から、あっという間に7年が経ってしまったとしみじみ思います。

私は、個人的にはゆうちょ銀行、郵便局会社、更には並行して持株会社の日本郵政、そして昨年の夏からこの日本郵便と、グループ内の様々な会社の立場を経験させていただきました。この間、色々なことがあったと思いますが、本日は日本郵便株式会社ということで、「民営化推進に向けた取組」の状況について、御報告をしたいと思います。

非常に大部の資料になっておりますが、それぞれ担当から簡潔に御報告申し上げて、その後、御質疑を頂く中で、御説明を更に申し上げたいと思いますが、冒頭、振り返って全体的なことで申し上げますと、昨年6月の段階で日本郵便株式会社の社長という職に就かせていただきまして、当初はやはり会社というのは分かってしまうと、たった数年でこんなふうになってしまうのか、ということを感じることが多々ございました。

年賀状を販売するときに、それぞれの旧会社の立場で色々な意見が出てくるということがありましたけれども、その後、一つの会社でどう取り組むかとい

うアクション、議論を繰り返す中で、現在は色々な取組も一体的に行えるというところまで、一緒に良い会社にしていこうというところにまでなっていました。

会社の中だけではなくて、グループの中でもゆうちょ銀行、更にはかんぽ生命保険と、社員の研修なり、日常のマネジメントも、どう一体的に実を挙げていくか、一体営業という取組もかなり前進をしてきたと実感しております。

さらに、もう一つ申し上げれば、この間、景気が次第に良くなってきて、特にエレクトロニック・コマースといいますか、通販といったものの大きな伸びがありまして、郵便・物流事業の、特にゆうパックが非常に大きく伸びたということで、個数だけではなくて、収益も伸びているわけですけれども、こういった追い風を受ける中で社員の営業活動が、非常に活発化してきたのを実感しております。

とりわけ、若い社員が、郵便局段階でお客様との間で特約運賃を適用できる、これも民営化後の新たな環境ということですが、その民営化後の新たな環境の中で、私どもの息子、娘より更に若いような社員がお客様のところに行き、お客様と込み入った契約をまとめて、まとまった数字の成果を挙げてくる、そんな状況に急速になってきているというのを実感いたします。

会社トータルで申し上げますと、中間決算で先日御報告致しましたように、増収減益ということで、収入はあるのだけれどもまだ利益が減少してしまう。コストマネジメントの強化なり、更なる増収といったものが課題になっているわけですが、これも今ほど申し上げた営業の活発化が進んでいる。さらには、民営化の中で、子会社等を通じて、従来より、事業の展開範囲が非常に幅広くなってきた。こういう中で追加的な努力をしていける、皆が頑張ればできるという意識に会社全体がなってきたかなという状況でございます。

とりあえず、冒頭、そのことだけ申し上げまして、あとは資料に従って御説明を申し上げたいと思います。

○立林執行役員

この資料の目次でございますように「1. 日本郵便の現状」「2. 郵便局ネットワークの強化に向けて」ということで、二部構成的になってございます。

私の方から、全般的な経営のところと、ユニバーサルサービスの維持というところでの取組について、まず御説明を差し上げたいと思います。

資料の内容は、4ページからでございます。

日本郵便の実績ということで、4ページに各年ごとの折れ線グラフで営業利益の推移を付けさせていただきます。何度か御説明させていただいたところではございますけれども、赤い折れ線が窓口事業、青い折れ線が郵便・物流事業ということでございます。

このうち青い折れ線の方は、御案内のとおり、2010年度に1,034億円という巨額の営業赤字を計上いたしましたけれども、その後、順調に回復をいたしまして、2012年度には374億円の黒字を計上したところでございます。

これに比べますと、赤い折れ線の窓口事業方は、ほぼ200億円後半、300から400億円程度というところでの営業利益が推移している。やや下降気味ではございますけれども、そういった形で推移してまいりました。昨年、2013年度でございますと、郵便・物流事業で94億円、窓口関係で375億円という利益を計上させていただきました。

おめくりいただきました5ページは、これは先週、御説明を差し上げました中間決算の概要でございます。

今、高橋からもございましたとおり、営業収益1兆3,160億円は前中間期に比べまして、102億円のプラスではございますけれども、営業原価の方は1兆2,590億円で、こちら費用プラス376億円ということでございまして、営業損益につきましてはマイナス365億円、前中間期に比べまして、マイナス315億円という状況でございます。会社全体といたしまして、増収減益という状況でございます。

郵便・物流につきましては増収減益、窓口関係につきましては減収減益でございます。この関係につきましては、特に郵便関係で収益がゆうパック、ゆうメールの関係で伸びたわけではございますけれども、その業務処理というところ、あるいはその年度当初等に人手不足というところからの人件費等の伸びによりまして、こういったことがもたらされたと考えております。

以上、経営成績でございます。

6ページ以降、いわゆる3事業の関係の傾向につきまして、その経年での傾向をまとめさせていただいております。

6ページはまず「郵便物等の引受物数の状況」でございます。

これも、何度かお示しさせていただいたところでございますけれども、こちらのプロットは2003年度から2013年度まで約10年間を引いてございます。

一番下の「(対前年減少率)」のところを御覧いただきますと、大体マイナス2%、近年につきましてはマイナス1%、あるいはそれ以下というところではございますけれども、基本的に一貫しまして、引受物数につきましては減少を続けているという状況でございます。ただ、その中でも、ゆうパック、ゆうメールにつきましては、まだボリューム的に多くはございませんけれども、増えてきているという状況でございます。

7ページでございます。

こちらは、欧米主要国、諸外国におきます郵便物数の推移について、お示しをしたものでございます。

一番上のアメリカのUSPSにつきましては、年平均で4.9%の減、その下の方の赤いイギリスのロイヤルメールはマイナス6.5%、フランスのラ・ポストがマイナス4.4%、ドイツポストはマイナス2.5%というわけでごさいます、各国ごとにそれぞれございませけれども、一貫してどちらかというところ、日本よりも激しい減少というところに見舞われている状況です。

7ページの右の一番下の方で、「各国の書状（20g）料金」につきましても、プロットをさせていただいております。こういったところもございまして、各国の郵便事業体につきましては、基本的なその書状料金につきましても、全て値上げをしているという状況でございます。中でもイギリスにつきましては、66.7%とかなり高率の値上げを実施しているという状況になってございます。

8ページの「銀行代理業」でございます。

ゆうちょ銀行の商品・サービスの窓口の取扱いをさせていただいているわけでございますけれども、これにつきましては、一番左側の昔から御案内をさせていただいております、定額・定期貯金でございますが、過去3年間を御覧いただきますと、こういった形で、新規預入額につきましては減少しているという状況でございます。

国債につきましては少しでございますけれども、右側の投資信託につきましては、景況、株価等にも連動した形で2013年まで伸びてございます。

2013年度定額・定期貯金で14.8兆円のお預り、国債に3,256億円、投資信託1,461億円の販売をさせていただいております。

次の9ページのところには、この中でもとりわけ大きな貯金、ゆうちょ銀行の貯金残高という形でございませけれども、このような形で推移を書かせていただいております。

御覧いただいてもお分かりのとおり、2007年度182.3兆円のもものが、2010年度に175.3兆円まで一貫して下がり続けたわけでございますが、ここ3年間というものにつきましては、微増という形で推移をしてございます。ただ、その下に「*」の中で書かせていただいたとおり、1999年度の末には、当時の郵便貯金の残高につきましては261.6兆円ございましたので、2013年度、昨年度の177.7兆円はその67.9%というところで、残高はかなり減っている状況でございます。

10ページ目でございますけれども、生命保険募集代理業の関係でございます。

かんぽ生命保険の商品サービスを取り扱っているところでの、募集代理業者としての日本郵便株式会社でございますけれども、左側が個人保険の件数・金額でございます。ほぼ目標を達しながら推移をしてきているというところがございます。右側の個人年金につきましては、商品性の切下げ等もございました影響で、年々取扱いは減ってきているという状況でございます。

11ページでございますけれども、こちらは個人保険の保有契約件数の推移、

簡易生命保険を含みますところの、かんぽ生命保険の保険契約件数の推移を示させていただきますところでございます。2007年度末には5,277万件ございましたが、2013年度末には3,486万件まで減少をしているという状況でございます。

この関係につきましては、先週の間中間決算の際にも、かんぽ生命保険からもございましたけれども、下の方の濃いブルーの部分が、民営化後に新しく獲得、販売させていただいた契約件数ということで、これはこれで順調に伸びているわけでございますが、旧簡易生命保険の際の契約の減少を打ち消すには至っていないということで、保険につきましては、まだ減少傾向が続いているというのが今の状況でございます。

以上、簡単な概況ということでございます。

12ページ以降は「(2)ユニバーサルサービスの提供」につきまして、トピックス的なところ、数字的なところを幾つか御紹介をさせていただきます。

まず、郵便のユニバーサルサービスの関係でございます。

13ページ目でございますけれども、配達の関係でございます。

1日当たりの配達郵便通数と配達箇所数ということで、私ども、週6日間、基本的に全国配達ということを行わせていただいているところでございますけれども、その中でも、1日当たりの配達郵便通数は2008年度を御覧いただきますと、6,800万通から2013年度に6,200万通まで、これは年によっては数字がありませんが、減少をしているところでございます。

一方、その右側の1日当たりの配達箇所数を御覧いただきますと、2008年度3,200万箇所でございますけれども、2013年度におきましても3,100万箇所ということで、配達数に比べますと、配達箇所数の減少というものがそれほど起こっていないということでございます。したがって、下の備考欄にございますけれども、国勢調査から換算したところではございますが、私どもの方で、1日当たり総世帯の約6割の世帯の皆様には配達をしているという計算でございます。

14ページで、こちらは引受けの方でございますけれども、簡易な差出しの手段ということで、いわゆる郵便ポストの本数につきましても、ユニバーサルサービスの一環としまして、約18万本を維持することを目標としてございます。

2010年度から4年間、設置数につきましてプロットさせていただいております。年によって少し動きがあるものではございますけれども、基本的にこの約18万本という郵便ポストの本数というものを維持しているということで、この資料を付けさせていただきます。

次の15ページでございますけれども、「送達日数達成率」についてでございます。

送達日数につきましては、基本的に、原則として差出しをしていただいた日

から3日以内に配達をするということになってございます。今は全国の郵便局で郵便日数表を提示させていただいて、大体宛先に何日で届くのかということをお客様にも公表しているところでございます。

さらに、その送達日数を達成したかどうかというところの、達成率の調査をしております。結果を公表しているところでございます。2013年度におきましては、一番右でございますけれども、グラフの一番下のところでございます、全国平均で98.6%の郵便物につきまして、この送達日数を達成しているというところでございます。一番上の赤い折れ線は、同一都道府県宛ての場合でございます。こちらの場合は、99.0%達成をしているという状況でございます。

いわゆる郵便以外の金融のユニバーサルサービスというところにつきまして、16ページの表でお示しをさせていただいております。

ゆうちょ銀行、かんぽ生命保険のサービスを、郵便局の窓口でお取扱いをさせていただいているわけでございますけれども、そういう、いわゆる銀行サービス、保険サービスにつきましては、総務省の告示でもって、いわゆるユニバーサルサービスとして提供させていただいているもの、それ以外のもの、というふうに分けられてございます。

16ページは、それを一覧表にしたものでございまして、赤い枠の中に入っているものが、いわゆるユニバーサルサービスとして提供しているものということでございます。もちろん、両方の会社のサービスを、基本的には同一の窓口で提供させていただいておりますけれども、こういった分け方ということで、このようなサービスを提供させていただいております。

17ページは「郵便局以外に民間金融機関がない町村」ですが、こちらも昔から何度かお見せしているところでございますけれども、2014年3月の時点で、全国に24の町村につきましては、郵便局以外で民間金融機関がないという状況になっているということで、地図を載せさせていただいております。

18ページ以降は、物理的な郵便局のネットワークにつきましての御紹介でございます。

19ページでございますけれども、2014年3月31日時点での全国の郵便局の数を、ブロックごとにまとめさせていただいております。全国で2万4,224カ所の郵便局を設置しております。左側の説明書きの中にございますけれども、直営の郵便局が2万143局、その他の皆様に運営をお願いしております、簡易郵便局が4,081局となっております。

次の20ページでは、「郵便局数の推移」を示させていただいております。

2007年10月1日、民営化、あるいはもう会社が設立されて以降ということで、そのプロットをさせていただいております。営業中の郵便局の数というところを御覧いただきますと、2007年10月1日時点で2万4,116局でございましたけ

れども、2013年の年度末で2万4,224局ということで、108局増加をしているという状況でございます。

21ページは、中でも「過疎地における郵便局の展開」について、抜粋をさせていただきます。

「営業中の郵便局数」の中で「過疎地における営業中の郵便局数」を別掲させていただきます。こちらも同様に会社が始まりました2007年10月1日で、7,355局でございましたけれども、2012年に郵便局会社として最後になります、2012年9月30日時点で7,377局ということで、22局増加でございます。

この後、法令の方が変わりました、過疎地の定義が変わりましたので、含まれます対象の郵便局数が不連続になってございますけれども、日本郵便株式会社となりました後におきまして、2013年度までの間で、更に19局増加をさせていっているという状況でございます。

22ページは、「一時閉鎖中の簡易郵便局に関する取組」について、これは表形式でございますけれども、成果として示させていただきます。

こちらにつきましても、何度か御説明をさせていただいたところでございますけれども、2007年10月1日時点で一時閉鎖の簡易局数は417局、2008年5月末に一番増えまして454局ということでございましたが、その後、様々な手立てを講じまして、現在、2014年3月末では221局、ここ数年につきましては大体220、230局というところで、ほぼ下げ止まりではございますが、こういった状況になってございます。

上の箱書きの中に、2つ目の○で書かせていただいたところでございますけれども、一時閉鎖の期間が長期化している簡易郵便局につきましては、他の郵便局を容易に利用することができるもの等、地域住民への説明を行い、理解を得られたものについて整理を進めているところでございます。

以上、ユニバーサルサービスの関係につきまして、御説明を申し上げます。

この後、郵便事業の取組につきまして、鶴田の方から御説明を申し上げます。

○鶴田執行役員

それでは「2. 郵便局ネットワークの強化に向けて」とありますけれども、最近の日本郵便の特徴的な取組について、御説明したいと思います。

まず、郵便・物流事業関係について、私、鶴田の方から説明させていただきます。

資料は25ページから始まります。

既に色々ところで御説明しているのと重複しているかと思っておりますけれども、ひとまず資料に沿いまして説明させていただきます。

まず「郵便・物流ネットワーク再編」ということで、その郵便・物流事業の根幹であります、ネットワークに関しまして再編成を行っております。図に「【現

在】」「【再編後】」とありますけれども、郵便のネットワークは、基本的に、集配局で引き受けたものを地域区分局というところに送って、そこで方面別に区分して、宛先の地域区分局で更に区分し、配達する集配局に送るというこの過程で区分機を通りますが、最初にこの書状の区分機を入れたときには、その区分機の性能の問題もありましたので、分散処理といいますか、色々なところで処理をしております。

これが最近、区分機の性能が上がってきたということもありまして、これは、現在、地域区分局の方に寄せていくということをやっております。差立て側の集配局で夜に区分していたものがなくなって、いきなり地域区分局で区分をする。配達側の地域区分局で道順組立てまでやって、配達する局に送り込むということで、より効率的な処理をしています。要員の配置の方も集約化されまして削減されます。

これに併せまして、この地域区分局の配置についても見直しております。

従来、駅前などに多かった地域区分局を、インターチェンジの近くなどに持っていきまして、更にキャパシティの拡大をしております。これによって、今、増加しておりますゆうパックも受け入れて、効率的に処理することができる、さらに、後で出てきますけれども、物流関係の業務をこちらでやらせることができるようになりますので、その効率化という面と今後の成長基盤を支えるという点で、このネットワーク再編を進めているということでございます。

次が、日々の業務の効率化というものの一例としまして、「積載率向上による効率化の取組」ということでございます。

私どもも運送業者でありますので、トラックをいかに有効に使うかというところが損益に影響してまいりますけれども、そのトラックに、パレットをなるべくすき間なく詰めて運んだ方が良いわけですけれども、その積載率というものを、現在はシステムで管理をしております。積み込むときにシステム入力をしまして、それを全国一元的に見ることができるようになりまして、数字で毎週、どの地域区分局の積載率はどうか、というのをモニタリングしております。ここを毎週毎週、実は追いかけて見ておりまして、積載率の低いところについては、なぜそうなったのかというのを分析して対策を講じる。例えば、ダイヤの組み方を少し変えるとか、無駄な便を出していないかというチェックをして、積載率を向上させるということをやっています。

その次のページですが、今後の「手紙振興に向けた取組」。

今後、郵便が減少傾向というのは先ほどもありましたけれども、これを少しでも維持していくべく、まず個人のところの手紙をなるべく書いてもらうということで取り組んでおります。何年か前に文部科学省が調査したものがあつたのですが、小学校6年生でも3分の1ぐらいの生徒が実は宛先をどこに書いて

いいとか、そういうことが分からないということがありまして、最近では学校も手紙教育というものに力を入れております。

特に小学校、中学校で手紙の書き方体験授業というものをやっていたりまして、今では小学校が約2万校ありますけれども、約半分の1万校でこういう授業をやっていたりしております。中学校でも全体の4分の1ぐらいで、こういう授業をやっていたりしておりますけれども、私どもの方としましても、それに対して教材、テキストを提供するとともに、はがきを1人当たり2枚無償でお渡しをしております、そこで手紙を書く体験授業というのをサポートしております。

それから、色々なイベントで、地方自治体で例えば有名なものだと「一筆啓上賞」というのがありますけれども、こういうものを後援するとか、色々な地域の取組を後援させていただく、私どもとしても色々なイベントをやって、手紙の振興というのに取り組んでいるということでございます。

一例としまして、その次のページで「メッセージフェスタ2014 in KITTE」ということで、東京中央郵便局のところのKITTEで、今年10月にイベントを開催させていただいております。場所も良くて、非常に多くの、3日間で延べ4万2,000人のお客さんに来ていただいておりますけれども、実際に手紙を書いてもらう体験をしてもらう、親しんでもらうということで色々なイベントを開催しております。

その次に、年賀状ですけれども、やはり年賀というのは私どもの収益の柱でもありますし、手紙離れを防ぐためにも、ここをいかに活用するかというところが鍵なわけですが、最近では、メールで済ませて年賀状を書かないという人が多いわけですけれども、逆にメールとかSNSと連携をして、色々なことができないかということで取り組んでおります。

左側にありますのは、LINEとの連携なのでございますけれども、ちょっとネットで話題になっているようですが、「ぼすくまの郵便屋さん」というアプリがありまして、そこに写真を送ると、勝手にデコレーションをして送ってくれるというのがあります。こうやって遊ぶということもできるのですけれども、住所は分からないのだが、LINEのアカウントは分かっているという相手にこれはそのまま送ることができます。こういう形でネットに行ってしまう人たちも取り込むということをやっています。

そのほか、色々な小ネタというか、仕掛けもやっております、ARとありますけれども、この郵便はがきの料額印面のところにスマホをかざすと、こういう「ぼすくま」の画面が浮き出て見える。実は回すと立体的に回って見えるのですけれども、そういうアプリをダウンロードできるということもやっております。

こういうところで、年賀状の関心を維持しているということです。

次に、ゆうパックの方の取組ですが、先ほども損益の推移でありました、ゆうパックに関しては2010年度に大きな赤字を計上しましたが、その後、効率化を進めてまいりまして赤字幅は縮小してきております。これまでの中・小口の営業の推進とか、採算性の観点からの取引条件の見直しは、特に単価が低くてコスト割れになっているお客さんに対して、契約更改の度に見直すということをやっております。今、来期に向けての契約の見直しをやっておりますけれども、全体的には単価を上げていくという方向で取り組んでいるところでございます。

これで、収支が改善をしておりますして、その次のページに個数がございます。

ゆうパックの個数は順調に増えておりまして、特に最近では社長の方からも話したように、eコマースのところの成長が大きいので、この部分の需要を積極的に取り込んでいます。特にeコマースの中で小さいものの配達というのを、非常に私どもは得意というのもありまして、後で述べますけれども、それに対応した商品も提供しております。

それから、単価の高い中・小口の強化とか、ソリューション営業ということに取り組んでおります。ソリューション営業についてその次のページにありますので、御覧いただければと思います。

ゆうパックとして、でき上がった荷物を配達するだけではなくて、その前段の部分から取り込んでいくということをやっております。手紙、DMに関しましてはその封入・封緘のところから、あるいは荷物に関しまして言うと、在庫管理・梱包からということになりますけれども、その部分からお客様にサービスとして提供していく。

私どもの郵便局の空きスペースというのもありますし、先ほど言った地域区分局を多くしていったって、そこに余裕スペースというのも出てまいります。そういう色々なスペースも活用しまして、一括でロジスティクスを請け負うというサービスの提供を始めております。

さらに、そのロジスティクスに加えまして、ファイナンスということでその次のページですが、通販でお客様を獲得するときに、やはり決済があります。特に新規の中小の通販を獲得しようとするとき、その決済も一緒に提供してくれということと言われるわけですがけれども、これに対応するものとして、クレジット決済とかコンビニの払込票で払う機能・サービスというものを私どものグループの中でも提供できるようにということで、日本郵便ファイナンスという会社を本年度設立いたしました。10月から業務を開始して、現在、顧客獲得に向けて営業展開しているところでございます。

これでロジスティクス、ファイナンスも含めてのトータルサービスを提供し

ていきたいと考えております。

新規サービスで何点か、まず35ページのゆうパケットですけれども、これは通販の商品で、例えば本とかDVDですとか、化粧品の小さいものとか、健康食品とか、こういうものは、従来結構大きいパッケージで、宅配便で差し出されていたわけですが、昼間不在の家庭ですと受け取れないということがあります。

実は、そのパッケージを小さくしてもらって、受箱に入るようにすれば便利だということで、ゆうパケットという商品で提供しております、厚さ3センチ以下のものについて郵便受箱に配達する。これをしかも追跡も付けるということですが、これをゆうパケットという名前で本年6月1日から提供しております。これは今後、通販の伸びにつれて順調に増えていくと見ております。

その次に、オンライン荷物発送サービスで「クリックポスト」という名前で提供しているものがございます。

これは、インターネットオークション、個人とかセミプロの個人もおりますけれども、そういうオークションで出される荷物の発送に便利なサービスということでございますが、例えば、オークションで落札された商品を送るときに、いちいち郵便局に行って差し出すのも面倒というお客様もいらっしゃいますけれども、それに対して、ウェブサイトであらかじめ決済をして、自宅のプリンターで決済したというのを証明するQRコードを出しまして、それを貼り付けて郵便ポストに出すという形で、切手も要らないという形になります。

こういう形で、ネットオークションユーザーに適したサービスというのをやまして、そのニーズも取り込んでいくというところがございます。これは、決済に関しては「Yahoo!ウォレット」との連携の仕組み等を広げていきたいと思っております。

37ページの「リターンパック」ですけれども、これは回収物流向けのサービスでございます。

これは、例えばモデムの回収みたいな理由があるわけですが、その場合に、パッケージになるものを最初にこの右下の絵にあります「往路（ゆうメール）」というものでお送りをします。

これを、受け取った方が組み立て直すと、その右側にあるより厚みのあるパッケージになります。その中に回収したいものを入れていただいて、着払いのゆうパックで返していただくという商品でございます。こういう新しい手法、使いやすい商品ということで回収物流の方もやっていただくため、通販に関しても、行きから帰りまで抱え込んでいるということをやっております。

あと、通販で受け取る方の利便性の向上というのが、38ページにあります。

昼間不在の方が、通販の商品を受け取るというので、コンビニエンスストアで受け取れると便利だということで、現在こういう取組はローソンなどとやっております。

「お客さま」と右下にありますけれども、インターネットサイトで商品の注文をするわけですが、受け取るときに、このコンビニで受け取りたいということ指定いたします。そうすると、左上のECサイトの方が左下の郵便局を経まして、下の真ん中のコンビニエンスストアのところにゆうパックという形で持って行きます。そのコンビニに到着したという通知が発注者のところに行きますので、コンビニに出向いていただいて受け取るということでございます。その通販の受け取る方の利便性を上げるということで、よりゆうパックを使っただけということでございます。

「（３）国際郵便・国際物流事業の展開」について御説明いたします。

40ページに一覧の表がありまして、元々あります国際郵便、EMSのところでも色々なECサイトと連携して、サービスの向上を図っております。

次に国際宅配便というの、更に発展した形でありますけれども、これについては後ほど説明します。

国際フォワーディングということでもありますけれども、郵便で届けるだけではなくて、その物流の部分を提供するというので、山九株式会社と連携をしました、JPサンキュウグローバルロジスティクスという会社を設立しました。ここで大きい物も含めて、ロジスティクスのサービスを提供しております。さらに、上海での展開もありますが、これも後で説明をいたします。

次の41ページに、その国際宅配便に関しまして、本年度フランスのジオポスト、香港レントングループとの提携ということで、新しいサービスを提供いたしました。これはUGX、ゆうグローバルエクスプレスという名前で提供をいたしますけれども、従来の国際郵便というのは日本の郵便が日本の部分の配送をやり、宛地の配送は、宛地の郵便事業者がやるという形なのですが、これを一気に通貫で宅配便として提供するというのでございます。追跡可能でありますのと、関税の支払いも柔軟性が高くて、関税元払いといったようなことができるというものでございます。

従来のEMSよりは少し高くても良いけれども、サービスの柔軟性、確実性を求めるお客様に対して、こういうサービスを提供するというのでやっております。

このジオポストとの連携で出資も致しまして、新しいサービスを開始しているところでございます。

もう一つの取組としまして、42ページですけれども、上海での商談会を今年度開催しております。

これは、日本の商品に対する中国の消費者の関心が高まっているというところがありますので、日本の各地域の良いものを御紹介するというイベントを開催しております。ここで実際に商談がまとまりましたら、その後のロジスティクスのところにも展開をしていこうということで考えております。

IT化の関係で、44ページに説明を付けております。

郵便の情報システムに関しましては、当初民営化の時にシステムを作ったわけですが、これがもう更新時期に来ておりまして、今、更新を進めております。それによって、そのシステムの安定化を図るということもあるのですが、更にサービスの向上ということで何点かあります。

その代表例としましては、郵便のサービスで、例えば再配達を受付とか、集荷受付をウェブ上でやるというものがありますが、そういうものでいちいちIDを入力してやらないといけないという面倒さがあります。それを「ゆうびんID」という一つのIDで入ることで、色々なサービスを受けられるようにするというのをやっております。

そのほか、配達予告をメールでやるとか、多様なサービスの展開をしようとしているところがございます。

こういうITを、郵便サービスに色々活用していったところがありますけれども、さらに、資料にはありませんが、電子的なメッセージのやり取りそのもののサービスということで、現在はデジタル郵便として、検討しているものがあります。

郵便が、どんどん電子メッセージに置き替わっていきますけれども、セキュリティに不安のあるというユーザーが多くいらっしゃいます。そういう方に対して、安全な電子的なメッセージサービスというのをやるということで、デジタル郵便というのを、今、検討しております。これは一般の電子メールと違って、誰が送るかという差出人を限定して、一方、受取人の方も本人確認をした上で、確実に送れるというサービスでございます。外国の郵便事業体では、多くの国でそういうサービスを提供しているというところなんです。これは、政府の方で、今、検討されているマイガバメント、あるいはマイポータルというものもありますので、そこと連携して、利便性の高いサービスになるのではないかと検討しております。この辺は詳細が固まりましたら、何らかの形で御説明をしたいと思っております。

以上、郵便関係などでした。

○立林執行役員

それでは、引き続き、46ページ以降で、いわゆる3事業以外のその他と呼ばれているサービスについて、簡単にまとめましたので御紹介をさせていただきます。

その他のサービス自身、38億円から328億円ということで、大体民営化してから8倍強という形で伸びてございます。全体として物販、不動産、いわゆる提携金融サービスというところでございます。

47ページに、その「提携金融サービス」で四つの分野がございませうけれども、それぞれの内容と取扱局を書かせていただきましたので、御覧いただければと思います。

48ページと49ページにつきましては、これも先般こちらの委員会の方で、御紹介をさせていただきましたけれども、アフラックとの関係でのがん保険の取扱局につきまして、本年10月から1万局まで拡大をさせていただいたという旨と、49ページには、その関係で10月1日からの新しい、いわゆるオリジナルのがん保険の取扱いを開始させていただいたということにつきまして、簡単にまとめさせていただいております。

50ページ以降、物販の関係でのトピックスが幾つか並んでございます。

50ページは、これも何回か御紹介いたしましたけれども、三越伊勢丹の関係のノウハウを活かしまして、食品以外のカタログを今年度に入りまして、幾つか出させていただいております。それぞれトライ、エラーを繰り返しながら、こういった分野についても伸ばしていきたいと思っております。

51ページは、8月に発表させていただきませうけれども、カタログギフトの株式会社リンベルとの間で資本・業務提携を致しましたので、この提携を活かしまして、そのチョイスギフトの表紙デザインなどを簡単に作れる「らくらく作れるギフト」という形で、実際に展開を始めているという状況でございます。

52ページは、これも物販の一形態ですけれども、郵便局の局舎等を広告に利用させていただくという広告ビジネスについてでございます。様々なところで販促に使っていただくということで、本年8月にはJPコミュニケーションズ株式会社という子会社を作らせていただきまして、更に機動的に、多面的な広告提案を行わせていただくということで取り組んでございます。

最後、53ページは不動産の関係でございます。

こちらにつきましても、何度か御説明をさせていただいたところでございませうけれども、賃貸ビル、住宅関係、分譲あるいは賃貸住宅というところでの、個別の事業化を進めているところでございます。そのほか、未利用資産につきましては、駐車場に活用する等の手立てを講じてございます。

以上、いわゆるその他事業ということでございます。

54ページ以降、郵便局舎についてのトピックス等をまとめてございます。これも駆け足でございませうけれども、簡単に御紹介だけさせていただきます。

55ページは、人口が急激に増えませうけれども、これまで郵便局としてなかなかサービスが行えていなかった人口増加地域への新規出店を、実際にやらせ

ていただいているということでここにございます。視察も行っていただきました、富谷明石台（とみやあかいしだい）とイオンモールの中、あるいは大阪の彩都西（さいとにし）というところで、今年度は10局程度新規出店を行う予定でございます。

56ページは、利便性の向上と致しまして、コンビニエンスストアあるいはショッピングセンターの中、地方自治体の施設等との併設的な店舗と致しまして、利便性を向上させていただいているというものです。

それから、これは計画的な改修でございませけれども、カウンター周りかなかなか雑然としているようなところを、リニューアルオープンをさせていただいているというところも、大体本年度は150局程度やらせていただいているところでございます。

57ページでございませけれども、こちらは少しターゲットを絞った形での店舗空間を作ろうということで、3の（1）が八重洲に6月に造らせていただいた、働く女性のお客様を意識した店舗というカテゴリーでございます。この関係で金沢の方ですと、観光のお客様というところ、ユーザーとしての女性のお客様というところに焦点を当てた局作りというものをやっております

（2）は、バリアフリー化の取組でございます。

58ページは、空いているスペースの活用という一形態と致しまして、これは10月に発表させていただきませけれども、来年4月からさいたま中央郵便局のスペースで、認可保育施設というものをやっておりますということで、合意が取れましたということでございませ。

そのほかにも、レンタルのトランクルームあるいは先ほどもありました、駐車場の設置も実施をしているという状況でございます。

最後、59ページでございませけれども、昨年10月から「（郵便局の）みまもりサービス」の試行・実施をしております。まだ、この試行の後というところはなかなか現実化してございませけれども、ニーズ等の調査を進めながら、今後の形態について検討を更に進めているところでございませ。

ここまでが、郵便局の局舎についての関係でございませ。

○淵江執行役員

淵江でございませ。

あと、残りの部分を簡単に御説明させていただきます。

社員が、いかに生き生きと働いて生産性を向上させるか、会社の業績に大きく影響します、人材の活用について、力を入れているところでございませ。

61ページでございませ。

社員が、前向きに日常業務に取り組むことができるように、その努力に応え

られるようにということで、社員の頑張りを給与や退職手当に細かく反映させるという新しい人事給与制度を段階的に導入しております。右側でございますが、上から〇の四つ目、多様な働き方の社員のニーズの高まりに応えるということで、役職登用や転勤の範囲を限定した、いわゆる新一般職というものを今年の4月から導入しております。そのほかの四つにつきましては、来年導入する予定でございます。

右側でございますが、郵便業務関係の社員につきまして、これまで固定的に支給されていた給与手当の一部を原資として、業務量や品質、営業実績に応じて配分するという業績手当の導入を、来年図る予定でございます。

62ページ目は、一つの個人業績の測定方法として、集配外務員の例を載せております。具体的には当日の業務実績データに基づいて「1分当たりの配達物数」と、あらかじめ設定してあります「区ごとの1分当たりの基準配達物数」との間に増減関係を算出して、その結果を、ポイントとし、そのポイントを1カ月まとめたものを、個人の業績としようというものであります。

63ページでございます。

「女性の活躍できる職場作りに向けて」ということで、働く女性が活躍できる職場を作ることに力を入れてございます。今年の9月1日に女性活躍施策を一体的に推進するために「女性活躍室」を設置いたしました。女性社員の活躍推進に関する取組の企画・支援・調整を行っております。

左にございますが、「女性管理者登用目標」として、2016年4月1日までに7%を、管理者は目標としております。

右側に移りますが、女性管理者の登用を推進して、女性の活躍できる職場作りに向けて「女性の視点・特性を活かした商品・サービスの実現」「女性が働きやすく働き甲斐のある職場づくり」に取り組んでいるところでございます。

64ページでございます。

当社の収益の向上とか、持続的成長のためには、やはりお客様のニーズを的確に把握して、最善のサービスを提供する、自ら主体的に行動できる社員を育成するということが、非常に重要になっております。

そのため、今年度から人材育成施策を拡充し、大きくは3点で、社員個々の能力を向上させること、一人一人を大切にするとマネジメント、職場における中核的な人材の育成を図ることによる組織力の向上、そしてこれらの人材育成の基盤整備に重点を置いた人材育成施策を推進しております。

65ページでございます。

郵便局は、御案内のとおり少数の職員が働く郵便局が多数あります。

「社員の休暇取得や出張等による労働力の後補充対策」、「業務繁忙日対策」を容易にできるように、部会単位、10から15ぐらいの郵便局を一つの部会とし

ていますが、その部会単位に共助共援の体制を拡充して休暇の後補充、繁忙日の対策など、エリア全体でカバーする仕組みを作っています。

67ページでございます。

地域の有識者に、郵便局の利用者の視点とか、公共サービスの視点、地域経済の視点から様々な御意見を頂くため、支社単位に郵政事業有識者懇談会を開いてございます。

経緯を申しますと、2007年10月に「地域貢献業務計画等に関する会議」というものを設置したその流れを汲んでいます。

例年、10月から11月に各支社で開催し、本社からも役員が参加してございます。各支社10から20名程度に委嘱して、様々な意見を頂いているところでございます。

68ページが「年賀寄附金助成事業」でございます。

「お年玉付郵便葉書等に関する法律」に基づきまして、寄附金付年賀はがき、切手の寄附金を社会福祉の増進、青少年の健全育成など、配分の対象となる10の事業に配分しております。

1950年から開始しまして、2014年は、配分団体が297団体、寄付金額は6億402万円でございます。例としましては、ネットの時代において、メールによって悩み相談を受け付けている事業者に対しまして備品の拡充の補助を行ったり、右側の方は、被災児童の心のケアということで、東日本大震災の被災者のために保育園、幼稚園などに、乗馬体験と馬の触れ合いを実施した事業に寄附金を出してございます。

次の69ページでございます。

「地域と一体になった郵便局づくり」ということで、地域社会の一員としての地域のお祭り等のイベントに積極的に参加してございます。

例えばでございますが、青森県のねぶた祭では、地域団体と連携して参加しております。2014年度は郵政グループ全体で、延べ840人の社員が参加して「ねぶた大賞」を受賞いたしました。「運行・跳人賞」の4連覇を達成したところでございます。そのほか、各地で色々なお祭りに参加しているところでございます。

70ページ、そのほかの郵便局ネットワークを活用した地方公共団体との協力した事業を行ってございます。

例えば「子ども110番」ということで、子供に関する事件・事故を未然に防止するため、郵便局で一時的に預かり、警察等に通報することも実施してございます。そのほか、地方公共団体からの要望により、防災協定を締結しているところも多数ございます。そのほか地域の清掃活動など、様々な地域貢献活動を行っているところでございます。

71ページ「地方公共団体からの受託等」でございます。

民営化前より引き続き、郵便局の窓口として、公的証明書の交付事務、バスの回数券など地方公共団体の行政サービスを実施しております。また、年金機構からの委託を受けまして、年金加入記録の交付業務というの、200の郵便局でやっているところでございます。

次は73ページでございます。

「東日本大震災への取組」ということで、日本郵政グループ各社との連携を密にしまして、東日本大震災で被災された方々の日常生活支援に貢献してございます。

一つは、仮設住宅への配達等でございます。住所を確認しながら郵便物を配達しています。現在でも、住民票に記載された住所に届いている郵便物について、仮設住宅に転送をしているところもございます。それから、仮設住宅への郵便ポストの設置も行ってございます。

災害義援金を内容とする現金書留郵便物の無料引受を継続して実施してございます。

災害時に、通帳・印章を無くした方々に対して、20万円までお支払いする、貯金・保険の非常払いも行っております。

災害義援金の無料送金サービスを現在も継続して行ってございます。

窓口業務関係でございますが、被災された地域におきましては、郵便・ゆうパックの引受けやATMの通常の預払いを行うサービスとして、ポスクルという車両型郵便車のサービス提供を現在も3箇所を実施してございます。

74ページは、東日本大震災の被災局の復旧に向けた取組でございます。被災した郵便局は164局ございましたが、郵便局の復旧取組を行いまして、10月末現在で営業を休止している郵便局は62局まで減少いたしました。今後も地方公共団体等の地域計画に基づきまして、郵便局の設置を行っていきたくと思っております。

以上、長くなりましたが、御説明させていただきました。

よろしく申し上げます。

○増田委員長

どうもありがとうございました。

多岐にわたりまして、御説明いただきましたが、これから質疑等を行っていきたくと思っております。

御質問等ございましたら、どうぞお願いいたします。

どうぞ、老川委員、申し上げます。

○老川委員

どうも、御説明ありがとうございました。

色々、問題というか、感じるところがありました。感想を交えた意見を二つ、質問を一つしたいと思います。

意見として一つは、学校での手紙の書き方とかは、非常に私は大事なことだと思います。もちろん郵便局の側からすれば、はがきの売れ行きという収益上の問題が当然あるわけですが、同時に子供たちの活字文化に対する能力、いわゆる教育的な面でこれは非常に大事なことです。特に今はデジタルデバイスが非常に一般化している。それはそれで良いにしても、そうすると、手で字を書くという手書きの癖がなくなってしまうというのは、やはり日本人の文化という面で非常に問題があると思います。今、2万校のうち1万校という御説明だったのですが、更にこれを広げていかれるように文部科学省とも協力なさって、進められたら良いかなと思います。

それから、後段の方の地域との関係で、何ページだったか、支社単位で地域の懇談会というところがありましたね。

○高橋代表取締役社長

67ページです。

○老川委員

67ページでしたか。

これも、大事なことだと思います。我々も一部視察をさせていただいて、それぞれ地域の方にもお話を聞いたわけですが、やはり郵便局が地域の人たちに非常に期待され、信頼され、かつ、またこういうことをできないだろうかとか、我々の気が付かないようなニーズというものもたくさんあるようです。支社単位でこういう組織を作られることは当然必要だと思うのですが、それだけではなくて、もうちょっと小さな規模でも地域の実情に応じて、こういった土俵を作って、色々地域の方々の御意見を吸い上げるという体制を、お作りになられたらいいのではないかと感じます。

質問は、特に郵政民営化法の改正法で、ユニバーサルサービス、地域への貢献というか、公益性ということが非常に期待されているわけなのですが、郵便局数の変遷、特に過疎地の郵便局数について、21ページで19局増加していると思いますが、ほかに希望があってもなかなか事情があって開けないところとか、もう地域的にも余り希望はなくて、そのまま閉鎖した方がいいという場所とか、色々あると思うのですが、そこら辺の実態はどんなことなのか、それを聞かせていただきたいと思います。

以上です。

○増田委員長

それでは、質問についてよろしくお願いします。

○立林執行役員

過疎地の郵便局数の関係でございますけれども、この21ページの表を御覧いただきますと、7,377局となっているわけでございますが、内訳を御覧いただきますと、直営の郵便局は5,433局で、これは2007年のときから比べてやはり減っているわけです。簡易郵便局が、1,895局から1,944局となつてございますので、主として簡易郵便局の方で、営業の局数というところを増加させているところでございます。

これは、その次に申し上げました、一時閉鎖の郵便局、簡易郵便局の早期再開ということで、様々な対策をとりましたので、そういったところが功を奏しているのだらうと思つてございます。

そういった意味から申し上げますと、この一時閉鎖の局の方がある程度、この220から230局というところで、ここ数年はもうこれ以上は厳しいのかなというところでもございますので、そういった意味ではこれからまた新たに過疎地の郵便局数が増えていくというのは、ちょっと考えづらいなと思つてございます。

○老川委員

ありがとうございました。

○増田委員

どうぞ、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。

それでは、質問二つと私の意見を一つということでさせていただきます。

先に質問ということなのですが「郵便・物流ネットワーク再編」というところで、25ページのところに、非常に分かりやすい整理をさせていただいています。

こういう話が出てきましたときに、先ほど地域区分局も新設し、例えば高速道路の出入口のところに接続させた方が良いとか、明らかに物流拠点としての考え方を持っていらっしゃる。それは正しいと思います。

ただ、そうになりましたときに、先ほどの老川委員の質問とちょっと関係するのですが、顧客接点としての郵便局のネットワーク、つまり2万4,000の郵便局ネットワークの維持の考え方と、物流から見たときの郵便局のネットワークの構築の視点というのは、必ずしも一緒でなくてもいいし、必ずしも重なる必要はなくて、よく一般の分野では、商流、物流とを分離すればどうかといったこともあります。物流の動きと店舗の配置という形を、どういふように有機的に組み合わせるかということであるのですが、そうになりましたら、25ページの下の方に今まで分散配置だったものを集中配置にさせていく。そして、今、そういう形で改善が行われてということになりましたら、恐らくもう一段階あるのかもしれない。

つまり、それはあくまで2万4,000局という、最終的な末端をきちんと維持しながらも、物流のネットワークを維持し、かつ、それを時には従来の集配局を通さないような配送の仕組みは当然あり得るみたいな形で、そういう考え方がありのかどうかということについて、質問させていただきます。

二つ目の質問は、将来の事業ということで、今後是非伸ばしていただきたいと思うのですけれども、通販ビジネスとの関係において、これは34ページでは決済システムの話がございましたし、私はゆうパケットというのは将来性があると思いますので、是非伸ばしていただきたいと思います。

ただ、34ページの決済システムの話と、38ページにあります、利便性ある受取りの仕組みという説明がございました。これの一つ一つは非常に重要な要素なのですけれども、ECサイト事業者からの発送というのは、例えば自らの注文を受けたときに、それは郵便局ネットワークで基本的に配達してもらうのが良いと考えたときに、もう少しそれをうまく何か仕組みとして連携させるとか、あるいは、もしECサイト事業者がたまたまゆうパックを選びましたということではなくて、それは明らかにソリューション提供ということになるのですが、もう少し踏み込んだ形のものが、考えられるのかどうかということでもあります。

もう一つ、それは先ほどのこれも、御説明の中にあつたことでもあるのですけれども、通販ビジネスの中で、例えば百貨店と提携されてカタログを出すということで、通販ビジネスの考え方は、日本郵政オリジナルの商品の通販がありますが、それだけではなくて、日本郵政とか日本郵便がそのためのプラットフォームを提供されて、その上に乗ってくださいという形の通販ネットワーク、ネット販売に対する提案の仕方もあると思いますので、このところが各要素だけが出ているのですけれども、もう少しそれがつながっていく可能性はないのかなというのが、二つ目の質問です。

三つ目の意見は、これは本当に単純な意見なのですけれども「ぼすくま」というキャラクターは是非もっと積極的に活かしていただきたい。

こんなかわいらしいキャラクターがあるのに、それが活かされていないというのはもったいないですから、それについて、マーケティング的に一つのキャラクターを作られたら、徹底的に打ち出していかなければいけなくて、時々それを別の熊に変えようとか、ウサギに変えようということは絶対にしてはいけないということで、一貫性を持って是非お願いしたいと思います。

以上です。

○増田委員長

ありがとうございます。

それでは、御質問が二つありましたので、順次お願いします。

○鶴田執行役員

ありがとうございます。

まず、「郵便・物流ネットワーク再編」で、地域区分局の物流としての拠点の配置と、それから窓口の顧客接点としての配置、確かに違う観点というのがあると思っています。

一応、挙げますと、ちょっと古いですがけれども、東京中央郵便局というのが昔は物流の拠点だったのですが、あんなに良い所に物流の拠点を置く必要はないということで、物流の拠点は江東区の新東京郵便局に移しました。

では、東京中央郵便局の空いたスペースはどうしたかということ、我々の窓口は残していますし、KITTEという商業施設もありますけれども、後はオフィスビルにして不動産として活用しているということです。ああいう形で物流の拠点として理想的な所に置く一方で、顧客接点は維持する。あと、スペースが余ったり足りなかったりしますので、そこは不動産活用とか色々な形で、やっていくということになっていくのかなと思います。

さらに、地域区分局だけではなくて、一般の集配局も今後色々な動きによって、余ったり足りなくなったりというところは出てきます。例えば、ヤマトさんでもそうなのですが、都市部だとサテライトという考えを持っていますが、そういう細かい拠点をたくさん配置した方が、集荷をしったりするのに有利だという点もあったりするので、そういう地域の実情、色々な機能に応じた柔軟な配置を考えていきたいと思っています。

通販に関しましては、確かに今日の資料だと、パーツ、パーツで出ているという感じですがけれども、おっしゃるとおり、プラットフォームということで提供していくというのは非常に重要だと思っています。

特に、新しい事業者がどんどん出てきますけれども、新規事業者でアイデアが良いのがあるのだけれども、ロジスティクスが追いついていかないというプラットフォーム、フルフィルメントのところが追いついていかないという事業者はたくさんありますので、これに対して、一貫したトータルのサービスを提供するということで、どんどん一緒に成長していくということをやりたいと思っています。

今年から、私どもも民間でやっています、通販ソリューション展という展示会があって、そういうところにも出展をして、ロジスティクスもファイナンスもやります、DMを使ったマーケティングもやります、そういうトータルとして色々なことをやっていくのですということを意識して、アピールするようにしております。

「ぼすくま」については、おっしゃるとおりで、最初は切手のキャラクターとして始めたものなのですが、今、正に色々なところで活用させていただいておりますが、もっとどんどん使っていきたいと思っています。

○増田委員長

ありがとうございました。

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。

御説明を伺って本当にこの間、集中的に色々な取組をされているということが分かりましたし、高橋社長が感慨深くおっしゃったように、本当に色々な課題について、分かれていた会社が一体となって解決に向けて進んでいくというプロセスを御説明いただいたと思っています。

まず、改めて13ページで、1日当たりの配達通数は減っているにせよ、1日当たりで何と総世帯の約6割に配達していることになる。もちろん何通も受け取る方もいらっしゃるでしょうし、通数がそんなに多くはない方もいらっしゃるかもしれませんが、平均すればこういう数字から改めて活動の力というか、「地域くまなく」ということを感じました。

それで、先ほども老川委員への御説明にもありましたように、本当に過疎地における郵便局についても拡充をしていただいたので、ぎりぎりのところまで増やしていただいたのですが、今後も進めていただきたいと思いつつ、もう御説明を既に頂いたかもしれないのですが、改めて質問を一点させていただきたいのは、22ページの「※」なのです。

一時閉鎖中の簡易郵便局に関して、色々理解を得つつ進めているというときに、「※」の最後に「地方公共団体からの申し出（約4%）」とありますが、これは一時閉鎖の主な理由として掲げられているのですね。地方公共団体が閉鎖に関係しているということですが、本当は閉鎖しないで開いてほしいのではないかと一般的には思われるので、この点だけ教えてください。

二点目に、「手紙振興に向けた取組」で、私も三村委員と同じ意見で、この「ぼすくま」というのはとても浸透しつつあり、はがきにつけてくださっている場合もあるし、新しい世代のためにスマートフォンというところで使っているということで、29ページのかわいい姿などを見て、SNSやメールアドレスとも関連する年賀状とか、LINEとの連携とか新しい世代にこうしたキャラクターも付けながら、しかも年賀状という文化に結びつくような取組というのはとても有用だと思うのです。実際にこういうことをすれば、はがきによる年賀状も出そうという気配にもなると思うので、続けてほしいという思いから、どうなのでしょうか。

お客様からの「ぼすくま」への反響とか、それから最近のゆうパック関係でしょうか、「バカまじめ」というキーワードで宣伝というか、PRされていますが、それに対する反響はいかがだったのでしょうか。結構、公であったときは

なかなか使いにくいキャラクターとか、言葉も、株式会社としてやっていくとなると、積極的に踏み込むということが大事なので、その反応を聞かせていただければと思います。

次に、三点目は34ページ以降に「通販ビジネス等向け決済サービスの提供」ということで、これ以降というのは、結構積極的なゆうパケットであるとか、コンビニエンスストアの受取りであるとか、本当にeコマースの状況を郵便局と無関係と捉えず、むしろこれは商機と捉えて、チャレンジングな取組を続けてされているように感じました。

その経過からなのですけれども、これを今日は御説明いただかなくて結構なのですが、要望なのですが、先ほど「デジタル郵便」という言葉でおっしゃいました。個人番号制度、マイナンバー制度を地方自治体の立場から申し上げますと、来年10月から付番が始まります。これはJ-LIS（地方公共団体情報システム機構）さんにやっていただけそうなのですけれども、再来年、平成28年1月から個人番号カード、マイナンバーカードを交付するという仕事が私たち市町村の仕事になります。番号の付番のときにも、恐らく日本郵便が活躍されなければならないと思うのです。

ただ、個人番号カードは取りに来ていただいて、御本人であることを確認して、恐らくは市町村が手渡しするということになると思います。そういうときに個人番号制度のメリットというのを検討し、「見える化」しないと、わざわざ国民、市民の皆さんが個人番号カードを市役所まで取りに来るということはなかなか大変なのです。

そこで、先ほどの「デジタル郵便」というのは、恐らくは今後、個人番号制度を前提とした、先ほどマイポータル、マイガバメントとおっしゃった、個人が、自分に関する情報のコントロール権を持って展開するときの有力な電子私書箱の機能をイメージされているのだと思うのです。

ですから、是非何らかの機会に、やはり個人番号制度がいよいよ本格化しますので、日本郵便が考えていらっしゃる「デジタル郵便」について、今日ではなくて結構ですので、御説明をいただければと思います。

最後に、57ページには「働く女性のお客さまを意識した店舗」とありまして、そして、58ページには、だからこそ保育園の事業者に空きスペースを貸しますよというものがあり、更に63ページには今年の9月1日に「女性活躍室」を設置された。

安倍総理は、女性の活躍ということを強く地方創生と並んでおっしゃっています。それは言うまでもなく、地方自治体でもこの間進めてきた、男性だけでなく女性にも活躍していただきたいということで、そこで応援の御質問ですが「女性活躍室」の中に「女性の視点・特性を活かした商品・サービスの実現」

とあります。だからこそ、働く女性のお客様を意識した店舗というのはあるのですけれども、これは悪いことではないのですが、そうすると、何か働く女性でなければ、ちょっと具合が悪いというイメージを出すのもいけないのではないかと思っけていまして、働いているいないにかかわらず、職業を持っていらっしゃるなくても、地域でボランティアとかで活躍してくださる女性はたくさんいるのですから、何か地域で活躍する女性と幅広く捉えた上で、とりわけ働く女性にも使ってもらうためには、働く女性が色々なアイデアを社内を出していただくような仕組みというのが、とても重要だと思うのです。

でも、これは留意しないと、また男性と女性を分けるようなことになりがちなのです。ですから、希望としては、男性であれ、女性であれ、日本郵便で活躍してほしいし、きちんと活躍している女性はしっかり役職につけていただきたいし、頑張っていたきたい。これは男女平等にやっていただきたい。そして、eコマースも含めて女性が多く利用するようなサービスに対して、もちろん充実していただきたいのですけれども、何というのでしょうか、この一貫して働く女性とか、女性活躍ということを標榜されていますので、それはまだ9月1日から始まったばかりですが、これは社長から思いをもう少し聞かせていただければ、ありがたいなと思いました。

以上、全てが質問ではありませんが、よろしく申し上げます。

○増田委員長

それでは、検討していただいて、後日、お答えいただければよろしいとおっしゃっていたものもありますので、そういったものはまた別途にして、今、御質問あったもの、特に地方公共団体からの申出がある一時閉鎖中の局を含めて、何点か御質問がありましたので、順次申し上げます。

○立林執行役員

最初の22ページの一時閉鎖の理由のところに挙げられている「地方公共団体からの申出」ということでございますけれども、私どもが地方公共団体さんのほうに簡易郵便局の事務をお願いしていた局なのですが、地方公共団体の方で統廃合等、様々な合理化等の中で、事務の返上といえますか、そういった形の申出が残念ながらございました。

そういった意味で、ここのところの理由に掲げさせていただいたというものでございます。

○増田委員長

それでは、どうぞ。

○鶴田執行役員

「ぼすくま」について、清原委員からも応援いただきまして、ありがとうございます。

我々としても非常にいい反響だと思っています。ちなみにこのLINEのものは始めて2、3日でアクセス数が何百万とあったということらしいので、こういうことにも乗じて、マルチな展開でやっていきたいと思います。

それから「バカまじめ」の方ですけれども、例えば、私どものコールセンターに入った反響など見ると、ごくわずかに「バカとは何だ」という声はあったのですが、おおむね非常に斬新で、一方、刺激的な言葉ながらも、多分私どもの品質の高さというのを、あれでアピールしているつもりなのです。そういうことがある程度伝わっているのではないかと思いますし、そういうものを我々も活用して、現場での社員がお客様に接するときもそういうことなのだよというので、PRをさせていきたいということで考えております。

そういう色々な形で、あとは商機を捉えてやっていくということで、デジタル郵便に関しましては、まだ政府でも検討中のところもありますので、少し状況を見ながら、また別の機会に、私どもの検討状況を御説明させていただきたいと思います。

○増田委員長

ありがとうございました。

社長から、女性の活躍などの点についてお願いします。

○高橋代表取締役社長

実は、郵政事業といいますか、郵便局の利用者の方というのは男女で見ますと、女性のお客様の方が件数も金額も多いお客様ということでございます。

ただ、実際に郵便局の窓口に並んでいるのも、女性の社員の方が少し多いという状況でありながら、社内の反省として、そういった女性のお客様にふさわしい商品サービスを、ふさわしい店舗の中で提供できているのだろうかという議論はありまして、多くの社員の人に話を聞いてみると、自分はこういうふうになっているのだけれども、なかなかそれが組織になると実現できないと言うのです。女性社員の方のお話も多々あり、だからこそ皆さん頑張って昇進して、決められる立場に就きましょうよという話もあるのですが、現状、もう当面の中で活かせる知恵、工夫というのはどんどん活かしていきましょう、皆さんの昇進を待てばいいのですけれども、その待てない中で情報のハイウェイみたいな機能を、この「女性活躍室」に果たしてもらおうかなと。本社の中で、そういった女性のお客様視点のアイデアをどう具体化するか、そういった仕事も持ってもらいましょうと。

通例「女性活躍室」ということと言えば、女性が活躍できる、昇進なり人事制度なり、育休、産休を取りやすい環境条件、整備をどう進めるかといった内容だけになるのですけれども、そういった事情がございましたので、二本柱で、会社の中で女性社員が活躍しやすい環境整備と、併せてお客様女性のお客

様に対して、どういうサービス改善ができるかという両方を仕事にしてもらいましょうということで、立ち上げたものです。

御指摘のありました、57ページの「働く女性のお客さまを意識した店舗」といいますのは、そういった取組の中の一つの分野として、店舗作りというものを考えまして、御指摘のとおり、店舗の立地によって、女性のお客様というのは非常に多様なお客さまがいますし、私どもの女性のお客さまは総体で見れば、職業を持たない中高年の女性というのが圧倒的に多いのですけれども、たまたまこの八重洲の地下街の郵便局が、模様替えをするという話があったものですから、この機会に、あそこの地下街にお買い物でお越しになる、あるいはその近所の企業に勤める方で、郵便を出しにおいでになる方が多いものですから、そういった方々にプラスアルファで、どういうお役の立ち方があるかなということで、たまたま八重洲という立地で考えたものです。そのときのコンセプトが働く女性、お客さまを意識したというふうになったのですが、これから先色々なところでそういった機会を捉えて、その地に合ったお客さまの御要望に応えていきたいと思っています。

あと、清原委員が最後におっしゃった点は、実は私どもも痛感している話なのです。女性の活躍を推進していくときに、最初は人事担当者というのは育休の期間を何年にするかとか、3年目一杯やれば、制度としてはやるべきことをやってみたいな感じがあったのですけれども、実は一方の女性の皆さん、働いている皆さんの御意見を聞いてみると、保育園なり手当を付けると、3年たたずに戻ってくる方が多い。仕事で活躍したいという思いがあって、ところが、戻ってみるとやはり残業礼賛とは言わないですが、やはり残業を気兼ねなくやれる人というのが、職場の中では活躍している人みたいに映ってしまうとか、そういう意識があるとなついつい引け目を感じてしまって、その後の昇進意欲に影響してしまうような人もいるということが分かりまして、ですから、そういったふうにならないように、職場の管理者、役職者というのが日常の職場管理をどういうふうに進めたらいいのか、そういうことに地道に取り組んでいこうと、今、部屋のメンバーも含めてなっております。

だから、考えてみると、女性だからというか、実は、特有のことでは答はなかった。やはり身体障がい者の人なり、中高年でも色々な事情のある人に接するというか、そういった色々な人がいる職場をどうマネジメントしていくのかというのが、本当の答なのだなど。色々なことから考えてみると、そういう当たり前の結論に至ったというのが実際のところであります。

○増田委員長

どうぞ、清原委員、お願いします。

○清原委員

郵便局全てではないのですが、ゆうちょ銀行の窓口と共存している郵便局も
ございます。

女性の活躍というところを切り口に、職員の皆様により働きやすい、また、
お客様にもより利用しやすい店舗をと考えるのであるならば、是非その点につ
いては、ゆうちょ銀行と連携をして御一緒に進めていただくのも、もうされて
いるかもしれないのでせん越ですけれども、有効ではないかなと感じました。

以上です、どうもありがとうございました。

○増田委員長

御苦労様です。

私の方から一点だけ、質問とも意見ともつかないようなものですが、要は、
日本郵便として、いわゆる物流の関係、お手紙をお届けしたり、ゆうパックの
ように荷物をお届けするというものがメールになったり、eコマース化がこれ
からどんどん進んでいくということとなります。

これは、特にゆうパックなどは同業他社とし烈な競争ということになります
が、いずれにしても、ある程度マーケット規模を持っているところでないと、
競争の土俵にも立てないという環境になると思うので、二つライバル会社があ
るわけですが、これから伸びる要素とすれば、やはり物流のゆうパックといっ
た分野でしょうから、これについては、ありとあらゆる知見を取り入れた上で、
競争の土台をできるだけ強くしていくということに、是非取り組んでいただき
たいと思います。

あと、もう一つ、窓口を持っていて、いわゆる窓口事業をずっと行っていく
ということが非常に貴重な役割であって、特に、これから全国的に見ると、人
口減少が非常に進んでいきますので、いわゆる地方の中山間部、先ほども郵便
局しかほかに金融機関等がないところの町村の図なども出ていましたけれども、
そういうところでどういうふうに窓口を維持していくのか、あるいはユニバー
サルサービスですから、維持はもう当然やらなければいけないのですが、そこ
でどれだけの機能を提供できるかというのが非常に重要になります。

今、郵便局機能ということではなくて、一般論として、どこの地方自治体も、
保育の関係だったらそちらの行政分野、高齢者の介護ですとか、いわゆる社会
福祉関係であればそういう分野で、様々な施設を、一つに拠点化、集中化する。
単に合築するだけではなく、機能そのものを一緒にして融合させて多機能の役
割を果たせる拠点を造って、ありとあらゆるニーズに対応できるものにしてい
かないと、それほど人口減少が急激に進んでいきますので対応できない。

よく高知県の知事が来て、私のところに言ってきますが、高知県内の市町村
は多機能拠点を造って、ありとあらゆるニーズに、生活全般をそこで対応でき
るようにしないと、地域は守れないと言っています。

ところで、郵便局は、場合によっては民営化されたということで、ほかの民間会社と一緒にあって、官の扱いではなく別扱いになったりしているところもある。以前は、行政連絡懇談会などは必ず郵便局長さんが入っていたのですが、どうも見ていると、地域によっては、最近単に形式的に民間になったからということで、そこから外されたりしているところもあるようなのです。

これは、首長側の問題もありますけれども、この間も宮城県に行ったら、そんな話が郵便局長さんから出てきましたが、当然のことながらそういう中に入って、それでどうやったら拠点を維持できるのか、それに郵便局がどれだけ貢献できるかというのを、積極的に意見を言うていく必要があるのではないかと思います。

あと、先ほど老川委員が正におっしゃったように、それだけではなくて、地域の人たちをお招きして、単なる有識者懇談会レベルのものだけでなく、本当に住民の人達も入ってもらって、下から色々なニーズを徹底的に掘り起こすということが、これから必要になるのではないかと。いずれにしても、地域で長く存在してきた、郵便局の窓口というのは非常に信頼感の高いものでありますので、それが郵便局にとっては命ではないかと思うのです。

したがって、先ほどもお話がありましたように、局のおおよその維持はほぼ目途がついているという気が、私はするのですが、その中で、その機能をいかに色々なほかの行政分野などにも提供できるのか、お使いいただけるのか、あるいはほかのところに入って行って、中核的な役割を果たせるのか、この窓口業務をこれからどれだけ活かしていけるのかが、ひとえに会社の色々な高いレベルでの経営方針に関わってくると思うので、特にこれからの人口減少時代を見据えて、ぜひ適切な経営理念というものを全ての郵便の社員に浸透させて、それで努力していただきたいと思います。

全体をとおした意見ですので、そういったことを含めて、これからよく経営をお考えいただきたいと思います。

今日、各委員から出ました御質問に対するお答え等も含めて、全般の状況を把握しまして、後は事務局からまた色々個別の御質問等もあるかと思っておりますけれども、来年の意見書の作成時期が間もなくということになりますので、そこに我々としての意見を取りまとめて、またお示ししていきたいと思っております。

もし、何かございましたら、社長から。簡潔で結構です。

○高橋代表取締役社長

ありがとうございました。

非常にポイントを突いた、御指摘を頂きまして誠に同感であります。

ゆうパックの事業については、これだけの追い風がある中で、あとは社員の

頑張りと経営の知恵の勝負だと思っておりますので、これから日本郵政が上場の準備を完了するということに、日本郵便の事業の成果というのは非常に大切だと、全社員が自覚しておりますので、そこは先ほど全知見を持って取り組むようにということは、肝に銘じて取り組んでいきたいと思っております。

あと、窓口事業、特に地域との関わりについては、この間、私どもも非常に強く実感しているところであります。地域の姿というのは本当に多様な形ですが、かなり従前と違うステージに達しているのかなと思っております。

私どもの日本郵便ないしは日本郵政グループで、1人で抱えきれない問題ではない、非常に重たい問題だと思っておりますが、同じく地域の金融機関、その他の企業の方、さらにはNPOの方、更に行政の皆さんと一緒に取り組めば、色々な経営資源や知恵を生かして、まだまだやっていける工夫というのはたくさんあると思っております。

そういったことで、他の企業の方、地元の方、地方自治体を含めて、色々な相談をこれから持ちかけていきたいと思っておりますし、その点で御指導いただけることは言っていただければと思っております。

○増田委員長

よろしゅうございますか。

どうも今日はありがとうございました。

それでは、これで質疑を終えたいと思います。

日本郵便の皆様方には、ここで御退席ということになります。

どうも御苦勞様でございました、ありがとうございました。

(日本郵政及び日本郵便退室)

○増田委員長

以上で、本日の議題を終了しました。

委員の皆さん、ほかにないようでありますので、事務局から何かありますか。

○若林事務局次長

次回の「郵政民営化委員会」は、12月15日月曜日の9時30分から開催いたします。

民営化推進に向けた取組という議題で、ゆうちょ銀行、かんぽ生命保険から説明を聴取したいと考えてございます。

○増田委員長

分かりました。

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、私が記者会見を行うこととしております。

今日は、どうも御苦勞様でございました、ありがとうございました。