

# 第1回グループコンダクト向上委員会

2022年6月9日

日本郵政株式会社

(1) ステークホルダーの期待に応える  
行動をしていくための取組み

# J P 行動宣言の内容

## 1 J P 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**

【経営理念、経営方針、行動憲章と J P 行動宣言の関係】



## 2 各フレーズの趣旨

### ◎ お客さまのために、社会のために、社員ののために

- グループ行動憲章の要素を実践し、グループ経営理念の実現を目指し、お客さまや地域・社会の期待に応えるべく行動していくことを、端的に「お客さまのために、社会のために、」と表現。
- そのために、社員・役員自身が働きやすい職場環境を確保することを、「社員ののために」と表現。

### ◎ 行動します、笑顔のために

- ⇒ 行動憲章：信頼の確保、価値の創造
- 何よりもまずお客さまの笑顔のために。
    - お客さまの立場に立ち、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する。
  - ユニバーサルサービスの担い手として、社会の皆さまの笑顔のために。
    - 情報の保護・管理を徹底し、業務運営の透明性を高めて、社会の皆さまに信頼されるように。
  - 社員・役員自身が笑顔で仕事ができるように。
    - 社員・役員が互いに人権を尊重し、安全で働きやすい職場環境を確保。

### ◎ 行動します、誇りを持って

- ⇒ 行動憲章：信頼の確保、規範の遵守、価値の創造
- お客さま、社会の皆さま、周囲の社員・役員や自分自身の家族・友人の誰に対しても誇りを持てる行動を。
    - 法令、社会規範、社内ルール等を遵守。
    - 形式的に遵守する（ルールベース）のではなく、真に（プリンシプルベース）お客さま本位に、自身の行動に誇りが持てるよう行動。

### ◎ 行動します、新たなステージで

- ⇒ 行動憲章：共生の尊重、価値の創造、変革の推進
- いつものお客さまにいつものサービスを提供するときでも、お客さまのニーズ・期待の変化に対応し、よりよいサービスを提供するためできることがないかを考える。
  - 日々の業務をただ繰り返すのではなく、「昨日の自分」より「今日の自分」、「今日の自分」より「明日の自分」が一步進んでいるように。

## ステークホルダーへの開示

### ◎ ポイント

「J P 行動宣言」は、グループのお客さま・社会・社員への約束として、ホームページで開示する。開示に当たっては、以下に示す「行動規範における5つの最重要ポイント」を、お客さま・社会・社員への約束として明確にする。

### 【行動規範における5つの最重要ポイント】

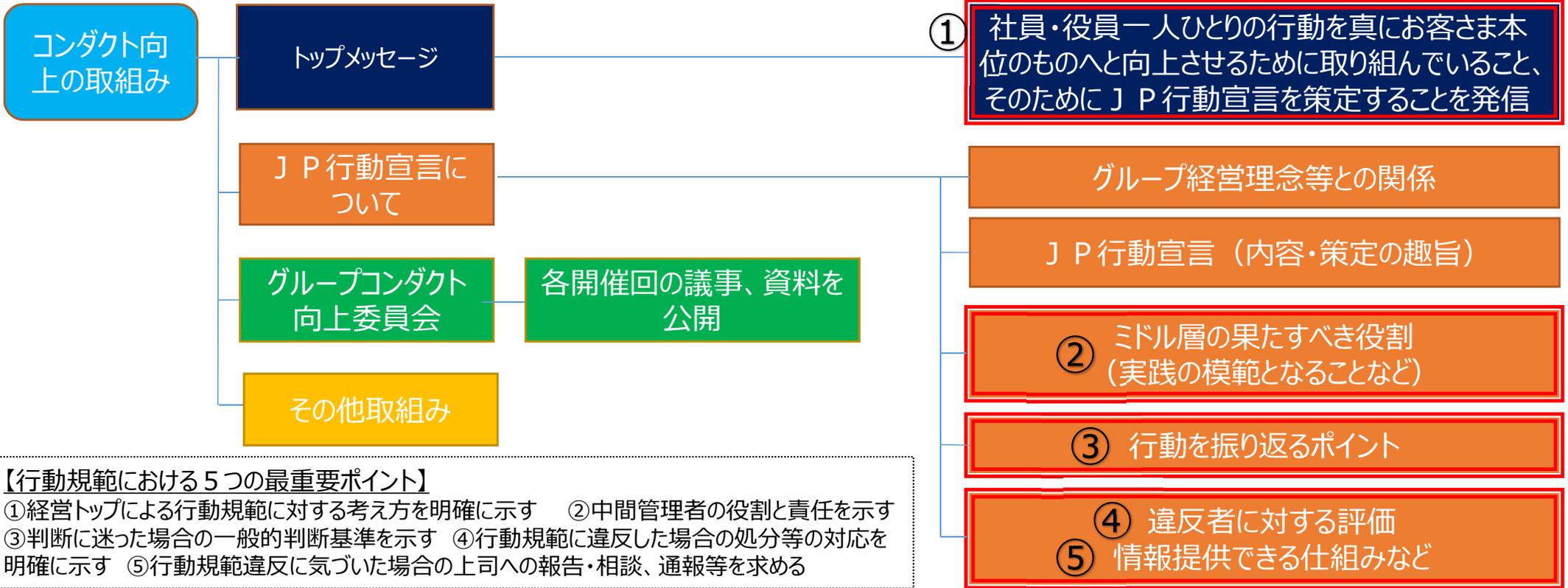
No	最重要ポイント	ホームページ掲載の方針
1	経営トップによる行動規範に対する考え方を明確に示す	ホームページに、「J P 行動宣言」の考え方を発信するトップメッセージを掲載
2	中間管理者の役割と責任を示す	「J P 行動宣言」の説明の中で、その浸透・実践のための模範となるべきことなど、中間管理者の役割・責任を掲載
3	判断に迷った場合の一般的判断基準を示す	「J P 行動宣言」が示す心掛け（基本姿勢）を実践できているかを振り返るポイントを掲載
4	行動規範に違反した場合の処分等の対応を明確に示す	お客さまや社会・地域の期待に反する行為は厳しい評価に値することを掲載
5	行動規範違反に気づいた場合の上司への報告・相談、通報等を求める	お客さまや社会・地域の期待に反する行為を「見て見ぬふり」をすることも期待に反する行為であることを明記するとともに、安心して情報提供できる仕組みを整備していることを掲載

# (参考) ホームページへの掲載案



「日本郵政グループについて」のページに「コンダクト向上の取組み」の項目を追加。

「コンダクト向上の取組み」のページの構成は以下のとおり。



**【行動規範における5つの最重要ポイント】**

①経営トップによる行動規範に対する考え方を明確に示す ②中間管理者の役割と責任を示す  
 ③判断に迷った場合の一般的判断基準を示す ④行動規範に違反した場合の処分等の対応を明確に示す ⑤行動規範違反に気づいた場合の上司への報告・相談、通報等を求める

(2) ステークホルダーの期待に反する事象への対応を  
高度化するための取組み

# 内部通報制度改善のための2022年度の取組計画

## ■ 2021年度の取組みを踏まえた課題認識

- 利便性向上フェーズとして2021年度に取り組んだ通報者保護のための規程類整備、外部専門チーム、ワンストップ相談・通報プラットフォームの導入により、通報者保護等の仕組みについて消費者庁の指針で求められる事項を整備
- その一方で
  - ① 内部通報窓口への通報件数が、内部通報制度が機能していると評価できる目安とされる年間通報率（年間通報件数／社員数）1%を下回っている→より多くの社員に積極的に利用してもらうための方策が必要
  - ② 特に社内窓口寄せられた通報について、内部通報として寄せられた社員の声を、通報の処理の枠を超えて、内部通報制度そのものあるいは経営の改善に活用するに至っていない→声の活用のための方策が必要

## ■ 上記課題認識を踏まえた2022年度の取組み

- より多くの社員に安心して積極的に内部通報制度を利用してもらうための3つの方策（上記①関係）
  1. 制度に対する役員・社員の意識向上に向けた啓もう活動
    - 内部通報制度の意義をトップメッセージで発信（①-1 6月1日、9月1日等）
    - 制度の更なる周知を図るべく、情報紙の発行を継続（①-2 2か月に1回程度）
    - 社員が内部通報制度の利用を検討する際の手掛かりとなるガイドブックの作成（①-3 6月1日発行）→ 各施策の効果を測るため、施策実施前後の通報率の変化に着目する
  2. 制度・運用の改善
    - 内部通報窓口担当者のスキルの向上（①-4 四半期に1回程度）
  3. その他、社員のニーズを把握するための取組み
    - 社員のニーズを把握するためのアンケート調査（①-5 5～6月に実施、7月に集計）
- 内部通報として寄せられた社員の声の活用のための2つの方策（上記②関係）
  1. ワンストップ相談・通報プラットフォームに寄せられた相談・通報のテキスト分析を実施（②-1 6月から本格実施）
  2. 社内窓口寄せられた声の活用（②-2 5月から活用）

# 内部通報制度改善のための2022年度の取組計画のスケジュール

