

お客さま本位の業務運営に関する取組状況 (2023年度)

スライド右上に記載している **原則** ● は、金融庁が公表する「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係を示しております。

はじめに

日本郵便(株)は、創業以来培ってきたお客さまや地域からの信頼を基に、郵便、貯金、保険を中核とするさまざまな商品・サービスを提供しつつ、地域と寄り添い、地域と共に生き、地域を支える会社であり続けることを社会的使命としています。

その実現に向け、金融庁が公表する「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則1に基づき、2018年3月に「お客さま本位の業務運営に関する基本方針」を策定し、公表しています。本資料では、当該基本方針に基づき、2023年度のお客さま本位の業務運営に関する取組状況を公表しています。

今後も、お客さまから真に信頼される企業を目指し、「お客さま本位の業務運営」を徹底してまいります。

【お客さま本位の業務運営に関する基本方針】

<https://www.post.japanpost.jp/about/fiduciary/index.html>

※ 本資料に掲載している資料・チラシはイメージであり、実物と異なる場合がございます。

目次

	基本方針(※1)	事業	主な取組項目	該当ページ	金融庁原則との関連(※2)
1	お客さま本位の業務運営の実践に向けた企業文化の推進	共通	1 日本郵便(株)の経営理念、ユニバーサルサービスの提供	1-2	原則2(本文)
			2 地方創生の取組	3	原則2(本文)
			3 安心してご利用いただける郵便局	4	原則2(本文)
			<参考> 日本郵政グループにおける顧客基盤	5	原則2(注)
2	お客さまニーズに的確に応える商品・サービスの提供	郵便	1 郵便・物流の商品・サービスの充実	6	-
			2 郵便物・荷物の差し出しや受け取りの利便性向上	7	-
		金融	3 貯金、保険、資産運用商品の取扱状況	8-11	原則2(注)
			- 金融庁の公表する共通KPI	12-14	-
			4 投資信託をご案内できる環境の整備	10	原則2(注)
			5 お客さまニーズや投資経験等を踏まえた商品のご提案等(情報提供、ご意向確認、ご高齢のお客さまへの対応等)	15-18	原則3(本文、注)、5(本文、注1-5)、6(本文、注1-4)
			6 お客さまにご負担いただく手数料の開示	19	原則4
			7 資産運用や保険の商品・サービスにおけるアフターフォロー	20-21	原則6(注1)
<参考> 利益相反の管理	22	原則3(本文、注)			
3	お客さまとのコミュニケーションの充実	共通	1 商品・サービスの改善に向けた取組	23-24	原則2(本文)
		金融	2 金融知識の向上に役立つ情報提供	25	原則5(注4・5)、6(注5)
			3 見やすく分かりやすい資料	25	原則5(注4・5)、6(注5)
4	お客さまに信頼される人材の育成・評価	共通	1・2 社員への研修	26	原則6(注5)、7(本文)
			3 社員の評価、業務支援・検証 等	27	原則7(注)

※1 **基本方針**：日本郵便(株)が日本郵便(株)のホームページで公表している『お客さま本位の業務運営に関する基本方針』の4つの方針を指します。

※2 **金融庁原則との対応関係**：本資料の最終ページに、金融庁が公表する「顧客本位の業務運営に関する原則」を掲載しております。

1 お客さま本位の業務運営の実践に向けた企業文化の推進

私たち日本郵便は、経営理念の下、創業以来培ってきたお客さまや地域からの信頼を基に、郵便、貯金、保険のユニバーサルサービスを中核とするさまざまな商品・サービスを提供しつつ、地域と寄り添い、地域と共に生き、地域を支える会社であり続けることを社会的使命としています。その実現に向け、郵便局ネットワークを維持、強化し、お客さま本位の姿勢でお客さま利便の向上に取り組みます。

<日本郵便(株)の経営理念>

郵便局は挑戦する。

すべての人生の、どんな瞬間にも

耳を傾け、寄り添うことに。

地域の声を活かしたうれしいサービスや

かつてない便利を次々と生み出すことに。

社員一人ひとりが力を発揮することで、

この街、この社会に暮らす人々の心は

きっと昨日よりあたたかくなる。

いつでもそばにあって、いつでも相談できる。

そんな存在は、私たちの他にはないのだから。

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。

(2024年5月15日制定)

郵便、貯金、保険のユニバーサルサービスを全国で確実に提供

<郵便局の設置>

郵便局は、全国津々浦々、過疎地域も含め全ての市町村に、約24,000局を設置しています。郵便、貯金、保険のサービスなど、基礎的な生活サービスを一体的に利用できる拠点となっており、地域に密着した存在となるよう努めています。

<車両型郵便局の運行>

災害等で郵便局が一時閉鎖となっている一部の地域においては、車両型郵便局を運行するなど、お客さまにご不便をおかけしないよう、ネットワークの維持に努めています。

<運行実績例> 大雨・震災により被災された方への支援対策

- 2018年 8月～ : 山口県岩国市
- 2021年 7月～ : 熊本県八代市及び球磨村
- 2022年 8月～ 9月 : 新潟県村上市
- 2022年 9月～11月 : 石川県小松市
- 2022年10月～11月 : 宮崎県延岡市
- 2024年 1月～ : 石川県穴水町
- 2024年 1月 : 石川県能登町



郵便局ネットワークを活用した地方創生の取組

- マイナンバーカード関連事務、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等の様々な地方公共団体事務を受託しています。
(2024年3月末現在：404団体から5,389の郵便局で受託しています)
- 全国各地で継続的に地域の課題解決に向けた活動を行うよう、地方公共団体との包括連携協定をはじめとした各種協定の締結を推進しています。
(2024年3月末現在：45の都道府県、1,478市区町村と包括連携協定を締結しています。)
- 地域のお客さまの利便性向上を図るため、郵便局スペースの一部を他の金融機関のATMコーナーとして賃貸し、他の金融機関のATMサービスの一部を郵便局でご利用いただけるようにしています。また、SocioFuture(株)のシステムを活用して他の金融機関の手続事務の受付・取次を行っています。
(2024年3月末現在：ATMコーナーの設置27台、銀行手続事務の実施10局)

＜天塩郵便局窓口における銀行手続き事務の受託＞



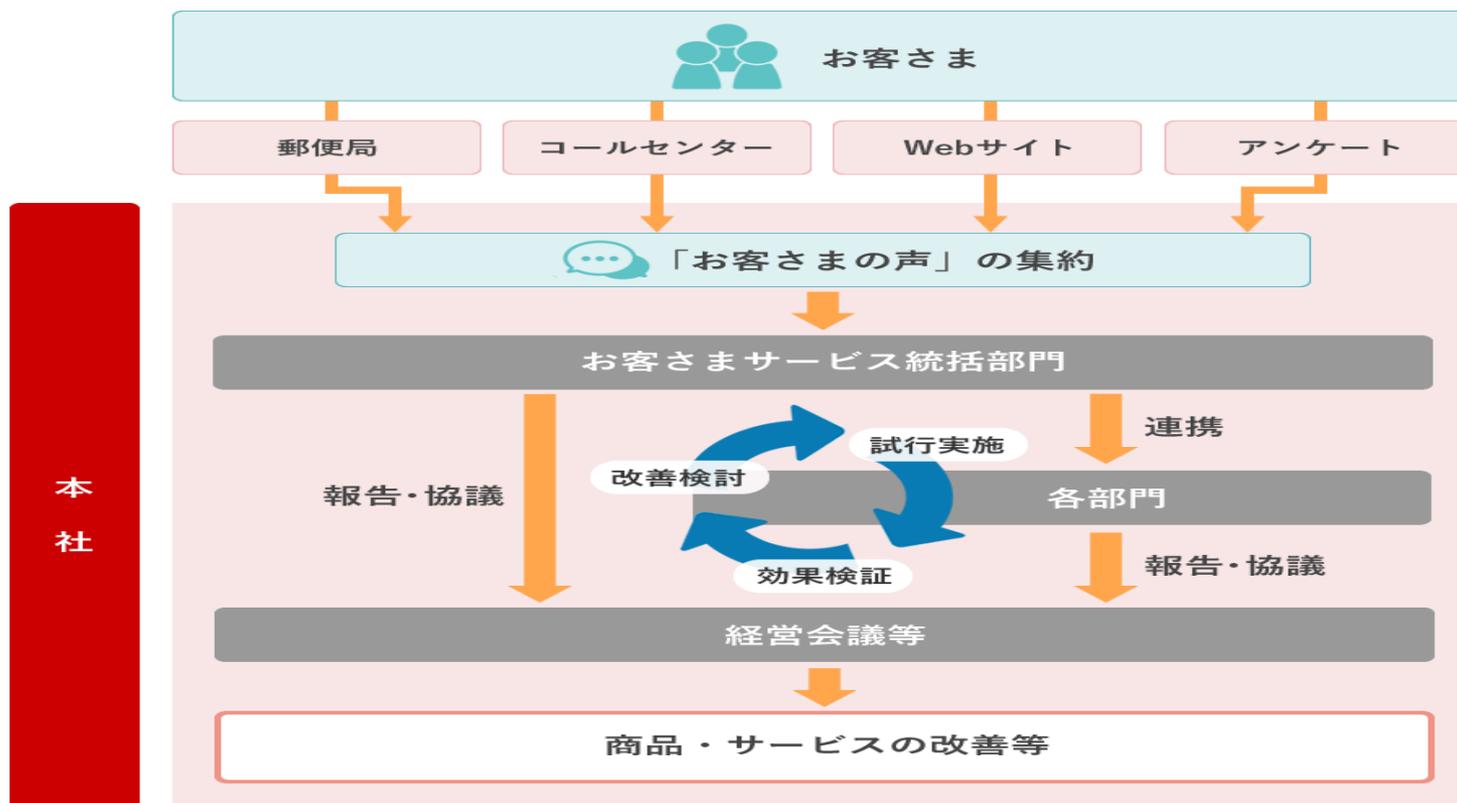
＜雲仙郵便局における十八親和銀行ATMの設置＞



日々寄せられるお客さまからの声を大切にし、お客さまが安心して、郵便局をご利用いただける取組

日本郵便(株)では、郵便局の窓口または会社ホームページ、お客様サービス相談センター等におきまして、商品・サービス等に関するお問合せ、お申出等を承っております。また、お寄せいただきましたお客さまの声に基づき、商品・サービスの改善に取り組む他、社内研修等を通じて、郵便局社員等の接遇スキル等の向上に活用させていただいております。

<お客さまの声の社内共有>



(2024年3月末時点)

	項目	お客さま数・設置数等
1	郵便局の数 ※1	24,223局
2	郵便ポストの数	173,935本
3	ATM台数	31,157台
4	通常貯金口座数	約1億2,000万口座
5	(株)かんぽ生命保険お客さま数 ※2	約1,807万人
6	郵便配達箇所数	約3,100万カ所

※1 直営の郵便局、簡易郵便局の合算値となります。(閉鎖中の郵便局を含む。)

※2 契約者さま及び被保険者さまを合わせた人数(個人保険及び個人年金保険を含み、(株)かんぽ生命保険が郵政管理・支援機構(独立行政法人郵便貯金簡易生命保険管理・郵便局ネットワーク支援機構)から受再している簡易生命保険契約を含む。)

基本方針2-1 郵便・物流の商品・サービスの充実

2 お客さまニーズに的確に応える商品・サービスの提供

- (1) 法令及び社会規範等を遵守することはもちろん、常に高い倫理観に基づいた行動を徹底します。
- (2) 郵便、貯金、保険をはじめとするお客さまの暮らしに便利な商品・サービスを、ライフスタイルの変化等に合わせ、適正に、かつ高い品質で提供し続けます。
- (3) 「販売・サービス方針」に則り、分かりやすく、正確で迅速・丁寧なお客さまへの対応・説明に取り組みます。
- (4) 資産運用や保険の商品・サービスの提案をする場合は、お客さまのニーズや投資経験、利用目的等、お客さまのご意向を十分に把握し、お客さまの最善の利益を図るためにふさわしいと考える商品・サービスの提案を行います。
- (5) (株)ゆうちょ銀行及び(株)かんぽ生命保険をはじめ、他の事業パートナーとも協働し、郵便局ならではの金融商品・サービスの提供に取り組みます。
- (6) お客さまの利益を不当に損なうことのないよう、お客さまとの取引について、適切な事務手続等により、利益相反の管理等を徹底します。

eコマースの拡大など、お客さまのライフスタイルの変化に合わせた郵便・物流の商品・サービスの充実

- ・ 郵便・物流の商品・サービスの改善に取り組みました。お客さまのさまざまなニーズにお応えできるよう、商品・サービスの拡充に取り組んでおります。

<実施例>

- ・ 郵便窓口におけるキャッシュレス決済導入局を拡大（全国約20,000局で導入）
- ・ ゆうパケットポストminiのサービス開始（楽天ラクマ、ヤフーオークション、ヤフーフリマ、メルカリ）

郵便物・荷物の差し出しや受け取りの利便性向上

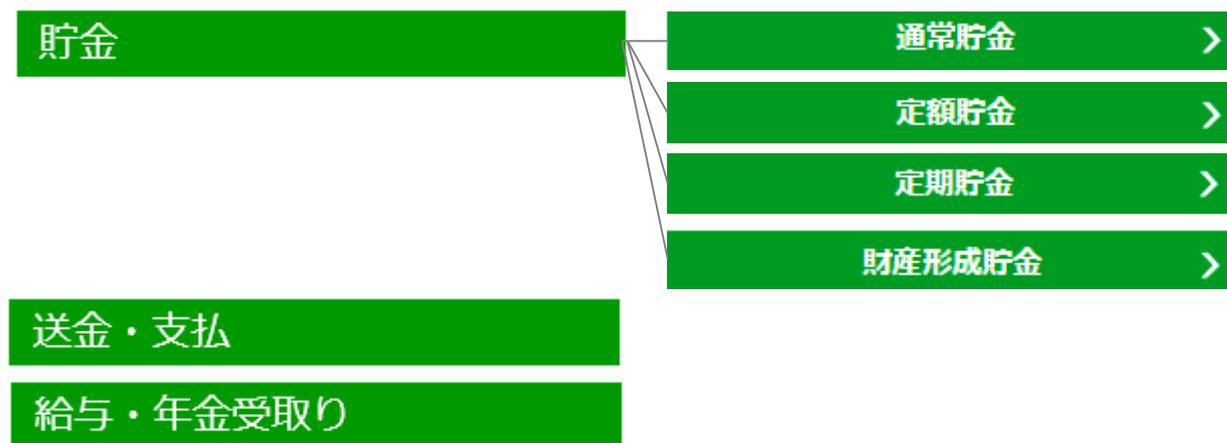
- ・「はこほす※¹」を 郵便局や駅、商業施設を中心に約6,100カ所※²で利用できるようになりました。(2024年3月末時点)
- ・ フリマアプリ等で取引した商品を、ローソン店内の「スマリボックス」や一部のファミリーマート店舗に設置しているファミロッカーから発送できるサービスなど、荷物発送時の非対面化による、お客さまの利便性向上に取り組んでいます。

※1 郵便物や荷物を、郵便局などに設置されたロッカーで受け取りまたは差し出すことができるサービスです。

※2 設置箇所数には、Packcity Japan(株)が運営するオープン型宅配便ロッカー「PUDOステーション」及びファミロッカーを含みます。

お客様のライフステージに合わせた、**貯金**、保険の基礎的な金融商品・サービスの提供

- ・ 日本郵便(株)の貯金に関するサービスの取扱状況は、次のとおりです。
(詳しくは、[日本郵便\(株\)ホームページ](#)をご覧ください。)



<(株)ゆうちょ銀行ATM>

- ・ 全国各地に設置しているATMでは、(株)ゆうちょ銀行口座へのお預け入れ・お引き出し等がご利用いただけます。
- ・ ATMでは、全ての都市銀行・地方銀行など、約1,250社のカードをご利用いただけます。



お客様のライフステージに合わせた、貯金、**保険**の基礎的な金融商品・サービスの提供

日本郵便(株)は、大規模な保険乗合代理店として、保険業法に定められた体制を整備した上で、(株)かんぽ生命保険の保険商品をはじめ、お客様のニーズに応えるさまざまな保険商品を提供しています。

保険商品	商品提供会社	取扱郵便局数 (2024年3月末)
終身保険、定期保険、養老保険、学資保険、長寿支援保険	(株)かんぽ生命保険	20,014局
がん保険	アフラック生命保険(株)	20,014局
引受条件緩和型医療保険	住友生命保険(相)	1,839局
変額年金保険	三井住友海上プライマリー生命保険(株) 日本生命保険(相)	1,098局
自動車保険	あいおいニッセイ同和損害保険(株)、AIG損害保険(株)、損害保険ジャパン(株)、東京海上日動火災保険(株)、三井住友海上火災保険(株)、の5社による共同保険	1,496局
傷害保険	東京海上日動火災保険(株)	1,496局
バイク自賠責保険	あいおいニッセイ同和損害保険(株)、AIG損害保険(株)、共栄火災海上保険(株)、セコム損害保険(株)、損害保険ジャパン(株)、大同火災海上保険(株)、東京海上日動火災保険(株)、三井住友海上火災保険(株)、楽天損害保険(株)	20,014局

※ 次ページ以降、(株)かんぽ生命保険が商品提供会社である保険商品を「かんぽ生命保険の商品」と記載しております。

- ・ 長期安定的な資産形成に適した**資産運用の商品・サービス**の提供
- ・ お客さまが、より身近な郵便局で資産形成をはじめられるよう、投資信託をご案内できる環境の整備

<郵便局窓口での取扱商品一覧(2024年4月1日現在)>

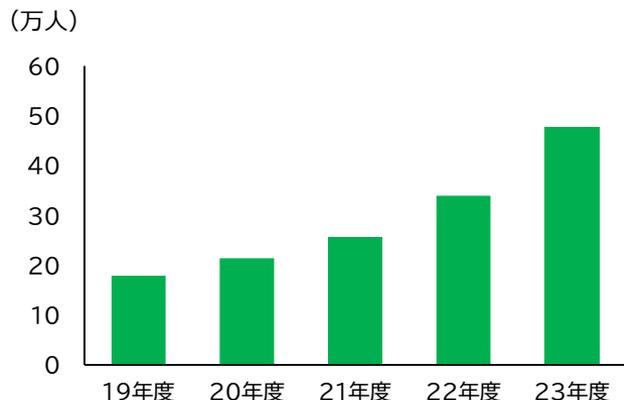
	バランスファンド	国内株式	海外株式
NISA (つみたて投資枠) 対象ファンド	1 JP4資産均等バランス	8 つみたて日本株式 (TOPIX)	13 つみたて先進国株式
	2 野村6資産均等バランス		14 つみたて新興国株式
	3 つみたて8資産均等バランス		15 iFree S&P500 インデックス
	4 野村資産設計ファンド (DC・つみたてNISA)	9 つみたて全世界株式	
	5 セゾン・グローバルバランスファンド	10 セゾン資産形成の達人ファンド	
		11 キャピタル世界株式ファンド (DC年金つみたて専用)	
	6 JP4資産バランスファンド (安定/安定成長/成長)	12 インデックスファンドMSCIオール・カントリー (全世界株式)	
	7 野村世界6資産分散投信 (安定/分配/成長)		

※ (株)ゆうちょ銀行の提供するゆうちょダイレクト (WEBサービスによるお客さまの直接取引) においては、72商品 (上表の15商品を含む) を取り扱っております。(※複数のコースがある商品は、1つの商品としてカウント)

※ 投資信託は、全国1,527局の窓口でお取り扱いをしており、約18,300局(投資信託紹介局)においては、投資信託取扱局及び(株)ゆうちょ銀行への紹介を取り扱っておりますが、投資信託取扱局や(株)ゆうちょ銀行とTV電話機能を用いて接続することで、投資信託のリモート受付を行っております。また、ゆうちょダイレクト、ゆうちょ通帳アプリを通じて、投資信託を購入いただくことも可能です。

- 投資信託等の取扱実績は、次のとおりです。(株)ゆうちょ銀行との合算値によりお示しています。)

＜投資信託自動積立契約保有顧客数※＞



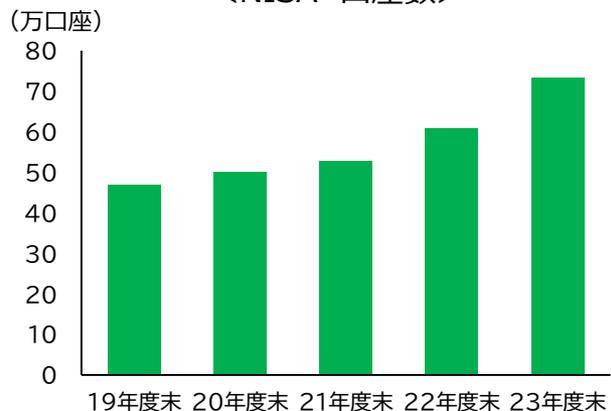
※ 年度内に引き落としがあったお客さまを対象としています。

＜投資信託平均保有期間※＞



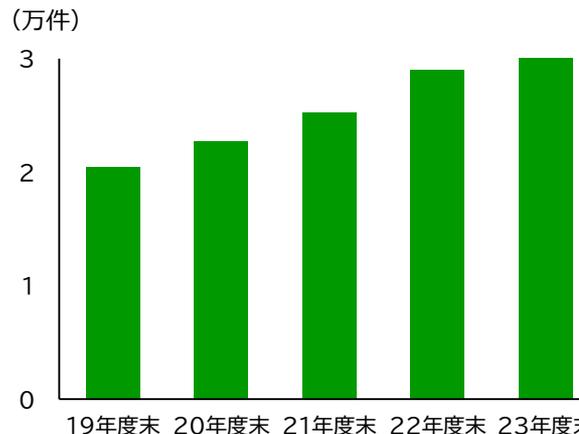
※ $(前年度末残高 + 年度末残高) \div 2 \div (年度内解約額 + 償還額)$

＜NISA※口座数＞



※少額で長期・積立・分散投資が特徴の非課税制度です。

＜iDeCo※契約件数＞



※「iDeCo」とは、公的年金（国民年金・厚生年金）とは別に給付を受けられる私的年金制度の一つです。

基本方針2-3 貯金、保険、資産運用商品の取扱状況

金融庁の公表する共通KPIに関する公表状況は、次のとおりです。

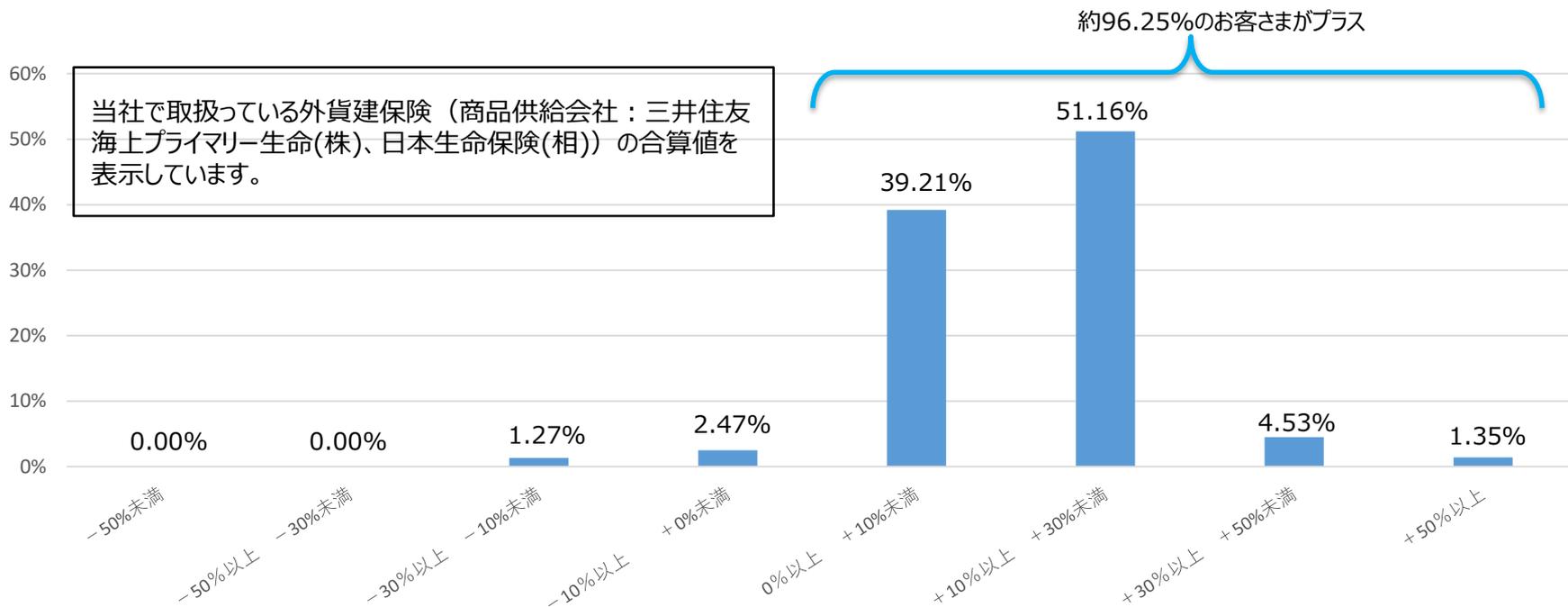
	共通KPI	公表状況
1	投資信託の運用損益別顧客比率	・ ゆうちょ銀行ホームページ（お客さま本位の業務運営に関する基本方針） からご確認いただけます。（株ゆうちょ銀行との合算値によりお示ししています。）
2	ファンドラップの運用損益別顧客比率	・ 日本郵便(株)での取扱がないため、 <u>公表しておりません</u> 。
3	投資信託の残高上位20銘柄のコスト・リスク・リターン	・ ゆうちょ銀行ホームページ（お客さま本位の業務運営に関する基本方針） からご確認いただけます。（株ゆうちょ銀行との合算値によりお示ししています。）
4	外貨建保険の運用評価別顧客比率	・ <u>13ページ</u> のとおりです。
5	外貨建保険の銘柄別コスト・リターン	・ <u>14ページ</u> のとおりです。

基本方針2-3 貯金、保険、資産運用商品の取扱状況

外貨建保険運用評価別顧客比率

共通KPI

- 外貨建保険における運用評価は、2024年3月末時点では約96.25%のお客さまが「プラス」となりました。



※四捨五入の都合、合計値が99.99%となります。

- 外貨建保険は、保障と運用を兼ねており、満期や死亡の際には保険金が支払われます。解約時には解約返戻金が支払われますが、保険商品は長期保有を前提としており、特に、契約後の早い段階に解約した場合に受け取る解約返戻金は、一定額の解約控除等により、一時払保険料を下回る場合があります。
- 解約返戻金は基準日時点の為替レートで円貨換算しており、満期まで保有した場合や、外貨で受け取る場合の評価とは異なります。

(共通KPIの算出方法)

運用評価別顧客比率：(基準日時点の解約返戻金額及び既支払金額－契約時点の一時払保険料) ÷ 契約時点の一時払保険料

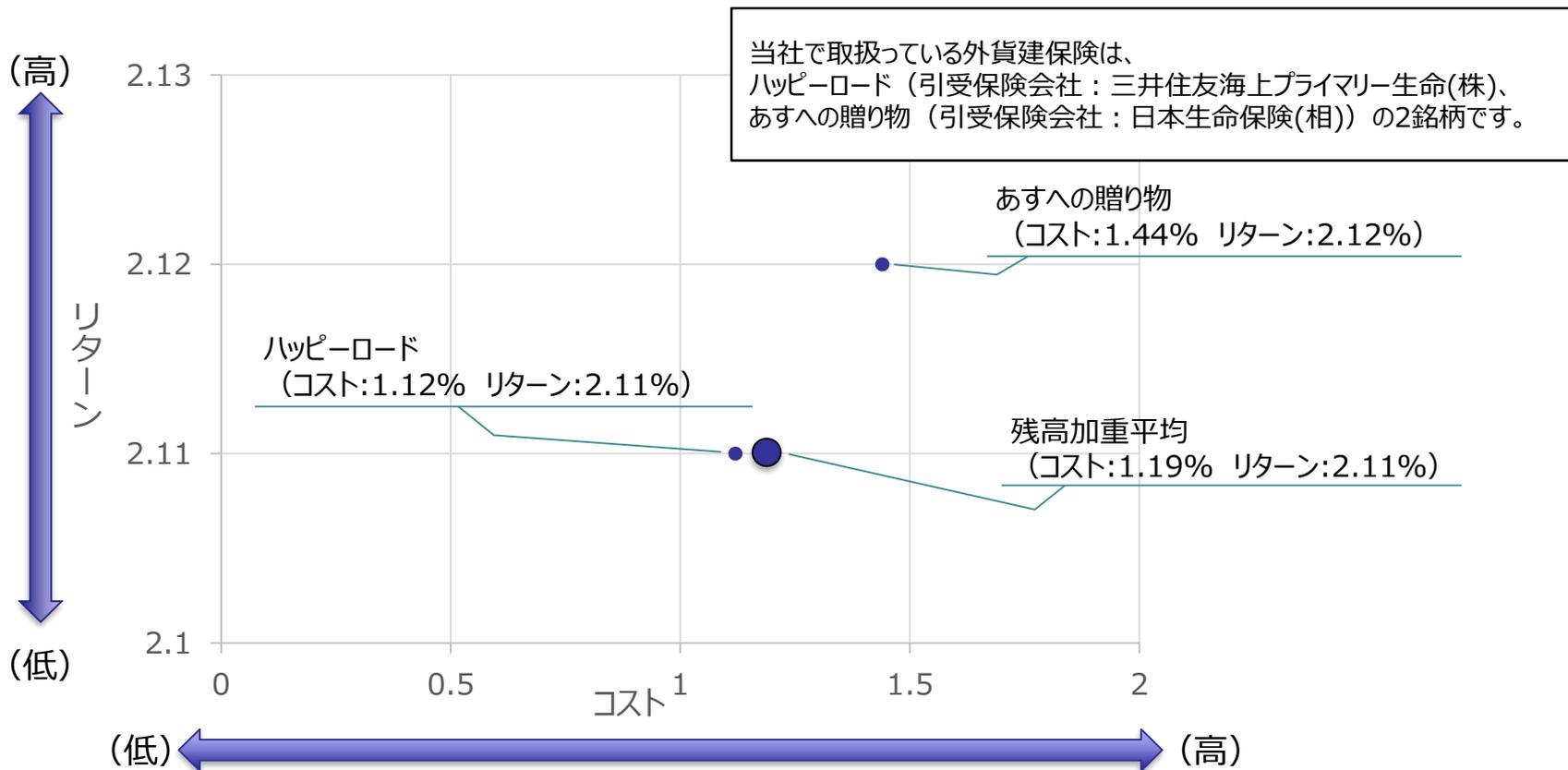
※基準日時点で外貨建一時払保険を契約しているお客さまの契約に限る

基本方針2-3 貯金、保険、資産運用商品の取扱状況

外貨建保険銘柄別コスト・リターン

共通KPI

■ 外貨建保険について、残高加重平均および銘柄別のコストとリターンをお示しています。



(算出方法)

コスト：基準日に5年以上保有している契約について、各契約の新契約手数料率と継続手数料率（支払累計）の合計値を契約期間（経過月数）で年率換算したものを、各契約の一時払保険料で加重平均

リターン：基準日に5年以上保有している契約について、各契約の契約時点の一時払保険料に対する、基準日時点の解約返戻金額 + 基準日までの既支払金額の増加率を年率換算したものを、各契約の一時払保険料で加重平均

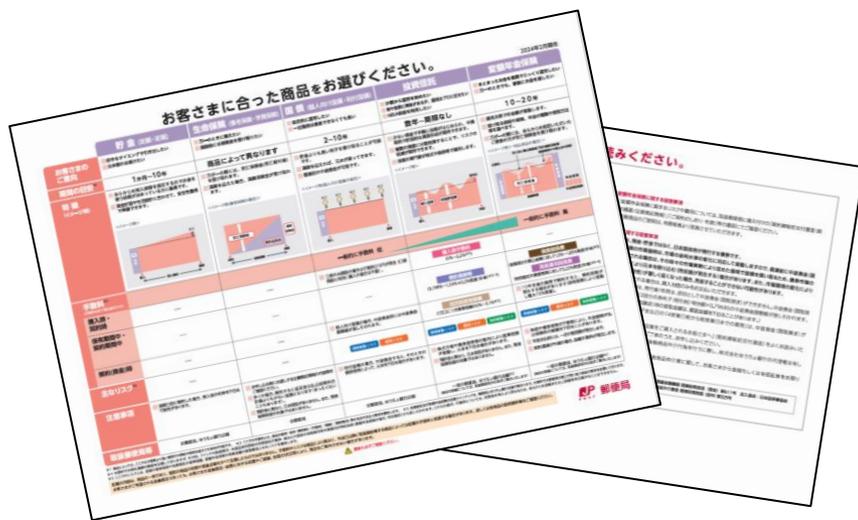
・ 資産運用や保険の商品・サービスにおける**重要な情報の分かりやすい提供**

<情報提供 等>

商品・サービスの提供に際しては、お客さまのニーズに合った商品をご選択いただけるよう、お客さまが商品をご選択いただくうえで**重要な情報（商品内容、リスク、運用実績等）**を明示した資料を活用しています。（参考：日本郵便(株)の利益とお客さまの利益が反する可能性の説明に当たり、資産運用商品においては、日本郵便(株)と組成会社の資本関係等の有無を明示し、また、保険商品においても、日本郵政グループの(株)かんぽ生命保険の商品を提供させていただく場合は、(株)かんぽ生命保険が日本郵便(株)の系列商品供給会社である旨をお客さまに明示しております。）

<商品横断チラシ>

※ 2021年11月から導入



<重要情報シート（個別商品編）>

2023年1月から、郵便局窓口で取り扱う全ての投資信託ファンドへ導入を拡大しました。



※ 2021年11月から導入

お客さまに金融商品・サービスを提案する際には、定められた手順に従い、

ご意向の把握と確認を確実に実施

<ご意向確認等（資産運用商品）>

1. 資産運用商品の提案を行う段階では、商品の概要がご理解いただける資料を使用しております。
2. 投資信託の販売時には、お客さまのご意向に応じた適切なアドバイスをさせていただきため、チェックシートを使用し、お客さまの「ご職業」、「保有金融資産」、「年収」、「有価証券投資のご経験」及び「投資方針」を確認の上、「重要事項補足説明資料」を使用し、お客さまのお申し込み金額に基づいた具体的な購入手数料等を説明しています。

○ 日本郵便(株)は、金融商品の組成に携わる金融事業者ではないため、金融庁が公表する「顧客本位の業務運営に関する原則」原則6（注3）※は、非該当です。

※「顧客本位の業務運営に関する原則」原則6（注3）
「金融商品の組成に携わる金融事業者は、商品の組成に当たり、商品の特性を踏まえて、販売対象として想定する顧客属性を特定・公表するとともに、商品の販売に携わる金融事業者においてそれに沿った販売がなされるよう留意すべきである。」

<商品概要資料(変額年金保険)>

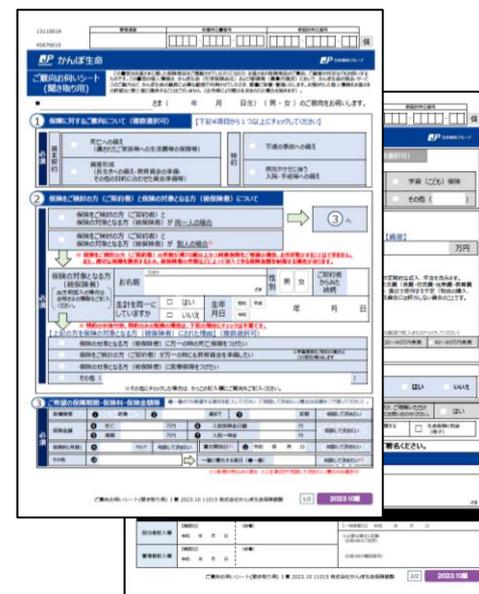
<重要事項補足説明資料(投資信託)>

<ご意向把握・確認等（保険商品）>

1. かんぽ生命保険の商品

- (1) 保険商品の具体的な提案を行う前の段階では、「ご意向お伺いシート(聞き取り用)」を使用し、お客さまの情報・ご意向を正確に把握し、ニーズに沿った商品を分かりやすく丁寧に説明することを徹底しています。
- (2) お客さまの誤認識防止等の観点から、保障設計書(契約概要)において、主な保障・保険金・保険料額を「基本契約・特約の種類」ごとに分かりやすく表示し、保険料の払込総額と受け取れる保険金額を比較表示するなどして、丁寧に説明することを徹底しています。
- (3) お申込みをいただいた後にも、改めて(株)かんぽ生命保険のコールセンターからお電話をさせていただき、御礼を申し上げるとともに、お申込内容のご理解状況の再確認をお願いしています。
- (4) 解約のお申出があったお客さまに対しては、必ず、保障がなくなること等の不利益事項の説明、ご契約を続けていただくための各種制度の説明を行い、ご確認いただいた上でお手続きをしています。

<ご意向お伺いシート
(かんぽ生命保険の商品)>



2. その他の保険商品

がん保険、引受条件緩和型医療保険等の保険商品においても、商品の提案前のタイミングにおいて、「ご意向把握シート」を使用し、お客さまの情報・ご意向を正確に把握し、ニーズに沿った商品の提案と説明に取り組んでおります。

金融商品・サービスをご提案する際、お客さまがご高齢の場合にはご家族に同席していただくなど、お客さまに安心してご利用いただける取組

ご高齢のお客さまとのお取引は、特に配慮が必要であり、契約内容を十分にご納得いただき、ご意向に基づいてお取引いただけるよう、より丁寧で分かりやすい説明に努め、きめ細やかな対応を行います。

資産運用商品	保険商品	商品区分	ご高齢のお客さまへの対応
○	－	投資信託	原則、満80歳以上のお客さまへの勧誘を行わないこととし、満70歳以上のお客さまからお申し出を受け付ける場合は、ご家族へのご相談依頼・シンキングタイムの提案に取り組んでおります。
○	○	変額年金保険	満70歳以上のお客さまからお申し出を受け付ける場合は、複数日・複数回説明、ご家族同席またはご家族への事前説明を行うように取り組んでおります。
－	○	かんぽ生命保険の商品	満70歳以上のお客さまに保険を募集する場合は、必ずご家族等の同席またはご家族等への事前説明を実施しております。 また、募集人に加えかんぽ生命の専用コールセンターがご家族等に対して、契約申込みに同意いただけることを確認する取扱いを行っています。
		がん保険	満70歳以上のお客さまに保険を募集する場合は、ご家族同席またはご家族への事前説明を行うように取り組んでおります。
		引受条件緩和型医療保険	満70歳以上のお客さまに保険を募集する場合は、ご家族同席またはご家族への事前説明を行うように取り組んでおります。

資産運用の商品・サービスについては、お客さまが負担する手数料等を開示

<資産運用商品における手数料の説明>

商品区分	手数料の開示
投資信託	販売時には、「重要事項補足説明資料」を使用し、お客さまのお申し込み金額に基づいた具体的な購入手数料等を説明しています。また、「重要情報シート（個別商品編）」及び「交付目論見書」の手続・手数料等の項目にも、手数料について記載しています。
変額年金保険	販売時には、「商品概要資料」及び「重要情報シート（個別商品編）」等で手数料について説明しています。

<保険商品における保険料等の説明>

商品区分	保険料等の開示
かんぽ生命保険の商品	お客さまの誤認識防止等の観点から、ご契約時において、主な保障・保険金・保険料額を分かりやすく表示し、保険料の払込総額と受け取れる保険金額を比較表示するなどして、丁寧に説明することを徹底しています。
がん保険	
引受条件緩和型医療保険	

資産運用や保険の商品・サービスについて、お客さまへの丁寧なアフターフォローの実施

<資産運用商品>

商品区分	アフターフォローの取組
投資信託	<ul style="list-style-type: none"> ・70歳以上のお客さまやご要望のあるお客さまについては、(株)ゆうちょ銀行と連携の上、年1回以上、電話等によるアフターフォローに取り組んでいます。また、資産運用商品をご購入いただいた後も安心してご利用いただくため、マーケット環境の情報提供や運用状況のご案内等を行っております。 ・全てのお客さまに郵送によるアフターフォローを実施しております。
変額年金保険	<ul style="list-style-type: none"> ・ご加入中の契約の内容をお知らせするため、年4回ご契約者さまにご契約内容のお知らせをお送りしています。 ・全てのお客さま（当社での取扱いを停止した商品供給会社の商品、年金支払開始済商品を除く）に年1回以上、電話によるアフターフォローに取り組んでいます。

<取引残高報告書、月次レポート（投資信託）>



資産運用や保険の商品・サービスについて、お客さまへの丁寧なアフターフォローの実施

<保険商品>

商品区分	アフターフォローの取組
かんぽ生命保険の商品	<ul style="list-style-type: none"> ・ ご加入中の契約の内容をお知らせするため、年1回ご契約者さまにご契約内容のお知らせをお送りしています。 ・ 2021年度より、ご契約内容のお知らせは保険料払込証明書に同封せず、別便でお誕生月の前月にお送りしており、内容についても充実化するとともに分かりやすい記載となるよう改善を行っております。 ・ 架電・訪問等により、契約内容にご不明な点等がないかの確認や保険金請求漏れの有無の確認、各種制度・サービスのご案内を行うなど、アフターフォロー(ご契約内容確認活動)に取り組んでいます。
がん保険	<ul style="list-style-type: none"> ・ ご加入中の契約の内容をお知らせするため、年1回ご契約者さまにご契約内容のお知らせをお送りしています。 ・ 契約内容にご不明な点等がないかの確認や最新保障のご案内を年1回ご契約者さまに行うなど、アフターフォローに取り組んでいます。
引受条件緩和型医療保険	<ul style="list-style-type: none"> ・ ご加入中の契約の内容をお知らせするため、年1回ご契約者さまにご契約内容のお知らせをお送りしています。 ・ 契約内容にご不明な点等がないかの確認や保険金請求漏れの有無の確認、各種制度・サービスのご案内を行うなど、アフターフォローに取り組んでいます。

<ご契約内容のお知らせ(かんぽ生命保険の商品)>



<参考> 利益相反の管理

・お客さまの利益を不当に損なうことがないよう、利益相反取引を適切に管理

資産運用商品、保険商品の販売において、関連会社の商品に特別なインセンティブの付与は行っておりません。

なお、日本郵政グループでは、[「日本郵政グループにおける利益相反管理方針」](#)を制定、公表し、この方針に基づいて、利益相反の恐れのある取引によりお客さまの利益が不当に害されることのないよう、グループ全体で利益相反取引を適切に管理しております。

<参考> 2023年度投資信託販売額ランキング（日本郵政グループとして、日本郵便(株)と(株)ゆうちょ銀行との合算で表示しています。）

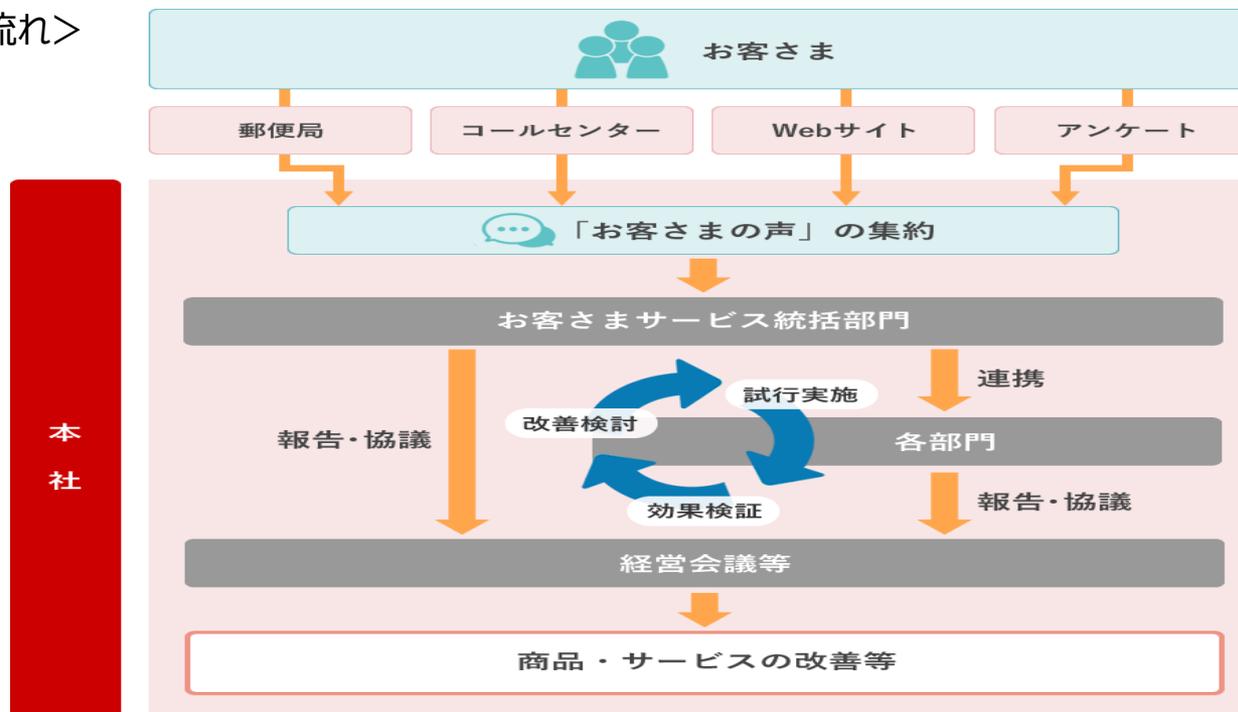
	ファンド名	投資対象資産	当社の関連会社
1	つみたて先進国株式	海外株式	
2	大和ストックインデックス225ファンド	国内株式	
3	つみたて日本株式（TOPIX）	国内株式	
4	野村世界6資産分散投信（成長コース）	バランス	
5	iFreeS&P500インデックス	海外株式	
6	JP4資産バランスファンド（安定成長）	バランス	○
7	JP4資産バランスファンド（成長）	バランス	○
8	ダイワUSリート毎月B（ヘッジなし）	REIT	
9	野村6資産均等バランス	バランス	
10	JP4資産均等バランス	バランス	○

3 お客さまとのコミュニケーションの充実

- (1) お客さまが気軽に足を運べ、相談しやすく、より親しみを感じる、地域ニーズに応じた郵便局づくりに取り組みます。
- (2) いただいたお客さまの声を活かし、お客さまにご満足いただけるサービスの提供に努めます。
- (3) お客さまの資産形成やライフプランに関する相談に応えるとともに、十分に理解していただけるよう丁寧に分かりやすく情報を提供していきます。

- ・ 郵便局の窓口やお客さまサービス相談センター等に寄せられたお客さまの声の経営層への共有
- ・ 商品・サービスの改善等お客さま満足の向上の取組

<改善までの流れ>



2023年度の商品・サービスの改善は、下表のとおりです。

※日本郵便(株)におけるお客さまの声を基にした改善事例は、[こちら](#)からご確認いただけます。また、(株)ゆうちょ銀行による改善事例は、[ゆうちょ銀行ホームページ](#)から、(株)かんぽ生命保険による改善事例は、[かんぽ生命ホームページ](#)からご確認いただけます。

	お客さまの声	改善内容
1	一部の郵便局の窓口でキャッシュレス決済ができず不便なので出来るようにしてほしい。	全国約20,000局全ての直営郵便局の郵便窓口にキャッシュレス決済を導入しました。
2	ゆうパックを受け取れる拠点（ロッカー等）を増やしてほしい。	宅配ロッカー（はこぽす）を約6,100か所（対前年度+1,200か所）に拡大しました。
3	SNSで会ったことがない友達にカタログギフトを匿名発送で送ることができるサービスがあったら良い。	郵便局のネットショップ一部の商品について、ソーシャルギフト※に対応するようにしました。 ※LINEやメールなどでお届け先にURLを送信し、受取人様に配送先住所などを入力していただくサービス

郵便局でセミナーや相談会を実施するなど、お客さまの金融知識の向上に役立つ情報提供

郵便局単位で、資産運用や保険に関する各種相談会・セミナーを開催しているほか、お客さまからの個別相談を承っております。

また、投資信託の提供会社であるゆうちょ銀行のホームページ上で、資産形成に関する情報発信を行っております。

<ゆうちょ銀行ホームページ(抜粋)>



<日本郵便ホームページ(抜粋)>



見やすく、分かりやすい資料を用いて、金融商品・サービスや制度等を丁寧に説明

お客さまに必要な情報をご理解いただけるよう、より見やすく、分かりやすい内容への改訂に取り組んでいます。特に、価格変動等のリスクのある金融商品を販売する際には、リスクの内容や手数料等を簡潔に記載するなど、お客さまに特にご理解いただきたい事項をまとめた分かりやすい資料を使用します。

<改訂したチラシ>



4. お客様に信頼される人材の育成・評価

- (1) お客様本位の意識の浸透・定着、商品・業務知識、接遇・マナーの向上等を図り、お客様から信頼される存在となるような人材を育成します。
- (2) 生き活きと笑顔で自信を持って地域のお客様に接し、お客様満足につながる行動を実践する社員を評価します。

- ・ **業務知識や商品・サービスの関連知識を付与する研修を行うなど、豊富な知識でお客様のニーズに的確に応える社員の育成の取組**
- ・ **よりお客様に満足いただくため、社員一人ひとりの対応レベルの向上の取組**

-
- ・ お客様本位の営業活動の実現に向けて、営業研修に関する基本方針・年間計画を定め、社員の役割に応じた知識・スキルの習得を実施しています。
 - ・ 社員の専門性を高めるために、生保募集人資格や証券外務員等の複数資格保有者の拡大を目指すとともに、金融関連知識の向上に資するFP2級資格の取得を推奨しています。

- ・ 正確・迅速な業務の実施、誠実なお客さま対応等、お客さまの信頼に応える社員の評価

<社員の評価>

- ・ 募集・販売品質の評価基準、お客さま本位のご提案に関する評価基準を設けています。

<社員の業務支援・検証>

- ・ 重要情報シート（金融事業者編）、重要情報シート（個別商品編）、商品横断チラシの郵便局での活用状況について、導入以降、検査部門で取扱局等（投資信託取扱局・変額年金保険取扱局・投資信託紹介局・変額年金保険非取扱局）の活用状況を確認しています。

<「顧客本位の業務運営に関する原則」に関する社員周知>

- ・ 金融庁の公表する「顧客本位の業務運営に関する原則」に基づき取り組んでいる日本郵便(株)の「お客さま本位の業務運営に関する基本方針」の社員への理解・浸透に向け、社員周知に取り組んでいます。

「顧客本位の業務運営に関する原則」（金融庁公表）

	内容
原則1	金融事業者は、顧客本位の業務運営を実現するための明確な方針を策定・公表するとともに、当該方針に係る取組状況を定期的に公表すべきである。当該方針は、より良い業務運営を実現するため、定期的に見直されるべきである。
原則2	金融事業者は、高度の専門性と職業倫理を保持し、顧客に対して誠実・公正に業務を行い、顧客の最善の利益を図るべきである。金融事業者は、こうした業務運営が企業文化として定着するよう努めるべきである。
原則3	金融事業者は、取引における顧客との利益相反の可能性について正確に把握し、利益相反の可能性がある場合には、当該利益相反を適切に管理すべきである。金融事業者は、そのための具体的な対応方針をあらかじめ策定すべきである。
原則4	金融事業者は、名目を問わず、顧客が負担する手数料その他の費用の詳細を、当該手数料等がどのようなサービスの対価に関するものかを含め、顧客が理解できるよう情報提供すべきである。
原則5	金融事業者は、顧客との情報の非対称性があることを踏まえ、上記原則4に示された事項のほか、金融商品・サービスの販売・推奨等に係る重要な情報を顧客が理解できるよう分かりやすく提供すべきである。
原則6	金融事業者は、顧客の資産状況、取引経験、知識及び取引目的・ニーズを把握し、当該顧客にふさわしい金融商品・サービスの組成、販売・推奨等を行うべきである。
原則7	金融事業者は、顧客の最善の利益を追求するための行動、顧客の公正な取扱い、利益相反の適切な管理等を促進するように設計された報酬・業績評価体系、従業員研修その他の適切な動機づけの枠組みや適切なガバナンス体制を整備すべきである。

※ 原則の詳細（注釈による補足）は、[金融庁ホームページ](#)よりご参照ください。