

# 郵政研究所月報

2000 . 4

心の通う「通心」を

村岡 洋一

社会的規範としての携帯電話利用マナー

三上 俊治

移動体通信の普及動向

実積 寿也

安藤 正信

地域における障害者、高齢者福祉の担い手から見た郵便局

平野 純夫

米国のアクセスチャージとその改革の意義

浅井 澄子

ていばーく所蔵資料紹介

## 郵便創業時の東京郵便役所



明治4年の郵便創業時、東京、京都、大阪の3ヶ所に郵便役所が置かれ、3都市間の街道筋の宿駅に62ヶ所の郵便取扱所が設置されました。郵便役所の設置された場所は、東京が日本橋四日市、京都が姉小路車屋町西入、大阪が中ノ島淀屋橋角でした。

この写真は、創業頃の東京郵便役所で、現在の日本橋郵便局のあたりになります。手前に見えるのは郵便運送馬車、中央門内に駅遞寮がありました。

## 目 次

### 巻 頭 言

心の通う「通心」を.....	2
早稲田大学理工学部教授	村岡 洋一

### 調査・研究

移動体通信の普及動向.....	4
通信経済研究部主任研究官	実積 寿也
研究官	安藤 正信
地域における障害者、高齢者福祉の担い手から見た郵便局.....	21
情報通信システム研究室研究官	平野 純夫
米国のアクセスチャージとその改革の意義.....	42
岐阜経済大学専任講師（客員研究官）	浅井 澄子

### 視点

社会的規範としての携帯電話利用マナー.....	64
東洋大学社会学部教授	三上 俊治

### 月例経済・金融概観

第三経営経済研究部

### トピックス

情報セキュリティ評価基準について.....	81
情報通信システム研究室主任研究官	進藤 文夫
個人金融業務におけるデリバリーチャネルの動向.....	87
第二経営経済研究部主任研究官	丸山 昭治

### 郵政研究所通信

.....	101
-------	-----

# 心の通う「通心」を

早稲田大学理工学部教授 村岡 洋一

これからの通信を考えた場合、遅かれ早かれいわゆる文字情報を主たる媒介手段としたビジネス通信は、その大部分がインターネットに移行するであろうことは、明白な事実といえる。また、郵便業務と宅配業者との間で業務の綱引きをすることも、いわば同じ大きさのパイの切り方の話しであり、大切な議論であることに異論はないとしても、恐らく大多数の国民から見れば、サービスが良く経済性の優れたところに任せてくれればそれでいいといったところであろう。

それでは、我々が今後の郵政業務に期待することはなんであろうか。ここでは、以下の2つの観点をとりあげて見たい。

その一つは郵便局の活用である。コンビニにこそ負けるものの、国の機関としての数の多さでは、郵便局が随一であることは論を待たない。この「数」を単に郵便物の受付やお金の支払いの窓口にしに使わないのは、もったいない。是非、国の窓口として、行政サービスの「one stop shopping」が受けられるようにして欲しい。忙しい毎日の間を抜け出してわざわざ遠い「お役所」まででかけなくとも、近所のいつもの郵便局で仕事を済ますことができるようにならないだろうか。しかも、郵便局では時間外窓口があり、土日でも受け付けてくれる。同じように、行政サービスにも時間外窓口を開いて欲しい。最近の郵便局は、銀行に負けにくいくらいサービスの向上が図られてきている。つっけんどうなお役所の窓口に行かずに、是非このサービスの良い郵便局に行きたい。

加えて、昨今の郵便局では、簡易保険その他、顧客の各種の相談に懇切丁寧に応じてくれるようになってきている。このサービス精神が、各種行政に関する相談、地域社会に関する相談などに至るまで展開されれば、ここに真の行政の「コンビニ」が実現されることになる。

書類の取り寄せなどは、昨今のコンピュータ・ネットワーク技術の進歩によって、簡単に実現できよう。後は省庁間の縦割り行政をどうやって郵政省が突き破るかだけ



である。霞ヶ関では難しいことでも、国民は大賛成であろう。

2番目は、新しい「郵便」の開発である。単にコスト計算のみで比較されるサービス分野は、民間に任せるのが適当であろう。国のサービスとしては、やはり社会的に不可欠であるがコスト的には民間では難しい、または先駆的過ぎて民間がすぐには取り掛かれない、そのような分野に手を伸ばして行って欲しい。

例えば、各家庭に1日1回きちんと回ってきてくれる、しかも信頼できる人は、郵便配達の人を除いて、誰がいるであろうか。警察官ですら1年に1回も家庭訪問はしない。このように、時間的にも人物としても信頼できる訪問者を、これからの高齢化社会の中で活用しない手はないのではないだろうか。老人家庭を回った時には必要なことを聞いて、これを例えばヘルパーさんに伝えろとか、コンビニに伝えて、必要な商品の配送をしてもらおうなどというサービスも考えられる。

宅配業者は、宅配物をとりに来てくれる。それなら、郵便局は上のようなメッセージを集めてくれてもいいはずである。「郵便局」＝「封印された文書または物品の配送」といった定式を一步踏み出せば、社会の要望に応える新しいサービスがいくらかでもみつかるであろう。

故郷の名品の販売サービスも昨今の郵便局では熱心である。それでは、これまた一步踏み込んで、「一村一品運動」と協力して、村起こし商品を紹介するなど、地域振興にも力をおおいに発揮できる可能性はある。

繰り返し、1通の封書の配達権を民間と取り合うのもいいけれども、この国をもっと住みよかつ活力あるものにするために、郵政の持っている力を発揮して、これまでにない画期的なサービスを開発して、現在蔓延している閉塞感を打破してくれることを心から期待する次第である。そのようなことができる実力とポテンシャルがあるのは、郵政のみである。

### 移動体通信の普及動向

通信経済研究部主任研究官 実積 寿也  
研究官 安藤 正信

#### [要約]

本年1月に実施したアンケート調査をもとに、移動体通信の状況を調査した。

- (1) 関東の世帯における移動体通信の普及率は、携帯電話が67.3%、PHSが14.0%、ページャーが2.8%であった。また個人普及率は、携帯電話が36.0%、PHSが5.7%、ページャーが0.9%であった。いずれも携帯電話が前回に比べて増加、PHSがほぼ横這いではあるが、微減から微増に、ページャーは減少となっている。
- (2) 男女・年齢別の普及率は、携帯電話が男女とも20代が最も多く、それぞれ74.9%、65.8%である。ただし伸び幅で見ると、男性が40代で+14.9ポイント、女性が10代で+14.1ポイントで、最も大きくなっている。PHSは男性が10代で8.7%、女性が20代で9.3%が最も大きく、年齢や性別による普及率の差があまりなくなっている。ページャーは男性が30代で1.5%、女性が30代で1.7%である。
- (3) 非音声系サービスの利用動向については、簡易文字メッセージサービスが最も利用率が高く16.3%となっている。
- (4) 加入プラン(料金プラン)については、携帯電話についてはローコールプランが37%と一番多く、標準プランは29%であった。PHSは、標準プランが43%と最も多かったものの、前回と同様に比率は大幅に減少している。
- (5) 移動電話として携帯電話とPHSとの選択理由としては、携帯電話では「つながりやすさ」、PHSでは「通話音質の良さ」が最も多い。事業者選択理由では「つながりやすさ」が最も多かった。しかしながら、料金が上がるのであれば、通話可能エリアの拡大はしなくても良いという回答が約半分を占めた。
- (6) 世帯における平均支出額は、携帯電話が9,041円、PHSが5,500円、ページャーが1,928円であり、携帯電話のみ増加している。また、通話料金の支出額については、普段はあまり意識をしていないが56.7%であるが、支出額が増大した場合には、最初に削減する項目として利用時間の削減をあげているのが37%であった。

## はじめに

数年前よりはじまった、移動体通信<sup>1)</sup>の爆発的普及は今もなお続いており、平成11年末における加入数は5,600万台を超えている。平成10年度末時点におけるアナログ加入電話の加入数は約5,800万加入であり、その加入数が減少傾向であることから、平成11年度末には加入数が逆転するとの見方がある。移動体通信の約85%を占めるのが、携帯電話である。平成11年末では、伸び率こそ+24%と平成10年末の+35%からは減少傾向ではあるものの、加入数は平成10年末より約+947万台と今なお年々増加している。一方、平成7年に登場したPHSは、初期の段階では爆発的に普及したが、加入数が1,000万台になる前の、平成9年の9月をピークに減少がはじまった。最近の半年間については、560万加入前後で推移しており、平成11年末は平成10年末から約35万台であり、その伸び率は約6%となっている。ページャーについては、携帯電話の普及やPHSの登場に合わせて、年々加入数が減少し、平成11年末は平成10年末から約211万台である。また、ISDNについては、アナログ加入電話の減少傾向とは反対に、平成8年度、9年度では100%超、平成10年度でも60%超の大幅な増加になっている。加入数の増減に連動して、通信量(トラフィック)もそれぞれの通信手段において増減している。PHSは、平成9年度と同様に、加入数は減少しているにもかかわらず、通話時間は約7%増加し、通話回数は通話時間をさらに大きく上回る約25%の増加である。これは、PHSの利用率(1加入当たり1日の通話時間)が高くなってきていることと、ショートメッセージなどと呼ばれる簡易文字メッセージサービスの全通話に占める割合が大きくなってきている

影響があることが推測される。この様に同じ移動電話であっても、携帯電話、PHSとで動向が異なっている。本稿では過去3年間毎年ほぼ同時期(1~2月頃)に実施しているアンケート調査をもとに移動体通信の動向を報告する。また随時、前回(平成11年1月)実施したアンケート調査との比較を併記していく。なお、本稿中の意見や推測等は筆者の私見である。

## 1 アンケートの概要

今回実施したアンケートの概要は以下のとおりである。

### ① 調査対象

関東(茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県)の単身世帯を含む全世帯とする。ただし東京都の離島は含まない。

### ② 発送、回収

発送、回収とも郵送による。発送は平成11年1月初旬

発送から回収までの期間は約1ヶ月

### ③ 配布数、回収数

12,000世帯に配布、1,168世帯より回収(回収率:約9.7%)

図表1~3に標本属性を示す。なお、性別及び年齢に関しては、参考までに「住民基本台帳人口要覧 平成11年度」(自治省行政局)に基づく平成11年3月31現在の関東と全国の平均値を併記し

図表1 性別属性

	人数(世帯主再掲)	シェア	関東平均	全国平均
男性	1,655(1,004)	49.8%	50.3%	49.1%
女性	1,622(1,153)	48.8%	49.7%	50.9%
不明	47(11)	1.4%		
合計	3,324(1,168)			

1)本稿では、自動車電話を含む携帯電話・PHS・ページャーを「移動体通信」と称する。また、自動車電話を含む携帯電話とPHSを「移動電話」と呼ぶこととする。

図表2 年齢属性

	人数(世帯主再掲)	シェア	関東平均	全国平均
10歳未満	362( 0)	10.9%	9.1%	9.5%
10代	424( 0)	12.8%	10.8%	11.5%
20代	466( 127)	14.0%	16.5%	14.8%
30代	566( 258)	17.0%	14.3%	12.9%
40代	501( 258)	15.1%	14.0%	14.0%
50代	443( 245)	13.3%	15.2%	14.6%
60代	323( 181)	9.7%	10.9%	11.6%
70歳以上	227( 87)	6.8%	9.2%	11.1%
不明	12( 12)	0.4%		
合計	3,324(1,618)			

図表3 職業属性

	人数(世帯主再掲)	シェア
全 体	3,324(1,168)	
自 営 業	250( 171)	7.5%
会社員・公務員	1,149( 766)	34.6%
アルバイト	190( 32)	5.7%
無 職	865( 173)	26.0%
小学生以下	454( 0)	13.7%
中 学 生	128( 0)	3.9%
高 校 生	135( 0)	4.1%
大学・短大等	115( 11)	3.5%
不 明	38( 15)	1.1%

ておく

## 2 普及動向

加入数の推移を図表4に示す。この図表からもわかるように、携帯電話の普及率は増加し、PHSの普及率は前年度とほぼ同等、ページャーは減少傾向にある。そこで、この普及率について、アンケート結果から、より詳細な分析を行う。

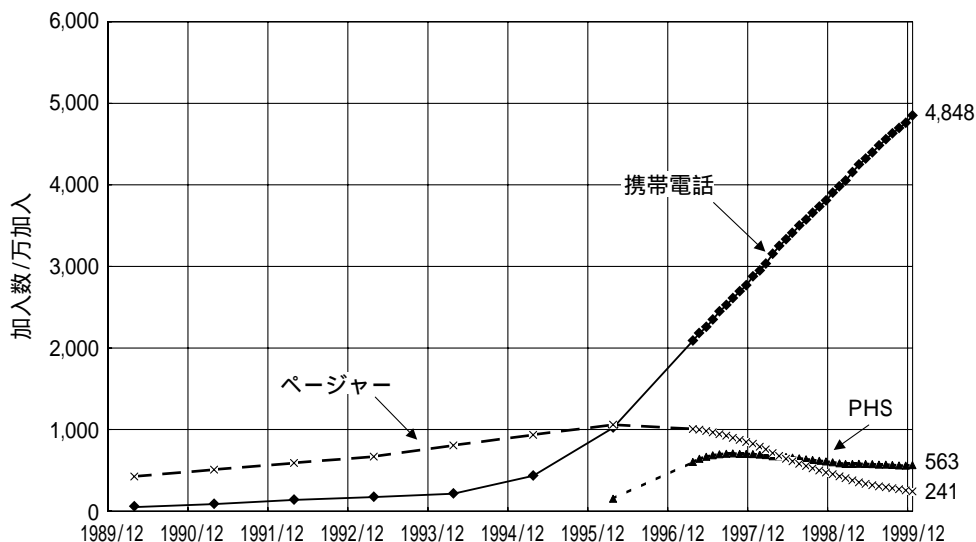
### 2.1 移動体通信の都県別普及動向

図表5のとおり、関東の世帯における移動体通

信の普及率は、携帯電話が67.3% (+8.5ポイント(ポイント：前回調査からの増減。以下数字のみ記述))、PHSが14.0% (+0.6)、ページャーが2.8% ( -1.6)であった。PHSは前回 1.0ポイントであったので、マイナスからプラスに転じており、普及率の低下に歯止めがかかった可能性がある。

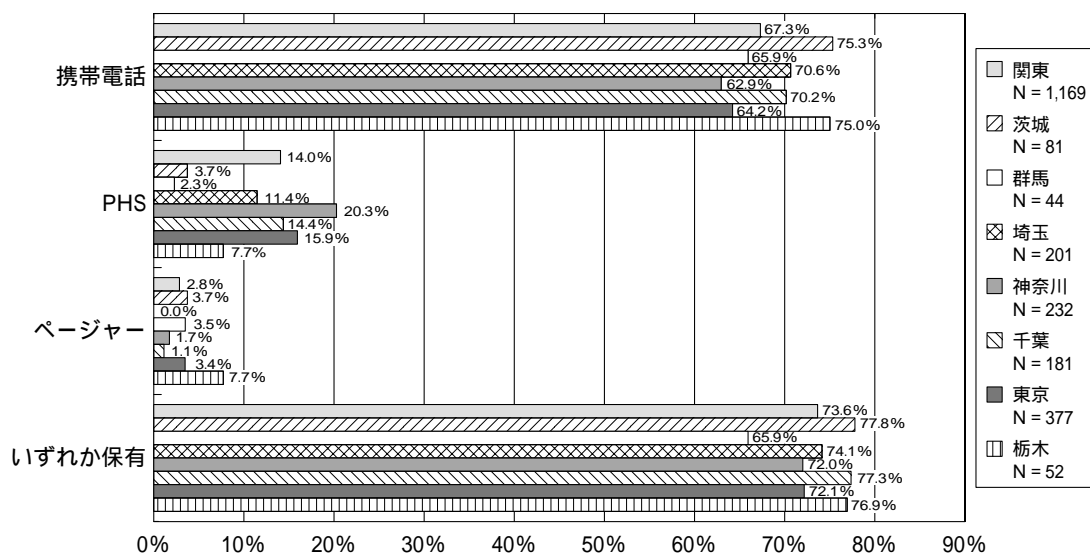
また、移動体通信をいずれか保有している世帯は73.6% (+7.4)であった。一方、携帯電話を複数台保有する世帯は27.2% (+4.9)、PHSを複

図表4 移動体通信の加入数の推移





図表5 移動体通信の世帯普及率



数台保有する世帯は2.1% (+0.3) となっている。前回同様、移動電話の同一世帯内における複数保有率が加入数の増加に伴い、増大していることがわかる。PHSは、前回 0.9ポイントであったが、今回は若干のプラスに転じている。次に都県別の比較を試みる。都県の普及率の格差は携帯電話が最大12.4ポイント (+7.5)、PHSが最大18ポイント (+12) となっている。各都県の格差をポイント数だけを見た場合、携帯電話については、前回と同様格差が拡大する傾向にあるが、PHSでは前回減少していた格差が、拡大することとなった。ただし、今回は有効回答数が前回の約半分であることと、PHSの普及率が低下していることから、最も普及率の低い群馬県ではPHS保有世帯数は1世帯のみとなってしまっている。そこで、PHS保有世帯数が10世帯以上の埼玉県、神奈川県、千葉県、東京都だけを見ると、都県の格差は最大8.9ポイント (+2.9) となるが、格差が広がる傾向自体は変わらない。

移動電話について個人普及率を図表6に示す。

栃木県については、世帯当たりの家族人数が約3.5人と関東最高であるため、携帯電話の個人普及率は関東地方の都県の中で、下から2番目と低

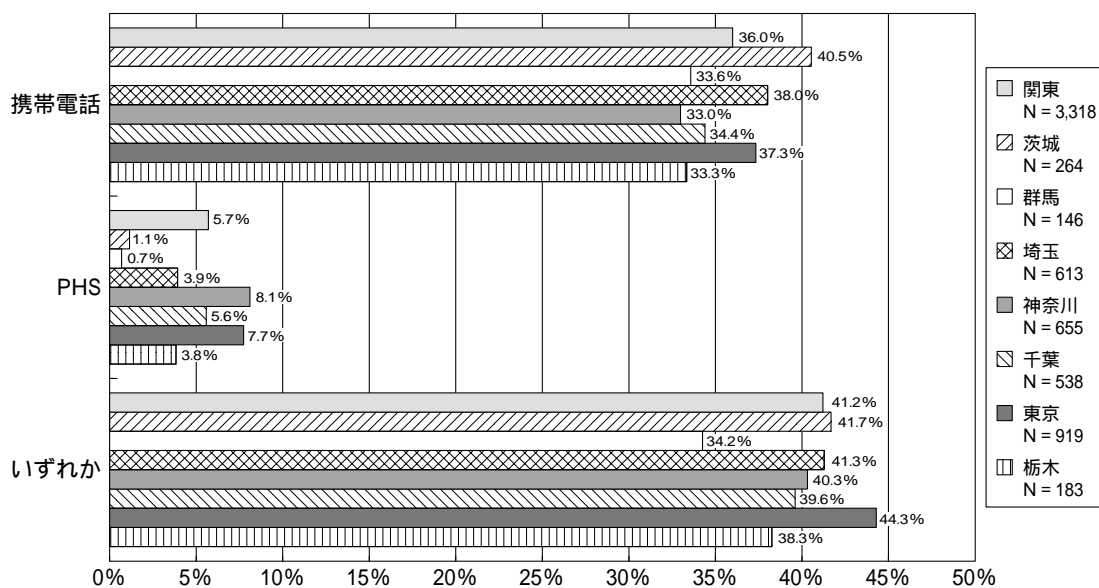
迷しているが、世帯普及率では2番目に高くなっている。

## 2.2 移動体通信の個人普及動向

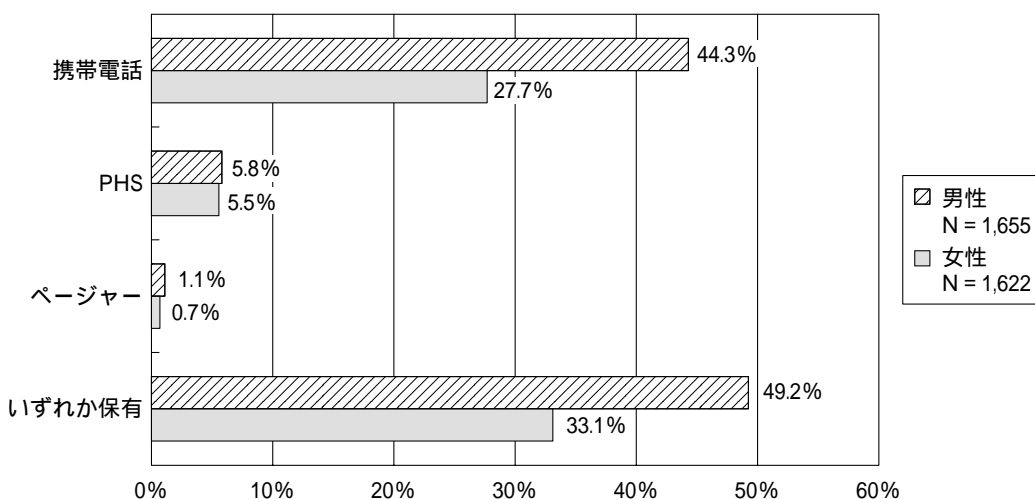
移動体通信の個人普及率は、携帯電話が36.0% (+6.0)、PHSが5.7% (+0.4)、ページャーが0.9% (-0.7) であった。ここでも携帯電話増加、PHS・ページャーの減少という傾向は変わらない。移動体通信のいずれかを保有しているのは、42.1% (+6.5) であった。また保有者のうち、移動体通信の複数保有率は1.3% (-2.8) となっており、前回と同様に低下している。

これは、前回同様にメインで使用する移動体通信以外の利用頻度が少ないため、複数保有するメリットが感じられず、複数保有率が減少した可能性がある。前回の調査では、通常の通話を携帯電話で行い、データ通信にはPHSを使用することで、複数保有率増加の可能性を指摘したが、現在はその傾向は現れていない。理由としては、携帯電話のデータ通信に関するサービスの向上を受けて、PHSをデータ通信に利用するために買い足すことにメリットを感じないと考える人が多いことが考えられる。次にこの普及率を個人の属性別に見て

図表6 携帯電話の個人普及率



図表7 性別普及率



みる。

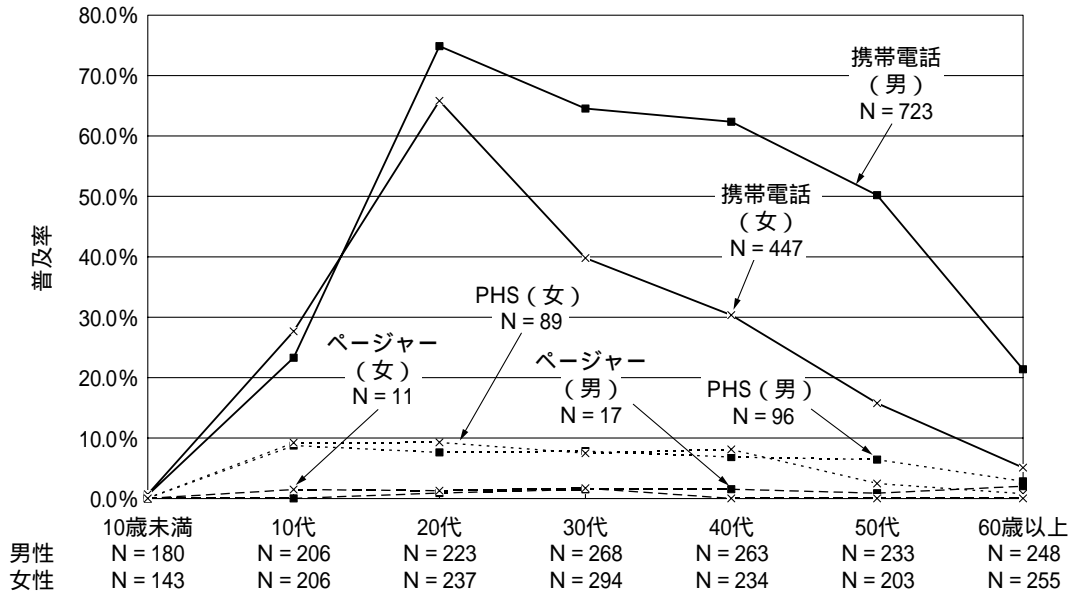
(1) 性別年代別普及率

普及率を性別で見ると、携帯電話で男性が44.3% (+8.0)、女性が27.7% (+4.4)となっている。前回の調査における伸び幅は、男性が+7.8ポイントで女性が+8.7ポイントであり、男女間の格差は縮まる傾向にあったが、今回の調査では格差が広がる傾向にある。PHSは男性が5.8% (+0.7)、女性が5.5% (0.2)となっている。

いずれも1.0ポイント以下の微小な変化ではあるが、男性の伸び幅がマイナスからプラスに転じている。ページャーについては、男性が1.1% (1.1)、女性が0.7% (0.4)とともに減少しており、基本料金無料のページャーなども昨年登場したが、普及率の回復には至っておらず、減少傾向に歯止めはかかっていない。

移動体通信いずれかの保有では、男性が49.2% (+7.6)、女性が33.1% (+3.9)となっており、前回と同様に男性の方が高くなっている。

図表8 性別年齢別普及率

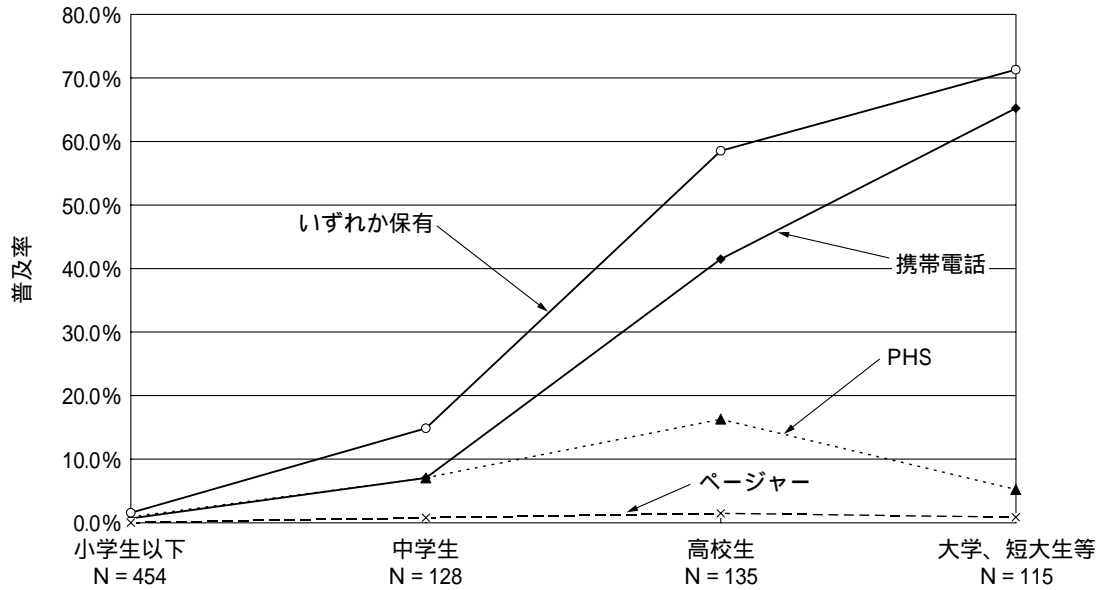


次に図表8で性別、年齢別を合わせて見てみる。どの移動体通信も前回と傾向は非常に似通っている。携帯電話においては、全体的に普及率が底上げされた形になっている。その中で伸び率は40代の男性の62.4% (+14.9)が最も大きくなっており、次に大きいのは10代の女性で21.7% (+14.1)となっている。普及率自体では20代の男女が前回同様、もっとも高く、それぞれ74.9% (+10.7)、65.8% (+6.8)となっている。また男性の20代~50代の普及率が遂に50%を超えた。一方、PHSの普及率はあまり年齢、性別に関係しなくなっている。つまり普及率の比較的高かった20代以下では男女とも普及率が減少し、逆に30代以上の男性と30代、40代の女性で普及率がわずかに上昇している。男性は10代、女性が20代でもっとも普及率が高くなっており、それぞれ8.7% (0.5)、9.3% (0.4)であった。ページャーは図表8と同様あまり特徴が無く、非常に低い水準の普及率である。もっとも普及率が高いのは、男性が30代、40代で1.5%、女性が30代で1.7%である。

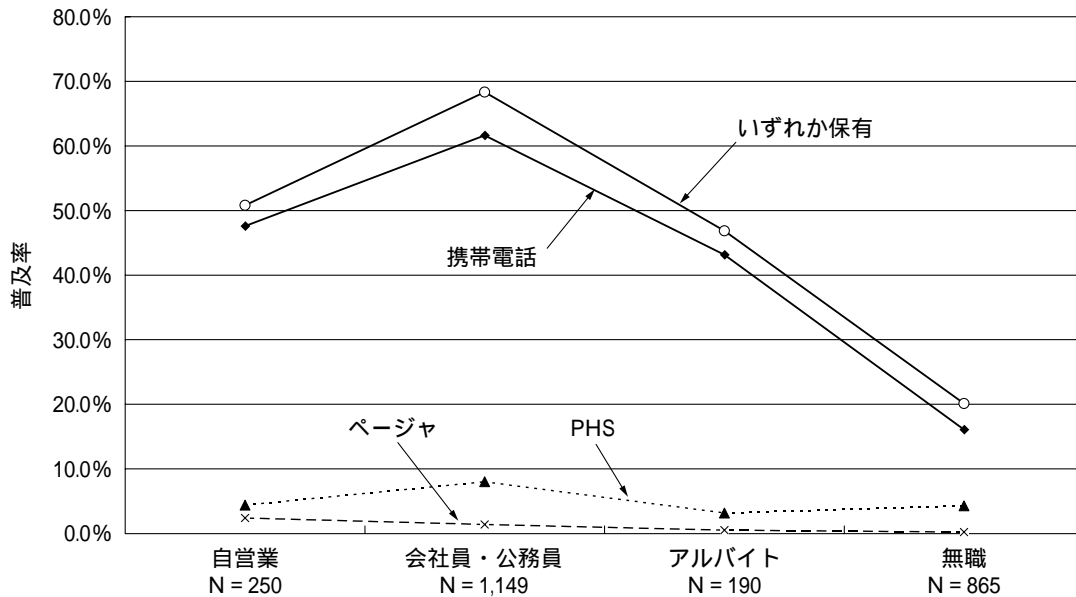
## (2) 職業別普及率

次に職業別の移動体通信普及率を見てみる。なお、学生については、さらに詳細に小学生以下、中学生、高校生、大学・短大生等と区分を行った。まず、学生への普及率を図表9に示す。携帯電話については、傾向としては前回とあまり変わらず、全体的に普及率が上がり、大学・短大生等がもっとも普及率が高く65.2% (+11.6)である。PHSについては、高校生がもっとも普及率が高く16.3% (6.3)であった。携帯電話の伸び率について見ると、高校生が普及率41.5%で+21.5ポイントの大幅成長を示している。これは、高校生のPHS普及率の減少分をはるかに上回る伸びであり、その結果、高校生に最も普及している移動体通信がPHSから携帯電話に移った。一方、大学・短大生等では、PHS普及率の伸び幅が8.9ポイントであることから、PHSから携帯電話への乗り換えが、携帯電話の伸び率の大きなウェイトを占めている可能性がある。ページャーについては、すべてのグループで普及率が低下しており、もっとも高い普及率の高校生でも1.5% (5.7)となっている。移動体通信全体で見ると、高校生におい

図表9 移動体通信の学生への普及率



図表10 移動体通信の職業別個人普及率



て58.5% (+8.5)、大学・短大生等において71.3% (+1.3)の普及率となっている。

次に学生以外の職業別について見てみる。全体的な傾向は他の図表と同じである。携帯電話においては、前回同様、会社員・公務員が61.6% (+11.3)と10ポイント以上の高い伸び幅を示している。一方、自営業は47.6% (+0.5)で、前回の伸び幅も+2.5ポイントであり普及率は頭打ちの

傾向にある。また、アルバイトも43.2% (+7.4)と前回の伸び幅+15.8ポイントからは低下したものの、順調に伸びており、仮にこの傾向が継続するとすれば、次回の調査時には2年前で最も普及率の高かった自営業を抜いてしまうことになる。

### 2.3 非音声系サービスの利用について

平成10年頃より、携帯電話やPHSの端末間で、

簡単な文字メッセージをやりとりする、簡易文字メッセージサービス等とよばれるサービスが、利用されるようになってきた。最近は、インターネットの普及効果もあり、e mailを送受信できるサービスも提供されている。さらには、インターネットのwwwの様に企業や一般の人が作成する情報提供サイトを閲覧できるサービスも開始されており、サイトの中には預貯金の残高照会などのネットバンキングや、CDや本などのネットショッピングなどの電子商取引が行えるところもある。各事業者とも、音声通話だけでは無く、非音声系サービスを提供することで新たな需要を開拓しようとしている。そこで非音声系サービスの利用動向に関する調査項目を、今回新たに追加した。まず、非音声系サービス全体の利用動向を図表11に示す。母数は携帯電話の保有者全員である。

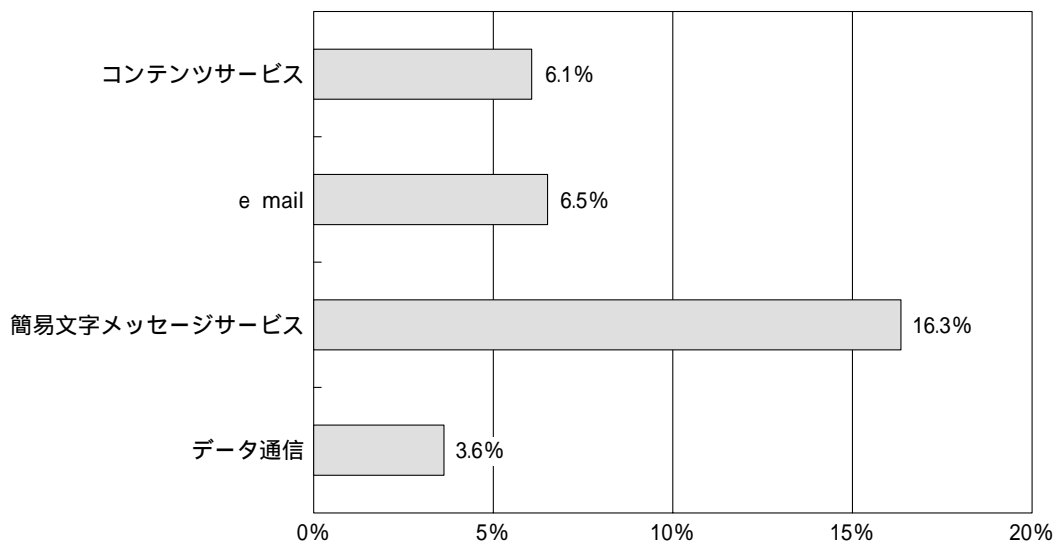
図表11の中で、コンテンツサービスとは、前述の文字による情報提供サービスや、ネットバンキング、ネットショッピングなどを提供するサービスのことであり、データ通信とは、携帯電話をパソコンやPDAに接続し、インターネットサービスプロバイダを経由して、ホームページの閲覧やe mailのやりとりをすることである。この結果が

ら、簡易文字メッセージサービスがもっとも利用されていることが分かる。また、データ通信の利用率が最も低くなっているが、これは他のサービスが携帯電話単体でサービスを利用することが可能であるのに対して、パソコンやPDA等に接続する必要がある分、手軽さに欠ける事が理由である可能性が推測される。郵政省が平成11年11月に発表した「トラヒックからみた電話等の利用状況【平成10年度】」によると、PHSの平成10年度における1回当たりの通話時間は、平成9年度から減少しており、通話時間別通話回数では全体の約45%が10秒以下の通話であることがわかる。この10秒以下の通話において、かなりの割合を簡易文字メッセージサービスが占める可能性がある。

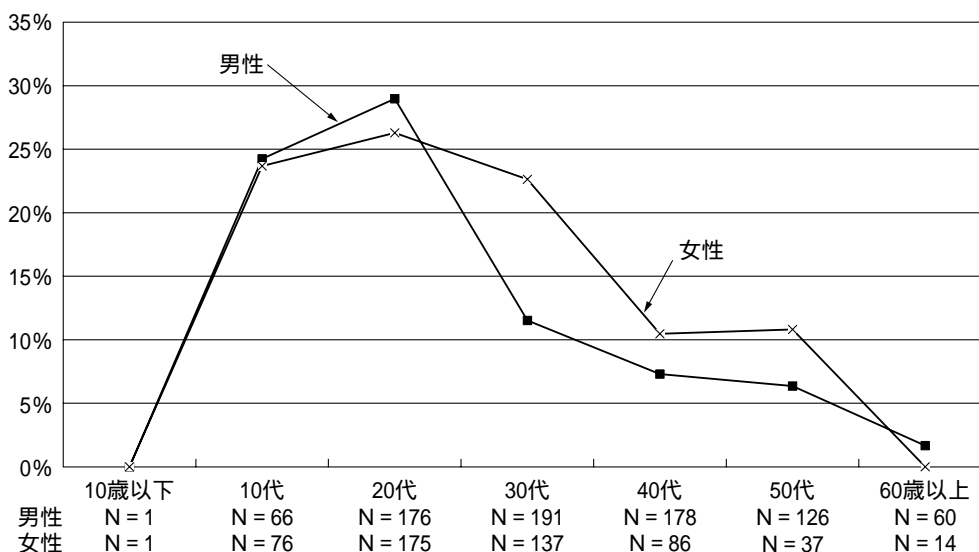
次に、もっとも利用率の高い簡易文字メッセージサービスに対して、もう少し詳細に見てみる。まず、性別年齢別の利用率を図表12に示す。

もっとも利用率が高いのは、男女ともに20代であり、利用率は男性が29.0%、女性が26.3%である。10代、20代では男性の方が利用率が高く、30代から50代では、女性の方が利用率が高くなっていることがわかる。全年齢で見ると、男性が13.9%、女性が20.5%と女性の利用率の方が高く

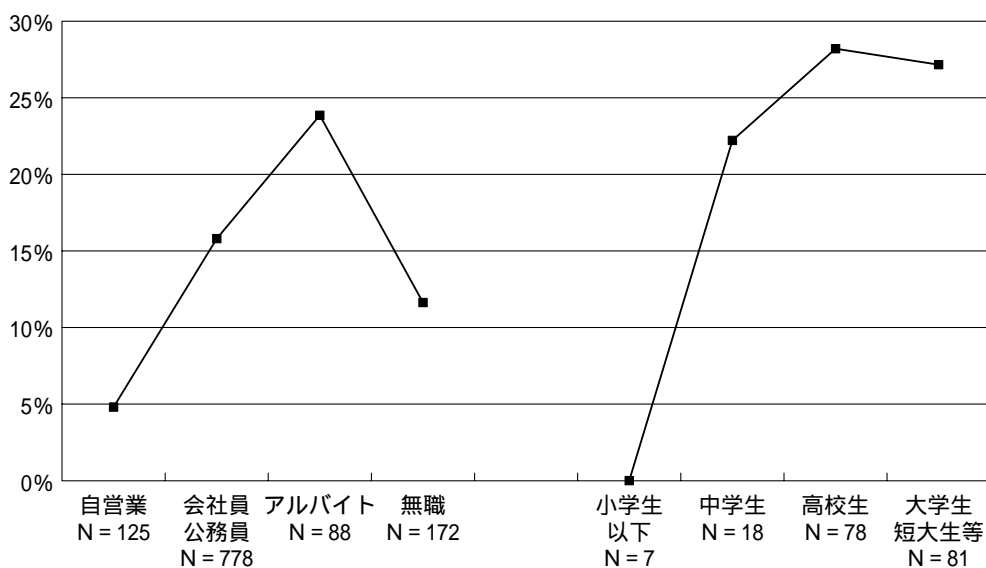
図表11 非音声系サービスの利用 (N=1,352)



図表12 簡易文字メッセージサービスの性別年齢別利用率



図表13 簡易文字メッセージサービスの職業別利用率



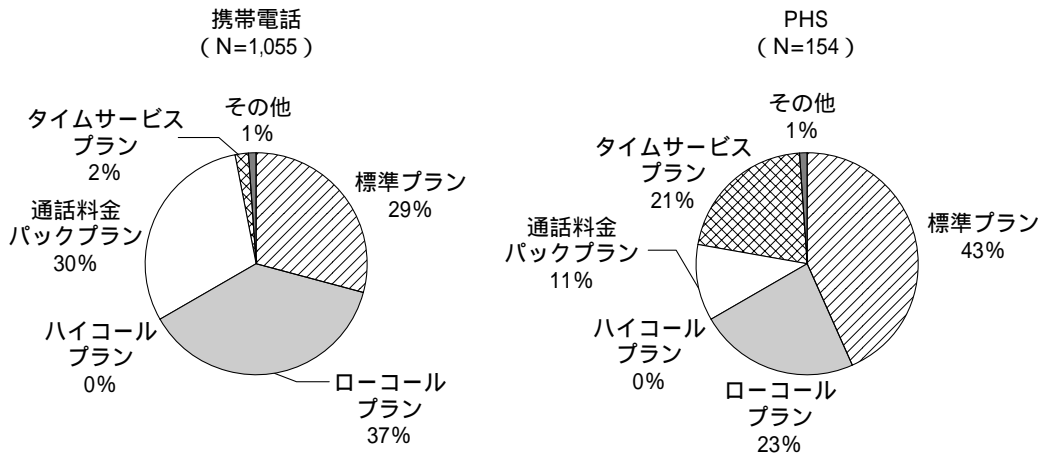
なっている。次に職業別の利用率を見てみる。

この図から、簡易文字メッセージサービスの主な利用者層は、学生やアルバイトであることがわかる。利用率はアルバイトが23.9%、中学生が22.2%、高校生が28.2%、大学生・短大生等が27.2%となっている。また、会社員・公務員も15.8%と割と高い利用率になっている。

## 2.4 加入形態について

現在、ますます加入プランは増えており、加入時には、どの加入プランにするか、悩むほどである。前回同様ここでは、この加入プランを1)標準プラン、2)ローコールプラン、3)ハイコールプラン、4)通話料金パックプラン、5)タイムサービスプランの5つに大別してみた。なお、ローコールプランとは、基本料金を低めに設定する代わりに通話料金が標準プランよりも高くなっ

図表14 各携帯電話のプラン別加入率



ており、通話頻度が少ない人向けのプランである。ハイコールプランはその逆で、基本料金が高く設定されている代わりに、通話料金が安くなっているプラン、通話料金パックプランとは、あらかじめ基本料金に一定金額分の通話料金が含まれているプランである。タイムサービスプランとは、基本料金を低めに設定する代わりに、通話を行う時間帯が限定されていたり、指定時間帯以外での使用では割高な通話料金が設定されているプランである。携帯電話とPHSの加入形態を図表14に示す。

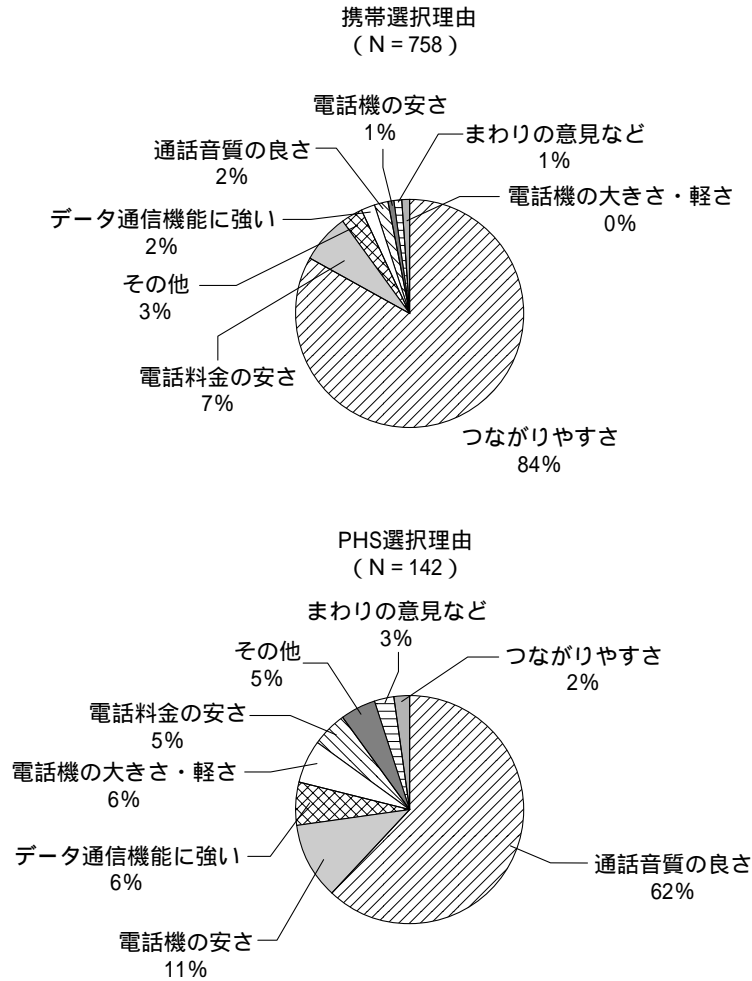
携帯電話について標準プランは29%であり、前回と変わっていない。一番多かったのは、ローコールプランの37%（2）であった。いずれのプランも前回と比べて数ポイントの変化しかなく、これは、現在のプランに満足しているケースと、どのプランに変更したらよいかわからなかったり、その手間を惜んでいるケースがあると推測できる。PHSについては、まだ標準プランが一番多く、割合は43%（18）である。標準プランの減少分は、タイムサービスプランが21%（+11）、通話料金パックプランが11%（+5）に振り替えられている可能性がある。PHSは携帯電話よりも標準プラン以外のプランの登場が遅れたために、今後も標準プランからのプラン変更が進む可能性があ

ろう。

次に携帯電話には、携帯電話とPHSがあるが、携帯電話を選んだ（PHSを選んだ）その理由を回答してもらった。その結果を図表15に示す。まず、携帯電話を選んだ理由の一番は「つながりやすさ（エリアの広さ・密度）」で、約84%と圧倒的であった。これは、携帯電話にとっては、いつでもどこでも必ず通話できる事が非常に重要であることを示している。ちなみに二番目は電話料金の安さで、約7%であった。一方、PHSの理由の一番は、「通話音質の良さ」が約62%であり、これも過半数以上である。最近では携帯電話も音声品質の向上のために様々な技術を投入しているものの、PHSの音声品質には届いていない。二番目は「電話機の安さ」で11%である。PHS登場当時の様に、店頭でタダ同然の価格で端末を販売されることは、かなり減ってきているものの、携帯電話と比較してPHSの店頭における価格はかなり低い。PHS事業者が力を入れている、データ通信に関しては約6%にすぎず、前述のデータ通信利用率の結果と同様、この点に注目している利用者は、現在のところそれほど多くない。

次に、加入事業者を選択した理由について図表16に示す。図表における値（%）は、1番目の理

図表15 携帯電話とPHSとの選択理由



由を回答した世帯数を母数として算出した。

① 1番目の理由

前回同様に「通話エリアの広さ、つながりやすさ」が38%と一番多かった。それ以下も「ブランドイメージ・知名度」、「基本料金および基本料金に関わる割引サービス」と前回同様になっている。

② 2番目の理由

ここも、1番目の理由と全く同じ理由が上位3つになっている。前回も同様である。

③ 3番目の理由

「なんとなく」が上位3番目になっている。

以上、加入事業者選択の傾向としては、前回と若干の違いはあるものの、基本的なところでは、それほど違いはなかった。

3 移動体通信への世帯支出額について

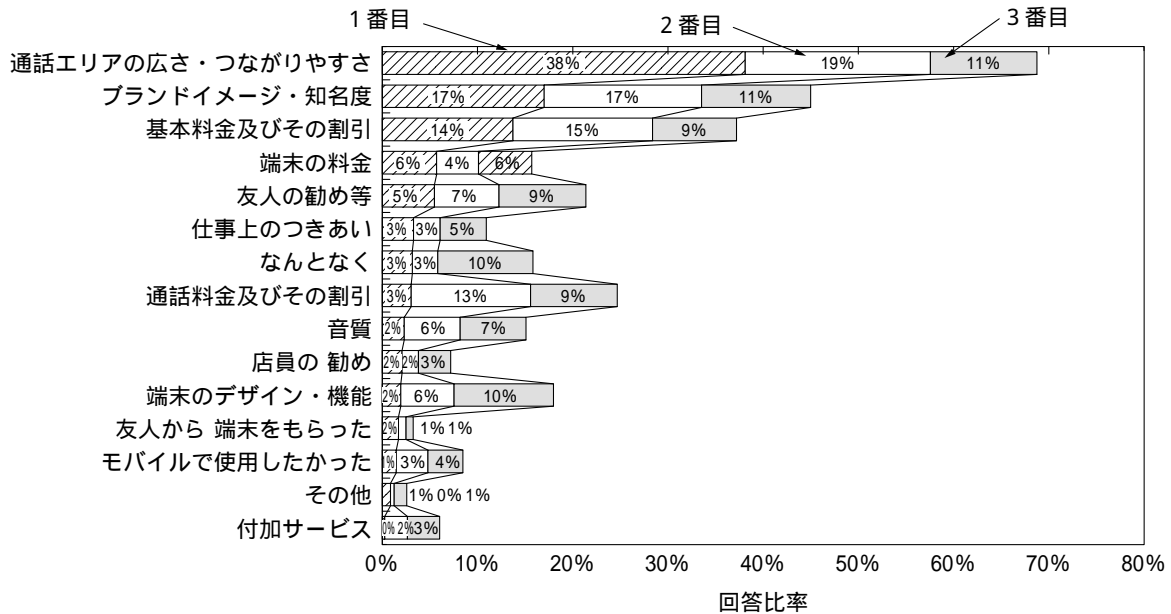
3.1 携帯電話、PHS、ページャーの一ヶ月あたり支出額

図表17に各移動体通信の支出額を示す。なお、支出額には基本料金が含まれている。また世帯主が自営業の場合は、業務に使用している場合が考えられるので、世帯主が自営業以外の職業の世帯のみについて集計を行った。

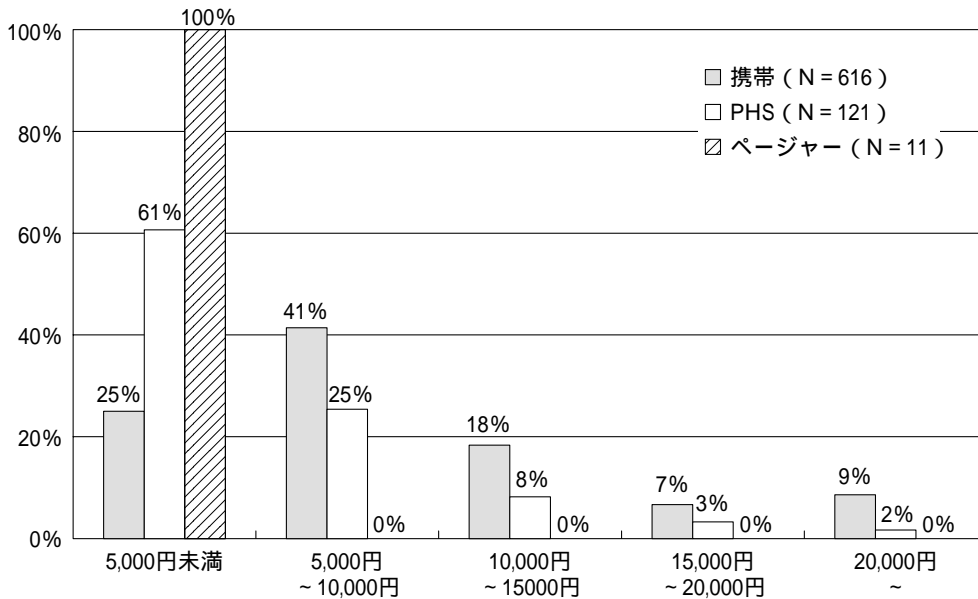
まず携帯電話について見てみると、もっとも多いのは前回と同様に5,000円から10,000円の間で41%になっている。2番目に多いのも前回と同様に5,000円未満である。各支出額のランクの割合も前回とあまり大きな違いはない。最高は90,000



図表16 事業者の選択理由 (N = 824)



図表17 移動体通信の世帯支出額

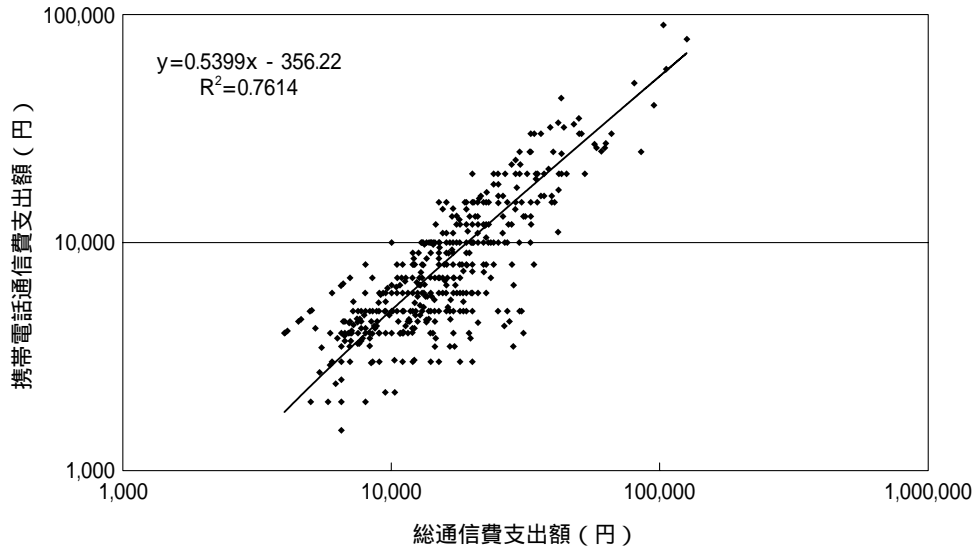


円であった。また平均支出額は、9,041円 (+643円) であり、前は支出額が低下傾向 (953円) であったが、今回ではプラスに転じている。携帯電話の基本料金や通話料金は低下傾向にあるにも関わらず支出額が増大してことは、世帯における携帯電話の保有率が増加 (1世帯で所有する携帯電話の台数が増加) したことで、世帯全体の通話時間が増加したこと、そして通話料金の高い遠距離

の通話が増加したこと等が原因として推測される。

次にPHSについて見てみると、基本的な傾向は前回と変わらず、5,000円未満が一番多かった。最高は60,000円であった。平均支出額は5,500円 (173円) であり、前回同様に支出額の若干の低下が見られる。利用者の通話時間は増加傾向にあると思われることから、支出額低下の原因は、

図表18 総通信費支出と携帯電話通信費支出



通話時間の短い簡易文字メッセージサービスの全通話量に占める割合が大きくなったことと、料金の安い近距離の通話の占める割合が大きくなっていることが推測される。

次にページャーについて見てみると、全ての利用世帯の支出額が5,000円以下となり、最高は4,800円、平均支出額は1,928円(395円)であった。

ここで、特に携帯電話の通信費支出が総通信費支出と相関関係があるかを見てみる。

ここから、携帯電話の通信費支出と総通信費支出との間には、かなりの相関関係が見られる。

### 3.2 携帯電話の支出について

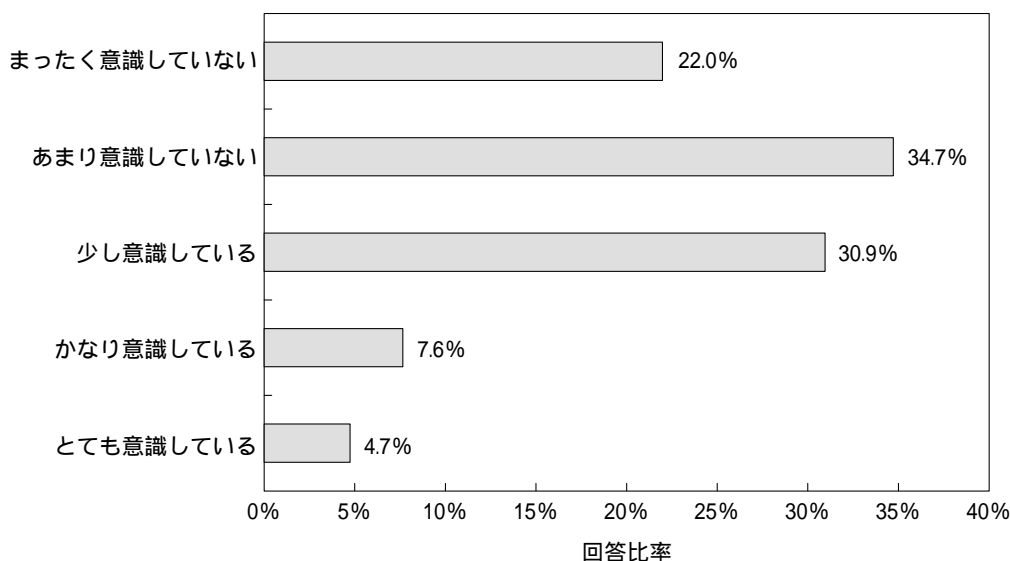
ここでは、携帯電話・PHSに関する毎月の支出が加入電話や他の消費へどのような影響を与えるかを見てみる。

まず移動体通信費に対する意識を図表19に示す。これはアンケートにおいて、移動体通信を使用することによって、日常生活の中の何か他の出費や貯金を減らすことを意識しているかどうかを質問した結果である。こちらの図表も、前回の

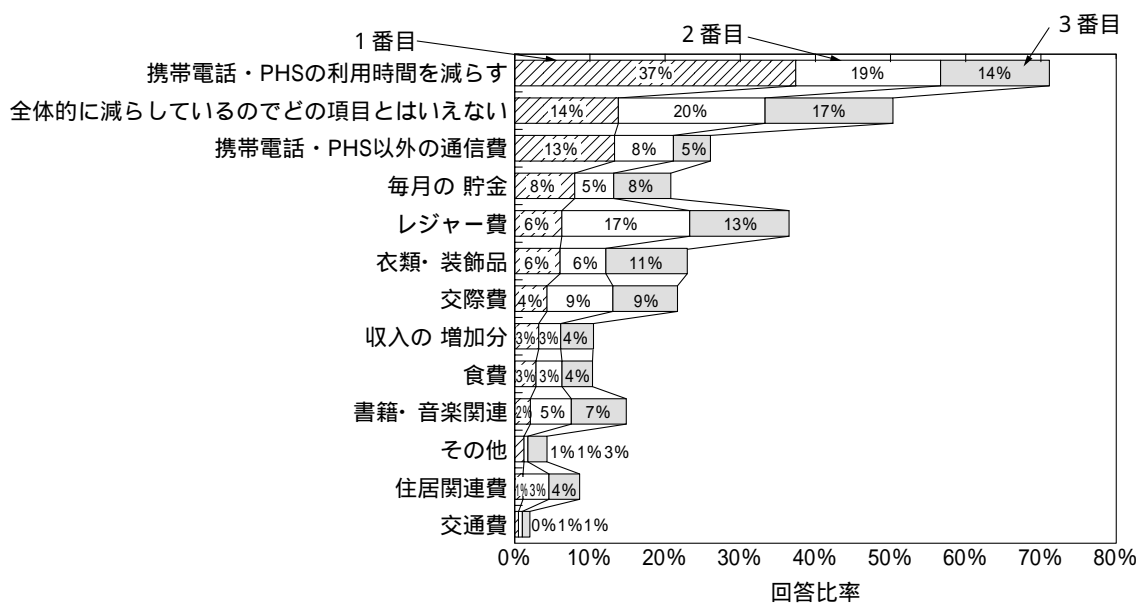
結果と基本的な傾向は変わっておらず、「あまり意識していない」人が最も多く34.7%である。

次に、携帯電話の電話料金が高くなったり、通話時間が長くなることにより、携帯電話に対する支出が増大した場合、どのように対処するかについて、対処する金額が多い項目順に回答してもらった。なお各比率は1番目の回答を行った世帯数を母数として算出した。先の図表19で示したように、意識を少しでもしている人の割合が、43.3%と半数以下になっているので、そもそも半数以上の人は、どの項目で移動電話通信費用の増加分を削減するかは、特に考えていないと思われるが、結果は「携帯電話・PHSの利用時間を減らす」が1番目の項目としてもっとも回答多く(37%)、「全体的に減らしているのでどの項目とはいえない」がそれに続いた(14%)。普段は移動体通信費に対しての意識はあまり高くないが、実際に通信費が増大した場合は、まずその増大した通信費自体を削減しようとするのがわかる。このことは、携帯電話が主にプライベートに使用されていることから、その通話量は自分で制御できると考えており、また、他の支出項目よりも支

図表19 各世帯の移動体通信費に対する意識 (N=824)



図表20 各世帯の各支出への影響 (N=813)



出の優先順位としては低いと解釈することも可能である。

### 3.3 料金水準

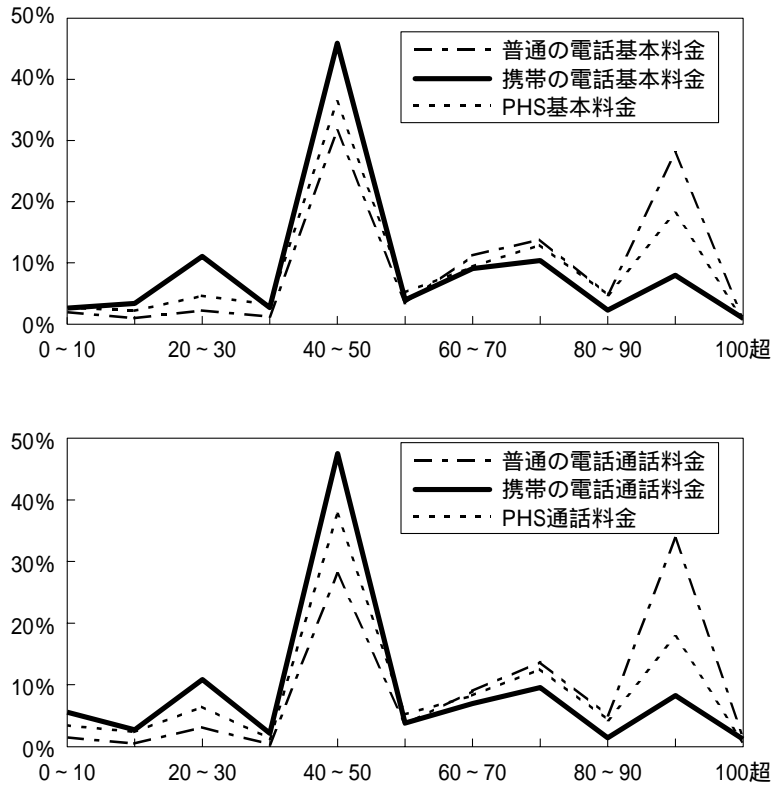
各世帯に電話料金の水準を現在(平成12年1月時点)を100として、加入電話・携帯電話・PHSの基本料金および通話料金について、どれくらいの料金水準が理想であるか回答してもらった。そ

の結果を図表21に示す。

結果は前回とほとんど同じで、加入電話、携帯電話、PHSの基本料金、通話料金の全ての項目で、数%の変化しかなかった。

加入電話については、基本料金が40~50の回答が32%、通話料金が90~100の回答が34%ともっとも多かった。なお基本料金の平均は約72(1)、通話料金の平均は75(1)であった。

図表21 各世帯が理想とする移動電話の料金水準



携帯電話については、基本料金、通話料金とも40~50と回答した人が約半数を占めた。基本料金の平均は約56( 2 )、通話料金の平均は約55( 1 )であった。

PHSについても、基本料金・通話料金とも40~50の回答がもっとも多かった。基本料金の平均は約65、通話料金の平均は約64と、前回と全く同じになっている。

### 3.4 通話エリアの拡大希望

現在、移動電話の通話エリアは拡大を続けており、通常の行動範囲の中は、だいたい通話エリアになっている。それでも、人口密度の低い地域の中には通話できない場所がまだ存在する。また、ビルの中や地下街など三次元的に見ると、都市部であっても通話できない場所が存在している。そこで、今回のアンケートでは、現在の通話エリアに関して、通話料金や基本料金が上がったとして

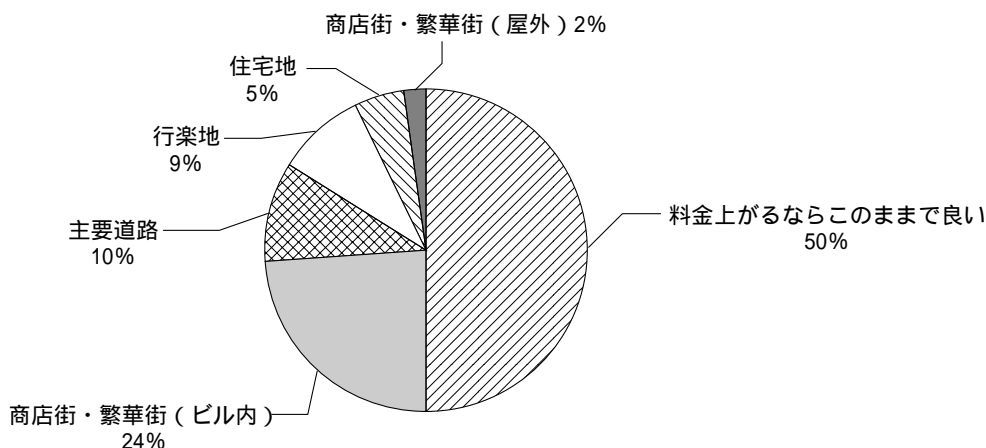
も、より通話エリアを拡大して欲しいかどうかを回答してもらった。その結果を図表22に示す。

50%の人は、料金が上がるのであれば、これ以上通話エリアを充実させることは必要ないということであった。これは、現在の通話エリアにある程度満足していて、通話料金や基本料金を安くする方が、優先順位としては高いことを意味する。前述の図表15における、携帯電話選択理由の一番は「つながりやすさ」であり、図表16の事業者選択の理由の一番も「通話エリア・つながりやすさ」である。つまり約半数の人は、移動電話としてどの事業者に加入するかは、「つながりやすさ」をもっとも重要視しているが、利用する際には、「つながりやすさ」よりも「料金の安さ」を重要視していると思われる。

## 4 まとめ

本稿では、2000年1月に実施したアンケートの

図表22 通話エリアの拡大希望 (N = 814)



結果を用いて、関東地方における移動体通信の普及状況や利用状況について分析を行なった。99年1月に実施した前回の調査では、簡易文字メッセージサービスに対する利用増から、PHS普及率の減少に歯止めがかかることが予想されたが、実際、加入数の減少スピードは緩やかになってきている。しかしながら、PHSの中心的な利用者層であった学生への普及率は減少を続けている一方で、中高年齢層の普及率に若干の回復傾向が見られることから、PHSの利用層、利用形態が変わりつつあることが示唆されている。携帯電話については、品質の向上や多種多様なサービスの提供、料金体系の多様化をうたい文句に、各事業者が熾烈な競争を繰り広げた結果、サービス品質の向上・料金低廉化が実現し、加入数や普及率の増加が引き続きもたらされている。

さて、移動体通信の普及率が42.1%に達している現在、音声通話を中心とした従来型サービスに固執しては事業の成長がそれほど見こめない可能性があるため、携帯電話の事業者は、新たな需要を開拓する手段として、非音声系サービスに力を入れてきている。高速データ通信の実現が特

徴の一つであるIMT - 2000の登場を視野にいれた場合、このことは新規市場の開拓であるとともに、潜在的ユーザの早期囲い込みとして捉えることもできよう。そもそも、非音声系のデータ通信については通信速度の面からPHSが優位性をもつ分野ではあったが、データ通信に適したパケット交換方式を採用する携帯電話事業者も現れるなど、PHSの優位性は徐々に失われつつある。実際、NTTDoCoMoが提供するiモードサービス(携帯電話を利用したパケット交換方式によるコンテンツサービス)は、平成12年3月15日現在で500万契約を達成している。他方、PHSにおいてもPHSの優位性をフルに活かした定額制インターネット接続サービスなどが提供されつつあり、今後の展開が期待されよう。

来年度は携帯電話、PHSの両事業者とも前述のIMT - 2000の登場を見据えたサービス提供が期待されるが、それに応じて適切な政策決定を行なうためには、音声系サービスのみならず非音声系サービスにも注目した普及動向調査が生み出すデータや分析結果が重要なインプットとなる。

### 参考文献

- 大石明夫（1998）「移動体通信の普及動向と通話支出」『郵政研究所月報 116』
- 実積寿也、安藤正信（1999）「移動体通信の普及動向と通話支出」『郵政研究所月報 130』
- 自治省行政局編 財国土地理協会発行（1999）「平成11年 住民基本台帳人口要覧」
- 郵政省 電気通信局（1999）「トラヒックからみた電話等の利用状況（平成10年度）」

### 参考ホームページアドレス

総務庁統計局 <http://www.stat.go.jp/>

（社）電気通信事業者協会 <http://www.tca.or.jp/>

# 地域における障害者、高齢者福祉の担い手から見た郵便局

情報通信システム研究室研究官 平野 純夫

### [要約]

介護保険制度の開始や社会福祉基礎構造改革の実施等により、地域における障害者、高齢者福祉を取り巻く環境は大きく変化している。従来は、行政の措置による「与える福祉」だったのに対し、今後は利用者が主体的に福祉サービスを選択できるようになり、民間営利企業も含めた多様な機関が地域福祉に参入することが見込まれている。それに伴い福祉の供給体制も行政主導の画一的なものから地域のあらゆる資源を活用する方向に変わりつつある。

郵政事業においては、従来から様々な障害者、高齢者向け施策を実施してきたが、このような環境変化の中で、今後、郵便局が地域の福祉においてどのような役割を果たすべきか、ニーズに即して在り方を検討するため、地域における障害者、高齢者福祉の担い手である自治体、社会福祉協議会及び民間非営利団体を対象としたニーズ調査を実施した。

調査の結果、郵便局における福祉サービスやボランティア関係の情報提供、郵便局の外務職員による一人暮らしの高齢者等の安否確認を始めとする援助を必要とする人たちの情報収集等に関するニーズが高いことが判明した。

今後とも、郵便局が、その有する資源を活用し、地域における福祉関連機関と連携しながら、障害者、高齢者福祉に貢献していくことが望まれる。

## 1 はじめに

郵政事業においては、公共的な性格を持つ事業としての責務等から、障害者、高齢者の福祉に資するための種々の施策を実施してきた。今後、郵政事業の公社化を控え、障害者、高齢者施策にどう取り組んでいくかは、事業に対する国民のイメージにも影響を与える重要な問題であると考えられる。このことにかんがみ、郵便局が今後、地域における障害者、高齢者福祉においていかなる役割を果たしていくべきかを検討するため、地域

における障害者、高齢者福祉の担い手である市町村、社会福祉協議会等を対象とする郵便局へのニーズ調査を中心とする調査研究を実施した。

## 2 郵便局と障害者、高齢者福祉

### 2.1 郵政事業が実施している障害者、高齢者向け施策

郵政事業が実施している障害者、高齢者向け施策は、次のような分類が可能である。

- ① 事業サービスへのアクセスを容易にするもの  
局舎のバリアフリー化、点字による各種サービ

スの案内等郵政事業のサービスへの障害者、高齢者のアクセスを容易にするもの。

## ② 障害者、高齢者の生活支援

### ア 事業サービスに係るもの

(例)

- ・郵便事業：障害者のための郵便料金の軽減、青い鳥郵便はがき等
- ・為替貯金事業：要介護者、障害者のための金利の優遇、年金配達サービス等
- ・簡易保険事業：重度障害による保険金の支払、保険料の払込免除、簡易保険の年金の居宅払等
- ・簡易保険の加入者福祉施策：ケアタウン構想、かんば健康増進支援事業等

### イ 事業サービス以外のもの

(例)

- ・郵便配達時における高齢者への励ましの声かけ
- ・郵便局における高齢者等のためのパソコン教室

郵政事業がこのような障害者、高齢者向け施策を実施する理由としては、主として以下の2点が挙げられる。

#### ① 事業の有する公共性

事業の基本法である、郵便法、郵便貯金法及び簡易生命保険法においては、「公共の福祉の増進」（郵便法第1条）や「国民の経済生活の安定を図り、その福祉を増進する」（郵便貯金法第1条、簡易生命保険法第1条）ことを目的としており、郵政事業には高い公共性が求められていること。

#### ② 国の機関としての責務

「郵便局ビジョン2010」において「高齢者、障害者福祉等、国の政策課題の実現に必要とされているサービスは、収益性になじまないサービスであっても、郵便局では積極的に実施している」と述べられているように、国の機関として政策課題

の実現に寄与する責務があること。

上記①の「事業の有する公共性」については、公社となった後も、事業の法的性格が変わるわけではないため、変化はないと考えられる。

また、②の「国の機関としての責務」については、公社となった後は、国の行政機関としての責務が公社としての責務に変わることとなり、そのことにより、政策課題の実現という責務が弱まることはないにしても、国の政策課題との関係は行政機関に比して、直接的ではなくなると考えられる。

従って、公社としての独立性が高まることに対応して、収益性になじまないサービスの実施については、国の政策課題の実現（例えば郵便局におけるワンストップ行政サービス）という観点とともに、公社の社会貢献施策としても位置付けることが適当と考えられる。

一般の企業にあっても、収益に直接結びつかない社会福祉的な行為を社会貢献策として実施している例が多いが、これは、事業の活動基盤である地域社会との円滑な関係を維持していくことは企業にとって必要なコストであるという考え方に基づくものである場合が多い。

従来から、郵政事業にあっても、地域社会の中での郵政事業・郵便局という位置付けを重視してきたところであるが、今後、郵便、為替貯金、簡易保険の各事業が郵政省の部局として存在する状態から、公社として独立した組織となることによって、統一的なポリシーに基づく社会貢献施策を打ち出し、積極的にアピールしていくことが、公社の社会的評価を高めるという面からも有益であると考えられる。

社会貢献策としてみた場合、上記の施策の分類のうち①や②のアのような事業そのものに係る施策（受益者が事業サービスの利用者に限られる）よりも、②のイのような事業サービスに直接関係



を有しないものの方が、より社会貢献的な性格が強い。

また、事業サービスに係るものは郵政事業においてある程度自己完結的に実施が可能であるが、事業サービスに直接係らない施策については、郵政事業単独で実施するのみでは効果が薄く、真に意義のあるものとするためには、地域における福祉施策との連携が必須となる。(現在、自治体等と連携して行なっているものに、「ひまわりサービス」(連携先：自治体、社会福祉協議会、JA、病院、警察等)や「ケア・タウン構想」(連携先：自治体、社会福祉協議会等)がある。)

## 2.2 地域における障害者、高齢者福祉における郵便局の位置づけ

地域における障害者、高齢者福祉の実施主体としては、自治体、社会福祉協議会、社会福祉法人、医療法人、ボランティア団体等各種の組織が存在するが、今後、介護保険制度の開始、社会福祉基礎構造改革等により、さらに多様な主体が福祉分野に参入することが見込まれている。

現在、政府において検討されている「社会福祉基礎構造改革」(昭和26年の社会福祉事業法制定以来大きな改正の行われていない社会福祉事業、社会福祉法人、措置制度など社会福祉の共通基盤制度について、今後増大・多様化が見込まれる国民の福祉需要に対応するため、見直しを行なうもの)においては、都道府県及び市町村が新たに「地域福祉計画」を策定することが計画されている。

厚生省が平成11年4月に発表した「社会福祉基礎構造改革について(社会福祉事業法等改正法案大綱骨子)」において、運用事項として、地方自治体の地域福祉計画の策定に当たっては、「ボランティア団体、NPO、郵便局、農協、生協などの地域における身近な活動にも配慮」することとされており、各自治体の策定する地域福祉計画に

おいて郵便局が地域福祉の関連機関として位置付けられる可能性も大きく、これに対応するためにも、地域福祉において、郵便局がいかなる役割を果たしていくべきか具体的に検討すべき時期が来ていると考えられる。

全国津々浦々に2万4千6百の郵便局を有する郵政事業の実施する施策の地域に与える影響力は一般の企業とは比較にならないくらい大きく、地域福祉に関係する機関の中での郵便局の位置づけを抽象的な「あるべき論」ではなく具体的に明確にしておく必要がある。

そうでないと、他の機関との競合、摩擦といったことも予想されるため、郵便局の位置付けの明確化により、地域における公的サービスや民間サービスと郵便局の施策との補完、共同関係を着実に構築していくことが必要である。

そのため、本調査研究においては、地域における障害者、高齢者福祉の担い手である自治体、社会福祉協議会及び民間非営利団体(自治体、社会福祉協議会については、地域の実状、ニーズについて最も詳しいと考えられ、民間非営利団体については、一般の民間施設や団体に比べて郵便局との連携の可能性が高いと考えられる。)を対象に、障害者、高齢者施策に関し、郵便局に期待する役割を中心とした調査を実施した。

## 3 郵便局と障害者、高齢者福祉に関するアンケート調査

### 3.1 アンケート調査の概要

#### (1) 実施時期

平成11年12月29日(水)~平成12年1月24日(金)

#### (2) 調査対象

##### ① 地方自治体(市区町村)(435箇所)

##### ア 都市部(211箇所)

各道府県人口規模上位4市、東京23区

##### イ 農山村地域(224箇所)

ひまわりサービス実施自治体及びケア・  
タウン指定自治体

(注1) 当該市区町村の福祉担当部署において障害者福祉及び高齢者福祉を担当されている方、又は、福祉施策全般を担当されている方に記入をお願いした。

(注2) 農山村地域において、ひまわりサービス又はケア・タウン実施自治体を選定した理由は、当該地域においては既に郵便局が自治体等と連携して福祉関連施策を展開しており、郵便局の果たす役割についての一定の認識が自治体等において持たれていると思われ、有意義な回答が得られると予想されたためである。

② 社会福祉協議会(435箇所)

上記(1)と同一市区町村に所在する市区町村社会福祉協議会

社会福祉協議会は、社会福祉事業法に基づく団体であり、地域住民が主体となって地域社会における社会福祉の問題を解決して、その改善向上を図るため、公私関係者の参加を得て、組織的活動を行うことを目的とする民間の自主的な組織である。市区町村、都道府県及び中央(全国社会福祉協議会)の各段階に組織されており、現在ほとんどが社会福祉法人となっている。

③ 民間非営利団体(412団体)

団体の選定は、都市部については、各都道府県の区市部に所在する特定非営利活動促進法(NPO法)に基づく特定非営利活動法人(NPO法人)であって在宅福祉活動を行っている団体から210団体を選定し、農山村部については各都道府県の郡部に所在するNPO法人及びその他の在宅福祉活動を実施している団体から201団体を選定した。

アンケート調査先合計:1282箇所

(3) アンケート項目(本論文に関係するもの)

- ① 地域福祉における郵便局の位置付け
- ② 自治体における民間機関との連携状況
- ③ 郵政事業の実施する障害者・高齢者向け施策の認知状況
- ④ 上記の施策に関し特に充実を希望する施策
- ⑤ 障害者、高齢者向け施策に関する郵便局の活用方法
  - ア 情報の拠点としての活用  
郵便局の窓口又は情報端末で提供可能な情報の内容
  - イ 行政サービスの拠点としての活用  
福祉関係の申請、届け出等の手続のうち郵便局から申込み等が行えればよいと考えるもの
  - ウ 郵便局のスペースの活用  
スペースを活用して実施したい事業・行事等の内容
  - エ 外務職員の活用  
郵便局の外務職員を活用して行うことが望まれる施策
- ⑥ 郵便局との連携についての考え、郵政事業(郵便局)に対する要望

(4) アンケートの回収状況

- ① 地方自治体  
回収181件/発送435件(回収率:41.6%)  
(回答の内訳)
 

・都市部	89件
・ひまわりサービス実施地域	68件
・ケア・タウン構想地域	24件
全 体	181件
- ② 社会福祉協議会  
回収230件/発送435件(回収率:52.9%)  
(回答の内訳)
 

・都市部	108件
・ひまわりサービス実施地域	95件

・ケア・タウン構想地域 27件  
 全 体 230件

③ 民間非営利団体

回収196件/発送412件(回収率:47.6%)  
 (回答の内訳)

・都市部 115件 58.7%  
 ・農山村地域 81件 41.3%  
 全 体 196件 100.0%

全体 回収607件/発送1282件(回収率:47.3%)

(連携先の団体名)

連 携 先	件数	割合(%)
・農業協同組合	21	11.6
・生活協同組合	8	4.4
・社会福祉協議会、その他社会福祉法人	161	89.0
・民間の福祉サービス事業者	53	29.3
・コンビニエンスストア	1	0.6
・電力、ガス、電話等公益事業会社	10	5.5
・市民団体・ボランティア団体	56	30.9
・その他	28	15.5
・無回答	18	9.9
全 体	181	11.6

3.2 アンケート結果の集計及び分析

(1) 郵便局を地域の福祉の推進に必要な機関として位置付けているか否か

(社会福祉協議会への質問)

- ・位置付けている..... 54.3%  
 (都市部、農村部)
- ・位置付けていない... 40.0%
- ・無回答..... 5.7%

地域の福祉機関のコーディネート役である社会福祉協議会に対して質問を行なった。回答があった社会福祉協議会の過半数が郵便局を地域の福祉に必要な機関として位置づけおり、郵便局に対する評価(期待)が高いことが伺える。

(2) 自治体における民間機関との連携の状況(自治体への質問)

社会福祉を事業目的とすると思われる団体(社会福祉協議会等、福祉サービス事業者、市民団体等)を除くと、農業協同組合(以下「農協」という。)、電力、ガス、電話等公益事業会社、生活協同組合(以下「生協」という。)の順で連携先となっており、郵便局とともにこれらの団体の地域福祉における位置付けが重要なものであることが分かる。(下表参照)

(参考) 生協と農協の福祉事業

前述した「社会福祉事業法等改正法案大綱骨子」においても、ボランティア団体、NPO及び郵便

局と並んで地域福祉計画において配慮すべき組織として例示されている農協及び生協については、介護保険の導入に当たっても、民間企業の参入が当面見込めない地域において、介護サービスの供給主体として期待されている。

このうち、生協は、日本生活協同組合連合会に所属する生協が全国に730あり、組合員数は合計約1,900万人である。生協の福祉関連サービスについては、平成5年の厚生省通知により、デイサービス、在宅介護支援センター、老人保健施設、訪問看護ステーションの4事業に限り、組合員以外利用が認められたことに伴って本格的な実施が可能となった。

日経流通新聞が平成11年に実施した調査(第6回日本の生協調査)によると、高齢者や身体障害者向けの在宅介護サービス事業への参入予定について、回答した146生協のうち18生協(12.3%)がすでに参入しており、69生協(47.3%)が参入を検討していると回答している。

実際の活動としては、家事援助を中心とするボランティア活動の団体(「助け合いの会」)の結成や、ホームヘルパー養成講習会の開催、ふれあい食事会の開催等が主なものであるが、特別養護老人ホームの施設運営(社会福祉法人を設立)や、デイケア・センターの開設等を行っている生協も

ある。また、医療生協により、訪問看護ステーションも開設されている。

また、農協は郵便局と同じく全国に組織を持つ団体であり、全国くまなくサービスの提供が可能である。農協は、市町村段階の単位農協が約2000あり、平成4年度末で正組合員（農地を持っており、年間農業従事日数が一定日数以上のもの）が551万人、準組合員が333万人となっている。

農協の福祉関連サービスについては、平成4年の農協法改正により、農協が高齢者福祉事業に取り組むことを積極的に位置付け、組合員外の利用を可能としたことにより本格化した。農村部においては、在宅福祉分野への民間営利企業の参入は採算性から見て困難であり、農協が福祉サービスの供給主体として期待されている。

実際の事業としては、ホームヘルパー養成、「JA助け合い」（ホームヘルパーがボランティアとして参加する互助組織）、福祉相談センター、独居老人宅巡回訪問（保健婦、看護婦の資格者が同行）、デイサービスセンターの開設、特別養護老人ホームの設置・運営（社会福祉法人を設立）

などが行われている。行政からのサービス委託についても、平成9年12月現在、ホームヘルプサービスを24農協、食事サービスを15農協、デイサービスを10農協が委託を受けている。

また、厚生農業共同組合連合会により、老人保健施設、訪問看護ステーション、在宅介護支援センターの設置・運営が行われている。

農協は平成12年度を目標に、2000弱の農協を530に整理合併する方針であり、この合併によって生じる農協の本支店や倉庫などの遊休施設は膨大な数にのぼると予想され、これらの施設を利用したデイサービスなども比較的簡単にできらうと見られている。

### (3) 郵政事業の実施する障害者、高齢者向け施策の認知状況

（自治体、社会福祉協議会、民間非営利団体に質問）

下表の19施策について知っているか否かを質問。（各施策の概要資料を添付）

全体的に見ると、自治体及び社会福祉協議会においては、「郵便配達時の高齢者への励ましの声

## ア 自治体

順位	施策名	件数 (件)	比率 (%) (注1)	地域別の内訳(注2)					
				都市部		ケア・タウン		ひまわり	
				順位	%	順位	%	順位	%
1	郵便配達時の高齢者への励ましの声かけ	97	53.6	6	32.6	2	75.0	1	73.5
2	障害者のための郵便料金の減免	93	51.4	1	64.0	8	29.2	4	42.6
3	青い鳥葉書	81	44.8	3	47.2	5	33.3	3	45.6
4	要介護者等のための郵便貯金金利優遇	78	43.1	2	57.3	11	20.8	8	32.4
5	郵便局舎のバリアフリー化	74	40.9	5	41.6	4	41.7	5	39.7
6	郵便ポスト等への点字表示	68	37.6	4	41.6	6	33.3	7	33.8
7	かんぽ健康増進支援事業	61	33.7	10	19.1	3	75.0	6	38.2
8	ひまわりサービス	59	32.6	15	10.1	9	29.2	2	63.2
9	点字キャッシュカード・視聴覚障害者用ATM等	53	29.3	7	31.5	7	33.3	9	25.0
10	ケア・タウン構想	44	24.3	17	9.0	1	91.7	11	20.6
11	みんなの体操	37	20.4	8	24.7	10	25.0	13	13.2
12	点字による通知等	35	19.3	9	23.6	15	8.3	12	17.6
13	年金配達サービス	32	17.7	11	15.7	14	12.5	10	22.1
14	暮らしの相談センターでの介護相談サービス	23	12.7	12	14.6	12	16.7	15	8.8

15	介護用品の宅配サービス	18	9.9	13	11.2	19	0	14	11.8
15	医療・介護関連情報の提供サービス	18	9.9	18	9.0	13	16.7	16	8.8
17	点字・手話のできる窓口職員の養成	17	9.4	14	11.2	18	4.2	17	8.8
18	手話教室、高齢者等向けのパソコン教室	14	7.7	16	10.1	17	4.2	19	5.9
19	電話相談サービスにおける介護相談 無回答	13	7.2	19	6.7	16	8.3	18	7.4
	全体	181							

(注1) 件数、比率は、「知っている」と答えた者の件数、割合

(注2) 「ケア・タウン」はケア・タウン指定自治体、「ひまわり」はひまわりサービス実施自治体を指す。以下同じ。

#### イ 社会福祉協議会

順位	施策名	件数 (件)	比率 (%)	地域別の内訳					
				都市部		ケア・タウン		ひまわり	
				順位	%	順位	%	順位	%
1	郵便配達時の高齢者への励ましの声かけ	141	61.3	4	49.1	2	81.5	2	69.5
2	障害者のための郵便料金減免	123	53.5	1	69.4	4	48.1	6	36.8
2	かんば健康増進支援事業	123	53.5	3	53.7	3	63.0	3	50.5
4	ひまわりサービス	115	50.0	12	23.1	8	29.6	1	86.3
5	郵便ポスト等への点字表示	104	45.2	2	60.2	9	25.9	7	33.7
6	青い鳥葉書	95	41.3	7	38.9	6	40.7	4	44.2
6	郵便局舎のバリアフリー化	95	41.3	8	38.0	5	44.4	5	44.2
8	要介護者等のための郵便貯金金利優遇	86	37.4	5	44.4	7	37.0	10	29.5
9	点字キャッシュカード・視聴覚障害者用ATM等	68	29.6	10	31.5	12	22.2	9	29.5
10	みんなの体操	61	26.5	13	22.2	11	25.9	8	31.6
11	年金配達サービス	60	26.1	11	25.9	13	18.5	11	28.4
12	暮らしの相談センターでの介護相談サービス	58	25.2	6	40.7	14	14.8	14	10.5
13	点字による通知等	52	22.6	9	31.5	16	11.1	12	15.8
14	ケア・タウン構想	52	22.6	17	10.2	1	96.3	13	15.8
15	電話相談サービスにおける介護相談	24	10.4	15	14.8	17	7.4	16	6.3
16	点字・手話のできる窓口職員の養成	24	10.4	14	18.5	19	0	17	4.2
17	介護用品の宅配サービス	20	8.7	19	7.4	15	11.1	15	9.5
18	手話教室、高齢者等向けのパソコン教室	19	8.3	16	13.0	18	7.4	18	3.2
19	医療・介護関連情報の提供サービス 無回答	18	7.8	18	8.3	10	25.9	19	2.1
	全体	230							

#### ウ 民間非営利団体

順位	施策名	件数 (件)	比率 (%)	地域別の内訳			
				都市部		農山村地域	
				順位	%	順位	%
1	障害者のための郵便料金の減免	86	43.9	1	48.7	3	37.0
2	かんば健康増進支援事業	77	39.3	2	37.4	1	42.0
3	郵便配達時の高齢者への励ましの声かけ	67	34.2	6	30.4	2	39.5
4	要介護者等のための郵便貯金金利優遇	66	33.7	4	35.7	4	30.9
5	郵便ポスト等への点字表示	62	31.6	3	35.7	7	25.9
6	郵便局舎のバリアフリー化	61	31.1	5	33.9	6	27.2
7	青い鳥葉書	53	27.0	7	28.7	8	24.7

8	年金配達サービス	50	25.5	9	23.5	5	28.4
9	点字キャッシュカード・視聴覚障害者用ATM等	47	24.0	8	26.1	10	21.0
10	みんなの体操	41	20.9	11	21.7	11	19.8
11	暮らしの相談センターでの介護相談サービス	36	18.4	10	21.7	13	13.6
12	ひまわりサービス	34	17.3	13	12.2	9	24.7
12	点字による通知等	34	17.3	12	18.3	12	16.0
14	介護用品の宅配サービス	22	11.2	14	10.4	15	9.9
15	医療・介護関連情報の提供サービス	19	9.7	16	9.6	15	9.9
16	電話相談サービスにおける介護相談	18	9.2	15	10.4	16	7.4
17	ケア・タウン構想	13	6.6	17	7.0	17	6.2
18	点字・手話のできる窓口職員の養成	11	5.6	18	7.0	19	3.7
19	手話教室、高齢者等向けのパソコン教室	8	4.1	19	3.5	18	4.9
	無回答	17	8.7				
	全体	196					

かけ」の認知度が最も高い。地域別の内訳を見ると都市部においては、認知度がそれほど高くなく、過疎地において高くなっている。

また、「障害者のための郵便料金の減免」については、自治体及び社会福祉協議会において認知度が50%を超えており、民間非営利法人においても最も高くなっている。

その他、「青い鳥葉書」、「かんぽ健康増進事業」、「要介護者のための郵便貯金金利の優遇」、「郵便局舎のバリアフリー化」、「郵便ポストへの点字表示」がどの区分においても認知度が比較的高くなっている。

これに対して、「介護相談」、「介護関連の情報

提供サービス」や「手話教室、パソコン教室」の認知度は総体的に低い。これは、これらの施策のイメージが直接郵政事業と結びつかないことに原因があるのではないかと考えられる。このような事業と直接結びつかない施策については、ある程度PRが必要であると考えられる。

これを期待度（今後特に充実してほしい施策）から見ると

(4) 特に充実してほしいと希望する施策

上記(3)の19施策のうち充実を希望するものを5つ以内で回答してもらった。（下表参照）

#### ア 自治体

順位	施策名	全体		地域別の内訳					
		件数 (件)	比率 (%)	都市部		ケア・タウン		ひまわり	
				順位	%	順位	%	順位	%
1	郵便配達時の高齢者への励ましの声かけ	101	55.8	1	56.2	1	61.8	3	37.5
2	郵便局舎のバリアフリー化	66	36.5	2	51.7	8	23.5	9	16.7
3	ひまわりサービス	58	32.0	15	10.1	2	57.4	1	41.7
4	介護用品の宅配サービス	52	28.7	4	25.8	3	35.3	6	20.8
5	ケア・タウン構想	51	28.2	6	22.5	5	30.9	2	41.7
6	点字・手話のできる窓口職員の養成	46	25.4	3	38.2	10	14.7	13	8.3
7	年金配達サービス	45	24.9	7	20.2	4	33.8	8	16.7
8	要介護者等のための郵便貯金金利優遇	39	21.5	8	19.1	7	25.0	7	20.8
9	医療・介護関連情報の提供サービス	35	19.3	10	18.0	9	16.2	4	33.3

10	かんば健康増進支援事業	34	18.8	16	10.1	6	26.5	5	29.2
11	暮らしの相談センターでの介護相談サービス	30	16.6	11	18.0	11	14.7	10	16.7
12	障害者のための郵便料金の減免	29	16.0	12	18.0	13	13.2	11	16.7
13	手話教室、高齢者等向けのパソコン教室	28	15.5	9	19.1	12	13.2	14	8.3
14	点字による通知等	26	14.4	5	24.7	14	2.9	15	8.3
15	電話相談サービスにおける介護相談	18	9.9	14	14.6	18	1.5	12	16.7
16	点字キャッシュカード・視聴覚障害者用ATM等	17	9.4	13	15.7	17	1.5	16	8.3
17	郵便ポスト等への点字表示	9	5.0	17	6.7	15	2.9	17	4.2
19	みんなの体操	4	2.2	19	1.1	16	2.9	18	4.2
18	青い鳥葉書	4	2.2	18	3.4	19	1.5	19	0.0
	無回答	18	9.9						
	全体	181							

## イ 社会福祉協議会

順位	施策名	全体		地域別の内訳					
		件数 (件)	比率 (%)	都市部		ひまわり		ケア・タウン	
				順位	%	順位	%	順位	%
1	郵便配達時の高齢者への励ましの声かけ	147	63.9	1	61.1	1	63.2	1	77.8
2	ひまわりサービス	100	43.5	6	25.0	2	61.1	2	55.6
3	郵便局舎のバリアフリー化	80	34.8	2	42.6	4	29.5	8	22.2
4	ケア・タウン構想	73	31.7	4	32.4	5	28.4	4	40.7
5	介護用品の宅配サービス	68	29.6	5	29.6	7	26.3	5	40.7
6	年金配達サービス	59	25.7	7	21.3	6	28.4	6	33.3
7	点字・手話のできる窓口職員の養成	57	24.8	3	42.6	12	8.4	10	11.1
8	かんば健康増進支援事業	56	24.3	12	13.0	3	32.6	3	40.7
9	要介護者等のための郵便貯金金利優遇	47	20.4	11	13.9	8	24.2	7	33.3
10	医療・介護関連情報の提供サービス	41	17.8	8	20.4	10	14.7	9	18.5
11	暮らしの相談センターでの介護相談サービス	34	14.8	9	20.4	11	10.5	13	7.4
12	障害者のための郵便料金の減免	30	13.0	14	11.1	9	16.8	12	7.4
13	点字による通知等	24	10.4	10	15.7	14	6.3	15	3.7
14	手話教室、高齢者等向けのパソコン教室	23	10.0	15	11.1	13	8.4	11	11.1
15	点字キャッシュカード・視聴覚障害者用ATM等	18	7.8	13	12.0	15	5.3	17	0.0
16	郵便ポスト等への点字表示	16	7.0	16	8.3	16	5.3	14	7.4
17	電話相談サービスにおける介護相談	14	6.1	17	7.4	17	5.3	16	3.7
18	青い鳥葉書	7	3.0	18	2.8	18	4.2	18	0.0
19	みんなの体操	3	1.3	19	0.0	19	3.2	19	0.0
	無回答	18	7.8						
	全体	230							

## ウ 民間非営利団体

順位	施策名	全体		地域別の内訳			
		件数 (件)	比率 (%)	都市部		農山村	
				順位	%	順位	%
1	郵便配達時の高齢者への励ましの声かけ	84	42.9	1	42.6	1	43.2
2	郵便局舎のバリアフリー化	69	35.2	3	33.9	3	37.0
3	ひまわりサービス	63	32.1	5	26.1	2	40.7

4	障害者のための郵便料金の減免	59	30.1	2	34.8	7	23.5
5	介護用品の宅配サービス	54	27.6	6	25.2	5	30.9
6	要介護者等のための郵便貯金金利優遇	53	27.0	4	29.6	8	23.5
7	年金配達サービス	53	27.0	7	23.5	4	32.1
8	医療・介護関連情報の提供サービス	44	22.4	8	22.6	9	22.2
9	ケア・タウン構想	41	20.9	10	17.4	6	25.9
10	かんば健康増進支援事業	36	18.4	9	19.1	10	17.3
11	点字・手話のできる窓口職員の養成	30	15.3	11	17.4	12	12.3
12	手話教室、高齢者等向けのパソコン教室	27	13.8	12	12.2	11	16.0
13	暮らしの相談センターでの介護相談サービス	22	11.2	14	11.3	13	11.1
14	郵便ポスト等への点字表示	20	10.2	13	12.2	15	7.4
15	青い鳥葉書	18	9.2	17	7.8	14	11.1
16	点字による通知等	14	7.1	15	8.7	16	4.9
17	電話相談サービスにおける介護相談	13	6.6	16	8.7	18	3.7
18	点字キャッシュカード・視聴覚障害者用ATM等	11	5.6	18	6.1	17	4.9
19	みんなの体操	3	1.5	19	0.9	19	2.5
	無回答	23	11.7				
	全体	196					

いずれの区分においても、「郵便配達時の高齢者への励ましの声かけ」が最も高くなっており、本施策へのニーズの高さを示している。

また、「郵便局舎のバリアフリー化」や「ひまわりサービス」についても、いずれの区分でも30%を超えており、期待が大きいことが分かる。

このうち「ひまわりサービス」については、ケアタウン地域の自治体において、「ケアタウン構想の充実」と並んで要望が高いが、都市部においては低く地域差が現れている。

さらに認知度に比して期待度が顕著に高まったものに、「介護用品の宅配サービス」(自治体：9.9% 28.7%、社会福祉協議会：8.7% 29.6%、非営利団体：11.2% 27.6%)及び「点字・手話のできる窓口職員の養成」(自治体：7.7% 25.4%、社会福祉協議会：10.4 24.8%、非営利団体：5.6% 15.3%)が挙げられる。

逆に「みんなの体操」については、認知度に比して期待の度合は低くなっている。(各区分ともに最も低い。)

また、「手話教室、パソコン教室」については、認知度はいずれの区分においても低かったがそれ

に比して期待度は比較的高くなっている。(自治体：7.7% 15.5%、社会福祉協議会：8.3% 10.0%、非営利団体：4.1% 13.8%)

#### (5) 郵便局の活用方策について

既存の施策についての質問の次に、郵便局の人的・物的資源を活用して今後どのような障害者、高齢者向け施策を行なっていくべきかという観点から、次の質問を行なった。

##### ア 郵便局の窓口又は情報端末で提供可能な情報について

アンケート先の団体において提供可能な情報の内容について質問した。(次頁の表参照)

ここで、特徴的なことは、社会福祉協議会及び民間非営利団体において、ボランティア情報についての要望が高いことである。社会福祉協議会ではボランティアセンターを設置している場合も多く、福祉におけるボランティアの重要性については言うまでもないが、ボランティアの確保・派遣等に関する情報提供の場は限られており、郵便局においてもボランティア関係の情報を提供していくことは重要であると考えられる。

また、民間非営利団体においては、自団体の施



ア) 自治体

順位	情報内容	件数 (件)	比率 (%)
1	地域の福祉施設・サービスの案内	96	53.0
2	貴自治体の福祉施設に関する情報	78	43.1
3	福祉用具、機器に関する情報	43	23.8
4	ボランティア情報	40	22.1
5	介護知識、介護方法に関する情報	35	19.3
6	地域の福祉施設・サービスの空き情報	23	12.7
7	その他	2	1.1
	無回答	1	0.6
	提供可能な情報なし	57	31.5
	全体	181	

イ) 社会福祉協議会

順位	情報内容	件数 (件)	比率 (%)
1	ボランティア情報	149	64.8
2	地域の福祉施設・サービスの案内	100	43.5
3	福祉用具、機器に関する情報	75	32.6
4	介護知識、介護方法に関する情報	54	23.5
5	自治体の福祉施設に関する情報	51	22.2
6	地域の福祉施設・サービスの空き情報	13	5.7
7	その他	6	2.6
	無回答	0	0.0
	提供可能な情報なし	55	23.9
	全体	230	

ウ) 民間非営利団体

順位	情報内容	件数 (件)	比率 (%)
1	貴団体の福祉施設に関する情報	123	62.8
2	ボランティア情報	90	45.9
3	地域の福祉施設・サービスの案内	78	39.8
4	介護知識、介護方法に関する情報	39	19.9
5	福祉用具、機器に関する情報	32	16.3
6	その他	7	3.6
	無回答	1	0.5
	提供可能な情報なし	34	17.3
	全体	196	

設に関する情報提供の場が限られていることから、郵便局において情報提供することが望まれていると思われる。

ボランティア情報の提供については、全国的な

ものとしては、インターネット上で様々なシステムが運用されている。(公益的な企業が実施又は協賛している例として、NHKの「NHKボランティアネット」、NTTの「ハローネットボランティア」、東京ガス等が協賛している「ボランティア・アクティビティ・ホットライン」等がある。)

郵便局に期待されているのは、次の行政サービスの拠点としての活用方法に関する質問に対する回答からも伺えるように、当該地域におけるボランティアの登録、要請及び各種の情報提供を行なうことが可能なローカルな情報拠点としての存在であろう。

イ 福祉関係の申請・届出等の手続のうち郵便局から行えることが望ましいもの(次頁の表参照)

ボランティアの登録が自治体及び社会福祉協議会において最も高くなっている。特にボランティアの登録・あっせんを実施している場合が多い社会福祉協議会において高い数値となっている。上述したように、情報提供が可能な情報の内容に関しても、社会福祉協議会においては、ボランティア情報がトップとなっており、郵便局が社会福祉協議会と連携してボランティア関係の情報を提供することが望まれていることが分かる。ボランティアの関係については後述する。(42)

また、福祉施設・サービスの利用申し込みや介護保険の要介護認定の申請受付についても、いずれの区分においても高くなっている。

身体障害者手帳交付・内容変更手続は低い数値となっているが、これはプライバシーが関係することから郵便局で行うことは適当と考えられないためと思われる。

福祉関係の申請については、通常、福祉事務所等の公的機関において受け付けているが、福祉事務所へは心理的に行きにくいと感じる人も多く、その点郵便局は、普段から気さくに出入りしてい

ア) 自治体

順位	手続等の種類	全体		地域別内訳					
		件数 (件)	比率 (%)	都市部		ひまわり		ケア・タウン	
				順位	%	順位	%	順位	%
1	ボランティアの登録	46	25.4	1	22.5	2	22.1	1	45.8
2	敬老祝い金、介護者慰労金等の交付	38	21.0	2	16.9	1	23.5	2	29.2
3	介護保険の要介護認定の申請受付	34	18.8	3	15.7	3	20.6	4	25.0
4	福祉施設・サービスの利用申し込み	33	18.2	4	13.5	4	20.6	3	29.2
5	福祉サービス等の利用チケット等の交付	17	9.4	5	9.0	6	8.8	6	12.5
6	身体障害者手帳交付・内容変更手続	16	8.8	7	3.4	5	13.2	5	16.7
7	その他	9	5.0	6	6.7	7	2.9	7	4.2
	無回答	75	41.4		47.2		39.7		25.0
	全体	181							

イ) 社会福祉協議会

順位	手続等の種類	全体		地域別内訳					
		件数 (件)	比率 (%)	都市部		ひまわり		ケア・タウン	
				順位	%	順位	%	順位	%
1	ボランティアの登録	101	43.9	1	43.5	1	45.3	1	40.7
2	福祉施設・サービスの利用申し込み	70	30.4	2	22.2	2	36.8	2	40.7
3	介護保険の要介護認定の申請受付	58	25.2	3	22.2	3	29.5	3	22.2
4	敬老祝い金、介護者慰労金等の交付	49	21.3	4	21.3	4	21.1	4	22.2
5	福祉サービス等の利用チケット等の交付	44	19.1	5	18.5	5	18.9	5	22.2
6	身体障害者手帳交付・内容変更手続	29	12.6	6	12.0	6	12.6	6	14.8
7	その他	10	4.3	7	5.6	7	2.1	7	7.4
	無回答	54	23.5		24.1		27.4		7.4
	全体	230							

ウ) 民間非営利団体

順位	手続等の種類	全体		地域別内訳			
		件数 (件)	比率 (%)	都市部		農山村部	
				順位	%	順位	%
1	福祉施設・サービスの利用申し込み	88	44.9	1	44.3	1	45.7
2	介護保険の要介護認定の申請受付	72	36.7	2	42.6	3	28.4
3	ボランティアの登録	65	33.2	4	34.8	2	30.9
4	福祉サービス等の利用チケット等の交付	57	29.1	3	36.5	5	18.5
5	身体障害者手帳交付・内容変更手続	49	25.0	6	25.2	4	24.7
6	敬老祝い金、介護者慰労金等の交付	46	23.5	5	27.0	6	18.5
7	その他	8	4.1	7	6.1	7	1.2
	無回答	45	23.0		20.0		27.2
	全体	196					

る場所であるので、郵便局において受付けをしてもらえれば非常に助かるという声も聞かれた。

ウ 郵便局のスペース（会議室、ロビー等）の活用方法について（自由記入）

活用方法として多く見られたものは以下のとおりである。

- ア 展示スペースとしての活用
  - ・福祉機器、介護用品等の展示（即売） 13件
  - ・障害者、高齢者の美術作品等の展示 28件
- 「知的障害者の作業所の作品の販売」も数件見られた。
- イ 会議スペースとしての活用 16件
  - 特に小規模な団体において、郵便局の活用を望む声が高く、会議スペースが不足していることが伺われる。
- ウ 研修の場としての活用
  - ・介護教室 13件
  - ・ボランティア養成研修 6件
  - ・手話・点字教室 3件
  - ・障害者疑似体験 3件
- エ 相談の場としての活用
  - ・介護等の在宅福祉の相談ができる場所 5件
- オ ボランティア団体の活動場所としての活用 9件
- カ デイサービスの場所の提供 7件
- キ 高齢者のサロンとしての活用 10件
- ク 団体（事業）のPRの場としての活用 10件

特に多いのは、展示、会議・研修の場としての活用であるが、これは現在でも各郵便局の判断で業務に支障の生じない限り、イベントスペースや会議室等の貸出しを行なっているところである。

このうち、展示の内容として、「福祉機器、介

護用品等」が多くなっている。

福祉機器、介護用品（以下「福祉機器等」という。）は、障害者等本人及び介護を担う家族等にとって極めて有用なものであり、様々な機器・用品の開発・実用化が図られている。しかし、多品種少量生産のためコストが高いこと、及び福祉機器等についての情報が不足していること等から真に必要な人に十分利用されているとは言い難い。国においても、特殊寝台やエアマットなど特定の品目について補助の対象としているが、「申請書類が複雑で、認可されるまでに時間がかかる」、「福祉機器等に関する情報が不足している」等の理由で十分活用されていない状況である。

都市部においては、デパート等に介護用品売り場が設けられる例が増えており、福祉機器等の情報もそこで得られる場合が多いが、地方においてはそのような場が不足している。（介護用品に関しては在宅介護支援センターにおいて展示及び使用方法の指導を行っている場合が多い。）

郵政事業においては、「ひまわりゆうパック」等により、介護用品の提供を行っているが、今後、福祉機器等の郵便局における展示等の情報提供を行なうことは地域のニーズに応えることになると考えられる。

現在、日本商工会議所においても、介護関連事業者のネットワーク化を通じた安価で良質な福祉機器の提供を行う環境づくりについて検討されているところであるが、このような団体とも連携しながら、福祉機器等に関する情報提供の体制を整えて行くことが有効であると考えられる。

相談の場としての活用については、介護等の相談を受け付ける場所が特に地方においては在宅介護支援センター等極めて限られており、民間非営利団体からは、郵便局に机を一つ置かせてもれえば、ボランティアで相談員を派遣しても良いという声も聞かれた。郵政事業においても、「暮らし

の相談センター」等において介護相談を受け付けているが、相談所のような場所に出かけていくのではなく、もっと身近な場所で何かのついでに相談ができるようなスペースが望まれており、福祉専門機関まで出かけることの抵抗感が一般にかなりあると思われ、普段から親しみのある郵便局の活用へのニーズは高い。

「高齢者のサロンとしての活用」も多くみられたが、現在でも郵便局は病院の待合室と同様にお年寄りのコミュニケーションの場となっている場合も多く、従来から、高齢者と限らず、お客様が気軽に立ち寄り談話していくような郵便局の雰囲気づくりに努めてきたところであるが、今後ともこのような方向を心がけていくことが必要であろう。

デイサービス（在宅の障害者や寝たきり老人等を対象とし、日帰りで施設に通って、入浴・食事の提供、機能訓練等を受けるサービス）への活用に関しては、このようなサービスを行う場合、特定の日（毎週 曜日等）に必ず場所を提供することが必要となり、郵便局の業務遂行との関係で難しい面がある。

また、農協のように、合併後の空いた施設の活用が見込めるような場合には、デイサービス等の恒久的な活用が可能であろうが、郵便局の場合はスペースが限られていることも難点である。しかし、ミニデイサービス（民家等を活用して食事会や親睦行事等を行うもの）であれば、それほどスペースを取らないし、不定期の開催とすれば業務への負担も小さいと考えられる。

スペースを活用する施策の場合、研修等継続して何回かの開催が必要なものも多いため、どのような行事を優先すべきか、自治体や社会福祉協議会と連携を取りながら各郵便局において判断していくことが必要となる。優先度を判断するためには、福祉団体等の活動に関する情報を普段からあ

る程度得ておく必要があり、その意味でも郵便局が地域の福祉関係機関との日常的なつながりを持っておくことが必要と考えられる。

エ 郵便局の外務職員を活用した施策について  
（自由記入）

活用方法として多くみられたものは以下のとおりである。

- ア 一人暮らしの高齢者等の安否確認(71件)
- イ 高齢者への声かけ (18件)
- ウ 配達時に得た情報の自治体等への提供 (18件)
- エ 高齢者等の要望の受け手としての役割 (7件)
- オ ボランティアの要請等や各種福祉関係の申請の受け付け (15件)
- カ 配食サービス (13件)
- キ 金銭(財産)管理 (4件)

「安否確認」は都市部においても、農山村部においてもニーズが大きい。

安否確認については後述する。(4.1)

「高齢者への声かけ」については、現在、過疎地域等において、70歳以上の一人暮らしの高齢者又は高齢者夫婦のみの世帯を対象とし、郵便配達時に励ましの声かけを行っているところであるが、都市部においてもニーズは大きい(18件中10件が都市部)。都市部においては一般的に隣近所の付き合いが希薄であり、一人暮らしの高齢者等が全く孤立してしまう場合も多く、郵便配達時の声かけは大きな励ましとなると考えられる。しかし、安否確認とも共通する問題であるが、都市部においては対象となり得る人が集合住宅に居住している場合も多く、郵便を集合受箱に配達する機会が多いため、本人に直面しての声かけは難しいと思われる。

「配達時に得た情報の提供」に関しては、例えば、徘徊老人を発見した場合の通報、一人暮らし

の障害者や高齢者の健康状態に関する情報の提供等が考えられるが、現在広く行われている配達時に得た道路情報の提供の場合と違って、個人のプライバシーとの関係もあり、配達途中で得た情報を本人の了解を得ずにどこまで他の機関に提供して良いのかの判断は難しい。

郵便局、警察、自治体等の中で結ばれた地域安全協定において、徘徊老人を見つけたときの通報や健康状態に関する情報の提供等も対象としている例も見られるが、関係機関との間で、具体的に情報提供するケースを限定しておく必要がある。

この点で、「高齢者等の要望の受け手としての役割」に関しては、障害者、高齢者本人（又は家族）からの依頼により、関係機関へ情報を提供することとなるので、プライバシーの問題は少なくなる。

「ボランティアの要請等や各種福祉関係の申請の受け付け」については、申請の受付を外務職員が出先で行うことは負担が大きいし、制度的にも難しい点があると思われる。ただし、「ボランティアの要請の受付」に関しては、他の質問個所においても要望の見られたものであり、上記の「高齢者等の要望の受け手としての役割」と同様に前向きに検討すべき事項であると思われる。

現在、各地の社会福祉協議会等により、援助が必要な障害者、高齢者等を民生委員を始めとする地域の関係者・機関が見守っていくため、小学校区単位で「小地域見守りネットワーク」が結成されつつある。このようなネットワークに郵便局が参加し、ネットワークのニーズに応じて外務職員が情報の収集・提供を行なっていくことも有効な方法であると考えられる。

郵便局は、局数が24,693局（平成10年3月末現在）と小学校（24,376校 平成9年5月1日時点）とほぼ同じ数となっている。このことから見ると、

郵便局は平均すれば概ね小学校区に1局存在し、高齢者等の利用も多いため、見守りネットワークに参加する機関としては好条件を備えていることになる。この場合、外務職員を有する集配郵便局と地域に存在する無集配特定郵便局との情報連絡を緊密に行うことが必要である。（アンケートにおいて、痴呆高齢者グループホームの関係者から「痴呆高齢者の徘徊を抑制するのではなく、ゆるやかに見守るためには、あらゆる町の機関と連携していく必要がある」という意見が聞かれた）

なお、米国においても、民間企業による高齢者の援助施策として、「ゲートキーパープログラム」が実施されている。

1983年から、米国ワシントン州のピュージェット電力会社が、州の老人福祉局と協力し、一般家庭を訪問した同社の社員が何かの助けが必要な高齢者を見つけたときには役所に連絡することを始めた。（最初の冬から1ヶ月に約100件の連絡を地方の役所に寄せている。）

官民協力によるプログラムが大きな関心を呼んだことから、同社では一部連邦政府の補助を受け、自らもコストの3分の1を拠出し、トレーニング用の教材とビデオを作製し、希望する企業に提供した。全米42州で100以上の電力・ガス関係の企業が類似の施策を実施している。

また、1990年以降、全米ボーイスカウトと協力し、「少年少女ゲートキーパープログラム」を実施、1991年以降学校でも実施している。

「配食サービス」は、障害者、高齢者で食事の調整が困難な人に、自宅に訪問して食事の提供を行うものであるが、福祉部門以外の事業者が実施している例として、宅配業者が配食サービスを行なっている例がある。（全国赤帽軽自動車運送協同組合連合会が、給食事業者が作った食事を高齢者の自宅に配達している。担当運転手はホームヘルパー2級の資格を持ち、食事を届ける際に、高

齢者の安否確認やトイレの後始末などの身の回りの世話も行なう。サービス販売窓口は在宅分野のサービスを行なう医療法人に設置している。)

また、企業のボランティア活動として実施している例として、東京都品川区において、東京産業信用金庫が、品川区役所が実施している一人暮らしの老人への給食配達サービスを支店の従業員が交代で昼休みにボランティアとして担当している例がある。

このサービスは原則として毎日実施することが求められるが、郵便局で実施する場合、郵便小包の配達と一緒に実施することも考えられるが、取扱方法が小包とは全く異なる(決まった時間帯に暖かいまま届ける等)ことから専用の取り扱いが必要となり、郵便局で実施するのに適した施策とは考えられない。

金銭(財産)管理については、郵便貯金に口座を持つ人の金銭の出し入れに関して外務職員が代行するという内容のものである。金銭(財産)管理の内容及び郵便局との関係については後述する。(43)

#### (6) 郵便局との連携についての考え、郵政事業(郵便局)に対する要望

回答の内容は、郵便局の活用方法についての質問に対する回答と重なるものが多かったが、以下に特徴的なものを数件紹介する。詳細については、別途取りまとめる予定の調査研究報告書に掲載する予定である。

##### ア 自治体

「福祉サービスの分野では特に郵便局との連携が重要と考える。特に外務職員の方々の協力があれば、地域住民に与える安心感は計り知れないと思う。行政サービスの拠点という考えは、役場と郵便局が同じ場所にあるのであまり効果はなく、外務職員の申請代行、安否確認、相談サービス等への期待が大きい。」

##### イ 社会福祉協議会

「地域に向いてサービスを提供する社協の各種事業と郵便局の持つ施設・人材・サービス体制のネットワーク化が実現すれば、現存サービスの質的向上が計れるばかりでなく、行政の福祉施策と協調し、より社会貢献度の高い新たな可能性が生まれるものとする。メディア・ネットワーク等の情報利用の拡大や、現金の保管・収支管理の支援、声かけによる対面の安否確認等の郵政サービスは「地域社会の中の福祉」を考える時、活用が大いに期待される場所である。新世紀に向かって一層の向上が望まれる社会福祉事業と、郵政事業の協調体制を構築することで、相互に発展を促せるものと思う。具体的な検討を行いながら、より豊かな福祉社会を目指せば好ましい。」

「情報の共有と相談窓口としての郵便局との連携は今後ますます重要になると思う」

##### ウ 民間非営利団体

「市街地から離れた地域では、コスト的に、サービスの提供が難しいので、郵便局を地域のステーション化し、在宅サービスを提供できたらいいと思う」

「高齢者の実際のニーズを知りたいと考えています。特に一人暮らしや老人介護をしている方の生活困難や、寂しい方などのネットワーク支援をしていただき、訪問や文通など出来たらと考えていますので、ご協力ください。」

#### 4 個別の施策についての検討

上記アンケート結果により、郵便局での実施が望まれていると思われる施策のうち、特に要望の多かった「安否確認」及び「ボランティア活動への支援」並びにアンケート調査実施後に行ったヒアリングにおいても要望の多かった「財産管理」について以下に個別に述べる。

## 4.1 安否確認

### (1) 安否確認の概要

アンケート調査において最も多く要望が見られ、郵便局との連携の考え方についての質問においても「日々の郵便配達時における高齢者への声掛け及び安否確認のできる最高の機関として位置付けている」(社会福祉協議会)との回答が見られた。安否確認については、従来から様々な機関において取り組まれている。

一人暮らしの障害者、高齢者が、事故や体調の急変等を起こしたときであっても、本人が外部に助けを求められないような状況の場合、誰にも気付かれぬまま必要な援助を受けられず、悲惨なケースにおいては死亡してから何日も経て発見されるといった事例も少なからず起きている。このような事態を予防するため、市町村等において、地区の民生委員や保健婦等を定期的に派遣して、一人暮らしの高齢者等の健康状態等を確認することを施策として行っている事例が多い。

しかし、他に様々な業務を抱える民生委員や保健婦等行政の担当者が高齢者宅を頻繁に訪問することは困難であり、むしろ仕事の性格上、住宅を訪問する機会の多い職種に携わる人が、仕事で訪問した際に高齢者等の安否を確認することができれば、効果的である。特に毎日同じ人が特定の地域の住宅を訪問するような場合はより有効な安否確認が行える。

### (2) 民間企業が実施している例

このような、仕事上の特性を利用して、声かけ・安否確認を実施している民間企業の代表的な例として、ヤクルトの「愛の訪問活動」がある。

「愛の訪問活動」は、ヤクルトの配達時に一人暮らしの高齢者の安否を確認するという活動で、昭和47年、福島県郡山市の婦人販売員(ヤクルトレディ)が、自分の担当する地域の中で、一人暮らしのお年寄りが誰にもみとられずに亡くなった

ことに胸を痛め、一人暮らしのお年寄りに自費でヤクルトを配り始めたことをきっかけとして始まったものである。

この行為を見た民生委員が自治体を動かし、自治体がヤクルトを買い上げ、ヤクルトの販売員が一人暮らしの高齢者に配達するとともに安否確認を行うというシステムができた。これを各地の自治体が採用し、平成11年3月末現在で、全国の491の市町村において実施されている。

特徴としては、会社としてトップダウン式に実施したものではなく、現場において自発的に開始され、その後も各地のヤクルトの販売会社が自治体とそれぞれ契約を結んで独自に実施していることである。

ヤクルト本社のバックアップとしては、「愛の訪問活動手引書」(「ふれあい手帳」という名称で販売員が配達の際に携帯するものであり、訪問の際の心がけ、応急措置の方法等が掲載されている。)を作成し、必要な販売会社に配っていることくらいのことである。

「愛の訪問活動」の課題としては、以前はヤクルトを毎日配達するのが普通であったが、近年は、効率化のためにブロックごとに曜日を決めて何本かまとめて配達する方法に変わっており、毎日安否を確認したいという行政の要望と合致しなくなっていることである。

販売会社によっては、たとえ1軒だけでも毎日配達する方針のところもあるが、自治体によっては民生委員が配達するようにしたところもある。

本来配達経路にないものでも配達しなければならないことや声かけ・確認に時間がかかることで、歩合制で契約している販売員にとっては、配達本数が減ることによる収入減にもつながりかねないことから、販売員のボランティア精神に頼る部分が多いこともこの施策の実施の難しい点である。(以上株ヤクルト本社からの聞き取り)

上述した米国の例のように、ガス会社や電力会社も検針のために定期的に家庭を訪問するため、安否確認が行ないやすい立場にあるが、我が国においては、検針を社員が行っていない場合も多く、ガス会社や電力会社が安否確認を行っているという事例は聞かれない。(独居老人宅の訪問活動 関西電力) や一人暮らしの高齢者宅のガス器具の安全点検の実施(東京ガス)等の例はある)

### (3) 郵便局での実施について

単に「お元気ですか?」と声をかけるのみではなく、安否確認まで行うことになれば、助けを必要とする状態を発見した場合の連絡先をあらかじめ確保しておくことが必要となり、そのためにはどうしても地元自治体や関係機関との連携が必要となる。

また、訪問頻度も一定の間隔でしかなるべく間隔が短い方が良いことは当然である。

郵便局は①基本的には毎日全区域を配達することから、その途上で安否確認がしやすいこと、②民間企業の場合は、事業からの撤退や効率化のための支店の統合・廃止等により、サービス自体の継続性が確実ではないが、郵便局の場合はサービスの継続性が確保されることから、安否確認を行う機関としては適していると考えられる。

現在でも、過疎地域等において70歳以上の一人暮らしの高齢者や高齢者夫婦のみの世帯を対象とし、業務に支障のない範囲内での高齢者に励ましの声かけが実施されているが、安否確認を本格的(対象となる世帯全てに毎週決まった回数必ず訪問して安否を確認する)に実施するとなると、業務に支障のない範囲で行うことが難しい場合も予想される。また、アンケート調査の結果にも見られるように、安否確認への要望は過疎地域に限らず都市部においても高くなっている。むしろ都市部の方が近所付き合いが希薄で一人暮らしの高齢者が孤立する傾向が高いため、安否確認のニーズ

は高い。しかし、外務職員一人当たりの配達受け持ち戸数が極めて多い地域やマンション、団地等集合受箱に配達している場合は、安否確認を実施することはかなり困難であると考えられる。郵便局が自治体の要請に応じて安否確認を本格的に実施するためには、そのための体制整備が必要となることが予想され、安否確認を担う機関のひとつとして限定的な役割を果たすこと(特に見守りが必要な人で本人が申し出た場合に限る等)が現実的な対応であると思われる。

## 4.2 ボランティアと郵便局

アンケート結果を全体的に見ると、ボランティア活動との関係で、郵便局に期待される役割としては、主として、①情報拠点(情報提供及び情報収集の場)としての活用、②ボランティア活動の場(会議室等)としての活用、③郵便局の職員のボランティア活動への参加が挙げられる。

このうち、①については、現在、国際ボランティア貯金の関係で、全国の集配普通郵便局にボランティアコーナーを開設し、ボランティア関係の情報提供等を行っている。地域によっては、社会福祉協議会のボランティアセンターが機関誌の登録ボランティアへの配布場所としてこのコーナーを利用している例もある。

社会福祉協議会からは、ボランティア派遣要請の窓口としての役割を期待する声も聞かれた。ワンストップ行政サービス・高度化実験において、ホームヘルパーの派遣申込みがメニューに含まれているが、窓口まで来れない人(本当に援助を必要とする人は関係機関の窓口まで来れない場合が多い。)のために、郵便局の外務職員がその人の自宅においてボランティアの派遣要請を受けられるようにできれば、ボランティアのニーズの把握がきめ細かく行なえるようになる。

②(ボランティア活動の場(会議室)としての



活用)については、現在でも、業務に支障の出ない限り、郵便局の会議室をボランティア団体等に貸し出すことは可能であるが、単に場所を提供するのみならず、活動自体に関与していくことによって、よりボランティア団体や関係機関との連携が強化されることとなろう。これは③の職員のボランティア活動への参加とも関係することであるが、国の機関としての郵便局が特定の民間団体と関係を深めることは望ましくない場合もあるが、社会福祉協議会等の公的な機関と連携しながら、地域に密着した福祉活動を行なうボランティア団体を支援していくことはむしろ積極的に推進すべきと思われる。

③の郵便局職員のボランティア活動への参加に関しては、組織として実施している例として、昨年、九州郵政局佐賀県本部が主体となり、県内の郵便局職員をボランティアとして登録し、電話により部外からの要請を受け付けて、ボランティアを派遣する取組みが実施されている。

活動内容は「災害対策」「自然保護」「福祉施設慰問」「イベント支援」「青少年育成」等であり、これらの部門別に、昨年12月1日現在で約700名の職員が登録している。

組織として職員のボランティア活動に取り組む場合の課題として、職員が自分の休日を利用して活動を行なうため、継続的な活動を行うことが難しいこと(佐賀県本部において、施設への障害者の送迎サービスを依頼された例があるが、毎週確実に実施しなければならないため、対応が困難であった)が挙げられる。

職員が個人的に自分の都合に合わせて活動に取り組む場合は継続的な実行が可能であるが、組織として要請を受けて職員を派遣する方法だと、要請と職員の都合とのマッチングが難しくなる。民間企業においては、ボランティア休暇等の制度を設けて社員のボランティア活動を積極的に支援して

いる例も少なくないが、ボランティア活動はあくまで社員が自発的に行なうものであって、企業としてどう関わるかについては難しい面があり、また、公務員のボランティア活動の在り方については特に職務との関係で公平性等が求められることとなるので、組織的に実施することに関しては、佐賀県本部における先駆的な取組みも参考にしながら、在り方を検討していく必要があると思われる。

#### 4.3 財産管理

財産管理サービスについては、過去に、「郵便局が、老後を安心して暮らせるための生活設計、資産運用などの相談サービスを行なうとともに、痴呆性老人等の財産管理や権利擁護等を内容とする成年後見制度との連携を図る」、「郵便局の金融的機能を活用して、動産・不動産に関する保全・管理あるいは融資サービスを総合的に行なう」などの提案が出されたことがある。

民法の改正により、本年4月から「成年後見制度」が導入されることとなり、従来、痴呆老人など判断能力が十分ではない人たちが「禁治産者」として法律上の権利が奪われていたことを改め、判断能力が十分なうちに後見人を選ぶことができる「任意後見制度」(家族以外の第三者や法人も任意後見人になることが可能)等により、お年寄りや知的障害者の権利と財産を守り、できる限りその意思が活かせるようになった。

従来は、高齢者の財産管理を行う場合、本人が痴呆等で判断能力がなくなった場合にサービスの継続が困難となるという問題があったが、任意後見人を立てることによりこの問題が解決でき、財産管理サービスが実施しやすくなった。

介護保険をはじめ福祉サービスが、行政の措置から利用者の選択による契約方式に変わりつつあり、高齢者等にも自己判断と自己責任が求められる

るようになっており、財産管理等に関するサポートの重要性が高まっている。

現在、自治体や社会福祉協議会等において、財産管理・保全サービスを行う例が増えており（例えば、大阪市財産管理支援センターにおいては、通帳や有価証券などを保管する「財産保全」、職員が定期的に訪問して預貯金の出し入れや医療費の支払いを代行する「金銭管理」などのサービスを実施）、昨年10月からは、都道府県社会福祉協議会等を実施主体とする「地域福祉権利擁護事業」が開始され、市区町村社会福祉協議会が窓口となり、介護保険の導入を見越した契約支援や金銭管理などのサービスが実施されている。

この「地域福祉権利擁護事業」は、福祉サービスの利用援助を目的とするもので、この事業のメニューの一つである「日常的な金銭サービス」は福祉サービスの利用料の支払いのほか医療費、日用品等の金銭を支払う手続、及び税金や社会保険料、公共料金を支払う手続等の支出、年金や手当等の収入の手続を援助し、それに伴う預金の払戻・解約・預入等の手続を援助するものであり、財産管理の法律行為や、公費補助のない民間福祉サービスの契約代理・利用料の支払いや日常生活以外の高額な金銭を取り扱うことは想定されていない。

「地域福祉権利擁護事業」については、これを実施する社会福祉協議会に金銭管理等に関するノウハウがなく、担う人材がないという声も聞かれる。

郵便局においては、高齢者等が年金の受取り等に利用することも多い郵便貯金の口座を管理していること、貯金や保険の外務職員が個人の資金の運用のアドバイス等を行っておりノウハウがあること、公的機関としての信用があることなどから、財産管理サービスを実施するのに適当な機関ということが言える。

今回のアンケートにおいても、「郵便局に貯金

がある利用者の個人的金銭の出し入れを施設職員が行っているが、郵便局職員が行ってくれたらと希望している」という声が聞かれた。

福祉関係の有識者からも、「郵便局が金銭管理を行い、地域における金庫機能を果たすべき」、「高齢者の財産管理は重要な問題であり、郵貯、簡保で代行業務や何らかのサポートができないか。例えば、外務職員が金銭の出し入れを代行する等、生活の財布代わりとしての貯金口座の機能を発揮すべき。」、「郵便局は、生保、損保等とは違う高齢者の健全な財産運用のアドバイスが可能」等郵便局において財産管理サービスを実施することへの期待が聞かれた。

郵便局がこのサービスを実施することについては、様々な制度的課題があると考えられ、実施の可否については、今後慎重に検討すべき事項である。

## 5 終わりに

今回調査を行った地域における福祉を担う機関から郵便局において実施が期待される施策には様々な性格のものがある。

社会貢献的な施策（事業に直接関係せず、営利性もない（無償又は実費での実施）施策）であっても、その内容によっては新たな人材や予算の確保が必要となるものがあるが、社会貢献策を実施するための定員や予算の増加が認められることはあり得ず、また、いくら要望があるからといっても、本来業務に支障のするような施策を実施すべきでないことは当然である。現在有する郵便局の資源をいかに有効に活用し、地域のニーズに合った施策を実施していくかが課題となる。

本調査によって、福祉の提供側からの郵便局に対するニーズの傾向がある程度明らかになったと思えるが（障害者、高齢者の側から郵便局へ期待する施策にはまた違ったものがあると考えられ

る。) これらのニーズをもとにどのような施策を推進していくかについては、個別の施策に促して具体的に検討していくことが必要である。

2において、地域福祉に係る機関の中での郵便局の位置付けを具体的に明確にしておく必要があると述べたが、地域福祉の中に明確に位置付けるためには、施策の継続性が重要となり、担当者が変わったら施策も立ち消えになったということでは地域の信頼は得られない。民間企業はリストラ等により地域の拠点そのものがなくなってしまいう可能性もあるが、郵便局の場合はそのようなことが基本的にはないのがメリットである。

最初から継続して実施可能な無理のない施策を実施することが必要である。

その場合留意すべきことは、各郵便局の独自の判断によって実施すべきものと、全国一律に(あるいは地方ブロック単位で)実施すべきものとの区別である。

民間企業においては、社会貢献施策のうち文化

支援(メセナ)的なものや環境保全的なものについては、本社が企画して全社的に取り組み、障害者、高齢者施策を含む地域貢献的なものに関しては支社・支店独自の対応にまかせるというところが多いように思われる。

郵便局の場合は、その公共的な性格に鑑みて、ある地域の郵便局では実施するが、他の地域では実施しないということが事業のイメージから見て望ましくない場合もあると考えられる。

今回の調査を通じて感じられた郵便局の最大の長所は高齢者等にとって入りやすい親しみのある機関であるということ及びお客様の自宅に直接伺う外務職員の存在である。

障害者、高齢者福祉に関して郵便局に期待される役割は大きいことが、アンケート調査及びヒアリングを通じて強く感じられる。

この期待にいかに対応していくかは、新たな公社についての国民のイメージにも影響を与えるものであると考えられる。

## 参考文献

- 「高齢化時代の地域と企業」門脇厚司、福田垂穂編 同文館 平成6年
- 「フィランソロピー ~地域社会と企業の社会貢献~」絹川正明 地域福祉活動研究第15号
- 「企業市民」社会にやさしい企業たち」宮本惇夫 日本能率協会 平成3年
- 「NPOが描く福祉地図」さわやか福祉財団監修 ぎょうせい 平成10年
- 「超高齢時代 PART 1~3」読売新聞社編集局解説部編 日本医療企画 平成9~11年
- 「社会保障の動向1998」厚生省社会・援護局企画課監修 中央法規出版 平成10年

# 米国のアクセスチャージとその改革の意義

岐阜経済大学専任講師（郵政研究所客員研究官） 浅井 澄子

### 〔要約〕

本稿は、第2回目の米国通信法の解説であり、今回のテーマはアクセスチャージである。FCCは、アクセスチャージ改革、接続問題、ユニバーサル・サービス問題は三部作であるとし、1996年の通信法改正を契機にこれらの問題の解決に対して積極的に取り組む姿勢を明らかにした。アクセスチャージに関しては、これまでの不透明な補助制度の見直しによる資源の効率的配分の実現に加え、ベル系地域電話会社が長距離通信サービスを提供するに当たってのベル系地域電話会社と長距離通信事業者との競争条件整備、地域通信市場の接続料金との整合性確保の観点から見直しが求められている。しかし、この問題に関しては、ベル・システム時代からの経緯もあり、FCCのアクセスチャージ改革は順調に進展しているとは言い難い。

### はじめに

本稿は、米国通信法に関する第2回目の解説であり、今回取り上げるテーマは、長距離通信事業者が地域電話会社に接続する際に支払うアクセスチャージの問題である。1996年の通信法改正における接続問題でまず思い浮かぶのは、同法第251条及び第252条、すなわち、地域通信市場に新たに参入し、既存の地域電話会社と接続する際の接続条件及び接続料金規定であろう<sup>1)</sup>。この条項は、従来から独占的状态と考えられてきた地域通信市場における競争条件整備を目的としていること、料金算定に当たってこれまでの会計データの完全

配賦費用方式から、経済的費用による長期増分費用方式に変更したこと、その一方で、この通信法の規定を具体化するFCC規則の適否をめぐる最高裁判所で争われたこともあって、現在でも注目を集めている規定の一つである<sup>2)</sup>。これに対し、長距離通信事業者が地域電話会社に支払うアクセスチャージに関しては、従前から制度として存在し、また、今回の法改正自体で直接明記されたものではないため、注目の度合いという点では、地域通信市場における接続問題のかげに隠れた状況となっている。しかし、種々の制度設計に関して1996年の通信法改正で直接的には触れられていないものの、同法がすべての市場における競争政策

1) FCCは、長距離通信事業者が地域電話会社に支払う接続の対価をアクセスチャージ（access charge）通信法第251条に規定する地域通信市場に参入し、既存の地域電話会社と接続する際の対価を接続料金（price for interconnection）と区別している。本稿でも、前者をアクセスチャージ、後者を接続料金と区別して使うこととする。

2) 1999年1月に連邦最高裁判所は、FCCの主張を概ね支持する判決を下した。裁判所がFCCに再検討を要請した通信法第251条a項のアンバンドルについては、FCCは1999年9月に検討結果を提示している（FCC99 238）。

を顕示した結果、再構築を求められているシステムが存在し、アクセスチャージ問題もその中の一つである。このため、FCCは、通信法改正以降、この問題に対して「アクセスチャージ改革」と称して積極的に取り組んでおり、このことが、本稿のテーマとして取り上げる第一の理由である。

また、アクセスチャージには、1991年よりプライスカップ規制方式が適用されているが、1997年に決定されたX値の適否を巡っては裁判所で争われ、1999年にFCCに対して再検討を命じる判決が下されている。プライスカップ規制は、米国の電気通信事業では、1989年から1995年までの間、AT&Tのエンド・ユーザー料金に対して適用されてきた歴史があるが、他の公益事業においても、従来の公正報酬率規制に代わるインセンティブ規制として導入されている実態がある。どのような方法でX値が決定され、何が問題として指摘されたのかについては、電気通信事業に限らず公益事業一般において共通する問題であると思われる。このため、米国通信法の解説としては、多少、テクニカルな問題を取り上げることにはなるが、プライスカップ規制方式の他の事業への応用の点から、X値の設定方式の問題を取り上げることとする。米国の電気通信事業におけるX値決定の議論をたどることが、本稿でアクセスチャージ問題を取り上げる第2の理由であると言える。

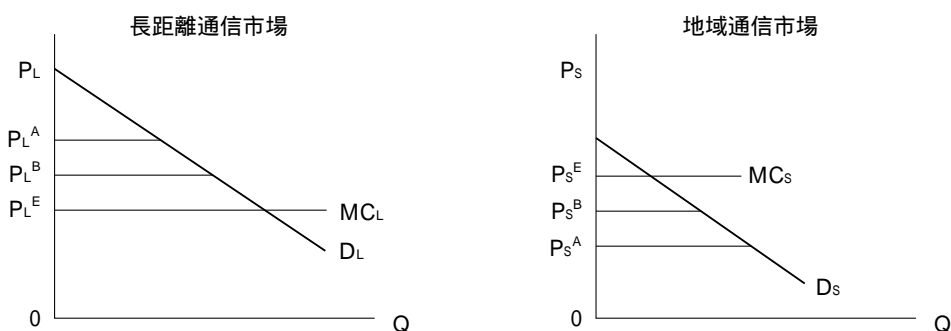
米国のアクセスチャージは、これまでの歴史的経緯もあり、複雑な制度である。まず、第1節でアクセスチャージ改革の意義を筆者なりの視点で明らかにした上で、第2節でこれまでの歴史的経緯を簡単に概観する。第3節は1996年以降のアクセスチャージ改革の議論の動向であり、ここでFCCが目指していた改革と現実との乖離が示される。第4節は、アクセスチャージ改革で問題となったプライスカップ規制のX値設定に限定した議論を行う。

なお、本稿のアクセスチャージの対象は、州際通信、国際通信を提供する長距離通信事業者が自己のサービスを完了させるため、地域電話会社に支払うFCC所管の料金であり、長距離通信事業者が、州政府の管轄である州内LATA間通信サービスを提供するために地域電話会社に支払う料金については、本稿の対象外である。

## 1 アクセスチャージ改革の意義

1996年の通信法改正を契機に進められているアクセスチャージ改革は、次の3点を目的にすると考えることができる。第1の目的は、資源の効率的配分の実現である。現在のアクセスチャージは、長距離通信と地域通信が一体的、かつ、ほぼ独占的状态で提供されてきたベル・システム時代の制度を継承し、アクセスチャージの過大な算定を通じて実現される加入者回線の通信量に比例せず発

図1 長距離・地域通信市場における料金のリバランシング



生する費用 (Non Traffic Sensitive Cost以下、「NTS費用」という。)に対する長距離通信市場からの暗黙的な (implicit) 補助であると言われている。

図1は、資源の効率的配分を実現する価格 ( $P^E$ 及び $P^S$ )、1984年のFCC決定以前の価格 ( $P^A$ 及び $P^B$ )、1984年のFCC規則の改正における価格 ( $P^C$ 及び $P^D$ ) 体系を単純化して示したものである。歴史的経緯については、第2節で概説するが、AT&T分割以前では長距離通信サービスには補助の原資として費用を上回る料金 $P^A$ が設定され、一方、地域通信市場では、NTS費用に対する補助を通じて、ユニバーサル・サービスとしての $P^B$ という低廉な地域通信サービスが提供されてきた<sup>3)</sup>。これに対し、FCCは、AT&T分割という垂直分離を契機に、補助制度の全面的な見直しを試みたが、結果的には、利用者の費用一部負担、長距離通信事業者が地域電話会社に支払うアクセスチャージの減額という部分的な改善にとどまっている。このときの価格水準が、 $P^C$ 及び $P^D$ である。しかし、この水準であっても、長距離通信市場から地域通信市場への補助は続いており、FCCのアクセスチャージ改革としての今回の試みは、長距離通信市場から地域通信市場への補助を廃止し、 $P^E$ 及び $P^S$ の価格水準を実現することにある。

さらに、NTS費用は、その定義上、通信量には依存しない費用であるが、加入者への定額料金のほか、長距離通信事業者に対しては、提供するサービスの通信量に応じて課金される仕組みがとられている。長距離通信事業者に割り当てられた費用は、最終的に長距離通信サービス料金に転嫁されるため、従量制のアクセスチャージ制度の下では、長距離通信サービスの大口利用者が、小口

利用者に比べより多くのNTS費用を負担し、不公平感が生じる。このように1984年に決定されたアクセスチャージ制度は、長距離通信市場から地域通信市場、長距離通信サービスの大口利用者から小口利用者への補助を含んでいるが、補助対象はいずれもNTS費用であるので、ここでの論点は、NTS費用の負担分を、今後、どのような形で利用者から回収するのかという問題であると要約することができる。

第2の目的は、通信法第251条及び第252条の地域通信市場における接続規定との整合性確保である。1996年に改正された通信法は、地域通信市場における競争条件整備の一環として、新たに地域通信市場に参入する地域通信事業者が、既存の地域電話会社のネットワークに接続する際の接続条件を規定した。一方、長距離通信事業者は、自己のサービスを完結するため、大口ユーザーにエンド・ツー・エンドでサービスを提供する場合を除き、既存の地域電話会社のネットワークに接続する形態をとる。この場合、既存の地域電話会社から見れば、自己のネットワークに接続する相手が、新たに地域通信市場に参入する地域通信事業者の場合は競争者、長距離通信事業者の場合は補完者という異なる意味合いを持つことになる。しかし、通信法第251条は、すべての電気通信事業者に対し、接続義務を課していることから、たとえ自己の競争者であっても接続を拒否することができず、競争者が補完者かの区別は實際上、意味をなさなくなる。さらに、既存の地域電話会社が、一定の対価で自己のネットワーク設備を提供するという点では、提供相手が地域通信事業者であるか、長距離通信事業者であるかの別を問わず、同じ経済的行為をとっていることになる<sup>4)</sup>。このため、既存の地域電話会社のネットワークへの接続料と考

3) ただし、米国では現在でも、市内料金について定額料金制、あるいは、定額料金と二部料金制の自己選択制がとられているところが多い。詳細な情報は、<http://www.fcc.gov>から入手することができる。

えれば、長距離通信事業者が支払うアクセスチャージと、新規に参入する地域通信事業者との接続料金を区別する必然性はなく、従来のアクセスチャージと新たに提起された地域通信市場における総要素長期増分費用方式（Total Element Long Run Incremental Cost：以下、「TELRIC」という。）による接続料金とは、将来的には統合化されていくことが合理的であると考えられる。一方の地域通信市場における接続料金も、司法の場で争われ、その制度設計は着実に進展しているとは言いがたいが、両者の整合性をどのように確保するのかという問題が生じることになる。

第3の目的は、長距離通信市場における競争条件の同一性確保である。米国通信法は、1996年の改正で新たに設けられた第271条で、ベル系地域電話会社に対し条件付きでLATA（Local Access and Transportation Area）間通信の提供を認めた。この結果、ベル系地域電話会社は、一定の要件を満たす場合に限られるが、地域通信サービスと長距離通信サービスの双方を提供する垂直統合された形態をとることになる<sup>5)</sup>。この場合、AT&T等の長距離通信事業者とベル系地域電話会社が、長距離通信市場において競争関係に立つことになるが、ベル系地域電話会社は地域通信から長距離通信までエンド・ツー・エンドでサービスを提供する一方、長距離通信事業者は、補助支払いを含めたアクセスチャージを地域電話会社に支払いつつ、長距離通信市場で地域電話会社と競争する形態は、イコール・フットイングな状態であるとは判断しがたい。現時点のところ、ベル系地域

電話会社の長距離通信サービスの提供については、ベル・アトランティックのニューヨーク州でのサービスという一例が認められたに過ぎないが<sup>6)</sup>、今後、他のベル系地域電話会社、あるいは、ベル・アトランティックに他の州での長距離通信サービスの提供が認められる状況を想定すると、長距離通信市場における競争条件確保の観点から、アクセスチャージの早急な見直しが求められることになる。

以上のとおり、アクセスチャージは、ベル系地域電話会社に業務制約が課されていた段階では、資源の効率的配分を阻害する問題として位置づけられてきたが、1996年の通信法改正で、地域通信市場における競争政策が明記されたことと、ベル系地域電話会社の垂直統合形態への道が開かれたことによって、競争条件の公平性の問題が新たに付け加わったと考えることができる。

さらに、長距離通信事業者が支払うアクセスチャージには、高費用地域の地域電話会社に対する補助原資であるユニバーサル・サービス・チャージ及び低所得者層に対する補助原資であるライフライン・アシスタンス・チャージも含まれている。ユニバーサル・サービスについては、1996年の通信法改正でユニバーサル・サービスの対象範囲、補助原資の拠出方法等も改められており、これに伴ってユニバーサル・サービスを実現するための原資としてのアクセスチャージも見直されることになる。

FCCは、1996年8月に、1996年の通信法改正に基づき、地域通信市場における接続問題に関す

4) ネットワーク設備の提供に関しての相違点としては、我が国の長距離通信事業者がNTTのネットワークとZC接続し、他事業者がGC接続しているように、相手事業者によって接続対象のネットワーク領域に差が生じることがある。しかし、ネットワークがアンバンドルされ、適正な料金が設定されている限り、接続対象に差異はあっても、必要なネットワーク部分のみを対価を払って接続するという経済的行為自体には変わりはない。

5) 通信法第272条でLATA間通信の提供が認められたベル系地域電話会社は、開始後3年間は分離子会社による提供が義務付けられている。したがって、完全な垂直統合形態は、最も早いと想定されるベル・アトランティックの場合でも、2003年以降である。

6) ベル・アトランティックは、ニューヨーク州での提供に関して、1997年2月に申請を行い、FCCとの協議の末、1999年12月21日に提供が認められた。詳細については、FCC 99 404参照。

る規則を制定した。FCCはその文書の中で、地域通信市場の接続問題、ユニバーサル・サービス、アクセスチャージの問題は「3部作」であると称し、この3点を併せて改革する方針を明言した。地域通信市場の接続料金と長距離通信事業者が既存の地域電話会社に支払うアクセスチャージ間では整合性をとる必要性があることは前述の通りであり、また、ユニバーサル・サービスの枠組みの変更は、ユニバーサル・サービス実現のための資金源としてのアクセスチャージ制度の見直しを伴うことになる<sup>7)</sup>。この意味で、地域通信市場の接続料金、ユニバーサル・サービス、アクセスチャージの問題は、まさに三位一体の関係にあると考えられる。

## 2 アクセスチャージの概要

### 2.1 これまでの経緯

米国におけるアクセスチャージの歴史は、大別すると、ベル・システムの費用分収の時代、長距離通信市場における新規参入事業者の登場からAT&T分割までの時代、イコール・アクセス実施以降の3つに区分することができる。

第1期目は、分割前のベルシステムが長距離通信、地域通信を通して事実上の独占的状态でサービスを提供していた時代である。この時期のベル・システムは、垂直統合形態ではあるものの、規制機関が連邦と州で分かれているため、料金算定上、どの費用を州際又は州内の費用として配賦するかが規制上の議論の焦点であった。具体的には、料金算定に当たって、地域通信サービスと長距離通信サービスのいずれのサービス提供にも必要不可欠なNTS費用の負担問題である。このNTS費用については、1930年のイリノイ州公益

事業委員会对イリノイ・ベルとの判決以降、FCC規則の改定によって、州際部分がNTS費用をより多く負担するように連邦側の負担比率が、徐々に高められていった(表1参照)。具体的に1981年の時点では、総通信時間に占める州際通信の比率は8%であったのに対し、NTS費用の26%が連邦の費用として長距離通信事業者に割り当てられている。すなわち、第1期の問題は、独占的な垂直統合事業者であるベル・システム内部で、長距離通信サービスと地域通信サービスの費用配賦をどのようにして行うのか、また、技術進歩による費用の低下が相対的に小さい地域通信サービスの料金値上げをどのように抑制するのか、その抑制手段としての内部補助をどのようにルール化するかという点にあったと要約することができる。

第2期目は、1969年のMCIの専用サービス提供、1978年のエグゼキュネット判決によるMCIの電話サービス市場への参入に端を発する。これまで既存の地域電話会社、とりわけ、ベル系地域電話会社は、ベル・システム内部の分収という形態で地域通信と長距離通信間の精算を行っていたが、長距離通信市場に新規参入が生じたことによって、これら競争事業者に接続サービスを提供する際の料金設定の必要性が生じてきた。この時期の一つの決定事項が、MCI等の参入事業者全般を対象とする暫定的かつ包括的取り決めとしてのENFIA協定(Exchange Network Facility for Interstate Access)である。ENFIA料金は、①地域電話会社の市内交換局から新規参入事業者の接続点までの回線料金(定額料金)、②市内交換機の利用料金(従量料金)、③NTS費用の負担分の3つから構成される。このうち、MCI等の新規参入事業者

7) アクセスチャージがNTS費用の補助、ユニバーサル・サービス・ファンド、ライフライン・アシスタンスの資金源となっているほか、アクセスチャージにおける地域別の費用差を反映したゾーン制の見直しは、料金の平準化、価格差異化の問題として、ユニバーサル・サービスの問題とも関連する。



が支払うNTS費用に関しては、新規参入当時のベル・システムのネットワークが、他事業者との接続を前提に設計、構築されていなかったため、MCIに接続する場合の利用者は20～27桁のダイヤル桁数を回す必要性があり煩雑であったこと、接続によって品質が劣化するという理由から、AT&TのNTS費用負担の55%割引とすることとされた。このことは、イコール・アクセス実施までの技術的競争条件の未整備を、アクセスチャージの一部を割り引くことでひとまず解決したと解釈することができるが、技術的劣化の損失がNTS費用の負担を約半分にすることで均衡するのか、否かという問題を惹き起こすことになる<sup>8)</sup>。

第3期目は、AT&T分割を定めた1982年の修正同意判決が、ベル系地域電話会社に対し、イコール・アクセスの実施を義務づけたことを契機とする。この技術上の競争条件の同一性確保により、ENFIA協定における料金割引の根拠が失われ、1983年のFCCの統一アクセスチャージ・ルールで、AT&T、新規参入の長距離通信事業者の別を問わず、同一水準のアクセスチャージが適用されることとなった。ベル系地域電話会社に対し、交換機の更改を義務付けたことで、不透明なENFIA料金は終了することになる。

また、FCCは、垂直分離でもあるAT&T分割の実施を契機に、従来のアクセスチャージによるNTS費用負担の見直しもこの時期に試みた。しかし、1982年のFCC原案では、住宅用利用者の市内料金が最終的に倍増することが見込まれたため、消費者団体及び議会から反対が起こり、加入者は新たに費用の一部を定額料金で負担し、残り

を長距離通信事業者が従量制で負担することで妥協が図られた。したがって、1984年のFCC決定によって、NTS費用の負担問題は部分的には解決したものの、資源の効率的配分の点では、今なお解決すべき課題として残されている<sup>9)</sup>。このAT&T分割を契機に定められたアクセスチャージ制度が、基本的には今回のアクセスチャージ改革まで適用され、その概要は、次の(2)項のとおりである。

## 2.2 現行制度の概要

最初にアクセスチャージの構成と算定方式、次にアクセスチャージに対する規制方式について説明する。FCCが所管する州際アクセスチャージは、長距離通信事業者が、州際通信及び国際通信サービスを提供するために、ベル系又は独立系の地域電話会社のネットワークに接続する際の対価であり、次の手順で設定される。

①FCC規則第32部の統一会計システム(Uniform System of Accounts:USOA)に従って、地域電話会社の支出及び投資費用を帳簿として記録する。

②FCC規則第64部により、①の会計データを規制サービスと非規制サービスに分計する。

③FCC規則第36部により、②の会計データを州際・州内通信部分に分計する。

④地域電話会社は、FCC規則第69部により、規制サービスの州際アクセスサービスの費用を長距離通信事業者と加入者から徴収する<sup>10)</sup>。この際、プライスカップ規制を導入する地域電話会社は、FCC規則第61部の適用を受ける。

8) AT&T分割前のMCIの高い利潤率及び市場占有率の上昇は、NTS費用の負担軽減が大きく寄与しているとする見解もある。具体的には、Brock(1994, PP.142-143)参照。

9) 図1は、1984年に長距離通信サービス料金が $P_L^A$ から $P_L^B$ に、地域通信サービス料金が $P_S^A$ から $P_S^B$ に移行したことを示しているが、資源の効率的配分を実現する $P_L^E$ と $P_S^E$ とは異なっている。

10) 加入者からの徴収とは、NTS費用の一部を加入者回線料として課している部分である。アクセスチャージは、長距離通信事業者が地域電話会社のネットワークに接続する際の対価であるが、これまでの経緯から、加入者が支払うNTS費用についても、アクセスチャージの中にも含まれている。

④のプライスカップ規制は、1991年より大規模な地域電話会社を対象に適用されており、このプライスカップ規制におけるX値設定を巡っては、第4節の議論を引き起こすことになる。④では、プライスカップ規制を選択するか、個々のサービス毎にアクセスチャージを設定するかで分かれるが、①から③では、会計データの配賦が実施されており、地域通信市場で導入が試みられている経済的費用データによる長期増分費用方式とは異なる算定方式がとられている。

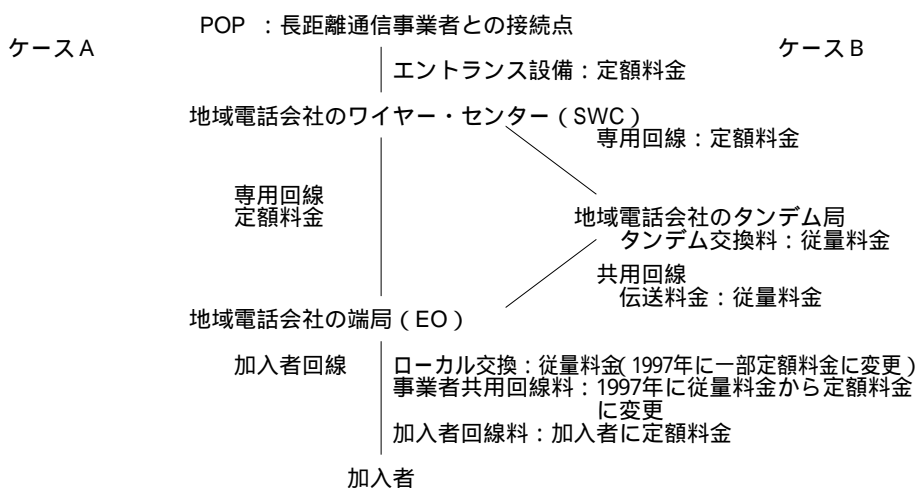
このアクセスチャージをネットワーク構成でみたものが、図2である。長距離通信事業者が、ある地域電話会社と接続するには、接続点から直接、地域電話会社の端局に専用回線で接続するケースAと、地域電話会社のタンデム局に専用回線で接続し、タンデム局から端局までは、複数の長距離通信事業者間でネットワークを共有するケースBに大別される。専用回線の接続は定額料金で徴収され、共用回線の伝送及び交換局の利用量に応じて変化する費用は、分単位の従量制で課金される仕組みとなっている。

また、アクセスチャージには、上記以外にユニバーサル・サービス・ファンド及びライフライン・アシスタンスの運営に必要な収入を確保するための課金も含まれる。とりわけ、高費用地域の地域電話会社に対する補助であるユニバーサル・サービス・ファンドについては、そのコスト算定の適否及び費用削減インセンティブが十分に機能しない補助システムであるという問題が指摘されている。現在、これらの問題点を解決するためのモデル構築が進められているが、一連の作業は、FCCの当初の予定より遅延している状況にある。

以上のとおり、長距離通信事業は従来から技術進歩と需要増大の双方の観点から、費用負担能力が相対的に大きいと考えられ、この結果、NTS費用をはじめ、高費用地域の地域電話会社、さらには、特定の個人に対する補助制度の原資の供給先と位置づけられ、この仕組みがFCC規則としてルール化されてきたことになる。

さらに、現在のアクセスチャージの料金は、会計上のデータに基づき算定され、費用配賦の適正性の問題に加え、地域電話会社の非効率性が含ま

図2 ネットワーク構成とアクセスチャージ



FCC 96 488 (1996, 12, 23) 図1一部修正

11) AT&Tは、アクセスチャージ改革に対する意見として、現行のアクセスチャージの水準は、経済的費用に基づき算定された水準のほぼ7倍に匹敵すると主張している。FCC 97 158, para. 11参照。

れること、費用削減インセンティブが作用しないことが、従来から問題として指摘されてきた<sup>11)</sup>。米国では、支配的事業者であったAT&Tに対し、1989年から1995年までの間、規制コストの削減と効率化インセンティブ付与の観点から、インセンティブ規制の一つとしてプライスカップ規制が適用されてきた。一方、FCCは、地域電話会社が提供するアクセスサービスに対しても、効率化促進のため、プライスカップ規制を導入することを1990年9月に決定し、現在、大規模な地域電話会社の提供する州際アクセスチャージに対し、プライスカップ規制が適用されている。

このアクセスチャージにおけるプライスカップ規制方式についても、3段階の変遷を遂げている。まず、第1段階は、プライスカップ規制が初めて導入された1990年9月の「報告及び命令」である。ここでは、X値は3.3%と4.3%の2種類が設けられ、かつ、事後的に達成された報酬率を計算し、規定以上の報酬率を得ている場合には、その一部を還元する仕組みが設けられている。こ

れは、利潤分配方式と称されるもので、設定されたX値の信頼性に対する是正措置を予め組み込んでいる。

第2段階は、1995年3月の「報告及び命令」であり、ここでは、Xの値として4.0%、4.7%、5.3%とX値が引き上げられ、かつ、5.3%を選択した地域電話会社にはインセンティブ効果を高めるため、利潤分配方式の適用が廃止され、プライスカップ規制方式のみを適用するというものである。

第3段階は、1997年5月の「報告及び命令」であり、X値を6.5%に一本化し、かつ、利潤分配方式を解除することを主たる変更点とする。しかし、このX値の引き上げに対し、地域電話会社の団体であるUSTA (United States Telephone Association) は、6.5%の根拠が明確ではないことを理由に、本件に関し、FCCをコロンビア特別区巡回区控訴裁判所 (Court of Appeals for the District of Columbia Circuit) に提訴した。この裁判では、AT&Tも第3者として加わる形で審

表1 州際アクセスチャージに関する主たる動き

1930年	イリノイ州公益事業委員会とイリノイ・ベル判決
1943～1952年	州内、州際通信時間を1:1として、NTS費用を配賦
1952～1965年	州内、州際通信時間を1:1.8として、NTS費用を配賦(チャールストン方式)
1965～1969年	州内、州際通信時間を1:2.5として、NTS費用を配賦(デンバー方式)
1969～1970年	州内、州際通信時間を1:3.2として、NTS費用を配賦(FCC方式)
1970～1984年	州内、州際通信時間を1:3.25として、NTS費用を配賦(オザーク方式)
1978～1984年	ENFIA料金の適用
1982年12月	FCCアクセスチャージ裁定(反対により見直し)
1983年7月	FCC修正アクセスチャージ裁定
1990年9月	FCC決定(州際アクセスチャージに対する利潤分配方式を加えたプライスカップ規制の適用)
1995年3月	FCC報告及び命令(94-1) (上記プライスカップ規制のX値の見直し)
1997年5月	FCC第1回報告及び命令(97-158) (NTS費用の見直し)
1997年5月	FCC第4回報告及び命令(97-159) (複数X値の一本化、利潤分配方式の廃止)
1999年5月	FCC対USTAの判決(FCC再検討命令)
1999年8月	FCC第5回報告、命令及び規則制定案告示(99-206) (規制の簡素化)
1999年11月	FCC規則制定案告示(99-345)(X値の見直し)

議が進められ、1999年5月21日に下された判決の結論は、FCCにX値としての6.5%の設定を再検討するよう命じるというものである。この判決の結果、FCCは次節で述べる規則制定案に対する公告を行うことになる。以上、これまでのアクセスチャージに関する主たる動向を一覧にしたものが、表1である。

### 3 アクセスチャージ改革の概要

前節の状況に対するFCCのアクセスチャージ改革は、大別して3つの側面から実施されている。一つ目は、アクセスチャージ改革の第一の目的に対応するNTS費用の負担方法の見直しである。具体的には、加入者回線料の引き上げと、これによる長距離通信事業者の負担軽減及び長距離通信事業者への課金方法の見直しである。2点目は、アクセスチャージ方式の柔軟化、規制の簡素化の観点からの見直しである。これは、通信法第10条の競争促進、規制緩和の規定に基づく措置である。3点目は、より効率化を促進するためのプライスカップ規制方式のX値の見直しであり、これにより、アクセスチャージがTELRICの水準に近づくことが期待される。

まず、最初のNTS費用の負担方法の問題であるが、これは、1997年5月のFCC決定（FCC 97-158）で具現化され、これまでの住宅用加入者の月額負担額の上限3.5ドルを、複数回線利用者に限定しているが、1998年に上限を5ドル、1999年からは上限を6.07ドルに引き上げるというものである。一回線契約の住宅用加入者及び事務用加入者の負担額3.5ドルを維持したのは、月額固定料金の一律の引き上げによる利用者の負担増によって、利用者のネットワークからの離脱を防止する措置である<sup>12)</sup>。また、複数回線契約の事務用

利用者の月額加入者回線料（Subscriber Line Charge：SLC）も引き上げられ、平均で6.92ドルから9ドルになることが見込まれている。この決定は、長距離通信事業者から加入者にNTS費用の負担比率の移行が図られたという点で、一つの前進ではある。しかし、住宅用単一回線利用者のNTS費用の負担額である月額3.5ドルでは、NTS費用をカバーしていないとFCCは記しており、1984年の決定時と同様に、資源の効率的配分の達成の観点では、今回も全面的な解決には至っていない。

また、FCCは、これまでNTS費用に関して、加入者回線料で賄いきれない部分については、長距離通信事業者から通信量に応じて事業者共用回線料（Carrier Common Line Charge：CCLC）として徴収することを認めてきた。しかし、この方式では、各加入者に一律に発生する費用負担の程度が、長距離通信サービスの利用の多寡で異なることから、長距離通信事業者に対しても、費用の発生を反映するよう利用者数に比例して負担させる仕組みに変更した。この方式は、優先接続指定事業者料金（Primary Interexchange Carrier Charge：PICC）と称し、利用者が特定の長距離通信事業者を自己の主たる事業者として予め登録する優先接続制度を利用し、優先接続した加入者数に比例して加入者単位に月額定額料金で徴収するというものである。優先接続指定事業者料金は、具体的には、以下の事項から構成され、その料金水準は表2のとおりである。また、加入者回線料の引き上げ及び優先接続指定事業者料金の導入により、長距離通信事業者が従量制で支払う州際アクセスチャージの料金水準は、着実に低下している（表3参照）。

① 優先接続に指定した単一回線の住宅用利用

12) 通信法第254条のユニバーサル・サービスで、良質なサービスが、公正、妥当かつ低廉な料金で利用可能でなければならないと規定している。

表2 州際NTS費用負担の推移（全米平均一回線月額料金）

（単位 ドル）

	加入回線料			優先接続指定事業者料 <sup>1)</sup>		
	単一回線	複数回線住宅	複数回線事務	単一回線	複数回線住宅	複数回線事務
1998, 1, 1 ~ 1998, 6, 30	3.50	4.98	6.92	0.49	1.50	2.52
1998, 7, 1 ~ 1998, 12, 31	3.50	4.99	7.11	0.49	1.38	2.38
1999, 1, 1 ~ 1999, 6, 30	3.50	5.88	7.05	0.49	1.38	2.22
1999, 7, 1 ~ 1999, 12, 31	3.50	5.84	6.94	0.95	1.77	2.78

1) 表2の料金水準は、全米平均であり、PICC単一回線の料金は、1999.7.1から12.31までの間、ベル系地域電話会社は各社1.04ドルで共通であるが、住宅用利用者の複数回線については、0.03~2.53ドルの格差がある。複数回線の事務用利用者に関しても、0.04~4.31ドルの差が存在する。

出典：FCC(1999) Trends in Telephone Service 表1.1の抜粋

表3 州際従量部分のアクセスチャージの推移（全米平均1分当たり）

（単位 セント）

	CCLC(発信)	CCLC(着信)	従量(TS)
1984, 5, 26 ~ 1985, 1, 14	5.24	5.24	3.10
1998, 1, 1 ~ 1998, 6, 30	0.68	0.23	1.29
1998, 7, 1 ~ 1998, 12, 31	0.91	0.20	0.99
1999, 1, 1 ~ 1999, 6, 30	0.82	0.16	0.98
1999, 7, 1 ~ 1999, 12, 31	0.37	0.10	0.86

出典：FCC(1999) Trends in Telephone Service 表1.2の抜粋

者及び事務用利用者には、1998年には一加入者当たり月額0.53ドルの負担額とし、1999年以降にその引き上げを認める。ここでの0.53ドルとは、ユニバーサル・サービス・ファンド及びライフライン・アシスタンスのために長距離通信事業者に課せられた一加入当たりの負担額にほぼ等しい額である。

② 2回線以上の住宅用利用者には1998年には1.5ドル、事務用利用者には2.75ドルとし、1999年以降も引き上げを認める。

③ 優先接続指定事業者料金は段階的に引き上げを予定しているが、州際に係るNTS費用に関して、加入者回線料と優先接続指定事業者料金で賄えない部分については、従来の従量制課金である事業者共用回線料での徴収を認める。しかし、これは過渡的措置であり、NTS費用を加入者回線料と優先接続指定事業者料金でカバーできた段

階で事業者共用回線料は廃止する。

今回の加入者回線料の引き上げと優先接続指定事業者料金制度の設置により、長距離通信市場から地域通信市場への補助及び長距離通信市場における大口利用者から小口利用者への補助は段階的に軽減の方向に向かっている。しかし、事業者共用回線料制度は存続され、FCCも1997年5月の決定文書の中で認めているとおり、今回の改正でこれまでの暗黙的な補助が即座に解消されたというものではない。1900年代前半からNTS費用を負担能力のあるところに課してきたこれまでの方式に対し、FCCは1980年代からこの是正に取り組んではいるが、20年を経過した現在でも改善すべき課題として残っている。このことは、いったん作り上げられ、運営されているシステムが既得権益化した場合、その更改が、いかに困難であるかを象徴していると言えよう。

なお、今回の長距離通信事業者に対するNTS費用の定額課金に加え、1997年5月の決定では、市内交換に際して加入数に比例して発生する費用のうち、これまで従量制で課金していた部分については、加入数に応じた定額料金制に変更され、費用の実態を反映する方式に改められている。

アクセスチャージ改革の2点目は、1999年8月に出された「第5回報告及び規則制定手続きの告示」(FCC 99 206)である。1996年に改正された通信法は、新たに第10条を設け、①料金やサービス提供が正当かつ合理的で、不当に差別的ではないことを確保するための規制が必要ではない場合、②消費者保護のために規制を実施する必要性がない場合、③規制を差し控えることが公共の利益に資する場合には、規制を差し控えることを明記した。1999年8月に下されたFCCの決定は、規制差控への規定に沿うもので、具体的には、①プライスキャップ規制における新サービス導入時の内部補助テストの実施省略、②従来の需要密度を反映した地域別料金格差を認めるゾーン制の拡大、③州際LATA内長距離通信サービス<sup>13)</sup>に対するプライスキャップ規制の適用除外等が盛り込まれている。

また、FCCは、1996年12月のアクセスチャージに関する規則制定案告示において、現行のアクセスチャージの水準を経済的費用に近づけるための方法として、市場ベースのアプローチと規定的(prescriptive)アプローチの2つを提案した。2つのアプローチの目標は、市場の競争を促進し、料金規制が廃止される市場の生成をめざすことで共通ではあるが、後者の方がFCCの規制への関与の程度は大きい。この2つのアプローチに関して、FCCは1997年5月の決定において、規定的アプローチも競争メカニズムが機能しない状況で

は採用の可能性を否定しないものの、市場ベースのアプローチを中心に適用する方針を明記した。今回のアクセスチャージ制度の簡素化、柔軟性の確保は、規制を緩和することにより市場メカニズムが機能する領域を拡大させる、すなわち、FCCの市場ベースのアプローチによる競争促進政策の一つと位置づけることができる。

3点目が、プライスキャップ規制方式のX値算定の再検討である。FCCは、1997年に、これまでの利潤分配方式を併用したプライスキャップ規制は、インセンティブ効果を減じることになり、より効率化を促進する方式に改める必要があること、プライスキャップ規制に移行し6年が経過し、データとノウハウの蓄積が図られたことによって、信頼性のある生産性の計測が可能になったとして、前述のとおりX値を6.5%とし、さらに、利潤分配方式を廃止する旨の決定を下した。しかし、USTAの提訴の結果、1999年5月にFCCに再検討を命じる判決が下されたことを受けて、FCCは1999年11月に本件に関する規則制定案の告示を発出した(FCC 99 345)。FCCは、ここで、以下の3つの選択肢を含む原案を提示し、現在、意見のとりまとめの最中にある。具体的なX値の算定方法については、次節で取り上げるが、ここで挙げられた選択肢とは、以下のとおりである。

① 1997年のX値の決定は、FCCのTFP研究スタッフによるものであるが、この結果のみを利用するのか、あるいは、他の方式も利用すべきか否か。

② 1997年のFCCのスタッフ・ペーパーの改善を図り、再度計測を行った値を使用するか、否か。また、1997年のレポートを見直した1999年のFCCのTFPスタッフ・ペーパーについての意見

13) 一つのLATAが複数の州をまたぐ事例である。

も要請する。なお、1999年のTFP計測上の主たる変更点とは、生産量指数の作成において、生産量の一つとして利用した地域通話回数を、より利用実態を反映した通話時間に変更したこと、資本サービス費用の作成方法の変更等である。

③ TFPの計測によらず、地域電話会社が競争環境にあったならば得ていたであろう報酬から、X値を算出する方法を採用するか否か。また、FCCは、この方法についての意見も求めている。

選択肢①及び②が、従来のTFP値を根拠とする方針であるのに対し、選択肢③は、収入と費用からX値をいわば逆算しようとするもので、FCCの本文書のみでは詳細は明らかではないが、OFTELがBTの利用者向け料金に対して適用しているプライスカップ規制方式におけるXの算定に近いものと思われる。FCCは、現在、上記に関しての意見提出を要請しており、今後改めてプライスカップ規制のX値の決定を行うことになる。

#### 4 X値の決定問題

本節では、裁判所で争われた1997年のプライスカップ規制のX値の決定問題を取り扱う。まず、生産性の計測について、(1)項で基本的事項の整理、(2)項で電気通信事業における生産性の計測事例をサーベイし、(3)項でプライスカップ規制のX値決定のために行われたFCC等のTFPの計測事例を取り扱うこととする。

##### 4.1 生産性の計測

電気通信事業におけるプライスカップ規制方式は、様々な外生的要因を考慮する等の補正が加えられているが、価格引き上げの上限は、基本的には、物価指数変化率から、当該事業者の生産性上昇率を差し引いて設定される。

まず、生産性は、大別して偏生産性と総生産性

に分けることができる。偏生産性は、一種類の生産要素投入量に対する生産量の比率で表され、従業員一人当たりの生産高は、一般に利用される偏生産性指標の一つである。しかし、この場合、資本設備の拡張によって、労働一単位当たり投下された資本設備が高くなる場合にも労働生産性は上昇するため、この偏生産性の推移が、労働資源の効率性向上によるものか、他の要因によるものかの判別がつかないことになる。

このため、実務的には偏生産性指標を見ることは多いが、プライスカップ規制のX値の設定をはじめとする生産性計測に用いられるのが、全要素生産性(Total Factor Productivity: 以下、「TFP」という。)である。TFPは、複数の生産物と生産要素のそれぞれについて集計指数を作成し、集計された生産量指数を生産要素投入量指数で除したものと定義される。

また、生産性の計測方法にはさまざまな方式があるが、これまで電気通信分野で行われてきたものとしては、Törnqvist生産性指数やMalmquist生産性指数を計測する方法等が挙げられる。Törnqvist生産性指数でTFPを計測する方法は、企業が費用最小化行動、すなわち技術非効率性及び配分非効率性の双方が存在しないことを前提とする。一方、Malmquist生産性指数は、その生産性を技術効率性の変化と生産フロンティアのシフト、すなわち、技術進歩率に分けることができる点で、前提条件を異にする。また、Malmquist生産性指数は、Data Envelopment Analysisと称される一種の線形計画法で計測が行われる一方、Törnqvist生産性指数は、(1)式に基づき算定される。(1)式から示されるとおり、Törnqvist生産性指数は生産量指数と生産要素投入量指数を作成するためのデータが入手できれば、比較的容易にTFPの計測ができるという利点を有するとともに、Diewertの定義する最良指数(superlativein-

dex)の一つであることから、TFP計測にはしばしば用いられている<sup>14)</sup>。

$$\ln(TFP^1/TFP^0) = (s_m^1 + s_m^0)/2 \cdot \ln(y_m^1/y_m^0) - (v_i^1 + v_i^0)/2 \cdot \ln(x_i^1/x_i^0) \quad (1)$$

ここで、yは生産量、xは生産要素投入量、pは生産物価格、wは生産要素価格

$s_m$ 及び $v_i$ は、m生産物の生産物収入シェア、i生産投入要素の生産要素費用シェアである。

$$s_m = p_m y_m / \sum p_m y_m$$

$$v_i = w_i x_i / \sum w_i x_i$$

また、(1)式は生産物市場が競争状況にあることを前提に、収入シェアをウエイトに生産量を集計している。しかし、その仮定を緩め、収入シェアを生産量に対する費用弾力性に置き換え、これをウエイトに生産量指数を作成する方法もある。この場合、予め費用関数を推定し、生産量に対する費用弾力性(=  $\ln C / \ln y$  : Cは費用を示す)を計測する必要があるが、この弾力性をウエイトに用いることによって、TFP計測後の要因分解で、価格と限界費用との乖離の程度、すなわち、マークアップ率を計測することが可能となる。

Norsworthy and Tsai (1999) は、11の大規模な地域電話会社のTFPについて、収入シェアと限界費用でウエイト付けしたTörnqvist指数によってTFPをそれぞれ計測している。ここでの11の地域電話会社のTFP年平均成長率は、表4のとおりであるが、ウエイトの取り方によって生産性の値が異なること、収入シェアをウエイトに用いた集計の方が、生産性成長率が高いという結果が示されている。

#### 4.2 TFPの計測事例

電気通信事業をはじめとする公益事業では、

表4 大手地域電話会社のTFP年平均変化率

(単位 %)

	1981 1990年	1984 1990年
収入シェア	6.1952	3.8122
限界費用	2.3536	2.3467

Norsworthy and Tsai (1999) 表2の一部抜粋

1980年代より多方面で生産性の計測が行われるようになった。プライスカップ規制におけるX値の設定問題では、TFPの計測で事足りるが、これらの分析では、どのような要因によって生産性が変動するのか、とりわけ、技術進歩がどの程度、生産性向上に寄与しているのかの点に関心が寄せられており、費用関数を推定し、予め計測したTFPの要因を分解するという研究事例が多い。米国及び我が国の電気通信事業者を対象に、TFPを計測した研究事例の概要は、表5のとおりである。Törnqvist指数でTFPを計測し、総費用関数、あるいは、資本が調整されているという仮定を緩めて、可変費用関数を推定し、この費用関数のパラメータを利用して、規模に関して収穫一定ではない状況下で生産量変化の生産性に与える影響、資本量が最適に調整されていない状況下で資本量の変化の生産性に与える影響及び技術進歩率等に分解するというのが、これまでのところ一般的であると言える。

表5には掲載しなかった電気通信分野における計測事例としては、Nadiri and Schankerman (1981)、Resende (1999)、伊藤・今川 (1993)、経済企画庁 (1998) 等があるが、これらを含めても生産量指数には通話分数、加入者回線数、専用回線数等を集計し、投入量指数には労働、原材料、資本を利用し、(1)式、あるいは、(1)式のウエイトを収入比ではなく、生産量に対する費用弾力性に

14) Diewertは、基準時点0期から比較時点1期で、生産価格p、生産量yとすると、数量指数 $Q(p^0, p^1, x^0, x^1) = (x^1)/(x^0)$ を満たすとき、数量指数Qは(X)に対しエグザクナ指数であると定義した。さらに、一次同次関数に対し2次近似可能な関数をフレキシブルな関数とし、このフレキシブルな関数に対応するエグザクナ指数を最良指数と定義した。



表5 電気通信事業における生産性の計測とその要因分解

	Denny, Fuss and Waverman (1981)	Nadiri and Nandi (1999)	Norsworthy and Tsai (1999)	Oniki et al. (1994)
対象事業者	ベル・カナダ	分割前・分割後のAT&T	米国の大手地域電話会社	電電公社・NTT
計測期間	1952-1976年	1935-1987年	1981-1990年	1958-1987年
生産指数	長距離通信サービス、WATS 専用サービス 地域通信サービス その他	地域通信サービス 長距離通信サービス	地域通話分数 長距離通話分数 加入者回線数	基本料金、地域・長距離、専用線、電報・テレックス、雑収入
投入指数	労働 原材料 資本	労働 原材料 R&D資本 R&D以外の資本	労働 原材料 資本	労働 原材料 資本
TFP 年平均成長率	規模弾性で集計 3.35%	規模弾性で集計 3.874%	規模弾性で集計 2.353% 収入比で集計 6.195%	収入比で集計 3.21%
要因分解	総費用関数 技術進歩率 生産量変化 マークアップ率	可変費用関数の推定 (需要関数も推定) 技術進歩率 生産量変化 マークアップ率 資本量変化	可変費用関数の推定 マークアップ率	可変費用関数の推定 技術進歩率 生産量変化 資本量変化 制度変更の効果 (ダミー変数)

1) 参考文献に掲げる文献により作成

2) 総生産性変化率の水準が明記され、かつ、要因分解が行われている事例を取り上げた。

代えて算定する方法が、これら研究事例の概ね共通するところである。

また、要因分解の結果として、Nadiri and Nandi (1999) の結果を示すならば、1938～1987年のTFP年平均成長率3.87%の内訳として、技術進歩率が2.06%、価格と限界費用との乖離の程度を示すマークアップ率が0.99%、生産量変化の影響が0.83%である。一方、1975～1983年では生産性変化率が5.35%、技術進歩率1.74%、1985～1987年では、生産性変化率2.40%のうち、技術進歩率0.38%であり、一般に電気通信分野は技術進

歩が著しいと言われるが、近年の生産性変化率の寄与の点では、必ずしもその役割は大きいものではないという結論となっている<sup>15)</sup>。

#### 4.3 FCCの計測

以下では、判決で再検討を求められた1997年5月のX値設定問題を取り扱う。FCCは、当初のアクセスチャージに対するプライスカップ規制のX値を一定の調整を加えたTFP変化率にプライスカップ規制導入による便益の消費者還元分0.5%の合計として設定している。X値決定で問

15) 生産要素が可変であり、規模に関して収穫一定、生産物市場及び生産要素市場が完全競争市場であるならば、TFP変化率は、技術進歩率を示すと見なされるが、Nadiri and Nandi (1999) の結果は、このような前提にたつ場合、技術進歩率を過大に評価する可能性があることを示している。

題となるのは、どのようにしてTFP変化率を計測するのかという問題と、計測されたTFP変化率を含め、どのような算式でX値を設定するのかという問題がある。

まず、TFP変化率の計測に関してFCCの計測が前項の事例と異なる点は、Törnqvist生産指数を利用するのではなく、フィッシャーの理想指数で生産性変化率を計測していることである。フィッシャーの理想生産量指数 $F^y$ は、ラスパイレス生産量指数 $L^y$ とパーシェ生産量指数 $P^y$ の幾何平均であり、生産量 $y$ 、生産物価格 $p$ 、生産要素投入量 $x$ 、基準時点0期、比較時点1期とすると、(2)式及び(3)式から、(4)式のとおりに求められる。

ラスパイレス生産量指数

$$L^y = \frac{\sum p_i^0 y_i^1}{\sum p_i^0 y_i^0} = \sum s_i^0 \frac{y_i^1}{y_i^0} \quad (2)$$

$$\text{ここで、} s_i^0 = \frac{p_i^0 y_i^0}{\sum p_i^0 y_i^0}$$

パーシェ生産量指数

$$P^y = \frac{p_i^1 y_i^1}{p_i^1 y_i^0} = \frac{1}{s_i^1 (y_i^0 / y_i^1)} \quad (3)$$

$$\text{ここで、} s_i^1 = \frac{p_i^1 y_i^1}{\sum p_i^1 y_i^1}$$

(2)式及び(3)式から、フィッシャーの理想生産量指数

$$F^y = (L^y \cdot P^y)^{1/2} = \left\{ s_i^0 \frac{y_i^1}{y_i^0} \times \frac{1}{s_i^1 (y_i^0 / y_i^1)} \right\}^{1/2} \quad (4)$$

生産要素投入量に関しても、生産量と同様にして、ラスパイレス投入量指数

$$L^x = \frac{w_i^0 x_i^1}{w_i^0 x_i^0} = v_i^0 \frac{x_i^1}{x_i^0} \quad (5)$$

$$\text{ここで、} v_i^0 = \frac{w_i^0 x_i^0}{\sum w_i^0 x_i^0}$$

パーシェ投入量指数

$$P^x = \frac{w_i^1 x_i^1}{w_i^1 x_i^0} = \frac{1}{v_i^1 (x_i^0 / x_i^1)} \quad (6)$$

$$\text{ここで、} v_i^1 = \frac{w_i^1 x_i^1}{\sum w_i^1 x_i^1}$$

(5)式及び(6)式から、フィッシャー理想投入量指数

$$F^x = (L^x \cdot P^x)^{1/2} = \left\{ v_i^0 \frac{x_i^1}{x_i^0} \times \frac{1}{v_i^1 (x_i^0 / x_i^1)} \right\}^{1/2} \quad (7)$$

(1)式は、Törnqvist指数によるTFP変化率の算式であったが、フィッシャー理想指数を用いたTFP変化率は、(4)式及び(7)式を用い、(8)式により求めることができる。

$$\ln(TFP^1 / TFP^0) = \ln \left\{ s_i^0 \frac{y_i^1}{y_i^0} \times \frac{1}{s_i^1 (y_i^0 / y_i^1)} \right\}^{1/2} - \ln \left\{ v_i^0 \frac{x_i^1}{x_i^0} \times \frac{1}{v_i^1 (x_i^0 / x_i^1)} \right\}^{1/2} \quad (8)$$

Törnqvist指数及びフィッシャーの理想指数は、Diewertが定義する最良指数であるが、FCCが、Törnqvist生産指数ではなく、フィッシャーの理想指数を利用している根拠も、Diewertに依る。Diewert(1992)は、望ましい指数の公準として、時点転逆テスト等の20個のテストを用意し、ラスパイレス指数、パーシェ指数、フィッシャーの理想指数、Törnqvist指数等が、どのテストを満たすか、それぞれテストを行っている。この結果、フィッシャーの理想指数は、20のテストすべてを満たす一方、Törnqvist指数は、数量転逆テスト、比較時、基準時の価格・数量の単調性のテストを満たしていないことを理由に、フィッシャーの理想指数が優れた指数であると結論付けている<sup>16)</sup>。

16) Diewertが行った価格と生産量を独立変数として取り扱う原子論的アプローチ(atomistic approach)は、どのテストが適切なテストであるのかに関してコンセンサスに欠ける等の問題があることをDiewertも認知している。Diewertのこの論文における主張は、フィッシャーの理想指数が、原子論的アプローチと経済学的アプローチ(又は関数論的アプローチ)の双方において優れているということにある。なお、筆者が数値例を用いて、TFP変化率をTörnqvist指数とフィッシャーの理想指数の双方で計算したところ、両者の差は $10^{-4}$ から $10^{-6}$ のレベルにあり、ほとんど差は見られず、どちらの指数を選択しても、計測結果への影響はほとんどない。

次に問題となるのは、X値設定の算式である。FCCはX値を前述の方式で算定されたTFP変化率そのものではなく、地域電話会社のTFPを $TFP_{LEC}$ 、農業部門を除く経済全体のTFPを $TFP_{US}$ 、地域電話会社の生産要素価格を $w_{LEC}$ 、農業部門を除く経済全体の生産要素価格を $w_{US}$ とすると、(9)式でX値を設定している<sup>17)</sup>。

$$X = \dot{TFP}_{LEC} + \dot{w}_{US} - \dot{TFP}_{US} - \dot{w}_{LEC} + \text{便益消費者還元分 (0.5\%)} \quad (9)$$

FCCが用いた(9)式は、地域電話会社のTFPだけではなく、農業部門を除く経済全体のTFP、ならびに農業部門を除く米国全体及び地域電話会社の生産要素価格の変化率を必要とし、FCCはそのそれぞれについて計測を行っている。これは地域電話会社の生産要素価格変化率が、必ずしも経済全体の生産要素価格の変化率と一致しないことを考慮した上での調整である。しかし、このこ

とは、本来、費用情報の非対称性の下で規制コストを軽減しつつ、かつ、被規制事業者に費用削減インセンティブを付与するというプライスカップ規制の基本的な考え方とはかい離するものとなる<sup>18)</sup>。さらに、単純なプライスカップ規制方式である「GNP・PI変化率 -  $TFP_{LEC}$ 変化率」方式と比べ、計測項目が1箇所から4箇所に増えることから、計測上の誤差も大きくなる可能性が高まる<sup>19)</sup>。

また、FCCは(9)式で示されるとおり、プライスカップ規制を適用することによる便益の消費者還元分として、0.5%をX値に加えている。この消費者還元とは、1989年に決定したAT&Tサービスに対するプライスカップ規制から導入されているもので、地域電話会社のアクセスチャージに対する規制でもそのまま継承されている。1989年の決定時点の消費者還元の根拠は、TFPがこれまでの公正報酬率規制下の事業者の

17) (9)式の導出は、次のとおりである。プライスカップ規制の対象となる生産物価格 $p_{LEC}$ 、生産量 $y_{LEC}$ 、地域電話会社の生産要素価格 $w_{LEC}$ 、生産要素投入量 $x_{LEC}$ 、農業部門を除く経済全体の生産要素価格 $w_{US}$ で表す。規制当局は地域電話会社のサービスの価格を収入 = 費用と収支均衡するように設定するため、

$$p_{LEC} = x_{LEC} \times w_{LEC} / y_{LEC} \quad (n1)$$

また、 $TFP_{LEC} = y_{LEC} / x_{LEC}$ と定義されることから、(n1)式は(n2)式と表すことができる。

$$p_{LEC} = w_{LEC} / TFP_{LEC} \quad (n2)$$

(n2)式を変化率(・)で示すと(n3)式となる。

$$\dot{p}_{LEC} = \dot{w}_{LEC} - \dot{TFP}_{LEC} \quad (n3)$$

(n3)式より、プライスカップ規制における価格変化率の上限は、地域電話会社の生産要素価格の変化率とTFP変化率の差として設定される。このとき、米国でプライスカップ規制を既に適用していたAT&Tのサービスの事例では、 $w_{LEC}$ に代えてGNP・PIが用いられ、また、英国のOFTELのBTに対するプライスカップ規制ではRPI (Retail Price Index) が用いられ、地域電話会社に対する規制でもGNP・PIが準用される。

プライスカップ方式は、最も単純なケースでは、(n3)式より、 $\dot{GNP} \cdot \dot{PI} - \dot{TFP}_{LEC}$ として定式化され、

$$X \text{値} = \dot{TFP}_{LEC} \text{変化率} \quad (n4)$$

とされる。しかし、電気通信事業では技術進歩によって生産要素価格がGNP・PIと乖離することも想定され、その乖離を調整するため、X値に調整項 $D = \dot{GNP} \cdot \dot{PI} - \dot{w}_{LEC}$ を加えることとした。これにより、(n4)式のX値は、

$$\dot{X} = \dot{TFP}_{LEC} + \dot{GNP} \cdot \dot{PI} - \dot{w}_{LEC} \quad (n5)$$

一方、GNP・PIは、経済全体が競争市場であると仮定すると、

$$\dot{GNP} \cdot \dot{PI} = \dot{w}_{US} - \dot{TFP}_{US} \quad (n6)$$

(n5)式及び(n6)式から、(n7)式のとおり、消費者還元分を除く本文中の(9)式が得られる。

$$\dot{X} = \dot{TFP}_{LEC} + \dot{w}_{US} - \dot{TFP}_{US} - \dot{w}_{LEC} \quad (n7)$$

18) しかし、1997年のFCCの決定以前のアクセスチャージに対するプライスカップ規制では、公正報酬率規制による利潤配分方式が加えられていたことから、当初から情報の非対称性や規制コストの問題については、あまり意識されてこなかったとも言える。

19) アクセスチャージに対するプライスカップ規制では、AT&Tに対する規制方式で採用したGNP・PI変化率の利用を踏襲しているが、GNP・PI変化率に当該事業者の総生産性変化率を差し引くという基本形に対し、既存の地域電話会社に特有の調整を加えていくのであれば、(9)式を用いずとも、(n3)式で料金値上げの上限を設定する方法も考えられる。FCCが公表したX値計算過程の値(1997年5月のFCC 97 159のFCCスタッフ・ペーパーの図D1)を利用すると、(9)式を利用して計算した価格上限と、(n3)式による上限とでは、(9)式の導出方法からも推測されるとおり大差のない値が得られる。ただし、FCCの検討過程では、 $w_{US}$ 及び $TFP_{US}$ の計算に関しては、ほとんど問題なくコンセンサスが得られているようである。

生産性を反映したものであり、インセンティブ規制導入によって、今後の効率化促進が期待できること、その便益をまず消費者のために確保することであると記されている。さらに、0.5%という水準については、利用者と株主とのバランスを図った結果であるとしているが、消費者還元とその水準についての根拠は、必ずしも明確に示されているとは言い難い。

一方、FCCのX値設定如何で、大きな影響を受けるのが、アクセスチャージの支払い側である長距離通信事業者と受け取り側である地域電話会社であり、FCCの決定に際しての意見要請で、具体的な計測結果を含めて意見を提出しているのが、AT&Tと地域電話会社の団体であるUSTAである。このため、FCCがX値6.5%を決定した1997年の文書においても、FCC、AT&T及びUSTAの計測方法が対比される形で記述されている。計測に用いたデータと指数の作成方法を一覧にしたものが表6であり、また、3者の計測したX値は、表7のとおりである。この表7の値は、地域電話会社のTFP変化率そのものではなく、消費者還元分を除く(9)式により算定された値である。一方、参考に掲げている最も右の欄の数値は、1997年FCC文書(No. 97-159)の補論Dで示されたFCCスタッフが計測した生産要素価格等の調整前のベル系地域電話会社の総生産性TFP<sub>LEC</sub>の値であり、これは表5のTFP年平均変化率に対応する。

アクセスチャージの引き下げを目指す長距離通信事業者の算定したX値が、地域電話会社の主張するX値より高めになることは、予想されることであるが、FCCの値は、表6に示されるとおりAT&T方式を準用した結果、比較的AT&Tの

提案に近い水準となっている。FCCは、1997年に公表された決定文書において、AT&TとUSTAの数値の相違点について、それぞれのリプライ・コメントから、その要点を記している。乖離をもたらす大きな要因としては、AT&Tが生産量を物理的な通信量単位でとらえているのに対し、USTAは通信量では実態を反映しない点について、一部収入データを使っており、このことが、0.9%の違いを発生させるとしている。また、AT&Tは生産量として雑収入を対象外としているが、USTAはこれを加えており、その違いが0.4%の相違を生むとされている<sup>20)</sup>。

また、生産量指数の作成において、収入比を利用するか、生産量に対する費用弾力性を利用するかによって、TFPの値が異なることは表4で示したところである。AT&Tは限界費用の利用を提案したが、AT&Tはその提案の中で、FCCの文書からではその詳細は明らかではないが、限界費用を費用関数の推定からではなく、会計データから算出された数値で代用させるとしている。これに対し、ベルサウスは、会計データから算出することの不合理性を主張し、結果的にAT&Tも収入比をウエイトに集計することに同意したという経緯がある<sup>21)</sup>。

さらに、X値は、数年間のTFP変化率の数値のどの部分を採用するのか、あるいは、どの期間の平均値を利用するのかによっても左右される。表7のX値は、消費者還元分を合計する前段階の値であり、1997年のX値6.5%の決定のうちの6.0%部分に相当する値である。表7のX値は、1992年以降、毎年上昇しているが、数年間の平均で6.0%以上の値が得られているのは1988-1995年、

20) 生産量の計測対象の違いのほか、対象事業者にも相違がある(表6参照)。すなわち、AT&Tはベル系地域電話会社、USTAはこれに大手独立系電話会社を計測対象に加えているが、対象事業者の差による1989年から1994年のTFPの差は、0.1%であり、大きな差異はここからは生じていない。このため、FCCは、ベル系地域電話会社のみを計測対象とすることを決定した。

21) 生産量に対する費用弾力性をウエイトに用いる場合には、適切な費用関数の推定が必要となる。このことは、頑健な弾性値計測の困難性の問題に加え、生産量及び生産要素投入量データで生産性を計測するという簡便性を失わせることになる。

表6 プライスキャップ規制のためのTFP計測概要(1997年)

項目	FCC 1997年スタッフ・ペーパー	USTA	AT&T
計測対象	7つのRBOC	7つのRBOC及びGTE, SNET, Lincoln	7つのRBOC
計測期間	1985年 1995年	1988年 1995年	1985年 1995年
生産指数	3つのカテゴリー(地域サービス・州内長距離及び州内アクセスサービス・州際サービス)  通話分数、加入者回線数、専用回線数を用い、フィッシャーの理想算式で数量指数作成  各生産量は、収入比でウェイト付けし、集計	7つのカテゴリー(6つは、FCCあるいはAT&Tの3つのカテゴリーを細分化したもの。残り一つは、その他サービス)  専用サービスについては、回線種別の集計の問題から、パーシェ価格指数で実質化した専用収入を生産量とする  各生産量は、収入比でウェイト付けし、集計	3つのカテゴリー(地域サービス・州内長距離及び州内アクセスサービス・州際サービス)  通話分数、加入者回線数、専用回線数を用い、フィッシャーの理想算式で数量指数作成  各生産量は、収入比でウェイト付けし、集計
投入指数	労働・資本・原材料の3つのカテゴリー  それぞれ総支出額に占める比率をウェイトとして集計	労働・資本・原材料の3つのカテゴリー  それぞれ総支出額に占める比率をウェイトにして集計	労働・資本・原材料の3つのカテゴリー  それぞれ総支出額に占める比率をウェイトにして集計
労働量	従業員数(ARMISデータ)	従業員数	従業員数(フルタイム・パートタイムの別)
労働価格	人件費/従業員数	人件費/従業員数	人件費/従業員数
資本量	PI法(Perpetual Inventory Method) BEA(Bureau of Economic Analysis)表7.8から、該当する通信関係の価格で資本量を実質化する	PI法(Perpetual Inventory Method) BEA(Bureau of Economic Analysis)表7.8から、該当する通信関係の価格で資本量を実質化する	PI法(Perpetual Inventory Method) BEA(Bureau of Economic Analysis)表7.8から、該当する通信関係の価格で資本量を実質化する
資本価格	収入 - 人件費 - 原材料費 (AT&Tの提案を支持)	Jorgensonの方式で算定	収入 - 人件費 - 原材料費
原材料	原材料費(=運用費 - 人件費 - 減価償却費)/原材料価格	原材料費(=運用費 - 人件費 - 減価償却費)/原材料価格	原材料費(=運用費 - 人件費 - 減価償却費)/原材料価格
原材料価格	AT&Tの価格指数を利用(一部修正)	GNP・PIを代理変数とする	Bureau of Labor Statistics(BLS)データを用い、Törnquist価格指数を算定

FCC(1999, 97-159)より作成

1989-1995年の2箇所であり、プライスキャップ規制が適用された1991年以降の年平均変化率は5.2%と、6.0%とはやや乖離している<sup>22)</sup>。この点、1999年の判決でも指摘されるとおり、1997年のFCCの文書からでは、6.0%設定の根拠は必ずしも明確ではない。むしろ、1997年のFCC文書に

は、「地域電話会社が、この目標に合致できることを期待する。...プライスキャップ規制方式は競争市場のインセンティブを複製する(replicate)ものではあるが、明らかに競争の代替ではない。」(FCC 97-159, para. 142)とし、以下の政策的配慮を加味して設定したとも受け取られる記述が含

22) FCCは過去において6.0%を下回っても、将来はより高い生産性向上が期待できるとしているが、これまでの歴史的なTFP水準の変化が将来のTFPと異なる場合、その調整は定義上、消費者還元分でなされることが適当と思われる。

表7 1997年決定時点の各機関の算定したX値

(単位 %)

(参考)

	1997年FCC	AT & T	USTA	FCC TFP <sub>LEC</sub>
1986年	- 0.5	0.2		2.58
1987	5.0	4.1		2.97
1988	5.0	6.4		0.12
1989	7.9	8.8	2.1	1.94
1990	8.8	11.0	4.0	6.85
1991	5.8	6.0	3.0	2.03
1992	3.4	4.1	2.0	4.32
1993	4.7	6.0	3.1	3.81
1994	5.4	5.9	1.8	2.21
1995	6.8	9.4	3.5	5.20
1986-95平均	5.2	6.2		3.20
1987-95平均	5.9	6.9		3.27
1988-95平均	6.0	7.2		3.31
1989-95平均	6.1	7.3	2.8	3.77
1990-95平均	5.8	7.1	2.9	4.07
1991-95平均	5.2	6.3	2.7	3.51

出典：FCC Docket No. 97-159の表及びその補論Dの表D1の抜粋

まれている。1996年に改正された通信法は、地域通信市場への競争政策を打ち出した。しかし、設備ベースの競争が生じているのは、大都市の大口利用者の間であって、ほとんどの地域ではベル系又は独立系の既存の地域電話会社の独占的状态にある。このため、長距離通信事業者は接続相手先を選択する状況にはなく、既存の地域電話会社のネットワークに接続せざるを得ない。FCCが、地域通信市場の接続料金の算定方式に関してTELRICを採用したのは、現実には独占的市場ではあるが、競争メカニズムが機能しているならば実現されるであろう料金を設定することによって、物理的には代替事業者が存在していなくとも、競争市場と同じ市場成果を達成することにある。FCCが、州際アクセスチャージに関してプライスカップ規制を導入したのも、本来は独占事業者が費用削減を行うことが期待できない市場にお

いて、競争市場であれば達成するであろう効率的な事業展開の実現を意図したからであると考えられる。一方、TELRICで算定した接続料金と現行アクセスチャージの乖離の大きさは、TELRICで算定された値の信頼性についての議論は残されているものの、既存の地域電話会社の効率化を図る余地が大きいことを示唆している。この場合、アクセスチャージをTELRICの水準に近づける、すなわち、将来的にアクセスチャージとTELRICによる接続料金との統合を図るには、アクセスチャージに対し、市場ベースのアプローチでプライスカップ規制を継続する限り、X値の値を大きくし、毎年段階的にアクセスチャージを引き下げるといった方法をとらざるを得ない<sup>23)</sup>。

さらに、Norsworthy and Tsai (1999) は、これまで利潤分配方式が組み合わされたプライスカップ規制方式の下で、7つのベル系地域電話

23) 図1のアクセスチャージ全体の収入は、地域電話会社の総収入の約25%に相当する。また、地域電話会社は1999年の裁判所の審議において、X値の0.1%の変動が、米国全体ではアクセスチャージの2,300億ドルの変化をもたらすと主張しており、X値の設定は、アクセスチャージ全体の水準及び地域電話会社の経営状況に大きな影響を与える。

会社のうち5社が、利潤分配方式が課されない最も高いX値の53%を自主的に選択していると記している。X値を複数用意し、地域電話会社に自主的にX値を選択させる方式は、情報の非対称性下の自己選択料金の一種である。最も高いX値を選択した地域電話会社には、利潤分配方式が適用されないということを考慮する必要はあるものの、多くの地域電話会社が最も高い生産性変化率を自ら選択したという行動は、地域電話会社の生産性変化率が想像以上に高い可能性を示唆している。

アクセスチャージの支払い側である長距離通信事業者が、プライスカップ規制のX値に関して高めの値、受け取り側の地域電話会社が低めの値を主張し、意見が相違することは容易に想像できる。利害が対立し、しかも、その利害がX値に集約される状況では、どのような値を決定したにせよ、関係者の不満、ひいては今回のように裁判所への提訴に結びつく事態の発生も生じることになる<sup>24)</sup>。

しかし、X値の決定に関するコンセンサスを得ることが容易ではないという理由で、プライスカップ規制方式の適用が現実的ではないと結論付けるのは、早計であると思われる。プライスカップ規制適用以前、あるいは、現行のプライスカップ規制の下でも、この手続きに入る前の段階では地域電話会社の費用配賦で料金が算定されている。地域電話会社とFCC間の費用情報の非対称性が存在する状況下で完全配賦費用方式を用いて料金を算定する場合、算定された料金が適切であるのか否か、規制当局、さらには、第三者

が、自主的な判断を下せる状況にはない。換言すれば、完全配賦費用の段階では、提訴の理由自体を見いだすことも困難であると言えよう。米国の料金算定においては、これまでも膨大な費用情報の提出が求められ、かつ、公聴会等の場も設定され、透明性には以前から配慮された形で議論は行われてきた。しかし、既存事業者の費用情報のみから判断し、料金を設定する方式では、実質的な情報公開、透明性確保には限界がある。X値に関して、AT&TやUSTAのほか、様々な機関が意見を提出しているのは、費用情報から比較的離れた立場であっても議論に参画できるという証である。NTS費用の負担問題のように過去の不透明な決定を現在でも引きずっているケースを考えれば、長期的にどちらが規制コストが少ないかは現時点では定かではない。一方、アクセスチャージに関しては、X値の決定に議論が集中している傾向があるが、プライスカップ規制を適用する以前の費用配賦の段階(第2節(2)項の①から③の手順)の適正性の問題が存在することは留意しておく必要がある<sup>25)</sup>。

## おわりに

FCCが三部作と称した新たなシステムの鳥瞰図が、実際にはどこまで実現されるのかという現実問題はあるものの、地域通信市場の接続問題、長距離通信事業者が支払うアクセスチャージ問題、ユニバーサル・サービス確保のための費用負担の問題が一体として解決されるならば、AT&T分割時に温存されていた課題の多くが解消すること

24) FCCが1989年にAT&Tのサービスに対してプライスカップ規制を導入することを決定した際には、地域電話会社のアクセスチャージほど詳細なTFPの計測を行ったことは記されていない。AT&Tのプライスカップ規制は、1995年に終了したこともあるが、精緻化をしていないケースでは問題に取り上げられず、労力を費やしたケースで差戻し判決で再検討が命じられたことは皮肉な感がある。ただし、今回の判決の争点は、TFPの計測自体ということよりも、TFP計測後の消費者還元を含めたX値の設定の問題であり、また、この点についてFCCは十分な説明を行っていないと思われる。

25) 既存の地域電話会社とAT&Tは、1996年12月のFCCのアクセスチャージに関する規則制定案告示(FCC 96 488)の議論において、現行の州際アクセスチャージ収入は州際費用を上回り、一方、州内アクセスチャージ収入は費用を下回っていること、すなわち、州際と州内の費用の配賦方法に問題があることを指摘している。FCCも、その文書において、費用配賦に関する検討の必要性を記している(FCC 96 488 para. 45)。

になる。このことは、地域通信市場を含めた競争市場の生成へと大きな一歩を踏み出すことになるし、また、当初の通信法の改正趣旨にかなうものである。

しかし、1996年の通信法改正を受けての制度変更全般は、必ずしも順調には進んでいない。地域通信市場に競争政策を導入し、かつ、ベル系地域電話会社に長距離通信サービスの提供を認めるには、AT&T分割の際に全面的な問題解決ができなかった長距離通信サービスから地域通信サービスへの暗黙的な補助制度の変更が必要となるが、これは1997年の改正でも部分的な改善にとどまっている。また、資金の流れの点では外部補助制度が実現されているユニバーサル・サービスに関しても、コスト算定方法等の改善が求められてはいるものの、現時点のところ改正の全体像が固まっている段階ではない。

### 参考文献

- 伊藤成康・今川拓郎（1993）「わが国における電気通信産業の生産性分析」『郵政研究レビュー』第4号 pp. 1 20.
- 経済企画庁編（1998）「電気通信業における競争と効率性:物価構造政策委員会 電気通信料金に関する作業委員会報告」
- Brock, G. W (1994) *Telecommunication Policy for the Information Age: From Monopoly to Competition*, Harvard University Press.
- Diewert, W. E (1976) "Exact and Superlative Index Numbers," *Journal of Econometrics*, 4, pp. 115 145.
- Diewert, W.E. (1992) "Fisher ideal Output, Input, and Productivity Indexes Revisited," *The Journal of Productivity Analysis*, 3, pp. 211 248.
- MacAvoy, P.W (1996) *The Failure of Antitrust and Regulation to Establish Competition in Long Distance Telephone Services*, The MIT Press and The AEI Press.
- Nadiri, M.I. and B. Nandi (1999) "Technical Change, Markup, Diverstiture, and Productivity Growth in the U.S. Telecommunications Industry," *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 81. No. 3, pp. 488 498.
- Norsworthy, J.R. and D.H. Tsai (1999) "Performance Measurement for Price Cap Regulation of Telecommunications using Evidence from a Cross section Study of United States Local Exchange Car-

競争市場の生成、あるいは、物理的な競争が生じていない場合に規制手段を通じて擬似的な競争市場を創出することは、これまで少数の関係者が保有していた独占レントを消費者に還元しようとする試みである。しかし、アクセスチャージの問題に限らず、いったん何らかのレントを獲得した者から、これを取り上げることは容易なことではないし、一定の制度変更には摩擦が生じることは想像に難くない。

一方、米国では、規制設計に関して、裁判所の果たす役割が、我が国やヨーロッパ諸国と比べて高い。このことは、客観的な判断、決定の透明性の面では有効であり、一定の意味を持つ。しかし、通信法改正後のシステム設計の進捗が必ずしも順調ではなく、その要因に、レントを保有する側がそのレントの消滅を遅らせる手段として提訴を使っているように筆者には感じられてならない。



- riers," Crew, M.A. ed. *Regulation under Increasing Competition*. Kluwer Academic Publishers.
- Oniki, H., T.H. Oum., R. Stevenson and Y. Zhang ( 1994 ) "The Productivity Effects of the Liberalization of Japanese Telecommunication Policy," *The Journal of Productivity Analysis*, Vol. 5, pp. 63 79.
- Resende, M. ( 1999 ) " Productivity Growth and Regulation in U.S. Local Telephony," *Information Economics and Policy*, Vol. 11, pp. 23 44.
- United States, FCC ( 1997 ) " Fourth Report and Order in CC Docket No. 94 1 and Second Report and Order in CC Docket No. 96 262, In the Matter of Price Cap Performance Review for Local Exchange Carriers, Access Charge Reform " FCC 97 159.
- United States, FCC ( 1997 ) " First Report and Order, In the Matter of Access Charge Reform, Price Cap Performance Review for Local Exchange Carriers, Transport Rate Structure and Pricing, " FCC 97 158.
- United States, FCC ( 1999 ) " Fifth Report and Order and Further Notice of proposed Rulemaking, In the Matter of Access Charge Reform, Price Cap Performance Review for Local Exchange Carriers, Interexchange Carrier Purchases of Switched Access Services Offered by Competitive Local Exchange Carriers, Petition of US West Communications, Inc. for Forbearance from Regulation as a Dominant Carrier in the Phoenix, Arizona MSA, " FCC 99 206.
- United States, FCC ( 1999 ) " Further Notice of Proposed Rulemaking, In the Matter of Price Cap Performance Review for Local Exchange Carriers, Access Charge Reform, " FCC 99 345.
- United States, FCC ( 1999 ) *Trends in Telephone Services*.



## 社会的規範としての携帯電話利用マナー

東洋大学社会学部教授 三上 俊治

### はじめに

本号では、公共の場でのマナーの一つとして、携帯電話利用マナーの現状を分析し、その問題点と課題を検討してみたいと思う。

最近、日本人の公衆マナーが低下しているという声があちこちで聞かれるようになった。たとえば、次に引用するのは、数年前に朝日新聞の「天声人語」欄に載った記事である。

「……車内で化粧する女性は珍しくない。若い層に多いような気がする。なかには、ひざの化粧バッグを開けて、一から本格的に取り組む人もいる。他人の目など、まったく気にしていない。下校時の電車で、身をくねらせて、制服の上着を脱ぎ替える女子高校生を見た同僚もいる。座った彼もしくは彼女の前に、かりに疲れた老人が立っていても、彼らの目には映らない。だから、席も譲らない。……この間まで、日本には以下のことばが存在したように思う。人目がうるさい。人目を忍ぶ。人目をはばかりる… …そして、人目を引いたり人目に付いたりすることは、人目がうるさいからと戒める風があった。人目ばかりを気にしなければならない社会は、むろん息苦しい。とって、人目に余る振る舞いが横行する社会も、もう少し何とかしたいと思う」(1997年6月6日)

お茶の水女子大学・牧野カツコ教授の研究グループが1997年に首都圏で実施した「公共の場でのマナーについての調査」(10代から50代までの1667名を対象)によれば、公共の場で他人がしていると不快に感じる行動として回答率が上位にあがったものとしては、「並んでいる列を無視して入り込んでくる」(73.7%)、「ガムやつばを吐く」(73.7%)、「他の乗客の前で着替える、靴下を脱ぐ」(64.2%)、「こどもが他人の迷惑になっているのに親が注意しない」(62.2%)、「バスや電車の入り口に立って、乗降客の邪魔になっているのに動こうとしない」(58.5%)などがあった。また、マナー意識には性差が大きく、一般に女性の方が男性よりもマナーに敏感であること、年代による差も大きく、全体として10代はマナー意識が低く、年代が高くなるにつれてマナー意識も高くなること、などの傾向を指摘している(牧野、1998)。

最近問題になっている携帯電話利用に伴う迷惑は、その他の公衆マナー違反行為にくらべてどのような位置づけをされているのだろうか。また、一般的な公衆マナー意識は、携帯電話利用マナーとどのような関連をもっているのだろうか。これらの点を検討するために、筆者らは、1999年1月に首都圏で実施した意識調査(三上他、1999;以下では99年調査と略記)の中で、牧野教授らの調査を参考に、公衆マナー意識に関する設問を入れ、

携帯電話利用マナー意識やマナー行動との関連性を分析した。その結果、両者の間には密接な関連があることがわかった。そこで、以下では分析の結果を紹介し、社会的規範としての携帯電話マナーについて若干の考察を加えたいと思う。

### 携帯電話の相対的迷惑度

電車やバスなど公共交通機関の車内では、しばしば携帯電話の利用自粛を呼びかけるアナウンスが流されるが、車内での化粧や大声をあげての会話に対する注意のアナウンスが行われることはない。実際には、どちらも公衆マナー違反であり、まわりへの迷惑度という点では、同じだと思われるが、一般の人々はこれについてどう感じているのだろうか。そこで、99年調査では、一般に電車の中での迷惑行為と考えられている項目を9つとりあげて、それぞれの行為と、車内での携帯電話利用の迷惑とを比べて、どちらがより迷惑かを3段階の相対的尺度で評価してもらった。回答結果は、表1に示すとおりである。

全体としてみると、ほとんどの項目で「同じくらい迷惑だ」という回答がもっとも多いことがわかる。回答率が50%以上の項目をみると、「乗客同士が大声で話をする」(63.7%)、「ウォークマ

ンの音が漏れる」(51.0%)については、携帯電話・PHSと同じ程度の迷惑だと感じている人が多い。どちらも音に関する迷惑だという点が共通している。

「携帯電話の方が迷惑だ」と「携帯電話の方が迷惑でない」とを比較してみると、「ウォークマンの音漏れ」をのぞくすべての項目で、「携帯電話の方が迷惑でない」という回答が上回っていることがわかる。

これをみる限り、車内での携帯電話による迷惑の程度は、ウォークマンの音漏れと乗客同士の大声の会話の中間に位置しているように思われる。「お化粧などでまき散らす匂い」や「眠り込んで隣りの人にもたれかかる」など他の車内迷惑と比べると、携帯電話・PHSによって迷惑を受ける程度は相対的に低いという結果が示されている。

### 公衆マナー意識と携帯電話利用マナーとの関連性

次に、一般的な公衆マナー意識と携帯電話利用マナーとの関連性を検討してみよう。

99年調査では、車内を中心として公共の場で問題となりそうな13種類の行為について、どの程度迷惑だと感じるかをたずねた。回答にスコアを与えて因子分析にかけたところ、「人目を気にしな

表1 車内での携帯電話・PHS迷惑度と他の行為の迷惑度の相対的比較

	携帯電話の方が迷惑だ	携帯電話の方が迷惑でない	同じくらい迷惑だ	無回答
A. 乗客同士が大声で話をする	12.0	24.0	63.7	0.3
B. ウォークマンの音が漏れる	30.5	17.8	51.0	0.7
C. 酔っぱらいの臭い匂い	8.9	44.7	46.1	0.3
D. お化粧などでまき散らす匂い	20.5	35.9	43.0	0.6
E. 足を払げたり、前に伸ばして坐る	10.2	41.9	47.3	0.6
F. 混んでいるのに、座席を二人分占領する	5.8	49.6	44.2	0.4
G. 眠り込んで隣りの人にもたれかかる	18.2	40.7	40.6	0.5
H. 高齢者・身障者に席を譲らない	9.7	45.1	44.6	0.6
I. 酔っ払いが車内でおう吐する	2.6	67.0	30.2	0.2

表2 公共の場での迷惑意識に関する因子分析の結果

因子	項目	回答 (%)	因子負荷量			
			共通性			
はしたなさ	ホームや電車内で着替える、靴下を脱ぐ	59.3	.807	.119	.083	.672
	電車内で化粧したり、髪をとかす	48.6	.764	.154	.036	.609
	電車内で膝にパソコンを置いて操作する	12.0	.541	.062	.313	.395
	電車内でヌード写真の載った新聞・雑誌を拡げる	34.4	.504	.236	.287	.392
	駅や電車の中でキスしたり、抱き合ったりする	43.8	.426	.159	.236	.262
	マンガを読みながら車を運転する	75.0	.375	.295	.158	.253
被害	満員の電車内で新聞を読む	64.5	.173	.735	.049	.570
	電車内でウォークマンから音が漏れている	51.8	.028	.635	.259	.472
	電車内できつい香水のにおいをさせる	72.1	.371	.633	.102	.550
	電車内で大きな声でおしゃべりに熱中する	72.9	.178	.485	.316	.366
不作法	街頭で知人であっても挨拶をしない	29.4	.236	.069	.674	.515
	街頭で、地べたに座り込んで話をする	42.9	.297	.122	.650	.526
	空き缶、煙草のすいがらを路上に捨てる	86.2	.065	.312	.617	.478
固有値 寄与率(%)			2.449	1.907	1.704	6.06
			18.835	14.667	13.109	46.6

いはしたなさ」「周囲への被害、迷惑」「礼儀の欠如、不作法」と呼ぶことのできる3つの因子が抽出された(表2)。第1因子は、以前は誰にも見られない場所で行うものだと考えられていた行為を公衆の面前で人目はばからずに行うことに対する不快感をあらわす因子、第2因子は公共の場所で騒音や異臭などで周囲に被害、迷惑を与えることによる不快感をあらわす因子、第3因子は礼儀作法を失した行為のもたらす不快感をあらわす因子と考えられる。

3つの因子に含まれる項目をそれぞれ合成してスケール化した変数をもとに、クラスター分析にかけたところ、どの項目に対しても迷惑意識を強くもつ「厳格型」、満員電車で新聞を広げるなど直接被害を与える行為にはうるさいが、それ以外の行為には比較的許容的な「被害回避型」、どのような行為にも比較的許容的であるような「寛容型」という3つのタイプのグループに回答者が分かれることがわかった。厳格型は男性よりも女性に多く、寛容型は女性よりも男性の方に多い。ま

た、年齢的には年輩の人ほど「厳格型」が多く、逆に若い人ほど「寛容型」が多いという傾向がはっきりとみられる。

携帯電話利用マナー意識との関連をみると、厳格型の人には周囲の人の携帯電話で迷惑を受けたと感じる程度がもっとも高く、寛容型の人には迷惑受け度がもっとも低いという関連性がみられる。また、厳格型の人には携帯電話を使う人のマナーに大きな問題があると感じる割合が高く、自らの携帯電話の利用マナーを守る率が他のタイプよりも高くなっている。このように、一般的な公衆マナー意識の高い人ほど携帯電話利用マナーについても厳格になるという密接な関連性がみられる。

### おわりに

以上の調査データからも明らかのように、携帯電話利用マナーをめぐる意識や行動の背後には、一般的な公衆マナー意識があり、それが携帯電話マナーに大きな影響を及ぼしていると考えられる。公衆マナーに関する社会的規範は時代とともに次

第に変化しているが、性別、年代などの属性によっても大きく異なっており、それが携帯マナーをめぐる社会的軋轢をも引き起こす原因ともなっている。携帯電話が今後さらに普及した段階で、

どのような利用マナーが社会的規範として定着し、受け入れられるかを予測し、適切な対策を考えるためには、こうした広い意味での公衆マナーのあり方の中で検討を進めることが必要だと思われる。

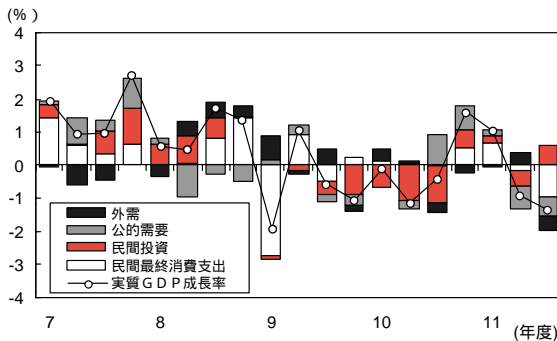
#### 参考文献

牧野カツコ他、1998、『地域社会におけるマナー意識とマナー行動の研究』、財団法人・地域社会研究所  
三上俊治・吉井博明・中村功、1999、『電子ネットワーク時代における情報通信マナーに関する調査研究』、マルチメディア振興センター



### 景気の現状

国民所得統計速報・・・10 - 12月期の実質GDPは、前期比 - 1.4%と2四半期連続のマイナス成長に  
 実質GDP成長率（季調済み前期比、%）と需要項目別寄与度



実質GDP需要項目別伸び率（寄与度）の推移

		平成 9年度	平成 10年度	10年度 1-3月	11年度 4-6月	7-9月	10-12月
実質国内総生産	前期比	1.5	2.2	1.5	1.0	1.0	1.4
国内民需	寄与度	( 1.0)	( 2.4)	(1.1)	(0.9)	( 0.6)	( 0.4)
民間最終消費	前期比	1.2	0.1	0.9	1.1	0.2	1.6
民間住宅	前期比	21.4	10.7	1.4	12.9	3.2	5.8
民間企業設備	前期比	2.1	12.4	2.3	2.1	1.6	4.6
民間在庫	寄与度	(0.1)	( 0.6)	(0.1)	(0.1)	(0.1)	(1.1)
公的需要	寄与度	( 0.4)	(0.2)	(0.7)	(0.2)	( 0.7)	( 0.6)
政府最終消費	前期比	2.0	0.4	0.8	1.3	0.9	0.1
公的固定資本	前期比	7.1	6.1	6.2	2.8	8.5	5.4
政府在庫	寄与度	(0.0)	( 0.0)	(0.1)	(0.0)	( 0.0)	( 0.1)
外需	寄与度	(1.4)	(0.3)	( 0.3)	( 0.1)	(0.4)	( 0.5)
輸出	前期比	9.1	3.7	0.0	1.5	5.0	0.4
輸入	前期比	2.0	7.5	2.4	2.6	2.8	4.4

（注）括弧内の数字は寄与度。年度の伸び率は前年度比。

#### 《ポイント》

- ・「四半期別国民所得統計速報」によると、平成11年10 - 12月期の実質GDPは季節調整済み前期比で - 1.4%（年率 - 5.5%）と、2四半期連続のマイナス成長となった。
- ・10 - 12月期の伸びを需要項目別の寄与度で見ると、設備投資は、3四半期ぶりにプラスに転じた。しかし、消費が冬のボーナスなど所得の減少が響き落ち込んだほか、住宅投資も政策効果の息切れがみられ、国内民需は前期比 - 0.4%ポイントとなった。公的需要は、公的固定資本形成が今年度二次補正予算執行との端境期となった影響等から同 - 0.6%ポイントとなり、民需と公需をあわせた「内需」は同 - 1.0%ポイントのマイナス寄与となった。外需は、輸入の増加などを反映して同 - 0.5%ポイントと2か月ぶりにマイナス寄与となった。

（出所：経済企画庁 3月13日発表）

#### 【概要】

##### 全体

- ・景気は緩やかな改善を継続。各種政策効果の浸透やアジア経済の回復等の影響に加え、企業活動に積極性もみられる等、自律的回復に向けた動きが徐々に現れている。消費は収入の低迷等から改善傾向の定着には至らず、住宅建設は一時的要因もあり高水準。設備投資は持ち直しの動き。公共投資は着工等には二次補正の効果も。在庫調整がほぼ終了し、鉱工業生産は緩やかに増加。雇用情勢は依然厳しい。

##### 内需面

- ・1月の実質家計消費支出：前年同月比 - 3.2%（5か月連続の減少）。
- ・1月の新設住宅着工戸数：年率換算値で135.2万戸（7か月ぶりに130万戸台を回復）。
- ・1月の機械受注（船舶・電力を除く民需）：前月比 + 0.8%。
- ・1月の公共工事着工総工事費：前年同月比 - 12.6%（2か月ぶりの減少）。

##### 外需面

- ・1月の通関貿易黒字：前年同月比 - 30.9%（10か月連続の縮小）。

##### 生産面

- ・1月の鉱工業生産指数：前月比 + 0.9%（2か月ぶりに上昇）。
- ・1月の在庫率指数（=在庫/出荷）：前月比 + 0.6%（2か月連続の上昇）。

##### 雇用面

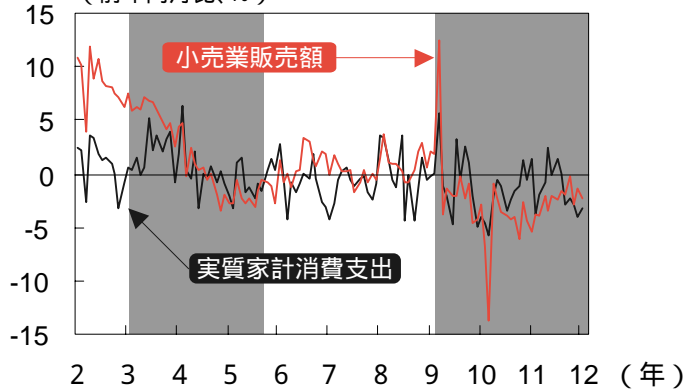
- ・1月の完全失業率：4.7%（前月と同水準）。
- ・1月の有効求人倍率：0.52倍（3か月連続の改善）。

##### 物価面

- ・1月の全国消費者物価（生鮮食品を除く総合）：前年同月比 - 0.3%。2月の国内卸売物価：同 - 0.1%。

## 家計部門

実質家計消費支出…… 1月は前年同月比 - 3.2%と5か月連続の減少  
(前年同月比、%)



### 《ポイント》

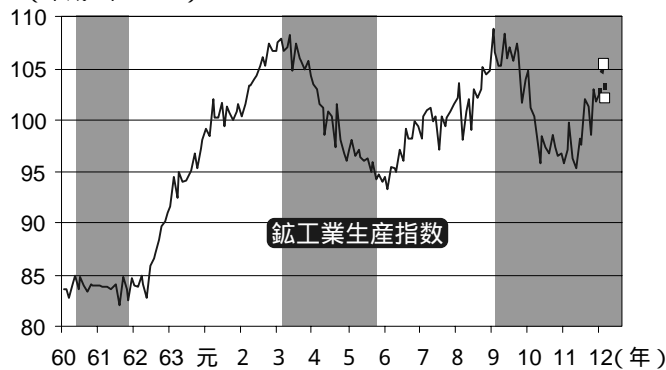
- ・ 1月の実質家計消費支出は、前年同月比 - 3.2%と5か月連続で減少した。「光熱・水道」、「保健医療」、「教育」でプラス寄与となったが、「家具・家事用品」、「交通・通信」等7費目でマイナス寄与となった。
- ・ 1月の小売業販売額は、同 - 2.2%と34か月連続で減少し、前月に比べて減少幅も拡大した。業種別にみると、「織物・衣服・身の回り品小売業」、「飲食料品小売業」等7業種中4業種で前年同月を下回った。

(出所：総務庁 3月6日発表  
通商産業省 2月24日発表)

(注) シャドーは景気後退期を示す

## 企業部門

鉱工業生産…… 1月の鉱工業生産指数は前月比 + 0.9%と2か月ぶりに上昇  
(平成7年 = 100)



### 《ポイント》

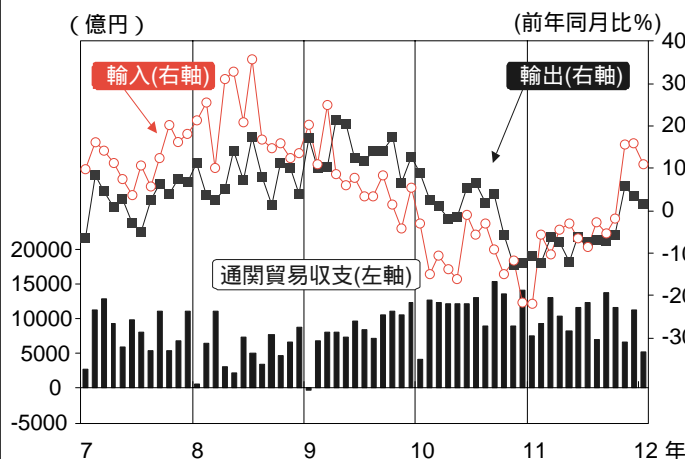
- ・ 出荷指数は前月比 + 2.3%と2か月ぶりに上昇した。在庫指数は同 + 1.1%と2か月連続で上昇した。この結果、在庫率指数は前月比 + 0.6%と2か月連続で上昇した。
- ・ 生産予測指数は、2月が前月比 + 2.7%、3月が同 - 3.2%と見込まれている。
- ・ 通産省は、「総じて見れば、生産は緩やかな回復傾向にある」とし、前月からの総括判断を継続した。

(出所：通商産業省 2月29日発表)

(注) シャドーは景気後退期を示す。12年2月、3月の点は予測値。

## 海外部門

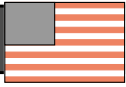
通関貿易収支…… 1月の通関貿易黒字は前年同月比 - 30.9%と10か月連続の縮小



### 《ポイント》

- ・ 輸出は米国向け及びEU向けが前年同月比マイナスとなったものの、アジア向けが3か月連続で二桁のプラスとなったことから、全体でも同 + 1.8%と3か月連続のプラスとなった。
- ・ 輸入は対米国が前年同月比マイナスとなったものの、対EUが3か月連続、対アジアも4か月連続のプラスとなったことから、全体でも同 + 10.9%と3か月連続のプラスとなった。
- ・ この結果、通関貿易黒字は5,212億円、前年同月比 - 30.9%と10か月連続の縮小となった。

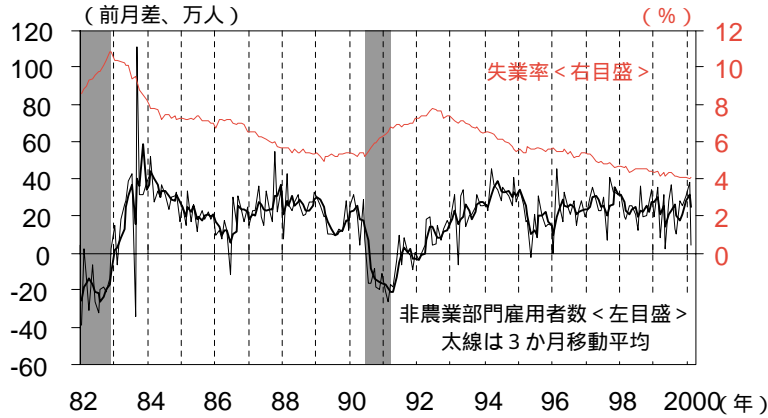
(出所：大蔵省 2月28日発表)



# 米 国 経 済

## 景 気 の 現 状

○雇用の現状・・・2月の非農業部門雇用者数は、前月差+4.3万人の増加



(注)シャドーは景気後退期を示す。

### 《ポイント》

- ・2月の非農業部門雇用者数は、前月差+4.3万人と、99年5月以来の低い増加数となった。12月から1月にかけて、30万人を上回る増加をしていたことの反動もあり、低い伸びに留まったが、3ヶ月平均では24.5万人増と、堅調な推移である。内訳をみると、天候要因などから建設業が同-2.6万人と減少したものの、製造業は同+0.5万人、サービス生産部門全体では同+6.2万人の増加となっている。
- ・前月に4.0%に低下した失業率は、4.1%となり、99年6月以来の上昇となった。インフレ関連指標とされる平均時給は、前月比+0.3%の上昇となった。

(出所：労働省 3月3日発表)

### 【概 要】

#### 全体

- ・**米国経済は堅調に推移。**
- ・10-12月期の実質GDP(改定値)：前期比年率+6.9%。
- ・1月のNAISM(全米購買部協会)製造業景況指数：56.9(13か月連続で50を上回る)。

#### 内需面

- ・1月の小売売上高：季節調整済み前月比+0.3%(自動車を除くベースは同-0.3%)。
- ・1月の住宅着工件数：季節調整済み前月比+1.5%。
- ・1月の非軍需資本財受注(除く航空機)：季節調整済み前月比-5.3%。

#### 外需面

- ・12月の貿易・サービス収支(国際収支ベース、季節調整値)の赤字幅：前月比-5.7%の255.5億ドル(輸出同+3.2%、輸入同+1.0%。4か月ぶりに減少)。
- ・12月の対日貿易赤字：69.7億ドル(前月より6.0億ドルの増加)。

#### 生産面

- ・1月の鉱工業生産指数：季節調整済み前月比+1.0%(製造業は同+0.9%)。

#### 物価面

- ・1月の生産者物価：前年同月比+2.5%(コアは+0.8%)。
- ・1月の消費者物価：前年同月比+2.7%(コアは+1.9%)。

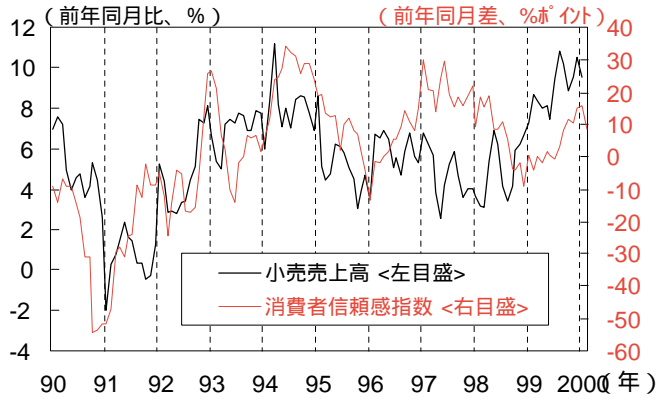
#### 金融政策

- ・FF(Federal Funds)金利誘導目標...5.75%。公定歩合...5.25%。  
(2月2日のFOMC(連邦公開市場委員会)で決定。)



## 家 計 部 門

○小売売上高（1月）...季節調整済み前月比+0.3%の増加



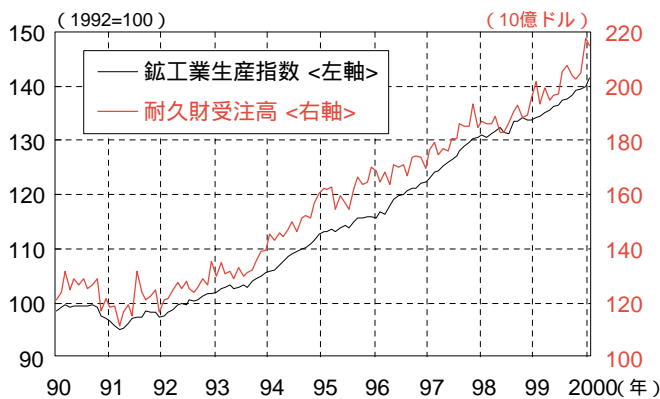
### 《ポイント》

- ・自動車の前月比+2.3%の増加。変動の大きい自動車を除くと同-0.3%と、97年12月以来の減少となった。自動車の増加もあり、耐久財は同+1.4%と増加したが、非耐久財は、食品・外食・医薬品が減少し、同-0.5%と、自動車を除く全体と同様に97年12月以来の減少となった。
- ・2月の消費者信頼感指数は141.8と、前月より2.9ポイントの低下となった。

（出所：商務省 2月11日発表）  
コンファレンス・ボード 2月29日発表）

## 企 業 部 門

○鉱工業生産指数（1月）...季節調整済み前月比+1.0%



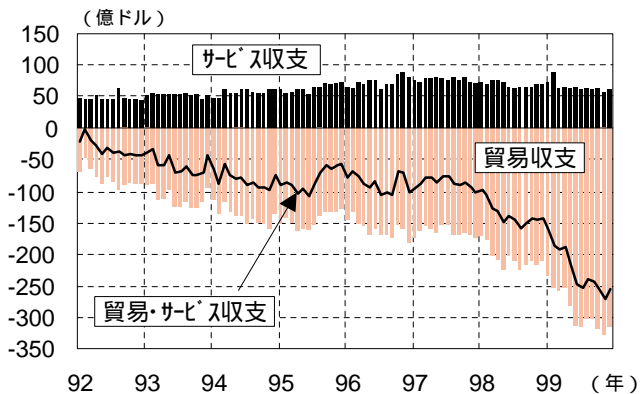
### 《ポイント》

- ・鉱工業生産は、前月比+1.0%と、98年8月以来の高い伸びとなった。製造業は同+0.9%の伸びとなった他、公益が同+1.8%の高い伸びとなっている。
- ・鉱工業設備稼働率は、81.6%となり、前月より0.5%ポイント上昇した。
- ・生産・出荷等の先行指標とされる耐久財新規受注は、前月比-1.3%、輸送機器を除くベースでは同-0.5%の減少となった。

（出所：F R B 2月15日発表）  
商務省 2月24日発表）

## 海 外 部 門

○貿易・サービス収支（12月）...国際収支ベース（季節調整値）の赤字は、255.5億ドル



### 《ポイント》

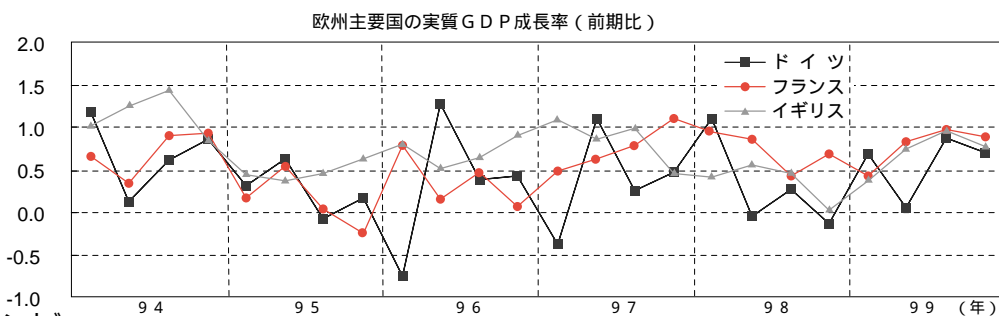
- ・貿易・サービス赤字は、前月比-5.7%減少し、4か月ぶりに赤字幅が縮小した。輸入は、同+1.0%の増加となったものの、輸出が同+3.2%と、輸入を上回る勢いで増加し、赤字の縮小に繋がった。
- ・中国やメキシコに対する赤字額が縮小した中、対日貿易赤字は、季節調整前で69.7億ドルとなり、前月より6億ドル増加し、10月に次ぐ大幅な赤字額となった。

（出所：商務省 2月18日発表）

# 欧州経済

## 景気の状態

ドイツ、イギリス：景気改善、フランス：景気拡大を持続



《ポイント》

99年第4四半期の実質GDP成長率は、3か国とも前年同期比の成長率が前期よりさらに改善。需要項目別には、個人消費が成長に大きく寄与。

### 【ドイツ】

・実質GDP成長率は前期比+0.7%、前年同期比+2.3%と改善。

### 【フランス】

・実質GDP成長率は前期比+0.9%、前年同期比+3.2%と景気拡大ペースを高める。

### 【イギリス】

・実質GDP成長率は前期比+0.8%、前年同期比+2.7%と景気拡大。

（出所：独連邦統計庁、仏国立統計経済研究所、英中央統計局）

## 【概要：欧州経済】

### 全体

・欧州全域で景気改善。ドイツ、イギリス：景気改善、フランス：景気拡大を持続。

### 内需面

・【ドイツ】1月の国内資本財新規受注：前月比-0.9%、前年同月比+3.4%。

1月の製造業新規受注：前月比-0.4%、前年同月比+7.8%。

12月の小売売上数量：前月比-1.9%、前年同月比-0.6%。

・【フランス】1月の工業品家計消費：前月比+1.3%、前年同月比では+3.1%。

・【イギリス】1月の小売売上数量：前月比+1.5%、前年同月比+6.1%。

### 外需面

・【ドイツ】12月の貿易収支：82億マルクの黒字、前年同月比+40.0%と拡大（輸出は同+10.8%、輸入は同+8.3%）。

1月の国外向け製造業新規受注：前年同月比+14.8%。

・【フランス】12月の貿易収支：63億フランの黒字、前年同月比-55.0%と縮小。

・【イギリス】12月の貿易収支：27億ポンドの赤字、前年同月比+25.4%と拡大。

### 生産面

・【ドイツ】1月の鉱工業生産指数：前月比+0.5%、前年同月比+2.9%。

・【フランス】12月の鉱工業生産指数（除く建設）：前月比-0.1%、前年同月比+5.2%。

・【イギリス】1月の鉱工業生産指数：前月比-0.1%、前年同月比+2.1%。

### 雇用面

・【ドイツ】2月の失業率：10.0%（前月比-0.1%ポイント、4か月連続低下。3.4万人減の392万人）。

・【フランス】1月の失業率：10.5%（前月比-0.1%ポイント、5か月連続低下。1.9万人減の257万人）。

・【イギリス】1月の失業率：4.0%（前月比-0.1%ポイント、2か月ぶり低下。1.0万人減の116万人）。

### 物価面

・【ドイツ】1月の消費者物価：前年同月比+1.5%、1月の生産者物価：前年同月比+2.0%。

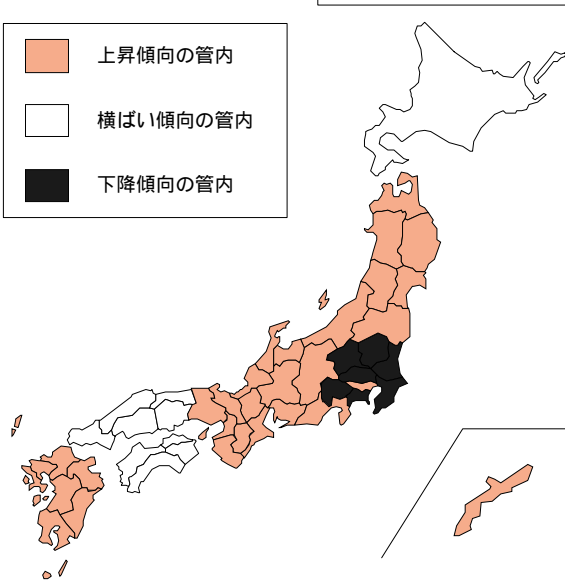
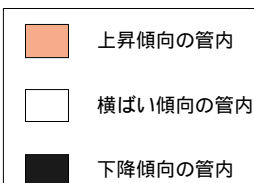
### 金融政策

・ECB（欧州中央銀行）の政策金利：3月16日に、3.25%から3.50%へ（0.25%引き上げ）。

・イングランド銀行の政策金利：2月10日以降、6.00%のまま据え置き。

# 地域経済

## 総合的な指標の動き



### 《12月の動き》

- ・上昇傾向の管内：東北、東京、信越、北陸、東海、近畿、九州、沖縄
- ・横ばい傾向の管内：北海道、中国、四国
- ・下降傾向の管内：関東

以下の指標を用いて郵政局管内別地域経済総合指標（C I）を作成し、3か月移動平均後の前月比増減をもとに傾向を判断する。

一致指標... 鉱工業生産(季節調整値)、有効求人倍率(季節調整値)、大型小売店販売額(店舗調整済)、入域観光客数(沖縄のみ)

先行指標... 新設住宅着工戸数、建築着工床面積(商工業・サービス用)、新車販売台数(乗用車)

遅行指標... 実質家計消費支出

景気判断には3月10日現在発表の指標を用いており、今後新しい指標の公表や改定により判断を変更する場合があります。

(○：上昇、□：横ばい、×：下降)

	11年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
北海道					-	×	×	×	×	-	-	-
東北						-	-					
関東	-	-			×	-	-					×
東京	-				×	-	-			-	-	
信越	×	×	-				-	-	-	-		
北陸	×				-	-						
東海	×	-	-	-	×	×	-					
近畿	×	-	-	-	-	-	-					
中国	-	×	×	×	×	×	×	-	-			-
四国	×	-		-	×	×	-					-
九州	-			-	×	×	×					
沖縄						-	-	-	-			

## 主要経済指標の動き

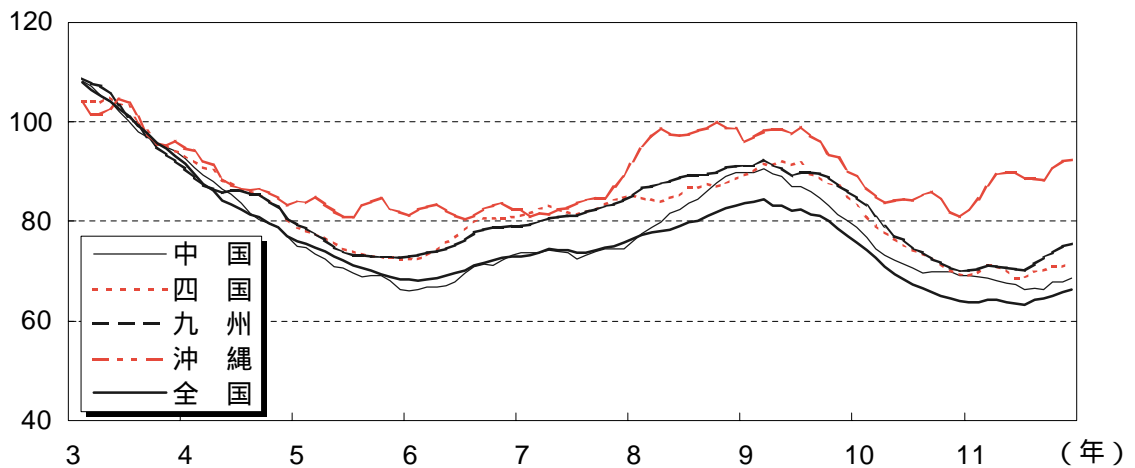
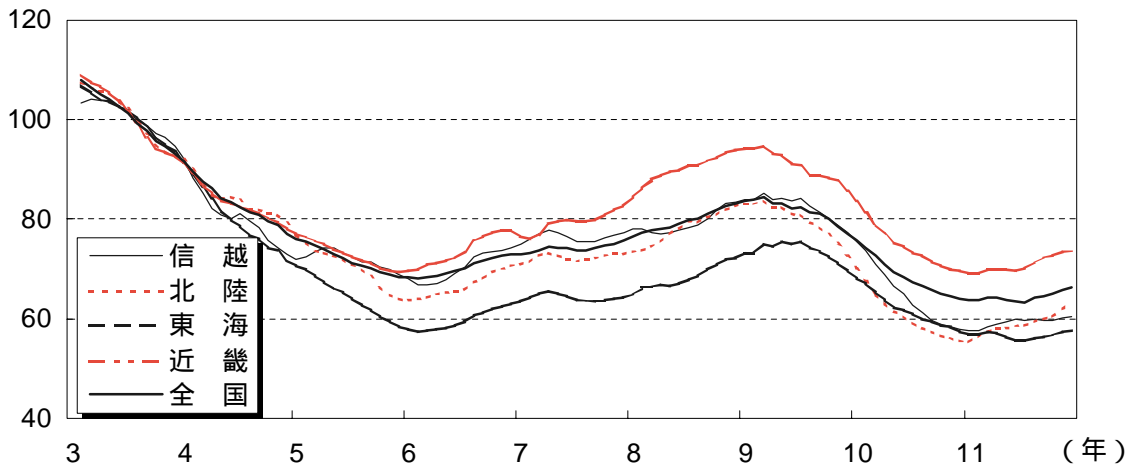
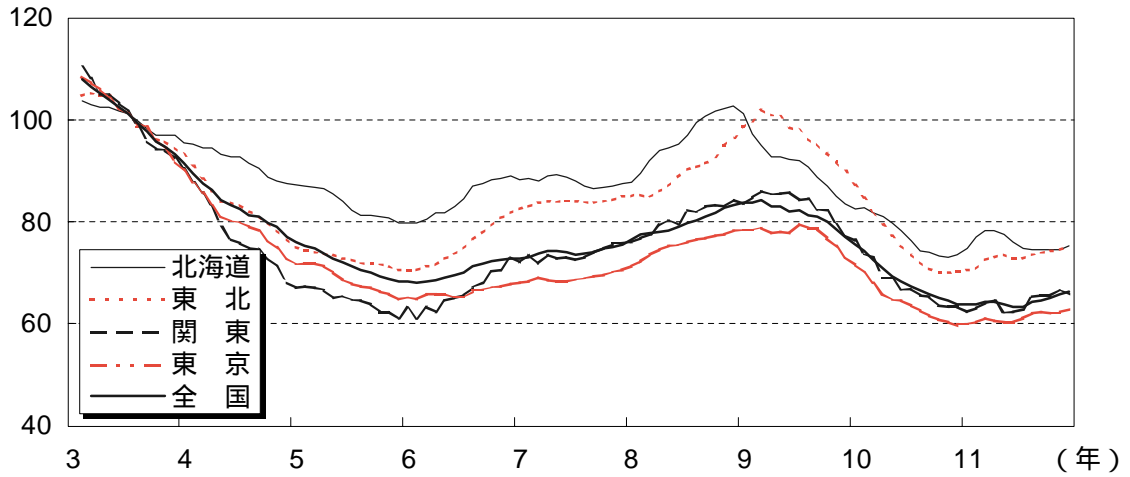
12月の鉱工業生産指数(季節調整値)は、北海道等3管内で前月比上昇、9管内で同下降となった。有効求人倍率(季節調整値)は、6管内で改善、5管内で横ばい、沖縄管内で悪化となった。大型小売店販売額(店舗調整済)は、沖縄を除く11管内で前年比減少となった。建設関連の指標のうち新設住宅着工戸数は、沖縄、北海道等8管内で前年比増加、4管内で減少となった。建築着工床面積は、東京、沖縄等7管内で前年比増加、5管内で減少となった。新車販売台数は、北陸、東北等6管内で前年比増加、関東管内が同横ばい、その他5管内で同減少となった。実質家計消費支出は、北陸と九州を除く10管内で前年比減少となった。

	北海道	東北	関東	東京	信越	北陸	東海	近畿	中国	四国	九州	沖縄	全国
鉱工業生産指数(季節調整値、前月比)	2.9	-0.3	-2.1	-0.8	-1.0	-0.7	-1.8	-2.1	1.6	1.6	-1.0	-4.1	-1.2
有効求人倍率(季節調整値、前月差)	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	-0.01	0.01
大型小売店販売額(店舗調整済、前年比)	-5.8	-4.6	-5.4	-3.0	-8.2	-3.6	-6.0	-5.5	-2.5	-2.0	-2.1	0.5	-4.7
新設住宅着工戸数(前年比)	18.6	4.5	-4.0	-2.8	12.0	3.0	6.4	-6.6	7.4	5.9	-11.4	30.4	-0.8
建築着工床面積(商工業・サービス用、前年比)	7.8	-35.6	27.5	152.5	-28.0	-7.4	5.3	37.1	-25.0	21.2	-47.1	74.3	7.2
新車販売台数(乗用車、前年比)	-0.6	1.8	0.0	0.1	0.9	5.1	-2.9	-1.1	1.1	-4.1	1.8	-30.2	-0.5
実質家計消費支出(勤労者世帯、前年比)	-7.8	-5.0	-9.2	-3.1	-6.5	14.2	-3.3	-9.3	-14.0	-6.2	1.7	-6.4	-4.6
C I(平成3年=100、3か月移動平均)	75.2	75.2	65.7	62.8	60.3	63.3	57.6	73.6	68.5	71.5	75.5	92.4	66.2
C I(平成3年=100、3か月移動平均、前月比)	0.8	0.9	-1.5	0.8	0.3	2.3	0.5	0.1	1.2	1.0	0.8	0.3	0.8

(資料) 〃：通商産業省、各都道府県 〃：労働省 〃：通商産業省 〃：建設省 〃：日本自動車販売協会連合会 〃：総務庁  
 なお、地域区分の相違により管内データが公表されていない指標、地域については郵政研究所にて推計

## 地域経済の動向

管内別地域経済総合指標（平成3年 = 100、3か月移動平均）の推移



## 北海道管内

地域経済総合指標（C I型：コンポジット・インデックス型、平成3年=100、3か月移動平均、以下同様）は、10年12月以降上昇基調で推移していたが、11年5月から下落基調に転じた。しかし、10月以降は再び上昇基調に転じており、12月も前月比+0.8%の75.2となっている。しかし、総合的な判断は横ばい傾向を継続。

## 東北管内

地域経済総合指標は、10年12月から上昇基調に転じた。その後11年6、7月には一旦下落したものの、8月以降再び上昇しており、12月も前月比+0.9%の75.2となっている。総合的な判断も上昇傾向を継続。

## 関東管内

地域経済総合指標は、11年5月に一旦下降する場面もあったものの、11年2月以降は上昇基調で推移していた。しかし、12月は新設住宅着工戸数の減少等から前月比-1.5%の65.7となり、総合的な判断も上昇傾向から下降傾向に転じた。

## 東京管内

地域経済総合指標は、11年1月以降は概ね上昇基調で推移している。12月も建築着工床面積の増加等から前月比+0.8%の62.8となっており、総合的な判断も横ばい傾向から上昇傾向に転じた。

## 信越管内

地域経済総合指標は、11年3月以降概ね上昇基調で推移している。12月も前月比+0.3%の60.3となり、総合的な判断も上昇傾向を継続。

## 北陸管内

地域経済総合指標は、11年2月以降上昇基調で推移している。12月も前月比+2.3%の63.3となり、総合的な判断も上昇傾向を継続。

## 東海管内

地域経済総合指標は、11年度に入ってしばらくは下落基調で推移していた。しかし、11年7月以降再び上昇基調で推移しており、12月も前月比+0.5%の57.6となっている。総合的な判断も上昇傾向を継続。

## 近畿管内

地域経済総合指標は、11年に入ってほぼ横ばい基調で推移していたものの、11年7月以降はほぼ上昇基調で推移している。12月も前月比+0.1%の73.6となっており、総合的な判断も上昇傾向を継続。

## 中国管内

地域経済総合指標は、10年12月以降下落基調で推移していたが、11年8月以降再び緩やかな上昇基調となっている。12月も前月比+1.2%の68.5となったが、総合的な判断は横ばい傾向を継続。

## 四国管内

地域経済総合指標は、11年4月以降下落基調で推移していたが、7月以降再び上昇基調となっている。12月も前月比+1.0%の71.5となったが、総合的な判断は横ばい傾向を継続。

## 九州管内

地域経済総合指標は、11年4月以降下落基調で推移していたが、8月以降再び上昇基調に転じている。12月も前月比+0.8%の75.5となっており、総合的な判断も上昇傾向を継続。

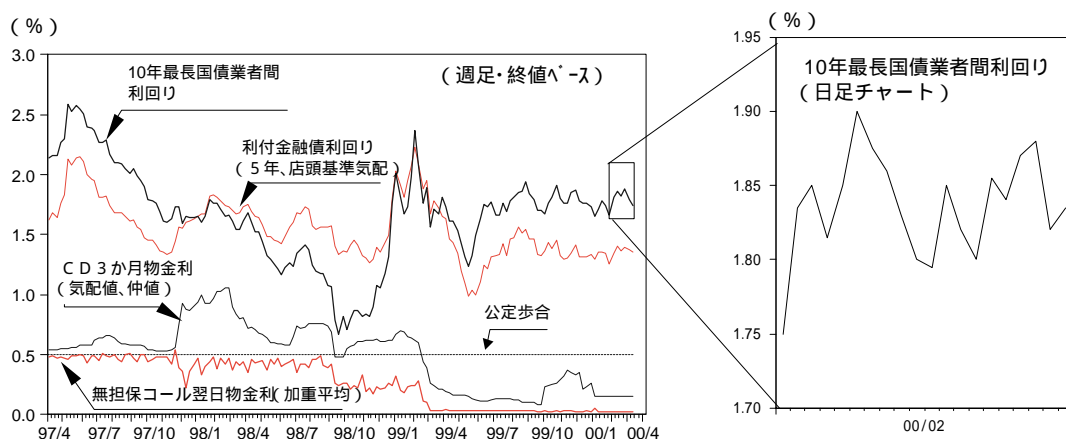
## 沖縄管内

地域経済総合指標は、11年1月から上昇に転じたが、6月以降は横ばい傾向で推移し、10月に再び上昇基調に転じた。12月も前月比+0.3%の92.4となっており、総合的な判断も上昇傾向を継続。



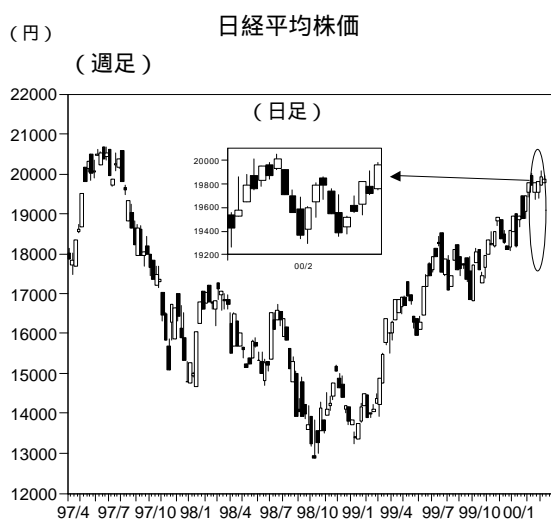
# 金融市場 (2月期)

## 国内金利



- ・ 2月の無担保コール翌日物金利は、25日までは連日0.02%での取引。28日は、うるう日を控えて金融機関の資金調達意欲が高まり、加重平均で0.28%まで跳ね上がった。29日は、日銀が積み上幅を11兆4000億円まで拡大し、0.05%まで急低下した。  
(無担保コール翌日物加重平均金利：0.05% 2月29日現在)
- ・ 2月のCD 3か月物金利は、上旬に0.07%、下旬に0.06%で出会いが見られた。3月期末越えの資金ニーズは弱く、金利は落ち着いた動き。  
(CD 3か月物金利：0.06% 2月29日現在)
- ・ 2月上旬の10年最長国債利回り(業者間)は、蔵相が「現在の長期金利が1.7%程度というのは正常な状態ではない」と発言したこと、機械受注統計の発表を10日に控えて買いづらかったこと、日経平均株価が堅調に推移したこと、円安が進行したことなどをを受けて1.900%まで上昇した。  
中旬は、日経平均株価の下落や上場企業の相次ぐ経営破綻によるゼロ金利政策長期化の思惑から1.785%まで低下した後、格付け会社が日本国債を格下げ方向で検討と発表したことをを受けて1.860%まで上昇した。  
下旬は、国債格下げを材料に売られた反動から買い戻しが入り1.800%まで低下した後、22日の10年債の入札結果が低調だったことから、地合いが悪くなり1.885%まで上昇した。  
(10年最長国債業者間利回り終値：1.835% 2月29日現在)

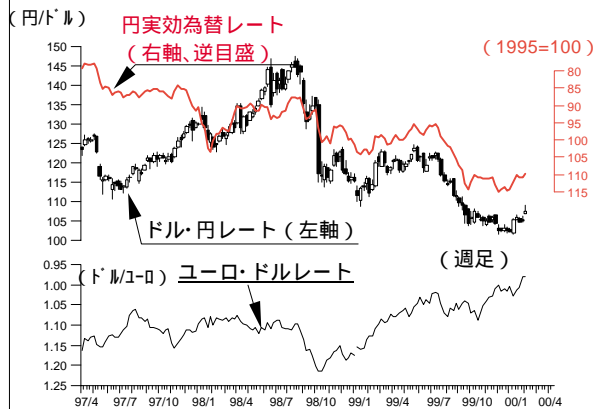
## 国内株式



- ・ 2月上旬は、東京都が銀行に対する外形標準課税導入の意思を表明したことから銀行株が売られ、持合解消や決算対策の売りも出て、値下がりする銘柄が多かった。しかし一方では、米国の利上げ後も米ナスダックが連日最高値を更新したことや大型の株式投信設定、円安の進行を受けて安心感が広がり、情報通信関連・ハイテク株を中心にバイオ関連なども買われ、2年半ぶりに20000円台を回復した。
- ・ 中旬は、上場企業の相次ぐ経営破綻などを嫌気して幅広い銘柄で売られ19300円台まで下落した後、110円を超える円安の進行、一部銀行の格付け引き上げなどをを受けて19700円台まで上昇した。
- ・ 下旬は、米国株の急落や持合解消売りへの警戒感から19300円台まで下落した後、米ナスダック高や25日の株式投信設定を見込んだ買い安心感から幅広い銘柄で買いが入り19900円台まで上昇した。  
(日経平均株価終値：19959.52円 2月29日現在)



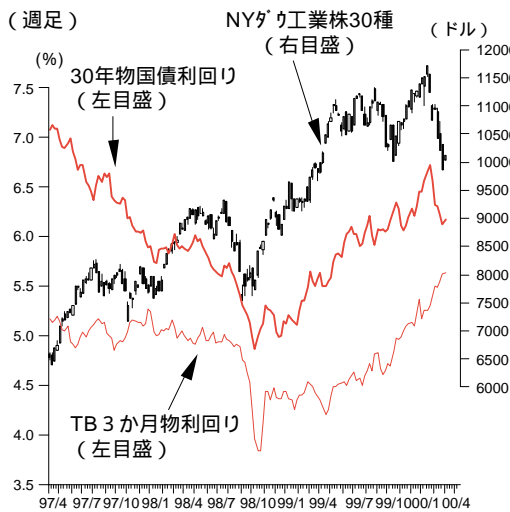
## 為 替



(注) 実効為替レートは米EU・7諸国等33通貨ベース、郵政研究所作成  
 1-0ドルは99年1月第1週までドル/ECU、以降はドル/ユーロ

- ・ 2月上旬は、F O M Cでの利上げは予想通りとして反応せず、経企庁長官の99年10-12月期G D Pマイナス成長発言や米労働生産性の好調な指標を受けて日米景況感格差の拡大観測が広がり109円台まで上昇した。
- ・ 中旬は、17日のF R B議長の議会証言を控えて109円を挟んで模様眺めとなったが、日本国債の格下げ検討の発表、99年度成長率が政府見通し0.6%を下回る可能性もあるとの経企庁長官発言等を受けて円売りが進み、約5か月ぶりに海外市場で一時111円台まで上昇した。
- ・ 下旬は、日本経済の先行き懸念の広がりやナスダックの連日の高値更新を受けて111円を挟んだ高値圏で推移した。月末にかけてダウの1万ドル割れやユーロの安値更新から一時108円台まで下落した後、鉱工業生産指数等の弱い数字を受けて110円前後でもみ合った。  
 (ドル・円レート東京終値：110.25/28円 2月29日現在)

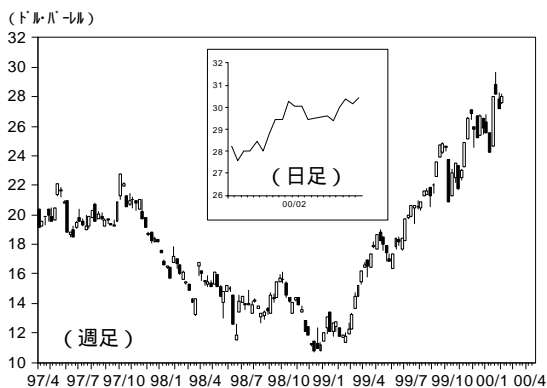
## 米 国 金 融



- ・ 2月上旬の30年物国債利回りは、F O M Cで利上げされたものの、事前の予想通りの結果であったことから、金利は逆に低下した。その後は、強めの雇用統計や低調な国債入札を受けて金利が上昇する場面も見られた。中旬は、F R B議長の議会証言が利上げを示唆する内容と受け止められたにもかかわらず、長期金利は低下した。下旬は、株価を睨みながらの展開となり、金利は小動きとなった。  
 (30年物国債利回り終値：6.13% 2月29日現在)
- ・ 2月上旬のNYダウは、ハイテク株が総じて堅調に推移する中、小幅な値動きとなった。中旬は、利食い売りに加え、F R B議長の議会証言などから利上げ懸念が高まり、下げ足を早めた。下旬は、G D Pの大幅上方改定から景気過熱感が高まり、一時99年4月以来の1万ドル割れまで下落した。その中で、ハイテク株は堅調に推移し、ハイテク株の多いナスダック指数は史上最高値を更新した。  
 (NYダウ終値：10128.31ドル 2月29日現在)

## 原 油

### W T I 原油先物価格 (期近物)



- ・ 2月上旬は、O P E Cの増産の可能性に関する思惑で高下する場面があったが、暖房油在庫の大幅減や米北東部での寒波による暖房油の急騰、O P E C増産の可能性が不透明なことを嫌気して29ドル半ばまで上昇した。
- ・ 中旬は、14日にO P E C幹部の4月以降も減産体制継続とのコメントから需給逼迫懸念が深まり30ドル台に上昇した。その後、サウジアベネズエラから価格高騰を是正して安定的供給を目指すべしとの発言が出て供給拡大の観測から30ドル割れとなった。
- ・ 下旬は、23日に開催された湾岸産油国会議で市場安定に向けて協力するとの声明が出されたが増産には触れられなかったこと、サウジがO P E Cの増産時期は7月以降とコメントしたこと等により30ドル半ばまで続伸した。  
 (W T I原油期近物終値：30.43ドル 2月29日現在)

国内経済指標

	9年度	10年度	11年			12年		
			4-6月期	7-9月期	10-12月期	11月	12月	1月
<b>実質GDP (1990年価格)</b>	-0.1	-1.9	1.0	-1.0	-1.4	---	---	---
<b>消費</b>								
実質消費支出								
全国・全世帯	-2.1	-1.3	0.5	-0.4	-3.1	-2.9	-4.0	-3.2
勤労者世帯	-2.3	-0.9	-0.8	-0.7	-3.2	-2.4	-4.7	-3.0
勤労者以外の世帯	-1.7	-1.8	3.4	-0.2	-2.8	-3.5	-2.5	-3.4
小売業販売額	-3.9	-3.8	-2.5	-2.0	-1.5	-2.9	-1.3	-2.2
<b>住宅着工</b>								
新設住宅着工戸数	-17.7	-12.1	2.5	6.9	2.1	8.1	-0.8	16.8
<b>労働</b>								
完全失業率 (季調済)	3.5	4.3	4.7	4.7	4.6	4.6	4.7	4.7
有効求人倍率 (季調済)	0.69	0.50	0.47	0.47	0.49	0.49	0.50	0.52
<b>生産</b>								
鉱工業生産指数 (季調済前期[年・月]比)	1.2	-7.1	-1.0	3.9	0.8	4.5	-1.2	0.9
出荷指数 (季調済前期[年・月]比)	1.0	-6.3	-1.9	4.1	1.4	4.0	-1.0	2.3
在庫指数 (季調済前期[年・月]比)	9.6	-9.6	-1.0	-1.2	-2.3	0.9	-1.5	1.1
製造工業稼働率指数 (季調済前期[年・月]比)	0.3	-7.8	-2.8	4.7	0.2	5.6	-2.2	---
<b>設備投資</b>								
機械受注 (船舶・電力を除く民需)	-3.9	-18.6	-9.9	-6.3	-6.1	-1.8	14.7	0.8
建築着工床面積 (民間非居住用)	-2.6	-17.0	-15.4	-14.6	6.2	10.0	6.2	33.7
<b>物価</b>								
国内卸売物価指数	1.0	-2.1	-1.8	-1.4	-0.7	-0.6	-0.6	-0.3
輸出物価指数	1.5	-0.9	-9.5	-13.9	-8.1	-8.0	-7.7	-4.8
輸入物価指数	2.4	-6.6	-9.9	-11.0	-2.7	-2.8	-1.0	3.4
全国消費者物価指数	2.0	0.2	-0.3	0.0	-1.0	-1.2	-1.1	-0.9
東京都区部消費者物価指数	1.8	0.3	-0.4	0.0	-1.2	-1.3	-1.4	-1.1
企業向サービス価格指数	1.6	-0.6	-1.5	-1.5	-1.0	-1.0	-0.9	-0.8
<b>国際収支(億円)</b>								
経常収支	129,491	151,698	32,525	32,436	27,660	8,097	8,715	6,109
貿易・サービス収支	72,769	95,630	19,243	20,232	18,643	3,991	7,574	2,409
貿易収支	136,340	159,820	34,607	37,338	34,040	8,194	12,799	6,626
輸出	498,886	476,441	112,416	118,075	117,853	37,309	40,949	33,653
輸入	11.3	-4.5	-8.5	-6.8	0.2	4.7	2.9	0.9
(前年比)								
サービス収支	362,546	316,622	77,809	80,737	83,813	29,115	28,150	27,027
(前年比)	0.6	-12.7	-4.7	-4.0	10.1	16.2	16.4	11.9
所得収支	-63,572	-64,119	-15,365	-17,106	-15,397	-4,203	-5,225	-4,217
経常移転収支	67,066	70,656	15,414	14,823	11,496	4,754	2,049	4,498
経常移転収支	-10,343	-14,589	-2,131	-2,618	-2,479	-648	-908	-798
<b>貿易収支(通関統計) (億円)</b>								
(前年比)	79.8	22.8	-17.4	-11.4	-19.4	-25.5	-20.4	-30.9
輸出	514,112	494,493	116,715	122,272	122,994	38,895	42,772	35,117
(前年比)	11.7	-3.8	-8.4	-7.2	0.9	5.7	3.5	1.8
輸入	399,615	353,938	86,521	89,126	93,424	32,262	31,525	29,905
(前年比)	0.7	-11.4	-4.7	-5.5	9.6	15.7	16.0	10.9
<b>マネーサプライ</b>								
M2 + CD	3.1	4.0	4.1	3.6	3.0	2.9	2.6	2.6
広義流動性	3.5	3.1	4.2	3.3	3.0	3.1	2.4	2.5

(注1) 特に、指定のない限り前年度比、前年同期比、又は、前年同月比。

(注2) なお、各指標値は前月10日までに発表されたもの。



海外経済指標

	98年	99年	99年			99年		
			4-6月	7-9月	10-12月期	11月	12月	1月
<b>米 国</b>								
実質GDP (前期比年率)	4.3	4.1	1.9	5.7	6.9	---	---	---
小売売上高	4.9	8.9	1.7	2.2	2.2	1.3	1.7	0.3
住宅着工件数	9.9	3.3	-9.6	4.5	1.2	1.7	5.1	1.5
鉱工業生産指数	4.2	3.6	1.1	1.2	1.3	0.3	0.4	1.0
製造業新規受注	2.0	6.1	0.2	3.9	1.9	1.4	3.8	-1.1
失業率 (%)	4.5	4.2	4.3	4.2	4.1	4.1	4.1	4.0
非農業部門雇用者数 (前月比増加数、千人)	244	226	210	202	283	257	309	(2月)4.1 384
生産者物価指数 (最終財・前年比)	-0.9	1.8	1.4	2.3	2.9	3.1	3.0	(2月)4.3 2.5
消費者物価指数 (総合・前年比)	1.6	2.7	2.1	2.3	2.6	2.6	2.7	2.7
貿易・サービス収支 (国際収支ベース・季調値・億ドル)	-1,642.8	-2,713.1	-652.6	-736.2	-782.7	-271.0	-255.5	---
対日貿易収支 (通関ベース原数値・億ドル)	-640.9	-739.2	-171.8	-198.1	-205.1	-63.7	-69.7	---
<b>ドイツ</b>								
実質GDP成長率 (前期比%)	---	---	0.1	0.9	0.7	---	---	---
(前年同期比%)	1.9	1.4	0.9	1.5	2.3	---	---	---
鉱工業生産指数 (前期比%)	3.5	0.8	0.5	1.6	1.5	0.0	0.3	0.5
製造業新規受注 (前期比%)	3.1	2.9	3.0	4.8	2.2	1.6	-2.8	0.4
設備稼働率 (%)	86.6	---	85.1	86.0	---	---	---	---
小売売上数量 (前年同期比%)	0.4	0.6	0.4	-0.4	0.4	-1.8	-0.6	---
新車登録台数 (前年同期比%)	5.9	1.3	10.9	3.1	-7.2	-10.5	-3.2	---
貿易収支 (億マルク)	1,275	1,219	297	307	295	115	82	---
消費者物価指数 (前年同期比%)	1.0	0.6	0.6	0.7	1.0	1.0	1.1	1.5
生産者物価指数 (前年同期比%)	-0.4	-1.0	-1.7	-0.7	0.6	0.7	1.1	2.0
失業率 (%)	10.7	10.2	10.5	10.5	10.2	10.4	10.2	10.1
マネーサプライ (M3) (前年同期比%)	8.2	8.7	10.8	10.4	8.7	10.5	8.7	8.3
<b>フランス</b>								
実質GDP成長率 (前期比%)	---	---	0.8	1.0	0.9	---	---	---
(前年同期比%)	3.4	2.7	2.4	2.9	3.2	---	---	---
鉱工業生産指数 (前期比%)	4.5	2.2	1.1	1.9	1.4	1.7	0.0	---
設備稼働率 (%)	85.8	---	85.9	---	---	---	---	---
工業品家計消費 (前期比%)	5.8	4.2	0.3	1.6	0.5	0.4	0.2	1.3
新車登録台数 (前年同期比%)	14.5	8.9	6.5	8.3	7.5	3.4	4.6	1.1
貿易収支 (億フラン)	1,438	1,244	237	435	314	105	63	---
消費者物価指数 (前年同期比%)	0.6	0.5	0.4	0.5	1.0	0.9	1.3	1.6
失業率 (%)	11.8	11.2	11.3	11.2	10.8	10.8	10.6	10.5
マネーサプライ (M3) (前年同期比%)	1.1	9.4	4.1	6.0	9.4	6.9	9.4	---
<b>イギリス</b>								
実質GDP成長率 (前期比%)	---	---	0.7	1.0	0.8	---	---	---
(前年同期比%)	2.2	1.9	1.6	2.1	2.7	---	---	---
鉱工業生産指数 (前期比%)	0.6	0.5	0.7	1.4	0.1	0.1	-0.5	-0.1
小売売上数量指数 (前期比%)	2.9	3.1	1.1	1.3	1.4	0.3	0.6	1.5
貿易収支 (億ポンド)	-205	-265	-62	-54	-75	-25	-27	---
消費者物価指数 (前年同期比%)	3.4	1.6	1.4	1.2	1.5	1.4	1.8	2.0
失業率 (%)	4.7	4.3	4.5	4.2	4.1	4.1	4.1	4.0
マネーサプライ (M4) (前年同期比%)	8.3	3.4	5.5	3.1	3.4	2.9	3.4	2.7

(注1) 米国：指定のない限り季調済前期比、又は、季調済前月比。非農業部門雇用者数の年、四半期計数は月平均。

(注2) 欧州：ドイツ、フランスの鉱工業生産指数は建設を除くベース。

(注3) イギリスのマネーサプライは未残ベース。

金融経済指標

	98年	99年	99年			2000年	
			4-6月期	7-9月期	10-12月期	1月	2月
<b>為替</b>							
ドル/円	130.90	113.91	120.94	113.61	104.54	105.16	109.34
<b>国内金利</b>							
公定歩合 (期末値)	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50
(括弧内は改定日)							
無担保コール翌日物 (加重平均金利)	0.37	0.06	0.03	0.03	0.03	0.02	0.03
C D 3 か月物 (気配値仲値)	0.72	0.25	0.14	0.11	0.28	0.15	0.15
10年最長国債業者間利回り	1.29	1.74	1.54	1.78	1.78	1.72	1.84
<b>国内株式</b>							
日経平均225 (期末値)	13,842.17	18,934.34	17,529.74	17,605.46	18,934.34	19,539.70	19,959.52
<b>商品</b>							
C R B 先物指数 (期末値)	191.22	205.14	191.54	205.19	205.14	210.46	208.78
NY原油WTI期近物 (期末値)	12.05	25.60	19.29	24.51	25.60	27.64	30.43
<b>米国金融</b>							
T B 3 か月物 (流通金利<買い>)	4.78	4.64	4.45	4.65	5.04	5.32	5.55
30年国債	5.57	5.86	5.79	6.03	6.25	6.62	6.23
NYダウ工業株30種 (期末値)	9,181.43	11,497.12	10,773.19	10,336.95	11,497.12	10,940.53	10,128.31

(注) 特に指定のない限り、平均値。

## 情報セキュリティ評価基準について

情報通信システム研究室主任研究官 進藤 文夫

### 1 はじめに

最近、我が国の官公庁、関連団体のコンピュータシステムが不法侵入を受ける被害が多発している。ホームページが何者かの手で書き換えられたり、データを消去されたりと情報セキュリティ管理体制の甘さを露呈するものであった。

コンピュータやインターネットの急速な普及に伴い、金融機関におけるコンピュータの不正操作等のコンピュータ犯罪も近年では、外部からの不正侵入やメール爆弾、コンピュータウイルスなどネットワークを利用したものが目立つようになってきた。また、その犯行も多様化すると共に、被害額も年々増加する傾向にある。このため、政府や地方自治体、金融機関、電力・ガス・通信・交通といった公共機関はもとより、プラントなどの大規模な工業設備を有する企業や、一般企業もプライバシー保護をはじめ、情報セキュリティに対する関心が急速に高まっている。

そこで、本稿では、最近とみに関心が高まっている「ISO (International Organization for Standardization : 国際標準化機構) 15408 情報セキュリティ評価基準」(以下、「ISO15408」という)について、簡単に紹介してみたい。

2においては、この基準の制定の沿革について述べ、3においては、この基準による評価・認証、4においては、セキュリティポリシーの概要について述べることとする。

### 2 セキュリティ評価基準制定の沿革

ISO15408は、情報セキュリティの観点から、情報通信システム及び関連製品が適切に設計され、セキュリティ機能が確実に実現されているかどうかを評価するためのものである。1999年6月にISO規格として承認された。この規格により、情報通信に関連したシステムや製品のセキュリティの度合いを様々な観点から系統的に評価できるようになる。ユーザは、導入を検討している情報通信システム・製品を共通の基準で比較することが可能となり、やみくもにシステムを導入するのではなく、必要なセキュリティレベルに応じた適正でしかも最低限のコストで、運用や管理まで考慮されたセキュリティ効果のあるシステム・製品を導入することが可能になる。

米国では1985年に、国防総省が軍事システム向けに調達する情報通信製品に対する情報セキュリティ評価基準書TCSEC (Trusted Computer System Evaluation Criteria : 通称「オレンジブック」)を作成した。同時にこの基準を基に情報通信製品等を評価、認証する制度も発足させた。この基準ではレベルの低いものから、D, C1, C2, B1, B2, B3, A1の7つのセキュリティレベルに分離し、各レベル毎にセキュリティの機能と品質が満たすべき要件を規定した。情報通信システム・製品の評価と認証は、国防総省のNCSC (National Computer Security Center) が

行ってきた。これは軍事関連のセキュリティ機能を対象としていたため、1992年末にNIST (National Institute of Standards and Technology) とNSA (National Security Agency) が中心となり、幅広いユーザが使えるセキュリティ機能を目指した新連邦基準としてFC (Federal Criteria) を公開した。

EC加盟国では、政府(軍事)用システムに係る評価基準を、商用システムまで含め、ECの統一的な評価基準としてITSEC (Information Technology Security Evaluation Criteria) を1991年に発表している。また、カナダでは、TCSECとITSEC両者の考えを取り入れて、独自の評価基準としてCTCPEC (Canadian Trusted Computer Product Evaluation Criteria) を1991年に作成している。

この結果、評価基準の国際協調の必要性が認識され、米国、カナダ、英国、ドイツ、フランス、オランダによって共通の基準であるCommon Criteria (CC) を作成するための共同作業の場としてセキュリティ共同検討会議Common Criteria Editorial Board (CCEB) が作られ、作業を開始した。CCの第1版は1996年1月、第2版は1998年5月に発刊された。

また、同時に各国での動向を踏まえて、評価基準の国際標準化がISOにおいても取り上げられ検討された結果、1999年6月にISO15408として国際規格化されたのである。これは1998年5月に発刊されたCC第2版が基になっている。

### 3 セキュリティ評価基準による評価・認証

情報通信システム・製品がISO15408に準拠して作成されていることを第三者が検査し、確認が終わると「認証書」を発行して公表するという制度を運用することが重要である。既に欧米では、ISO15408の基になっている情報セキュリティ評

価基準のもとで、このような評価・認証制度が運用されている。米国では1985年から、英国では1991年から運用が開始された。英国の場合、この「認証書」を取得した情報通信関連製品のリストは、政府の刊行物として公開されている。情報通信関連製品の利用者は、当該製品を選ぶ場合の判断材料として、このリストを参照する。この「認証書」の発行には、「セキュリティ評価」と「セキュリティ認証」の二つの作業が必要になる。

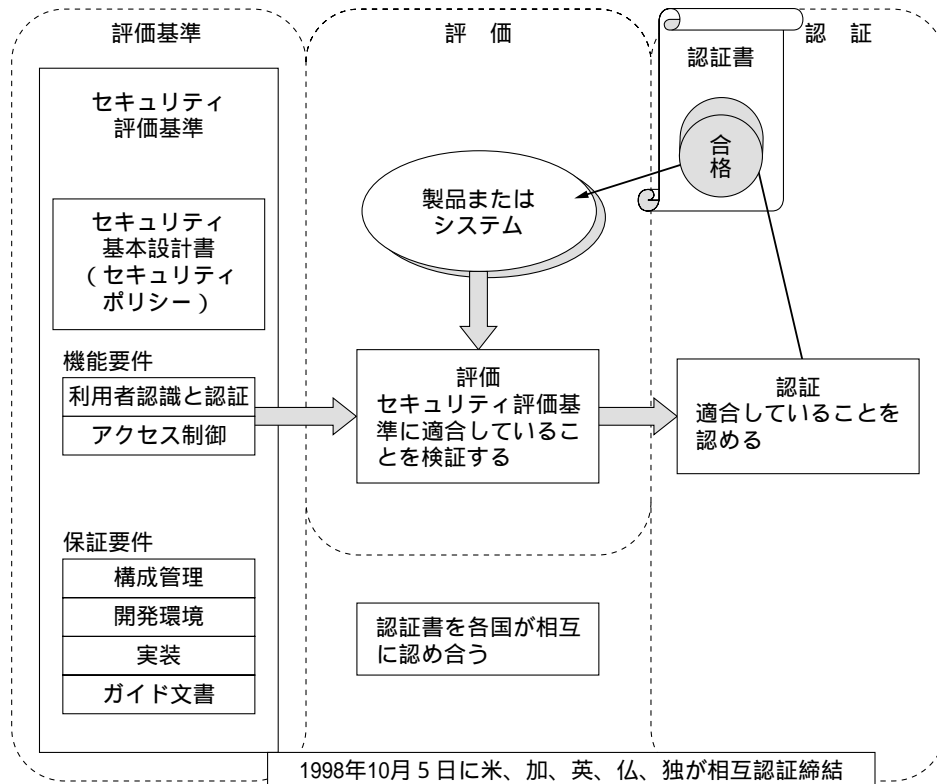
「セキュリティ評価」は、通常は民間の中立機関(評価機関)が情報通信関連製品の製造者や情報通信システムの管理者からの依頼を受け、ISO 15408の要件に基づいて検査を行う。検査結果は、「評価報告書」に取りまとめられ認証機関に渡される。

「セキュリティ認証」は、欧米では政府関連の機関が実施している。評価作業が手続き的にも技術的にも問題なく実施されていることを確認後、「認証報告書」と「認証書」が認証機関によって作成され、「認証書」はセキュリティ評価の依頼者に渡される。依頼者は、この「認証書」の取得により、必要なセキュリティ対策が実施されていることを広く関係者に知ってもらうことができ、企業の信頼性の向上やイメージアップにつながる。

1998年10月、米国、カナダ、英国、フランス、ドイツの5か国は相互認証協定に合意した。これにより、それぞれの国内で認証を受けた情報通信システムや関連製品は、他の国でもその認証書が有効になる。情報セキュリティ評価・認証制度の概要を図表1に示す。我が国においても今後、情報セキュリティ評価・認証制度を早期に実施することが望まれる。

なお、ISO15408では、情報通信システム・関連製品がセキュリティ機能をどこまで保証しているかを表す尺度として、7段階の保証レベル(EAL: Evaluation Assurance Level)でレベル

図表1 情報セキュリティ評価・認証制度の概要



(出所) 「国際セキュリティ標準ISO15408のすべて」田淵治樹、日経BP社、1999年

分けしている。上位（番号の大きい方）レベルは下位レベルの要件を含んでいる。対象とする情報通信システム・製品の性格、使用形態等によって、そのレベルを選択する。EAL 1 から EAL 4 までは商用システム・製品が備えるべきレベル、EAL 5 以上は現状では軍事用あるいはそれに準じる用途向きと言われているが、商用レベルでも金融など、高度なセキュリティを必要とする分野においては EAL 5 あるいはそれ以上が適用される。情報セキュリティ保証レベルの概要は図表 2 のとおりである。

#### 4 セキュリティポリシーの策定

インターネットとの接続等により、企業や組織の情報通信システムは高度にネットワーク化されてきた。これにより、ユーザも含めたセキュリティ対策とともに、セキュリティ対策に関して企

業や組織全体としての意思統一を図るためのセキュリティポリシーの策定が必要となってきた。

セキュリティポリシーとは、このようなセキュリティ対策を進める上で、「企業や組織の情報セキュリティに対するルール・要件を文章化した規則集」であり、企業の就業規則等と同様、職員に対し強制力を持つとともに、具体的に実施される情報セキュリティ対策とその理由付けを提供するものである。記載項目例としては図表 3 のとおりである。

このようなセキュリティポリシー策定の効果としては、「企業や組織の情報セキュリティ対策の方針と要件の明確化」による安全対策の徹底、「企業や組織の情報セキュリティ対策の過不足点抽出」によるバランスのとれた安全対策の実施等が挙げられる。

図表2 情報セキュリティ保証レベルの概要

保証レベル	特 徴	適 用 環 境 条 件
EAL 1	一般向け機能のテスト	閉じられた環境での運用であり、安全な利用や運用が保証されている。
EAL 2	プログラム構造の検証	利用者や開発者が限定されており、安全な運用を脅かす重大な脅威は存在しない。
EAL 3	開発者実施テストの検証	不特定な利用者が利用できる環境であるため、不正対策が要求される。
EAL 4	プログラムの処理内容の検証	コマーシャル向けの一般的なシステム・製品として、必要なセキュリティ確保が要求される。
EAL 5	ソースコードの検証	コマーシャル向けのシステム・製品として、最大限のセキュリティ確保が要求される。
EAL 6	ソフトウェアエンジニアリング工学による検証	多大なコストを負担しても保護しなければならない情報を処理するため、高いレベルのセキュリティを必要とする。
EAL 7	公式言語使用による作成	最高レベルのセキュリティ確保を必要とする。

(出所)「国際セキュリティ標準ISO15408のすべて」田淵治樹、日経BP社、1999年

図表3 セキュリティポリシーの記載項目例

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>目的</b> セキュリティポリシーの必要性と役割について記載する。</li> <li>• <b>適用範囲</b> セキュリティポリシーの適用対象となる人やシステムについて記載する。</li> <li>• <b>保護対象資産</b> 企業・組織にとって重要と判断される情報資産を明らかにする。情報資源には、情報と情報通信システム並びに、それらが正当に保護され機能するために必要な要件を含む。</li> <li>• <b>資産の価値と機密レベル定義</b> 資産の重要性基準を明記する。</li> <li>• <b>準拠すべき法律、規則、標準</b> 考慮すべき法律、規則、標準を明記する。</li> <li>• <b>組織</b> 組織全体、部門単位ごとのセキュリティ管理について、組織や人、それぞれの責任や規則を明記する。</li> <li>• <b>脅威への対策</b> 脅威への対策として、情報管理、物理管理、運用管理、開発管理、監査管理、人員管理等について定める。</li> <li>• <b>処罰規定</b> セキュリティポリシーに違反した場合の罰則等を記載する。</li> </ul>
---

(出所)「情報セキュリティ」山口英・鈴木裕信編、共立出版、2000年

情報セキュリティ対策の基本方針であるセキュリティポリシーの策定に当たっては、情報セキュリティの国際評価基準である「ISO15408」、FISC（金融情報システムセンター）が定めた「金融機関等コンピュータシステムの安全対策基準」、OECD（経済協力開発機構）が定めた「情報シ

ステムセキュリティガイドライン」等が参考になる。

## 5 おわりに

国民にあまねく公平なサービスを提供している郵政事業に不可欠な情報通信システムについても、そのシステムに障害等が発生した場合には、郵便

局の事務のみならず、国民生活等に多大な影響を与える恐れがある。そこで、郵便小包追跡システム、為替貯金・簡易保険の総合機械化システム等の郵政事業における情報通信システムについて適切な情報セキュリティ対策を実施することにより、その安全性・信頼性を確保することは重要な課題となっている。1999年7月には、行政情報システムの安全対策の充実・強化を図るため、行政情報システム各省庁連絡会議幹事会により「行政情報システムの安全対策指針」が策定されている。

2000年1月21日、情報セキュリティ関係省庁局長等会議が「ハッカー対策等の基盤整備に係る行動計画」を策定した。その具体的措置の中で情報通信システム・機器等の政府調達において、ISO15408を活用しつつセキュリティ水準の高い製品等を利用することとしている。

「 取組強化のための具体的措置

1. 政府部内における取組の強化

(1) セキュリティに関する信頼性の高い政府システムの構築

【概要】略

【具体的措置】

① セキュリティ水準の高い製品や技術等の利用

- ・各省庁は、新たなコンピュータシステムを構築する際、それぞれのシステムに応じた十分なセキュリティ水準の製品や技術等を利用するよう留意する。
- ・通商産業省は、情報機器等の政府調達におけるセキュリティ関連国際規格（ISO15408）の活用等の方針について、関係

省庁と連携し、2001年5月までを目途に検討を行う。検討の結果については、行政情報システム各省庁連絡会議（総務庁を事務局とする各省庁会議）の場で提示し、同連絡会議において「各省庁の調達におけるセキュリティ水準の高い製品等の利用方針」の合意を目指す。

略

新聞報道によれば、通商産業省では2000年夏を目途にISO15408をJIS（Japanese Industrial Standards：日本工業規格）として採用するとしている。今後、郵政事業における情報通信システムにおいても、新しいシステム・製品を購入する場合は、ISO15408に規定された情報セキュリティ水準を満たすことを条件づけられるものと予想される。

また、上記行動計画においては、2000年12月までを目途に策定された各省庁向けの「情報セキュリティポリシーに関するガイドライン」を踏まえ、各省庁は2002年度中を目途に、情報セキュリティポリシーを策定し、これに基づく総合的・体系的な対策推進を図ることとされている。従って、郵政事業の情報通信システムにおける情報セキュリティポリシーを策定するに当たっても、上記ガイドラインのほかISO15408等の国際標準を参考にすることが求められるものと考えられる。

結局、今後は郵政事業の情報通信システムのセキュリティ対策を検討する場合には、ISO15408の概要を少しでも理解し活用することが必要になってくるものと思われる。

参考文献

- ・「国際セキュリティ標準ISO15408のすべて」 田淵治樹 日経BP社 1999年
- ・「情報セキュリティ」 山口英、鈴木裕信編 共立出版 2000年
- ・「情報システムの安全対策に関する中間報告書」 警察庁『情報システム安全対策研究会』 1996年

- ・「ISO/IEC15408『情報技術セキュリティ評価基準』のご紹介」 情報処理振興事業協会セキュリティセンター 1999年
- ・情報処理振興事業協会ホームページ <http://www.ipa.go.jp/SECURITY>



# トピックス

## 個人金融業務におけるデリバリーチャネルの動向<sup>1)</sup>

第二経営経済研究部主任研究官 丸山 昭治

### 1 はじめに

近年、わが国においては個人金融（リテール）業務が再び注目を集めている。金融自由化以前の1980年代後半には、エクイティファイナンスなど大企業の直接金融へのシフトを背景に、大手金融機関が中小金融機関の本来得意とする領域へ進出することによるリテール市場での競争が話題となったが、最近の傾向としては次のような2つの大きな流れがあるものと思われる。

1つは、さくら銀行と富士通によるインターネット専業銀行設立、ソニーの銀行業務進出にみられるように、インターネットの普及がこれまでの個人金融業務を大きく変えつつあり、ネットを活用した個人金融業務への参入が相次いでいることである。平成11年版通信白書によれば98年度におけるインターネットの利用人口は約1,700万人、世帯普及率は11%まで上昇している。このようなネットの普及により、誰もが自宅で金融取引を行えるようになれば、金融機関がコストの高い駅前の一等地に店舗を出店しなくても金融サービスを提供することができるのではないかという考え方が出てきている。

もう1つは都市銀行のコンビニへのATM展開、地方銀行のショッピングセンターやスーパーへの小型店舗設置にみられるように、個人向けの金

融業務を営む店舗の形態が多様化していることである。都市部の金融機関は有人店舗の統廃合を進める一方で、店舗外ATMまたは「無人店舗」とよばれる店舗を増加させているほか、地方銀行のなかには「ドライブスルーATM」やトラックにATMを搭載した「移動店舗」などで個人顧客の金融取引ニーズに応えている事例もみられる。

本稿においては、このように環境変化の著しい個人金融業務に着目し、金融機関と個人顧客の接点（デリバリーチャネル）の現状をとらえ、チャネルのなかでも最も伝統的かつ重要なチャネルである「店舗」はどのような要因により出店されているのかという点を明らかにすることを目的とする。以下の構成としては、第2節で民間銀行の有人店舗とデリバリーチャネルに関する最近の動向を外国の事例や論調を参考にしながらまとめている。第3節ではインターネット、電話、ATM/CDといった個人金融業務におけるデリバリーチャネルと店舗の設置（または撤廃）との関係を明らかにするための分析を行う。第4節はまとめと今後の課題である。

### 2 民間銀行の店舗とデリバリーチャネル

#### 2.1 民間銀行の店舗

##### (1) 有人店舗に関する最近の動向

全国銀行（長期信用銀行、都市銀行、地方銀行、

1) 本稿作成にあたっては成城大学経済学部村本孜教授から貴重な御指導をいただきました。ここに記して感謝申し上げます。

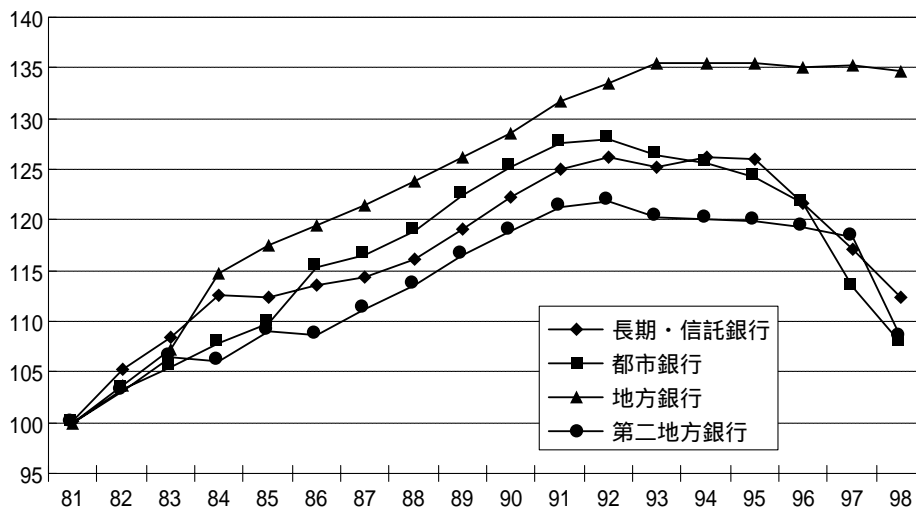
第二地方銀行)の店舗としては、大きく有人店舗(本支店、出張所)と無人店舗(店舗外ATM/CD設置店舗)に分けられる。このうち、わが国全国銀行の有人店舗数の推移をまとめたものが図表1である。各業態別に81年を100とする指数で表している。なお、98年における店舗数の内訳(構成比)は長期信用銀行・信託銀行489(3.1%)、都市銀行3,005(19.1%)、地方銀行7,936(50.4%)、第二地方銀行4,308(27.4%)である。図表1をみると、92年までの10年間は各業態で僅かな格差はあるものの右肩上がりで増加を続けてきたが、93年以降地方銀行を除く業態で減少傾向が目立つようになり、97年から98年にかけてこれらの業態では減少傾向がさらに顕著になっている。図表1にある期間には協和銀行と埼玉銀行、三井銀行と太陽神戸銀行、東京銀行と三菱銀行の合併が含まれており、都市銀行による重複店舗の統廃合による減少もみられるが、近年では銀行の経営破綻というこれまでにない要因を考慮する必要がある。経営破綻銀行の扱いについては、営業譲渡された銀行は譲渡先の店舗数として計上されるが、98年度の計数には破綻が認定された日本長期信用銀行、

日本債券信用銀行、国民銀行、東京相和銀行、幸福銀行、なみはや銀行の店舗数は計上されていない。

## (2) 地方銀行の有人店舗

図表1においては、地方銀行の店舗だけが90年代に入ってからほぼ横ばいで推移しており、他の業態の動向とは傾向が異なっている。80年代から90年代を通して地方銀行の経営破綻や合併の例がないことも背景にあるが、業態別に店舗戦略が同一でない可能性を示唆している。ここでは詳しく立ち入らないが都道府県別データを利用して銀行の店舗数を人口と可住地面積、大都市を表すダミー変数で説明する推計を試みたところ、都市銀行や第二地方銀行などでは自由度修正済み決定係数が0.9以上となり、これらの変数でほぼ店舗配置を説明できるのに対し、地方銀行の同決定係数は0.25程度と人口、面積要因では十分説明できないことを示す結果となった。そこで、地方銀行の中には都道府県の指定金融機関に指定されている機関が多いことに着目し、地方銀行が指定金融機関となっている都道府県<sup>2)</sup>を1とするダミー変数

図表1 民間銀行有人店舗数の推移



(注) 本支店および出張所の合計。ただし出張所には店舗外現金自動設備を含まない。  
(出所) 日本銀行「経済統計年報」

を加えて再推計したところ、同ダミー変数はプラスで有意となり推計式の当てはまりも向上した。

指定金融機関とは、地方自治法に基づいて地方自治体の公金の収納や支払いの事務を取り扱うことを指定された金融機関のことであり、市町村の指定金融機関も金融機関の店舗がないなどの場合を除いて都道府県の指定金と同一であることが多い。近年では地方自治体の財政事情が悪化していることから優良貸出先であるはずの自治体との取引も環境が変化しているが、一方で指定金としてできるだけ多くの店舗を出店することにより、或いは他の金融機関が店舗を閉鎖するような場所においても引き続き店舗での取引を継続することにより地域経済における存在を維持する必要があるという、他機関にはみられない戦略で店舗を配置していることが考えられる。

### (3) 今後の店舗動向について

今後の有人店舗数については、大手行を中心にある程度の方向性を予測することが可能である。都市銀行を中心とする一部の銀行は、不良債権処理に対応するための十分な資本増強を図るために「金融機能の早期健全化のための緊急措置に関する法律（98年10月成立）」に基づき公的資金を申請し、資金を受入れている。99年中に公的資金を受け入れた銀行とその時期は、日本興業、第一勧業、さくら、富士、住友、大和、三和、東海、あさひ、横浜、三井信託、三菱信託、住友信託、東洋信託、中央信託（3月）、足利、北陸、広島総合、琉球（11月）、熊本ファミリー（12月）の計20行である。これらの銀行は経営合理化のための方策として今後数年間にわたって人員、店舗を削減することとしている。

さらに、外資系金融機関との競合に対抗するため、或いは地域におけるトップバンクを目指すためなどの理由により合併、業務提携、持株会社方式による事業統合が相次いでいる。99年中に合併や統合が発表された主な銀行と合併・統合時期は、大阪・近畿（2000年4月）、北洋・札幌（2001年春）、住友・さくら（2002年4月まで）、東海・あさひ（2000年10月）、庄内・殖産（2000年10月）、日本興業・第一勧業・富士（2002年）である。マネーセンターバンクを目指す大手銀行の事例とは異なり、地域の金融機関では同一府県内を本拠とする地方銀行の合併・統合となっていることから重複する店舗の割合も高いものと思われ、これらの銀行においても店舗統廃合が進むものとみられる。

## 2.2 民間銀行のデリバリーチャンネル

### (1) デリバリーチャンネルとは

銀行が個人顧客に対して金融サービスを提供する手段は有人店舗だけに限られない。個人金融業務において、「銀行の金融サービスを顧客に伝達する手段、ツール」はデリバリーチャンネルとよばれる。木村（1999）では、デリバリーチャンネルを顧客来店型のフィジカル・チャンネル、顧客在住型のリモート・チャンネル、顧客携帯型のポータブル・チャンネルに3分類しており、図表2にはこのうちフィジカルとリモートのチャンネルをまとめたものを掲載している。

フィジカル・チャンネルの中でも比較的一般的なのは支店内外のATM/CDであろう。CDとよばれるオンラインの現金自動支払設備が導入されたのは71年のことであり歴史は比較的浅いものであるが、91年には都市銀行、地方銀行による休日稼働、

2) 98年度において、47都道府県の中で地方銀行が指定金融機関でないのは、北海道（北海道拓殖銀行の経営破綻後、第二地銀の北洋銀行）、埼玉県（あさひ銀行）、東京都（富士銀行）、愛知県（東海銀行）、大阪府（大和銀行）、兵庫県（さくら銀行）の6都道府県である。なお、長崎県は十八銀行と親和銀行、沖縄県は琉球銀行と沖縄銀行が1年交代で指定されている。また、山陰合同銀行は鳥取県と島根県両県の指定金となっている。

図表2 デリバリーチャネルの種類

フィジカル・チャネル (顧客来店型)	テクノロジーの活用 ↓	リモート・チャネル (顧客在住型)
フル・ブランチ		郵便
ミニ・ブランチ インストア・ブランチ		電話 多機能電話
支店内ATM/CD 支店外ATM/CD 自動販売機統合ATM/CD		パソコン インターネット インタラクティブTV

(出所) 木村(1999)より作成

94年には国内で初めて24時間稼働させる金融機関が現れており、国民当りのATM/CD数では世界に例がないほどの高い水準にある。リモート・チャネルのなかでは郵便と電話によるサービス提供が広く実施されている。『平成10年度通信利用動向調査(郵政省)』によれば、金融業のDM利用率は平成10年において53.6%と、サービス業(23.3%)、卸・小売業(22.1%)などより高く、金融機関によるDMの平均発送回数は15.6回、1回あたりのDM発送通数は1,156通となっている。顧客のなかでも富裕層に対してDMを送付して金融商品の宣伝をするだけでなく、店舗にメールオーダーの申込書を配置するなどの形態で郵便が用いられている。電話に関しては、これも比較的富裕層を対象として電話で金融商品の販売促進をする(いわゆるテレマーケティング)ほか、顧客から電話・FAXで問い合わせに応じられるようコールセンターを設置している銀行もみられる。

## (2) インターネットバンキング

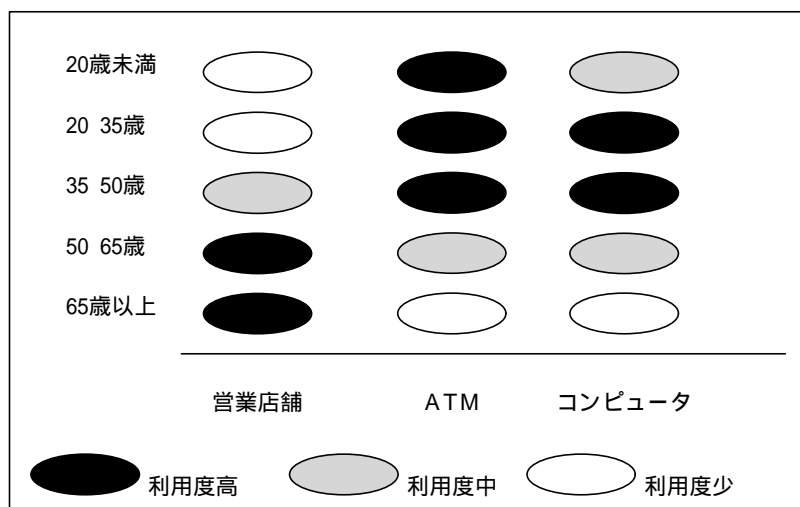
リモート・チャネルの中で現在最も注目されているのがパソコンやインターネットを使って金融

サービスを提供する、いわゆるインターネットバンキングであろう。インターネットバンキングが従来までの郵便や電話を使ったサービスと異なる側面は、顧客に関する情報生産の機能であると思われる。金融仲介における情報生産とは顧客に関する情報を収集・分析・保管することである。インターネット取引の場合、対象となる顧客はインターネットを利用している顧客に限られており取引の継続性が期待できるほか、取引記録もデータとして蓄積可能なことから、情報を統合・分析するシステムを構築していれば情報の分析・保管も可能となる<sup>3)</sup>。これは他のリモート・チャネルにないインターネットの特徴であり、ネット専門銀行が生まれる背景であると思われる。

その他に注目すべきことはインターネットを利用している年齢層である。図表3は米国におけるデリバリーチャネル別にみた利用者の年齢層と利用頻度を表しているものである。これによると、店舗に関しては高年齢層は支店を訪問するのに対して若年層ではATMの利用が中心である。インターネットや電話等リモート・ツールを利用する顧客はATMの利用者層と近いものがある。また、

3) インターネットバンキングの導入を含めて、金融機関にとって新規事業への進出や顧客管理の充実のためには大掛かりな情報システム投資が必要となるため、主に地方銀行を中心に同系統のシステムを構築している複数の金融機関がシステム統合に取り組む事例が多くなっている。しかし、システムを構築するのは金融機関ではなくネットワーク事業者であるため、顧客からの情報を実質的に収集するのはシステム構築者であり、顧客との「直接の」接点を放棄してしまった銀行は対個人のマーケティングには手を出しにくい仕組みになっているという指摘もある。福井他(1997)参照。

図表3 デリバリーチャンネルの利用年齢層と利用頻度の関係



(出所) James Essinger [1999]

インターネットバンキングの若年層の利用者は年を経ても依然としてリモート手段による金融取引を行うことに支障がないことが予想されるため、20年後、30年後には若年、壮年層だけでなく高齢層においてもリモート手段の利用頻度が上昇している可能性が高い。

出金照会、住宅ローンなどの個人向け融資、公共料金の振込などが可能である。人口密度が低く、店舗の設置・運営コストが高いオーストラリアやスカンジナビア諸国では有力携帯電話会社と提携した携帯電話による金融サービス(モバイル・バンキング)が注目を集めている。

### (3) 欧米諸国のデリバリーチャンネル

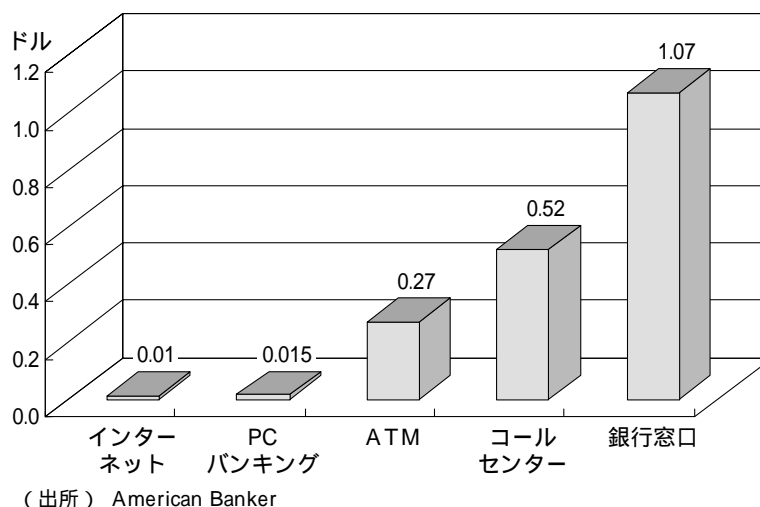
わが国の銀行の中でインターネットバンキングを導入する事例は増えてきているが、ネットバンキングが最も盛んなのが米国である。全米でネットによる金融サービスを利用している人は600万人といわれるが2003年には2,000万人を突破するという予測もある。最大級のネット顧客をもつウェルズ・ファーゴやシティグループ、バンクオブアメリカはすでに100万口座を達成している。また、営業店舗網をもたないネット専門銀行(バーチャルバンクともよばれる)としては99年時点で8社が免許を受けており、保有口座は1社あたり数万件の水準であるが高金利預金等で地理的な制約を超えて顧客を集めている。英国ではHSBCが衛星通信と受信機を利用したTVバンキングを開始しており、クレジットカード残高や入

### (4) デリバリーチャンネルのコスト

それでは銀行がデリバリーチャンネルを選択するにあたって重視する要素であるコストにはどのような違いがみられるのであろうか。米国におけるチャンネル別にみた1件当りの取引コストを表したのが図表4である。これによると、電話による取引の単位当り取引コストは有人店舗での取引の1/2、ATMは1/4、インターネットバンキングは100分の1にすぎないことがわかる。わが国の銀行の中にも電話やインターネットを使って取引を始めた場合、預金・貸出金利や取扱手数料を優遇するケースがみられるが、小口・大量で定型的な取引の場合、このようなコスト構造がATM/CDや店舗を介さないリモート・チャンネルに顧客を誘導する背景となっているものと思われる。

店舗の設置コストに関しては、店舗形態別にフ

図表4 デリバリーチャンネル別の取引コスト



ルラインを取扱業務とする店舗から、限定された業務だけを運営する小型店舗では大きく異なり、L.J. Radecki, J. Wenninger, D.K. Ortow [1996]によれば、米国においてインスタブランチとよばれる小売業内店舗の設立コストは20万ドルから30万ドルと、有人店舗の100万ドルと比較して1/3から1/5程度となっているという<sup>4)</sup>。わが国においてもショッピングセンター(SC)などで地域金融機関がインスタブランチを出店する事例が増えてきている。99年4月時点で信用金庫や信用組合を含めた民間金融機関全体でも50店舗程度と米国の5,000店以上と比べてまだ一般的な店舗形態としての地位を確立していない状況にあるが、同店舗の出店コストはフルラインの3億円に対してその10分の1程度ともいわれており、低コストで効率的により多くの顧客に対してアプローチする手段として注目を集めている<sup>5)</sup>。

### 2.3 デリバリーチャンネル多様化の意義

わが国においても今後インターネットやテレビ、携帯電話などリモート・チャンネルが多様化していく可能性が高いと思われるが、この動きは既存の有人店舗に代替できる程の機能を有するものであろうか。デリバリーチャンネルの多様化については、F.S. Mishikin, P.E. Strahen [1999]において、コールセンター、ATM/CD、ホームバンキングなどの手段は取引コストを削減し、顧客の利便性を高めるとしており、こうしたリテール業務におけるチャンネルの多様化は、地理的なマーケットのサイズと競合を拡大させる一方、フルサービスを実施する店舗はスーパーマーケット店舗に代替される、としている。確かに、顧客のニーズに応じたチャンネルが提供され、金融業界以外からもサービスが提供されるようになれば、既存の銀行およびその店舗網のもつ役割も変化が余儀なくされるかもしれない。しかし、A. Bird [1998]が述べ

4) L.J. Radeckiらがこの論文の中で紹介している「スーパーマーケット・ブランチ」とよばれる小型店舗の概要は次の通り。店舗面積は400~600m<sup>2</sup>で、6人程度の行員がおり、2か所の窓口、1~2台のATM、コールセンターに直接つながる端末、テレビ電話、自動与信機が設置され、コンサルティング用の応接コーナーが1つある。これに対して比較対象であるフルブランチは面積5,000m<sup>2</sup>で従業員12人の店舗である。

5) 同論文では低コストの小型店舗の出現は銀行サービスへの参入障壁を低下させることから、営業コストを引き下げることが可能となり、経営の効率性向上を通じて消費者に利益を還元させることができるという意義を強調している。しかし、一方でインスタブランチなどの手段により、消費者の間に広く銀行の名前が知れわたることになれば、そのような出店競争に立ち遅れた銀行や中小の金融機関は取引基盤を失うことになりかねず、銀行間の競争が激しくなることもあり得るとしている。

るように、「リモート手段が重要になってきているものの、銀行店舗の役割が消滅してしまったわけではない。銀行店舗のコストは高いが、店舗は多大な収益をもたらす一手段である。金融サービス、特に顧客の意思決定場面においては顧客と銀行員の対人取引は依然として重要」なのであり、デリバリーチャンネルの多様化が有人店舗のもつ機能の一部を代替することはあっても、店舗において金融サービスを提供することは顧客にとって金融機関の存在を確認できる最も有力かつ確実な方法であり、リモート・チャンネルに全て置き換えることはできないものと思われる<sup>6)</sup>。

### 3 デリバリーチャンネルと店舗配置に関する分析

#### 3.1 リモート・チャンネルによる金融サービスの分類

以下では、デリバリーチャンネルの多様化が銀行の店舗に対する考え方にどのような影響を与えているのかという問題意識からテレホンバンキング、インターネットバンキングというリモート・チャンネルやATM/CDというより簡易なフィジカル・チャンネルを活用したサービスの実施と店舗の設置動向の関係を捉えることにする。

まず、テレホンバンキング(以下、TB)とインターネットバンキング(以下、IB)のサービス実施状況について概観することにする。サービス実施の有無は99年12月時点において、各金融機関が提供しているホームページを確認する作業によった。以下にあるtel 1、tel 2、net 1、net 2の内容は以下の通り。

●tel 1 (テレホンバンキング1): 加入電話または携帯電話によるサービスによって、顧客から

の注文・問い合わせをオペレータまたは自動応答機能により整備していること。このうち金融取引に対する問い合わせ、口座の残高照会を実施している銀行。

●tel 2 (テレホンバンキング2): tel 1と同様の方式で電話による振込・振替など資金移動サービスを実施している銀行。

●net 1 (インターネットバンキング1): 銀行の開設しているホームページにおいて、WEB上で金融取引に対する問い合わせ、口座の残高照会ができる銀行。

●net 2 (インターネットバンキング2): 銀行の開設しているホームページにおいて、WEB上で振込・振替など資金移動サービスを実施している銀行。

TBおよびIBについて、「問い合わせ・残高照会」と「資金移動」という2つの分類を行ったのは、資金移動サービスを提供するためには不正使用を防止する観点からパスワード管理、口座確認など厳重なセキュリティ管理が必要であり、より多くのシステム投資が求められることから、問い合わせや残高照会のためのサービスを行う場合に比べてTBやIBを実施する銀行のリモート・チャンネルに対する問題意識がより強いものと考えられるためである。

#### 3.2 テレホンバンキングとインターネットバンキングの関係

TBとIBを実施している銀行の相関関係を求めると、TBについては、Tel 1とTel 2の相関係数は+0.86と、他のどのツールの組み合わせよりも高く、TBを導入している銀行の多くは資金移動

6) 米国において、従来型の店舗によるサービス提供とインターネットによる取引を行うことにより店舗という物理的なチャンネルとリモート・チャンネルの融合に成功している企業は、従来型の店舗による営業をおこなっている企業の代名詞である「Bricks and Mortar (れんがとモルタル)」をもじって「Clicks and Mortar」といわれる。これまでバーチャルな手段のみで商品を販売することに成功してきたネット専門企業であっても、目にみえる店舗を持ち、複数の手段で顧客にアプローチする方が自社の商品を認識させるためのコストを安くすることで収益に貢献できるという見方がある。99年末号のTIME誌参照。

サービスまで提供している状況にあるといえる。TelとNet間の相関係数はそれぞれ+0.3程度と正の関係にあるが水準自体はそれほど高くない。その他で相関の高い組み合わせはNet 1とNet 2で+0.54程度である。IBについてサービス実施機関を確認すると、Net 1を実施している機関がNet 2を実施するという組み合わせが比較的多くなっている。

個人金融業務におけるリモート・チャネルの選択については、特に電話とインターネットに限れば一方のサービスを提供することが他方のサービスを同時に実施していることを意味するものではなく、比較的独立して選択されていることが伺われる。ただし、銀行までのアクセスコストが高く容易に銀行へ出向けない顧客にとっては、残高照会サービスも現在取引できる金額を確認するためには欠くことのできないサービスではあるが、それだけでは取引ができる金額を確認するだけにとどまるため、顧客がTBやIBだけで金融取引を完結させるためには、現金を預け入れたり、引き出すことができるサービスや取引のしやすい金融機関に資金を移動させる必要がある。したがって、例えばNet 1のサービスを立ち上げてから利用者数、利用件数をみながらより顧客にとってより利便性の高いNet 2の導入を検討するという傾向があるのかもしれない。

### 3.3 デリバリーチャネルの選択と銀行店舗設置に関する分析

#### (1) 金融仲介業務における情報生産

これまでは電話とインターネットという2つのリモート・チャネルによる金融サービス提供についての現状をみてきたが、これらのチャネルと店舗設置の関係についての分析を以下で行うことにする。銀行は店舗を出店、撤廃するにあたってはATM/CD、TB、IBなど店舗以外のデリバリー

チャネルの存在から影響を受けることが予想される。店舗で可能なサービスを提供することができるチャネルについては、そのチャネルにより店舗の機能を代替させることが予想される。以下では店舗の機能を代替する手段として注目されているATM/CD、電話、インターネットによるサービス提供と店舗数の増減との関係を調べることにする。

また、店舗の設置に関しては金融仲介業務の増減、あるいは預貸業務からの情報量の変化にも影響を受けるため、情報生産量の代理変数として預貸業務に関する金額を説明要因として加えることにする。金融機関の機能としては大きく資金仲介と決済手段提供に大別され、資金仲介機能はさらに情報生産と資産変換という機能に分けられる(岡部(1999))。このうち情報生産とは顧客に関する情報を収集・加工・保管することであり、現実の預貸業務との関係では貸出を行うにあたっての貸出先の事前審査、貸出を実行してからのモニタリングが典型的な情報生産であるとされるが、貸出の実行は預金取引があることを前提としていることもあり、顧客に関連して生み出される情報の源泉は貸出業務のみならず預金業務にもあるものと思われる。そこで預金と貸出業務から得られる情報をそれぞれの金額の合計として、預金と貸出を合計した金額を求めることにより、預貸金額に代表される情報生産量と店舗配置の関係をみていくことにする。貸出に関する情報のなかには、預金に関する情報から派生的に生産される情報が含まれていることが予想され、このような考え方によれば顧客情報の代理変数として貸出金額と預金金額を合算することには問題が残されているが、近似的な変数として用いることにする。

金融仲介を行う銀行の情報生産には、従業員、店舗・ATMネットワークをはじめとして固定費が大きく、複数の業務に共通の生産要素を用いる



ことから規模の経済性、範囲の経済性が働くとされているが、預金や貸出などの形で業務を拡大する金融機関ほど収益や費用の面で経済性を発揮することが可能となり、店舗・人員に対する投資を増加させることが可能になるものと思われる。そこで、以下の分析では預金量にくらべて貸出量が相対的に少ない個人金融業務<sup>7)</sup>に関しても同様のことがいえるのかという点について比較検討を行うことにする。

## (2) 使用データ

推計で使用するデータの対象は長期信用銀行、信託銀行、都市銀行、地方銀行、第二地方銀行のうち、経営破綻その他の理由で97年から99年までに利用不能なデータがない全国銀行138行である。データは預貸金額、個人預貸金額、店舗・ATM/CD関連の計数については『ニッキン資料年報』各年版、リモート・チャネルによるサービス関連の変数は前節で使用したデータを利用している。記述統計量は図表5のとおりである。銀行店舗数およびATM/CD台数、個人預金量、個人貸出量は99年3月期の計数を掲載しているが、今回の分析で使用するのは97年3月期から99年3月期までの

変化分である。預貸金額も対象時期は97年から99年までであるが、この計数からは個人向け預貸金額を除いているため、「企業向け預貸金額」と捉えることができる。TBについては、Tel1とTel2の相関が高いことを考慮して、どちらかのTBサービスを実施していれば1とするTBダミーを新たに追加しているが、IBに関しては前節の定義によるサービスを実施していればそれぞれ1とするダミー変数を採用している。

公的資金ダミーとは、99年以降に公的資金を申請し、資金注入がなされた金融機関を1とするダミー変数である。公的資金を受け入れた銀行は第2章でみたように経営資源を効率化することを「公約」しているが、公的資金注入以前にも経費削減策として人員と店舗を大幅に減少させていることが予想される。さらに図表5には掲載していないが、中央信託銀行と北洋銀行を1とする変数を営業譲渡ダミーとして分析に加えている。これは、1997年の北海道拓殖銀行の経営破綻に伴い、同銀行のもつ営業資産を両行に譲渡したことから、中央信託銀行では本州の旧拓銀支店、北洋銀行は北海道の支店を引き継いだことにより、対象となる期間中に店舗数が急増していることを考慮した

図表5 記述統計量

	Mean	Maximum	Minimum	Std. Dev.	Sample
銀行店舗数	110.9348	482.0000	19.0000	75.5308	138
銀行ATM/CD数	557.3986	4,559.0000	29.0000	751.7455	138
個人預金・貸出金額	2,243,392	23,348,300	125,886	3,811,743	138
個人預金額	1,715,268	16,873,300	46,941	2,674,193	138
個人貸出金額	528,124	7,279,500	21,116	1,158,478	138
TBダミー	0.3768	1.0000	0.0000	0.4864	138
IB1ダミー	0.4710	1.0000	0.0000	0.5010	138
IB2ダミー	0.2029	1.0000	0.0000	0.4036	138
公的資金ダミー	0.1377	1.0000	0.0000	0.3458	138

7) 貸出と預金の比率である預貸率は業態別で80%から100%の水準にあるが、これを個人向け業務に限定して個人貸出と個人預金の比である「個人向け預貸率」を業態別に計算すると、98年度では金融債を発行しているため預金の割合が低い長期信用銀行(187.4%)を除いて、都市銀行(35.5%)、第二地方銀行(27.0%)、地方銀行(18.9%)、信託銀行(5.5%)と企業向け取引を考慮した全体の預貸率を大きく下回っている。

ものである。

### (3) 分析方法

分析の方法はOLSを用いた。したがって推計する式は以下の通り。

$$\text{Branch}_i = \beta_0 + \beta_1 \text{trade}_i + \beta_2 \text{Indtrade}_i + \beta_3 \text{ATM/CD}_i + \beta_4 \text{Tel}_i + \beta_5 \text{Net 1}_i + \beta_6 \text{Net 2}_i + \beta_7 \text{Public}_i + \beta_8 \text{Sale}_i + u_i$$

(Branch：銀行店舗数、trade：企業向け預貸金額、Indtrade：個人向け預貸金額、ATM/CD：ATM/CD台数、Tel：テレホンバンキングダミー、Net 1およびNet 2：インターネットバンキングダミー、Public：公的資金ダミー、Sale：営業譲渡ダミー)

ここで  $\Delta$  は2決算期間の変化分を表している。

デリバリーチャンネルのダミーであるTel、Net 1、Net 2についてはどの組み合わせでも変数間の相関が高くないことを確認しているほか、水準で見ると相関が高い預貸金額 (trade) と個人預貸金額 (Indtrade) についても、前年との階差を計算した上で、同時に説明変数として推計している。

### (4) 推計結果

推計結果は図表6のとおりである。推計式(1)ではダミー変数を除いた説明変数で推計しているが、預貸金額の変化分とATM・CDの変化分が有意にプラスとなっている一方で個人預貸金額の変化分が有意にマイナスとなっている。企業向けの預貸取引を増加させた銀行ほど情報生産に関する経済性を背景として店舗網を拡大することが可能になっていることを示唆しているものと思われる。

図表6 銀行店舗数増減に関する要因分析(1)

	Branch		
	(1)	(2)	(3)
C	- 3.853202** ( - 5.458)	- 0.467846 ( - 0.650)	
Trade	4.33E 06** ( 5.867)	3.84E 06** ( 6.277)	3.77E 06** ( 6.103)
Indtrade	- 3.87E 06** ( - 2.119)	- 2.33E 06* ( - 1.719)	- 2.74E 06** ( - 2.015)
ATM/CD	0.126272** ( 15.817)	0.054679** ( 5.962)	0.04561** ( 5.566)
Tel		- 1.170787 ( - 1.206)	
Net 1		- 1.077633 ( - 1.009)	
Net 2		- 2.57519* ( - 1.898)	- 4.343813** ( - 3.900)
Public		- 4.20606** ( - 2.743)	- 4.962386** ( - 3.337)
Sale		58.90483** ( 10.050)	62.9588** ( 11.213)
$\bar{R}^2$	0.712188	0.84832	0.847092
F-Stat	114.0015	96.77739	127.4944

(注) カッコ内はt値。表中の\*\*は有意水準5%、\*は同10%で有意であることを示している。

しかし、個人向け金融業務の影響に関しては企業向けの場合とは逆の影響を持ち、個人向け預貸業務の拡大は逆に店舗網の効率化を促す性格を持っていること、ATM/CDと店舗は個人顧客との接点という意味では補完的な関係にあることが分かる。特に後者に関しては、ATM/CDの設置が有人店舗に関する経営戦略と密接に関係していることを示す結果となっており、ATM/CDの設置と有人店舗の設置は一方が他方を補完する意味合いを持っていることを示している。

推計式(2)では推計式(1)にリモート・チャンネルに関するダミー変数のほか、公的資金を申請した銀行、北海道拓殖銀行の経営破綻により店舗数が急増した銀行を反映するためのダミー変数を追加して推計している。説明力は推計式(1)に比べて向上している上、預貸金額関係、ATM/CDについての符号は推計式(1)と同様である。リモート・チャンネルに関する変数のなかでは資金移動を伴うサービスを提供していることを示すNet 2のみが有意にマイナスの結果となっているが、その他のチャンネルの変数であるTel、Net 1についてはマイナスという符合条件は満たしているものの有意な結果が得られていない。公的資金と営業譲渡のダミー変数についてはいずれも期待通りの結果が得られている。

推計式(3)は推計式(2)において有意でなかった説明変数を落して推計したものであるが、各変数の符号条件および有意性は推計式(2)の場合と大きく異なることがない。これらの結果、預貸金額で代表される情報生産量の店舗設置への影響については対企業取引と対個人取引とでは効果が異なり、前者における業務の拡大は店舗の設置に対して正の効果を持つことが分かった。一方、デリバリーチャンネルとよばれる有人店舗とATM/CD、TB、IBの関係については、有人店舗とATM/CDは補完的、店舗と資金移動サービスを伴うIBは代替

的な関係にあり、TBおよび残高照会・問い合わせのみをサービス内容とするIBについては概ね代替的な関係にあるものとみられるが、その効果については統計的に有意ではないことが判明した。

### 3.4 業態別にみた推計結果

前節で推計の対象としたのは全国銀行のクロスセクションデータであったため、業態毎の属性については明らかにすることはできなかった。そこで以下では銀行の店舗数の増減を決める要因を業態別に推計することとする。ただし、都市銀行や長期信用銀行などはサンプル数が過少であるため、個人・中小企業向けの金融機関としての設立経緯をもつ第二地方銀行とその他の銀行という区分を設け、銀行の店舗数への影響を業務上の性格の違いから明らかにする。金融仲介業務の指標として再び預貸金額を取り上げるが、公的資金ダミーはそれぞれの業態で対象となる銀行が少ないためここでは加えていない。

推計結果は図表7の通りとなっている。推計式( )の推計結果は第二地銀を除く全国銀行を対象としているが、これによれば、リモート・チャンネルに関するダミー変数および企業向け預貸業務に関する影響は全銀行を対象とした推計と比べてそれ程変化がないものの、ATM/CD増減分の係数と個人向け預貸業務の係数が有意でなくなっていることが注目される。長期信用銀行をはじめこの業態においては個人顧客の割合が低いため、個人金融業務の動向が店舗配置への意思決定につながりにくいことを示しているものと思われる。またATM/CDについては統計的に有意ではないものの、ATM/CDネットワークの整備は店舗の設置に対して負の影響を持つという意味で店舗と代替的な役割を果たしており、大手機関を中心に経営効率化を目指して有人店舗の廃止と無人店舗の増設を進めている動向を表していることとみることがで

きる。

一方、推計式( )で表される第二地銀の推計式の説明力は向上している。顧客基盤が個人および中小企業に比較的限定されている第二地方銀行についてみると、個人預貸金額とATM/CD台数については前節までの推計結果と同様の傾向にあるといえる。ところがリモート・チャンネルに関連する変数の影響についてはこれまでマイナスで有意な結果を示していたNet 2の有義性が大きく低下している。このことは第二地銀でインターネットバンキングを導入している銀行が店舗数を変化させないという仮説を棄却することができないことを表しており、リモート・チャンネルを採用することによる店舗設置への影響は中小金融機関ではほとんどみられないことを示唆している。第二地銀

図表7 銀行店舗数増減に関する要因分析(2)

	Branch	
	( )	( )
C	0.48532 (0.359)	-1.695142** (-2.283)
Trade	4.83E 06** (7.277)	6.41E 06 (0.685)
Indtrade	-1.57E 06 (-0.991)	-2.54E 05** (-2.050)
ATM/CD	-0.004477 (-0.165)	0.111645** (4.608)
Tel	-1.064734 (-0.757)	-1.20986 (-1.033)
Net 1	-0.624302 (-0.379)	0.400499 (0.363)
Net 2	-3.288734* (-1.742)	-0.415077 (-0.240)
Sale	60.19945** (8.684)	20.61449 (0.932)
R <sup>2</sup>	0.720142	0.950029
F-Stat	30.40841	153.0914

(注) カッコ内はt値。表中の\*\*は有意水準5%、\*は同10%で有意であることを示している。

の顧客基盤としての個人の占めるウェイトは他業態に比べて高くなっており<sup>8)</sup>、取引先がマス層という多種多様な顧客層を保有する中小金融機関の場合は複数のデリバリーチャンネルを少なくとも代替的に捉えるのではなく、それぞれを顧客に関する情報生産手段として幅広く活用していることを裏付けているものと思われる。

## 4 まとめと今後の課題

### 4.1 まとめ

これまで全国銀行の個人金融業務に関連して、銀行と顧客の接点であるデリバリーチャンネルについて、フィジカル、リモート・ツールについてまとめてきた。わが国の銀行は経営環境の変化、不良債権問題の拡大を背景に近年になって各業態において有人店舗数の削減を進めてきている一方で、ATM/CDを増設するほか、小型店舗に注目が集まっている。また、店舗以外の手段として電話、インターネットなどリモート・チャンネルは海外のみならずわが国金融機関においても一般的な個人顧客へのアプローチ手法となりつつある。

全国銀行のクロスセクションデータを使った分析の結果、店舗とATM/CDとは補完的な関係にありATM/CDを増加させている銀行は有人店舗も増加させていること、リモート・チャンネルに関しては資金移動を内容とするインターネットバンキングには店舗と代替的な関係がみられるものの、テレホンバンキング、残高照会・問い合わせだけのインターネットバンキングとは店舗設置との有意な関係がみられなかった。特にインターネットを使った金融サービスは情報の蓄積が比較的容易で、顧客からの継続的な取引が期待できるという点でその他の手段とは異なる機能を有している

8) 99年3月期における各業態の預貸総額に占める個人向け預貸金額の割合は長期信用銀行(8.7%)、信託銀行(23.4%)、都市銀行(35.5%)、地方銀行(40.9%)、第二地方銀行(45.6%)となっている。第二地方銀行の総預金全体に占める個人預金の割合は68.4%、個人貸出の比率は22.8%といずれも他の業態に比べて高くなっている。

いえるが、業態別に分析したところインターネットバンキングの店舗設置への影響は、特に顧客基盤が小口で取扱件数が多い中小金融機関においてはリモート手段と店舗との有意な代替関係がみられなかったことから、これらの手段も店舗と一体的な手段として顧客への利便性を向上させるために利用されていることが窺われ、リモートツールの採用が既存の店舗を代替してしまうものではないことを示す結果となった。

## 4.2 今後の課題

今後の個人金融業務における店舗の役割を考えるにあたっては、わが国でもようやく法制度が整備されつつある「証券化Securitization」を考慮に入れる必要があるように思われる。証券化の機能には、銀行にとって自らの貸出債権を市場に売却することで信用リスクの負担を投資家に移転する一方で、審査・債権管理という情報生産に関わる機能に特化できるという機能を有しており、この手法が定着すれば預金・貸出金額の多い金融機関ほどより多くの情報生産機能を発揮しているという従来からの考え方自体が成り立たなくなるこ

とになる。

わが国においては今年度初めて住宅金融公庫による住宅貸付債権の証券化が行われる計画があるなど注目を集めてはいるが、民間銀行による住宅ローンの証券化は未だに数件のレベルにとどまっている。しかし、特性の異なる複数の小口債権をプールすることによりリスク分散を図ることができるといふ証券化の特性を考えれば、キャッシュフロー（原債務者からの弁済金等）の見通しが立てやすく、信用リスクの属性が一様でない個人金融業務（住宅ローン、クレジットカードローン、自動車ローンなど）の証券化市場が米国と同様にわが国でも拡大していく可能性が高い。証券化を始めとする金融技術革新の進展により、各金融機関は個人金融業務において専門化・細分化された業務分野に店舗、人員といった経営資源を集中させていくことになる。この時、銀行のデリバリーチャンネルも経営戦略に応じて形態・機能ともに一層多様化していくことが予想されるが、こうした観点からの分析については今後の課題とした

## 参考文献・資料

- 岡部光明（1999）『現代金融の基礎理論 資金仲介・決済・市場情報』日本評論社
- 木村剛（1999）「顧客受容性が鍵を握るデリバリー・チャンネル戦略 支店網を組み入れた「チャンネル・ミックス」が現実的」日経デジタルマネーシステムズ
- 福井和夫編（1997）『ネットワーク時代の銀行経営』富士通ブックス
- 堀内昭義（1992）『金融論』東京大学出版会
- 松浦克己、コリン・マッケンジー（1999-2000）「シリーズ・応用計量経済学」郵政研究所月報各号
- 村本孜（1994）『制度改革とリテール金融』有斐閣
- 吉野直行・和田良子（2000）「家計の金融資産選択行動のパネルデータ分析」松浦克己・吉野直行・米澤康博編『変革期の金融資本市場』日本評論社
- 金融情報システムセンター（1999）「金融情報システム白書（平成11年版）」
- 金融通信社『ニッキン資料年報』各号
- 日本銀行『経済統計年報』、『都道府県別経済統計（平成8年版）』

郵貯振興会 『個人金融年報』 各号

日本経済新聞、日経金融新聞

G・S・マダラ (1996) 『計量経済分析の方法 (第2版)』 和合肇訳 シーエーピー出版

Anat Bird [1998] “ In increasingly Virtual World, Branches Still Have a Role ” *American Banker*  
*October 1, 1998*

Kenneth Cline [1999] “ Superstars or Shooting Stars ? ” *Banking Strategy July/August 1999*

James Essinger [1999] “ The Virtual Banking Revolution ” International Thomson Business Press

Douglas D. Evanoff [1988] “ Branch Banking and Service Accessibility ” *Journal of Money, Credit and*  
*Banking, Vol. 20, No. 2 ( May 1988 )*

Karl T. Greenfeld [1999] “ Clicks and Bricks ” *TIME December 27, 1999*

Fredric S. Mishikin, Philip E. Strahan [1999] “ What Will Technology Do to Financial Structure ? ”  
*NBER Working Paper No. W6892*

Lawrence J. Radecki, John Wenninger, and Daniel K. Orlow [1996] “ Bank Branches in Supermarkets ”  
*FRBNY Current Issues in Economics and Finance*

# 郵政研究所通信

## 1 刊行物等の発行

- (1) 郵政研究所研究叢書の発行
  - 「変革期の金融資本市場」(2月)
  - 「インターネットの進化と日本の情報通信政策」(3月)
- (2) 金融・経済解説紙等の発行
  - 「NEWS BRIEF (経済指標解説)」(随時発行)
  - 「IPTPトピックス (金融経済解説)」(適宜発行)
  - 「IPTP ECONOMIC WEEKLY (週単位の経済・金融分析)」(毎週金曜日発行)
  - 「IPTP ECONOMIC MONTHLY (月単位の経済・金融見通し)」(毎月上旬発行)

## 2 広報活動

- (1) P sat放映
  - 「月例経済・金融概観の解説」(2月)
  - 「月例経済・金融概観の解説」(3月)
  - 「大型郵便物の機械化」(3月)
- (2) 新聞・雑誌・学会誌等への掲載
  - 「我が国における環境会計導入の状況」通信文化新報(2月)
  - 「WTO(世界貿易機関)」かんぼ資金(2月号)
  - 「10月の地域経済指標の総合的な動き」かんぼ資金(2月号)
  - 「まぼろしの絵巻 東海道絵巻」郵政(2月号)
  - 「構造的失業」かんぼ資金(3月号)
  - 「11月の地域経済指標の総合的な動き」かんぼ資金(3月号)
  - 「前島一代記(前編)」郵政(3月号)
  - 「ていぱーく120%活用術②」郵政研究(3月号)

## 3 学会・大学・講演会等での発表

- 「高度情報通信社会に向けたデジタルコンテンツ流通のあり方」近畿電監講演(2月1日)
- 「平成12年度経済・金融見通し」四国郵政局(2月2日)
- 「平成12年度経済・金融見通し」沖縄郵政管理事務所(2月2日)
- 「経済の仕組みと最近の経済情勢について」中国郵政研修所(2月2日)
- 「拡大を続けるウェブサイト 第4回WWWコンテンツ統計調査結果速報」NTTデータ経営研究所との研究交流会(2月2日)
- 「平成12年度経済・金融見通し」北陸郵政局(2月3日)
- 「アンケート調査から見た情報通信の利用動向」東北電監講演(2月8日)

- 「郵便事業の動向等」北海道研修所（2月9日）
- 「情報通信の発展と規制緩和」北陸電監講演（2月16日）
- 「平成12年度経済・金融見通し」東北郵政局（2月17日）
- 「平成12年度経済・金融見通し」信越郵政局（2月17日）
- 「Contributions of ICT to sustainable information society Managerial, macroeconomic, and environmental impacts in Japan」Conference on a Sustainable Information Society for the 21st Century（2月21、22日）
- 「経済の仕組み」近畿郵政研修所（2月22日）
- 「平成12年度経済・金融見通し」北海道郵政局（2月25日）
- 「平成12年度経済・金融見通し」東京郵政局（2月25日）
- 「平成12年度経済・金融見通し」東海郵政局（2月25日）
- 「平成12年度経済・金融見通し」九州郵政局（2月28日）
- 「98年家計における金融資産選択に関する調査等について」近畿郵政局（2月29日）
- 「ていぱーく120%活用術 郵便局における展示活動」北海道郵政研修所（3月2日）
- 「電子調査における課題」ネットワーキング情報交換会（3月7日）
- 「企業における知的資産管理の現状と課題」日本ナレッジ・マネジメント学会第1研究部会3月定例研究会（3月9日）
- 「知的障害者・要介護高齢者における情報通信の利用状況」東海電監（3月10日）
- 「平成12年度経済・金融見通し」中国郵政局（3月13日）
- 「最近の経済・金融情勢」中央郵政研修所（3月14日）
- 「郵便事業の動向等」北陸郵政監察局（3月16日）
- 「平成12年度経済・金融見通し」近畿郵政局（3月16日）
- 「高度情報通信社会に向けたデジタルコンテンツ流通のあり方」沖縄管理事務所（3月17日）
- 「多様化・競合時代の放送」東海情報通信懇談会・デジタル放送セミナー（3月17日）
- 「郵便局に関する調査」の結果概要」経済動向説明会（3月23日）
- 「郵便局施設と人員の最適配置に関する数理計画モデル分析」日本オペレーションズ・リサーチ学会（3月27日）

#### **4 第12回国際コンファレンスの開催**

- 「デジタル・ミレニアム時代の生活者像」経団連会館（3月3日）

#### **5 ていぱーくの特別展**

- ・春休みこども大会「コミックボンボン・スーパーキャラクターフェスティバル」  
(3月24日(金)～4月4日(火))
- ・第23回「手作りの絵はがき」コンクール入賞作品展  
(4月7日(金)～4月11日(火))
- ・全日本切手展2000  
(4月15日(土)～4月20日(木))



・切手クラフト展

( 4月22日(土) ~ 4月23日(日) )

・情報通信月間展

( 4月28日(金) ~ 5月14日(日) )

Opinion 読者の声

本号に掲載した論文等について、皆様からのご意見をお寄せください。本誌の中で随時取り上げていく予定です。宛て先は下記まで、所属先及び氏名を明記の上、お送り願います。

なお、郵政研究所では大学・研究機関等のホームページと積極的にリンクを設定していきたいと考えております。リンクをお考えの方は下記までE mailにてお知らせ下さい。

【御意見等の宛て先】

〒106 8798 東京都港区麻布台1 6 19 郵政省郵政研究所 研究交流課

TEL : 03 3224 7310 FAX : 03 3224 7382

E mail: [www\\_admin@iptp.go.jp](mailto:www_admin@iptp.go.jp)

## 編集後記

新年度に入りました。今年度は省庁再編を控え、郵政研究所もどうなることやら。どんな形になっても研究官一同今後もがんばっていきますので、暖かく見守っていただきたいと思います。

さて、新年度を迎えるにあたり、弊誌の送付について見直しをさせていただくことになりました。ご住所等変更のあった方や送付を希望されない方等の確認をするため、同封の葉書に必要事項を御記入の上、4月26日までにご返送願います。ご意見等の記入欄を設けましたので、あわせてご利用いただければと思います。ご協力よろしくお願い致します。

去る3月3日、経団連会館にて国際コンファレンスを開催致しました。多くの皆様にご出席いただき、一時は立ち見も出るほどで、大盛況のうちに幕を閉じました。ご出席くださった皆様、ありがとうございました。

私事ですが、一年の育児休業を終えて、また月報の編集を担当することになりました。よろしくお願いいたします。

現在は、毎朝起きて出勤することの大変さを改めて実感している次第です。と同時に、外出して大人の世界にいることのなんと楽しいこと！赤ちゃんはとってもかわいいですけど、とっても自己中心なので、世話をする者には、自分の時間がなくなります。主婦とサラリーマンとどっちが大変か、と良く言いますが、どっちもそれなりに大変だと思います。たまに、役割交換をしてみると面白いのではないのでしょうか。

郵政研究所研究交流課のFAX番号が変わりました。今後は以下の番号あてご連絡等お願いいたします。(倉澤)

FAX : 03 3224 7382

郵政研究所月報  
第13巻 第4号 通巻139号  
2000年3月27日 発行  
発行所 郵政省郵政研究所  
編集 郵政省郵政研究所  
〒106 8798  
東京都港区麻布台1 6 19  
電話 03(3224)7310



# IPTP

郵政省 郵政研究所

Institute for  
Posts and Telecommunications Policy  
Ministry of  
Posts and Telecommunications