

中間答申に向けた検討項目

～郵便・信書便市場の活性化方策の在り方について～

< 目次 >

- P1 諮問事項① 一般信書便事業の参入要件の明確化
- P2 (参考①) 郵便法・信書便法の規制対象の在り方
- P3 (参考②) 送り主に対する罰則規定の在り方
- P4 諮問事項② 特定信書便事業の業務範囲の在り方
- P5 諮問事項③ その他の郵便・信書便市場の活性化方策

委員からの指摘

事業者からの意見・回答

・一般信書便事業に参入する上で、参入要件が明確ではない、だから明確にしろというのが諮問事項だが、引受けとか、料金とか、配達とかいくつか要素について、どこがどうなればという考えがあるか。

・業務範囲を、信書という分かりにくい概念ではなく、外形基準という分かりやすいものにするのがまず先決。【ヤマト運輸】

・一般信書便事業に対する現在の規制は、国民の基本的通信手段である信書の送達のユニバーサルサービスを確保する目的から設けられたものであり、参入事業者によるクリームスキミングを防止するために必要な内容であると認識。【日本郵便】

・ユニバーサルサービスは、山間部、離島等非常にコストがかかる場所があるが、ユニバーサルサービスは誰がやるという前提で考えているのか。ユニバーサルサービス以外のところの競争部分があって、そこに参入して競争したいのか、それともユニバーサルサービスもやりたいのか。

・一般信書便事業に入るのですかという質問であれば、答えようがない。【ヤマト運輸】

・(一般信書便事業に参入がない理由は)コストだけではないと判断している。サービスを提供するのに、やり方が定められているということは、事業者としては工夫の余地が無くなると考えている。【ヤマト運輸】

・ユニバーサルサービスはコストがかかる、儲からない事業だということで、誰も入ってこないという理解ができるのではないか。

・一般信書便は、配達日数やポスト等の様々な規定を考慮すると莫大な投資がかかる。後は、現状の郵便事業の市場が成熟化している。更に規制緩和されて皆さんが入ってくると、ここに価格競争が起こっていくという現象を踏まえると、莫大な投資をかけて、ユニバーサルサービスを確保できるだけのインフラを作っていこうというふうにはならない。他方、ユニバーサルサービスの確保の観点から、現状の郵便サービス水準、インフラは絶対に低下させるべきではない。【佐川急便】

・一般信書便事業については、縮小しつつある市場の中でのパイの奪い合いのように聞こえる。

・(全国均一ではなく)地域別の料金制度であれば、より一層ユニバーサルサービスが提供しやすくなるということはあるか。

・全国均一料金は、切手を貼ってポストに随時簡便に差し出せることと一体であり、全国均一料金をやめるとユニバーサルサービスの本質が変わる。【日本郵便】

検討の視点

・一般信書便事業の参入要件(ポスト設置、全国均一料金、配達日数等)の明確化について、事業者ヒアリングでは、特に具体的な意見が出されなかったが、一般信書便事業に参入がない理由をどう考えるか。

委員からの指摘

・一般信書便事業に参入する上で、参入要件が明確ではない、だから明確にしろというのが諮問事項だが、引受けとか、料金とか、配達とかいくつか要素について、どこがどうなればという考えがあるか。

・外形基準というのも1つの方法だが、米国のように独占を一部でも確保することになると、現状宅配事業者が送れているものが送れなくなるということが起きるが、それでもいいのか。

・外形基準について、具体的にどのようなサイズをお考えか。今回の提案がユニバーサルサービス確保にどのようにつながるのか。郵便局やポストがこれ以上減ることは困る。

事業者からの意見・回答

・郵便法第4条に定める規制条件は、現在、一般には分かりにくい「信書（内容基準）」になっているが、これを誰もが客観的に判断できるサイズという「外形基準」とするよう規制のあり方を改革すべき。海外では、誰にでも分かりやすい「外形基準」による規制が一般的。【ヤマト運輸】

・信書の重要性あつての私どもの事業と考えており、信書という情報の確実な保護・伝達が必要な分野であるという点を重く受け止めている。信書の秘密が侵されるという危険性があるので、大きさ・重さといった基準は少しそぐわないと感じている。【信書便事業者協会】

・一部の我々の既存のサービスに対して影響が出る可能性はあるという想定はしている。【ヤマト運輸】

・外形基準によって、ある程度の（日本郵便の）独占領域が確保されるということだと思うが、それによってユニバーサルサービスが確保されるべき必要最小限のレベルで（サイズが）定められる必要がある。それが私どもとしてどの程度の数字になるかというのは持ち合わせていない。【ヤマト運輸】

留意点

・諸外国の一部で外形基準に基づき定められているのは、信書・書状のうち郵便事業者が送達を独占するものの範囲についてであり、信書・書状の定義そのものについてではない。

※米国の例：「書状（letter）」の定義は内容基準で定め、書状のうちUSPSが送達を独占するものの範囲を外形基準で定めている。

・現在の郵便法・信書便法の規制対象は、①憲法で保障された通信の秘密の確保、②国民の基本的通信手段の確保、という観点から、文書による通信手段である「信書」とされている。

・文書の内容にかかわらず、サイズ等の外形基準のみをもって、憲法で保障された通信の秘密を確保すべき対象や国民の基本的通信手段として確保すべき対象を合理的に区別することができるか。合理的に区別することができたとして、外形基準に該当するものの送達を日本郵便の独占とした場合、市場の活性化につながるのか。

委員からの指摘

・一般信書便事業に参入する上で、参入要件が明確ではない、だから明確にしろというのが諮問事項だが、引受けとか、料金とか、配達とかいくつか要素について、どこがどうなればという考えがあるか。

事業者からの意見・回答

- ・郵便法第4条に定める規制条件は、現在、一般には分かりにくい「信書（内容基準）」になっているが、これを誰もが客観的に判断できるサイズという「外形基準」とするよう規制のあり方を改革すべきであり、同時に、違反した場合の送り主に対する罰則規定を廃止すべき。海外では、違反した場合でも、送り主には罰則を科していない（アメリカは運送事業者・依頼人両方に罰則があるが、実務上は運送事業者のみ）。【ヤマト運輸】
- ・お客様が罪の意識もなく（信書を）送ったことによって、容疑者となるリスクにさらされていることが一番問題。生活者を容疑者にしてまで、一体何を守ろうとしているのか。【ヤマト運輸】
- ・郵便法違反と判定されながら、告発されないケースがあるのはなぜか。【ヤマト運輸】

留意点

- ・信書便事業の許可を受けずに他人の信書の送達を業とする者（無許可事業者）は、送り主から依頼されて信書の送達を行う場合が大半であるため、無許可事業者に対して信書の送達を委託すること自体も罰則の対象とされているもの。
- ・封をして差し出された内容物が信書か否かは、事業者には分からない。無許可事業者に信書の送達を委託する送り主の行為を禁止せずに、制度の実効性を担保することは可能か。
- ・実務上は送り主に罰則は科されていないとされるアメリカでも、法律上は送り主への罰則規定を残し、制度の実効性を担保している。
- ・我が国でも、送り主に罰則が科されたことが確認できた事例は過去1件（昭和34年7月に発覚した事案で、送り主に罰金刑）のみであり、実務上は、ほとんど行政指導によって対処されている。

委員からの指摘

- ・特定信書便制度を作るときに、ユニバーサルサービスに影響を与えない範囲ということで、1号役務から3号役務が定められた。これは儲かる、利益が上がるということで、数百社の参入があった。

事業者からの意見・回答

- ・1号役務のサイズ規定(3辺90cm超)について、合理的でない(大きすぎる)、小さい書類を大きい封筒で送付することは環境配慮が不足しているとお客様の声がある。【佐川急便】
- ・3号役務の料金(1,000円超)が高すぎるとのお客様の声がある。【佐川急便】
- ・日本郵便のレタックスは、1000円を超える商品以外に500円、820円の安価商品も販売しているが、1000円以下の配送料金を禁じられている3号役務信書便事業者の電報類似サービスと公正な競争が展開されているとは思えない。利用者から見た実態がほぼ同じサービスであるなら、利用者利益の観点から、信書便事業者と日本郵便は公正な条件の下でサービスを提供する必要がある。【信書便事業者協会】
- ・特定信書便事業の現在の業務範囲は、郵便のユニバーサルサービスの確保に支障が生じない範囲で高い付加価値を有するサービスを提供するものとして設定されていると理解。【日本郵便】
- ・健全な競争によるお客様利便の向上は重要だが、我が国における信書の送達のユニバーサルサービスが今後とも適切に確保されることが前提。参入事業者にクリームスキミングの余地を与えるようなことがあれば、私どものユニバーサルサービスに影響が及ぶ懸念があるので、そういうことがないように検討が行われることを希望。【日本郵便】

検討の視点

- ・現在の特定信書便事業の業務範囲は、日本郵便に提供を義務付けている郵便のユニバーサルサービスに影響を与えない範囲で設定されたものだが、特定信書便事業の業務範囲を拡大した場合、郵便のユニバーサルサービスにどのような影響を与えるか。
- ・郵便のユニバーサルサービスに与える影響をどのようにして算定すればよいか。

委員からの指摘

- ・活性化のためのコスト削減、価格競争による利用者の利便性向上についてどう考えるか。
- ・電子媒体の影響で縮小しているマーケットの中で、どうやって国民に便利に利用し続けてもらえるのかということも考えなければならない。例えば、こういう規制がなくなれば活性化ができるのではないかという、市場全体のことについて考えがあるか。

事業者からの意見・回答

- ・人が文をしたためる、人に対して思いを伝えるというのは、いかに電子媒体若しくは簡便な通信手段が出てきても、日本人の心として、そういう文化を受け継がせることが重要。【信書便事業者協会】
- ・特定信書便という中で、付加価値を付けて、融合したサービスにして利便性を上げていく。そのように努めることで、活性化を含めて拡大していくということは考えている。【佐川急便】
- ・お客様の利便性に応えるサービス展開をしていけば、市場は広がるだろうし、更に使いやすいものができていこうと考えている。【ヤマト運輸】
- ・電子的な手段によって郵便物が減少している状況にきちんと対応していく必要がある。学校教育や生活の中で、郵便の大事さを普及させ、文をしたためる文化を維持してだけでなく、効率化・機械化や事業範囲の拡大もやらなければいけない。【日本郵便】

検討の視点

- ・ICT化や少子高齢化が進展する中で、サービスの多様化・高度化（ICT、貯金・保険との連携等）、利便性向上、手紙文化の振興等、市場全体を活性化するためにどのような方策が考えられるか。