

2023(令和5)年用年賀葉書の販売方針（信越支社）

1 販売方針

- 年賀葉書は減少トレンドが進んでいるものの、年賀葉書という日本の文化を継承し、手紙を通じたコミュニケーションを進行していくために、年賀葉書を差し出していただくためのお声かけを継続して取り組む。
- また、年賀販売期間中は年賀葉書のお知らせ活動をきっかけとして、**年賀葉書だけでなく、荷物やその他商品の通年でのご利用につなげるための大切な商戦期であることから「複合営業」により、郵便商品等利用のすそ野を拡大する。**
- しかしながら、実需に基づかない買取りや立替払等、不適正な営業活動を行うことは、社員に不必要な負担をかけることに加え、会社としても経営判断を見誤り不利益を被るもの。また、営業活動にあたっては、お客さまの立場に立ち、お客さまと社会の皆さまに安心してご利用いただけるようなご案内・提案をする。
- そのため、社員一人ひとりが適正営業に関すること、局長・管理者による適正なマネジメントの理解を深めた上で、年賀葉書をはじめとした各商品の販売が行えるよう、適正・健全・効率的かつお客さま本位の営業活動を大前提に取り組み、不適正営業を徹底的に排除する。

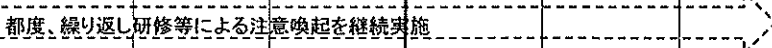

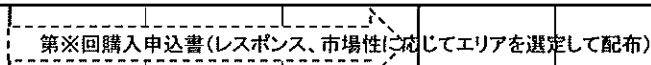
2 重点取組施策

- ① 年賀葉書をきっかけとした複合営業
 - ② 前年購入者（「個人利用」、「ビジネス利用」）へのお知らせ活動
 - ③ 年賀状印刷サービスのお知らせ活動
- ※①～③について適正・健全・効率的かつお客さま本位の活動を実施。

3 年賀関連カレンダー

	9月			10月			11月			12月			1月								
	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬						
販売全般	年賀Web関連サービス 年賀特設サイト 「郵便年賀.jp」の開設 [プレサイト] 8/31(水)~10/31(月) [本番サイト] 11/1(火)~1/31(火)			9/16(金)~ 40面前売渡開始 (主に印刷会社)			10/11(火)9:00~ 40面前売渡開始			11/1(火)9:00~ 販売開始			1/10(火)~24:00 販売終了			1/15(日) くじ抽選日					
販売所関連 簡易局				10/11(火)9:00~ 40面前売渡開始 (販売所への売渡は不可)			前売渡期 10/26(水)9:00~ 四面連刷以外の券種の 前売渡開始			年賀葉書販売期間			1/11(水)~1/13(金) 等価交換期間								
ビジネス年賀 関連	ビジネス年賀取組期間																				
	9/30(金) 40面申込期限			10/15(金) オリジナル年賀申込期限						12/15(木)~12/24(土) 年賀タウンメール引受期間											
物販関連	印刷サービス申込受付期間																				
	9/1(木) 印刷サービス販売開始 カタログ申込 ・年賀状印刷 ・喪中 ・年賀状印刷(宛名有)宛名チラシ			Web申込 ・総合印刷(年賀状) ・総合印刷(喪中) ・総合印刷(寒中)			11/1(火) 販売開始			11/8(火) 早期割引15%終了			12/7(水) 早期割引10%終了 宛名印刷サービス 受付終了			12/21(水) カタログ申込 ・年賀状印刷カタログ及び 喪中カタログ販売終了 12/27(火) Web申込 ・総合印刷(喪中)販売終了			1/6(金) Web申込 ・総合印刷(年賀状)販売終了		
	お手軽年賀葉書販売期間																				
	1/10(火) 販売終了																				

4 項目別取組スケジュール（郵便物流機能）（例）

取組項目		9月			10月			11月			12月		
		上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬
事前準備	適正営業 コンプライアンス研修	 支社による管理者研修（9/22までに実施） 支社研修受講者による 全社員研修（10/7までに実施）			都度、繰り返し研修等による注意喚起を継続実施 								
	■管理者（局長含む）向けの支社コンプライアンス研修の実施（9/22までに実施予定） ※支社による管理者に対しての研修です。（開催方法等については別に指示。） ■支社コンプライアンス研修後、速やかに研修受講者による社員研修を実施（10/7（金）実施期限） ※コンプライアンス責任者→管理者、管理者→社員												
	購入申込書加刷	 共通・内務社員等			■加刷ツール（支社作成ツール又は自局独自ツール等）による加刷								
	リスト整備	 外務計画担当等			■前年購入顧客等リスト整備（①担当者別の振り分け、②リストクリーニング（見込の把握及び選別））								
	フロントライン 連携協議会	 外務計画担当等			 都度、状況及び新たな情報等について情報共有								
■チラシ等配布、声かけ顧客の共有等													
取組	複合営業 スキルアップ研修	 複合営業（荷物営業、レターパック等）取組及び好事例に関する研修（勉強会）											
	■各種研修資料及び情報紙等によるスキルアップ及び好取組事例の実施検討（各種ポータルサイト掲載） ■年賀をきっかけとした「ゆうパック等荷物営業ヒアリング」や「レターパックや物販カタログ販売のための『この矢、三の矢』」を併せて行う複合営業を展開。												
	前年購入者への声かけ	 リスト整備等準備期間			 リストに基づき、購入日時の早い順に声掛け								
■前年購入顧客リストを最大限活用した今期利用に向けた計画的な囲い込み活動 ・リスト整備等準備期間を十分にとったうえで「声掛け」等の活動を開始													
その他顧客への声かけ	 第※回購入申込書（全戸又は一部地域）配布			 第※回購入申込書（レスポンス、市場性に応じてエリアを選定して配布）									
■チラシ及び購入申込書の配布、配達（通配及び対面）、各種手続及び申請等の来局時等での積極的なお知らせ活動（郵便局、CSV等）													
ビジネス年賀の取組	 初回訪問			 2回目以後の訪問活動			 確定（刈り取り期間）						
■前年利用事業所は必ずお知らせ。 ・『業種別DMサンプル』と『事業所向けWebサイト「はがきのDM」の年賀特設ページや「郵便年賀.jp」のご案内チラシ』をセットにした提案キットによるご案内作戦を計画中。													

5 推進管理方法等

- ① 購入申込書に基づくデータ管理例
 - ・班（通配区）ごとの受注件数の進捗を管理
 - ・推進状況の掲出についてはQ&Aを確認
- ② 適正営業・効率化のためのマネジメント

6 インセンティブ実施案

【郵便・物流機能】

年賀営業をきっかけとした、レターパック等メール系販売及び特約ゆうパック等荷物営業の拡大に向けた複合営業に対して、年賀販売件数、レターパック等メール系販売件数、郵便局特約成約件数（実差出）及び基本運賃ゆうパック引受件数等に応じたインセンティブを実施します（郵便・物流機能に限る）。実施については単M局全局に予算を措置しますので、局状に応じて工夫して実施してください。詳細は別にお知らせします。

（複合営業は①「年賀営業をきっかけとした複合営業」、②「レターパック等メール系販売及び特約ゆうパック等荷物営業をきっかけとした年賀営業」どちらも対象とする。）

【窓口機能】

実施等は別に指示します。

7 ビジネス年賀・はがきDM拡大施策

ビジネス年賀・はがきDM等の利用を拡大させるため、他局の参考となる成約案件を、支社発行の「営業タイムズ」として信越管内へ展開。情報紙の内容に応じてインセンティブを実施。（詳細は別にお知らせします。）

対象商品・サービス	通常(年賀)葉書による販促DMやはがき(年賀)タウン等(原則、利用枚数は1案件につき原則500枚以上) ※販促を目的とした法人利用（個人は除く）
評価方法	・郵便局管理者や社員の営業活動の結果、新たに成約した取組や既存利用顧客の維持に向けた工夫や努力が認められる案件であること。 （窓口機能からのトスアップ案件や、営業統括本部へトスアップした案件でも、郵便物流機能での営業努力が認められる場合は対象。） ・成約に至るまでのプロセス（工夫や努力）が信越管内全局へ横展開した際に参考となる内容のものであること。

8 2023年用年賀販売取組Q&A

◆年賀推進関係

区分	項目	可否	備考
販売計画の策定	班・個人の販売枚数指標の設定	×	年賀販売枚数及び年賀収入の単体目標、指標設定は不可。(メール・販売系収入全体での設定は可(現実的ではない))
	受注件数目安の設定	△	個人・班に対し、単に前年販売件数に対する目安設定は不可 エリア外営業禁止が前提であることから、占有率に基づく区内受注件数目安を設定することは可
	年賀タウン獲得目安の設定	△	個人・班に対し、単に年賀タウン獲得何件等、一律の目安設定は不可 飲食店等ターゲット数や獲得のための具体的な営業手法を示した上で獲得目安を設定することは可
推進状況の掲出	受注(予約)枚数	×	不可
	年賀葉書の販売金額、販売枚数	×	個人、班とも年賀単体での販売実績、推進率、前年比いずれも不可(メール・販売系収入(全体)として局別にフィードバックされたものは可)
	外務受注(販売)件数	△	区内受注件数及び販売件数は、行動管理の一環として推進管理することは可 ただし、グラフの掲出は局全体にとどめることとし、部別・班別・配達区別・個人別は不可
	年賀タウン成約情報	○	個別の成約情報を顧客情報に考慮して共有することは可
	個人・班の前年比での推進管理	×	コロナ禍の影響等営業環境が異なるので不可
その他	局内事務室の装飾	△	局内事務室(お客さまが立ち入らない場所)の装飾については掲示板やチラシ類を設置しているスペースを活用し、必要最低限のものとする。

◆年賀収入の実績カウント関係

区分	項目	カウント	備考
メール・販売系収入 のうち年賀収入	web受注サービス	-	廃止、ノーカウント(2021年度廃止済み)
	インターネット通販	-	廃止、ノーカウント(2021年度廃止済み)
	郵便局ネットショップ (切手・はがきストア)	配達局	オンライン決済でゆうパック配達(5000円以上は送料無料) なお、営業社員の情報を入力しても営業局の実績にはならない
	お手軽年賀	営業局	販売枚数分のはがき代のみ(喪中はメール販売系収入のみ反映)
	総合印刷サービス	営業局	販売枚数分のはがき代のみ(喪中印刷はメール販売系収入のみ反映、私製はがきは対象外)

◆エリア外営業の禁止関係

項目	可否	備考
①自局の旧集配センター	○	①自局の集配エリアには集配センター併設局の集配エリアを含む。 ただし、年賀の効率的なお届け、区内占有率向上の観点から可能な限り引継ぎを実施 (集配センター統合局(2022年度9月実施の統合局を含む)の集配エリアは除く)
②自局の他班エリア	○	②自局の集配エリアなので他班の集配エリアにも営業はできる。 ただし、年賀の効率的なお届け、区内占有率向上の観点から可能な限り引継ぎを実施 ※立替払いのリスクや勤務時間外の営業活動を助長するため「あるべき営業活動の範囲(エリア)」を「自局」としています。立替払いのリスクがない、勤務時間外の営業活動とならないことを前提として、社員が自局(受持局及び旧集配センター)エリア内のお客さまへ販売を行うことは「不適正営業」にはあたりませんが、本来、集配営業部(集配センター)における営業活動は、班(チーム)単位での営業活動を基本としているため、効率的な営業の観点から、班を超えた営業活動(受持局と旧集配センターの行き来を含む)は原則として推奨しません。
来局された営業エリア外のお客さま	○	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
窓口局の郵便局受持ちエリア以外	△	窓口の営業エリア定義は、原則、郵便局受持ちエリア内【ポータルサイト - 共通 - 共通トップ 共通営業関係局外活動のページ】 ※管理者の判断で、郵便局受持ちエリアを超えての活動は可能とするが、次のいずれかに該当する場合は除外。 1 費用対効果が低いと管理者が判断する場合 2 明確な理由がなく、同一の訪問先(地域)を頻繁に訪問している等、防犯上の懸念があると判断する場合 3 郵便局受持ちエリア外のお客さまのアポイントメントがない場合 ※商品の立替払い及び勤務時間外の営業活動は禁止。

◆立替払いの考え方

立替払いとならない家族の範囲	-	生計を一にする親族又は同居の親族の場合は立替払いに該当しません。 なお「親族」の範囲は、民法725条で定められている「6親等以内の血族、配偶者及び3親等以内の姻族」です。 参考：犯罪防止マニュアル(40673) - 第2部 点検・確認 - 自己名義通帳等の端末機処理の特例承認 - 注意！「親族」とは？
----------------	---	---