

# 民営化後の郵政事業と国民生活

学習院大学 経済学部 講師 武井 孝介

6月号で、民営化直前の郵政三事業がどうなっていくのかを書いた。7月には参院選もあり「民営郵政」の中身も流動的であったが、民営化がスタートして少しわかってきたこと、今後どうなっていくのかを書いてみたい。

## 「民営郵政」のスタートと新規事業の展開

明治（郵便・郵便貯金）～大正（簡易生命保険）の創業以来、「国営・三事業一体」で運営がなされてきたわが国の郵政事業は、2007年10月1日に「民営・分社化」され、これ以降は持ち株会社である「日本郵政」の下で、「郵便」、「郵便局」、「ゆうちょ」、「かんぽ」の4事業会社がそれぞれ独立して経営を行うこととなった。国民の大きな「期待」と「不安」を乗せて誕生した「民営郵政」は、今後、どのような方向へ向かうのだろうか。

民営化スタートからわずか4日後の2007年10月5日、日本郵政と大手物流会社の「日本通運」は包括的かつ戦略的な業務提携を結ぶことで基本合意し、共同出資で新会社を設立の上、両社の宅配便事業（「ゆうパック」と「ペリカン便」）を統合すると発表した。また、郵便局会社では新規事業の一環として「年賀状印刷サービス」や映画などの「チケットサービス」の取り扱いを開始するとともに、郵便事業会社においても大手広告代理店の「電通グループ」と共同で、DM（ダイレクトメール）などの企画・開発・発送を手掛ける合弁会社を新たに設立するとしている。

さらに、ゆうちょ銀行とかんぽ生命保険の

金融2社でも、クレジットカード業務や住宅ローン事業、貯金および保険の預入・加入限度額の引き上げ、資金の運用対象の自由化などが具体的に計画されている。国営時代には「民業圧迫」にあたるとして事業展開が困難であった各種の商品やサービス・業務分野に、両社は自社の収益力を強化する観点から、積極的に参入する意向を示している。

以上のように、民間企業として新たなスタートを切ったJP日本郵政グループ各社は、民営化直後から「業務拡大路線」を鮮明に打ち出している。民営化の目的の一つであった「経営の自由度の拡大を通じて良質で多様なサービスの提供が可能になり、国民の利便性を最大限に向上させる」という点は、その実現に向けて着実に動き出しているといえよう。

## 民営化に伴うサービスダウンの実状

その一方で、JP日本郵政グループは「民間企業」にふさわしい効率的で競争力のある事業運営システムを早期のうちに確立する必要があるとの判断から、すでに公社の時代からさまざまな経営効率化や合理化施策を次々と進めてきている。この結果、既存の郵政三事業の「サービスの質の劣化」や「利用者利便の低下」が、都市部・地方部を問わず全国至るところで顕在化しているのが実状である。

2006年9月から2007年7月にかけて、当時の日本郵政公社は「郵便集配および郵貯・保険の外務営業拠点の再編計画」を段階的に実施した。その際、公社は「現行サービス水準

の維持を図る」と明言していたものの、現実には「郵便配達時刻の大幅な遅れ」や「3,600を超える郵便局での土日・夜間等の時間外窓口（ゆうゆう窓口）の廃止」など、全国的に大幅なサービスレベルの低下が起こっている。

また、民営化の決定以降、公社は効率化の観点から、年間の利用件数が35,000件に満たない局外（学校や病院、市役所など）設置の不採算ATM（現金自動預払機）を次々と撤去した。このため2004年度末の時点で2,869箇所あった局外ATMは、2006年度末には2,226箇所にまで減少しており、利用者利便の低下が著しく進行している。

さらに近年では、地方部を中心として簡易郵便局の閉鎖・廃止が深刻な社会問題となっている。簡易局は公社化直前の2003年3月末時点では全国に約4,500あったが、業務委託先である農協や個人などが、民営化を機に契約を解除するという動きが相次いだことから、現在、実質的に営業を継続している簡易局は約3,800にまで減少した。そのため近い将来、郵便局ネットワークは崩壊するのではないかとの危機感や不安感が各地で広まっている。

一方、郵便局で取り扱われる送金・決済サービスの手数料は、2007年10月の民営化スタートと同時に、そのほとんどが軒並み値上げされた。10,001～29,999円までの「通常払込み」など、ごく一部のサービスについては公社時代よりも若干手数料が安くなっているものの、「民営化をすれば料金は安くなる」との政府の説明、および「民営化」に対する国民の期待とは裏腹に、大半のサービスでは手数料の大幅値上げが実施されたのである。

### わが国における郵政民営化の課題と展望

今後、JP日本郵政グループの各社が、徹底した市場メカニズムの下でひたすら「利益

追求」に走るのか、あるいは公共性・公益性を重視した「社会的企業」として存続していくのかは、ひとえに上場後の日本郵政、ならびに金融2社の株主資本構成がどのようになるのかにかかっているものと思われる。

当然のことながら、JP日本郵政グループの株主に外国企業や投資ファンド、あるいは投機目的の戦略的投資家などが数多く名を連ねるようになれば、公共性・公益性よりも、効率性・収益性に軸足を置いた経営にならざるを得ない。万が一、そのような状況になれば、「民営化移行期間」が終了する2017年10月1日以降は、金融（貯金、保険）のユニバーサルサービスの維持を日本郵政グループに期待することは基本的に困難であろう。

また、将来にわたってユニバーサルサービスの供給が義務づけられている郵便事業、ならびに過疎地や離島などで現行水準の維持が約束されている郵便局ネットワークについても、実際にそれが実現可能であるかどうかは極めて未知数である。世界の郵政改革の先例を見ても、郵便局の窓口機能のみを分離・独立させて民営化した国は日本以外にない。他社からの手数料収入で経営を成り立たせる郵便局会社のビジネスモデルが果たして成功するのか、世界各国がその行方に注目している。

なお、民主党・社民党・国民新党は2007年10月23日、郵政三事業の一体経営を維持するため、日本郵政ならびに金融2社の株式処分を当面凍結する法案を参議院議長に共同提出した。このように政治の場においても、昨今の郵政事業のサービスダウンの現状を鑑みて、民営化の制度設計を再検討しようとする動きが広がっている。今後も国民一人ひとりが「自分の問題」として、望ましい郵政事業のあり方を考えていく必要がある。