

2019年度

販売方針

信越支社 郵便・物流営業部

1 販売方針

販売枚数に偏重した推進管理による不適正・非効率な営業活動を是正するため、2019年用年賀葉書販売方針を踏まえて、下記のとおり販売枚数指標を設定せず収入ベースで目標設定・推進管理を行う。

販売方針のポイント	内容
通年利用を見据えた営業サイクルへの転換	<ul style="list-style-type: none"> ・かもめ～る単体での推進管理ではなく収入目標の内数とする。 (郵便物流機能はメール販売系商品収入、窓口機能は郵便営業収入) ・販売枚数指標は設定しない。(ビジネスかもめ除く)
実需に基づかない販売の排除	<ul style="list-style-type: none"> ・第二種郵便物の引受通数からかもめ～るの需要を推計し、目標設定することで、適正営業を推進する。
成長余地のあるビジネスかもめの取組の更なる強化	<ul style="list-style-type: none"> ・ビジネスかもめについては、需要の拡大が見込めるため、枚数指標を設定する。 ・ターゲットリストを活用し、訪問状況を把握するなど、行動管理による推進管理に取り組む。
印刷会社等への不適正な販売の排除	<ul style="list-style-type: none"> ・四面は当初収入目標には含めない。 ・販売があった場合には別に基準を定めて、事後に目標を加算する。 (ただし、かもめタウン、DMファクトリー、職域かもめ、サンキュー♡かもめ、ポンタかもめのビジネス利用の提案により四面で成約となった場合は、単面としてカウントする。) ・Web受注サービスの配達局から営業局への付替は引き続き実施。実需に応じた適正営業を推進するため、利用券種は継続して「単面」に限定するとともに、1申込あたりの利用上限を1,000枚とする制限を設ける。

2 販売期間等

報道発表	4/25(木)15:00予定
発行日	5/30(木)
販売期間(四面連刷も同様)	5/30(木)9:00～8/23(金)24:00
簡易郵便局及び販売所への売渡開始日	5/24(金)9:00
簡易郵便局及び販売所からの等価交換の取扱い	8/26(月)～8/30(金)
くじ抽せん日	9/2(月)
くじ賞品引換期間	9/3(火)～2020/3/2(月)

2019年度かもめ～る販売方針

3 販売指標等

各販売指標については次のとおり。

項目	2019指標	前年実績比※
かもめ～る単面販売収入	397,420千円	89.8%
ビジネスかもめ枚数指標	2,995千枚	-

※2019年度よりビジネスかもめカウント方法が変更になったため、前年実績は取得不明

4 営業マネジメント体制

旧集配センター統合局及び旧集配センター併設局における営業マネジメントは次のとおり。

局種	内容
旧集配センター <u>統合局</u>	<ul style="list-style-type: none">・統合局長がマネジメント、指導、推進管理を行う。・ビジネスかもめ～るの枚数指標については、当該局へ両機能分を合わせて通知する。・販売実績は統合局として推進管理を行う。
旧集配センター <u>併設局</u>	<ul style="list-style-type: none">・受持局においてマネジメント、指導、推進管理を行う。・ビジネスかもめ～るの枚数指標については、受持局へ当該旧集配センター(郵便・物流)分を含めて通知する。・販売実績は受持局にて一体的に推進管理を行う。

2019年度かもめ～る販売方針

5 重点取組等

2019年度かもめ～る販売にあたっては、以下取組項目について重点的に取り組む。

なお、提案にあたっては、先方の意見・要望を把握しながら、郵便のみならず、ゆうちょ・かんぽ・物販・広告等様々な施策を複合的に提案。

項目	取組内容
ビジネス需要	<p>✓ ポータルサイト「かもめ～るのページ」に掲載する「ターゲットリスト」(事業所住所・名称等記載)に基づき、前年度ビジネス年賀、ビジネスかもめ～る成約事業所と合わせた勸奨を実施。</p> <p>✓ アプローチするターゲット事業所は、郵便・物流機能と重複しないよう、フロントライン営業協議会等で事前に情報共有。</p> <p>✓ 通常の夏季セール・イベントに加え、新元号「令和」特需(令和関連セール等)を見据えたかもめタウン等の提案。</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>獲得実績の高い業種を狙う</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 小売店 各種セール・夏物衣料、家電の販売促進 ② コンビニエンスストア 夏メニューのお知らせやアルバイト募集(求人かもめ)特にローソン店舗に対しては、「ローソンパッケージかもめ」の提案 ③ サービス業 夏のレジャー・旅行の利用勸奨や理・美容店の夏メニューの利用勸奨 ④ 飲食店 「冷やし中華はじめました!」、「ビール冷えてます!」、「暑い夏を乗り切るスタミナ料理!」など夏期需要をPR </div>

個人需要

✓ 窓口における積極的な声かけ及び「みせる営業」を徹底(「読むだけツール」の活用、パック販売、お手軽かもめ～る等付加価値商品)

ターゲット	勸奨内容
通常葉書のご購入	かもめ～るはくじ付きである旨勸奨
転居届のご利用	引越し、新居、異動、転職のお知らせ
慶事用切手のご購入	結婚、新居のお知らせ
住所変更手続きのご利用	引越し、新居、異動、転職のお知らせ

ターゲット	勸奨内容
氏名変更手続きのご利用	結婚、新居のお知らせ
学資保険のお申込み(0歳)	子どもが産まれたことのお知らせ
赤ちゃんを連れてくるお客さま	子どもが産まれたことのお知らせ

2019年度かもめ～る販売方針

項目	取組内容
地域連携	<p>✓ 小学校、中学校及び高等学校に対する「手紙の書き方体験授業」支援のご案内と併せた施策提案(昨年度実施いただいた学校等には必ず声かけ)。 【施策例①：サンキュー♡かもめ】</p> <p>直接伝えられない家族等への『日頃の感謝の気持ち』を、かもめ～るを書くことで伝える。 2019年は『令和元年』であることも相まって、記念として長く残るサプライズはがきに。 学校へのはがきの無償配布のあたり、スポンサーとなる協賛事業所を募集し、事後等に協賛事業所一覧等とともに保護者あて送付等。</p> <p>スポンサー事業所等 → かもめ～る寄附 → 授業等で活用 → 家族への暑中見舞いに</p>
	<p>【施策例②：防犯関連(いかのおすし、児童虐待)】</p> <p>いかのおすし(防犯啓発)や児童虐待など、社会的ニーズが大きいテーマでスポンサーとなる協賛事業所を募集。 また、地元の学校等にかもめ～るを寄附してもらい、児童による「家族への約束」が書かれた暑中見舞いはがきを家族等へ届ける。</p>

2019年度かもめ～る販売方針

6 四面連刷の実績・目標加算

四面連刷については、当初収入目標に配分しないこととしているが、販売があった場合、事後に実績と目標を加算することについての配算は以下のとおり。※ 枚数は販売期間累計。加算タイミングは月次。

- 加算実績⇒100%
- 加算目標⇒下表のとおり

算出順	販売枚数	対象郵便局の加算目標割合	
		窓口機能	郵便物流機能
①	1,000枚以下の部分	0%	90%
②	1,000枚超え4,000枚以下の部分	90%	90%
③	4,000枚超え10万枚以下の部分	95%	95%
④	10万枚超えの部分	100%	100%

※1：四面連刷の販売時の手間(コスト)を考慮することを趣旨としていることから、加算の対象局は、実際に販売を行った郵便局とする

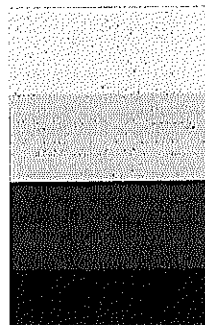
※2：上記の加算については、本年度の暫定的な取り扱いとし、次年度以降、結果を踏まえ、見直しを行うこととする。

※3：本社案件の四面連刷購入分(お手軽かもめ等の物販商品や住友生命等)については、単面実績として取り扱うため、上記、加算目標割合の対象外。
なお、住友生命等の実績については支社または本社実績とする。

《加算目標算出例》

窓口機能の郵便局で累計15万枚を販売した場合に、最終的に加算される収入目標対象枚数

$$\begin{aligned}
 &① 1,000枚 \times 0\% = 0枚 \\
 &② 3,000枚 \times 90\% = 2,700枚 \\
 &③ 9.6万枚 \times 95\% = 91,200枚 \\
 &④ 5.0万枚 \times 100\% = 50,000枚 \\
 &\text{合計(①～④)} = 143,900枚
 \end{aligned}$$



算出順④：10万枚超の部分そのまま(100%)カウント
⇒ 5万枚

算出順③：4,000枚超10万枚以下の部分は、95%のカウント
⇒ $(100,000 - 4,000) \times 0.95 = 91,200$ 枚

算出順②：1,000枚超4,000枚以下の部分は、90%のカウント
⇒ $(4,000 - 1,000) \times 0.9 = 2,700$ 枚

算出順①：1,000枚以下の部分はカウントしない(0%)
⇒ $1,000 \times 0 = 0$ 枚

2019年度かもめ～る販売方針

7 かもめ～る不適正営業の排除

- ①コンプライアンス研修の実施 ※研修資料はポータルサイト「かもめ～るのページ」に掲載、実施状況を記録。
- ②内部通報窓口の周知・徹底 ※行き過ぎた営業指導や不適正営業の疑いのある事案等を通報。
- ③金券ショップ持込み対策 ※本社等で金券ショップの店頭調査を実施及びくじ番号から納入先を把握し、調査。
- ④web受注サービスの活用 ※販売代金を社員が立て替える行為を禁止、web受注サービスを活用。
- ⑤交換を前提とした購入の抑止 ※交換の申出の際に領収書の提出を求める等の協力を依頼。
- ⑥等価交換実績データの確認 ※販売所への水増し売渡による不正な実績のかさ上げを防止。

不適正営業に関する事件事例(2018年度年賀はがき販売)

金券ショップの店頭調査で発覚

発生日	発生局	件名	概要	内容
2018/11/2	O局	実需のない自社商品の買取	年賀葉書 1,000枚	郵便部社員は自ら昨年並みの実績を確保するために、実需のない年賀葉書を購入し、金券ショップに持ち込み換金した。
2018/11/1	T局		年賀葉書 1,200枚	郵便部社員はお客さまからの予約分を立替えたが、キャンセルとなった分の処理方法が分からず、金券ショップに持ち込み換金した。
2018/11/1	K局		年賀葉書 1,000枚	集配営業部社員は販売実績を確保するために、実需のない年賀葉書を金券ショップに送付し、換金した。
2018/11/1	N局		年賀葉書 2,000枚	集配営業部社員は販売実績を確保するために、実需のない年賀葉書を金券ショップに持ち込み、換金した。

いずれの事例も上司等からコンプライアンスの指導を受け、不適正な取扱いであることを認識していた。

2019年度かもめ～る販売方針

8 インセンティブ

ビジネスかもめ～る販売のモチベーション向上のため、次のとおりインセンティブを設定する。

対象機能	項目	内容
窓口機能	ビジネスかもめ販売枚数指標 達成インセンティブ	ビジネスかもめ販売枚数指標を達成した地区連絡会に対してインセンティブを措置。 1位：50,000円 2位：30,000円 3位：20,000円 4位～8位：各15,000円 9位～：各10,000円 ※ 順位は指標に対する推進率で判定。
窓口機能 郵便・物流機能	ビジネスかもめ アフターフォローインセンティブ	年賀タウン、DMファクトリー、職域かもめ、サンキュー♡かもめ、ポインタかもめ獲得事業所に対し、アフターフォローを兼ねたヒアリングを実施。かもめ～る獲得枚数に対してインセンティブを措置。 ※ただし、全ヒアリング項目が正しく記載されている場合に限る。

チャンネル	取組
<p>すべてのチャンネル</p>	<p>1 かもめ～る営業マネジメント</p>
	<p>2 営業スキルの習得・ツールの活用等 各商品・サービスの特徴、営業話法の習得、販促ツールの活用方法等について、事前に勉強会等を開催して社員の営業知識を向上させ、各チャンネルに所属する社員が、販促ツールを活用した営業活動を行うことを徹底。</p>
	<p>3 お知らせ活動 (1) チラシ・購入申込書の配布・声かけ等のお知らせ活動を徹底し、お客さまからの申出に基づき予約を受付。 (2) 販売開始日以降、窓口においては、全窓口での声かけ・「みせる営業」等、基本動作を徹底。</p>
	<p>4 お客さま獲得に向けた取組 (1) 前年度以前にかもめ～るを購入いただいた顧客への勧奨(囲い込み)の徹底 前年度購入顧客リストに基づき、事前に声かけ担当・営業担当等を割り振り、購入申込書を活用した声かけ営業を行い、囲い込みを実施(勧奨漏れの防止)。 (2) 新規顧客獲得に向けた取組 郵便局・班(チーム)ごとに新規ターゲット顧客(事業所を含む)をリスト化し、新規顧客を計画的に獲得。 別にポータルサイト「かもめ～るのページ」に掲載する事業所名・住所等を記載した「ターゲットリスト」を活用し、局区内の新規顧客の洗い出しを実施。 特に、ビジネスかもめ獲得にあたっては、提案先事業所の業種業態、ニーズに応じた商品(かもめタウン・かもめDM等)を提案。 (3) 社員同士(機能別等)による競合営業の防止 同一事業所(ターゲット)に対する社員同士による競合営業は非効率であることから、フロントライン営業協議会等においてターゲット事業所と担当者の割り振りについて、十分に協議を行い、効率的な営業活動を展開。</p>
	<p>5 ビジネスかもめの取組 事業所を対象にした営業活動を速やかに開始。</p>
	<p>6 かもめ～るの一体営業 単独マネジメント局とエリアマネジメント局とが一体となった営業を促進するため、営業活動開始前までにフロントライン営業協議会を開催し、事業所への提案営業のほか、取組に関する協議、販売戦略の共有化、円滑なコミュニケーションによる需要創出につなげるため、以下の取組を徹底。 (1) 営業活動の事前調整等 ア 各局が保有している顧客リストについて情報共有を図り、営業活動の重複を回避。 イ フロントライン営業協議会等において、販促ツールの使用方法や営業訪問等に関する研修を実施。 ウ 購入申込書の配布時期、エリア等を事前調整し、効果的に配布。 (2) エリア連携施策 新たなエリア単位における営業推進の深化を図るため、フロントライン営業協議会を開催し、コミュニケーションを深化及びエリア連携施策を策定の上、販売活動を実施。</p>

チャンネル別営業活動

チャンネル	取組
すべてのチャンネル	<p>7 Web受注サービスの活用等 立替払いでの販売はできないことを社員に周知。 なお、区外営業は推奨しませんが、営業エリア外の知人・親戚等へ販売する場合は、「社員専用Web受注サービス(※)」を活用。実需に応じた適正営業を推進するため、利用券種は継続して「単面」に限定するとともに、1申込みあたりの利用上限を1,000枚とする。 ※ 「社員専用Web受注サービス」の注文画面は、別途、ポータルサイト「かもめ〜るのページ」に掲載。 ※ FAX番号等の事前確認のため、注文開始前に配達局宛にFAX送信テストを実施。 サービス開始時期及びFAX送信テスト時期等については、おって、適正営業の推進に向けた取組の指示の中で、本社から別に周知。 ※ 配達局において管理画面から個局の受注状況を確認できる管理サイトを活用し、遅滞なくお届けを実施。</p> <p>8 販売拡大のアプローチ</p> <p>(1) 協賛型かもめタウン (ア) 地元警察署等と連携し、地元事業所等からの協賛を得る「特殊詐欺防止」・「児童虐待」・「熱中症防止」タウン等の協賛型かもめタウンの利用拡大を図る。 (イ) 地元事業所等をスポンサーとして、学校等へかもめ〜るを教材として寄付・活用してもらおう取組「サンキュー♡かもめ」によりビジネス利用及び手紙振興施策の拡大を図る。 【サンキュー♡かもめ】 手紙振興施策を絡めた、企業と地域をつなぐ新たな取組。小・中学校の学区内の個人事業主等にかもめ〜るの協賛を募り、「サンキュー♡かもめ」として児童・生徒から家族への想いをサプライズの暑中見舞いで届けるもの(特に改元後初の手紙に触れる機会を訴求)。</p> <p>(2) レスポンスを求めないかもめタウン マンション住民への町会行事参加のお知らせや、近隣企業、学校のイメージアップの挨拶に使用するかもめタウン。</p> <p>(3) 手紙振興施策との連携 小学校、中学校、高等学校等を対象とした「手紙の書き方体験授業」支援や、幼稚園、保育園、認定こども園を対象とした「お手紙ごっこ遊び」支援は、教師及び保育士等と直接お会いできる絶好の機会であることから、教師から児童・生徒に送る等、かもめ〜るをご利用いただくためのトップセールスに活用。</p> <p>(4) 好取組事例の横展開 各地区連絡会・部会・郵便局で実施している好取組事例を営業タイムズ等で随時ポータルサイトへ掲載するので、自局のかもめ〜る営業に展開。</p>

チャネル別営業活動

チャネル	営業活動	ターゲット	ツール																
窓口 (支店統合局においては、窓口営業部、金融渉外部及び郵便関係部と調整して実施)	<p>1 基本動作の徹底</p> <p>(1) 全窓口での声かけ等、基本動作を徹底 お知らせ期間、販売期間に合わせ、購入申込書・チラシ等を手交付の上、一声を添える営業を実施し、他の郵便商品をご利用・ご購入の際にも必ず声かけを実施。 特に、下表のお客さまには、漏れのない声かけを実施し、かもめ〜る利用のニーズを確認の上、勧奨。また、郵便窓口だけでなく、貯金・保険の窓口と連携した全窓口での声かけを実施。</p> <table border="1" data-bbox="456 472 1406 852"> <thead> <tr> <th data-bbox="456 472 801 517">ターゲットのお客さま</th> <th data-bbox="801 472 1406 517">かもめ〜るの利用のきっかけ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="456 517 801 561">通常葉書の購入</td> <td data-bbox="801 517 1406 561">くじ付きのかもめ〜るの利用勧奨</td> </tr> <tr> <td data-bbox="456 561 801 606">転居届のご利用</td> <td data-bbox="801 561 1406 606">引っ越し、新居、異動・転勤のお知らせ</td> </tr> <tr> <td data-bbox="456 606 801 651">慶事用切手の購入</td> <td data-bbox="801 606 1406 651">結婚や新居のお知らせ</td> </tr> <tr> <td data-bbox="456 651 801 695">住所変更手続きのご利用</td> <td data-bbox="801 651 1406 695">引っ越し、新居、異動・転勤のお知らせ</td> </tr> <tr> <td data-bbox="456 695 801 740">氏名変更手続きのご利用</td> <td data-bbox="801 695 1406 740">結婚報告や新居のお知らせ</td> </tr> <tr> <td data-bbox="456 740 801 785">学資保険の申込み(0歳)</td> <td data-bbox="801 740 1406 785">赤ちゃんが生まれたことのお知らせ</td> </tr> <tr> <td data-bbox="456 785 801 852">赤ちゃんを連れていらっしゃるお客様</td> <td data-bbox="801 785 1406 852">赤ちゃんが生まれたことのお知らせ</td> </tr> </tbody> </table> <p>(2) 「読むだけツール」やPOP等を窓口へ常備・設置し、窓口社員(期間雇用社員等含む)全員での声かけを実施。管理者は日々の声かけ状況等を踏まえ、社員を指導。</p> <p>(3) お知らせ期間(～5/29(水))、販売期間(暑中・残暑期間等)に合わせ、窓口ディスプレイを切り替え、かもめ〜るの雰囲気盛り上げる「みせる営業」を実施。</p> <p>(4) パック販売、フック販売及びボリューム販売による買い増し話法を実施。(バラ売り→10枚単位での販売を推進)</p> <p>(5) 前年度以前における年賀葉書及びかもめ〜るの購入顧客リストを活用した声かけを徹底。</p> <p>2 付加価値商品の販売強化 お客さまのニーズを捉え、お客さまのニーズにあった付加価値商品(お手軽かもめ、印刷サービス)を提案。</p> <p>3 局周辺への訪問活動の実施 局周辺の「お知らせ⇒(予約)⇒販売」の実施。</p> <p>4 事業所への挨拶需要の喚起</p> <p>5 リストアップ事業所への販促利用(かもめタウン・DM等)の提案営業を実施。 営業統括本部等との事業所への同行訪問を適宜実施、利用事業所へのフォロー活動も実施。</p> <p>6 企画提案(自治体、結婚式場、写真館、町内会、学習塾等)の実施。</p>	ターゲットのお客さま	かもめ〜るの利用のきっかけ	通常葉書の購入	くじ付きのかもめ〜るの利用勧奨	転居届のご利用	引っ越し、新居、異動・転勤のお知らせ	慶事用切手の購入	結婚や新居のお知らせ	住所変更手続きのご利用	引っ越し、新居、異動・転勤のお知らせ	氏名変更手続きのご利用	結婚報告や新居のお知らせ	学資保険の申込み(0歳)	赤ちゃんが生まれたことのお知らせ	赤ちゃんを連れていらっしゃるお客様	赤ちゃんが生まれたことのお知らせ	<ul style="list-style-type: none"> ●局窓口来局層(40代以上中心) ●リストアップ事業所(利用意向・実績の高い業界) 	<ul style="list-style-type: none"> ・かもめタウンチラシ/かもめDMチラシ ・DMサンプルはがき ・購入申込書 ・アイキャッチバッジ ・企画書テンプレート(イントラ掲載) ・B2ポスター ・フック販売用パック袋 ・カウンターシート(イントラ掲載)
ターゲットのお客さま	かもめ〜るの利用のきっかけ																		
通常葉書の購入	くじ付きのかもめ〜るの利用勧奨																		
転居届のご利用	引っ越し、新居、異動・転勤のお知らせ																		
慶事用切手の購入	結婚や新居のお知らせ																		
住所変更手続きのご利用	引っ越し、新居、異動・転勤のお知らせ																		
氏名変更手続きのご利用	結婚報告や新居のお知らせ																		
学資保険の申込み(0歳)	赤ちゃんが生まれたことのお知らせ																		
赤ちゃんを連れていらっしゃるお客様	赤ちゃんが生まれたことのお知らせ																		

チャンネル別営業活動

チャンネル	営業活動	ターゲット	ツール
郵便外務社員	1 前年度かもめ～る購入顧客の囲い込み(購入動向の把握)を計画的に実施。 2 新規需要創出のため、局区内のターゲット事業所等へのビジネスかもめや挨拶利用を内容とする営業活動を積極的かつ計画的に実施。 特に、ビジネスかもめ獲得にあたっては、提案先事業所の業種業態、ニーズに応じた商品(かもめタウン・かもめDM等)を提案。 3 ターゲットとなる事業所の選定に当たっては、別にポータルサイト「かもめ～るのページ」に掲載する事業所名・住所等を記載した「ターゲットリスト」を最大限活用するとともに、局外作業中においても、積極的に新規店舗等の情報収集を実施。	●前年度かもめ～る購入顧客等 ●利用意向・実績の高い業界(飲食業、小売業、サービス業等未利用事業所)	・かもめタウンチラシ/かもめDMチラシ ・DMサンプル集 ・購入申込書 ・アイキャッチャー ・企画書テンプレート(イントラ掲載)
営業統括本部等	<u>《販促利用の提案営業が軸》</u> 1 郵便外務社員の情報に基づく提案営業。 2 エリアマネジメント局との同行訪問営業。 3 利用事業所へのフォロー活動。 4 ゆうパックの提案営業時におけるかもめ～るを利用した販促利用提案の実施。	●既利用事業所 ●利用意向・実績の高い業界(郵便外務社員等の情報等を活用)	・企画書テンプレート(イントラ掲載) ・かもめタウンチラシ/かもめDMチラシ ・DMサンプル集 ・販促セミナー、管理者研修
郵便内務・共通社員	各種申請の受付時、出入り業者との対応時、お問い合わせ照会等の電話によるお客さまとの接点を確保し、販売活動を実施。 ※営業エリア外顧客には、web受注サービスを活用して販売。	●前年度かもめ～る購入顧客等	・購入申込書 ・アイキャッチャー ・カウンターシート(イントラ掲載)

チャネル別営業活動

チャネル	営業活動	ターゲット	ツール
販売所	<p>1 基本動作 「切手類買受時にかもめ〜るの買受勧奨」、「週一回の在庫状況確認のフォロー」、「土日休日対策として販売所案内の掲示」を徹底。</p> <p>2 事前訪問 可能な限り売渡期間前に販売所へ訪問の上、かもめ〜る概要の提供、前年売渡データを参考に買受枚数を提案。</p> <p>3 販売所への買受依頼等 ア 昨年度の販売所買受実績を確認し、以下のとおり販売所へ依頼。 (ア) 販売実績のある販売所 昨年の販売実績をもって買受を依頼し、維持・拡大を実施。 (イ) 販売実績のない販売所 トライアルで「店頭においていただくこと」を依頼。 イ 以下の取組を徹底。 (ア) 前売渡日(5/24(金))前までにポータルサイト「かもめ〜るのページ」に掲載する「販売所への買受勧奨及び販売促進ツールの交付等」に従って、売渡局からかもめ〜るの概要資料と販促ツールを交付し、昨年の販売実績から買受枚数の提案を実施。 (イ) 休日に営業している郵便切手類販売所の認知度を上げるため、窓口、ATMコーナーなどにエリア内の郵便切手類販売所マップ等を掲出。 (ウ) コンビニ本部からコンビニ店舗へかもめ〜る商品情報を配信しているので、売渡局からも販売者(店舗オーナー)へ積極的に勧奨。 ウ ローソンパッケージかもめ ローソン店舗に対しては、ローソンパッケージかもめをもれなく提案。</p> <p>【銀行口座送金決済サービスの取扱い(※窓口機能)】 他局を買受局とする販売所が、2019年度のくじ付き葉書の買受代金支払方法として銀行口座への払込みを希望した場合は、ポータルサイト「かもめ〜るのページ」に掲載する手順書を確認してください。</p> <p>【四面連刷の取組】 四面連刷の買受を希望する販売所に対し、事前に販売計画等を記載した書面の提出を求めます。 なお、詳細は別途通知しますが、当該書面については支社・本社まで速やかに報告。</p>	<p>●販売所利用層 (20〜40代中心)</p> <p>●未買受販売所</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 20px;"> <p>(本社が商品情報の連絡を行うコンビニ本部) セブン-イレブン ローソン ローソンストア100 ファミリーマート ミニストップ デイリーヤマザキ ポプラ ローソン・スリーエフ セイコーマート</p> </div>	<p>販売所用ポスター 販売所用チラシ ガクタシート(イトナ印刷) (のり)</p> <p>※掲載枚数に限りがあるため、掲出は努力及効果的と認められる販売所に対し、重要時期は掲載枚数の調整を許可。</p>
簡易局	<p>1 簡易郵便局は重要な販売チャネルのため、売渡の勧奨を積極的に実施。</p> <p>2 売渡の際には『読むだけツール』を交付し、活用していただくよう依頼。</p>		

2019年4月24日(水)

郵便・物流営業部

1 指標設定の考え方

- (1) 2019年用年賀はがき販売方針を踏まえ、**実需に基づかない販売を根絶**し、収入ベースで指標設定・推進管理を行う。
- (2) 個人利用が減少トレンドの中、ビジネス利用は需要拡大が見込めるため、**収入目標の内数として、枚数指標を設定**する。
- (3) 個人向けには、お知らせ・声かけ活動の徹底により、前年維持を目指す。
- (4) 指標配分には四面連刷は含めない。

2 過去3年間における実績傾向

	合計									機能別					
	収入(円)						ビジネスかもめ(枚)			郵便・物流機能			窓口機能		
	指標	機能別割合		単面のみ実績	機能別割合		実績	機能別割合		指標	単面のみ実績	実績	指標	単面のみ実績	実績
		郵便	窓口		郵便	窓口		郵便	窓口						
2018年度	523,342,000	58.3%	41.7%	442,395,358	55.2%	44.8%	3,032,815	76.4%	23.6%	305,002,800	244,102,122	2,316,612	218,339,200	198,293,236	716,203
2017年度	510,650,600	57.6%	42.4%	444,345,754	56.2%	43.8%	3,293,111	75.0%	25.0%	293,898,600	249,672,078	2,471,198	216,752,000	194,673,676	821,913
2016年度	447,813,600	56.6%	43.4%	392,424,448	54.3%	45.7%	3,693,291	75.8%	24.2%	253,656,000	213,050,708	2,799,360	194,157,600	179,373,740	893,931

3 指標算出基準

①単面収入目標について、過去3年間実績を踏まえ、機能別にシェア割り(単位：千円)

	2019指標(案)	シェア	2018実績比
窓口機能	174,865	44.0%	88.2%
郵便機能	222,555	56.0%	91.2%
計	397,420	100.0%	89.8%

②ビジネスかもめ枚数指標について、過去3年間実績を踏まえ、機能別にシェア割り(単位：千枚)

	2019指標(案)	シェア	2018実績比
窓口機能	599	20.0%	83.7%
郵便機能	2,396	80.0%	103.4%
計	2,995	100.0%	98.7%

過去3年間の平均

指標		単面実績		ビジネス	
郵便	窓口	郵便	窓口	郵便	窓口
57.5%	42.5%	55.2%	44.8%	75.7%	24.3%

過去3年の機能別傾向に基づき、今年度の単面収入目標及びビジネスかもめ枚数目標を策定。

なお、ビジネスかもめについては、郵便機能の機動力を最大限活用し、拡大していくこととする。

2019年度 かもめ～る販売指標等算出要素

□かもめ～る単面販売収入

信越支社 397,420千円 実績比89.8% 【内訳】 郵便・物流機能 222,555千円 実績比91.2% 窓口機能 174,865千円 実績比88.2%	郵便・物流機能	窓口機能
	過去3年の実績及び、管理者・外務社員数、事業所数、世帯数により算出	過去3年間の郵便営業収入額(真水)におけるかもめ～る販売額の平均シェアを各局の郵便営業収入額(真水)に乗じて目安額を算出

□ビジネスかもめ枚数指標

信越支社 2,995千枚 【内訳】 郵便・物流機能 2,396千枚 窓口機能 599千枚	郵便・物流機能	窓口機能
	2018ビジネス年賀単面枚数実績シェアにより算出	2018年度ビジネスかもめ～る平均成約枚数×事業所数及び2019年用ビジネス年賀平均成約枚数×事業所数を要素として算出