

# 2021年用年賀葉書の販売方針等

## 1 販売方針

- ① 年賀は日本が誇る文化であり、年賀葉書の販売は、日本の文化のためだけでなく、郵便事業の経営を支える意味においても重要な営業施策となっている。特に、短期間で効率的に収入確保ができ、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。
- ② しかしながら年賀葉書の需要は、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、「年賀葉書を売る」というスタンスから「年賀状を差し出していただく」というスタンスへ見直しを継続して取り組み、需要の維持・拡大につながる取組を拡大していく必要がある。
- ③ また、今年度についても実需に基づき、不適正営業の根絶に取り組む。

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>・年賀葉書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> </ul>
実需に基づかない販売の排除	<ul style="list-style-type: none"> <li>・引受通数から年賀葉書の需要を推計し、目安設定することで、適正営業を推進する。</li> </ul>
成長余地のあるビジネス年賀の取組みの更なる強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・郵便局と営業統括本部が連携強化を図り、獲得に向け取組む。 ただし<b>郵便局のビジネス年賀販売枚数指標は設定しない。</b> (支社営業統括本部・法人営業本部は販売枚数指標を設定。)</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>・四面連刷は当初収入目標には含めない。</li> <li>・販売があった場合には別に基準を定めて、事後に目標を加算する。 (ただし、年賀タウンメール、サンキュー♡年賀及び自治体がふるさと納税者宛に差し出す年賀DMが提案により四面成約となった場合は事後に目標を加算しない。)</li> </ul>
臨時出張所に関する今年度の考え方	<ul style="list-style-type: none"> <li>・<b>新型コロナウイルス感染症の拡大防止の観点から、開設しない</b>(郵便局窓口のお客さま混雑緩和を目的とした郵便局営業時間内かつ自局敷地内での販売は可能)。 なお、各事業所から開設依頼があった場合であっても、お断りする。</li> </ul>

## 2 適正な営業活動・営業指導の徹底

- ① 次の不適切な行為や指導が行われないよう徹底。
- (1) **部下社員に対する「実需に基づかない販売を強要する行為」や「実需のない買取りを行わざるを得ないと感じさせるような行為」といった不適切な営業指示**
  - (2) **パワーハラスメント**  
職務上の地位や人間関係などの優位性を背景に、業務の適正な範囲を超えて、精神的・身体的苦痛を与えるまたは職場環境を悪化させる行為。
- ② 社員が年賀葉書の取組の趣旨・目的をきちんと理解できるようコミュニケーションを図る。
- ③ 販売枚数による推進管理は行わないことを徹底。
- ④ 個人目標・指標を設定しないこと。

## 3 エリア外営業の禁止

営業活動は自局の営業エリア内で実施するものであるため、自局の営業エリア外のお客さまへの営業を禁止(窓口に来局された自局の営業エリア外のお客さまへの営業は可)。自局の営業エリア外の知人・友人・親戚から購入依頼があった場合は、購入依頼者の最寄りの郵便局での購入を促すよう説明。ただし、依頼者との調整で折り合いがつかない場合に限り「社員専用Web受注サービス」を利用する。

## 4 コンビニ等への誘導

臨時出張所を開設しない方針を踏まえ、**24時間365日営業している販売チャネル**であるコンビニを中心とし販売所等を積極的に活用。

- 【取組内容】**
- ・概要資料と販促ツール(チラシ、のぼり、ポスター)を交付(10月下旬まで)。
  - ・**売渡局において十分な在庫確保と販売促進を依頼。特に12月中旬・下旬の在庫状況を丁寧に把握し、年末年始の販売機会ロスを防止(本社・支社においてもコンビニ本部等を訪問し、十分な在庫確保及び販売促進を要請済)。**
- ※セブンイレブン店舗にはネットプリント用に年賀無地の在庫を確認。
- ・お客さまが土・日・祝日でも年賀葉書を購入できるよう、郵便局入口ドア、ATM付近等にコンビニ等販売所の案内を掲出(販売開始後)。
- 【コンプライアンスの徹底】**
- ・四面連刷を売渡す際には、販売計画等の書面の提出を求め、売渡しの可否を確認。
  - ・「年賀タウンメール」、「年賀DM」等を提案する際は、販売所として買い受けた年賀葉書を自家消費しないよう注意喚起を実施。  
自家消費をほのめかすような提案を行った場合、コンプライアンス違反に該当するため絶対に行わないこと。

## 5 マネジメント統合局における営業マネジメント体制

旧集配センター統合局における営業マネジメントは昨年度と同様、以下のとおり。

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、マネジメントを実施。</li> <li>・需給調整、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を実施。</li> <li>・需給調整、販売実績は受持局にて管理。</li> </ul>

### 郵便営業収入目標・実績の計上先




センター統合実施年度	郵便営業収入目標	実績
2019年度までの実施局	統合局(窓口機能)	統合局(窓口機能)
2020年度実施局	受持局(郵便・物流機能)	受持局(郵便・物流機能)

## 6 販売期間等

スケジュール	内容
8月31日(月)	報道発表
9月1日(火)	年賀状印刷申込受付開始
10月12日(月)	四面連刷売渡し開始(午前9時から)
10月23日(金)	四面連刷以外の売渡し開始(午前9時から)
10月29日(木)	販売開始
12月15日(火)	年賀特別郵便引受開始
2021年1月8日(金)	販売終了
2021年1月12日(火)～1月15日(金)	販売所からの等価交換の取扱い
2021年1月17日(日)	お年玉くじ抽せん日
2021年1月18日(月)～7月20日(火)	お年玉賞品引換期間

年賀葉書は短期間で効率的に収入を確保できる商品であることから、コロナ禍を踏まえ、以下のとおり重点的に取り組む。

項目	取組内容
<p>個人需要に対する取組</p>	<p><b>キーワード1及び2を軸に、個人需要の維持に向け積極的に取り組む。</b></p> <p><b>●キーワード1「年賀状で会いに行こう」。</b></p> <p>外出自粛、帰省自粛ムードを踏まえ、「<b>田舎の両親、県外で就労、就学している身内、気軽に会えなくなった人、最近会っていない人</b>」に『年賀状』を使って、「<b>安否確認</b>」、「<b>近況を伝える、励ます</b>」といった<b>手紙文化、手紙の温かみを訴求(コロナ禍でなかなか会えない方へ)</b>。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓専用チラシ(支社作成)を活用し、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)。</li> <li>✓配達途上や対面配達時においてもチラシやアイキャッチャーを活用し声かけを徹底。</li> </ul> <p><b>【高年齢層向け】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓高いリピート率が期待でき、さらにはお客さまがラクできる年賀状印刷サービス(喪中印刷を含む)、お手軽年賀等付加価値商品の勧奨。</li> </ul> <p><b>【若年層向け】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓はがきデザインキット(オンラインでデザインから投函まで行える)の利用勧奨チラシを作成し訴求する。</li> <li>✓AR動画年賀(年賀状に二次元コードを記載し、動画で新年あいさつ)の利用勧奨チラシを作成し訴求する。</li> </ul> <div data-bbox="481 1109 851 1420"> <p><b>AR年賀イメージ</b></p> <p>二次元コードを読むことで動画再生</p> </div> <div data-bbox="996 1149 1915 1388"> <p><b>【AR動画年賀とは】</b>                  二次元コードに動画等の情報を保存し、スマートフォンでコードを読み取ることで、保存された動画が再生されます。                  はがき等の少ない紙面に記載することで、より多くの情報を伝えることができ、年賀はがきに記載することで、文字以外に直接動画で挨拶とができる等のメリットがあります。</p> </div> <div data-bbox="1668 694 1937 1093"> <p>※イメージ</p> <p>このような状況だからこそ、年賀状のやりとりだけではなく、実際に会えなくなった人へ、思いを伝える機会を創出したい。そんな思いを込めて、一枚にがんばりましょう。</p> <p>このような状況だからこそ、年賀状のやりとりだけではなく、実際に会えなくなった人へ、思いを伝える機会を創出したい。そんな思いを込めて、一枚にがんばりましょう。</p> <p>お客さまの笑顔のために、何かのきっかけからでも構いません、ぜひお気軽にご相談ください。</p> </div>

項目	取組内容
<p>個人需要に対する取組</p>	<p><b>キーワード2「おもてなし」(「来年は良い年に」の想いを込めて)</b></p> <p>新型コロナウイルスが全世界に暗い影を落とした2020年。一方、年賀葉書は、新たな年への明るい希望をしたためて送ることができるもの。</p> <p>コロナ禍においても郵便局に足を運んでくださるお客さまに楽しんでいただき、かつ、明るい希望を持って年賀葉書をお求めいただけるような飾りつけで<b>お客さまを「おもてなし」</b>。</p> <p>(具体的取組例)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓年賀葉書をはじめ、お歳暮等の年末商材で「みせる飾り付け」(見せる・<b>魅せる</b>)を実施。飾りつけをきっかけとした声かけ(おもてなししておすすめ)を実施。</li> <li>✓例年支社において調達している干支スタンプ等(12月配備予定)も併せて活用し、年賀ステーションを開設する等おもてなし。</li> <li>✓お子さま向け商材(「ご当地キャラへ年賀状を送ろう!」ポスター・チラシ、子供向け店頭販売商品)を活用した目を引く飾り付けを実施。</li> </ul> <p>※ご当地キャラへ年賀状を送ろう! チラシイメージ</p>   

項目	取組内容																																																								
<p>ビジネス需要に対する取組</p>	<p>✓ 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。  <b>【維持】前年利用・かもめ利用事業所 ⇒ 担当者を決め早期勧奨</b>  <b>【新規】未利用事業所 ⇒ DM等とあわせた利用勧奨</b></p> <div style="text-align: center;">  <p>声かけ → 提案 —&lt;年賀タウン・年賀DM&gt;— &lt;郵便局広告&gt; —&lt;荷物需要ヒアリング&gt;— ヒアリング⇒成約へ</p> </div> <p>✓ アプローチするターゲット事業所は重複しないよう、フロントライン連携協議会等で事前に情報共有。  <b>✓ 提案にあたっては、チラシを活用して先方のニーズ等を把握しながら、課題解決型の提案(併せて荷物発送需要のヒアリングも実施)。</b>  <b>✓ 業種別のデザインイメージ(順次、ポータルサイトへ掲載)を活用し提案。</b>  <b>【ターゲット別提案例】</b></p> <table border="1" data-bbox="459 901 1937 1444"> <thead> <tr> <th>ターゲット</th> <th>提案商品</th> <th>提案内容</th> <th>オファー</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>自治体</td> <td>年賀あいさつ状</td> <td>ふるさと納税御礼</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>コンビニ</td> <td>年賀タウン</td> <td>来店誘致、アルバイト募集</td> <td>コーヒー1杯無料・おにぎり〇〇円引き</td> </tr> <tr> <td>飲食店</td> <td>年賀タウン・年賀DM</td> <td>テイクアウト・デリバリー、プレミアム商品券</td> <td>〇〇円OFF・はがき持参で〇〇円引き</td> </tr> <tr> <td>宿泊業</td> <td>年賀DM</td> <td>来館誘致</td> <td>ご来館記念プレゼント</td> </tr> <tr> <td>生協</td> <td>年賀タウン・年賀DM</td> <td>新規会員募集</td> <td>1か月分会費無料・お友達紹介でプレゼント</td> </tr> <tr> <td>小売店</td> <td>年賀タウン・年賀DM</td> <td>・冬期「巣ごもり」向け快適商品 ・店舗のコロナ等ウイルス対策周知</td> <td>はがき持参で〇〇OFF・ご来店プレゼント</td> </tr> <tr> <td>ガソリンスタンド</td> <td>年賀タウン・年賀DM</td> <td>来店誘致、灯油宅配</td> <td>はがき持参で灯油〇〇円引き</td> </tr> <tr> <td>着物レンタル業</td> <td>年賀タウン・年賀DM</td> <td>新成人向け案内</td> <td>レンタル料〇〇円OFF</td> </tr> <tr> <td>写真</td> <td>年賀タウン・年賀DM</td> <td>新成人向け案内</td> <td>撮影料〇〇円OFF</td> </tr> <tr> <td>塾</td> <td>年賀タウン・年賀DM</td> <td>春期講習生徒募集の案内</td> <td>受講料1回分無料・新規塾生紹介でプレゼント</td> </tr> <tr> <td>医院</td> <td>年賀タウン・年賀DM</td> <td>コロナ対策・インフルエンザ対策啓発</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>薬局・ドラッグストア</td> <td>年賀タウン・年賀DM</td> <td>コロナ対策・インフルエンザ対策啓発</td> <td>試供品プレゼント</td> </tr> <tr> <td>クリーニング・コインランドリー</td> <td>年賀タウン</td> <td>冬物、毛布等のクリーニング</td> <td>はがき持参で〇〇OFF・ご来店プレゼント</td> </tr> </tbody> </table>	ターゲット	提案商品	提案内容	オファー	自治体	年賀あいさつ状	ふるさと納税御礼	-	コンビニ	年賀タウン	来店誘致、アルバイト募集	コーヒー1杯無料・おにぎり〇〇円引き	飲食店	年賀タウン・年賀DM	テイクアウト・デリバリー、プレミアム商品券	〇〇円OFF・はがき持参で〇〇円引き	宿泊業	年賀DM	来館誘致	ご来館記念プレゼント	生協	年賀タウン・年賀DM	新規会員募集	1か月分会費無料・お友達紹介でプレゼント	小売店	年賀タウン・年賀DM	・冬期「巣ごもり」向け快適商品 ・店舗のコロナ等ウイルス対策周知	はがき持参で〇〇OFF・ご来店プレゼント	ガソリンスタンド	年賀タウン・年賀DM	来店誘致、灯油宅配	はがき持参で灯油〇〇円引き	着物レンタル業	年賀タウン・年賀DM	新成人向け案内	レンタル料〇〇円OFF	写真	年賀タウン・年賀DM	新成人向け案内	撮影料〇〇円OFF	塾	年賀タウン・年賀DM	春期講習生徒募集の案内	受講料1回分無料・新規塾生紹介でプレゼント	医院	年賀タウン・年賀DM	コロナ対策・インフルエンザ対策啓発	-	薬局・ドラッグストア	年賀タウン・年賀DM	コロナ対策・インフルエンザ対策啓発	試供品プレゼント	クリーニング・コインランドリー	年賀タウン	冬物、毛布等のクリーニング	はがき持参で〇〇OFF・ご来店プレゼント
ターゲット	提案商品	提案内容	オファー																																																						
自治体	年賀あいさつ状	ふるさと納税御礼	-																																																						
コンビニ	年賀タウン	来店誘致、アルバイト募集	コーヒー1杯無料・おにぎり〇〇円引き																																																						
飲食店	年賀タウン・年賀DM	テイクアウト・デリバリー、プレミアム商品券	〇〇円OFF・はがき持参で〇〇円引き																																																						
宿泊業	年賀DM	来館誘致	ご来館記念プレゼント																																																						
生協	年賀タウン・年賀DM	新規会員募集	1か月分会費無料・お友達紹介でプレゼント																																																						
小売店	年賀タウン・年賀DM	・冬期「巣ごもり」向け快適商品 ・店舗のコロナ等ウイルス対策周知	はがき持参で〇〇OFF・ご来店プレゼント																																																						
ガソリンスタンド	年賀タウン・年賀DM	来店誘致、灯油宅配	はがき持参で灯油〇〇円引き																																																						
着物レンタル業	年賀タウン・年賀DM	新成人向け案内	レンタル料〇〇円OFF																																																						
写真	年賀タウン・年賀DM	新成人向け案内	撮影料〇〇円OFF																																																						
塾	年賀タウン・年賀DM	春期講習生徒募集の案内	受講料1回分無料・新規塾生紹介でプレゼント																																																						
医院	年賀タウン・年賀DM	コロナ対策・インフルエンザ対策啓発	-																																																						
薬局・ドラッグストア	年賀タウン・年賀DM	コロナ対策・インフルエンザ対策啓発	試供品プレゼント																																																						
クリーニング・コインランドリー	年賀タウン	冬物、毛布等のクリーニング	はがき持参で〇〇OFF・ご来店プレゼント																																																						

項目	取組内容
地域連携	<p>【サンキュー♡年賀】            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」支援のご案内等と併せ施策提案。例年実施いただいている学校等には早期に提案(「エール年賀」や「ご当地キャラへ年賀状を送ろう!」施策を含め複合的に提案)。  <u>学校で年賀葉書を配布している風景、授業等模様の提供を受け、協賛いただいた御礼とともに協賛事業所へフィードバックすることにより、継続して協賛いただけるよう郵便局として取り組む。</u></p> <div data-bbox="504 502 1926 917" style="border: 1px solid black; padding: 10px;"> <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。            学校への年賀葉書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> <p>【協賛型年賀】            新型コロナウイルス等感染症対策(新たな生活様式)啓発、いかのおすし、特殊詐欺防止、児童虐待防止、自然災害等の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 data-bbox="504 1061 1926 1412" style="border: 1px solid black; padding: 10px;"> </div>



各学校の担当局は、アポイントを取得の上、学校への提案等を実施。

なお、例年実施していただいている(サンキュー♡かもめも含む)学校には確実に提案を実施。

**とりわけ今年度は、自粛により会えなかった人、気軽に会えなくなった人へ「サンキュー」を伝える機会の提供という視点でもアプローチ。**

## (1) 対象の学校に実施の可否を確認



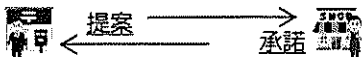
- ①学校へのアポ取り。
- ②学校ご担当者の回答に応じて
 

訪問日の調整 概要説明資料の送付 時間をおいて再度連絡	}	等を実施。
-----------------------------------	---	-------
- ③学校に提案。

提案書等の各種資料・ツール類は、ポータルサイト「年賀はがきのページ」に掲載の提案書等各種ツール類を活用。

訪問の流れ	説明	提案書に基づき説明。
	承諾 意思確認	承諾・・・年賀はがきお渡しの日程を調整 非承諾・・・お時間いただいたことに対する御礼 回答保留・・・～1週間をめぐり、再度連絡

## (2) 協賛事業所の選定探し提案と年賀はがき購入のお願い



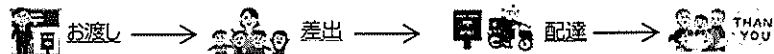
- ①協賛事業所ターゲットを選定し、アポ取り。
- ②事業所に提案

提案書等の各種資料・ツール類は、ポータルサイト「年賀はがきのページ」に掲載の提案書等各種ツール類を活用。

訪問の流れ	説明	提案書に基づき説明。
	協賛 意思確認	承諾・・・申込書にご記入いただく ⇒年賀はがきご購入後、納品指示書に基づき納品 非承諾・・・お時間いただいたことに対する御礼 回答保留・・・～1週間をめぐり、再度連絡

- (参考)郵便局で年賀はがきを印刷する条件 ※以下の条件を全て満たすこと
- ・学校が所在する地域(学区等)の事業所から協賛を募る取組であること
  - ・地域貢献を前提にしたアプローチであること
  - ・自局プリンタで印刷できる範囲の枚数であること(業務負担にならないこと)
  - ・印刷範囲は、表面の印刷に限ること(原則、協賛事業所名とする)
  - ・「サンキュー♡年賀」提案書の趣旨に学校及び協力事業所が同意していること
  - ・協賛は、はがき代金のみであること

## (3) 年賀はがきを学校にお渡しする



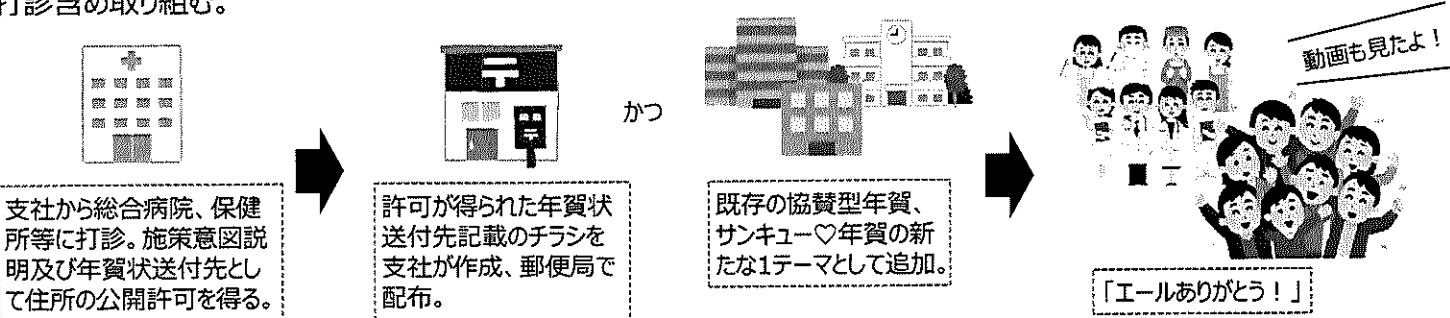
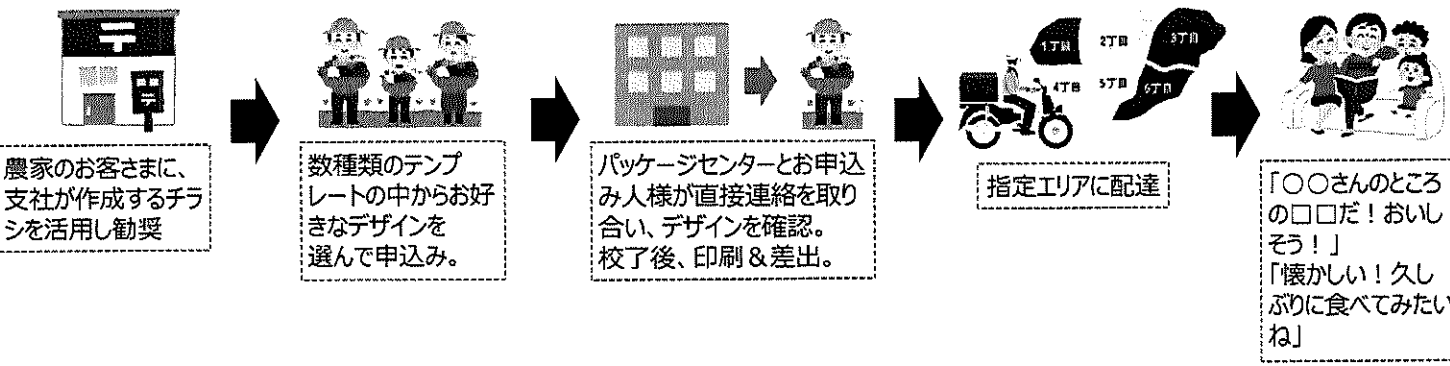
- ✓ 年賀はがきと保護者様あてのお知らせを学校にお届け。  
(必要に応じて、協賛事業所一覧等)
- ✓ 授業で年賀状を書いていただくこと、12月25日までに差し出すように再度案内。

## (4) 協賛事業所への御礼

- ✓ 学校名(事前に承諾を得る)・郵便局名で御礼状を送付。
- ✓ 学校で年賀はがきを配布している風景、授業模様等の提供を受け、併せて送付。

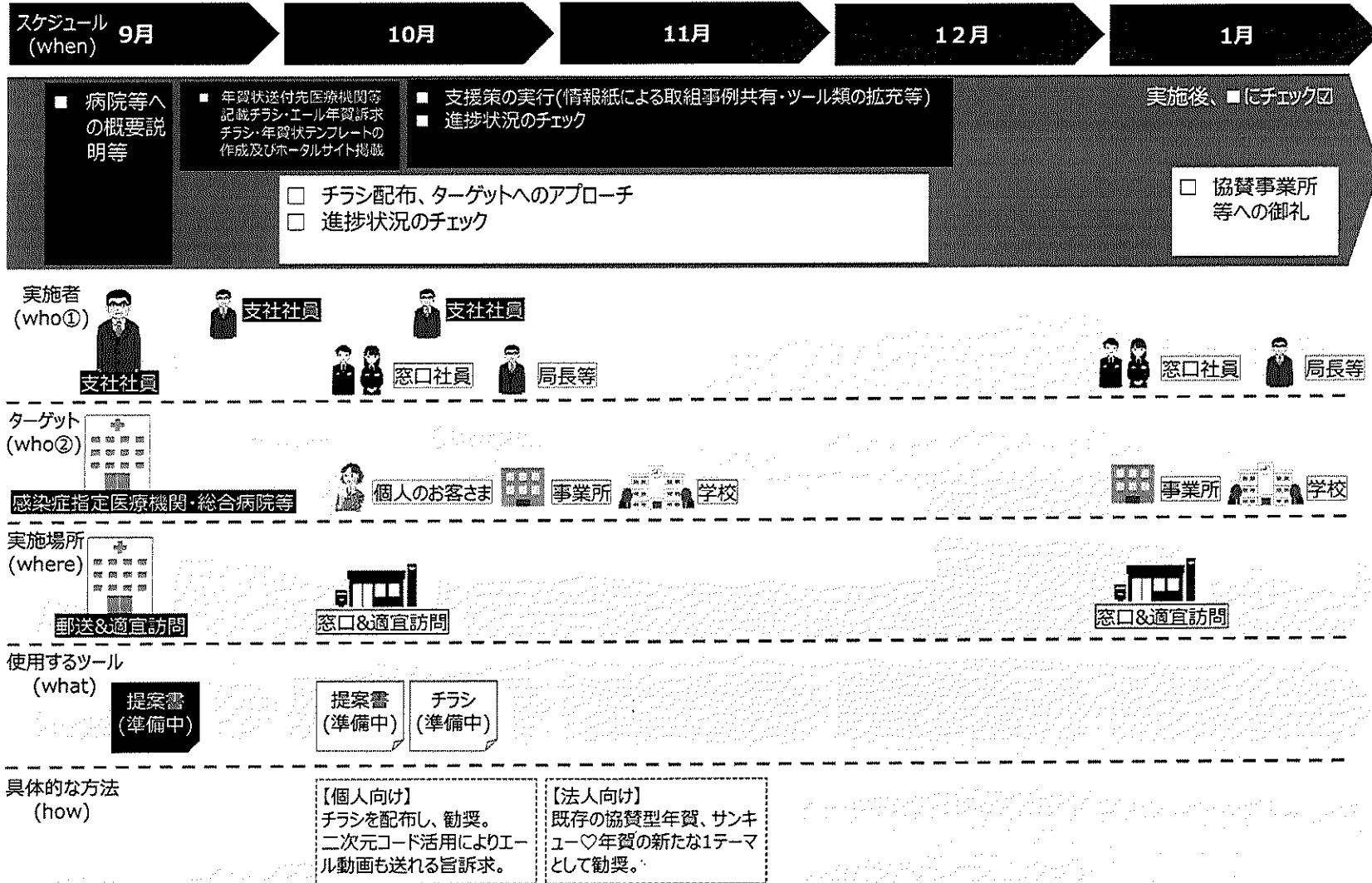
御礼状文例は、ポータルサイト「年賀はがきのページ」に掲載。

減少トレンドである年賀はがきの新たな需要創出施策を企画・検討するため、信越独自でプロジェクトチームを組成し、各地区及びブロックから推薦された社員が参加。

項目	取組内容
<p>新たな年賀需要創出施策(信越独自)</p>	<p>今年度信越で独自に開催した「年賀需要創出PT」において、PTメンバーが協議を重ね新たな年賀需要創出施策を策定。その策定した施策を信越管内で取り組む。</p> <p><b>【①エール年賀】</b>  <b>コロナ禍の影響を受ける医療従事者や事業所、または「エール」を送りたい人あてに年賀状を差し出す。</b>医療従事者(病院)へエール年賀を送るスキームは支社で構築するが、地域の事業所や個人経営の医院等に送りたい場合、フロントラインで打診含め取り組む。</p>  <p>支社から総合病院、保健所等に打診。施策意図説明及び年賀状送付先として住所の公開許可を得る。</p> <p>許可が得られた年賀状送付先記載のチラシを支社が作成、郵便局で配布。</p> <p>既存の協賛型年賀、サンキュー♡年賀の新たな1テーマとして追加。</p> <p>「エールありがとう！」</p> <p>動画も見たよ！</p> <p><b>【②農業年賀タウン】</b>          他県をまたぐ移動や帰省自粛が続く中、他県在住者や近隣住民に向け「ふるさとの味」を思い出す・再認識いただくきっかけ作りとして、<b>農業従事者を対象に、デザイン作成・印刷まである程度「おまかせ」できる年賀タウンを提案する。</b></p>  <p>農家のお客さまに、支社が作成するチラシを活用し勧奨</p> <p>数種類のテンプレートの中から好きなデザインを選んで申込み。</p> <p>パッケージセンターとお申込み人様が直接連絡を取り合い、デザインを確認。校了後、印刷＆差出。</p> <p>指定エリアに配達</p> <p>「〇〇さんのところの□□だ！おいそう！」          「懐かしい！久しぶりに食べてみたいね」</p>

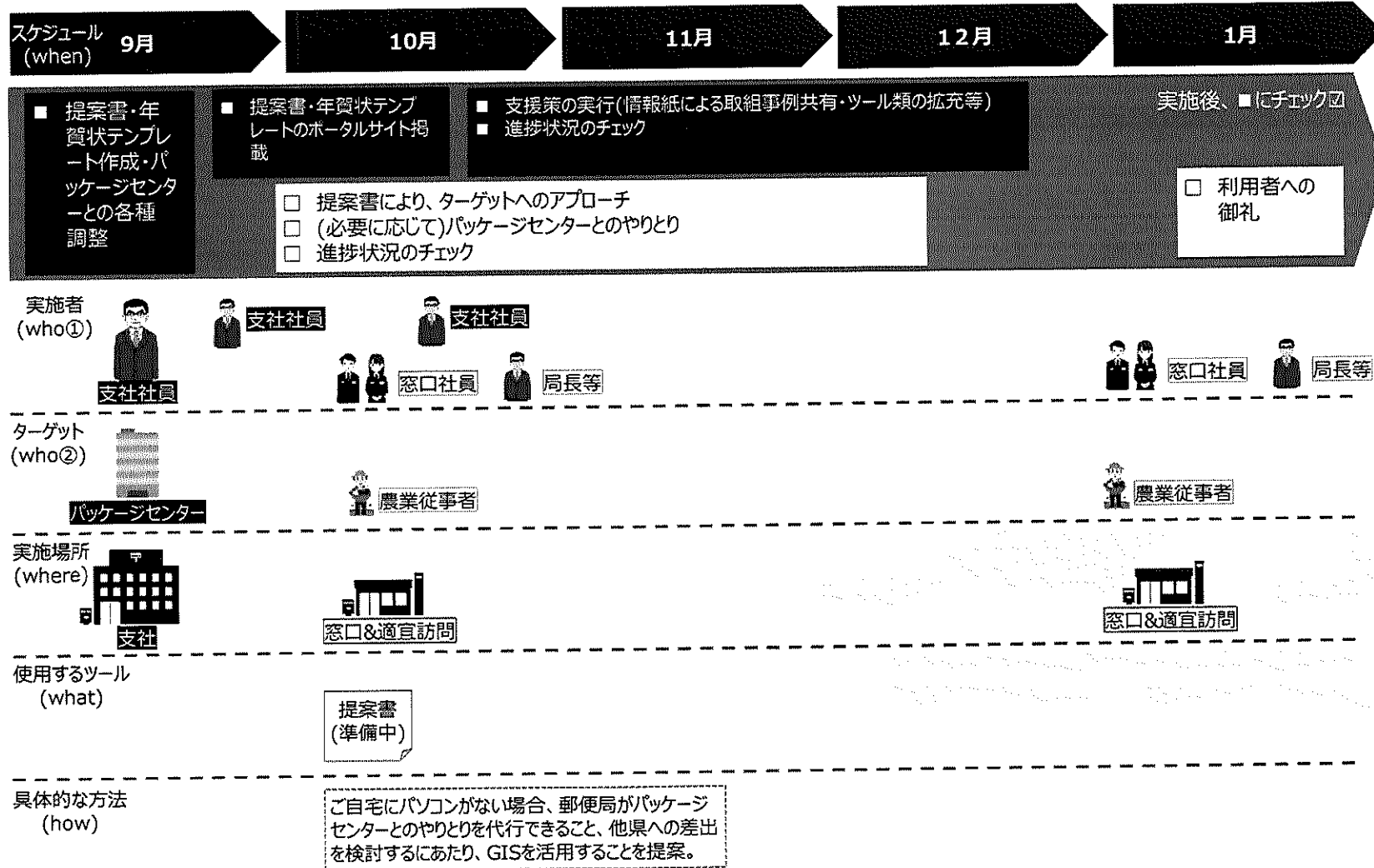
エール年賀

施策意図・目的(why) : 「エール」を送りたい人、またはコロナ禍の影響を受ける医療従事者あてに年賀状を差し出す。



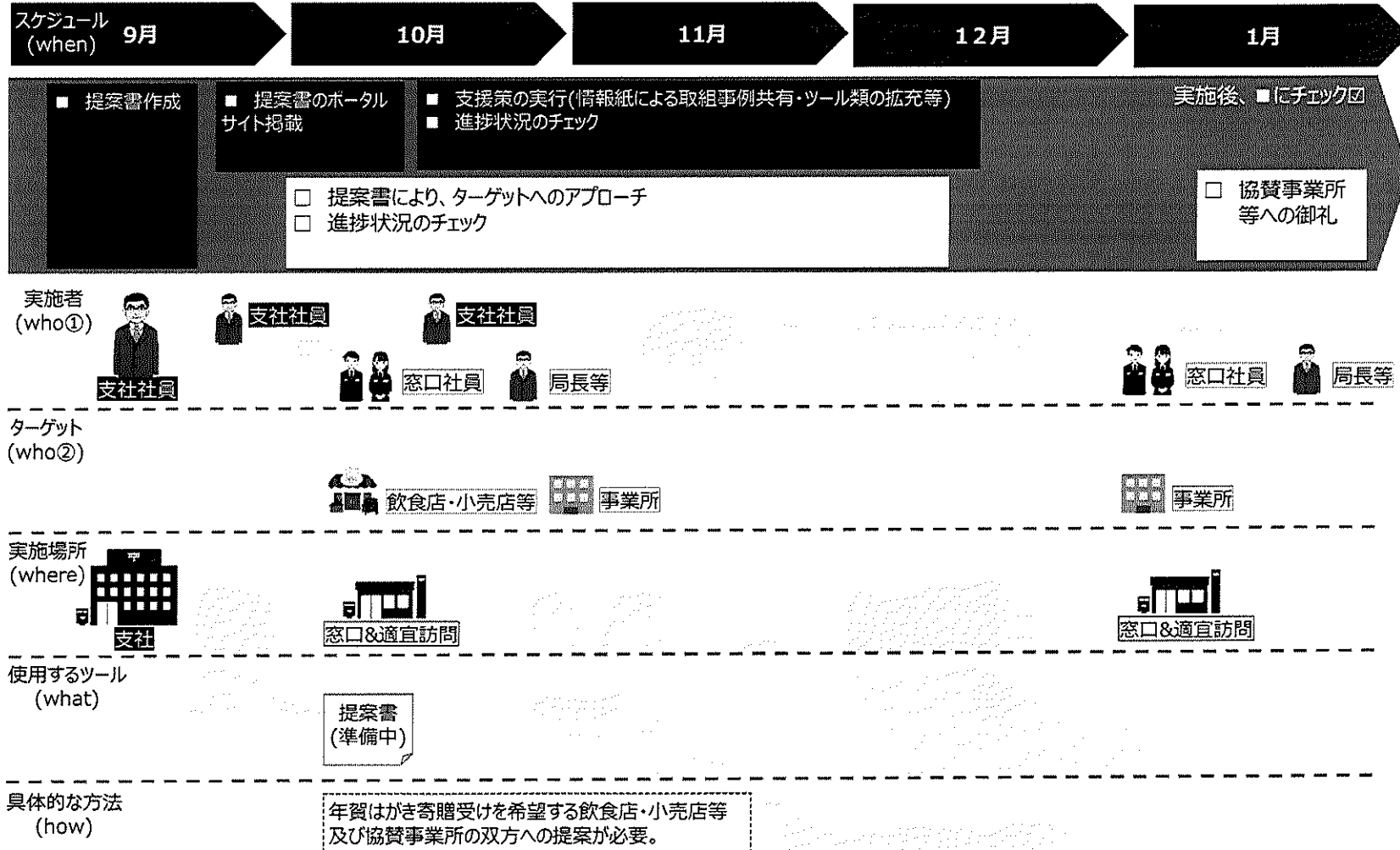
## 農業年賀タウンパッケージ

施策意図・目的(why)：県境をまたぐ移動自粛が続く中の他県在住者や近隣住民に向け「ふるさとの味」を思い出す・再認識いただくきっかけ作りとして、農業従事者を対象に、デザイン作成・印刷等がある程度「おまかせ」できる年賀タウンを提案。

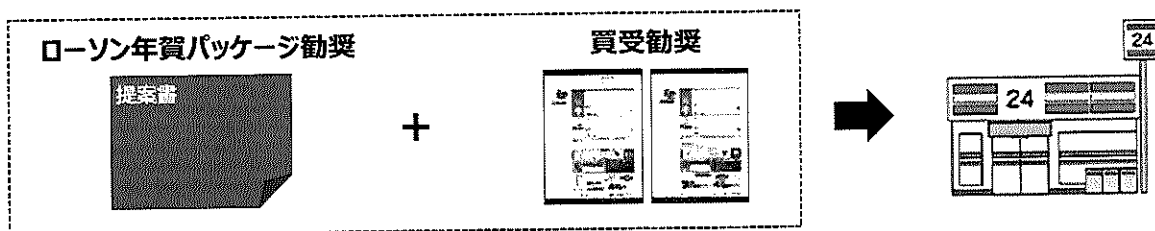


クラウドファンディング年賀

施策意図・目的(why)：さまざまな理由により広告宣伝に費用をかけられない飲食店・小売店等に対して、協賛事業所が年賀はがきを寄贈。飲食店・小売店等は寄贈された年賀はがきを使って、販売促進や来客誘致の年賀タウンを差し出す。

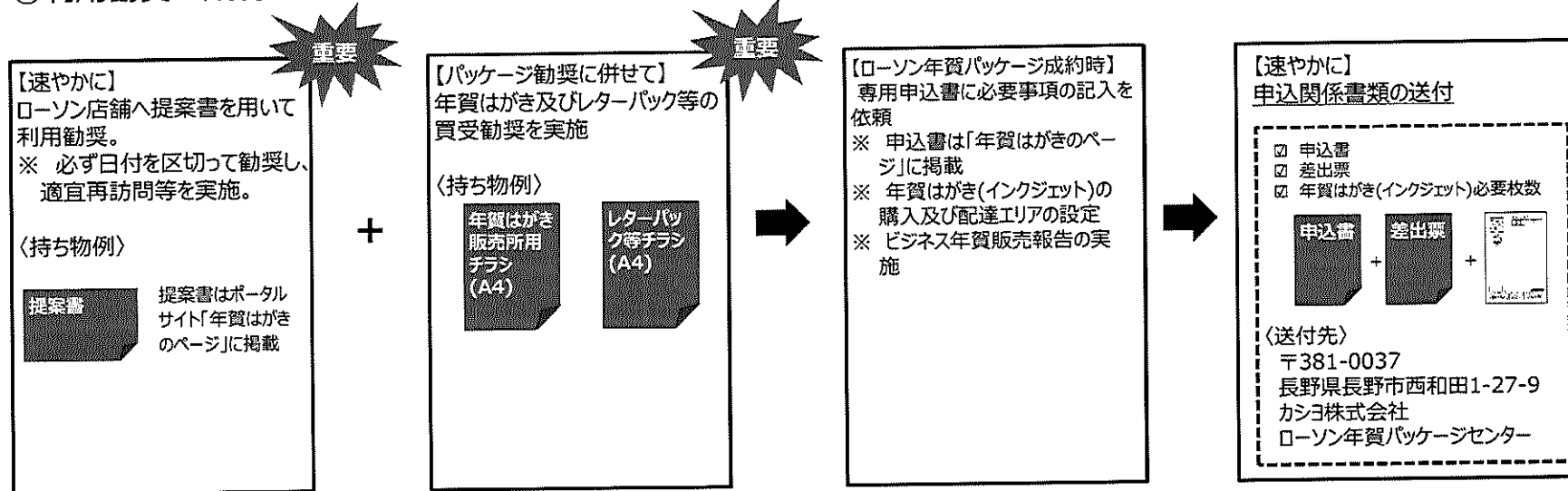


ローソン店舗に対する、ローソン年賀パッケージ及び年賀はがき・レターパック等の勧奨を実施。  
**売渡局**において、「年賀はがきのページ」掲載の提案書等により勧奨。



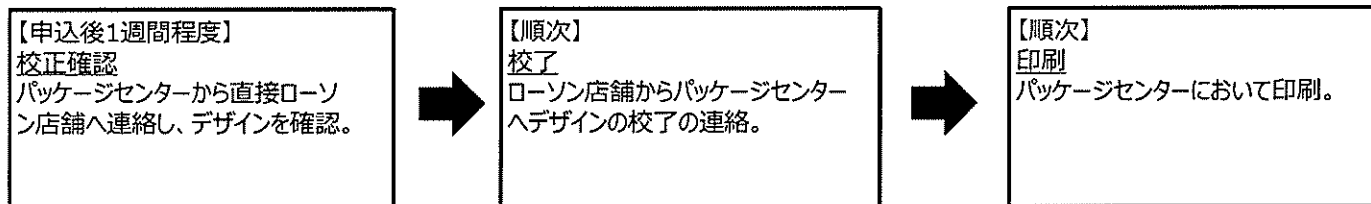
## ローソン年賀パッケージ取組フロー

### ①利用勧奨～成約

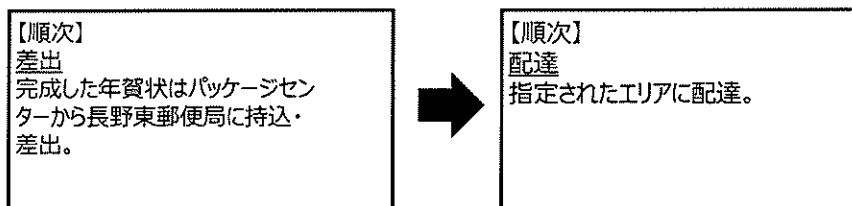


次ページに続く

## ②デザイン作成～校了



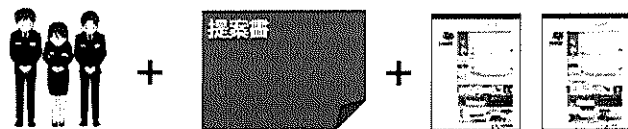
## ③差出



## ④配達後

**御礼及びヒアリング**  
店舗に対して、あらためて年賀パッケージ利用の御礼をするとともに、レスポンスの有無等のヒアリングを実施。  
※ 様式「年賀タウン等ヒアリングシートシート」を活用。なお、ヒアリング実施後は支社 郵便・物流営業部 窓口営業担当あてメール報告。

御礼及びヒアリング + ローソン年賀パッケージ再勧奨 + 賞受勧奨



【左記に併せて】  
・ 年賀パッケージ再利用勧奨  
・ 年賀はがき・レターパック等の賞受勧奨を継続実施

期間中何度でも出していただけます。  
(レスポンスが少なかった場合は)配達エリアやはがきの内容を変えてみませんか？

〈持ち物例〉

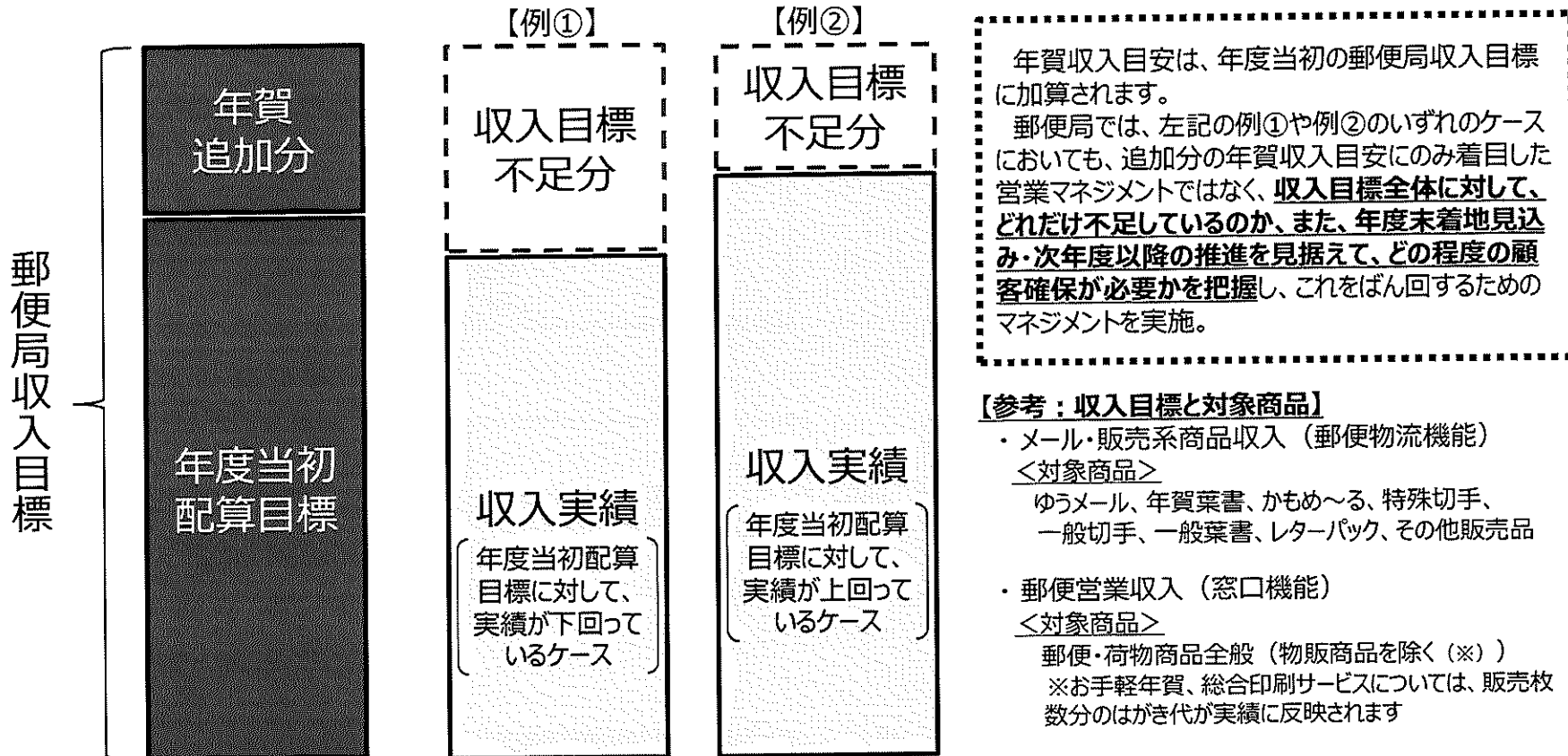


{ 年賀はがきは } 不足して  
{ レターパックは } いませんか？



・推進管理は、年賀販売収入単体では行わず、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の内数として年賀販売収入を含めた収入全体で実施。  
 ・収入目標全体に対する過不足分を把握して、不足がある場合は、年賀葉書だけではなく、他の商品を含めた総合的な推進計画を作成し、挽回に向けた営業推進を図る。収入目標全体に不足がなく実績が上回る場合は、既存顧客への勧奨を含め、次年度以降も見据えた顧客確保に取り組む。

通年の取組と同様のマネジメント





## ① 販売収入カウント

販売実績のカウント対象商品は、以下のとおり。

年賀関連商品			郵便物流機能	窓口機能
			メール・販売系商品収入	郵便営業収入
年賀葉書	寄付金付年賀葉書	全国版	63円/枚	63円/枚
		地方版	63円/枚	63円/枚
	白年賀	無地（くぼみ入り含む）	63円/枚	63円/枚
		インクジェット紙	63円/枚	63円/枚
		インクジェット写真用	73円/枚	73円/枚
		ディズニー	63円/枚	63円/枚
		四面連刷	252円/部	252円/部
		オリジナル用四面連刷	252円/部	252円/部
		多面用(40面)	63円/枚	63円/枚
		オリジナル用(40面)	63円/枚	63円/枚
	オリジナル年賀葉書作成サービス	63円/枚	63円/枚	
	広告付	6券種	58円/枚	58円/枚
	物販商品	お手軽	年賀	63円/枚
喪中			63円/枚	63円/枚
総合印刷サービス		カタログ	63円/枚	63円/枚
		ウェブ	63円/枚	63円/枚
		喪中印刷	63円/枚	63円/枚

※郵便物流機能において、上記の他にメール・販売系商品収入に含まれるもの。

・ゆうメール、かもめ〜る、特殊切手、一般切手、一般葉書、レターパック、その他販売品

※インターネット通販、切手・はがきストア（旧切手ショップ）については商品をお届けする配達局の実績とします。

※お手軽年賀、総合印刷サービスについては、販売枚数分のはがき代が実績に反映されます。

## ② 四面連刷の実績・目標加算について

詳細は、次ページを参照。

なお、「銀行口座送金サービス」を利用し四面連刷の販売を行った場合は、販売実績を送金先局から営業局へ付け替えるため、「銀行口座送金決済サービスによる郵便商品購入申込書（郵便局用）」（写）を本社郵便・物流営業部（窓口営業担当）あて速やかに郵送（簡易書留）してください。（販売月の翌月5日までに要到着）

※詳細は「銀行口座送金決済サービス取扱マニュアル」（規程Naviコード：40993）を参照。

## ③ Web受注サービスについて

対象の販売収入を「配達局（販売局）」から「営業局」に実績を付替え。

※付け替え対象は単面のみ（1申込み当たりの利用上限は1,000枚、Web受注サービスで取り扱う券種は単面のみ）

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%

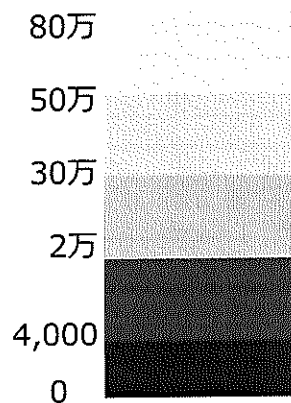
※1：四面連刷の販売時の手間(コスト)を考慮することを趣旨としていることから、加算の対象局は、実際に販売を行った郵便局とする  
(年賀タウン、自治体がふるさと納税者宛に差し出す年賀DM、サンキュー♡年賀及び本社が付け替えを行う物販実績等に関する四面連刷は対象外)。

※2：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)×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)×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)×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%)  
⇒ 4,000×0%=0枚

## 1 初回納入

### (1) 納入時期、受入処理【実施期限：納入後速やかに】

取引管理システム→在庫メニュー→日次処理サブメニュー→受払状況一覧に表示される「直接交付(支社指示)受入(一括)データ」又は「一斉交付データ」(以下「受入データ」といいます)と対査し、券種及び数量に誤りがないことを確認の上、受入処理を実施。納入時期、受入処理時に印刷される帳票の名称等は下表のとおり。

項目	箱単位のもの	封包単位のもの (箱単位に満たないもの)
納入時期	10/1(木)から10/23(金)まで	
納入方法	印刷会社による直納又は単マネ局からエリマネ局に納入 ※納入する印刷会社は別途お知らせします。 ※箱に納入先郵便局名が表示されていますので、 <u>単マネ局からエリマネ局に納入する場合は、必ず表示された局名に従い納入します。</u>	物流センターから納入
受払状況一覧画面に表示される受入データ種別	「直接交付(支社指示)受入(一括)」	「一斉交付」
	※現品の到着日より早く表示されます。(受入データ表示後すぐに現品が到着するとは限りません) ※現品の到着前に誤って受入処理を行わないように注意します。	
受払状況一覧画面の相手先の表示	「2001-019000 本社」	「物流センター」
受入時等に印刷可能な帳票の名称	「切手類等直接交付内訳書」	「切手類等送付内訳書」

### (2) 納入局の把握

不適正営業(実需に基づかない買取り)のけん制のため、本社において無地、インクジェット紙、ディズニーの初回納入分(各箱単位)のくじ番号を納入局ごとに把握しています。

## 2 郵便局における需給調整

### (1) 郵便・物流機能における需給調整

- ・物流センターに請求する際は事前に支社へ連絡をしてください。
- ・寄付金付全国版、長野県版及び新潟県版の券種は発行枚数が少ないため、局間での需給調整をしてもかまいません。

### (2) 窓口機能における需給調整

次ページのとおり。

### (3) その他

資産移動は、業務用ゆうパックにより実施します(詳細は「年賀はがきのページ」参照)。

①これまでの需給調整での課題

2020年度かもめ～るでは、郵便・物販担当副部会長(以下、副部会長)が部会内調整を行った上で承認依頼をいただいた場合でも、物流センター在庫不足のため、非承認とさせていただく場合があります。  
また、過年度には、物流センターへの請求を副部会長局のみとさせていただき、納入後、副部会長から部会内郵便局へ管理替していただいたこともありました。この場合、副部会長局で管理替対応を行うことの負担増や、現物保管にスペースを要するといった問題がありました。

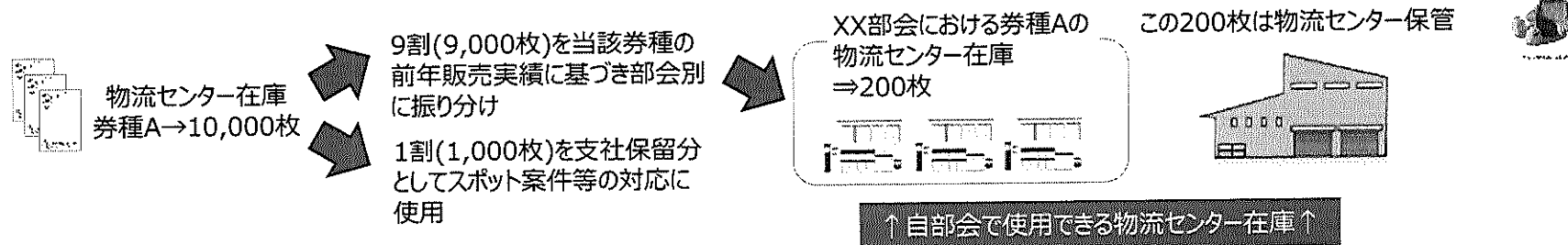
②2021年用年賀葉書における需給調整

**フローは2020年度かもめ～ると変更ありません**(次ページのとおり)

以下、変更点

あらかじめ、物流センター在庫の9割を、券種別に前年販売実績に基づき部会別在庫に振り分け、当該部会で使用できる物流センター在庫とします(部会別の具体的な数量は別途お知らせします)。  
残り1割は、支社保留分としてスポット案件等の対応に使用します。

※イメージ図



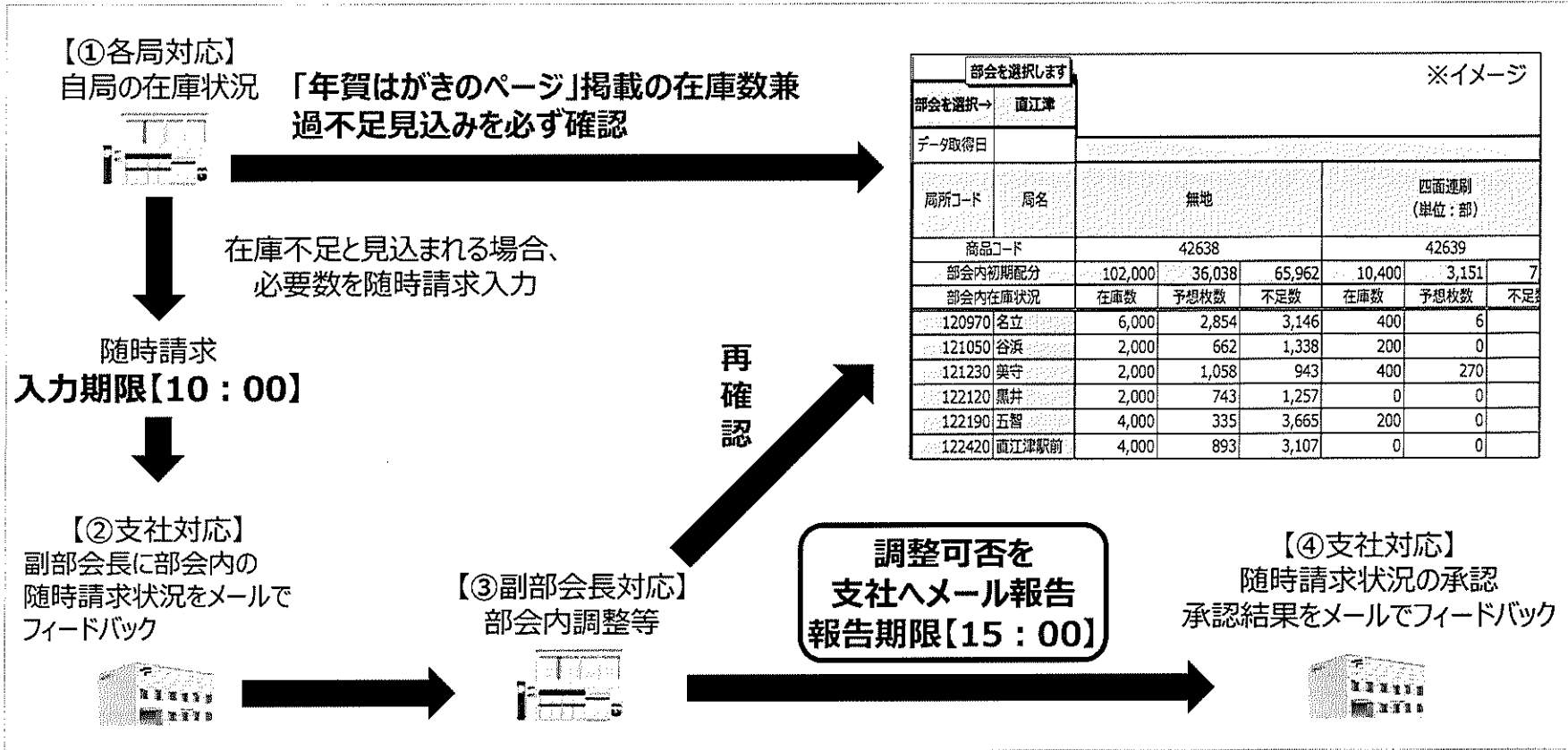
副部会長は、毎営業日支社から提供される自部会内郵便局の請求状況を確認し、部会内調整を行った上で承認が必要な場合は、**自部会で使用できる物流センター在庫を超過しないよう**、支社に承認を依頼。

超過していない場合は査定せず、承認依頼の数量で承認します。

自部会で使用できる物流センター在庫を超過しなければ、11月中に当該分をすべて請求して副部会長局保管としたり、過不足見込みに基づき12月中旬まで物流センター保管のまま残しておいたり、といった自由度があります。

③フロー

2020年度かもめ〜と同様、各局での随時請求から支社での承認までを1日で行います。



④その他

副部長の不在時等、支社への承認依頼の報告をいただけなかった場合、当該部会分の当日承認が困難になることから、不在時の対応について、あらかじめ部会内で決めていただきますようお願いいたします(サブ担当の設置等)。

※請求入力局からの直接の承認依頼連絡は対応いたしかねます。

※販売見込みにキャンセル等が発生した場合は、副部長による支社への承認依頼時に併せて報告いただきます。

### 3 物流センターへの随時請求 【随時請求対象券種等】

品名コード	切手名(システム上の品名)	単位	箱入数	封包入数
42638	2021年賀(無地)	枚	4,000	200
42639	2021年賀(四面連刷)	部	1,000	200
42640	2021年賀(インクジェット紙)	枚	4,000	200
42641	2021年賀(くぼみ入り)	枚	4,000	10
42642	2021年賀(ディズニー・インク)	枚	4,000	200
42643	2021年賀(写真用)	枚	2,000	10
42644	2021年賀(全国版・絵入り)	枚	4,000	100
42651	2021年賀(新潟県版・絵入り)	枚	4,000	100
42652	2021年賀(長野県版・絵入り)	枚	4,000	100
42674	2021年賀(オリ・四面連刷)	枚	1,000	200

注1：随時請求単位は券種ごとの封包入数

注2：随時請求期間  
四面連刷及びオリ・四面連刷10/12(月)～1/6(水)  
上記以外10/29(木)～1/6(水)

### 4 郵便局内授受の徹底と適正管理

仮出した年賀はがきは、切手類等在庫管理マニュアル(郵便局用)【規程Naviコード：20411】に基づき仮出先で継続して保有し、在庫管理することができませんが、過去に、現品とシステム在庫が不適合となる事例が多発しているため、郵便局内授受を徹底し、適正に管理します。

なお、「不備事例と正しい処理方法」や特別ルールの詳細を「年賀はがきのページ」に掲載します。

### 5 販売期間経過後の取扱い

#### (1) 不用決定及び処分

郵便局の在庫については、切手類等在庫管理マニュアル(本社・物流センター用・支社用)【規定Naviコード：41113】に基づき、支社において不用決定の上、処分します。なお、処分については可能な限り3/31(水)までに実施します。

#### (2) 注意事項

ア 郵便局に指示した返還期間中は、支社は物流センターへの返還の状況を少なくとも週1回は確認し、誤って物流センターへの返還登録を行っている場合は、当該郵便局の資産管理責任者に確認の上、必要な指導を行います。

イ 販売期間終了後に残余となった見本券は、断裁等の方法により処分。

チャンネル	取組		
	研修資料	目的	対象
全てのチャンネル	10日間集中スキルアップ 2021年用年賀版 ※後日ポータルサイト掲載	2021年賀のスケジュールや商品・サービス内容に関する社員のスキルアップ	郵便・物流機能 ○ 窓口機能 -
	2021年用年賀はがきガイダンス ※後日ポータルサイト掲載	2021年賀はがき関連の商品やサービス内容、窓口での営業の基本と「声かけ話法」のポイントを掲載	郵便・物流機能 - 窓口機能 ○
	ビジネス年賀研修DVD(基礎編) ※9/4(金)までに各局へ到着予定	ビジネス年賀の認知度を上げ、効果的なお知らせ活動を実施するために必要な知識の習得	郵便・物流機能 ○ 窓口機能 ○
	ビジネス年賀研修DVD(応用編) ※9/4(金)までに各局へ到着予定	企業の営業活動において抱えている悩みをヒアリングした上で、お客さまに最適な課題解決型営業を実施するために必要な知識の習得 ※一部内容に誤りがありますので、研修実施時に受講者に対して訂正を行ってください。 (訂正内容は「ToDoカレンダー」に記載)	郵便・物流機能 ○ 窓口機能 ○ ※管理者、グランマイスター等 ※管理者等
<p>※ビジネス年賀研修DVDは、<b>単M局(郵便・物流機能)及び郵便・物販担当副部長局へ本社から直接送付。</b> (関連：「ToDoカレンダー掲載事項(物品受入)」(2020年8月25日(火)発信)</p>			
<p><b>2 お知らせ活動</b></p> <p>(1) <b>チラシ配布・声かけなどのお知らせ活動を徹底</b>し、お客さまからの申出に基づき予約を受付。                  (2) 窓口においては、年賀ステーション(年賀コーナー)を設置し、<b>全窓口での声かけ等、基本動作を徹底。</b>                  ※年賀ステーション(年賀コーナー)の活用方法については、「年賀はがきのページ」に掲載予定。</p>			
<p><b>3 お客さま獲得に向けた取組</b></p> <p>(1) <b>前年度以前に年賀はがきを購入いただいたお客さま(前年度購入顧客)への勧奨(囲い込み)の徹底。</b>                  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った上で、計画的に囲い込みを徹底。                  (2) <b>新規顧客獲得に向けた取組</b>                  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。                  特に、ビジネス年賀獲得に当たっては、提案先事業所の業種業態、ニーズに応じた商品(年賀タウンメール・協賛型年賀・年賀DM等)を提案。                  (3) <b>社員同士による競合営業の防止</b>                  フロントライン連携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実施。</p>			

チャンネル	取組
<p>全てのチャンネル</p>	<p><b>4 需要創出のアプローチ</b></p> <p>(1) 個人需要            年賀状を差し出していただくための需要創出の取組みを実施。</p> <p>ア 手紙文化原点の訴求            別にポータルサイトへ掲載するチラシを活用し、コロナ禍で帰省自粛等なかなか会えない状況を踏まえ、「田舎の両親、県外で就労、就学している身内、気軽に会えなくなった人、最近会っていない人」に『年賀状』を使って、「安否確認」、「近況を伝える、励ます」といった手紙文化、手紙の温かみを訴求。</p> <p>イ 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、年賀はがきをご利用いただくためのトップセールスに活用。また、年賀状大賞コンクールを通じて、年賀状を差し出していただく利用勧奨を実施。</p> <p>ウ ご当地キャラへ年賀状を送ろう！            若年層向けに「ご当地キャラクターへ年賀状を差し出し、返事がもらえる」企画を今年度においても各自治体等と連携し実施。(詳細は別途お知らせします)</p> <p>エ AR動画年賀の活用            別にポータルサイトへ掲載するAR動画年賀(年賀状に二次元コードを記載し、動画で新年あいさつ)の利用勧奨チラシを活用し、若年層へ訴求。</p> <p>(2) 法人需要            ア 事業所向け            (ア) 新規顧客を獲得したい事業所へは「年賀タウンメール」、既存顧客の維持や関係性を強化したい事業所へは「年賀DM」、提案先事業所の業種業態やニーズに応じた課題解決型のビジネス年賀の利用を提案。            (イ) 「レスポンスを求めない年賀タウンメール」・・・レスポンス不要で継続利用も見込めるビジネスユースの利用方法。            (例)マンション住民への町会行事参加のお知らせ、近隣企業、学校のイメージアップの挨拶等            詳細は、「年賀はがきのページ」を参照。</p> <p>イ 自治体向け            (ア) ふるさと納税利用者への挨拶として、年賀はがきの利用を勧奨。            (イ) 新型コロナウイルス感染拡大防止啓発を内容とするタウンの提案。</p> <p>(3) 好取組事例の横展開            各支社・郵便局で実施している取組事例(営業タイムズ・NEN☆KAMO TIMES!)を「年賀はがきのページ」に随時掲載するのでミーティング等での周知や提案営業時の参考に活用。</p> <div data-bbox="1355 311 1937 399" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 20px;"> <p>戦後は「安否確認」、「消息をつかむ」ために年賀状が差し出されていました。</p> </div>



チャネル	取組
<b>①郵便外務社員</b>	<p>以下及び次ページの取組みにより、営業活動を徹底。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 次ページの取組を徹底し、<b>前年度購入顧客リストの整備及び囲い込みを計画的に実施。</b></li> <li>2 新規需要創出のため、区内のお客さま及びターゲット事業所等へのビジネス年賀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、ビジネス年賀の獲得に当たっては、新型コロナウイルスの情勢を踏まえた提案、提案先事業所の業態、ニーズに応じた商品(年賀タウンメール、年賀DM等)を提案。</li> <li>3 ターゲットとなる事業所の選定に当たっては、積極的に新規店舗等の情報を収集するとともに、荷物需要のヒアリングも並行して行うなど、複合的に提案。</li> <li>4 年賀はがきお届けの効率的運営             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 初期の声かけの段階で、配達等の業務の途上でお届けができる時間帯(日時)をご案内し、勤務時間内で効率的にお届けができるように誘導。</li> <li>(2) 日勤帯のお届けではお客さまのご都合が合わない場合は、勤務時間内で対応ができる中勤や夜勤等を担務している社員に引き継ぐなどし、局内の応援体制によるお届けを実施。</li> <li>(3) 上記の(1)(2)で対応できない場合は窓口購入への誘導を行う旨を、フロントライン連携協議会で事前に周知し、事案が発生した都度、お客さまの引継ぎを実施。お客さまへは、お届けが困難である旨を丁寧に説明し、引継先の窓口をご案内。 ※上記の(1)(2)の対応の可否について、管理者は、班長等の意見を十分考慮して判断。</li> </ol> </li> <li>5 業務負担につながるような外務携行販売は実施しない。</li> <li>6 営業統括本部との連携 自局での対応完結が困難な事業所は、営業統括本部と連携し対応。</li> </ol>
<b>②窓口社員、コンサルタント(旧渉外営業社員)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 年賀を盛り上げる「おもてなし」を実施             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 窓口での声かけ・みせる営業等、基本動作を徹底 お知らせ期間、販売期間に合わせ、窓口でチラシを手交し、一声添える営業を実施するとともに、他商品をご利用・ご購入の際にも必ず声かけを実施。声かけに当たっては、郵便窓口だけでなく、貯金・保険窓口とも連携し対応。</li> <li>(2) 「読むだけツール」の活用 「読むだけツール」を窓口に備え付け、全社員での声かけに活用。</li> <li>(3) 魅せる営業 年賀はがき見本券、お歳暮等年末商材で「みせる飾り付け」を実施し、飾り付けをきっかけとした声かけを実施。</li> <li>(4) 年賀ステーションの設置 年賀ステーション(年賀コーナー)による年賀関連商品全体の取扱いのほか、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徹底(バラ売り⇒10枚単位での販売)</li> </ol> </li> <li>2 付加価値商品の販売強化 お客さまニーズを捉え、そのニーズに合った付加価値商品(年賀状印刷サービス、お手軽年賀、絵入り(寄付金付)、写真用)を提案。</li> <li>3 寄付金付年賀はがきの勧奨 寄付金付年賀はがき「全国版」及び「地方版」は、「社会福祉の増進」や「青少年の健全育成」につながるため、積極的に周知・勧奨を実施。</li> </ol>

【郵便外務社員】前年度購入顧客リストの整備、進捗管理等

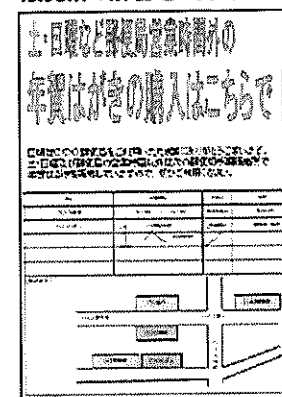
実施時期 (目安)	速やかに～9月上旬	交付後～9月下旬	交付後～随時	10月上旬以降～														
項目	準備	クリーニング	囲い込み	進ちょく管理														
取組概要	<p>顧客リスト交付準備</p> <p>【取組内容】 ①顧客リスト交付準備 ・担当者別に振り分ける。</p>	<p>顧客リストのクリーニング</p> <p>【取組内容】 ①前年度購入顧客リストの選別 ・購入見込『あり』・『なし』を選別(喪中、廃業等)。 ②担当者による見込み把握 ③顧客リストの整備 ・顧客ごとに担当者、班(センター)を把握。 ・購入先の住所や氏名等が不完全で今年度の動向が不明のものはリストから削除。</p>	<p>見込み『あり』</p> <p>【取組内容】 ①早期の受注 ・自局の進ちょく(不足分)を把握するため、早期受注を勧奨。</p> <p>見込み『なし』</p> <p>【取組内容】 ①不足分獲得策の策定 ・『個人』、『ビジネス』別に不足分の獲得策を策定。 ②具体的取組計画の作成 ・所定用紙に記載。</p>	<p>見込み『あり』</p> <p>【取組内容】 ①リスト対応状況の進ちょく管理 ・外務営業の活動量を強化するため、定期的に進ちょく状況を確認。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="2">10月</th> <th colspan="2">11月</th> </tr> <tr> <th>中旬</th> <th>下旬</th> <th>月上旬</th> <th>下旬</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>推進目安</td> <td>%</td> <td>%</td> <td>%</td> <td>%</td> </tr> </tbody> </table> <p>不足分獲得計画『個人顧客』</p> <p>不足分獲得計画『ビジネス顧客』</p> <p>【取組内容】 ①不足分獲得策の進ちょく管理 ・作成した具体的取組計画の進ちょく状況を確認。 ②具体的取組策(追加)の策定 ・販売期間中において、都度、新規獲得に向けた獲得策を策定するとともに、具体的取組計画を作成。</p>		10月		11月		中旬	下旬	月上旬	下旬	推進目安	%	%	%	%
	10月		11月															
	中旬	下旬	月上旬	下旬														
推進目安	%	%	%	%														
役職等	上記実施時期(目安)における主な取組内容																	
管理者	・作業指示	・進ちょく状況確認 ・作業指示	・進ちょく状況把握 ・作業指示 ・不足分獲得策策定及び取組計画作成	・進ちょく状況把握 ・作業指示 ・新規獲得策及び具体的取組計画の作成														
推進責任者	・交付準備	・交付作業 ・入力指示等	・受注とりまとめ ・不足分獲得策策定及び取組計画作成	・進ちょく等とりまとめ ・新規獲得策及び具体的取組計画の作成														
ファーストパーソン ・班長 ・班員	・班別とりまとめ表等のフォーマット準備 ・ヒアリング等活動準備	・リスト受領 ・ヒアリング等活動開始 ・入力作業等	・受注等営業活動 ・新規案件等に係る情報収集	・受注等営業活動 ・新規案件等に係る情報収集														

### 前年度購入顧客リストの整備、進捗管理等の流れ

項目	取組内容
①準備(9月上旬までに) <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">リスト交付</div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓管理者は前年度顧客リストを確認。</li> <li>✓管理者又は推進責任者(計画担当者等)は、リストを担当者別に割り振り交付。</li> <li>✓リストを受領した班長等は、班ミーティング等において社員へリスト内容を確認。</li> </ul> <p><b>⇒リスト手交の際は、②クリーニング作業(購入見込み選別)について必ず期限を定め、期限までに回収。</b></p>
②クリーニング(9月下旬までに) <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">リスト整備 見込み選別</div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓班長等はリストの中から、購入見込み「あり」、「なし」を把握し選別。</li> <li>✓管理者又は推進責任者は、選別した結果を回収し、見込み「あり」、「なし」の規模感を取りまとめ。</li> <li>✓ファーストパーソンは見込み「あり」顧客に対し、ヒアリングを実施するなど、精度の高いクリーニングを実施。</li> </ul>
③困り込み(随時) <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">早期勧奨 取組計画策定</div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ファーストパーソンは、見込み⇒確定とするため、購入申込書等を活用し、早期受注を勧奨。</li> <li>✓見込み「なし」の取りまとめ状況を踏まえ、「個人需要」、「ビジネス需要」別にそれぞれ獲得施策を協議。</li> <li>✓特にビジネスについては、事前準備(関係者・エリア局との調整、決定権者による購入判断)に時間を要することから、早期に策定。</li> </ul>
④進ちよく管理(随時) <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">継続勧奨 不足分進捗管理</div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓リスト訪問状況、外務社員の活動量を随時把握し、必要に応じて進ちよく管理を強化。</li> <li>✓新規獲得に向けた施策の推進状況についても日々把握し、経営会議や営業会議で協議の上、必要な対策を講じる。</li> <li>✓2020かもめ〜の評価・反省を踏まえ、自局のメール・販売系収入確保、拡大につながるよう取り組む。</li> </ul>

チャンネル	取組
③郵便内務社員、共通関係社員	<p>各種申請の受付時、電話による注文受付、ゆうゆう窓口対応時等のお客さまとの接点を確保し、営業活動を実施。効率的な活動を心がけ、局内事務室(お客さまが立ち入らない場所)の装飾については、必要最小限のものとする。※休日出勤等による装飾はコスト面からも禁止。</p>
④切手類販売所、簡易局	<p><b>臨時出張所を開設しない方針を踏まえ、お客さまをコンビニ等切手類販売所へ誘導。販売所及び簡易局に対し、十分な在庫確保と販売促進を依頼。</b></p> <p>1 販売所への依頼等</p> <p>(1) 売渡開始日前までに、「年賀はがきのページ」に掲載する「販売所への依頼及び販売促進ツールの交付等」に従って、売渡局から販売所に対し年賀葉書の概要資料と販促ツール(チラシ、のぼり、ポスター)を交付。</p> <p>(2) 別途ポータルサイトへ掲載するチラシを参考に、郵便局の自動ドア、ATM付近に、土日祝日など郵便局の営業していない時間に年賀葉書を購入できるコンビニなどの販売所の所在地マップを掲出。</p> <p>(3) 売渡局から販売所に対し、十分な在庫確保と販売促進を依頼。 特に年末年始に欠品しないよう売渡データなどを参考にコンビニなどの販売所と密に連携。 <b><u>(安易に昨年度と同枚数の買受を提案するのではなく、昨年度の状況を伺いながら、欠品による販売ロスが発生しないよう十分な在庫確保を要請)</u></b> なお、本社・支社からコンビニ本部※に対しても商品情報の提供や十分な在庫確保と販売促進を依頼しています。 (※本社・支社から商品情報を提供をするチェーン：ローソン、ローソンストア100、セブン-イレブン、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、セイコーマート)</p> <p>(4) セブン-イレブンについては、「はがきデザインキットスマホ版」で作成した年賀状をセブン-イレブンに設置しているマルチコピー機で簡単に印刷できるサービスを実施することから、年賀葉書の無地を切らさせないように定期的なフォローアップを実施。</p> <p>(5) 銀行口座送金決済サービスの取扱い(窓口機能に限る) 販売所が年賀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「年賀はがきのページ」に掲載する手順書を確認して対応。</p> <p>2 簡易局への依頼等</p> <p>(1) 簡易局も重要な販売チャンネルの一つであることから、積極的に売渡し勸奨を実施。 (2) 売渡しの際には購入申込書や「読むだけツール」を交付し、活用いただくよう依頼。</p>

販売所の所在地マップイメージ



同一企業に対して、複数の社員が個別に営業する行為は非効率であることから、フロントライン連携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実施。

### 1 フロントライン連携協議会の開催

※新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、開催できない場合はメール、電話等を活用。

フロントライン連携協議会において、営業活動について事前調整を行うとともに、以後、定期的に関し進捗状況を共有化。年賀販売取組について、郵便物流機能と窓口機能が協力する施策の実施、課題解決に向けた調整・情報共有を行う。

### 2 営業活動の事前調整等

- (1) 各郵便局が保有しているマイカスタマー及び訪問を希望する事業所を事前にすり合わせることで、営業活動の重複を避ける。
- (2) 購入申込書の配付時期・エリア等について、事前に調整し、効率的に配付。

### 3 営業活動

ビジネス年賀獲得を目的とした単マネ局とエリマネ局との年賀一体営業の実施

- (1) フロントライン連携協議会において、大口等営業先、共同施策・キャンペーン等の検討・調整を実施。
- (2) エリマネ局長の地縁性を活用するため、同局長の紹介による事業所を対象にした単マネ局の社員や営業統括本部の本部員による同行営業を実施。なお、同行営業により獲得した年賀葉書は、原則、紹介局で販売します。
- (3) 事業所リストから「郵便局(窓口)近隣のもの」等を抽出し、部会内等の新規事業所リストを作成し、既利用事業所リストと合わせて郵便局長等による営業活動を実施。
- (4) 単マネ局においては、エリマネ局におけるビジネス年賀の営業活動を支援するため、各種照会に対応できる体制を整備。