

人事戦略



執行役 人事部長
山本 浩和

経営戦略と連動した人事戦略の推進

人事戦略の策定に際し、内外環境の変化を踏まえ、15年後を見据えた中長期ビジョンについて議論を重ね、今後の当行の人員構成の変化をシミュレーションするとともに、会社が目指すビジネスの実現に必要な人員を整理し、ギャップを特定しました。人口減少やAI・デジタル技術の進展等、外部環境が急速に変化する中、そのギャップを埋めるために、採用強化、AI等活用による生産性向上を図り、これらにより創出された人材を注力分野などへ重点的に配置していきます。

新・中期経営計画では、新たなステージへのチャレンジが求められるため、専門性を追求できる複線型人事制度を導入するほか、手挙げ制度であるキャリアチャレンジ制度や社内イン

ターンシップ、各種内外研修を通じて、社員の自律的な成長、キャリア形成を後押しするとともに、社員の働きがいの向上、女性やシニア社員など多様な人材が安心して働ける職場づくりに努めていきます。

人事は、経営(事業)と社員(組織)をつなぐうえで重要な役割を担っているため、社員一人ひとりが経営理念や事業戦略を深く理解し、自らの役割を主体的に捉えられるよう、さまざまな機会や手段を通じて、パーパス、ビジョン、事業戦略などの浸透を図っていきます。

あわせて、経営と社員が同じベクトルで企業価値向上を目指すという観点から、株式報酬制度の導入や人事・給与制度の見直しを進めていきます。

社員の成長が企業の成長につながり、企業の成長が社員に還元される、この好循環を強化することで、会社と社員の結び付き、ひいてはエンゲージメントを高め、人事戦略面から企業価値向上を実現してまいります。



ダイバーシティ・
キャリア開発部長
清家 智子

2026年4月、多様な社員が活躍し、自律的なキャリアを築ける環境を実現するため、ダイバーシティ推進部と研修やキャリア開発を担当していた人事部人材開発室を統合し、ダイバーシティ・キャリア開発部として新たに生まれ変わりました。

ダイバーシティ・キャリア開発部では、人事戦略に掲げる3つの柱「成長を支える」、「働きがいを高める」、「多様性を活かす」それぞれに対して、自律的なキャリア形成、心理的安全性の確保された働きやすい職場、多様な社員が活躍できる環境を実現して、社員一人ひとりが最大限に自分の力を発揮し、企業価値の向上につなげることを目指しています。

ひと昔前は、長時間のフルタイム勤務が可能な人材を中心に、会社が設計したキャリアに沿って昇進・成長する構図が主流でした。

現役世代の縮小および経営環境ならびに価値観の変化の速度を踏まえれば、当行の持続的成長に向け、社員が各々の事情のもとで能力を最大限発揮し成長できる職場基盤の整備が不可欠です。あわせて、社員には、自らのキャリアを自律的に選択・構築する主体性が求められます。

ダイバーシティ・キャリア開発部は人事部とともに、「すべての社員が成長し、力を発揮できるゆうちょ銀行」の実現に向け、進んでまいります。

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。

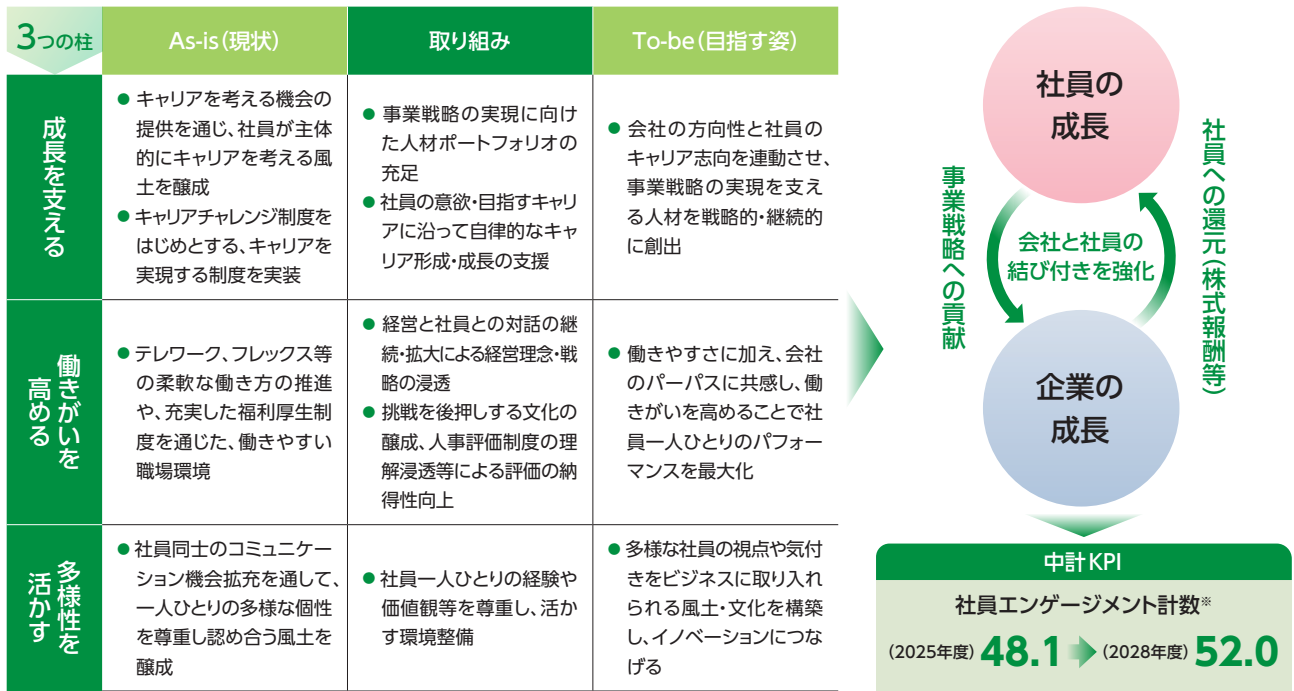
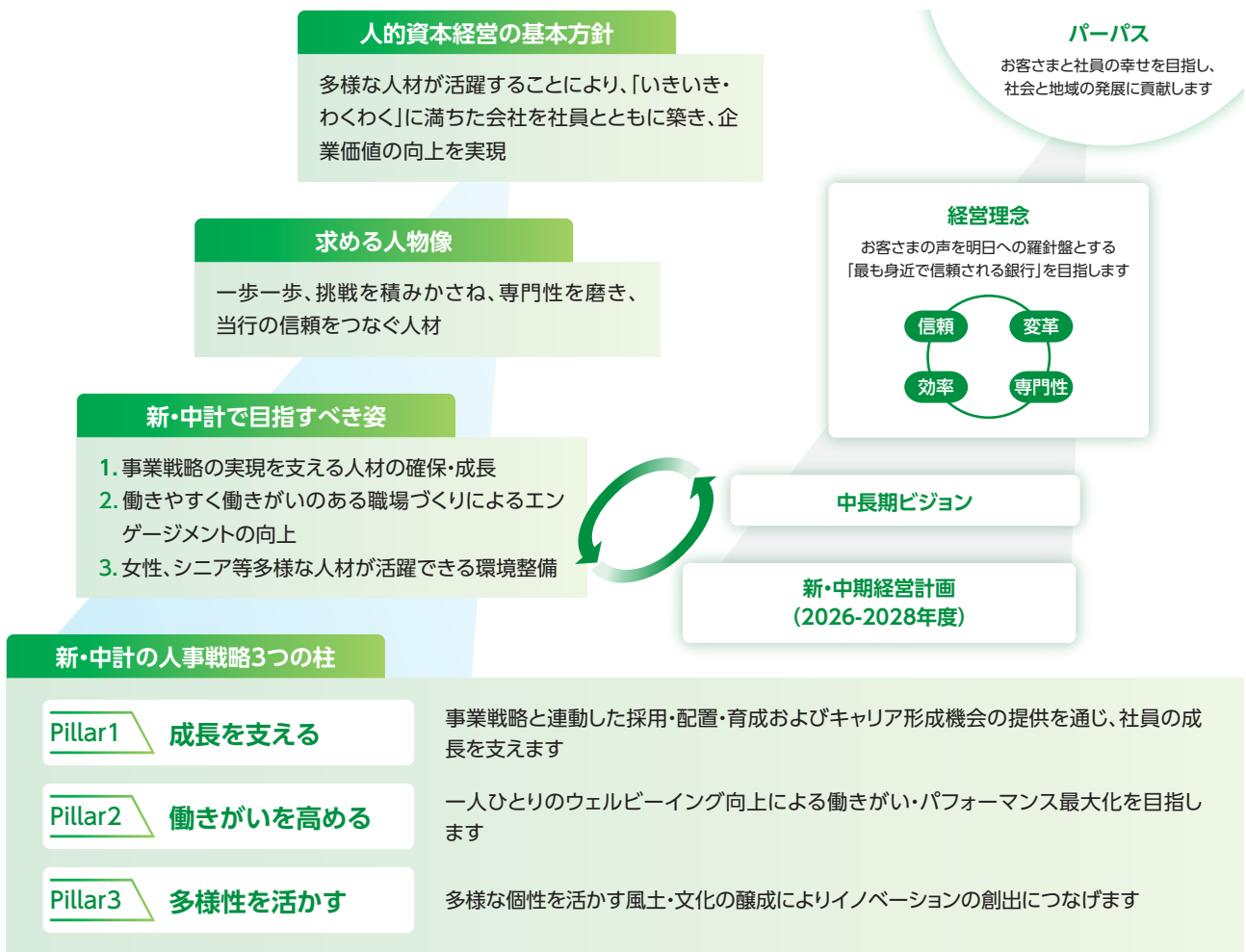
主な指標および目標		2025年度実績 ^{※1}
エンゲージメントスコア:2028年度結果 グループ全体 B ^{※2}		—
育休取得率:男女ともに育休取得100%		100%
男性育休平均日数:男性育休平均取得期間 1カ月以上		53.5日
女性管理者比率(会社全体):		9.6%
日本郵政・日本郵便	14.0%	20.8%
ゆうちょ銀行	25.0%	10.6%
かんぽ生命	16.5%	(2026年4月1日時点)

※1 日本郵政グループ全体の実績

※2 2026年度より調査開始。株式会社リンクアンドモチベーションが提供する調査結果に基づくスコア。全11段階中、Bは上位から6段階目の評価。

事業戦略と人事戦略の連動

当行の掲げるパーパス・経営理念に基づき、郵便局等を起点とする顧客・貯金基盤という当行独自の強みを活かした経営戦略を確実に実現していくため、人事戦略における3つの柱を掲げ、各取り組みを推進してまいります。



※ 株式会社リンクアンドモチベーションが提供する調査結果に基づくスコア。同社の調査を利用する企業の平均値を50(偏差値)とする。

人事戦略

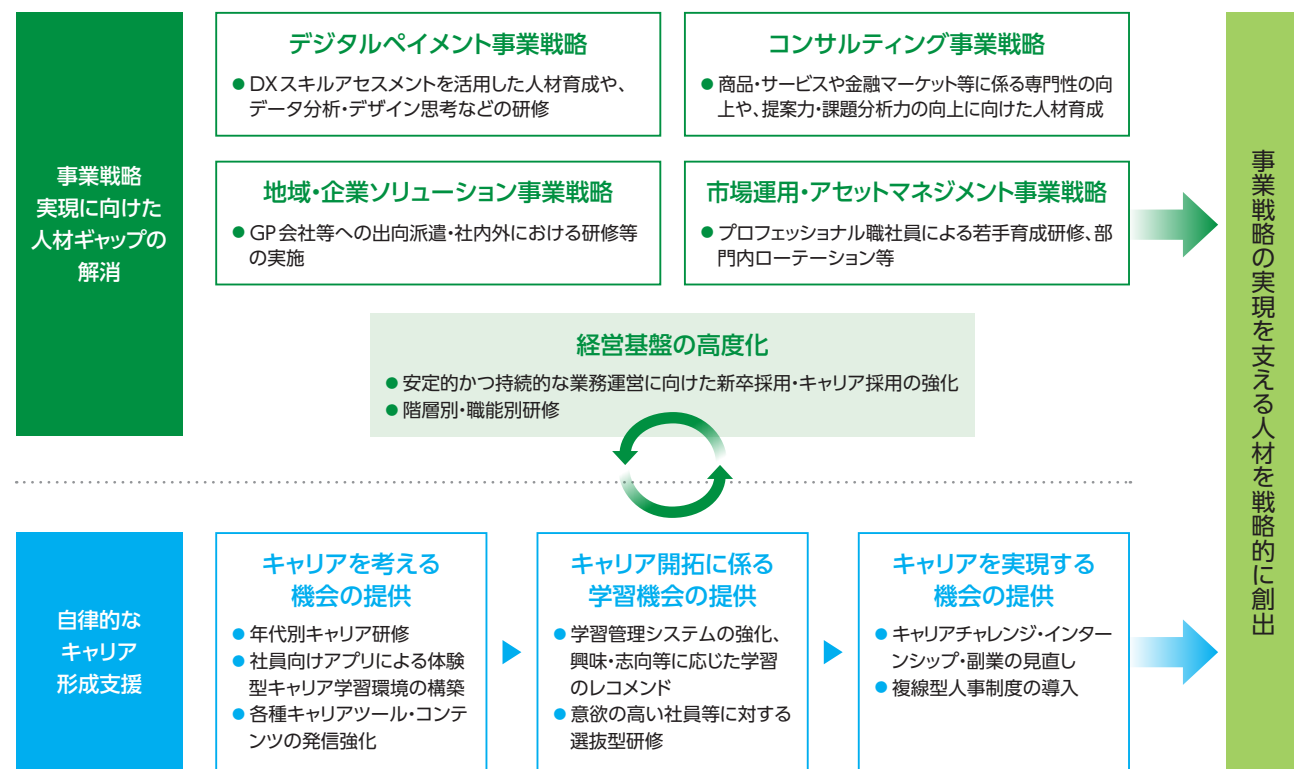
Pillar1 成長を支える

4つの事業戦略を支えるうえで、採用戦略および人材育成の高度化を進めるとともに、社員の自律的なキャリア形成支援に注力しています。

具体的には、リファラル採用・キャリア採用強化等、採用手法の高度化による多様な人材獲得に加え、事業戦略の推進に向け各分野で求められるスキル・経験の整理やサーベイを通じた社員スキルの可視化、これらを踏まえた育成施策により社員一人ひとりの専門性を高めています。

また、「みんなの声委員会 -ECHO-」をはじめとする組織・部門横断プロジェクトへの参画、手挙げによるキャリアチャレンジ制度および年代別キャリア研修などを通じ、社員自らがキャリアを「考え」、「学び」、「実現する」機会を提供しています。これらの取り組みにより、社員のキャリアオーナー意識の向上やキャリアを実現するための成長を支援しています。

こうした取り組みの積み重ねを通じて、事業戦略の実現を支えていきます。



事業戦略実現に向けた人材ギャップの解消

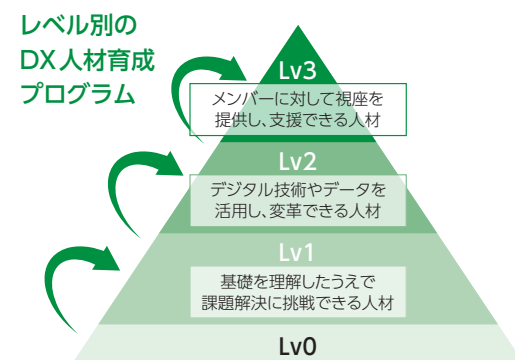
●デジタルペイメント事業を実現する人材

DX人材の育成

AIをはじめとするテクノロジーの活用や、新たなビジネスの創出、サービス・業務の改善・改革により、競争優位の企業体質を実現するために、DX人材の育成に取り組んでいます。

デジタルペイメント事業に携わる人材においては、最先端技術の知見や社外事例の獲得および視座向上を目的としたコンソーシアムへの参画や、DXスキルアセスメントを活用した体系的な人材育成、ならびに助成制度を活用した資格取得の推進を通じた人材育成を進めています。

また、2025年度は本社全社員に対し、右図のLv1までの基本知識を取得するための研修を行い、2026年度はさらにデータ分析やデザイン思考などの研修を推進していきます。



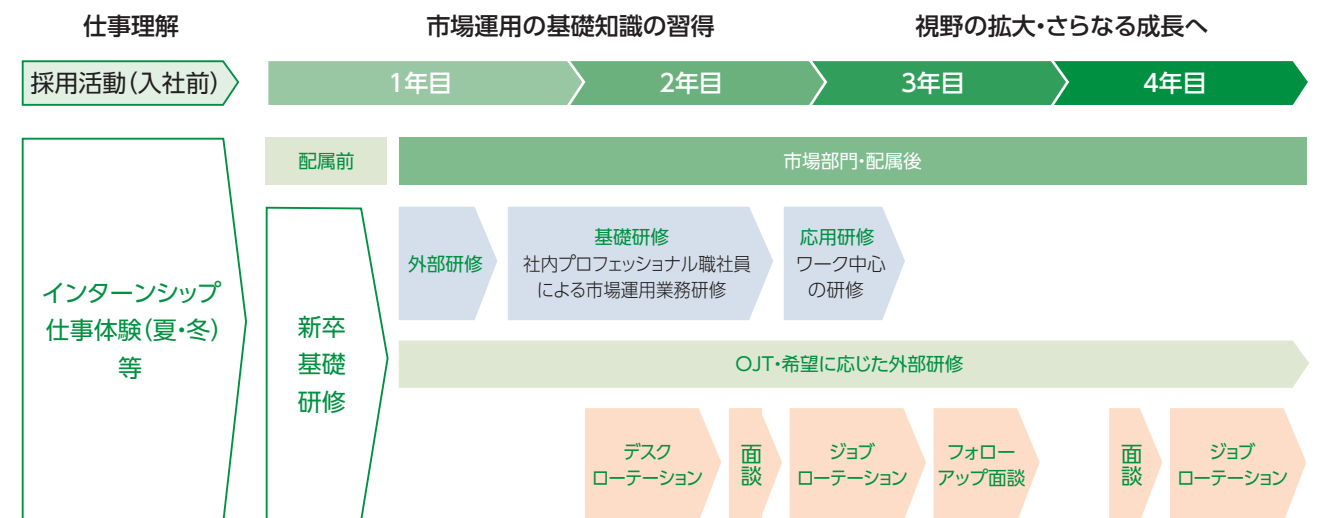
●市場運用・アセットマネジメント事業を実現する人材

プロフェッショナル人材の採用・育成

市場運用体制の強化に向け、総合職の採用にマーケットコースを設け、新卒採用を行っています。年2回の仕事体験や社員とのコミュニケーションイベントを通じて、学生に市場部門の業務内容や役割への理解を深めてもらうとともに、認識のギャップを未然に防ぐことで、市場部門に適した人材の獲得に取り組んでいます。

入社後は、プロフェッショナル職社員を講師とした基礎知識

習得のための研修に加え、市場部門各部署の業務や雰囲気理解するためのデスクローテーション、キャリア検討を目的としたジョブローテーションによる複数部署の経験などを通じ、若手社員の育成に注力しています。また、業務内容の相互理解および部門間コミュニケーションの活性化を目的に、リスク管理等のミドル・バック部門と市場部門との間で人事交流を実施しています。



自律的なキャリア形成支援

社員一人ひとりの自律的なキャリア形成を支援するため、「キャリアを考える機会の提供」、「キャリア開拓に係る学習機会の提供」、「キャリアを実現する機会の提供」の3つの観点から施策を展開しています。

こうした取り組みの一環として、漫画形式の解説コンテンツや性格診断、社員一人ひとりの職種・階層・役割に応じてゴールが異なるオリジナルボードゲームなど、キャリアを身近なものとして捉えることができるツールを活用し、社員が主体的にキャリアを考える風土の醸成を図っています。

また、手挙げにより社員自らが新たな職務に挑戦できるキャリアチャレンジ制度等を通じ、自身で描いたキャリアを実現する機会を提供するとともに、そのキャリアの実現に向け、さまざまな学習コンテンツ、研修、資格取得支援の制度を整備しています。これらの取り組みを通じて、キャリアに対する意識改革や行動変容を促すなど、自律的なキャリア形成支援に努めています。



キャリアタイプ診断ツール・キャリア体験ツール



キャリア体験ツールを実施する様子

人事戦略

Pillar2 働きがいを高める

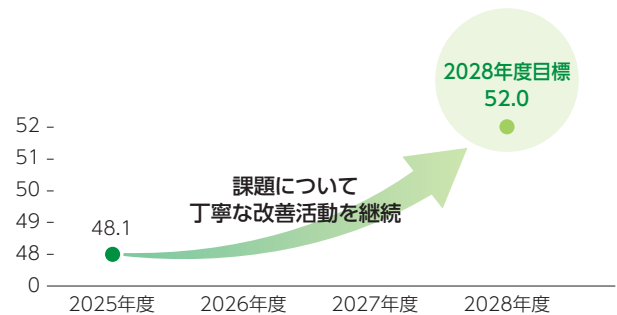
社員が培った知識・経験を最大限発揮するためには、社員一人ひとりが自分らしく健康でいきいきと働くことができるしくみや、環境の整備が必要不可欠であると考えています。

これまで、フレックスタイム制の拡大や育児・介護等の両立支援を強化するなど、働きやすい職場環境の整備を着実に進めてきました。また、社員の意識や組織課題を把握するため、2023年度より毎年エンゲージメント調査を実施しており、調査結果を経営会議において議論し、経営会議メンバーが各組織を訪問し社員と直接対話・議論するなど、全社的な課題として改善活動に取り組んでいます。加えて、社員の提案や意見を経営に届けることができるECHO BOXを常設するなど、直接的・間接的なコミュニケーションの充実に努めています。

なお、エンゲージメント調査において明らかになった課題については、さまざまな機会やツールを活用しつつ、関係組織が連携して、改善に取り組んでいます。

今後もこれらの継続的な改善を通じて、働きやすく、働きがいのある職場づくりに取り組んでいきます。

■ エンゲージメントスコア



注 株式会社リンクアンドモチベーションが提供する調査結果に基づくスコア。同社の調査を利用する企業の平均値を50(偏差値)とする。

課題	～2025年度	2026年度	2027年度	2028年度
経営理念・戦略の浸透	● ECHOによるタウンホールミーティングの開催やフロント組織との意見交換の実施 ● 会社情報の共有手段拡大(社員向けアプリ導入)	タウンホール/フロント組織訪問等の継続実施等による経営と社員の意思疎通の充実	社員向けアプリを活用した情報発信・経営理念の浸透促進・社員とのつながりの強化	
人事評価の納得性・実効性向上	● 人事評価の理解浸透に向けた取り組み(ツール活用等) ● 社員の挑戦を後押しする人事評価制度への見直し	定期的な対話による目標等の進捗状況確認・フォローの徹底	人事・給与制度の見直し	

経営理念・戦略の浸透

タウンホールミーティング/フロントライン訪問等

経営理念・戦略の浸透に向け、経営陣自らが社員と対話する取り組みを強化しています。2024年度からは社長と全国の社員を対面・オンラインでつなぐタウンホールミーティングを開催し、経営の考えや戦略を直接伝えとともに、社員の声に耳を傾けるなど、双方向の対話を重視しています。

社員向けアプリの導入

経営理念・戦略を日常的に共有できる手段として、社員向けアプリを導入しました。経営のメッセージ等をいつでも閲覧でき、すべての社員が経営の考えを身近に感じられる環境を整えています。また、社員の反応や意見を受け取ることも可能とし、地域や組織を越えた双方向のインナーコミュニケーションの活性化も図っています。加えて、社内報や福利厚生、キャリアや育児・介護等を支援する情報も集約することで、育休中の社員等も含め、すべての社員がいつでも

また、社長自ら全国144カ所(2026年3月末時点)のフロントラインの組織を訪問し、社員との意見交換を行うなど、経営と社員の相互理解を深めています。

新・中期経営計画についても、社員との丁寧な対話を通じて、理解浸透に努めていきます。

どこでも社内の情報に触れることができる環境を整備しています。

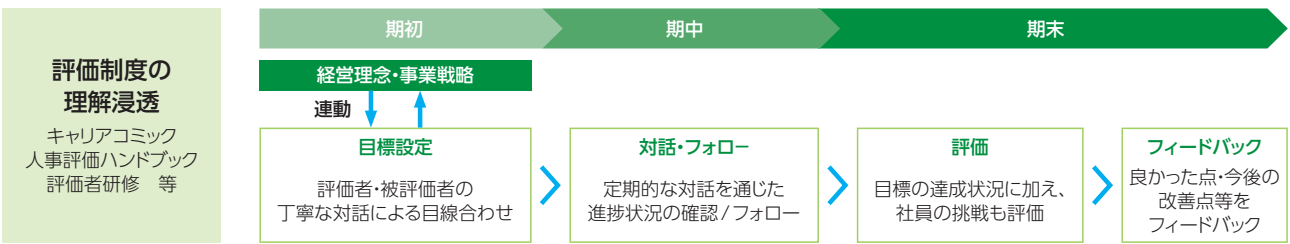


人事評価の納得性・実効性向上

人事評価は人材育成の重要な手段のひとつとして捉えています。また、社員の働きがいを高める観点からも、評価の納得性・実効性向上は重要であると考えています。そのため、期初には評価者と被評価者が丁寧な対話を通じて人事目標の目線合わせを行い、期中においても、設定した目標に対する現状の課題や進捗状況について対話とフォローを実施し、目

標の着実な推進を支援することで、期末評価の納得性向上につなげています。

さらに、減点主義に偏った評価から脱却し、挑戦を評価する組織貢献加点制度を設けるなど、頑張った社員が報われる、実効性の高い評価となるよう取り組んでいます。



人事評価制度の理解浸透

社員が気軽に人事評価制度を学べるツールとして、コミック形式で全社員にデジタル配信するほか、評価制度や考え方に関するハンドブックを配布し、社員の理解浸透に取り組んでいます。

また、毎年評価者研修を実施し、人事評価の考え方や評価基準の目線合わせを行い、評価の質や納得感を高める取り組みを行っています。



キャリアコミック

挑戦を後押しする文化の醸成

業績目標・職務に応じた行動に基づく評価に加え、社員の「挑戦」も重要な評価要素と位置付けています。直ちに成果に現れない場合であっても、将来的な組織貢献に資する取り組みや、主体的かつ果敢な挑戦、生産性向上に寄与する取り組みなどを加点対象として申告してもらい、挑戦する姿勢やプロセスを正当に評価するしくみを構築しています。

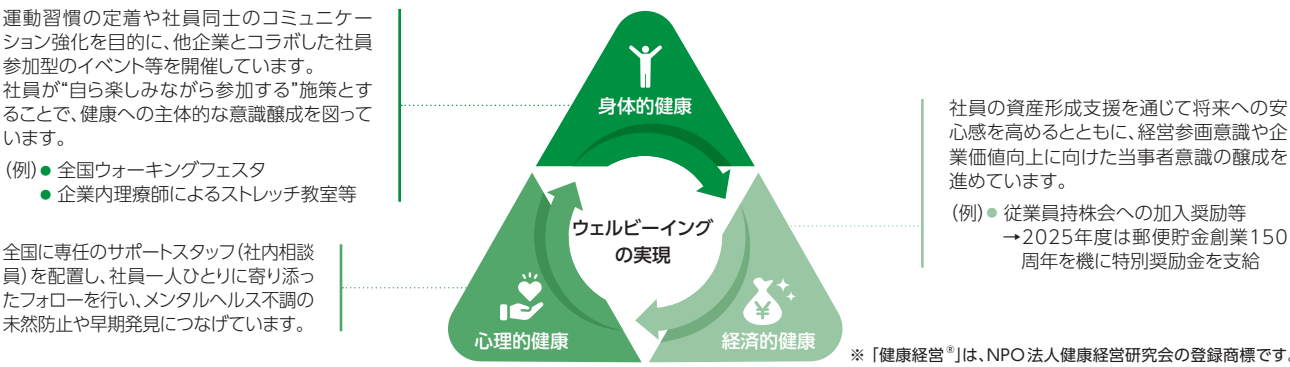
これらを具体的に可視化する取り組みとして、「チャレンジ表彰・アイデア表彰」を実施し、新しい発想や工夫を凝らした取り組みを称賛するとともに、経営会議メンバーに向け、自らの挑戦内容やアイデアをプレゼンする機会を設けています。

今後も社員の挑戦を後押しする文化を醸成することで、社員のモチベーションの向上を図っていきます。

■ ウェルビーイングの実現

社員一人ひとりのウェルビーイングを高め、「いきいき・わくわく」と働ける環境を整えることが、生産性向上と持続的な組織成長につながるため、その土台となる心身の健康を促進する施策やしくみづくりに継続的に取り組んでいます。

こうした取り組みの積み重ねにより、「健康経営優良法人2026(大規模法人部門(ホワイト500))」に認定されています(5年連続)。



詳細はこちら
https://www.jp-bank.japanpost.jp/sustainability/social/human_capital/ability/

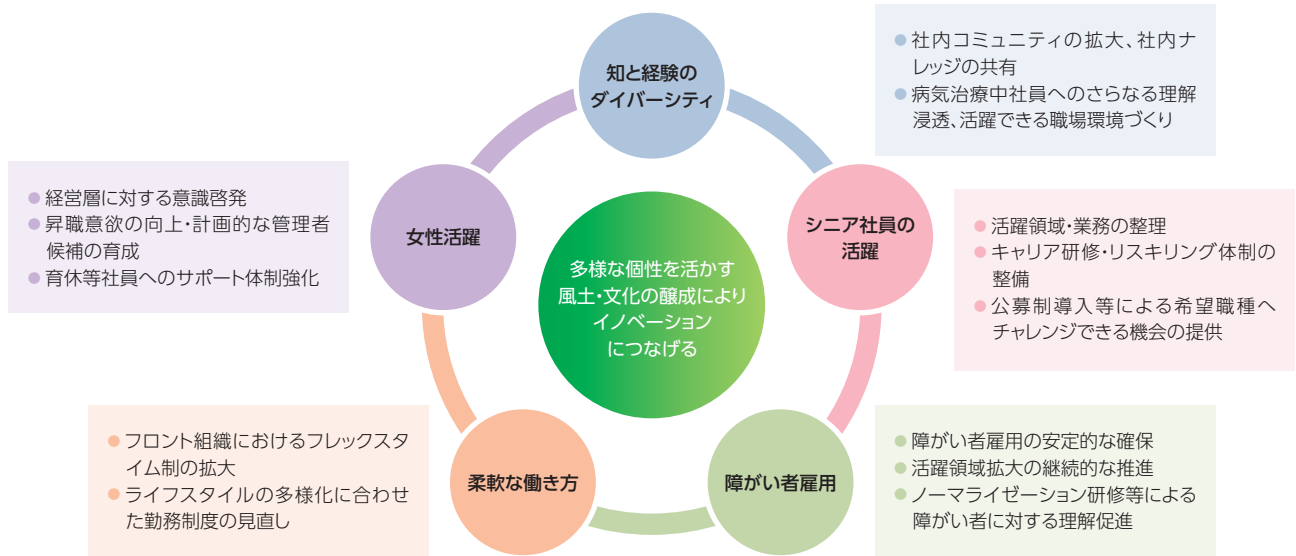
※「健康経営®」は、NPO法人健康経営研究会の登録商標です。

人事戦略

Pillar3 多様性を活かす

目まぐるしく変化する社会環境や多様化するお客さまニーズを的確に捉え、成長し続けるためには、多様な視点や考え方が不可欠であるため、多様な人材が活躍できる環境整備に努めています。特に当行は会社の成り立ちやその歴史的背景もあり、同質性の高い組織であったことから、DE&Iの推進に重点的に取り組んできました。具体的には、経営トップによる強いメッセージの発信に加え、経営層と外部有識者や女性リーダーとの対話の機会を設けることで、社内における理解を深めてきました。

また、ダイバーシティ推進を担う部署のもと、全国の社員有志による「ゆうちょダイバーシティ・コミッティ」の活動や、社員同士のコミュニケーション機会の拡充を通じて、一人ひとりの多様な個性を尊重し認め合う風土を育んできました。シニア社員のキャリア形成支援、障がいのある社員の活躍支援、LGBTQ+への理解促進などの取り組みも進めています。今後もDE&Iの推進を通じて多様な人材の活躍をいっそう加速させていきます。



女性活躍の推進

経営に多様な価値観を取り入れ、多くの女性が個性を活かして活躍できるよう、女性役員・部長層による女性リーダーズネットワークを発足し、経営会議メンバーとのラウンドテーブル等継続的な取り組みを行っています。また、「身近な女性管理者の少なさ」へのアプローチとして、女性管理者と女性社員が組織を越え対話を行うナナメの1on1を実施し、部分的に参考にできるパーツモデルの発見等を通じたキャリアへの前向きな意識変容に取り組んでいます。2023年度の施策開始以降、2025年度までに約1,000人、約600組が参加しました。これらの取り組みにより、日経ウーマン主催の2026年版「女性が活躍する会社BEST100」において総合2位を獲得しました。

障がい者雇用の促進

障がいのある社員が安心して働き続けられるよう、就業環境の整備や、ジョブコーチの採用等の定着支援に注力しており、全国のさまざまな組織で多数の社員が活躍しています。例えば、ゆうちょ銀行ありがとうセンターでは、お客さまに送付する便箋への彩色を行い、「ありがとう」の想いをお客さまに届けています。また、健康経営との複合的な取り組みとして、5つの拠点でヘルスキーパーを導入しており、多くの社員が利用しています。



女性リーダーズネットワークにて、リーダー層の意識醸成等に向け課題や対応方針を議論

女性管理者比率 **20.8%** (2026年4月時点)



彩色の様子

障がい者雇用比率 **3.24%** (2025年6月時点)

柔軟な働き方の推進

フレックスタイム制の拡大

当行社員の人員構成は、子育て世代や介護世代の割合が高く、育児・介護との両立に向けた柔軟な働き方推進のひとつとして、フレックスタイム制を導入しています。本社では2020年度にフレックスタイム制を導入し、現在は、コアタイムのないフルフレックスを全部署で導入しています。お客さま対応を行う営業所等においても柔軟な働き方ができるよう、2024年度から一部の営業所で試行導入を行い、今後、試行結果を踏まえつつ、導入範囲を拡大していきます。

育児休業の取得推進

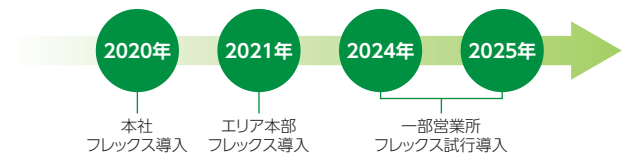
少子高齢化は日本の重要な社会課題であることから、当行では社員の子育て等のサポートに特に注力しています。主な取り組みとして、2025年10月から育児・介護休業応援一時金を導入し、育児休業・介護休業を取得する社員の業務をサポートする社員に対して、休業者1人あたり最大20万円を配分し支給するなど、チームとして子育て等を支え合う意識の醸成を図っています。現在では、家事・育児を分担する文化が社内に定着し、2025年度の男女の育休取得率100%、男性の育児休業(4週間以上)の割合および平均取得日数は86.8%、93.6日まで伸長しています。

シニア人材の活躍

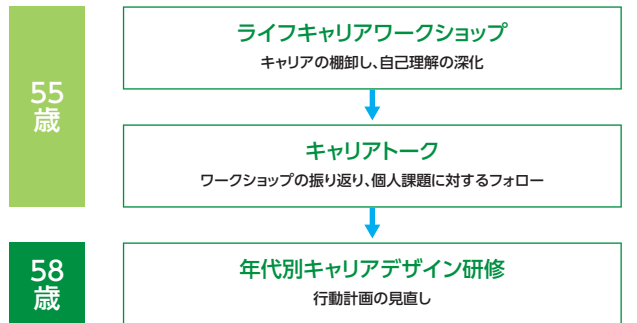
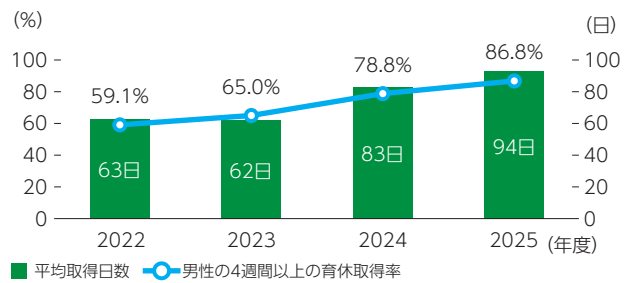
少子高齢化の進展に伴い、若年層の獲得競争が激化し、人材の流動化も進む中、経験・知識が豊富な社員が長く活躍し続けることが、当行の持続的な成長にとって不可欠です。こうした背景を踏まえ、キャリアアドバイザーによるシニア向けのセルフ・キャリアドックを導入し、役割転換期における適応力の強化に取り組んでいます。具体的には、55歳の社員(2025年度は約400人)を対象に、これまでのキャリアの振り返りや今後のキャリアを主体的に考える場として「ライフキャリアワークショップ」を実施しました。あわせて、ワークショップ後にはキャリアアドバイザーとの個別面談を行い、自己理解を深めるとともに、新たな行動につなげる支援を行っています。参加者からは「目指すキャリアに向け意識の変化が生まれた」といった前向きな声が寄せられています。

知と経験のダイバーシティ

「知と経験のダイバーシティ」を企業価値の向上につながる重要な経営資源と位置付け、その活用に向けた取り組みを推進しています。例えば、社員一人ひとりの背景や歩みを組織の力へとつなげるため、がんサバイバー社員によるコミュニティ「Canゆう会」をはじめ、さまざまな交流や支援の場を整備し、多様性を力に変える風土・文化の醸成を進めています。



男性育休取得率(4週間以上)・平均取得日数



社員一人ひとりとのキャリアトークを通じて、社員個人の悩みの背後にある組織課題の特定にも活用

また、誰もが安心して活躍できる職場づくりに向け、LGBTQ+への理解促進を図るとともに、配偶者の定義に同性パートナーも含め、異性パートナーの場合と同様に、結婚休暇や扶養手当、世帯住宅等を利用できる制度を整えています。こうした取り組みの結果、LGBTQ+に関する評価指標である「PRIDE指標」において、8年連続で最高評価の「ゴールド」を受賞しました。

特集 社長と社員が未来を語る

未来を見据えた
価値創造に向けて

当行は、2025年5月2日に郵便貯金事業創業150周年という大きな節目を迎え、次の10年、20年、さらにその先を見据えた持続的成長に向け、経営のあり方を見つめ直しています。本座談会では、本社で活躍する若手管理社員と社長が、変化の時代における金融サービスの未来の姿について意見を交わしました。



※ 所属は2026年3月末時点

次の10年、20年、その先の「未来」を見据え、当行の課題や目指すべき姿、挑戦したいことを教えてください。

デジタルなど技術の進展が生み出す未来のビジネス

西川 デジタル化は、これからさらに進展すると思っていますが、一方で、デジタルが苦手というお客さまも一定数いらっしゃいます。リアルチャネルの店舗を有効に活用しデジタル化を進めていく、「リアルとデジタルとの融合」が重要な課題だと考えています。また、私は、未来においても店舗の窓口から社員がいなくなることはないと思っています。デジタルを不得手とするお客さまもいらっしゃると思いますし、社員と話したいお客さまもいらっしゃると思います。お客さまがデジタル端末をご自身で操作し、お手続きができる未来を想像してはいますが、お客さまに社員が寄り添いながらサービスを提供するという当行の現在のスタンスはこれからも変わらないと考えます。

中野 お客さまの中には、前もってデジタル端末で必要な情報を収集し、最終的には店舗で相談されてからご判断されるなど、チャネルを使い分けておられる方もいらっしゃいます。お客さまがどのようなデータをご覧になっているのかを本社で把握し、店舗に情報共有すれば、店舗の社員がお客さまへの最適な提案を行う際に有益だと考えます。

西川 振り返ると、ガラケー、スマホ、アプリ、AIなどデジタルツールの移り変わりの激しさを実感します。10年後には想像もつかない新しいサービスが生まれているかもしれません。私はこれからもアプリ・システム開発の分野で当行に貢献したいと考えているので、最新技術を取りこぼすことのないよう、常にアンテナを高くしておかなければいけないと思っています。

笠間 新しい技術は、我々にとってビジネスモデルを大きく変える可能性があります。例えば、先日(2025年9月)発表した「トークン化預金」の取り組みは、当行にとって新しいビジネスチャンス

の可能性を持っています。「トークン化預金」に限らず、ゲームチェーンの起点は技術革新だと思っていますので、常に世の中の動きをしっかりと捉えていく必要があると考えます。

2012年入社。
システム開発部での
経験を活かし、
手続きアプリの開発に
携わる。



お客さまの声を真摯に受け止める文化

中野 私は、「日本全国誰にでも安心・安全で親切・丁寧な金融サービスを提供する」という当行の経営方針に強く共感しています。次の150年先まで守り続けたい、当行独自のブランドだと思います。ただし、当行が提供するサービスについては、常に見直しを行う必要があるのではないのでしょうか。とあるメーカーでは、商品を開発する際に必ずユーザーテストを行う「商品開発5原則」というしくみがあり、このしくみにより、世の中のニーズを的確に把握でき、かつ、速やかに商品を提供できているのだそうです。

笠間 当行でもお客さまの声を経営に活かすしくみがあり、ユーザーテストなども行っていますが、しくみとしてはまだまだ改善の余地があるということですね。

中野 もちろん、当行においても、例えば、新たに開発したシステムを導入する際などにはしっかりとユーザーテストを行っていますが、中・小規模の機能追加程度の場合にはテストを実施しないケースもあります。そのほか、既存の貯金商品をアップデートす

る際には、ユーザーの意見について、よりいっそうの確認を行うべきだと考えます。

笠間 次の段階として、徹底してユーザーの意見を取り込むレベルになってきたということですね。

西川 「ゆうちょ手続きアプリ」の導入にあたって、最初はしっかりとアンケート調査を行いました。追加機能の開発の際には、担当社員の声や業務量などを優先的に考慮する場面もあったように思います。もちろん、窓口を通していただいたお客さまの声についてはしっかりと反映できていると思います。

笠間 お客さまの声がうまく反映できているという点については、「お客さまの声を明日への羅針盤とする」という当行の経営理念が皆さんにも浸透していることが分かり安心しました。



2013年入社。
データ分析をもとにした
広告宣伝施策や、
TVCM等の
マスプロモーションに携わる。

中野 将来的には、より高い次元でお客さまの声を商品・サービスに活かすしくみを作りたいと思いますし、お客さまの声を経営に活かす当行の「みんなの声委員会 -ECHO-」の取り組みに関しても、お客さまの生の声をより真摯に受け止めることを「文化」として社内に根付かせていきたいと考えています。

すべてのお客さまにサービスを提供する意義

西川 昨今、外国人のお客さまの口座開設の取り扱いが急増しています。外国人のお客さまとのお取引についてどのような対応が望ましいのか、笠間社長はどのように考えますか。

笠間 日本郵政グループが、「ユニバーサルサービス」を掲げている以上、別に法令等の定めがない限りは、お客さまによって提供するサービスを区別するようなことはしません。むしろ、「ユニバーサルサービス」を前提とした効率化や新たなビジネスへの挑戦を検討すべきだと考えます。

戸田 外国人のお客さまに関する手続きは、今後も右肩上がりに増えていくことが予想されますが、当行をご利用される外国人のお客さまは若い方が多いので、デジタル化を進めることにより十分に対応していけると思います。外国人のお客さまについては、近い将来総人口の約1割を占めると言われており、大切なお客さま層として捉え、今後の当行の成長につなげていくこともできるのではないのでしょうか。

西川 外国人のお客さまとのお取引は、事務手続きの多さや煩雑さも意識されがちですが、大切なお客さまとして対応することが会社の成長につながるという視点も、改めて重要だと認識しました。

全体最適の視点が組織を強くする

関 組織風土に目を向けてみると、本来は会社全体のことを考えて仕事をすべきであるのに、つい自分の組織のこのみを



2013年入社。
取締役会の運営のほか、
社外取締役を中心に
役員との調整等を行う。

考えてしまう風土がまだ残っていると感じます。

西川 私も、本社の部門や部署で縦割り意識が強い風土がまだ残っていると感じます。それぞれの立場で考え方が違うことは仕方ないと思いますが、お互いの立場を理解し、相手の意見を十分尊重したうえで議論を行う必要があると思います。

笠間 解決策のひとつとして、例えば、縦割り意識の強さを感じる部署同士での交流人事を行うことにより、相互理解につなげるというのはどうでしょうか。

西川 交流人事は、お互いの部署の理解にはとても有効ではないでしょうか。私自身もシステム部門と事務部門を経験しましたが、実際に配属されてみてから初めて分かることも多く、相互理解の大切さについて身をもって感じました。

中野 以前は、経営の意思決定を要する案件については一人ひとり個別に関係する役員に説明して了解を得ていくスタイルでしたが、笠間社長が就任されて以降は施策に関係する役員が一堂に会して直接議論する場が増え、スピード感が増し、風通しも良くなっていると感じています。

関 役員レベルでのテーマ別のミーティングと同じように、実務を担う我々のような若手管理職層などでも同様のミーティングを実施すると、縦割り意識の解消に有効ではないでしょうか。

笠間 私にとって風土改革は、重要課題のひとつです。想定以上に進捗していると感じてはいますが、ゴールのない取り組みであり、これからも皆さんと一緒に努力していきます。

最後に、社長からメッセージをお願いします。

組織の「結節点」は管理社員の重要な役割のひとつ

笠間 当行にとって最も大切なことは「全員が同じ方向を向くこと」です。経営層は中期経営計画に代表されるように数年から十数年先の未来を見据えており、一方で、店舗の社員の皆さんは、目の前にいらっしゃるお客さまに日々真摯に向き合っています。その間に立つ本社の社員や管理社員は、全員が同じ方向を向いて仕事ができるよう、双方をつなぐ組織の「結節点」としての重要な役割を担っています。経営陣の意図を十分に理解し、かみ砕いて部下に伝え、必要なことについては上司にしっかり伝える。そのような橋渡しが適切にできる組織をつくっていきたくと思っています。本日は皆さんとお話し、いろいろな気付きがありました。ありがとうございました。

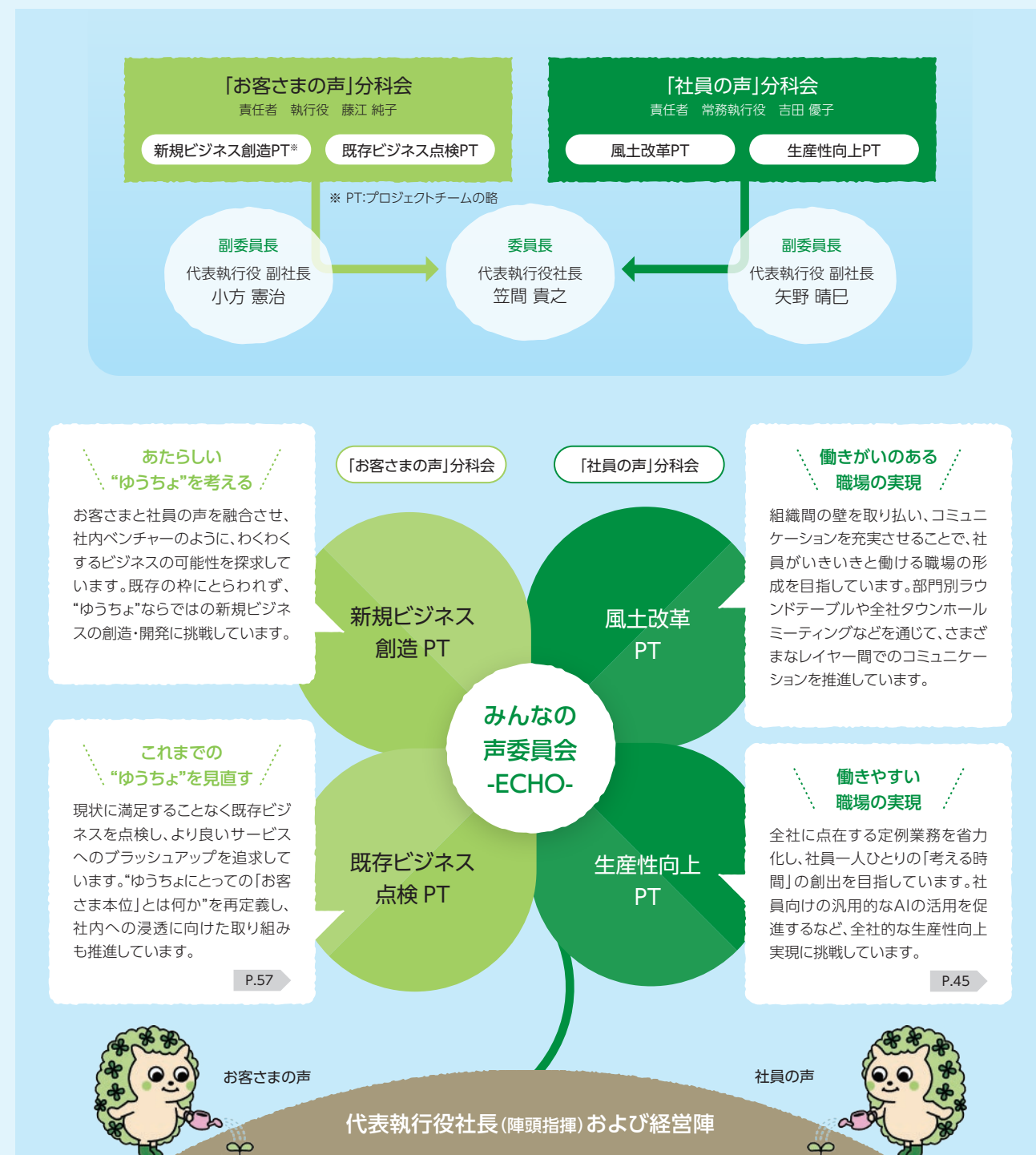


企業風土改革

みんなの声委員会 -ECHO-

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、「お客さまの声」と「社員の声」を直接経営に活かすサイクルとして、代表執行役社長を含む主要経営陣をメンバーとする専門委員会「みんなの声委員会 -ECHO-」を2024年に設置しました。同委員会には下図のとおり分科会・プロジェクトチーム(PT)

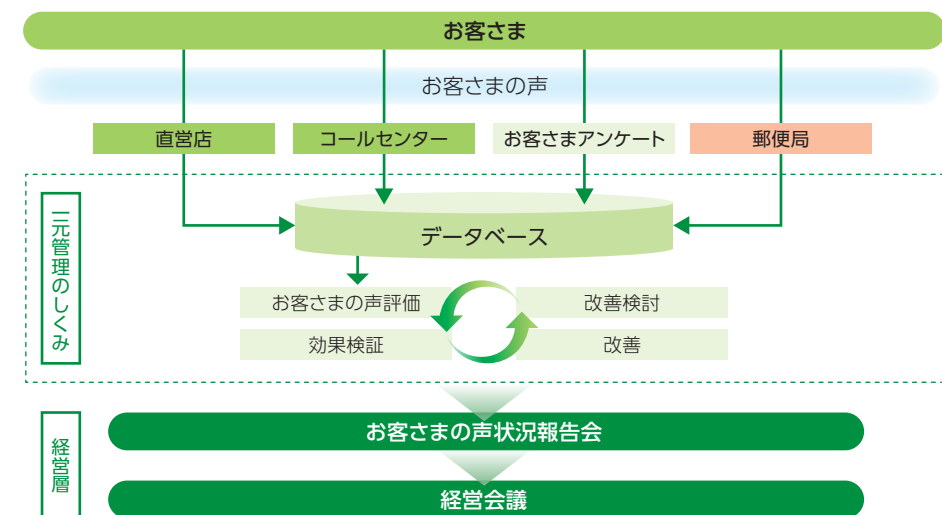
を設けており、商品・サービスの改善・向上のみならず、新たな価値創造に向け、部署・役職・経験年数の異なるメンバーが、さまざまな声を真摯に受け止め、経営陣に対してボトムアップで提案しています。



お客さまとの価値共創

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、2025年12月に実施したお客さま満足度調査においては、約73%のお客さまから、当行のサービスに満足しているとご回答いただきました。



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
国債をネットでも買えるようにしてほしい。	ゆうちょ通帳アプリ・ゆうちょダイレクトで、個人向け国債購入申し込み・電子交付サービス、取引・残高管理ができるように改善しました。(2025年5月)
ゆうちょ通帳アプリでATMの入出金をする際、ボタンが見つけないので、もっと分かりやすい配置にしてほしい。	メニュー画面をリニューアルし、より見やすく、使いやすいデザインにアップデートしました。(2025年5月)



TOPICS 「みんなの声委員会 -ECHO-」既存ビジネス点検PTの取り組み

既存ビジネスを点検し、より良いサービスへのブラッシュアップを目的に、ゆうちょ銀行における「お客さま本位」を再定義しました。「ゆうちょ銀行にとってのお客さま本位」とは何か?これからもゆうちょ銀行がお客さまにとって選ばれ続ける存在であるために必要なことは何か。他社へのヒアリング、日々お客さまと接

する社員、そして経営陣との議論を重ね、全社員が共有すべき判断軸として「3つの指針」を新たに策定しました。
 これらの指針は、それぞれが独立して存在するものではありません。お客さまとの関係を深め、企業価値を継続的に提供し続けるための一体的な行動の枠組みです。
 2026年6月、私たちはこの3つの指針を「お客さま本位の業務運営に関する基本方針」に盛り込みました。
 私たちゆうちょ銀行は、経営陣を含む全社員が「お客さま本位」を徹底します。

3つの指針

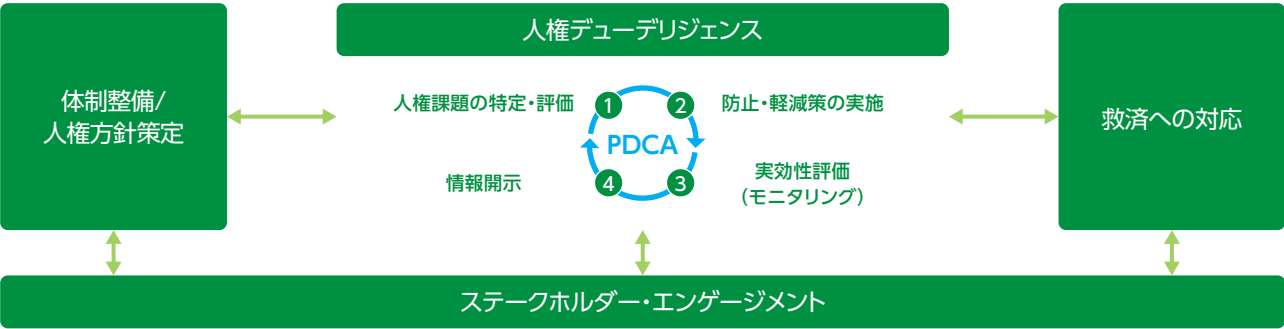
1. お客さまの人生に寄り添う
2. いつでも、どこでも、どんなつながり方でも、お客さまに合った体験価値を届ける
3. 常に進化を続ける

人権尊重

当行は、経営理念である「最も身近で信頼される銀行」の実現に向け、人権の尊重を重要な社会的責任であると同時に、持続的な経営に不可欠な基盤と捉えており、お客さま、サプライヤー、当行社員など、事業活動に関わるすべての人々の人権を尊重することが、信頼の蓄積や事業の持続性につながると考えています。当行は、人権方針を定め、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た人権尊重の取り組みを推進し、安心・安全で豊かな社会の実現に貢献すると

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

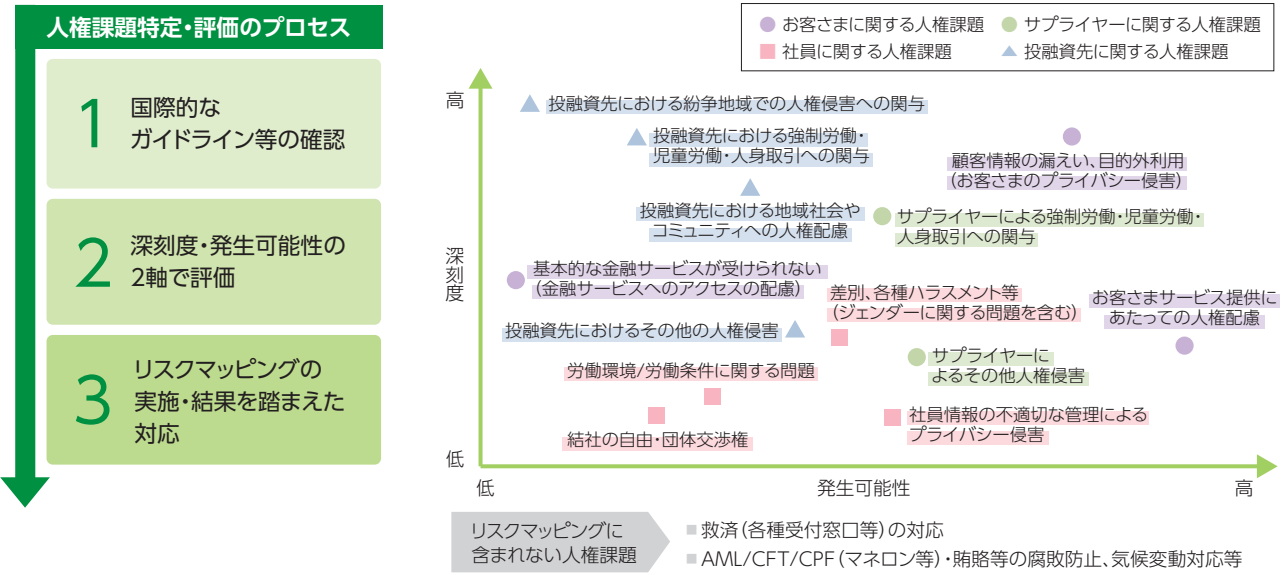


人権課題の特定と評価

ゆうちょ銀行で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ています。特定した人権課題については、深刻度および

ともに、長期的な企業価値の向上を図ります。人権尊重の取組状況については、サステナビリティ委員会および経営会議にて協議するとともに、その状況を定期的に取り締役会へ報告することで、実効性を確保しています。2019年4月に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定期的に改定しており、今後も社会情勢や事業環境の変化を踏まえ、継続的な見直しを行っていきます。

発生可能性の2軸で評価(マッピング)しており、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。

お客さまへの取り組み	●日本全国のお客さまへの金融サービス ●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	●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	●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	●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	●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	●DE&Iの推進 ●労働環境の整備 等
投融資先への取り組み	●サステナビリティ投融資方針の制定・改定 ●エンゲージメントの実施	●サステナブルファイナンスの推進 ●紛争国における人権侵害関与の防止

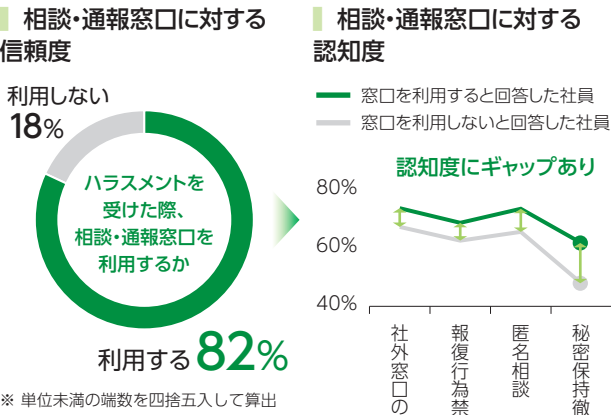
すべてのライツホルダーへの取り組み(AIポリシー策定)

近年、AI技術が社会や企業の発展に不可欠な存在となる中、AIの活用にあたっては、倫理的な課題やリスクへの対応が求められており、このような背景を踏まえ、日本郵政グループは、AI活用のさらなる推進と、それを支えるガバナンス態勢の強化を目的に、「日本郵政グループ・AIポリシー」を策定いたしました。本ポリシーにおいて、AIが生成する偽情報・誤情報・偏向情

報が社会を不安定化・混乱させるリスクや、AIの出力結果が人間の自律的な意思決定等の妨げとなることへの懸念を認識したうえで、必要な措置を講じること、またあらゆる不当で有害な偏見および差別をなくしたAIの活用に努めること等を示すとともに、安心・安全にサービスをご利用いただけるよう対応することを示しています。

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、人権侵害の被害者になりうる重要なステークホルダーです。当行サービスの利用者かつお客さまの声を代弁する存在である社員に対して、毎年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活用しています。2025年度も相談・通報窓口についてアンケートを実施した結果、相談・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依然として差があることが分かりました。前年度比較で窓口に対する信頼度は向上しており、今後も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。



実効性評価(モニタリング)

当行では、人権への負の影響を防止・軽減させるための取り組みが実効的か検証するため、定量的なモニタリング指

標を設定しています。これらの指標を継続的にモニタリングしつつ、人権デューデリジェンスの高度化に努めていきます。

ライツホルダー	定量的指標	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
社員	内部通報件数	241	195	196	178
	ハラスメント関連の通報・相談件数	105	144	128	129
	ハラスメント認定件数	9	10	11	20
お客さま	個人情報漏えい件数(2022年度を100とした場合の指数表示)	100	89	86	95
サプライヤー	サプライヤーの契約(CSR条項)違反件数	0	0	0	0
投融資先	ネガティブスクリーニング件数(クラスター弾製造企業に該当した投融資先)	0	0	0	0

環境(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、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.65

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ます。2025年度は、金銭報酬制度(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、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.73～75

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

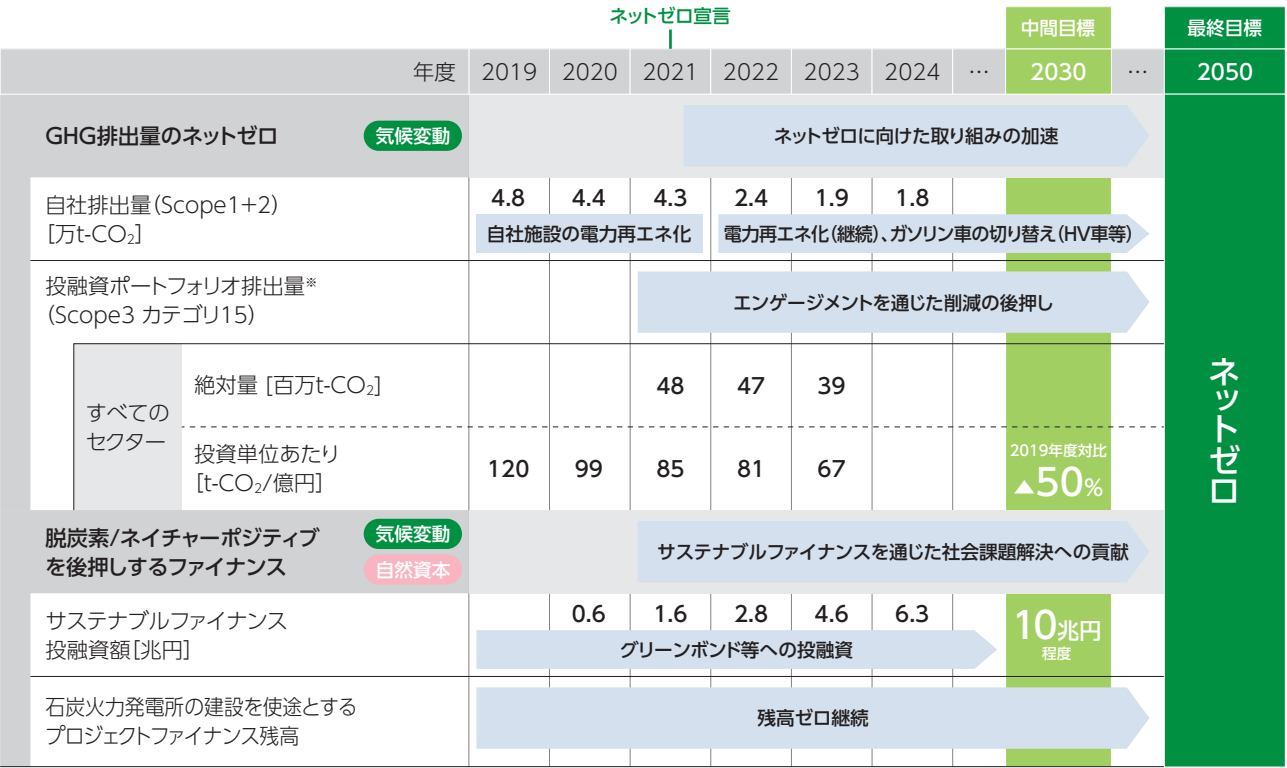
<https://www.jp-bank.japanpost.jp/sustainability/environment/social-contributions/>

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

当行では、2050年のGHG排出量ネットゼロに向け、自社排出量の削減や投融資ポートフォリオの排出量削減に向けて取り組んでまいりました。

2026年度からの新・中期経営計画期間では、サステナブルファイナンスの新規投融資額を2030年度までに10兆円程度とする目標を新たに設定しています。



※ 投融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。

リスクおよび機会の特定

リスク管理はP.62

当行は、気候変動や自然資本・生物多様性に関して、台風・洪水や投融資先の事業環境変化等によって、当行が保有する有価証券価値が低下する等のリスクがあると認識しています。

機会については、公表されている各種調査結果に基づき、グリーンボンド等についてグローバルでおおむね年間5,000億米ドル程度の規模と想定される継続的な発行市場があると認識しており、当行にとっての投資機会と認識しています。

機関投資家としての取り組み

サステナビリティ投融資方針

「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

また、適切な取り組みと開示を行うことで、インデックス運用への組入れやESG上位銘柄としての認証効果を通じて、当行株式の投資需要の増加に寄与すると認識しています。当該効果の定量的な推計は困難であるものの、例えばインデックス運用への組入れについては、把握可能な範囲に限定しても、少なくとも数百億円以上の当行株式への投資につながっていると推計しています。

ターンの確保・リスクの低減を図るため、サステナビリティ投融資方針を制定しています。2026年4月には、新たに、「一般炭を除く鉱業」、「木質バイオマス発電」に関する条項を新設しました。今後も当行内外の環境変化を踏まえつつ、定期的な見直しを実施します。

セクター横断的な禁止方針	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 等
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、パーム油、石炭火力発電、森林伐採、炭鉱採掘(一般炭)、大規模水力発電、鉱業(一般炭を除く)、木質バイオマス発電、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)

ESGインテグレーション

投融資判断にあたっては、投融資先の信用力を評価する過程で、環境・社会・ガバナンス(ESG)への取組状況を確認しています。これらの要素を信用力に影響を与える可能性のある

定性的評価のひとつとして考慮することで、ESGインテグレーションを実践しています。

エンゲージメント事例

テーマ	投融資先	対話内容
気候変動	エネルギー供給・ネットワーク事業者	●再生可能エネルギーの導入やネットワークの高度化、設備更新によるエネルギー効率の向上など、事業運営と一体となった排出削減の取り組みが進められていることを確認。
自然資本	自然環境と隣接するインフラ事業者	●生態系や景観への影響を最小化するため、通常とは異なる設備配置や施工方法を採用したこと、希少な動植物の生息環境に配慮した植生管理や保全活動を行っていることなどを確認。

事業会社としての取り組み

当行では、前中期経営計画期間中において自社保有施設の電力を再生可能エネルギーへ切り替えたほか、営業活動用四輪車両(ガソリン車)をEV/HV等の環境に配慮した車両に

切り替えることを通じて自社排出量の削減に努めてきました。また、2026年からは、人事異動等においてお取引先さまから祝意(祝花等)をお寄せいただける場合に寄付に代えていただくことが可能となる取り組みも開始しました。

災害・事故などへの対応

当行では、気候変動等による自然災害・事故等の緊急事態が発生した場合に災害義援金の無料送金など、被災者支援に取り組んでいます。2024年度には災害時の被害状況等に関する必要な情報の適時適切な交換について相互に協力し、復興支援を行うこととして、住宅金融支援機構と日本郵政グ

ループで「被災地域の早期復興に向けた連携支援に関する包括協定」の締結を行いました。今後も気候変動等リスクが当行に与える影響を適切に把握・対応することで、災害時にも安心してご利用いただけるよう取り組みを行ってまいります。

「ゆうちょエコ・コミュニケーション」を通じた支援

当行は、地域社会・地域住民と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ため、地域の社会課題(環境保全、地域共生、次世代育成)の解決に取り組む全国の団体に寄付を行い、活動を支援しています。



環境(TCFD・TNFD対応)

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

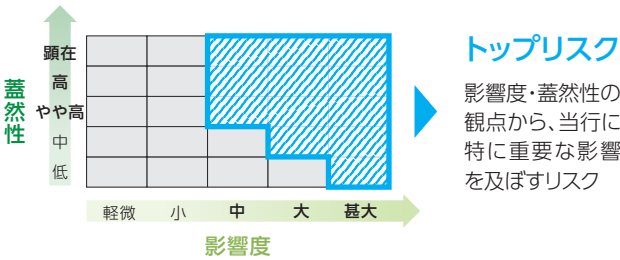
気候関連リスクや自然関連リスクは、それぞれ物理的リスクと移行リスクに区分され、信用リスク・市場リスク、流動性リスク、オペレーショナル・リスク、レピュテーションリスクとして当行へ影響します。

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	●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	●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	●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	●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
	短期～長期	中期～長期	短期～長期	中期～長期
流動性リスク	●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	●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	●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	●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
	短期～長期	中期～長期	短期～長期	中期～長期
オペレーショナル・リスク	●台風・洪水等による、設備毀損、事業中断	●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	●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	●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
	短期～長期	中期～長期	短期～長期	中期～長期
レピュテーションリスク	●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		●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	短期～長期

※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。



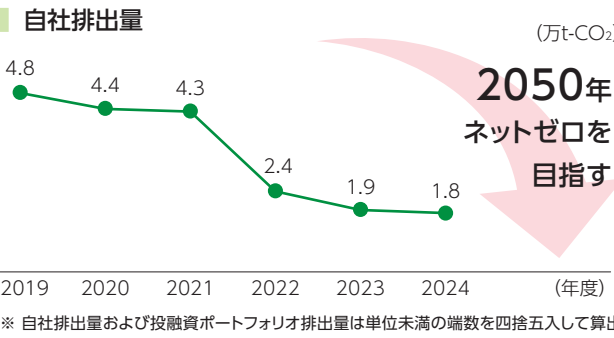
影響度	蓋然性
● 定量基準として、当行の財務面(当期純利益など)やその他有価証券評価損益へ与える影響額をもとに5段階で評価 ● 定性基準として、業務運行、レピュテーションへの影響の程度をもとに5段階で評価	● すでに発生しているか、発生していないが今後どの程度の時間軸で発生し得るかをもとに5段階で評価

※ リスクアペタイト(自社のビジネスモデルの個性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ィ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

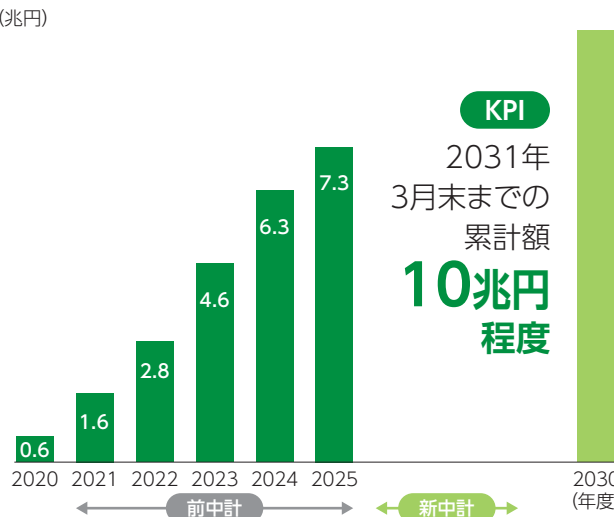
自社排出量(Scope1、2)は、自社施設への再生可能エネルギーの導入などによって順調に削減しており、投融資ポートフォリオ排出量(Scope3カテゴリ15)についても、投融資先とのエンゲージメントなどを着実に実施した結果、中間目標(2030年度に2019年度対比で▲50%(投資単位あたり))に



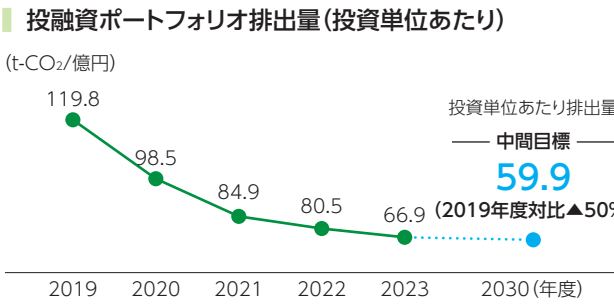
サステナブルファイナンスの推進状況、ポジティブ・インパクトの測定

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、「サステナブルファイナンス」の投融資目標を設定し、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

サステナブルファイナンス新規投融資額(累計)



向けて、削減傾向を維持しています。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。



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・活用の高度化にも努めていきます。

サステナブルファイナンスを通じて創出したポジティブ・インパクト例

GHG 排出削減貢献量	約970万トン/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40万トン/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79,000名/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9,600名/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

つながる社会共創

次世代育成

次世代育成はすべての地域の共通の課題です。クレジットカードや電子マネーの普及などに伴い、青少年が巻き込まれるお金のトラブルも多様化しており、それらの解決の一助となる金融リテラシーの向上に貢献することが、金融機関とし

ての責任であると、ゆうちょ銀行は考えています。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、地域の未来に貢献します。

ゆうちょアイデア貯金箱コンクール

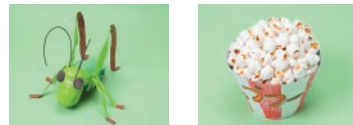
貯金箱の作製を通じて、子どもたちの創造力を伸ばすこと、貯蓄への関心を持ってもらうことを目的として、1975年から実施しています。2025年度は、368,018点の応募作品から240作品を選出し、全国で展示会を開催しました。

参加作品1点につき10円、総額3,680,180円(文房具1.25万点を含む)を公益財団法人日本ユニセフ協会、独立行政法人国際協力機構(JICA)およびジョイセフ(国際協力NGO)に寄付いたしました。

なお、2025年度には第50回の節目を迎え、「ゆうちょアイデア貯金箱コンクール」が、「最も長く続いている貯金箱デザインコンクール」としてギネス世界記録™に認定されました。



ギネス世界記録™認定
記録名:最も長く続いている貯金箱デザインコンクール



入賞作品



第3回FESコンテスト 全国大会表彰式



ゆうちょ金融教室の様子

FES コンテストへの協賛

一般社団法人日本金融教育支援機構が主催するFES コンテスト全国大会へ協賛しています。FES コンテストは、中高生が小学生向けに金融教育動画を制作し、大学生が運営をサポートする、「学生の、学生による、学生のためのコンテスト」です。

小学生から大学生までの幅広い年齢層の児童・生徒が金融教育を「自分ごと」として考えるきっかけを創ることを目的としています。

当行は本コンテストの趣旨に賛同し、運営をサポートしています。

金融教室(出前授業)の実施

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。

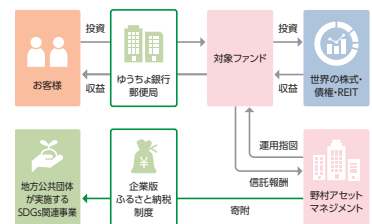
当行では、小中高生を対象に、学校への出前授業等の金融教室を開催しています。オリジナルの教材を使用して、お金の大切さ、お金との付き合い方を伝えることで、子どもたちが正しい金銭感覚を身に付けることができるよう育成をお手伝いしています。



TOPICS 「みんなでとどける」プロジェクト

地方創生に貢献する取り組みとして、「みんなでとどける」プロジェクトを推進しています。

本プロジェクトでは、野村アセットマネジメントが運用し、郵便局およびゆうちょ銀行が販売する「野村世界6資産分散投信」ファンドから得られる収益の一部を、地方創生応援税制(企業版ふるさと納税)を活用して、東京都を除く46道府県において「まち・ひと・しごと創生」に取り組む地方公共団体へ寄付しています。

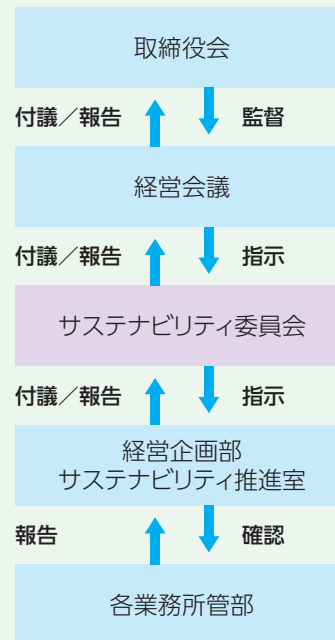


サステナビリティ推進体制

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。サステナビリティ推進への取り組み事項については、サステナビリティ委員会にて協議等を行うとともに、経営会議や取締役会に適時・適切に付議または報告しています。

ガバナンス体制



2025年度 議論状況

	決議事項／協議事項	報告事項
監督	取締役会	中期経営計画案の協議、年度経営計画の策定(マテリアリティ・サステナビリティ関連のKPI設定)
	取締役会	リスクアパタイト・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)
	委員会 法定	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)
執行	サステナビリティ委員会	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)
	サステナビリティ委員会	リスクアパタイト・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)
	サステナビリティ委員会	サステナビリティの推進状況(監査委員会、年1回程度)
	サステナビリティ委員会	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	サステナビリティ委員会	サステナビリティ投資方針、サステナビリティ基本方針改定案の協議
	サステナビリティ委員会	サステナビリティの取組状況および2026年度計画
	サステナビリティ委員会	次期中計におけるマテリアリティの検討状況
	サステナビリティ委員会	サステナブルファイナンス目標の見直し



取締役兼代表執行役副社長
サステナビリティ委員会 委員長
矢野 晴巳

当行は、「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」というパーパスのもと、日本全国・全世代のお客さまのニーズにお応えする金融サービスの提供を目指しています。2026年5月には、新・中期経営計画のスタートに合わせ、新中計のもとで推進する4つの事業戦略に連動したマテリアリティ(重要な社会課題)を設定しました。

目まぐるしく変化する社会課題に対し、当行の事業活動を通じて何ができるのか議論を重ね、これからも、サステナビリティ経営を推進していきます。

詳細はP.30～33



TOPICS サステナビリティフォーカスレポートの発行



2026年5月に「サステナビリティフォーカスレポート2026」を発行しました。このレポートは、当行が事業を通じて解決する重要な社会課題として新たに設定した4つのマテリアリティについて、策定の背景および具体的な取り組みを記載しています。また、気候変動、自然資本・生物多様性や人権等の一連の取り組みについて、進捗状況を含め詳しく記載しています。

<https://www.jp-bank.japanpost.jp/sustainability/report/pdf/sustainability-focus-report.pdf>