

ゆうちょ営業KPI設定の考え方

- 2019年4月のゆうちょの預入限度額変更に伴い、外部から懸念されている他金融機関からゆうちょへの資金シフトが起こっていないか、また反対に、郵便局のお客さまとの取引の起点である貯金が大きく減少していないか、その両方を確認していくための参考値として、総貯金純増額や定額・定期貯金新規預入額等のKPIを設定し、進捗管理を行っていきます。

◎ ゆうちょ営業KPI項目【信越支社】

区分		年初配分額等	対前年度比(差)
総貯金 純増額	担当顧客(部会・金融渉外機能)	101億円	▲65億円
	窓口お得意さま(局)	71億円	+6億円
定額・定期貯金新規預入額(局)		3,139億円	69.5%
定額貯金満期再預入率(局)		72.0%	±0
期中お得意さま化顧客数(局)		42,400人	27.1%

1 総貯金純増額

(1) KPI設定の考え方

お客さまとの長期的な取引関係を目的とし、顧客基盤の確保に向けて設定。
定額満期貯金の大幅な減少(対2018年度比で約4割)等があることを踏まえ、KPIを算出し設定(「窓口お得意さま」は機能別KPI設定はなし)。

(2) 配分方法

ア 流動性・定期性の預払別に設定し配分。

イ アの各計数を、過去のトレンドや利用顧客増減数等のほか、2019年度の変動要因(定額満期額等)等を加味し部会・局単位まで目標を算出。

2 定額・定期貯金新規預入額及び定額貯金満期再預入率

(1) KPI設定の考え方

○ 定額・定期貯金新規預入額

信越全体の定額・定期貯金新規預入額のKPIを3,139億円と設定。

このうち、個局に示すKPIは、預入原資別の「定額・定期貯金から」の2,525億円のみとし、満期再預入活動を中心に徹底して取り組むことにより達成可能なKPI水準を設定。

○ 定額貯金満期再預入率

これまでの満期再預入の取組結果を踏まえ、全国目標(一律72%)と同率でKPI設定。

(2) 定額・定期貯金新規預入額の配分方法

ア 預入原資別(「ニューマネーから」、「通常貯金から」、「定額・定期貯金から」)に区分。

イ 「定額・定期貯金から」の原資を踏まえて「局別」にKPIを算出。

3 期中お得意さま化顧客数

(1) KPI設定の考え方

定額満期顧客を中心とした局周のお客さまに対する継続アプローチ、親密度向上、お得意さま化による顧客基盤の確保のため設定(機能別KPI設定はなし)。

(2) 配分方法

局周のお客さまのうち、年金未利用(受給)対象者(61歳(女性)、65歳(男女)、66歳以上(男女))、定額満期保有顧客数により「局別」にKPIを算出。