

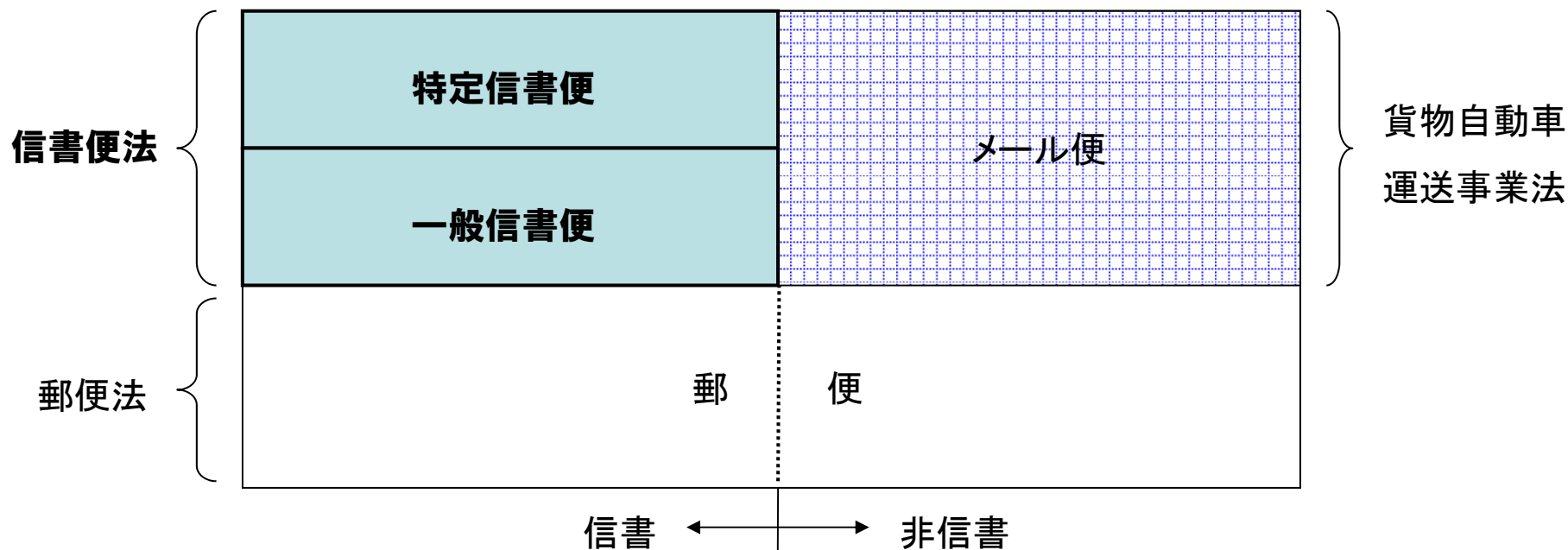
「郵便におけるリザーブエリアと競争政策に関する研究会」の
報告書を踏まえた信書便制度の見直しの状況について

1 信書便法について

郵便(信書)への民間参入を実現

- 平成15年4月の信書便法施行により、国の独占とされてきた信書の送達の事業について、民間事業者の参入が実現。
- 信書便法は、信書の送達の事業に競争原理を導入することにより、利用者の選択肢を拡大し、その利便の向上を図ることを目指すとともに、引き続き、信書の送達の役務の日本全国におけるあまねく公平な提供(ユニバーサルサービスの提供)を確保することを目的としている。

概念の整理



※信書・非信書の区分については、次頁のとおり。

(参考) 「信書」の定義

○ 信書とは「特定の受取人に対し、差出人の意思を表示し、又は事実を通知する文書」をいう（郵便法第5条に規定。信書便法第2条で当該規定を引用。）

- ・「特定の受取人」：差出人がその意思又は事実の通知を受ける者として特に定めた者。
- ・「意思を表示し、又は事実を通知する」：差出人の考えや思いを表し、又は現実^{に起こり若しくは存在する事柄等の事実を伝えること。}に起こり若しくは存在する事柄等の事実を伝えること。
- ・文書：文字、記号、符号等人の知覚によって認識することができる情報が記載された紙その他の有体物（電磁的記録物は含まず）。

信書の具体例

（信書に該当する文書に関する指針（平成15年総務省告示第270号）より）

信書に該当する文書	信書に該当しない文書
<ul style="list-style-type: none"> ● 書状 ● 請求書の類 【類例】納品書、領収書、見積書、願書、申込書、申請書 申告書、依頼書、契約書、照会書、回答書、承諾書 ● 会議招集通知の類 【類例】結婚式等の招待状、業務を報告する文書 ● 許可書の類 【類例】免許証、認定書、表彰状 ● 証明書の類 【類例】印鑑証明書、納税証明書、戸籍謄本、住民票の写し ● ダイレクトメール → 文書自体に受取人が記載されている文書 → 商品の購入等利用関係、契約関係等特定の受取人に 差し出す趣旨が明らかな文言が記載されている文書 	<ul style="list-style-type: none"> ● 書籍の類 【類例】新聞、雑誌、会報、会誌、手帳、カレンダー、ポスター ● カタログ ● 小切手の類 【類例】手形、株券 ● プリペイドカードの類 【類例】商品券、図書券 ● 乗車券の類 【類例】航空券、定期券、入場券 ● クレジットカードの類 【類例】キャッシュカード、ローンカード ● 会員カードの類 【類例】入会証、ポイントカード、マイレージカード ● ダイレクトメール → 専ら街頭における配布や新聞折り込みを前提として作成 されるチラシのようなもの → 専ら店頭における配布を前提として作成されるパンフレ ットやリーフレットのようなもの

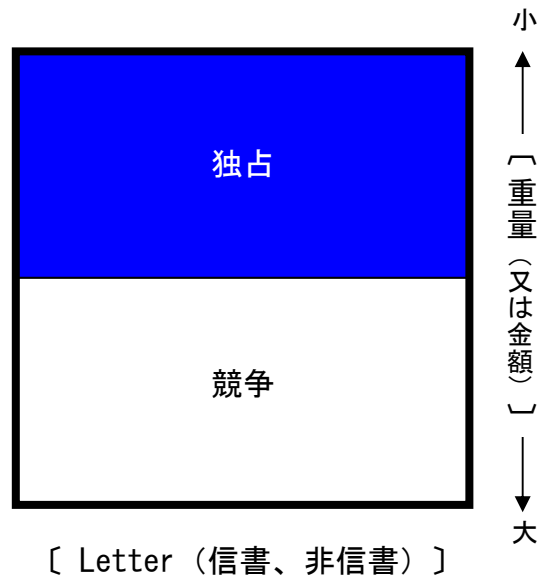
※ 信書のうち、添え状、送り状に該当するものは貨物と共に送達が可能。

2 諸外国との制度比較

1. EU

・一定の「重量」及び「金額」以上を開放

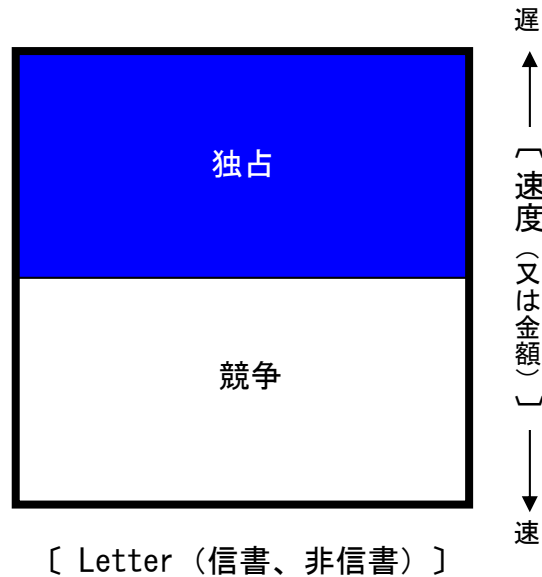
※段階的に開放分野を拡大してきており、2009年に全面開放することを検討中



2. 米国

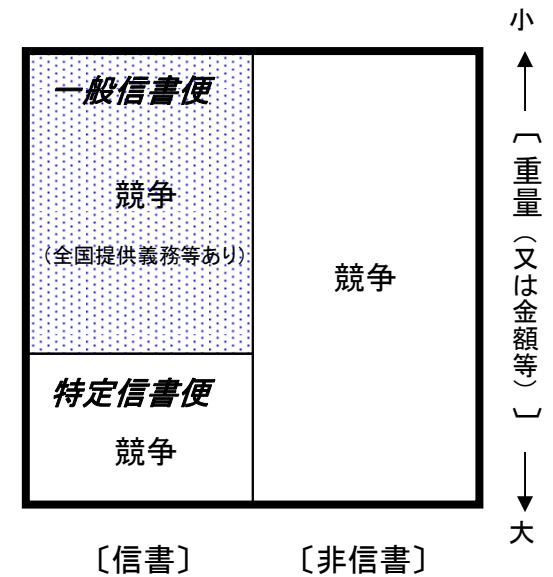
・「速度」基準による開放(「金額」によるみなし規定もあり)

※各家庭等に設置されている郵便受箱は郵便事業者の独占(チラシ等の投函不可)



3. 日本

・全国でのサービス提供等を義務付け(一般信書便)



注:「独占」=法制度上の独占範囲であり新規参入が不可能な分野、「競争」=法制度上は新規参入可能であり(旧)独占事業者との競争分野、としての制度設計上の区分

(参考) 諸外国における郵便自由化のスケジュール

	EU指令	イギリス	フランス	ドイツ	アメリカ
1970年					(1979年) きわめて緊急性の高い書状等
1980年		(1981年)公社化 (1981年) 料金1ポンド以上	(1985年) 急送便(高速度、保証付 及び追跡可能等が条件)	(1989年) 基本書状料金の10倍以上	↓
1990年		↓	(1991年)公社化 ↓	↓ (1995年)株式会社化 (1996年) 重量1,000g超又は基本 書状料金の10倍以上 (1997年) 重量1,000g超又は料金 10マルク以上 (1998年) 重量200g以上又は基本 書状料金の5倍超	↓
	(1998年) 重量350g以上又は基本 書状料金の5倍以上	(1999年) 重量350g以上又は料 金1ポンド以上	(1999年) 重量350g以上又は基本 書状料金の5倍以上		
2000年	↓ (2003年) 重量100g以上又は基本 書状料金の3倍以上 ↓ (2006年) 重量50g以上又は基本 書状料金の2.5倍以上 ↓ (2009年) 独占範囲の撤廃(検討中)	(2001年)株式会社化 (2003年) 重量100g以上又は料 金の80ペンス以上 ↓ (2006年) 独占範囲の撤廃	↓ (2003年) 重量100g以上又は基本 書状料金の3倍以上 ↓ (2006年) 重量50g以上又は基本 書状料金の2.5倍以上	↓ (2003年) 重量100g以上又は基本 書状料金の3倍以上 ↓ (2006年) 重量50g以上又は基本 書状料金の2.5倍以上 ↓ (2008年) 独占範囲の撤廃(予定)	↓ (2006年 改正法成立) 重量12 1/2オンス以上又は 基本料金の6倍以上
2010年					

3 信書便事業の種類①

(1) 一般信書便事業

基礎的なサービス

- 葉書や手紙など、国民生活にとって基礎的なサービスとして、軽量・小型の信書便物が差し出された場合に、全国において必ず引受・配達するサービス(一般信書便役務)を提供する事業。

このため、全国を業務区域として、なるべく安い料金で、あまねく公平に利用できるように、次の条件を満たすことが必要とされている。

- (1) 全国均一料金
- (2) 最軽量の場合※については、80円以下の料金 ※25g以下
- (3) 随時・簡易な差出方法として信書便差出箱の設置(全国に満遍なく、計約10万本)
- (4) 週6日以上での配達

(参考)

一般信書便役務:

軽量・小型の信書便物(長さ、幅及び厚さが各々40cm、30cm、3cm以下、かつ重量が250g以下)を差し出された日から原則3日以内に送達するサービス



3 信書便事業の種類②

(2) 特定信書便事業

高付加価値なサービス

- 付加価値の高い特殊な需要に対応するサービス(特定信書便役務)のみを提供する事業

(参考)

特定信書便役務:

① 大きい又は重いサービス

長さ・幅・厚さの合計が90cmを超え、
又は重量が4kgを超える信書便物を送達するもの



② 速いサービス

信書便物が差し出された時から、
3時間以内に当該信書便物を送達するもの



③ 高いサービス

料金の額が1,000円を下回らない範囲内において
総務省令で定める額(国内における役務は1,000円)
を超えるもの



4 参入状況(平成18年12月1日現在)

(1) 類型別・参入事業者数

	一般信書便	特定信書便
参入事業者数	0	184

うち本社所在地別内訳

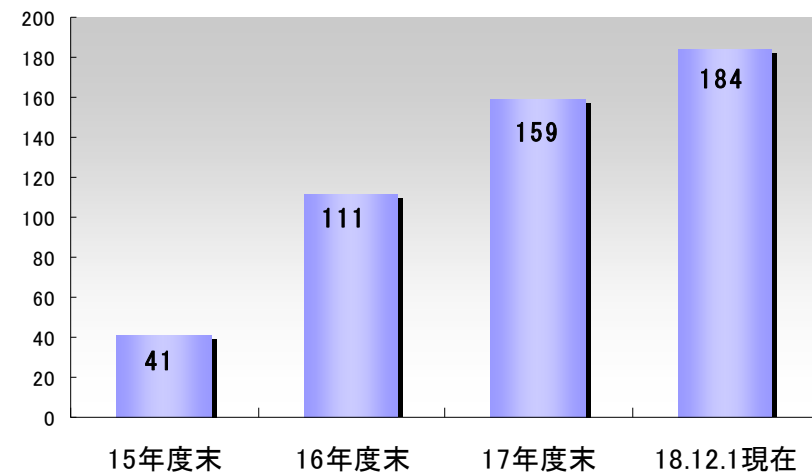
北海道	東北	関東	信越	北陸	東海	近畿	中国	四国	九州	沖縄	計
7	4	64	6	6	13	41	16	1	23	3	184

(2) 役務種類別・参入事業者数

① 長さ・幅・厚さの合計が90cmを超え、又は重量が4kg超の信書便物を送達する役務	148
② 信書便物の差出時から、3時間以内に送達する役務	68
③ 料金が1,000円を超える信書便物を送達する役務	89
計	305

(注) 複数の役務を提供する事業者があるため、参入事業者数と一致しない。

(3) 参入事業者数の推移



5 研究会の提言

竹中大臣主催の「郵便におけるリザーブエリアと競争政策に関する研究会」
(平成18年1月～6月)

1 段階的な全国展開（3年程度）

【現 状】 事業開始当初から過疎地や離島を含む全国サービス提供義務あり

【提 言】 特定の地域からサービスを開始し、一定の期間(例えば3年程度)内に段階的に全国展開していく参入形態の容認

2 ユニバーサルサービス基金の創設

【現 状】 ユニバーサルサービス基金制度なし

【提 言】 郵便のユニバーサルサービス確保のため、不測の事態に備え、ユニバーサルサービス基金を創設

3 複数事業者の連携による参入

【現 状】 利用者保護の観点から、複数事業者の連携(民間事業者同士の協定等の締結や郵便ネットワークへの接続による一般信書便役務の提供)は不可

【提 言】 複数事業者の連携の容認

4 信書便差出箱の設置基準の見直し(いわゆる「ポスト10万本」規制の見直し)

【現 状】 信書便差出箱を全国に満遍なく設置することが必要(全市町村について、一定の人口あたり設置すべき最低限の本数という基準を定めており、算定すると全国で約10万本となる。)

【提 言】 参入事業者の既存の引受拠点等を有効活用する観点から、対面引受の拠点等も信書便差出箱と同様にみなす

5 その他

(1) 特定信書便の規制緩和等

【現 状】 信書の秘密保護の観点から、参入は許可制 → 【提 言】 登録制又は届出制への緩和

(2) 信書便分野の個人情報保護のガイドラインの策定

6 信書便制度改正の検討

報告書提言に挙げられた項目	検討のポイント	備考
1. 段階的な全国展開(3年程度) 【法律改正】	<ul style="list-style-type: none"> ・クリームスキミング的な参入を防ぐことが困難 ・現行法制の基本的な枠組み(注1)を崩すおそれ 	(注1)現行法制では、郵便のユニバーサルサービスを確保するために、一般信書便事業の新規参入者にも郵便会社と同様の全国提供義務等を課していること
2. ユニバーサルサービス基金の創設 【法律改正】	<ul style="list-style-type: none"> ・現行法制の基本的な枠組み(注1)と相容れない 	
3. 複数事業者の連携による参入 〈民・民〉複数の事業者が協定等を締結してサービス提供 〈民・郵〉信書便事業者による郵便ネットワークへの接続 【法律改正】	<ul style="list-style-type: none"> ・競争促進に有効 ・利用者保護の観点から、責任分界点の設定等の検討が必要 ・郵便会社への接続の義務づけは慎重な検討が必要(電気通信設備等のような「不可欠性」「希少性」の欠如) 	
4. 信書便差出箱の設置基準の見直し (いわゆる「ポスト10万本」規制(注2)の見直し) 【省令改正】	<ul style="list-style-type: none"> ・競争促進に有効 ・利用者利便を低下させないことの確認が必要 	(注2)信書便差出箱に関しては、省令で全市町村について一定の人口あたり設置すべき最低限の本数という基準を定めており、算定すると全国で約10万本となる。これについてもポスト以外の引受方法も容認すべきとの提言を受けている
5. その他 【法律改正を含む】 <ul style="list-style-type: none"> ・特定信書便の規制緩和等 	<ul style="list-style-type: none"> ・各種手続等の簡素化による事業者負担の軽減は、競争促進に有効 	
<ul style="list-style-type: none"> ・信書便分野の個人情報保護ガイドラインの策定 	<ul style="list-style-type: none"> ・他分野のガイドラインとの整合性等に留意 	<ul style="list-style-type: none"> ・18年12月に有識者で構成される個人情報保護研究会を立上げ

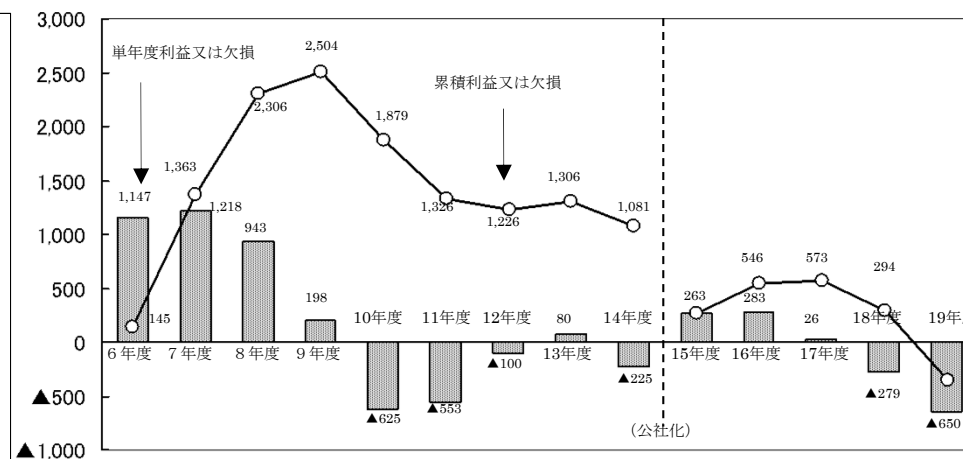
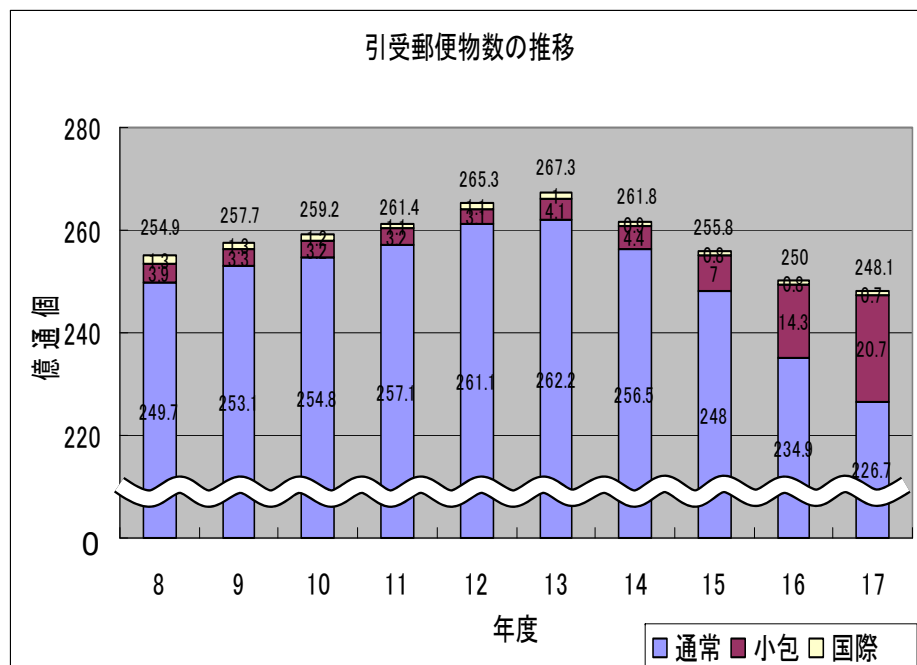
7 郵便事業の経営状況（概要）

〔引受郵便物数〕

- 平成13年度をピークに減少傾向が続き、平成17年度においては248.1億通となっている。
- 特に郵便物の太宗を占める通常郵便物については、インターネットの普及によるeメールへの移行、企業のコスト削減努力等のため減少が著しい(4年間で約35億通の減少(▲13.5%))。

〔損益の状況〕

- コスト削減に努めた結果、平成15年度においては263億円、平成16年度は283億円の黒字を計上。平成17年度は競争力強化に向けた経費等が増加したため黒字は26億円にとどまった。平成18年度は279億円の赤字を見込む。



(注) 公社化にあわせ、企業会計原則に基づく会計処理に変更したことから、平成15年度の計数と平成14年度の計数との単純比較はできない。
 18年度予定は18年度経営計画による。
 19年度(19年9月30日まで)予定は、アクションプラン・フェーズ2(レビュー)による。減損会計の影響、民営化経費を除く。

郵便におけるリザーブエリアと競争政策に関する研究会

報告書（要旨）

経緯等

- ・ 信書便法施行以降、一般信書便事業への参入がないことを踏まえ、郵便におけるユニバーサルサービスを確保しつつ、競争の促進によるサービスの一層の多様化、国民への利益還元を実現するための施策について、幅広く検討を行い、報告書を取りまとめた（平成18年1月から6月まで計9回開催）。
- ・ 検討に際しては、我が国の郵便・信書便事業の現状及び諸外国の動向について調査分析するとともに、事業者及び利用者の意見を聴取した。

事業者及び利用者の意見

[事業者]

（参入条件について）

- ・ 郵便ネットワークの開放（配達業務等の委託を可能とする）、対面受付・集荷による引受、一部地域からの段階的参入等を認めて欲しい。
- ・ 産業政策的な視点から段階的な自由化が望ましい。

（ユニバーサルサービスの提供について）

- ・ 提供義務が課されるのは郵便事業体のみとすべき。
- ・ 利用者の利便性から参入事業者に対しても一定の縛りは必要。

（リザーブエリアについて）

- ・ 郵便のユニバーサルサービスを確保するために何らかの保護策が採られるとしても、将来的にはリザーブエリアは撤廃されるべき。
- ・ 外形基準でリザーブエリアを規定すべき。
- ・ 現行の定性基準から定量基準に変更する場合でも、現行の非信書領域（軽量メール便等）のサービスに配慮して欲しい。

[利用者]

- ・ 郵便への民間参入については基本的に賛成。
- ・ 規制緩和に当たっては、①クリームスキミングにより料金が高くないこと、②個人情報の保護が維持されること、③宛先に安心・安全に届けられることを前提にしてほしい
- ・ 配達頻度等について地域により差が出ないようにして欲しい。

郵便における競争を促進する施策

[目標とする競争市場]

- ①多様な競争を通じたサービスの価格低廉化等のメリットが利用者に享受されるよう、規制は最小限のものであること
- ②基礎的な通信手段である「郵便」に関して、全国あまねく公平なユニバーサルサービスが確保されていること
- ③参入事業者について、通信の秘密、個人情報保護の保護、適正な送達確保され、利用者が安心して利用できるものとなっていること
- ④郵便事業株式会社の提供する「郵便」サービスが、いわゆるラストリゾートとして利用者から信頼されていて、社会の安定、公共の福祉を実現するシステムとして機能していること

[目標についての基本的考え方]

(ユニバーサルサービスについて)

- ・基本的な要素は守りつつ、制度的に確保すべき範囲や水準は、社会経済情勢や国民のニーズの変化に応じて、柔軟な対応が行われるべきである。

(リザーブドエリアについて)

- ・中長期的には、特定の事業者のための「独占範囲」や「参入条件」としてのリザーブドエリアは撤廃し、ユニバーサルサービスを維持する措置を事業者全体で講じるべきである。

(利用者の保護について)

- ・提供されるサービスの信頼性を担保する必要があり、通信の秘密や個人情報の保護、適正な送達の確保など、利用者が安心して利用できる制度を新規参入事業者に義務づけるべきである。
- ・民間参入による競争促進が行われる中でも、郵便はいわゆる「ラストリゾート」として機能するような環境を整備することが望ましい。

(監督規制のあり方について)

- ・事前の参入規制から事後の監督規制へと重点をシフトさせ、規制の内容は利用者保護の観点から、最小限なものとするべきである。

[目標に向かう時間軸]

- ・郵便における競争政策の検討は、中長期的な視点に立った取り組みを行うことが望ましい。その上で、競争の進展状況や諸外国の動向、郵便事業株式会社の経営の自由度の実態等を踏まえ、上記目標の実現について適宜前倒しを図っていくべきである。
- ・まずは、当面講ずべき措置としての規制緩和を行い、その後も定期的（例えば3年ごと）に継続的な見直しを行うべきである。

提言（当面講ずべき施策～平成 19 年 10 月に予定されている郵政民営化に向けて）

[リザーブドエリア]

- ・当面は、現行のリザーブドエリア（信書便制度の下での民間参入）を維持する。
- ・郵便は、日常生活から訴訟事務等まで含め、不可欠な通信手段であり、ユニバーサルサービスを維持することが困難な事態は極力回避する必要がある。このため、参入条件に加え、不測の事態に備えた安全装置（補完的なりザーブドエリア）として、「ユニバーサルサービス基金」をあらかじめ用意しておくことが望ましい。

[オープンネットワーク型の競争の促進]

- ・複数の事業者が協定等を締結して行うサービスの提供は、当事者の責任の分担関係等が明確であれば、一般信書便役務においても、認められるべきである。
- ・オープンネットワーク型の競争促進のためには、事業者による郵便ネットワーク（配達業務）への接続を可能とする必要がある。接続の具体的条件については、当事者の申出に基づき行政庁が関与する等、実効性のある制度とする必要がある。

[ユニバーサルサービス]

- ・郵便事業株式会社がユニバーサルサービスの提供義務を負うとともに、一般信書便事業者もそれに相当するサービスの提供義務を負う。
- ・制度の継続性・安定性に配慮する必要があることから、当面は、関係法律による改正後の郵便法に定めるユニバーサルサービスの範囲や水準を維持すべきである。

[利用者の保護]

- ・憲法上の要請である通信の秘密の保護、あるいは個人情報の保護について、参入事業者は、関係法令に従い、引き続き適切な取り扱いを行うことが求められる。
- ・適正な送達の確保について、誤配達の防止等の措置を確実に講ずる必要がある。

[監督規制]

- ・現在、一般信書便物の引受方法として、信書便差出箱（郵便ポストに相当するもの）のみが認められているが、対面による引受等を容認すべきである。
- ・民間事業者の参入意欲を高める観点からは、特定の地域からサービスを開始し、一定の期間内（例えば 3 年程度）に段階的に全国展開していく形態の参入も考えられるが、この形態については郵便事業株式会社のユニバーサルサービスへの影響を検討するなど慎重な対応が必要である。

[施策の見直し]

- ・競争の進展状況等を踏まえ、一定期間（例えば 3 年）経過後に見直しを行う。