# ユーザー、選択肢広がる

12月に施行が予定されている改正郵便法、信書便法、12年ぶりとなる今回の法改正で、特定信書便事業の第1号役務のサイズ変更と、3号役務の料金基準引き下げが実現する。また、信書便約款の認可手続きの簡素化も図られる。民間の活力によってユーザーの選択の幅を広げ、市場を活性化するのが狙いで、事業者にとっては大きなビジネスチャンスといえる。一方で、「信書」という言葉は送る側、受ける側にもまだ十分浸透していないのが現状だ。ユーザーが信書便を使いやすくなる環境の創造に向けて、行政、事業者団体、特定信書便事業者に課題と展望を話し合ってもらった。

**出席者**（順不同）

総務省/信書便事業課長
**後藤　慎一氏**

信書便事業者協会/会長
**伊東　博氏**

KSGインターナショナル/社長
**高橋　泉氏**

毎日軽自動車運送事業協同組合/理事長
**笠松　利紀氏**

佐川急便東京本社/営業開発部長
**山本　将典氏**

〈モデレーター〉東京女子大学/教授
**竹内　健蔵氏**

## 民間参入、順調に増加 ボトルネック解消必要

後藤　竹内

**後藤　慎一氏**

ごとう・しんいち　1968（昭和43）年9月、広島県生まれ。東京大学経済学部卒。92年建設省（現国土交通省）入省。2008年総合政策局環境政策課国土環境政策企画官、12年大臣官房地方課企画官、13年都市局景観・歴史文化環境整備室長、14年7月から現職。

竹内　今回は「ユーザー」が信書便を使いやすくなる環境の創造」というテーマで、皆さんにお話をしていただきたいと思います。私自身、今の仕事に携わるまで、信書便について実はよく分かりませんでした。ましてや一般消費者は、「信書便」という言葉すらご存じない方が多いでしょう。

信書便法制定から12年が経過し、今般の信書便法の改正で規制緩和が進められ、信書便がどんどん変わろうとしている一方、利用する部分もあろうかと思います。それが業界発展のボトルネックなのかも知れません。より利用者になじみが深く、利用しやすくなる信書便の実現に向けて、皆さんのご意見をお聞きしたいと思います。まず、制度の目的について、後藤課長から お願いします。

後藤　信書便制度は「言葉で言うと、手紙などの信書を送達する郵便分野への民間参入です。2003年4月に郵政事業庁が日本郵政公社になると同時に、これまで国が担っていた分野に競争原理を導入し、ユーザーの選択肢を広げ利便性向上を図ることを目的に、信書便が施行されました。ただし、郵便には全国であまねく公平に提供するユニバーサルサービスが法律で義務付けられていますので、これに支障の無いよう範囲内で行う、とされています。

この7数年、特定信書便事業への参入は順調に増加しており、今年7月末時点で44者です。14年度の市場規模は取り扱い数13・61万通、売上高1・28億円で、共に前年度比10％程度の伸びとなっています。

竹内　今回の規制緩和の経緯も教えてください。

後藤　業界からの要望などを踏まえ、13年度から政府全体でユニバーサルサービスの確保と、郵便・信書便事業の活性化の在り方について検討が始まりました。その結果、今年6月に法改正され、現在は年内施行に向けて準備を進めているところです。

改正の主な内容は、特定信書便役務の範囲拡大と信書便約款の認可手続き簡素化です。特定信書便の役務の範囲に関しては、大きさと料金の要件を見直し、1号役務で従来の信書便物の長さ・幅・厚さの合計をこれまでの90センチ超から75センチ超と、3号役務の料金をこれまでの1円超から80円超に変更するものです。

もう一つは、総務相が標準信書便約款を定め公示し、特定信書便事業者も標準信書便約款と同一の約款を定めた場合は、その約款については総務相の認可を受けたものとみなす、というものです。

竹内　単にモノを運ぶのではなく、通信の秘密という切なものを抱えている点はきいてます。続いて、高橋社長は規制緩和についてどのようにお考えですか。

高橋　私どもは、03年の信書便法成立のしばらく後に許可を得て、ブライダル業界から電報類似サービスに参入しました。今回の規制緩和では、ユニバーサルサービスを守ることが根本にあるので大幅にではないですが、民間が挑戦できる幅が広がったことは間違いないです。その幅をビジネスチャンスに変えるために、知恵を絞っていくのが我々です。

今後の更なる規制緩和に向けて、早めに準備しておくことが必ずノウハウとなり、生きてくると思います。規制緩和に感謝しながら、それをチャンスと捉えてしっかりビジネスを構築していきたいと思います。

## 秘密担保するインフラ 挑戦できる幅が拡大

伊東　高橋

**伊東　博氏**

いとう・ひろし　1950（昭和25）年3月、京都市生まれ。東京都立山高校卒。69年伊東商事入社。85年ベルシステム24入社、2000年事務、04年KDDIテレマーケティング（現KDDIエボルバ）社長、14年副会長、15年退社、13年1月から現職。

竹内　信書便制度では、郵便のユニバーサルサービスに、なるべく影響を与えないようにするという約束があります。それが信書便を伸ばしていくためのボトルネックの一つになっています。そういう点で、これまで信書便を育てて来られた信書便事業者協会も苦労が多かったと思います。これまでの協会活動と規制緩和後の役割について、伊東会長、お願いします。

伊東　特定信書事業者44了者を見てみると、業種は様々です。1号では運送会社、2号はバイクを使った事業者、3号には電報類似サービスを手掛ける会社が多いです。中でも、警備保障会社が電報類似サービスをやっているのには驚きました。

規制緩和で特定信書便事業にいろいろな会社が入ってくることを考えると、信書の重要性だけはきちんと押さえておかなければなりません。普通の貨物ではない、ということを事業者や国民の皆さんに知ってもらう必要があります。

これからの協会活動では、参入事業者に対し、我々は特別に国民の持っている権利に携わってビジネスをしているということと、信書の秘密を担保する必要性などを強調していきます。信書は確実に秘密が担保されるべきインフラであることを、これからサービスを利用しようとする方々にお知らせしていくのが協会の仕事だと思います。

竹内　単にモノを運ぶのではなく、通信の秘密という切なものを抱えている点はきいてます。続いて、高橋社長は規制緩和についてどのようにお考えですか。

高橋　私どもは、03年の信書便法成立のしばらく後に許可を得て、ブライダル業界から電報類似サービスに参入しました。今回の規制緩和では、ユニバーサルサービスを守ることが根本にあるので大幅にではないですが、民間が挑戦できる幅が広がったことは間違いないです。その幅をビジネスチャンスに変えるために、知恵を絞っていくのが我々です。

今後の更なる規制緩和に向けて、早めに準備しておくことが必ずノウハウとなり、生きてくると思います。規制緩和に感謝しながら、それをチャンスと捉えてしっかりビジネスを構築していきたいと思います。

**高橋　泉氏**

たかはし・いずみ　1960（昭和35）年、神戸市生まれ。芦屋女子短期大学卒業後、冠婚葬祭紹介事業を手掛けるレックを創業。SGインターナショナル設立。11年信書便事業者協会を立ち上げ、初代会長に就任。13年から副会長。

# 規制緩和 ビジネス好機

## 信書便■使いたくなる環境「創造」

### 認識高め管理体制整備 笠松

### 社員教育で理解深める 山本

竹内　次に笠松さん、お願いします。

笠松　私どもは、2004年に1、2号役務を取りました本業は運送業です。05年7月に北海道総合通信局の依頼で、異業種の方々を集めて信書便事業の説明を行いましたが、大半の方は郵便・運送業務ができると勘違いしていました。

我々、信書便事業者は、信書送達は通信の伝達という分野と理解していますが、出す側にとってはあくまで荷物で、宅配便で出しても良いだろうと思うのです。そこで、信書便事業者の認可を持っている我々が、荷物ではなく通信の伝達という意識をしっかり持った上で、誤配・遅配も出来ないことを認識しなければなりません。

例えば電話では、番号を間違えていないのに違う相手に通じてしまうことはあり得ません。信書もそれと同じです。ただ、輸送は最終的にはアナログです。そのアナログの部分で絶対に間違ってはいけないのです。それをいかに認識を持ってやるかが大切です。

規制緩和で、サイズが今までの90㌢超から73㌢超となり、A3サイズのものを折らずにちょうどよい大きさの箱などに入れて運べるようになります。ワンサイズ小さくなると、よりきくのモノを集めやすくなります。更に細かく集荷できます。一方で、小さくなると眠る荷物が見落とされる可能性も出てきます。事業者が認識を高め、絶対に間違えないようきちんとした管理体制を整えれば、新たなビジネスチャンスは十分あると思います。

竹内　チャンスとリスクの両方がありますね。続いて山本さん、お願いします。

山本　当社は09年から1、2号役務の取り扱いを始めました。売り上げ、取扱量ともに年々増えています。ニーズ、マーケットも今後拡大していくとみています。ただ、やはり信書という言葉に対して、お客さまにまだ、まだ、ちょっと、まもなくドライバーも理解できていませんでしたので、社員教育に音しました。セールスドライバーから聞かれた時に、電話で即答できる密口も作りました。その結果、ドライバーの理解、お客さまの認識も高まってきています。

しかし、まだまだ浸透には時間がかかるのでは、と感じています。やはり、はが き・手紙が郵便局、荷物は小包・宅配便といったように、物事を伝える方法とモノを送るという領域のすみ分けが無くなり、伝達手法が変わってきたことで、信書への意識が薄れていることが起因していると思います。

こうした中で今後の課題は、信書についての考え方を、出す側、受ける側、運ぶ我々がもう少し理解し、即答していける環境にしていくことだと思います。今回の規制緩和を、我々にとってのビジネスチャンスと捉え、課題を克服しつつ更に広げていきたいです。

### モノとメッセージ送る 高橋

### データと紙の融合視野 山本

竹内　規制緩和によって自由度が一層高まったわけですから、事業者の皆さんはそれぞれ新しいチャンスをどう生かすか、お考えのことと思います。アイデアや新しいサービスの構想についてお聞かせください。

高橋　香典と線香を一緒に入れて、荷物として送られているケースがあります。そういうことが起こらないように、香典付きメッセージなど、お金も同時に送ることができる商品があれば、お客さまに喜ばれます。また、生前に家族や友人へ感謝のメッセージを残しておいて、亡くなった後にメッセージとして伝えられる商品を作ってみたいと考えています。モノだけを送るのではなく、何か心温まるメッセージがけられれば、と思います。

笠松　今までのサイズ基準の90㌢だと、それなりの量を集めないと発送できません。例えば、ある係が社内の書類を各部署から集めて、ある程度の量になると初めて発送できます。規制緩和でサイズが小さくなれば、係に代わって我々、信書便事業者が書類を各部署まで集めることができます。つまり、より多くのお客さまに接して集荷できると、というメリットがあります。

山本　我々は、サイズ基準の90㌢だと、入れ物を作り、ここに入れる技術の条件をクリアできる、というようにしています。今後、73㌢を用意して信書を送ることもあります。

また昨年、取引のある企業向けに電話電報というサービスを開始しました。企業間の祝電・弔電のニーズは多く、これに対応し、出て、ないと考えています。

また昨年、取引のある企業向けに電話電報というサービスを開始しました。企業間の祝電・弔電のニーズは多く、これに対応し、出ています。更に、スマホスマートフォン）などのモバイル系との融合は必ず出てくると思います。甲、どうしても紙が必要なものは信書で、というような、データと紙の融合によるビジネスが考えられます。

竹内　いろいろビジネスきましたね。ただ、課題もあります。課題とその解決方法をお聞かせください。

山本　セールスドライバーが荷物を預かりする際に、「これは信書に該当しますが、宅配便では送れないのです。宅配便では送れますよ」と提案できるよう、特定信書便で送りますが、信書便事業者は、ビジネスとして、ある程度の量を集めないと、採算が合わないケースもあります。問題は、受け取る側の理解度をどうやって上げるか、ということです。

笠松　我々の業務はあくまで、特定信書便で業務があり、本来的には日本郵便と重なる部分であります。課題は、いかにして日本郵便と特定信書便事業者がタイアップするか、です。我々は73㌢超のサイズでやっていますが、これに満たない場合は日本郵便の扱いとなります。両者の連携が取れれば、利用者は非常に楽になります。ユーザー目線に立った時、73㌢超は特定信書便、73㌢以下は日本郵便で、というのは不便です。

（10面へ続く）

笠松　利紀氏

かさまつ・としのり　1964（昭和39）年9月、北海道生まれ。札幌商科大学（現札幌学院大学）商学部卒。96年毎日輸自動車運送業協同組合副理事長、2008年理事長、09年北海道毎日輸送会長。

山本　将典氏

やまもと・まさのり　1965（昭和40）年9月、大阪府生まれ。88年佐川急便入社、2012年中国・四国支社営業部長、13年本社営業部長、14年中京支店長、同年9月から現職。

竹内　健蔵氏

たけうち・けんぞう　1958（昭和33）年12月、福岡県生まれ。一橋大学大学院博士課程修了、博士（商学）取得。97年長岡技術科学大学専任講師、93年助教授、97年オックスフォード大学客員研究員、2002年運輸政策研究機構運輸政策研究所客員研究員、09年4月から現職。

# 法令順守し信頼獲得を

## 信書便■使いたくなる環境「創造」

### 共存共栄むけ連携重要 竹内

### 「協定」結び共同配送網 後藤

（9面から続く）

竹内　パイの奪い合いではなく、共存共栄に向けて連携するという観点も重要ですね。

高橋　一般ユーザーは信書便の理解がほとんど無いのが実態です。信書というものは認可を受けた事業者に依頼しなければならないということぐらいは最低限知らしめる努力を我々もしなければなりません。

個人情報がこれだけ重要視されている時代にもかかわらず、個人情報を扱う信書便が理解されずにいて、認可事業者と無認可事業者の区別がつかず混ざってしまっています。それは国民にとって良いことではありません。テレビで、「信書を送る場合は、認可を受けた信書便事業者を使いましょう」といった公共広告を流すことも一案です。これは事業者を守るというより、国民の選ぶ権利を守ることにつながると思います。

伊東　特定信書は、ニッチな業界です。しかし、個人向けの宅配でも最初はニッチでした。そういう観点が出てこないと、個人ユーザーが増えないでしょう。協会としては、特定信書がインフラとして社会に認知してもらえるような会員各社のライバーを志ちんと教育するとともに、安心・安全・確実な送達ができることを広めていきます。

その次に、個人が簡単に使えるようにしたいです。B2B（企業間）よりもB2C（企業と消費者）の方がはるかに市場規模は大きいで売もオークションサイトなどは代金引換サービスの利用が多いですが、その逆パージョンとして電報と同時に番典も送れる、といったサービスも考えられます。

山本　それはありですね。面白いと思います。

竹内　特定信書便でも個人向けサービスはいろいろ考えられそうですね。後藤課長はいかがですか。

後藤　総務省が「信書とは何か」「信書便物とは何か」といった基本的な周知を図る一方で、協会が「この商品が信書です」「この商品は信書便物です」と具体的なサイトを露出させていくことが出来れば、うまくコラボレーションできると思います。

また、ユーザーが信書便を使いたくなる環境を考えた時、信書の共同配送網の構築も重要ではないかと思っています。信書便事業者はそれぞれの地域の事業者が「協定」を結び、協会が中心となって全国どこでも送達できる配送網を構築すれば、利用者への新たなサービスの提案になると思います。

笠松　共同配送は私もいたいと思っています。現状では、総務省の認可を受ければ配送業務の一部の委託は認められますが、再委託については例外無く禁止されています。通信の秘密の保護の観点から、例外事業者の意思によって配送履歴を細かく追跡でき、確実に送達されたことが確認できるのであれば、例外的に委託できてもいいのではないかと思います。

竹内　では、協会活動の方向性と、今後、事業者に求められることについてお話しください。

伊東　今年度から信書便管理者向け講習を行い、修了証を渡しています。講習後には試験もあり、正答率が悪いと追試もあります。講習では消例研究もしています。その中で、次のビジネスのヒントになるものを取り上げていきたいと考えています。また、優良事業者表彰も検討しています。こうした活動に主軸を置いていきたいと思います。

後藤　信書便を使いたくなる環境の創造のためには、何より事業者の皆さまの協力が必要です。まず、法令の順守や従業員の教育訓練の徹底によって、ユーザーからの信頼を得られることだと思います。そして信書便の特徴を生かしたビジネスモデルを開発し、市場拡大につなげていただきたいと思います。

次に協会ですが、447者ともなると、総務省の監督だけではなかなか業務の適正な運営を確保できないことも想定されます。規制緩和のタイミングでもあり、協会を通じた業務の適正な運用確保が重要になってきます。会員への指導や教育訓練の体制を充実させて、会員であることが自体が利用者にとってサービス品質保証になることをぜひ目指していただきたいと思います。

### 優良事業者表彰も検討 伊東

### 共配むけレベルアップ 笠松

山本　信書便はお客さまの聞造い を正すために売り込む商品ではなく、あくまでお客さまに理解していただき、前向きに利用してもらうサービスとして販売していくのが基本です。そのためには、利用者が使いたくなるサービスにしていかねばならないので、今後も、お客さまの声に真摯に向き合い、サービス品質の向上に努めたいと思います。

笠松　お客さまにとって、信書便は普通に届くのが当たり前です。ただ、我々にとっては慎重に慎重を重ねて扱わなければならない難しいものです。そこに一番大事な部分があることを低底に持ち、信書便を扱っていかねばなりません。

また、全国の共同配送網の構築を考えると、我々自身がもっともっとレベルアップしていかなければなりません。それを念頭に置いたうえで、利用者が使いたくなるサービスに向けて行政、協会、事業者がタイアップしていくべきだと思います。

高橋　電報類似サービスの中でも、特に冠婚葬祭の祝電・弔電は日本の文化だと思います。日本人らしい大切にしたいと思います。国民から得た信用を民間の我々が壊さないよう、しっかり通常のサービスを行うことが必要です。

後藤　総務省としては改正法の年内施行に向け、事業者の皆さんがより確実にビジネスチャンスを捉えられるように、出来る限りの支援をしっかりやっていきます。今後とも利用者、事業者の皆さんの声をしっかり聞いていきたいと思っています。

竹内　一番大事なのは、まず信書便でこのものを皆さんに知っていただくことです。そして、今回の規制緩和を起爆剤にして新しいサービスが生まれ、信書便の認知がより深まっていくことを期待しています。本日はありがとうございました。

（吉田英行、セルバンテス・アロンゾが担当）ました）