

日本郵政グループ経営方針

1. お客様の生活を最優先し、創造性を発揮しお客様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。

日本郵政グループ行動憲章

- | | |
|---------|--|
| 1.信頼の確保 | <ul style="list-style-type: none">•お客様の立場に立ち、お客様の期待に応えることにより、お客様の信頼を獲得します。•情報の保護と管理を徹底し、お客様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 | <ul style="list-style-type: none">•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 | <ul style="list-style-type: none">•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 | <ul style="list-style-type: none">•お客様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 | <ul style="list-style-type: none">•お客様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

お客様のために、社会のために、社員のために

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

CONTENTS

- 2. 受け継がれる創業の精神
- 4. 日本郵政グループのあゆみ

トップコミットメント

- 6. トップメッセージ
- 14. 各社トップメッセージ

グループの概要

- 16. 日本郵政グループの構成
- 18. 財務・非財務ハイライト
- 20. 日本郵政グループの強み

価値創造ストーリー

- 22. 価値創造プロセス
- 24. サステナビリティ重要課題の特定
- 26. 中期経営計画 JP ビジョン2025+ (プラス)

- 34. 社会価値と経済価値の両立
- 38. グループDXの推進
- 40. グループ会社によるDXの取り組み
- 42. グループCXの向上
- 44. 人的資本経営の推進(人材への投資)によるEXの向上
- 46. 不動産事業

サステナビリティ経営

- 48. サステナビリティ経営
- 78. 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
- 79. 日本郵政グループのリスク管理の高度化
- 81. 日本郵政グループにおける災害対策の取り組み
- 83. 日本郵政グループのコンプライアンス
- 85. 日本郵政グループのITガバナンス
- 86. 日本郵政グループのサイバーセキュリティ対策
- 87. 日本郵政グループの内部監査

コーポレートガバナンス

- 88. 社外取締役メッセージ
- 90. 日本郵政グループのコーポレートガバナンス
- 98. 取締役の紹介

エンゲージメント

- 100. エンゲージメント

事業の概要

- 104. 事業の概要

資料編

- 109. 資料編

会社情報 名 称：日本郵政株式会社 JAPAN POST HOLDINGS Co., Ltd. 設立年月日：2006年1月23日 証券コード：6178
本社所在地：東京都千代田区大手町二丁目3番1号 資本金：3兆5,000億円 株主数：632,264名
(2025.3.31現在)

発行時期 2025年7月

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。(当社は本誌の発行時期の時点において銀行法に定める銀行持株会社に該当しませんが、2024年度は通期で銀行持株会社に該当しておりディスクロージャー誌を発行するものです。)

【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：2024年度(2024年4月～2025年3月)
一部に2025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。

日本郵政、ゆうちょ銀行及びかんぽ生命の発行する有価証券の投資については、各社の有価証券報告書その他金融商品取引法に従って作成する最新の開示書類に基づいて行ってください。

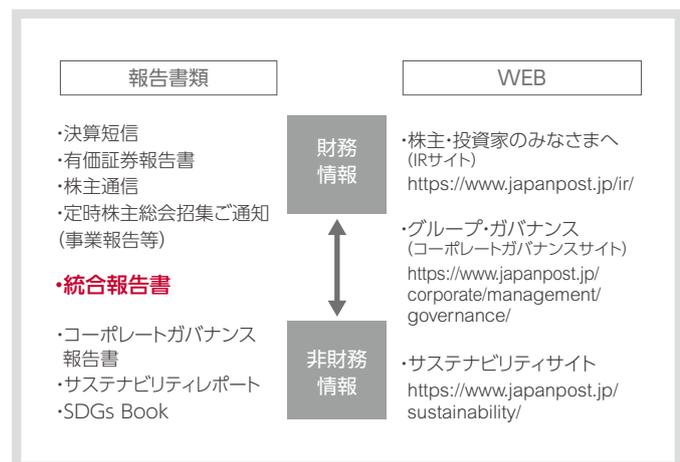
見直しに関する注意事項

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、合計数字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、2025年3月31日現在のものです。

各発行物との位置づけ



受け継がれる創業の精神

1871

郵便事業創業、
郵便切手の発行開始



日本近代郵便の父
前島密

縁の下の力持ちに
なることを厭うな
人のためによかれと
願う心を常に持てよ



1872

郵便の全国
ネットワーク完成

1875

郵便為替・
郵便貯金事業創業

1885

逓信省
発足



1916

簡易保険
事業創業



日本郵政グループの経営理念、その根幹には創業者である前島密から受け継ぐ「縁の下の力持ち」という想いが息づいています。この理念の下、お客さまの暮らしを支え、地域社会へ貢献する取り組みを続けています。

日本郵政グループの経営理念

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。

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

日本郵政グループは、ネットワークを活用して価値を生み出す企業グループです。私たちは、お客さまからの安心感や信頼の上に成り立つ郵便局等のネットワークを、新たな工夫や取り組み、生産性の向上を通して活性化し、永きにわたりお客さまにご利用いただける経営基盤を持った企業グループになることを目指します。

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す

日本郵政グループは、お客さまの多様なご要望に対応した商品・サービスを提供することで、地域にお住まいのお客さまが、より快適で充実した生活を送り、幸せを感じていただけることを支援します。同時に、社員の皆さんがやりがいを持って仕事に取り組める企業グループを目指します。

経営の透明性を自ら求め、規律を守る

日本郵政グループは、日本最大級の企業グループとして、お客さま、取引先、株主、地域の方々など、多様なステークホルダーに対し、民間企業として必要なガバナンスを発揮し、公正な業務運営や適切な説明責任を果たします。同時に、社会から揺るがぬ信頼を得ることができる企業グループとなるために、コンプライアンスの徹底を目指します。

社会と地域の発展に貢献する

日本郵政グループは、公的役割を持つ企業として郵便・貯金・保険の三事業のユニバーサルサービスを堅持します。さらに、地域とのつながりを大切にして企業活動に取り組むことにより、社会・地域の発展に貢献します。

1949

郵政省
発足



2001

郵政事業庁
発足



2003

日本郵政
公社発足



日本郵政グループのあゆみ

日本郵政グループ

2007

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

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

2010

「レターパック」販売開始

2013

JPタワー(商業施設「KITTE」)
グランドオープン



2015

豪州物流企業トール社の
子会社化



銀行事業

2008

「JP BANKカード」の
発行開始

2009

全銀システムによる
他金融機関との
振込サービスの開始

2015

JP投信株式会社に
出資

2016

地域活性化ファンドの
第一号ファンドに出資

2018

JPインベストメント
株式会社設立

保険事業

2008

- ・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

学資保険「はじめのかんぽ」
販売開始

2015

- ・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

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

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。



2018

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

「郵便局のみまもりサービス」の開始

2019

全国初の地方公共団体事務の包括受託(やすおか 泰阜村)

2021

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

佐川急便株式会社との協業に基本合意



2025

トナミホールディングスの子会社化

2019

ソニー銀行株式会社の住宅ローンの媒介業務を開始

2020

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

2022

- ・投資一任サービス(ゆうちょファンドラップ)の取り扱い開始
- ・セルフ型営業店端末「Madotab」の順次導入

2023

家計簿アプリ「ゆうちょレコ」のサービスを開始

2024

ゆうちょキャピタルパートナーズ株式会社設立

2017

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

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

2022

特約「医療特約 もっとその日からプラス」販売開始



2023

学資保険「はじめのかんぽ」の改定



2024

一時払終身保険「つなぐ幸せ」販売開始



トップメッセージ



一人ひとりの想いを1つに、
“ともに進む郵政グループ”へ

日本郵政株式会社
取締役兼代表執行役社長
グループCEO

根岸一行

新任のご挨拶

2025年6月25日をもって社長、グループCEOに就任した根岸一行です。5年半にわたり日本郵政グループの舵を取ってきた増田からたすきを受け取りました。

まずは、日本郵便における点呼業務未実施事案につきまして、ご不安とご心配をおかけしておりますこと、また、お客さまの信頼を損なう結果となりましたことを深くお詫び申し上げます。この事案を重く受け止め、点呼実施の徹底等再発防止に取り組み、信頼回復に向けて全力を尽くす所存です。なお、郵便物及び荷物のサービスについては、お客さまにご迷惑をおかけすることのないようあら

ゆる手段を講じ、お預かりした大切な郵便物や荷物をしっかりとお届けしてまいります。

私は、1994年に当時の郵政省に入省してから、簡易生命保険事業の運用業務を皮切りに、郵便と銀行（貯金）を含む、郵政事業全般に幅広く携わらせていただきました。この30年間、省庁再編や公社化、そして民営化といった、郵政グループにとっての大きな変革に携わってきたことは、私にとってかけがえのない経験となっています。変化する組織、制度の下で郵政事業の未来について、仲間と幾度も真剣に議論してきた経験は、今なお私の経営観を

支える礎です。これら経験のなかでも特に印象深いことの1つは、2004年からの日本郵政公社時代に、郵便・銀行・保険の三事業を俯瞰する立場で業務に携わったことです。それまでは各事業がそれぞれ独立して運営されていましたが、「お客さまから見れば三事業は一体だ」との生田総裁(当時)の方針の下、新たに統括部署が設けられ、私もその立ち上げに参画しました。この経験は、これから日本郵政グループのトップとしての職責を果たす上で、大きな支えとなってくれるのではないかと思います。

また、事業に携わるなかで、郵便局をはじめとするフロントラインで働く社員の皆さんと数多く対話し、地域

社会に寄り添いながらサービスを提供する姿に触れることができました。その都度、全国の各地域で「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す」というグループ経営理念をまさに実践していることを体感しました。このフロントラインが私に示してくれた経営理念を実践する姿こそが、私の経営観にとって中核となるものです。これから私は、全国にあるフロントラインの力をグループ経営理念の下で1つの力に束ね、事業を通じて持続可能な社会と地域の発展へ寄与するため、新たな一歩を踏み出します。

私が考える日本郵政グループの強み

私はこれから、グループ丸となって企業価値のさらなる向上を実現すべく、全力を尽くします。日本郵政グループの価値は、全国の郵便局などが長年にわたり、それぞれの地域とお客さまとともに歩んできた歴史に培われた「信頼」が土台となっています。私が考える当グループ最大の強みは、この「信頼」を礎として、全国各地域に根差す郵便局や社員が互いに連携しながら、日々お客さまへ真摯に向き合っていることです。それも単に売り手としてお客さまに接しているのではなく、ひとりの人間として、また同じ地域に住む仲間として、お客さまに丁寧に寄り添い、頼りにされ、歩みをともにしています。この営みの積み重ねが、

「郵便局」というブランドを形成し、お客さまからさらなる信頼をお寄せいただくという好循環を生みだしています。

100の地域があれば100の特色やお客さまニーズがあります。それら多様な声にきめ細やかに応えることができるのは、全国各地に根差す郵便局が相互に連携することで築き上げる他にはないネットワークと、そこで働く社員がいるからです。

ひとりの社員では解決できなくとも、郵便局というチームであたればお応えできることは数多くあります。全国のフロントラインが1つの組織として有機的に連携していることは、間違いなく当グループの特徴であり強みだと言えます。

支社長経験から学んだこと

私は2023年4月から2年間、日本郵便の東海支社長を経験いたしました。冒頭、日本郵政公社時代の経験を、職業人生のなかで特に印象深いものとしてご紹介しましたが、この支社長経験も多くの気づきを私に与えてくれました。支社長の任にある間、地域によって異なるお客さまニーズを郵便局が的確に把握し、きめ細やかにお応えしている姿をつぶさに見ることができました。

東海地方は愛知県名古屋市という日本有数の大都市を管轄する一方で、三重県や静岡県など海沿いを見れば漁港や離島があり、また岐阜県の方を見れば山間の豪雪地帯があるという多様な特色を持ったエリアです。そのようななかで、私はどうすれば各郵便局とそこで働く社員がより自律的に行動し、お客さま本位のサービス・活動を深化させてくれるのか、考え抜きました。そのためには

経営理念を単なるスローガンにするのではなく、社員一人ひとりに浸透させ、実践してもらうことが必要と考え、様々な工夫を講じました。例えば、接客時間をきちんと確保できるようにするため、指示文書や業務そのものをスリム化し、郵便局の負担を軽減することを始めました。また、郵便局の設備整備や、社員がモチベーションを持って、お客さま本位の活動や事故防止に取り組めるような環境整備を行いました。こうした地道な活動を続けていく必要があると考えています。

先ほど、グループの強みとしてフロントラインが有機的に連携していることを申し上げましたが、一方で大きな組織ですからどうしても縦割りに陥ったり、部門間の摩擦が生じたりしてしまう部分はあります。支社長の仕事とは、そう

した“目詰まり”を1つ1つ解消し、フロントラインが本来の力を発揮できるようにすることだと実感しました。また、組織を動かすためには、方針を示すだけでなく、実効性のある計画として具体化し、かつスピード感をもって実行し、公正な評価、検証を行う必要があるという当たり前のことを体験することができました。地方組織のトップとして、郵便局に寄り添いながら理念を浸透させ、計画を立て、行動し、成果を確認するという一連のプロセスを経験できたことは、今後の経営にとって大きな財産となっています。

公社時代の各事業を俯瞰して取りまとめた経験と、支社長としてフロントラインに近い立場で事業に専心した経験の両方で培われた、複数の視点から事象を評価するスキルもこれからの経営に大いに役立てたいと考えています。

仕事で大切にしたいこと

日本郵政の社長と日本郵便の支社長では、立つ視座が大きく変わります。しかし、仕事に臨む上での基本的な姿勢や考え方は大きく変える必要はないと考えています。私が常に意識しているのは、「泰山の霽（りゅう）も石を穿つ」、「顛歩（きほ）を積みざれば、以て千里に至るなし」という、小さな1つ1つのことを大切にすることです。

以前は、これだけ大きな組織なのだから、一般的な内容や総論を伝えるといった抽象的な指示をすれば、組織が動き、具体的な課題の解決がなされると思っていました。しかしながら、支社長時代の経験から、こうした、いわば演繹的手法を重ねても、なかなか成果にはつながらず、むしろ逆に、実際に起きている事象を1つずつ解決し、そこからモデルケースを作り広める帰納的手法の方が、結果として効率的に働くことを学びました。小さな課題解決を積み重ねるこ

とが、大きな課題を解決する近道であると考えています。

経営理念を真の意味で実践するには、お客さま本位の姿勢を徹底しなければなりません。当グループには約36万人の社員が在籍しており、一人ひとりの活動が積み重なれば大きな力となります。逆に、1つ1つの緩みが少しであっても、積み重なれば大きなひずみとなってしまいます。だからこそ、基本を徹底し、足元から組織の強さを築くことが不可欠なのです。そのためには、先ほど申し上げたとおり、社員一人ひとりが時間に余裕を持って、安心してお客さまに接することのできる制度や仕組みが必要です。そしてフロントラインに指示を出す本社や支社の社員も、お客さま本位の姿勢を徹底しなければなりません。

立場は変わりましたが、これからも私は、フロントラインに根差し、基本に忠実に、誠実に仕事を進めてまいります。

日本郵政社長の役割と当面の取り組み

これまで申し上げた考えを踏まえ、私は、グループ全体が一体となって進むべき方向を明確に示すことが重要

だと考えています。そのために拠り所とすべきものが、グループ経営理念と中期経営計画「JP ビジョン2025+

(プラス)です。

私の使命は、それらをもとに、当グループが目指す「共創プラットフォーム」という将来像と、そこへ向かうための具体的な道筋を示すことにあると考えています。

当グループは、例えるならば多様な船で構成された大きな船団です。それぞれが力を持ちながらも、適切に並びを整えなければ、船団は正しく前に進みません。グループ最適の観点で、より広域的な視点から組織全体の摩擦や重複、非効率を解消していくことが、私の重要な役割になると認識しています。

そのため私が日本郵政社長としてまず取り組むことは大きく3つあります。

1つ目はグループガバナンスの徹底です。組織にガバナンスを効かせ、グループ全体で業務を適正に実施していくことは、お客さまからいただく「信頼」の大前提です。当グループはこれまでガバナンス強化に向け、内部通報システムの充実や、いわゆる3線モデルの2線、3線強化、グループ統一の企業行動基準策定など、様々な仕組みづくりをしてまいりました。しかし足元では残念ながら依然として、グループ経営理念に反し、お客さまからいただく「信頼」を揺るがせにする事象が発生しているのが現実です。その原因は、作った仕組みが徹底的に運用されていないことだと考えています。私は、この問題を最も優先して取り組むべき課題として捉えており、仕組みを「運用の徹底」によって真に機能させ、グループ全体の体質改善を実現することに全力を注いでいきます。もちろん、社員が自然とお客さま本位の姿勢で業務に臨むことができるよう、例えば点検業務のシステム化など、既存の仕組みを実態に合わせて改善していくことはお客さまだけでなく社員を守る意味でも重要なので、「運用の徹底」と「仕組みの改善」を並行して推し進めてまいります。

また、これまで繰り返し申し上げてきたように、当グループは官業時代から、地域社会とともに歩むパートナーとして、広く皆さまから「信頼」をいただいております。グループ全社員がこの「地域社会とともに歩むパートナー」という共通の原点に立ち返り、誇りを持って業務に取り組むことをしっかりミッションとして示すことも、

持株会社の社長として、ガバナンスの徹底を推し進めるにあたり重要だと考えています。

2つ目は、現在の針路「JP ビジョン2025+」の実効性確保、すなわち同計画を引き継ぎ、しっかりとやり切ることです。2025年度は同計画の最終年度です。この計画をしっかりと実行し「成長ステージへの転換」を果たすことは、当グループが持続的成長を実現し「共創プラットフォーム」を実現するにあたっての第一歩となります。経営理念の下でグループ一体性を確保しつつ、グループ各社がお互いWin-Winの関係で協力し合いながら成長できるように経営基盤を整え、現中期経営計画という航路をきちんと渡り切ります。

3つ目は、新たな針路として、未来へ向けた持続的かつ実現可能な成長戦略を描くことです。現在の当グループは郵便・物流事業や窓口事業、不動産事業などを営む日本郵便と、銀行業を営むゆうちょ銀行、生命保険業を営むかんぽ生命の株式を当社が保有する組織構造をしています。そして今年郵便が創業154年、銀行が創業150年、保険が創業109年を迎えるなど、主要な各事業が長い歴史をもちます。このように成熟した産業領域においては、既存事業の深化に加え、物流事業や不動産事業などの成長分野をしっかりと見極め、必要な投資を行っていくことが肝要であると考えています。一方、人口減少や地域間格差拡大など様々な社会的課題を抱える日本において、持続的な成長を実現するには「資本効率」という視点、すなわちROEを如何に高めていくかという視点は極めて重要と考えています。投資にあたってはハードル率をしっかりと設けた上で実施するなど、持続可能で実行可能な成長戦略を、次期中期経営計画にしっかりと反映させてまいります。

私たちの「郵便局」ブランドは、地域密着型の信頼感を基にした重要な財産であり、これをさらに強化していくことが求められています。グループの一体性を活かしながら、郵便・物流サービスに加え、銀行や保険、さらには地方創生や不動産事業など、幅広いサービスを通じて地域ニーズに応えていくことで、お客さまの利便性を向上させ、私たちの提供するサービスの価値を一層高めていきます。

中期経営計画「JP ビジョン2025+」

2024年5月に公表した当社の中期経営計画「JP ビジョン2025+」では、お客さまと地域を支える「共創プラットフォーム」の実現を目指し、「収益力の強化」、「人材への投資によるEX（従業員体験価値）の向上」、「DXの推進などによるUX（ユーザー体験価値）向上」に取り組んでおります。

加えて、「JP ビジョン2025+」で示した方針を踏まえ、2025年3月に、ゆうちょ銀行普通株式の売出しを実施しました。本売出し及び5月公表の株式処分信託の設定により、当社のゆうちょ銀行株式保有割合は約49.9%となり

ました。本売出しによって得た資金は、日本郵便への増資を通じて、物流分野の能力増強への投資、郵便局の環境整備・価値向上や戦略的なIT投資など成長に向けた投資に充当することで、当社グループの企業価値の向上を図っていきます。

2025年度は「JP ビジョン2025+」の最終年度となります。「JP ビジョン2025+」に掲げた主要目標の達成に向けて取り組み、成長ステージへの転換を図ることで、お客さまと地域を支える「共創プラットフォーム」を実現することを目指します。

中期経営計画「JP ビジョン2025+」これまでの主な取り組み

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」

成長ステージへの
「転換」を実現する
ドライバー

資源配分

×

郵便局

×

人材・システム

取り組みの3本柱

①収益力の強化 - 成長分野へのシフトと他企業連携の推進 -

▶ **資源の積極的な投入によりさらなる成長を加速**

[郵便・物流事業] 差し出し・受け取り利便性の向上、営業体制・営業力の強化
セイノーグループとの業務提携の開始及びトナミホールディングスとの協業

[不動産事業] JPTタワー大阪内の商業施設「KITTE大阪」がグランドオープン
用途やエリアごとのマーケットを見極めた収益物件の取得

▶ **収益力の強化及び効率化を推進**

[郵便局窓口事業] 窓口営業時間の弾力的な運用（昼時間帯の窓口業務休止など）
窓口社員の営業支援・育成の役割を担う「コンサルティングパートナー」の郵便局への配置

[国際物流事業] トール社による収益拡大、コスト削減

[銀行業] ゆうちょ通帳アプリの利便性向上、利用拡大

[生命保険業] 商品ラインアップの拡充及びアフターフォローの充実

②人材への投資によるEXの向上 - 社員の誇りとやりがいの向上と柔軟で多様性のある組織への転換 -

- ・グループ内社内公募をフロントラインへ拡大実施
- ・退職者が再採用を申し込むことを可能とする「カムバック採用制度」の対象者拡充
- ・社員から会社へ人材を紹介する「リファラル採用制度」

③DXの推進等によるUXの向上 - お客さま視点でのデジタル化、データ活用と効率的な業務フローの確立 -

- ・グループ独自のポイントサービス「ゆうゆうポイント」の開始
- ・グループプラットフォームアプリ「郵便局アプリ」への郵便局の主要サービスである金融機能の追加

ガバナンスの徹底

これまで整備されてきたガバナンス強化策の実効性をさらに高めることは、当グループ価値の礎である、お客さまからいただく「信頼」を揺るがせにしないためにも、私が取り組むべき喫緊の課題です。将来的にはすべてのフロントラインに対して機能する内部統制の仕組みを作るために、スピード感をもって確実に取り組んでまいります。

郵便局において、お客さまから事前に同意をいただかないまま、非公開金融情報を保険募集や投資信託等の販売を目的とした来局のご案内に利用した事案や、一時払終身保険に関して、販売に係る保険業法上の認可を取得する前にお客さまへ勧誘を行っていた事案については、金融庁及び総務省から受けた報告徴求命令も踏まえ、原因を分析した上で再発防止策を策定しました。また、事案全体を踏まえた関係者の責任を明確化しました。

加えて2025年3月には、法令に定められた点呼業務を実施しないまま配達業務を行った事例を確認し公表する

とともに、全国の郵便局における点呼業務執行状況の調査を開始し、同年4月に調査結果及び再発防止策を公表したほか、総務省から、再発防止策及びユニバーサルサービスの確保等に関して、報告徴求命令を受けました。あわせて、国土交通省から、貨物自動車運送事業法に基づく特別監査を受けています。日本郵便は同年6月に国土交通省から、一般貨物自動車運送事業の許可の取り消しという、極めて重い行政処分を受けることとなりました。

お客さま及び関係の皆さまにご不安・ご心配をおかけしたことを深くお詫び申し上げます。これらの事案について、同様の事案が発生することがないように、グループの総力を挙げて再発防止策の実効性を不断に検証しながら改革を継続し、お客さま本位のサービス提供が図られるよう、全力で取り組んでまいります。

ガバナンスの徹底

非公開金融情報の不適切利用事案における再発防止策

- 法令等の趣旨に立ち返ったルールの整備
- クロスセル同意取得の促進と同意を得た非公開金融情報等を活用するシステム環境整備
- お客さま本位の活動につながる評価方法の確立
- お客さま本位の活動を実践する人材育成
- リスク認識力の強化
- ガバナンスの強化

認可取得前勧誘事案における再発防止策

- 法令等遵守の徹底
- 本社からの指示内容の適切な理解
- フロントラインにおける業務品質向上
- リスク認識力の強化
- ガバナンスの強化

点呼業務未実施事案における再発防止策

- 意識改革の徹底
- ガバナンスの強化
- 点呼のデジタル化
- 法改正に伴う「貨物軽自動車安全管理者」の早期選任

サステナビリティ経営

日本郵政グループは、「JP ビジョン2025+」において、サステナビリティを経営の重要な柱として、「低環境負荷社会への貢献」と「個人と地域のWell-beingの向上」という価値の創造に向け、取り組みを進めてまいりました。

具体的には、全国の郵便局が地域の中核として、地域や人々が抱える様々な課題に向き合い、事業としてこれらの課題を解決していくことを目指しています。

当グループはお客様の生活を支えるきめ細かなサービスを提供するだけでなく、各地の郵便局が地域に寄り添い、地域の活性化に資する様々な活動を実践しています。

今後は、これら各地の取り組みを、同様の課題を抱える他の地域や人々、全国に共通する社会課題の解決につな

げ、1つ1つの取り組みに面的な拡がりを持たせることで、社会的なインパクトを生み出し、事業として取り組んでいきたいと考えています。

そのためには、すべての社員に理念や重要課題を共有し、社員一人ひとりがサステナビリティを「自分ごと」として主体的に取り組むことが不可欠であるため、意識醸成にも取り組んでまいります。

当グループが有する、約36万人の社員や約24,000の郵便局と地域とのリレーションシップを活かし、人的・社会的資本が織りなすサステナビリティの取り組みにより、地域社会と当グループの持続可能性を両立し、企業価値のさらなる向上を実現してまいります。

人的資本経営

日本郵政グループの多種多様な事業は、日本全国で働く約36万人の社員に支えられています。社員の力は日本郵政グループのかけがえのない財産であり、全社員がそれぞれ成長することで、日本郵政グループの可能性が広がっていくと考えます。日本郵政グループではグループ人事方針を定め、社員が最大限の力を発揮できるよう、全社員が「誇りとやりがい」をもって働ける会社を目指すとともに、

に、そのために「異なる互いを認め合う」「能力を高める」「強みを発揮する」を軸に、社員の成長と挑戦を支援する人材育成と環境整備に取り組むこととしています。

その実現に向け、現在「人材ポートフォリオ」「育成」「評価・処遇」「ダイバーシティ」の4つの項目を重点取り組みテーマとして設定し、テーマごとに様々な施策に取り組んでいます。

人的資本経営の推進 ●メンバーの出入りがあるオープンなコミュニティ ●多様な視点、価値観を活用するため多様性が重要

人材ポートフォリオ

- 特定技能^{*1}の導入検討を含む採用手法・採用対象の多様化
- 事業戦略と連動した社員の柔軟な配置の実現
 - ・ グループ内社内公募^{*2}の新設による会社を超えた社員配置
 - ・ 郵便局のチーム化による地域の実情に応じた柔軟な社員配置

育成

- 人材育成の仕組みを再構築し、自律的なキャリア形成を支援
- 中間管理職の人材育成機能の強化
 - ・ グループ社員としての連帯感醸成のための研修充実

評価・処遇

- 減点主義から加点主義へ変革、チャレンジを評価する仕組みに見直し
- 多様な働き方に応じた処遇の実現
 - ・ 評価プロセスの見直しや管理者に対する360°評価の活用

ダイバーシティ(DE&I・真の多様性の実現)

- 安心して健康に働き続けられる制度、職場づくりを継続
- 約36万人の多様な視点、価値観の活用によるイノベーション創出
- 女性活躍(ジェンダーギャップ解消含む)等への対応推進
 - ・ エンゲージメント評価等サステナビリティ推進状況を役員評価へ反映

^{*1} 今後、国において創設予定の「育成就労制度」を通して外国人の人材確保・育成を図り、「特定技能1号」に転換していくことで、長期間事業を支える人材の確保を行うもの
^{*2} 社内公募とは、希望を募って選考を行うもの

日本全国に拠点を持つ
日本郵政グループだけが
提供できる価値で、
日本の社会課題解決に
貢献してまいります。



日本郵政グループの未来像

世の中の変化はめまぐるしく、人口減少や地域間格差拡大など、これからの日本には深刻な社会課題が待ち構えています。私が常日頃考えていることは、冒頭申し上げた理想につながりますが、日本全国をフロントラインから支える企業グループとして、この日本の社会課題解決に貢献していきたいということです。

仮に当グループだけでは解決できなくとも、自治体や他企業など他のプレイヤーと協力することで、解決の糸口を見出すことができる社会課題は少なからずあると考えており、それこそがまさに「共創プラットフォーム」の

実現であります。この挑戦は、日本全国に拠点を持つ日本郵政グループだけができること、目指すべきことです。持続可能な社会への貢献を事業として成り立たせ、上場企業に相応しい成長を実現していくことこそが、日本社会が当グループに求めていることだと考えています。

全国の郵便局がぬくもりのある各地域の中核として機能し、一人ひとりの暮らしに貢献しながら、選ばれ続ける企業グループとなるよう、将来を築いていきたいと思っています。

根岸一行

各社トップメッセージ



日本郵便



一人ひとりの人生に寄り添い、すべての人の心をあたためる郵便局を実現します。

日本郵便株式会社
代表取締役社長
兼執行役員社長

小池 信也

この度、日本郵便株式会社の社長に就任した小池です。
はじめに、当社は点呼不備事案に関し、国土交通省より、一般貨物自動車運送事業の許可取消処分を受けました。お客さまや社員の生命・安全を守る最後の砦である「点呼」を会社として適切に行わなかったことで、事業許可の取消しという重大な結果を招いたこと、そして、お客さまや社員に多大なるご不安とご心配をおかけしたことを深くお詫び申し上げます。今後は、会社を挙げて、現状の「実態把握」、お客さま本位・法令遵守の「意識醸成」をやりきる覚悟をもって、ガバナンスの強化・見直しに取り組んでまいります。

さて、2025年度は、グループ中期経営計画「JP ビジョン2025+（プラス）」の最終年度で、これから次期中期経営計画を策定することになります。

当社の主だった事業について申し上げますと、郵便・物流事業においては、必要な投資を行い、荷物分野の営業収益の拡大、強靱な輸配送ネットワークの構築等の業務効率化を進め、高品質な物流サービスを提供してまいります。



ゆうちょ銀行



変わらぬパーパスと経営理念の下、企業価値向上と株主還元の充実を進めてまいります。

株式会社ゆうちょ銀行
取締役
兼代表執行役社長

笠間 貴之

今般、郵便局において、お客さまから事前に同意を得ず、貯金の非公開金融情報にかんぽ生命の保険募集等を目的とした来局のご案内に利用した事案が発生したことに関して、皆さまにご心配をおかけしたことを深くお詫び申し上げます。本事案が発生したことを厳粛に受け止め、お客さま本位のサービス提供が図られるよう、全力で取り組んでまいります。

2024年度は、2度にわたる日本銀行による利上げの実施や、米国における新政権発足とその政策の動向等により、マーケット環境が大きく変化しました。

こうした経営環境のなか、当行の2024年度当期純利益は4,143億円と、上場来最高益を更新し、昨年刷新した中期経営計画の2025年度の利益目標を1年前倒しで達成しました。これにより、一株当たり配当金を58円に増配いたしました。



かんぽ生命



お客さまに安心をお届けし続けるために、100年以上積み重ねてきた信頼のかんぽブランドのさらなる進化を目指します。

株式会社かんぽ生命保険
取締役
兼代表執行役社長

谷垣 邦夫

今般発覚いたしました、日本郵政グループにおける非公開金融情報の不適切な取り扱い及び一部保険販売に係る認可取得前の勧誘につきまして、お客さまをはじめ関係者の皆さまにご迷惑とご心配をおかけしたこと、深くお詫び申し上げます。本事案を厳粛に受け止め、グループの総力を挙げて再発防止策を実行し、お客さま本位のサービス提供に全力で取り組んでまいります。

2023年6月に社長に着任してから約2年間、かんぽ生命の再生と持続的な成長に向けて取り組んでまいりましたが、2024年度を振り返ると、商品ラインアップの拡充や営業活動の活性化により、新契約件数の増加基調が継続するとともに、運用環境の好転等による順ぎやの増加等により、当期純利益についても前年度比で大幅な増加となりました。また、お客さま満足度や社員のエンゲージメントスコアについても連年向上しており、社員の皆さん一人ひとりの懸命な努力と熱意のおかげで、再生と

また、郵便局窓口事業においては、「お客さまに選んでいただける事業への成長」のため、これまで以上に地域やお客さまのお役に立てるよう、地域やお客さまニーズに応じた多種多様な商品・サービスを展開してまいります。

それらの前提として、商品・サービスそれ自体の魅力だけでなく、サービスの提供を担う社員の力が発揮されることも、必要不可欠であると考えています。当社は「人で持つ」会社です。当社にとって社員は財産であり、一人ひとりの社員の力を結集して、会社が成り立っています。全社員が明るく元気に働けるよう、人として基本的なことを身に着け、仕事に対する働きがいや誇りを持ち、生き活きと働くことができるよう環境を整備します。併せて、社員の成長を支援するための人材への投資、社内でのコミュニケーションの充実をはじめとした「人づくり」「人間力を高めていく取り組み」を進めてまいります。

当社が置かれた社会環境に目を向けると、国民生活や経済活動に欠かせない社会インフラとして物流の担う役割は益々重要になっています。また、少子高齢化や過疎化が進み、地域経済の維持が課題

となっている状況であり、郵便局の存在価値や果たすべき役割は高まっていくと考えています。グループ、組織で持てる資源を最大限活用して、成長ステージに乗せていけるよう、各事業の強みを活かしながら、全体最適を目指してまいります。

当社は昨年、「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。」という新しい経営理念を制定しました。経営理念の実現に向けて、これまで取り組んできた事業の将来像とそこに至る成長ストーリーをあらためて振り返り、社員が明るく、元気に、誇りを持って、できるだけ楽しく仕事ができるよう改革の歩みを継続してまいります。そして、お客さまや地域の皆さまとさらに強い信頼関係を構築し、これによりお客さまから選ばれ、会社が発展し、地域にも貢献する道筋を追究していきます。

2025年度が成長ステージの転換につながるように郵便局ネットワークの価値向上に取り組んでまいりますので、引き続き郵便局のご利用、ご愛顧を賜りますよう、何卒よろしく願い申し上げます。

当行は、金融経済環境の変化や、社会のデジタル化の進展等の環境変化に機動的に対応しつつ、中期経営計画に掲げる3つのビジネス戦略「リテールビジネス」、「マーケットビジネス」、「投資を通じて社会と地域の未来を創る法人ビジネス(Σ(シグマ)ビジネス)」の推進、及びそれらを支える経営基盤の強化を進めています。

「リテールビジネス」については、当行のお客さま基盤を深耕・強化すべく、リアルとデジタルの相互補完を通じたお客さま本位のビジネス展開を加速し、伝統的な銀行業務を超えた新しいリテールビジネスへの変革に向けた取り組みを推進しました。具体的には、ゆうちょ通帳アプリの利便性向上、セルフ型営業店端末「Madotab」の機能改修や資産形成サポートビジネスにおけるリモートチャネルの整備・拡充を通じて、業務効率化とお客さまの利便性向上を図りました。

「マーケットビジネス」については、日本銀行の金融政策変更を

受けた国内金利上昇局面を捉え、預け金等から日本国債への投資シフトを推進しました。また、米欧中央銀行の政策金利引き下げや、米新政権による経済政策等の不透明感が残存するなか、リスク対比リターンを意識しつつ、国際分散投資を推進しました。

「Σビジネス」においては、地域の事業者への資本性資金の供給や投資先候補企業の発掘、投資先企業等の商品・サービス紹介の推進に努め、子会社である「ゆうちょキャピタルパートナーズ株式会社」を設立しました。

2025年は、郵便貯金事業の創業150周年となります。今後も、変わらぬパーパス(社会的存在意義)と経営理念の下、3つのビジネス戦略を着実に実行し、企業価値向上と株主還元の実現を進めてまいります。引き続きご支援を賜りますよう、よろしく願い申し上げます。

持続的な成長に向けた第一歩を踏み出すことができたと認識しています。

2021年に公表した中期経営計画の最終年度となる2025年度は、当社の強みを活かした成長戦略の3本柱である「保険サービスのさらなる拡充」、「資産運用の深化・進化」、「収益源の多様化」に取り組むことによって、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を実現してまいります。

「保険サービスのさらなる拡充」では、ライフステージや世代を超えてお客さまとつながり続ける取り組みを強化し、お客さま基盤の強化・拡大を目指してまいります。そのためには、(1)お客さまのニーズにお応えする商品開発、(2)営業体制の強化、(3)リアルとデジタルの融合によるお客さま体験価値の向上に取り組んでまいります。

また、「資産運用の深化・進化」では、市場環境の変化を捉えた収益向上を図るとともに、収益基盤の多様化及び資産運用力のさらなる向上を目指してまいります。具体的には、2025年3月に発表した、大和証券グループ、三井物産とのオルタナティブ分野での提携などの他社との協業戦略を発展させ、資産運用力のさらなる向上を実現

してまいります。また、持続可能な社会の実現に向け、社会課題解決に資するインパクト投資や産学連携を中核に、かんぽ生命らしい“あたたかさ”の感じられるサステナブル投資を推進してまいります。

そして、「収益源の多様化」では、事業の安定化やさらなる利益成長に向け、新たな領域から収益獲得を目指してまいります。引き続き、世界有数の資産運用会社であるKKR & Co. Inc.及びその子会社であるGlobal Atlantic Financial Groupとの協業の推進により、海外からの収益の拡大を目指します。さらに、生命保険事業と親和性があり、シナジー効果と利益貢献が見込める領域についても幅広く探索してまいります。

当社は、創業以来100年を超える長きにわたり、多くのお客さまへ保険という安心をお届けし、業界トップの保険金等のお支払いを通じてお客さまの人生をお支えてまいりました。これからも、日本一の信頼感・親近感を持つ「かんぽブランド」の確立・進化を通じて、お客さまへ安心をお届けしてまいります。引き続き、ご支援のほどよろしく願いいたします。

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.104

詳細情報は資料編をご覧ください

▶ P.115

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。



▶ P.106

詳細情報は資料編をご覧ください

▶ P.118

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。



▶ P.107

詳細情報は資料編をご覧ください

▶ P.121

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。



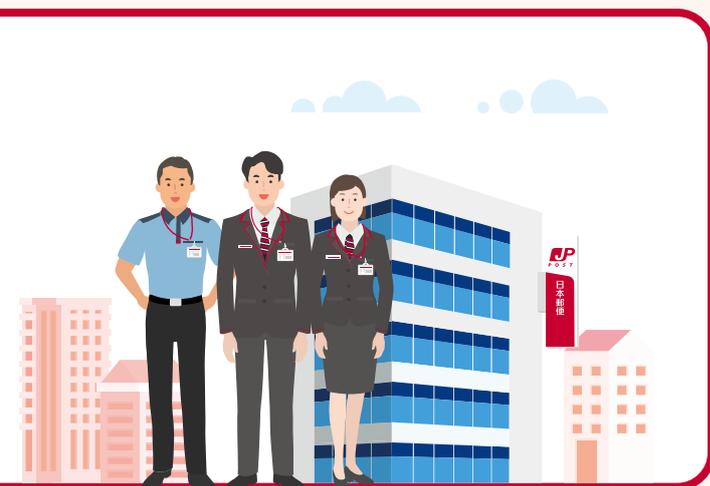
株式保有義務1/3超
(郵政民営化法)

株式保有割合 38.8%^{※1}
(発行済株式総数に対する保有割合は36.0%)^{※2}

政府



株式保有義務
100%
(郵政民営化法)





日本郵政

詳細情報は資料編をご覧ください

▶ P.110

株式保有割合
50.0%^{※1※3}



金融2社の経営状況、ユニバーサルサービスの責務の履行への影響等を
勘案しつつ、できるだけ早期に、全株処分を目指す(郵政民営化法)



株式保有割合
49.8%^{※1}



※1: 自己株式を除く発行済株式総数に対する保有割合 (2025年3月末現在)
 ※2: 2025年4月に実施した自己株式消却により2025年4月末現在の発行済株式総数に対する保有割合は38.8%となりました。
 ※3: 2025年6月の株式処分信託の設定により、株式保有割合は約49.9%となりました。

財務・非財務ハイライト

財務情報

経常収益

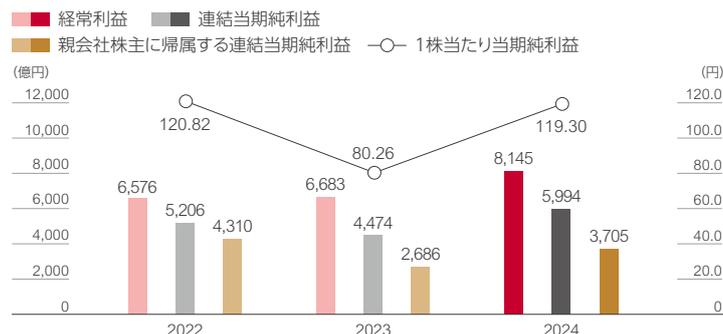
114,683 億円



2024年度における経常収益は、前年度比4.3%減の11兆4,683億円となりました。

経常利益／連結当期純利益／親会社株主に帰属する連結当期純利益／1株当たり当期純利益

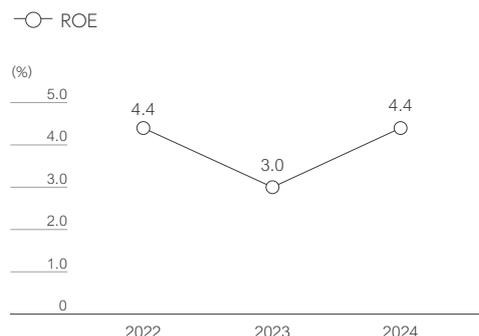
経常利益 8,145 億円 連結当期純利益 5,994 億円
親会社株主に帰属する連結当期純利益 3,705 億円 1株当たり当期純利益 119.30 円



2024年度における経常利益は前年度比21.9%増の8,145億円、連結当期純利益は前年度比34.0%増の5,994億円、親会社株主に帰属する連結当期純利益は前年度比37.9%増の3,705億円、1株当たり当期純利益は119.30円となりました。

ROE(自己資本当期純利益率・株主資本ベース)

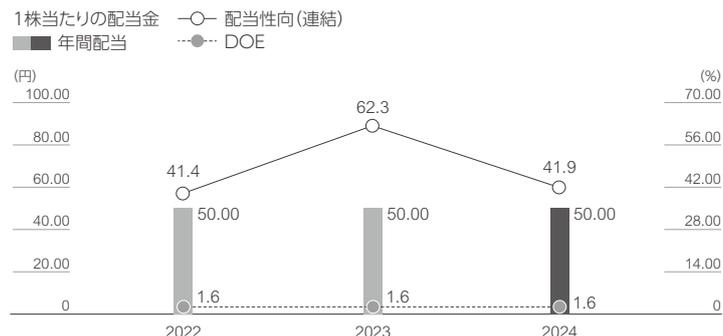
ROE (自己資本当期純利益率・株主資本ベース) 4.4%



2024年度におけるROE(自己資本当期純利益率・株主資本ベース)は、前年度比1.4ポイント上昇し、4.4%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) 41.9% DOE(純資産配当率) 1.6%



2024年度における1株当たり年間配当は50円、配当性向(連結)は41.9%、DOE(純資産配当率)は1.6%となりました。

主なESG評価

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

※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



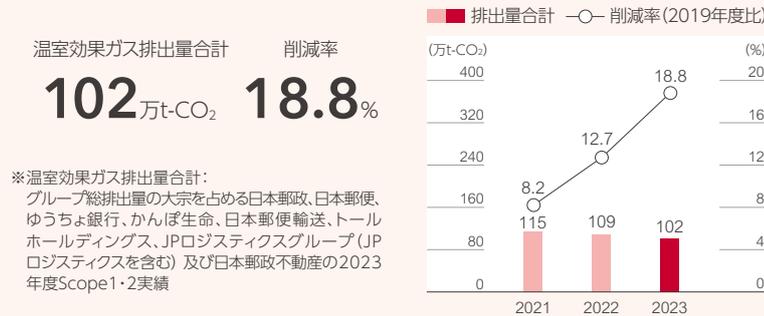
ISS ESG^{※1}によるPrime Status^{※2}に選定

※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

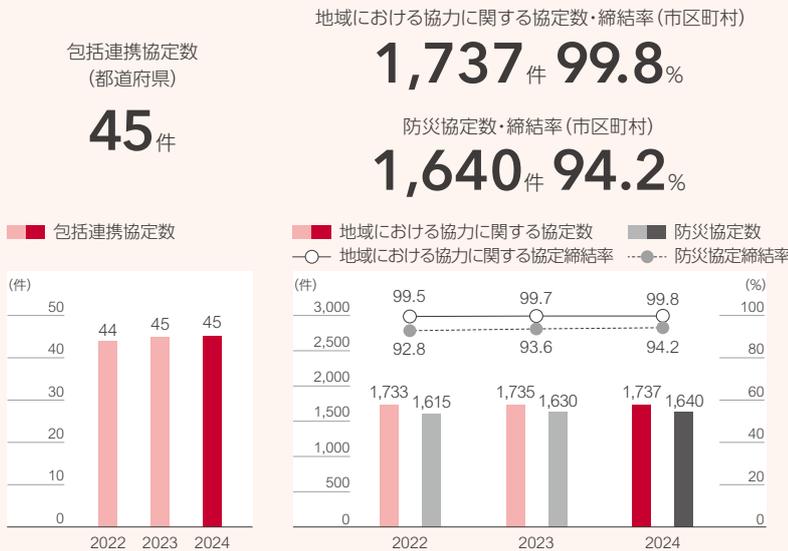


非財務情報

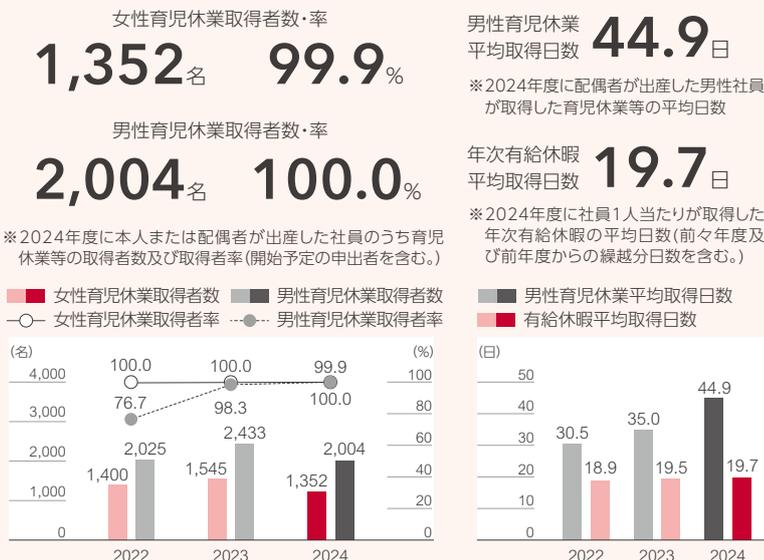
温室効果ガス排出量



地域における協力に関する協定数・締結率



男性・女性別育児休業取得者数・率／男性育児休業平均取得日数／年次有給休暇平均取得日数



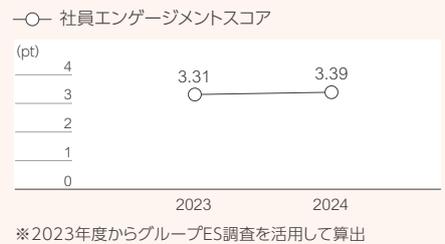
女性管理職数・率／女性役員数



女性役員数 32 名 ※2025年7月1日現在



社員エンゲージメントスコア



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)

※2024年10月16日現在

日本郵政グループ 統合報告書 2025

日本郵政グループの強み



▶ 郵便局の数

全国 24,185局

▶ 従業員数 (2025.3.31現在)

約36.0万人 正社員:約20.0万人
正社員以外:約16.0万人

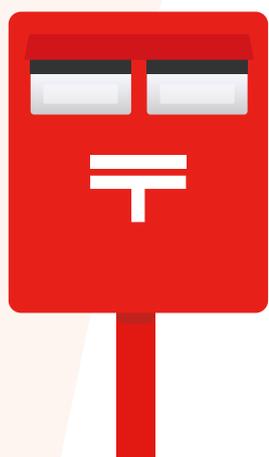
▶ 証券外務員資格保有者数 **85,463人**

▶ 生命保険募集人資格保有者数 **85,593人**

▶ FP資格保有者数 **86,596人**

強み **1**

日本全国の
郵便局
ネットワーク



▶ 郵便ポスト数

全国 172,609本

▶ ATM台数

全国 約31,200台

▶ 国際物流ネットワーク

約150か国



強み **2**

配達・物流
ネットワークと
金融ネットワーク

私たち日本郵政グループは、全国津々浦々に張り巡らされた郵便局ネットワークを中心に、お客さまや地域社会に寄り添い、日々の生活のなかで、ともに歩んでまいります。

強み 3

圧倒的な顧客基盤、豊富な顧客データ

▶ 郵便配達箇所数

1日 約3,000万箇所



▶ 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1,692万人



※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、かんぽ生命が受再している簡易生命保険契約を含みます。）。

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

（「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）
（2024年9月19日（木）～9月24日（火）調査）（調査対象：10代～60代男女（n=3,181））

1位 地域に密着している 22.9%

2位 どこにでもある 22.7%

3位 身近・親しみがある 19.6%

