

第8回グループコンダクト向上委員会

2024年3月11日
日本郵政株式会社

(1)－1 ステークホルダーの期待に 応える行動をしていくための取組み

グループコンダクト向上計画
～2024年度アクションプラン～

日本郵政グループ
グループコンダクト向上計画
～2024年度アクションプラン～

2024年3月11日
日本郵政株式会社
クライシスマネジメント統括部
グループコンダクト統括室

2023年度施策の実施結果概要と評価

- 「2023年度アクションプラン」の中で掲げた施策については、予定どおり実施済み。
- ES調査の結果、「J P 行動宣言」の認知度が全体的に向上する等、組織全体に浸透させる取組は、企業カルチャー改革の「導入フェーズ」として順調に進んでいるものと評価。

推進のための6つのポイント	主要施策の実施結果概要
① <u>価値観・倫理観</u>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「キャラバン活動」の実施（「J P 行動宣言」の認知度が比較的低い日本郵便共通・郵便物流機能（単マネ局）等、合計25拠点・約2400名の管理者等に対して実施済み） ・ 「パイロット店舗」の設置・運営（ゆうちょ銀行及びかんぽ生命に合計41店舗設置。対象社員約1400名）
② <u>トップ及びミドルのリーダーシップ</u>	<ul style="list-style-type: none"> ・ トップメッセージの発信（日本郵政増田社長に続き、担当役員、各社幹部、支社長・郵便局長が発信済み） ・ 「グループ横断PT」の定期開催（今年度4回開催。2月には、対面開催を行い、日本郵政増田社長との意見交換を実施）
③ <u>コミュニケーション</u>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「情報紙」や「グループ報」の発信（情報紙は5回、グループ報は6回発信済み） ・ グループ各社における推進・浸透策の実施
④ <u>研修</u>	<ul style="list-style-type: none"> ・ グループ合同新入社員研修の実施（総合職採用者約260名に対して実施済み） ・ 「J P 行動宣言」事例集の作成（「J P 行動宣言」に沿う行動・沿わない行動の具体的な事例110件を掲載） ・ 「J P 行動宣言」映像化資料の作成（集合研修が難しい郵便物流機能、エリマネ局を対象として、「J P 行動宣言」の趣旨や具体的な実践例を短時間（約5分）で伝達）
⑤ <u>適切なインセンティブ</u>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「J P 行動宣言」推奨制度の導入・授賞式の開催（グループ全体で、合計83の取組について「J P 行動宣言」大賞等を授与） ・ 「J P 行動宣言」に沿った社員の期待役割の策定（将来的に人事評価制度に反映させることを検討）
⑥ <u>浸透の確認</u>	<ul style="list-style-type: none"> ・ KGI・期中モニタリング指標による浸透の確認を実施

「2024年度アクションプラン」の基本方針

- 2024年度は、企業カルチャー改革の「充実フェーズ」。
- グループの社員・役員一人ひとりについて、「J P 行動宣言」の「認知」から、行動の実践をもたらす「理解」・「共感」のレベルに引き上げていくため、6つのポイントに基づく施策を実施していく。

推進のための6つのポイント	導入フェーズ（2023年度）	充実フェーズ（2024年度）	評価・検証フェーズ（2025年度）
① <u>価値観・倫理観</u>	「 <u>J P 行動宣言</u> 」の認知度が低いセグメントにフォーカスした推進・浸透策を中心に展開する。	倫理観（善悪や是非の判断基準）にフォーカスし、認識レベルを向上する取組を進める。	価値観（行動の評価・判断基準）にフォーカスし、行動レベルを向上する取組を進める。
② <u>トップ及びミドルのリーダーシップ</u>	トップからミドル層へのアプローチを重視した施策に取り組む。	ミドル層からフロントラインへのアプローチを重視し、ミドル層を支援するためのサポート体制の整備に取り組む。	フロントラインからトップ・ミドル層へのボトムアップを重視した施策に取り組むとともに、これまでの取組みの総括・評価を行う。
③ <u>コミュニケーション</u>	各職場における上司・部下・同僚にフォーカスし、積極的にコミュニケーション機会の創出に取り組む。	同じ職位（水平方向）等、コミュニケーションの更なる活性化にフォーカスして取り組む。	これまでの取組みを振り返り、さらなるコミュニケーション活性化策を検討していく。
④ <u>研修</u>	実効的な研修の土台作りにフォーカスした施策に取り組む。	研修チャンネルの多様化の観点から、「オンデマンド」を意識した施策に取り組む。	これまでの活動において把握した社員・役員の声を基に、更に充実・細分化した研修を実施していく。
⑤ <u>適切なインセンティブ</u>	『好循環サイクル』（正しい行動が、正しく評価されることによって、周囲の社員も、主体的に行動する）を作る第1段階として、正しい行動を「表彰する」、「褒める」施策を導入する。	好循環サイクルを作る第2段階として、「 <u>J P 行動宣言</u> 」表彰制度や「褒め活」の運用レベルを向上させる。	グループ全体において、「 <u>J P 行動宣言</u> 」の人事評価への反映（登用・昇格・報酬等）の検討を進めていく。
⑥ <u>浸透の確認</u>	「 <u>J P 行動宣言</u> 」の推進・浸透度の評価、及び本件計画全体の実施状況や効果の評価を実施する。	評価結果を踏まえ、次年度以降の「 <u>J P 行動宣言</u> 」の推進・浸透策や本件計画の策定・見直しを行う。	評価結果を踏まえ、次年度以降の「 <u>J P 行動宣言</u> 」の推進・浸透策や本件計画の策定・見直しを行う。

「2024年度アクションプラン」施策スケジュールの概要

推進のための 6つのポイント	コンセプト	主要施策の実施スケジュール概要			
		1Q (4~6月)	2Q (7~9月)	3Q (10~12月)	4Q (1~3月)
① <u>価値観・倫理観</u>	倫理観（善悪や是非の判断基準）にフォーカスし、認識レベルを向上する取組を進める。	キャラバン活動の実施 パイロット店舗の設置・運営（褒め活を含む）			
② <u>トップ及びミドルのリーダーシップ</u>	ミドル層からフロントラインへのアプローチを重視し、ミドル層を支援するためのサポート体制の整備に取り組む。	日本郵政増田社長 2周年メッセージ 第7回G横断PT	支社長・エリア本部長等によるトップメッセージ 第8回G横断PT	第9回G横断PT	第10回G横断PT（本社）
③ <u>コミュニケーション</u>	同じ職位（水平方向）等、コミュニケーションの更なる活性化にフォーカスして取り組む。	日本郵便：「JP行動宣言」ひとくち講座の活用による各職場での意見交換の促進、情報・コミュニケーション改革の継続的な実施等 ゆうちょ銀行：1日1点検運動を中心とした更なる推進・浸透、営業所等における取組みの補強 かんぽ生命：「JP行動宣言」の取組事例共有（ポータルサイト掲載）・研修等活用の推進、横展開活動の推奨選考時加算評価化等			
④ <u>研修</u>	研修チャネルの多様化の観点から、「オンデマンド」を意識した施策に取り組む。	「JP行動宣言」映像化資料の活用 「JP行動宣言」eラーニングの導入準備 「JP行動宣言」事例集の改訂			
⑤ <u>適切なインセンティブ</u>	好循環サイクルを作る第2段階として、「JP行動宣言」推奨制度や「褒め活」の運用レベルを向上させる。	「JP行動宣言」推奨制度の応募（職場推薦・自薦）・選考 「JP行動宣言」推奨授賞式（11月頃） 受賞者のアンバサダー活動			
⑥ <u>浸透の確認</u>	評価結果を踏まえ、次年度以降の「JP行動宣言」の推進・浸透策や本件計画の策定・見直しを行う。	期中モニタリング指標の確認 NPS・eNPS・ES調査結果の確認 温室効果ガス排出量の確認 推進・浸透度の評価			

2025年度アクションプランの策定

① 価値観・倫理観に関するアクションプラン

- 「キャラバン活動」、及び「パイロット店舗」の設置・運営サポートについては、2024年度、対象を拡大して実施。
- 「キャラバン活動」は、「J P 行動宣言」の更なる認知度向上に加え、社員・役員一人ひとりの理解・共感につなげるため、映像化資料や「3×3」ワークシートの活用を図る。

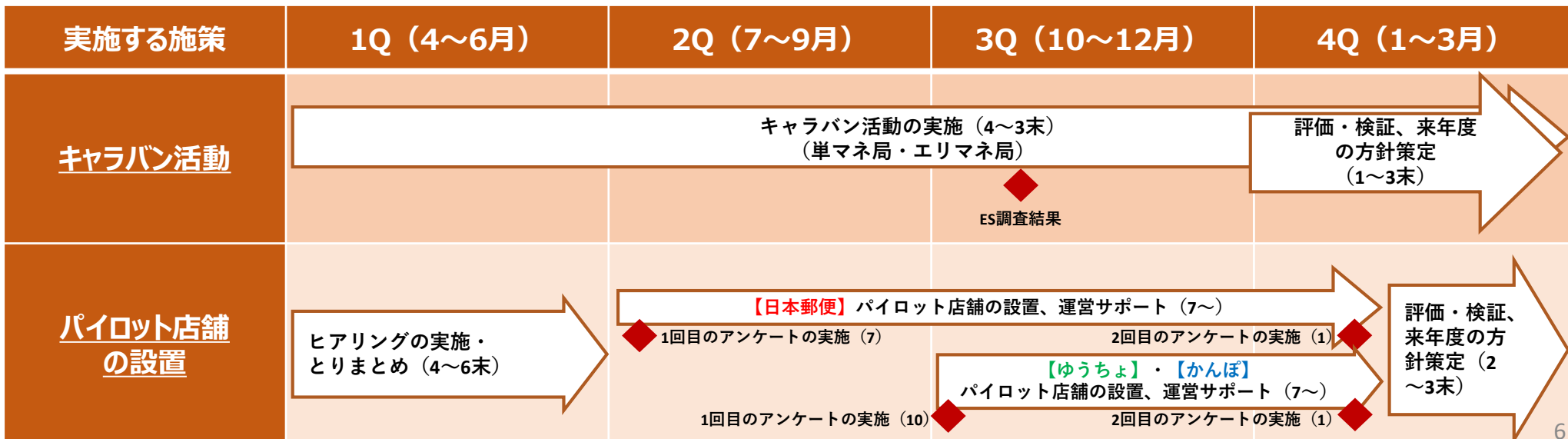
◎ 2024年度に実施する施策とコンセプト

■ キャラバン活動の実施

- 2024年度は、規模が大きい日本郵便共通・郵便物流機能（単マネ局）のほか、エリマネ局にも拡大。なお、単マネ局は、局長（トップ）会議に加えて、郵便関係部長会議等のミドル層が参加する会議に範囲を拡大。
- 映像化資料を活用し、具体的な「J P 行動宣言」の実践イメージにつなげるほか、「3×3ワークシート」の作成・ディスカッションの時間を確保し、理解・共感レベルを高めていく。

■ パイロット店舗の選定

- ゆうちょ・かんぼについては、10月以降、新たな店舗を選定した上で運営。日本郵便については、7月以降、店舗を選定した上で運営開始。
- 2023年度に実施したアンケート結果や効果検証の結果を踏まえ、ヒアリング等を実施し、効果が上がった要因等を把握。結果をとりまとめた上で、パイロット店舗への情報共有や情報紙への掲載等を行い、ヨコ展開を図っていく。



② トップ及びミドルのリーダーシップに関するアクションプラン

- 2024年度もトップメッセージを継続発信。
- さらに、フロントラインの理解・共感を拡大するために、支社・エリア本部のミドル層を中心としたグループ横断PTの活動をフロントラインにまで拡大。

◎ 2024年度に実施する施策とコンセプト

■ 各組織におけるトップメッセージの継続的な発信

- ・ 日本郵政増田社長によるトップメッセージは、「J P 行動宣言」運用開始から2周年となる7月、グループ全体に発信（予定）。
- ・ 日本郵政幹部、各社幹部からのトップメッセージは、引き続き「情報誌」を活用して4半期に1回のペースで発信。
- ・ 支社・エリア本部長によるトップメッセージについて、再度、発信を依頼するほか、郵便局長や支店長等に対しても発信を依頼していく。

■ グループ横断PTの運営

- ・ 「J P 行動宣言」について、積極的な取組を行っているフロントラインの方々を把握。今後は、フロントラインの方々に、横断PTメンバーのパートナー（サポーター）として参加いただく（支社・エリア単位で最大2名程度選定）。
- ・ フロントラインのメンバーについて、業務の負担等を考慮し、定例会合への出席は原則求めない。ただし、第10回（2024年度の最終回）は、本社対面開催として、会合に出席いただき、フロントラインにおける取組や各施策の成果、さらには、来年度における課題について、意見交換いただくことを予定。

実施する施策	1Q（4～6月）	2Q（7～9月）	3Q（10～12月）	4Q（1～3月）
各組織におけるトップメッセージの継続的な発信	増田社長 トップメッセージに関する調整 （4～6末）	◆ 日本郵政増田社長 2周年メッセージ	支社・エリア本部、郵便局長等トップメッセージ （7～3末）	評価・検証、来年度の方針策定 （1～3末）
	支社・エリア本部を訪問し、 トップメッセージご依頼 （4～6末）			
グループ横断PTの運営	◆ 第7回横断PT ・本件計画の説明 ・社員の期待役割を通じた、推進・浸透策の手法検討 ・推賞制度の効果的な周知方法の検討	◆ 第8回横断PT ・eラーニングの内容検討 ・よりよいパイロット店舗の設置・運営のための検討	◆ 第9回横断PT ・事例集の改訂検討 ・受賞者のアンバサダー活動の現状整理と更なる発展のための検討	◆ 第10回横断PT（本社対面開催） ・横断PTメンバー（フロントラインメンバーを含む）による意見交換会の実施

③コミュニケーションに関するアクションプラン

- 「J P 行動宣言」の理解・共感につなげるため、2023年度のコミュニケーション施策を継続。その中で、同じ職位（水平方向）におけるコミュニケーションの更なる活性化を意識した取組を行っていく。

◎ 2024年度に実施する施策とコンセプト

■ 日本郵便による施策

- ・ 「J P 行動宣言」ひとくち講座の活用による各職場での意見交換の促進、郵便局での好取組事例の横展開、情報・コミュニケーション改革の継続的な実施。

■ ゆうちょ銀行による施策

- ・ 1日1点検運動（朝礼等で、「J P 行動宣言」を実践している社員を他薦し、好取組みを共有するもの）を中心に、「J P 行動宣言」の更なる浸透を図るとともに、営業所等における取組みを補強。

■ かんぽ生命による施策

- ・ 「J P 行動宣言」の各エリアでの取組みをポータルサイトで共有。共有事例を他エリアでの研修等で活用し横展開活動を活性化。活動を推賞選考時に加点評価。

■ （参考）日本郵政における施策

- ・ 2023年度に引き続き、四半期ごとの「グループ報」の掲載や、「メルマガ」や「情報紙」の発行を継続。
- ・ 「情報紙」は、「J P 行動宣言」推賞に関する周知や受賞取組の紹介等、「旬」な施策の内容を臨時に発行。
- ・ 「J P 行動宣言」に関するツール（ポスター・日めくりチェックリスト・クレドカード）を日本郵政社内に配布し、活動を展開。

実施する施策	1Q（4～6月）	2Q（7～9月）	3Q（10～12月）	4Q（1～3月）
日本郵便による施策	「J P 行動宣言」ひとくち講座の活用による各職場での意見交換の促進、情報・コミュニケーション改革の継続的な実施等			
ゆうちょ銀行による 施策	1日1点検運動を中心とした更なる推進・浸透、営業所等における取組みの補強			
かんぽ生命による 施策	「J P 行動宣言」の取組事例共有（ポータルサイト掲載）・研修等活用の推進、横展開活動の推賞選考時加点評価化等			

④ 研修に関するアクションプラン

- 多様な研修チャンネルを確保するため、「J P 行動宣言」eラーニングを導入。
- 研修においては、2023年度に作成した映像化資料・事例集を活用するほか、事例集に「J P 行動宣言」推奨の授賞取組等を盛り込む等の充実を図る。

◎ 2024年度に実施する施策とコンセプト

■ 階層別研修・ディスカッション

- ・ グループ合同研修や各社本社主催の研修を引き続き実施。
- ・ 支社・エリア本部主催の研修においても、「J P 行動宣言」の研修を実施。必要に応じて、日本郵政からの講師派遣やツールの提供等のサポートをしていく。

■ 「J P 行動宣言」eラーニングの導入

- ・ 研修チャンネル多様化の観点から、「J P 行動宣言」eラーニングを導入し、グループ全体に展開。
- ・ 社員の理解度を測定するため、受講前後に確認テストを実施する等の方法により、効果検証を行い、内容を改善していく。

■ 「J P 行動宣言」映像化資料の活用

- ・ 映像化資料（集合研修が難しい組織（郵便物流機能、及びエリマネ局）を対象として、「J P 行動宣言」の趣旨や、業務特性を踏まえた具体的な実践例を短時間（約5分）で伝えていくためのもの）を各局に展開。
- ・ キャラバン活動や研修等、他の推進・浸透策の中でも活用していく。

■ 「J P 行動宣言」事例集の改訂

- ・ 「J P 行動宣言」事例集について、「J P 行動宣言」推奨の授賞取組を盛り込むほか、特に、業務において判断に迷うと思われる事例を盛り込む。

実施する施策	1Q（4～6月）	2Q（7～9月）	3Q（10～12月）	4Q（1～3月）
階層別研修・ディスカッション	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 新入社員合同研修（4月） ◆ ゆうちょ新入社員研修（4月） 	支社・エリア本部主催の研修実施、 各社・各部署主催の既存研修の盛り込みを依頼（7～12末）		各社研修状況の確認、来年度計画の策定（1～3末）
「J P 行動宣言」eラーニングの導入	「J P 行動宣言」eラーニングの導入準備（4～9末）		◆ eラーニング導入開始（10月頃）	
「J P 行動宣言」映像化資料の活用	◆ 各郵便局に映像化資料を展開（4末）	郵便局における映像化資料の活用（5～）		評価・検証、来年度方針の策定（1～3末）
「J P 行動宣言」事例集の改訂			事例集の改訂・充実（10～3末）	
			◆ グループ横断PTにおける検討	

⑤適切なインセンティブに関するアクションプラン

- 「J P 行動宣言」推賞制度について、「ヨコ展開」促進の観点から、受賞者数・受賞対象を拡大するとともに、選考基準の明確化、選考プロセス、授賞式の充実を図る。
- 受賞者には、引き続き、「J P 行動宣言」のアンバサダーとして、「ヨコ展開」の推進者の役割を担っていただく。

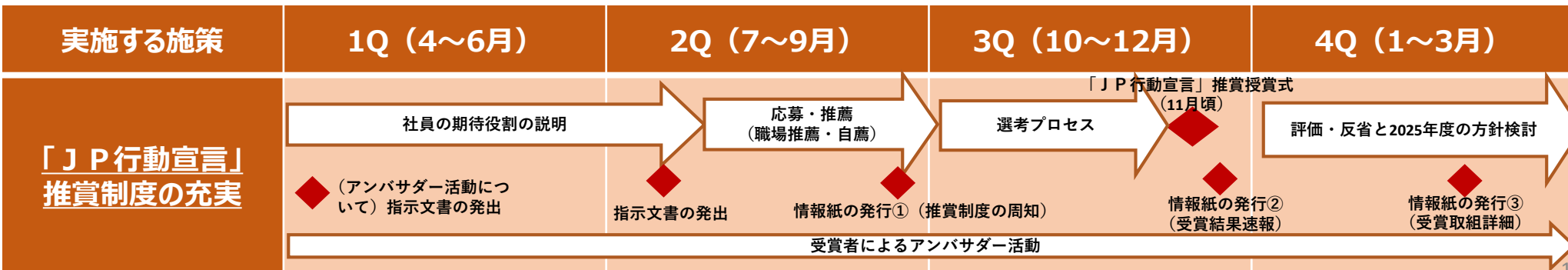
◎ 2024年度に実施する施策とコンセプト

■ 「J P 行動宣言」推賞制度の充実（2023年度との比較）

	2023年度における運用	2024年度における計画
①受賞者数・受賞の種類の拡大	<ul style="list-style-type: none"> グループ全体で83の取組が受賞 「J P 行動宣言」大賞（社長賞）や「笑顔賞」、「誇り賞」、「新たなステージ賞」等を授与 	<ul style="list-style-type: none"> 「J P 行動宣言」の裾野が広がっていること踏まえ、受賞者数を拡大 過去の受賞取組を参考に開始した取組を対象にするなど、授賞の種類を拡大
②選考基準の明確化	<ul style="list-style-type: none"> 「J P 行動宣言」の3つのステークホルダーと3つの行動（3×3）を選考基準 	<ul style="list-style-type: none"> 選考基準に「J P 行動宣言」に沿った社員の期待役割を反映
③選考プロセスの充実化	<ul style="list-style-type: none"> 他薦は、拠点長推薦のもと、支社・エリア本部長が選考 自薦は、外部有識者による選考 	<ul style="list-style-type: none"> 他薦は2023年度と同様のプロセスを想定。選考プロセスにおいて、支社・エリア本部の関与度合いを高めていくことを検討 自薦は、授賞式当日、最終選考に残った社員に、取組内容をプレゼンいただくことなどを検討
④授賞式の充実	<ul style="list-style-type: none"> 対面開催（ライブ放映は、パイロット店舗のみ） 	<ul style="list-style-type: none"> 受賞者に加え、横断PTメンバーにも授賞式に参加いただくことを検討 選考に関与した支社・エリア本部等に対して、授賞式をライブ放映することなどを検討

■ 「アンバサダー活動」のサポート

- ・ 受賞者にアンバサダー活動を実施いただくことについて、各社指示文書を発出。
- ・ 受賞者には、支社・エリア本部主催の会議（例：CSRリーダー会議等）に参加の上、受賞した取組内容や取り組みきっかけ等を紹介いただき、他の職場等への「ヨコ展開」のためには何が必要か等、会議メンバーと意見交換いただくことを想定。



「J P 行動宣言」に沿った社員の期待役割

- 「J P 行動宣言」の3つのステークホルダーと3つの行動（3×3）を具体化したものとして、「J P 行動宣言」に沿った社員の期待役割を策定。

	笑顔のために	誇りを持って	新たなステージで	行動憲章との関係性				
				信頼の確保	規範の遵守	共生の尊重	価値の創造	変革の推進
お客様の ために	①誠実に行動 お客さまの利益や都合を最優先に、誠実に行動する。			○		○		
	②品位と謙虚さ お客さまからの信頼を得るための品位と謙虚さを持つ。			○	○			
	③創意工夫 お客さまの意識や変化を感じ取り、期待に応え続けるために創意工夫する。						○	○
社会の ために	④いまと未来 地域・社会・職場のいまと未来の笑顔のために、自分ができるところを考え、身近なことから行動する。					○	○	
	⑤様々な人たちの声 地域・社会の様々な人たちの声に耳を傾け、笑顔につなげる。					○	○	
	⑥新しい一歩 地域の人たち・職場の仲間・自分の笑顔のために、新しい一歩を踏み出す。					○		○
社員の ために	⑦互いの尊重 社員が互いを認め合い、尊重し、助け合う。			○		○		
	⑧良心と社会規範 郵政グループの一員であることに誇りを持ち、良心や社会規範に従い、社員のために正しく行動する。			○	○			
	⑨挑戦 柔軟な思想とチャレンジ精神をもって、社員互いに成長に向けて挑戦する。						○	○

【参考】「J P 行動宣言」に沿った社員の期待役割に関する今後のロードマップ

- 2024年度は、「J P 行動宣言」推賞において、「J P 行動宣言」に沿った社員の期待役割を選考基準とした選考・評価を実施。
- 並行して、期待役割の人事評価への反映方法を検討する。

	活用内容	ロードマップ	
		2024年度（充実フェーズ）	2025年度（評価・検証フェーズ）
①「J P 行動宣言」の推進・浸透策	<p><u>「J P 行動宣言」推賞</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 期待役割を選考基準とした選考・評価を実施する形で、制度を運用していく。 	<p>期待役割を選考基準とした推賞制度の運用</p> <p>◆ 「J P 行動宣言」推賞授賞式（11月頃）</p> <p>◆ 「J P 行動宣言」推賞授賞式（11月頃）</p>	
②評価の仕組み作り	<p><u>人事評価への反映</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 期待役割について、職務行動評価、又は業績評価の中に取り入れる形で、人事評価へ反映する。 	<p>人事評価への反映方法の検討</p>	<p>人事評価への反映開始（2025年度開始を目指す）</p>

⑥ 浸透の確認に関するアクションプラン

- 引き続き、グループコンダクト向上計画で設定したKGI・期中モニタリング指標に基づき、評価を実施。2024年度は、より深掘りした分析を行う。
- 評価結果を踏まえ、次年度以降の「J P 行動宣言」の推進・浸透策の見直し等に活用する。

◎ 2024年度に実施する施策とコンセプト

■ KGI・期中モニタリング指標による浸透の確認

- ・ KGI・期中モニタリング指標に関するデータについて、関係部署から情報提供を受けた上で、過去分との比較・増減の理由等の分析・評価を実施。

■ KPIによる浸透の確認

- ・ KPIについては、各社のフロントラインの状況を踏まえ、導入を検討。

実施する施策		1Q (4~6月)	2Q (7~9月)	3Q (10~12月)	4Q (1~3月)
KGI ※は期中モニタリング指標	【お客さま】 ・ お客さま本位の良質なサービスの提供 ・ NPS ※コールセンターの応答率	コールセンター応答率の確認 (6,9,12,2月)		◆ NPSの確認 (10月)	
	【地域社会】 ・ 地域の発展化・活性化に貢献 ・ カーボンニュートラル ※地方公共団体等との連携・事務受託の状況	地方公共団体等との連携・事務受託の状況の確認 (6,9,12,2月)	温室効果ガス排出量の確認 (8月)		KGIの評価 (1~3末)
	【社員】 ・ 働きやすい職場作り ・ eNPS ・ 「J P 行動宣言」の認知度 (ES調査結果) ※内部通報の件数	内部通報の件数 (6,9,12,2月) の確認		◆ eNPS・ES調査結果の確認 (10月)	
KPI			各社と調整の上、KPIの導入を検討 (7~12末)		来年度の方針策定 (1~3末)

(2) ステークホルダーの期待に反する事象への対応を 高度化するための取組み

内部通報制度等に対する評価

内部通報制度等に関する2023年度の主な取組

◎ 内部通報制度

- 当グループは、「社員の声は財産であり、声を寄せる社員もまた貴重な財産である」との基本認識のもと、内部通報制度を、社員がより安心して積極的に声を寄せられるよう、取組を進めてきたところ。
- 特に、日本郵政は、2023年度グループ内部通報制度改善に関する取組計画に基づき、①利便性向上による制度の更なる利用促進、②制度の機能向上による組織の自浄作用強化、③外部専門チームの効果的な活用、④利用者満足度の向上について、重点的に取組を実施。②制度の機能向上としては、不服審査会を中心に、個別事案・実務・運用の3段階で自律的にPDCAを回し、改善を図っている。
- 2024年度も、引き続き不服審査会を中心にPDCAを回しながら、利用者満足度の向上とコンプライアンス・リスクの早期把握等を通じた自浄作用の更なる向上を目指していく。

◎ ハラスメント相談制度

- グループ各社は、相談窓口の整備・相談員のスキル向上等の相談体制の充実を図るとともに、社員に対する研修・啓発を重層的に実施。

グループ各社

内部通報制度改善のための2023年度の主な取組

日本郵政

- ・ 不服審査制度を導入し、個別事案に関する不服に対応。不服審査会は、個別の不服審査を通じた専門的・実務的知見に基づき、定期的に通報対応実務の改善提言を行い、自浄作用の更なる向上を図る
- ・ 社外窓口において、対応の迅速化、幅広い調査等によるリスク検知の高度化を図る
- ・ グループ共通の実務標準・指針である「JPグループ内部通報実務対応スタンダード」を策定
- ・ インバウンドコール(IBC)を導入し、個々の社員の疑問に答え不安解消を図る など

日本郵便

- ・ 電話による通報受付(IBC)を開始し、利用者の利便性を向上
- ・ 少人数の郵便局において、通報者保護の観点から、情報源を秘匿して調査を実施した成功例を調査担当者に対して周知・指導

ゆうちょ銀行

- ・ 社内研修資料において、通報者探索の禁止、調査協力者への不利益取扱いの禁止、通報情報の秘密保持及び目的外使用の禁止を周知。特に、通報者探索の禁止は、事例を挙げ周知

かんぽ生命

- ・ 公正・中立性に関する社員周知について、情報紙で周知したほか、eラーニング研修に教材として周知

内部通報制度等に対する評価

- 昨年度と同様、当グループの内部通報制度、及びハラスメント相談制度の改善状況について、以下の要領に基づき、委員に評価いただいた。

◎ 評価要領

1 評価の対象

- ・ グループ各社（日本郵政、日本郵便、ゆうちょ、かんぽ）の内部通報及びハラスメント制度の改善状況

2 評価の方法

- ・ 評価の基礎となる情報は、グループ各社各担当部署が提出した資料、及びグループ各社による自己評価の結果を基礎としつつ、昨年度と異なり、委員によるグループ各社各担当部署へのヒアリングを実施。
- ・ グループ各社の取組みや自己評価の内容、ヒアリング結果を踏まえ、施策「実施」の適切性、及び「効果」の発揮度合いを考慮して評価を実施。

3 評価の観点

- ① 内部通報制度に対する社員の認識を「組織に背く行為であり、ためらうもの」から「コンプライアンス違反等を見聞きたら、内部通報等を行うことが社員の義務であり、あるべき姿である」に変えるために必要な取組みが実施されているか（社員の意識醸成のための取組）。
- ② 通報者の保護及び社員がためらいなく利用する利便性を確保するための仕組みが機能しているか（通報者の保護及び利便性）。
- ③ 社員に対し、ためらいなく内部通報制度を利用できるよう、必要な情報の周知が適切に行われているか（制度の周知・浸透）。
- ④ 調査その他の通報対応が公正中立に行われることの周知が十分に行われているか。また、通報者・被通報者の調査への不服に対応する手続き等が設けられているか（調査の公正中立性・不服対応手続）。
- ⑤ 調査結果や通報対応の過程で把握した「声」が、自浄作用の向上や経営・業務手続・職場環境の改善に活かされているか（調査結果や「声」の活用）。

内部通報制度等に対する評価結果

- 内部通報及びハラスメントともに、4社全て施策を適切に実施している（◎）と評価。
- 特に、内部通報制度等に関しては、施策実施の「効果」に関する評価が向上。他方で、今後の課題も指摘されているところ。
- 今後も、当該課題への対応や、実施した施策が十分に効果を発揮できるよう、更なる改善に取り組んでいく。

◎ 内部通報制度

グループ各社	総合結果（※は昨年度の評価）	評価の内容
日本郵政	<ul style="list-style-type: none"> ・ 施策の実施は適切◎（※◎） ・ 効果も十分に発揮◎（※◎） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ キャラバン活動の実施やIBCの導入など、内部通報の「使い勝手」が向上。 ・ <u>不服審査制度</u>について、<u>不服審査会</u>を通じたPDCAサイクルも回っている。
日本郵便	<ul style="list-style-type: none"> ・ 施策の実施は適切◎（※○） ・ 効果も一定程度発揮○（※△） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 研修において、<u>対応模様のデモンストレーション</u>を用いて、<u>通報者保護</u>を分かりやすく伝えており、効果的。 ・ <u>少人数局や支社・単マネ局等の職場特性を踏まえた周知等</u>の工夫面もみられる一方、<u>その対応の効果の評価が困難</u>。
ゆうちょ銀行	<ul style="list-style-type: none"> ・ 施策の実施は適切◎（※◎） ・ 効果も一定程度発揮○（※○） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 資料等による情報の周知、特に、<u>事例をあげて周知していることは効果的</u>。 ・ <u>社員の声を活用する取組みは始まったばかりで、今後さらに進めていく必要がある</u>。
かんぽ生命	<ul style="list-style-type: none"> ・ 施策の実施は適切◎（※○） ・ 効果も十分に発揮◎（※△） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>アンケートを継続して実施する点</u>が評価できる。 ・ 情報の周知は概ね適切であるが、<u>ためらいなく利用するため継続的に利用を促すよう周知することが必要</u>。

◎ ハラスメント相談制度

グループ各社	総合結果	評価の内容
日本郵政	<ul style="list-style-type: none"> ・ 施策の実施は適切◎（※○） ・ 効果は発揮されているが、<u>不十分△（※△）</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>昨年度とほぼ同様の施策であり、効果の評価はできない</u>。 ・ <u>ハラスメント相談窓口の利用は限定的であり、単独での「効果」は評価不能</u>。
日本郵便	<ul style="list-style-type: none"> ・ 施策の実施は適切◎（※△） ・ 効果も一定程度発揮○（※△） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>管理職等が、社員に対して、「ためらわずに相談すること」を周知していることは効果的</u>。 ・ <u>公正中立性の周知や「声」の活用について、昨年度と比較すると改善が見られるが、一層の取組みが必要</u>。
ゆうちょ銀行	<ul style="list-style-type: none"> ・ 施策の実施は適切◎（※○） ・ 効果も一定程度発揮○（※△） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>より実例に近いケースを情報紙に掲載し、社員に「自分事」として考えさせる、不認定事案であっても職場環境の改善が必要であれば指導を行う等、個別案件を改善に活かす取組みが進んでいる</u>。 ・ <u>制度・職場環境の改善事例、人事処分等是非の有無・対応の概要についても周知が望まれる</u>。
かんぽ生命	<ul style="list-style-type: none"> ・ 施策の実施は適切◎（※◎） ・ 効果も一定程度発揮○（※△） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>アンケート調査の実施や、アンケートの「声」に基づき、未然防止を図るための訪問活動等が評価</u>。 17 ・ <u>公正中立性に関する周知について、一定の評価ができるが、効果に結びつくよう更なる取組みが必要</u>。