

日本郵政グループ経営理念

郵政ネットワークの安心、信頼を礎として、民間企業としての創造性、効率性を最大限発揮しつつ、お客さま本位のサービスを提供し、地域のお客さまの生活を支援し、お客さまと社員の幸せを目指します。また、経営の透明性を自ら求め、規律を守り、社会と地域の発展に貢献します。

日本郵政グループ経営方針

1. お客さまの生活を最優先し、創造性を発揮しお客さまの人生のあらゆるステージで必要とされる商品・サービスを全国ネットワークで提供します。
2. 企業としてのガバナンス、監査・内部統制を確立しコンプライアンスを徹底します。
3. 適切な情報開示、グループ内取引の適正な推進などグループとしての経営の透明性を実現します。
4. グループの持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を目指します。
5. 働く人、事業を支えるパートナー、社会と地域の人々、みんながお互い協力し、社員一人ひとりが成長できる機会を創出します。

CONTENTS

2. 日本郵政グループのあゆみ

トップコミットメント

4. トップメッセージ

グループの概要

10. 日本郵政グループの構成

12. 財務・非財務ハイライト

成長のための 価値創造ストーリー

14. 価値創造プロセス

16. 日本郵政グループの強み

18. 中期経営計画 JP ビジョン
2025+ (プラス)

26. 社会価値と経済価値の両立

30. グループDXの推進

32. グループCXの向上

36. 人的資本経営の推進(人材への
投資)によるEXの向上

38. クライシスマネジメント態勢のさら
なる高度化に向けた取り組み

成長のための事業戦略

40. 日本郵便トップメッセージ

46. ゆうちょ銀行トップメッセージ

49. かんぽ生命トップメッセージ

52. 不動産事業

成長を支える経営基盤

54. サステナビリティ経営

82. 社外取締役メッセージ

84. 日本郵政グループのコーポレート
ガバナンス

94. 取締役の紹介

96. 日本郵政グループのリスク管理

98. 日本郵政グループのコンプライアンス

100. 日本郵政グループのITガバナンス

101. 日本郵政グループのサイバーセキュ
リティ対策

102. 日本郵政グループの内部監査

103. ステークホルダーとの対話

106. スポーツ&コミュニケーション

110. 日本郵政グループにおける災害対策の
取り組み

資料編

111. 資料編

会社情報 名称: 日本郵政株式会社 JAPAN POST HOLDINGS Co., Ltd.
本社所在地: 東京都千代田区大手町二丁目3番1号

設立年月日: 2006年1月23日
資本金: 3兆5,000億円

証券コード: 6178
株主数: 697,571名
(2024.3.31現在)

発行時期 2024年7月

日本郵政グループ行動憲章

- 1.信頼の確保**
 - お客さまの立場に立ち、お客さまの期待に応えることにより、お客さまの信頼を獲得します。
 - 情報の保護と管理を徹底し、お客さまと社会に対して安心を約束します。
 - 透明性の高い業務運営と公正な開示を通じて、企業としての説明責任を果たします。
- 2.規範の遵守**
 - 法令や社会規範、社内ルールを遵守し、誠実な企業活動を継続します。
 - 市民社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力および団体とは、断固として対決します。
 - 責任と権限を明確にし、プロセスと結果を厳正に評価して職場規律を維持します。
- 3.共生の尊重**
 - 環境に配慮し、企業活動を通じて積極的に社会に貢献します。
 - 多様なステークホルダーとの対話を重視し、持続的な共生を目指します。
 - 人権を尊重し、安全で働きやすい職場環境を確保します。
- 4.価値の創造**
 - お客さまにとって新しい利便性を創り、質の高いサービスを提供します。
 - 郵政ネットワークを通じて三事業のユニバーサルサービスを提供することで、安定的な価値を創出します。
 - 社員の相互理解と連携を推進し、一人ひとりが役割と責任を果たすことによって、チームワークを発揮しつつ、郵政グループの企業価値を創造していきます。
- 5.変革の推進**
 - お客さまに安定したサービスを提供していくために、技術革新を採り入れ、常に内部変革を行います。
 - 広い視野、高い視点に立って、グループの発展のために創造性を発揮します。
 - 世界とつながり世界へ広がるビジネスに、積極果敢にチャレンジします。

JP行動宣言

お客さまのために、社会のために、社員ののために 行動します、笑顔のために
行動します、誇りを持って
行動します、新たなステージで

編集方針

本統合報告書(以下「本誌」という)は、ステークホルダーの皆さまに対し、日本郵政グループの持続的な価値創造に向けた取り組みをご理解いただくために、グループの概要、事業戦略、経営課題等について、財務情報、非財務情報の両面から作成しています。

なお、本誌はディスクロージャー誌を兼ねています。

【参考ガイドライン】

国際統合報告評議会「国際統合報告フレームワーク」

報告対象

期 間 : 2023年度(2023年4月~2024年3月)
一部に2024年4月以降の情報も含まれます。

範 囲 : 日本郵政株式会社及びその子会社・関連会社

そ の 他 : 本誌のほか株式会社ゆうちょ銀行、株式会社かんぽ生命保険の統合報告書も併せてご覧ください。

また、日本郵政株式会社及び日本郵政グループ各社の事業の状況、財政状況及び経営成績等の詳細については、定時株主総会招集ご通知(事業報告等)、有価証券報告書、決算短信等の日本郵政株式会社が公表した各種資料の最新のものをご参照ください。

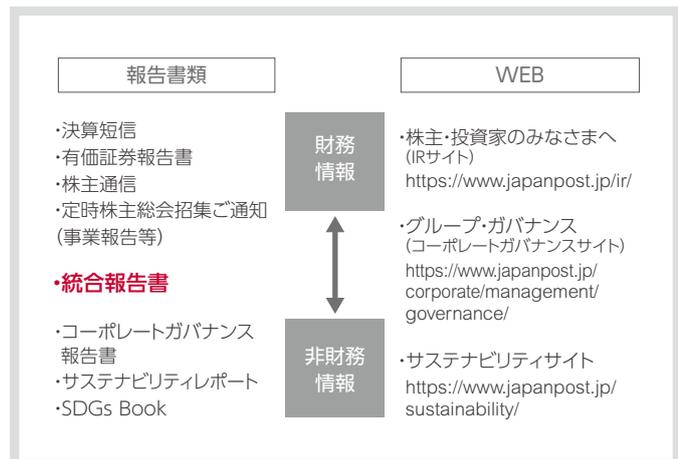
見直しに関する注意事項

本誌は、銀行法第52条の29に基づいて作成されたディスクロージャー資料(業務及び財産の状況に関する説明書類)であり、当社またはその子会社の株式その他の有価証券の勧誘を構成するものではありません。また、本誌には、日本郵政グループ及びグループ各社の見直し・目標等の将来の業績に関する記述が含まれています。

これらは、本誌の作成時点において入手可能な情報、予測や作成時点における仮定に基づいた当社の判断等によって記述されたものであり、将来の業績を保証するものではなく、リスクと不確実性を内包するものです。そのため、今後、経営環境に関する前提条件の変更、経済情勢や景気動向、法令規制の変化、大規模災害の発生、保有資産等の価値変動、風評・風説等、その他の幅広いリスク・要因の影響を受け、実際の経営成績等が本誌に記載された内容と異なる可能性があることにご留意ください。

本誌内の数値及びパーセント表示は、単位未満の端数を四捨五入して表示していますが、財務諸表などの財務に関する計数等については、単位未満の端数を切り捨てて表示しています。また、これにより、合計数値が合わない場合があります。本誌内の数値及びパーセント表示は、特別な表示のある場合を除き、2024年3月31日現在のものです。

各発行物との位置づけ



日本郵政グループのあゆみ

1871~2006

2007

日本郵政グループ

1885年

逓信省の発足

1949年

郵政省の発足

2001年

郵政事業庁の発足

2003年

日本郵政公社の発足

2007年

日本郵政グループの発足

郵政民営化に伴い日本郵政公社が解散し、日本郵政(株)を持株会社とし、郵便事業(株)、郵便局(株)、(株)ゆうちょ銀行及び(株)かんぽ生命保険を中心とした日本郵政グループが発足しました。



2012年

現在の4社体制への移行

郵便事業(株)と郵便局(株)は、郵便局(株)を存続会社として合併し、社名を日本郵便(株)に変更したことにより、日本郵政グループは5社体制から現在の4社体制へと再編されました。



郵便事業

1871年

郵便事業創業

2010年

「レターパック」販売開始

2013年

JPタワー(商業施設「KITTE」)グランドオープン



2015年

豪州物流企業トール社の子会社化



銀行事業

1875年

郵便貯金事業創業

2008年

「JP BANKカード」の発行開始

2009年

全国銀行データ通信システムとの接続開始

2015年

JP投信株式会社に出資

2016年

地域活性化ファンドの第一号ファンドに出資

保険事業

1916年

簡易保険事業創業

2008年

・法人向け商品の受託販売開始
・特約「かんぽ生命入院特約その日から」販売開始

2014年

学資保険「はじめのかんぽ」販売開始

2015年

・養老保険「新フリープラン(短期払込型)」販売開始
・法人向け商品(総合福祉団体定期保険など)の受託販売開始

日本郵政グループは、前島密により郵便事業が1871年に創業されてからこれまで、郵便局ネットワークを中心に、郵便・貯金・保険の三事業を中心とした様々な商品・サービスを通じてお客さまに寄り添ってきました。

さらに、2007年日本郵政グループが発足し、今日までお客さまの生活や地域社会をサポートするサービスを拡大してきました。

2015年

東京証券取引所市場第一部への上場

2015年11月4日、日本郵政(株)・(株)ゆうちょ銀行・(株)かんぽ生命保険の3社は東京証券取引所市場第一部に同時上場しました。今後も行われる金融2社株式の売却による日本郵政(株)の収入は、日本郵政グループの企業価値及び株式価値の維持・向上のために活用されます。



2018年

新規収益獲得のための会社設立

2017年11月設立の日本郵政キャピタル(株)に続き、JPインベストメント(株)、日本郵政不動産(株)を設立しました。事業を拡大することで、今後も新たな収益の獲得を目指します。



2023年

ヤマトグループとの持続可能な物流サービスの推進

日本郵政グループとヤマトグループは、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。



2018年

アフラック・インコーポレーテッドへの出資

日本郵政(株)とアフラック・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「資本関係に基づく戦略提携」を締結しました。

2017年

「郵便局のみまもりサービス」の開始



2019年

全国初の地方公共団体事務の包括受託(泰阜村)

2021年

楽天グループとの提携により「JP楽天ロジスティクス株式会社」を設立

2021年

佐川急便株式会社との協業に基本合意



2018年

JPインベストメント株式会社設立

2019年

・スマホ決済サービス「ゆうちょPay」の取扱開始
・ソニー銀行株式会社の住宅ローンの媒介業務を開始

2020年

・株式会社新生銀行の住宅ローンの媒介業務を開始
・「ゆうちょ通帳アプリ」のサービス開始

2022年

・セルフ型営業店端末「Madotab」による取り扱いを開始
・投資一任サービス(ゆうちょファンドラップ)の取扱開始

2023年

家計簿アプリ「ゆうちょレコ」のサービスを開始

2024年

ゆうちょキャピタルパートナーズ株式会社設立

2017年

特約「医療特約 その日からプラス」、終身保険(低解約返戻金型)「新ながいきくん 低解約返戻金プラン」、長寿支援保険(低解約返戻金型)「長寿のしあわせ」販売開始

2019年

引受基準緩和型商品「かんぽにおまかせ」、先進医療特約の販売開始



先進医療特約

2022年

特約「医療特約 もっとその日からプラス」販売開始



2023年

学資保険「はじめのかんぽ」の改定



トップメッセージ

お客さまと地域にとって
身近な存在であり続ける
企業グループを
目指します。

日本郵政株式会社
取締役兼代表執行役社長

増田寛也



はじめに、2024年1月に発生した令和6年能登半島地震によりお亡くなりになられた方々のご冥福をお祈り申し上げますとともに、被災されたすべての方々に心からお見舞い申し上げます。

日本郵政グループでは、当グループのネットワークを活用して、引き続き被災者の皆さまへの支援を行うとともに、被災地の復興に積極的に取り組んでまいります。

信頼回復とともに成長へ

2020年1月に私が日本郵政株式会社代表執行役社長に就任した当時は、かんぽ生命保険商品の募集品質に係る問題で、お客様の信頼を損っていた時期でした。ご契約者の皆さまに不利益を生じさせてしまったことについて深くおわびを申し上げますとともに、不利益を一刻も早く解消することに全力を傾け、まずは一歩一歩信頼を回復していくことから始めました。

そのような中、グループ中期経営計画「JP ビジョン2025」を2021年5月に公表し、この3年間、事業の立て直しと併せ、様々な再発防止の取り組み、お客様本位の業務運営の徹底、グループガバナンスの強化等に取り組んでまいりました。

一方で、グループを取り巻く経営環境とそのなかでの経営状況を踏まえると、「信頼回復」のための取り組みの定着を大前提として、企業としての成長力を高めて持続可能なものにすることに重点を移していく必要があります。これまでの成長への取り組みを抜本的に強化し、未来への「新たな成長」を確かなものとしていかなければなりません。

事業環境を踏まえた中期経営計画の見直し

日本郵政グループを取り巻く環境は、目まぐるしく、複雑に変化しています。物価、人件費等の上昇、マイナス金利解除に伴う金利の上昇などの他、人口減少、地域間格差の拡大、労働力不足、デジタル化の加速、地球環境問題といった社会全般の変化が加速し、事業に大きな影響を与えています。

「JP ビジョン2025」の公表以降、アフラックや楽天グループ、ヤマトグループ等他企業との協業を推進してまいりました。これらが一定程度進捗する一方で、郵便物の減少やゆうちょ銀行株式の売却による影響もあり、利益の減少傾向が続いております。この状態が今後も続いた場合、安定的な経営に支障を来す厳しい状況に陥ることとなると認識しています。

このような認識の下、グループ中期経営計画の見直しを行い、「成長ステージへの転換」を実現するための3つのドライバーと3本の柱を掲げた「JP ビジョン2025+（プラス）」を策定いたしました。

日本郵政グループの強みとして、郵便局ネットワーク、配達ネットワーク、金融ネットワークに加えて、圧倒的な顧客基盤、豊富な顧客データ、今まで培ってきた郵便局への信頼と地域に密着したイメージがあります。これらの強みを前提とした上で、成長ステージへの

転換を実現するための推進力・ドライバーとして、「資源配分」、「郵便局」、「人材・システム」の3点を新たに掲げました。

「資源配分」については、グループが成長分野と考える物流分野や不動産事業へ、資本や人材をより積極的に配分できるよう、考え方や仕組みを変えていきます。

「郵便局」については、地域の実情に応じた個性ある郵便局へと進化することを目指し、郵便局ネットワークの価値・魅力を向上させるサービスの充実や柔軟な営業体制の構築を行います。また、お客様の利便性を踏まえた店舗の最適配置等により、生産性を向上させていきます。

「人材・システム」については、人的資本経営の推進や、お客様のみなならず社員の利便性も考慮したDXの推進などにより、内外環境の変化に適応可能な柔軟で強靱な経営基盤へと変えていきます。

これらのドライバーにより、成長ステージへの転換を実現するための3本の柱を掲げ、重点的に取り組みます。

1つ目の柱は、「収益力の強化」です。各事業の直面する課題や成長機会を踏まえ、収益力の強化及び効率化の推進に加え、物流分野・不動産事業といった成長分野へのリソースシフトを押し進め、さらなる成長を加速してまいります。

2つ目の柱は、「人材への投資によるEX(従業員体験価値)の向上」です。労働人口の減少に伴う人手不足や価値観・ライフスタイルの多様化等に対応しつつ企業価値の向上を図るため、「誇りとやりがい(社員エンゲージメント)」の向上や柔軟で多様性のある組織への転換に取り組んでまいります。

3つ目の柱は、「DXの推進等によるUX(ユーザー体験価値)の向上」です。グループDXの推進により、お客様、社員双方の視点から、ユーザー体験価値の向上に取り組みます。

以上の取り組みにより、2025年度の当期純利益の目標は、「JP ビジョン2025」で掲げた5,100億円から600億円増の5,700億円とします。また、2025年度のROEについては、4%以上を目標とします。

なお、当社の株主資本コストは概ね5%程度と認識していますので、早期に5%程度を上回るROEの達成を目指すとともに、資本効率の向上を図ることにより、市場から期待されているPBRの改善を図ってまいります。

お客さまと地域を支える基盤 「共創プラットフォーム」

日本は既に人口減少局面に入っています。労働力不足が様々な場面で顕在化していますが、より広く捉えれば、これからは自前主義ではなく、いかに他企業と協力していくかが、社会全体にとっても重要となります。

長年、競合関係にあった企業とも手を取り合い、経営資源を最大限活用していくことで、お客様の利便性向上に資するサービスの構築と事業成長を図っていくこととしました。パートナーを広げていくことにより、単なる足し算ではなく、掛け算で価値を生み出していきます。

「JP ビジョン2025」策定時から掲げている「共創プラットフォーム」は、私たちの最大の強みである日本全国に広がるネットワークを、地域やお客様にとって大切な生活やビジネスの基盤、プラットフォームと考え、ネットワークをより強く、より価値のあるものに深化させ、地域やお客様の生活と人生を支え続ける、という考え方です。この考え方は、見直し後のグループ中期経営計画でも変わらず、日本郵政グループが目指す姿です。

この「共創プラットフォーム」の範囲を、他企業との協業だけでなく、地域の公共あるいは公益的なところ

まで広げていきたいと考えています。

例えば、特に地方にお住まいのお客さまにとっては、地域にある郵便局で様々な行政の手続きが完結することは便利なことです。そのひとつの取り組みとして公的証明書の交付事務を始めとした地方公共団体事務の受託など地域の皆さまのお役に立つような取り組みを積極的に推進してまいりました。これらについては大きな収益に直ちにつながるものではありませんが、郵便局の存在意義を訴求し、お客さまの信頼や郵便局ブランドの向上につながるものと考えています。

このほかにも、私たちのネットワークの活用を期待する声が多く寄せられています。しかし、すべてのご要望に日本郵政グループだけでお応えしていくことはできません。だからこそ、様々な企業や地域コミュニティとコラボレーションをすることで、地域に暮らすお客さまに、新しい体験や価値を提供していくことを目指します。

日本全国にお住まいのお客さまの生活、人生や世の中のお役に立つこと、その中心に我々日本郵政グループがいる、そんな未来を創っていきます。



DX推進と郵便局の役割

「共創プラットフォーム」を実現し、お客さまと地域を支えていくためにも、我々のビジネス・業務基盤のデジタル化を進める必要があります。

日本郵政グループのDX推進の取り組みとして、まず郵便局の様々なサービスを1つのグループ共通ID「ゆうID」で利用できるようにするシステム基盤を構築しました。

また、デジタル上のお客さま接点として、お客さまに「いつでも」「どこでも」郵便局サービスをご利用いただくことを目的に、2023年10月に新たなグループプラットフォームアプリとして「郵便局アプリ」の提供を開始し、2024年5月にはかんぽ生命のかんぽマイページとの連携や郵便局窓口での金融相談予約等、金融機能を拡充しました。今後も「リアル」と「デジタル」をシームレスにつなぐために、「ゆうID」と「郵便局アプリ」の段階的な機能追加やサービス拡充、お客さま目線でのUI/UXの改善を行ってまいります。

その他にも、郵便窓口における郵便・物販サービスを対象としたキャッシュレス決済を約2万局ある簡易局を除く全郵便局に拡大したほか、郵便局への業務用タブレット型PCの増配備を進め、お客さま接点のデジタル化を通じたサービスレベルの向上、社員の働きやすさや業務効率化等の業務変革を実現していきます。

こうしたDXの取り組みを推進する上で重要となるのは、単にデジタル化を進めるだけではなく、郵便局のリアルの温かみを最大限に活かし、お客さまに寄り添ったサービスとして提供していくことです。オンラインサービスが当たり前となる中、郵便局に行けば、ITを苦手とされるお客さまであっても、専門的な相談をスムーズに受けられるのは魅力的なことであり、お客さまに

とっても安心感があります。こうしたリアルの強みにデジタルテクノロジーを掛け合わせ、温かみがあり、そしてスマートな新たなお客さま体験を提供していくことが、郵便局の役割だと考えています。

DX推進には、単に仕事の手段として紙をデータに切り替えるという話ではなく、仕事や事業に対する本質的な考え方の変化に迫っていくことが必要です。そういう意味では仕事のやり方・事業のあり方を抜本的に変えていくことがDXの本質であり、経営層の強い意思が不可欠です。今後もスピード感を持って、DXの推進に取り組んでまいります。

お客さま体験価値の向上

郵便局のお客さまが求める価値を提供する商品・サービスの開発を目指すためには、CX（お客さま体験価値）の向上が重要です。郵便局の商品・サービスは、提供する会社ごとにお客さまのニーズなどを把握して開発や改善を図ってはいますが、お客さまが求める価値を事業横断的に捉え、郵便局が対応できるポテンシャルとマッチングさせるデザイン機能がありませんでした。

そこで、郵便局としてのターゲット市場をお客さま視点で設定し、ニーズを「先読み」、「後追い」する把握機能を強化するとともに、郵便局のCXについてグループを横串で評価する仕組みを構築することとしました。このため、新たにグループCCDO（グループCXデザイン責任者）を設置し、日本郵政内にCXデザイン部を立ち上げました。今後、CCDOを中心に真にお客さまが求める商品・サービスを開発、提供することでCXの向上を図ってまいります。

地域・個人のWell-being向上と低環境負荷社会への貢献

人口減少、地球環境問題といった社会・環境課題は、外部環境の変化にとどまらずグループの持続可能性にもかかわる課題であり、自らの課題として取り組む必要があります。

日本郵政グループでは、各事業戦略の展開のなかで、地域生活・地域経済、高齢社会への対応等のサステナビリティ重要課題への対応を進め、Well-beingの向上と低環境負荷社会への貢献という価値創造を通じて、グループの成長及び社会とグループの持続可能性の向上を実現します。

グループの強みを活かしたサステナビリティ重要課題対応の取り組みとしては、地域における最も身近でリアルな接点である郵便局を地域のハブとして活用し、地域の様々な活動をつないでいきます。

また、生産から配送さらにリサイクル等までのサプライチェーン上のステークホルダーと連携することによりサプライチェーン全体での環境・社会課題への対応を進め、その取り組みについて郵便局を通じて提供・発信することにより、消費者の行動変容を促進していきます。

これらの取り組みをより効果的に進めるため、デジタルとリアルの融合を進めるほか、新たな技術やビジネスモデルに取り組んでいるスタートアップ等との協業によりイノベーションの社会実装を進めていきます。

事業を支える人材への投資

事業環境がこれまでにない速さで急激に変化する時代において、「人的資本」は競争力の源泉になるもの



と考えています。人材を「資源」と捉えていかに効率的に配置するのかという従来の思考ではなく優秀な人材の確保、社員の能力向上、適正な処遇等は企業価値の向上につながる「資本」であると位置づけ、積極的に人材への投資を行ってまいります。

労働人口の減少に伴う人手不足や価値観・ライフスタイルの多様化等の外部環境の変化に対応し、社員から選ばれる会社となるため、適正な社員配置・柔軟な働き方による人材の流動化、自律的キャリア形成に基づく人材育成と評価・処遇による社員の人材力の向上、DE&Iなどを進めてまいります。社員が「誇り」と「やりがい」を感じながら業務に取り組むことが、お客さま、地域・社会への貢献につながり、企業価値の向上に発展するとの考えの下、人的資本経営の推進に取り組み、柔軟で多様性のある組織に転換してまいります。

地域に活力を 人々に幸せを

全国2万4千の郵便局ネットワークには、リアルの郵便局ネットワークにデジタルを融合したプラットフォームと、それをベースにしたコアビジネスの充実や新規ビジネスなどの推進により、まだまだ大きな可能性があると考えています。

これから先さらなるデジタル化の進展や人口減少など、目まぐるしい社会環境の変化に対応し、お客さまに選ばれ続けていくためには、新しく多様なサービスを最大限模索し、地域での存在意義を高めていくことが求められます。既に取り組んでいる自治体の行政事務やマイナンバーカード関連事務といった公共的・準公共的なサービスの提供の推進に加え、それぞれの地域の課題を、郵便局をハブにして解決する一方でそれを収益にもつなげていく、言わば「社会課題を事業化」することで社会課題解決のための取り組みを持続可能なものにしていく必要があると考えています。そのような取り組みは全国に郵便局ネットワークを持つ私たちだからこそできることだと考えています。

かつて岩手県知事をしていたとき、成人式に出席する若者の数が毎年減ってきていることを肌で感じました。小学校が廃校になったり、地域の産業が撤退していく状況も目の当たりにしました。地方経済が人口減少などにより縮小するなか、地域の生活を支えるという仕事は日本郵政グループだからこそできることです。現在は日本郵政の社長と、立場は変わりましたが、今でも、地域に活力を、そこで暮らす人々に幸せを、という想いは変わりません。私たち日本郵政グループが、お客さまと地域を支える「共創プラットフォーム」を目指すことにより、日々の生活に役立つ身近な取り組みや地域を支える取り組みは、必ずやお客さまに共感いただけるものと考えています。お客さまや地域にとって、これからも身近な存在であり続けるため、「変わらないために変わり続ける」ことを愚直に行っていくことが、グループの持続的な成長につながることはもちろん、持続可能な社会の実現、ひいては日本の未来を支えることにもつながるものと信じています。

この日本郵政グループへの誇りを胸に、可能性を信じ、社員と一緒にグループの商品・サービスの魅力をより磨きながら、未来を創り上げてまいります。

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。



P.117 詳細情報は資料編をご覧ください

郵便・物流事業 P.41

郵便局窓口事業 P.43

国際物流事業 P.45



P.120 詳細情報は資料編をご覧ください

銀行業 P.47



P.123 詳細情報は資料編をご覧ください

生命保険業 P.50





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。

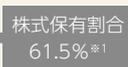
日本郵便は、「一人ひとりの人生に寄り添う。すべての人の心をあたためる。」を経営理念としています。



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。



JP HOLDINGS 日本郵政

R112

詳細情報は資料編をご覧ください

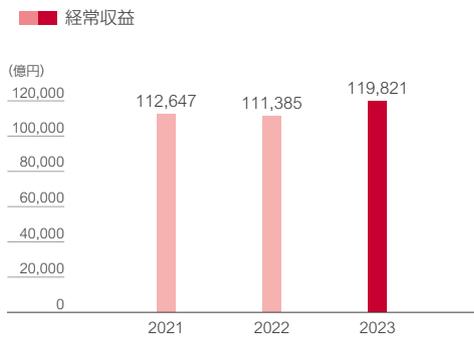
※1: 自己株式を除く発行済株式総数に対する保有割合 (2024年3月末現在)
 ※2: 2024年4月に実施した自己株式消却により2024年4月末現在の発行済株式総数に対する保有割合は36.0%となりました。

財務・非財務ハイライト

財務情報

経常収益

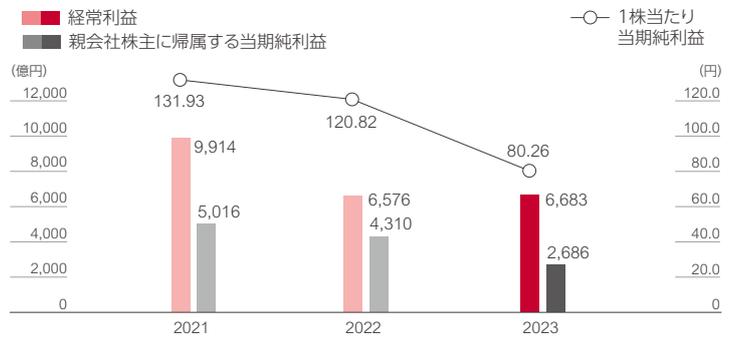
119,821 億円



2023年度における経常収益は、前年度比7.6%増の11兆9,821億円となりました。

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

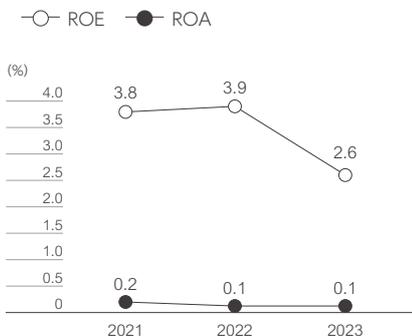
経常利益 6,683 億円 親会社株主に帰属する当期純利益 2,686 億円 1株当たり当期純利益 80.26 円



2023年度における経常利益は、前年度比1.6%増の6,683億円、親会社株主に帰属する当期純利益は前年度比37.7%減の2,686億円、1株当たり当期純利益は80.26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)

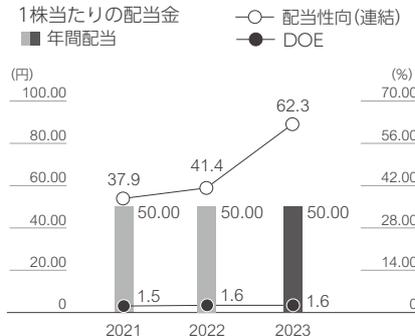
ROE (自己資本当期純利益率) 2.6%
ROA (総資産当期純利益率) 0.1%



2023年度におけるROE(自己資本当期純利益率)は、前年度比1.3ポイント低下し、2.6%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。

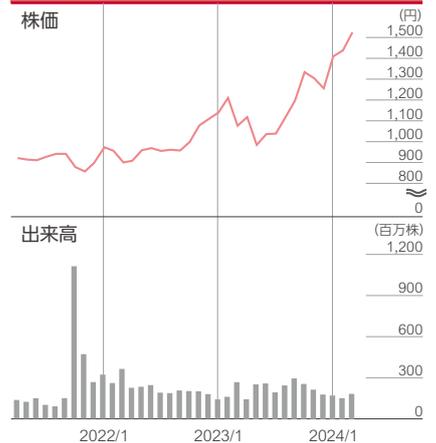
1株当たりの配当金／配当性向(連結)
／DOE(純資産配当率)

1株当たりの配当金 50円
配当性向(連結) 62.3%
DOE(純資産配当率) 1.6%



2023年度における1株当たり年間配当は50円となりました。配当性向(連結)は62.3%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(2024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:3,461,049,500株
株式の種類:普通株式
株主数:697,571名

非財務情報

温室効果ガス排出量



温室効果ガス排出量合計

109万t-CO₂

※温室効果ガス排出量合計：
グループ総排出量の大半を占める日本郵政、日本郵便、ゆうちょ銀行、かんぽ生命、日本郵便輸送、トールホールディングス、JPロジスティクスグループ（JPロジスティクス株式会社を含む）及び日本郵政不動産の2022年度Scope1・2実績



地域における協力に関する協定数／締結率



包括連携協定数（都道府県）

45件

地域における協力に関する協定数（市区町村）

1,735件 **99.7**%

防災協定数（市区町村）

1,630件 **93.6**%



信用格付



株式会社日本格付研究所（JCR）
（長期発行体格付）

AA+

（安定的）

※2023年10月6日現在

手紙の書き方体験授業



「手紙の書き方体験授業」実施校数

20,081校



女性管理職数／女性役員数



女性管理職数

3,264名

9.7%

※2024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

35名

※2024年7月1日現在



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

3,978名

※2023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

19.5日

※2023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。）



主なESG評価

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

ISS ESG^{※1}によるPrime Status^{※2}に選定



※1：議決権行使助言会社ISSの責任投資部門
※2：ESGに関して、ISS ESGが高く評価した企業に与える認定