

第 2 部 各 論

第 1 章 郵 便

第 1 節 概 況

50年度においては、郵便事業にとって懸案であった郵便料金の改定が実施された。

48年12月及び49年12月の2度にわたる郵政審議会の答申を受けて、第一種定形郵便物の料金を50円、第二種郵便物の料金を20円とし、50年10月から実施することを骨子とする「郵便法の一部を改正する法律案」が、第七十五回通常国会に提出されたが審議未了となった。同法案は、再度第七十六回臨時国会に提出されて成立し、51年1月25日から料金改定が行われた。なお、その際郵便の取扱いについて若干の制度が改正された。

50年度中の郵便物数の推移をみると、経済界の低迷を反映して伸び悩んだのに加え、料金改定直後の2月及び3月の内国通常郵便物の対前年同月比が、18%以上の減少を示したこともあって引受総郵便物数はおよそ141億通(個)となり、対前年度比0.5%の増加にとどまった。

50年度における郵便業務運行状況についてみると、春闘、スト権闘争及び年末期の闘争時を除いて、比較的順調に推移した。

49年6月、将来における全通信体系の中での郵便の位置付け及びそのあるべき姿について、総合的な調査研究を行うことを目的として設置された「郵便の将来展望に関する調査会」は、本年度も引き続き、郵便及び郵便事業についての基礎的な調査研究を行い、その成果を取りまとめた。

第 2 節 郵便の利用状況

1 郵便物数の動向

50年度の総引受郵便物数は、141億2,120万通（個）で対前年度比0.5%の増加であった。

本年度の増加率がこのように低くなったのは、低迷気味の経済界の動きを反映して、① 内国通常が50年4月から51年1月までの料金改定前においても伸び悩みの傾向を示したのに加えて、51年2月及び3月が料金改定直後であることもあって、かなりの利用減を示し、年間では対前年度比0.2%の減少となったこと、② 内国小包が49年10月の料金改定以降51年1月まで減少を続けたこと、③ 年賀が2.5%の増加とここ数年来最低の増加率となったことなどによるものである。

これを種類別にみると、通常約48%を占める第一種は、内国通常全体と同じような傾向で推移し、年間では0.3%の増加となった。第一種を定形と定形外に分けてみると、定形の0.3%の増加に対し、定形外は0.4%の増加とほぼ同じような動きを示している。

通常約35%を占める第二種は、0.1%の増加にとどまり、ここ数年来第二種は第一種より高い増加率を示していたが、本年度はほとんど同じ伸びとなった。

第三種は、49年度に引き続き料金改定前においてもわずかながら減少傾向を示し、更に料金改定の影響もあって年間では4.1%の減少となった。

第四種については、その約3分の2を占める通信教育が比較的順調な伸びを示したこと、また、第四種は他の種類に比べて、その料金改定幅が小さく、料金改定後の利用減も少なかったことなどもあって、年間では2.9%の増加となった。

書留通常は、1.8%の増加となったが、その中で一般書留が1.5%の減少であるのに対し、簡易書留は11.4%の増加とかなり高い増加率を示した。また

普通速達通常は0.8%の増加となった。

内国小包は、49年10月の料金改定以降大幅な利用減が続き、50年度にはいっても同様の傾向を示したが、10月からその減少率は小さくなり、51年2月以降は増加傾向に転じたものの、年間では11.5%の減少となった。また、その内訳を見ると、一般小包が12.1%の減少に対し、書籍小包は6.1%の減少にとどまった。

年賀郵便物は、前年度が大幅な増加を示したこともあって、2.5%の増加と、ここ数年来最低の増加率となった。

選挙郵便物は、統一地方選挙があったために大幅な増加となった。

外国（差立）郵便物は、料金改定の影響はみられず、5.3%の増加と順調な伸びを示した。

2 業務用郵便の利用状況

48年9月に実施した「郵便利用構造調査」によると、郵便物の約80%は、会社、官公署、商店等、事業所から差し出されている業務用郵便であった。

業務用郵便について、50年度に、1か月平均1千通以上の通常郵便物を差し出す大口利用の事業所（以下大口事業所という。）の郵便利用状況と業務用郵便の中でも利用の多いダイレクトメールの利用状況の調査を行った。

（1）大口事業所の郵便利用状況

郵政省では、49年10月、1か月平均1千通以上の通常郵便物を差し出す郵便の大口事業所について、全国の総数、地域的分布の特色、産業別の特色等をは握するため調査を行ったが、大口事業所の数は約3万8千に上り、また、これらの大口事業所が差し出す郵便物は全国で差し出される郵便物数の約40%をも占めるという結果を得た。

この調査に引き続き、50年10月これらの大口事業所が業務上で郵便をどのように利用し、どの程度の必要性を感じているかなどについては握するため、上記3万8千の大口事業所の中から約4千事業所を抽出して、「業務用郵便の利用状況に関する調査」を行った。

その調査結果のあらまきは次のとおりである。

ア. 大口事業所の1か月差出郵便物数

全国の大口事業所が50年10月1か月間に差し出した国内通常郵便物は約4億3,200万通と推計される。同月の全国引受物数は、約9億3,400万通であったから、大口事業所の差出郵便物は全体の約46%を占めることになる。

大口事業所の差出郵便物を内容別にみると、ダイレクトメール、商品見本、カタログ等の「宣伝・広告関係」が約1億5,300万通で最も多く35.4%を占めている。更に、電気、ガス、電話等の料金を金融機関の口座を利用して払い込んだ場合に郵送されてくる領収証（振替済通知書）等に代表される「金銭関係」が21.0%、「新聞・書籍・雑誌」が18.6%、これら以外の「通知・連絡関係」が23.9%となっている。

また、前記「郵便利用構造調査」の結果により、郵便物の内容別に、更に差出主体別に案分推計すると、これらの大口事業所の差し出す郵便物の占める割合がいかにか高いかが一層明確になる。

すなわち、「宣伝・広告関係」は全国で差し出される同種郵便物の、実に86%がこれらの大口事業所から差し出されており、ダイレクトメール等の利用動向は、ほとんどこれらの大口事業所の動向にかかっているといえる。

また、「金銭関係」や「新聞・書籍・雑誌」についても、それぞれ51%、68%と高い割合になっている（第2—1—2表参照）。

イ. 大口事業所における郵便物の業務上の必要性と他の通信手段への代替可能性

(ア) 大口事業所における郵便物の業務上の必要性

「日常の業務を遂行する上で、郵便がどの程度の必要性ないしは重要性をもっているか」について、大口事業所の評価は第2—1—3表のとおりであった。

「宣伝・広告関係」以下4種類（内容別）の郵便物ともに、ほぼ60%以上の大口事業所が「減らすことはできない」と回答しており、事業活動上郵便が重要な役割りを果たしていることがうかがわれる。中でも「金銭関

第2—1—2表 大口事業所の内容別差出郵便物数等

(通常郵便物, 50年10月1か月間)

区 別 郵便物の 内容	大口事業所からの 差出物数		全国引受郵便物の差出主 体別内訳 (注1)			大口事業所からの 差出物数の割 合	
	① 物数	構成比	② 私人か ら(私用)	③ 事業所 から(業 務用) (注2)	④ 計	全国引 受物数 に占め る割合	事業所 差出物 数に占 める割合
	百万通	%	百万通	百万通	百万通	%	%
1. 宣伝・広告関係	153	35.4	—	179	179	86	86
2. 金 銭 関 係	91	21.0	14	163	177	51	56
3. 新聞・書籍・雑誌	80	18.6	12	107	118	68	75
4. 通知・連絡関係 (上記1~3以外)	103	23.9	156	303	460	24	36
5. 不 明	5	1.1					
郵便物全体	432	100.0	182	752	934	46	57

(注) 1. 48.9「郵便利用構造調査」の結果に案分推計したものである。

2. 大口事業所以外の事業所を含む。

第2—1—3表 大口事業所における郵便物の業務上の必要性に関する評価

(事業所比率)

区 別 郵便物の内容	減らすこと はできない		減らすこと はできる		場合によっ てはやめて もよい		不 明	計
	%	%	%	%	%	%		
1. 宣伝・広告関係	63.2	25.5	2.3	9.0	100.0			
2. 金 銭 関 係	79.5	10.3	0.8	9.4	100.0			
3. 新聞・書籍・雑誌	59.3	19.2	3.2	18.3	100.0			
4. 通知・連絡関係 (上記1~3以外)	70.1	18.8	0.8	10.3	100.0			

係」の郵便物を減らすことはできないとする大口事業所が最も多いのが注目される。

一方、はっきりと「場合によってはやめてもいい」とする大口事業所は極めて少ない。

(イ) 他の通信手段への代替可能性

「現在利用している郵便の用件を、電話、テレックス・テレタイプ、フ

第2-1-4表 他の通信手段への代替可能性に関する評価（事業所比率）

郵便物の内容	不可能		できない ことはない	容易に できる	不明	計
	%	%	%	%	%	%
1. 宣伝・広告関係	46.6	32.0	3.0	18.4	100.0	
2. 金銭関係	59.2	20.4	1.7	18.7	100.0	
3. 新聞・書籍・雑誌	50.3	19.2	2.2	28.3	100.0	
4. 通知・連絡関係 (上記1～3以外)	51.6	27.2	1.9	19.3	100.0	

「アクションミリ、データ通信、マスメディア、自社便・使送便等の他の通信手段に切り替えられるか」について、大口事業所の評価は第2-1-4表のとおりであった。

「容易に切り替えられる」とする大口事業所は2～3%と極めて少なく、ほぼ過半数の大口事業所が「不可能」と答えている。

また、「できないことはない」とする大口事業所が20～30%あるが、特に「宣伝・広告関係」に多くなっている。

第2-1-5表は、第2-1-4表で「郵便を他の通信手段に代替することが容易にできる」と回答した事業について、「どのような代替手段を想定

第2-1-5表 郵便の代替手段に関する評価（事業所比率）

郵便物の内容	代替手段	使自 送社 便便	レ ビ ジ ス ・ オ ・ 新 聞	マ ス メ デ ィ ア	電 話	テ レ タ ッ ク プ ス	フ ァ ク シ ョ ン ミ リ	・ コ ン ピ ュ ー タ ・ デ ィ タ ・ 通 信	そ の 他	不 明
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
1. 宣伝・広告関係	26.0	50.5	18.5	3.9	2.7	0.6	15.0	14.8		
2. 金銭関係	22.3	—	50.0	6.8	—	3.1	31.3	18.3		
3. 新聞・書籍・雑誌	58.5	15.1	1.7	5.0	—	—	8.9	11.3		
4. 通知・連絡関係 (上記1～3以外)	21.9	12.3	52.6	29.6	10.8	1.3	3.9	6.8		

(注) 1. 第2-1-4表において、「容易にできる」と答えた事業所のみに、その代替手段を尋ねたものである。

2. 答はマルチアンサーの形式によるので、合計は100%を越す場合もある。

しているか」を調査したものである。

これによると、郵便の内容の特性によって代替手段が異なってくるのがわかる。すなわち、「宣伝・広告関係」はマスメディア（ラジオ、テレビ、新聞広告）がその半数を占め、自社便・使送便が26%となっている。また「新聞・書籍・雑誌」は、約59%の事務所が自社便・使送便に代替することを考えている。一方、「金銭関係」、「通知・連絡関係」はいずれも約半数の事務所が電話に、22%が自社便・使送便に代替する可能性があるとしているが、「通知・連絡関係」では事業所の約30%がテレックス・テレタイプに代替させるという点が特徴的である。

(2) ダイレクトメールの利用状況

ダイレクトメールの送り手と受け手を対象として、50年12月、郵便の社会的機能に関する意識の調査を行った。この調査は、ダイレクトメールを月500通以上発送している東京所在の企業200社を対象とした調査と、首都圏に住む20才～69才の人々から1,000人を抽出して行った個人調査とから成っている。この調査結果のあらましは次のとおりである。

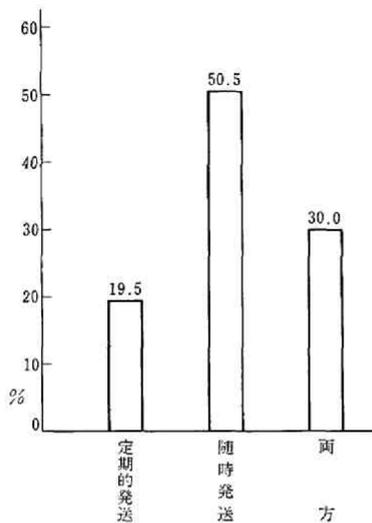
ア. ダイレクトメールの送り手

ダイレクトメールの発送は、定期的に行われているのか、あるいは随時行われているのかを調べてみた結果は第2-1-6図のとおりである。定期的のみ発送する企業が19.5%とやや少なく、特に発送日を決めず随時発送する企業が50.5%と多い。自由に、いつでもタイミングよく、集中的に、目ざす相手にメッセージを伝達させることが、ダイレクトメールの特徴の一つであり、そのように多くの企業が利用しているといえよう。

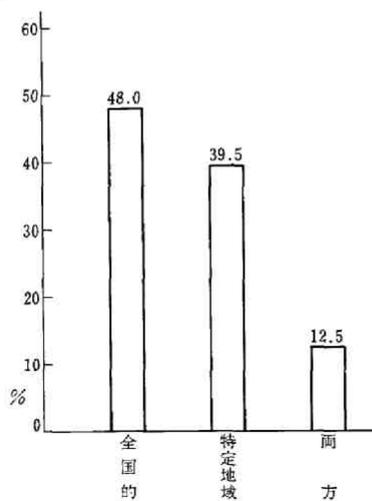
発送地域は、第2-1-7図に示すとおり、全国的に発送している企業が特定地域に発送している企業を上回っている。

ダイレクトメールを出す目的を調査した結果は第2-1-8表のとおりである。これをみると、直接購入、知名、顧客維持、関心高揚をあげる企業が多い。ただし、ダイレクトメールの目的についての考え方は業種によって差があり、直接購入に高いウェイトをおいているのは印刷・出版業、知名を目的

第2-1-6図 ダイレクトメールの発送の仕方



第2-1-7図 ダイレクトメールの発送地域



第2—1—8表 ダイレクトメールの発送目的

業 種	商品を知ってもらう	訪問をスムーズにする	来店を促進	関心を高める	販売戦略の参画のため	注文させたり買わせるため	顧客維持のため	その他
全 体	63.0%	25.0%	28.5%	31.5%	23.5%	67.5%	42.0%	1.5%
建設・製造業	76.0	36.0	24.0	32.0	28.0	64.0	40.0	—
印刷・出版業	57.1	20.0	11.4	34.3	31.4	91.4	34.3	—
卸・小売業	63.8	20.7	46.6	24.1	19.0	63.8	50.0	—
金融・保険・不動産業	67.4	46.5	25.6	32.6	23.3	53.5	32.6	2.3
サービス業	53.8	5.1	23.1	38.5	20.5	69.2	48.7	5.1

(注) 答はマルチアンサーの形式によるので合計は100%を越す場合もある。

にしているところは建設・製造業である。卸・小売業では、他業種と比べて、顧客維持、来店促進をあげている企業が相対的に多いという特徴がみられる。金融・保険・不動産業では、訪問を円滑にする目的でダイレクトメールを出している企業が多い。

イ. ダイレクトメールの受け手

「本人あて、あるいはあて名は本人あてでなくても、内容的に本人あてと考えられるようなダイレクトメールの1か月間の受信通数」は第2—1—9表のとおりである。受信通数は1～3通の人が多く約3分の1を占めている。0通を含めると、受け手の7割までは3通以下である。

「ダイレクトメールを受け取ったことのある人にふだんダイレクトメール

第2—1—9表 1か月間のダイレクトメール受信通数

通数	0(注)	1	2	3	4	5～9	10～14	15～
割合								
%	36	9	14	11	6	13	6	6
累積%	36	45	59	70	76	88	94	100

(注) ダイレクトメール受信体験ナンの18%を含む。

第2—1—10表 受け手のダイレクトメール接触度

内 容	割 合
1. ほとんど全部のダイレクトメールに目を通す	36 %
2. 見ないものもあるが、目を通すダイレクトメールの方が多い	18
3. 目を通すものと通さないものと、半々ぐらい	26
4. 目を通すものもあるが、通さないものの方が多い	12
5. 目を通すものは、ほとんどない	8
計	100

に目を通すかどうか」を尋ねた結果は、第2—1—10表のとおりである。これを見ると、「ほとんど全部のダイレクトメールに目を通す」人が36%、「見ないものもあるが目を通すダイレクトメールの方が多い」人が18%と、ダイレクトメールは割合とよく目を通しており、目を通さないものが多い人は2割にすぎない。

第2—1—10表で少しでもダイレクトメールに目を通すと回答した1～4の

第2—1—11表 ダイレクトメールを読む理由

理 由	割 合
1. 自分の関心がある商品のことが書いてあるから	31 %
2. 一応目を通しておけば、いずれ役に立つから	30
3. ダイレクトメールは見ているだけで楽しいものが多いから	3
4. 暇つぶしに何となく見てしまうから	15
5. 家族に話をもちかけられることがあるから	2
6. 折角送ってくれたのだから、一応は見なければと思うから	17
7. そ の 他	1
計	100

(注) 分母は第2—1—10表で1～4を回答した人である。

人に対して「ダイレクトメールを読む主な理由」を尋ねた結果は、第2—1—11表のとおりである。これによると、「自分の関心がある商品のことが書いてあるから」と、「一応目を通しておけばいずれ役に立つから」というのが多い。しかし、人々のダイレクトメールを読む理由は多様であり、特定の理由への集中傾向はそれ程強くない。

第3節 郵便事業の現状

1 郵便局

(1) 郵便局数

50年度末現在の郵便局（簡易郵便局を含む。）数を、49年度末現在のそれと比較すると、第2—1—12表のとおりである。

郵便局（簡易郵便局を含む。）の数は、前年度末現在に比べ172局増加して

第2—1—12表 郵便局数の推移

区 別	総 計	普 通 郵 便 局						特 定 郵 便 局			簡 易 郵 便 局
		計	集 配 局	無 集 配 局	集 中 局	鉄 道 局	船 便 局	計	集 配 局	無 集 配 局	
49年度末	21,871 (閉定 11/9)	1,119	1,056	42	4	14	316,926 (閉定 1/5)	4,698	12,228 (閉定 1/5)	3,826 (閉定 10/4)	
対前年度末	192 (閉定 1/0)	13	11	1	0	0	116 (閉定 0/0)	△ 13	129 (閉定 0/0)	63 (閉定 1/0)	
増△減数											
50年度末	22,043 (閉定 9/9)	1,125	1,062	42	4	14	317,020 (閉定 1/5)	4,690	12,330 (閉定 1/5)	3,898 (閉定 8/4)	
対前年度末	172 (閉定 △2/0)	6	6	0	0	0	94 (閉定 0/0)	△ 8	102 (閉定 0/0)	72 (閉定 △2/0)	
増△減数											

(注) 「定」は定期開設局、「閉」は閉鎖中の局でいずれも再掲である。

いるが、これは利用者サービスの向上を図るために集配普通局1局、無集配特定局105局及び簡易郵便局88局の新設が行われたことによるものである。

また、人口1万人当たり及び面積10km²当たりの郵便局（簡易郵便局を含む。）数の年度別推移は第2—1—13表のとおりである。

第2—1—13表 郵便局普及状況の推移

区 別 年 度	郵便局数 (含簡易局)	人口1万人 当たり局数	面積10km ² 当たり局数
	局	局	局
46	20,976	2.00	0.57
47	21,408	1.99	0.57
48	21,679	1.99	0.57
49	21,871	1.99	0.58
50	22,043	1.97	0.58

(2) 郵便局舎の改善

50年度末現在における普通郵便局の局舎総面積は、291万1,702m²であり、50年度においては、49年度に比べ、15万3,575m²の局舎面積の増加が図られた。

最近5年間における普通郵便局の局舎面積の増加と、普通郵便局の定員の増加を比較すると、第2—1—14表のとおりである。これによると、46年度末を100とした場合、50年度末では定員は107であるが、局舎面積は126であり、局舎面積の増加が定員の増加を上回っている。このように総体として普通郵便局の局舎事情は、次第に好転してきているといえるが、個別的にみると、主として大都市及びその周辺部に改善を要する局舎がなお存在している。また年末年始において、多量に差し出される贈答用小包や年賀はがきを処理するために要する仮設局舎の建設等の状況は、第2—1—14表のとおりであるが、都市部における用地の確保難等もあり、仮設局舎の建設に当たって困難な条件が付加されるようになってきている。普通郵便局の局舎については、今後とも郵便物を効率的かつ円滑に処理し、時代の進展に対応した郵便サービスを確保していくため、引き続きその改善を図っていくことが必要な状況

第2-1-14表 年度別普通郵便局局舎状況

区別 年度	全国普通郵便局総局数		全国普通郵便局舎総積		普通郵便局改善局数	普通郵便局1局当たり平均面積		年末年始郵便業務繁忙期における仮設局舎等総面積		(参考) 全国普通郵便局総定員	
	局指数	m ² 指数	局	m ² 指数	局	m ² 指数	m ² 指数	m ² 指数	人指数		
46	1,072	100	2,302,934	100	34	2,148	100	140,102	100	137,843	100
47	1,097	102	2,468,082	107	35	2,250	105	139,012	99	140,533	102
48	1,106	103	2,611,803	113	66	2,361	110	149,987	107	143,147	104
49	1,119	104	2,758,127	120	53	2,465	115	148,457	106	145,253	105
50	1,124	105	2,911,702	126	21	2,591	121	155,785	111	147,530	107

にある。特定郵便局の局舎についても、50年度において486局の改善が実施された。これは48年度の493局及び49年度の470局とほぼ同程度の改善である。

2 集配施設

(1) 収集サービス

ポストの設置数は、50年度末で13万5,622本となっているが、同年度中に大都市やその近郊など、地況の発展の著しいところを中心に、351本増設した。その普及状況は第2-1-15表のとおりであり、諸外国のそれと比較しておおむね同程度となっている（第2-1-16表参照）。

第2-1-15表 郵便ポスト普及状況

区別 年度末	郵便ポスト数	1本当たり人口	1本当たり面積
	本	人	km ²
46	128,621	816	2.88
47	131,746	815	2.86
48	133,551	813	2.83
49	135,271	814	2.79
50	135,622	825	2.78

第2—1—16表 国別郵便ポスト普及状況

(1973年度)

区 別 国 別	郵便ポスト数	1本当たり人口	1本当たり面積
日 本	133,551	813	2.8 km ²
イ タ リ ア	75,006	735	4.0
米 国	366,707	571	25.6
フ ラ ン ス	145,800	361	4.4
英 国	100,000	559	2.5
西 独	109,426	565	2.3

UPU 郵便業務統計表による。

一方、都市内に設置されているポストについては、最近の交通規制の強化・交通難の激化に伴い、収集作業時間の延伸を来し、あるいはポストの移転等を必要とするものが増加しているなど、収集作業が困難になってきている。

ポストからの収集度数は、郵便物の多少により1日1度から5度までの間で設定しているが、前述の状況により収集便から運送便への接続が不安定になっていること、また、差出状況に対応した収集便とすることなど、収集便を再編成し、安定的かつ効果的な収集サービスを確保するよう検討する必要がある。

(2) 配達サービス

ア. 配 達 度 数

配達区（1日、1人が配達を分担する区画）は、50年度末現在4万9,443区であり、同年度中に、発展する大都市及びその周辺を中心に総体で554区増加した。なお、過疎過密化現象の進行に即して、周辺地の配達区を併合するなどして再編成し、それによって減じた区を過密区に増区する努力も引き続き行っている。

また、50年度末現在の配達度数別の配達区画の現状は、第2—1—17表のとおり2度以上の配達が約半数を占めている。諸外国における2度配達区域

は、おおむねビジネス地域等ごく限られた地域となっており、しかも配達度は次第に減回される傾向にある。我が国においても、配達度数については、労働力の効率的活用を図り、経済的な業務運行を維持する観点から今後検討を進めるべき大きな課題となっている。

第2-1-17表 郵便配達区画の状況

区 別 度 数	配 達 区		配 達 箇 所	
	区 数	構 成 割 合 %	箇 所 数 万箇所	構 成 割 合 %
1 度 配 達	26,647	53.9	1,311	41.8
2 度 配 達 以 上	22,796	46.1	1,829	58.2
計	49,443	100.0	3,140	100.0

イ. 速 達 配 達

速達配達区域は、郵便局から陸路 4 km 以内の地域及び 4 km を超え 8 km までであり、かつ、速達郵便の配達物数の多い地域とされている。50年5月現在では全国の世帯数の91%に相当する3千万世帯が速達配達区域内となっている。

ウ. 辺 地 集 配

郵便の集配サービスについては、辺地に至るまで原則として毎日各戸配達 of サービスを提供しているが、交通が困難な地域等については、郵便規則第85条を適用して、年間を通じ、又は期間を限って郵便局の窓口において交付し、あるいは郵便局長の指定する場所に設置された集合郵便受箱、又は、受取人が配達区域内に指定した受取場所に配達する方法を採っている。これらの方法により、郵便物が交付又は配達される世帯は約1万1千世帯である。また、上記に準ずる地域についても、実情に応じて集配度数を減回し1日おきに配達するなどの方法を採っている。

(3) 集配作業環境の改善

集配作業を円滑に行うには、その作業環境の与える影響は大きい。特に都市部においては高層ビルディングの増加、交通規制、交通難の激化、急速な

都市化に伴う地番の混乱等により、次第に集配作業環境は悪化している。したがって、円滑な集配サービスを提供するには郵政省の経営努力とともに、利用者の協力を得て作業環境の改善を図る必要がますます大きくなっている。これまでの施策の状況は次のとおりである。

ア. 高層ビルディング配達

都市において、大型化・高層化が進む建築物に対する配達作業を効率的にするため、36年の郵便法及び郵便規則の改正により、3階以上のエレベーターのない建築物については、郵便受箱の設置を郵便の配達を受けるための条件とした。一方、エレベーターのある建築物についても、集合受箱の設置、一括配達への奨励を推進し、43年7月からは奨励の効果を高めるため協力者に謝礼金を交付している。

しかし、50年度末現在、上記エレベーターのある建築物のうち全棟数の2.4%に当たる約700棟（配達箇所約2万6千箇所）に集合受箱が設置されておらず、また、高層ビルディングが今後毎年増加していくことが予想されることから、今後とも上記施策を強力に進めていく必要がある。

イ. 郵便受箱の設置

配達郵便物の安全保護及び配達作業の能率化を図るため、従来から全戸に郵便受箱を設置するよう協力を求めてきたが、50年度末現在で全配達箇所数約3,010万箇所のうちの約80%に当たる約2,398万箇所の設置協力が得られた。しかし、なお多数の未設置箇所があることから、今後とも引き続き強力に奨励を進めていく必要がある。このほか、二階建建築物についても配達作業が難渋している実情もあり今後検討すべき課題となっている。

ウ. 住居表示

地番等の混乱による作業難を解消するため、37年5月「住居表示に関する法律」が施行されて以来、今日まで、郵政省は関係機関と協力して新任居表示の実施促進を図るとともに、住居表示制度実施地域に対して、住居番号表示板を寄贈するなどのバック・アップをしてきたところである。しかし、50年9月末の進ちょく率は地方自治体の実施計画数1,571万世帯に対して、実

施済世帯数は1,084万世帯で実施率69%（全世帯に対しては32%）にすぎず、かつ、最近では実施率が伸び悩んでいる。実施困難な理由の一つに、地方自治体の財政事情があると思われ、郵政省では46年度から簡易保険積立金による短期融資の途を開いている。

（4）郵便集配用機動車

外務員の労力の軽減と作業の能率化のため、集配作業に軽四輪車、自動二輪車の導入を進めてきたが、50年度末現在で全国の配備両数は軽四輪車が3,552両、自動二輪車が4万7,369両、計5万921両となっている。これら機動車の配備状況は第2—1—18表のとおりである。

第2—1—18表 郵便集配作業用機動車の配備状況

区 別 年度末	軽 四 輪 車	自 動 二 輪 車	計
	両	両	両
46	2,742	39,565	42,307
47	3,050	42,204	45,254
48	3,296	44,588	47,884
49	3,438	45,676	49,114
50	3,552	47,369	50,921

なお、最近における道路交通事情の悪化等から郵便外務員の交通事故の発生は、50年度では4,842件にも上っているので、外務員に対し安全運転意識を徹底させるとともに、運転技術の向上を図り、交通事故を防止するため、

第2—1—19表 郵便外務員の交通事故件数

年 度	件 数
	件
46	5,106
47	4,892
48	4,917
49	4,736
50	4,842

安全運転技術講習会等の各種講習会，車両の点検整備の強化等交通事故防止対策に力を入れている（第2—1—19表参照）。

（5）集配作業の外部委託

ア．取 集 関 係

大都市を中心に，中都市以上に所在する郵便局の取集作業の効率化を図るため，50年度末で全国の集配普通郵便局1,062局のうち233局において郵便専用自動車による郵便物の取集作業を運送業者に委託している。

イ．小包配達関係

都市における労働力の確保難に対処するため，45年から小包配達の外部委託を試行してきたが，50年度末現在180局で行っている。

ウ．辺地・離島の集配関係

辺地・離島においては，取扱物数がきん少であり，地況・交通事情等の関係で職員が郵便局から直接集配することが困難な場合があるので集配作業を外部に委託している。これらの委託区は，50年度末で1,530区となっている。

3 郵便輸送

（1）郵便輸送施設の現況

郵便物の輸送は，遠距離は鉄道，航空機を主力とし，近距離及び大都市内は自動車を主力にして行っている。

第2—1—20表 郵便輸送施設の現況

機関別	区 別	線 路 数	構 成 比	単キロ程	構 成 比	1日延キロ程	構 成 比
		線路	%	km	%	km	%
鉄 道		168	2	25,785	18	250,704	37
自 動 車		3,459	53	61,906	43	236,666	35
航 空		56	1	37,374	25	155,771	23
船 舶		152	2	17,401	12	24,993	4
道 路		2,730	42	3,501	2	13,882	1
計		6,565	100	145,967	100	682,016	100

（注）道路とは，自動二輪車，自転車，徒歩等による輸送をいう。

51年3月末現在におけるこれら輸送施設の現況は第2-1-20表のとおりで、鉄道・自動車・航空機の三輸送機関で全体の延距離の95パーセントを占めている。

(2) 郵便輸送施設の推移

輸送施設の推移をみると、第2-1-21表のとおり自動車、航空の施設が大幅に増加している。これは、国鉄・私鉄の合理化推進により、郵便輸送に適しなくなった線路が出てきた反面、道路状況が改善されるなど、それぞれ自動車輸送に切り替えられたこと、また、航空便の大幅開設によるものである。

第2-1-21表 郵便輸送施設の変遷（1日当たり延ベキロ程）

(単位：km)

区 別 年度末	計	鉄 道	自 動 車	航 空	船 舶	道 路
40	452,122 (100)	169,771 (100)	156,722 (100)	84,016 (100)	17,909 (100)	23,704 (100)
45	535,795 (119)	197,771 (116)	189,850 (121)	111,380 (133)	17,927 (100)	18,867 (80)
50	682,016 (151)	250,704 (148)	236,666 (151)	155,771 (185)	24,993 (140)	13,882 (59)

- (注) 1. ()内は40年度末を100とした指数である。
2. 「道路」欄は、自動二輪車・自転車・徒歩等による輸送である。

(3) 郵便輸送施設の開廃

50年度における郵便輸送施設の開廃については、航空郵便線路の大阪・広島線の廃止(50.9.1)、福岡・対島線の開設(50.10.10)を行った。

4 郵便作業の機械化

郵便作業の機械化を推進するため、これまでに、東京・大阪両都市における集中処理局の建設のほか、全国の主要郵便局に、郵便番号自動読取区分機、郵便物自動選別取りそろえ押印機、小包区分装置、配達証作成機及び局内搬送機器等の各種機械の配備を行ってきた。

(1) 主要機械の配備状況

50年度においても、引き続き各種機械類の配備を行い、その配備状況は、51年3月末現在で郵便番号自動読取区分機は、64局に95台、郵便物自動選別取りそろえ押印機は、86局に106台となっており、その中の38局の50システムは、郵便物の選別から取りそろえ、押印、区分までを一貫して自動処理するシステムとなっている。

また、小包区分装置は、回転式、パンコンベア式及び斜行ベルト式を合わせて16局に47台が配備されており、配達証作成機、配達証送達証作成機及び定形用配達証作成機は、合わせて157局に189台が配備されている状況にある(第2-1-22表参照)。

第2-1-22表 主要郵便機械配備の推移

(単位：台)

区 別	年 度 末				
	46	47	48	49	50
郵便番号自動読取区分機	63	71	81	88	95
郵便物自動選別取りそろえ押印機	71	77	91	100	106
小包区分装置	27	42	45	46	47
配達証作成機等	23	56	82	152	189

(2) 機械の改良及び開発

機械の改良については、性能の向上、機械の小型化等の努力が払われている。

現在、郵便番号自動読取区分機は、読取率90%以上、処理速度2万4千通/時間(ただし、年賀郵便物は3万通/時間)、郵便物自動選別取りそろえ押印機は、処理速度2万5千通/時間という性能になっている。

機械の小型化については、郵便物自動選別取りそろえ押印機を簡易にした選別台付自動取りそろえ押印機を、49年度に開発し、中規模郵便局への配備を開始し、現在配備数は21局に21台となっているほか、配達証作成機も、卓上型のものを開発し、目下実用実験を行なっている。

また、新分野の機械化のために、50年度には新たに開発した郵便窓口引受用セルフサービス機を、東京の渋谷局の窓口公衆室に設置し、利用者の使用に供する実用実験を行っている。

(3) 機械か動効率

各種機械の効率的なか働のためには、利用者の協力、適切な機械保守、機械運用体制の確立、より効果的な郵便処理システムの採用等が必要である。

郵便番号の記載率は、利用者国民の協力によって、48年以来95%台を保っており郵便番号自動読取区分機の性能発揮に寄与しているが、更に、一層の記載率向上と、正しい書体による番号記載が望まれる。

次に、機械保守は、故障等の事前防止に重点をおいた定期点検体制を基本とし、郵便物の迅速な処理に支障のないよう努めている。

また、機械の郵便物処理能力をより高めるため、郵便局内のレイアウトや作業手続等を改め、より効率的な郵便処理フローとするなど、各種の改善施策を進めていく必要があると考えている。

5 要 員

50年度の郵便事業定員は総人員13万4,387人で、前年度と比較すると632人増加している。

都市化の進展とともに大都市及びその周辺部における郵便物の増加が著しく、増員のほとんどはこれらの地域に充てられている。

最近10年間の郵便物数の増加と定員の伸びを比較すると第2—1—23表のとおりである。これによると、40年度を100とした場合、50年度においては郵便物数は148、定員は119であって、郵便物数が増加したほどには定員は増加していない。

これは取扱処理の集約化、集配運送施設の改善、作業の機械化、合理化等を進めて、要員の節減を図る努力をしていることなどによるためである。

郵便の取扱事務量は、日又は月により極めて波動性が大きい、これにつ

第2—1—23表 郵便物数と郵便事業定員の推移

年度 区 別	40	45	50
定 員	112,554 (100) 人	125,898 (112) 人	134,387 (119) 人
郵便物数	9,554 (100) 百万通	11,797 (123) 百万通	14,121 (148) 百万通

(注) () 内は40年度を100とした指数である。

いては職員の時間外労働あるいは臨時職員の雇用により対処している。

また、大都市及びその周辺部では雇用難のため、主婦、学生等の労働力を活用したり、小包配達の間委託を試行している。

なお、50年度において職員の時間外労働は延べ、1,930万時間、臨時職員の雇用は延べ354万人に達している。

6 郵便事業財政

(1) 郵便料金の改定

最近における郵便事業の収支状況は、第2—1—24表のとおりである。

第2—1—24表 郵便事業の収支状況

(単位：億円)

区 別	46年度	47年度	48年度	49年度	50年度	51年度
	決 算	決 算	決 算	決 算	決 算	予 算
収 入	2,946	3,599	3,814	4,183	4,947	7,574
郵便業務収入	2,742	3,321	3,490	3,793	4,495	7,133
その他雑収入	204	278	324	390	452	441
支 出	3,038	3,564	4,064	5,430	6,266	7,574
人 件 費	2,193	2,583	2,927	4,039	4,560	5,241
物 件 費	845	981	1,137	1,391	1,706	2,333
収 支 差 額	△ 92	35	△ 250	△ 1,247	△ 1,319	0

郵便事業財政は、48年度まで料金改定のほか、各種の制度改正、機械化作業の効率化等企業努力により、かろうじてその収支均衡が図られてきたが、人件費の急激な上昇などによって、49年度以降巨額の赤字が累積される見通しとなった。

このため、48年10月郵政審議会に対し、「郵便事業の健全な経営を維持する方策」を諮問し、同年12月「郵便事業収支の改善をはかるためには、この際、郵便料金を改正することが適当である。」との答申を得た。

この答申では、「さしむき、今後3年間の収支を相償うことを目途とし、通常郵便物の料金は、昭和49年7月1日から、小包郵便物の料金は同年4月1日から実施するものとし、3カ年間を通算し、総体で約40%の収入増加が期待されるもの」として、49年度から51年度までの収支均衡が確保される料金改定案が答申された。

しかし、折からのいわゆる石油危機に端を発した異常な経済情勢の中において、49年10月に実施された小包料金の改定を除き、その他の郵便料金改定は見送られた。

このため、49年度予算は当初から696億円の赤字となったが、その後の給与改善が第2—1—25表のとおり約30%にも及ぶ大幅なものであったため、49年度における赤字は約1,400億円にのぼる見込みとなり、このまま推移すると、今後の郵便事業収支の格差は更に増大し、事業の円滑な運行を確保する

第2—1—25表 郵政事業の人件費上昇率及び給与ベースの推移

年度	人 件 費 上 昇 率			給 与 ベ ー ス		(参 考) 人事院勧告 (定昇を除く。)
	仲裁裁定	定 昇	計	月 額	指 数	
46	11.62%	2.8%	14.75%	70,473 円	100	11.74%
47	10.55	2.7	13.53	79,010	112	10.68
48	14.68	2.5	17.55	92,863	132	15.39
49	26.63	2.4	29.67	120,292	171	29.64
50	11.76	2.3	14.33	136,465	194	10.85

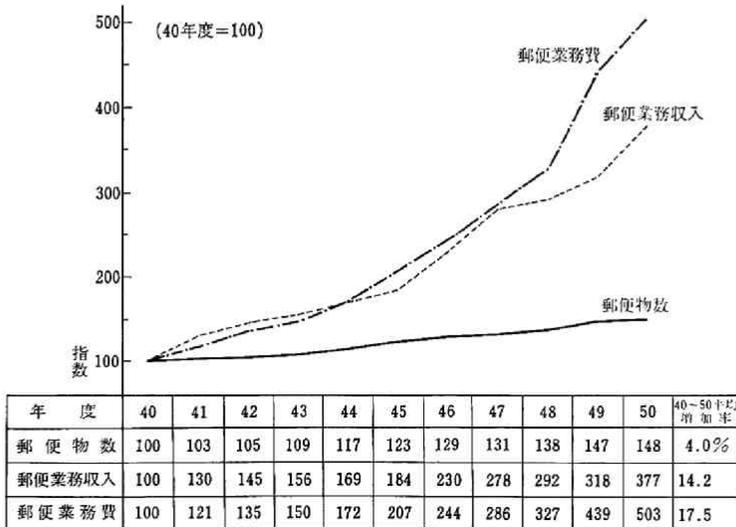
ことは困難と判断された。

このようにひっ迫した事業収支の改善を図るため、49年11月郵政審議会に「郵便料金を改正すること」について再度諮問し、同年12月、「てがみ50円、はがき30円とすること。50年4月から料金改正を実施すること。」を骨子とする答申をうけた。しかしながら、当時の物価安定についての配慮から、その実施時期を50年10月に延期するとともに、はがきについてはこれを20円とする「郵便法の一部を改正する法律案」が第七十五回通常国会に提出されたが審議未了となった。この法律案は施行期日を変更し第七十六回臨時国会に提出され、同年12月22日成立し、51年1月25日から施行された。

(2) 郵便事業財政の現状

前述の料金改定の経過の中で事業収支は、49年度は収入約4,183億円に対し、支出約5,430億円で、約1,247億円の赤字となり、50年度は当初予算では10月1日に料金改定を実施するものとして約601億円の収入不足が見込まれ

第2-1-26図 年度別郵便物数、郵便業務収入及び郵便業務費の推移



たが、11月1日に改定実施時期が延期される見込みとした同補正予算ではこれが約964億円と見込まれた。しかしながら、料金改定の実施時期がなお51年1月25日となったことに伴い、収入不足は更に増加し、業務運営費財源借入金は過年度のものも含めて約2,475億円の巨額に達した。

また、51年度についてみると51年1月25日の郵便料金の改定に伴う増収により、当該年度の事業収支は一応その均衡を図ることができることとなっているものの、過年度の赤字借入金を減少するまでには至っていない。

なお、郵便物数、郵便業務収入及び郵便業務費の推移は第2—1—26図のとおりである。

第4節 外国郵便

1 外国郵便の利用状況

(1) 外国郵便物数の動向

ア. 概 況

50年度の外国郵便物数は、第2—1—27表のとおりである。

第2—1—27表 50年度の外国郵便物数

(単位：千通(個))

区 別	外 国 あ て		外 国 来	
	通 常	小 包	通 常	小 包
船 便	15,506	776	34,409	759
航 空 便	73,346	1,290	74,615	675
計	88,852	2,066	109,024	1,434

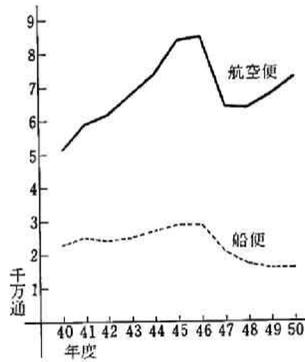
これを対前年度比でみると、外国あてのものについては、船便の通常及び小包郵便物でそれぞれ4.7%減、0.5%減となっているのに対し、航空便は通常及び小包郵便物ともそれぞれ7.7%増、10.8%増となっており、特に航空小包郵便物の伸びが著しかった。

また、外国来郵便物については船便通常7.8%減、船便小包4.4%減、航空通常2.4%増、航空小包4.4%増と船便はいずれも減少したのに対し、航空便はいずれも増加した。

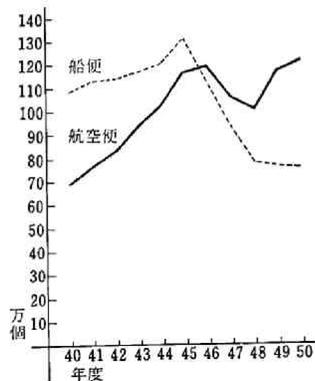
次に、外国あてと外国来の郵便物を比較してみると、通常郵便物については外国来のものが外国あてのものより多い。

一方、小包郵便物にあっては外国あてのものが外国来のものより多い。

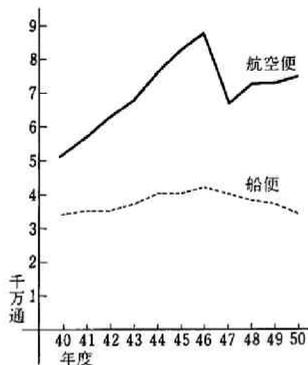
第2—1—28図 年度別外国あて通常郵便物数



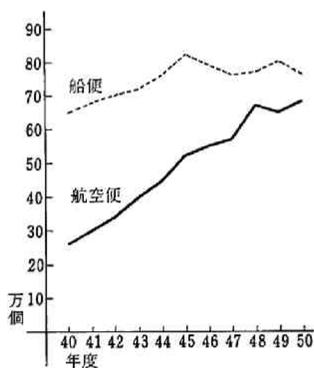
第2—1—29図 年度別外国あて小包郵便物数



第2-1-30図 年度別外国来通常郵便物数



第2-1-31図 年度別外国来小包郵便物数

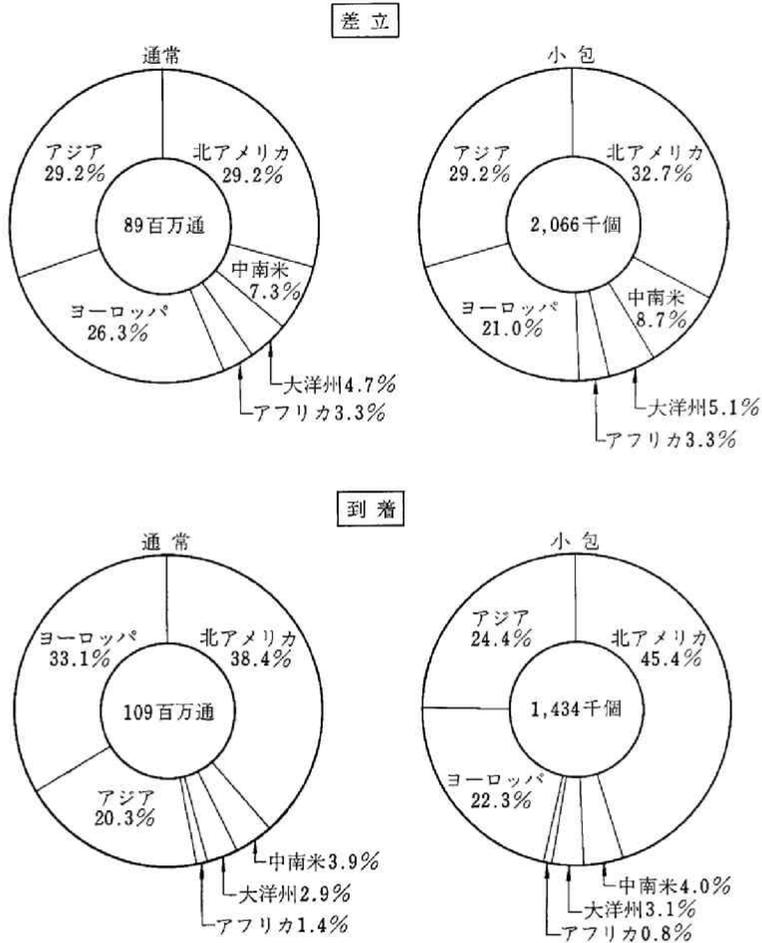


イ. 船便航空便別の利用動向

この10年間に於ける外国来て通常郵便の動きをみると、10年前に比べて航空便が69.2%増加しているのに対して、船便は33.7%減少しており、航空便と船便の物数比は、40年度において航空便68に対して船便32であったのが、50年度では83：17となっている。

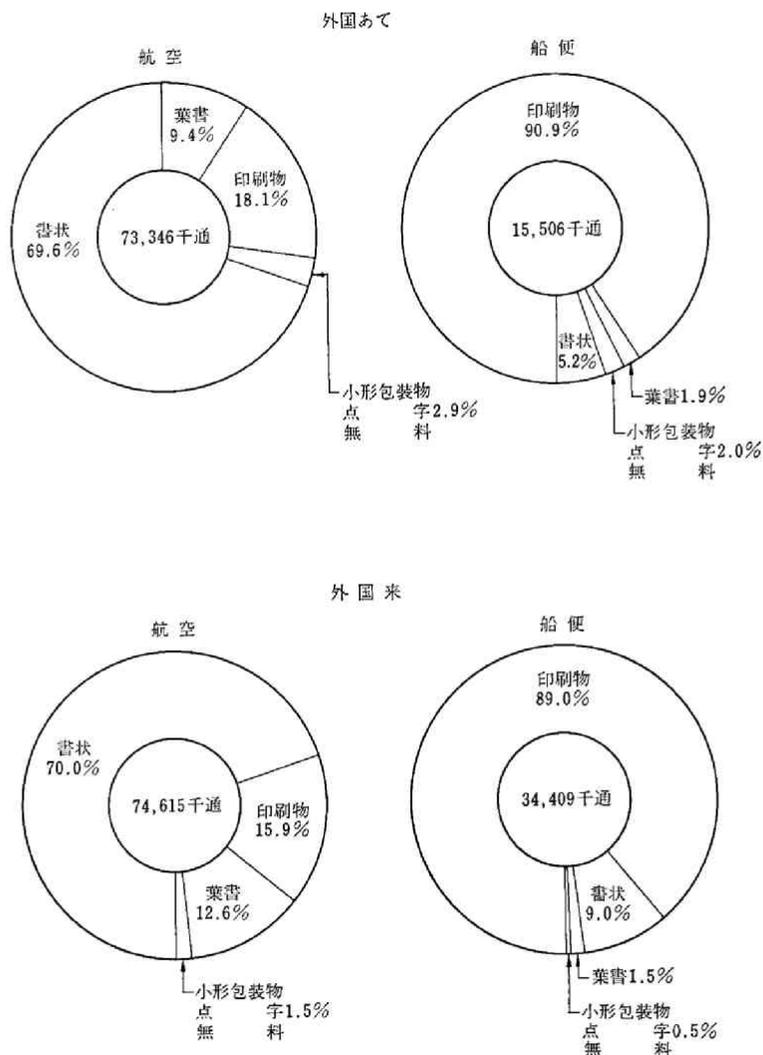
また、小包郵便物については39：61であったが、62：38と逆転している。

第2—1—32図 本邦発着外国郵便物の地域別構成



一方、外国から到着する郵便物については、10年前に比べて通常郵便物で航空便が45.6%、船便が2.1%それぞれ増加しており、航空便と船便の利用比は、40年度において60：40であったのが、50年度では68：32と格差を広げている。

第2—1—33図 本邦発着外国通常郵便物の種類別構成



小包郵便物については40年度は28：72と船便が圧倒的に多かったのが、50年度では47：53と格差が縮まってきている。このことは外国郵便の利用形態が船便から航空便に移行していることを示しているものといえよう（第2—1—28図～第2—1—31図参照）。

（2）外国郵便の地域別交流状況

50年度の調査によれば、外国あて郵便物は通常及び小包郵便物とも北米あてが、前年度に比べて通常3.1%減、小包3.9%減とはなったものの、依然として第一位を占め、第二位のアジアあて郵便物と合計すると、通常郵便物で58.4%、小包郵便物で61.9%と半数以上がこの両地域で占められている。

一方、外国から到着する郵便物についても、北米からの郵便物が最も多く第一位を占め、特に小包郵便物は45.4%と圧倒的に多い。第二位は、通常郵便物の場合は欧州、小包郵便物の場合はアジアとなっており、第一位と第二位を合計すると通常郵便物で71.5%、小包郵便物で69.8%がこれらの地域で占められている。

なお、この傾向は年度により多少の差はあるが、この数年間大きな変化はない。

また、この地域別構成は我が国とこれらの地域との経済、文化等諸般の密接なつながりを表しているといえる（第2—1—32図参照）。

（3）外国通常郵便物の種類別利用状況

航空郵便物についてみると、外国あて及び外国来とも書状の利用が最も多く、それぞれ航空郵便物全体の70%近くを占めているが、これに対して船便郵便物では印刷物の利用が断然多く、外国あて及び外国来とも船便郵便物全体の90%近くを占めている（第2—1—33図参照）。

2 取扱制度等の改正

49年5月、スイスのローザンヌにおいて万国郵便連合（UPU）の創設100年を記念する第十七回万国郵便連合大会議が開催され、新しい条約類が採択された。この新しい条約類である「万国郵便条約」、「価格表記書状に関する

約定」及び「小包郵便物に関する約定」は、50年9月20日に公布され、51年1月1日から施行された。この結果、「印刷物」表示の義務化、連合小包郵便物に関する損害賠償額の引上げ、料金未納又は不足の外国来通常郵便物に関する未納又は不足額の徴収方法の改正等の外国郵便の取扱制度の改正が行われた。

なお、上記条約によって諸料金の基本額が引き上げられたが、内国郵便料金の改定時期と合わせ、51年1月25日から、外国郵便料金の改定が行われた。