

郵政民営化委員会（第255回）議事録

日 時：令和4年12月16日（金）15：30～16：25

開催方法：Web会議

出席者：山内委員長、関口委員長代理、青野委員、佐藤委員、関委員
（敬称略）
日本郵便株式会社 行木執行役員

○山内委員長 皆様おそろいのごさいます。まだちょっと時間が早いのではござい
ますけれども、委員会を始めさせていただきます。

「郵政民営化委員会（第255回）」をウェブ会議で開催いたします。

本日の出席状況は、委員5名中5名の出席をいただいておりますので、当然ながら定足
数を満たしております。

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。

本日は委員限りの資料がございます。こちらに含まれている数値その他の内容は非公表
のものということでございますので、資料の取扱いには十分に御留意いただくようお願い
申し上げます。

それでは、議事に入ります。

まず、最初に、国際物流事業について、これを日本郵便行木執行役員から20分程度で御
説明いただきまして、それについての質疑とさせていただきます。それでは、どうぞよろ
しくお願いいたします。

○行木執行役員 日本郵便の行木と申します。国際物流を担当しております。

資料255-1-1に基づきまして、当社の国際物流事業、具体的にはトール社について御説明
させていただきます。よろしくお願いいたします。

資料でございますけれども、右下にページ数が振っておりますので、ページ数を御覧
いただきながら御紹介申し上げます。

まず1ページ目、トール社の概要をこちらに示させていただきます。

オーストラリアのメルボルンを本社とします企業でございます。右のところのトール
社の歴史を簡単に申し上げますと、もともと1888年、アルバート・トールという人物が豪
州を創業の地として物流業を進めたということでございます。

1993年にはオーストラリアの取引所に上場しておりまして、その後、オーストラリア以
外にもアジアを含め進出しております。

その後、下のところを見ていきますと、2015年に日本郵便が6,100億円で買収しておりま
す。

左側のところの決算数値を見ていただきますと、主要財務指標ということでございます。
通貨は豪ドルで表記させていただきます。今、大体1ドル92円ぐらいです。百万豪

ドルでやっております、百万豪ドルは大体1億円弱と考えていただければと思います。

当時の2022年の決算のレートを使いまして営業収益を見ますと、8,200百万豪ドルにつきまして、括弧書きで右側のところに日本円で書いておりますが、約6,900億円のトップラインがございますし、営業利益につきましては346百万豪ドルにつきまして、日本円ですと約290億円ぐらいというような状況になっております。

事業でございますが、基本的には3つございまして、1番目に、過去御説明させていただきましたエクスプレスの事業があります。これは既に売却をしておりますので、グレーで記載をさせていただいております。

その下、コントラクトロジスティクス、これは括弧書きでCLと表記上させていただいておりますが、ロジスティクス事業とも記載をしています。いわゆる倉庫の事業を物流でしておりますし、その下の3番目でございますが、フォワーディングです。これについてFWDと資料中は記載させていただきます。海運と航空便、空の便の手配を行うという形でございます。

2ページ、今申し上げました3つの事業の相関図を、一般的な事例に基づきまして御紹介、御説明させていただきます。

まず、左から見ていただきますと、荷主様が荷物を運ぶ際には、トラックなりほかの手段を使って運ぶわけですが、真ん中のところのオレンジ色、これを通常のエクスプレスと言い配送のところをやっています。もともとトールは豪州でこのエクスプレスをやっておりましたが、後ほど御説明させていただきますが、なかなか損益的に厳しい状況でございましたので、2021年に売却ということで「売却」と書かせていただいております。オーストラリアのエクスプレスを売却したということでございます。

荷物が倉庫に入ることですと、この倉庫の庫内作業を含めて、保管を含めた作業をコントラクト事業、CLと先ほど申し上げたような形で進めています。その荷物が、例えば、海を渡って海外に行きますよということで、左から右に見ていただきますと、それが飛行機なり船を使って荷物が行くということで、右側の国に届いて、右側の国で倉庫なり配送ということの流れになっているという、この物流の3事業の相関図を簡単に御紹介させていただきました。

3ページは、これも御参考なのですが、フォワーディングです。FWDについて申し上げますと、先ほど申し上げましたとおり、基本的には船もしくは飛行機を用いて物を運ぶということでございますが、物流会社としましては、そのキャリア自体、船とか飛行機を個別に持っているわけではございません。基本的には飛行機会社さんとか船会社さんがありまして、そこからスペースを仕入れてお客様に販売するというような形でございます。もちろん、それだけではございませんで、この運送に伴って発生する、例えば通関とか、その他関係のものも含めて作業しておりますが、こういった、主に手配、アレンジのことをフォワーディングということでございまして、3ページの一番下にございます、トール社はこのネットワーク、大体150か国ぐらい物を運べるようになっていてという形のフォワ

ーディング事業でございます。

次の4ページ目、これがコントラクトの事業でございます。

先ほど、荷物が一回倉庫に来て、いろいろな庫内作業がありますよということでございます。倉庫でこれを保管、検品、仕分けしまして、お客様が出荷する場合には、それをピッキングの上、出庫して、配送業者にどう渡すかということなのですが、この倉庫の庫内作業だけではなくて、例えばどこに倉庫をつくりましょうか、どういう配送網でやりましょうかと。そういったコンサルティングも含めてコントラクト事業ということで呼んでおりまして、一般的にはこれを3PLと表記をしたりしますが、こういったことを、トールですと豪州・アジアを中心に取り組んでいるというのが、トールの2番目と3番目の事業でございます。

5ページ目、損益のほうに入らせていただきます。

トール社の損益でございますが、これは営業損益、EBITと呼びますけれども、これをお示しさせていただいています。

棒グラフがございまして、先ほど言いました3つの事業、基本的にはそれが棒グラフに重なっておりまして、この棒グラフの一番上にトータルの数字が記載してございます。単位でございますが、冒頭申し上げましたとおり百万豪ドルでございます。

左側のところから見ていきますと、2015年にトールをJPが買収したわけですが、その前は大体400ミリオンぐらいを稼いでいたのが、手前どもが買収した後、これがぐっと下がっていったということでございます。大変お恥ずかしながら、2017年にこういった状況の悪化を受けまして、当時4,000億円ののれんの減損ということがございました。大変御心配をおかけいたしました。

その要因でございますが、見ていただきますと分かりますとおり、これは豪州のエクспレスですけれども、買収前は稼ぎ頭であったものが、どんどんと下がってきまして、これは、1つにはマクロ経済の大きな豪州の経済の悪化ということが主要因にございます。また、コンペティターと競争環境が非常に激化したということがございますけれども、これが買収後2年後に赤字、マイナスになってしまっているというのは残念ながら見ていただけるかと思えます。こういった状況を踏まえまして、繰り返しですけれどものれんの減損をいたしました。

それでは、このエクспレスを何とか立て直そうということで、トールの経営陣を変更いたしまして、この解消、改善、黒字化に向けて2年間努めてまいりましたが、ちょうど2019年度の終わり、また再び大きく赤字になってしまいました。

要因としましては、1つは、これも大変お恥ずかしながら、コロナの影響という外的な要因がございまして、外部からサイバーアタックを当時受けまして、システムを一時停止せざるを得ないというような状況がございました。そういった状況を踏まえて、また、コロナ禍で、発生当初でしたので、オーストラリアでの物の動きというのがかなりシャットダウンした時期でもございましたので、なかなか改善のところが、むしろこういう状況で

悪化してしまいました。手前どもとしてはもうこれは切り離すほかないというところ受けて、翌年に切り離して、現在は事業としてはもう売却済みでございますので、影響を与えるものではございません。

他方、損益ですけれども、こういった不安定といいますか、なかなかボラタイルな動きをする事業でしたので、ここのところは切り離して、残りの事業をしっかりとやっていこうということで取り組んでおりまして、現状、直近ですとフォワーディングの多少外部環境のプラスというようなこともありまして、損益は安定化しつつあるという状況でございます。

6 ページを見ていただきますと、では、こういった形で日本郵便と残りの事業、コントラクトとフォワーディングを進めていくのかというのを書かせていただいています。

左から見ていただきますと、まず、海外でトールというのはコントラクトロジスティクスというものをやっております。先ほどのとおり海外でフォワーディングをやっておりますが、日本発着のフォワーディングというのは非常に取引が少ないという状況でございます。

一方、右のところを見ていただきますと、日本国内というのを、こういう形で表現させていただいておりますけれども、日本郵便は、手紙、はがきのほかに、ラストワンマイルとしてのゆうパックをやっております。トールの子会社でトールエクスプレスジャパンという会社がございます、これは後ほど説明させていただきますが、このトールエクスプレスジャパンがB to Bの配送も日本で請負っておりますので、こういった意味での日本でのラストワンマイル、エクスプレスの部分はございますが、ちょうどこの白抜きであります日本発着のフォワーディングと日本のコントラクトというのがどうしても空白地帯だったということです。

やはり物流というのは、その場その場でやるのもあれなのですが、シームレスに一气通貫で、いかに仕事をできるかというのが1つポイントでございますので、2018年に、その上にあります、JPとトールの合併会社、JPトールロジスティクスという会社をつくりまして、これでこの空白地帯を埋めて、物流、日本発着中心にアジアも進めていこうということで現在取り組んでいるところでございます。

下のところを見ていただくと、トール自体がアジア事業の強化のみならず、日本のところ、JPが強みを持っています国内の物流のラストワンマイルと海外とをつないで、シームレスな物流でシナジーを発揮するというのが一つ手前どもが目指している姿でございます。

7 ページを御覧いただけますでしょうか。

これは今申し上げたものを地図で書き起こしております。基本的には、トールはオセアニア、アジア部分でやっていたし、グローバルでは、いろいろな形で、この矢印のとおりフォワーディングできるのですが、やはり日本のところが基本的には郵便がラストワンマイルだけですので、そこをしっかりとっていくということと、アジアを強化するとい

うことと、ピンクの色で書いてあります、アジア、日本間のところとアジア域内、こういったところの物流をしっかりやっていくということが、今申し上げたところでございます。

アジア強化のポイントでございますが、吹き出しを見ていただきますと、市場の魅力度、成長性というのが大きいというところがございます。また、J Pが物流をやっていく上で、やはり身近な中でアジアの中の物流会社としてのプレゼンスを出せるようにしっかりやっていきたいという形で考えているという状況でございます。

8ページのところで、どのような取組でやっていくのかということを書かせていただいております。

強化のポイントとしまして、左に番号を振っておりますけれども、1番目から順に下に目をいただきますと、トールが得意とする荷主様、お客様の業種というのがございます。消費財とか小売、そういったものに非常に強みを持っておりますので、そういったところをフォーカスして営業活動をかけていこうということでございます。

また、アジアには多くの日系の企業様が出ておりますので、そうしたお客様を、日本への日本郵便のリレーションシップを生かして、しっかり営業をさせていただきたいと思っています。

倉庫ですので、一定の投資というのがやはり欠かせません。こういった意味でも、アジアでの投資というのは一定程度進めたいと思っていますし、スキルアップやほかにも、これは革新的なソリューション、6番のところでD Xの話がありますけれども、そういった技術についてもしっかり取り組む必要があると思っております。

次の9ページを見ていきますと、トール社のアジアにおける代表的な施設を2つ書かせていただいております。

これは固有名詞ですけれどもToll Cityというものと、Toll Offshore Petroleum ServicesというTOPSと呼んでおりますけれども、こういった非常に大きな施設、Toll Cityについては10万平米を超える大きなハブ倉庫を持っております。

先ほどのD Xにつきましても、こちらのToll Cityの中で、最近イノベーションセンターということで、D X推進、お客様への御説明、普及をできるような先端の場所も用意いたしまして、そういったものを訴求できるような体制も整えているところでございます。

次のページを見ていただいて、10ページからが日本の状況でございまして、11ページを見ていただきますと、まず、このJ Pトールロジスティクスというところがございます。こちらのほうは、先ほどの空白部分を埋めるという会社でございまして、日本郵便とトールが合併でつくりまして、日本におけるコントラクトロジスティクス、フォワーディングをゼロベースでほぼ進めております。現状ですと売上げはあまり大きくありませんがここはまだまだ伸び代がある分野だと思っていまして。強化すべきポイントということでございます。

12ページを見ていただきますと、これはトールエクスプレスジャパンで、先ほど御説明させていただきました。もともとトールの子会社だったわけですが、手前どもがトールを

買収したことに伴いまして一緒にグループ化したということでございます。

もともとはフットワークエクスプレスという会社でございまして、その会社をトールが買収しておりましたので、それがうちのJ Pグループに入ってきたということでございますが、例えば左側のところで「従業員数」を見ても4,000名、車両にしても2,500台ぐらい持っておりますけれども、もともとは日本で上場していた会社でございまして、売上げも550億円ぐらいと一定程度の中堅規模の物流会社として、これはB to Bの配送をやっておりますけれども、持っております。

手前どもとしましては、ラストワンマイルのほかにこういったもののリソースがございまして、そういったものを踏まえて、日本でもB to B、コントラクトロジスティクスも展開していきたいなと思っております。

最後に13ページでございまして、これは先ほどの6ページの図を、もうちょっと詳しく会社名も加えて書かせていただきました。

まず一番左、トールでございまして、御案内のとおり、コントラクトロジスティクス、フォワーディングが書いてありますし、右のところの上は、日本郵便がラストワンマイルとしましての主にC向けの物流をやっているのに対しまして、先ほど御紹介させていただきましたトールエクスプレスジャパン、主にB向けですけれども、ここの配送のところを持っております。

空白を埋める形でJ Pトールロジスティクスがフォワーディングとコントラクトをやっておりますので、こういった形で日本郵便は、本来の業務に加えて、こういったB to Bのところもしっかりできるようにやっていきたいと思っています。

特にB to Bのエクスプレスにつきましては、昨今、御案内のとおり2020年問題とか、CO₂、温暖化問題ということで、トラックの買い替えなども物流業者は大きな課題と認識しています。規制も強化していますし、こういった物流業者をめぐる環境ということも変化してくると思っていますので、手前どもとしましては、こういったB to Bを含めた体制をしっかり整えまして、しっかりした対応ができるように取り組んでいきたいと私どもは考えております。

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、皆様から質問あるいは御意見を伺いたいと思います。特にこの方からという順番はございませんので、御発言を御希望の方はそのまま発言していただいて結構だと思います。どなたかいらっしゃいますか。

それでは、青野委員、お願いいたします。

○青野委員 御説明、ありがとうございました。

コロナの影響についてお聞きしたいと思っています。

といいますのは、コロナ以降、国際物流で輸送費が随分値上がりして、関わっているというところは随分単価も上がって利益も大きくなっているという話を聞くのですが、その

辺りのところの影響を教えてください。

○行木執行役員　ありがとうございます。

5 ページのところを見ていただきますと、まず、コロナの初期的な段階と業種によって変わります。コロナが入ってきたのは、2020年のちょうど1月とかその前の12月ぐらいだったと思いますけれども、エクスプレス事業は、当初は、例えばオーストラリアですと配送をやっていたけれども、物すごく急激な勢いで、突然シャットダウンで、もう外出禁止というような形でありましたので、例えばスーパーマーケットとか、いろいろな店舗に物を送るような仕事については本当に動かなくなるということで、エクスプレスは当初の動きとしてはかなり苦戦をしたと。これはうちのみならず他社さんも一緒だと思います。

その後なのですけれども、特に御指摘の点はフォワーディングのところの影響しておりまして、特に昨年度なのですけれども、荷動きが全くできなくなった中で、とはいえ一定程度の荷物を運びたいといった中で、特にコンテナ船に多く見られたのですけれども、例えば中国・アメリカ間の物流で、例えばアメリカの西海岸で荷物を受け取る人が誰もコロナで働けなくて、船がいっぱい沖にあるんだという話は、映像でいろいろなものがありますけれども、まさにあの状況というのが起きていたのが2020～2021年度でございまして、これでフォワーディングが、これは船会社もそうなのですけれども、かなり利益が出ました。

トールも同じように、青いフォワーディングのところが上がっておりますが、これは単価の上昇です。いわゆる、需要と供給の中での供給が全く追いつかなかったことによる要因でございまして、今はそのミスマッチというのはほぼ解消されつつありまして、だんだんこの相場というのは、バック・ツー・ノーマルのほうに戻ってきているというような状況でございます。

手前どもとしましては、一過性のプラスがありましたけれども、コンスタントに利益を安定化できるように努めてまいりたいということで取り組んでいるという状況でございます。

簡単でございますが。

○青野委員　御説明、ありがとうございました。

平常時に戻りつつあるということで理解いたしました。

○山内委員長　よろしいですか。ほかにいらっしゃいますか。

佐藤委員、どうぞ。

○佐藤委員　佐藤です。

御説明、ありがとうございました。

印象だけですが、海外から国内のラストワンマイルということで、一気通貫ビジネスというのは、すごく見通しがすっきりしていて今後の成長を感じます。

あとは、国内などでも、あるいはいろいろなところ、いろいろな分野で価格競争に陥らないように、B to Bに軸を置いたブランド力を確立していければ恐らくいいのではない

かなと思います。

そのブランド力なのですから、新しくできた会社だと思うので、ぜひそのところをしっかりとつくっていただけたらと思います。

以上です。

○山内委員長 よろしいですか。

○行木執行役員 ありがとうございます。

特にその物流のところについては、価格の面でのお客様への訴求というのはもちろんなのですから、1か所だけの、そのパーツだけではなくて、どうしても最終的に価格競争に陥るとというのが世の常としてもございますので、手前どもとしますと、日本の物流会社で、例えば海外の枠、海外のところまで配送を手配できるというのは非常に限定的だと思っていますので、手元どもは2015年にトールを買収した国際物流ということですので、そのところを、しっかり強みを生かして、そういったものをお客様に訴求できるようにしてやっていきたいと考えています。ありがとうございます。

○山内委員長 ほかにいらっしゃいますか。

関委員、どうぞ。

○関委員 御説明、ありがとうございました。

佐藤委員がおっしゃっていただいたように、海外の物流と日本の物流が一気通貫で、先ほど御説明いただいたように、国内で最終の海外のところまで一气通貫で1社で荷物を運べるという強みがあるということが、非常に今回組み立てられていていいなと思いました。

一方で、日本の会社とトール社は別会社ということもあるので、これをうまく連携していくという意味では、かなり経営陣の資質とか経営の打合せを含めた意思疎通、もしくは協力体制というのはとても重要と思っているのですが、トールとJ P トールロジスティクスさんの体制づくりとどのように協議をして、うまく一气通貫を目指そうとしているのかという手法と経営陣の件について少し御説明いただければと思います。

○行木執行役員 ありがとうございます。

まず、マネジメントレベルでございますが、コロナ前は、基本的に1か月に1回、彼らは海外にいて、トールのマネジメントとうちのマネジメントが対面でミーティングをやるようにしていました。飛行機が飛ばなくなった関係でビデオに変えておりますが、最近では戻ってきましたので、基本的には1か月に1回はビデオなりで行ったりで、経営上の大きな問題、方針について話し合う場面というのは必ず設けさせていただいております。

また、特に、この人のところが非常に重要でございまして、2015年に手前どもがトールを買収したときには、日本郵便はドメスティックな会社ですので、国際的に仕事ができる人がいたかという、正直ほとんどいなかったというのがございまして、そこから人を、かなり若い人を中心に送り込んでいきました。トレーニーという形で第1弾、第2弾という形で送り込んでいまして、向こうで語学の壁も乗り越えて、物流の基礎を学んでもらって、今も海外で活躍してもらっている人もいますし、日本に帰ってきて活躍してもらっ

ています。

どこでやっているのかというのは、先ほど言いました J P トールロジスティクスとか、そういったものの人材というのは、基本的にトールで経験した人材が中心となって、今活躍していますので、語学の問題はもちろんなのですけども、トールとのリレーションシップを、もともと現地にいましたので、うまくつなげるような形でやり取りもできているなと思っています。

また、マネジメントレベルのみならず営業レベルでも、かなりうちの大手町の本社と、うちの日本郵便と J P トールロジスティクスの営業部隊というのは、密に連携して、例えばいろいろなこういうお客さんがあるんだと、こういう紹介があるんだというのをしょっちゅうやり取りもしておりますし、定期的な会合というのはもちろんやっておりますので、そういった意味でのコミュニケーションというのは、しっかりこれからもさせていただきたいと思っています。

○関委員 ありがとうございます。

もう一つだけお聞きしたいのは、トールの社長さんというのは日本人なのでしょうか。

○行木執行役員 トールの社長はイギリス人なのですけども、もともとオーストラリアに住んでいて、今はシンガポールをベースで住んでおります、アラン ビーチャムという人材です。

○関委員 ボードメンバーの中には日本の方もいる。そちらの日本郵政グループさんもうらっしゃると考えてよろしいのでしょうか。

○行木執行役員 トールのボード、取締役会の半分以上は日本郵便の役員というか、私も入っているのですけれども務めておりまして、基本的には日本郵便のメンバーが過半数以上と、あと、トールの現地のマネジメントと、あと、社外の者が1名いますけれども、そういった構成になっております。

○関委員 現地には日本の方はいらっしゃらない感じなのですか。

○行木執行役員 現地にも1人取締役クラスで送って、現地でオンサイトで見られると。うちですと、私なども含めて今大手町におりますので、月1回ミーティングするとしても限度がありますので、現地に常駐できる取締役は1人、トールの取締役として送っています。その取締役以下にスタッフが、管理メンバー、課長以下何名かいるという体制でやっています。

○関委員 分かりました。

せっかく買収しているわけですから、しっかりとコントロールをする体制を取られて、やはり日本郵政さんのほうのイニシアチブをぜひ取っていただきながらしっかり経営していただきたいなと思います。

以上です。ありがとうございます。

○山内委員長 ありがとうございます。

関口さん、何かありますか。

○関口委員長代理 関口でございます。

御説明、どうもありがとうございました。

これからアジアの魅力が増すということで、一気に通貫ビジネスをこれから狙っていくということで、フォワーディング、それから、コントラクトの日本発を担っていくという意味では、今後は非常に明るい未来を描けて期待が大きいと思うのですが、ちょっと後ろを振り返ってみると、実は、このエクスプレスは減損した上で、最終的には売却をするという形で、この部分から切り離したということなのですが、日本郵便さんの本来業務のエクスプレスについて、うまくいかなかったということについては、日本のノウハウがオーストラリアまで届いていなかったということだろうと思っています。

その前に、実は日本通運からペリカン便をいただいて、J P エクスプレスでしたよね、会社として今は存続して、ペリカンさんはいなくなって事業としては存続しているという状態だと思うのですが、そのときにも、シナジーを狙った割には意外に負担が重かったというようなことが、実はその前段階として国内事例としてあったわけですが。国内でも結構苦戦したことについて、海外出ていったときに、海外のエクスプレス部門について、てこ入れが十分できなかったと。もちろん、今、御説明を頂戴しましたように、サイバー攻撃の影響でシステム停止してしまったとか、そういった残念な事項があったりしても、減損して売却するというような、そこまで指をくわえてと言っているのかどうか分からないですけども、本来的なノウハウを日本側で持っていながら、十分にそのノウハウをあちらに移転できなかったという点は、やはり十分反省する価値があるのではないかという印象を受けました。

以上でございます。

○行木執行役員 御指摘、ありがとうございます。

エクスプレス売却につきましては、損失を出してしまったことで、大変申し訳なく思っております。また、買収当初は、エクスプレスのところは、主に豪州のほうはB to Bが主体でございましたので、なかなか日本郵便がやっているゆうパック、これは昔のJ P E X、一緒になった上でやっていますが、なかなかそのところとノウハウの共有なども含めて、正直至らない点はあったということはございましたので、残念ながら2021年に売却ということでございますが、残りの部分をしっかり対応できるように、会社として取り組んでいきたいと思っています。

○関口委員長代理 よろしくをお願いします。

○山内委員長 ありがとうございます。

ほかによろしいですか。

時間もあれですので、私から少し伺いたいのですけれども、これは打合せのときにも伺ったのですけれども、一番分かりやすいのは6ページの図ですか。それで、海外と国内に分かれていて、トールが海外でフォワーディングとコントラクトで、国内については、J P トールロジスティクスがフォワーディングとコントラクトということですよ。これは、

通常のフォワード会社、フォワードは、多分物流会社がやるようなことをやられているわけですが、そもそも日本郵便というのは、このところというのはお持ちになっていない、事業としてやっていなかったという理解ですよね。

○行木執行役員　ありがとうございます。

基本的にはやっておりません。コントラクトを郵便局のスペースを利用して、例えば空きスペースを利用して、倉庫みたいな形で、今、L S Cと呼んでいますけれども、そういうようなことをやっていますが、基本的には郵便局のスペースを活用するという意味ではありますが、基本的に事業としてやっていなかったということなのです。

○山内委員長　それで、トール全体を買収して、エクスプレスだけ売って、このところが残って、ということは、逆に言うと、日本郵便としては新しい事業分野をつくったということになるわけですね。

まず1つは、トールについて売りましたというのは世の中の人々の反応で、そうすると、御説明されているけれども、皆さんは、それでなくなってしまったとほとんど思っていて、こういう新しい事業分野ができてきたということを理解されていないと思います。その辺をうまく御説明されて、事業に生かしていくというのは、まず第1に必要なという感じも持ちました。これは今まで言うまでもないことだと思うのですけれどもね。

それで、打合せのときにちょっとお話を伺って、なるほどと思ったのですけれども、トールというのはもともと海外の会社ですから、海外でフォワーディングとかコントラクトをやっていて、それが日本に来ましたということですね。そうすると、まさに昨日もお話があったように、海外での物流事業を彼らはできる、そういう国際的なネットワークを持っている。それで、海外のお客さんがついていて、海外のお客さんに対しての商売をしているということですね。

一方で、日本には日本の国内の荷主さんとか、あるいは日本から出ていった、海外にある日本の企業を使っている国際物流をやっている会社というのがあるわけですね。それで、これは昨日も思ったのですけれども、旅行代理店に例えると、例えばJ T Bとかああいう日本の旅行会社というのは、日本のお客さんを外にも連れていくという仕事をしているわけですね。それで、その意味では、人と荷物は違うけれども、日本の通常のフォワーディング会社と同じです。

一方で、日本でインバウンドが大流行して、外から来るときには、実はJ T Bさんとか日本の旅行会社も、外から持ってくる人に対して、そのマーケットを取りにいったのですよね。ところがなかなか難しい。それは、当然ですけれども向こうには向こうの旅行会社がいて、そこが送り込んでくるからです。なので、インバウンドが盛んなときには、もちろんそれで日本の旅行会社にもいろいろな動きがありましたけれども、扱っていたのは海外の旅行会社だったということなのです。

それに例えるのがいいかどうか分かりませんが、海外でお客さんを持たれていて、日本だけではないですけれども、国際的に物流ができるという体制を持たれていると、日

本から向こうへとか、それから、海外からこちらへとか、それから、海外同士というか、ある意味では全ての物流事業ができるような体制をお持ちなので、見方によってはとても大きなメリットというか、強さをお持ちだと思うのですけれどもね。

ただ、先ほども御説明いただいたように、日本でこういう事業をやられてこなかったもので、日本の中の基盤が弱いというのは確かにあると思うのです。ですので、昨日もお話が出ましたが、何かそれに対する対策とか何とかというのはあり得るのかなと思いますけれども、それがこれからどのようにされるのか、恐らく頭に入っていらっしゃると思うのだけれども、そういう強みを生かすというか、その必要がすごくあるように思うのですけれどもね。

特に国際物流の分野というのはこれからどんどん拡大していくのは目に見えていて、それで日本の物流事業者さんも外に出ていくわけだけれども、いかんせん、先ほどのお話のように、日本の物流事業者さんは日本の荷主さんを相手にしているので、相手にしているとか拡大しようとしているけれども、そこで限界があるように思うのですよね。その辺のことについて、強みをどのように生かしていくかということ、それを教えていただければと思います。

○行木執行役員　ありがとうございます。

まず、1点目の新しい分野、こういったものをしっかりやっているんだというアピールにつきましては、しっかりPRできるように取り組んでいきたいということでございます。

後段の部分につきましては、するどい御指摘をいただいたわけなのですが、まさにそこが手前どもが持っている強み、ユニークな点と、逆に弱み、足りない部分があると思っています。

先ほど旅行代理店というのはまさにそのとおりだなと思いますけれども、海外のお客様が日本に出てきて、海外で受けている、トールでサービスを受けているのだけれども、日本でもサービスを受けたいのだけれども、自分たちは日本でどうしていいかよく分からないのだというような、一番最初に相談を受けたのが、このJPトールというのをつくるきっかけにもなったということなのです。

当時、お客様、海外のクライアントが日本でやっていくのだけれども、日本郵便ができるかといったら、日本郵便はやったことがないのでできないわけですね。ですから、このJPトールなりエンティティをつくって、日本でも仕事を取れるようにやっていこうというようにやっていったというのが、まさに初めてございまして、お客様の層の違い、日本初なのか、うちの場合、非常にユニークで逆輸入で物流が海外から来たのですけれども、そのところをうまく、もうちょっと日本のところの強みを出してやっていけるようにしたい。

うちの部分で足りないものは何なのかということなのですけれども、海外で学んだ者がやっているのです、日本での物流の経験というのがちょっと足りないのです。JPトールがやっているのですけれども、やはり時間もかかるので、ここは日本でやっている伝統的な、

非常に歴史がある、例えば物流会社はいっぱいいらっしゃいますので、そういった方と例えばこういうようなアライアンスを組んで、うちの中での日本の物流を強化した上で、海外のノウハウなりオポチュニティーというのを営業の機会で生かしていくというのがいいのではないかなと思ってまして、これが他社さんの物流と違って非常にユニークな点だと思っています。

○山内委員長 ありがとうございます。

アライアンス以外にもいろいろな方法があるかなと思ったりもするのですが、いろいろなやり方があると思います。

それで、ユニークというだけではなくて、それが物すごく強みになると思いますよね。やはりこれはネットワークだから。

○行木執行役員 ありがとうございます。

○山内委員長 そういうことで、私からのコメントなのですが、ほかにいらっしゃいますか。

よろしゅうございますか。

それでは、ほかに御質問等がなければ、この辺で質疑を終えたいと思います。日本郵便の皆様、どうもありがとうございました。

○行木執行役員 ありがとうございます。

(日本郵便、退室)

○山内委員長 ありがとうございます。

それでは、引き続きまして、株式会社かんぽ生命保険の新規業務に関する届出についてでございます。

令和4年12月8日に、かんぽ生命保険から金融庁、総務省へ新規業務の届出がありました。9日に金融庁、総務省から当委員会宛てへ届出についての通知がございました。

この通知を受けまして、今回届出のあったかんぽ生命保険の新規業務に関しまして、昨年、取りまとめたわけですが「株式会社かんぽ生命保険の新規業務に関する届出制の運用に係る郵政民営化委員会の方針（令和3月10月）」にのっとりまして、調査審議が必要かどうか、この審議を行いたいと思います。

まず、事務局から、このかんぽ生命保険の新規業務の届出の概要について御説明いただければと。よろしくお願いいたします。

○吾郷事務局次長 事務局次長の吾郷でございます。

それでは、私のほうから御説明させていただきますが、今回の新規事業の届出は、かんぽ生命の主力商品の一つである学資保険の商品性を改善しようとするものでございます。

届出書自体は、資料255-2-2でございますけれども、その概要を、まずは資料255-2-1に沿って御説明させていただきます。

まず、資料の1ページ、保障プラス教育資金の準備をするというのが学資保険でございますけれども、現状、支払った保険料に対する受取金額の割合である、これは戻り率と言

っていますが、戻り率がお客様にとって魅力的でなかったという状況でございます。

今回は、保険料の払込期間を前倒ししたりして短くいたしまして、その分運用期間を長くしたり、経費を削減して戻り率を改善して、お客様により魅力的な商品にするというプランでございます。来年4月から取扱い予定ということでございます。

資料の2ページ、改定の具体的な内容でございます。

真ん中のイメージの一例にありますように、左が従来、右が改定後ということでございますが、左の図で12歳まで保険料を払い込んでいたのを、右にありますように10歳まで前倒しして、準備を早期に終えて、これによって運用期間が延びるということ。それから、経費も圧縮するということでございます。

その結果どうなるかというのが、その下の保険料額等の例示ということでございますが、これも左が現状、右が改定後なのですが、例えば真ん中のところを御覧いただきますと、左側ですと12歳払込済みのところが、男性で96.9%の戻り率、女性で97.1%、これが右を御覧いただくと、10歳払込済みのところが、男性で101.2%、女性で101.3%となるというものでございます。

事務局からの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、我々としてはこれをどうするかということなのではございますけれども、今も御説明ありましたように、郵政民営化法上、かんぽ生命保険が新規業務を行うということについては、繰り返しになりますが、他の生命保険会社との適正な競争関係と利用者への役務の適切な提供、こういったことを阻害することがないよう特に配慮しなければならないということになっております。

それで、御相談でございますけれども、私といたしましては、今の事務局の説明を踏まえまして、今回の届出については、これらの点について配慮がなされているかどうか確認する必要があると、このように考えております。したがって、皆さんにお聞きかけたいのですが、委員会において、調査審議及び意見聴取を行ってはどうかということでございますが、本件について皆様のお考えをいただければと思います。特に御指名はいたしませんので、何かありましたら御発言願えればと思います。いかがでございましょうか。

佐藤委員、いかがでしょうか。

○佐藤委員 委員長の御意見に賛同いたします。

今回の改定案は、かんぽ生命の主力商品の改定ということで、関係団体から広く御意見をお伺いしたほうがよろしいと思います。

以上です。

○山内委員長 ありがとうございます。

ほかの方はいかがですか。

もし特段の御反対がないようでしたら、かんぽ生命保険の新規業務の届出について、委員会において調査審議及び意見聴取を実施するというところでよろしゅうございますか。

(「はい」と声あり)

○山内委員長　ありがとうございます。

それでは、そのように決定することといたします。

今日の議題は以上ということになりますが、事務局から何かございますでしょうか。

○牛山事務局次長　事務局でございます。

今回の郵政民営化委員会の開催につきましては、また別途御連絡をさせていただきます。
よろしくお願い申し上げます。

○山内委員長　ありがとうございます。

それでは、以上をもちまして本日の郵政民営化委員会を閉会とさせていただきます。

なお、後ほど私から記者会見を行うということにしております。本日はどうもありがとうございました。

以上