



---

日本郵政公社

---



2005

---

日本郵政公社のディスクロージャー冊子

---



お客様に  
喜ばれ、信頼され、愛される  
郵政公社を目指して



# 基礎的な社会生活の ライフラインとして

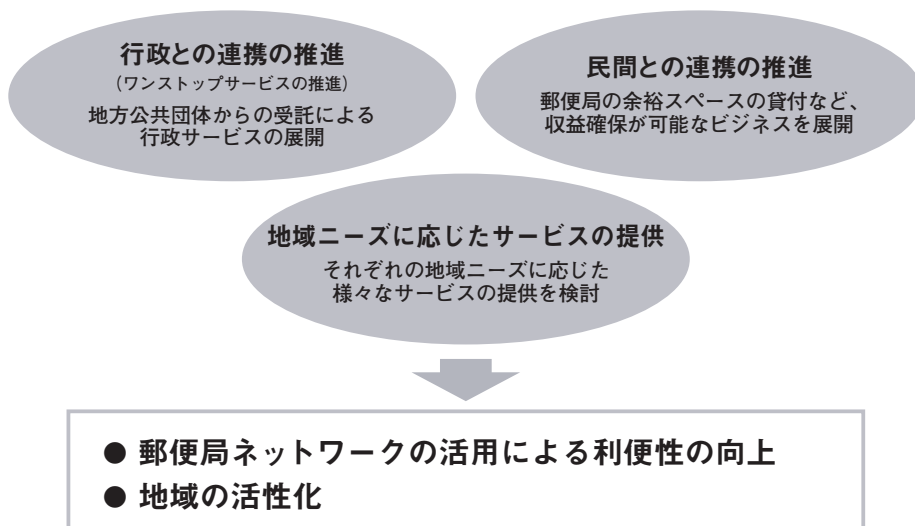
## ユニバーサルサービスの提供

日本郵政公社は、郵便事業、郵便貯金事業、簡易保険事業を営み、全国津々浦々の皆さまへの公平なサービスを目指しています。そしてこのサービスを実施していく上での基本的資産は全市区町村に設置された郵便局であり、この窓口機能を核に社会生活のライフラインとしてのサービスを提供しています。現在公社では、利用者の皆さまにもっと喜ばれ、信頼され、愛される存在になるために、「真っ向サービス」のスローガンのもと、お客さま満足度の追求を図るとともに、公社全体の生産性の向上、業務の効率化などに取り組んでいます。

## ワンストップ・コンビニエンス・オフィス構想

今後、我が国においては少子高齢化や都市化・過疎化の進行、市町村合併の進展、公共サービスのスリム化・アウトソーシング化などにより、地域社会・経済の形態は大きく変貌することが予想されます。

こうした中、公社では物流と金融の機能を併せ持つ全国郵便局ネットワークの経営資源を地域住民の生活インフラとして活用し、それぞれの地域ニーズに応じた様々なサービスの提供を行う「ワンストップ・コンビニエンス・オフィス」構想を推進しています。



# 日本郵政公社 2005

日本郵政公社のディスクロージャー冊子

トップメッセージ .....	6
----------------	---

## 1

### ハイライト

<b>1 業務の状況 .....</b>	<b>10</b>
1. 郵便業務の概況 .....	10
2. 郵便貯金業務の概況 .....	13
3. 簡易生命保険業務の概況 .....	14
<b>2 財務の状況 .....</b>	<b>16</b>
1. 日本郵政公社 .....	16
2. 郵便業務 .....	18
3. 郵便貯金業務 .....	19
4. 簡易生命保険業務 .....	22
<b>3 資金運用の状況 .....</b>	<b>23</b>
1. 郵便貯金業務 .....	23
2. 簡易生命保険業務 .....	24

## 2

### トピックス

ゆうパックリニューアル .....	26
コンビニエンスストアとの提携 .....	27
中国向け国際郵便サービスの改善 .....	27
「おたよりグッズシリーズ」の試行販売 .....	27
書留及び小包等のam/pm店舗内設置のフルタイムボックスへの配達 .....	28
冊子小包郵便物及び配達記録郵便のサービス改善 .....	28
投資信託の販売開始 .....	29
Pay-easy（ペイジー）サービスの拡充 .....	31
「かんぽコールセンター」によるお客さま相談の全国実施 .....	31
簡易保険のお客さまサービスの改善 .....	32

# 3

## 経営方針

1 経営理念	34
2 行動憲章	34
3 環境基本宣言	35
4 経営ビジョン	36

# 4

## 経営の取組

1 中期経営目標・中期経営計画	38
1. 中期経営目標・中期経営計画	38
2. 平成17年度経営計画	38
2 アクションプラン	40
1. アクションプラン策定の趣旨	40
2. アクションプラン・フェーズ2の主要メニュー（全社戦略）	40
3. 郵便事業のアクションプラン・フェーズ2	42
4. 郵便貯金事業のアクションプラン・フェーズ2	43
5. 簡易保険事業のアクションプラン・フェーズ2	44
3 コーポレート・ガバナンスについて	46
1. 公社内部のガバナンス	46
2. 公社外部のガバナンス	46
4 コンプライアンス（法令等の遵守）の取組	48
1. コンプライアンスに関する方針等の策定	48
2. コンプライアンスの推進体制の整備	50
5 個人情報保護に関する取組	51
個人情報の取扱いに関する基本方針（プライバシーステートメント）	51
6 情報セキュリティ	52
7 リスク管理への取組	52
1. リスク管理に対する基本的な考え方	52
2. 郵便貯金事業のリスク管理	53
3. 簡易保険事業のリスク管理	55
4. 郵便事業のリスク管理	57
8 JPSの取組	58
1. 郵便事業	58
2. 郵便貯金事業	59
3. 簡易保険事業	60
9 お客さま満足度の向上	60
10 公社施設のスペース活用	61
1. 公社施設の余裕スペースの民間事業者等への貸付け	61
2. 郵便局への「飲料共通自動販売機」の展開	61

<b>11 民間事業者との提携</b> .....	<b>62</b>
1. コンビニエンスストアとの提携 .....	62
2. 株式会社オリエンタルランドとの提携 .....	62
<b>12 環境への取組</b> .....	<b>63</b>
1. 郵政エコプラン（日本郵政公社環境中期計画）等 .....	63
2. 環境施策トピックス .....	66
<b>13 地域との関わり</b> .....	<b>68</b>
ふるさと小包 .....	68
ふるさと物産展 .....	68
住民票の写し等の郵送交付等の取扱い .....	68
地方公共団体事務 .....	69
高齢者への在宅福祉サービスの支援・ひまわりサービス .....	69
地方公共団体との防災協定 .....	70
<b>14 社会貢献活動</b> .....	<b>71</b>
1. 福祉への貢献 .....	71
2. 非常時の対応 .....	74
3. 地域社会との交流 .....	76
4. 健康増進活動 .....	79
5. 国際社会への貢献 .....	80
6. 国際交流 .....	82

# 5

## 公社概要

<b>1 組織の概要</b> .....	<b>86</b>
1. 組織図 .....	86
2. 種別郵便局数 .....	87
3. 職員の状況 .....	87
4. 郵便ポスト設置数 .....	87
5. ATMの設置数 .....	87
<b>2 郵便局ネットワークの特徴</b> .....	<b>88</b>
<b>3 役員の氏名・役職</b> .....	<b>89</b>
<b>4 業務の内容</b> .....	<b>91</b>
<b>5 商品・サービスのラインアップ</b> .....	<b>92</b>
1. 郵便 .....	92
2. 郵便貯金 .....	96
3. 簡易保険 .....	102
<b>6 本社及び支社の所在地</b> .....	<b>104</b>
<b>7 取扱時間・お問い合わせ</b> .....	<b>105</b>
1. 郵便事業 .....	105
2. 郵便貯金事業 .....	106
3. 簡易保険事業 .....	108
4. その他、公社全般に関するご案内・ご相談 .....	109
5. インターネットによるご相談 .....	109
6. 情報公開窓口 .....	109
<b>8 沿革</b> .....	<b>109</b>
<b>9 子会社等との関係</b> .....	<b>110</b>

# 6

## 資料編

<b>1 業績主要データ</b> .....	<b>112</b>
1. 業務の状況を示す指標 .....	112
2. 資産運用に関する指標 .....	113
3. 経理に関する指標 .....	119
4. 都道府県別郵便局数 .....	119
<b>2 財務主要データ</b> .....	<b>121</b>
公社会計と業務区分別整理のあらまし .....	121
公社全体に係る財務諸表（単体） .....	122
郵便業務の区分に係る財務諸表（単体） .....	130
郵便貯金業務の区分に係る財務諸表（単体） .....	136
簡易生命保険業務の区分に係る財務諸表（単体） .....	142
公社全体に係る財務諸表（連結） .....	149
郵便業務の区分に係る財務諸表（連結） .....	157
監査報告書 .....	164
<b>3 主な情報提供資料</b> .....	<b>166</b>
ディスクロージャー冊子 .....	166
ホームページ .....	167

<b>索引</b> .....	<b>168</b>
-----------------	------------

# トップメッセージ

公社が発足して2年が経ちました。3つの経営ビジョン（①「真っ向サービス」の提供、②「健全な経営基盤」を確立、③「明るい将来展望を持てる働きがいのある公社」）の実現と中期経営目標（4年）の確実な達成に向け、アクションプランを策定し、全職員一丸となって取り組んだ結果、三事業とも2年続けて黒字を達成するなど、公社の経営改革は着実に進んでおります。お客さま皆さまの温かいご支援に厚くお礼申し上げます。

## 民間的経営手法により改革を推進 アクションプラン・フェーズ1の目標達成

公社発足以来2年が経過しましたが、この間私は、新しい価値観の創造とその新しい価値観による価値の創造に取り組んでまいりました。

そして、それを実現するための基盤となる「意識と文化の改革」を推進するとともに、組織や要員構成、仕事のやり方や流れを官庁型から企業型にドラスティックに改めました。経営のスタイルも、官の世界では類をみない執行役員制を導入して経営に当たり、理事会との役割分担によりガバナンスとコンプライアンスを強固なものとししました。

平成16年度は、2年間のアクションプラン・フェーズ1の最終年度であり、「真っ向勝負の年」と位置付け、その達成に取り組んでまいりましたが、概ねその目標は達成しました。

郵便では、16年10月のゆうパックスの全面リニューアル、同年11月のローソン全店でのゆうパック引受開始などのサービス改善により、引受個数は過去最高を更新する2億1,469万個（従来の最高実績は昭和45年の1億8,472万個）になりました。また、32年ぶりに1月2日の年賀状配達を実施しました。

金融では、ATM提携の総仕上げとして、16年12月に全都市銀行との提携を完了するとともに、終身保険「ながいきくん（ばらんす型）」の販売、「かんぽコールセンター」によるお客さま相談の全国実施を展開するなど、お客さまのニーズにお応えすべく、様々なサービスの改善に努めています。

また、公社発足当時から取り組んでいる郵便の生産性向上運動、JPS（Japan Post System）を、金融や共通部門など全社に拡大し、推進して

きました。

調達コストについては、随意契約の見直しによる競争契約の徹底等、聖域なき見直しを行い、2年間で20%削減（14年度実績比）の目標を上回る、22%の削減（1,832億円）を達成しました。

これらの取組により16年度決算については、公社全体で1兆2,378億円（15年度末2兆3,018億円）の黒字を計上し、全額を利益剰余金として資本に積み立てました。この結果、資本総額は6兆1,392億円（公社設立時1兆2,688億円、15年度末4兆6,075億円）となり、自己資本比率は15年度より0.5%上昇し1.6%になりました。

郵便については、小包郵便物が大幅に増加したものの、EメールなどIT化の影響、民間事業者との競争激化などにより、総引受郵便物数が前年度比2.3%減、収益が367億円減少する中、必要なシステムの先行的投資、CS研修など経営基盤の強化に取り組む一方、効率化、生産性向上（全国の約1,000局の郵便局に拡大し、9.1%の生産性向上を達成）、調達コストの削減を進め、283億円（15年度263億円）の黒字を確保しました。しかし、5,235億円の債務超過であり、依然として厳しい経営状況が続いております。

郵便貯金については、郵便貯金残高が13兆円減の214兆円になり、経営として目指すべき健全なスリム化が着実に図られつつあります。また、当期純利益は前年度の2兆2,755億円に対し、1兆659億円減の1兆2,095億円になりましたが、金銭の信託運用益を除く利益は、昨年度と同水準の1兆660



億円の黒字を確保することができました。

簡易保険については、新規契約の低迷による保有契約の減少により、保険料収入が減少しましたが、経費削減に努めるとともに、株式市場が堅調に推移したことによるキャピタル益により、5,517億円（15年度41億円）の内部留保を積み増しできました。

### 将来の健全な成長に向けてホップからステップへ アクションプラン・フェーズ2の貫徹

平成17年度からの2年間は、アクションプラン・フェーズ2に基づき、改革をさらに前進・定着させ、確実なものとするため、収益・費用構造の改革、またそのための先行投資と経営資源の最適活用を図り、将来の健全な成長のための足場を固めることに総力を挙げて取り組みます。

郵便では、「ターゲット10」（ゆうパックの市場シェア10%）と、JPS実施1,000局において生産性向上15%以上に挑戦します。また、通常郵便物は年5~6%減少しており厳しい状況にある中、成長分野のゆうパック、DMに加え国際分野を開拓することで、通常郵便とその他の売上比率を、現在の9：1から8：2に転換して行きたいと考えております。

一方、金融では、郵便局がご家庭のメインバンク「ファミリーバンク」として、これまで以上にお客さまの信頼に添えていくため、コンサルティング能力を高めるなどお客さま相談体制を強化するとともに、サービス・業務品質の向上を行います。

また、今秋には575局の郵便局で投資信託の販売を開始いたします。

公社全体としては、ファーストクラスサービスを定着、高度化するために、CS（お客さま満足度）の向上に引き続き注力するとともに、CSの前提となるES（職員満足度）の向上に取り組みます。

また、JPSの取組を全社に浸透、定着させるとともに、郵便ネットワークの再構築など、オペレーション基盤の抜本的な改革を進めます。調達コストについても、更に2年間で10%削減（16年度

実績比）を目標に取り組みます。

公社は、発足以来、①「真っ向サービス」、②「健全な経営基盤」、③「明るい将来展望を持てる働きがいのある公社」の3つの経営ビジョンの実現を目指し、商品・サービスの改善、新たなビジネスモデルの創造、ワンストップ・コンビニエンス・オフィスとしての郵便局の機能向上、事業型文化への業務改革など様々な取組を進めてまいりました。

アクションプラン・フェーズ1は、全社を挙げたこれらの取組によりやり遂げることができましたが、激動する環境の中にあって、将来のジャンプに向けて、意識と文化の改革を進め、新たな価値を創造し、健全な成長を追求して行きたいと思っております。

最後に、私どもは、広く社会とのコミュニケーションに努め、経営情報を積極的かつ公正に開示することによって、お客さまから信頼され透明度の高い経営を行う「開かれた公社」を目指しています。このたび、公社の様々な取組を皆さまにご理解いただくため、本誌を作成いたしました。本誌によりまして、公社に対する皆さまの信頼を一層深めていただければ幸いです。

今後も、日本郵政公社の目指すべき理念に基づき、お客さまの立場に立った、全職員による「真っ向サービス」を提供してまいりますので、ご支援、ご愛顧を賜りますようお願い申し上げます。



平成17年8月  
日本郵政公社総裁

生田正治

本冊子内の表中の数値及びパーセント表示は、端数処理により合計数字が合わない場合があります。