

「郵政民営化委員会の調査審議に関する所見(案)」に対する意見

[意見]

生命保険協会の主張や国際法上の約束に鑑みると、対等な競争条件が確保される前に日本郵政の業務拡大は認められるべきではなく、消費者保護の観点からも本所見(案)は大幅に見直されるべきである。今回、所見(案)における問題点の全ては述べないが、以下はその例示である。

1. 所見(案)において、最近の法改正、特に「郵政民営化法等の一部を改正する等の法律」が4月に成立したことを理由に新商品に対する制限が緩和される必要があると暗に示されているが、これは間違いである。この法律により、日本郵政や金融二社の民営化の動きが鈍化し、民営化への移行期間が無制限に延長され、金融二社に対して銀行や保険のユニバーサルサービスの義務を課すことで金融二社の公共性が強化された。この環境変化は、日本の巨大な国有企業が市場を歪め、消費者利益を害することがないように政府が設けた金融二社に対する業務制限の緩和に向けて厳格に取り組むよう求めている。

2. ACCJは、日本政府に対して、かんぽ生命とゆうちょ銀行の新商品拡大を検討する前に、民間金融機関との間の全ての競争条件が対等であると判断するよう要請する。かんぽ生命やゆうちょ銀行に対する優遇の具体的例として、金融二社が保険業法や銀行法から適用除外されることによる恩恵(民間企業に適用されない方法による事業活動が許可されている)、異なる監督体制、国有企業としての暗黙の政府保証、郵便局に対する優先的なアクセス等が挙げられる。

例えば、所見(案)では、金融二社に対して、「他の民間金融機関と同等に厳格な検査監督を実施することが必要」とされているが、このためには監督の一本化がなされるべきであり、日本郵政グループに同種の事業を営む民間企業と同一の法規制を同一の監督官庁の下で課すことにより、消費者保護を確保すべきである。

さらに、所見(案)において、日本政府と金融二社は、かんぽ生命とゆうちょ銀行に対する政府保証が存在しないことの周知を積極的に努力すべきであると記されている。この周知は有用であるが、民営化の期限が設定されないまま政府に保有される金融二社の商品に対する暗黙の政府保証を取り除くことはできない。

3. 「ユニバーサルサービス責務の履行」に支障が出る懸念を理由として、かんぽ生命による新規業務が正当化されるべきではない。そもそも民間で行える保険サービスにまで政府が介入し、ユニバーサルサービス義務を課す必要はない。仮に保険サービスに対して政府がユニバーサルサービスを確保する場合においても、サービスの提供者がかんぽ生命である必然性はなく、民間保険会社でも提供できる。

4. 「上場に向けて市場の評価を高めること」を理由として、日本郵政グループによる新規業務が正当化されるべきではない。つまり、金融二社が将来上場する際の市場の評価を高めるためだけに、民間企業から国営企業へ収益を移転するようなものである。郵政民営化委員会が指摘するガバナンス（内部統制やコーポレートガバナンス）の組織体制が適切に機能していない状態等を改善することを通じて、市場の評価を高めていくべきである。

5. 所見（案）では、かんぽ生命やゆうちょ銀行の資産の縮小は問題であるとしているが、この傾向は、公共インフラに対する政府投資の資金を集めるために長年利用されてきた金融二社が変化したことによる当然の結果である。これら2つの金融機関の巨大な規模を考えると、バランスシートの規模を適正化することは、日本経済全体の資本を効率的に配分させ、日本の銀行や保険市場を円滑に機能させるために不可欠である。

6. 所見（案）において、金融二社の業務規制は「事前の競争制限ではなく、事後の適正な競争関係の確保を図るものとすべき」とされている。また、かんぽ生命とゆうちょ銀行は官業であったことから、事前の競争制限が課されていると指摘されている。そのため、かんぽ生命とゆうちょ銀行が政府により保有かつ運営される企業として競争上の優位性を享受する限りは、事前の競争制限は維持されるのが当然である。さらに、郵政民営化法138条では、内閣総理大臣および総務大臣が新商品を認可する前に、新商品による「他の生命保険会社との適正な競争関係」への影響を考慮することが義務付けられている。これは明らかに事前の競争制限である。所見（案）では、この法的義務についてほとんど言及していないが、ACCJは、郵政民営化委員会が事前の競争制限についてどのように評価するつもりなのか確認したいと考えている。

7. 所見（案）は消費者利益について言及しているが、既に競争の激しい市場において販売されている商品を提供することがどのように消費者利益を高めるのか説明していない。郵政民営化委員会はかんぽ生命とゆうちょ銀行と民間企業との間の全ての競争条

件が対等であると判断した場合に限り、かんぽ生命やゆうちょ銀行の新商品や商品改定について検討すべきである。また、郵政民営化委員会は、金融二社に対して、新商品が現在の市場で提供されていないことや日本人の大部分がその商品を購入できないということを説明するよう要請することもできる。

8. 所見（案）では、「金融二社が直面するリスクに対応するもの、既存の業務の見直しであるもの、他金融機関との提携による業務の取扱実績があるもの等については、調査審議を開始することに支障はないものと考えられる」とされている。

繰り返しになるが、郵政民営化委員会は、消費者を保護し、安定した金融市場を確立し、通商上の約束を遵守するために、かんぽ生命やゆうちょ銀行と民間企業との間の全ての競争条件が対等であることを判断した場合に限り、かんぽ生命やゆうちょ銀行による新規商品や商品改定について検討すべきであると考えている。しかし、現状はその通りとなっていない。

郵政民営化委員会が対等な競争条件が確立されない状態で、単品の入院保険や住宅ローンのような新規商品を検討するとした場合、既に競争の激しい市場に悪影響を及ぼし、消費者保護を確保するために設置された仕組みに反することになる。さらに、郵政民営化委員会は、かんぽ生命やゆうちょ銀行が、入院特約や民間商品の販売経験を、自社の単品商品の開発や引受の際に必要なスキルとして生かすことができると示唆しているが、それは明らかに違う。また、がん保険や限定告知型の医療保険はかんぽ生命ではなく、郵便局が取り扱っているものであり、かんぽ生命はそのような商品分野に関して全く経験が無い。

かんぽ生命、ゆうちょ銀行、郵便局を通じて新たな民間商品を販売することを検討する考えがあるのなら、ACCJ はそのような取組みを支持する。以前指摘したように、そのような取組みは、国有企業の役割がさらに拡大することによって市場を歪めるのではなく、郵政グループを支援し、消費者ニーズを満たす効果的な方法となる。

ACCJ は、業界の競争と消費者利益の観点から、検討する予定の新商品に関する郵政民営化委員会の考えやその商品分野に対する理論的根拠を明確化することを要望する。

以上