

2022 年お歳暮期カタログインセンティブの実施

1 概要

2022 年上期に実施したカタログインセンティブでは、販売実績の向上及び郵便局からインセンティブ該当に向けた活動強化に取り組んだという声も聞かれたことから、カタログ販売実績の 30%を占める第 3 四半期にインセンティブを実施するとともに、売り場づくりコンテストを開催することで販売活動を活発化させ、本年度から設定された物販営業指標の推進向上を図る。

2 評価反省

2022 年 9 月 19 日現在、信越全体の物販販売実績は、対指標比 102.8%（全国 3 位、速報値）とオンベースで推進しているものの、対前年比は 92.1%と対前年を超えることができない状況。

お中元も変わらず、対指標比で 102.0%と支社計画は達成したものの、対前年比は 93.4%であり対前年減少傾向が改善されていない。

ただし、お中元カタログの支社計画を超えて達成している支社は 13 支社中 5 支社のみであり、今後も、指標達成に向けた販売活動を活性化させるべく、お歳暮期カタログインセンティブを実施する。

3 取組内容【対象期間：以下、実施期間に準ずる）】

(1) お歳暮期カタログインセンティブ【エリア M は部会、単独 M 局は個局単位で実施】

実施期間	対象カタログ	施策内容(エリア M)	施策内容(単独 M)
10/24~12/31 ※年賀状印刷は、9/1~1/6 までの印刷代金（物販収入）を含む	期間中に販売した全カタログ ※頒布会、米頒布会、幹旋カタログ（サカイの引越、水源水を除く）	・部会を単位とし、期間中販売した全カタログの販売実績の合計額から期間中の物販指標推進率を算出。各地区連絡会の推進率 1 位部会に 20,000 円相当の販促物品を贈呈。 ※連絡会・部会ごとに、重点取組カタログに違いがある(地域カタログなど)ことから、本取組では全カタログの販売実績を対象とします。	・個局を単位とし、部会と同様に期間中の物販指標推進率を算出。推進率上位 10 局に物販指標額 1 万円につき 10 円相当の販促物品を贈呈。 ・松浜、亀田、新潟中、越後吉田、村松、直江津及び箕輪局は 7 局のうち上位 2 局を報労。

(2) お歳暮期売り場づくりコンテスト【エリアM、単独Mともに個局単位で実施】

実施期間	対象機能	施策内容(エリアM)	施策内容(単独M)
単独M局 提出期限：11/4まで エリアM局 以下、選考期限 11/4 副部長(郵便・物販) 11/11 部会代表選考 11/18 地区連絡会選考	単独M局、エリアM局共に窓口機能に限る	<ul style="list-style-type: none"> ・部会内、地区連絡会内で選考の上、エントリーシートを支社物販・広告担当へ提出。 ・エントリーシートを基に、以下の基準により支社で選考。 ・選考基準は、訴求性、演出、コスト、汎用性、陳列、特別性の6項目。 ・支社長賞(1局)30,000円、郵便・物流営業部長賞(1局)20,000円、郵便局物販サービス本部長賞(1局)15,000円、敢闘賞(9局)12,000円分の販促物品を贈呈。 	<ul style="list-style-type: none"> ・作成したエントリーシートを支社物販・広告担当へ提出。 ・エントリーシートを基に、以下の基準により支社で選考。 ・選考基準は、訴求性、演出、コスト、汎用性、陳列、特別性の6項目。 ・支社長賞(1局)30,000円、郵便・物流営業部長賞(1局)20,000円、郵便局物販サービス本部長賞(1局)15,000円、敢闘賞(4局)12,000円分の販促物品を贈呈。

4 インセンティブ推進表

期間中は、インセンティブの推進表を提供します。

以上