

# みんなの声委員会 -ECHO-

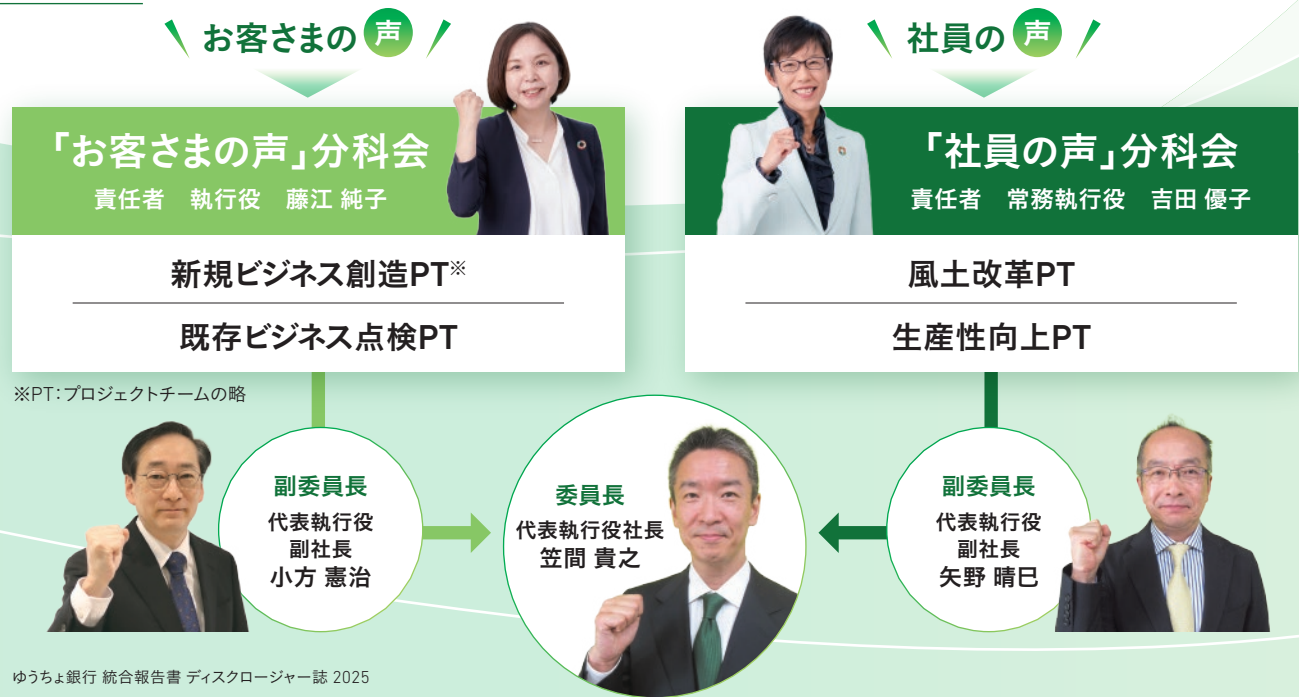


全社タウンホールミーティング「COMPASS2024」

お客さま本位の業務運営のいっそうの推進・実践を目的に、2020年に代表執行役社長直轄の専門委員会を設置し、「**お客さまの声**」と「**社員の声**」を直接経営に活かすサイクルを構築してきました。

2024年度には、より信頼される銀行を目指し、“声”を経営に活用するサイクルを強化するため、社員からの提案により「みんなの声委員会 -ECHO-」と名称を新たに再出発。商品・サービスの改善・向上のみならず、社内コミュニケーションの円滑化やこれによる組織力向上を通じた新たな価値創造に向けて、組織横断的に取り組んでいます。組織・役職・経験年数の異なるメンバーが、「**お客さまの声**」と「**社員の声**」を真摯に受け止めながら、経営陣に対してボトムアップで提案し、活発な議論を交わしています。

## 組織体制



## 2024年度 PTの活動紹介

### 新規ビジネス創造PT



**「新しい“ゆうちょ”を考える」**  
Leader デジタル戦略部  
リテールマーケティング室 室長  
高田 雄喜

**新しいビジネスの可能性を探求するプロジェクトチームです。**

お客さまの「声」と、私たち社員の「声」を融合させ、お客さまに「ゆうちょ銀行ってこんなにいい銀行なんだ」と思ってもらえる“新たなビジネス”を創出することを目指し、わくわくするアイデアを、メンバー全員で自由に出し合っています。

### 既存ビジネス点検PT



**「これまでの“ゆうちょ”を見直す」**  
Leader 経営企画部 担当部長  
戸田 洸太郎

**現状には満足しない！既存ビジネスを点検して、よりよくしていこうというテーマを持ったプロジェクトチームです。**

お客さまからご意見・ご要望を多くいただいている商品・サービスや、日々の業務の中で、社員から改善・要望の声が多い商品・サービスを中心に、真正面から課題に向き合い、見直しを進めています。

### 風土改革PT



**「働きがいのある職場の実現」**  
Leader クレジット投資部 担当部長  
峠 健士

**“いきいき・わくわく”、これが私たちの合言葉！「働きがい」を組織力に変えていくプロジェクトチームです。**

チーム“ゆうちょ”、まだまだここから。組織間の壁を取り払い、全社の一体感をより強固にするため、ゆうちょ銀行初の全社タウンホールミーティング「COMPASS2024」を開催。社員の声で、ゆうちょ銀行を日々前進させていきます。

### 生産性向上PT



**「働きやすい職場の実現」**  
Leader 経営企画部 担当部長  
竹田 学

**いつだって時代は進化。業務効率化や断捨離により、「働きやすい」を切り拓くプロジェクトチームです。**

全社的に生産性を高めることで、社員一人ひとりの「考える時間」や「利益を生む時間」を創出し、質の高い仕事ができる職場を目指しています。社員が真に求めているものとは何か。対話を重ね、スピード感をもって進めています。

※ 所属店所・部署名は2025年3月31日現在

## 全社タウンホールミーティング「COMPASS2024」開催模様



# 私が思う「ゆうちょらしさ」

当行は、日本全国のお客さまと社員の幸せを目指し、社会と地域の発展に貢献することを自らの社会的存在意義（パーパス）としています。  
ここでは、全国津々浦々にいる社員が、パーパスに込められている「ゆうちょらしさ」を自身でどのように想像し、取り組んでいるのか、ご紹介します。

**函館店**  
金融サービス部※1  
佐藤 朝輝

**「親しみやすさ」**

「主語はお客さま」を心に、より多くのお客さまに寄り添っていきます。

**鳥取店**  
金融サービス部  
中野 宏章

**「最も身近な銀行」**

お客さまに「身近さ」を感じていただくために、「お客さまのための行動」を心掛けています。

**本社**  
事務支援部  
土河 莉奈

**「ゆうちょ＝デジタル×リアル」**

テクノロジーを活用したデジタル化と利用促進に取り組みつつ、操作に不慣れなお客さまや窓口のみでの取り扱いをしっかりとリアルでご案内できるようサポートします。

**長野支店**  
法人サービス部※2  
滝沢 志保

**「安心感・安定感」**

何事にも前向きに取り組んで、多くの知識・経験を積むことで、お客さまにとって安心できる存在を目指します。

**本社**  
広報部  
藤田 夏綺

**「新しいことに挑戦できる働きがいのある職場に」**

円滑な情報発信とコミュニケーションを心掛け、すべての社員がいきいきと働き、チャレンジできる職場環境を実現します。

**愛知パートナーセンター※4**  
第一パートナー課  
日面 隆行

**「安心」と「信頼」**

日ごろから常にスキルアップ等を図り、郵便局の方からの事務照会に対して迅速かつ正確に回答できるようにしています。

**東京エリア本部**  
総務部  
荒谷 房之介

**「その先のお客さまの満足」を想像する**

店舗社員への支援・育成を通して、自分の仕事の先にいるお客さまにぬくもりのあるサービスを提供していきたいです。

**若葉店**  
金融サービス部  
江表 真弓

**「信頼」**

「やっぱりゆうちょさんだね」と言ってもらえるよう、お客さまとのコミュニケーションを大事にしています。

**名古屋支店**  
金融サービス部  
坂下 ゆかり

**「ありがとうは魔法の言葉」**

「ありがとう」に笑顔を添えたコミュニケーションで、お客さまも自然に笑顔になれる雰囲気づくりを大切にしています。

**小樽貯金事務センター※3**  
貯金サービス課  
石岡 聖太

**「身近で当たり前」の存在**

社員が正確な事務処理を遅れることなく遂行できるよう、フォローし、下支えしていきます。

**ゆうちょ銀行のパーパス**  
お客さまと社員の幸せを目指し、社会と地域の発展に貢献します。

※1 金融サービス部：窓口での金融商品の取扱業務や、個人のお客さま宅・窓口での商品・サービスの提案、投資信託などの資産運用に関するコンサルティング業務を行う。  
※2 法人サービス部：法人、事業所向けに、各種サービスの提案・サポートを行う。  
※3 貯金事務センター：相続等の専門的な業務や、デジタルチャネルや窓口で受け付けた各種申し込みの審査等を行う。  
※4 パートナーセンター：郵便局に対する事務・営業支援や、郵便局からの事務照会対応等を行う。  
注 所属店所・部署名は、2025年3月31日現在。

## ゆうちょ銀行の価値創造ストーリー

次の150年も「社会と地域の発展に貢献」すべく、皆さまから選ばれるゆうちょ銀行を目指していきます。

2025年5月2日、ゆうちょ銀行は、郵便貯金事業創業150年を迎えました。

創業以来、日本全国津々浦々のさまざまな世代のお客さまに当行をご利用いただいていたこと、長きにわたるお客さまからの信頼によって築かれたブランドや貯金・お客さま基盤は、他行にはない大きな強みであり「財産」です。この「財産」を大切に守りつつ、これまでさまざまな事業を通じた企業価値向上や社会課題解決に取り組んでまいりました。

この間、時代や環境は大きく変化を遂げ、当行がお客さまに提供する商品・サービスも変わりましたが、常に原点にあるのは、創業者である前島密が150年前に掲げた「縁の下の力持ちになることを厭うな。人のために良かれと願う心を常に持てよ。」という信条です。

そして今、その信条は「お客さまと社員の幸せを目指し、社会と地域の発展に貢献する」という当行のパーパスになり、それを実現するため、「お客さまの声を明日への羅針盤とする『最も身近で信頼される銀行』を目指します。」という経営理念を定めています。

次の150年、いっそう目まぐるしく時代や環境が変化していく中でも、培ってきた「財産」を守り、そして活かしつつ、すべてのお客さまが安心・安全かつ便利に利用できるサービスを、リアルチャネルとデジタルチャネルの双方を通じて提供し続けていきます。

そしてその先には、「お客さまと社員の幸せを目指し、社会と地域の発展に貢献する」というパーパスが実現された世界があると信じています。

## 経営理念

お客さまの声を明日への  
羅針盤とする  
「最も身近で信頼される銀行」  
を目指します。

## 2025 中期経営計画

信頼を深め、  
金融革新に挑戦

詳細は P.34

## マテリアリティ

（ 重点的に取り組む  
社会課題 ）

詳細は P.28

### — ゆうちょ銀行のMission —

- ▶ 日本全国あまねく誰にでも「安心・安全」で「親切・丁寧」な金融サービスを提供する。
- ▶ 多様な枠組みによる地域への資金循環やリレーション強化を通じ、地域経済の発展に貢献する。
- ▶ 本邦最大級の機関投資家として、健全で収益性の高い運用を行うとともに、持続可能な社会の実現に貢献する。

企業価値の向上とSDGs等の社会課題解決の両立  
（サステナビリティ経営）

# PURPOSE

お客さまと社員の幸せを目指し、  
社会と地域の発展に貢献します。

### 信頼

法令等を遵守し、お客さまを始め、市場、株主、社員との信頼、社会への貢献を大切にします

### 効率

お客さま志向の商品・サービスを追求し、スピードと効率性の向上に努めます

### 変革

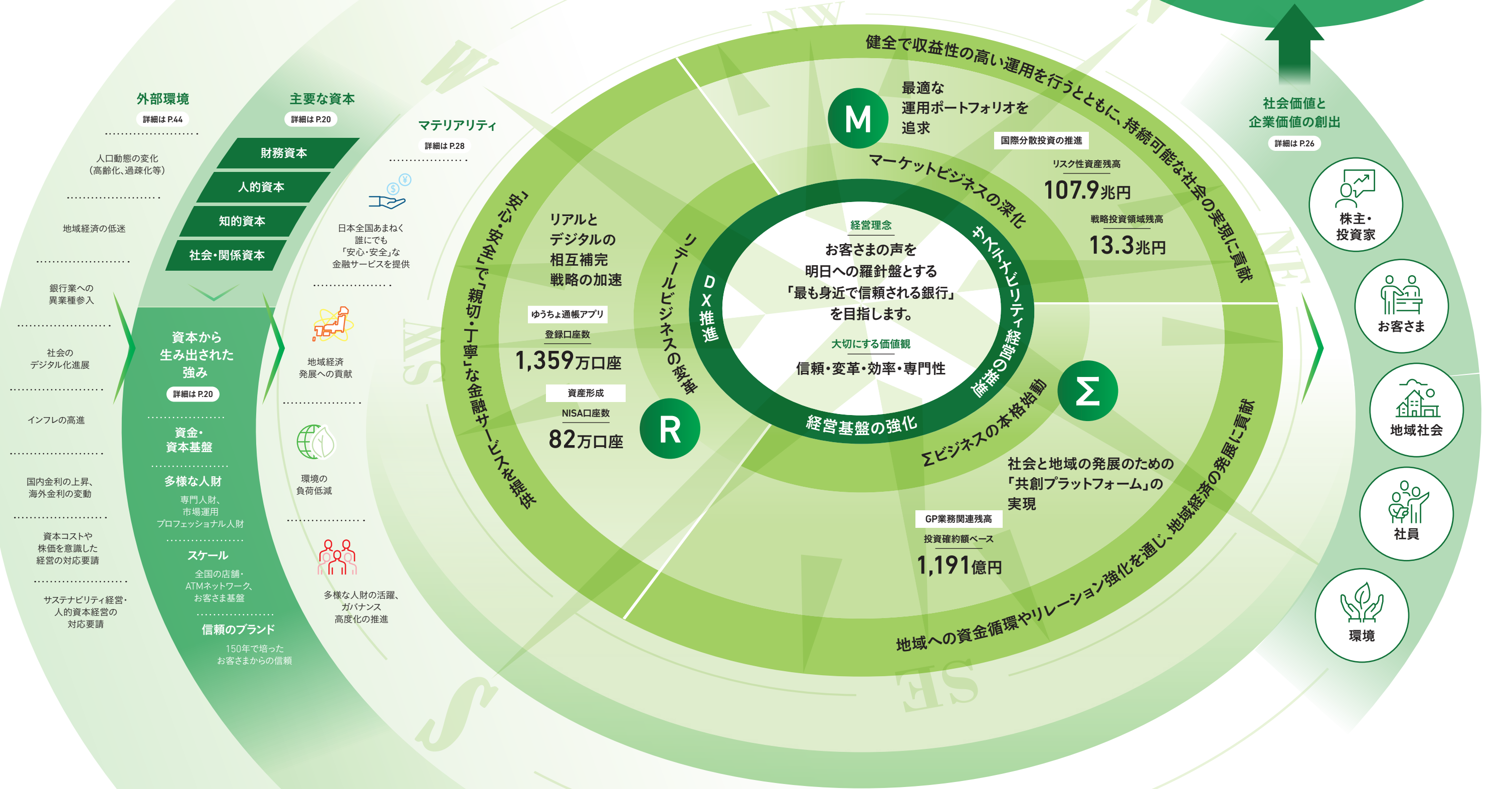
お客さまの声・環境の変化に応じ、経営・業務の変革に真摯に取り組んでいきます

### 専門性

お客さまの期待に応えるサービスを目指し、不断に専門性の向上を図ります

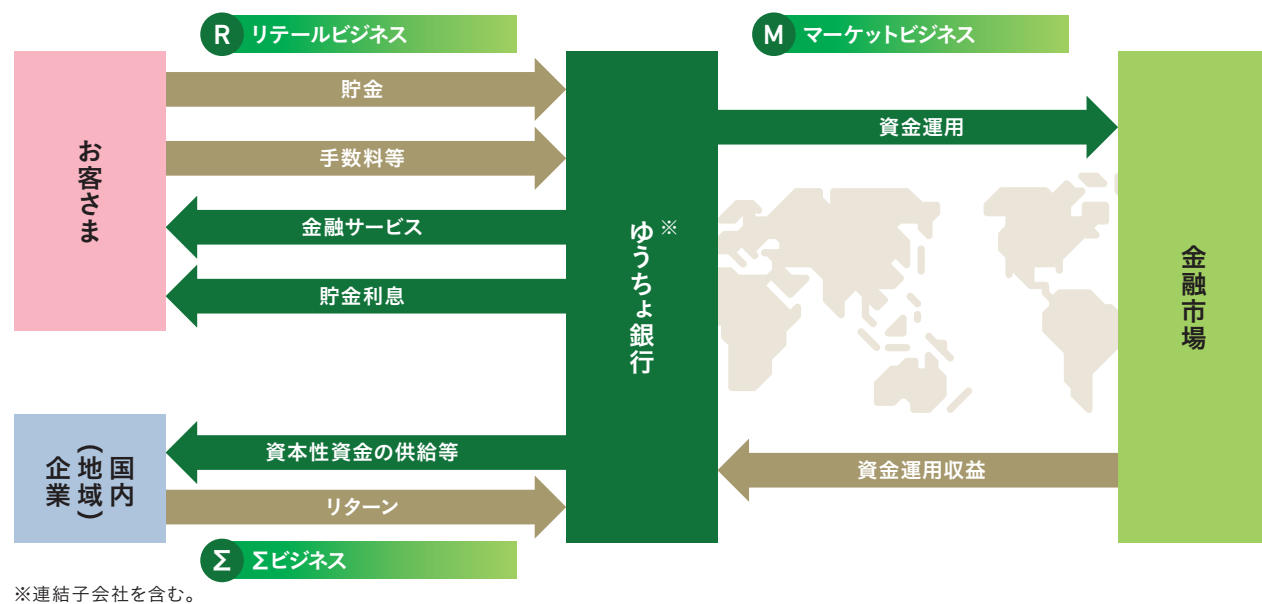
## 価値創造プロセス

当行は、事業活動による価値創出を通じた  
ステークホルダーの皆さまへの提供価値の最大化に取り組むとともに、  
企業価値の向上および社会と地域の発展への貢献を目指していきます。



## ビジネスモデル

当行は「最も身近で信頼される銀行」を目指し、郵便局ネットワークを通じて、幅広い世代のお客さまへ安心・安全・便利な商品・サービスを提供している「リテールビジネス」、本邦最大級の機関投資家として、運用の高度化・多様化を進め、安定的に収益を確保している「マーケットビジネス」、投資を通じて社会と地域の未来を創る法人ビジネス「Σビジネス」の3つのビジネスを展開しています。



### 3つのビジネスの特徴と利益構造

当行の収益の大部分は、主にマーケットビジネスによって生み出される資金収支等ですが、近年、主にリテールビジネスの手数料収益である役務取引等利益も拡大しています。今後は、引き続き、リテールビジネス・マーケットビジネスの収益向上に努めるとともに、Σビジネスの将来的な黒字化を目指します。また、業務改革等を通じたコストコントロールにより、利益のさらなる成長を目指していきます。

2024年度の達成状況および2025年度業績予想(連結)

(億円)

|                     | 2024年度<br>(当初予想) | 2024年度<br>(修正予想) | 2024年度<br>(実績) | 2025年度 <sup>※1</sup><br>(予想) | 将来の方向性                        |
|---------------------|------------------|------------------|----------------|------------------------------|-------------------------------|
| 資金収支等 <sup>※2</sup> | 13,120           | 13,430           | 13,353         | 14,760                       | ●マーケットビジネスの収益向上<br>●Σビジネスの収益化 |
| 役務取引等利益             | 1,500            | 1,550            | 1,563          | 1,630                        | ●リアルとデジタルの相互補完戦略を通じた収益力向上     |
| 営業経費                | 9,360            | 9,260            | 9,147          | 9,580                        | ●業務改革・生産性向上の取り組みを通じたコストコントロール |
| 経常利益                | 5,250            | 5,750            | 5,845          | 6,800                        | ●収益拡大・コスト削減による利益成長            |
| 親会社株主純利益            | 3,650            | 4,000            | 4,143          | 4,700                        |                               |

※1 2025年度予想は2025年5月15日に公表。

※2 資金収支等＝資金運用に係る収益から資金調達に係る費用を除いたもの(売却損益等を含む)。

### R リテールビジネス

貯金、送金・支払、給与・年金受取、資産運用、キャッシュレスサービス、住宅ローン(媒介)等の金融サービス

当行の強みである強固なお客さま基盤とネットワークを活かし、リアルとデジタルの相互補完戦略を加速することで、伝統的な銀行業務を超えた新しいリテールビジネスへの変革を進めています。デジタルサービス・キャッシュレスサービスの拡充や資産形成サポートビジネス・ATMビジネスの取り組み強化により、収益力が着実に向上しています。

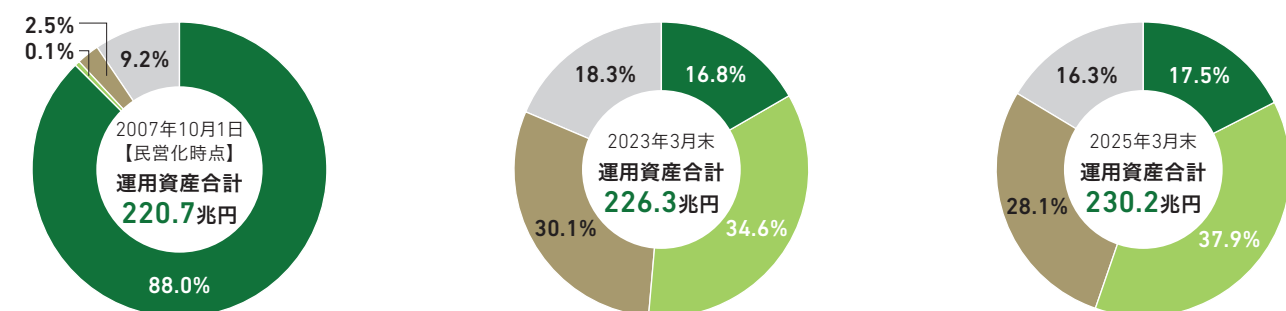
### M マーケットビジネス

お預かりした貯金を国内外の金融市場において有価証券等で運用

民営化前は、国債中心に運用を行っていましたが、民営化後はリスク性資産を中心にリスクテイクを行い、運用の高度化・多様化を推進してきました。2023年度以降は、円金利トレンドの反転を捉え、預け金等から国債への投資シフトを推進し、円金利ポートフォリオの再構築に取り組んでいます。

運用資産ポートフォリオ(単体)

■国債 ■外国証券等 ■預け金等 ■その他(地方債、社債、金銭の信託、貸出金、短期運用資産等)



### Σ Σビジネス

投資を通じて社会と地域の未来を創る法人ビジネス

投資を通じて社会と地域の未来を創る法人ビジネスと位置付けるΣビジネスは、地域の事業者への資本性資金の供給(投資業務)、新たなビジネスの原石となる投資先候補企業の発掘(ソーシング業務)および投資先企業の商品・サービスの紹介・媒介(マーケティング支援業務)を推進しています。

#### ①投資業務

「地域金融機関等と共創すること」、「全国津々浦々のネットワークを活用し、きめ細かく資金ニーズを発掘すること」、「中長期的な目線で資本性資金を供給すること」、「投資先の成長、課題解決に向けて伴走して支援すること」といった特徴を持つ投資を目指し、当行100%出資子会社のゆうちょキャピタルパートナーズ株式会社を中核として、共同事業者(パートナー)と連携しながら、事業承継・事業再生投資やベンチャー投資、ESG投資などに取り組んでいます。

#### ②ソーシング業務

全国津々浦々のネットワークを活用し、地域金融機関等と連携し、Σビジネスの「投資先候補」となり得る地域の事業者の発掘(ソーシング)を行います。

#### ③マーケティング支援業務

投資先企業が持つ、世の中で需要が顕在化していない新たな市場を創出し得る商材を紹介・媒介(マーケティング支援)し、投資先企業の成長を支援します。

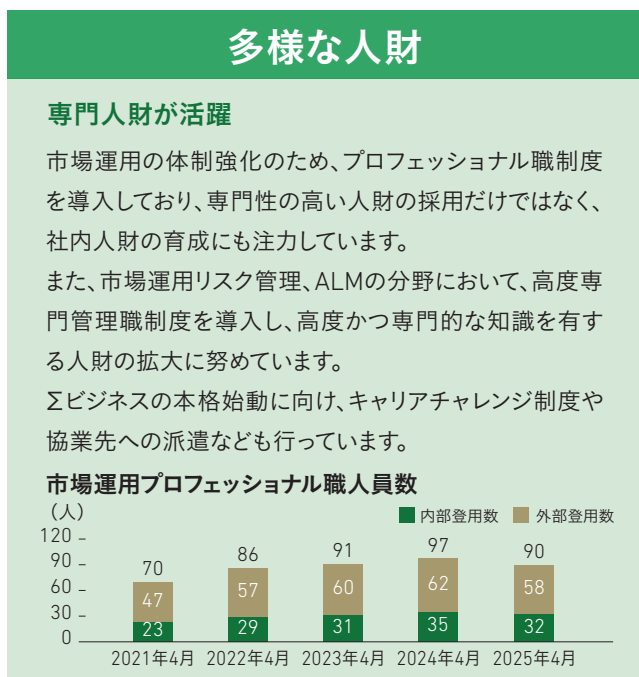
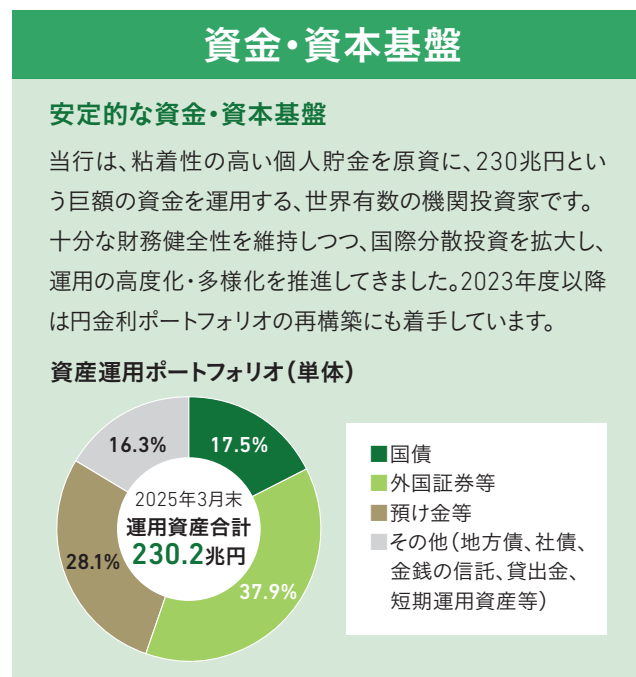
## 経営資本と強み(競争優位性)

当行は創業から150年のあゆみの中、「最も身近で信頼される銀行」であり続けるために、お客さまからお預かりした貯金をベースとした「財務資本」、その時々ニーズに応える多様な「人的資本」、歴史の中で培った「知的資本」、そして日本全国津々浦々の店舗ネットワークを中心とする「社会・関係資本」を常に強化してきました。

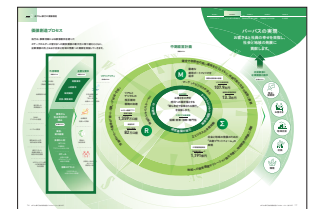
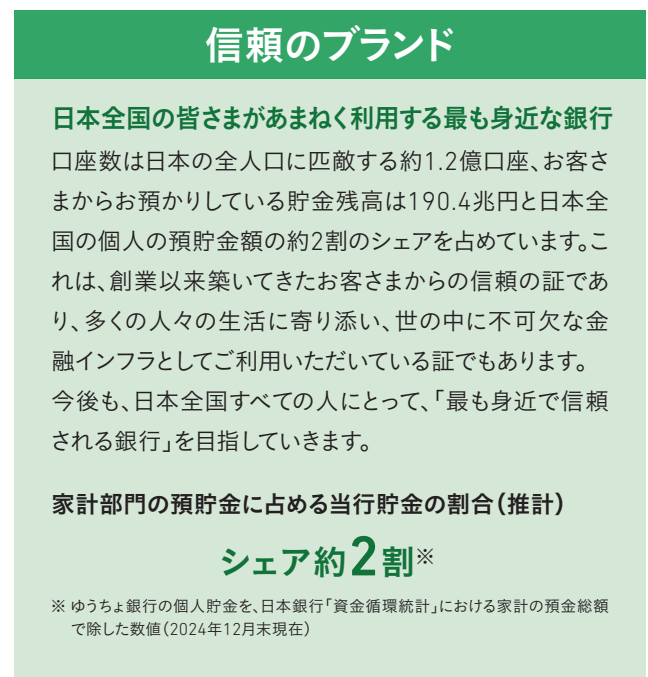
### ビジネスを支える主要資本



### 資本から生み出された強み



次の150年も当行の強みであるこれらの資本を活かして、企業価値の向上に取り組むとともに、変わらない安心感をステークホルダーの皆さまにお届けしていきます。



## 「郵便貯金」から「ゆうちょ」へ ～150年のあゆみ～

1875 1900 1920 1940 1960 1980 2000

社会のニーズ・期待、当行の使命

近代的金融へのニーズ  
金融のリアルネットワーク

安全な送金へのニーズ

日本経済の発展

信頼が必要なユニバーサルサービスの提供

事務処理の効率化

社会インフラの整備

金融リテラシー教育による  
貯金習慣の形成

社会貢献意識の高まり

オートメーションの競争

ATM等機械化による利便性向上

デジタルの利便性へのニーズ

「貯蓄から投資へ」へのシフト

ゆうちょ銀行のあゆみと3つのビジネス

国民の貯金意識の  
醸成に寄与

1875年 ●郵便為替・  
郵便貯金事業創業

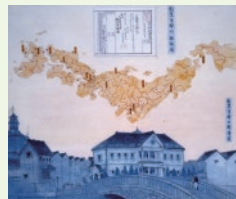


“縁の下の力持ちになることを厭うな。  
人のためによかれと願う心を常に持てよ。”

(前島 密)

1885年 通信省

R リテールビジネスの起源



郵便局ネットワークの形成

1906年 ●郵便振替事業創業

1923年

●関東大震災における非常確認払の実施



1941年

●定額郵便貯金・積立郵便貯金  
取り扱い開始

1949年 郵政省



新商品・サービスの提供  
財政投融資として地域の発展に寄与

1970年 ●EDPS(電子データ  
処理システム)導入



1973年 ●預金者貸付制度  
「ゆうゆうローン」の開始

1975年 ●郵便貯金事業創業100周年  
第1回「私のアイデア貯金箱  
コンクール(現:ゆうちょアイデア  
貯金箱コンクール)」開催



オンラインネットワークの原点

1978年 ●オンライン・システムサービス開始

1980年 ●キャッシュカード利用で  
現金を払い戻すキャッシュ  
ディスペンサーの誕生

1981年 ●ATMによる取り扱い開始  
●総合通帳サービス取り扱い  
開始



資金運用の原点

1987年 ●郵便貯金の資金の  
自主運用開始

R リテールビジネスの拡大

M マーケットビジネスの起源

1991年 ●国際ボランティア貯金の  
創設

ATMサービスの拡大

1999年 ●一般の金融機関との  
ATM提携サービスの開始

2001年 総務省／郵政事業庁

2002年 ●郵貯インターネット  
ホームサービスの開始

2003年 日本郵政公社

2005年 ●投資信託の販売開始

1875年に創業した郵便為替・郵便貯金事業は、当時貯金の習慣がなかった人々に貯金への意識を醸成させるきっかけとなりました。1906年には郵便振替による送金を開始。これらの業務は、全国に配置されている郵便局が担うようになり、郵便局ネットワーク(基盤)が形成されました。

1923年の関東大震災に際しては、通帳や印章がない方にも払戻しを行う「非常確認払」を実施しました。現在も「貯金等の非常取扱い」として、災害等で通帳・証書や印章を無くされた方に対して、決められた範囲内で貯金の払戻し等を実施しています。

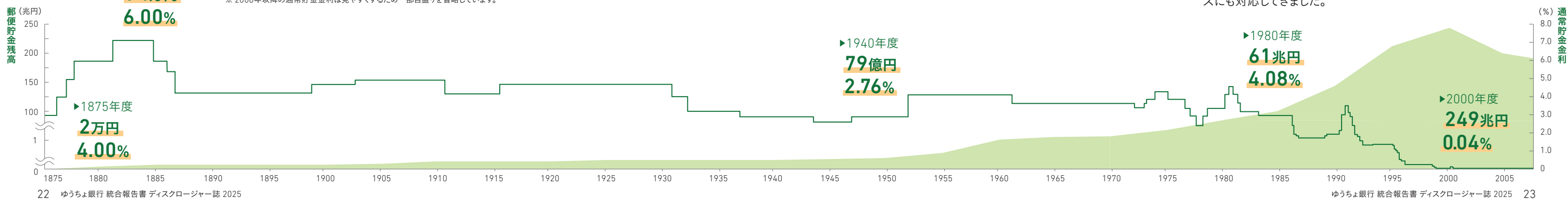
高度経済成長期、お客さまの多様なニーズに応えるべく、新商品・サービスの提供に取り組んできました。また、全国から集められた貯金は、財政投融資として社会に不可欠な公共事業に活用され、地域社会の発展にも寄与してきました。

郵便貯金事業創業100周年の1975年には、「ゆうちょアイデア貯金箱コンクール」を開始しました。金融リテラシーを身に付ける第一歩として、子どもたちの「貯金」への関心を育むこと等を目的としたこの取り組みは、郵便貯金、ゆうちょの幅広いサービス提供において、重要な機会であると考えています。

1978年、オンライン・システムを導入、1981年には預入・払戻しが可能なATMサービスを開始しました。伝票からオートメーションへと変革していく時代に、郵便貯金は大規模なシステム開発投資を決断し、システム開発会社とともにスキルを高め、現在も安定稼働させています。ATMの設置台数は日本有数で、全国の皆さまにATMを通じて各種サービスを提供しています。1999年には、お客さまからの要望を受けて、一般の金融機関とのATM提携サービスを開始、2002年には郵貯インターネットホームサービスを開始するなど、デジタルの利便性ニーズにも対応してきました。

＜郵便貯金残高、通常貯金金利の推移＞

※『すべてを、お客さまのために。—郵政百五十年のあゆみ—』P265、266をもとに当行にてグラフを作成。  
※ グラフ内で数値を記載している箇所はいずれも年度末。  
※ 1875年から1955年の郵便貯金残高は見やすくなるため一部目盛りを調整しています。  
※ 2007年度から2019年度の残高は旧郵便貯金とゆうちょ銀行預貯金の合計。2020年度以降はゆうちょ銀行預貯金の合計。  
※ 2006年以降の通常貯金金利は見やすくなるため一部目盛りを省略しています。



2007

社会のニーズ・期待、当行の使命

民間銀行としての第一歩  
上場に向けた態勢整備

2015

資金運用の高度化・多様化  
地域における資本性資金ニーズ

2020

お客さま本位の良質な金融サービスの提供

2025

サステナビリティ経営の推進  
人的資本経営の推進

150年の歴史で培った強みをもとに、  
さらなる金融革新を通じて、  
社会と地域の発展に貢献

## ゆうちょ銀行のあゆみと3つのビジネス

**2007年** 株式会社ゆうちょ銀行(民営化)

**2007年** ●株式会社ゆうちょ銀行発足

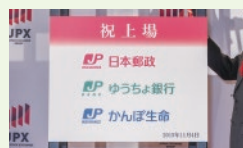
**2008年** ●SDPセンター株式会社  
(現:ゆうちょローンセンター  
株式会社)に出資

**2009年** ●全銀システムによる  
他金融機関との  
振込サービスの開始

**2013年** ●日本ATMビジネスサービス  
株式会社に出資

**2015年** 東証第一部上場

**2015年** ●JP投信株式会社に出資



**マーケット人財の確保**  
**GP業務を行う企業への出向開始**

**2016年** ●プロフェッショナル職制度導入  
●地域活性化ファンドへの出資  
開始

**M** **マーケットビジネスの拡大**

**Σ** **地域活性化への取り組み**

**2017年** ●ファミリーマー  
ト等への小型  
ATM設置拡大



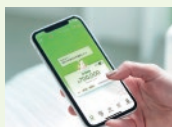
**2018年**

●JPインベストメント株式会社発足・  
投資開始  
●戦略投資領域残高の拡大

**利便性向上**

**2020年**

●ゆうちょ通帳アプリサービス開始



**2021年** 現中期経営計画

**リアルとデジタルの相互補完**

**R** **リテールビジネスの変革**

**2022年**

●東証プライム市場に移行  
●投資一任サービス(ゆうちょファンドラップ)  
の取り扱い開始  
●セルフ型営業店端末「Madotab」の順次  
導入  
●「Σビジネス」公表

**Σ** **Σビジネスの立ち上げ**

**2023年**

●日本郵政による当行株式の第二次売出し  
●家計簿アプリ(ゆうちょレコ)サービス  
開始

**2024年**

●東証プライム市場上場維持基準適合

**2024年** 中期経営計画見直し

**2024年**

●パートナー企業と連携した広告配信  
の開始  
●ゆうちょキャピタルパートナーズ株式  
会社の設立

**Σ** **Σビジネスの本格始動**

**2025年**

●日本郵政による当行株式の第三次売出し  
●郵便貯金事業創業150年  
ゆうちょ銀行 企業キャラクターの誕生



ゆうちょ銀行 企業キャラクター はりちょ

2007年に民営化し、「株式会社ゆうちょ銀行」となった後、市場のもとでの経営の自立性、経営の自由度を高めるため2015年に株式を新規公開し、東京証券取引所の市場第一部に上場しました。初値は売出し価格1,450円を上回る1,680円となりました。民営化後のマーケットビジネスでは、マクロ経済環境の変化に応じて運用資産のポートフォリオを変革し続けています。民営化以降の国内低金利環境を受け、国債の占める割合は2007年10月1日民営化時点の88.0%から、2022年度末に16.8%まで縮小させ、リスク性資産(外国証券等)への国際分散投資を推進しました。今後も適切なリスク管理のもと円金利資産とリスク性資産を組み合わせた最適な運用ポートフォリオを追求していきます。あわせて、プロフェッショナル職制度の

導入や外部人財の積極的登用等を通じて、運用の高度化を図っています。

いつの時代も、社会のニーズを的確に捉えて、お客さまの声を羅針盤とし、安心・安全な金融サービスを、全国あまねく誰にでも提供することを通じて、地域経済の発展に寄与することが当行の使命です。2016年からは地域活性化ファンドへの出資を開始。2024年には地域の事業者への資本性資金の供給を行う「ゆうちょキャピタルパートナーズ株式会社」を当行100%出資子会社として設立しました。地域経済の発展に貢献するため、こうした取り組みを通じて、地域金融機関等と連携「共創プラットフォーム」の実現に取り組んでいます。

2020年度に経営企画部内にサステナビリティ推進に関する専門組織を設け、経営とサステナビリティを一体で進める体制を構築しました。TCFD提言等の各イニシアチブへ参加・賛同し、取り組みを推進するとともに、サステナビリティサイトの拡充や各種レポートの発行により、サステナビリティに関する情報開示の透明性を高めてきました。機関投資家としては、2021年度からの中期経営計画において、ESGテーマ型投融資残高目標を2025年度末に7兆円とする目標KPIを設定しています。

全国あまねくサービスを提供し続けるには、お客さまや地域社会からの信頼が必須であることを、150年の歴史から学び続けています。

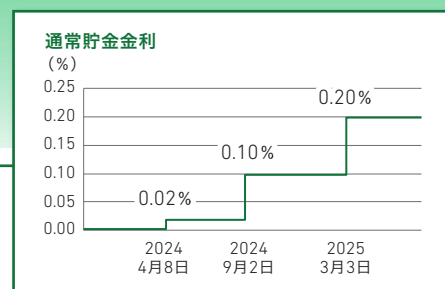


## 150年の歴史で培った強み (2025年3月末現在)

| 資金・資本基盤                                      | 多様な人財                                                                   |
|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| 貯金残高: <b>190.4兆円</b><br>運用資産: <b>230.2兆円</b> | 市場運用<br>プロフェッショナル職人員数:<br>※2025年4月1日現在 <b>90人</b><br>出向派遣数: <b>112人</b> |

### スケール

通常貯金  
口座数: 約**1.2億**口座  
※郵便局含む  
総店舗数:**23,494**店  
ATM設置台数:  
約**31,200**台  
ATM提携  
金融機関数:約**1,200**社



## ステークホルダーとの価値共創

持続可能な社会・未来の創造に貢献するとともに、企業としての持続的成長を実現するためには、ステークホルダーの声に深く耳を傾け、その期待に応え、ご理解とご支援をいただくことが必要です。

「最も身近で信頼される銀行」として、ステークホルダーの皆さまとしっかりと対話しながら、企業価値の向上と社会課題解決の両立を目指します。

### 環境への取り組みによる価値共創

詳細は P.66

地域の自然と環境を守り、かけがえのない地球環境を次世代に伝えていくために、事業を通じ、環境負荷の軽減に努めるとともに、金融商品などを通じて社会全体の環境負荷軽減にも積極的に取り組んでいます。

#### コミュニケーションツール

- TCFD・TNFDフォーラムへの参画等
- 投融資先のエンゲージメント
- 環境保全団体への寄付  
(ゆうちょ エコ・コミュニケーション)

#### 取り組み事例

ゆうちょ エコ・コミュニケーション

寄付先団体が実施する絶滅危惧種保護や環境保全活動、植樹等の生物多様性保全に関する取り組みおよび啓発活動の実施に寄与しています。

### ステークホルダーとの 共創による 社会課題の解決

環境

ステーク  
皆さまと

ホルダーの  
価値共創

社員

地域社会

お客さま

### 地域社会との価値共創

詳細は P.57

地域に根差した金融機関である当行にとって、地域社会とのかかわりはきわめて重要です。地域の皆さまとともに歩んできた伝統を受け継ぎ、地域への資金の循環だけではなく、金融機関の特性を活かしたお金に関する教育等による子どもたちの育成を通じ、地域の未来に寄与していきます。

#### コミュニケーションツール

- 金融教育
- ゆうちょアイデア貯金箱コンクール
- ゆうちょマチオモイカレンダーの制作
- 障がい者アーティストの支援
- 地域の祭りへの参加等

#### 取り組み事例

郵政博物館で小学生を対象に「ゆうちょ金融教室」を開催しました。

### 株主・投資家との価値共創

詳細は P.43

株主・投資家の皆さまとの強固なエンゲージメントの構築を推進しています。当行事業に関する理解を深めていただくとともに、対話を通じて株主・投資家の皆さまからいただくご意見・ご期待を経営に反映し、当行の持続的な成長と企業価値向上を目指していきます。

#### コミュニケーションツール

- 株主総会
- 株主通信
- 個人投資家向け説明会
- 投資家説明会
- 機関投資家・アナリストとの面談
- 証券会社主催機関投資家向けカンファレンス

#### 取り組み事例

株主・投資家のご意見を踏まえた情報開示の充実

### 社員との価値共創

詳細は P.58

挑戦を通じて自ら成長する社員を育成し、その能力を最大限に発揮できる環境を整備します。これにより、多様な人財が活躍する「いきいき・わくわく」に満ちた会社を社員とともに築き、企業価値向上を目指します。

#### コミュニケーションツール

- エンゲージメント調査
- WEB社内報ゆうちょLife
- 社長直通ご意見箱
- キャリア形成支援(ディスカッションイベント、キャリアチャレンジ制度、DX研修、セレクト型研修・1on1等)
- 当行全社タウンホールミーティング

#### 取り組み事例

- 社員の声を踏まえた風通しの良い職場環境整備
- 組織間の連携強化・コミュニケーションの活性化

### お客さまとの価値共創

詳細は P.56

お客さまからお寄せいただいた声を真摯に受け止め、真に信頼される企業を目指し、「お客さま本位の業務運営」をさらに徹底していきます。

#### コミュニケーションツール

- お客さまの声はがき
- お客さま本位の業務運営に関する取り組み項目および取り組み状況の公表
- お客さま満足度調査

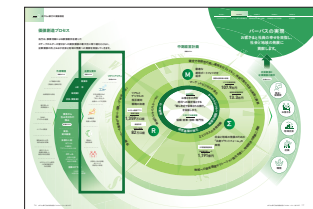
#### 取り組み事例

お客さまの声による商品・サービスの改善  
⇒JP BANKカードのデザイン見直し等

## 重点的に取り組む社会課題（マテリアリティ）

当行では、経営会議、取締役会において妥当性を検討し、特定したマテリアリティを経営戦略に結び付けて、事業活動を通じた社会課題解決に向けて取り組みを進めています。取り組み状況については、定期的にサステナビリティ委員会にて協議等を行うとともに、経営会議、取締役会に付議・報告しています。

また、次期中期経営計画策定に向けた検討において、マテリアリティ候補のもととなる課題の洗い出しを行っています。引き続き、内外環境の変化を踏まえ、お客さまや株主等のステークホルダーや社会・経済の持続的な成長・発展のため、中長期的に取り組むべきマテリアリティの見直しを進めていきます。



| 特定プロセス                                                                                                                         | マテリアリティ                                                                                                                   | リスクと機会                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 具体的な取り組み                                                                                                                                                                                                                               | KPI                                  | 実績(2024年度) | 目標(2025年度)      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|------------|-----------------|
| <b>STEP4</b><br><b>マテリアリティの特定</b><br>経営会議、取締役会において妥当性を検討し、4つのマテリアリティを特定                                                        | <br><b>日本全国あまねく誰にでも「安心・安全」な金融サービスを提供</b> | <b>リスク</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 少子高齢化、DXやお客さまニーズの変化への不十分な対応による取引の減少</li> <li>● サイバー攻撃、システム障害発生等による社会的信用失墜</li> </ul><br><b>機会</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 他行との差別化によるイメージ向上</li> <li>● 誰もが使いやすいサービスの提供による利用者数増加</li> <li>● 金融リテラシー教育による金融ニーズの増加</li> </ul>                                                          | <b>R リテールビジネス</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 郵便局ネットワークを通じたサービス提供、デジタルサービス利用のサポート(デジタルディバイドへの対応)</li> <li>● 安心・安全を最優先に、すべてのお客さまが利用しやすいデジタル・リモートサービスの拡充</li> <li>● 小口取引のお客さまを中心とした、新NISA等の資産形成サポート</li> </ul> 詳細は P.45     | 通帳アプリ登録口座数                           | 1,359万口座   | <b>1,600万口座</b> |
| <b>STEP3</b><br><b>マテリアリティマップの作成</b><br>当行が対象とすべき社会課題を、「ステークホルダーにとっての重要性」と「ゆうちょ銀行の事業活動によるインパクト」の2軸で整理し、マテリアリティマップを作成           | <br><b>地域経済発展への貢献</b>                    | <b>リスク</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 地域の人口減少によるマーケットの衰退</li> <li>● 地域コミュニティとの不十分なエンゲージメントによる機会の減少</li> </ul><br><b>機会</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 地域経済の活性化によるマーケットの拡大</li> <li>● 多様なパートナーとの連携、地域の資本性資金ニーズへの対応による機会の拡大</li> </ul>                                                                                        | <b>R リテールビジネス</b><br><b>M マーケットビジネス</b><br><b>Σ Σビジネス</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 地域金融機関等との「共創プラットフォーム」の実現</li> <li>● 「ゆうちょらしいGP業務」を通じた地域経済の活性化と新たな企業価値創造への挑戦</li> <li>● 多様な枠組みを通じた地域への資金循環</li> </ul> 詳細は P.45、48、52 | NISA口座数                              | 82万口座      | <b>94万口座</b>    |
| <b>STEP2</b><br><b>対象とすべき社会課題の絞り込み</b><br>抽出した社会課題の中から、パーパスや経営理念、事業活動内容等を踏まえ、外部調査機関の評価結果や外部有識者の意見等も反映して、当行が対象とする社会課題を絞り込み      | <br><b>環境の負荷低減</b>                     | <b>リスク</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 自然災害等による、ATM等の当行保有資産の毀損や投資先企業の信用リスクの増加</li> <li>● 市場運用で保有している、環境規制強化の影響が大きい企業の有価証券価値低下</li> <li>● 環境問題への対応が不十分と評価された場合の企業価値低下</li> </ul><br><b>機会</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 環境課題に対する適切な取り組みと開示による、資本市場と社会からの当行への評価向上</li> <li>● 再生可能エネルギー事業等への投融資およびグリーンボンド等への投資機会の増加</li> </ul> | <b>R リテールビジネス</b><br><b>M マーケットビジネス</b><br><b>Σ Σビジネス</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● TCFD提言に沿った取り組み強化</li> <li>● GHG排出量削減、ペーパーレス化の推進</li> <li>● ESG投融資の推進</li> </ul> 詳細は P.45、48、52                                      | GHG排出量削減率※1・6<br>(2019年度比, Scope1・2) | ▲60%       | <b>▲60%</b>     |
| <b>STEP1</b><br><b>検討すべき社会課題の抽出</b><br>国際情勢分析(SDGs等の国際的枠組みや基準)、国内情勢分析(行政機関・金融業界)、国際的なイニシアチブ(SDGs、TCFD、GRI等)の支持を踏まえ、網羅的に社会課題を抽出 | <br><b>多様な人財の活躍、ガバナンス高度化の推進</b>        | <b>リスク</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 人材不足等による経営戦略遂行の阻害</li> <li>● 従業員エンゲージメント低下による士気の低下</li> <li>● 不祥事件、コンプライアンス違反等発生や、マネー・ローンドリング/テロ資金供与等に対する態勢不備による社会的信用失墜</li> </ul><br><b>機会</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 多様な人財によるイノベーションの創出</li> <li>● 経営戦略と連動した人材戦略・人的資本投資による、組織の活性化、企業価値向上</li> <li>● 多様な働き方による生産性向上</li> </ul>   | <b>R リテールビジネス</b><br><b>M マーケットビジネス</b><br><b>Σ Σビジネス</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 「成長を促す」×「能力を引き出す」×「多様性を活かす」を軸とする人的資本経営の推進</li> <li>● 取締役会のさらなる実効性向上</li> </ul> 詳細は P.58、82                                          | 帳票使用量削減率※6<br>(2020年度比)              | ▲20%       | <b>▲20%</b>     |
|                                                                                                                                |                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                        | ESGテーマ型投融資残高                         | 6兆円        | <b>7兆円</b>      |
|                                                                                                                                |                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                        | 社員総合満足度※6                            | 65.5%      | <b>70%以上</b>    |
|                                                                                                                                |                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                        | 女性管理者数比率※2・6                         | 19.8%      | <b>20%※3</b>    |
|                                                                                                                                |                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                        | 育児休業取得率※4・6<br>(性別問わず)               | 99.7%      | <b>100%程度</b>   |
|                                                                                                                                |                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                        | 障がい者雇用率※5・6                          | 3.0%       | <b>3.0%以上</b>   |

※1 2023年度の実績、2030年度の目標 ※2 2025年4月1日現在の実績、2026年4月の目標 ※3 日本郵政グループ目標は、2031年4月1日の本社における女性管理者数比率30%

※4 2024年度の男性育児休業取得率は100% ※5 2024年6月1日現在の実績、2025年6月の目標 ※6 単位未満の端数を四捨五入して算出

## サステナビリティ経営の推進



取締役兼代表執行役副社長  
矢野 晴巳

**サステナビリティ委員会 委員長メッセージ**

邦銀随一のお客さま基盤を持つ当行は、日本全国のお客さまと社員の幸せを目指し、社会と地域の発展に貢献することを自らの社会的存在意義（パーパス）と認識しており、創業以来変わらぬ精神で、誰にでも安心・安全な金融サービスを提供するために事業を展開しています。この基本精神のもと、少子高齢化、人口減少といった日本の社会課題や、気候変動、自然資本、人権といったグローバルな社会課題を認識し、当行の事業活動を通じて何ができるのか議論を重ね、サステナビリティを推進していきます。

- サステナビリティプログレスレポート、人権レポート発行
- 投融資ポートフォリオの削減目標設定（投資単位あたり2019年度比▲50%）
- ESGテーマ型投融資残高の目標を4兆円から7兆円に引き上げ
- マテリアリティの一部見直し

- 人権方針の改定
- 自社排出量の削減目標を▲46%から▲60%に引き上げ（2019年度比、2030年度目標）

- GHG排出量ネットゼロ宣言
- ESGテーマ型投融資残高の目標を2兆円から4兆円に引き上げ
- ESG投融資方針を改定
- TCFDレポート発行

- サステナビリティ基本方針制定

### サステナビリティ基本方針

- 日本全国あまねく誰にでも「安心・安全」にご利用いただける金融サービスの開発・提供に取り組みます。
- 地域に根差した金融機関として、地域経済・社会の発展に貢献します。
- 自然と環境を守り、次世代に伝えていくため、環境に配慮した行動に努め、環境課題の解決に取り組みます。
- 人権を尊重した事業活動を行うとともに、社員が健康・安全に働きやすく、多様な個性や働き方が尊重される職場環境を確保します。また、自ら考え行動できる人財の育成に努め、ワーク・ライフ・バランスや働きがい向上に取り組めます。

## パーパスの実現

中長期的に持続可能な  
社会価値創出と  
企業価値の向上

- 人権方針、環境方針改定
- 自然資本レポート、人権レポート発行



[https://www.jp-bank.jp/panpost.jp/sustainability/report/pdf/natural-capital\\_report2025.pdf](https://www.jp-bank.jp/panpost.jp/sustainability/report/pdf/natural-capital_report2025.pdf)



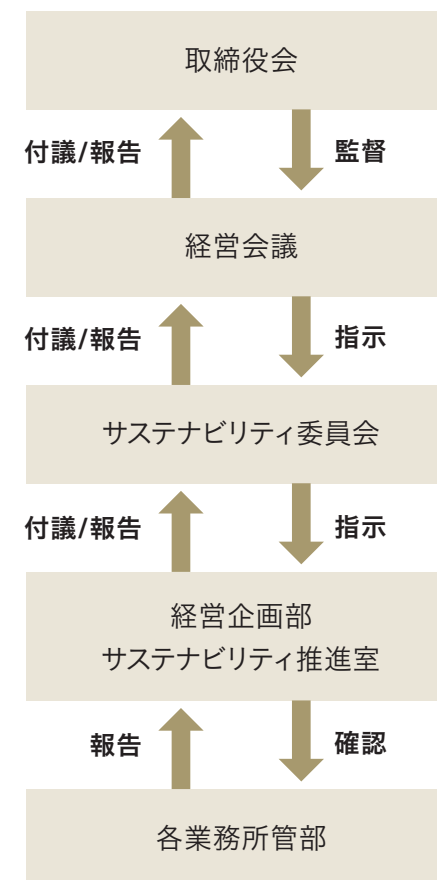
[https://www.jp-bank.jp/panpost.jp/sustainability/report/pdf/human-rights\\_report2025.pdf](https://www.jp-bank.jp/panpost.jp/sustainability/report/pdf/human-rights_report2025.pdf)

2025

### サステナビリティ経営を推進する体制

当行では、サステナビリティに係る取り組みを、中期経営計画や年度別経営計画に組み込むことによって、事業戦略とサステナビリティを一体的に推進しています。また、役員（すべての執行役）の業績連動報酬にサステナビリティに係る評価項目を組み込むなど、全社的にサステナビリティを推進する体制を構築しています。

### ガバナンス体制



### <2024年度 議論状況>

|    |             | 決議事項／協議事項                                                    | 報告事項                                      |
|----|-------------|--------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| 監督 | 取締役会        | 中期経営計画、年度経営計画の策定（サステナビリティ関連のKPI設定）                           | サステナビリティ経営の推進状況（四半期ごとに年度経営計画の推進状況にあわせて報告） |
|    |             | リスクアペタイト・ステートメントの策定（気候変動、自然資本、人権等のサステナビリティに関するリスクをトップリスクに選定） | リスクアペタイト・ステートメントの状況（四半期ごとにトップリスクの再評価を実施）  |
|    |             | サステナビリティの評価項目を含む役員報酬体系の決定（報酬委員会）                             | サステナビリティ経営の推進状況（監査委員会、年1回程度）              |
| 執行 | 経営会議        | 人権方針、環境方針改定案の協議                                              | サステナビリティ委員会における協議・報告事項（年2回）               |
|    | サステナビリティ委員会 | サステナビリティの取り組み状況および2025年度計画について<br>マテリアリティの見直しについて            | 人権デューデリジェンスの実施状況について<br>TNFD提言に基づく開示について  |


 ゆうちょ銀行環境方針 <https://www.jp-bank.jp/panpost.jp/sustainability/environment/management/policy/>  
 ゆうちょ銀行人権方針 <https://www.jp-bank.jp/panpost.jp/sustainability/social/supplychain/policy/>

詳細はP.66