

コスト負担のあり方について

平成30年5月

郵便局におけるコスト負担に関するこれまでの主な意見

<これまでの主な意見>

- 郵便局がサービス提供するにしても、郵便局がそのコストをかぶるのではなく、ビジネスとして郵便局の利益となるよう、手数料を取れるようにしなければならない。
- 三事業の他に、買い物サービス、みまもりサービス、地域の物産とか色々な取組があるが、株式上場しているのに、赤字で良いというわけにはいかないのだから、できるだけ黒字になるような事業展開、地域との結びつきを進める必要がある。
- 買い物支援などの新たなサービスは、特殊なオペレーションが付随することが多いサービスであり、宅配便での(人手の面で)厳しい状況が続いている中で、どこまでやるのかということについては、現場の判断を尊重している。
- 買い物支援などは公共性の高い役割を果たしているが、あくまでコスト見合いということになっている。
- (日本郵便が、買い物支援などを)赤字という形で提供すると、結局やはり長続きしないということになる。
- 買い物支援の事例について、これがビジネスモデルとして成り立っているのは県庁の支援が大きいのではないかと議論をしている郵便局へのニーズというのは、ビジネスとしては成り立たないのではないかと。ビジネスで成り立たないから、郵便局に対してニーズがあり、そのニーズを掘り下げれば掘り下げるほど赤字になっていく。だから、地方公共団体の支援が重要となってくるのではないかと。
- 日本郵便も民営化していて、ビジネスとして成り立たないものを恒常的にやっていくのは難しいので、行政と一緒に何らかの形でスキームを作り上げて提供していくのは非常に良い方向であると思う。

郵便局の利便性向上策を実現するための方策についての基本的な考え方

<基本的な考え方>

- 郵便局において、ユニバーサルサービスの提供に支障がなく、持続可能なものとして実施できるようにすることが必要。
- そのためには、コスト負担のあり方が重要であり、内容に応じて、ビジネスとして実施できるよう、郵便局ネットワーク等の利用者、受益者の適切なコスト負担の下で実施。
- また、郵便局としても、厳しい経営環境にあることを踏まえ、ICTの活用を含め業務を効率化するなどし、限られた郵便局のリソース（郵便局員、郵便配達員）の有効活用により、ユニバーサルサービスの提供と郵便局の利便性向上策の実施を両立。