

郵便局データ活用アドバイザーボード (第2回) 議事要旨

- 1 日時：令和5年3月30日(木) 10:00～11:30
- 2 場所：WEB会議による開催
- 3 出席者：
 - ・構成員
谷川座長、庄司座長代理、板倉構成員、大谷構成員、下山構成員、長田構成員、森構成員
 - ・オブザーバー
大角日本郵政株式会社 DX 推進部長
小池日本郵便株式会社常務執行役員、五味日本郵便株式会社執行役員
香月個人情報保護委員会事務局参事官
牛山内閣官房郵政民営化推進室次長
三島デジタル庁参事官(課長補佐代理出席)
 - ・総務省
藤野郵政行政部長、松田郵政行政部企画課長、景山郵便課長、
小林貯金保険課長、藤井信書便事業課長
- 4 議事
 - (1) 開会
 - (2) 議題
 - ① 郵便局データの公的機関等への提供について
 - ② 日本郵政・日本郵便の取組について
 - ③ 意見交換
 - (3) 閉会
- 5 議事要旨
 - (1) 開会(事務局より開会の宣言)
 - (2) 議題
 - ① 郵便局データの公的機関等への提供について
(事務局より資料2-1に基づき郵便局データの公的機関等への提供について説明があった。)
 - ② 日本郵政・日本郵便の取組
(日本郵政より資料2-2に基づき日本郵政の取組について、日本郵便より資料2-3に基づき日本郵便の取組について説明があった。)
 - ③ 意見交換
(各構成員より以下のとおり意見があった。)

○板倉構成員(事前に板倉構成員から頂いたコメントを事務局が代読)：
資料2-1について

 - ・税滞納及び弁護士会照会について協議が進んでいるものと理解。特に弁護士会照会は心配していたので、円滑な照会手続になるよう協議が進むこと

を期待。

- ・4 頁、開示・非開示は郵便局レベルで対応されるようにみえるが、特に第一次的に非開示と判断される案件について、弁護士会とのやり取りや、現場の郵便局からのエスカレーションがあり得ることを確認したい。郵便局レベルでは判断しきれない事案は必ず発生すると思う。
- ・弁護士会・日弁連は、照会の際の事例や実務が蓄積されれば会員に周知頂けるようお願いしたい。
- ・そもそもこのような手続が必要になっているのは日本の民事訴訟が住所の記載を厳格に求めすぎることが問題であることを指摘しておく。

資料 2-2 について

- ・2 頁、「クロスセルモニタリング」を行われるとのことだが、2022 年資金決済法の改正により、為替取引分析業が創設され、全銀協ではこれを受けて 2023 年 1 月 6 日付で「株式会社マネー・ローンダリング対策共同機構」を設立したとされている。日本郵便、ゆうちょ銀行及びかんぽ生命においても、このような AML/KYC の共同化の取組に参画されることが有益かと思うが、計画等あればお聞かせいただきたい。

資料 2-3 について

- ・6 頁、ドライブレコーダー画像を活用されるとのことだが、現在、改訂の手続を進めている、「地理空間情報の活用における個人情報の取扱いに関するガイドライン」、「地理空間情報の活用における個人情報の取扱いに関するガイドライン」（測量成果等編）の議論も参考になると思うのでそれぞれ、内閣官房及び国土地理院と情報共有頂ければと思う。

○事務局： 資料 2-1 の 4 頁、構成員・オブザーバー限りとしている資料に照会手続の概要を記載してある。まず、照会フォーマットを定めていて、そこで形式的な確実に判断できる形で申し込んでいただくので、明らかに必要な要素が欠けているものについては、受付を行う郵便局で必要な要件を満たしていないということでお返すするという扱いが行われると思うが、そうではなく、内容について判断する必要がある場合は、現場だけで判断するのではなく、本社に必要に応じて上げていって内容を判断した上で対応を行うことを想定していると聞いている。

○大角日本郵政DX推進部長： 全銀協が設立した株式会社マネー・ローンダリング対策共同機構については、当グループでは、ゆうちょ銀行が話を伺っており、参加する方向で調整している。

○森構成員： 日本郵政に 3 点ご質問があり、コメントが 1 点ある。

まず、資料の 2 頁、利用目的のところだが、この利用目的の表の中、一番上に「各種リスクの把握および管理など、グループとしての経営管理業務の適切な遂行」の一環として、募集活動に対する監査と販売に対する監査があるが、この監査において、どのように個人データを共同利用するかを、少し具体的にご説明いただければと思う。

2 点目は、4 頁だが、このデータ収集という矢印が中ほどにあり、データ統合・集約、利活用となっていく、そのデータ収集のところがプライバシーとの関係で非常に重要だが、外部データとは具体的に何を指しているのか。

また、その右側に局員とのやり取りというのがあるが、局員とのやり取りがどのようにデータ収集されるか、データベース化されるか教えていただければと思う。

3点目は、5頁目だが、表の一番下の行に共起ワードというものが出てくる。この右側の列を見ると、「保険種別（学資、養老、終身）の共起ワードを可視化することで潜在顧客のニーズ把握が可能になり、今後の営業につながるが見込めるとの評価」とあるが、この共起ワードとは何か。もしかしたら学資、養老、終身というのが具体的に共起ワードになるのかもしれないが、どういう意味合いで共起ワードと言われているのか、また、可視化するとは具体的にどのような作業をするか教えていただければと思う。

8頁から9頁にデータガバナンスのことが書かれているが、データガバナンスも確かに大切で、ここにあるように、データマネジメントの方から見ていただくといいかもしれないが、目的は、正しいデータを使いたいタイミングで適切に活用する、データガバナンスを見ていただくと、データマネジメントを適切に機能させるということなので、その正しいデータを使いたいタイミングで適切に活用できる体制を構築するということかと思う。これは、これでやっていただきたいと思うが、今、日本郵政、日本郵便に求められていることは、どちらかというデータガバナンスではなくてプライバシーガバナンスではないかと思う。郵便関係のデータがどのように使われるかということについて、国民が、さてこれからどうなるのかと一種心配を持って、また期待を持って見守っている中で、どのように使うかということについてのガバナンスをしっかりとさせてがんがん使う。これはこれでいいことだと思うが、やはり国民の期待は、どちらかというところちゃんと問題なくやるのか、コンプラはしっかりやるのかと心配されていると思うので、データガバナンスではなくプライバシーガバナンスに軸を置いて体制を構築していただく必要があると思う。総務省と経産省共同で「DX時代における企業のプライバシーガバナンスガイドブック」を作っているので、それを参照していただいて、そのような仕組みをビルトインして、データガバナンスよりまずプライバシーガバナンスということでお進めいただきたい。

- 大角日本郵政DX推進部長： 1点目、資料の2-2の2頁の下の方に、共同利用の概要で、投資信託とかんぽ生命の商品で具体的にどのような情報をどう共同利用するのかということだが、この資料には記載していないが、既に公表させていただいている話なので、経緯を申し上げたい。

日本郵政グループでは過去に不適正なクロスセルがあった。具体的な例として、例えばかんぽ生命の商品に入りたいというお客様が全期前納払込みとして一括で保険料を支払い、加入したいというお客様に対して、保険の営業を行っていた局員が「保険に入るのはよいが、そのお金で投信を購入していただき、その投信の分配金で保険料を支払うようにすると、よりよいのではないか」という営業をしたという事例があった。この場合、投資信託は価格変動商品なので、お客様が損をしてしまう、あるいは高分配型商品が前提なので、分配金が減ってしまった際に保険料が払えなくなってしまい保険が失効してしまうという事例が起こったことがあった。投資信託と生保商品の加入が同時期に行われた場合、もしかすると過去の不適正

事案と同様なことがあるかもしれないので、2つのデータ、投信の購入情報と保険の加入情報を突き合わせて、同じ人が同じ時期に同じ人から勧められて、商品を同時に買っていることがないかを確認する。もちろん、お客様の意思で行われる場合もあるので、そういった事例があった場合に、適正な販売であったか、あるいは不適正であったかを確認する。そういった取組を始めている。

2点目、4頁のデータ収集で、外部データや局員のやり取りとは具体的に何かということだが、外部データとは、例えば総務省統計局が公表している、e-Statに載っているデータであり、例えば家計調査は私どもの事業にとっては有効である。またGIS情報も挙げられる。有料情報の場合もあるが、そういったものを組み合わせることで、より効率的な営業や生産性の向上につながるのではないかと考えられ、こういった外部データの活用も考えられる。

局員とのやり取りについては、金融機関なので、特に金融商品取引、例えば投資信託を募集するときには、お客様とのやり取りを記録する。郵便局ではゆうちょ銀行からの委託を受けて行っているわけで、紙に「どういった話をした」という記録をつけていたが、今はできるだけシステムに入力するように移行させているところである。他の金融機関ではCRMのシステムはかなり昔から整備されていると聞いているが、郵便局でお客様とのやり取りを定性的に記録するシステムを今動かしている。データの分析としては、定性的な記述だと難しいが、今AIによる機械学習で、傾向を分析できるようになってきているので活用しているところである。

3つ目の質問、共起ワードについて。資料5頁の一番下に共起ワードを用いて保険種別のユーザーニーズを分析し、契約につながる特徴グループを見つけ出すことが考えられる。学資、養老、終身など保険の種類があるが、一番分かりやすい例が学資保険かと思う。

単純に「学資保険」とインターネットで検索される方はまれで、学資だけだと単純に広告が表示されるだけなので、大体お客様というのは、学資のほかには何か別のキーワードを入れて検索されることが多いが、例えば年齢とか、孫とか、出産前とか、そういったワードが出てくる。年齢でいえば、例えば「10歳 学資」など。何歳になるとこういった学資に入りたいという需要が比較的多いとか、孫に対する学資という需要があるとか。もちろん税制の関係があるので私どもから積極的にお勧めできる事例があるかどうか、孫世代への財産の移転ということでいくとなかなか私どものほうからではご案内できないが、ニーズはあると。出産前に加入できるかどうか、子供が生まれたから営業しに行くのではなく、出産前のお客様も既にご関心がある方が多いといった、どういう人が学資保険に関心があるのかということが共起ワード分析で分かってきた。簡単な事例だが、こういったものが営業の効率化や営業成績に生かせるのではないかと考えている。

- 森構成員： もう少しお尋ねと確認をさせていただきたい。具体的には、4頁の外部データと局員とのやり取りだが、今お話しされたようなものであれば問題はないと思うが、外部データもいろいろあり、例えば個々のユーザーの映画の閲覧履歴をもとに分析したデータだとか、あるポイント会社の持っているユーザーの購買履歴を外から買ってくることをもし想定して

いるのであれば、かなり議論が必要だと思う。やるかやらないかも含めて、同意の取り方も非常に難しいと思う。当面は個々のユーザーのデータをリッチにするものは対象にしないこととしていただき、先ほど具体例にあった統計的なものに限るとしていただくのがよいと思う。

局員とのやり取りのデータベース化のようなことはいろんなところで行われている。他方で、紛争の原因になっていることも事実で、我々もよく相談を受ける。データベース化した結果、保有個人データとして開示請求を受けるわけだが、この人にはこういう営業がいけそうだとか、面倒くさいユーザーだとか書いてあると、そういうところで問題になり、業務支障があるから開示しないという話になる。局員とのやり取りでデータベース化できる項目、顧客についての何を書いてよいのかをプライバシーを含めたいろんな観点から考えて限定していただき、限定したフォーマットで局員とのやり取りをデータベース化することをお願いしたい。

もう一点。共起ワードを可視化すると書かれているが、分析したうえで一般的にこういう人が学資保険に興味があるということをもとにするのか、分析した統計的データをもとにして共起ワードを選び出した上で個々のユーザーの検索履歴において同時に入力されているものを使って、個々のユーザーに営業を仕掛けるということなのかについて、もう少しご説明いただきたい。

- 大角日本郵政DX推進部長： インターネットの検索サイトで、広告とか、ほかの会社に活用してもらおうとか、そういうのもあると思うが、まだそのフェーズに至っていない。森先生ほか構成員の皆様からも慎重であるべきと承った。ハードルが高いということは重々承知している。将来的に今の大手のIT企業と同じことを自社でやるといったことは、将来はともかく現時点で考えていない。

なお、共起ワードについては、個々のユーザーが誰か全く分からずに、単純に件数がいくらかという統計データだけで処理して作っているの、誤解のないように付言させていただく。

- 大谷構成員： 資料の2-1、弁護士会照会や自治体の照会に対応するためのプロセスについては、本社が最終的に回答内容をチェックするなどの体制を整備していただくということで、イメージがつかめた。お伺いしたのは、この照会に対応するプロセスの中で、開示を判断する本社側のリソースというのは、どのぐらいを今整備されようとしているのかということと、実際に照会に応じるようになるのは来年度からということになるかと思うが、来年度以降、開示判断などが適切に行われたかどうかのモニタリングをするための体制をどのように構築されているかという、その2点を教えていただきたい。

また、今回の説明が弁護士会照会、自治体からの照会がメインであったが、災害時の被災者情報の提供についてのプロセスなどについても、今日と同じような細かいレベルで説明いただける内容があれば披露いただきたい。

次に、2-2の資料、共同利用の段階で今年度の下期から共同利用も検討されるということだが、実施イメージを披露いただきたい。1つのデー

データベースにそれぞれの組織の権限者がアクセスして自由に共同利用するという形態なのか、それとも共同利用の利用目的に適った利用形態なのかを判断するセクションを用意して、その監督の下で実施を行うのかを確認させていただきたい。

同意をベースとした共同利用を考えていると4頁に書いてあったと思うが、これまでのケースをいろいろ考えてみると、例えば、かんぽのセールスで長年営業担当者と信頼関係のあるお客様の場合は、従来からの信頼関係の下で簡単に同意をしやすいような傾向があるのではないかと思われる。例えば、かんぽ生命の不祥事案の際には、過大な業績目標を課せられ、ノルマを背負って苦心惨憺している営業担当者のために解約まで協力するようなお客様がたくさんいたわけなので、同意してくださいと言われると簡単に同意してしまうのではないかと思ったり、疑心暗鬼になったりする。

こういった適合性の原則に反する事態が起こらないようにするためにも、同意を取得するためにあらかじめ説明しなければいけない内容などについてきちんとリスト化し、説明のための手順なども明確にすることが必要だと思っており、その点で森先生がおっしゃっていたデータガバナンス以前にプライバシーガバナンスではないかのご意見に大いに賛同する。この監査のための共同利用については、行き過ぎた営業目標の是正などにつながる可能性もあるので、十分な体制をもって進めていただければと思うが、このフェーズ3の共同利用のケースでお客様の同意があるからといって簡単に共同利用ができるのか。特に、セールスなどに使うための情報の整理に安易に使われるのであれば、お客様本位という考え方にも反することになるので危惧をしている。

それから2-3、ストリートビュー型の画像の取得、第三者提供について、プライバシーを重視するという発言をいただいたが、やはりそういう情報が取られていることについて、どのようにドライブレコーダーで撮影される方に理解を得ていくのか、本当に慎重にご検討いただくことが必要だと思う。

- 事務局： 日本郵便における照会に対する審査の体制について、現在聞いているところだと、専担の部署があるわけではないので、何人ぐらいと明確にすることは難しいが、現在行っている空家対策で件数が大量にあるわけではなく、そう多くの人数で対応しているものではないと聞いている。

今後、税や弁護士照会が始まったときに、どのぐらいの件数が実際来るのか、現時点でははっきり見積もれていないが、件数に応じて今後検討していくことになる。

次に、モニタリングについては、どのぐらいの頻度や内容になるかは決まっていないが、このアドバイザリーボードにも実施状況を随時報告させていただきたい。

最後に、災害時の緊急時の情報提供の検討状況だが、今回紹介したレベルでの報告、情報提供はまだできない状況。次回以降の会合において、進捗状況について報告させていただきたい。

- 大角日本郵政DX推進部長： まず、グループ共同利用について先に説明すると、資料の2頁にも書いてあるが、今回グループ内で統一的な個人デ

一々の取扱い基準、具体的に言うと、例えばグループで情報を共同利用するときには、お互いで合意しなければならないとか、責任者を決めておかなければならないとか、こういう方法でデータの授受を行うかを決めようとか、もともとグループのガバナンスの仕組みの中にもあったが、新たに何かやるときには、持株会社である日本郵政の承認なり同意が必要ということを決めている。自由に共同利用できるわけではなく、判断する部門があるのが現在の仕組みである。

同意については、例えば適合性の原則があるが、今でもクロスセルの同意がある。個人情報保護法の関係、銀行法、保険業法、金融商品取引法の関係もあるが、要は、例えば郵便局の貯金の窓口で貯金のお話をされていても、話の流れで保険の話になりそうなときに、局員の方から貯金の情報を知ったうえで保険を提案するのは法律に抵触する可能性もあるので、ほかの話をする前に、お客様に同意をいただくために社内で使っている書面がある。書面に残した上で話を続けさせていただく取扱いを今でも郵便局でやっている。もちろんお客様を目の前にしている場合には説明しながらできるが、今後、例えばインターネット上あるいはスマホのアプリ上でも同じような話が出てくると思う。今、先進的な会社だと、同意の取り方というのはかなり工夫されている承知しているので参考にしていきたい。

○五味日本郵便執行役員： ストリートビューでもそうだが、路上にいて映り込む人物や、その通りを撮っていくときに映る個人情報などについては、利活用する際にはマスキングをしていきたい。資料の右下にある空間情報を差し当たりは念頭に置いているが、同時に取得できるプライバシーに当たるセンシティブな情報がある。特に画像データを扱う場合には慎重に取り扱うようにご注意をいただいているので、どのような形でマスキングをし、確実にマスキングされていることが担保でき、どういう形で使っていくのか検討する際には十分に留意していきたい。

○庄司座長代理： まず、2-2の資料の4頁。プライバシーや個人情報を技術的に守る、ルールで守るというだけではなく、利用者にコミュニケーションしていくことが大事だとよく申し上げている。利用者に対する情報発信、透明性、アカウントビリティーの確保をどう考えているのか。この取組のこの図の中で、どう伝えていくのか質問したい。

フェーズ1、2では全く問題ないと思うが、フェーズ3では自分のデータがどうなっているのかが気になってくる。郵便局は、こちらが同意して提供したデータ以外も取り得る立場にある。郵便を届けるときに配達先の状況を把握し得る立場でもある。利用者の立場になると分かりにくいと思うので、取組の中で、どういうデータを取っていて、どういう使い方をしていて、郵便配達のとときに配達員が取っている情報とは関係ないということ積極的に出していったらどうかと思う。優れた取組をしている大きい企業は、個人情報に関するポータルを作り説明したり、チェックを入れたり外したりできるようにしているが、そういう方向に向かったら良いのではないかと申し上げておく。

2番目に、2-2の資料の7頁、8頁。こういう位置づけでデータガバナンス体制検討ワーキングができたのは分かったが、メンバーの中で、各社

情報管理部門の方が相当すると思うが、国における個人情報保護委員会のような第三者的な立場できちんと、これは良い、これは注意、という人は置いてあるのか。各社情報管理部門だと、各社でデータを使いたい、事情により使わざるを得ない、ということに対して同情的になる可能性もあると思いい、使いたい、使っちゃっている、ということに対して違う立場からチェックを働かせられるような人が入っているのか伺いたい。

2-3の資料の2頁、6頁。具体的な取組をお示しいただき、方向性もよいと思うが、6局66台の調査機器にて実施し、調査機器単位で受託手数料を受領とあるが、いくらというのはまだ出せないにしても割に合いそうなものか。データ活用をひとつの収益の柱にするというミッションもあるという観点から、このまま育てていけば期待できそうなものか。いろんなビジネスを掛け合わせていくとか、電源を取るならいろんなセンサーを置くとか、採算についての感触を伺いたい。

- 大角日本郵政DX推進部長： 資料2-2の関係で、まず1点目、資料4頁で、規律やルールだけではなく、ユーザーとのコミュニケーションが必要、大事という声を多くいただいていた。先進的な企業だと、こういうふうに使っているとか、お客様の同意に応じてこんなふうになっている、とホームページで分かりやすく開示しているところもあると承知している。個人データのグループ活用を行っていく場合には、情報発信、アカウントビリティを十分に意識する必要があると認識している。

2点目、ガバナンスの検討体制下に情報管理部門と利活用部門だけでなく第三者的な方はいないのかという点について、個人情報保護に詳しい弁護士にアドバイザーで入っていただいている。その先生に責任を負わせるわけにいかないで、オブザーバー的にワーキンググループにも参加いただき、ご意見を伺いながら、ルールだけではなく社会的受容性、説明責任といったことを踏まえてのアドバイスを受けながら進めていきたい。

- 五味日本郵便執行役員： ビジネスになるのかどうかについて、具体的な金額では申し上げられないが、既存のインフラを使いながらのオペレーションなので、追加的なコストは大きくはかからないモデルになっている。我々のネットワークの価値を高め、既存のものを有効に活用する中で、十分に採算性、収益性があり、ペイできると思っている。

その一方で、いわゆる町のセンサーとして情報を取り、それ自体をマネタイズしていく取組であり、単体案件のスケールとしては限定的なので、どういう形で広げていくか、どこまで付加価値を出して柱になるようなスケールにできるかが課題と思っている。

本件では調査を受託し代わりにデータを取る、ある意味場所貸しをしているようなモデルにとどまっているので、郵便局のスペースにも集配車両にも10個同じものを置いて10倍にしたとしても、貢献度としては限定的なものにしかならない。

先生のご示唆は、当然便益に合うよう、より価値が出せるよう、掛け合わせの方法も視野に入れて、どういったデータを取るのか、どう役立てるのかについての考察がないと、柱たり得るスケールにはならず、これから先どういうアレンジが考えられるのかをさらに詰めていかなければいけないとい

うお話だと理解。採算性を考えながら、幅広く情報発信していく中で新たなニーズも学び、どういった展開が考えられるのか、いろいろ研究を重ねていきたい。

- 長田構成員： 資料2-1の4頁（構成員・オブザーバー限りの資料）の説明を受けて理解したが、開示と想定される案件、非開示と想定される案件という言葉の使い方がちょっと違うと思うので工夫していただきたい。

資料2-2について、先ほど専門の弁護士もアドバイザー的に入っていると伺ったが、もう少し広い外部の目がきちんと細かいところに入っていないといけないと思う。例えば、今後同意に使う説明の文書を具体的に見ることができたら、有識者の先生方からもいろんな指摘が入るのではないかと思うので、具体的に何かを走らせる前に、このグループの中の様々な専門の方々の目が入るような仕組みを早急に考えた方が良いと思う。外部というのはプロフェッショナルだけではなく、ユーザー側に立てるような人も含むべき。

可能性があるというか、ぜひ頑張っていたきたいと思っているが、総務省で電波の有効利用の評価を今年度から電波監理審議会で行うようになり、有効利用されているかどうかの1つの大きな項目に、人口カバー率がある。今、キャリア4社が、それぞれの基準でこのくらいカバーしているという数字をそれぞれの社の判断で出している。外部の基準があるわけではないので、きちんと評価基準を作るべきでないかと電波監理審議会の中でも話されている。

今この仕組みを使っているのは1社だと思うので、日本全国で走らせているわけではないが、同じ条件でもし4キャリアの機械が載って、同時に調査できれば、きちんとした第三者的な基準が入るので良いと思う。

通信事業者とも対話をしていただけると良いと思う。場合によってはプラチナバンドと言われる周波数を使いたいと申し入れることができる仕組みを考えられていたりもするので。

- 大角日本郵政DX推進部長： 自分たちだけだと透明性は当然ないし、本当にお客様本位になっているかどうか、我々が思っているのと実際お客様が思っているのが違う場合もあるので、きちんと確認しながら進めていきたい。具体的な仕組みについては、こちらで考えさせていただきたい。

- 五味日本郵便執行役員： 別の通信事業者にもこの取組を紹介させていただいたことがある。第三者としての立ち位置で同じ条件下で比べるうえでお役に立てるのではないかと思う。日本全国の様々なところで日々集配業務を行っているのが我々の特徴なので、インフラも含めてご活用いただければさらなる付加価値向上にもつながってくると思う。私どもも取組のPRをし、価値を感じていただけるような運用方法を具体的に磨き上げ、関係者とのコミュニケーションを取っていききたいと思う。

- 下山構成員： 2点ほど質問したい。資料2-2の日本郵政の取組について、6頁目のユースケースの中に、ダッシュボードも構築されているとのことだが、内部向けのユーザー管理であったり、例えばサービスの利用状況と

かそういったものを可視化するものではないかと想像している。こうして作ったダッシュボードを公開することについてご検討されているか。というのも、2つの理由で戦略的に公開した方がよいと考えている。第1に、これまでワーキンググループで申し上げてきたとおり、データガバナンスが徹底されることを示すために情報発信をしていく必要がある。日別、月別、年別のサービスの利用状況の推移など、データが日々更新されていく姿が発信されることで、管理が徹底されていることを示すことができるのではないか。第2に、いろいろな企業と今後ビジネスで連携する必要があると考えたときに、日本郵政がどんなデータを持っていて管理しているのか、なかなか外部から分からないので、そういった情報を持っていることをまず示すのがよいと考える。

2点目の質問は、資料2-3の日本郵便の取組にある郵便番号についてだが、改善を段階的に進めていただき感謝。7頁、8頁における④の事項（町域に人間向けの補足説明が含められている）については、なかなか一朝一夕にはいかない問題と思うが、そもそも郵便番号の体系の整理も必要ではないかと考える。各地域によって表現の仕方が違っていたり、ここに該当しない場合は取りあえずまとめておこうとか、そういった管理がされていると想像するが、この状態だと、本当に属人的に配達場所が分かっているからとか、その場所がどこであるのかを正確に特定できない状況などが出てきていると思うので、機械的に、まずはフラグを追加して整理することで問題ないと思う。段階的に郵便番号体系自体も見直し、より整合性の取れた、全国で共通したルールで扱えるようにしていくことも検討した方がよいと思うので、そういった取組をしているかお尋ねしたい。あと、郵便番号に関してもう1点、移行期間をどのくらい持つべきかについてコメントしたい。この新旧対応ができたものをもう4月から公開するということで、すばらしいと思う。移行期間が開発者の状況によってどのくらいあれば十分かというのは判断が難しいが、最低限、移行期間をこれだけ取りますということを告知すれば、結構開発者側では対応ができるので、例えば半年間は並走させて新旧双方が公開され、半年後に新しいものだけに切り替わるなど、あらかじめ告知をすることで、大分対応が可能になるので、検討いただくとよいと思う。

○大角日本郵政DX推進部長： 今、内部で通常使っているものをそのまま公開することはできないが、東京都がコロナの状況を公開しているようなものをイメージしたダッシュボードを公開するようなホームページであれば比較的容易にできるかと思うので、いただいた意見を踏まえ検討させていただきたい。

○五味日本郵便執行役員： 郵便番号の体系の見直しについては、現在、To-Beの姿を十分に意識できていないので、この体系を広くご利用いただいているユーザーの皆さんと対話を重ねて考えていきたい。

併せて、住所そのものの持ち方や不動産IDについて、今、国交省でも議論が始まっているが、我々も参画しようと思っている。例えば、同一の地番の中に複数の建物がある場合には、細分化して不動産単位で振っていくとか、住所の表記が大きくくりで紛らわしくなっているものは、細分化して新

しく住居表示するとか、自治体単位でいろんな考え方があるので、我々のベース・レジストリの議論ともリンクさせながら、よりデジタルに、より使いやすいものに進化させていくという観点で、関係機関や自治体ともオープンな形で議論を進めていきたい。

また、移行期間について告知することが予見可能性を確保することが重要とのアドバイスをいただいたことに感謝申し上げます。いただいたご指摘も踏まえ、オープンな形でお示しできるように検討したい。

○谷川座長： 一通りご発言いただき、多面的なご議論をいただいた。当アドバイザリーボードとしては、データの活用を推進しつつ、安心して国民目線で推進できるような枠組みを作っていくことが主たる目的と考える。特に今、日本郵政グループが置かれている状況からすると、データガバナンスよりプライバシーガバナンスという点が、もう少し見えやすくなるよう工夫いただくことも大事と改めて思った。

次回の日程については、事務局より調整の上ご連絡させていただきたい。

(3) 閉会（谷川座長の宣言により閉会。）

(以上)