

仲間と競争せず、弱い立場の人と共に団結して闘おう。

期間雇用社員の希望者全員を正社員化を。

めざせ、均等待遇。

なくその差別！

ユニオンは労基法裁判に勝利するぞ！

問題ありかもめる営業

未来



全労協・郵政産業労働者
ユニオン長崎中野支部
機関紙・「みらい」
NO. 3865
18年6月22日(金)
・Fax 095-828-1953

おはようございます。今年梅雨入りが例年より早く、まだまだ梅雨真っ只中ですが、今のところは降水量としては少ないような気がします。今年の梅雨は雨量が少ない分、夏は猛暑になると言われています。いよいよ集配労働者にはつらい季節が近づいてきました。体調管理に努め乗り切ってくださいましょう。

かもめるが6月1日から発売になりました。お中元ゆうパックの夏季繁忙に入る前のこの時期は、かもめる営業一色になります。どこの同も、報労などの販売促進施策を準備して早期達成に向け躍起になっています。

数を増やしています。局の資料によれば販売数の85%は法人への販売で、企業や法人などをターゲットにしているかもタウンの売れ行きが好調な事が挙げられます。



営業指標は局の指標を部に振り分け、それを班に振り分けるスタイルです。個人指標は設定しないとダメですが、多くの場合、外務正社員一人当たり1400枚、期間雇用社員800枚などという数字を積み上げたものが班指標となっています。昨年実績を考慮し個人指標を班員に設定していることもあり、合計枚数が設定された指標に足りないこともあるでしょう。そんな場合はどうなるのでしょうか。

さて先日、長崎北局で成約した数千枚のかもタウンの報告がミーティングで周知されました。確かに、かもタウンに関しては利用する側としてもメリットもある

り、運が良ければ数千枚の販売に繋がる可能性もあります。ただ、成約に向けては何度か足を運ばなくてはなりません。その時間をどうやって生み出すか？多忙な業務の中で一番の問題はここにあります。

会社の営業に対する考え方は正社員と非正規社員では大きな違いがあります。簡単に言つと個人の営業実績が人事評価(スキル評価)に反映するかしないかです。非正規社員の評価には営業の項目はないのですから、かもめるや年賀状の販売が0枚でもそのことを理由にスキルダウンすることはできません。しかし、正社員の人事評価には営業の項目があるので実績が反映されることとなります。



班に所属する社員の営業に対するスタンスが違う中で、指標達成に向けて、班員全員で取り組む。これはかなり無理があります。確かに非正規社員の中でも、営業が得意な人もいますし、正社員を目指している人は

必死になって頑張っています。しかし、毎日の業務運行は配達優先です。会社から「定時」の圧力がある中で、優先するのは営業ではなく配達を時間内に終えることです。

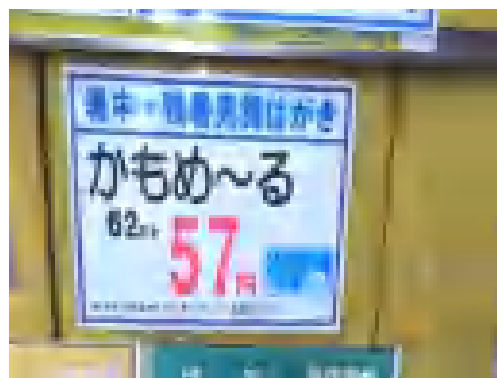


会社は営業での残業は認めると言っていますが、本来ならば定時で終わる物数の時に配達中にお客様に何軒も声をかけて、結果残業になりました。しかし、1枚も販売できませんでした。この様なときに「営業で残業になりました」と言えますか？混合区などが減区された今の厳しい職場の状況では、配達と営業を同時に行うのは限界が来ているのです。

かもめるに限らず年賀状やふるさと会などは、身内や知り合いに販売しているのがほとんどです。年賀状は発行枚数が年々減ってきているので、当然指標が上がることはありません。

せんが、かもめるはここ数年発行枚数が増えているので指標が下がることはありませぬ。そうすると最低でも昨年実績は求められませぬ。

新規顧客獲得が難しい中で、一度自爆営業を行うとその数字を求められて何年も自爆営業が続くことになりませぬ。この自爆営業かどうかは本人にしかわかりませぬが、住所のない名前だけの販売先で数百枚販売などは疑わしきグレーです。



かもめるの販売は後2カ月続きます。管理者にとって数字を追い求めるのは重要なことですが、コンプライアンス違反を発生させないのも重要ではないでしょうか？販売圧力をかけるのではなく、自爆営業を含む不適切な営業活動がないかの対話も必要です。

期間雇用パート労働者の皆さん！ 困りごとは職場の郵政ユニオンへご相談を。

1 集-山本, 2 集-向井, 3 集-山田, 郵便-高田, ゆうちよ銀-上筋, 東-松岡, 他支部・分会の役員へ。