

郵便保険会社の新規業務について

(注) ○は関係業界等
☆は郵政民営化委員
□は日本郵政

業務内容	経営状況・業務遂行能力	競争関係
1 リスク管理手段・運用の自由化（総論） 【日本郵政の説明】 膨大な有価証券を保有しており、適切なリスクのコントロール手段が必要 市場型間接金融の発展など、市場の活性化を通じて民間金融機関にもメリット	○資産運用におけるリスク管理態勢が必要（生保協）	□資金運用に当たっては、証券化手法を活用することなどにより、地域の金融機関とも連携して、地域金融の円滑化に資するような対応を検討（日本郵政）
①株式運用 ②金銭債権の取得又は譲渡 ③シンジケートローン ④証券化商品 ⑤信託受益権		
2 法人マーケット向け商品の他の保険会社からの受託販売（総論） 【日本郵政の説明】 簡保生命の直営店の主力マーケットである法人向け商品のラインナップを拡大することにより、手数料収入の拡大、有診査保険の取扱いを通じた募集人能力の向上を図るもの	○専門知識を習得させるための教育、適切なコンプライアンス態勢の整備が必要（生保協）	○郵便局会社・郵便貯金銀行・かんぽ生命保険が他の保険会社の商品を取り扱う場合において、その商品内容や引受限度額などがかんぽ生命保険の取引範囲外であれば、実質的にかんぽ生命保険の事業拡大と同等の効果を持つ（全共連） □他の保険会社の商品の受託販売であり、政府出資や資金規模などが影響するものではない（日本郵政）

業務内容	経営状況・業務遂行能力	競争関係
3 既存商品・サービスの改善 (総論) 【日本郵政の説明】 上場に向けた市場価値向上に向け、現行商品の改善や追加加入枠の拡大に対応することにより、既存の顧客の強いニーズに応えるもの ①入院関係特約の改善 ②加入後一定期間経過した場合における限度額の引き上げ	○入口の審査の査定業務、あるいは、査定結果を踏まえた引受業務、それから、出口の保険金等の支払業務の態勢整備、こういったものが必要不可欠（生保協） □既存の引受や支払管理態勢、リスク管理態勢の大幅な見直しを行うことなく、実施可能な業務（日本郵政）	□新規の商品やサービスの提供ではなく、既存の顧客基盤に対し、現在提供している商品の保障範囲や加入枠を広げるもの（日本郵政）
4 新規商品・サービスの開発 (総論) 【日本郵政の説明】 株式上場に向けた市場価値向上のためには、現在養老保険に偏った商品構造・収益構造の改善が最も重要な柱の一つ 最大の販売チャネルである郵便局会社や郵便貯金銀行に対し、魅力ある商品供給を行っていくことは経営上不可欠	○入口の審査の査定業務、あるいは、査定結果を踏まえた引受業務、それから、出口の保険金等の支払業務の態勢整備、こういったものが必要不可欠（生保協）	○変額年金、医療・傷害保険等の第3分野商品、限度額引き上げを前提とした有診査保険等、対等な競争条件が確保される前に、新規業務の主なターゲットをA C C J 会員企業が専門とする分野にあえて絞り込んだことは大変遺憾。 実施計画の骨格に示されました経営の見通しでは、郵便保険会社は新規業務を行わなくても利益が増加していく見通しであり、対等な競争条件が確保される前に、郵便保険会社が新規業務拡大を急いで行う必要は全くなく、また、これを安易に認めるべきでもない（A C C J）

業務内容	経営状況・業務遂行能力	競争関係
①変額年金	□変額年金や第三分野商品については引受・支払管理態勢、リスク管理態勢を整えた上で業務開始（日本郵政）	
②医療・傷害保険等の第三分野商品	☆簡保の企業価値を考える上では、第三分野での商品設計がないとマーケットで値が付けられない（委員）	☆第三分野はすぐに民業圧迫論が出てくる分野（委員）
③限度額引き上げを前提とした有診査商品		