

## 小集団営業活動活性化のための投資措置試行実施の取組拡大

### 1 趣旨

外務社員の小集団営業活動をより活性化し、営業実績向上を目的として、市場性があり効果が見込まれる郵便局（班・センター）を対象に損益がプラスになる範囲内で費用（物件費及び人件費）を投入する投資処置を試行実施する取組を拡大する。

### 2 平成25年度試行局・班の選定

平成24年度の試行局（班・センター）に加え、新たに新規試行局（班・センター）を選定して取り組む。

#### (1) 試行局

ブロック別	継続		新規		合計
新潟ブロック	1局	白根	2局	新潟中、燕	3局
長岡ブロック	1局	長岡西	1局	十日町	2局
長野ブロック	1局	須坂	1局	上田	2局
松本ブロック	1局	飯田	2局	松本、穂高	3局
信越計	4局		6局		10局

※新規試行局は、次の①～③要件を十分に踏まえ、各ブロックで選定

- ①投資により、効果が見込まれる市場性のある地域があること
- ②班別損益や小集団営業活動が展開され、中小口営業実績が上向きであること
- ③人件費の計画推進が比較的順調で、投資措置の余裕があること

#### (2) 試行班・センターの選定

次の地域性や市場性のモデルを参考に、特定のエリアを面で営業を行うことで効率よく最大の効果が見込まれる班・センターを局で選定する。

地域性／市場性	エリアの特性と主なターゲット	取組と獲得を目指す商品
オフィス街エリア	企業の支店、事務所等が密集しているエリア	ゆうメール占有率向上、ゆうパック・レターパック獲得
特産品エリア	特産品の生産者や直売所等が密集しているエリア	ゆうパックシェア向上、取扱所契約、DM・タウン獲得
観光・温泉エリア	観光客が利用するホテル・旅館や土産店が密集しているエリア	取扱所増送、ゆうメール・レターパック・DM・タウン獲得

### 3 施策取組計画の策定

選定した班・センターについて、簡易損益に基づき、取組による新規収入見込と追加投入する人件費を局裁量で計画し、結果として損益がプラスとなるように取組む。

### 4 投資措置の内容

#### (1) 予算・物品の措置

局で策定した計画に基づき、必要な営業ツールや販売促進物品等がある場合は、事前連絡の上、支社に予算要求を行い、支社では既達経費（支社長裁量経費）の中から予算処置する。

(例) スキルアップ（管外研修、部外講師の派遣等）、インナー（報労品、事務用P C、営業ツール等）、アウター（販売促進物品、チラシ等）

(2) 要員の措置

局で策定した計画に基づき、曜日別要員配置計画の見直し等で営業時間等を確保する。

5 試行実施の評価

(1) 班・センターの評価

施策部分について、簡易損益により損益（①－②）がプラスになるかで評価する。

①収入＝新規利用個数×収入単価（ゆうパック及びゆうメールの班別損益単価）  
 ※継続試行班については、平成24年度の試行時に獲得した顧客の実績を含む。  
 ②費用＝追加措置した労働力＋使用した物件費

(2) 局業績評価

平成25年度郵便局業績評価指標「損益」における利益率目標を達成した場合に限り、投資を行った人件費及び労働時間（施策部分）について郵便局の評価から除外。

(3) 支社業績評価

支社業績評価上は人件費の控除は行わない。

(参考) 平成24年度の試行実施状況

(1) 実施局

各ブロックで1局を選定し、選定局で試行班を指定。

ブロック別	実施局	試行班（エリア属性）
新潟ブロック	白根局	1班
長岡ブロック	長岡西局	2班
長野ブロック	須坂局	1班、湯田中SC
松本ブロック	飯田局	4班

(2) 試行結果（平成25年2月末累計、単位円）

試行班（5班）中、4つの班が黒字（損益改善）となっているが、先行投資よりも収入確保を優先している班が多いのが実態。

班別	収入※	費用	損益
白根局1班	10,120円	12,600円	▲2,480円
長岡西局2班	327,820円	60,000円	267,820円
須坂局1班	116,700円	14,400円	102,300円
須坂局湯田中SC	337,880円	19,000円	318,880円
飯田局4班	102,020円	0円	102,020円

※収入は新規利用個数×収入単価（ゆうパック100円、ゆうメール20円）

(3) 損益改善以外の効果

チーム内で班員の損益への関心が高まり、営業に対する意識が向上した、獲得活動により特約商品に対する苦手意識がなくなった、など。

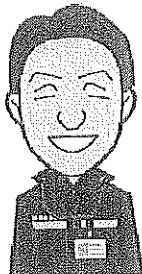
# 教えて！班長さん ~ゆうメール占有率向上

## そもそも占有率ってなに？



橋本さん

最近よく聞く「占有率」の考え方を教えて。



吉田班長

占有率はTDB(※)の企業数に対してゆうパックやゆうメールの利用顧客数がどのくらいのシェアを占めるかというものだ。

※帝国データバンク登録企業

郵便番号別に占有率を見ると、未利用事業所が多いエリアが把握できる。未利用事業所は他社利用の可能性が高いから、奪還営業のターゲットとなるんだ。



橋本さん

なるほど。占有率は  
利用顧客数÷TDB企業数  
というわけね。

## 班(チーム)の取組方法は？



河井さん

占有率向上のために班  
でどう取組むの？



吉田班長

郵便番号別の占有率から、班(チーム)で攻めるエリアを決めるんだ。特にオフィス街など企業の支店や店舗が集中するエリアがねらい目だね。

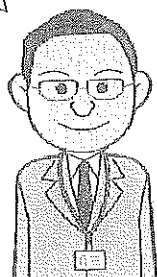
エリアを決めたら、役割分担やスケジュールなど取組計画を立てて、ヒアリングだ。他社メール便や宅配便を利用している事業所にぶつかれば、奪還営業のチャンスだよ。



河井さん

そうか。エリアを絞って集中営業するのね。集荷時間も設定しやすいわ。

ゆうメール特約やSPゆうメールを武器にすれば、ターゲットエリア締め出すことも夢じゃないよ。



佐久間課長



リバーシのように他社利用のお客さま(白)を我が社利用(黒)に全部ひっくり返せば占有率100%ですね。



小林副班長



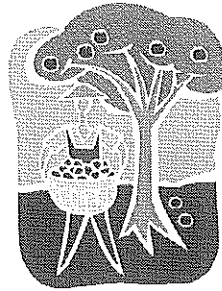
# 教えて！班長さん ～特産品シェア拡大

## そもそも特産品ってなに？



橋本さん

特産品ってカタログに載っている商品のこと？



吉田班長

特産品はゆうパックのターゲットとして、りんごや米などの農産品から加工品や工芸品も含まれるんだ。カタログ掲載の商品を提供しているお客さまもいるけど、狙い目は産直で荷物を発送しているお客さまだよ。

特産品の生産エリアは地域によって決まっているからエリアを絞りやすく、効率的に営業できるんだ。



橋本さん

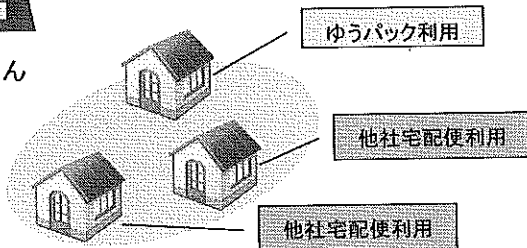
なるほど。市場に出荷しているもの以外に、産直で発送している荷物が狙い目ね。

## 班(チーム)の取組方法は？



河井さん

特産品をゆうパックで獲得するために班でどう取組むの？



吉田班長

特に農産品は、荷物として発送される時期が決まっているから、前年利用のお客さまには3か月前、1か月前、直前などこまめな声かけで、今年度もキープすることが重要だ。

既存顧客周辺のお客さまが狙い目で、他社利用なら奪還のターゲットになるよ。

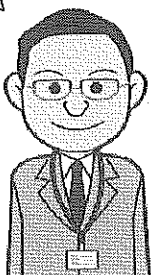
3か月前には班(チーム)で攻めるエリアや訪問計画を立ててヒアリングを開始しよう。



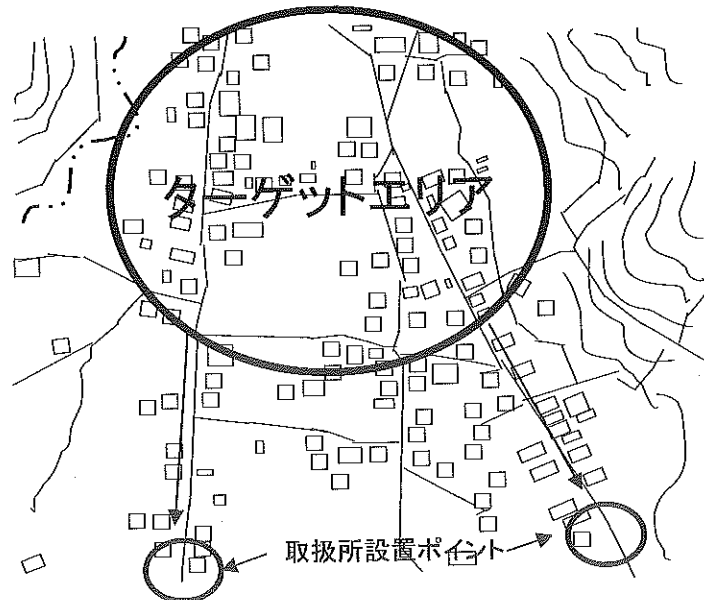
河井さん

そうか。エリアを絞って集中営業するのね。集荷時間も設定しやすいわ。

特産品は事業所の少ない集配センターの重要な収入源だよ。エリアを絞って効率的なオペレーションを敷こう。



佐久間課長



攻略エリアの道筋から要となる場所に取り扱所を設置すると、持込誘導ができ、集荷の負担軽減につながりますね。



小林副班長



ゆうパック  
集荷業務の効率化

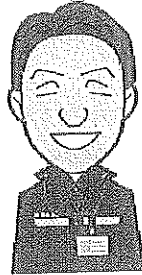
# 教えて！班長さん ～温泉旅館・ホテル攻略

## そもそも温泉地ってなに？



橋本さん

温泉地の旅館やホテルはどこが狙い目なの？



吉田班長

温泉地は旅館やホテルが密集していて、観光客のお土産品や荷物の発送がある場所なんだ。

また、集客のための販売促進にも力を入れているから、ダイレクトメールの発送も見込まれ、ゆうメールやタウンメールなどの提案営業も可能だよ。

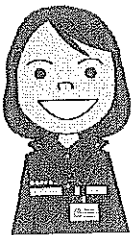
販売所や他社取次店になっている旅館やホテルも狙い目だね。



橋本さん

なるほど。ゆうパック、ゆうメール、切手やレターパックまで可能性があるのね。

## 班(チーム)の取組方法は？



河井さん

旅館やホテルというどんな切り口で、どう取組むの？



吉田班長

荷物の発送は他社利用でがっちりという旅館やホテルが多いから、切り口にも工夫が必要だね。

例えば、販売所契約している旅館やホテルにお土産品発送に全国どこでも500円だと、レターパックをお勧めするのはどうかな？

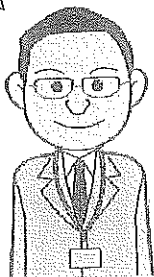
また、集客のための販売促進なら、これからの季節にかもめタウンやかもめDMもお勧めだよ。



河井さん

そうか。利用客を意識した提案で、旅館やホテルの心をつかむのね。

温泉地は事業所の少ない集配センターの重要な収入源だよ。エリアを絞って効率的なオペレーションを敷こう。



佐久間課長



攻略エリアの設定にはターゲットのほかに他社の営業拠点や支店(センター)からの距離も押さえる必要がありますね。



小林副班長

# エリア攻略のチーム取組フロー

社外秘

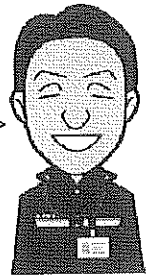
## 1 チームの作戦会議

◆ 決定した攻略エリアに基き取組計画を策定し、スタートに向けて準備

### ①取組計画の策定

ターゲットリスト…攻略エリア内にターゲットがいくつあるか  
 訪問担当者…ヒアリングは全員で、奪還・提案営業はSEMが担当する など  
 訪問スケジュール…ターゲット数と1日当りの活動量から、実施期限を設定

チームで決めて  
チームでやるぞ！



吉田班長

### ②スタートに向けた準備

ノックツール等…『見積りチラシ』、『レターパックチラシ』、『パッケージタウン』 など



ヒアリング話法等…アイキャッチャーの活用、ミニロープレの実施 など

## 2 チームの進ちよく管理

◆ 攻略エリアの白地図をはり出して、進ちよく管理見える化

100件プロジェクト攻略マップ

〇月〇日現在 占有率〇〇% 〇〇班



小林副班長

ルールを決めて  
進ちよく管理しよう。

攻略エリアから他  
社をしめだそう

### ①ヒアリングの見える化

ヒアリング済…  太枠

他社利用…  黄色枠

空家…  灰色

### ②奪還・成約の見える化

荷物等利用…  赤色

