

[郵政博物館への支援]

郵政資料館は、以下の組織を承継するものとして、民営・分社化後は日本郵政が郵政事業に関する文化の普及及び啓発を目的として関係資料の収集、保存、展示及び調査研究をするために置き、運営していた⁴¹。

郵政省の通信博物館及びそれを改組した郵政研究所附属資料館

総務省の郵政研究所附属資料館

日本郵政公社の郵政資料館

2011(平成23)年12月に至り、財団法人から公益財団法人に移行し、それに伴って「郵政博物館」を置き、運営することを予定する通信協会から、日本郵政に、博物館への資料等の無償貸与及び博物館の運営に係る諸経費の一部に充てるための寄附の依頼があった。日本郵政としては、郵政資料館の運営を続けることとの比較検討の結果、協会の依頼に応じ、資料館は2012年3月31日をもって廃止して資料館の所蔵資料等の無償貸与及び寄附をすることとした。

2012年4月1日、通信協会は、我が国の手紙文化等文字コミュニケーション文化と情報通信・放送文化の向上に寄与することを目的とし、郵政博物館の運営に関する事業等を行う公益財団法人通信文化協会（名称も変更した。）となり、通信総合博物館は、協会が運営する郵政博物館とNTT情報通信館とを合わせて運営されることとなった。そのような状況の中、通信ビルを含む大手町二丁目エリアでは大規模な再開発計画⁴²が進められており、それに伴い通信ビルが取り壊されることとなったため、2013年8月31日、通信総合博物館は閉館された。郵政博物館については、その後移転作業が進められ、2014年3月1日、東京スカイツリータウン（東京都墨田区）でリニューアルオープンされた。

第3章 日本郵便

第1節 経営体制・方針

[経営理念・ブランドマーク]

日本郵便は、2012(平成24)年10月1日の郵便事業(株)及び郵便局(株)の統合による発足に当たり、次ページに示す経営理念を制定した。

⁴¹ 対外的には、NTT情報通信館と合わせて「通信総合博物館」として東京都千代田区大手町二丁目（通信ビル）で運営されていた。

⁴² 第1節の2で述べた本社機能の集約・移転先を含むもの

「日本郵便は、全国津々浦々の郵便局と配達網等、その機能と資源を最大限に活用して、地域のニーズにあったサービスを安全、確実、迅速に提供し、人々の生活を生涯にわたって支援することで、触れ合いあふれる豊かな暮らしの実現に貢献します。」

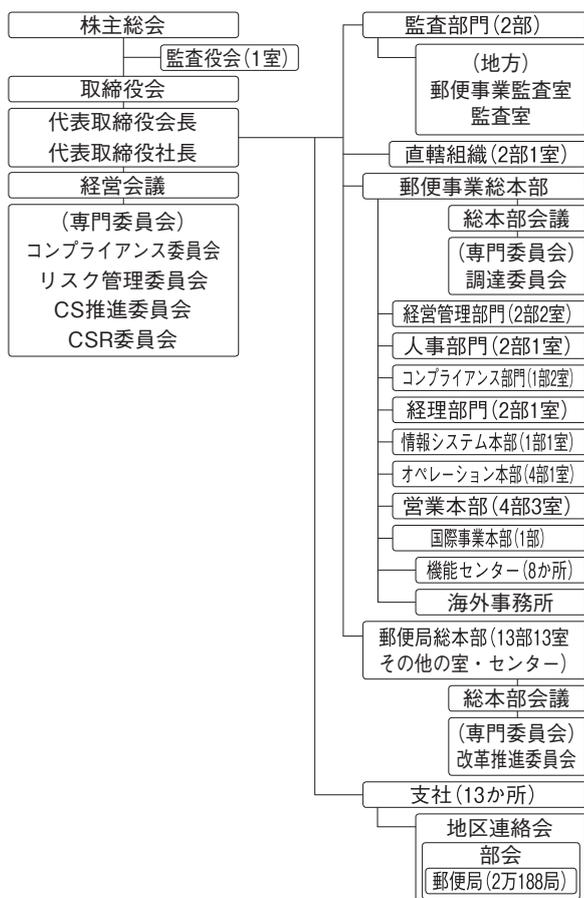
- ・ 郵便、貯金、保険の郵政の基幹サービスを将来にわたりあまねく全国で提供します。
- ・ 社会の変化に的確に対応し生活を豊かにする革新的なサービス提供に挑戦します。
- ・ 企業がバナンスを確立し、コンプライアンスを徹底することにより、企業としての社会的責任を果たします。
- ・ お客さまから愛され、地域から信頼、尊敬されるよう、社員一人ひとりが成長し続けます。

日本郵便のコーポレートブランドマークは、以下のものとした。



【組織】

【日本郵便の組織(2012年10月1日現在)】



注1: 郵便局には簡易郵便局を含まない。

注2: 郵便局及び簡易郵便局の数は2012年9月30日現在のもの

(参考: 簡易郵便局(4,297局))

日本郵便は、発行済株式の総数を日本郵政が保有することとされているため、監査役会設置会社とし、代表取締役の下に経営会議を置き、同会議の下に専門委員会としてコンプライアンス委員会、リスク管理委員会等を置いた。本社には、発足当初は、郵便事業総本部及び郵便局総本部並びに監査部門等を置いた。郵便事業総本部には、経営管理、人事等の4部門及び情報システム、オペレーション等の4本部を置いた。

支社は13か所に置き、郵便局は2万188局(2012(平成24)年9月30日現在。簡易郵便局を含まない。)を置いた。直営郵便局については、10~20局程度で構成する部会及び10程度の部会をまとめた地区連絡会を設けた。

発足時の社員数は、約20万8,000人であった。

なお、代表取締役社長兼執行役員社長は、以下のとおりである(括弧内の年月日は、就任日)。

鍋倉眞一 (2012(平成24)年10月1日)

高橋亨 (2013年6月28日。前日本郵政執行役員副社長)

横山邦男 (2016年6月28日。前三井住友アセ

ットマネジメント(株)代表取締役社長、元日本郵政専務執行役)

衣川和秀 (2020(令和2)年1月6日。前日本郵政専務執行役)

また、古川治治が2012年10月1日から2013年6月28日まで代表取締役会長兼執行役員会長を、高橋亨が2016年6月28日から2017年4月25日まで代表取締役会長及び同日から2020年1月5日まで取締役会長を務めた。

【経営方針】

日本郵便の経営方針は、2018(平成30)年5月の「日本郵政グループ中期経営計画2020」で示したものについてまず述べれば、3年間の主要な取組及び将来的に目指す姿を、事業領域ごとに以下のとおりとした。

	3年間の主要な取組	将来的に目指す姿
郵便・物流事業	<ul style="list-style-type: none">商品やオペレーション体系の一体的見直しによる荷物分野への経営資源シフト（荷物の小型化、リソースの流動化等）ライフスタイルの変化を踏まえたサービスの見直し・高付加価値化（指定場所配達サービスの実施、配達希望時間帯の拡充等）荷物拡大に対応したサービス基盤の強化AI・自動運転等のIoTや新技術の積極的な活用による利便性・生産性向上	サービスの充実と経営資源の再配分によるラストワンマイル物流ネットワークインフラの提供 (2024～2027年度にゆうパックを15億個程度、荷物が収益に占める割合を5割程度とすることを旨とする。)
金融窓口事業	<ul style="list-style-type: none">郵便局ネットワークを活用した商品・サービスの充実（みまもりサービス、地方公共団体からの事務受託等）地域ニーズに応じた商品・サービス提供、窓口営業時間等の多様化営業生産性の向上、窓口事務等の効率化	郵便局ネットワークの維持・強化による地域との共生
国際物流事業	<ul style="list-style-type: none">経営改善策の着実な実施とともに、成長戦略により収益を向上JP・トールのシナジー強化により国内のコントラクトロジスティクスを展開	国内外での総合物流事業の展開による一貫したソリューションの提供

2021(令和3)年5月の「JP ビジョン2025」では、方針は事業領域ごとにp700からp701にかけて示すとおりとした。

郵便・物流事業	<p>P-DX⁴³の推進（データドリブンによる郵便・物流事業改革）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ デジタル化の徹底によるデータとモノのスピード差や、配達先情報等の日本郵便が保有するデータを活かし、荷物分野の競争激化に打ち勝つ配送サービスを提供する。 ・ デジタル化された情報に基づくオペレーションの効率化を進めるとともに、お客さまにとっての差し出しやすさ及び受け取りやすさを追求する。 ・ 「JP ビジョン2025」期間中、P-DX及びオペレーション改革投資を3,000億円程度行う。 <p>商品・サービス、オペレーションの戦略的見直しによる競争力の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ お客さまのニーズに合わせて商品・サービス及びオペレーションを一体的かつ戦略的に見直すことにより、成長するEC市場やフリマ市場の荷物を確実に取り込み、荷物収益を拡大させる。 ・ 営業倉庫の拡大を軸にした3PLの拡大により、EC事業を展開しているお客さまの課題解決に貢献する。
郵便局窓口事業	<p>窓口業務運営のデジタル化の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ タブレットを活用し、各種手続のデジタル化を進めることにより、業務の効率化を進めるとともに、それによって創出した資源を活かし、リアルならではのサービスを展開する。 ・ コンサルティングアプリやデータ化された営業活動記録を活用して、お客さまのニーズに合わせたコンサルティングサービスを提供する。 <p>グループ一体での新しいかんぽ営業体制の構築</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 高い機動性と専門性をもったコンサルタントと、多様なお客さまニーズに応える窓口社員が、それぞれの能力を最大限発揮し、専門性と幅広さを兼ね備えた「総合的なコンサルティングサービス」をグループ一体で実現する。 <p>地域ニーズに応じた多種多様な商品・サービス等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 地方公共団体事務の受託、地域金融機関との連携強化、駅窓口業務の受託等、地域に信頼される郵便局ならではのサービス展開を拡大する。 ・ 郵便局ネットワークの価値向上に取り組み、郵便局ネットワーク維持の支援のための交付金も活用しながら、ユニバーサルサービスを確保する。

⁴³ Postal-Digital transformationの略で、デジタル化された差出情報と、日本郵便ならではの配達先情報を活用し、データ駆動型のオペレーションサービスを実現するための郵便・物流事業改革のこととして用いている。

	<ul style="list-style-type: none"> ・お客さまの利便性を踏まえた店舗の最適配置及び窓口営業時間の弾力化を進める。
郵便・物流事業 郵便局窓口事業	<p>生産性向上に向けた取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ P-DXの推進やオペレーション改革、窓口業務運営のデジタル化等により、業務の効率化を徹底する。 (現在のネットワーク水準を維持しつつ、効率化等に応じた業務量の減少や適正な要員配置に伴い、▲3万人(▲8%)相当分の労働力減少となる見通し) ・ 重点分野への投資を強化し、生産性の向上と将来の収益力向上を目指す。
国際物流事業	<p>アジア中心の経営構造への転換</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 不採算事業からの撤退及び合理化によるコスト削減を進め、利益拡大を目指す。 ・ オーストラリアに依存した経営構造から脱却し、日本を含むアジアを中心としたビジネスモデルへの転換による成長を図る。

第2節 日本郵便の取組

1 内国の郵便・物流のサービスの改善等

日本郵便の郵便・物流事業については、「日本郵政グループ中期経営計画2020」ではこれらの事業についての3年間の主要な取組の1つがライフスタイルの変化を踏まえたサービスの見直し・高付加価値化であり、「JP ビジョン2025」では方針の柱はP-DXの推進（データドリブンによる郵便・物流事業改革）及び商品・サービス、オペレーションの戦略的見直しによる競争力の強化としているが、日本郵便は、内国の郵便及び物流のサービスの改善等については、以下のとおり取り組んだ（一部、国際のものを含むものもある。）。なお、郵便料金の改定等については3で、再配達削減に関するものについては5で、土曜日配達休止等については6で述べる。

【配達時間帯指定郵便】

送達速度が速達を超えるサービスについては、郵政省時代から様々なものを提供してきた。それらのうち、翌朝郵便（通称「翌朝10時郵便」、愛称「モーニング10（テン）」）は、一定の時刻までに差出しをすれば翌日午前10時までに