

2024 年 12 月 25 日
一般社団法人 全国消費者団体連絡会

「郵便料金に係る制度の在り方」についての意見

全国消費者団体連絡会は 1956 年に設立された、消費者団体の全国的な連絡組織です。「消費者の権利の実現とくらしの向上、消費者団体活動の活性化と消費者運動の発展に寄与すること」を目的として、団体間で緩やかにつながりながら「くらし」に関わる様々なテーマについて、国の審議会等への委員参加や意見書の提出などを通して、消費者の立場から意見発信を進めています。

「郵便事業を取り巻く経営環境等の変化を踏まえた郵便料金に係る制度の在り方」について、消費者（利用者）の立場から意見を申し上げます。

（１）ユニバーサルサービスの維持について

郵政民営化の際の国民との約束ともいえる基本的な役割であり、全国で統一したサービスであるユニバーサルサービスは継続し、維持する必要があります。

（２）郵便料金改定について

2024 年 10 月 1 日からの定形郵便物の料金値上げについては、インターネットや SNS の普及や各種請求書の WEB 化など、コミュニケーションツールの多様化による郵便物の取り扱いが大きく減少する一方で、公正取引の観点からの委託事業者や物流などへの適正な価格転嫁や職員の賃金や就労条件の改善などに対応するために、84 円から 110 円という値上げが実施されました。

ユニバーサルサービスの水準として、月～土の週 6 日配達、原則 3 日以内に送達とされていましたが、ここ数年で、土曜日や翌日配達の取りやめ、原則 4 日以内の送達に変更されました。この変更など、利用者にとってはサービス低下と受け止めざるを得ず、そのような状況下での値上げは納得できるものでなく、更なる郵便離れにつながるのではないかと考えます。

総務省統計局の家計調査結果によると、令和 4 年の 1 世帯（二人以上の世帯）当たりの「郵便料」の消費支出額は 3,593 円。世帯全体の年間消費支出額（約 349 万円）に占める割合は約 0.1 % とあり、「家計における郵便料金の占める割合は高くない」と取れる報告がありましたが、高齢世帯など郵便が必要な世帯にとって今回の大幅な値上げは家計への影響が大きいものと考えます。くらしの中における家計の見通しを立てやすくするためにも、急な大幅値上げではなく、段階的な引き上げの検討が必要です。

また、透明性・適正性のある郵便料金の算定の在り方については、海外の値上げ率の構成要素や専門家の見解なども踏まえ、郵便料金に係る算定基準等を定める必要があります。算定基準に基づかない値上げは適正であるのかどうかの判断も難しく、消費者にとっては郵便事業全体に対しての不信感につながり兼ねません。透明性・適正性がある郵便料金の設定が必要です。

今回の値上げでは、一旦黒字化するものの再び赤字化するという予想が立てられています。この流れをサイクル化させず、かつ、ユニバーサルサービスを継続していけるよう、抜本的な改善を検討するべ

きと考えます。

（３）郵便の役割について

地方や過疎地域において郵便局は、郵便物の配達だけではなく、地域のコミュニティの場であり、見守りや地域をつなぐ可視化できない重要な価値を有している場合もあります。また、災害時のインフラのひとつでもあり、一定の信頼性も有します。

郵便を取り巻く環境は大きく変化しましたが、郵便自体の価値が無くなったとは思いません。季節の挨拶やお見舞いなど郵便物が減少したとはいえ、郵便だからこその良さもたくさんあると考えます。時代に合った新たなサービスや価値の創造など、引き続き検討が必要です。

以上