

1 物販事業の営業活動について

物販事業はこれまでも多くのお客さまにご利用いただいているサービスであると共に、全国の各地域の商品提供者の方との繋がりも深く、地方創生に貢献している事業です。したがって、お客さまへ物販商品等のご案内を中止することは、お客さまサービスの低下につながるるとともに、地方創生の役割が不十分になると懸念されることから、お客さまへの物販・広告に関する商品・サービス案内は、適正な営業活動に配慮しながら継続して実施します。

2 9月以降の実績フィードバック方法

実績のフィードバックは継続しますが、「目標額」・「推進率」・等の表示等、
強制的な営業活動につながるフィードバックは中止

<見直し基準>

継続しないもの	過度の営業活動につながるもの、社員のプレッシャーとなるもの ・ 目標額、推進率、日伸、月伸、順位、ガイドライン（販売目安）、 個人別実績等のフィードバック ・ メールや電話でのフィードバック及び目標・前年実績必達に向けた督励
継続	事実を周知するもの ・ 実績額、販売個数、前年実績、対前年比、DM回収率等のフィードバック ・ ポータルサイトへの実績掲載

3 支社主催インセンティブ

9月以降に期間がまたぐもの、また、9月以降実施するものは中止

継続しないもの	指標達成、順位付け等、定量的なものを評価基準としているもの 例：推進率上位▲局へ交際費付与
継続	商品企画概要、デザイン性等、定性的なものを評価基準としているもの 例：POPのデザイン性を審査し、優れた作品を作成した局へ交際費付与

※ ブロック・地区・部会主催のインセンティブも同様です。上記基準に基づき、該当するものは中止してください。

4 その他

- ① 研修会、販売促進キャンペーン、カタログのDM発送等はこれまでどおり継続します。
- ② 研修会、会議終了後の飲食を伴う意見交換会は開催しないでください。

2019 年度物販事業に関する営業取組について

2019 年 8 月 16 日

物販ビジネス部

1 目標設定及び営業推進管理の中止について

今年度の物販事業（物販連結売上高、広告ビジネス）について、2019 年 9 月から 2019 年度末までの間、目標設定しないこととし、営業推進管理は中止します。

2 理由

現在、かんぽ営業に関するお客さまからの信頼回復のため、全社を挙げてお客さま対応を行っているところであり、特に今後各種調査が本格化することから、9 月以降は郵便局において、お客様対応を最優先するため実施するものです。

3 物販事業の営業活動は継続します

物販事業はこれまでも多くのお客さまにご利用いただいているサービスであると共に、全国の各地域の商品提供者の方との繋がりも深く、地方創生に貢献している事業です。

今回の対応のために、お客さまへ物販商品等のご案内を中止することは、お客さまサービスの低下につながるとともに、地方創生の役割が不十分になると懸念されることから、お客さまへの物販・広告に関する商品・サービスの案内は、適正な営業活動に配慮しながら継続して実施します。

また、営業活動は継続しますので、お客さま向けの商品販売キャンペーン、お客さまへの商品ご案内（カタログの DM 発送等）、窓口で POP 等を活用した PR もこれまでどおり実施します。

4 2020 年度以降の営業取組み

算定方法等を見直しの上、2020 年度以降の営業目標を設定する方針です。

2019 年度物販事業に関する営業取組について（社員周知用の Q&A）

通番	照会	回答
1	営業活動は継続というが、目標設定が中止になっている状況で、どこまでやればいいのか。	<p>お客さまへの商品・サービスご案内について、従前と変わるものではありません。窓口でおススメの商品をお声がけしたり、POP等を活用した商品PRは引き続き行います。</p> <p>また、商品の体験会等、営業スキル向上を目的とした研修も引き続き実施します。</p>
2	目標設定中止というのはどういうことか。	郵便局毎に設定されている物販・広告の目標額が示されなくなるとともに、例えば「お歳暮カタログは〇〇局は〇〇円販売」といった、個別商品の指標も示されなくなります。
3	目標がないのだから営業する必要はないのではないか。	郵便局運営は、お客さまにご利用いただくことで成り立っています。それゆえ、より多くのお客さまにご利用いただけるよう、郵便局の商品・サービスをご案内することは大切なことです。目標設定がなくても、商品・サービスのご案内は継続していきます。