

日本郵政グループにおける非公開金融情報の 適切な取り扱いの確保に向けた取組等について

令和 7 年 3 月 2 4 日

日 本 郵 政 株 式 会 社

非公開金融情報の適切な取り扱いの確保に向けた取組等について

1 これまでの主な経緯

- 2024 年 9 月 27 日 郵便局において、事前にお客さまの同意をいただかないまま、お客さまの貯金の非公開金融情報（注 1）を用いて、かんぽ生命保険商品の募集を目的とした来局ご案内を行った事例を確認した旨を公表するとともに、金融庁・総務省に不祥事件届出。
- 2024 年 10 月 11 日 保険募集のためにリスト化したと推定できるお客さまの人数について約 155 万人と判明した旨の調査結果及び再発防止策を公表。
- 2025 年 3 月 18 日 追加調査結果、発生原因、新たな再発防止策、関係者の責任の明確化について公表するとともに、金融庁・総務省に不祥事件届出。
金融庁から、日本郵政、日本郵便、ゆうちょ銀行及びかんぽ生命に対して再発防止策及びその実施状況等について、定期的に報告するよう命令。
- 2025 年 3 月 19 日 総務省から、日本郵政及び日本郵便に対して再発防止策及びその実施状況等について、定期的に報告するよう命令。

注 1：非公開金融情報とは

お客さま対応等の中で知った、お客さまの金融取引や資産に関する、通常、本人しか知りえない情報
(具体例：口座残高、引落情報、保有ファンドの状況 等)

2 調査結果

- (1) 貯金の非公開金融情報を事前に同意を得ることなく利用してかんぽ生命商品募集のために日本郵便がリスト化したと推定できるお客さまの人数
：約 155 万人（2024 年 10 月 11 日に公表済み）
- (2) 貯金の非公開金融情報等を事前に同意を得ることなく利用してゆうちょ銀行から受託している投資信託等の販売のために日本郵便がリスト化したと推定できるお客さまの人数
：投資信託 約 775 万人、国債 約 52 万人
- (3) 貯金の非公開金融情報を事前に同意を得ることなく利用してかんぽ生命以外の保険募集のために日本郵便がリスト化したと推定できるお客さまの人数
：約 16 万人

※ 貯金情報をもとにお客さまを検索・リスト化する機能を有する貯金営業担当顧客システムの検索履歴等を一定の条件の下確認した結果判明した人数。

※ 事前の同意のないお客さまにクロスセル（注 2）を目的とした来局ご案内を行った事案は、2007 年 10 月の民営・分社化以降発生していたと考えられるが、上記のお客さまの人数は、貯金営業担当顧客システムが全国の郵便局で導入された 2014 年 2 月以降のデータ履歴を確認した結果の数字。

※ クロスセルに関する同意をいただいた年月日をシステム上確認できないため、リスト化の時点で事前の同意をいただいていた可能性があるお客さまも、同意を得ていなかったものとして算出。

また、顧客リスト等に「不適切な来局誘致」である蓋然性が高い保険募集や投資信託等の販売に係る用語を含んでいる事例を抽出。

注 2：クロスセルとは

お客さま（法人を含む。）の非公開金融情報等を利用して、

- ・利用した情報が属する業務とは異なる業務の金融商品
- ・利用した情報を保有する会社とは異なる会社（委託元会社又は商品供給会社）の金融商品

のいずれか又は双方をご案内・ご提案すること

3 各社の法令違反等の概要

- (1) 日本郵便（保険業法及び銀行法等関連）
 - ・ 保険代理店又は銀行代理業者として貯金の非公開金融情報等を、事前にお客さまの同意を得ることなく、保険募集、投資信託等の販売に利用しないことを確保するための措置義務違反及び個人顧客情報の安全管理措置義務違反
- (2) かんぽ生命（保険業法関連）及びゆうちょ銀行（銀行法等関連）
 - ・ 委託元会社としての監督責任及び個人顧客情報の安全管理措置義務違反
- (3) 日本郵政
 - ・ 子会社管理が不十分であったこと

4 本事案の発生原因

- (1) お客さま本位の活動を十分浸透させないまま営業推進を優先したこと。
- (2) 数字での競争意識が強い組織風土であったこと。
- (3) リスク認識力が不十分であったこと。
- (4) グループとしてのガバナンスが不十分であったこと。

5 再発防止策

(1) ルールの明確化および社員研修の充実（2024年10月11日に公表した再発防止策を更新）

全ての郵便局でお客さまの個人情報の適切な取扱いが徹底されるよう、非公開金融情報等の取扱いに係るルールを明確化し、研修を実施。

特に管理者について、営業結果（数字）だけでなく、お客さま本位の活動を徹底するための社員の成長に繋げるマネジメントを実践するよう、研修等を継続的に実施。

(2) 評価方法の見直し

お客さま本位の活動を促進するため、郵便局社員の評価について、特定商品の営業結果（数字）に偏ることなく、お客さまとの信頼関係構築につながる活動と合わせて総合的に評価するよう見直し。

(3) モニタリングの強化 (2024 年 10 月 11 日に公表した再発防止策を更新)

郵便局における販売・活動等の客観的データを元に、非公開金融情報等を用いた不適切な来局誘致が行われた可能性のある事象を検知する等、モニタリングを強化。モニタリング等により把握したフロントラインの実態に基づき、施策・ルールの効果を検証し、リスクを早期に低減。

(4) 新商品導入時等のリスク審査の強化

新たな金融商品導入時に、郵便局で営業を行う際のリスク特性を踏まえた審査を強化。

(5) クロスセル同意の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

(2024 年 10 月 11 日に公表した再発防止策を更新)

グループの幅広い顧客接点でお客さまからの同意をいただく取り組みを促進するとともに、郵便局でその情報を参照・検索等に利用できるようなシステム環境を整備。

(6) ガバナンス強化

2 線による 1 線へのけん制機能を発揮させるため、グループ各社の 2 線統括部署の権限を強化し、コンプライアンス・リスク事象等の情報集約、分析・評価、対応策の検討を行い、必要なリスク対応を行うとともに、グループ全体としての統制を強化。