

塾長の独り言 NO 93 H 20. 1. 15

年賀はがき販売期間延長」 郵政民営化の影響はどうなるのか？

新聞などによると年賀はがきは、発売枚数は前年より5.8%増の40億2104万枚。

「年賀状は贈り物」とのキャッチコピー、広告費に前年の倍以上の約80億円をかけ、若者に人気のあるタレントを多用したCMなどでPRに全力を注いできた。

しかし、7日までの取扱枚数は29億600万通(速報値)で前年比4.0%減。

4年連続の減少で減少幅は昨年の2.7%より大きかった。

そんな状況下で、グループが最後に期待をかけるのが販売期間の延長だ。

例年よりも10日延長して、18日までと。

そして年賀状くじの当選日は27日になっているようです。

・・・以前は成人式の日だったと思いますが、いつの間にか・・・？

さて、この状況、皆さんならどう思いますか？

売上は増加して、取扱は減少

すると未使用(利用)が大幅に増加・・・これって問題ですよ。

しかし、40億枚×50円=2000億円

この売上金額、すごいですね！

これ今まで郵便局が独占していたんですね。・・・今でもそうですが。

郵政民営化して、年賀状という日本文化のビジネスはどうなるのだろうか？

法人も無駄な虚礼の年賀状は減りました。

そして若い世代は、年賀状など、ほとんど書いてないですよ。

・・・我が家の娘(22)と息子(20)は、数枚だけでした。

年賀葉書の販売期間の延長

このことが郵貯の焦りを感じます！

販売期間を延長して、年賀はがきを誰が買うのか？

松の内が過ぎたら、「寒中見舞い」が常識だろ！

まったく、顧客を見ていない自分勝手な振る舞いに映るのは私だけだろうか？

今後、郵貯がどのような動きをするのか、注目していきたいと思えます。

<コメント>

年賀状といビジネスモデルが崩壊してきている！

文化、風習を創ると・・・そこにビジネスモデルが生まれる

今、急速に世の中の「環境」が変わってきている！

せめて、一年に一度は世の中の環境がどう変わっているのか、振り返る機会が必要ですね。

「環境を分析する」

そうすると危機が見え、チャンス(機会)が生まれる！