

편지문화의 진흥을 위하여

개인으로부터 개인 앞으로 가는 봉서(封書), 엽서등의 통신은 「우편의 원점(原點)」이라고 할 수 있다.

본래 우편은 사회, 문화적으로 중요한 의의를 갖는 것이며, 더욱이 오늘날 우편사업을 둘러싼 어려운 환경에 입각하여 장래의 우편사업을 전망할 때, 한층 더 개인간 통신의 진흥을 도모해 나갈 필요가 있다. 또한 우표류에 있어서는 시대의 요청과 국가의 정책, 우정행정과의 관련등을 종합적으로 감안하여 발행해 나가는 것이 매우 중요하다.

이와같은 우편사업의 기본적인 부분을 확충하여, 장래에 우편사업의 운영기반을 확고하게 하고자 하는 방침아래 1990년 6월 우정성 우무국에 「우표문통(文通) 진흥과」를 신설했다.

여기에 일본 우정성의 우표문통의 진흥을 위한 기본적 방침을 소개한다.

I. 문통의 진흥

1. 기본적인 방침

3년에 한번씩 실시하는 「우표의 이용 구조 조사」에 의하면, 개인간 통신이 통상우편물 전체에 접하는 비율은 1973년

이래 17%였던 것이 1988년도에는 15.6%까지 저하하고 있다.

1987년 일본 총리부가 실시한 「생활과 정보통신에 관한 여론조사」에 의하면, 「최근 1개월동안 사업과 관련없는 봉서나 엽서는 한번도 보내지 않았다」가 국민전체의 6할에 달했다. 그러나 다른 한편의 조사에 의하면, 7할의 사람들이 「자필 편지를 받으면 즐겁다」라고 회답하고 있다. 이는 많은 사람들이 편지의 좋은 점을 이해하고 있다는 것이다. 따라서 어떻게 하면 편지를 쓰도록 할 것인가가 앞으로의 중요한 포인트가 될 것이다.

2. 구체적 시책

(1) 「편지의 날」의 정착

「편지의 날」은 1979년에 설정된 것이나 아직도 충분하게 침투되었다고는 볼수 없는 상황에 있다.

따라서 지금까지의 시책을 재검토함과 동시에 다음과 같이 지역행사 등을 통해 국민생활 가까운 곳에서 선전활동의 전개를 도모한다.

- 지방자치체(體), 주민회, 商店會 등과 제휴하여, 지역행사 등과 연동(連動)

- I. 문통의 진흥
- 1. 기본적인 방침
- 2. 구체적 시책

하는 형태로서의 「편지의 날」 캠페인의 전개

- 자치제 홍보지, 마스크 등에서 취급하기 쉬운 뉴스성을 지닌 시책의 실시와 광고의 유효한 활용

- 「편지의 날」 PR용 카세트이프의 활용
- (2) 편지 교실의 확충

실제로 쓰는 것을 체험토록하여 편지팬(fan)이 되도록, 다음과 같은 점에 유의하여 부담없이 참가할 수 있는 편지교실 등을 개최한다.

- 지방 각종 단체와의 제휴
- 졸업기에 맞춘 편지교실의 개최
- 편지의 장점이나 편지의 서식에 대해 소개한 비디오교재, 책자 등의 유효한 활용

(3) 「郵便友會」의 육성

「郵便友會」는 문통(文通)을 애호하는 초·중·고등학교의 학생들에 의해 조직되고 있다. 그래서 어린시절부터 편지의 장점을 체험하여 편지를 쓰는 습관을 몸에 익히도록하고, 편지문화의 진흥을 위하여 다음과 같이 「郵便友會」의 활동을 적극적으로 지원, 육성한다.

- 우체국과 학교의 일상적인 제휴의 강화
- 신규결성의 촉진, 결성후의 조언(助言)
- 흥미있는 활동 : 異世代間의 문통에

의한 교류, 유학생과의 교류, 국제문통의 촉진, 우취정보의 제공

- 「전국문통 교육연구 협의회」의 충실
- (4) 시니어(senior) 우편우회(郵便友會)의 육성

진행되고 있는 장수사회에 있어, 고령자가 문통을 통하여 사회, 문화활동에 참가하여 정신적으로 충족한 생활을 할 수 있도록 하는 시니어 郵便友會에 대한 기대는 앞으로 더욱 커질 것이다. 따라서 다음과 같이 그 확대와 활동내용의 충실을 위해 노력한다.

- 전국적인 확대와 결성 촉진
- 활동내용의 소개와 시니어 郵便友會의 전국 네트워크화(化)

(5) 각종 콩쿠르의 실시

응모의 체험을 통하여 편지쓰는 습관을 몸에 익히도록 함과 동시에 아동, 생도의 문장력 향상과 정서의 함양을 도모함을 목적으로하여, <표 1>과 같은 콩쿠르외에 지방의 보육원, 유치원, 소학교등과 제휴하여 여름방학, 겨울방학 등의 행사나 어머니날, 경로의 날 등에 연동(連動)시킨 콩쿠르를 실시한다. 보다 많이 응모토록하기 위하여 학교와의 일상적인 연락, 협력체제의 확립이 요청된다.

<표 1> 각종 콩쿠르의 개요

구 분	주최·후원	대 상	모 집 시 기
편지작문 콩쿠르	주최: 우정성 (財) 일본우편우회협회 후원: 문부성 협찬: 전국문통교육연구협의회	소중학생	5월~7월

구분	주최·후원	대상	모집시기
엽서작문 콩쿠르	주최: 우정성 (財) 일본우편우회협회 후원: 문부성 협찬: 전국문통교육연구협의회	소학생	7월~9월
전일본연하장판화 콩쿠르	주최: 우정성 (財) 일본우편우회협회 후원: 문부성 (社) 일본 판화 협회 협찬: 전국문통교육연구협의회	유아~일반	9월~11월
작은 친절엽서 캠페인	주최: (社) 작은 친절운동본부 후원: 우정성 (財) 일본우편우회협회	유아~일반	7월~8월
전국연하엽서 콩쿠르	주최: 매일신문사 일본書寫능력검정위원회 후원: 우정성 (財) 일본우편우회협회	유아~일반	11월~12월

II. 이용고객의 요구(needs)에 부응한 우표류의 발행

1. 기본적인 방침

근년 많은 종류의 우표나 엽서중에서 자기 취향에 맞는 디자인을 사용하고자 하는 이용고객의 요구가 다양화하고 있다. 따라서 우표에 대한 관심을 높이기 위하여 특수우표(기념, 시리즈, 캠페인 우표류)의 발행기준을 시대의 요청에 부응하도록 재검토함과 동시에 앞으로는 고객의 다양한 요구나 수요동향을 정확히 파악하여 여러가지의 용도에 알맞는 우표, 엽서 등을 보다 매력적인 디자인으로 발행한다.

2. 구체적인 시책

(1) 우표 디자인의 다양화
보통우표의 디자인에 대해서는 여러 가지 의견의 요구가 있다. 앞으로 고객의 요구를 조사하여 디자인체계를 재검토할 것이나, 우선 고객의 요구가 높은, 계절감이 있는 디자인의 우표 발행을 추진한다.

또한 1989년도에 세계의 누구라도 응모할 수 있는 「제1회 우표 디자인 콩쿠르」를 실시한 바, 해외에서도 다수의 응모가 있는 등 큰 호응을 불러일으켰다. 우수한 디자인의 우표를 발행하여 우표에 대한 관심을 높이고 편지문화의 진흥에 이바지함과 동시에 우표를 통하여 국제교류를 진전시키는데에 있어서 매우 효과가 큰 것이므로 앞으로 계속해서 실시할 예정이다.

(2) 지역진흥에의 공헌
우표를 통하여 내고장의 풍물을 전국

II. 이용고객의 요구(needs)에 부응한 우표류의 발행
1. 기본적인 방침
2. 구체적인 시책

에 소개하여 지역사회의 활성화에 기여함과 아울러 지방과 도회지에 사는 사람들의 문통을 촉진하기 위하여 「향토우표」를 발행한다.

또한 과소(過疎)지역의 풍물 등을 주제로 한 「향토 그림엽서」를 발행하여 과소지역 진흥에 일조한다.

(3) 손님 위주의 서비스제공

각 지역의 유식자(有識者)로부터 널리 의견을 청취하기 위하여 「우표류의 발행 및 편지문화의 진흥에 관한 간담회」를 개최한다. 또한 손님의 요구에 부응한 우표, 엽서를 발행하기 위하여 우표, 엽서에 대한 이용고객의 의식, 구입, 수집의 실태와 금후의 이용동향등에 대하여 조사연구를 한다.

그리하여 특수우표의 우체국별 배분수를 재검점한다든가 매회 특수우표를 구입하는 손님의 명단을 작성하여 특수우표 발행정보를 수시 제공하는 등 특수우표 판매체제의 확립을 도모한다.

Ⅲ. 우취의 보급

1. 기본적인 방침

우표는 自國의 자연이나 문화를 국내 외에 주지시키는 매체인 동시에 우취 대상의 중심이 되는 것으로서, 우편사업재정상 중요한 역할을 담당하고 있다. 그러나 취미의 다양화가 진전되고 있는 가운데, 특히 젊은층이 우취에 대해 흥미를 보이지 않고 있어 우취인구는 감소경향에 있다. 이와같은 경향은 장래의 우취층의 고갈에 연결되는 매우 중대한 문

제이기때문에 앞으로는 장기적인 전망에 입각하여 우취보급에 주력하는 것이 주요한 문제이다.

2. 구체적인 시책

(1) PR활동의 강화

먼저 우편 관계직원 자신이 우취의 의의나 즐거움에 대하여 이해를 하고 나아가 우체국에서 하는 각종 업무협의회나 회합 등에서 우취보급에 대해 거론함과 동시에 신발행우표에 대한 안내카드, 포스터, 보도자료등을 유효하게 활용토록 해야 한다.

또한 우체국 임시출장소가, 최근에 와서 다소 타성적으로 운영된다는 지적도 있기는 하지만 여러가지 간단한 행사를 개최하는 등으로 집객(集客)방법을 검토하여 귀중한 PR의 場으로 활용해야 할 것이다.

(2) 매력있는 상품의 개발

우표첩, 우표책, 유우 pane 등 각종 아이디어상품은 직원 자신이 먼저 사고 싶은 의욕이 일어날 수 있게 매력적으로 개발해야 한다.

(3) 각종 우표전시회의 개최

우표전시회는 손님에게 직접 우취의 즐거움을 알게하여 우취팬을 육성하는 절호의 기회다.

되도록 많은 사람들이 관람하도록 주지(周知)하는 것이 필요하다.

1991년 11월에 東京에서 「일본 국제우표 전시회 '91」이 개최된다. 세계의 저명한 수집품이 전시되는 동시에 많은 나라의 우표를 거기에서 입수할 수 있다.

〈표 2〉 각종 우편전시회의 개요

구별	주최·후원	개최시기	개최장소
전일본우표전	주최:우정성 (財) 전일본우표 보급협회 (財) 일본우취연합	4월	체신總합박물관
세계우표축제 스탬프쇼	주최:(財) 일본우취협회 후원:우정성	4월하순 ~5월초순	동경도립산업무역 센터
유니우표 (JUNEX)	주최:우정성 (財) 일본우취협회	8월	체신總합박물관
전국우표전 (JAPEX)	주최:(財)일본우취협회 후원:우정성	11월	동경도립산업무역 센터
미니우표전	주최:(財)일본우취협회 후원:우정성	우표취미주간을 중심으로	전국각지 우편국
우표교실	주최:우정성 (財) 전일본우표보급협 회에 사무위탁	주년	전국각지 우편국

(4) 지역의 우취가(郵趣家)와의 제휴
지역의 우취가와 평소에 제휴를 도모하여 “우표교실”의 강사로 위촉한다든가 우체국에서 개발하는 우취품에 대하여 의견을 듣는 등 평소의 접촉을 긴밀히 할 필요가 있다.

또한 우취회가 미결성된 지역에 있어서는, 지역의 우취가와 협조하여 우취회를 결성하여 지역의 우취가에 대한 명부의 작성, 의견교환회, 각종 행사에의 안내 등을 하여 우취층의 확대에 연결시키도록 하는 것도 매우 중요하다.

(5) 우표교실의 개최

「우표교실」은 전국에서 연간 1,000회 이상 개최하고 있으나, 앞으로는 지역 우취가들과의 평소의 밀접한 유대강화로 강사의 확보, 참가자의 수준에 상응한 강의내용등의 검토, 「父子(또는 母

子) 우표교실」등 세대간의 조합에 의하여 젊은 층의 참가를 촉진하는 등의 재검토를 하고자 한다.

(6) 젊은 층에의 우취보급

우체국 견학시에 우취자료를 배포하는 동시에 미니우표전시회를 개최하는 등, 우표의 아름다움이나 즐거움에 흥미를 갖도록함이 중요하다. 또한 장기적 전망에 입각한 우취팬 육성을 위해, 특히 국민학생, 중학생을 대상으로하여 값싸고 즐거운 것을 내용으로한 우취품을 개발하여 판매할 예정이다.

(7) 고령자에의 우취의 보급

시간적, 경제적으로 비교적 여유가 있는 고령자에 대한 우취의 보급도 앞으로 추진해야 할 과제이다.

(우정성 우무국, 우표文通진흥과)

(우정, 1990.7)