

## 郵政民営化委員会（第142回）議事録

日 時：平成27年11月16日（月）9：30～10：30

場 所：永田町合同庁舎3階 郵政民営化委員会室

出席者：増田委員長、米澤委員長代理、老川委員、三村委員  
野村證券株式会社 榊原常務、北見主任研究員

### ○増田委員長

おはようございます。

ただ今から「郵政民営化委員会」の第142回を開催します。

本日は、委員5名中4名の出席を頂いております。清原委員は御欠席ですが、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って議事を進めてまいります。海外の郵政事業体の動向について」を始めの議題としたいと思います。

野村證券からこの関係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。

本日は、榊原常務と北見主任研究員に御出でいただいておりますので、大変恐縮ですが、30分程度で説明をお願いしたいと思います。よろしく申し上げます。

### ○榊原常務

今、御紹介いただきました野村證券の榊原でございます。いつも大変お世話になっております。

御案内のとおり、夏のマーケットの大幅な変動の中でIPOが非常に成功裏に成し遂げられて、その間、世の中全体の来期EPSの成長が続くのかどうかというところに若干興味も移ったりしております。足元は、週末のテロの関係で、今日あたりマーケットが急激に動く可能性もあろうかと思うのですが、いずれにいたしましても、ある意味、今後の日本郵政グループの業況を占う上でも、海外での郵政事業の収益性や動静を今から分析しておくことは大変重要かと思えます。

本日は、元運輸・物流のアナリストで、現在、産業戦略開発部というところでリサーチの仕事をしております北見から御報告申し上げます。

以上、よろしく願いいたします。

### ○北見主任研究員

北見でございます。よろしく申し上げます。

では、早速ですが、こちらの「海外の郵政事業体の動向について」という資料に沿いまして、海外の事業体が事業戦略上どういうことをやってきたのかに

ついて御説明させていただければと思います。

今回、海外の事業体ということで9社の比較を行っておりますが、欧州が7社、アジアで2社が郵便事業体で、海外で上場している会社でございます。

4ページ目にお進みください。

まず、規模感をつかんでいただくために、先ほど申し上げた9社プラス日本郵政グループ各社の時価総額を、挙げてございます。欧州ですと、ドイツ、イタリア、イギリス、ベルギー、オーストリア、ポルトガル、オランダで上場会社がございます。アジアは、日本以外ではシンガポールとマレーシアです。フランスのラ・ポストですとか、アメリカのUSPSは上場しておりませんので、今回はこの9社をベースに分析をしております。

株式市場における時価総額ですが、11月6日現在では、「株価×発行済み株式数」という金額を時価総額とした場合、日本郵政が7.9兆円、ゆうちょ銀行が7.7兆円、かんぽ生命保険が約2.2兆円でございます。左の方に少し目を移していただきますと、ドイツポストの4.3兆円、直近上場したポステイタリアーネが1.1兆円、イギリスのロイヤルメールが8,000億円、ベルギーのビーポストが6,100億円、オーストリアポストが2,900億円、ポルトガルのCTTが1,800億円、オランダのポストNLが1,700億円、シンガポールポストが3,400億円、ポストマレーシアが500億円といった状況です。国の規模もありますが、時価総額では、日本郵政グループは存在感が非常に強いと思います。

ちなみに、物流業界では、アメリカのUPSは10兆円を超えた時価総額、FedExで5.3兆円ですので、物流業界ではそれなりに規模の大きいプレーヤーも存在します。

売上高や利益などの比較をしたのが次のページ以降でございます。

郵便事業に特化した会社が比較的多いので、日本郵政グループの中で、日本郵政の売上高、それから郵便・物流セグメントも御参考に載せさせていただいております。比較のために100万ドルベースになっております。

売上高では、日本郵政がトップで、ドイツポスト、ポステイタリアーネ、それから、トールを除く日本郵政の郵便・物流セグメント、ロイヤルメール、ポストNLの順番です。

営業利益では、日本郵政がトップで、ドイツポスト、ポステイタリアーネ、ロイヤルメールといった状況になっております。日本郵政グループの郵便・物流セグメントについては、利益率は若干低くなっております

EBITDAは、営業利益と減価償却費を足したキャッシュフローと御理解いただければと思いますが、これも同じような状況です。

次のページはバランスシートの比較ですが、株主資本、総資産ともども日本郵政が圧倒的な規模があります。これは、金融事業を行っていることもあり、

他の物流事業に比較的フォーカスしている会社とは少しイメージが違うかと思  
います。ポステイタリアーネも保険を含めた金融事業を行っておりますので、  
バランスシートが少し大きく見えます。金融事業の売上げやアセットの状況に  
よってその貢献度が高い企業が上位に位置しております。

収益力は、各社によって格差がかなりありますが、一番左側の営業利益率を  
御覧いただきますと、シンガポールポストは20%を超えた営業利益率、ベルギ  
ーのビーポストが18.6%、ポルトガルのCTTで18.2%、日本郵政は7.8%で、郵  
便・物流セグメントは0.1%程度でございます。事業ポートフォリオの違いや、  
色々なコスト削減、効率化などの取組み状況によって格差が開いているところ  
です。

株主資本も、同じように、5割を超えているところから、純資産割れをして  
いるところまで各社各様でございます。

ROEも40%、30%、20%から1桁台までございます。

事業ポートフォリオの違いがありますので、単純な比較はできませんが、こ  
ういった数字が御覧いただけます。

次のページを御覧いただければと思います。株価を決める一つの要素として  
は配当性向と配当利回りというのがございますが、配当性向は、オーストリア  
ポストが86%、シンガポールポストが85%、CTTが85%で、かなり高い値が多く  
見られます。日本郵政につきましては、配当性向は一応50%として記載してお  
りますが、かなり高い配当性向となっております。結果、配当利回りにつつま  
しても、6%、5%、5%、3.7%と、かなり高くなっております。

こうしたROEや配当性向等を見た上でバリエーションがどう決まっているの  
かを御説明したいと思います。

次の9ページ目にお進みください。右下の「株価評価のイメージ」を御覧い  
ただくと配当利回り、いわゆる安定性を評価するのか、それとも色々な事業ポ  
ートフォリオの成長性を評価していくのかで、株価評価も少し変わってきてい  
ると思います。安定性を志向するところで行きますと、やはり配当利回り等を  
重視されたようなバリエーションになりますし、成長性ということになります  
と、PERですとか、EV/EBITDA倍率ですとか、こういったところが参考指標とな  
るところかと思えます。

ただ、配当方針につきましては、皆がかなり高い配当方針を出されておしま  
すので、多くはその利益水準と配当性向で株価が決まっております。

それを比較したのが次のページでございます。この郵便事業セクターの株価  
評価では、ROEとPBRという指標に非常に高い相関関係が見られます。左の表は  
縦軸にROE、横軸にPBRという指標を置いております。決定係数 $R^2$ で0.87ですの  
で、かなり高い相関関係が見られ、ROEが高いとPBRも高くなるといった傾向が

見られます。

それに加えて、郵便事業体自体は各国で信用度が高く、安定収益を上げているので、配当性向が高く配当利回りも高い傾向がございます。恒常的に安定収益が上げられれば、配当性向をある程度高く出すことができ、結果として配当利回りも高くつく状況と御理解いただけるかと思えます。

株価の水準ですが11ページ目、12ページ目で、各社の上場以来の株価を示してございます。上場の時期ですとか事業ポートフォリオの違い、それに加えてリーマンショック等、色々な外部環境の影響もございますが、事業分割等の特殊事例を除けば、IPO価格を大きく下回る事例はなくIPO以降は比較的安定した株価推移が見られております。

11ページ目の左上のドイツポストは、IPOの価格が17.83ユーロで上場時に20ユーロを超え、その後、外部環境の色々な変化によって株価の変動が若干ございましたが、今は25ユーロを超えております。

ポステイタリアーネでは、直近の上場で株価は色々変動がございます。

ロイヤルメールは、3.33ポンドからスタートし、今は4ポンド+ $\alpha$ ぐらいのところの安定した株価になっております。

ビーポストやオーストリアポスト、CTT等を御覧いただいても、比較的良好的なパフォーマンスと捉えていただくことができます。

次のページはポストNL、シンガポールポスト、ポストマレーシアですが、ポストNLは、会社分割がございましたので、株価が下がったように見えますけれども、それを除けば概ね良好的なパフォーマンスとなっております。

14ページ目でございますが、「事業戦略を理解する上での5つのポイント」に記載してございます郵便物の減少は、インターネットの普及等で共通な課題でございまして、各社がこのポイントに沿って事業戦略を打ち出しております。

この5つのポイントですが、一つ目がメールの減少に対する打開策です。世界的に厳しい事業環境の中、DMを伸ばすとか、高付加価値のサービスを投入するとか、一部料金の値上げで減収対策をしようというのが全体的に見受けられます。

二つ目の重要なポイントは、コスト削減やオペレーションの効率化です。冒頭申し上げたように、郵便事業は物流業者と競合関係にあり、金融の面での競合もあります。その中で、作業効率化やオートメーション化、人件費抑制によって次の成長施策に投入すべきキャッシュフローを確保していくという戦略が打ち出されています。成長施策に投入すべきキャッシュフローが確保できないために、厳しい郵便事業体も各国にあります。

そうした中で、キャッシュフローを投入すべき成長施策として3点ほど挙げております。



1つは、パーセル（小包）事業に対する取組強化で、E-コマースの成長や色々な外部環境に対してどうやってマーケティングをしていくか。競合他社に対抗するために色々なエリア戦略や商品戦略をとっていく。M & Aを駆使しながら事業展開されているのも1つの傾向として挙げられます。

成長戦略の二つ目は、ロジスティクス事業です。郵便事業は、物流業界の中で見ればニッチな分野という捉え方もできます。製造業・小売業等がグローバル化していく中で、ロジスティクス関係は成長のポテンシャルが非常に高く、メールからパーセル、パーセルからロジスティクスへ事業領域を拡大しようという戦略を打っている会社も数多く見られます。ここでも、規模の経済、スケールメリットが働くところがありますので、パーセル事業と同様に、M & Aも施策として打たれています。

成長戦略の3番目は、金融・物販・不動産事業です。金融事業につきましては、日本の場合、ゆうちょ銀行、かんぽ生命保険があります。ポステイタリアーネも、生命保険を含めた金融事業を伸ばしていこうという戦略になっております。ただ、他の会社につきましては、比較的、郵便事業を主体にしながら、物販や、不動産など、多角化展開していく動きも見られます。

要約すると、この五つのポイントが上場している郵便事業会社に見られます。

それをイメージ図として簡単に表したものが次のページです。「事業戦略の方向性」ということで、縦軸に事業ポートフォリオ（事業戦略）、横軸にエリアポートフォリオ（地域戦略）を記載し、各社の位置付けをプロットしています。

メール事業が主体で、自国でやってきたというのが基本的な伝統的な郵便事業体の姿なのかなと理解しています。その中で大きく二つの方向軸があります。

まず、メール依存度を低め、様々な事業サービスを提供していくというところで、ポスマレーシアやポステイタリアーネといった自国の中で事業を拡大していこうといった施策をとっている会社でございます。

もう一つが、欧州事業体を中心にして、メール依存度を下げていくとともにエリア展開も図っていこうという施策をとっているところです。ドイツポストは、事業ポートフォリオ、地域ポートフォリオをかなり拡散したような状況になっています。自国の成長がなかなか見込まれない中で、海外展開を含め、郵便だけではなく、ロジスティクスやパーセル事業を拡大することによって収益力を高めていくという戦略です。

次の16ページにお進みください。地域別ですが、赤色が自国の事業の売上高です。ドイツポストは自国の売上げが30%ほどで、北米、アジア・パシフィックの域内まで全世界的な展開をしている企業です。その他の企業につきましても、比較的隣諸国への事業展開を図っているところが見受けられます。

次に事業ポートフォリオですが、17ページを御覧ください。事業セグメントの色を赤で示しているところがメール事業であり、それ以外のところがその他事業です。

メール事業の売上げウエートをどうやって落としていくか。言い換えれば、パーセル、エクスプレス、フォワーディング等の事業をどうやって伸ばしていくか、各社が戦略を練られております。

少し特徴的なのがポステイタリーアネでございます。ポスタルサービスはほぼ横ばいから少し減少の方に向かってはいますが、フィナンシャルサービス、インシュアランス（保険）関係のビジネス拡大によって全体の収益を上げていきたいと思いますというところです。

その他の会社につきましては、おおむね小包ですとか、ロジスティクスを中心に事業を伸ばしています。

次の18ページ目にお進みください。こちらも同様でございます。シンガポールポスト、ポスマレーシアにつきましては、まだ人口が増加している国ですので、郵便事業自体が収益基盤として比較的安定した局面にあります。将来的な伸び率の減少を考えれば、ロジスティクスやリテール事業への展開を図ってきているところです。

地域ごと、会社ごとに事業戦略の違いはございますが、郵便に依存しないような事業戦略を考えることによって各社が企業価値の向上を目指されていると要約できます。

以上、私からの説明は一旦終わらせていただきたいと思います。

○増田委員長

どうもありがとうございました。

それでは、以降、質疑に移りたいと思います。

ただ今の御説明に対して御質問等がございましたらお願いをいたします。

老川委員、どうぞお願いします。

○老川委員

御説明どうもありがとうございました。

資料の15ページ「事業戦略の方向性」の表で、イタリアの場合は金融の方にかなりシフトして特化しているというお話。郵便はどうなってしまうのかなど。17ページを見ると、減ってはいるのですが、郵便の方もかなり堅調にやっているように見えるのですが、ここの表はどう見たら良いのでしょうか。

○北見主任研究員

ポステイタリーアネの場合、郵便事業自体は収益をほとんど生んでおりません。赤字に近かったり、赤字だったり、という状況が続いており、今後どうしていくかはこれからの戦略の中でもう少し検討すべきところがあると思います。

ただ、競争関係を見た中で、金融は伸ばせるだろうという御判断があったのだと思いますが、そちらでまず収益をきちんと確保した上で、次にポータルサービスをどうしていくのか、上場以降の戦略の中で今後打ち出されていくのかなと理解しております。

○老川委員

その場合、仮に郵便の方は自然に減っていく状況に任せていくとした場合に、イタリアの場合も日本と同じように、郵便というのは郵便局といいますか、そこが引き受けているわけですが、イタリアの場合はその郵便局が減ってしまって郵便業務が縮小してしまう場合に、その補完というのはどういう分野がやるように予想されるのでしょうか。インターネットとか、そういう郵便を使わない方法に任せてしまうという考え方なのでしょうか。

○北見主任研究員

これは各社の戦略なので難しい御質問だとは思いますが、郵便局維持のためには、金融ビジネスをやることでネットワークを維持していきましようということだと理解しております。

ポータルサービスについては、効率化やコスト削減もありますが、どこかの段階で限界がまいりますので、その時点で、ロジスティクス事業やパーセル事業により注力していくような施策は今後検討されると思います。自然体でやっているだけであれば、自然減の中でコストだけ浮かび上がってしまう構図になりますので、そこについては上場後の課題であると理解しています。

○老川委員

日本の場合は法律でユニバーサルサービスという大きな前提があるものですから、それが投資家から見ると、赤字部門を抱えてちょっと厄介だ、そんなものにこだわらないで収益力をもっと上げる方が良いのではないかと考えるだろうと思うのです。そういう場合に、外国のケースは一体どうなのかなという問題意識で伺う次第です。

○北見主任研究員

各国によって対応策は少々違っていると思っております。各国の郵便事業体はそれなりにユニバーサルサービス義務を負っていると理解していますが、それをどう補完するかであると思えます。

一つは、自助努力の合理化だと思えます。コストがかなり高い企業体が多くありますので、そこで補完するというのがあるかと思えます。

二つ目は、商品戦略です。例えば仕分けセンターをどうするか、商品戦略をどうするか、国際展開をどうするか、といった施策があると思えます。また、小包等はまだ伸びていきますので、郵便は減ったとしても、小包、それ以外の付加価値サービスを伸ばしていこうという戦略の中で、局の機能を維持してい

こうというところです。

あとは、料金値上げもロイヤルメールやビーポストのケースがありますが、各社のやり方、国の施策によりますので、料金施策だけに依存しているわけではないと思います。

○老川委員

ありがとうございました。

○増田委員長

ありがとうございました。

三村委員、どうぞ。

○三村委員

詳しい御説明ありがとうございました。

一つ、15ページが非常に興味深いマトリックスをお作りになっていると思いますけれども、基本的にメール依存度を下げていく方法は金融とロジスティクスだと。金融というのは、ポステイタリアーネのように、どちらかという、自ら守るような形の方法論かなと。こちら側は、ドイツポストを一応前提として、やはりグローバルに展開することを前提にした上でロジスティクスにも力を入れている。そのようにこれを拝見したのですけれども、ちょうど中間のところにロイヤルメールとシンガポールポストがございます。ロイヤルメールはどちらかという、ドイツポストに比べると少し弱いので、将来どうなるかという議論はあると思うのですが、シンガポールにつきましては、先ほど人口が伸びているから、まだメール、郵便事業は成長しているとおっしゃったのですけれども、これを見ると、明らかにロジスティクスの方向に行く可能性を持っているのかなと。

そうしますと、例えば、ドイツポストがヨーロッパ、EU全体を含めて一つの大きなロジスティクス圏を作り上げて圧倒的に強い力を持つとしたら、アジア地域において、今、まだどこもそれを持っていないけれども、その可能性として、例えばシンガポールポストがそれを一つ抑える。シンガポールは非常に拠点性を持っておりますから、そういう可能性があるというように動きとして見ていらっしゃるのかどうか。

それから、もう一つだけ教えていただきたいのは、これは、先ほどの老川委員のユニバーサルサービスの連動と同じなのですけれども、14ページのところで「郵便局ネットワークの有形無形の価値の顕在化」という言葉がございます。「有形無形の価値の顕在化」という形の中で、それぞれ捉え方が違うのかも思えないと思うのですけれども、それをどのように判断すれば良いか。もちろん、事業補填と違いますので、日本の場合の郵便局ネットワークのある意味での維持、あるいはそれを生かす考え方。例えばロイヤルメールとか、ここには出て



いないのですけれども、フランスの事例とかを考えたら、同じ考え方かどうか。その辺り、もしお分かりでしたら教えていただきたいと思います。

○北見主任研究員

シンガポールは非常に小さな国ですが人口が増えているという特殊な事情がございます。その一定のエリアの中で郵便配達をしておりますので、郵便事業の効率が非常に高く、収益力も郵便事業からかなり生まれています。ですから、大赤字ということでもなく、かなりの高収益を上げている。郵便事業で収益を上げているというのがまず前提でございます。

その中で、メール事業はこれからどうなるのだろうという問題意識の中、Eコマースを含めて、まずは自国の中で、パーセルやデジタルサービス、リージョナルロジスティクスといった方向性の中で展開していこうというのは一つあるのかなというところ です。

それから、今、子会社戦略の中で、海外、ASEAN地域への物流会社の出資なども進めております。中国大手のアリババがこの会社に出資しておりますので、シンガポール域内での高収益を生かしながら、将来的なアジア展開を図ろうとしているところかと思えます。シンガポール特有の需要の中で、収益性は高いのだけれども、将来を考えていこうというところは同じなのかなというところ です。

また、ロイヤルメールは、日本で言う郵便局会社、金融事業につきましてはポストオフィスが別に存在しており、これは政府100%の子会社です。今回上場したビークルは、メール・物流に関わる場所です。金融とかこの辺の窓口について個別の事業体が見るのか、それとも政府が見るのか、ここはそれぞれの考え方があるかと思えますので、どちらが良いかという結論はないのですが、いずれにしても、値上げをやったりしています。

あと、郵便局を減らすということが良いことかという議論は別にして、効率的ではないところを閉鎖していく、もしくはPOL (Post Office Local) というような委託郵便局的な形、代理店のようなものを持つことによって、ネットワークはきちんと維持していこうという方向かと思えます。そういった中で、ネットワークに対する国民の信頼性は、どの国もほぼ同一なのかなと思えます。

日本郵政の例で申し上げるのはどうかと思えますが、今回の株価等につきましても、これだけ国民の信頼というか認知度が高かったのだなということを改めて再認識したと思えますので、こういった資産をできるだけきちんとした実務的な形で代理店を通じて残していくことにより、利益を守る、成長のシーズになるところはきちんと維持していく戦略がとられているのではなかろうかと考えています。

○三村委員

ありがとうございます。

○増田委員長

ありがとうございます。

米澤委員長代理、お願いします。

○米澤委員長代理

どうもありがとうございます。

一つお聞きしたいのは、政府がどのぐらい株式を持っているのか、さもないとすればどのようなスケジュールで売却が進んでいるのか。特に上場が大分長いドイツポストであるとか、それからマレーシアが随分長いというか、昔に上場したというか、そういうところに関してお教えいただきたい。それから、ポストNLとか、その辺の情報がもしお分かりになれば教えていただきたいのです。

ドイツポストなどは完全に民営化ですか。さもないと政府が持っているシェアというのがあるのでしょうか。

○北見主任研究員

ドイツポストは、完全民営化ではございません。KfWという、日本でいうと、DBJ（日本政策投資銀行）のような主体が保有している状況で、100%はまだ売却していないと思います。細かい数字は今日、御用意していませんが、政府保有が一定程度行われているというのが多くの会社で見られると思います。

○米澤委員長代理

先ほどのユニバーサルサービスをどのぐらい維持していくかということのもその辺と関連があるような感じもしたので。金融の世界であり得るのは、どこかのヘッジファンドがそれを買って、地方不採算営業のところを閉鎖させた後に売り飛ばすと儲かるとか、そのぐらいの話まで出てくるのですけれども、そのところを防ぐためにも政府がどのぐらい保有しているのか、お聞きしたかったのです。要するに、少なからず政府が持っているということなわけですね。

○北見主任研究員

何らかの関与があると思います。

○米澤委員長代理

それから、ここでは今日触れられなかったのですが、ドイツが金融の方が民営化されてなかなか上手くいかなかったという話をちょっと聞きました。ドイツバンクなどに吸収されたのか、その辺の話は、もし何か分かるレベルで教えていただけないでしょうか。

○北見主任研究員

まず、ドイツポストのポストバンクのことだと思いますが、ポストバンクは、2004年の段階で一度株式を上場しています。ただ、ポストバンクのイメージは、日本のゆうちょ銀行、かんぽ生命保険とは全く違っており、いわゆるリージョ

ナルバンククラスでして、そもそも全国ネットワークで非常に存在感があるという状況ではなかったという前提があるかと思います。ですから、リージョナルバンククラスからメガバンククラスまで伸ばしていく戦略を考えたとき、株式譲渡も一つの売却になりますので、そういった中で自由な調達を駆使していくような上場という道を選んだのかなと思います。

その後、非常に小さな銀行でしたのでドイツバンクに吸収されたり、また再上場したり、色々ございます。

○米澤委員長代理

レベルが日本とは全然違う、規模が違うということですね。

○北見主任研究員

はい。存在感が圧倒的に違ったというところがまず前提としてあったと思います。

○増田委員長

ありがとうございました。

私から。UPSとFedExが全世界にネットワークを持って大変巨大なものだと。日本の郵便の場合には、時価総額は相当大きいのですが、トールを別にすると日本国内だけでやってきて、今回やっとトールを買収して、一部海外へ出ていく拠点をこれから築こうかという状況だと思うのです。

今、たまたま話題になったドイツですが、ドイツは、先ほどの資料の中でも、全世界での事業展開を志向して、近年では特にアジアに注力している。例えばアジアに注力したり、よその国へ出ていく。これはM&Aで色々な企業を買収してそれで大きくなっているのか、むしろそうではなくて自力で外へ出ていったのか、この辺りはどんなふうですか。

○北見主任研究員

基本的にはM&Aが中心になります。

M&Aといっても、それぞれの時期に応じて色々な戦略がございます。例えば印刷とかソフトウェアといった郵便事業をもう少し効率化していこうとか、そういったところから実はスタートしております。その中で、欧州域内のメール、エクスプレス等についてまずやっていきました。それがだんだんロジスティクスに広がって行って、結果としては、海外、アジアに至るまで広がっていきました。

そういう意味では、自国の回りから徐々に拡大していくという戦略もあれば、初めからぼんと外に出て、そこから一緒にシナジー効果をつくっていくという考え方もあると思いますので、考え方は両方あるのかなと思います。

○増田委員長

ありがとうございました。他にはよろしいですか。

丁寧に御説明いただきましてどうもありがとうございました。

それでは、以上で質疑を終えたいと思います。

野村證券の皆様、本日はどうもありがとうございました。

○北見主任研究員

ありがとうございました。

(野村證券退室)

○増田委員長

続きまして、今後の郵政民営化の推進の在り方について、当委員会は、本年7月、金融担当大臣及び総務大臣から調査審議要請を受けて、パブリックコメントを実施する他、関係団体からヒアリングを行い、審議を重ねてきたところではありますが、11月4日、日本郵政グループ三社の株式上場が実施されたことも踏まえて、今後の調査審議の進め方について事務局に整理をしてもらいましたので、ここでこの点について事務局から説明をお願いします。

○佐藤事務局参事官

資料142-2でございます。

「今後の郵政民営化の推進の在り方に関する調査審議の進め方について(案)」としてまとめましたので、読み上げます。

本年7月9日に内閣府特命担当大臣(金融担当)及び総務大臣から郵政民営化委員会に対し要請のあった、今後の郵政民営化の推進の在り方に関する調査審議については、これまで、意見募集及び関係府省・関係団体ヒアリングを行い、9月28日にそれまでの調査審議状況について取りまとめ公表した。また、日本郵政グループの決算や各種施策への取組み状況等についてもヒアリングを行ってきたところである。

今後の調査審議に当たっては、11月4日に日本郵政グループ三社の株式上場が実施されたことも踏まえ、これまでの調査事項を補完するものとして、更に、下記の事項について情報収集を行ってはどうか。

- ・日本郵政グループ中期経営計画の実施状況のフォローアップ(中間決算の把握等)
- ・日本郵政グループ3社の株式上場の状況
- ・海外の郵政事業の動向
- ・その他

以上でございます。

○増田委員長

ただ今説明のありました調査審議の進め方でありますけれども、今般、郵政グループ三社が上場したばかりですので、株式市場に無用の混乱を与えないよう、当面、案件によっては当委員会の調査審議内容を非公表とすることもあり

得ることとして取り運ぶことといたしたいと思います。先ほど説明していただきました調査審議の進め方に沿いまして、特に下段の方であります、「下記の事項について情報収集を行ってはどうか」と。海外の郵政事業の動向については、今、説明してもらったところではありますが、なお、その他の点についても情報収集を行って、具体的な審議を行っていきたいと思います。

いずれにしても、ポイントは、内容によっては非公表とすることもあり得るということで取り運ぶことといたしたいと思っておりますが、特段の御意見ございませんでしょうか。よろしゅうございますか。

（「異議なし」と声あり）

○増田委員長

それでは、そのように取り扱うことといたしたいと思います。

以上で、本日の議題は終了といたします。

委員の皆様、特になければ、事務局から、スケジュール説明をしてください。

○若林事務局次長

次回の郵政民営化委員会の開催につきましては、別途御連絡させていただきます。

○増田委員長

以上をもちまして、本日の郵政民営化委員会を閉会します。

なお、この後、私から記者会見を行うことといたしております。

どうもありがとうございました。