

第1回 J P改革実行委員会 議事要旨

1. 日 時 令和2年4月2日（木）9:00～10:30

2. 場 所 大手町プレイス カンファレンスセンター1階 カンファレンスC

3. 出席者

<委員>

山内弘隆委員（座長）、梶川融委員、野村修也委員、増田悦子委員、横田尤孝委員

<日本郵政グループ>

日本郵政株式会社代表執行役社長 増田 寛也

日本郵便株式会社代表取締役社長兼執行役員社長 衣川 和秀

株式会社ゆうちょ銀行取締役兼代表執行役社長 池田 憲人

株式会社かんぽ生命保険代表執行役社長 千田 哲也

4. 議 題

（1）日本郵政株式会社増田社長挨拶

（2）J P改革実行委員会委員挨拶

（3）意見交換

① かんぽ生命保険商品の不適正な保険募集等に関する業務改善計画の進捗状況

② 国民の皆さまからの信頼回復に向けた取組みについて

5. 議事概要

○ 冒頭、日本郵政・増田社長及び各委員から挨拶を行った後、かんぽ生命保険商品の不適正な保険募集、信頼回復に向けた取組施策、当委員会で議論すべき事項等について、意見交換を行った。

○ 各委員からの主な意見は以下のとおり。

- ・ 一番重要なのはトップの姿勢。トップが前面に出て、どういう会社になりたいのかについて、直接語り掛けることが必要。会社の目指す姿、メッセージを明確に示し、それを国民にも社員にも伝え、実行していただきたい。
- ・ 社員自身が当事者意識を持って取り組むことができるようにすることもポイント。上から一方的におりてきたのでは、現場の社員からすれば結局やらされ感になってしまう。
- ・ 郵政グループの社員規模からすると、すべてボトムアップで取り組むのは難しい。社員みんなが納得できるメッセージをどう打ち出していくかが重要。
- ・ 都会の郵便局と地方の郵便局の意識のズレ、採算性と不採算性は、両輪ともいえ

る関係性にある。対立軸にして語ってはいけない。両立できるメッセージを経営トップとして作って発信していかなければならない。

- ・ 公共性と採算性はトレードオフではない。公共性というブランディングが採算性に対する最大の経営資源なのだという理解が、どこまで組織で認識されているか。
- ・ 差別性がある商品を持っていると社員の正のモチベーションが出てくる。郵便が持っている信頼感がかんぽなりゆうちょなりに好影響を与えているということの理解は非常に重要である。
- ・ 消費者、特に高齢者に対する「理解」の認識をきちんとしてほしい。説明したということと、理解できたということとは同じではないので、きちんと検証してほしい。
- ・ 苦情を苦情として受け止める力を会社全体として持っているか。高い聞き取り能力がなければ判別できない。
- ・ 顧客本位の徹底に取り組んでいるということをきっちり打ち出していくことで、社員もやる気が出てくる。
- ・ 郵政も、現場の声をきちんと聞いて改革に取り組んでもらいたい。

以 上