

お客さまとの価値共創



執行役
藤江 純子

お客さまの声が導く未来 — 信頼の絆を深め、選ばれ続ける銀行へ —

当行は、全国津々浦々に広がるネットワークを通じて、お子さまからご高齢の方まで幅広い世代のお客さまにご利用いただいております。この広範な基盤は私たちの誇りであると同時に、大きな責任を伴うものと認識しています。

経営理念である「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。」のもと、一人ひとりのお客さまの声に真摯に耳を傾け、その想いを大切にしています。お客さまの人生のさまざまな場面に寄り添い、共に喜び、共に成長することが当行の使命であると考えています。

これからも常にお客さま本位を徹底し、多くの社員の意見・対話により決定した“ゆうちょらしい接遇”「お客さまに寄り添う対応」、「身近で親しみやすい対応」、「親切で丁寧な対応」を通じて、お客さまとの信頼関係をよりいっそう深めてまいります。

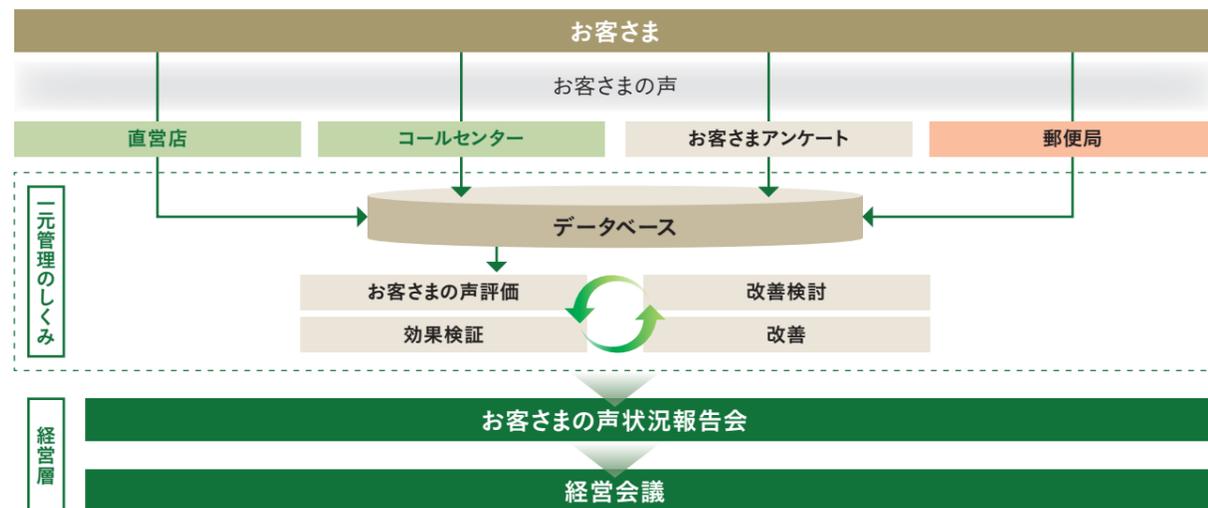
変化の激しい時代においても、お客さまの多様なニーズに応え、地域社会の発展に貢献することで、これからも「選ばれ続ける銀行」となるべく取り組んでまいります。

お客さまの声を企業活動に活かすしくみ

店舗や郵便局、コールセンター等にお寄せいただいたお客さまの声は、下図のとおり本社お客さまサービス統括部で一元的に管理し、商品・サービスの改善に活用するとともに、代表執行役社長が委員長を務める「お客さまの声状況報告会」

や「経営会議」等に報告しています。

また、2024年9月に実施したお客さま満足度調査においては、約75%のお客さまから、当行のサービスに満足しているとお答えいただきました。



お客さまの声からの商品・サービス改善事例

お客さまの声	改善内容
JP BANKカードのデザインをカッコよくしてほしい	シンプルでスタイリッシュなデザインに変更 また、より安心・安全にご利用いただくため、カード情報を裏面に集約
ゆうちょダイレクトの操作画面を分かりやすくしてほしい	お客さまの利便性向上等のため、ゆうちょダイレクトの画面デザインを一部変更（スムーズにログインできるようボタン等のレイアウトを変更）
他の金融機関からゆうちょ銀行に振り込む際の店名・口座番号を分かりやすくしてほしい	Webサイトに記号番号から店名・口座番号への読み替え案内を掲載

地域社会との価値共創

ゆうちょマチオモイカレンダー

当行では、全国のクリエイターが故郷や自分にとって大切なマチを表現する展覧会活動「わたしのマチオモイ帖」とタッグを組み、全国各地の情景や町への想いを綴った「ゆうちょマチオモイカレンダー」を発行しています。

「地域のあたたかみを感じられる」、「ゆうちょに親近感を持つようになった」など、お客さまの声をいただきながら、2013年から制作を続けています。

全国のゆうちょ銀行や郵便局等で配布するほか、児童養護施設にもお送りしています。



ゆうちょマチオモイカレンダー2025

障がい者アーティスト

当行は、障がい者の自立支援の一助とするため、障がい者アーティストの作品を使用した物品を店舗等で配布し、2017年度からは、毎年、展示会も開催するなど、素晴らしい才能を持つアーティストに、作品発表の機会を提供しています。

2024年度は、JPタワー前地下広場（丸の内）で展示会を開催しました。



JPタワー前地下広場（丸の内）での展示会の様子

金融教育

経済のグローバル化やキャッシュレス決済の普及、成年年齢引き下げ等により、金融教育の重要性はますます高まっています。

当行では、小中高生を対象に、学校への出前授業等の金融教室を開催しています。オリジナルの教材を使用して、お金の大切さ、お金との付き合い方を伝えることで、子どもたちが正しい金銭感覚を身に付けることができるよう育成をお手伝いしています。

2024年度は、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。

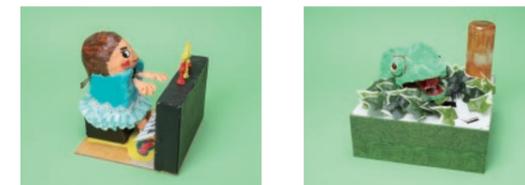


郵政博物館での「ゆうちょ金融教室」の様子

ゆうちょアイデア貯金箱コンクール

貯金箱の作製を通じて、子どもたちの創造力を伸ばすこと、貯蓄への関心を持ってもらうことを目的として、1975年から実施しています。2024年度は、415,706点の応募作品から240作品を選出し、全国で展示会を開催しました。

参加作品1点につき10円、総額4,157,060円を公益財団法人日本ユニセフ協会、JICAおよび公益財団法人ジョイセフに寄付しています。



「ゆうちょアイデア貯金箱コンクール」入賞作品

社員との価値共創（人的資本経営）



執行役
山本 浩和

今年、創業150周年の節目を迎えましたが、150年の長きにわたり事業を継続できたのは、先人が築いた「親しみやすい」、「安心・安全」といった信頼のブランドの賜物だと考えています。当行のパーパス「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。」は、近江商人の経営哲学である「三方よし」に通ずるものであり、これまで以上にパーパスを意識して人的資本経営を推進していきます。その過程で何よりも重要なことは、競争力・価値創造の源泉である社員一人ひとりが心身ともに健康であること、能力を最大限発揮できる環境と組織風土づくりだと考えています。

人事戦略の基本的考え方は、多様な人材とともに「いきいき・わくわく」に満ちた会社を築くことであり、これまで働き方改革、DE&I推進、組織風土改革、ウェルビーイング向上などの取り組みを通じ、エンゲージメントの向上に注力してきたところです。

今年は人的資本経営に本格着手して3年目を迎えます。この2年間で社内の人的資本経営への理解が深まり、多様な働き方も浸透してきました。社員のチャレンジも増え、成長も実感しています。

その一方で、多くの課題も見えてきました。そのひとつの事例がシニア人材の活躍領域の拡大です。この課題解決に向け、今年度からダイバーシティ推進部にキャリア相談やキャリア自律の支援を行うキャリアアドバイザー8名を新たに配置しました。シニア人材がこれまで培った知識・経験を活かして活躍することは、中堅層や若年層社員に良い影響を与え、組織力の向上に資すると考えています。

多くの社員が「働きやすさ」と「働きがい」を実感できるよう、経営戦略と連動した人事制度、キャリア支援などの人材投資に努め、社員一人ひとりが「いきいき・わくわく」活躍できる職場を社員とともに築き、お客さまと地域の発展に貢献してまいります。



経営戦略を実現するための人材像

ゆうちょのパーパス・経営理念・ミッションに共感し、その実現に向けて、変化を捉え自ら志高く学びながら金融革新に挑戦する人材

リテールビジネスの変革	マーケットビジネスの深化	Σビジネスの本格始動	経営基盤の強化
<ul style="list-style-type: none"> AI等のデジタル技術を活用し、サービス・業務の変革に挑戦する人材 お客さまニーズに合う最適な商品・サービスを提案できる人材 	<ul style="list-style-type: none"> 高度な専門性と知見を持った運用・ALM・リスク管理人材 	<ul style="list-style-type: none"> 地域の課題把握・ソリューション提供等により、投資先・地域社会の成長を支援する人材 	<ul style="list-style-type: none"> 各種専門性を高め、業務の高度化・効率化に挑戦する人材

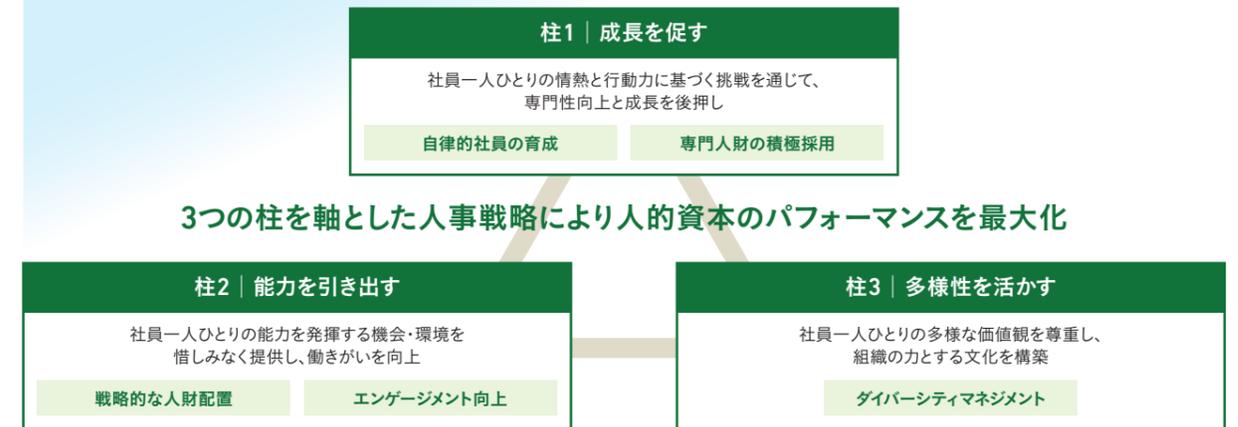


人事戦略

人事戦略の基本的考え方

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、多様な人材が活躍する「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。



3つの柱	2022年度 (実績)	2023年度 (実績)	2024年度 (実績)	2025年度 (目標)		
成長を促す	市場運用プロフェッショナル職人数*1	91名	97名	90名	105名	
	他企業への派遣(Σビジネス関連)	19名	24名	29名	30名程度	
	他企業への派遣(その他)	68名	86名	83名	80名程度	
	ITパスポート本社取得率 ※情報処理技術者試験等含む	10.6%	33.2%	49.4%	100%	
	DX研修受講率(本社)	95.6%	97.4%	99.2%	100%	
	キャリアチャレンジ応募者数	193名	206名	196名	100名以上	
	FP2級以上取得率(営業店コンサルタント)	71.2%	73.6%	75.1%	80%	
	能力を引き出す	社員総合満足度	67.4%	67.3%	65.5%	70%以上
		健康経営®(ハイリスク者の社員割合)*2	0.62%	0.90%	0.98%	0.9%以下
		健康経営®(特定保健指導脱出率)*2	25.1%	32.2%	21.0%	24%以上
健康経営®イベント参加率*2		14.9%	15.8%	23.8%	30%	
多様性を活かす	女性管理者数比率*1	17.5%	18.4%	19.8%	20%	
	障がい者雇用率*3	2.72%	2.94%	3.00%	3.0%以上	
	育児休業取得率*4	100%	100%	99.7%	100%程度	
	男性育児休業取得率(4週間以上)	59.1%	65.0%	78.8%	50%以上	

一人あたりの生産性向上

チャレンジ意欲の向上

多様な視点からのサービス提供

パーパス・経営理念の実現

*1 次年度4月1日現在 *2 「健康経営®」は、NPO法人健康経営研究会の登録商標です。 *3 各年度6月1日現在 *4 2024年度の男性育児休業取得率は100%

Column

日本郵政グループ人事方針

経営戦略と人事戦略を実現するための基本的な方向性を定めるものとして「グループ人事方針」を策定しています。注力すべき項目として、目指す姿としての「誇りとやりがい」、その達成のための3つの軸、「異なる互いを認め合う」、「能力を高める」、「強みを発揮する」という4要素を抽出し、具体的な指標および目標の整理をしています。

主な指標および目標	2024年度実績*1
社員エンゲージメント(誇りとやりがい)スコア*2:前年度スコア以上	3.39pt
男性育児平均日数:1か月以上	44.9日
本社女性管理者数比率:30%(2031年4月1日時点)	18.0%(2025年4月1日現在)
グループ内社内公募人数*3:前年度以上	90人
適所適材スコア*2:前年度スコア以上	2.51pt
年休取得平均日数:18日以上	19.7日

*1 日本郵政グループ全体の実績 *2 2023年度から調査開始。5段階(1~5)で評価 *3 2022年度から本社組織間で実施。2024年度からフロント組織も含め全社的に実施

*「社員との価値共創(人的資本経営)」に掲載している数値は「DX研修受講率」を除き、すべて単位未満の端数を四捨五入して算出

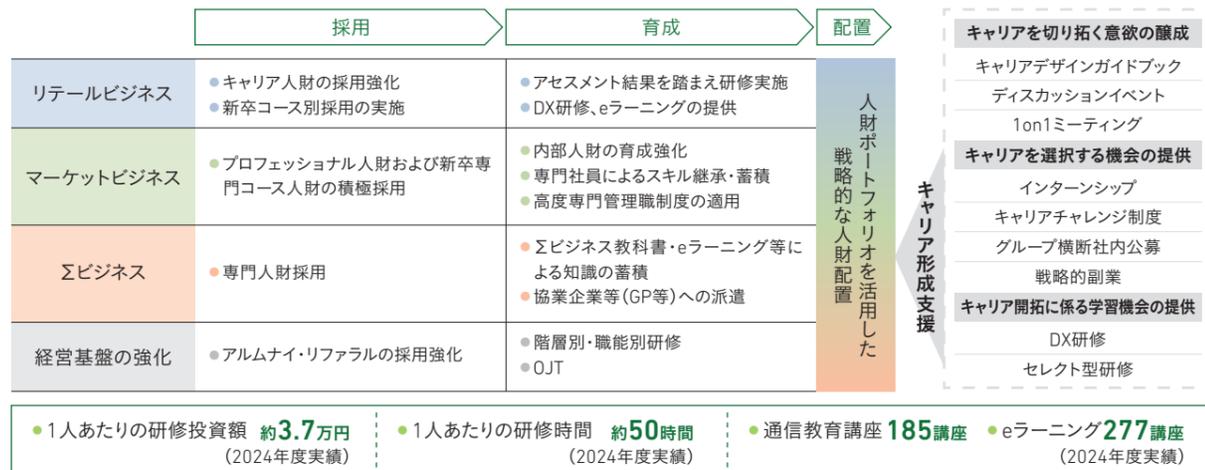
Pillar1 成長を促す

自律的社員の育成・専門人財の積極採用

中期経営計画のスローガンである「信頼を深め、金融革新に挑戦」の実現に向けては、社員一人ひとりが自らのキャリアを考え行動するとともに、会社が社員の挑戦を後押しすることが不可欠と考えています。このような考えのもと、キャリアを切り拓く意欲を醸成し、キャリアを選択する機会や学習機会の提供を行うことで、自律的な社員の育成・

注力ポイント ●社員一人ひとりに向き合った丁寧なキャリア支援 ●3つのビジネス戦略に向けた人財育成 等

環境整備に取り組んでいます。取り組みの結果、2020年度に開始したキャリアチャレンジ制度について、過去3年間の応募者数は200名程度で推移しております。今後は対象部署の拡大等により、自律的社員を増やしていくとともに組織の活性化を図っていきます。



DX人財の育成

“リアル×デジタルの融合”や、新たなビジネスの創出、サービス・業務を改善・改革し、競争優位の企業体質を実現するために、DX人財の育成に取り組んでいます。

具体的には、基本知識の習得からデータ分析、デジタル思考などレベルに応じた研修を実施しています。本社社員においては、2025年度中にLv1までを全員が受講することを目標に取り組みを進めています。

加えて、デジタル関連部署においては、社外事例や最先端技術に係る情報収集、視座を高めることを目的とした他社への越境研修・海外視察等も実施しており、サービス単位でのDX人財の育成も推進しています。

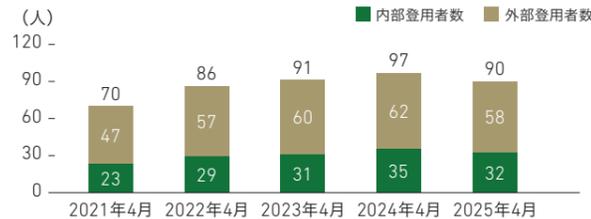
プロフェッショナル人財の採用・積極登用

市場運用の体制強化のため、プロフェッショナル職制度を導入し、専門人財の採用を推進しています。また、新卒採用においてもインターンシップを拡充し、市場運用実務を経験する機会を設け、専門性の高い人財の採用につなげています。

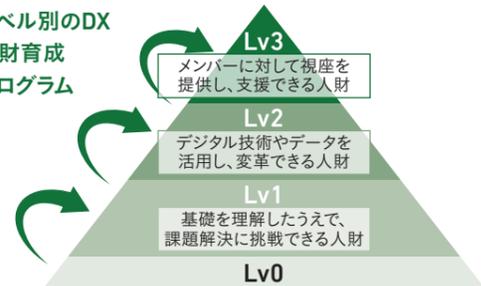
あわせて、社内人財の育成にも注力しており、研修プログラムの充実や関係部署間のデスクローテーション等により専門スキルの付与を行っております。

また、2024年度から市場運用リスク管理・ALMの分野において、高度専門管理職制度を導入し、特に高度かつ専門的な知識を有する人財の拡大に努めています。

市場運用プロフェッショナル職人員数



レベル別のDX人財育成プログラム



Σビジネスの他企業への出向派遣

Σビジネスの推進に向け、当該ビジネスに共感し、挑戦意欲のある社員を中核人財として育成しています。具体的には、キャリアチャレンジ制度やOJTを通じた社内育成に加え、協業企業等(GP等)への派遣を通じた新たな知見や実務経験の蓄積、多様な人財とのネットワーク構築に取り組んでいます。

キャリアチャレンジ制度でΣビジネス業務を経験した社員は、地域の中核人財として実務に携わるとともに、社内人財の育成にも注力しています。

Σビジネス関連の出向派遣数



Pillar2 能力を引き出す

戦略的な人財配置

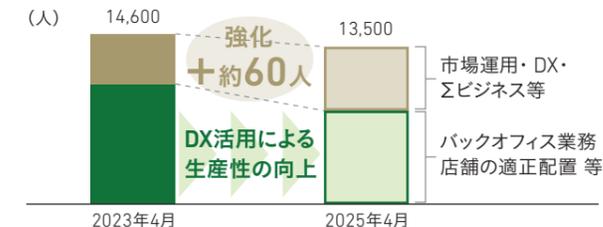
注力ポイント ●人財ポートフォリオに基づく戦略的な採用・育成・配置

中期経営計画に基づき、最適な人財ポートフォリオの構築に取り組んでいます。具体的にはDXを活用した全社的な効率化を推進しつつ、市場運用、DX、Σビジネス等の強化分野に人財をシフトしています。

また、各分野で必要なスキルの洗い出しにより、2,000項目を超えるスキルを定義・整理しています。それらをタレントマネジメントシステムに投入することで、スキル・経験等の見える化も進めています。

これらの情報を活用し、「量」・「質」の両面から人財ポートフォリオを充足すべく、社員の採用・育成・配置に取り組んでいます。

人員計画



エンゲージメントの向上

注力ポイント ●将来ビジョンの社員への浸透 ●社員のやりがい・働きがいの向上

社員が会社の理念に共感し、やりがいをもって働ける職場づくりの実現に向け、社員一人ひとりの意識と組織の抱える課題を測定・把握するためにエンゲージメント調査を実施しています。調査結果から明確となった「将来ビジョンへの理解」や「新たなアイデアを踏まえた仕事の進め方」といった課題については、社長自らが先頭に立ち、社員と積極的にコミュニケーションを図りながら、改善活動を進めています。

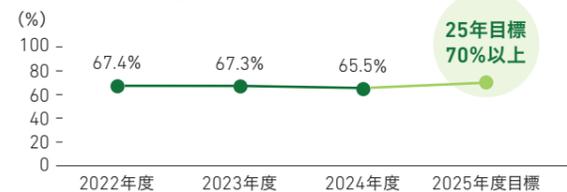
具体的には、タウンホールミーティングを開催し、経営層が今後の

経営戦略や方向性を具体的に語り、社員と双方向のコミュニケーションを行うことで、将来ビジョンへの理解を促進しています。

また、表彰施策に「チャレンジ部門・アイデア部門」を取り入れ、新しいアイデアや工夫を凝らした取り組みを表彰することで社員の挑戦意欲の醸成に取り組んでおります。

今後も課題に対してスピーディに対応し、社員がやりがいをもって働くことのできる環境を構築していきます。

総合満足度推移(エンゲージメント調査結果より)



当今の課題(エンゲージメント調査結果より)

項目	2023年度	2024年度	前年度比
未来認識	平均3.2	平均2.9	▲0.3
仕事の進め方	平均3.1	平均3.0	▲0.1
ロールモデル	平均3.2	平均3.1	▲0.1

※ 下位の3項目 ※ 5段階(1~5)で評価

健康経営®の推進

注力ポイント ●各年代に応じた健康経営の推進

社員のウェルビーイングを向上させ、「いきいき・わくわく」と働いてもらうことが会社の生産性向上・組織の成長につながるという考えのもと、年代ごとの課題に応じた健康経営を推進しています。

また、テレワークや勤務間インターバル、フレックスタイム制度の拡大

など、柔軟な働き方を進めることで、メリハリをきかせ、生産性向上や付加価値の高い仕事につなげています。

これらの取り組みの結果、4年連続で「健康経営優良法人2025(大規模法人部門(ホワイト500))」に認定されています。

※「健康経営®」は、NPO法人健康経営研究会の登録商標です。

身体的健康	心理的健康	経済的健康
●医療機関の受診勧奨・保健指導 ●ウォーキングイベント ●柔軟な働き方の推進 ●禁煙サポート	●社内相談員(サポートスタッフ)配置 ●メンタルヘルスケアに係る各種研修 ●パルスサーベイ	●ファイナンシャル・ウェルネス ●福利厚生制度の充実、資産形成セミナー

●平均時間外労働時間数*	6.7時間 (2024年度実績)
※ 年度単位で集計した月平均時間外労働時間数	
●1人あたり有給休暇平均取得日数	19.3日 (2024年度実績)
●1人あたり有給休暇平均取得率	97.5% (2024年度実績)

TOPICS



葛飾新宿店

ウォーキングフェスタを開催 — 店舗一丸となって参加した葛飾新宿店 —

葛飾新宿店では、店長から社員に「普段の生活スタイルの中で無理なく参加しよう」と呼びかけがあり、店舗内14名全員でウォーキングフェスタに参加しました。

当店は、駅から少し距離がありますが、徒歩で通勤する社員が多く、夏はみんな汗をかきながら歩いて、自然と健康促進につながっていると実感しています。ウォーキング中は、一日の予

定を思い起こしたり、その日の出来事を振り返ったりと仕事とプライベートの切り替えをうまくできるようになりました。

また、日々の会話の中で、歩数などについて社員同士で話すことが自然と増え、コミュニケーション面でもよい影響があったことを実感しました。今後も健康のためにできることを日ごろからコツコツと続けていきたいと思ひます。

Pillar3 多様性を活かす

DE&Iの推進

注力ポイント

● リーダー層に対する継続的な意識醸成 等



ダイバーシティ推進部長

齋藤 美香子

多様化するお客さまニーズに応え、成長し続けていくためには、経営やサービスに多様な視点を取り入れることが不可欠だと考えています。当行では2016年にダイバーシティ推進部を設置し、DE&Iの取り組みを進めてきました。その中でも、さまざまな経験を持つメンバーによる「ダイバーシティ・コミッティ」活動の活性化や、1on1によるコミュニケーションの充実が、社員一人ひとりの個性を活かすしくみづくりにつながっています。

また、DE&Iのさらなる理解浸透のため、経営層と外部有識者との対話の実施や、ウェルビーイングをテーマとした全社イベントでの経営層のメッセージ発信など、経営層からDE&I推進について考え、共有する機会を増やしています。

さらに、社員向けヘルスケアサービスも導入し、社員一人ひとりがダイバーシティやウェルビーイングについて自律的に学べ、必要な情報を得られる環境づくりを進めています。

多様化するお客さまニーズに応え、成長し続けていくためには、経営やサービスに多様な視点を取り入れることが不可欠だと考えています。

当行では2016年にダイバーシティ推進部を設置し、DE&Iの取り組みを進めてきました。

その中でも、さまざまな経験を持つメンバーによる「ダイバーシティ・コミッティ」活動の活性化や、1on1によるコミュニケーションの充実が、社員一人ひとりの個性を活かすしくみづくりにつながっています。

女性活躍推進

生活者の視点に立ったサービスを提供し続けるために、社員の4割強を占める女性の活躍は欠かせません。

2026年4月までに女性管理者数比率20%という目標を掲げ、①上司・社内の意識改革、②女性リーダーの育成、③活躍支援・環境整備を中心に取り組みを進めています。

2024年には、女性役員・部長層による女性リーダーネットワークを組成し、次世代女性リーダー育成に向けた課題の洗い出し・解決方法の議論を深めることで、キャリア支援施策等の充実を図っています。【詳細はP.64】

また、上司であるリーダー層に対する継続的な意識醸成が必要と認識し、リーダー層向け研修を実施しました。研修受講後、部下の女性社員一人ひとりと対話し、個別の育成プランを作成しました。

こうした取り組みの結果、2025年4月現在の女性管理者数比率は19.8%となっています。

社員構成(正社員・再雇用社員に対する役職ごとの男女社員の割合)



ロードマップ



VOICE



お客さまサービス統括部 コールセンター室 室長 濱口 邦恵

2024年度は、コールセンターの運営業務等に従事しながら、女性管理者を対象としたラウンドテーブルや、他部門の部長層の女性との対話施策「ナメの1on1」に参加しました。知見豊かな女性リーダーとの対話の中で、コミュニケーションを大切に、人とのつながりを増やしていくことが、ありがたい姿の実現につながるという気づきを得ました。日々の仕事を大切にし

つつ、一歩踏み出してチャレンジすることが、成長のチャンスにつながると実感しています。コールセンター室長に着任した今年度は、社員自身が「実現したいこと」、「周りに貢献できること」を発見し、一人ひとりがいきいきと働いていけるよう応援していきたいと思っています。

育児休業の取得推進

男女を問わず仕事と家庭の両立を支援する観点から、希望する社員の誰もが家事・育児に参画できるよう、育児休業の取得を積極的に推進しています。

具体的には、育児休業を一部有給化するとともに、体験談を社内報などで紹介することで、育児休業取得が当たり前という風土づくりを進めています。また、2025年10月より育児休業応援一時金の制度を新設し、職場全体でフォローを行うための環境整備も行っています。

2021年度以降、男性育児取得率は100%を維持しており、4週以上の取得率は2024年度において78.8% (平均取得日数:83日) となっています。

注力ポイント

● 男女問わず、育休を取りやすい環境整備の促進

これらの取り組みが評価され、「プラチナくるみん」にも認定されています。

男性育児取得率(4週間以上)・平均取得日数



入社から育休復帰後までの育児に関する支援

入社	妊娠中	育休前	育休中	復帰決定	復帰後
男性育休に関する座談会や社内報での周知		育休前フォロー面談	育休中セミナー	復帰前フォロー面談	復帰後フォローアップ面談
各種制度等の周知	通勤緩和・勤務免除等各種制度	育休いつとる? シート記入	育休者等交流サイト	自己啓発支援 (eラーニング・育休プチMBA)	育児部分休業・子の看護休暇等の各種制度
	育休者向けガイドブック		育休者等交流サイト	パパママパティ	
				一時保育補助	月極保育補助
					育児に関する相談(育児の電話相談・社外カウンセリング等)

多様な人財の活躍

注力ポイント

● シニア社員のキャリア形成支援、活躍領域の拡大 等

シニア人財の活躍

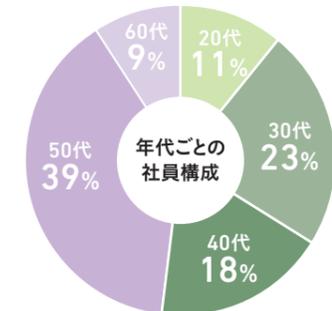
50歳以上の社員が約半数を占める当行が持続的に発展するには、シニア人財の活躍が必要不可欠と考えています。

具体的には、60歳以降のシニア人財に期待する役割を伝えるとともに自身のキャリアを見直す機会として、55〜59歳のプレシニア層に向けたキャリアデザイン研修を実施しています。

また、意欲やスキルのあるシニア人財の活躍推進の一環として、知識・経験を活かし、能力を発揮できるポスト・業務内容等を整理し、個人々のスキルに応じた配置を行っております。

2025年度から、キャリアアドバイザー8名を新たに設置し、キャリア相談やキャリア自律の支援に注力しております。

今後もセルフキャリアドックの導入やリスク環境の整備など、キャリア形成支援や活躍領域拡大を進めています。



※2025年4月現在の社員構成(正社員・再雇用社員)

障がい者雇用の促進

障がいのある方の就労機会の提供と定着を目的に2010年に「ゆうちょ銀行ありがとうセンター」を設立・運営しています。同センターでは、お客さまにお渡しするキャンディの袋詰めから発送作業等を行っています。

また、同センターと交流を深める研修により障がいに対する理解促進やノーマライゼーション意識の向上にも取り組んでいます。こうした取り組みにより、2024年6月現在で障がい者雇用率は3.0%を達成しております。

今後も相互理解を深めることで、多様なバックグラウンドを持つ社員、その一人ひとりがいきいきと働ける職場環境づくりを促進していきます。

LGBTQ+の理解促進

誰もが安心して活躍できる職場づくりとして、TokyoPrideへの協賛やAllyステッカーの配布を行っています。

あわせて、ダイバーシティの取り組みについてグループ各社や労働組合とも議論・共有するとともに、評価反省を実施しています。

また、人事制度上の配偶者の定義に同性パートナーを含めており、結婚休暇、扶養手当、世帯住宅等を利用できる制度を整備しています。

こうした取り組みの結果、「PRIDE指標」においても、最高評価のゴールドを7年連続で受賞しています。

Start!
女性リーダーネットワークの1年

2月 2024年

女性リーダーネットワーク発足

本社女性役員、部長およびリーダー層17名でネットワークを発足し、2024年度は24名で活動しています。DE&I推進、特に次世代女性リーダーの育成を目指し、毎月ディスカッションを実施しています。発足1年ながら、さまざまな施策を企画・実行しています。

【1年間の主な議論内容】
 ・リーダー層の意識改革
 ・制度の充実・利用促進
 ・女性の昇進意欲向上 等



女性リーダーネットワークメンバー ※2025年4月現在

石川麻理 鹿島恵美子 齋藤美香子 登根さやか 菱沼美子 森はるか
 伊藤優 岸悦子 榊原奈緒 中野和美 福井聡子 柳井瑞穂
 上田千鶴 倉澤慶子 清家智子 中村貴世美 藤江純子 吉田優子
 岡田恵子 黒宮裕子 竹中文 西村満美子 堀田あずさ (敬称略)
 小野麻美 小林真理子 附田美保子 濱口邦恵 森田朱美 (五十音順)

メンバー 28名



8~11月 女性マネジャーキャリアセッション(ラウンドテーブル形式) **140名**

多様なロールモデルの認知拡大、主体的なキャリア形成への意識付けを目的とし、ネットワークメンバーが、管理者のひとつ前の役職であるマネジャーからの質問にも答えながら自身の経験やキャリア形成への想いを語りました。

本社女性マネジャー 140名

11月 女性社外取締役(加藤取締役、佐藤取締役)とのラウンドテーブル

キャリアをテーマにお二人にご講演いただくとともに、女性活躍推進の取り組みや、プラチナ企業になるための考え方等について活発な意見交換を行いました。



1月 2025年度~ **本社ナナメの1on1** **23名** さらに議論は続きます

通常直属の上司・部下で実施する1on1を、ネットワークメンバーと女性管理者等が、部を跨いだナナメの関係で実施。フラットな関係で参加者に寄り添い、成長を支援しています。

①管理者層への意識啓発 ②多様なロールモデルの認知
 ③個人のキャリア自律支援 ④育休中社員へのフォロー強化
 ⑤性別役割分担意識の払しょく 等

新たなメンバーを加えた28名で女性活躍に向けた施策を検討していきます。

社内報

組織間の連携強化・コミュニケーションの活性化を目的として、WEB社内報「ゆうちょLife」を活用しています。単なる人物紹介にとどまらず、個々の社員が、「ゆうちょらしさ」とは何かについて考え、働くうえで大切にしている価値観や想いを共有しています。社内アンケートでは、約4割の社員が社内報を通じて「他組織の業務に関する理解を深めた」と回答するな

ど、社員のエンゲージメント向上につながっています。



社長直通ご意見箱

2020年9月に「社長直通ご意見箱」を設置し、組織間の連携強化・コミュニケーションの活性化を進めてきました。ご意見箱に寄せられた率直な意見は、社長自らが改善の指示を

行うなど、経営陣で共有・改善検討を行い、商品・サービスの改善や風通しの良い職場環境整備等に活用しています。

キャリアディスカッション

自主的・自律的なキャリア形成のきっかけづくりとして、キャリアディスカッションを定期的に開催しています。社員の多様

な経験や経歴等をインタビュー形式で発信していくことで、キャリアを考える機会の提供を行っています。

過去のディスカッション例

実施日	概要
2023年11月14日	社員の自主的・自律的なキャリア形成支援のため、法政大学教授 田中 研之輔氏に、「キャリアオーナーシップ(=自分で自分のキャリアの舵を取ること)」についてご講演いただき、キャリアディスカッションを実施。
2024年8月20日	他社を経験したからこそ得られた知見・視座などを知る機会として、他社出向を経験した社員間でのキャリアディスカッションを実施。
2024年11月26日	アルムナイ*出身である社員間でのキャリアディスカッションを実施。一度退職したからこそ分かる当行の魅力など、さまざまな角度からお話いただきました。 *企業を退職した元社員と退職後も関係を維持し、相互にメリットを得るしくみや取り組みのこと。



キャリアチャレンジ制度

社員が自分自身で描いたキャリアを選択・実現する機会として、社内公募による部署異動が可能なキャリアチャレンジ制度を導入しております。自ら新たな部署に挑戦する社員は年々

増加しており、挑戦意欲の醸成や個人と組織の成長につながっています。

VOICE



近畿エリア本部事務管理部 銅馬 まゆみ

「キャリアについて主体的に考え行動しないといけない」と思う気持ちが強くなり、直営店で培った経験や知識等を活かしながら、仕事の幅や視野を広げたい、経験したことのない新しい業務に挑戦しステップアップしたい、との思いから、エリア本部へのキャリアチャレンジ制度に応募しました。

エリア本部で求められている人物像に近づく

ため、自己研鑽に励み、幅広い分野の資格を取得したり、企業分析のための情報収集を行ったりして、自分が会社にどのように貢献できるか考えました。新しいことに挑戦するには勇気が必要ですが、チャレンジすることで得られる気づきがあり、今後のキャリアプランや自分自身を見つめ直すきっかけになりました。挑戦した経験は今後の強みになると思っています。

環境への取り組みによる価値共創 (TCFD・TNFD対応)

当行は、気候変動や自然資本・生物多様性に係る主なリスクとして、取り組みが不十分なことによる社会的評価の低下や保有する有価証券等の価値低下、主な機会(ビジネスチャンス)として、グリーンボンドなどへの投資機会の増加を想定しています。これらのリスクを適切に軽減し、機会を獲得していくため、GHG排出量の削減やサステナブルファイナンス推進に関する目標を定め、ロードマップを公表するなど、さまざまな取り組みを進めています。

ガバナンス体制の構築

ガバナンス体制はP.31

気候変動や自然資本・生物多様性に係る取り組みについては、経営企画部サステナビリティ推進室が中心となり推進し、サステナビリティ委員会、経営会議、取締役会へ付議・報告しており、取締役会がリスクと機会への対応状況を監督する体制となっています。

役員報酬へのESG指標反映

当行は、業績連動型の役員(執行役)報酬制度を導入しており、2024年度から新たに業績に連動した金銭報酬制度(年次賞与)を導入しました。

年次賞与の15%をESG関連のKPI達成状況によって評価しており、ESGに関する指標は、代表執行役社長を含む全執行役に適用されています。 [詳細はP.85-86](#)

自然資本・生物多様性保全への取り組み

<https://www.jp-bank-japanpost.jp/sustainability/environment/biodiversity/>

環境に関する社会貢献活動

<https://www.jp-bank-japanpost.jp/sustainability/environment/social-contributions/>

戦略

ネットゼロ、ネイチャーポジティブ実現に向けたロードマップ

[年度]	▼ネットゼロ宣言					中計最終年 2025	中間目標 2030	最終目標 2050
	2019	2020	2021	2022	2023			
GHG排出量のネットゼロ								
自社排出量 (Scope 1、2) ^{※1} [万t-CO ₂]	4.8	4.4	4.3	2.4	1.9		2019年度比 ▲60%	ネットゼロ
投資ポートフォリオ排出量 (Scope 3 カテゴリ15) ^{※1、2}								
すべてのセクター								
絶対量 ^{※2} [百万t-CO ₂]			48	47	39			
投資単位あたり ^{※2} [t-CO ₂ /億円]	120	99	85	81	67		2019年度比 ▲50%	
脱炭素、ネイチャーポジティブを後押しするファイナンス								
ESGテーマ型投資残高 [兆円]		1.2	2.1	3.2	4.6	7		
石炭火力発電所の建設を用途とするプロジェクトファイナンス残高								

※1 自社排出量および投資ポートフォリオ排出量は単位未満の端数を四捨五入して算出。

※2 投資ポートフォリオ排出量は、今後、排出量データ取得ベンダの変更や算出方法の改善等を行った場合、過去に遡って修正する可能性があります。上表の値は帰属係数の企業価値を簿価で計算しています。

機関投資家としての取り組み

● ESG投資方針

「ゆうちょ銀行環境方針」や「ゆうちょ銀行人権方針」に基づき、気候変動や生物多様性等の環境問題や、人権侵害等

の社会問題に適切に対応するとともに、中長期的に安定したリターンの確保・リスクの低減を図るため、ESG投資方針を制定しています。

ESG投資方針 (緑太文字は自然資本へのインパクトも踏まえて設定)	対象アセット
セクター横断的な禁止方針 ●違法または違法目的の事業 ●公序良俗に反する事業 ●ラムサール条約指定湿地へ負の影響を与える事業 ●ユネスコ指定世界遺産へ負の影響を与える事業 ●ワシントン条約に違反する事業 ●強制労働・児童労働・人身取引を行っている事業	●企業融資 ●プロジェクトファイナンス
特定セクターに対する方針 (禁止または慎重に検討) ●兵器製造(クラスター弾) ●兵器製造(クラスター弾以外) ●石炭火力発電 ●炭鉱採掘(一般炭) ●石油・ガス(オイルサンド、北極圏の開発、シェールオイル・ガス、パイプライン敷設) ●パーム油 ●森林伐採 ●大規模水力発電	●すべての投融資 ●企業融資 ●プロジェクトファイナンス

● ESGインテグレーション

当行の投融資のプロセスにおいて、投融資先の信用力評価を行う際に環境/社会/ガバナンスの取り組み状況を確認し、

信用力に影響を与え得るものを定性的な評価要素のひとつとして考慮しています。

● エンゲージメント事例

企業	テーマ	対話内容
ガスA社	気候変動	排出量削減の課題(技術開発、バリューチェーン)を確認。トランジションに伴うScope 1・2の増加見込みに係る開示を依頼。気候変動に伴う財務影響や、開示を拡充すべき内容について意見交換を実施。
電力B社	気候変動	目標達成に向けた取り組みの進捗状況を確認。再生可能エネルギーの拡大余地について確認・意見交換を実施。
食料品C社	自然資本	依存・影響が大きいカテゴリの特定状況や、リスク・機会の分析状況を確認。リサイクルに係る取り組み状況を確認。財務(資本支出)への影響や、今後の研究開発に関して意見交換。

● 事業会社としての取り組み

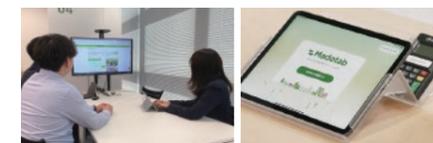
当行では、2022年度までに自保有施設の電力を再生可能エネルギーへ切り替えました。当行は日本郵便が保有する施設に入居してい

ることから、今後は日本郵便の電力再生エネ化を後押しするとともに、営業活動用四輪車両(ガソリン車)のEV/HV車など環境配慮型の車両への切り替えを通じて、自社排出量の削減につなげていきます。

● ペーパーレス化による生産性向上、業務効率化

社内で使用するコピー用紙を削減し、業務の生産性を向上させるため、経営層が出席する主要会議のペーパーレス化や、本社内の会議スペースへのモニター配備など、各種施策を進めています。

また、窓口業務で使用する帳票使用量を削減し、窓口業務の効率化を推進するため、セルフ型営業店端末を導入しているほか、紙の通帳を発行せずにWeb上で現在高照会などが行える、無通帳型総合口座をご用意しています。



会議スペースへのモニター配備

セルフ型営業店端末「Madotab」

● 資源循環型ATM導入を通じたサーキュラーエコノミー(循環型経済)への貢献

2025年1月から、環境に配慮した新型ATM(資源循環型ATM)への入れ替えを行っており、撤去された使用済ATMから部品やユニットを回収し、再生プロセスを経て品質を確保した再利用部品(再生部品)を使用しています。この取り組みは、自然資本へのインパクト軽減、サーキュラーエコノミーの実現に貢献しています。また、新型ATMは入れ替え前のATMより電力使用量を抑えることができ、経費削減にも貢献しています。

※「循環型社会に貢献」ラベルは、日立チャネルソリューションズ株式会社の登録商標です。



● コスト削減効果を環境保護に活かす施策(ゆうちょエコ・コミュニケーション)

環境負荷を低減する事業活動に伴うコスト削減分の一部を、地域住民とともに環境保全活動を行うNGOに寄付することによって、地域社会・地域住民の相互コミュニケーションを深め、地域社会の持続的発展に貢献することを目指していきます。



「里山倶楽部(大阪府)里山保全活動」

リスク管理

気候関連リスク、自然関連リスクが当行に与える影響

気候関連リスクや自然関連リスクは、それぞれ物理的リスクと移行リスクに区分され、信用リスク・市場リスク、流動性リスク

スク、オペレーショナル・リスク、レピュテーションリスクとして当行へ影響します。

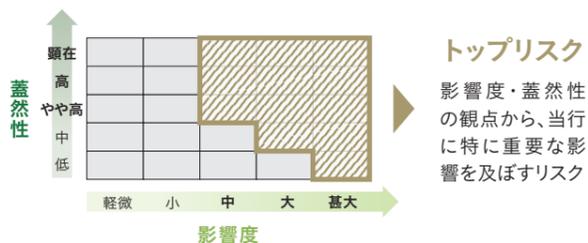
(短期:1年以内、中期:1~5年、長期:5年以上)

金融リスク カテゴリ	気候関連リスク		自然関連リスク	
	物理的リスク	移行リスク	物理的リスク	移行リスク
信用リスク 市場リスク※1	<ul style="list-style-type: none"> 台風・洪水等によって、投融資先設備に損害が発生した結果、投融資先の業績/信用力が悪化し、当行が保有する有価証券価値が低下 	<ul style="list-style-type: none"> 気候関連の事業環境変化※2によって、投融資先の業績/信用力が悪化し、当行が保有する有価証券価値が低下 	<ul style="list-style-type: none"> 自然の変化に伴う洪水、森林火災等によって、投融資先設備に損害が発生した結果、投融資先の業績/信用力が悪化し、当行が保有する有価証券価値が低下 	<ul style="list-style-type: none"> 自然関連の事業環境変化※3によって、投融資先の業績/信用力が悪化し、当行が保有する有価証券価値が低下
流動性リスク	<ul style="list-style-type: none"> 台風・洪水等による、修繕資金需要の高まりに伴い、資金流出が増加 	<ul style="list-style-type: none"> 気候関連の事業環境変化※2への対応が遅れることによって、資金調達コストが上昇 	<ul style="list-style-type: none"> 自然の変化に伴う洪水、森林火災等によって、修繕資金需要が高まり、資金流出が増加 	<ul style="list-style-type: none"> 自然関連の事業環境変化※3への対応が遅れることによって、資金調達コストが上昇
オペレーショナル・リスク	<ul style="list-style-type: none"> 台風・洪水等による、設備毀損、事業中断 	<ul style="list-style-type: none"> 気候関連の事業環境変化※2によって、当行の対応コストが増加 	<ul style="list-style-type: none"> 自然の変化に伴う洪水、森林火災等による、設備毀損、事業中断 	<ul style="list-style-type: none"> 自然関連の事業環境変化※3によって、当行の対応コストが増加
レピュテーションリスク	<ul style="list-style-type: none"> 気候変動への対応が不十分なことによる、当行の社会的評価低下 		<ul style="list-style-type: none"> 自然資本への対応が不十分なことによる、当行の社会的評価低下 	

※1 当行の運用資産は、有価証券が大宗であり、信用リスクと市場リスクを一体のものとして記載しています。
 ※2 気候関連の事業環境変化: GHG排出に関する規制強化、既存製品サービスについて低炭素なものへの置き換え、消費者行動の変化、原材料コスト増加。
 ※3 自然関連の事業環境変化: 自然資本回復を目的とした規制強化、既存製品・サービスについて自然への依存/インパクトが低いものへの置き換え、消費者行動の変化、原材料コスト増加等。

リスクアペタイト・フレームワーク(RAF)※の枠組みに統合したリスク管理

当行では、財務健全性を維持しつつ、安定的かつ中長期的な収益を確保するために必要な当行が取得すべき適切なリスクの種類や水準の明確化・見える化のため、リスクアペタイト・フレームワーク(RAF)を導入しており、気候変動や自然関連のリスクについても、同枠組みの中で評価、管理しています。



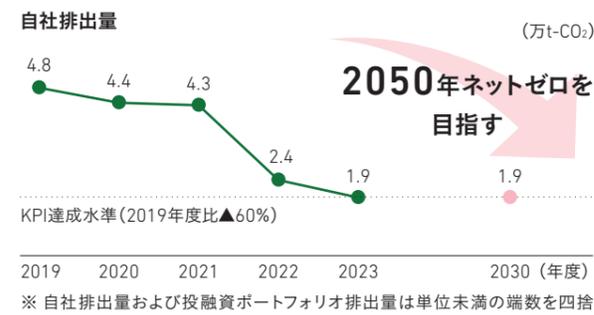
影響度	蓋然性
<ul style="list-style-type: none"> 定量基準として、当行の財務面(当期純利益など)やその他有価証券評価損益へ与える影響額をもとに5段階で評価 定性基準として、業務運行、レピュテーションへの影響の程度をもとに5段階で評価 	<ul style="list-style-type: none"> すでに発生しているか、発生していないが今後どの程度の時間軸で発生し得るかを5段階で評価

※ リスクアペタイト(自社のビジネスモデルの個別性を踏まえたうえで、事業計画達成のために進んで受け入れるべきリスクの種類と総量)を、資本配分や収益最大化を含むリスクテイク方針全般に関する銀行内の共通言語として用いる経営管理の枠組み。

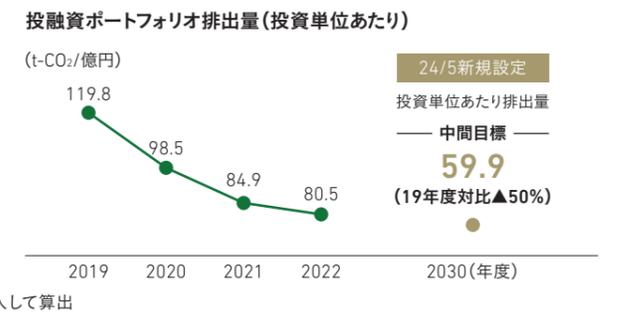
指標と目標

GHG排出量の削減状況

自社排出量(Scope1、2)は、自社施設への再生可能エネルギーの導入などによって順調に削減しており、中間目標の水準(2030年度までに2019年度対比で▲60%)を達成しています。また、投融資ポートフォリオ排出量(Scope3カテゴリ15)についても、投融資先とのエンゲージメントなどを着実に実施した結果、中間目標(2030年度に2019年度対比で



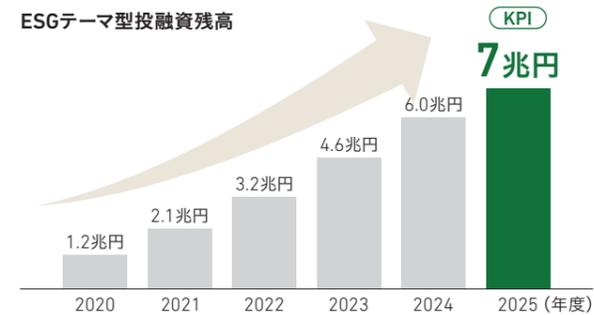
▲50%(投資単位あたり))に向けて、削減傾向を維持していきます。今後もエンゲージメントを通じて脱炭素に向けた投融資先の取り組みを後押しすることが、社会全体のGHG排出量削減や、投融資先のレジリエンス向上(当行の信用/市場リスク軽減)に寄与するという認識のもと、取り組みを推進していきます。



サステナブルファイナンスの推進状況、ポジティブ・インパクトの測定

当行は、中長期的に安定的なリターンを獲得しつつ、ファイナンスを通じて投融資先の社会課題解決に向けた取り組みを後押しするため、2021年度からの中期経営計画において、「ESGテーマ型投融資」の残高目標を設定し、グリーンボンド/ローンやトランジションボンド/ローン等への投融資を推進し

ています。今後見込まれる脱炭素やネイチャーポジティブ実現に向けた資金需要に対し、本邦最大級の機関投資家として積極的に投融資を行うことが、企業価値向上と社会課題解決の両方に資するものと考えています。また、インパクトの創出が、経済の成長・持続可能性に結び付く好循環の実現に向けて、引き続きインパクトの測定・活用的高度化にも努めていきます。



ESGテーマ型投融資を通じて創出したポジティブ・インパクト例	数値
GHG排出削減貢献量	約1,600万トン/年 当行からの資金提供を通じて企業等が実現したGHG排出削減貢献量
削減/回避された水使用量	約43万トン/年 当行からの資金提供を通じて企業等が事業で削減/回避した水使用量
健康増進につながった方	約7,300人/年 当行からの資金提供を通じて実施された事業によって健康増進につながった方
雇用創出	約10,000人/年 当行からの資金提供を通じて実施された事業によって創出された雇用

人権尊重の取り組み

経営理念である「最も身近で信頼される銀行」の実現を目指すうえで、人権の尊重が重要な社会的責任であるとの認識に立ち、お客さまや当行社員、取引先企業などすべての人々の人権を尊重しています。

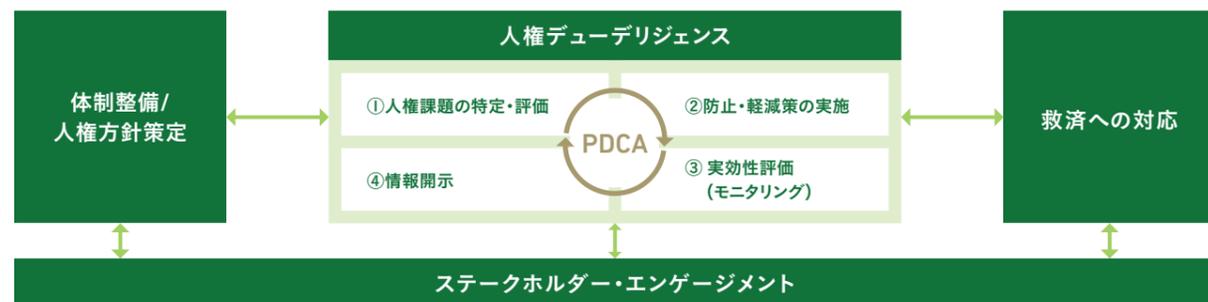
また、当行および日本郵政グループの事業活動や社会活動を通じて人権の尊重の取り組みを推進することで、安心・安全で豊かな社会の実現に貢献するため、人権方針を定め、各種取り組みを強化しています。

人権尊重の取り組みについては、サステナビリティ委員会および経営会議にて協議しており、その取り組み状況は、定期的に取締役会に報告しています。

2025年4月には、国際的に求められる基準に対応し、より環境と人権の対応を一体的に進めるため、「ゆうちょ銀行人権方針」を見直しました。今後も社会情勢を踏まえて、見直しを検討していきます。

ゆうちょ銀行人権方針
<https://www.jp-bank.japanpost.jp/sustainability/social/supplychain/policy/>

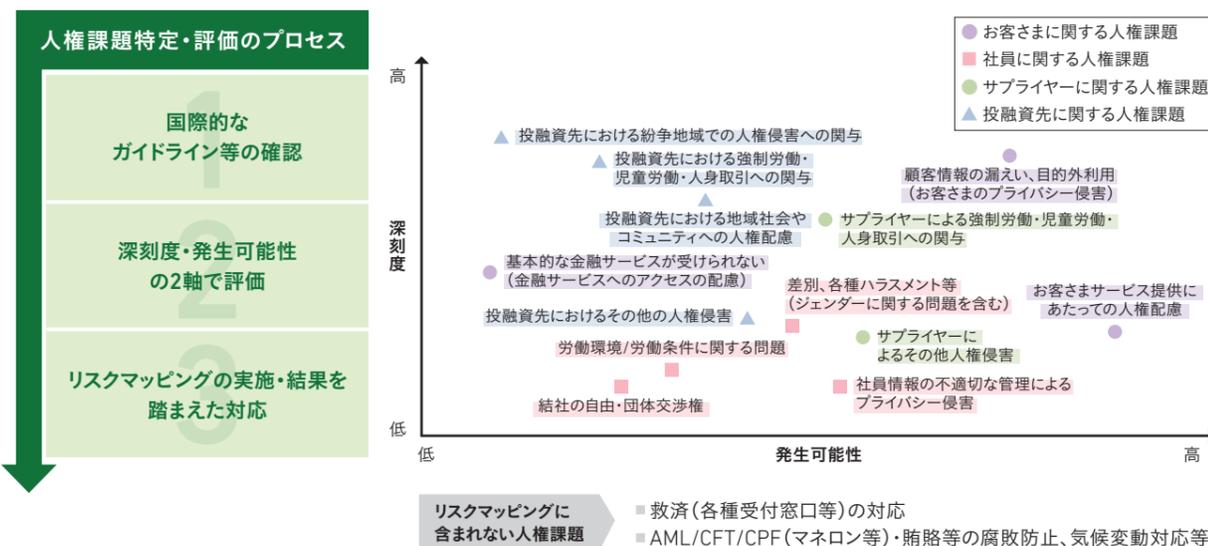
人権デューデリジェンスの実施



人権課題の特定と評価

人権尊重に関する社会的要請の高まりや、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」等の考え方を踏まえ、2019年4月に人権方針を制定しました。制定した人権方針は国際的なガイドライン等の動向を踏まえて改定しており、今後も見直しを実施していきます。

2023年度には国際的なガイドラインや金融機関に求められる役割等をもとに、当行が取り組むべき人権課題を特定しました。特定した人権課題については、深刻度および発生可能性の2軸で評価(マッピング)するとともに、マッピング結果については、外部環境の変化等を踏まえて、継続的に見直します。



人権課題に対する取り組み

各人権課題に対して、ステークホルダーごとにさまざまな取り組み(防止・軽減策)を行っています。また、人権デューデリ

ジェンスの実施状況については、モニタリングを実施し、継続的に改善に取り組んでいきます。

お客さまへの取り組み	<ul style="list-style-type: none"> 日本全国のお客さまへの金融サービス提供 ハード/ソフト両面からのバリアフリー、ユニバーサルデザイン等の取り組み 	<ul style="list-style-type: none"> 商品サービス、広告物に対する人権配慮 多言語対応 お客さまの情報管理、金融教育の実施 等
サプライヤーへの取り組み	<ul style="list-style-type: none"> 日本郵政グループCSR調達ガイドラインの制定・改定 契約書への人権配慮の記載 	<ul style="list-style-type: none"> 通報窓口の周知 サプライヤーアンケートの実施
社員への取り組み	<ul style="list-style-type: none"> 差別やハラスメントに対する各種研修の実施、情報紙の発行 健康経営の取り組み推進 	<ul style="list-style-type: none"> DE&Iの推進 労働環境の整備 等
投融資先への取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ESG投融資方針の制定・改定 エンゲージメントの実施 	<ul style="list-style-type: none"> ESGテーマ型投融資の推進 紛争国における人権侵害関与の防止

ハラスメント防止に向けた人権啓発の実施

当行は、社員による人権侵害をなくすため、人権啓発推進体制を整備し、職場におけるハラスメントの未然防止や、障がいのある方、外国人、高齢者、性の多様性、同和問題(部落差別)などのさまざまな人権問題について、役員および非正規社員を含む全社員を対象に人権啓発研修等を実施しているほか、定期的に発行する情報紙や階層別の研修等による啓発を行っています。

また法務省等が定める人権週間(12月4日~10日)にあわせて、全社員が人権について学び、考える機会を持つため、トップメッセージを発信するなど、社員の人権に関する意識啓発を推進しています。これらの取り組みについては、社員に対してアンケートを実施し、効果検証を実施しながら改善を重ねています。

内部通報・ハラスメント相談制度

当行は、社員やサプライヤーが利用できる相談・通報窓口を設置し、電子メール等により24時間365日相談可能となっています。

社員向けに「ワンストップ相談・通報プラットフォーム」

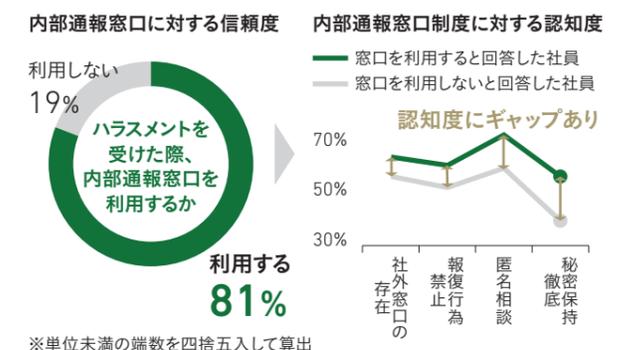
社員との対話(ステークホルダー・エンゲージメント)

社員は、差別・ハラスメント等の各人権侵害の被害者になりうる存在であり、重要なステークホルダーです。また、当行サービスの利用者であるとともに、日ごろからお客さまと接しているため、お客さまの声を代弁できる存在とも考えています。毎年、社員に対して人権アンケートを実施しており、人権デューデリジェンスの改善に役立てています。

2024年度は内部通報窓口等の認識について、アンケートを実施し、その結果、内部通報窓口を「利用する」と回答した社員と、「利用しない」と回答した社員で、制度に対する認知度に差があることが分かりました。今後は認知度の差が改善されるよう、制度の周知を図るとともに、信頼度向上を目指していきます。

研修名	対象	内容
新入社員研修	全新入社員	人権に関する基本的な内容
役員・経営幹部向け研修	役員※、本社部長等 ※社外取締役を含む	企業に求められる人権対応
役職別研修・職務別研修	該当者	その役職や職務で考慮すべき人権について
人権啓発eラーニング	全社員	企業に求められる人権対応について、実務レベルに深掘り
情報紙 じんけんつうしん	全社員	年6回(隔月)配信

(Webサイト上の案内に従うことで、相談者の求める相談窓口をご案内する機能)を用意しているほか、社外弁護士をメンバーに含む「ハラスメント調査委員会」を設置するなど、制度の充実に努めています。



※単位未満の端数を四捨五入して算出