

# 民営化半年を経た「ゆうちょ銀行」の現状

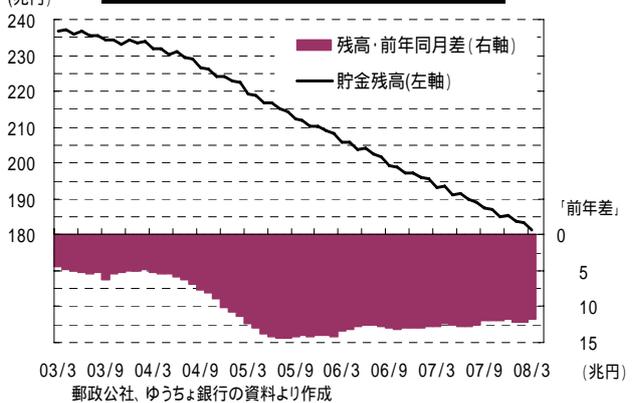
渡部 喜智

## 民営化直後から積極的な動き

07年10月1日の「郵政民営化」から半年が経過し、初の年度末を迎えた。ゆうちょ銀行は、この半年の間矢継ぎ早に新規業務参入の認可申請を行うとともに、キャンペーンや提携など積極的な営業姿勢を打ち出して来た(第1表)。

07年10月4日のマーケット関連の運用対象の拡大の認可申請(12月19日認可)に始まり、11月26日の住宅ローン代理販売や独自クレジット・カード業務などの認可申請(4月18日認可)さらに08年4月1日には通常貯金(流動性貯金)の預入限度撤廃の認可申請を行った。また、貯金推進キャンペーンとして、宝くじプレゼントに始まり、昨年末のボーナスシーズンには新規定期預入者への初の金利上乘せキャンペーンを打ったのに続き、今年2月から5月までの予定で退職者への金利上乘せキャンペーンが進められている。また、関連する主要な提携としては、02年12月に始まったコンビニエンス・ストア業界2位の(株)ローソンとの提携関係を強化し、共同での店舗出店、店舗併

第1図 ゆうちょ銀行の貯金残高の動向



設、商品開発や郵便局への商品・サービス提供などを進めることで合意したことがあげられる。

## 依然高い郵便貯金の減少ペース

ただし、民営化後もゆうちょ銀行の貯金流出ペースは高い。

08年3月末のゆうちょ銀行の貯金残高(注)は181.4兆円となり、前年度末から11.7兆円、民営化後の半年でも6.1兆円減った(第1図)。うち、定期性貯金は前年度末から13.0兆円、07年9月末に比べても7.8兆円減少しており、他民

間金融機関への定期性貯金の預け換え等が継続していると考えられる。

(注1) 民営化前は郵便貯金に振替貯金を加えたベースで比較。また、民営化後は未払利子を含まないが、これにより前年差で25~30百億円の残高の下ブレ

第1表 民営化後のゆうちょ銀行の規制緩和とキャンペーンに関する主な動き

年月日	規制緩和の要求と審議・認可	年月日	キャンペーン・サービス
07/10/4	金利スワップ、シンジケート・ローン、株式売買など運用対象の拡大を認可申請	07/10/10 ~11/9	民営化記念宝くじキャンペーン(定期預金100万円につき預入期間3年未満:2000円相当、同3年以上:4000円相当の宝くじプレゼント)
07/11/26	住宅ローン代理販売、独自クレジット・カード業務、変額年金保険の販売を認可申請	07/12/3 ~12/28	金利優遇キャンペーン(新規定期預入者に+0.2%金利上乘せ)
07/12/19	主務省から金利スワップ、シンジケート・ローン、株式売買など運用対象の拡大の認可	08/2/4 ~5/30	退職金キャンペーン(19年1月以降の退職者の取組定期に+0.3%金利上乘せ)
08/4/1	通常貯金(流動性貯金)の預入限度撤廃の申請	08/3/3~ 3/31	『春のありがとうフェア』(郵便、貯金、保険の購入・サービス利用者に抽選でギフト等贈呈)
08/4/18	主務省から住宅ローン代理販売、独自クレジット・カード業務、変額年金保険の販売の認可		

日本郵政、民営化委員会、新聞など資料より作成

要因になっている。

ちなみに、民間銀行の個人預金の吸収は好調であり、シティバンク銀行の邦銀化（07年7月）に伴うデータ集計上の影響を除いても前年比5%程度の増加となっていると試算される。

前述のようなキャンペーンも行っているにもかかわらず、高水準の貯金、特に定期性貯金の流出が続く理由として、主要貯金商品である定額貯金が預入から6カ月以降解約可能という有利なオプション性を持つにもかかわらず、現状の金利情勢ではそれが認識されにくい一方、他民間金融機関のスーパー定期や大口預貯金に金利条件が劣位していることがあげられよう。加えて「民営化」に伴う組織変更で職員の人事異動等もあり、渉外担当等の顧客対応力が弱くなっているという指摘もある。

とはいえ、資金運用モデルの構築がされていない状態で通常貯金の預入限度額の撤廃が行われれば、国の間接出資という関与が残るなかで官業時代に形成された24000局というネットワークの優位性を行使した、過剰な貯金吸収と国民経済的に非効率な資金運用を継続することにつながりかねない。

内部統制を含めたリスク管理の充実と他民間金融機関とのイコール・フットディングの確保が必須であり、金融庁の検査結果を踏まえた上で、民営化委員会には慎重な審議を求めたい。

### 投信販売も減速だが、営業基盤は拡大

05年10月に始まった郵便局の投信販売累計額は、開始から2年足らずの昨年7月に1兆円を突破した。また、ゆうちょ銀行は、07年10月に投信販売の取扱店

舗をゆうちょ銀行の直営店舗と郵便局(株)の店舗で合計397店舗増やし、1552店舗とした。

しかし、昨年10月の金融商品取引法の完全施行に伴う窓口での確認事務の増大や株安・円高など相場環境の悪化は、ゆうちょ銀行の投信販売にも無縁ではなかったようだ。07年度上半期に3569億円だった投信販売額は民営化後の下半期は1475億円にとどまり、1件当たりの投信販売額は12万円台まで落ち込んだ。保有口座数は50万口座の大台に到達したが、07年度下半期の口座の増加は4.0万口座にとどまり、新規顧客の拡大ペースも鈍化した(第2図)。ただし、投信の自動積立申込みは、07年度中に7.2万件増え22.8万件となった。投信の営業基盤の拡大は着々と進んでおり、その営業力には引き続き注目すべきだろう。

以上、民営化後半年の間、相次いでキャンペーンを行うなど積極的な営業姿勢が見られた。しかし、ゆうちょ銀行において当面重視されるべきは、当局の検査結果を踏まえた、郵便局(株)の代理店を含め顧客保護のための一層のコンプライアンス態勢の強化だろう。加えて、認可を受けたマーケット運用での運用モデルとリスク管理体制をどのように構築していくかも大いに注目されるところである。

