



くれ

949号

2023年 2月 7日
郵政産業労働者ユニオン
呉支部発行



←中国地本HPへ
PC・スマホ等から
この情報が閲覧可！



メールはこちら→

風物詩がまた一つ

年賀状の減少深刻

令和5年、元旦に配達された年賀郵便物数は8億82百万通で、一人当たりでは約7通となった。

前年比85、7%で減少傾向が続いている。

年賀状の配達準備をした社員は毎年減っている実感しているだろう。

年賀状準備で超勤や連続勤務自体が減っているはずだ。

一部の局では超勤や連続勤務となったが、原因はコロナ感染症である。

年賀状減少に伴い、年賀



状抽選会の注目度も下がったとの判断で、1月中旬に行われてきた抽選会も終える事を発表した。

風物詩が無くなるのは残念である。

今後、抽選会は無くなるが、社内で公平性を保ち、年賀状の当選番号はホームページ上で公表するとしている。

年賀状枚数の推移

年賀状の発行枚数は2003年に約44億通がピークであり、2023年は約17億通であった。

これは発行枚数であり、実際に利用された通数とは異なる。

しかし、2003年元旦に配達された年賀状は約25億通であり、現在と比べて3倍以上の差がある。

元旦配達分が20年で3分の1以下となった事は、年賀状利用者の減少を示している。

年賀状の危機

個人情報保護の観点から、会社での使用を禁止する企業が増え、高齢化によ

る終活の一つとして、年賀状を出さない人も増えた。さらに、ネット環境の利便性が減少に拍車をかけている。

年賀状より発行枚数が少なかった暑中葉書「かもめーる」は2021年から廃止されている。

1986年から発売された、発行枚数が3億4千万通をピークに、廃止前年は1億4千万通であった。

暑中葉書同様に、年賀状が無くなるとは言わないが、近い将来、厳しい状況となっている事は間違いないささうだ。

方針が客離れを生んだ

郵便局と言えば、多くの人にとつて「身近で安心な存在」だったはずだ。

年末年始のアルバイトとして学生も多く参加しており、職業体験的な面もあった。

そういった経験で、郵便局ファンと言える信頼を寄せてくれるお客様がいて、年賀状やゆうパックの利用など、顧客を増やす結果に繋がっていた。

しかし、会社は機械化や効率化を優先した。

その結果、郵便局ファンを減らし、サービス低下を余儀なくされている。

賃上げの実現を

生活必需品など、日常生活上の費用が高くなっている。

23春闘では、社員の生活を守る為に大幅賃上げの実現が望まれる。

給与が上がらない中で物価高騰は年収減少と同義で、生活は厳しくなる。

赤字の事業であれば、確かに至急の大幅賃上げは難しいかもしれない。

しかし、黒字会社であれば、不可能ではない。

郵政Gもそうだが、利益が出て内部留保で貯める企業が多い。

利益の還元は、役員など一部の者に限られる。

決算時、「社員の頑張りに感謝」など、黒字を喜ぶ一方で還元はせず、7年連続ベアゼロが会社の回答である。

2月に入り、値上がり品目が更に増え、賃上げ対応は急を要する。

今月、「電気代が高くて驚いた」と聞いた。電力大手会社も燃料費高騰を理由に価格転嫁が行われている。

過去の不景気

景気が悪いと公務員の給与が高いと標的にされ、下げられる傾向があった。

税金は国民が納めている為、公務員に批判が集まり易い。

しかし、こういった対応は給与水準向上に水を差す。

冷静に考えれば当然だが、景気が良くて、全ての業種や企業が黒字という事はありえない。

逆に不景気であっても、黒字の会社はある。

利益を出している会社が社会に還元しなければならない。景気は良くなるなら、日本全体で見れば、500兆円を超える内部留保が課税もされず、還元もされず、活かされず、眠ったままだ。

今後の予定

● 2月14日(火) 17:00~
第4回呉支部執行委員会
支部事務所

次号は 2月21日 予定