

特217

145

際事情叢書  
二編

米國式月賦販賣事業の新研究

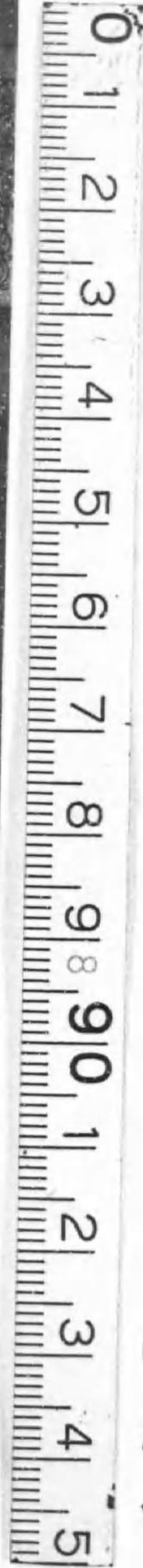
クレヂツト  
ストア  
オペレーション

東京

株式會社

タイムス出版社

(舊ジヤパン・タイムス社出版部)



始



特217  
145

國際事情叢書  
第二編

米國式月賦販賣事業の新研究



クレヂット・ストア

オペレーション



東京 株式會社  
タイムス出版社

(舊ジャパン・タイムス社出版部)

## 序

◇月賦販賣は、アメリカで誕生し、今アメリカの商業界を風靡してゐるものであらう。サラリーマンでも労働者でも、月賦の御蔭を蒙つてゐないものはないだらう。それも日本などに比較して、更に徹底的に月賦制度が普及してゐるから、其處には必然的に中産階級程度の消費階級に、徹底的な「月賦生活」が成り立つ譯である。

◇その結果、これを巧みに利用すれば、月に百五十弗の収入者はその三倍、四倍の収入に相當する生活を享樂出來、三百弗の収入者は、九百弗乃至一千弗の収入者に相當する生活を樂しむことが出来るのである。これも又、現代人の文化生活に寄與する所少くないではないか、と云ふ妙な理窟も並べられようと云ふものである。

◇とにかく、アメリカに於ける月賦販賣専門店、百貨店、連鎖店の發達は素晴ら

しいものがあり、従つてこの方面に對する研究も相當に進み、經驗も充分蓄積されてゐる。現在、アメリカに於ける月賦販賣者の研究對象は、月賦買を望んで來る人々に如何に賣るかと言ふことよりも、月賦買階級に引張り込み得る可能性のある人々に向つて、如何に働きかけるかと言ふ點の研究に在ると云はれてゐる。

◇本冊で大要を御紹介する「クレヂット・ストーア・オペレーション」は米國に於ける月賦販賣方法の最近の傾向を具體的に論じ、月賦販賣は、如何になさねばならないかと云ふ點への新研究を詳細に紹介した最近刊の本で、未だ初步時代に在る我國の月賦販賣専門業界へ對する好資料たることは勿論であるが、一般經濟界の人々に取つても興味ある讀物たる事を信じて疑はない。正に此の方面に着目する人々への、バイブルである。原書菊版約三百頁の大冊である。

◇執筆者、エッチ・ブランベルグ氏は、ニューヨーク商業大學卒業後、月賦販賣界に身を投じ使用人として又經營者として、つぶさに現代米國に於ける月賦販賣業界の空氣を呼吸して來た人である。

## 内 容

一、割賦販賣の可能性……………	一
二、地  の  利……………	三
三、人事問題を如何する……………	八
店內新聞の發行……………	二
使用人の禁則……………	三
四、報酬を如何する……………	一四
(イ)利益分配……………	一四
(ロ)賣上高又は集金額に應じた口錢制度……………	一五

(ハ)俸給なしの口銭制……………一五

(ニ)収入保証口銭制……………一六

(ホ)期末賞與制……………一六

五、商品の定價……………一九

    (イ)賣價算出の基礎……………一七

    (ロ)定價改正……………一九

    (ハ)値下げ……………二〇

    (ニ)定價を定めるに就て……………二一

六、商賣の秘訣……………二四

七、賣上増進策……………三二

新口座開拓……………三二

外交と店外販賣……………三五

窓飾……………三六

客の誘引……………四〇

    廣告代用としての犠牲品……………四一

    プレミアムと御土産と古品買入、その他……………四三

八、賣上増進策(續き)……………四五

    顧客の利用その他……………五〇

九、廣告利用法……………五四

    廣告手段の研究……………五五

    廣告の價值測定法……………五九

郵便廣告	六〇
各種廣告間の連絡	六二
十、集金増加、貸倒防止策	六四
内    金	七〇
残金と割賦數	七一
十一、集金増加、貸倒防止策(續き)	六六
その他の集金増進策	六三
十二、信用販賣店の法的方面	六五
割賦販賣契約の内容	六六
第三者に對する賣主の權利義務	六四
法律上の陥穽	九五

米國商業界を風靡する  
月賦販賣方法の新研究

クレヂット・ストーリー  
オペレーション

第一、割賦販賣の可能性

1  
一九二九年中全米小賣商の賣上高は、五百二十七億一千八百二十九萬八千二百八弗、その内約六十五億弗即ち一割三分は割賦販賣店の賣上額であつた。尤もこの割賦販賣の内には自動車、食料品、家具等が含まれてゐる。又ドメスチック・コンマース・シリーズ第四十六號に一九三〇年七月から十二月までの小賣勘定の

解剖が載つてゐる。これに依ると、

現金販賣	四二・三%
口座勘定(所謂帳面)	四五・七%
割賦拂販賣(後拂)	一二・〇%

家具、寶石類等は割賦、及び帳面賣が主で現金賣は極く僅かである。被服類も現金賣よりは口座又は割賦が遙かに多額に上つてゐる。

顧客を大別すると(一)徹頭徹尾信用買型、(二)信用買可能性型、及び(三)純現金買型の三種になる。割賦販賣店の寶石部及び被服部の商賣は主としてこの第一型の顧客が相手である。家具を割賦で買ふ客は第一型の客ではない、が彼等も亦時に寶石類や被服を割賦で買ふこともある。

今日では新たに口座を開く顧客は多くは他の店で口座を締切られた、則ち貸賣を斷られた人である。端的にいふならば今日の割賦販賣業は經營費の膨脹、貸倒

れ、及びその他費用がかさむ爲めに當然賣價が高くなる。自然顧客は掛け買一方の第一型の人々にきまつてしまふといふ始末で經營は頗る困難になつた。故に割賦販賣業の更生を圖る爲めには第二型の信用買可能階級に喰込むより外ないのである。而かもこゝには開拓の餘地は頗る多く前途は洋々たるものがある。而してこの第二型階級開拓の手段方法を研究するのが即ち本書の目的である。

## 第二、地 の 利

新たに信用販賣店を開設するとして第一に起る問題は土地の選定である。土地がきまつたらば、次は場所の選擇である。先づ土地に就て第一に考慮すべき點は同業競争者の數である。それには信用販賣店の外に現金販賣店も勘定に入れなくてはならぬ。これに依つて新店の割込み餘地の有無を判斷する。

次に同業者の開店後の年數及び營業振り、若し彼等が失敗してゐるならば、その原因がどこにあるか、方法が悪いのか土地柄が信用販賣に適しないのか等を研究する。

土地の産業種類は重要な研究項目である。それが期節的であるか、又一年中繼續するか、就業者は女が多いか男が多いか、それに依つて商品の仕入にも手加減が入る。又農業地方ならば收穫は期節的か不斷にあるのか、これに依つて農民の収入がきまる。又それに依つて信用販賣の代金回収に大に影響する。又町に銀行の有無も大に關係する、農民は金錢の出入れに町に来る序に用品を買つて行く。

人口。開店しようといふ町の人口も大事だがその近在の人口も大に考慮せねばならぬ。それから過去五年間位の統計を見る、これに依つて町の發展性が判断出来る。自動車運輸の發展した今日では、汽車や水運と同時に街道も場所の選定に大に關係する。

新聞。町に新聞が何種あるか、新聞の信用、發行部數、廣告料、讀者の種類等を調査する。又その地方の取締規則その他も知らねばならぬ。

雇人、販賣人、簿記方、出納係、代金取立係等は成るべくその土地の事情に通じた者がよい。又町の銀行に就てもその營業振りをよく調査する必要がある。町が學校中心地や遊覽地である場合信用は危険が多い。又商品も流行品が多く需用される。かういふ場合には使用人も亦これに適したものでなくてはならぬ。兎に角町の性質に依つて賣る商品も違ひ雇入るべき使用人も變る。若し町が現金取引で行かねばならぬと認めたならば信用販賣は先づ見合すべきである。

通信販賣の勢力がその町にどれ丈侵入してゐるか、被服類寶石類家具等が通信販賣店の手で割賦拂としてどれ丈け賣込まれてゐるかも調査せねばならぬ。町が中心都市の附近にある場合は顧客を中心都市の誘惑から喰止める爲め特別の工夫が必要だ。従つて資本も多額に投下せねばならぬ。



チェーン・ストア(連鎖店)には「御馳走か饑饉か」といふ諺がある。連鎖店の過半数が炭鑛地方に存在すると假定する。石炭の賣行が旺盛な時は商品もよく賣れ集金もよく上る。處が一旦罷業が起るとか又は炭坑閉鎖とともなると賣行は止まり集金もさつぱり上らぬといふ饑饉状態となる。

開店地選擇にはその開店地のみならず、その隣接地の状況、そこに競争者があるか否か等も調査する必要がある。

開店すべき土地(市又は町)がきまつたらば次は場所の選定だ。商業中心地(一〇〇%街)が概して何商賣にも適することは勿論であるが、商賣の種類に依つては高價な地代又は家賃を拂つたのでは引合はぬ場合もある。又流行を追ふ商賣、例へば帽子、婦人服、裝身具、家具等は却つて競争店が軒を並べてゐる處がよい。信用販賣店にはあまり繁華な一〇〇%街よりは寧ろ中位の所謂七五%街がよい。一〇〇%街では内氣な人は買はうとしても心臆して店内に這入り得ないかも知れ

ない。又あまり場末の(五〇%)街では人を呼び寄せる爲めに廣告費が嵩まる。故に中位の處(七五%街)が最適である。

要するに場所の適不適は商賣による。美術骨董の如き特種の商品になると交通の中心點から離れてゐても人はわざわざ来る。同じ街路でも往來の多い側と少い側とある。例へば冬は日當のよい側、夏は涼しい側が人通りが多い、従つてその側の商店が繁昌する。併し信用販賣店には、必ずしも往來の多い側が適する譯ではない。但し長く空家であつた店、又はその隣、又は失敗した跡の店等は面白くないから避けるがよい。

暖房、冷房、通風、採光その他室内設備は最も注意を要する點である。これは來客に好感を與ふるのみならず店員の保健従つて能率にも大に影響する。又將來事業の發展につれて、店舗の擴張が可能か否かも考へねばならぬ問題である。

場所の商賣價值といふものは一定不變のものではない。地下鐵道の開通、バス

の交通路開設、大工場や學校等の出現等で一變する場合が頗る多い。故にこれ等に不斷の注意が肝要である。

### 第三、人事問題を如何する

何事業にも人的要素が一番大切であることは勿論であるが、小賣業に於て特にさうであるといふ譯は直接顧客に接するからである。信用販賣店に於ては、現金販賣店よりも更に度々客に接するのだから、猶更使用人の適否は店の成績に重大な關係を有する。

仕事の分擔もよいが一方に偏してはならない。衣類販賣店であれば、女店員には裁縫に慣れさせ又裁縫婦には販賣の手傳をさせる。小店員には集金の手傳もさせるといふ風にして、一方に片寄らぬ様に絶へず慣らして行く。又度々店員の會

合を催して、相互に知識の交換を行ひ又相談するのは何かにつけて便利である。又店員に對しては威すよりは教へることを旨とする。若し不適任と見たらば早く解雇してしまふ。

店の方針といふものを確立し、これを店員全部に徹底せしむることが肝心だ。確定した方針のない店は船に羅針盤を缺くに等しい。店員には成るべく土地の者がよい、それは土地に親みがあるからである。又店員の養成には萬全を盡さねばならぬ。それは店員の態度一つで折角の客を逃がす場合が多いからである。

店員の内でも仕入係が一番六ヶ敷い、これは多くは店主が自ら當る。仕入係は店で賣る商品の全部に亘つて完全な知識が必要だ。又流行の傾向や需要の程度、賣値、儲け、競争者の賣値等も常に考へてゐなくてはならない。又製造者と懇意になつて掘出し物や特價を獲得するに努める。それから一般の傾向を見る爲めに他の商店を絶えず見て歩くことも肝要だ。

販賣部主任はガツチリとした、一方には頗る頑固で容易に動かないが又同時に愛敬に充ち、判断力に富み、如才のない、活動的で、部下を遊ばせない様な、それらで部下から尊敬され敬愛されるといふ様な人が必要である。信用販賣店の販賣主任は経験に富んだ者でなくてはならぬ。それから主任が故障の起つた場合直ぐその代りが出来る様に、販賣主任の代理が出来る者を常に心掛けて養成して置かねばならぬ。

集金係。嚴格にいふならば集金人の役目は金を取立てるにあるが、併し信用販賣店の集金係は單に金を集める丈けては不充分だ。その上に得意先と懇意になつて成るべく買はせるやうに仕向けて行かなくてはならぬ。

外交員。敏腕の外交員を得ることは中々困難だ。又これを長く繋いで置くことは更に困難だ。この難門の解決策は彼等をして、新規に口座を開く客に對しては、極く薄い口錢で或は口錢なし又は少々の損をしても賣らせる。さうして外交員に

は高率のコンミッションを給する。店の利益としては口座數が殖え、これがやがては一般の商品の顧客となる可能性のあることだ。又夏期休暇を利用して大學生などを臨時雇とするも一方法である。家具店では婦人外交を使用して成功した例もある。

現金係の第一要件は書が上手で、仕事が綺麗で萬事整頓して、仕末がよいことだ。又手透きの時は販賣の手傳もする。現金係は客から支拂を受けた時には必ずその住所を訊ねる。知つてゐても決して自分の方から先方の住所や勤務先などを云つてはならぬ。客が支拂をしたらば後を買はせる様に仕向けるのが肝要だ。

#### 店内新聞の發行

店員の奨励、教育及び趣味の養成には店内新聞の發行が最適だ。店内新聞は週刊がよい。併し材料が不足なれば月二回でも或は月一回發行でもよい。あまり後れると興味が失せてしまふ。それには各係の人々に寄稿させる。又各係の成績を

發表してこれを奨励する。それから店内の動靜や種々修養に關する記事を載せる。これは必ずしも活版で印刷する必要はなく謄寫版でも結構だ。

或は又店員手帳を作つて、店の歴史、方針、店員の心得、各店員の略歴、その他店員の知つて置くべき事項を記載し各店員に一部づつ渡して置く。新店員を雇つた場合には先づこの店員手帳を熟讀せしむる。

新聞廣告料の照査。廣告取次店から請求書が出たらば先づその料金の單價、廣告行數、場所、掲載の日等をよく調べてそれが注文通りに行つてゐるか否かを照合する。

店員の慰安。店員を喜ばせるといふことは、顧客に好感を與へると同様店の繁榮に須要である。故に心ある主人は時々催物をして賞品を與へるとか、芝居や活動寫眞を見せるとか、ピクニックをやるとかその他種々の方法で店員の慰安を圖る。

サーヴィスは顧客に對してのみではない。使用人に對しても大事だ。休憩室には靴磨き、石鹼、タオル、含嗽水、ブラッシュ、頭髮洗滌劑、剃刀、その他の化粧道具を常備して置き自由に使用させることである。

店員に團體保險をつけるとか、勤續年限に應じて定休日の外に特別休暇を與へることも忘れてはならぬ。

#### 使用人の禁則

- (一) 店内で喫煙すること
- (二) だらしない服装や、身嗜みの不精なこと
- (三) 大聲で話すこと
- (四) 相互に姓を呼ばずに名や渾名を呼ぶこと
- (五) 急用以外に店の電話を私用すること
- (六) 私用で面會

- (七) 入口や廊下に佇むこと
- (八) 遅刻及び缺勤、これが度重なつたらば解雇する

#### 第四、報酬を如何する

俸給は簡単な、きまつた報酬である。故に使用人をして充分にその能力を發揮せしむる爲めには別に奨励の方法を考へねばならぬ。次に各種の奨励法に就てその長短を考究することとする。

##### (イ) 利益分配

これは商賣に利益が上つた場合にのみ給するのであるから、營業年度の終にならなくてはその額は分明しない。各店員は商賣の量よりは利益の大なること心掛ける結果貸倒れが減少し、無駄が省かれ、店員の出入りが減少する。その缺點と

しては報酬を受ける額が不定であること、不況時には利益が尠く或は反對に損失となることがあり、店員は多大の努力にも不拘全然配當が貰へない。又好況時には利益が巨額に上り従つて店員も巨額の利益配當に預かる。而かもこの不況も好況も店員の力で如何ともすることの出来ぬ所である。故に配當は店員の努力と必ずしも比例しないといふ憾がある。

##### (ロ) 賣上高又は集金額に應じた口錢制度

一週五〇〇弗の賣上のあるセトルスマンがあると假定すると、彼の俸給が一週四〇弗であるならば、賣上高に對する俸給の割合は八分である。これを標準として口錢を支給する。この制度は小規模の店では行はれないといふのは、主人が店員と共に働いてゐるから口錢の計算が頗る面倒である。

##### (ハ) 俸給なしの口錢制

これは集金掛、及び外交員に對して往々行はれる報酬制度である。その制度は

事業擴張に大に役に立つ。又使用人の方でも非常にはげみになり、併し一方あまり賣上げを多くしようとする結果、不良貸を多く作る。又集金も金額の多い方にのみ力を集中して小額の取立を等閑にする憾がある。

(二) 収入保證口銭制

一週間の口銭を何程と金額をきめて、毎週の成績に依つて増減する。この方法は單純な口銭制度よりも店員に取つて樂みがある。これも成績が上つてゐる間はよいが、不況が續くと定額がいつも減るので嫌氣がさす。

(ホ) 期末賞與制

毎半期の營業成績に依つて使用人の賞與額を定め、それから各人の勤惰功勞等に應じてこれに手心を加へる。この方法は使用人の獎勵にもなり又使用人が長く居付くやうになり店の成績も上る。その缺點としては賞與の金額が期待に添はずして使用人をして失望せしむる場合もあること、及び成るべく多くの賞與を得ん

として無理に商賣を擴張して貸倒れの危険を増すこと等が擧げられる。

第五、商品の定價

商品の定價を決定するに當つて第一に考慮に入れなくてはならぬ事項は經營費返品、貸倒に基く損失、信用調査費、督促費、等々である。信用販賣店の賣價は現金販賣店のそれよりは幾分高價につくが純収入は却つて尠い。これは店員によく教へ込んで置く必要がある。彼等に定價が高く附てゐるから少し位集金率が悪くともかまわぬといふ様な心のゆるみを出させてはならぬ。

(イ) 賣價算出の基礎

先づ經營と純益とを賣上金の何割と定める。今假に十萬弗の賣上に對して店の經營費が四割純益が五分とすると、四萬五千弗がマーヂンとなる。これは品物の元

價に四割五分掛けるといふ意味ではない。今賣價を一〇〇とすれば元値が五五% マーヂンが四五%であるといふ意味である。賣價一弗四十五仙の品物ならばマーヂンは  $145 \times 45 = 65$  即ち六十五仙、一弗四十五仙から六十五仙を引いて残八十仙が商品の元價となる。又元價一弗の商品の賣價をいくらに定めるかといふに、賣價は一〇〇%で元價が五五%マーヂンが四五%であるといふことを頭に置く、元價一弗は五五%であるから一弗を五五で割ると一仙八二といふ數字が出る。これが賣價の一%である、故に一仙八二を百倍して一弗八十二仙となる。これが賣價則ち定價である。要するに賣價は商品元價の十八割二分である。次にこれを公式で表せば、

商品元價を  $C$ 、マーヂンを  $M$ 、元價とマーヂンの和を一〇〇%賣價を  $S$  とすれば、商品元價から賣値を算出するには、

$$\frac{1-C}{S} = M$$

商標のよく通つた商品になると、賣價(即ち定價)は製造元できめてあるから、信用販賣店がこの定價以上に賣價を定めるといふ譯には行かぬから、純益が尠い場合が多々ある。さて製造元で定價をきめた商品を扱つて純益が何程あるかを算出するには次の方法に據る。

経費を  $O$ 、純益を  $N$  とする。商品の元價  $C$  と賣價  $S$  とは既に判つてゐる。すると次の公式が出る。

$$1 - \frac{C}{S} - O = N$$

若し商品原價が一弗でその賣價が一弗七十五仙であるならば、

$$100 - \frac{100}{175} - 40 = 3$$

即ち純益は三分となる。

#### (ロ) 定價改正

市場の狀勢に應じて商品の定價は折々訂正を必要とする。例へばインフレーション

ヨんで通貨價值が下落したとか、經費が増加したとか、景氣がよくて一般の需要が増加したとか、或商品が急に流行し出して賣行が激増したとか又はストライキその他の事情で或商品の供給が止まつたといふ様な場合には商品の定價を引上げるのが習慣である。併しこゝで注意せねばならぬことは、他に率先して定價を引上げてはならぬ。常に細心の注意を以て同業者の動靜を窺ひ同業者に後れて値上げを行ふ様に努めねばならぬ。小賣相場はその時々仕入値段に支配されるものであるから、例へ現在仕入の必要がなくとも常に仕入相場に注意せねばならぬ。定價の値上を行ふのは値下げの場合の埋合せとして止むを得ぬのである。

(ハ) 値 下 げ

値下の方法は直接定價を割引きする場合と景品を附けるとかその他の方法で間接に値下げを行ふ場合と二つあるが、信用販賣店では前者を撰ぶ方がよい。さうして値下げは成るべく敏速に行ふに利がある。賣行の悪い商品をいつまでも手持

して賣る機會を失ふことはつまらぬことだ。宜しく早い内に斷然割引きして賣拂つて、その代りに他の賣行のよい商品と買替えて前の損失を埋合せるやうにせねばならぬ。値下げは必要であるが、成るべくこれを寡くする爲めに注意して仕入を手控へ、仕入れる時は努めて或商品に偏するといふやうなことを避けることが肝要だ。

(ニ) 定價を定めるに就て

經費と釣合のとれた最低マーヂン(利鞘)の學說。マーヂンが小であれば客の數は大、損失が寡ければ純益は多く、賣上に對する經營費の率が低ければマーヂンを引下げること可能である。信用販賣店の値段が現金販賣店の賣價に接近するに従つて、信用販賣店の基礎が強固となり賣上も増加し従つて収益も増進する。勿論割賦販賣店には現金販賣店に全然不用な諸經費がかかるから、月賦販賣店では現金販賣店と同一値段で賣る譯には行かない。併し正道を踏んで行くならば、



集金費及び貸倒れ等の損失は大に輕減出来る。

商標の通つた商品は製造元で小賣値段を廣告してゐるから、月賦販賣店で勝手に賣價をきめる譯には行かない。故に商標の通つた品物は現金店なみに賣價を定める。併しこんな商品は賣足も速く且つ廣告の必要もないから、賣價を普通品より安くしてもその方で埋合せがつく。

腐敗し易い商品の賣價決定には特に注意を要す。返された場合に再び賣物にならない。又投賣の要が屢々起る。且つ既に消費し終つた品又は漸次價值の低下する品物の代價を月々拂ふことは誰でも心地よいものではないから、かういふ商品は特に賣價を高くする必要がある。又地理的に賣價を違へる必要もある。例へば南部地方の様に貸倒れの危険の多い處や、又市街地の如く客がびよい／＼移轉する處では信用販賣には現金賣よりも相當高く賣らなければならぬ必要がある。

商品の定價を決定するに當つて現金賣、掛賣及び割賦賣、何れを基礎とすべき

かに就ては慎重な考慮が必要である。

割賦賣値——これは大多數信用販賣店の採用してゐる定價の付け方である。商品に先づ割賦賣値を付けて置いて現金賣又は三十日乃至九十日の掛賣には五分乃至一割の値引をする。すると客の方では、現金なら安くなると考へるが月賦だから高くなるとは思はないで専ら品物の選擇の方に心を用ふるやうになる。この方法は百貨店との競争上都合がよい。

帳面賣(即ち掛賣)——多數百貨店は賣價(定價)をきめるにこの方法を探る。割賦拂に對してはこの定價の五分乃至一割増、現金拂に對しては五分乃至一割引とする。この方法の特長は顧客をして信用買に依つてどれ丈け多く拂はねばならぬかを、はつきりと知らしめることにある。

現金賣——現金賣を基礎として定價を定める方法を執る百貨店もある。帳面賣(掛賣)に對しては現金賣に五分乃至一割を掛ける。又割賦賣には二割内外掛ける。

最近の傾向は掛賣に對しては、殘金に對し年六分或は月 $\frac{1}{2}$ %を掛けるといふ方法が流行する。

## 第六、商賣の秘訣

二原則。一、出来る丈け屢々仕入よ 二、少しく仕入れよ。屢々仕入すれば店の品物はいつも新鮮味に満ち客の購買心を唆る。屢々仕入れる商人は需用の傾向を見透すことが出来る。従つて店の品物は賣足が早く回轉度數が高まる。同時に品切といふことがなくなる。常に新らしい品を仕入れてゐるから賣残り尠く、投賣の必要がなくなる。

仕入豫算を怠つてはならぬが、又豫算はあまり窮屈であつてはならぬ。新規の店であるならば、一期間賣上を十萬弗と見積る。十萬の賣上の原價は幾何かとい

ふに、マーチンを四割とすれば六割則ち六萬弗の資金を要する。己に營業してゐる店であるならば、豫算を作るには先づ手持商品の棚卸しを行ふ。若し手持商品が小賣値段にして一萬五千弗あるとする。若し豫定賣上が十萬弗であるならば、あと八萬五千弗賣る丈けの商品を仕入れなければならぬ。これに要する資金はマーチンを四分とすれば五萬一千弗である。賣上高を見積る場合には、ローズ品の値引き、値上り、値下り、賣つた品の返却、現金賣に對する割引其他種々の事情を考慮に入れる必要がある。

更に仕入の爲めに要する資金が五萬一千弗、これを小賣にして八萬五千弗に達せしむる爲めに、各商品間にどういふ風に分配するかを考慮する。それには過去の經驗、現在の商品の賣行の傾向等が大に參考になる。一番賣足の早い且つ利廻はりのよい品物を多く仕入れるのが普通だ。

現金賣の店ならば十萬弗賣ればそれは現實の收入であるが信用販賣店に於ては

十萬弗賣つても十萬弗の収入がある譯ではない。それが全部回収される迄には或期間を要し、その間には又種々の故障も起り割引の必要も起る、故に全部が収入とはならぬ。又収入までの金融の都合も付けなければならぬ。若しこの金融の都合がうまくつく見込がなければ豫算の組方を變更し、従つて賣上見積も改訂するの必要がある。

割賦の目的に供する販賣品は割賦が皆済になるまで完全であることを必要とする。然らざれば交換、返還等費用多く或は損失を招くことがある。

前に仕入は出来る丈け尠くして度々これを行へ、といった。併し客種に應じて商品の選擇を嚴重にして、種類を豊富にすれば従つて賣行も増し商品の廻轉率も増加する。

流行を見定めるといふことは賣上増加の必要條件である。殊に信用販賣店に於ては勘定が皆済にならぬ内に、客が買った品物に對する興味が冷めるやうなスタ

イルは避けねばならぬ。それには新聞や専門雑誌の記事に常に注意を怠らず、流行の趨勢を注視する必要がある。又流行にさきがけするといふことも考へ物だ。

元來流行といふものは循環する。衣類は五年乃至十年で變るが附屬品は季節毎に變る、家具に至つては二十年三十年も續く、寶石類にはあまり流行の移り變りはない。

店主は店内にある商品の年齢を一目で判る様にして置く必要がある。それには各商品に符牒を付け暗號を以て仕入れの月日及び原價を明かにする。又各品に就て詳細な記録を備えて置く。これは仕入の際の参考になる。

仕入先は多いよりは尠い方がよい。それも品物の積出しに就て信用の出来る製造家とのみ取引せよ。荷渡しの不確定な製造者と取引すると客の信用を損し、又販賣の時季を失する恐れがある。又商賣と交遊とを混同してはならぬ。

割引率が多くなるからとて、多量に仕入れるならば値引賣残り等で却つて思は

ぬ損失を招くことがある。又かけ引きの強い卸商との取引は注意を要す。一方で値引をすれば他方でその埋合せをしてゐるからである。

信用販賣店に於て主要商品と共にその附屬品を賣ることの可否に就ては議論が分れるが、併し著者自身の経験及びその道の人々の多數の意見は附屬品を賣るとしても、極く必要な品物に局限するを可とする。然らざれば主要品の賣上に影響し且つ收金率も低下する。

特價品(囿商品)に就ては別に詳説する。こゝではその方法さへ誤らなければ、特價品必ずしも損になるとは限らないことを一言するに止める。例へば製造元と相談の上廣告品として、特別の割引をして貰ふ等の方法に依つて費用を製造元に分擔させることが出来る。

商品の回轉數は店の營業成績に重大な關係がある。回轉數が多ければ小資本でも巨額の商ひが出来、單價當り經費も尠く、品物は常に新鮮で客受けがよい。又

ストックが尠なければ賣價の引上げ引下げ、商品目錄作成その他種々雑多の手數が省ける。

割賦販賣には現金賣に知れない種々の故障が出る。例へば製造元のストライキは既賣品の勘定取立に影響し店の支拂に故障を生ずる。兎に角割賦販賣では何か故障が起れば收金率は著しく低下する。こんな場合には收金に特別な奨励方法を施す必要がある。又信用を厳選し時に特價、割引を斷行して以て現金賣を主張する必要がある。

商品の回轉數を妨げる諸因の内には、ストック過少又は過大、賣價の繁多な細別(例へば、帽子を三圓、五圓、八圓、十圓とすればよい處を三圓、三圓五十五錢、四圓、四圓三十錢といふが如く、あまりに細別に失すること)、同じ商品の種類の過多、スタイルを無闇と増すこと。又前に仕入れた商品の賣行を害する如き新品の仕入、過つた接客態度等が算へられる。

近年の傾向として割賦販賣店に専門店といふものが減少して、多邊的商賣が増加しつつあるが、衣類と家具とはまだ一緒に扱はれてゐないが、先づ手始めとして電氣スタンドや卓子位を衣類と一緒に扱ふのも面白からう。衣類と寶石その他装身具は多く一緒に扱はれるが、掛けの長くなること、専門的知識を要する等の點から結果はあまり面白くない。併し或極く一般的の品をクリスマス前に試みるも有利であらう。

寶石商で衣類や家具を商ふ店は殆んどない。只だ例外としてラヂオセット、冷蔵庫、電氣洗濯器などを商ふ者もあるが、多くは仕切をして寶石と賣場を異にしてゐる。

これに反して家具商は衣類や寶石に手を延ばさんとする傾向がある。新たに商賣を追加すると賣上金額も従つて増加し、新客の數も殖える。が一方に又他の店で信用一杯に買つてその上信用を利用出來ぬ爲めに、新規に營業を始

めた店に口座を開くといふ様な客もあり收金率は低下する。

故に割賦販賣店に於て新規の商賣を追加する場合には、從來の營業から全く獨立した別個のものとして新たに開店するを得策とする。

又毎月一日店員會議を開き、問題を定めて各店員の意見を戦はせることは頗る有益である。これに依つて店主や支配人は一般の傾向、スタイル、サイズ、色合値段、競争者の付け値、苦情等を知ることが出来る。

## 第七、賣上増進策

ここでは賣上増進策としての特價大賣出しに就て説明することとする。特賣に成功を収めるには必ず守らねばならぬ必須條件がある。先づ、

(一)特價品の豊富なること、若し特價品が僅少であるならば客はこれはほんの固

だと感付いて馬鹿にする。店の信用は地に墜ちてしまふ。

(二) 特價大賣出しには必ず口實がなければならぬ。例へばクリスマス残品整理、初秋ならば半端物倉浚ひ、イースター残品整理、棚卸後の整理賣出し、開業記念賣出し等。

(三) 廣告。廣告は單に新聞廣告や、通信宣傳丈では不充分で集金人、外交員を動員して得意を勧誘して口から口へと廣告し、又ポスターその他廣告にあらゆる手段方法を用ひねばならぬ。

顧客獲得策としては、個人宛の案内狀、窓飾、特賣、外交勧誘、顧客の推薦等の外に次の様な方法がある。

#### 新 口 座 開 拓

紹介された客の姓名住所電話番号等を表に作つて置いて、機會ある毎に手紙及び直接訪問してその結果を記録して次回の参考にする。

手付金。例へば十二月渡しの男子用オーバーコートに對して九月から代金の積立を始めます、といった工合に季節的商品をその前から賣約して手付積立をさせる。この方法に依ると季節に於ける競争の範圍を縮少しその上賣行を確定にする。

新移住者。新聞紙の報道、商業會議所信用調査部及び運送店等を通じて新移住者の姓名住所番地等を知り、これを名簿に記入して置いて外交員を派し、又電話をかける等の手段で口座開始を勧誘する。

勘定を皆済して口座を廢した舊顧客に對しては、支配人自身顧客を訪問して取引中止の理由を訊ね、以後は充分に満足の行く様に努力すべき約束を與へ、且つ取引再開の誘引策としては既買上高に應じて配當を行ふ。この配當は新規買上げの分に對する割引となす。

顧客カードを作つて置いて勘定が皆済になつたならば、外交員を派して度々これを訪問せしめ必ず再び勘定を起させることが何より大切である。

衣類、家具、寶石(時計や装身具)店の何れを問はず割賦販賣店の支配人は絶へず顧客の勘定に注意して、若し残高が或一定の金額以下に降れば、早速他の商品を買はせて勘定を増すことに努める。

それには先づ客の事情を知ることが大切だ。勘定の残高が一定の金額に降下したらば、その客が前に何を買ったかを見る。若し前にオーバーを買ったならばこゝ度は春着をすゝめる。又家族の状態なども調べて置いて、その小供が教會で洗禮を受けるとか、又は學校を卒業するとかいふ場合には、これに必要な品をすゝめる等絶えず家庭の事情に注意して、その時々に応じて必要品をすゝめる。又クリスマス、父母の誕生日、その外、祝日等を忘れず利用してそれに應じた商品をすゝめる。

又勘定場にベルを備付けて置いて、客が勘定を拂つて残高が少なくなつて後をすゝめるに適當と見た時にこのベルを鳴らし、店員の注意を喚起する方法もよい思

付きであるが、これは客に依つて非常に嫌ふ者もあるからこの方法の使用は用心せねばならぬ。

月賦金があと二、三回で皆済になるといふ様な客は、最も大事な客であるから、この機會を逸せずあらゆる方法で買増を勧告する。

#### 外交と店外販賣

一九二九年秋までは客は、どしどし割賦販賣店に入込んで來たもので、外交にさ程の努力を注ぐ必要はなかつたが、今日では顧客の勧誘が重要事項となつた。

小規模の割賦販賣店では、主人又は支配人が注文取りに出かけるのが一番有效だが、主人や支配人が店をあけるといふことには、又色々な故障が起る。普通は繁忙季節に、主人又は支配人が外に出て注文取をやつて閑散季に取立をする。それが町の工場會社等の俸給支拂日には店にゐて、店の仕事をするのが最も効果的である。

各員協力。集金人は客から近く何々が入用だといふ話を聞き、又新らしい客を紹介されることもある。その場合集金人はこれをちやんと手帳に留め置いて店に報告する。客の紹介した新客から、注文が取れた場合には紹介者に相當の謝禮をする。謝禮は多くは新たに買ふ商品に對する割引を常とするが、時には新注文の金額に應じた價格の商品を贈るも可。

外交員は勿論店員は總てその身内、友人、近隣及びその屬する俱樂部の人々に常に店の吹聴をしたり又特價品提供を披露したりせしめて、口から口へと店を廣告することを忘れてはならぬ。又客の來店を待たず、機會ある毎に店員をして商品を持たせてやつて店外でも口座開設に努める。

新口座を大に増加しようとする際は外交員の使用は頗る有効である。外交員をして手頃の商品を携帯せしめ宣傳的に賣らせる。外交員は自分は店の宣傳販賣人であつてセールスマンではないといふことを客によく知らしめ、且つ宣傳として

賣る商品は單に店の見本で、店にある品物は何れもこれに劣らぬ價值あるものばかりであることを了解させる。つまり外交員の目的は店外で商賣を開始するのみならず、客を成るべく多く店に引き寄せるにある。

プレミアム。外交員が新規に客を作つたと假定する。この客が六弗五十仙の商品を買約し、且つ割賦を皆済したその場合には、次に買約する商品に對しては六十五弗又は以上の場合は一割以下の割引する。若し買約が六十五弗以下の場合には割引率を遞減する。併し何れにしても一割以上割引してはならぬ。外交員は新顧客の信用状態を信用調査係に報告し、調査係の承認を経た後でなければ商品は渡さない。但し五弗以下の場合には例外として取扱ふ。外交員には信用保険を付ける。賣上増進の爲めに使用する特價品に就ては、製造元の協力を得ることが必要である。

外交員の募集には新聞廣告を用ふる。又顧客を代理人として使用する方法もある。



る。この目的には保險會社の代理店などが好適である。その他鑛山や工場等に於ても顧客を代理人として使用する。婦人は隣人などの勧誘には都合がよい。小中學校の校長と特約を結んで、非常な成功を収めた店もある。その方法としては、その學校の生徒の紹介券を有する顧客の買上金の幾パーセントを、その學校に寄附するのである。直接割引をしたのでは駄目だ。校長は生徒の住所姓名を店の方に知らせて於いて、店は自由に生徒と通信が出来る仕組にする。

外交員は他の店員の如く月給を貰つて居らぬ爲めに、自分の店といふ觀念が薄い。故にこれを匡正する方法としては、外交員をして毎日店に出勤せしめ店だといふ意識を深めさす様心掛けるのが肝心だ。

### 窓飾

吾國の割賦販賣店の缺點の一つは陳列窓の飾付の不手際なことである。多くの飾窓は單に店内にある商品の索引見たやうなものだ。これでは往來人の注意を惹

かない。飾付けは費用も相當にかかり又準備に手數と時間が多くかゝるので、人情として數日にしてこれを取り替へるに忍びず、何日も何日も同じ飾付けをそのままにして置くことがあるが、これでは往來の人はこの窓飾に一顧も興へず、折角の陳列窓も何の役にも立たぬことになる。故に窓飾は季節に應じて出来るだけ屢々變更し、常に新鮮味を興へ往來の注意を惹くことに心掛ける。窓飾の中心をなすものは常にその時と場合に應じて客にすゝめる品であることは勿論である。例へば或多數女工を使用する工場で、女工に特別給與をしたといふやうな場合には婦人服を主題とした窓飾をする。

知名の商品。誰も其の値段を知つてゐる名の通つた商品を所定の即金賣値段を附して他の商品の間を點綴する、それは往來の人にこの店の賣價は高くないといふことを示すに役立つ。又飾窓の内一つはその店の取扱品中上等の品物のみを選んで陳列する。それはその店の品位を高める効果がある。

怠らず競争者の窓飾に注意して店の参考に供することは勿論である。それから正札は一般によく通つて居る品丈けにして、その他には必ずしも全部にこれを附けるに及ばない。

#### 客の誘引

商店は店内の設計如何に依つて入り易くもなり又反対に入悪くもなる。金銭登録器が如何にも忙しく音を立て、回轉してゐるのは、店内の設計の上手に出来た店である。店内の装飾も重要な要件ではあるが、それよりも採光装置の巧拙が更に重大問題である。又通風に充分の注意が肝要である。これは従業員の能率にも影響する所が尠くない。

商品の配置。主要商品は必ず一定の個所に陳列して位置を變へないが、その他の物はその季節季節に應じてこれを變へ店内に新鮮味を加へる。奉仕品は成るべく入口近く往來人の目を惹く場所を選んで陳列するが、新聞その他で廣告した特

價品は奥に置いて、これを見に来た人に成るべく多く店内を歩ませる方法を執る。

商品にはその正札と共に、一週二十五仙何回拂といった風に、商品の定價よりは仕拂が容易だといふ觀念を先づ顧客の頭に浸み込ませる。又家具店ならば奥に見本室を設けて、そこに一揃を配置し、且つその寫眞を撮つてこれを枠に入れ顧客をしてその家具の實際の効果を實見せしむる。

#### 廣告代用としての犠牲品

小規模の商店で新聞廣告その他大袈裟の廣告の出来ぬ所では、犠牲品の提供は恰好な廣告法である。それには思切つた値引が必要な時には、原價に近い或は原價以下で賣らねば効果がない。この目的に使用するには多くは世間によく名の通つた商品がよい。

犠牲賣の缺點は普通品との値段の懸隔があまりにも甚しく、普通品が目立つて高價に見えることだが、それには店員は、これは廣告費の代りに安賣するのであ

ることを顧客に納得せしめる様努めねばならぬ。

犠牲品には安價品を使用してはならぬ。直ぐに止まる様な腕時計や洗濯出来ぬ衣類や、直ぐと破損する家具などは却つて店の信用を害し、悪結果を生ずる。犠牲品の提供は、同時に普通品をも買はせるにあるから、その目的に適はぬものは駄目だ。従來の經驗に依ると石鹼と金物はこの目的には不適當である。客はこの犠牲品丈けを求めて他を顧みない。

犠牲品はその季節季節に相應した品物でないと効果が尠い。犠牲品は値引だと思つてはならぬ、必ず廣告代として扱ふべきである。

返品。現金販賣店と違つて割賦販賣店には返品が比較的が多い。種々の理由で買つた品物が不用になつたとか、又は嫌になつたとかいふ場合には種々の口實を設けて品物を返さうとする。若しその客が店の大事な得意先である場合には早速返品は引取る。その他の場合には、損害を賠償させる場合もあり又同價格の商品

を返品の代りとして買はせる。

返品の場合を表に作つて、各場合に應じた對策を考慮して置くことも必要である。又割賦販賣店に於ては、その割賦金の皆済される迄は必ず變質又は破損せぬ様な商品を選ぶことが肝要だ。これに依つて返品を避け得る場合が尠くない。又廣告は眞面目にして、決して過大であつてはならぬ。若し然らざればそれが返品の口實を作る。

プレミアムと御土産と古品買入、その他

プレミアムといふのは或商品を買つた客に贈呈する景品又は特典で、御土産は店に來た客には誰彼の區別なく贈呈する眞の贈物である。これは新規の客や、既に勘定を終つた客を復活するに頗る効果があるが、併し度々行つては効果はない。それは「商賣人が只で人に物を呉れる筈がない」といふ考を客に起させるから却つて悪結果を起す。

御土産は開店の場合に特に有効だ。御土産の爲めに店内に這入つた訪問客の幾分は商品を買つて行く。御土産を贈呈する場合には、その客の姓名と住所とを聞いて記録して置き、後日特價賣出しとかその他の催しのある際の通知先となす。

プレミアムは主要商品に對する附屬物の場合に効果がある。例へば、十二月に服を一揃買つた客に對しては外套の大幅割引をする等である。

新規の客を呼び又勘定の終つた客を復活させる一手段として古品と新品の交換をする店もある。それは古品を持參した客にはその古品の品質、原價、元買つた商店、使用年數（或は日數）等に應じて大凡の價格をきめてそれ丈け割引して新品を賣るのである。受入れた古品は或は特別の部門を設けて、そこで古品として賣るか又は古物商に拂下げるか、或は慈善團體に寄附する。後者の場合には堂々とこれを世間に吹聴し新聞にもその旨報告する。

整理品の處分。月曜日のコインビーフは火曜日のハヤシライスの種、水曜日には

屑肉といふ諺にある通り、季節品の賣残りはいつても商人の頭痛の種である。賣残の整理の目的で大々的の値引をするか又は奨励金を附ける、それでも賣れない時は最後には救世軍に寄附してしまふ。併し慈善は家内からといふことがあるから先づ凡ゆる手段を盡し、全店員舉つて残品の賣拂に努力せねばならぬ。何故ならば残品があれば、店の利益は減少し店員全體の収入に影響するからである。賣残品の整理の一方法として、整理品を賣つた店員には賞金を附ける店もあるが、これは頗る効果的である。

#### 第八、賣上増進策續き

最大の効果をもたらした特賣の例數種を擧げる。

週年記念賣出。これは普通どこの店でも一般にやる所だが、これに特別な趣向

を加へると効果は倍加する。例へば二十五週年ならばその當時の店の寫眞やら、その町の寫眞を擴大して飾り付ける。同時にその當時に出版された有名な本、新聞雑誌、その他二十五年前と現代とを一見比較出来る物品を飾り立てる。又新聞その他の廣告にもその通りにする。

又店内にも二十五年前を偲ばせる趣向をこらす。例へば二十五仙均一品を置いて、これを他の普通品を買つた人には、一品或は數品づゝ賣るといつた工合にすれば世間の注意を惹き賣行は増大する。

白象賣出。持越品、賣足遅い品、汚損品、破損品、これ等は店の厄介者で俗にこれを「白象」と呼んでゐる。これをその旨新聞その他にも廣告し、窓飾にもこれを利用して日をきめて極く短期間大々的の割引で賣出すと堀出物漁りの婦人連、その他の興味を惹き店に多數の客を呼び寄せることが出来る。

お勤め品袋賣。この方法は新開店などが客を呼ぶに好適である。内部の見えぬ

様に袋にその店の廣告ともなる様な品物を入れて、これを景品として他の普通品に添えて贈るか或は又極く安價で賣る。

メートセール (Mate sale)。靴下とか手袋とか對の商品の一方丈けを見込を附けた客に送る。その手紙にはこの郵送した分を店に持参すれば他の片方は無代進呈する旨を記載する。これは客を店に呼び寄せる手段である。

コンビネーションセール。三揃に外套とか靴に帽子、靴下に手袋といった様にコンビネーションを作つて特價で賣出す。若し何れか一方丈けならば普通値段で賣る。これは賣上を増す目的に有效である。

時間賣。時間を限つて時間が遅くなる程値引率を増す方法である。この目的に使ふ商品は季節外れ、流行遅れ、汚損品等整理を要する品物である。例へば午前何時までは定價何割引、午後何時から何時までは何割引と、時間が遅くなるに連れて割引率を増して行く。併し一方に時間が早い丈け氣に入つた商品が得られ、

時間が遅くなれば割引率は多くなるが一方品物は少く且つ悪くなる。この外に毎日累加割引といふのもある。これは一日々々と割引率を増して行く方法である。この場合も成るべく早く買ふ様にすゝめることが肝要である。

児童寫眞。新聞その他の方法で希望申込者に児童の寫眞を無料で撮影する旨廣告する。申込ははがきに限ることゝする。申込者には撮影券を郵送する。これより先に寫眞屋と特約を結んで置いて無料寫眞の日及び時間を規定する。これが多數の人々の住所姓名を知り新規の得意を作るに役立つ。

特別割引。多數の使用人を擁する銀行會社等と特約を結び、その使用人に對しては特別の割引をすると俸給者を引寄せることが出来る。

夜間特賣。普通營業時間後に日を選んでの特定商品の特價販賣も亦有效である。但し土曜日の晩は不可、先づ勘定の濟んだ客及び勘定の大部分が濟んだ客に、第一種郵便で夜間特賣の招待状を出す以外に集金人、外交員及び店員全部が協力し

て夜間特賣の廣告をする。それから店に來た客にも種々の方法でこれを知らせる但し特賣の商品例へば三揃服を特賣の商品と決定したならば、三揃の服を買ひに來た顧客に對してはこの廣告は見合せる。それは彼等が今買はうと思つた品を特賣の日まで待たうとするからである。

特賣の廣告を飾窓に出すのは特賣の前日からやる。さもないと特賣の時までは三揃の顧客が激減するからである。男子の三揃服の特賣には出来る丈け夫人の同伴をすゝめる。その譯はしま柄見立ての爲めであるが、同時に男子服の外にこれに依つて婦人ものも賣れ且つ他の商品も賣れるからである。

月中特賣。これは男子用品六種、婦人用品六種を選んで毎日一種づゝ特賣する。例へば月曜日にはメリヤス類（男子婦人とも）火曜日は男子パンツ、婦人帽子、水曜日は男子靴、婦人はドレスといつた工合にこれを月中繰返して行ふ。この方は商賣の最も閑散時に採用して効果がある。

## 顧客の利用その他

信用販賣店に限らず何店でも最も効果的な広告は顧客の推薦である。そこで口座所有者に渡す代金受取證には顧客紹介のクウポンを付けて置く。このクウポンには口座番號及び口座所有者の姓名が書いてある。このクウポンを以て新客が來た場合にはその買上高に應じて紹介者の口座にその幾%を貸記する。又顧客何名金額何程以上紹介した者には賞品を贈る等の方法も効果的である。

お祭りその他何か催し等がある場合には、必ずこれに参加し店飾をしたり、その使用トラックその他にもお祭なり催しなりに應じた裝飾をして店の存在を明かにする。それには特別多額な寄附をする必要はない。又町内の他の商人と共同して飾附けなどをするもよい。

政治に關與することは禁物である。店主は勿論店員も決して政治運動に關係してはならぬ。店員の訴訟沙汰が新聞に出た爲めに、店の信用が地を拂ひ遂に閉店

の厄に逢つたといふ割賦販賣店の例もあるから、訴訟沙汰は最も慎まねばならぬ。店に來た就職希望者は鄭重に扱はねばならぬ。これが後日店の顧客となり得る者である。

全國的にその名の通つた商品の特賣も時々は必要である。それは店の品位を高める効果がある。これが爲めに失ふ利益は廣告料として計算する。併し出来るだけ自家の商標を付けて、これを廣めることに努めるを第一とする。これは種々の點に於て利益がある。

店舗擴張か支店開設か、追々商賣が繁昌して來て店舗の狹隘が痛感せらるゝ場合になると現店舗を擴張すべきか、或は更に支店を開設すべきかの問題が起る。この場合第一の問題はこれに依つて更に賣上を増進することが出来るか否かである。換言すればこの店は既に飽和状態に達したか否かを考へる。然らば何を標準としてこれを知るかといふに、假にその町の割賦販賣の賣上高が一ヶ年一〇〇、〇

〇〇弗て三軒の信用販賣店があるとする、然らばその上、賣上増進の見込はない。然し強ひて行へば却つて損失となる。

併し愈々支店を開設したといふ場合、店主に連鎖店經營の知識經驗があるならばよいが、さもなければ經驗者を顧問としなければ思はぬ不覺をとり、大損失を來すことがある。

商賣を近村に擴大しようとする時は、各村を同時に運動したのでは効果が少い。先づ一村を選んでこゝに全力を集中して廣告する。それから次々と個別擊破的に運動する。併し割賦信用販賣店に於ては、集金の難易も考慮に入れて運動を加減せねばならぬ。中心からあまり遠隔の地であると費用倒れになつてしまふ。

返品整理。客から返された品物は整理品として大割引して賣る必要上、特に整理部を店内に設けるか又は別に店を作つてそこで賣る。その場合には成るべく客を本店の方へ向けるやうに努めることが肝要だ。

客渡し。少し面倒な客でAの店員では逃げられさうな場合にこの客をBの店員に渡すといふ方法がある。又Bの店員が暫時相手をした後で又Aに戻すと客に好感を與へる。併しBは商品に就てAよりもよりよき知識を持ち合せなくては駄目だ。

新聞の記事その他を注意して結婚、婚約、出産、死亡等々の機會を捕え、特價の提供等に依り口座開設の契機となすことも肝要だ。

少しく大都市になると家具製造人は家具陳列場を設けてゐる。信用割賦販賣店に來た客が店にある品物で満足しない場合にはこの陳列場に案内する。客との取引は全部店の方ですまじ製造元と店の間は卸賣値段で決濟する。この方法は學校病院、ホテル等大注文の場合に多く行はれる。

卸賣部。割賦販賣に適した客種の尠い地方では、家具の卸賣陳列部といふものを設け、豫め大工場等と特約を結んで置き職工に現金で賣る。現金のない者には



金融會社から借りて拂はせることとする。

### 第九、廣告利用法

豫算。廣告にどれだけかけかへるべきかは前年度の總賣上（これは十二ヶ月よりも六ヶ月一期として勘定する方がよい）収益及び消費した廣告料を考慮して決定する。尙ほ考慮中に加ふべき項目としては、土地の情況、前年と現在の相違、今後の見透し等がある。豫算には伸縮性が必要である。あまり決定的で臨機の處置が執れぬ様ではいかぬ。

豫算の構成。全額がきまればそれを新聞雜誌等一般的廣告、直接郵便に依る家庭向廣告、ポスター、ラヂオ等々、又景品、お土産品、得意紹介謝禮、各種サーヴィス、等々及び豫備費に分割する。

割賦販賣店が家具、被服類及び寶石類部と三部分に分かれてみると、豫算は各別々に作らねばならぬ。これに依つて製造元から廣告費の幾分の補助を得ることも出来る。又製造元の提供する特別割引、投賣等々特別安價で仕入れが出来た場合は、その割引料を別に積立て特價販賣の資とす。或商品を特價で廣告する場合、その特價品だけしか買はぬ客があれば、それだけ店の損失になる。これ等は積立金で補ふ。

廣告費は被服類に於ては賣上の二―五分、家具は四分乃至一割、寶石は二―五分を適當とし、商品の最も多く賣れる時季に最も多く廣告し、賣れぬ時季には控へる。併し年中二分を下つてはならぬ。

### 廣告手段の研究

廣告費の大部分は新聞廣告だが、新聞選擇の標準は新聞の發行部數、讀者範圍地盤關係、等々である。これをよく調査研究して最も効果あるものを選ぶ。

広告は特定品を選んでそれ丈けに力を集中するを可とす。あまり多数の品目を列べ立てると人の目を牽かない。唯だクリスマスとかその贈答品の選擇が行はるゝ頃は例外で、その時は商品目録を掲載しても客はよく目を通すものである。

割賦販賣店は絶えず新聞廣告が必要で、大都市ならば若し財政が許すならば毎日、少くも毎週一回は必要である。小都市でも一週一回は是非廣告せねば駄目だ。以前は給料日に廣告したのだが、單に給料日丈けの廣告は効果が尠い。その前々から絶えず廣告して俸給日に特に大きな廣告をするのはよい。若し財政上廣告は一週一回しか出せぬならば、どの日に出すべきかといふに、それは斷然金曜日である。

郵便廣告。割賦販賣店は現金販賣店とは全く違つた方法を使はねばならぬ。同一廣告文では効果はない。未だ取引のない先と曾て取引があつたが現在はない得意先、及び残額が僅少で近く皆濟となる得意先と、皆別々の文句でなくてはならぬ。

ぬ。

紳士録その他の方法で大凡の見込を付けて、少くも一ヶ月一回は見込先に案内状を出して口座開設を勧誘する。舊得意先に對しても月一回は口座再開勧誘状を出す。この場合には特別割引券などを封入するも可、又何か店の仕方に不満な點あらば知らせて呉れと依頼するも可。

残額の僅少になつた得意先には月一回勧誘状を出す。この場合口座勘定の残が僅少になつたからといふ様な又これに類した言葉を使用することは禁物だ。

寶石の舊得意又口座残の僅少な客には、例へばダイヤ入の指輪を買つた客であれば石の握が緩んだ刻限だが、若し緩んでゐるならば無料で締めるといつた工合にサーブイスを通知するも一方法である。又得意先に新しい客の紹介を依頼する得意先の紹介で新口座が開かれた場合は紹介者に對して、割引券その他の方法で謝禮することを約束する。

ちらし。これは一般的の廣告で多くは新聞に掲載した廣告の寫してよい。これは毎月一回全市に限なく行渡つて配布する。さうして店主又は支配人はよく注意して、ちらしが忠實に配達されてあるか否かを絶えず監視せぬと、屢々費用損になることがある。

カードを作つて、一面には店の廣告その裏面にはその町又は附近の年中行事や略曆などを印刷して配布するもよい。

窓飾り及び店内裝飾等は専門的の技術を要するから、これは専門家に依頼する方がよい。

車内廣告、ラヂオ放送、屋外廣告等は大都市の大規模の割賦販賣店には頗る効果的であるが、小信用販賣店には費用倒れとなる。

#### 廣告の價值測定法

どの廣告がどれだけの効果があつたかを測定するには第一は客に直接訊ねること

とだ。これは信用販賣店には比較的容易だ。口座の開設の際に、店に来て口座を開始するに至つた動機を尋ねればよい。又新聞、ちらし等に割引クーポン等を附けて置くといふ方法もある。

廣告の効果は直接賣上量が殖える外に、店の格式を高めるにある。

廣告の費用計算の標準は、一千人の讀者又は聽衆に達するに何程の費用がかかるかである。新聞廣告ならば、先づ廣告を掲載せんとする新聞紙の發行部數並に町の販賣圏内に於けるその賣行部數をよく調査して、それからその廣告料と他の廣告方法の費用との比較研究を行ふ。又新聞の社説、及び特別記事等からその讀者層も判定出来るから、これに依つてその新聞の割賦信用販賣店の廣告に最適であるか否かも想像出来る。

ラヂオ放送廣告に就ては、同町内の他の店の仕方も参考とするがよい。併し經驗上早朝の放送が最も効果的である。

車内廣告。バスなり電車なり又は地下鐵の廣告も、その通路及び乗客數等を調査してから決行すべきで、不用意に廣告したのでは効果が薄い。

#### 郵便廣告

郵便廣告には、先づ宛先の臺帳を作成する。それは割賦販賣店所在地及びその附近に選舉等のあつた場合に、選舉人名簿から寫し取る外學校、工場、銀行、會社等の職員名簿から取る。さうして職工長とか掛長といった人々に對しては、或揃の服を特價で提供するなど効果的である。

郵便臺帳は、互に競争にならぬ信用販賣店内で互に交換することも出来る。例へば家具店と寶石店との間には互に便宜を圖るに適する。ガス會社や電燈會社と連絡の便があつて、その得意先名簿を寫すことが出来れば好都合だ。

例に依つて牧師、教員、其他特殊の階級に對しては割引する。これは郵便廣告と明記する。

芳名帳。店を訪問した人々の署名帳である。新客が店に見えたらばこの芳名帳を見せる。するとその人も芳名帳中に知人又は知名の人の名を見出して自分も署名しようといふ氣になる。かくして署名を得たらば郵便臺帳と突合せて重複の有無を調べて、若し無かつたらば更にこの新名を加へる。

女學校の卒業生名簿は大切な郵便臺帳となる。「處女會」とか又は「希望の箱の會」といつた様な會を店内に設けてこれに参加を薦める。會員には店から小箱を貸與して、この箱に一週二十五仙（或はそれ以下でもよい）宛投入さす。さうして指輪とか又は腕巻時計などの割賦購買をすゝめる。これが後には結婚道具の販賣にと進展する。又新聞紙等に發表される婚約に注意してこれに怠らず家庭道具をすゝめる。

礦山、工場、鐵道等の従業員名簿は大切な郵便臺帳となる。それは信用販賣店の顧客として最も有望な階級であるからである。學生には時々安價な品物を贈つ

て連絡を保つ。又時には薔薇とか、その他大量ならば極く安價で買ふことの出来る花を仕入れて、これを名刺引替に無料で進呈する旨廣告する。これに依つて又郵便廣告宛先のリストが出来る。

#### 各種廣告間の連絡

廣告の効果といふものは時と共に薄らぐ、故に廣告が熄めば店は世間から徐々に忘れられ、店の格式も低下する。故に廣告は絶えずこれを行はねばならぬ。

廣告の廣告。これは或特別廣告に對して世間の注意を惹く爲めのもので、屋外掲示、新聞紙、ラヂオ等で何日の何新聞の廣告を見よといふ風に大廣告の前後を通じて行ふ。

製造元の協力。廣告費の幾部分は廣告さるゝ商品の製造元に於て負擔すべきであるから、割賦販賣店主は製造元と交渉して種々の便宜を受くべきである。

第一種郵便と第三種郵便の利害得失。第一種は同一郵便區域内が二仙區外が三

仙、第三種は内容が同一で且つ同一重量の開封狀で二百通以上の場合に限り一通一仙である。併し第一種だと郵便局で取扱も注意する。又住所不明の場合は戻つて来る。それから各別々の案内文を都合のよい數丈け何回にも分けて發送出來且つ受取つた方の感じもよい。

第三種にも亦次の様な利益がある。即ち一千通に就て二十弗の經費節減となる従つて第一種ならば、月一回の處を第三種ならば三回廣告が出来る（尤も郵税の外に種々の費用はかゝるが）第三種ならば廣告ときまつてゐるから、受取つた方でもその積で見ると一種の様に開封してから期待外れを感じることはない。故に一般的の廣告には第三種を擇び、或特定の顧客を目的とする場合に第一種を擇ぶ。

新聞雜誌等には、絶えず店の催しとか人事とか、その他何かと詳しく通知し、記事の内に店の名が出るやうに努める。これが又好個な店の廣告となる。

## 第十、集金増加、貸倒防止策

割賦販賣店では客の選擇といふことは重大な問題である。幸に人は性これ善て大抵の客は信用出来る。支拂を滞るのは極く小部分の者に過ぎない。併し商人の純益といふものは僅かなものであるから、例へ一小部でも貸倒が出るならばその影響は大きい。故にこの貸倒の豫防といふことが重大問題である。

先づ客の信用調査であるが、貸倒と調査費とは反比例するもので調査費を惜めば貸倒れは増加する。新客に對しては調査が済むまで待たせるのは氣の毒であるが脊に腹は替えられぬ譯で止むを得ない。且つ信用を確定するまでに客に種々質問を發する場合に、客の言葉を信用せぬのだなと感付かれる様な素振りは絶対禁物である。これが爲め往々大事な客を逃がしてしまふ場合がある。

信用取引を決する前に知らねばならぬ第一條件は、

- (イ) 姓名
- (ロ) 現住所
- (ハ) 舊住所
- (ニ) 舊及新住所に於ける居住年數
- (ホ) 自己の家作か、借家か、間借か、若し自己家作でなくば家主の住所姓名
- (ヘ) 性別
- (ト) 人種
- (チ) 獨身か配偶があるか
- (リ) 既婚者ならば配偶の姓名
- (ヌ) 若し夫人に職業があらばその勤務先
- (ル) 若し獨身ならば一家を持つてゐるか下宿してゐるか

- (ヲ) 家族の人員
- (ワ) 親戚の住所姓名
- (カ) レファレンス先の住所姓名
- (ヨ) 現在の職業
- (タ) 勤務先、局課名
- (レ) 収入
- (ソ) 勤続年數
- (ツ) 以前何處に勤めてゐたか、その勤務先
- (ネ) 自宅に電話があれば自宅電話番号、なければ何處にかければ通するか、呼出  
その他の番號
- (ナ) 他の店に口座開設の有無
- (ラ) 組合等に屬して居ればその組合、又は會の名

- (ム) 以前に店との取引關係の有無
- (ウ) 自動車運轉士ならば免許證番號、金主名、ガレージ名及び番地
- (キ) 取引銀行名(預金などする所)
- (ノ) 不動産、抵當權、所有權、衡平法上の權利
- (オ) 紛争中の事件
- (ク) 農夫ならば耕作面積、收穫高、年收
- (ヤ) 住所を探す場合に目標となるもの、(例へば住所の附近にある大建築物とか電車停留所等)

以上調査に當つては、成るべく詳細に亘つて注意すること、姓名は決して略字を用ひぬこと、結婚した婦人ならば夫の姓名の外に自身の結婚前の姓名を記すること、若し寡婦ならば夫の死亡年月及び遺産の處置が決したか否か、その他遺産に就ての詳細を糺すことが大事だ。

寶石（その内には指輪、腕巻時計その他装身具を含む）等の場合は、若しそれが贈呈さるゝならばその贈先の住所姓名を訊ねて置く。これは贈主が住所を晦らましてしまった場合など取調べに都合のよいことがある。

保証人又は裏書人を立てることが安全だ。又夫婦の場合は夫を責任者とし妻を保証人とする。これは妻が職をもつてゐる場合は殊に好都合である。

レファレンスを確める一手段として、顧客の名指した人に第一種便で廣告郵便を出す。それには顧客の住所姓名を記して、貴下の友人何某が貴下を小店に推薦した、就ては小店はかくかくの店だから宜しく頼むといった風な依頼状がよい。これに依つてレファレンスを確めると同時に新顧客を作る機会となることもある。

又顧客の身元調べには興信所、同業組合等を利用するも効果的である。

危険。信用販賣店の客としてどんな人が危険でどんな人が安心だといふことは一概にいふ譯には行かない。併し或経験ある者が統許を作つて見た處が、危険客

の部類に含まれた者に下宿人、絶えず住所を變更する人、商店の小支店支配人、古物商人、警察官、拳闘家、特許企業家、水夫、兵士、下級海員、質屋、看護婦、行商人、集金人、救恤金生活者、俳優、女優、職人、臨時雇人、同一市に住んで居りながら両親と別居せる未婚の青年男女、役所で信用販賣店に特別の便宜を與へない場合の政府の役人、親又は保護者の裏書なき場合の未成年者等があつた。

統計的には右の様な結果が現はれたからとて、この種類の客が全部不信用だといふ譯ではない。それは人によりけりだから、客の良否をその一人々に就てよく判断せねばならぬ。若し危いと思つたらば、内金を成るべく多く入れさせて危険を尠くする。又信用期間も出来る丈け短くする。特に営業時間の終る時分に來て自分で品物を持つて行くと主張する客は注意すべきだ。

客の信用判断は店員にさせてはならぬ。店員は單に賣る一方で、信用判断は専門の信用係がこれを行ふこととする。若し質疑應答で少し不安を感じたらば、保



證人を立てさせるとか又は裏書人を求める。

勘定が小額の時は間違なく支拂がよかつた者が、大きな勘定になると前とはまるで變つてしまふといふやうな場合もある。又失業その他の理由で支拂が悪かつたが職に就いたとか、又はその他事情が好轉した爲め、好得意になるといふ場合もある故に、過去の記録を唯一の参考とする譯には行かぬ。何れにしても保證人を立てることが肝要だ。

#### 内 金

内金には三つの長所がある(一)店の現金収入を増す(二)集金費の節約及び(三)損失の軽減。内金なしの信用販賣は一時に多數の客を作ることが出来るが同時に悪種が多い。内金が尠ければ貸倒れが殖える。

直ちに消費されてしまふ商品は、信用販賣に適しない。衣類などは現金かさもなくば高率の内金を徴する。内金は客種に依つて甲乙を付ける。信用確實な客な

らば一割の内金でも、不安な客の二割五分より却つて安心だ。安心のならぬ客には内金が相當に達する迄、品物を渡さず内金を預つて置くがよい。

内金の標準に就ては人に依つて見方が違ふが、著者の考へては一割五分乃至二割位が適當と思ふ。あまり尠いと危険が多くあまり高いと折角の客を逃がしてしまふ惧がある。次回に多額の入金をするといつて内金を値切る客は最も危険の多い部類だ。

#### 残 金 と 割 賦 數

残金を何回割賦にするかは客種次第だが、大體の標準はあるが土地の情況に依り實行困難な條件は不履行に終る。又負傷、病氣、失業等の場合は條件を緩和してやる必要がある。

客は金の澤山ある時が最もよく拂ふ。故に残金の割賦支拂日を俸給日と定める。大都市では使用人に毎週拂ふが、小都市では月二回拂だ。又役所では月二回又は

一回拂が普通だ。支拂日を客の都合のよい日に定める。さうしてこの日には必ず入金する様によく話をする。

残額の尠い勘定は、出来る丈け早く片付けようとするのが人情だ。故に内金が多ければ、滞りも尠く勘定もよく済む。これに反し内金の入れ方が尠く残額が多いと支拂が滞り勝ちになる。又勘定が長引けばその間に又他の品物を買ふ必要も生ずるといふ都合で決済は愈々長引くことになる。衣類の割賦は普通三ヶ月乃至六ヶ月、家具で一ケ年乃至一ケ年半、寶石で十四ヶ月以内、概して割賦は六ヶ月以内といふのがよい處だ。

支拂は店で行ふのが最もよい。第一集金の費用が省ける。支拂も比較的確實で且つ他の商品を賣る機会が多い。且つ支配人や店主と懇意になり話の内に客の家庭の事情や境遇の變化なども自然と判明する。

客をして規則通りに拂込を實行せしめる方法が用ひられる。或信用販賣店では

期日に拂込んだ度にパンチを入れるカードを客に渡して置く、このパンチの數に應じて残金の割引又は將來買ふ商品の割引券に代用する。店としては將來の割引とする方が好都合だが客は寧ろ現在の債務の減る方を喜ぶ。

度々支拂を滞つて残額の大きな客に對しては、割引して全部を一時に支拂はせる様に努める。郵便送金の客には規則通り這入つた場合は、爲替料を最後の割賦金から差引く等の奨励法も採用されてゐる。

割賦販賣條件一覽表。これには内入金の割合、割賦回数、皆済期限等を掲げてこれを廣告もし、又店内にも掲示するが、この方法には種々の不便もある。例へば規定の内入金が多い爲め又は期限があまり短い爲めに折角の上客を逃がしてしまふ。尤もこの條件には伸縮性が與へられてあるとしても信用係の方で判断を誤ることもある。又條件表以上の内金を入れ、或は條件表の支拂期間よりも短い期間に皆済しようといふ客をなくしてしまふ。

かういつた工合に、種々不便もあるが又他方に條件表の長所も頗る多い。多額の内入金徴収する爲め返品（氣に入らぬとか支拂が出来ぬからとて一旦買った品物を返還すること）が尠い。客との取引交渉の際に條件を主張するに都合がよい。

新客に對しては誰にも同一條件が課せられるのだといふ安心感を與へる。又支拂を滞つてゐる客にはこの條件表を楯にとつて督促すると客に悪い感じを與へないで済む。

場合に依つては例外として條件表を緩和することがある。その時は約束を厳守する様に客に特に要求する便利がある。内金の不足の場合には、これを内入金の一部とし第一回割賦入金の際に残りの内金を入れさす。これは舊來の信用販賣でよく使用する方法である。

警戒信用。各口座勘定の支拂日を明確にし、且つ日々の支拂口座表を作つて置

いて拂込みに注意する。若し規定の日に入金がなければ翌日は必ず電話、電報、集金人特派等の手段を盡して督促する。さうして期日を厳守せねばならぬといふことを、客の腦裡に浸み込ませる。督促を怠ることは却つて客に怠慢感を與へて悪結果を生ずる。

店で急に現金の入用が生じた場合には、残額を全部、半額、又は三分一を一時に拂込む者には特別の割引を提供して拂込を奨励する。

慈善廣告。これは集金會社の名で廣告させるので信用販賣店の名は出さない。廣告文は「下記の人々は某信用販賣店から家具（衣類又は寶石―その品名を擧げらる）を買つたが代金を支拂はない。故に止むなく残金は各當該個人に進呈することに決した。前記信用販賣店名必要の向には申込みにより通知す」この方法は少しく辛辣の嫌はあるが効果は確實だ。

勘定皆濟週間催し。これは小賣商、信用販賣店等が聯合して新聞廣告、屋外廣

告、窓飾廣告、ポスター、ビラ、及びその他の方法で大々的に行ひ又新聞社とも打合せを遂げて記事にも書いてもらふ。勘定を持つてゐる顧客全部に廣告郵便を出す。勘定をこの週間に皆済した者には賞金を與へその他種々の方法で勘定支拂を奨励する。この方法は從來頗る好成績を擧げてゐるから特に推奨する。

集金カード。一口座毎に一枚のカードを作り、それに客の住所、姓名、購買品名、價格内入金、既入掛金、勘定日その他の摘要が記してある。さうしてこのカードを勘定日順に整理して置く。新に入金があればこれに記入し、なければその旨記入してこれを督促係に廻す。

このカードを毎日怠らず調べるのは店主又は支配人の直接責任とする。

最眞。客が好感をもつと否とは商店に取つて大問題である。現金販賣店ならば客を失ふ丈けだが信用販賣店では客を失ふ上に勘定を失ひ大損失を蒙る。客に不快な感を與へるならば商品が賣れなくなる上に既に賣つた商品の代金の取立は容

易でない。

故に全力を盡して客に好感を與へることに努力せねばならぬ。それが爲めには急用の際には店の自動車で客を送り届けるとか、既賣品の或物は無料で修繕するとか、ダイヤの指輪ならば石の据りを無料でしめるとか又無料で磨くといった種々のサービスが必要である。かくして客と店との間に特別の關係を結ぶ。さうすると集金の上りもよく又買増もある。

割賦滞納。不拂の理由は色々だが多くは口實に過ぎない。然し中に眞に氣の毒な事情で支拂が出来ぬ場合もある。例へば肝心の主人が死んで一家の支えが出来なくなつたといふ場合には、出世證文を取つて支拂の一時中止を許す。これは客に頗る好感を與へ店のよい廣告になる。さうして家族が後日支拂資力の附いた時に支拂ふこともある。

病氣失業等で實際困つてゐる場合は掛金を減じて皆済期を延してやる。又どう

しても拂へぬ者には金策の方法も教へてやる。督促状は絶へず差出して氣をゆるめさせぬ様に努める、これは章を改めて説明する。

### 第十一、集金増加、貸倒防止策(續き)

督促状の最も重要な點は客の感情を害さぬことである。又督促を怠るならば客は支拂を怠つた上に借金のある店を踏み倒して別な店で現金を出して買ふといふ様な場合も屢々ある。故に督促と同時に客を常に店に引付けて置くことを心掛けねばならぬ。

督促状は後日法律問題など起さぬ様、先づ以て熟練した法律家に相談して二十種乃至二十五種位文案を準備して置く。これは年二回位新しい文案と取換へる必要がある。さもないと受取つた方で馬鹿にする。又督促状には店の窮状を訴へた

り、客の同情を乞ふ様な文言は禁物だ。又印刷した手紙や謄寫版で刷つた手紙は効果が薄い。

どんな手紙が最も多く人の注意を惹くかといふに、それは受信者の直接利害に關するものが一番注意を引く。故に督促状もこの人の弱點を捉へることが肝要だ。そこで支拂を後らせる爲めに利拂の損失を説き、至急に殘金を拂ひ込めば割引のあることを諭すといふ様な手段を執るならば必ず注意を惹く。

提訴するとか公表するとかいふ様な威嚇を含む督促状は、屢々これを使用し而かもこれを實行せぬならば甘く見られて他にまで影響して却つて悪い結果を招來する。故に好ましくならぬ客ならば斷然威嚇を威嚇に終らせず、それを實行するが効果的だ。

羞恥心に訴へる。支拂怠慢者が未婚の青年男女の場合にはその親に現状を通知することは最も有効だ。殊にこの勘定不支拂の爲め訴へられるとか、又は失職の

虞があるといふ様な場合には親は必ず飛んで来て子の勘定を済ます。この督促手段は少し辛辣の嫌はあるが効果は著しい。

自尊心。人は誰でも自尊心ある故この自尊心に訴へ、従来支拂期日の正確であつたことを稱揚し、この名譽を傷けぬ様勧告する。

督促状の型。當人宛、主人宛、裏書人宛、客の親戚宛と各々その型がある。初回の期日後れに對する督促状は直接にも間接にも決して督促がましく見える文句は使用してはならぬ。單に何日が支拂期日であつたことを客が忘れてゐたから注意を喚起する心持で書かねばならぬ。

この注意にも不拘支拂を怠つたならば、こん度は店の今後の方針を決定せねばならぬ場面に到達する。或信用販賣店では、電報を打つたり、特別の手紙を出したり、或は又特別集金人を差向けたり又は支配人又は店主自身客を訪問して、直接談合するのは最初が一番肝心だからである。この場合の督促状は厚意的ではあ

るが嚴重なものがよい。それは他の客の教訓にもなる。

不足拂込。條件に定めた金額よりも少く拂込んだ場合も、決して容認してはならぬ。若しこれを不問に附するならば客に何程でも入れさえすればよいといふ様な怠慢心を起させる。

勘定が終に近づいて残額が尠くなつた頃になると客の方でも少しく飽がきて支拂を滞り勝である。この場合の督促状は場合に依つては、品物を取戻さねばならぬかも知れぬことを暗示すると有効だ。何れの場合にも店が單に嚇かしをいふので眞に強硬手段に出る氣はないのであるといふ様な感じを持たせてはならぬ。

不拂者の雇主、保證人、裏書人に通知するのは本人に再三督促してから後のことだ。贈物の場合は最後に、その貰ひ主に事情を通知して支拂の督促を依頼すると、多くは貰主自身店に来て残金を皆済することが多い。

商品引取警告。どうしても支拂はぬ場合に商品を何月何日に引取に行くから、

必ず御渡しを乞ふ旨警告すると大抵は大急ぎで入金する。若し期日までに入金がなければ、家具などは受取の爲めトラックを向ける。その他の商品ならば受取人を向ける。

故意に店に何の通知もせず家財道具を纏めて窃かに住所を他に變へた不拂者に對しては支拂未済の商品の不法移轉、隠匿、賣却、傷損等に關する動産法の寫しを添へた、督促状を送る。

衣類、敷物、リノリウム其他消費品で取戻して價值のないものになると、最後一、二回の割賦金は支拂が怠り勝であるがこの督促は特に嚴重にする要がある。さうして場合に依つては法律に訴へるかも知れぬといふ感じを客に與へる。

逃亡。客が支拂の済まぬ商品をもつて行衛を晦ますことが往々ある。大きな信用販賣店になるとかういふ逃亡客を突留めることを専門とする部門が特に設置してある。又これを職業とする専門家もある。若し逃亡者が外國人であるならば、

その人の國字新聞に廣告すれば効果がある。何れにしても信用を與へる前に、客に就て充分の調査を遂げ、前以て逃亡等の場合に備へて置くべきである。

#### その他の集金増進策

電話集金。これは電話を何回使用しても料金に關係しない都會地ではこの方法が便利だ。電話督促を嫌ふ客もあるが、よく事情を話せば多くは了解する。併し督促電話には當人が出ない場合が尠くないから、店の名をいはずに單に當方の電話番號丈けて呼出す、集金人が當人が不在だといふ報告をする場合が往々ある。その眞偽を確める爲めに電話が調法だ。

現金賣。或商人は現金賣よりも掛賣を喜ぶ。これは掛ならば客が餘分に買ふからである。

督促状又は集金方法に對する苦情に對しては斷乎として動かぬのが第一だ。支拂を滞る客は必ず威嚇的になるから店の方でもこれに壓せられてはならぬ。嚴然

としたる態度で店の主張は少しもこれを枉げてはならぬ。初めが大切だから初めに店の強硬な態度を見せて置かねばならぬ。併し客と喧嘩するのではないからそれには相當外交術を用ひ、さうして店の方針をよく徹底せしめることが必要である。

法律手續を執ることは成るべく避ける。それは代金不拂に依る商品取戻に關する法廷の判決例を、出来る丈け多數集めて準備して置いて、督促狀にその寫を同封して不拂客に送る。さうして客に商品代の殘金は如何しても支拂はねばならぬものだ、裁判の費用その他諸費用の掛ること損失の大きなこと等を納得せしめると多くは急いで滞りを支拂ふものだ。

貸倒れは初めに内入金を多くし、取立を嚴重にし、商品を嚴選して苦情のない様にして、それから客の身元調べ及び諸關係の調査を怠らねば多くは避け得らるゝものだ。併し主人の死去、失業等で止むなく支拂が滞る場合もある。こんな場

合には證書を取つて一時猶豫を與へるが、決してそのままにしてしまつてはならぬ。折々集金人をして序のある度毎に立寄つて様子を見させ又督促もさす。この手段に依つて客に絶えず刺戟を與へて置けば後には入金もある。さうして法律的手段を執ることは時効が近づくまで待つ。

## 第十二、信用販賣店の法的方面

現金販賣店ならば賣買が成立すると同時に、客と店との關係は終るのだが、信用販賣店に於ては兩者間の法律關係は頗る繁雜で且つ永く後まで續く。故に信用販賣店の責任者は契約に關する一般的法律の心得、契約當事者の能力、契約の諸規定、效力に關する知識及び陷穽にかゝらぬ用心が必要である。

割賦販賣契約の形式。契約の締結は割賦信用販賣の第一階梯で販賣人の權利の



基礎をなすものである。最も一般的に使用さるゝ形式は(一)條件附販賣契約(二)動産抵當契約及び使用貸借買契約の三種となる。

右の内何れを選ぶべきかは各州の法律を研究して定める。さうして何の法律が右三種の何れにも都合がよくないといふ様な場合には、店の負擔すべき危険、經營方針、及び販賣又は取立政策等を考慮して善處する。

訴訟は避けよ。外に手の盡し様のない最悪の場合でなければ法廷で客と争ふといふことは極力回避せよ。殊に小都市では新聞が裁判記事を詳細報道する。又人の噂が廣まる。さうなると客が恐れをして店へ寄りつかなくなる。或はこれがともすれば、支拂を滞り勝な客に對して教訓になる利益があるといふ人もあるが、それよりも折角取引をしようとする客を逃がしてしまふ不利の方が遙かに多い。

#### 割賦販賣契約の内容

州に依つて法律は違ふから絶対的の法則を定めることは出来ぬ。故に以下説明

する處は單に代表的大要を示すのみで、これを實際に應用する場合は州の法律に適合する様多少變更を要する。

條件附賣渡書。この契約書の第一の要項は署名の日附、契約成立の場所である。日附があつて始めて法律の適用が決定し、賣主の権利が開始する。法律が契約者を保護すべき期間及び第三者に對抗し得る保護期間もこれに依つて定まる。次は署名調印の場所である。これに依つて何州の法律が適用さるゝかが決定する。

契約關係者名には略字を使用してはならぬ。又住所も詳細に記載する。商品の代價を明記すること勿論である。

商品に就ては出来るだけ詳細に明記する。然らざれば買主から品物が契約と違ふなど苦情が出た時に不利な立場に立つ。

内入金金額、殘金の割賦額及びその支拂日及び場所を明記する。

買主は契約書に記載された全條件を承諾したこと、及び買主は商品を検分しこ

れに満足したことの聲明を契約中に挿入することは須要である。而して後日商品の引渡が済んだならば買主から商品が契約書の通り、完全な状態に於て引渡された旨の受領書を取る。

條件附賣渡書の特徴は、買主に於て契約書の全條件を履行し、代金を皆済した時に始めてその商品の所有権が買主に移るが、それまでは賣主が商品の所有者でその保管は買主の責任であることを明記せる條項があることである。

引渡した商品に對しては、買主の負擔で保險を付け火災その他の損害に備へることを條件とする。又賣主の権利が危険に陥つた場合には、賣主は商品を取戻す権利を保留する。危険といふのは、商品の移轉又は移轉の虞れ、商品の讓渡又は賣却、質入れ、差押、破損、代金不拂その他でこれは契約書に列擧する。

買主に於て支拂を怠つた場合及びその虞ある時は、賣主は何時なりとも商品を取戻す権利を保留する。これは賣主の権利を擁護すると同時に買主の怠慢に對す

る警告となる。併し實際問題としては、あらゆる手段が盡された後、外に方法がない時に最後の手段として實行するので、これは容易に實行してはならぬ。

取戻した商品はこれを競買にするか又は他の方法で賣却するかは、賣主の任意たるべきことを明記する。且つこれ迄に支拂つた内入金及び割賦金は使用料、經費、引取費用その他に充當することを得ることを買主に承諾せしめる。又賣主が引取つた商品の賣却に依つて得た金額と契約金額との差額は買主に於て負擔することを確約する。又延滞利子の支拂も契約中に含めること。諸費用を支辨した後猶ほ残存ありたる時はこれを買主に返還することを約す。

賣主は隨時商品の検査を行ふ権利を保留し、買主はこれを拒むことを得ざることとを明記す。

猶ほ買主の誤解や賣子の不用意の言葉などから、面倒の生ぜぬ様契約書に記載なき口約等は無効たるべき旨の一項を加ふること。

動産擔保契約。この契約は特別條項を除き内容は大體條件賣渡書の内容と同一である。條件附賣渡證に於ては商品に對する所有權は賣主にあるが、動産擔保契約に於ては買主にある。この契約は次の主要項目を含む。

- 一、契約の日附及び場所
- 一、契約當事者、保證人、裏書人その他の住所姓名の略字を用ひぬ詳細な記載
- 一、契約金額
- 一、商品の詳細な記述
- 一、支拂條件、期日、金額及び支拂の場所
- 一、契約の全文を買主が認め、これを承諾した旨の聲明
- 一、買主は商品を吟味し満足したる旨の聲明
- 一、商品又はその所有權の讓渡、買主に於てこれを他に移動し、抵當とし又は破損することの禁止

聲明

- 一、買主はその負擔に於て商品に保險を附すること、或は賣主が買主の負擔に於て代つて保險を附し得ること
- 一、賣主はその權利が危險に瀕したりと思惟したる時はその商品を取戻すことを得
- 一、買主が支拂を怠つた時は賣主は何時にても殘金全部を一時に請求することを得
- 一、支拂を怠りたる時又はその危險が豫想された場合には賣主は何時でも商品を取戻すことを得る權利の保留
- 一、商品取戻後に殘存せる殘金に對し賣主はこれを要求することを得る權利の保留

- 一、賣主が商品を引取つた後不足分に對しては買主はその不足を辨償する旨の

- 一、取戻した商品に就ては賣主は一般人同様その競賣に入札する権利を保留す
  - 一、既に拂込んだ代金は商品取戻費用として留保する権利を保留す
  - 一、支拂を滞つた金額に對しては利子を附す
  - 一、取戻商品を賣つて得た金額より支拂殘金、取戻費用等を控除して猶ほ餘剩ありたる時はこれを買主に返還す
  - 一、賣主は隨時商品を検査する権利を保留す
  - 一、賣主は右各條項の一、二を免除することあるもこれを以て賣主が全條件を免除したるに非ざることを買主に於て承認する
  - 一、口約を以てこの條件を動かすことを得ず。
- 賃貸借賣買契約。この契約が前二者と相違する點はこの契約は賃貸借契約で、借主即ち買主は契約書記載の條件にてこれを買ふ権利を保有する。この契約は州に依つては條件附賣渡契約と看做してゐる所もある。

この契約の條項も大體前二者と同一で、

- (一) 貸借の目的に供される商品の價格、賃貸借料金、支拂期日及び場所
- (二) 賃貸借料金の支拂その他條件を悉く完了した時に賃借人はその商品の所有權を獲得す

(三) 賃借人が商品の買主となり得べき時及びその期間

(四) 賃借人が商品の買主となる時は既納の賃借料は代價より控除す

(五) 既定の賃借料を怠りたる時は賃借人は商品を取戻す権利を保留す

(六) 賃貸料滞納の場合はこれに延滞利子を附す、その他前二契約に同じ

一般的注意。條件附賣渡契約書所有者は契約金を要求するも同時に、商品取戻權を保有することを得。

賃貸借賣買契約は賣渡契約ではない。併し借主が契約條項に違反した場合には損害賠償を要求することを得。

出来る限り契約書には夫婦兩人の署名を要求すること。これは州に依つては妻の署名なき爲め債権の一部が成立せざる場合がある。

印刷した契約書の條件に追加記入をした場合に、記入事項と印刷と相反する場合は、記入の方を採つて印刷の方を無効とするのが判例である。故に特別の事項は記入するがよい。

#### 第三者に對する賣主の權利擁護

商品は買手の手に渡り、恰も買主の所有品の如く外觀を呈する故に不正が行はるゝ可能性がある。第三者に對抗する爲めに契約書はこれを登記する必要がある。

第三者とは第二抵當權者、讓受人、第二購買者、執達吏、その他買主に對する一切の債權者である。契約書が登記してあれば商品を第三者から取戻すことが出来る。又不法な差押其他に對し第三者から損害を辨償させることを得る。

第三債務者に對する強制執行。これは雇主に對して買主に支拂ふべき給料の差

押である。若し雇主が買主の給料から差押金額を差引かずに全部買主に渡すならば、雇主は賣主に對して辨償の責に任ずる。

保證人は契約書に署名せしむるがよい。さうすれば、保證人も買主の一人となる。賣主が契約書の登記を怠つた爲に保證人はその責任を免れることは得ない。

#### 法律上の陥穽

契約書の作成からその實行中信用販賣人と購買者との間の關係に於て、屢々法律上の陥穽といふものが生ずる。

契約書の形式及びその内容に依つて契約書の將來の効力がきまるのである。故にこの營業の要求に叶ふ様に契約を締結することが出来ぬならば、それは重大な問題である。契約書に就ては既に詳細述べた。故にまだ觸れなかつた二、三の點に就て説明を加へることとする。

手紙その他の方法で告訴するなどと嚇し文句を使用すべからず。又督促狀の

文言には細心の注意を要す。而して督促をはがきて出してはならぬ。その他脅迫と解せらるゝ一切の行爲を慎むこと、然らざれば脅迫の訴を受ける虞がある。

商品を取戻す時は、買主の承諾と取戻した商品が間違なき旨の承認を得よ。後で毛布の内に指輪を入れて置いたとか抽出の内は金が這入つて居たとか、言ひ掛りされないやうに充分注意する。又家宅侵入罪を構成せぬ様用心せねばならぬ。

商品が返還された場合には内入金を買主に拂戻さねばならぬ。又舊債務が滞つてゐる客が新たに商品を注文して入金した場合に、これを舊債の滞納分に充當して商品の引渡しを拒むことは出来ぬ。前者は奸策に依る竊盜、後者は虚偽の口實に依る金銭の收得と解釋される。

新聞に注意して、妻の逃亡、夫婦別居の廣告及び支拂不能、差押等の記事をA B C順にカードに作つて置く。又疑はしき廣告や、郵便に依る抽籤等の廣告を避けること。

客が怒つて店に投げ戻した商品に對しては決して領收書を出してはならぬ。若し出せば店が返還を承諾したことになる。

在庫品に就ては記録のない場合盜難に遭つても保險會社は損害を填補しない。故に在庫品目録は必ず作つて置くことである。

國際事情叢書  
第一編

# 『獨逸・伊太利・アルゼンチンの經濟統制狀態』

四六版・百八十頁  
定價 八〇錢 (送料六錢)

各々オリジナルな最近資料に依り、世界に於ける二大獨裁國たる獨逸・伊太利及びアルゼンチンの經濟統制狀態を調査した結果を刊行する事になつた。此等の三國に於ては、國家が如何に經濟を統制し産業を管理してゐるか一目瞭然たるものがあらう。目下非常時の我國に於ける有益なる參考資料たる事を信じてゐる。

◆ 米國式月賦販賣事業の新研究 ◆

クレジット・ストア・オペレーション

昭和十二年二月廿日印刷  
昭和十二年二月廿五日發行

定價 ¥ 0.35

編纂者	タイムス出版社編集部
發行者	小野俊一 東京市麹町區有樂町二丁目四番地
印刷者	宮島富治
印刷所	タイムス出版社印刷部 東京市小石川區籠籠町五番地

發行所

株式會社 **タイムス出版社**

(英ジヤパン・タイムス社出版部)

東京市麹町區有樂町二ノ四  
振替東京六〇〇參壹  
電話銀座三四一ニ番

終

The  
Times

¥ .35