

## 2020 年用年賀葉書の販売方針等

## 1 基本方針

年賀は日本が誇る文化であり、年賀葉書の販売は、日本の文化のためのみならず、郵便事業の経営を支える意味でも会社にとって重要な営業施策となっている。特に、短期間で効率的な収入確保ができ、大きな利益源となっていることから、年賀営業の重要性については今後とも変わりはないところである。

しかしながら年賀はがきの需要は、人口減少や外的要因等により、減少トレンドが進むと考えられる。このため、年賀営業について、「年賀はがきを売る」というスタンスから「年賀状を差し出していただく」へ見直しを継続して取り組み、新規需要につながる取組を拡大していく必要がある。

また、今年度についても実需に基づき、適正な販売に取り組んでいくこととする。

## 2 信越販売指標

年賀販売収入目標 | 3,523 百万円 (対前年指標比 108.4%、対前年実績比 86.3%)

※実需に近い目標設定とするため、引受・配達をベースに各支社に配算

ビジネス年賀枚数目標 | 16,135 千枚 (対前年実績比 90.1%)

## 3 販売スケジュール等

2019年		2020年	
9月2日(月)	報道発表	1月10日(金)	販売終了
9月2日(月)	年賀状印刷申込受付開始	1月14日(火)～1月17日(金)	販売所からの等価交換の取扱い開始
10月15日(火)	四面連刷売渡し開始(午前9時から)	1月19日(日)	くじ抽選日
10月25日(金)	四面連刷以外の売渡し開始(午前9時から)	1月20日(月)～7月20日(月)	お年玉商品引換期間
11月1日(金)	年賀はがき販売開始		
12月15日(日)	年賀特別郵便引受開始		

## 4 重点取組等

## (1) ビジネス年賀(年賀DM、年賀タウン、職域年賀)の需要拡大

## ア ターゲット事業所

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を実施。また、ポータルサイトのターゲット事業所リスト、周年企業リスト、事業別サンプル集・企画書、好事例等を有効に活用。

## イ 年賀タウンの取組み

## ○協賛型年賀タウン

一般の年賀タウンの他、「サンキュー♡年賀」、「ビジネスマナー年賀」、「特殊詐欺防止」、「飲酒運転防止」等の地域貢献企画、かもめ～るで取組んだ「いかのおすし」等を積極的に提案、勧奨を実施。新たな協賛型年賀タウンとして「高齢者運転」、「地方交通機関の存続」、「ながらスマホ(歩きスマホ)」を企画。

## (2) 個人向け需要の維持、拡大

## ア 東京2020大会【寄附金付】年賀はがき(4券種)

大会運営等に寄附金が活用されることや、東京2020オリンピック観戦チケット等の賞品をPR。

## イ 地方版寄附金付年賀

年賀の地方版として、新潟県のご当地キャラクター「トッキッキ」、長野県のご当地キャラクター「アルクマ」をあしらった寄附金付年賀を広くPR。

ウ 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を徹底する他、高いリピート率が期待できる年賀状印刷サービス、お手軽年賀を積極的に勧奨。又、回覧板等を活用した新たなお知らせ活動にも取り組む。

## (3) 年賀販売に向けた支援

ア 「ご当地キャラに年賀状を送ろう！」キャンペーン※詳細は別途指示します。

イ 各営業統括本部が中心となった販促セミナーの開催

ウ 支社主催のSEM社員スキルアップ研修の実施

エ ビジネス年賀管理者研修(ブロック部長会議内)の開催

## 5 推進管理等

### (1) ガイドライン・指標達成日の設定

昨年度に引き続き各収入目標の一部として推進管理を図るため、ガイドライン及び指標達成日は設定しません。

### (2) 部別・班（チーム）別の推進管理

上記同様、各商品の目標の一部として推進管理を実施

### (3) 旧集配センターの推進管理

分類		推進管理方法
旧集配センター統合局	2018年度以前統合	旧集配センター統合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営業推進管理を実施
旧集配センター併設局	2019年度統合	旧集配センター受持局（旧支店）が、旧集配センター併設局の局長と連携して営業推進管理を実施（目標及び実績加算は行わない）

### (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。

### (5) チャネル別推進管理

ア 個人別指標は設定せず、又個人グラフの掲出は行なわない。

イ 繁忙期においては業務運行の確保を優先し、超勤の発生するような携行販売などの営業活動は行なわない。

## 6 本年度の特長（主な昨年度との変更点）

### (1) 消費税増税に伴い年賀はがき代の料金改定

ア 寄附金付年賀はがき：68円、写真用年賀はがき：73円、四面連刷：252円

イ 上記券種以外 63円

### (2) 東京2020大会【寄附金付】年賀はがきインクジェットを新たに追加（全4券種）

### (3) 地方版寄附金付（新潟県版：96万枚、長野県版：84万枚発行）

### (4) お年玉くじ賞品の拡充

ア 特等 東京2020オリンピックご招待

東京2020オリンピック開会式または閉会式ペアでご招待（交通費、宿泊費付き）

対象券種 | 東京2020大会【寄附金付】年賀はがき(3券種)無地(インク、くぼみ入り、写真用)

イ 1等賞品現金30万円または電子マネー31万円分

キャッシュレス化が進む中で、現金の他に電子マネーを用意

## 7 その他

局内装飾については節度ある範囲で実施することとし、過剰にならないよう配意。

（例）：お客様向けチラシを局内に幾重にも張り出すなど

## 1 販売方針

年賀は日本が誇る文化であり、年賀葉書の販売は、日本の文化のためのみならず、郵便事業の経営を支える意味でも会社にとって重要な営業施策となっている。特に、短期間で効率的な収入確保ができ、大きな利益源となっていることから、年賀営業の重要性については今後とも 変わりはないところである。

しかしながら年賀はがきの需要は、人口減少や外的要因等により、減少トレンドが進むと考えられる。このため、年賀営業について、「年賀はがきを売る」というスタンスから「年賀状を差し出していただく」へ見直しを継続して取り組み、新規需要につながる取組を拡大していく必要がある。

また、今年度についても実需に基づき、適正な販売に取り組んでいくこととする。

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"> <li>・年賀はがき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)</li> <li>・販売枚数指標は設定しない。</li> <li>・ビジネス年賀については、収入目安の内数として、枚数指標を設定。</li> </ul>
実需に基づかない販売の排除	<ul style="list-style-type: none"> <li>・引受通数から年賀はがきの需要を推計し、目安設定することで、適正営業を推進。</li> </ul>
成長余地のあるビジネス年賀の取組の更なる強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ビジネス年賀については、需要の拡大が見込めるため、「新たなエリア」での枚数指標を設定。</li> <li>・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。</li> </ul>
印刷会社等への不適正な販売の排除	<ul style="list-style-type: none"> <li>・四面は当初収入目安には含めない。</li> <li>・販売があった場合には別に基準を定めて、事後に目安を加算。 ただし、年賀タウンメール(協賛型年賀含む)、DMファクトリー、職域年賀、サンキュー年賀及びポインタ年賀等が、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。</li> </ul>

年賀はがき販売に関するガイドラインは設定しない。

## 2 適正販売・効率的営業活動の推進

- (1) 実需に基づかない買取りの禁止や金券ショップ持込対策(箱単位で販売する場合、箱の外装に記載されているユニークコードの記録・報告)、行き過ぎた営業指導の禁止等、コンプライアンスを遵守した適正営業の推進に向け、コンプライアンス研修等を実施する。
- (2) 特に、印刷会社・発送代行会社等への適正営業を徹底。
- (3) 担当エリア外の地域への営業活動は行わない。
- (4) 費用対効果が低い、あるいは、需要拡大につながらない臨時出張所は実施しない。また、臨時出張所の開設に当たっては、運営環境への配慮を行う。

## 3 販売期間等

9月2日(月)	報道発表、年賀状印刷申込受付開始
10月15日(火)	四面連刷売渡し開始(午前9時から)
10月25日(金)	四面連刷以外の売渡し開始(午前9時から)
11月1日(金)	販売開始
12月15日(日)	年賀特別郵便引受開始
2020年1月10日(金)	販売終了
2020年1月14日(火)~2020年1月17日(金)	販売所からの等価交換の取扱い
2020年1月19日(日)	くじ抽せん日
2020年1月20日(月)~2020年7月20日(月)	お年玉賞品引換期間

## 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。

なお、2019年度統合局については、下表の旧集配センター併設局の体制によるものとする。  
目・指標も実績も統合局に加算しない。

局種	内容
旧集配センター統合局	<ul style="list-style-type: none"> <li>・統合局長が中心となり、マネジメント、指導、推進管理を実施。</li> <li>・販売実績は統合局にて管理。</li> </ul>
旧集配センター併設局	<ul style="list-style-type: none"> <li>・受持局が併設局長と連携してマネジメント、指導、推進管理を実施。</li> <li>・販売実績は受持局にて管理。</li> </ul>

## 5 重点取組等

年賀はがきは、短期間で効率的に収入を確保できる重要商品であることから、ビジネス(法人)及び個人への営業について、下表のとおり重点的に取り組む。

項目	取組内容
ビジネス需要に対する取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ポータルサイト「年賀はがきのページ」に掲載する「ターゲットリスト」(事業所住所・名称等記載)または既利用事業所等自局でリストアップしたターゲット事業所に対して、利用勧奨を実施。</li> <li>✓ 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。</li> <li>✓ 「周年企業」への利用提案はもちろん、東京2020大会の話題性、当該券種利用によるイメージアップ等を見据えた提案。</li> <li>✓ 提案にあたっては、先方のニーズ等を把握しながら、複合的に提案。</li> </ul>

声かけ → 提案 → <年賀タウン> → <年賀DM> → <郵便局広告> → ヒアリング⇒成約

# 2020年用年賀はがき販売方針

項目	取組内容																						
<b>ビジネス需要に対する取組</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="443 293 837 347">ターゲット例</th> <th data-bbox="837 293 2065 347">用途例</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="443 347 837 459">自動車販売</td> <td data-bbox="837 347 2065 459">高齢者向けに自動停止装置・安全装置付き自動車の販促 ファミリー向けにエコ・省エネ自動車（EV等）の販促</td> </tr> <tr> <td data-bbox="443 459 837 513">不動産・リフォーム</td> <td data-bbox="837 459 2065 513">高齢者向けマンション・バリアフリーリフォーム等の販促、子育て世代向け住宅の販促</td> </tr> <tr> <td data-bbox="443 513 837 619">塾・教育</td> <td data-bbox="837 513 2065 619">新年度対策、受験講座、新年度の入塾訴求 保育料無償化(2019.10.1)による幼児教育への需要増</td> </tr> <tr> <td data-bbox="443 619 837 724">スポーツジム</td> <td data-bbox="837 619 2065 724">1月に入会者が増加、高齢者の利用が急増中 TOKYO2020キャンペーン、無料体験の案内等</td> </tr> <tr> <td data-bbox="443 724 837 778">エステ・ネイル</td> <td data-bbox="837 724 2065 778">1月に入会者が増加、体験コースの案内等</td> </tr> <tr> <td data-bbox="443 778 837 833">病院・歯科・クリニック</td> <td data-bbox="837 778 2065 833">新年の挨拶、休診日・検診等のお知らせ ※予算はあるが広告規制が厳しい業種</td> </tr> <tr> <td data-bbox="443 833 837 938">居酒屋・飲食</td> <td data-bbox="837 833 2065 938">キャンペーン・新年会プランのお知らせ、キャッシュレス決済のPR、クーポン付き職域年賀 におい・騒音等で迷惑をかけている近隣への挨拶（レスポンスを求めないタウン）</td> </tr> <tr> <td data-bbox="443 938 837 992">携帯電話</td> <td data-bbox="837 938 2065 992">高齢者向けモデルの案内、キャンペーンの案内、5Gサービス開始のお知らせ</td> </tr> <tr> <td data-bbox="443 992 837 1046">電気店</td> <td data-bbox="837 992 2065 1046">Windows7サポート終了（1/14）に伴うPC買い替え需要、キャンペーン周知</td> </tr> <tr> <td data-bbox="443 1046 837 1101">コンビニ</td> <td data-bbox="837 1046 2065 1101">近隣地域へのあいさつ+クーポンによる集客、キャッシュレス決済のPR、ローソンパッケージ</td> </tr> </tbody> </table>	ターゲット例	用途例	自動車販売	高齢者向けに自動停止装置・安全装置付き自動車の販促 ファミリー向けにエコ・省エネ自動車（EV等）の販促	不動産・リフォーム	高齢者向けマンション・バリアフリーリフォーム等の販促、子育て世代向け住宅の販促	塾・教育	新年度対策、受験講座、新年度の入塾訴求 保育料無償化(2019.10.1)による幼児教育への需要増	スポーツジム	1月に入会者が増加、高齢者の利用が急増中 TOKYO2020キャンペーン、無料体験の案内等	エステ・ネイル	1月に入会者が増加、体験コースの案内等	病院・歯科・クリニック	新年の挨拶、休診日・検診等のお知らせ ※予算はあるが広告規制が厳しい業種	居酒屋・飲食	キャンペーン・新年会プランのお知らせ、キャッシュレス決済のPR、クーポン付き職域年賀 におい・騒音等で迷惑をかけている近隣への挨拶（レスポンスを求めないタウン）	携帯電話	高齢者向けモデルの案内、キャンペーンの案内、5Gサービス開始のお知らせ	電気店	Windows7サポート終了（1/14）に伴うPC買い替え需要、キャンペーン周知	コンビニ	近隣地域へのあいさつ+クーポンによる集客、キャッシュレス決済のPR、ローソンパッケージ
ターゲット例	用途例																						
自動車販売	高齢者向けに自動停止装置・安全装置付き自動車の販促 ファミリー向けにエコ・省エネ自動車（EV等）の販促																						
不動産・リフォーム	高齢者向けマンション・バリアフリーリフォーム等の販促、子育て世代向け住宅の販促																						
塾・教育	新年度対策、受験講座、新年度の入塾訴求 保育料無償化(2019.10.1)による幼児教育への需要増																						
スポーツジム	1月に入会者が増加、高齢者の利用が急増中 TOKYO2020キャンペーン、無料体験の案内等																						
エステ・ネイル	1月に入会者が増加、体験コースの案内等																						
病院・歯科・クリニック	新年の挨拶、休診日・検診等のお知らせ ※予算はあるが広告規制が厳しい業種																						
居酒屋・飲食	キャンペーン・新年会プランのお知らせ、キャッシュレス決済のPR、クーポン付き職域年賀 におい・騒音等で迷惑をかけている近隣への挨拶（レスポンスを求めないタウン）																						
携帯電話	高齢者向けモデルの案内、キャンペーンの案内、5Gサービス開始のお知らせ																						
電気店	Windows7サポート終了（1/14）に伴うPC買い替え需要、キャンペーン周知																						
コンビニ	近隣地域へのあいさつ+クーポンによる集客、キャッシュレス決済のPR、ローソンパッケージ																						
<b>個人需要に対する取組</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 窓口においては可能な限りすべてのお客さまへの声かけを実施（「読むだけツール」の活用等）。併せて、販促ツールや「年賀はがきのページ」記載のPOPの活用、パック販売等による「みせる営業」を徹底</li> <li>✓ 高い継続率が期待できる年賀状印刷サービス、お手軽年賀等付加価値商品の勧奨。</li> <li>✓ 東京2020大会[寄附金付]年賀はがきについて、大会を来年に控えた時期であり、話題性が高いこと、東京2020オリンピック・パラリンピックの準備及び運営に役立てられる寄附金にもつながる商品であることを訴求し、積極的な声かけを実施。</li> <li>✓ 地方版(新潟県版・長野県版)について、寄附金は「社会福祉の増進」や「青少年の健全育成」につながるため、積極的な周知活動を実施。</li> </ul>																						

項目	取組内容
地域連携	<p>施策例①:サンキュー♡年賀</p> <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。とりわけ昨年度実施いただいた学校等には早期に提案。</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin: 10px 0;"> <p>直接伝えられない家族等への『ありがとう』を、年賀状を書くことで伝える。              学校への年賀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> <div style="text-align: center;">  </div> </div>
	<p>施策例②:協賛型年賀(いかのおすし、特殊詐欺防止、安全運転啓発(高齢者運転・自転車運転・あおり運転))</p> <p>✓ 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。</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin: 10px 0;">  </div>

## 地域連携施策 取組事例

	種別	取組	内容
1	教育	手紙文化振興、サンキュー年賀	手紙文化振興施策。学校へ年賀はがきを提供。お世話になった人へ年賀状を書く。
2	教育	ビジネスマナー年賀	高校へかもめ・年賀を提供。高校生が、これから社会人として必要な手紙・挨拶状のスキルを上げるための施策。 (取組事例：郵便局長あてに年賀状を書き、優秀作品に表彰)
3	教育	いかのおすし+手紙振興	子供の安全を守る施策。学校へ「いかのおすし」取組を印刷したかもめ・年賀を提供。個人ごとに安全取組の宣言を書き、親にあてて送付。
4	タウン	いかのおすし	子供の安全を守る施策。学校周辺等の地域に向けて、いかのおすし取組の周知と地域の協力を依頼。
5	タウン	特殊詐欺	最新の特殊詐欺と注意点等を周知する施策。
6	タウン	交通事故防止	交通安全施策。雪道を運転する際の注意点、あおり運転対策等、交通事故防止の取組を周知。
7	タウン	高齢者運転	交通安全施策。高齢者が多い地域に向け運転で注意するポイントと免許返納の特典を周知。
8	タウン	飲酒運転撲滅	交通安全施策。飲酒運転の撲滅を呼びかける施策。
9	タウン	スタンプラリー	販売促進施策。飲食店等、協賛店舗によりスタンプラリーを実施。はがきをスタンプ台紙として利用。
10	タウン	クーポン	販売促進施策。協賛店舗により広告を掲載。はがき持参者への特典を付けて商圈内に配布。
11	タウン	お祭り、イベントPR	イベントPR施策。協賛企業を募集し、お祭り・イベント等のPRを実施。
12	タウン	文化財等への登録	地域PR施策。地域の歴史ある場所・建築物等を文化財・世界遺産等に登録するためのPRを実施。
13	タウン	地方交通機関の存続	地方のバス・電車等、存続が危ういインフラを守るためのPR施策。
14	タウン	4号踏切	交通安全施策。遮断機のない踏切に注意を呼びかける施策。
15	タウン	ながらスマホ（歩きスマホ）	歩きスマホ、自転車スマホ等、事故につながる危険な行為をなくそうと呼びかける施策。



## 6 インセンティブ

項目	内容
ビジネス年賀 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、職域年賀、サンキュー♡年賀、ポインタ年賀獲得事業所に対し、アフターフォローを兼ねたヒアリングを実施。年賀獲得枚数に対してインセンティブを措置。 ※ 様式「年賀タウン等ヒアリングシート」を使用し、年賀タウン等差出後にヒアリングを実施。 ※ 全ヒアリング項目が正しく記載されている場合に限る。

上記のほか、2019年度“冬の陣”及び支社及び本社で開催する取組発表会の発表チームへのインセンティブ(下記のとおり)

※ 詳細は別途お知らせします。

### 【本社指示】年賀販売取組発表会の実施(案)

- (1) 年賀販売期間終了後、今年度年賀販売の取組についての発表会を実施。
- (2) 上記(1)により決定した代表は、本社主催の発表会に出席。

※ 詳細は別途お知らせします

## 2020年用年賀はがき販売方針

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、販売があった場合に、事後に実績と目標を加算する。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	4千枚以下の部分	0%	90%
②	4千枚超え2万枚以下の部分	50%	90%
③	2万枚超え30万枚以下の部分	90%	90%
④	30万枚超え50万枚以下の部分	95%	95%
⑤	50万枚超えの部分	100%	100%

※1：実績と目標の加算は、月次で実施。

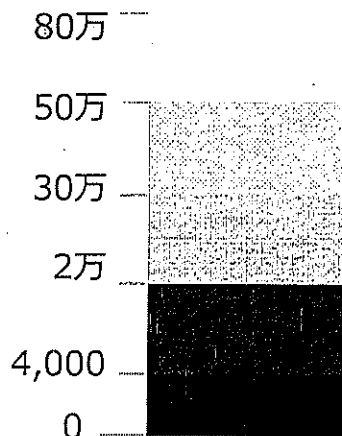
※2：四面連刷の販売時の手間（コスト）を考慮することを趣旨としていることから、加算の対象局は、実際に販売を行った郵便局とする（お手軽年賀等の物販商品や住友生命等について、本社が付け替えを行う四面連刷は対象外）。

※3：上記の加算案については、暫定的な取扱いとし、次年度以降、結果を踏まえ、見直しを行うこととする。

### ≪加算目標算出例≫

窓口機能の郵便局で80万枚（累計）を販売した場合に、加算される収入目標対象枚数

①	0.4万枚	×	0%	=	0枚
②	1.6万枚	×	50%	=	0.8万枚
③	28万枚	×	90%	=	25.2万枚
④	20万枚	×	95%	=	19.0万枚
⑤	30万枚	×	100%	=	30.0万枚
合計（①～⑤）				=	75.0万枚



- 算出順 ⑤：50万超の部分はそのまま（100%）でカウント  
⇒ 30万
- 算出順 ④：50万以下の部分は、95%のカウント  
⇒  $(500,000 - 300,000) \times 95\% = 19$ 万
- 算出順 ③：30万以下の部分は、90%のカウント  
⇒  $(300,000 - 20,000) \times 90\% = 25.2$ 万
- 算出順 ②：2万以下の部分は、50%のカウント  
⇒  $(20,000 - 4,000) \times 50\% = 0.8$ 万枚
- 算出順 ①：4千以下の部分はカウントしない（0%）  
⇒  $4,000 \times 0\% = 0$ 枚