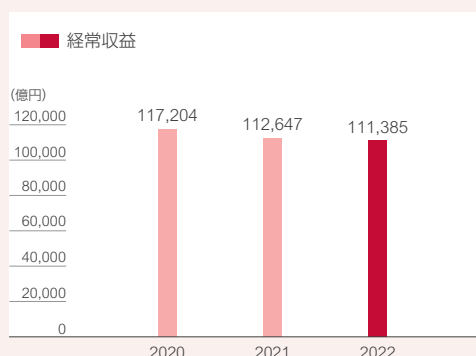


財務・非財務ハイライト

財務情報

経常収益

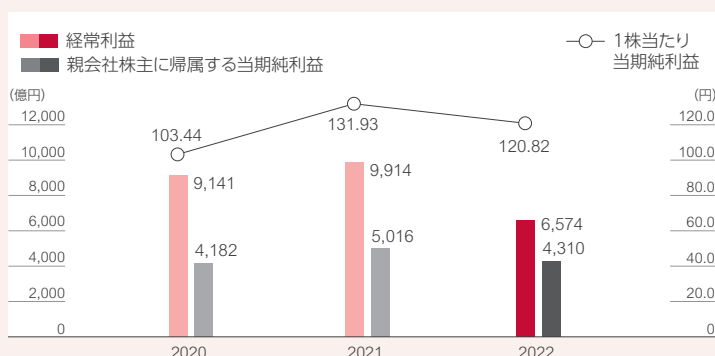
111,385 億円



2022年度における経常収益は、前年度比1.1%減の11兆1,385億円となりました。

経常利益／親会社株主に帰属する当期純利益
／1株当たり当期純利益

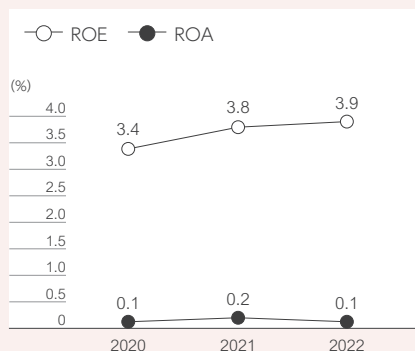
経常利益 6,574 億円 親会社株主に帰属する当期純利益 4,310 億円 1株当たり当期純利益 120.82 円



2022年度における経常利益は、前年度比33.7%減の6,574億円、親会社株主に帰属する当期純利益は前年度比14.1%減の4,310億円、1株当たり当期純利益は120.82円となりました。

ROE(自己資本当期純利益率)／
ROA(総資産当期純利益率)

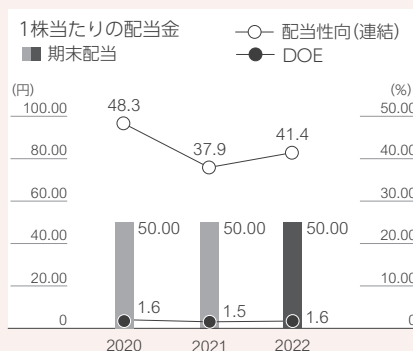
ROE (自己資本当期純利益率) 3.9 %
ROA (総資産当期純利益率) 0.1 %



2022年度におけるROE(自己資本当期純利益率)は、前年度比0.1ポイント上昇し、3.9%となりました。ROA(総資産当期純利益率)は0.1%となりました。

1株当たりの配当金／配当性向(連結)
DOE(純資産配当率)

1株当たりの配当金 50 円
配当性向(連結) 41.4 %
DOE(純資産配当率) 1.6 %



2022年度における1株当たり年間配当金は50円となりました。配当性向(連結)は41.4%となりました。DOE(純資産配当率)は1.6%となりました。

株価チャート



株式の概要(2023年3月31日現在)
証券コード:6178
事業年度:毎年4月1日から翌年3月31日まで
上場証券取引所:東京証券取引所
決算期:毎年3月31日
定時株主総会:毎年6月(議決権の基準日 毎年3月31日)
配当金の基準日:期末配当 毎年3月31日
中間配当 毎年9月30日(中間配当を行う場合)
1単元の株式数:100株
発行済株式総数:3,657,797,700株
株式の種類:普通株式
株主数:741,798人

非財務情報

温室効果ガス排出量

CO₂排出量合計257.2 万t-CO₂

原単位(施設)

0.053 t-CO₂/m²

原単位(車両)

0.000160 t-CO₂/km※CO₂排出量合計:日本郵政、日本郵便、ゆうちょ銀行、かんぽ生命、日本郵便輸送及びホールホールディングスの2021年度Scope1・2・3実績

※原単位(施設)及び原単位(車両):日本郵政、日本郵便、ゆうちょ銀行、かんぽ生命及び日本郵便輸送の2021年度実績

13 気候変動に
具体的な対策を地域における協力を
関する協定数／締結率

包括連携協定数(都道府県)

44 件

地域における協力に関する
協定数(市区町村)

1,733 件 99.5 %

防災協定数(市区町村)

1,615 件 92.8 %

※2023年2月末時点

11 住み続けられる
まちづくりを17 パートナシップで
目標を達成しよう

信用格付／主なESG評価

株式会社日本格付研究所(JCR)
(長期発行体格付)

AA+

(安定的)

※2022年12月15日現在

FTSE4Good Index Series^{※1}、
FTSE Blossom Japan Index^{※2}に選定

FTSE4Good

FTSE Blossom
Japan Index※1:世界的なインデックスプロバイダーであるFTSE Russell
が、環境・社会・ガバナンス(ESG)に優れた企業のパフォー
マンスを測定するために設計したインデックス※2:環境・社会・ガバナンス(ESG)について優れた対応を行っ
ている日本企業が選定される。年金積立金管理運用独立
行政法人(GPIF)がESG指数として採用

女性管理職数／女性役員数



女性管理職数

3,184 名

9.4 %

※2023年4月1日時点における当社グループの管理
的地位にある社員のうち女性の人数及び全体に
占める割合

女性役員数

29 名

※2023年7月1日現在

8 働きがいも
経済成長も5 ジェンダー平等を
実現しよう育児休業取得者数／
有給休暇平均取得日数

育児休業取得者数

3,425 名

※2022年度に本人または配偶者が出産した社員の
うち育児休業等の取得人数

有給休暇平均取得日数

18.9 日

※2022年度に社員一人当たりが取得した年次有給
休暇の平均日数(前々年度及び前年度からの繰越
分日数を含む。)8 働きがいも
経済成長も

手紙の書き方体験授業

「手紙の書き方体験授業」実施校数

21,276 校

4 質の高い教育を
みんなに

中期経営計画 JP ビジョン2025

お客さまと地域を支える「共創プラットフォーム」を目指すうえでの課題と強み

グループを取り巻く社会環境変化

少子高齢化の進展



超高齢社会への
対応ニーズの高まり



高齢単身世帯の
増加等による社会的
不安の増加



社会基盤の
持続可能性への
懸念

デジタル化の進展



スマートフォン
完結型の
各種サービス利用



キャッシュレス化の
浸透



デジタル・
デバイドの
顕在化

成長に向けた課題認識



- ・ラストワンマイルにおける二輪車の機動力活用
- ・保有データを最大限活用したサービス・オペレーション改革



- ・DX推進による、安心・安全なサービス充実と業務改革
- ・地域への資金循環と地域リレーション機能の強化



- ・新たな営業スタイルへの変革
- ・あらゆる世代のお客さまの保障ニーズに応える保険サービスの提供



- ・グループ内連携の強化
- ・グループ外の企業等との積極的連携
- ・新たな価値を提供する成長戦略

グループの強み

強み1 日本全国の郵便局ネットワーク

郵便局の数	従業員数(2023.3.31現在)	正社員:約20.8万人
24,251 局(全国)	約 37.4 万人	正社員以外:約16.6万人
証券外務員資格保有者数	生命保険募集人資格保有者数	FP資格保有者数
89,694 人	92,169 人	70,434 人

強み2 配達ネットワークと金融ネットワーク

郵便ポスト数	国際物流ネットワーク	ATM台数
175,145 本(全国)	約 150 カ国	31,454 台(全国)

※契約者さま及び被保険者さまを合わせた人数です(個人保険及び個人年金保険を含み、株式会社かんぽ生命保険が受再している簡易生命保険契約を含みます。)

JP ビジョン2025

価値創造

信頼回復
に向けて新たな成長
に向けてお客さまと地域を支える
「共創プラットフォーム」

人生100年時代の「一生」を支える



【お客さま】

お客さま本位の
良質なサービスの提供

日本全国の「地域社会」を支える



【地域社会】

地域の発展・
活性化に貢献

【株

主】

株主還元の充実



【社

員】

働きやすい職場づくり



【環

境】

持続可能な
社会の創出

強み3 圧倒的な顧客基盤、豊富な顧客データ

通常貯金口座数

約**1億2,000**万口座

かんぽ生命お客さま数*

約**1,938**万人

郵便配達箇所数

約**3,100**万カ所

1日

強み4 郵便局への信頼と地域への深い理解

郵便局のコーポレートイメージTOP3

1位

地域に密着している
26.7%

2位

どこにでもある
26.1%

3位

身近・親しみがある
20.5%

（「郵便局」について、あてはまるイメージをそれぞれお答えください。（複数回答可））
 （2022年11月2日（水）～11月4日（金）調査）
 （調査対象：20代～60代男女（n=2,861））

「JP ビジョン2025」の取り組み

共創プラットフォームの実現、
ビジネスポートフォリオの転換により、
グループの新たな成長に取り組めます。

日本郵政株式会社 取締役兼代表執行役副社長 飯塚 厚



当社グループは、中期経営計画「JP ビジョン2025」における「お客さまと地域を支える『共創プラットフォーム』を目指す」との大方針の下、DXの推進により、リアル郵便局ネットワークとデジタル（「デジタル郵便局」）の融合に取り組んでおります。また、ユニバーサルサービスを含むコアビジネス（郵便・物流事業、銀行業、生命保険業）の充実強化に加え、不動産事業の拡大や、新規ビジネス等の推進により、ビジネスポートフォリオを転換させることで、グループの新たな成長の実現に取り組んでおります。

2022年度の振り返り

2022年度は、人件費の増加や物価高騰に伴う調達コストの増加に加え、世界的な金融引締め継続、2022年12月の日本銀行による長短金利操作の運用見直しや、その後の2023年3月の米シリコンバレーバンクの経営破綻等に端を発した金融システム不安等がありましたが、グループ連結の親会社株主に帰属する当期純利益は、公表した通期目標を310億円上回る4,310億円となりました。

また、2022年度はゆうちょ銀行株式の2次売出しを行いました。ゆうちょ銀行株式については、当社としてはゆうちょ銀行の経営の自由度向上を目的に2025年度までの中期経営計画期間中のできる限り早期に保有割合50%以下まで処分する方針を掲げて検討を続けてきたところですが、2023年3月にゆうちょ銀行株式の2次売出しを行い、当社のゆうちょ銀行株式保有比率は約89%から約61%まで低下いたしました。これにより、郵政民営化の進展に加えて、ゆうちょ銀行は、東京証券取引所プライム市場の上場維持基準のうち流通株式比率について基準を満たしていないものの、ゆうちょ銀行株式のプライム市場上場維持にも寄与するものと考えております。

今後の取り組み

2023年度については、グループ連結の親会社株主に帰属する当期純利益は2,400億円と、2022年度から1,910億円の減益を見込んでおります。これは、ゆうちょ銀行株式の保有比率の低下の影響が主な要因です。ゆうちょ銀行株式の2次売出しにより得た約1.25兆円の売却収入を、郵便・物流分野における輸配送能力の増強投資やDX投資、不動産投資等の成長投資に充当するとともに、株主還元の強化及び資本効率の向上のための自己株式取得にも活用することで、当社の企業価値向上を図ってまいります。

株主配当について、中期経営計画「JP ビジョン2025」において、JP ビジョン2025期間中は、1株あたり50円の年間配当を安定的に実施することとしております。この配当方針のもと、2022年度の配当は1株あたり50円の年間配当を実施することといたしました。2023年度についても、引き続き1株あたり50円の年間配当を実施できるよう取り組んでまいります。

加えて、自己株式の取得を機動的に行うことで、資本効率の向上を図ります。2021年度は3,500億円、2022年度は2,000億円の自己株式取得を実施しており、2023年度においても最大3,000億円の自己株式取得を行いたいと考えております。

また、機動的な自己株式の取得とともに、2022年度に実施した不動産投資資金の調達のためのESG債の発行など、負債による資金調達を活用し、日本郵政単体の財務レバレッジを高めることで、資本コスト低減と資本効率の向上を目指します。収益の向上に加え、こうした資本効率の向上策の双方に取り組むことで、PBRの改善に努めてまいります。

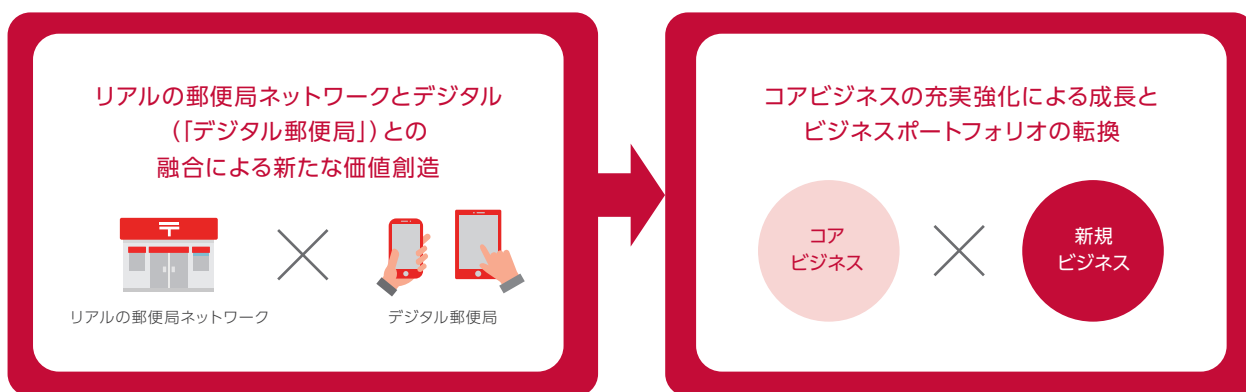
今後とも、当社グループの最大の強みである郵便局ネットワークにより、グループ内で一体的なサービスを提供していくとともに、これまでになかったグループ外の多様な企業等との連携を行うことで、地域において生活するお客さまが、安全・安心で、快適で、豊かな生活・人生を実現することを支えてまいります。

日本郵政グループが目指す姿

お客さまと地域を支える「共創プラットフォーム」とは、日本郵政グループ最大の強みである郵便局ネットワークをプラットフォームとして捉え、グループ外の多様な企業等と連携し、それらのパートナーとともに新しい商品・サービスを創造し、より便利、より安心、より快適、より

豊かをご提供し、日本中のお客さまの生活と人生を支えたいという構想です。

これを実現するため、DXの推進によるリアルとデジタルの融合と、ビジネスポートフォリオの転換を図ります。



お客さまと地域を支える 「共創プラットフォーム」

当社グループの最大の強みである郵便局ネットワークにより、グループ内で一体的なサービスを提供していくとともに、これまでになかったグループ外の多様な企業等との連携を行うことで、地域において生活するお客さまが、安全・安心で、快適で、豊かな生活・人生を実現することを支えます。



金融2社株式の早期処分

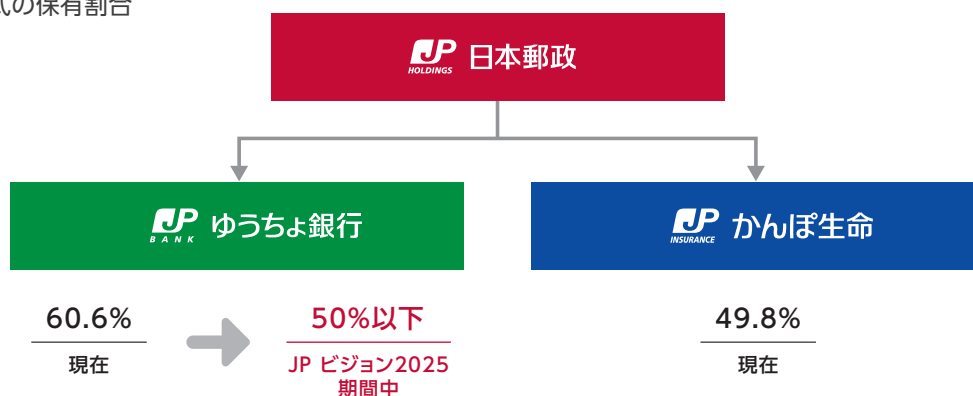
郵政民営化法により、ゆうちょ銀行、かんぽ生命の金融2社株式について、その株式の全部を処分することを目指し、ゆうちょ銀行及びかんぽ生命の経営状況、郵政事業に係る基本的な役務の確保の責務の履行への影響等を勘案しつつ、できる限り早期に、処分するものとされています。

当社としましては、郵政民営化法の趣旨に則り、また、金融2社の経営の自立性・自由度を広げる観点から、「JP ビジョン2025」において、その期間中のできる限り

早期に保有割合50%以下とすることを旨とするとしています。それにより、両社の新規業務に関する上乗せ規制が緩和され、事前届出制に移行する等、民営化のプロセスは着実に進展します。

なお、かんぽ生命株式については、2021年5月に公表したかんぽ生命が行う自己株式取得に応じた売付け及び株式処分信託設定による処分等により、当社のかんぽ生命に対する議決権保有割合は49.8%となりました。

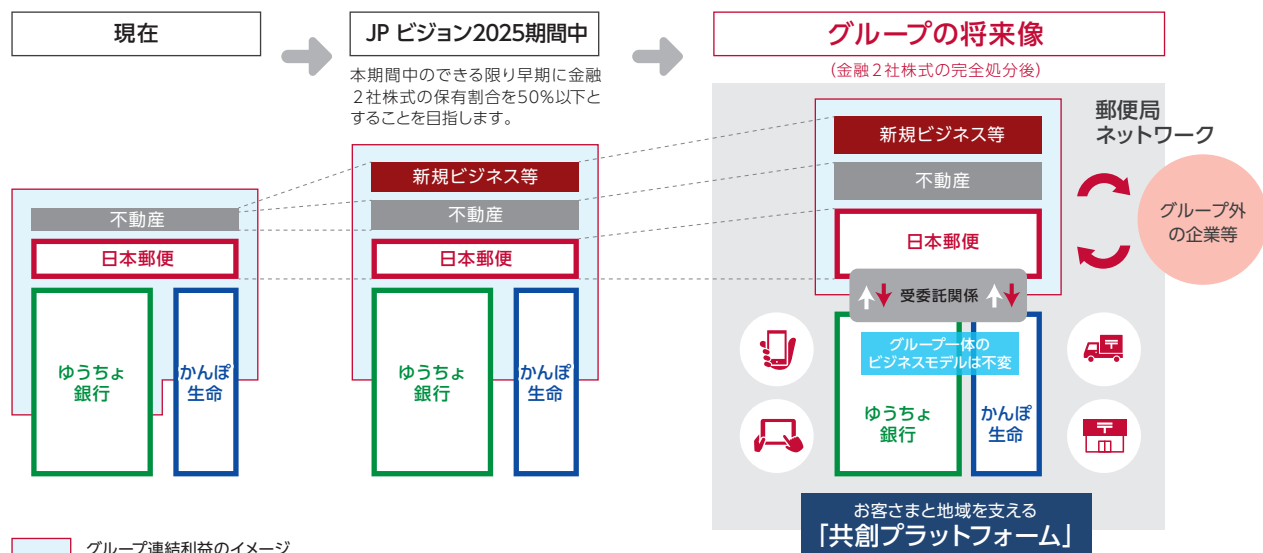
金融2社株式の保有割合



ビジネスポートフォリオの転換

お客さまと地域を支える「共創プラットフォーム」として、SDGs等社会課題の解決、社会の持続的発展に貢献し続けていくために、郵便・物流、貯金、生命保険といった

コアビジネスを充実・強化するとともに、新たなビジネスを展開して収益機会を確保する等、ビジネスポートフォリオを転換します。



成長に向けた投資

成長戦略を実現するため、戦略的なIT投資、不動産投資、新規ビジネス等への投資の三つの領域に重点投資してまいります。

戦略的なIT投資においては、リアルとデジタルを融合させ、グループ一体でDXを推進します。不動産投資においては、日本郵政グループの資産である事業用施設を集約・効率化し、不動産事業への活用を進めます。新規ビジネス等への投資においては、お客さまと地域を支える

「共創プラットフォーム」を実現するためのグループ外のコラボレーション先への投資を行います。加えて、コア事業の充実強化のための事業投資を行います。

これら投資については、過去の実績・反省などを踏まえ、検討段階から専門的知見を入れ、コンプライアンスとリスク管理を徹底しながら、慎重かつ大胆に意思決定してまいります。

2025年度までの5年間の投資金額

戦略的なIT投資額	不動産投資額	新規ビジネス等への投資額
▶ 郵便・物流事業 (P-DXの推進等) 1,800 億円程度 ▶ 金融2社 (デジタルサービスの拡充等) 2,300 億円程度 ▶ デジタル郵便局等 (共創プラットフォーム、窓口業務運営のデジタル化等) 200 億円程度	▶ グループ保有不動産 3,000 億円程度 ▶ グループ外不動産 2,000 億円程度	▶ M&A含む新規ビジネス等 5,000 億円程度～1兆円程度 ▶ ベンチャー企業等への投資 500 億円程度
計 4,300 億円程度	計 5,000 億円程度	計 5,500 億円程度～1兆円程度

※戦略的なIT投資額については、財務会計上の「投資」に加え、戦略的ITに関連する諸経費も含む

※不動産投資額については、日本郵政不動産株式会社及び日本郵便株式会社における投資計画を記載

※ベンチャー企業等への投資は日本郵政キャピタル株式会社による投資について記載

効率化施策・生産性向上に向けた取り組み

重点分野への投資と並行して、グループ全体としての業務効率を高め生産性を向上してまいります。2025年度までに、グループ主要4社で約3.5万人相当分の労働力の

減少を見込みます。これは、適切な要員配置と自然減などによって達成いたします。

	効率化・生産性向上施策の概要	労働力の見通し	費用削減
日本郵便	■ 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などにより、業務の効率化を徹底 ■ 現在のネットワーク水準を維持しつつ、効率化等による業務量の減少や適正な要員配置に伴い、労働力が減少(▲30,000人(▲8%)相当分)(2020.4→2025.4) ■ 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	▲30,000人相当分 ※新しいかんぽ営業体制の構築に伴うコンサルタント等のかんぽ生命への兼務出向の影響(約13,000人)は含まない	▲1,600億円 ※新しいかんぽ営業体制の構築に伴うコンサルタント等のかんぽ生命への兼務出向の影響(約13,000人)を含む
ゆうちょ銀行	■ 計画的なスキルアップにより、デジタル化対応等の強化分野の増員を行う一方、業務改革により業務量を大きく削減し、総人員3,000人減を計画 ■ DX推進等の重点分野への投資を積極的に行う一方、既定経費を大きく削減し、経費全体を550億円削減	▲3,000人	▲550億円
かんぽ生命	■ デジタル化の推進により、お客さまサービス向上と業務の効率化及び経費の削減を推進 ■ 効率化により生じた経営資源をお客さまサポート領域、DX推進など強化領域にシフト	▲1,500人	▲280億円

(注) 1.労働力の見通しについては、現時点で想定する業務量に基づく見通しであり、業務量の増減に合わせて随時増減するもの。
2.労働力の見通しについては2020年4月と2025年4月(予想)の比較。費用削減については、2020年度と2025年度(予想)の比較。ただし、かんぽ生命については、2020年度は営業自粛の影響があるため、新たな営業スタンスへ移行後となる2021年度(予想)と2025年度(予想)の比較としている。
3.期間雇用社員を含む。
4.各社の費用削減については、各社において算出したものであり、グループ連結による調整分を加味していない。なお、日本郵便は人件費、ゆうちょ銀行とかんぽ生命は営業経費の削減について記載。

主要目標

日本郵政グループ

財務目標		ESG目標	
連結当期純利益	5,100 億円 ※非支配株主(親会社である日本郵政株式会社以外の株主)持分に帰属する連結当期純利益も含む	人生100年時代の「一生」を支え、日本全国の「地域社会」の発展・活性化に貢献し、持続可能な社会の構築を目指す	
親会社株主に帰属する連結当期純利益	2,800 億円(注) ※ゆうちょ銀行について約89%の保有比率を前提とした場合4,200億円	温室効果ガス排出量	2030年度(対2019年度比) 46%削減 ※1,2 ▼ 2050年 カーボンニュートラルの実現を目指す ※2
ROE(株主資本ベース)	4% 程度 (将来的にさらなる向上を目指す)		
配当方針	1株当たり50円の年間配当を安定的に実施	女性管理者比率	2030年度本社における女性管理者比率 30% ※3,4

財務目標 (注) ゆうちょ銀行50%、かんぽ生命49.9%の当社保有比率を前提として計算。

ESG 目標 ※1: Scope1(自社が直接排出する排出量)及びScope2(他社から供給された電気等の使用に伴う排出量)が対象。不動産事業など新規事業による増加分を除く。

※2: 目標達成のためには我が国における再生可能エネルギーの普及などカーボンニュートラル化が相当程度進むことが必要。当社グループも、我が国及び世界のカーボンニュートラル化を後押しする。

※3: グループ主要4社の本社における女性管理者比率。2030年度までの取り組みの結果である2031年4月1日における比率。

※4: 本社以外においても、女性管理者増加に向けて、管理者・役職者を目指す社員を増やすための環境整備・人材育成に取り組む。

日本郵便

連結営業利益	490億円
連結当期純利益	220億円
営業利益	
郵便・物流事業	330億円
郵便局窓口事業	50億円
国際物流事業	120億円
荷物等収益	8,900億円
ゆうパック取扱個数	13.6億個

ゆうちょ銀行

連結当期純利益	3,500億円以上
ROE(株主資本ベース)	3.6%以上
自己資本比率/CET1比率※1	10%程度
OHR※2	66%以下 (金銭の信託運用損益等を含むベース)
営業経費(20年度対比)	▲550億円
配当性向50~60%程度の範囲を目安とし、一株当たり配当額は2021年度当初配当予想水準からの増加を目指す(詳細はゆうちょ銀行中期経営計画を参照)	

※1: 国内基準の自己資本比率及び国際統一基準のCET1比率について、平時において確保すべき水準(CET1比率はパーゼルⅢ完全実施、その他有価証券評価益除くベース)

※2: 経費÷(資金収支等+役務取引等利益)。資金収支等とは、資金運用に係る収益から資金調達に係る費用を除いたもの(売却損益等を含む)。

かんぽ生命

連結当期純利益	910億円
EV成長率(RoEV)※3	6%~8%成長を目指す
お客さま満足度※4	90%以上を目指す
NPS※5	業界上位水準を目指す
保有契約件数	2,000万件以上
一株当たり配当額(DPS)	中期経営計画期間中原則減配せず、増配を目指す

※3: EVの変動要因から「経済前提と実績の差異」を除いた値。

※4: お客さま満足度を5段階評価として、「満足」「やや満足」として回答いただいた合計割合。

※5: NPS※は、「[Net Promoter Score]の略であり、ペイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリックス・システムの登録商標です。

信頼回復と組織風土改革

2019年来の不祥事によって大きく毀損したお客さまからの信頼の回復に向けて愚直に全力で取り組みます。信頼回復への取り組みと成長戦略への一歩は決して別々のものではなく、お客さまと地域から必要とされ選ばれ続けるためにともに必要な取り組みと考えております。

また、お客さま本位のサービスをご提供するため、ガバナンス強化と、人材育成・人事戦略の両面から、日本郵政グループの組織風土の改革にも大胆に取り組んでまいります。

ガバナンス強化については、グループCxO制を導入し、財務、IT、リスク管理、人事など主要な機能について、グループ横串での調整・助言の役割を担います。また、コンダクト・リスクを早期に探知し対応する態勢を構築し、グループ一体でのリスク管理を徹底します。さらに日本郵

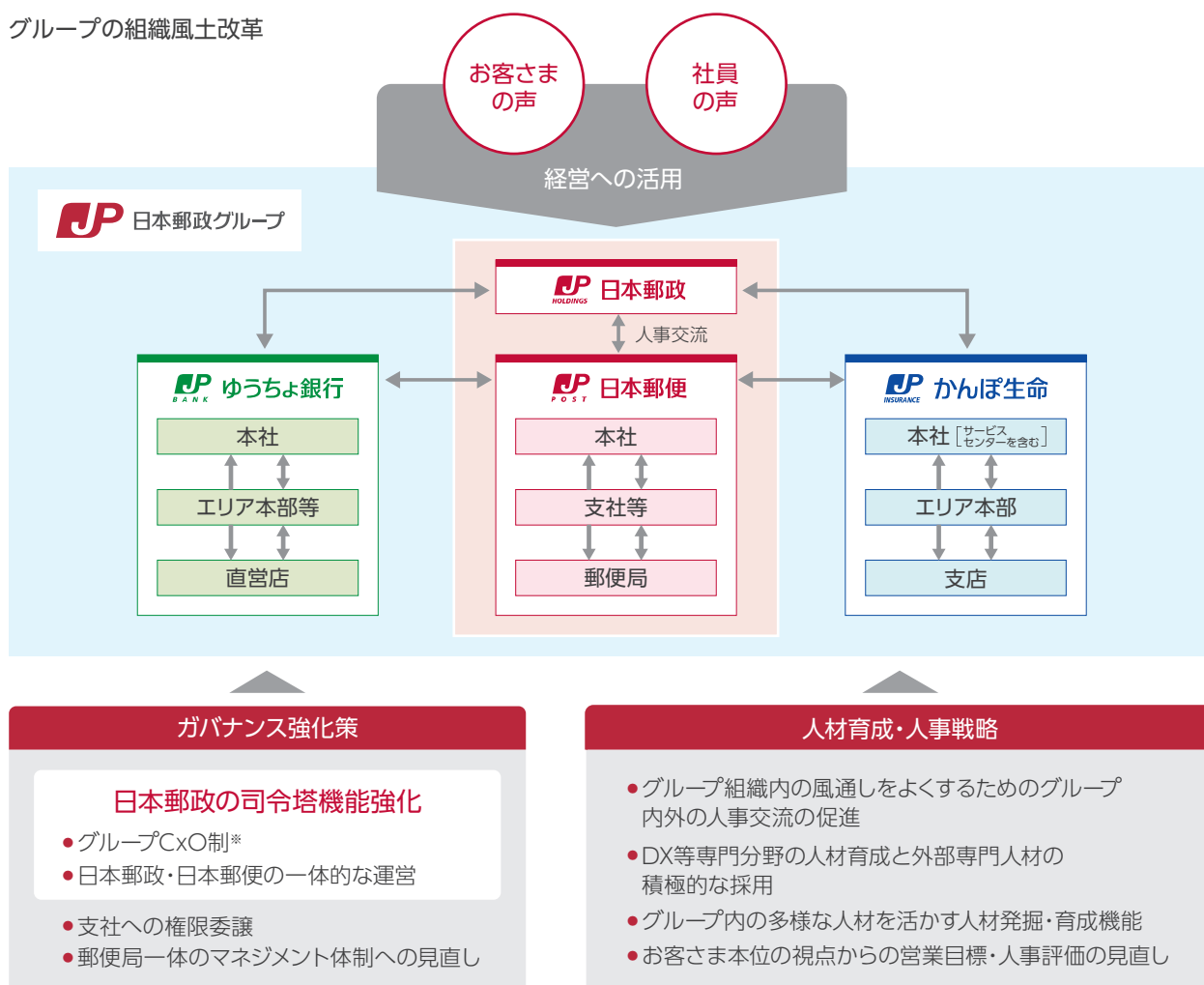
政と日本郵便の一体経営を推進するとともに、日本郵便では支社への権限委譲や郵便局一体のマネジメント体制への見直しを行います。このように、経営の意思決定スピードと現場の機動力、対応力を同時に高めるためのグループガバナンスの強化に取り組めます。

人材育成・人事戦略については、販売実績中心のこれまでの営業目標、人事評価の見直しを行います。またグループ内の交流人事の促進、外部の専門人材の採用、グループ内の多様な人材を発掘し育成する仕組みづくりを推進します。

さらに、お客さまの声や社員の声が届きやすく、グループ内及びグループの外との風通しが良い組織に改革していきます。

これらの施策を通じて、愚直に全力で組織風土改革に取り組んでまいります。

グループの組織風土改革



*グループCEO(グループ経営責任者)、グループCFO(グループ財務責任者)、グループCCO(グループコンプライアンス責任者)等の導入。

資本戦略

資本効率の向上

日本郵政の資本効率の向上に向けた取り組み

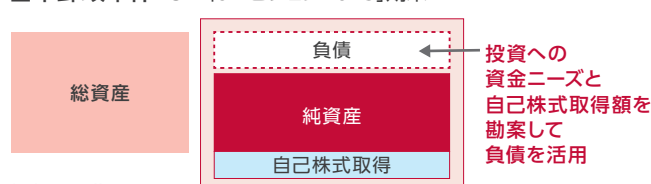
機動的な自己株式の取得とともに、負債による資金調達を活用し、日本郵政単体の財務レバレッジを高めるこ

とで、資本コストを低減します。資本コストの低減と収益の向上の双方に取り組むことで、資本効率 (ROE) の向上を目指します。

日本郵政単体BS 2021.3末時点



日本郵政単体BS 「JP ビジョン2025」期末



資本効率の向上と株主還元強化を目指す

	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期
ROE (純資産ベース) ※1	3.4%	3.8%	3.9%
ROE (株主資本ベース) ※2	3.9%	4.7%	4.4%

※1: 純資産から非支配株主持分を除いた自己資本をベースに小数第一位未満を四捨五入して算定
 ※2: 純資産から非支配株主持分及びその他有価証券評価差額金を除いた株主資本をベースに小数第一位未満を四捨五入して算定

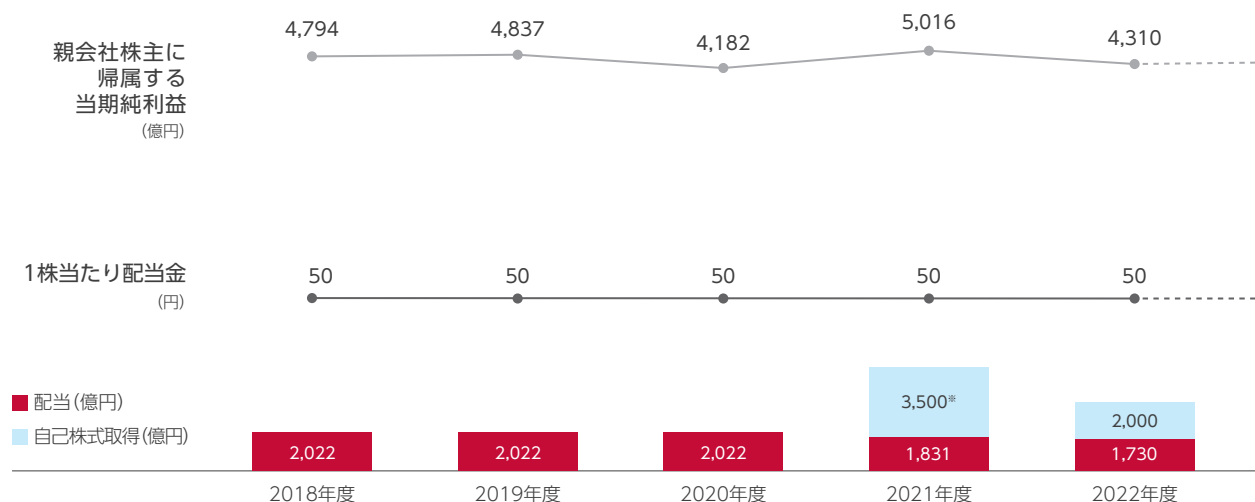
株主還元

当社は、株主に対する利益の還元を経営上重要な施策の一つとして位置づけ、経営成績に応じた株主への利益還元を継続して安定的に行うことを基本方針としています。

剰余金の配当につきましては、内部留保の充実に留意しつつ、資本効率を意識し、着実な株主への利益還元を実現するため、「JP ビジョン2025」の期間である2026年3月期末までの間は、1株当たり50円の年間配当を安定

的に実施していくことを目指していきます。

また、「JP ビジョン2025」期間中に自己株式の取得を機動的に実施することで、資本効率の向上を図ることとしており、2021年度に約3,500億円、2022年度に約2,000億円の自己株式の取得を実施しました。さらに、2023年度は3,000億円を上限とする自己株式取得を実施予定です。



※2022年4月に取得した約45億円を含む。

ブランドイメージ向上へ向けた お客さまとのコミュニケーションの展開

進化するぬくもり。

JP 日本郵政グループ

日本郵政 日本郵便 ゆうちょ銀行 かんぽ生命

キャッチコピー「進化するぬくもり。」
郵便局を核とするグループ統一の
コミュニケーションを展開

このキャッチコピーは、“日本中の地域の「ぬくもり」でありたい”という原点の想いを表現しました。
この想いは郵便局の本質的な価値であり、時代が変わろうとも、必ず守り抜いていきます。一方で、変化の著しい現代社会においては、時代に合わせたサービスや新たなチャレンジといった進化が求められています。
日本郵政グループは、原点の想いととも、決意新たに進化を続け、一丸となって、日本中でおもてなしの温度をさらに高めていきます。



<https://www.jpcast.japanpost.jp/nukumori.html>

彩り豊かな日本郵政グループの 情報を発信していく Webメディア“JP CAST”

郵便局の魅力を発信するメディア



日本郵政グループを表す“JP”と、社員やお客さまを含むすべての“人”が“出演者(CAST)”となる放送局(broadcast)を表現したこの名称には、私たち自身の言葉を通して、リアルな私たちの姿を発信していきたい、という想いを込めました。

2022年1月の立ち上げ以降、多くのお客さまにご覧いただいています。さらに、公式アプリの提供を開始し、より簡単・便利にお楽しみいただけるようになりました。

これからも「JP CAST」を見れば、日本郵政グループの“今”が分かる、そんなメディアを目指して、お客さまに寄り添い続ける、郵便局の姿を自分たちの手で真っすぐに発信していきます。

全国2万4千ある郵便局、全国40万人の社員がいるからこそある、彩り豊かな情報は、社員たちの地道な努力から、熱意や使命感あふれる姿、未来に向けた取り組み、誰かに教えたくなるトリビアまで、無限大です。

「JP CAST」を通じて、日本郵政グループの「進化」と「ぬくもり」をぜひ感じてください。



<https://www.jpcast.japanpost.jp/>

JP CAST

検索

グループDXの推進

デジタルテクノロジーと リアルを融合した 「みらいの郵便局」の実現

日本郵政株式会社 常務執行役 日本郵便株式会社 常務執行役員
株式会社JPデジタル 代表取締役CEO

飯田 恭久



郵便局は、お客さまにもっと、新しい驚きの体験を提供できるのではないかと。デジタルテクノロジーの力を最大限活用することで、その可能性を大きく広げていきたい。日本郵政グループでは、中期経営計画「JP ビジョン2025」で示した「リアルの郵便局ネットワークとデジタルとの融合」によりお客さまの体験価値を徹底的に高める郵便局を「みらいの郵便局」とし、さまざまなDX施策を推進しています。

「みらいの郵便局」では、お客さま向け/局員向けの3つの領域で、あたらしい価値を創り出していきます。1つ目は、デジタルツールと人の力で、いつでも「窓口手続きをもっと便利に」すること。2つ目は、お金や健康、お買い物

など様々な生活を支えるサービスを提供していくことで「生活サポートをもっと身近に」すること。3つ目は、デジタルを使って社員一人ひとりの「働き方もスマートに」することです。

これまで、生活者の目線で考え、生活者のお役に立てるサービスを創り続けてきた郵便局。お客さまの顔をよく知り、いつでももっと簡単につながり、安心して相談できる。デジタルテクノロジーと、人の手の温もりのあるサービスがシームレスにつながることで、もっとお客さまの生活に近く、人生に寄り添いお役に立てる「みらいの郵便局」を実現していきます。

「みらいの郵便局1.0モデル」構想

計画進行中の施策

- デジタル発券機
- 物販カタログ/申込書の電子化
- キャッシュレス端末（ステラ端末）
- セルフ金融手続き
- セルフ端末/ポスト差出

今後の計画

- セルフで完結する手続きの拡充
- 手続きのペーパーレス化の推進
- キャッシュレスタブレット等
インフラ基盤整備

① 事務的な作業負担・作業時間の軽減

- 郵便窓口のセルフレジで手続き対応時間を減少
- 専門社員とオンラインで接続することで窓口社員の業務負担軽減
- タブレットを活用した物販カタログ申込の効率化
- 帳票削減・電子化
- 人事関係手続のオンライン化（ペーパーレス化）

窓口手続きを もっと便利に

デジタルツールと人の力で、
いつでも便利に
窓口手続きができる

生活サポートを もっと身近に

お金や健康、お買い物など
様々な生活を支える
サービスを提供する

働き方を もっとスマートに

デジタルを使って
郵便局員一人ひとりの
働き方もスマートに

One ID/
あたらしい
郵便アプリ

計画進行中の施策

- プロフェッショナル金融相談
- オンライン相談ブース
- 終活相談
- 買い物支援
- 空き家のみまもりサービス

今後の計画

- リモート相談拠点の全国拡大
- リモート相談サービスメニューの
拡充
- 生活サポートサービスのさらなる
進化（地公体・企業の事務受託）

② 郵便局ならではの丁寧で温かい接客の高度化

- 専門性を持った局員やスタッフなどによる遠隔での業務サポート（がん保険のオンライン面談/金融相談など）
- 過去の購買データに基づいた接客対応（お客さまがアプリでログインするとお客さまの情報が局員に見える）
- 生み出されたリソース、オンラインにより、お客さまの生活にかかわる様々な相談に対応

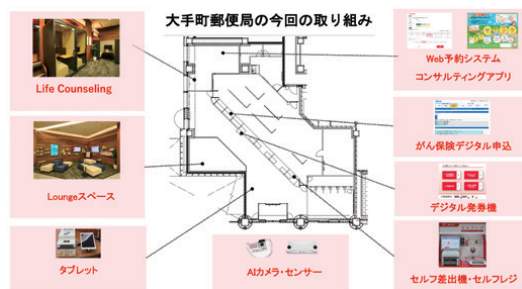
グループ横断的なDX推進の取り組み

2022年度の振り返り

大手町郵便局における「みらいの郵便局」の実証実験を開始

2022年7月から、本社ビル1階の大手町郵便局を実証実験郵便局としてオープンしました。デジタルとリアル両面から様々な施策を試しながら、お客さまの体験価値を徹底的に高めるべく、順次機能改善や新施策の導入などを行っています。

例えば、セルフフレジの導入により、窓口に並ぶことなく、お客さまご自身で、郵便物を計測して差し出したり、販売品（レターパック・物販商品等）を購入できるようにしています。また、Life Counseling（相談ブース）では、金融サービスに関する相談がリモートで快適にできる環境を整備したり、相談がもっと気軽に、かつ分かりやすいものとなるよう、PCやタブレットの画面を共有しながら、サービスのご案内ができる環境を整備しています。さらに2022年11月からは、JPデジタルが開発、リニューアルしたデジタル発券機を導入し、お客さま、社員の声を踏まえて、他の郵便局に展開できるよう、日々アップデートしています。



新たな郵便ファンの開拓、お客さまとの接点の創出を目指して

※ NFT (非代替性トークン) の活用

2022年10月から楽天NFTマーケットを通じて、普通切手原画のNFTアートを販売し、2023年1月からぽすくまの切手原画のNFTアートを販売しました。本施策により、新たな郵便ファンの開拓を目指します。



※ メタバース空間の活用

2023年2月17日～3月17日に開催された「東京マラソンバーチャルEXPO」にブース出展し、ぽすくまを3D化したり、切手原画のNFTアートの紹介などを行いました。



今後の取り組み

多様な「みらいの郵便局」モデルの展開

郵便局ごと、存在している地域・マーケットのニーズに合ったサービスを提供していきます。そのモデルとなる取り組みを、様々な郵便局で展開していく計画をしています。



郵便局アプリの刷新

2023年秋にリリース※予定です。アプリの刷新により、お客さまの体験価値向上、リアルとデジタルの接点の融合を目指します。

※まずは郵便を「送る・受け取る」を簡便に利用できる機能を中心にリリース予定。段階的に機能を充実させていくことを目指す。

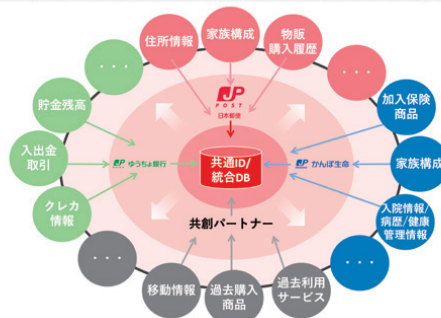


「One ID」

当グループに存在する様々なお客さまのID体系を統一することで、お客さまを“よく知る”ことを目的としています。2023年夏に、まずはゆうびんIDの移行からリリース予定です。

※お客さまの同意取得等、個人情報保護を徹底して実施。

共通IDにより、グループ各社のデータ、そして、リアルとデジタルのデータをつなげ、あらたな価値をつくっていく



グループ会社のDX取り組み

P-DX※、データドリブンによる郵便・物流事業改革



デジタル化された差出情報と、当社ならではの配達先情報を活用してオペレーションの効率化を進めるとともに、お客さまにとって荷物の差し出しやすさ・受け取りやすさを追求します。

具体的には、デジタル化されたそれらの情報を活用し、自動ルーティングや要員配置の最適化等、生産性の向上に取り組めます。また、スマホのアプリで送り状の情報を登録することで、手書きの送り状を作成せずに差し出すことを可能にし、非対面・非接触のニーズに対応します。

さらに、荷物の配達予告通知や、受け取り希望日時・受け取り場所変更の受け付けを通じて、お客さまの希望に応じた柔軟な受け取りを可能にします。

また、2023年2月から、市川南郵便局（千葉県市川市）で輸送テレマティクス、制御管制システムやAGV（無人搬送車）等の運用を開始しました。



※P-DX: Postal-Digital Transformation

窓口業務運営のデジタル化の推進



郵便局窓口の業務運営においても、タブレットの活用やオンラインサポート体制の構築、セルフオペレーションの拡充等、窓口業務運営のデジタル化を推進し、効果的・効率的な営業活動を可能とするための環境整備を進めるとともに、それによって創出した資源を活かしながら、地域やお客さまニーズに応じた多種多様なサービス等を展開してまいります。

これまで、非対面・非接触サービスへのニーズの高まりに対応すべく、がん保険や引受条件緩和型医療保険のデジタル申込み、投資信託のオンライン相談等を開始したほか、デジタル発券機や郵便窓口セルフレジの導入等を進めてまいりました。また、専門オペレーターがオンラインでつみたてNISAや損害保険商品の商品説明や申込事務等を実施する金融コンタクトセンターの運営も開始しております。

今後も、これらの取り組みを継続・強化するなど、窓口業務運営のデジタル化を進め、お客さまの利便性を向上させるとともに、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、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してまいります。

また、2023年4月1日現在、全国の約8,600局の郵便窓口において、クレジットカード払い等のキャッシュレス決済を導入しておりますが、更なるサービス向上のため、その取り扱いを全国の直営局に拡大します。

郵便局窓口の将来イメージ



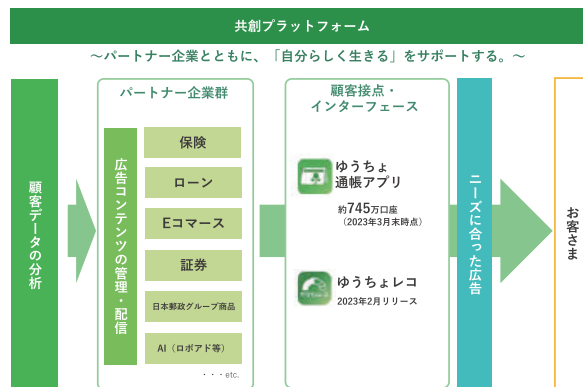
リアルとデジタルの相互補完による新しいリテールビジネスへの変革

JP ゆうちょ銀行

ゆうちょ銀行では、「リアルとデジタルの相互補完」という基本方針の下、すべてのお客さまが利用しやすいデジタルチャネル等を通じて、日本全国あまねく「安心・安全」で「親切・丁寧」な金融サービスの提供に取り組んでおります。具体的には、お客さまご自身でスムーズに口座開設等の取引を行えるセルフ型営業店端末「Madotab」を全直営店に配備したほか、スマートフォンを利用し、基本的な銀行取引ができる「ゆうちょ通帳アプリ」の利用口座が745万口座を突破するとともに、金融資産や毎月の収支の管理ができる家計簿アプリ「ゆうちょレコ」のサービスを開始しました。

今後も、Madotabの高機能化、通帳アプリや家計簿アプリの機能拡充等、セルフ取引チャネルやデジタルチャネルの充実を図るとともに、通帳アプリや家計簿

アプリ経由で、お客さまのニーズに合った最適な商品・サービスのご案内を行う「共創プラットフォーム戦略」を進めてまいります。



DX推進によるお客さま体験価値の向上

JP かんぽ生命

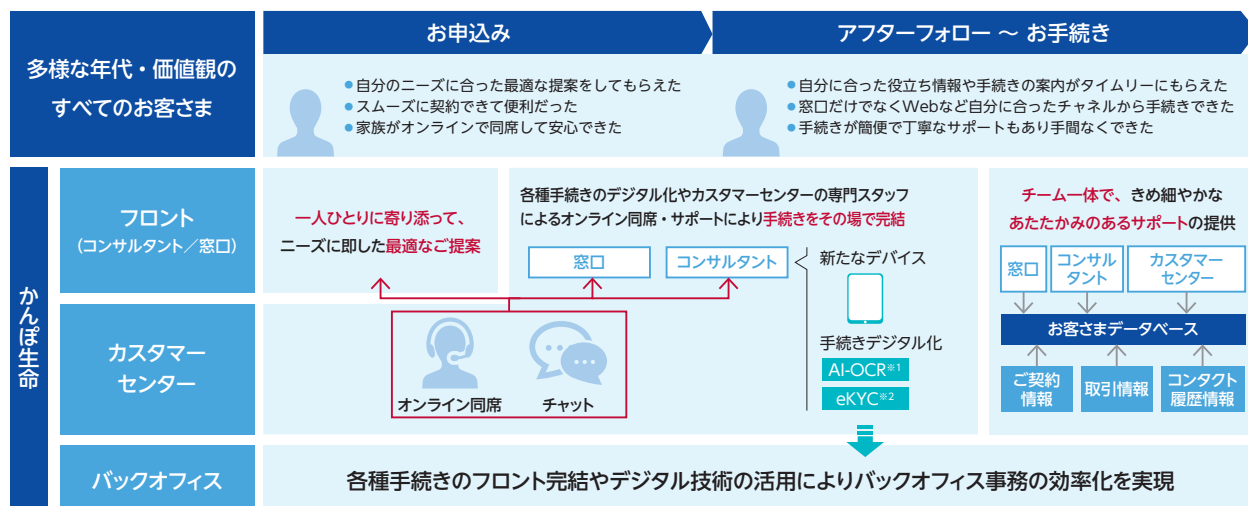
DXを推進しながら、「お客さま体験価値」を最優先とするビジネスモデルへ転換することを基本方針として掲げ、郵便局の窓口やコンサルタントのリアルのお客さま接点を活かし、あたたかみのあるリアルと使い勝手の良いデジタルを効果的に織り交ぜ、保険のご提案・諸手続きなどあらゆるサービスを抜本的に見直してお客さまの利便性を向上する取り組みを順次開始しております。

具体的には、マイページにおける対象請求・機能を順次拡充しているほか、カスタマーセンターの専門スタッフが

各種手続き時にオンライン同席やチャットでお客さまをサポートし、お困りごとをその場で解決するなど、迅速・簡便な手続を提供するための取り組みを順次開始しております。

今後も、お客さまデータを用いてお客さま一人ひとりに合わせた情報提供やタイムリーなフォローを行うなど、お客さまに寄り添ったきめ細やかなサービスをご提供できるように取り組んでまいります。

(実現後の全体像)



※1：AIを活用し、手書き文字等の認識率を向上したOCR（光学式文字読取装置）※2：電子的な手段で行う本人確認手続き

不動産事業

不動産事業を郵政グループの
収益の柱の一つとなるよう
成長させます。

日本郵政株式会社 専務執行役 日本郵便株式会社 専務執行役員
日本郵政不動産株式会社 代表取締役社長

山代 裕彦



2022年度は、JP ビジョン2025で掲げた開発候補不動産に対する開発推進に取り組みました。

グループ保有不動産の開発については、広島JPビルディング、蔵前JPテラス、麻布台ヒルズ森JPタワー、JPタワー大阪及び五反田JPビルディングの5大物件などの開発に取り組みました。2022年8月に広島JPビルディング、2023年3月に蔵前JPテラス、2023年6月に麻布台ヒルズ森JPタワーが竣工しました。他の物件も2023年度に順次竣工を迎えます。また、社宅跡地など小規模な物件についても、賃貸・分譲住宅の開発に取り組んでいます。

グループ外不動産への投資については、錦三丁目25

番街区計画（栄駅前）、中野駅北口計画などの共同事業を着実に推進し、物流施設や高齢者施設、賃貸住宅など優良な不動産への投資を決定しました。

2023年度も引き続き、グループ内不動産の開発着手と新たな案件の掘り起こしを行うとともに、優良なグループ外不動産への投資を行っていきます。また、地元自治体と連携の上、保育所、高齢者施設の設置等を通じて地域に密着した不動産開発を実施していくとともに、物流施設の設置等を通じて郵便局と連携するなど、グループ内の他事業とのシナジーが生まれるような開発を行っていきます。

1. 2023年度竣工予定物件の紹介

①JPタワー大阪(2024年3月竣工予定)

本計画は、商業施設「KITTE大阪」をはじめ、劇場・オフィス・ホテルといったさまざまな機能を備えた大型かつ複合用途の施設で構成されています。地域の方々に親しまれてきた旧大阪中央郵便局舎の一部を保存・移設の上、エントランスや商業施設の一部として活用することで、日本郵政グループのレガシーを未来に伝えていきます。

2025年に開催される大阪・関西万博により、国内外からの来訪者の増加が見込まれる西日本最大のターミナルであるJR大阪駅直結という抜群のアクセスを活かして、多くの方々に様々な用途でご利用いただける施設を目指しています。



②五反田JPビルディング(2023年12月竣工予定)

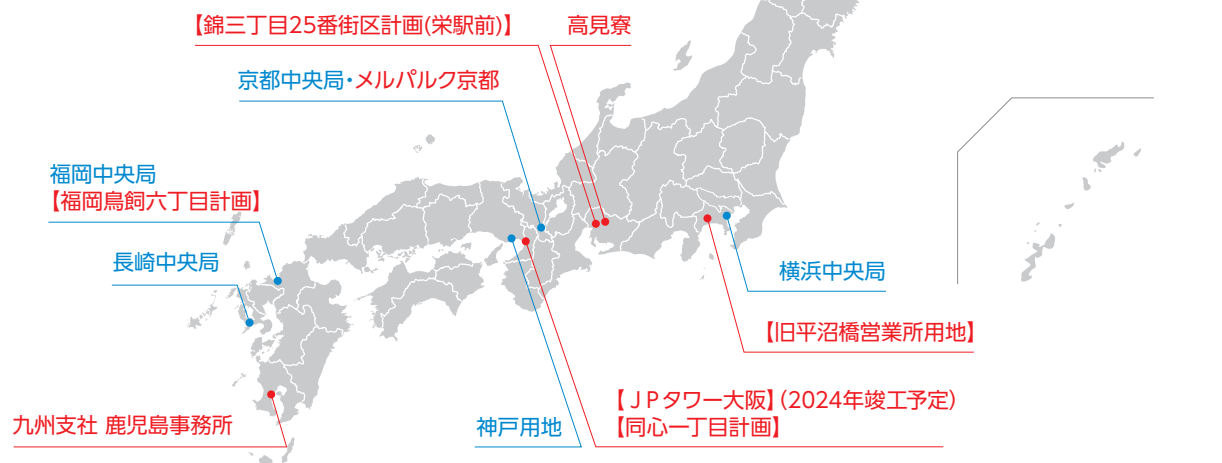
本計画は、オフィス・ホテル・ホール&カンファレンスなどの複合用途の施設で構成されています。

オフィスは、約1,000坪の無柱空間、最小35坪の小割り対応が可能となっており、分散したオフィスの集約化から小規模の利用まで様々な企業のニーズに応えることができます。さらに、ホール&カンファレンスも備え、株主総会や式典行事・大規模研修等のビジネスユースに対応可能です。他にも、フードホールで軽食をとりながらのカジュアルな打合せ、シェアオフィスで集中作業といったワーカーの様々な働き方をサポートします。

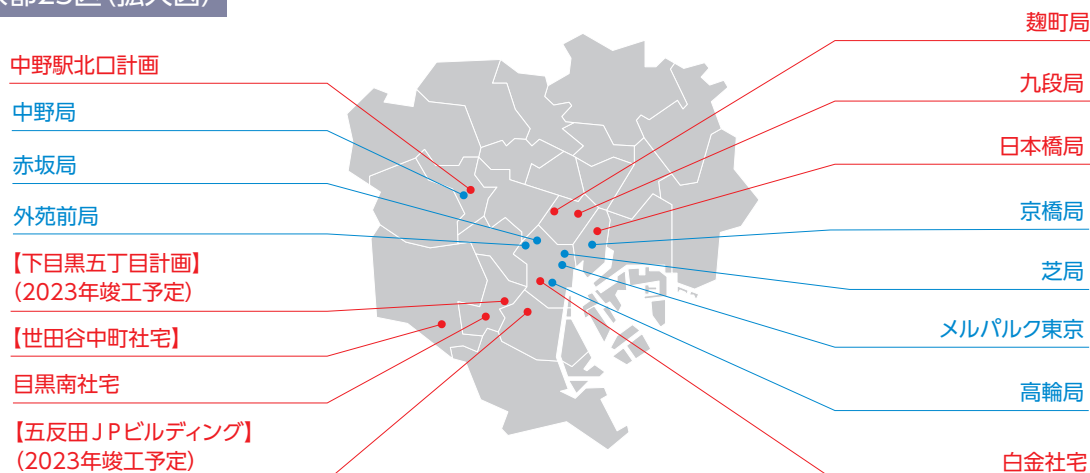


2. 主な開発候補不動産

- 凡例
- 【 】 着工済み(及び予定)の案件
 - JP ビジョン2025の期間中に着工見込みの案件
 - その他の主な開発候補不動産



東京都23区(拡大図)



3. まちづくり・地球環境問題等に貢献する不動産事業

日本郵政グループは、地域の特性や社会背景、事業性などを踏まえて、高齢者施設、物流施設及び都市部における商業施設・オフィス・住宅等の大型複合施設の開発など、まちづくりや地域の発展に貢献する不動産事業を行っていきます。

また、ESG経営(環境・社会・ガバナンス重視の経営)の一環として、グループ不動産事業においても、温室効果ガス排出量削減に取り組んでいます。2022年9月には、当社初の社債であるESG債(グリーンボンド)を発行

し、調達した資金をグリーンビルディング(環境配慮型建物)の適格要件を満たす蔵前JPテラス、五反田JPビルディングの開発資金に充当します。今後も、地球環境問題に貢献できる不動産事業を展開していきます。

さらに、グループ不動産事業において、先進的な技術を取り入れ、お客さまへの空間提供に加え、体験価値も提供していくことを通じて、新たな不動産価値の創生に向けて取り組んでいきます。

共創プラットフォーム実現に向けた取り組み

事業共創を進め、 「共創プラットフォーム」を 実現

日本郵政株式会社 執行役 日本郵便株式会社 執行役員 砂山 直輝



日本郵政グループでは、お客さまと地域を支える「共創プラットフォーム」として、SDGs等社会課題の解決、社会の持続的発展に貢献し続けていくために、郵便・物流、貯金、生命保険といったコアビジネスを充実・強化するとともに、新たなビジネスを展開して収益機会を確保する等、ビジネスポートフォリオを転換することとしております。

2022年11月、新規ビジネスを担う新しい組織として日本郵政・日本郵便に「事業共創部」を発足させました。事業共創とは、社内外を問わず、お互いに異なるノウハウ・アイデア・熱意を持つ者たちを組み合わせ、日本郵政グループ

の巨大なプラットフォームに乗せることで収益を生み出すことと捉え、「郵便局ネットワークを使いたい、郵便局に相談したい」と思って頂くための営業部隊たることを目指します。

また、日本郵政グループでは、「地域社会と郵便局 手をたずさえてにぎやかな未来を創っていきたい」という思いを込め、社員をベンチャー企業や地方自治体に派遣する「ローカル共創イニシアティブ」の取り組みを行っています。この取り組みを通じて、ベンチャー企業等と共同で事業モデルの検討を進めていきます。

楽天グループとの資本・業務提携



日本郵政は、2021年3月、楽天グループ（以下、「楽天」という。）と資本業務提携に合意し、約1,500億円を拠出しました。150年の歴史と全国津々浦々24,000の郵便局ネットワークを有するわが社グループと、1億人以上の会員を抱える最大級のEC・総合IT企業である楽天とが提携する目的は、オンライン（デジタル）とオフライン（リアル）を融合させてお客様に新たな価値を提供することにあります。楽天（ネット）で注文された商品を日本郵便（リアル）がお届けすることがもっとも典型的ですが、それ以外にも地域社会への貢献や、わが社グループ自体のデジタル化の推進を通じた利便性の向上など、期待されるシナジーは大きいと考えております。

それに向けて、目下両社で協業を進めており、これまでも様々な成果が出ています。

①物流については、2021年7月に両社で設立したJP楽天ロジスティクスの下、2021年11月に最新鋭の倉庫オペレーションを反映した物流センターを神奈川県にオープンしたほか、楽天内の複数店舗で購入した商品をまとめて日時指定できる「おまとめアプリ」を共同で提供するなど、効率的で利便性の高い物流拠点や配送システム及び受取サービスの共同構築に取り組んでいます。

②小売については、全国の地産品などを取り扱っている日本郵便が子会社を通じて楽天市場にEC店舗を出店したほか、郵便局における楽天商品カタログの受付等も期間限定で実施しました。

③モバイルについては、2021年6月から郵便局内に楽天モバイルカウンターを設置し、新規契約や機種変更等の受付を開始しました。また、本年1月からは、全国約2万の郵便局に楽天モバイルのサービス案内に関するチラシを順次設置しています。

④金融については、2021年12月にゆうちょ銀行デザインの楽天カードの取扱いを開始したほか、保険領域においても、協業に関する協議・検討を行っています。

⑤また、地域社会での取り組みとして、2022年3月に北海道庁、楽天及び当社で締結した包括連携協定に基づき、地域課題解決のための支援体制である「北海道デジタル実装サポートチーム」を立ち上げ、寒冷地でのドローン配送の検討などに加え、帯広や釧路などでの「シニア向けスマホ基礎講座」や、根室などでの「外国人向けオンライン行政相談」などの地に足の着いた取り組みも手がけています。

⑥そのほか、人材面での交流も進め、2021年7月にJPデジタルを設立し、日本郵政グループのDXを推進すると

ともに、2022年7月からは「みらいの郵便局」の実現に向けて、大手町郵便局での実証実験を行っています。

今後も郵便局ネットワークをはじめ、日本郵政グループ

の特色やリソースを活かしながら、様々な提携施策を打ち出し、これからの社会で要請されるサービスを提供していきたいと考えています。

アフラックとの戦略提携のさらなる発展

日本郵政 日本郵便 かんぽ生命

2021年6月、日本郵政株式会社、日本郵便株式会社、株式会社かんぽ生命、アフラック・インコーポレーテッド及びアフラック生命保険株式会社は、お客さまと地域を支える「共創プラットフォーム」の実現に向け、『共創プラットフォーム』の実現に向けた戦略提携のさらなる発展に合意しました。

これに基づき、2022年4月より、がん保険の販売に関する新しい営業体制を構築等し、また、本年4月3日には、日本郵政、日本郵便、かんぽ生命及びアフラックで

共同開発した新商品（重大疾病一時金特約）等の販売を開始するなど、協業を深化させています。

2024年度からは、一定の条件を満たせば、アフラック・インコーポレーテッドが日本郵政の持分法の適用対象となることとなります。

引き続き、アフラック生命のがん保険を営業戦略上重要な商品と位置づけてがん保険の販売を推進していくとともに、お客さま本位の業務運営の徹底に協力して取り組む等、戦略提携をさらに発展させていきます。

ローカル共創イニシアティブ

日本郵政グループ社員派遣地域
及び 協業パートナー

宮城県石巻市(第1期)

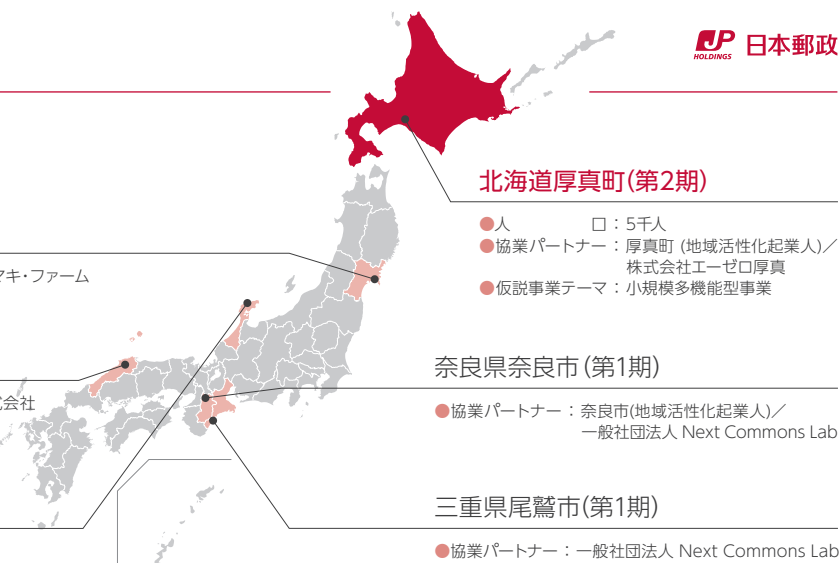
●協業パートナー：株式会社巻組／一般社団法人イシノマキ・ファーム

島根県雲南市(第1期)

●協業パートナー：Community Nurse Company株式会社
特定非営利活動法人おちらぽ

石川県能登半島(第1期)

●協業パートナー：株式会社ノトツグ



2022年4月から1期生を派遣している「ローカル共創イニシアティブ」は、2023年4月から2期生として新たに2名の本社社員の派遣を開始しました。

ローカル共創イニシアティブは、公募により選出したグループ会社（日本郵政、日本郵便、ゆうちょ銀行、かんぽ生命）の本社社員を、原則2年間、地域で活躍するローカルベンチャー企業や自治体に派遣することで、地域における新規ビジネス等の創出を目指す取り組みです。これまで8つの協業パートナーと連携し、順調にネットワークを拡大してきました。

また、ローカル共創イニシアティブ発の新規事業第一号案件として、日本郵便の郵便局と配達ネットワークを活用した、地域コミュニティの強化を図る新しい買物サービス（共助型買物サービス）の実証実験も開始しており、活動を通じて得たお客さまとのコミュニケーション

から潜在ニーズを掘り起こし、地域の社会課題の解決に向けた新規ビジネスを確実に創出しています。

今後においても、社会課題に先行して取り組む地域で、経済の活性化、関係人口の創出、自治機能の維持・向上に資するサービスに積極的に取り組んでいるベンチャー企業や自治体とともに日本郵政グループとして現場で活動し、貴重な経験を積むことによって、起業家マインドを有する人材の育成につなげていきます。

同時に、日本郵政グループがこのような新たな取り組みを積極的かつ主体的に行うことによって、持続可能な地域社会づくり、そして地域の方々の生活の向上に貢献できるよう、地域のベンチャー企業や自治体との連携をこれまで以上に深め、社会のすき間を満たす「ユニバーサルベーシックサービス」の実現を目指して活動を更に進展させていきます。

グループ会社による価値創造に向けた取り組み

佐川急便との協業

NP 日本郵便
POST

日本郵便と佐川急便株式会社は2021年9月10日付けで締結した基本合意に基づき、①小型宅配荷物の輸送②国際荷物輸送③クール宅配便④幹線輸送の共同化⑤拠点受け取りの共同化等を開始しております。

2022年8月にはトラックを活用した輸送におけるCO₂排出量の削減や、長時間運行に起因するドライバーの労働負担の削減という課題の解決及び幹線輸送の共同化による輸送の効率化を図るため、日本郵便、佐川急便株式会社及び東京九州フェリー株式会社の3社で、東京－九州間のトラック長距離幹線輸送の一部について、佐川急便株式会社の宅配便荷物と日本郵便の郵便物などをセミトレーラーで共同輸送し、横須賀－新門司間を航路

の海上輸送に切り替えるモデルシフトを実現しました。

日本郵便及び佐川急便株式会社は共同輸送を行うことで積載率が向上しました。加えて、本事業に係るCO₂排出量を205.6t-CO₂/年(約59%)削減、トラックドライバーの運転時間を6,204時間/年(約90.7%)削減することを目標としています。その他、佐川急便株式会社が全国で集荷した荷物を、日本郵便が一部地域で配達する共同配送等を検討しております。

両社では、今後も持続可能な社会の実現に向け、オープンな環境で、幅広い企業との協業も視野に入れ、新たなソリューション開発に積極的に取り組んでまいります。



ヤマトグループとの持続可能な物流サービスの推進

NP 日本郵政 NP 日本郵便
HOLDINGS POST

日本郵政グループとヤマトグループは、2023年6月19日、持続可能な物流サービスを推進していくための協業に基本合意。顧客の利便性を向上する輸送サービスを構築するとともに、物流業界が抱えるトラックドライバー不足やカーボンニュートラルなどの社会課題を解決していきます。

具体的には、ヤマト運輸株式会社のクロネコDM便の代わりに日本郵便のゆうメールを活用した「クロネコゆうメール」、また、ネコボスの代わりに日本郵便のゆうパケットを活用した「クロネコゆうパケット」の2つの新サービスを開始します。



次世代モビリティを活用した物流効率化の取り組み

JP 日本郵便
POST

日本郵便と株式会社ACSLは、2023年3月24日に第三者上空(有人地帯)を含む飛行経路での補助者なし目視外飛行(レベル 4)を日本で初めて実現しました。

中期経営計画の取組施策であるドローンの取組は、共創プラットフォームの実現に向けた戦略的なDXであり、オペレーション改革投資(ITや施設・設備)の一環となります。

両社では、ドローン等の自動配送による「配送高度化」をはじめとして、先端技術による配達ネットワークの高度化に向けた検討と取り組みを継続的に推進します。

この提携を契機として、両社の経営資源や強みを活かしたシナジー効果を追求し、日本中のお客さまに「より便利、より安心、より快適、より豊か」をご提供するために、日本の物流イノベーションに挑戦します。

郵便サービス水準の見直し及び先端技術を活用した配達ネットワークの高度化

JP 日本郵便
POST

インターネットの普及などの通信手段の多様化により郵便のご利用が年々減少する状況と並行し、必ずしも送達にスピードが求められなくなるなど、社会環境や郵便に対するニーズも変化してきました。それらを踏まえ、普通扱いとする郵便物及びゆうメールの土曜日の配達休止や送達日数の猶予をいただくことにより生み出されたリソースを、Eコマースの進展などにより増加している荷物の宅配需要に適切に活用するとともに、郵便サービスを将来にわたって安定的に提供していきます。

また、デジタル化の徹底と先端技術の活用によるオペレーション等を進め、例えば、配達経験の浅い社員でも即戦力として活躍できる環境を近い将来に実現するために、ルーティング・ナビゲーション技術等を活用したゆうパック等配達業務の効率化システムの実装に取り組んでいます。



郵便局のみまもりサービスと終活紹介サービス



日本郵便は、高齢者の方々が安心して暮らすことができる地域社会の実現に貢献するため、全国の郵便局で「郵便局のみまもりサービス」を提供しています。

また、総務省の郵便局活性化推進事業による実証事業を通じて「スマートスピーカーを活用した郵便局のみまもりサービス」を開発し、地方公共団体向けのサービスとして2022年1月から提供を開始しています。

2023年2月からは、遠方で暮らすため恒常的・定期的なメンテナンスが困難な空き家を所有する方々に代わり、空き家近隣の郵便局社員が定期的に現況を確認する「空き家のみまもりサービス」の試行を開始しています。

併せて、北海道及び首都圏で、終活に関するお客さまの不安解消のお手伝いをするため関連事業者を紹介する「終活紹介サービス」を提供しています。

地方公共団体との連携強化



日本郵便は、公的証明書の交付や国民年金関係等の申請受付、プレミアム付商品券販売、マイナンバーカード関連事務等の様々な地方公共団体事務を受託（2023年3月末現在、431団体から6,053の郵便局で受託）することにより、郵便局の窓口を通じて、地域住民に行政サービスを提供する取り組みを積極的に行っております。

また、新たな取り組みとして、一部の地域で、郵便局にタブレット端末を設置し、地方公共団体の職員と地域住民がテレビ電話で行政相談ができる取り組みや、希望する地域住民に対して地方公共団体のアプリのダウンロードや操作支援等、地域に存在する郵便局とデジタル技術を組み合わせることで、地域住民の利便性向上に貢献しています。

その他、2023年度にはマイナンバーカード交付申請の受付等に係る法改正があったことから、郵便局窓口における申請受付についても取り組みを行っていきます。

また、地方公共団体と日本郵便とが一体となり、継続的に地域の課題解決に向けた活動を行うことを目的として、全国各地の地方公共団体と包括連携協定をはじめとした各種協定を締結しています。



国内BtoBビジネス強化のための子会社再編

JP 日本郵便



JP ビジョン2025に掲げる「国内BtoBビジネスの拡大」を進めるため、2023年4月1日付で、物流子会社であるJP トールロジスティクス株式会社及びトールエクスプレス ジャパン株式会社の事業を再編し、社名をそれぞれJP ロジスティクスグループ株式会社、JPロジスティクス株式会社へ変更しました。

2018年にJPトールロジスティクス株式会社を発足し、同社が実施するコントラクト・ロジスティクス事業及びフォワーディング事業と、その子会社のトールエクスプレス ジャパン株式会社のエクスプレス事業を組み合わせ、高品質なサービスを提供してきましたが、本再編により、物流戦略の企画・立案と事業運営を別会社で行うことで効率的かつスピーディーな一括物流体制を構築し、急速に変化するお客さまの物流ニーズに応える高品質なサービスを提供してまいります。

新しいNISAに向けた取り組み

JP ゆうちょ銀行

2024年1月から導入される予定の新しいNISAは、年間投資枠及び非課税保有限度額の拡大・非課税保有期間の無期限化等、これから投資を考えられているお客さまや既にNISAをご利用いただいているお客さまの双方にとってメリットの大きい制度です。

お客さまの資産形成の一助となれるよう、新しいNISAの積極的な周知やラインアップの見直しを行いながら、より一層お客さまに寄り添ったご提案に努めてまいります。

新たなビジネスの創出 ～Σビジネス～

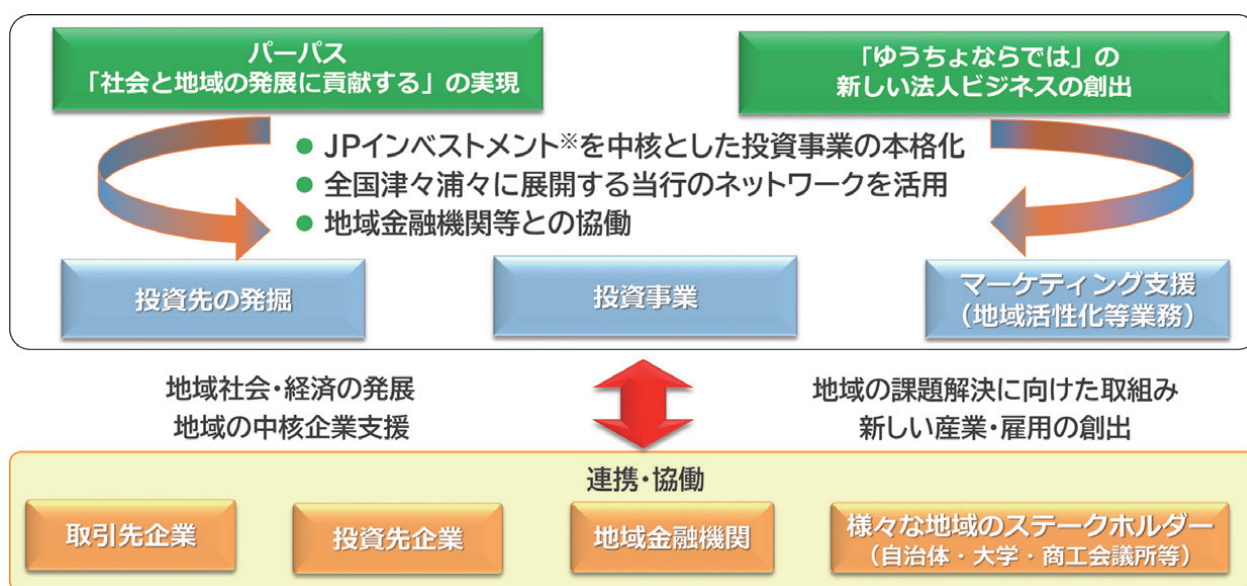


ゆうちょ銀行の「Σビジネス」では、当行がGP投資家として、地域企業に不足する「資本力」を、「出資」という手段で補い、出資先に対しマーケティング等経営面でもコミットしていくことで、地域社会の活性化に貢献していきます。

なお、新しい法人ビジネスを推進する風土醸成・人財育成への取り組みとともに、「新ビジネスへの意識・行動の統一化」を図ります。2026年度以降の本格展開に向け、

当初2年間(～2024年9月末)をパイロット期間と位置づけ、ビジネス推進基盤を整備します。

また、地域金融機関と連携し、「地域の金融プラットフォーム」として、ATM連携や税公金取りまとめ事務共同化等についても継続的に取り組み、多様な手段により、全国の地方創生を多面的に支援してまいります。



※2018年2月にゆうちょ銀行とかんぽ生命が設立したプライベートエクイティファンド運用会社

新しいかんぽ営業体制/ 「はじめのかんぽ」(学資保険(H24))の改定

JP かんぽ生命 POST 日本郵便

お客さまの多様な保障ニーズに対応した保険サービスを提供していくため、2022年4月より、専門性と幅広さを兼ね備えた新しいかんぽ営業体制を構築し、日本郵政グループ一体での総合的なコンサルティングサービスの実現に向けて取り組んでいるところです。

具体的には、ご家庭への訪問などを通じて、お客さまへの丁寧なアフターフォローや保険サービスをご案内するコンサルタントは、かんぽ生命が直接責任を持ってマネジメントする体制を整備し、生命保険のご提案及びアフターフォローに専念するとともに、お客さま担当制の導入により、お客さまに質の高いきめ細やかなアフターフォローを実施しています。また、全国にネットワークを持つ郵便局において、郵便局窓口社員は、引き続き保険商品を含む幅広い商品・サービスを提供しています。

また、かんぽ生命は、「人生100年時代における、あらゆる世代のお客さまの保障ニーズにお応えする保険サービス

をご提供する」との方針に則り、2023年4月に、「はじめのかんぽ」(学資保険(H24))を改定しました。昨今の教育費用の高まりやお客さまからのご要望を受けて、「はじめのかんぽ」(学資保険(H24))について、お子さまの教育資金の準備がしやすくなるよう保険料率を変更し、戻り率^{※1}が100%を超えるプランを実現しました。また、習い事として塾に通うお子さまも多い現状において10歳以降に塾の費用が増加する傾向がある^{※2}ことから、10歳までに保険料の払い込みを終えられるプランをお選びいただけるようにしました。

かんぽ生命はあらゆる世代、さまざまな場面での保障ニーズにお応えする保険サービスの開発を進め、世代をつなぐ保険サービスとお客さまの生活に寄り添うサービスをご提供していきます。

※1: お払い込みいただく保険料総額に対する、受け取れる学資金の割合。 ※2: 出典/文部科学省「令和3年度子供の学習費調査」

かんぽ生命と学資保険 - 学資保険保有契約件数No.1!^{※3※4}

学資保険は1971年、進学率の上昇と教育費の高騰による将来的な教育資金の準備に役立つ保険ニーズの高まりを受けて、郵便局から業界初の保険商品として創設されました。それから約半世紀に渡り、たくさんのお子さまの成長を見守り続けてきました。2023年3月末現在で約260万件^{※4※5}のご契約をお預かりしております。これからも、全国の身近な郵便局・コンサルタント社員を通じて、お客さまの人生を、守り続けます。

※3: 出典/保険研究所「インシュアランス生命保険統計号(令和4年度版)」

※4: 現在販売していない学資保険の種類も含みます。

※5: 民営化後に販売した学資保険に限ります。



ラジオ体操の普及促進

JP かんぽ生命

ラジオ体操は、かんぽ生命の前身である通信省簡易保険局が制定し、2028年には100周年を迎えます。かんぽ生命はラジオ体操を通じて健康寿命の延伸やWell-being向上などの社会課題の解決に貢献すべく様々な取り組みをしています。

地域コミュニティの活性化や地域のみなさまの健康づくりを支援するために、毎年全国約50の自治体さまと共催で「巡回ラジオ体操・みんなの体操会」や「1000万人ラジオ体操・みんなの体操祭」を実施しています。

さらに、全国の子どもたちの健康を願い、「ラジオ体操出席カード」を毎年約900万枚制作し、郵便局やかんぽ生命支店から小学生を中心に配布しています。早起き



1000万人ラジオ体操・みんなの体操祭の様様

して体操を頑張った子どもたちに地域の保護者やご年配の方がご褒美のハンコを押すという日本ならではの文化は地域や世代間の交流につながっています。

クライシスマネジメントの高度化に向けた取り組み

クライシス事象への対応迅速化、 グループ内連携強化等を通じた クライシスマネジメントの高度化

日本郵政株式会社 専務執行役 日本郵便株式会社 専務執行役員 早川 真崇



日本郵政グループにおいては、過去のコンダクト・リスク顕在化事案を踏まえ、これまで、様々な対策を講じてきました。近年、経営を取り巻く環境変化が著しく、レピュテーションリスク等のリスク要因が多様化かつ複雑化していること等を踏まえ、今般、以下の事項に取り組み、クライシスマネジメントの高度化を目指すことといたしました。

今後、クライシス事象への対応の迅速化及びグループ危機管理委員会等を中心とした一元的なクライシスマネジメントに取り組みます。

さらに、グループのクライシスマネジメントを高度化する施策として、以下の3つの施策を中心に取り組みを推進していきます。

- ① まずは、組織態勢強化（機能統合）とスコープ拡大によるクライシスマネジメントの高度化です。
クライシスマネジメント統括部の設置により、より広範囲のクライシス事象の予兆の把握、顕在化後の影響極小化のための初動対応等の一元化を実現します。
2022年度は、クライシス事象を認定するための考え方・基準、初動対応プロセスの手続・マニュアル等の整備を行いました。2023年度は、クライシス事象顕在化後の対応を整備することによって、さらなる、危機管理対応の一元化を目指していきます。

- ② 次に、グループ内連携強化によるクライシスマネジメントの高度化です。

グループ危機管理委員会の定期開催、グループ内連携会議の設置等により、グループ内連携態勢の強化に努めます。また、クライシスマネジメント統括部に、グループ危機管理委員会の事務局機能を恒常的に設置し、平時から様々な情報収集等に努めます。これらの態勢整備により、各種訓練を企画・実施し、危機管理態勢の検証にも取り組むこととしています。

- ③ さらに、BI*ツール等の情報システムを活用したクライシスマネジメントの高度化を目指します。

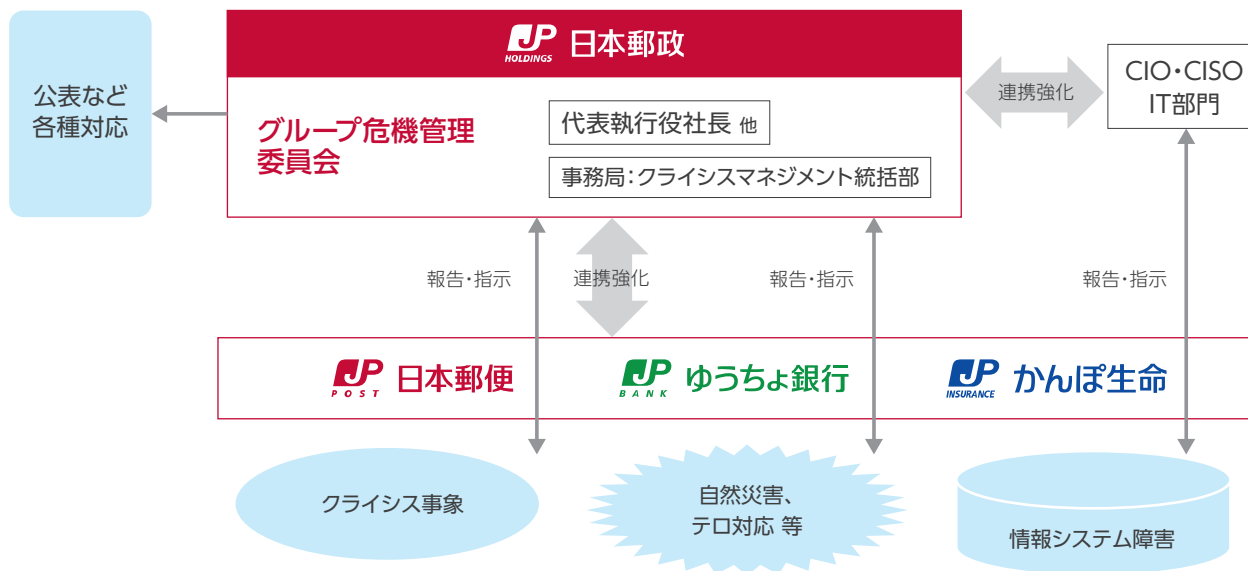
AIを活用したお客さまの声、社員の声の分析結果、各部署が保有するリスク性情報等について、BIツールの活用により、リアルタイムで可視化するとともに、それらの情報を横断的に分析（クロス分析）することにより、新たな潜在リスクの検知・把握に努めるなど、分析の高度化に取り組みます。
また、ユーザーのニーズに応じたインターフェースを検討するなど、利便性の向上にも努めていきます。

これらの取り組みを通じて、グループガバナンスの強化に努めることによって、企業価値の向上を図り、これまで以上にお客さまと地域に信頼され、安心して、グループの各種サービスをご利用いただけるよう努めてまいります。

*BI：「ビジネス・インテリジェンス（Business Intelligence）」の略称で、企業内のさまざまな部署が蓄積している情報を集め、分析・加工し、経営上の意思決定に役立てようという概念

クライシス事象対応態勢

機能統合による組織態勢強化、スコープ拡大及びグループ内連携強化によるクライシスマネジメントの高度化

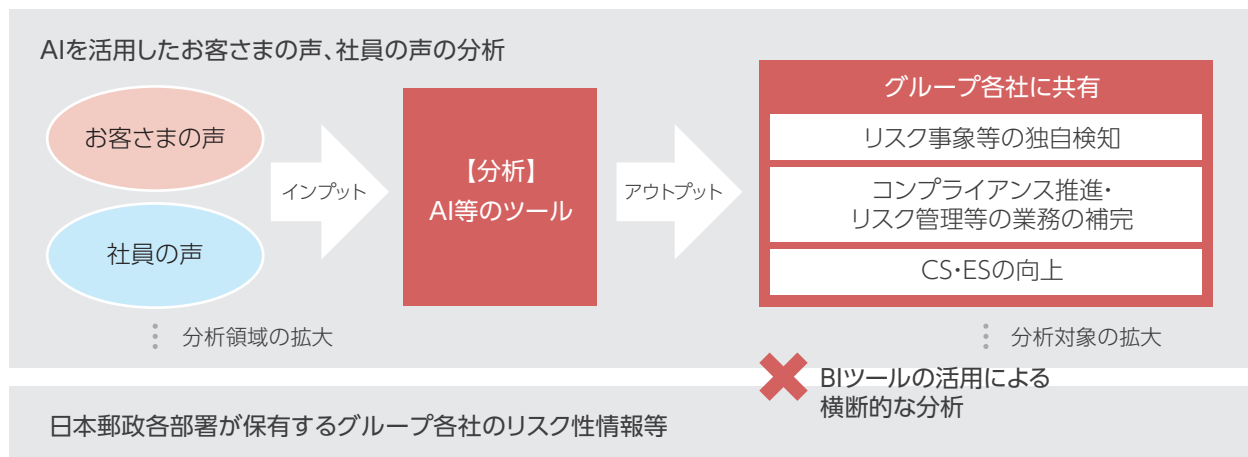


BIツールを活用したクライシスマネジメントの高度化

日本郵政グループに寄せられるお客さまの声、社員の声をAIを活用して分析することを通じて、ミスコンダクト事象顕在化事案や潜在的なリスク事象等を独自検知するとともに、コンプライアンス推進・リスク管理等の業務の補完、CS・ESの向上に活用すること等を目指しています。さらに、分析結果を、定期的に経営陣、各種連絡会議等に報告し、事業子会社における業務改善等に活用しています。

今後は、お客さまからのお褒めの声を分析する等、それらを好取組事例としてグループ内に展開することによって社員のコンダクト向上に活用していきます。また、お客さまからのお問合せの分析を通じて、お客さま本位の業務運営に役立てる等、分析対象の拡大に取り組んでいきます。さらに、お客さまの声、社員の声以外にも分析領域を拡大し、経営改善に役立てていきます。

BIツールを活用してリアルタイムに可視化



スポーツ&コミュニケーション

スポーツ&コミュニケーション部の設置

日本郵政は、2023年4月1日にスポーツ活動を通じた社会貢献施策の実施・充実などを目的として、「スポーツ&コミュニケーション部」を設置しました。

スポーツを通じたグループ企業価値の持続的向上を目指し設立した日本郵政グループ女子陸上部の運営面のさらなる強化・発展に加え、今後は競技活動に留まらず、スポーツを軸としたグループ内外のコミュニケーションの活性化や地域貢献、社会貢献に資する活動にも積極的に取り組んでまいります。

主要施策として、全国の学校における部活動の指導者不足を踏まえ、子供たちの部活動を行う機会を確保するための方策に関するスポーツ庁の諸施策への日本郵政グループとしての協力体制を整備してまいります。

具体的には、日本郵政グループ社員の中で、スポーツや文化・芸術活動に秀でた人材を各地域で活躍いただく仕組みの検討を進める他女子陸上部の元選手を起用し、地方自治体等が主催する各種イベントに参加する体制を構築してまいります。



日本郵政グループ女子陸上部メンバー（2023年4月現在）

後列 牛選手 和田選手 小坂井選手 土井選手 菅田選手 樽本選手 廣中選手
前列 太田選手 三原選手 山中選手 杉森選手 鈴木選手 田島選手 大西選手

女子陸上部の活動

「人から人へとタスキをつなぐ駅伝」と「人から人へと手紙を届ける郵便」は、親和性が高く、社員が一体感を持って応援できることなどから、2014年4月に女子陸上部を創設しました。

所属選手は日本郵政グループ各社に所属しており、実業団駅伝女子日本一を競う「全日本実業団対抗女子駅伝競走大会（クイーンズ駅伝in宮城）」では2015年から8年

連続で出場し、2016年（第36回）に初優勝。2019年（第39回）、2020年（第40回）と二連覇を果たし、三度の日本一を達成しております。

また、個人においても、オリンピックや世界選手権大会などの国際大会で活躍する日本代表選手を輩出してまいりました。

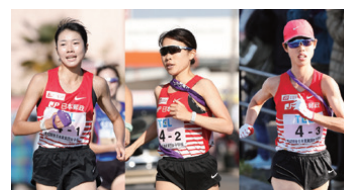
2022年度の主要成績

大会名	順位	出場選手	記録
第42回全日本実業団対抗女子駅伝競走大会（クイーンズ駅伝in宮城）	第3位	1区:和田 有菜 2区:太田 琴菜※1 3区:廣中 璃梨佳 4区:大西 ひかり 5区:鈴木 亜由子 6区:小坂井 智絵	2時間15分15秒
第18回世界陸上競技選手権大会（2022/オレゴン）10000m	第12位	廣中 璃梨佳※2※3	30分39秒71
ベルリンマラソン2022	第8位 第19位	鈴木 亜由子※3※4 大西 ひかり※3※4	2時間22分02秒 2時間25分54秒
名古屋ウィメンズマラソン2023	第2位	鈴木 亜由子※3※5	2時間21分52秒
第106回日本陸上競技選手権大会クロスカントリー競争シニア8km	優勝	和田 有菜	27分22秒

※1:区間賞 ※2:日本歴代2位 ※3:自己ベスト記録 ※4:2023年MGC出場権獲得 ※5:日本人1位



大西選手 鈴木選手 小坂井選手



和田選手 太田選手 廣中選手

©フォート・キシモト

スポーツを通じた社会貢献

日本郵政グループは人生100年時代の「一生」を支える活動の一環として、新たに「スポーツ&コミュニケーション部」を設置した他、かんぽ生命社員の車いすテニスプレイヤー大谷桃子選手の支援をはじめ、スポーツやパラスポーツへの協賛・支援を行っています。これからも、全国

2万4千の郵便局と40万人のグループ社員を抱える郵政ネットワークを活用して競技や地域に根差したチーム・アスリート等の盛り上げに取り組み、地域の活性化やダイバーシティ社会の実現に貢献してまいります。

スポーツに対する主な協賛活動

契約主体	協賛先(概要)
日本郵政	一般社団法人 日本ゴールボール協会(オフィシャルパートナー)
	東北楽天ゴールデンイーグルス(オフィシャルプラチナスponsor)
日本郵便	公益財団法人 ジャパン・プロフェッショナル・バスケットボールリーグ(B.LEAGUE パートナー)
	日本郵便 Honda Dream
かんぽ生命	一般社団法人 日本車いすテニス協会(トップパートナー)
	一般社団法人 日本ボッチャ協会(ゴールドトップパートナー)

ゴールボールの普及・発展支援

競技体験や魅力の発信などを通じ、普及発展に貢献しています。具体的な取り組みとして、地域のお客さまや社員を対象にした体験会の開催、全国各地で開催される初心者向け大会への社員の参加、日本ゴールボール協会が主催する大会への社員ボランティア派遣などを実施してきました。



日本郵便Honda Dreamの活動

子どもたちに交通安全の大切さを伝えるため、2018年から、年に4〜6カ所ですくまの親子バイク教室を開催しています。この教室は、すくまをラッピングしたポケットバイクの試乗体験と記念写真を印刷したオリジナル葉書を使ったお手紙ワークショップのイベントで、プロレーシングチームである日本郵便 Honda Dream が運営しています。



ボッチャへの協賛活動

日本代表チームも出場した「2023 ボッチャ東京カップ supported by かんぽ生命」(2023年3月)など、ボッチャ競技大会への協賛を行っています。



車いすテニスでの活躍

かんぽ生命社員の大谷桃子選手は、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に出場し、女子ダブルスで銅メダルを獲得。2022年度は4大会等に出場など、高いレベルの活躍を見せています。



日本郵政グループの構成

日本郵政グループは、全国の郵便局ネットワークを通じて、郵便・貯金・保険の三事業を中心とした様々な商品・サービスを提供し、お客さまの生活全般に深くかかわり、お客さまと地域を支える「共創プラットフォーム」を目指しています。



JP POST 日本郵便

P.107 詳細情報は資料編をご覧ください

- 郵便・物流事業 P.46
- 郵便局窓口事業 P.47
- 国際物流事業 P.47



JP BANK ゆうちょ銀行

P.110 詳細情報は資料編をご覧ください

- 銀行業 P.48



JP INSURANCE かんぽ生命

P.113 詳細情報は資料編をご覧ください

- 生命保険業 P.49

郵便局ネットワークを最大限に活かし 地域のお客さまをサポート

郵便サービスをなるべく安い料金であまねく公平に提供することに加え、ゆうちょ銀行から受託する銀行窓口業務及びかんぽ生命から受託する保険窓口業務についても、郵便局を通じて全国のお客さまにご提供しています。

今後も、国民共有の財産である郵便局ネットワークの水準を維持し、公益性・地域性を十分発揮するとともに、郵便局のサービスをさらに便利なものとし、地域のお客さまの生活を総合的にサポートできるよう取り組んでまいります。

銀行業で お客さまの生活をサポート

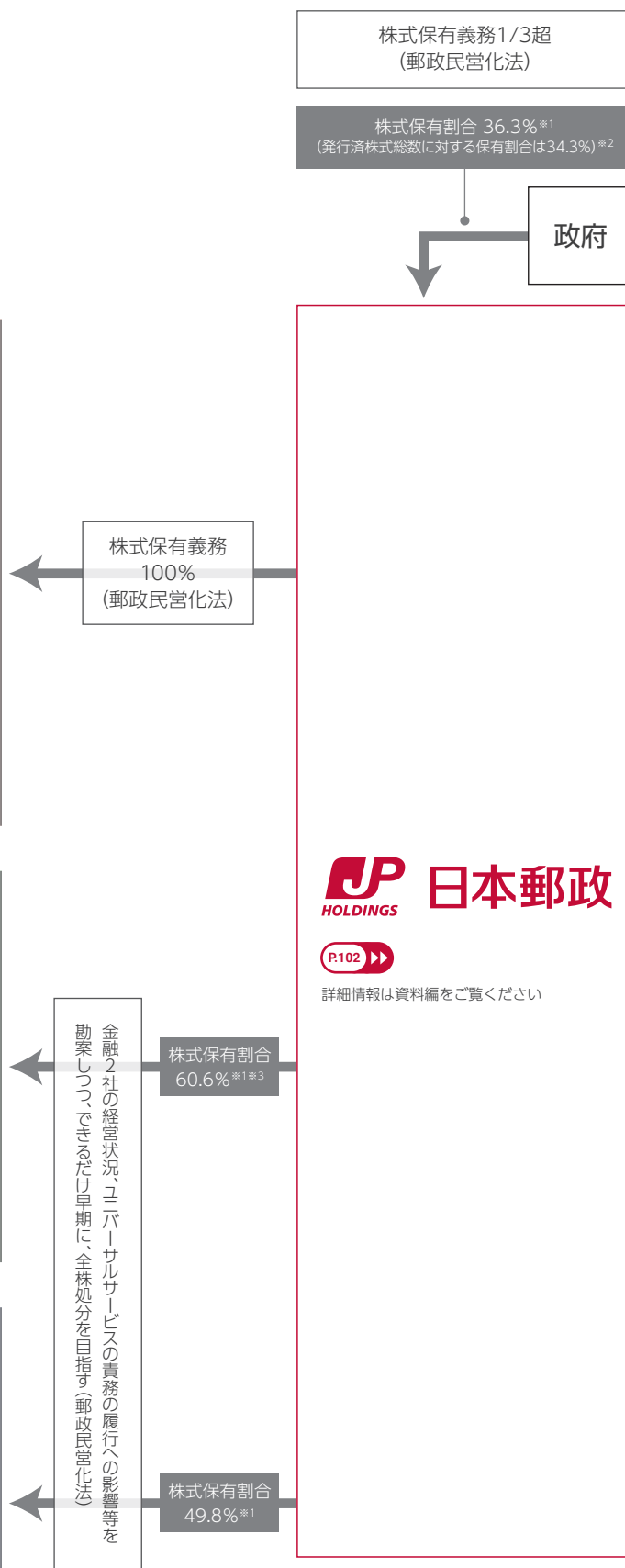
全国に展開する郵便局ネットワークを通じて、幅広い個人のお客さまに総合的な金融サービスをご提供しています。

ゆうちょ銀行は、「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。」を経営理念としています。

生命保険業で 安心のある生活をサポート

郵便局とかんぽ生命の直営店を通じて、全国のお客さまに「保険」という安心をお届けしています。

かんぽ生命は、「いつでもそばにいる。どこにいても支える。すべての人生を、守り続けたい。」を経営理念とし、お客さま一人ひとりの人生を保険の力で支え、守り続けてまいります。



*1: 自己株式を除く発行済株式総数に対する保有割合 (2023年3月末現在)

*2: 2023年4月に実施した自己株式消却により2023年4月末現在の発行済株式総数に対する保有割合は36.3%となりました。

*3: 2023年4月まで実施したゆうちょ銀行による自己株式取得及び5月実施の自己株式消却により2023年5月末現在の株式保有割合は61.5%となりました。

グループ各社の業績・強みと課題



郵便・物流事業

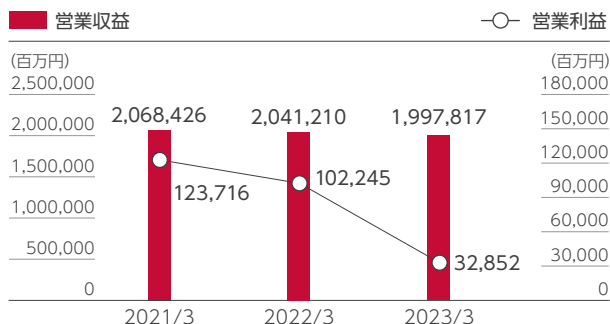
事業概要

郵便サービスを全国一律の料金であまねく公平に提供するとともに、国からの委託による印紙の売りさばき、お年玉付郵便葉書の発行などの業務も行っています。また、eコマース市場の成長に伴う多様なお客さまのニーズに的確に応えるため、ゆうパックやゆうメールなどの貨物運送サービスをはじめ、お客さまに最適な物流戦略の設計、提案、構築から運用までを行うロジスティクスサービスを提供しています。

2023年3月期の業績

郵便・物流事業におきましては、厳しい競争環境等によるゆうパック（ゆうパケットを含む）の取扱数量の減少のほか、年賀葉書の減少等により経常収益は2,001,619百万円(前期比42,005百万円減)、経常費用は引き続きコストコントロールの取組み等を進めたものの、水道光熱費の上昇や新規子会社費用の影響等もあり増加し、経常利益は35,212百万円(前期比68,685百万円減)となりました。また、日本郵便の当連結会計年度における郵便・物流事業の営業収益は1,997,817百万円(前期比43,393百万円減)、営業利益は32,852百万円(前期比69,393百万円減)となりました。

営業収益／営業利益



郵便・物流事業における「強み」「課題」「今後の方針」

強み	- 全国3,100万カ所に毎日配達を行う輸送ネットワーク - ラストワンマイルにおける自動二輪車の機動力を活用した小型荷物の効率的な配達 - 確実にお客さまにお届けする高品質の配達サービス
課題	- デジタル化の進展等による郵便物減少の継続や、荷物分野での競争激化 - 人件費単価・物価上昇への対応 - 保有データを活用したDXの実現
今後の方針	- データドリブンによる郵便・物流事業改革 - 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 - 他企業との連携による利便性の高いサービスの提供等

郵便局窓口事業

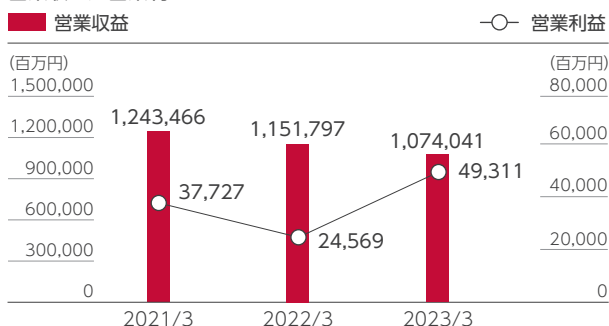
事業概要

お客さまにサービスを提供するための営業拠点として全国に設置した郵便局において、郵便・物流事業に関する窓口業務、ゆうちょ銀行から業務を受託する銀行窓口業務、かんぽ生命から業務を受託する保険窓口業務をはじめ、物販事業、不動産事業、提携金融サービス、地方公共団体事務の受託なども行っています。

2023年3月期の業績

郵便局窓口事業におきましては、保険手数料や銀行手数料の減少が続き、経常収益は1,075,762百万円(前期比80,953百万円減)となる一方、経常費用は2022年4月からの新しいかんぽ営業体制への移行に伴う人件費の減少等により減少した結果、経常利益は50,466百万円(前期比25,980百万円増)となりました。また、日本郵便の当連結会計年度における郵便局窓口事業の営業収益は1,074,041百万円(前期比77,756百万円減)、営業利益は49,311百万円(前期比24,741百万円増)となりました。

営業収益／営業利益



郵便局窓口事業における「強み」「課題」「今後の方針」

強み	- 日本全国2万4千の郵便局ネットワーク - グループ内外の多様な商品・サービスの提供 - 毎日の生活のなかで多くのお客さまにご利用いただいている顧客基盤
課題	- お客さまからの信頼の回復 - 人口減少やデジタルチャネルへの移行に伴う取扱減少への対応 - 郵便局ネットワークの価値向上
今後の方針	- お客さま本位の業務運営に向けた取り組み - 窓口業務運営のデジタル化の推進 - 地域ニーズに応じた多種多様な商品・サービスの展開

国際物流事業

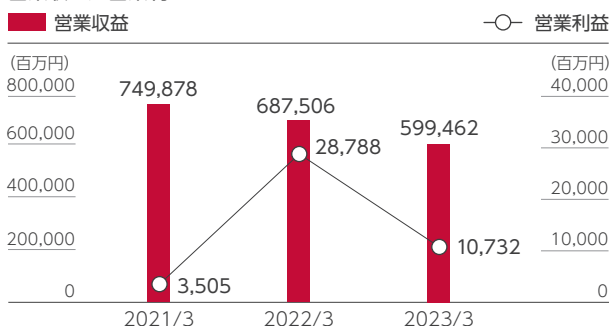
事業概要

Toll Holdings Pty Limited及び同社傘下の子会社において、アジア太平洋地域に関わる輸出入を中心としたフルラインでの国際的貨物輸送、及び、アジア太平洋地域における輸送・倉庫管理や資源・政府分野物流等のサービスを行っております。

2023年3月期の業績

国際物流事業におきましては、2021年8月のエクスプレス事業譲渡の影響による同事業の収益剥落に加え、フォワーディング事業の貨物単価下落等による減収もあり、経常収益は600,179百万円(前期比87,638百万円減)、経常費用はエクスプレス事業の費用剥落等により減少したものの、経常損失は723百万円(前期は21,226百万円の経常利益)となりました。また、日本郵便の当連結会計年度における国際物流事業については、営業収益は599,462百万円(前期比88,044百万円減)、営業利益(EBIT)は10,732百万円(前期比18,055百万円減)となりました。

営業収益／営業利益



国際物流事業における「強み」「課題」「今後の方針」

強み	- 国際物流ネットワーク 約150カ国 - 精密な温度管理やスマート物流管制システム等の先端物流技術を有するトールシティ等の設備
課題	- 豪州依存の経営構造からの脱却 - トール社の経営改善 - 日本郵便とトール社のシナジー効果の発揮
今後の方針	- アジア中心のビジネスモデルへの移行 - トール社の経営改善に向けた取り組みの徹底 - 日本郵便とトール社のシナジー強化、収益の拡大



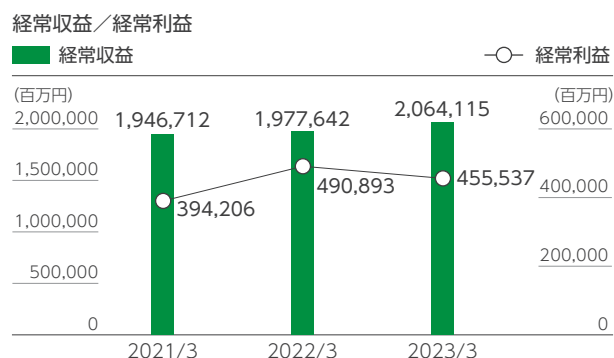
銀行業

事業概要

ゆうちょ銀行及びその関係会社が、銀行法に基づき、預金(貯金)業務、貸出業務、有価証券投資業務、為替業務、国債、投資信託及び保険商品の販売、住宅ローン媒介業務、クレジットカード業務などを行っております。

2023年3月期の業績(連結)

銀行業におきましては、外国債券の売却に伴う外国為替売買益の増加等により、経常収益は2,064,115百万円(前期比86,472百万円増)、経常費用は外貨調達コストの増加等により増加し、経常利益は455,537百万円(前期比35,356百万円減)となりました。



(注) 日本郵政グループの銀行業セグメントにおける経常収益及び経常利益を記載しております。

銀行業における「強み」「課題」「今後の方針」

強み	・ 邦銀随一の顧客基盤 ・ 日本全国の郵便局・ATMネットワーク ・ 本邦最大級の資金基盤 ・ 多様な専門人材
課題	・ お客さま本位のサービス提供 ・ 商品・サービスの拡充 ・ 地域活性化への貢献 ・ 新たな価値の創造 ・ デジタルデバйд問題への対応 ・ 非接触/非対面ニーズ対応 ・ セキュリティ強化 ・ ESG経営 ・ 市場運用・リスク管理深化 ・ 資本基盤の強化
今後の方針	・ リアルとデジタルの相互補完による新しいリテールビジネスへの変革 ・ デジタル技術を活用した業務改革・生産性向上 ・ 多様な枠組みによる地域への資金循環と地域リレーション機能の強化 ・ ストレス耐性を意識した市場運用・リスク管理の深化 ・ 一層信頼される銀行となるための経営基盤の強化



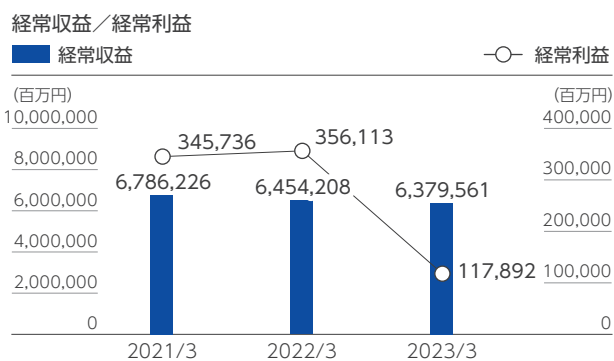
生命保険業

事業概要

保険業法に基づく免許・認可を得て、生命保険の引受け及び有価証券投資、貸付等の資産運用業務を行っております。かんぽ生命の直営店において、自社商品のほか、他の保険会社の商品の受託販売等を行っております。また、日本郵便との間で業務委託契約等を締結し、郵便局で生命保険募集等を行っております。

2023年3月期の業績(連結)

生命保険業におきましては、保有契約の減少による保険料等収入の減少等により、経常収益は6,379,561百万円(前期比74,646百万円減)となりました。加えて、有価証券売却損の増加及び新しいかんぽ営業体制の構築に伴う事業費の増加等により、経常利益は117,892百万円(前期比238,220百万円減)となりました。



(注)日本郵政グループの生命保険業セグメントにおける経常収益及び経常利益を記載しております。

生命保険業における「強み」「課題」「今後の方針」

強み	- 非常に大きな顧客基盤 - 全国どこにでもある郵便局でお手続きが可能 - 簡易・小口な商品
課題	- お客さまから真に信頼される企業への再生 - お客さま体験価値を最優先とするビジネスモデルへの転換
今後の方針	- 人材育成とマネジメントの改革などを通じたリテール営業の変革 - 信頼回復に向けた取り組みの継続 - 事業基盤の強化 - お客さま体験価値の向上 - ESG経営の推進 - 企業風土改革・働き方改革 - ガバナンスの強化・資本政策