

1 基本方針

新年挨拶での個人需要の維持・拡大と、法人に対する販促利用の提案営業の取組強化、オリジナル年賀、レスポンスを求めない年賀タウン等の新たな年賀利用の訴求により、年賀の減少トレンドに歯止めをかけ、反転に向けた基盤をつくる。

2 信越販売指標

93,478千枚 (対前年指標比 96.1%、対前年実績比 98.5%)

<参考:指標>

(千枚)

	2017	2018	
信越	97,229	93,478	96.1%
全国	2,891,000	2,777,000	96.1%

(表中商品を含む)

3 販売期間

2017年11月1日(水)～2018年1月5日(金)

4 重点取組等

(1) ビジネス年賀(年賀DM、年賀タウン)の需要拡大

ア ターゲット事業所

以下を参考に、各局で重点ターゲット事業所を選定し、オリジナル年賀の利用を含め積極的に販売勧奨

ポータルサイトに、事業別サンプル集・企画書を掲載する他、オリジナル年賀の概要資料、活用例等をポータル掲載し、お客さまへの勧奨に有効に活用

ターゲット	用途
塾	冬期講習、新年度対策、受験講座
飲食・衣料	冬季商品の各種セール、お年玉イベント・キャンペーンの案内
呉服店	成人式
美容・エステ	冬季の美肌、美顔、痩身等
旅行	オフシーズンの集客企画の案内
ウェディング、結婚式場	冬季のオフシーズンにおける集客イベント案内
不動産・リフォーム	新年のリフォーム案内
パチンコ店	改正法令施行前の集客イベント案内
銀行・証券会社	新春優遇キャンペーン
携帯電話	新年モデルの案内、新春キャンペーンの案内
コンビニ	クーポン等による近隣地域の集客、囲い込み
事業所の記念イベント	周年記念の案内、イベント・キャンペーンのお知らせ

※ 周年企業リストをポータル掲載

ターゲット	用途
自治体	ふるさと納税の納税者への新年挨拶状、マイナンバー普及促進案内、ご当地ナンバー施策の理解促進・PR
地域イベント・町内会	地域イベント、催事の周知

※ エリア局には、支社から送付する部会別ターゲット事業所一覧を送付。

No.	担当局	事業所名	郵便番号	住所	電話番号	勤業日	訪問			結果	特記事項
							電話	訪問	窓口		
1	〇〇	〇-ソソ〇〇店	※※※-※※※※	新潟県※※市※※	※※※※-※※-※※※※				〇		買受時に勤業済み 後追いま
2	〇〇	〇〇小学校							〇	△	10/10 再訪問予定
3	△△	〇-ソソ△△店									
4	△△	△△中学校									
5	△△	株式会社△△							〇		※※枚成約
6	□□	〇-ソソ□□店									
7	□□	□□小学校									
8	□□	□□中学校								△	アポイント取得 10/16 訪問予定
9	□□	□□株式会社									
10											

イ 年賀タウンの取組み

支社で入力して提供

各局（部会）で推進管理

○ 協賛型年賀タウン

一般の年賀タウンの他、「特殊詐欺防止」・「飲酒運転防止」等の地域貢献企画、「QRコード付のコラボタウン」等を積極的に提案、勧奨を実施

○ 「レスポンスを求めない年賀タウン」

集客を目的としたビジネス利用と異なり、レスポンス不要で継続利用も見込める新たな利用方法であることから、区内の情報収集を徹底し、積極的に取組む。（参考事例をポータル掲載）

マンション住民への町会行事等の参加案内、解体工事の近隣への事前案内、近隣企業・学校のイメージアップの挨拶

(2) 個人向け需要の維持、拡大

- ・ マイ顧客への勧奨（読むだけツール等を活用した全窓口での声掛け、外務社員によるお知らせ活動）の他、年賀状印刷サービス、お手軽年賀、手紙文化振興施策等を通じた個人需要の維持、拡大（きずなタウン等）
- ・ 52円で差し出しできる「お得感」を積極的にPR、LINEによる年賀作成サービス等による若年層・新規需要の喚起

対象	内容	備考
学校	・「手紙の書き方体験授業」の実施依頼 若年層の手紙離れの抑止	給与預入等、金融商品のノックツールとしても活用
地域サークル	・地域サークル等における「絵手紙教室」で利用勧奨、開催支援	講師派遣、教材等の要望等があれば、支社へ連絡
臨時出張所	・地域の行楽スポット、地域のイベント等での臨時出張所の開設	費用対効果を考慮して実施

(3) 年賀販売に向けた支援

ア 管理者等を対象とした専任講師による「DMセミナー」の実施

- エリアマネジメント局

研修：エリアマネジメント局営業戦略会議

日時等：9月28日（木） 信越郵政研修センター

出席者：郵便・物販担当副統括局長、郵便・物販担当副部長

- 単独マネジメント局

8月29日（火）、30日（水）、集営関係部長会議において実施

イ 各局で行う研修の支援、スキルアップのため、テキストをポータル掲載

- 「DMセミナー」テキストのポータル掲載

【主な内容】

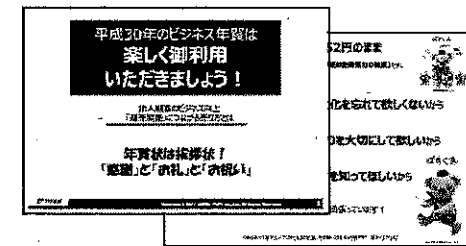
・手紙を使った販促とは ・地域特性を活かすにはどう使う 等

- 「2018年用年賀販売（窓口機能）の手引き」

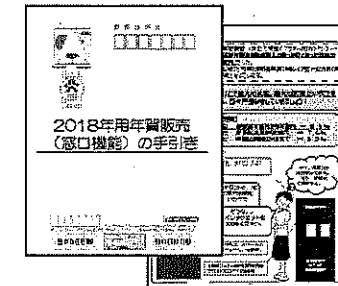
【主な内容】

・2018年用年賀発行概要 ・チャンネル別取組み 等

「DMセミナー」テキスト



「2018年用年賀販売（窓口機能）の手引き」



5 推進管理等

(1) ガイドラインの設定

年賀の販売時期は地域的に大きな波動があることから、管内ガイドラインは予め支社からは示さず、指標達成期待日を示す。これを受け各局が作成したガイドラインを機能別に合算したものを管内ガイドラインとする。

なお、年賀葉書のお届けが集中する販売初日（11/1）のガイドライン設定は行わず、11/10以降を初回とする。

(2) 郵便外務社員、郵便内務社員の推進管理

郵便外務社員の推進管理は、郵便内務社員と同様、個人指標は設定せず、班（チーム）指標による推進管理を行う。

班（チーム）指標等による推進管理を行うことから、グラフ等による個人実績の局内掲示は行わない。

ただし、班対抗、チーム対抗など個人を特定しない単位でのグラフ掲示により推進状況を把握することは差し支えない。

また、個人の顕著な営業成果を推奨するために成功事例として掲示することも差し支えないが、本人の同意を得た上で実施する。

(3) 旧集配センター併設局における旧集配センターと合算した推進管理の実施

旧集配センター統合局と同様、旧集配センター併設局の局長が中心となり、旧集配センターに勤務する社員の年賀販売に係る営業推進の管理を実施。

(4) エリア連携

年賀販売取組に関する協議、販売戦略の共有化に関するフロントライン営業協議会を開催し、営業活動について事前調整を行うとともに、以後、定期的に進捗状況を共有化。

単独マネジメント局及びエリアマネジメント局が一致協力し、新たなエリア一体での推進を促進するため、エリア単位での統一施策、インセンティブ等の実施等、両機能が連携した取組を推進。

6 指標達成期待日

○ 窓口機能 2017年12月26日（水） ○ 郵・物機能 2017年12月20日（木）

※ 管内のガイドラインは、各局で作成したものを機能別に合算し設定

7 インセンティブの実施

指標達成に向けた取組みを加速するため、機能別に以下の報労を実施予定

・ 11月末推進報労 ・ 早期達成 ・ 年賀タウン獲得報労

8 推進管理体制

- (1) 単独MG局及びエリアMG局が一致協力した新たなエリア一体での推進管理を徹底する。
- (2) ガイドラインを意識した販売活動を徹底する。
- (3) 新たなエリア加点評価（連携加点(新たなエリア単位推進状況等)）を実施。
- (4) 販売実績のカウント

項目	年賀販売 (払出事由201 ~203)	年賀状印刷 カタログ・Web・ ウェブキャラ年賀	DMファクト リー	お手軽年賀	喪中商品 (喪中はがき印 刷及びお手軽喪 中)	金融商品 バーター	Web受注 サービス	インターネット 通販	切手ショップ	有料・無料 交換
年賀販売枚数	○	○※	○※	○	○	×	○ (注文局)	○ (配達局)	×	×
年賀販売収入	○	○※	○※	○	○	※住友生命分 は含まない	○ (注文局)	○ (配達局)	×	×

※ 営業局が判明したものに限る。

- (5) 立替払いの代替策として、Web受注サービスを社員専用サイトとして開設。
- (6) 機能重視のマネジメント体制

郵便局		個局で指標を設定し、推進管理を図る (郵便物流機能)	部会で指標を設定し、推進管理を図る (主に窓口機能)
単マネ局	支店統合局、郵便専門局(郵便物流機能分)	○	
	支店統合局(窓口機能分:窓口営業部)		○
	旧集配センター統合局(郵便物流機能部分)	○	
	旧集配センター統合局(窓口機能部分)		○
	旧集配センター併設局(郵便物流機能部分)		○
	旧集配センター併設局(窓口機能部分)		○
	部未設置局		○
エリアMG局	窓口局		○
	旧集配センター統合局		○
	旧集配センター併設局(旧集配センター分も含む)		○

9 郵便切手類販売所に対する四面連刷葉書の売渡し方法等

- (1) 四面連刷葉書の売渡前に、販売先企業等の所在地や販売予定数等を記入した具体的な販売計画を販売所から提出。
- (2) 販売所が所在するエリアの地区統括局長または単独マネジメント局長（契約局長）は、その販売計画の内容が適切かどうか（※）を判断し、適切と認められる場合のみ四面連刷葉書を売り渡す。

※ 自家消費を目的としたものでないか、販売所での対面以外の方法で販売していないか、等

- (3) 詳細については改めて指示。