

民営化後1年を迎えるゆうちょ銀行

調査第二部長 渡部喜智

1 矢継ぎ早な規制緩和へ向けた動き

2007年10月の郵政民営化により日本郵政(株)グループが発足し、金融事業を(株)ゆうちょ銀行(以下、(株)を略す)が担う体制となって1年を迎えようとしている。ゆうちょ銀行は個人顧客への総合的金融サービスの提供を経営の柱に掲げており、その規制緩和へ向けた動きには将来を考える上で注目すべきものも多い。民営化後の動きを追いながら、地域金融への影響を考えることとしたい。

日本郵政(株)は矢継ぎ早な新規業務参入の認可申請を行ってきた。金融業務に限っても、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本体クレジット・カード業務などの認可申請(08年4月18日認可)、さらには08年4月1日には通常貯金(流動性貯金)の預入限度額撤廃の認可申請などが行われた(第1表)。

「通常貯金の預入限度額撤廃」の案件は現在、郵政民営化委員会の審議にかかっているが、定期性貯金・通常貯金を合算した預入限度額(1,000万円)自体の規制撤廃にも波及しかねない重要な問題である。

郵貯の資金量は現在でも180兆円超にのぼるが、国への預託金運用が無くなった今、それに代わる収益力を伴った運用力を短期間に付けていくのは容易ではない。それにもかかわらず、運用力整備の途上で預入限度額の撤廃が行われれば、過剰な貯金吸収と非効率な資金運用を温存しかねない。先ず注力すべきは、民間金融システムへの安定着地に向け健全なバランス・シートのスリム化を進めることだろう。顧客の利便性に配慮しつつも、完全民営化前における預入限度額の撤廃の案件の取扱いは慎重に行われるべきである。

第1表 民営化後のゆうちょ銀行の規制緩和と各種キャンペーンの主な動き

日時	規制緩和の要求と審議・認可	実施期間	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(定期貯金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(新規定期貯金預入者に+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貯金に+0.3%金利上乘せ)
08.4.1	通常貯金(流動性貯金)の預入限度額撤廃の申請	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	08.5.12 ~ 12.30	定期貯金10年満期到来者の100万円以上の再取組みについて, 抽選で8,000名にギフトカード贈呈
08.5.12	スルガ銀行の代理店(媒介)として住宅ローン, その他個人ローンの販売をゆうちょ銀行50店舗で開始	08.6.2 ~ 8.1	預入金額50万円以上で, 1年定期貯金:+0.2%金利上乘せ, 3か月定期貯金:+0.5%金利上乘せ
08.5.29	住友生命など4社の変額年金保険の販売をゆうちょ銀行(82店舗), 郵便局(79局)で開始		

資料 ゆうちょ銀行, 郵政民営化委員会などの資料より作成

2 金利上乘せなど積極的な営業姿勢

ゆうちょ銀行は、07年10月の宝くじプレゼントに始まり、07年末ボーナス・シーズンの新規の定期貯金預入者への初の金利上乘せ、08年2月から5月まで退職者への金利上乘せ、6月から8月までの預入金額50万円以上の定期貯金取組みへの金利上乘せなどの積極的なキャンペーンなどを進めてきた(前掲第1表)。

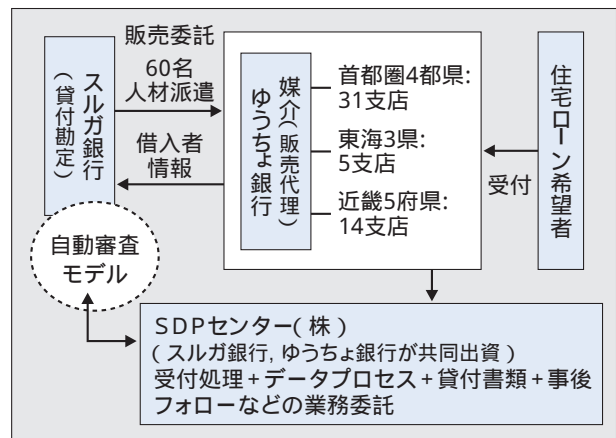
これらの動きは、ゆうちょ銀行が運用モデル構築の問題を脇に置いて、貯金残高の維持・増強を重点課題としたことの表れと認識すべきだろう。08年度に入り、ゆうちょ銀行の貯金流出のペースが鈍化する兆しもある。傾向の継続性など速断できないが、長年にわたり郵便貯金からの流出が他の民間金融機関の預貯金の重要な吸収源だった面もあり、キャンペーンなどゆうちょ銀行の営業推進から目が離せない。

一方、民営化により分社化されたことに伴う問題も指摘される。ゆうちょ銀行など事業運営会社から郵便局への営業推進の指示浸透の遅れや意思疎通の低下が生じているといわれる一方、内部統制・コンプライアンス強化の対応で郵便局の現場が様々な難しさをかかえているという声も出ている。とはいえ、一般銀行として民間金融機関と同じ金融庁の監督を受けるようになった以上、当局の検査結果を踏まえ、ゆうちょ銀行と代理店である郵便局(株)が顧客保護のためのコンプライアンス態勢の強化を図っていくことは不可欠だ。

3 媒介事業でローン営業の第一歩踏み出す

ゆうちょ銀行は、認可を受け08年5月12日にスルガ銀行(本店：静岡市)の住宅ローン等個人ローンの媒介(販売代理)業務を三大都市圏の50支店(首都圏4都県：31店、東海3県：5店、近畿5府県：14店)で開始した。「媒介」業

第1図 ゆうちょ銀行の住宅ローン媒介



資料 スルガ銀行HPなどより作成

務は、ローン顧客の取次ぎであり、スルガ銀行が審査権限を持ち貸付勘定も同行に属するが、ゆうちょ銀行がローン営業の第一歩を踏み出したことは間違いない。この媒介業務では、スルガ銀行から各店舗窓口の営業担当者1名と本店営業支援の要員(10名)の合計60名の人材支援を受けるとともに、共同出資の事務処理・コールセンター等の業務受託会社が設立された(第1図)。

ゆうちょ銀行は、この媒介業務を中期的には郵便局を含め1,000店舗まで拡大する計画である。1,000店舗という規模は郵政公社時代の旧集配普通局(1,250局)を2割下回る程度であり、かなりの「面」展開といえることができる。また、ゆうちょ銀行首脳は、早ければ09年度中にも自行の住宅ローン等販売を行う意向を示している。個人ローン担当者の育成に加え、住宅ローンの債務保証や自動審査モデル、ローン事務処理の方法など詰めるべき課題も多いが、布石は打たれている。ゆうちょ銀行による住宅ローン販売の準備対応の動きには注意が必要だろう。

< 参考文献 >

- ・渡部喜智(2008)「ゆうちょ銀行の展開と地域金融への影響」『農林金融』8月号

(わたなべ のぶとも)