



特231
173

決秘の昌繁店商

蒼社報新業商外中



始



特231
173



店
繁
昌
の
秘
訣

中
外
商
業
新
報
社
著



序

今や一般小賣商店は、容易ならぬ窮境に沈淪しつつある、そしてこれら小賣商店は、この難局を如何にして打開し、更生して行くかに懸命に努力しつつある、がこれは獨り一小賣商店の問題である許りでなく實に國民經濟上の重大問題でもある。

◇そこでわが社は、わが社傳統的使命の一つとして、本書の刊行を企圖したものである。

◇もとより一般小賣業者は、この問題解決のために、日夜死物狂ひで苦闘しつつあるが、その苦闘、努力は案外酬いられてゐない。それは何故か、その努力、方法、更に根本にはその態度、考へ方が的を外れてゐる場合が多いからである。

◇本書は、その正しき打開の途を示し、更に進んではどうしたならば商賣が繁昌するかを要點を、極めて手取り早く、然も平易に判るやう幾多の實例を擧げて記述説明したものである。然もその實例はいづれも現在實行されてゐる生きた實例のみであり、従つて直ちに應用出来るもの許りである。

◇而して本書は、本社商店課渡邊、福富兩記者の多年調査研究によつてなつたものであり、各項の實例は渡邊、福富、半谷、上坂各専任記者を初め課員一同が集めた多數の實例のうち、最も適切なるもののみを採録したものである。

中外商業新報社

目次

一、効果のある賣出しの仕方

(一一)

1. 計畫的であること……………(一二)
 2. 目的をはつきり定めること……………(二二)
 3. 興味のあること……………(四)
 4. 宣傳裝飾でその氣分を出すこと……………(五)
 5. 眞面目であること……………(六)
- 成功した實例……………(八)

◇三段構への賣出し◇効果を擧げた閑散期賣出し◇五割増量賣出し◇俳優好み人氣投票賣出し◇苜百五十貫を賣る◇奇抜な賣出商略◇ホームラン・セール賣出し

二、當る商略當つた商略

(二六)

1. 商略とは……………(二六)
2. 商略を行ふには……………(二七)

3. 商略を行ふ時期.....(三)

成功した實例.....(三)

◇賣れなかつた品に「工夫」の面白い懸賞券集商略◇當つた「サーヴィス袋」◇文具店の花火商略◇無
盡式掛賣販賣商略◇レコード店の「名曲回聴會」

三、宣傳廣告の仕方あの手この手.....(三八)

1. 計畫を建てること.....(三〇)

2. 目的を定めること.....(三〇)

3. 手段やり方を考へること.....(三一)

4. 注意を惹くこと.....(三一)

5. 目新しむこと.....(三一)

成功した實例.....(三一)

◇チラシ配布一ヶ年計畫◇宛名廣告調査から◇宛名の回数を減じ賣上を増す◇人氣を博した引換
券◇レコードを宛名廣告に◇効果を擧げた懸賞版のピラ◇風變りの廣告看板◇客から客への宣傳で
この繁昌◇商品券利用のチラシ◇共同でカタログ發行

四、効果的な陳列と裝飾.....(四三)

1. 明るく感じよく.....(四三)

2. ウィンドーと特賣台.....(四四)

3. 店内陳列.....(四五)

4. 整ひ過ぎた店.....(四六)

5. 常に手を加へよ.....(四七)

陳列裝飾の實例.....(四九)

◇三點主義陳列法◇男女顧客の氣持を捉へた陳列◇ハンドバックが賣れた陳列◇少い品を多く見せ
る◇興味本位と迫力本位◇郊外商店とウィンドー◇陳列を變更して賣上激増

五、顧客の應對と扱ひ方.....(五六)

1. 接客の根本.....(五五)

2. 販賣員の腹.....(五六)

3. 販賣——腹——自信——親切.....(五七)

成功した實例.....(五八)

◇客の名を憶早く覺える事◇親切丁寧は一種の習慣◇「高いね」の客の扱ひ方◇新しいのを買ふのは無駄ですよ◇店員と客との親しみの限度◇代用品の奨め方◇結局損をする頭の高い商人◇負ける間答◇商品の見せ方の一例

六、サービスの實施

(七〇)

- 1. サービスの氾濫.....(七〇)
- 2. サービスの経費.....(七一)
- 3. サービスの評判.....(七二)

成功した實例

◇競争店を断然壓倒◇軸や額を籤引で進呈◇朝湯サービス◇避暑客獲得の新戦術◇兩傘サービス
ス二題◇いつも間に合ふ店◇購買組合も齒が立たぬ◇折角の名案だつたが

七、外交販賣の要領

(八四)

- 1. 近頃多くなつた御用聞き.....(八四)
- 2. 外交販賣の必要條件.....(八五)
- 3. 問屋の場合.....(八六)

成功した實例

(八七)

◇店主が戦線觀察◇官廳で洋服の陳列販賣◇金は欲しくても受取らぬ◇一日に三度も得意廻り◇御用聞きで現金賣り

八、店員の上手な使ひ方

(九六)

- 1. 従來の店員に對する態度.....(九七)
- 2. 店員訓練の要諦.....(九八)
- 3. 店員の待遇.....(九九)

店員訓練の實例

◇店員教育五ヶ年計畫◇優秀店員を派遣し合つて訓練◇能率増進は將來の保證から◇自ら研究會得さす◇店員を働きよくすること◇良き店員を得るにこの苦心◇時間か無いでは訓練は出来ぬ

九、巧妙な仕入法

(一〇七)

- 1. 如何なる商品を仕入れるか.....(一〇八)
- 2. 値段について.....(一〇九)
- 3. 問屋操縦法.....(一一〇)

成功した實例

◇新製品の仕入れは店員と合議 ◇本舗と提携し販賣能率を擧ぐ ◇腹と腹の取引き ◇自ら考案して他
 店を断然壓倒 ◇仕入れ過ぎて失敗 ◇取引店は人物本位 ◇卅錢の品を賣るには四十錢の品も置け ◇洋
 服との調和を考へて

十、特色を賣れ

(一〇)

附録

◇商品回転率一覽表	(一一)	◇内國通常郵便物料金	(二九)
◇賣價算出法	(一二)	◇市内特別・速達郵便料	(三〇)
◇單利・複利表	(一三)	◇郵便特殊取扱料	(三一)
◇日歩・年利對照表	(一四)	◇内國郵便爲替料	(三二)
◇印紙稅率摘要(一)	(一五)	◇内國小包・航空郵便料	(三三)
◇印紙稅率摘要(二)	(一六)	◇新制度量衡表	(三四)
◇印紙稅率摘要(三)	(一七)		
◇關稅稅率摘要	(一八)		

(一) 効果のある賣出しの仕方

「近頃は賣出しをしても効果がない」「賣出しをしても客が來なくなつた」とはしばしば聞くことだが、それは、その方法が
 悪いから、さもないければかつてしばしば嘘の賣出し、嘘の宣傳を行つたからである。

賣出しは、その方法がよろしく、いつも眞面目であれば必ず効果のあるものである。

そこで効果のある賣出しを行ふためには、少なくとも次の事柄を充分研究の上かゝる必要がある。

- 1、計畫的であること
- 2、目的をはつきり定めること
- 3、興味のあること
- 4、宣傳裝飾でその賣出氣分を出すこと
- 5、眞面目であること

右の五つの事柄を充分研究の上これを行ふならば、賣出しは必ず効果のあるものである。

1、計畫的であること

賣出しに限らず、すべての事を行ふには計畫的でなければならない。

「どうも賣れないから賣出しでもやつて見やう」とか「あの店で賣出しをやつてゐる」「いつ自店でも……」「とつた賣出した

考へから、行き過ぎりばつたりの賣出しを行つたのでは効果など得られるものではない。

どこまでも計画的に豫算を建て、充分研究の上行ふのでなければならぬ。

例へば秋物賣出しについていふならば、先づ何時頃行ふか、そして何回位行ふか、第一回はどうか、第二回はどうか、更に最後の賣出しはどうか、その方法、内容、即ち招待賣出しにするか、景品付きにするか、いつそお土産進呈にするか、そしてその經費

ほどの位使ふか、またその宣傳方法はどうかと何から何まで細かい計畫を建てるべきである。

或はまた附近に競争店があるとしたならば、その競争店が、あつたらかり、かうしたらあつと、豫めそれを考へて、その

時になつて、あつてふためにどちをふまないやうに平素からその対策についていろ／＼と考へておくこともまた必要である。

要はその時になつて考へたのではろくな考へは浮ばないから、平素から充分、おもむろに考へ、そして充分計畫を建て、かゝることである。

2、目的をはつきり定めること

一口に賣出しといつて見たところで、販店の或は新店の店そのものを宣傳したい賣出しもあれば、新製品、新流行品の紹介宣傳のための賣出しもある、更に最盛期に直臨して一品も多く賣りこなさなければならぬ賣出しもあれば、残品の賣出し、ストックの投出し賣出しもある、その他単に何かの人出を利用して、さうした人達に一人も多く自店へ来て貰ふ目的で行はれる賣

出しもある。

がこれを大別して見ると、大體次の三つになる。

- 1、宣傳が主で、賣るのが従の場合（開店若しくは開店間もない店）
- 2、見せるのが主で、賣るのが従の場合（新商品、新流行品の宣傳紹介）
- 3、どこまでも賣るのが目的の場合（需要期或は残品投出し等）

がいづれにしても、先づ「今度の賣出しはその目的が何處にあるか」をはつきりと定め、それにびつたりと合つた内容方法、或は宣傳、陳列をすることが必要である。

例へば、店を宣傳するのが主たる目的の場合には、先づ自店まで来て貰ひ、或は前を通る人々が一人も多く自店へ入つて貰へばその目的の大半は達せられるわけであるから、宣傳もそこに主力を盡し、店内店外も美しく裝飾して、出来るだけ人の注意を集中し、その賣出し方法も出来るだけ興味的に、同じ福引景品でもありふれた、一等タンス、二等鏡台といったものを選んで「景品取り取り自由」とか、或は買物の有無に拘らず、景品を出すとか、ともかく、興味ある、出来れば「あつ」と人を驚かさやうな賣出方法であることが必要である。

或はまた新商品、新流行品の賣出しならば、客も比較的、生活に余裕のある中以上の階級であるから、その賣出内容方法もすべて上品に、招待賣出したとか「××お土産進呈」といつたものがよく、宣傳も裝飾も比較的上品でなければならぬ。

更にまた残品投げ出賣出しなどであつたならば、どこまでも安く、その宣傳・裝飾も、如何にも投げ出しもので安いといふ氣分を出すことが必要である。

ともかくその目的をはつきり定めて、その目的をはつきり表すやうな賣出し方法により宣傳・裝飾によつて、客にその目的をはつきりとわからすやうに仕向けなければならない。

自分だけわかつてゐても客にそのことが通じなければ、客はその氣分にならない、客がその氣分にならないければ、その賣出しの効果が擧がらないのは當然である。

それ故どこまでも目的をはつきりと定めて、その目的に向つてあらゆる努力を集中することである。

3、興味のあること

次は興味のあることである、その賣出しの方法が思附きであり、面白ければ、一枚の宣傳ビラを見ただけでも、一つ行つて見やうといふことにもなるし、表を通る人々も「これは面白い」と入つて見る氣にもなり、自分にその要がなければ家族のものに認す、つまり宣傳することにもなる。

更にこの興味的効果は、その方法の面白さによつて、一つ買ひに来た客に二つ三つを買はせ、一度来た客を二度、三度惹くことも出来る。

かつて某百貨店で、一等百圓の商品を出したが、この百圓を當てるために「今日こそは」とばかり五日間毎日通つてやつと二等が當つて諦めたといふやうな話もあるが、これなどは少々極端としても、その方法が面白ければ二回や三回は買ひに来る。それではどんな方法が興味があるか、それは實例についてあとで述べることにする。

4、宣傳裝飾とその氣分を出すこと

これは前二項にしばし述べておいた通り極めて必要なことで、如何にその賣出方法が面白くても、また思ひ切つた安賣りであつたにしても、それを客に知らせる宣傳の方法が悪かつたり、その店の前へ來、或は通つても賣出氣分が全然出てゐないやうな陳列裝飾であつたのでは入つて買ふ氣にならない。

常に賣出方法と宣傳裝飾方法とは一致し、宣傳裝飾によつて、その賣出しの氣分を作るやうにしなければならない。假へば、新製品、新流行品の賣出しの宣傳廣告において、第一その圖案からして新製品、新流行品の紹介にふさはしいものであることが必要であり、文案もまたスマートであることが必要である、同様にその陳列裝飾においても、如何にも新しく、如何にも本年の流行品らしく店全體から新しい氣分を出しその商品をより新しく見せることが必要である。

また残品見切賣出しなどの場合には、そのビラを見ただけでも、如何にも安さうで、安く投げ出す氣分を出すことが必要であり、陳列もまた、商品を無難作に積重ねて、そのビラも物々しく、如何にも全店を擧げて安く投げ出してゐるやうな氣分を出す

「この店」

これはよく見受ける例であるが、店内の陳列裝飾は平日通りで、たゞ入口に一枚、然もあまり上手でない文字で、

「全商品半額一掃賣出し」 「全店赤札特價賣出し」

など、書いて、一向に賣出しらしくなく、店内もがらんとして、店員の赤襟だけが、特に目立っているやうな賣出しをよく見受けるが、一枚のビラや、一本の店員の赤襟だけでは賣出し気分が出ない、従つてこんな場合、店内には殆んど客が入つてゐない。これでは眞鍮止の半額賣出しでも効果がない、ともかく宣傳裝飾で、その賣出しの気分を出すこともまた必要なことである。

5、眞面目であること

「嘘の割引」「看板に偽りのある賣出し」を絶対にしない、眞面目な、そして眞實の賣出しをすることである。

これが案外忘れられてゐることであるが、一番大事なことである。

「賣出ししても効果が無い」「半額で出しても見向きもしない」といつてこぼす人達の九十六パーセントまでは、かつてこの嘘の賣出し、偽りの賣出しを行つたからである、一度この賣出しをやると、その次にどんな正直な、眞實の賣出しをやつても客は容易に信用しない、これは恐ろしいことである。

だからこれを一度行つて信用を落とすと、その信用を取戻すために非常な努力を必要とする。

事實、全種特別な商品、特別な事情の無い限り、五割とか六割などといった割引は出来るわけではない、二割かけた商品でも五割引をすれば、二割の損、六割引をすれば三割の損である。

そんな事位は今時の客は知つてゐるから、うっかり引かゝらない、一度引つかつたら二度とその店へは来ない。

それ故、例へ一割でもよい二割でもよい、いつも正直に割引をし、またその製品にも看板にも偽りの無いやうに眞面目にやれば必ず客は認めてくれるものであるから、どこまでも正直であることである。

そして「あの店の賣出しはいつも正直だ」「いつも看板に偽りが無い」と賣出しそのものに信用を得ておくことが必要である。百貨店の賣出し特賣は大體において信用があり、ためにどの賣出しもよく繁昌し、特賣場はいつも人の山である、中にはインチキなものもあるが、それは平素の信用と客の百貨店への無條件的信用によつて現れない場合もあるが……その信用ある百貨店が、かつてこの嘘の賣出しを行つて大變な失敗をし、失敗に氣附いてから數年間あらゆる犠牲と努力を拂つても未だにその昔の信用にまで達することは出来ない状態にある。

それはかつてこの店で「全店三割引賣出し」を行つた、第一回はこの損失を問屋側に押付けけたのでほとんどの三割引が出来てすばらしく成功した、それに味を占めたこの店では二回三回と引續いてこれを行つた、問屋の方ではたまらない、儲けどころか損をしてしまふ、そこで或る問屋は取引を中止し、またある問屋は品を落し、粗悪品、不良品を胡亂化して出すやうになつた、これを知らない客は、第一回の信用で無條件で買つた、が使つて見ればすぐわかること、たちまちこれが評判になつて、××屋

はインチキだといふことになり、四五回にしてこの賣出しは廢めたが、その後のこの店の賣上げは激減した「さあ大変だ」と思つた時にはもう遅い、どうにも仕方が無い、昔の信用を取戻すべく努力するより仕方が無い、つひに減資して更生を圖り、いろいろと努力してゐるが當時よりは回復したが、まだその昔の信用を得るまでには至らない。

勿論この店のかくなつたのは他にも、いろいろな理由もあつたことだが、その最も大きい原因としてこの「全店三割引賣出し」を擧げることが出来る。

かやうに一旦落した信用は容易に恢復出来ないから、いつの賣出しも常にこの信用を考へてやることである、眞面目にやれば一回では容易に認められないとしても、回を重ねることに段々と認められて益々賣れるやうになる。

賣出しはどこまでも眞面目にやることである。

以上で効果のある賣出しの仕方についての一通りを述べたから、次にその實際の例について本社商店課記者が得た数多くの材料のうち比較的新しい、そして効果的と思はれるものを左に掲げる。

成功した實例

◇三段構への賣出し

町内の聯合賣出しを同じ方法で一ヶ月間もつづ續けて行ふことは、とかくだけ易いものである、こゝを考へてか本郷の某乾物店では暮れの賣出しを迎へて三段構へ賣出しで非常な好成績をあげた。

といふのは先づ初めの十日間は無料配達サービスと銘打つて、各顧客筋へ次の様な宛名廣告を出した。

「寒さと共に昭和九年もあと幾日もなくなりました、日頃の皆様の御愛顧で忙しい本年を送らして戴きましたことを感謝致します、今度の暮には日頃の御愛顧に報ゆるため、今後十日間市内に限つて無料配達を致すことと致しました、また押詰りますと充分な御恩報しが出来ないのではないかと今から懸念して居ります次第ですから、成可く早く御用命下さることを御願ひ致します」

つまり、御愛顧の比較的高價なまとまつた商品なら無料配達したつて、さう苦痛でもないし、段々せまつてから買ふ傾向の甚だしい昨今のお客を少しでも十日前にとれば店としてはまことに都合が良く、しかも日頃の御恩返しが出来ればこんなに都合が良いことはないといふわけ、とまれこれですばらしい成績を得た。

第二のサービスは「商品の三割増賣出し」といふものでこれは一圓の買物をすれば卅錢だけのものを、買つた商品でもよく、また外のもので自店のものならなんでも付ける賣出しで、これは十八日から一週間やつた、これまた好成績。

最後のサービスは「本年埠尾の賣出し」と銘打つて普通の二割増賣出しである。これは最後の一週間でこれからは本當に必要なものだけ賣ふのだから、第二段の三割増賣出しとは變つて、つとり早い方法である。従つて裝飾も宣傳もテカ／＼と本當に慕らしい賣出しをした、これもすばらしい成績、ともかくこれでこの成績は大體今のところ去年の三割増といふからたいしたものである。

◇効果を擧げた閑散期賣出し

閑散期賣出しとして某洋品店では一週間、年一回の大櫛さらへ全商品五割増しといふ賣出しを決定した、買上金五十錢毎に半額を商品券にて割戻すといふ最近各方面で採用される趣向のものだが、やはりこれはすばらしい人氣を集めた。殊に面白いのはその賣出しに併用してネクタイ十錢セールを行つてゐることである、その方法は「この券御持参の方に御買上のネクタイの外に同額の品をもう一本たゞの十錢にて差上げます」といふもので、これまた附近の顧客にとつては珍しいプランだけに興味を湧かした。

その他にこの店では洋服店と寫眞店とタイアップし、右の賣出しを宣傳した宛名廣告の中に「洋服修繕券」と「寫眞半額券」とを同封した、洋服修繕券とは洋服の修繕は卅錢一（特別の場合は實費）裏返しは八圓でサーヴィスするといふもの。「こんなものと思召すものでも一應御相談下さい、僅の御手入で充分にお使用出来る様になります、二月の閑散を御利用」

「かこ」

と歌つてゐる。更に寫眞半額券は二月卅一日より三日間、半額にて撮影をし、二月三日以後はこの券を以て定價の二割引として取扱ふといふ念の入つたサーヴィス券となつてゐる。

同じやうな五割増し賣出しにしても、かうなると顧客の注目を集中する力があり、それだけに人氣を沸かしたせるものがある、殊に洋服修繕券は相當考へたもの、洋服店としても閑散期に仕事が出来ると、その修繕費を卅錢としたことはサラリーマンを喜ばせるものだし、そのことが結局この洋品店の賣上げ増加の原因ともなるだらう、同じ賣出しでもいろいろ考へたやり方をすればそれが客の間にセンセーションを起す材料となり得る、閑散期の賣出しは万事この調子でありたい。

◇五割増量賣出し

郊外のある市場内の菓子店では開店五周年記念賣出しとして「五割増量」の方法によつて大々的に賣出した、ポケット物及び程物は全然別とし、生菓子は一個一錢、後はバラ物を五割だけ増量するといふやり方であつたが、第一日の成績は驚くなけれ日常の廿倍の賣上げ、三百個の菓子罐（石油罐）を空にしたとあり、豫定數量は午前中に賣切れてしまつた、問屋から補充する片づ端から賣れて行き、八人の店員が食事をする暇もなく働き、午後八時には遂に店を閉めて了ふといふ盛況であつた。

従つて約五十人位の客はお断りをしたほどで、五割増量といふ魅力に對し今更ながら驚いたといつてゐる、第二日目はそれほ

どでもなかつたらしいが、とにかくこの店としては始めての大賣出しであつただけに大變な混雑を見せたのである、賣出しピラは約一万枚を配布したとあり、この賣出しに際しては問屋の方で一割位引いて貰つたので、五割だけ増量しても結局トク／＼に終つたわけで、現實に損をしたのではないので、その宣傳的效果からいつてすばらしい成功をした賣出しとなつたといふ。こんな方法は果してどの菓子店でも實行出来るものであるかどうか、また五割の増量がそれほど魅力にならぬ地域もあるだらうが、何しろ百匁買へば百五十匁くれるといふその感じは客を惹く大きな魅力となつて現れたわけ、記念賣出しとしては先づ大成功だといはねばなるまい。

◇俳優好み人氣投票賣出し

横濱のあるお菓子屋では店頭においてシロップの俳優好み人氣投票といふ賣出しを決定した。「店頭にお待ちする俳優諸氏へあなたの清き多數の投票を賜はり御幸運の金的をお當て下さい」とあり、店頭には水ノ江タキキ、田中綱代、大河内傳次郎、黒田紀代、夏川静江の大きな寫眞を飾りその前に各種のシロップを並べて、各寫眞からテープを以て各俳優の好みのシロップに結びつけてゐる、方法はその店でシロップまたは他の商品卅錢以上の買上者に對し卅錢毎に一枚の投票券を渡し店頭に掲げた投票箱に入れさせまたは郵送させることにしたわけで、最高入選の俳優に投票したものを有効票とし、それを抽籤して卅八名を選び賞品として一等最高俳優好みのシロップ一ダース(一名二

等同半ダース(二名)三等同一本づゝ(五名)四等シロップ小壺一本づゝ(卅名)を出し等外には洩れなく(うちわ)を贈呈したのである。

夏の飲物を賣る賣出し趣向としては、ちよいと變つてゐる、殊に店頭には各俳優の肖像を額縁に入れて飾り立てゝあるので通行人の注目を集め相當に人氣を沸かした標だつた、たゞ菓子屋さんだけに、その一部分しか使用出来ず、陳列その他が散漫であつたのは効果を減殺するものではなかつたか、またその陳列に添へて美麗な箱入りのシロップを飾り立てゝ贈答品として人々に認めさせる努力がなかつたのは損だつた、しかし夏季に先立つてシロップを宣傳する賣出しとして注目されるやり方たるはいふまでもない。

◇筍百五十貫を賣る

ある八百屋さんはい先日筍の特價大賣出しを行つて一日に百五十貫を賣り、しかも非常な人氣を集中した、これに最初から計画的にやつたのであるがその日は筍の特價をするつもりで市場に出かけ、思ひ切り仕入れて、値段はすべて原價で投げ出したのであつた、原價で賣ることは目減りがあるので實は多少の損をするわけだが、どうせサーヴィスにやるんだからといふので、筍だけは一文も儲けずに賣つて出たのであり、店頭はすばらしい混雑で百五十貫の品物が見る／＼賣れて行つた。もちろんさうしたやり方は大いに客を喜ばせるものであり、その後の販賣が非常にいゝことはいふまでもない、つまり筍の

最盛期に入りその値段もグンと安くなった、多くの人々はこの際、筍を大いに食べたい、といふその氣持を狙つて、販賣特賣と出たから一層人氣を集めたのである、青物、果物または鮮魚の如きはかうしたやり方が可能であり、よし計画的でなくともその日市場へ出て見て特に安い品があれば、それをトカンと買ひ込んで大々的賣出しをするだけでも相當の効果があつた。だから最初から計画的に出で、それを機會に「明日は、筍を原價で販賣いたします」といふ意味のビラでも配布して置けばその賣れつ振りは物凄なものだらう、ちようど人々の食べたい時期を狙ひ、また一等うまい時期を狙つてやる、かうして特賣は次と時期ものを扱つて行く、八百屋さん果物屋さん、魚屋さん等のやつていゝ販賣法の一つである。

◇奇抜な賣出商略

郊外のある商店會で年末賣出しとして「忠臣蔵大賣出し」を行つたが、その時の二重賣品が面白いから次に示す——いろは……と順次に組合せて一組の中には、次の十種賣品十五本づゝある。

△大石内蔵之助(白米一斗) △神崎與五郎(甘酒一樽) △赤垣源藏(月桂冠一升樽詰) △大石主税(ヤマサ醤油一樽) △天高源吾(手提金庫一個) △武林唯七(朱子張洋傘) △間重次郎(炭、楮丸) △早野勲平(空氣銃一挺) △堀部安兵衛(紅絹一反) △片岡源五右衛門(花林火鉢一個)

この賣品は何れも義士名と因果關係をつけたもので例へば大石内蔵之助は「美味しい白米四十七人分」で白米一斗、神崎與五

郎は「程々の甘酒茶屋で一服から」甘酒、赤垣源藏は(徳利の跡れから)一升樽詰、大高源吾は「明日待たる、寶舟ならぬ寶金庫から」金庫、早野勲平は「山崎街道でズドンと一發から」空氣銃、堀部安兵衛は「しんぎの縁結びから」紅絹一反といつたわけ、なか／＼考へたものである。

◇ホームラン・セール賣出し

神田の某運動具店では「ホームラン・セール」といふ賣出しを行つてすばらしい成績を挙げたが、その賣品が頗る振るつてゐる。

ホームラン (一等)	ミット (一人)	三壘打 (二等)	グローブ (二人)
二壘打 (二等)	野球靴 (三人)	ヒット (四等)	バット (五人)
四球 (五等)	クッション (十人)	死球 (六等)	サロメチール(廿人)
三振 (七等)	ハンカチーフ(全部)		

運動具店としてホームラン・セールの名稱も面白いが、その賣品を一等二等といはずにホームラン、三壘打と出たところが面白い。

これは必ずしも運動具店でなくても野球シーメンならほとんどな商賣でも出来やう、かつてある菓子屋さんでは多少やり方は違ふが「野球セール」といふ賣出しを行つてこれも成功した。

これは拙説で例へば「ボール」と出ると店員が「このボールはフライでござりますから……」とフライパンを出すといったアイディアであつた。

(二) 當る商略當つた商略

1、商略 ころは

商略とは……など、こゝに更めていふまでもなく、商賣の戦術戦略である、いはゆる策略である。

策略などいふとあまり聞えがよくないかも知れないが、決して悪いことでも何んでも無い、戦争に計略、策略、奇襲がありこれをしばし行はなければ戦ひに勝つことが出来ないと同様に、商賣にもこれをしばし行ふことが必要である。

由來商略がインチキなもの、やうに見られてゐるのは、その用ひ方、方法が悪いからであつて、これを正しく用ふれば、その賣上げを増加する、恰もそれは武士の裏表の如きもので、これを猿飛佐助が用ふれば、主人に思ふとなるが、石川五右衛門が用ひたのでは泥棒となる、要は商略そのものが悪いのではなくしてその用ひ方が悪いのである、上手にこれを用ふれば繁昌となり、悪く用ふれば、不信用となりその店は亡びる、繁昌するか衰微するか、それは用ふる人により、方法による。

されば、これをよく用ひて、お互に繁昌するやうになすべきである。

2、商略を行ふには

普通の販賣方法を常道とすれば、商略は奇道である、従つてこれを常に引つきりなしに行つたのでは効果が無い、これを効果的に行ふためには、自らそれを行ふ時がある、場合がある、どんな場合に最も効果的かといへば大體次のやうな場合である。

- (一) 店及び特定の商品を早く認めて貰ひたい時
- (二) 競争商店が出現した場合
- (三) 時に賣らねばならぬ商品が出来た場合
- (四) その他單なる賣上増進策として

(一) 店及び特定の品を早く認めて貰ひたい場合
新に開店した場合とか、或は新築改築した場合とかは、何んとしてもこゝに××屋を開店したことを、或は美しく近代式に店を新築改築したことを多くの人に認めて貰ひ、買ひに来て貰はなければならない、ところがこの場合たゞぼんやりしてゐたのでは一向に認めて貰へない、それは近所の人とか知合ひの人とかには知つて貰へるが、遠くの人々には容易に知つて貰へない。

そこで何んとか策略を用ひて逸早く短時日のうちに認めて貰ふやうに仕向けなければならない、こゝにこの商略の第一の必要がある。

更にまた、新しい商品を發賣する場合には、早くこれを認め、買つて賣ふやうにしなければならない、只店先へ並べておいただけではなかく賣れるものではない、速早く認めて賣ふために奇策、策略を用ふるのである、こゝに商略の第一の必要がある

例へば店を早く認めて賣ふためには「當て物商略」「投票商略」など効果的である。

「當て物商略」とは、ウキンドーなり、店先きに「當て物」「考へ物」などを出しておいて、當つた人に賞品を出すのである例へば、時の人、或は人氣女優などの寫眞を出しておいて「これは誰ですか」とやつて正答者に賞品を出すのである。

「投票商略」とは、例へば呉服店の姫き店で、すなり商品を並べておいて「お氣に召した極に投票して下さい」として最も多数投票されたものに抽籤の結果賞品を進呈するといったものである。

次に商品の場合は、最も一般的に行はれ効果を擧げてゐるのは宣傳商略、實演商略である。

宣傳商略とは「宣傳中」といふ理由で特に割引して安く賣るとか、何かの景品を付けて賣るとか、或はまた其商品宣傳のため他の商品の景品として出すといった商略である、實演商略とは、その商品を實演して見せ、或はマネキンなど使つて實演して賣る商略である。

ともかく、何か變つたこと、目新しいこと、奇抜なことを行つて一刻も早く認めて賣ふ商略である。

これを前の賣出しで行くか單なる商略で行くか、賣出しと商略を兼ねて行ふかは、その時、その場合によつて決定すべきである。

(D) 競争商店が出現した場合

前の場合において「そんなに早く認めて賣ふ必要はない」といふのだつたら、別にそれを行ふ必要も無いのであるが、競争店が出現した場合はそんなのんきなことはいつて居られない、ほんやりして居たのでは、競争店に客を奪はれてしまふ。

特に競争店が、意識的に、積極的に自店を目指して「やつつけやう」といつた態度で來た場合は自衛上敢然と戦はねばならない、經手を叩き潰してしまはなければならない。

こんな時に一番大事なことは冷静になることである、「かつ」となつてあわてふためてはいけない、感情で戦つては賣ける、靜かな理性で戦はなければならない。

例へば競争店が近くに開店した場合に、開店されてから大騒ぎしたのではもう遅い、開店の話を聞くと同時にその準備に取りかゝるべきである。

先づ第一に開店の日がわかつたら、その四五日前に自店を印象付け、自店の勉強振りを認めて賣ふやうな賣出しなり商略なり行つて、充分自店を宣傳しておくのである、これは競争店の開店によつて自店を忘れて賣はないためであり、競争店への買物を少しでも多くこつちへ取つておく戦法である。

さて開店である、開店となれば、どの店でも相當の宣傳もし賣出しも行ふから人の出は相當にある、そこでこれと競争的に同じやうな賣出商略を行ひ、同じ經費を使つて宣傳するのは損である、そこでこの場合はその人出をこつそり自店へ引き「店

の取物は××店(競争店)で買物は自店で」といつた気持ちで、その商略も人出を利用したものを行ふことである、つまり競争店の人出を利用するといふ戦法である。

例へば競争店が普通の割引或は製品付賣出しを行つたら、こつちは特に問屋の援助を受けて實質的特價商品を置き、特賣商略に出るとか、機手が割引きで来たらこちらは特定の奉仕品で出るとか、ともかく人出利用の商略はいろいろある。

さてこれで一通りの競争がすむと次は安賣り、値段競争に入るのが最も普通であるが、これは一歩々々先きに、値下げならば向ふより早く、商略ならばどこか目新しい、變つた面白いものを一歩々々先きへ行ふことである、後手へ廻つてはいけない、そして、これは機手を叩き潰す意氣で、だが計画的に冷戦に行ふべきである、だが一面かういふ考へ方もある、この場合、新しい店は必ず積極的に相當の經費を投じてやるから、これと競争しては損んだ、平日通りお客本位にお客のために商賣をし、附近のお客をしつかりと攝んで、充分に親しんで居れば、おいそれと新店に客を奪はれるやうなことはない、さりとしてほんやりしてゐてはいけない。

そこで先づ新店の様子を見る、そしてどこにその店の欠點があるか、例へば接客に欠點があるとか、商品が不揃ひだとか、その商品がこの土地に合つてゐないとか、或品は安いが或品は高いとか、とにかく新店には必ず欠點があるからこれを充分調査研究の結果おもむろに計畫を建て、その隙に乗する、即ち接客が悪ければ特に接客に注意し、商品が不揃ひであれば特に充實させ、敵の隙に乗する戦法である、これも一つの手である。

(III)特に賣らねばならぬ商品が出来た場合

何かの都合で残品など生じた場合に、單に特價として出しておいたのでは容易に賣れない、そこでこの商略を用ひて早く賣りこなして、ストックを資金化するべきである。

つまり單なる特價賣出しや、割引賣出しでなく、奇抜な或は興味的な販賣方法を用ひて賣りこなすのである。

例へばそのストック品が數種類あつた場合などだつたら「一日一品特賣」「今日の特賣——明日の特賣」として一日一品或は今日はこれ明日はまたこれ……といった興味で客を惹くのである、或はまた、洋品店などにおいてネクタイのストックが生じたやうな場合には「ワイシャツの客にお好みのネクタイ一本進呈」ネクタイ一本お買上の方にもう一本無料でサービスいたします」等、手はいろいろある。

四、その他單なる賣上促進として

これは別にその説明の要はなく、單なる賣上促進策としてあの手のいろいろな手を用ひて賣りこなして行く方法である、従つてそれが目新しく、興味があればその方法はいつでもよい、只この場合に考へることは

- (イ)宣傳を本位に行ふのか
- (ロ)賣りこなしを本位に行ふのか

その目的をはつきり定めてかゝることである、このことは前の賣出しの場合と同様である。

3 商略を行ふ時期

賣出しの場合でもさうであるが、特にこの商略を行ふ場合には自ら時期があり、これをよく考へて行はなければ後期の目的を達することは出来ない、大體これに三つの時期がある。

- (一)商品についていへばその商品の賣れる時期、またその店についていへばその店で一番賣れる時、例へば月末とか、月初めとかといふ場合（これは最も賣れる時期に最も賣れる商品を買れといふ戦略である）
 - (二)これとは反對に商店としては季節はづれといふよりは需要期が終つてから、また店からいへば最も賣れない、いはゆる閑散期、例へば二月とか八月とか、月のうちならば、月中からサラリーデー前まで、更に一日のうちならば午前中の賣れない時（これは賣れない時に奇襲により興味的販賣により、少しでも多く賣つて一ヶ月、一ヶ年を通じて閑散な時を作らず賣上げを平均させやうといふ、戦法である）
 - (三)もう一つは前に述べた競争店の出現の場合、これは商品時期に關係なく、敵の作戦を見て適當に行ふのである、その他何かの人出例へばお祭り、縁日その他の人出を利用して賣上増加を圖る戦術である。
- 以上大體商略についての注意を一通り述べたから約束によつて實例に入る。

成功した實例

◇賣れなかつた品に一工夫

自店で製造してゐる菓子屋さんなどはいろいろ變つた菓子を作つて、それを積極的に賣り出すことが必要なのはいふまでもないが、それもちよいと工夫で賣れもするし賣れないで終ることもなる。ある菓子店で最近そば粉を材料とした特殊の饅頭を製造して賣り出した、夏場の品として長く置いて大丈夫であり、しかも比較的値段が安いといふサーヴァイス品であるが、出して見ると案外に賣れないのであつた。

そこで考へたのがパラフィン紙の利用であつた、面倒ではあるが一個づつパラフィン紙に包んで賣つて見た、するとこれが俄然客の注意を喚び、すばらしい賣行きを示し、毎日賣れ過ぎて困つてゐるといふ嘘の様な話となつた、つまり毎日二人の職人がそれにかゝり切りで製造してゐるが、賣れるだけどうしても間に合はないといふのであり、殊に比較的安い値段で立派な箱詰が出来るので贈答用の箱詰に大いに利用され、現在のまゝでは忙しいばかりでなく間に合はないで却て酷食らつてゐる有様である、要するにパラフィン紙で包んだこと、たつたそれだけの事ではあるが、これが客をして注意せしめる力となり、實價以上に立派に見せたからだつた、包装容器を工夫して賣れ方が異つた例は極めて多いが、とにかく自分の店で新しい品物を賣出す場合の如きはその賣行きを見ていろ／＼手を變へて見ることが肝要である、賣れなかつた品物までちよつと氣分を變へると大いに賣れることになるからだ。

◇面白い懸賞募集商略

夜の八時頃は夏の夜の人出の最盛期、ある地方都市の一洋品店のウキンドー前には黒山の標な人がたかつてゐる、見るとウキンドーに「懸賞募集」として松や杉の木や川とか橋とかをモデルと並べ、一番から四番まで、こゝに陳列してある樹木とモデルを組合せて日本の都市の名四つにしてくれとあり、當選者は抽籤でこゝに並べた商品を抽供すると書いてある。

しかも極手には次回の懸賞は「美人探し」と豫告までしてあり店前はワンサ／＼の騒ぎを見せてゐた、之は夏の夜の人出を狙つて足を停めしむるに極めて有効な方法、もちろん面白半分も手傳つての人氣であるが、それだけにこの店の宣傳効果は大きいであらう。

◇當つた「サーヴィス袋」

四谷のあるパン屋さんでは「サーヴィス袋」と稱する特價品を出して大いに當てゐる。

この店は古くから大いに賣つてゐる店であり、附近の家庭にも深く食ひ込んでゐるのであるが、最近つい近所に新しいパン屋が出店し相當積極的に賣つて出た、で、一時は古いパン屋さんの客足が奪はれさうに見えたので、思ひついたのがパンの特價だつた、毎日パンを焼くと焼きそこなひがある、それを一日置きに紙袋に入れて店頭に出し「サーヴィス袋」として特價をやつた

のパン。

焼きそこなひといつても、形が悪いとか欠けてゐるとかといつた程度のもので、味には何の變りがないといふので、これが非常に喜ばれ、ために以前にも増して客足を増加し賣上げも減少どころか増加の一路をたどつてゐるといふ。

パンの焼きそこなひを特價品とすることそれ自身はあんまり變めた話ではないが、新しい店の進出に對抗するために古くからある店がより積極的に販賣努力するやうになつたことは、今後の販賣増進に一層拍車をかけるものだらう。

◇文具店の花火商略

ある文具店の夏の新販賣、この店新市場のどちらかといへば邊鄙な商店街にあるのだが、附近の小學校も休暇となる七月から八月にかけての閑散期に際して例年行つてゐる「花火」の店頭販賣、店先にいろ／＼な花火を取揃へ、子供衆相手に賣つてゐるのであるが、これがなか／＼馬鹿にならないといふのである、賣れ出すと、一旦二圓、五圓と買れるとのこと、花火は一般文房具に比較して遙かに利益率も多いのであるから、閑散期の一つの商略として面白いばかりでなく、この花火販賣によつて附近の子供衆と親しみがつき、これがひいては文房具の賣上増進にも役立つとのとである。

◇無盡式掛賣販賣商略

北海道のある呉服店では大分以前から呉服物の無盡式掛賣りを行行し、相當すばらしい成績をあげてゐる。それは毎月三圓の掛金で期間は一ヶ年、第一ヶ月目の三圓を拂込むと欲しい人には直に呉服物を提供する、もちろん月三圓であるから卅六圓以内の品物に限るのであるが、品物を買った客は翌月から毎月三圓十錢を拂込む仕組となつてゐる、十錢は月賦の利子といふわけ、また品物を欲しくない人は、その月掛けを積立て、一ヶ年経過すれば約四分に相當する利子をつけて客に返すのである、つまりお客からいへば品物を買ふにも便利な方法だし、もし品物が必要でない場合は貯蓄銀行へでも預金してゐるのと同様、これまた大いに喜ばれるものである。

従つてその成績は相當に良好で現在數百の會員がこれを利用してゐるといふ、拂込率は百パーセントで、特別の場合ほこつちで集金するが殆ど全部は毎月拂込に來店するといふから愉快な話である、この賣り方をする資格といふものは格別決定してゐないが、地方店のことゝて大體は信用状態が明瞭であるし、次から次へと紹介される客が多いので、拂込百パーセントといふ好成绩を収めてゐるわけだらう、これを呉服もの月賦販賣と見れば何等新奇な點もないが、無盡式に考慮した點に新しさがあつて、地方の呉服店としては最も賢明な賣り方だといへる。

どうせ地方の店とすれば、賣掛金は半年毎、または一ヶ年毎でないといふのは無理なものであるから、かうして月掛けの組織でやれば客の負擔も軽く、且つ貯金獎勵にもなるし、客と店と共に利益をすることになる、勿論大都市の小賣店としては、かうしたいゝ加減なやり方では危険で仕方がないが、相手の客を特定してかゝればやれない事もあるまい、都市の呉服店は何につけても

一等やりに難い立場にあるのだから、何かさうした新しい販賣法を採用すべく研究してかゝらねばならぬ。

◇レコード店の「名曲回聴會」

蓄音器レコード界の新商賣——市内の某蓄音器店で「名曲レコード回聴會」なるものを設立した、正式の名稱は新譜洋楽名曲レコード回聴會といふのであつて、毎月々々の新譜の洋楽レコードを會員組織によつて順次回聴せしめ、店はその主催者となつて一定の會費を徴収するもので、會費は一ヶ月分三圓といふことになつてゐる。

もう少しこの「名曲レコード回聴會」の内容を詳細に説明すれば、先づレコードの配給方法として會員には毎月十日前後にその翌月の各社新譜中から選り出した洋楽名曲レコードのリストを送る、従つて會員はこのリストの中から聴き度いと思ふものを選んで折返し申込書(添附)により申込みばよい、店では即月廿日からその月の十九日までの期間に一回一組(一枚のものは同時に二三枚)を配達し、會員に丸三日間聴いて貰ひ、四日毎に交換するといふ仕組である。

一方會費の方は一回分(三圓)を第一回配達の際か、或は廿日から月末までの期間に納入すればよいことになつてゐる、なほレコードの樂配は店が全部サービスとし、新東京市域の一部についてだけ一回廿錢を限度として樂配料を徴してゐる、レコードが使用中に破損した場合の規則としては、その理由の如何を問はず、そのレコードの元價(その店の)で買取つて貰ふこととしてゐる、その他會員の特典として回聴したレコードの元價販賣、會員所有の不要レコードと新品との交換(一枚に二枚の

部) 附屬品の二割引サービス販賣等が規定されてゐる。

洋楽のしかも名曲であるから、會員の愛護もよいわけで、店の得意をしつかり擡んで行く上から、レコード販賣ないし取扱店にとつて儲に新しい試みである。

(三) 宣傳廣告の仕方あの手この手

「廣告をしても効果が無い」とはよく聞くことであるが、それはそのやり方が悪いのであつて、廣告は上手にやれば必ず効果のあるものである、廣告はやれば効果のあるものではなく、効果ある廣告をしなければ効果のあるものではない。

そこで効果ある廣告をするためには、次の事項を充分研究してかゝる必要がある。

- 1 計畫を建てること
- 2 目的を定めること
- 3 手段やり方を考へること
- 4 注意を惹くこと
- 5 目新しいこと

そこで先づこの1から二通りの説明をする。

1、計畫を建てること

計畫を建てるためには、先づ附近顧客を充分調査研究しなければならない、即ち自店附近にはどんなお客が住んでゐるか、ま

た自店附近へはどんなお客が集まり、どんなお客が通るかといふことを調査して、これらの人々を完全に捉へるやうな廣告計畫を建てる必要がある。

更にこの計畫は、店としての全體的の廣告計畫を先づ建て、更にそれを細かく、一年を通じての廣告計畫、毎月或はその季節ごとの計畫、更に細かく、一つの賣出し、一つの商略についてもそれごとく計畫を建て、進むことが必要である。

これからの商賣は何事でも行き當りはつたりは禁物である。

更にその計畫には豫算が必要である、一定の豫算の範囲内でこれを行はないと、もつと賣れるべきものも廣告費が少なかった爲めに賣れなかつたり、意外に多く賣れても、その賣れた利益よりも廣告費用の方が多過ぎて損をするといふやうなことになる。まして、これでは折角の廣告も何人のためにやつたのかわからなくなつてしまふ。

常に廣告はその豫算以内でどうしたならばより多くの効果を得るかといふことを考へてかゝらなければならぬ。要は一つの賣出しにも計畫を建て豫算を建て出来るだけ多くの効果を得るやうに考へることである。

2、目的を定めること

「何を廣告するか」「誰に廣告するか」この二つの目的をはつきり定めて廣告しないとどんなに金をかけた立派な廣告でも時期の効果を得ることが出来ない。

吾々は日々この目的のはつきりしてゐない廣告を如何に多く見てゐることか。

「何を廣告するか」即ち、廣告をする目的である、店を廣告するのか、品を廣告するのかそれとも賣出し商賈進しを廣告するのか、それをはつきり定めて、それが一見したとけでわかるやうにしておかなければならない。

例へば開店若しくは最近開店したばかりで、店そのものを宣傳し廣告する場合には、新しく開店した、或は最近に開店したといふことをはつきり現し、その場所なども未だ客によく知られてゐないのであるからはずきりと書き、更に附近に目撃になるやうなものがあればそれを入れておくとか、略圖など書いておく等、或はまたそれが自慢出来るやうな店舗であつたならば寫眞でそれを出すのも一方法である、ともかくこの場合には店及び場所をはつきり示すやうにしなければならぬ。

なるほど番地など書いてあるかも知れないが、お巡りさんに所番地を尋ねて出かけて来るやうな客は一人も無い。

また、殘品一掃賣出しなどの場合は、殘品一掃賣出しで「安い」といふことをはつきり示すことであり、またそれが本年の流行品の宣傳紹介ならば、新しい本年流行品だといふことをはつきり示すことが必要である、つまりその目的を客にはつきりわからしめ、それを強く訴へるのである。

「誰に廣告するか」つまり廣告する相手方である、上流階級の客か中流階級の客か、男か女か、大人か子供か、動人か労働者か、中學生か女學生か、常得意か不利の客か、その誰に廣告するか、それをはつきり定めてかゝらないとほんとの廣告は出来ない。

例へば上流階級の人々に殘品特賣の廣告をしてもあまり効果が無いこれに反して流行品の廣告を下層階級の人々にやつたのでは

これまた効果が無い、更にまた労働者に叩く品を動人にやつても全然効果が無い。

3、手段やり方を考へること

昨の調査研究により、また「何を廣告するか」「誰に廣告するか」の目的によつて、それ／＼手段方法を考へなければならぬ。

「これは面白い」と他店でやつた方法をそのまま真似たところで効果のあるものではない、廣告は常に、目的と内容方法とが一致してゐなければならない。

「廣告しても効果が無い」といふ人々は多くこの目的と手段方法と一致してゐないからである。

例へば流行品の宣傳だつたら、その内容文案、意匠も如何にも流行品らしく、目當ては上流階級の常顧客にして、その方法も宛名廣告がよく、反對に殘品特賣ならば、その内容も如何にも殘品で安いやうに、その目當ても中以下におき方法も折込、チラシなどがよく、開店ならばチンドン屋がよい。

即ちチンドン屋にするか折込、戸別撒き、折込、宛名新聞廣告にするかは、その目的、性質によつて決定すべきことである。

4、注意を惹くこと

どんなに内容が立派で、秀れた廣告であつても、その廣告が人の注意を惹くものでなかつたならば三文の價値も無い。
例へば折込廣告についていへば、人の注意を惹くものであつたならば、手に取つて見られるが、何等人の注意を惹かないやうなものであつたのでは一寸見ただけで捨てられてしまふ、まして五枚も六枚も一緒に入つてゐたりしたらそのまま紙屑籠の中へ捨てられてしまふ。

また江撒きピラなどについても撒いてゐる片づ端しから捨てられて、邊り一ぱいピラがちらかつてゐるなどは人の注意や興味を惹いてゐない證據である、こんなピラは何万枚撒いたところで、いくら金をかけたところで効果などある筈が無い。

だから、その文案圖案、或はその配置配列、色彩、形體などにおいて先づ人の注意を惹いて手に取つて見て貰ふやうに工夫しなければならぬ。

それを更に讀んで貰ふためには、その内容に興味を持たせ、その内容が面白いために、變つてゐるために、自然に讀むといふ工合にしなければならぬ、讀んで興味を持っては……

「なるほどこれは面白さうだ、一つ出かけて行つて見やう」といふことにもなる。

それ故に、讀んで貰ひ、買ひに来て貰ふためには、先づ第一に人の注意を惹くといふことが必要である。

5、目新し

より人の注意を惹き、より印象を興へて、忘れないで來店し買物して貰ふためには、その方法が、目新しいものでなければならぬ、どんな巧妙な方法であつても、それが、使ひふるされた方法であつたのでは強く人の注意を惹くことは出来ない。またそれが、かつてはどんなに効果のあつた方法であつても、その目新しさが無くなつてしまつたのでは、かなりその効果は減せられる。

例へば、その昔マッチ廣告はすばらしい効果を持つてゐたものであるが、あつちでもこつちでもやるやうになつた今日ではその昔のやうな効果は得られない。酒市一々

同様に、飛行機宣傳、アドバルーン、ネオン廣告など、その當時はすばらしい効果のあつたものであるが、珍しさが無くなつた今日ではその昔のやうな効果は得られない、もと小さい問題で、一寸した紙の斷方、一寸した紙の折方でも、それが目新しいうちは非常に注意効果、興味効果があるのであるが、各方面でこれを行ふやうになつたのでは、その効果は減じて行く。

これを要するに、おまけの宣傳廣告は目新しいこと、人の注意を惹くことが第一である。

そのためには目的によつて方法を變へるといふのは別の意味で、人の注意興味を惹くためには、あの手、この手、常に目新しい方法でいゆる斬新奇抜な方法でやることかまた必要である。

◇成功した實例◇

◇チラシ配布一ヶ年計畫

店の存在をよりはつきりと附近顧客に認識せしめるため、また同時に買上増進のため廣告宣傳の必要なことは今更いふまでもないことで、各商店共それ／＼この廣告宣傳に研究と苦心とを拂つてゐるのであるが、その宣傳なり廣告なりが唯漫然と廣告をしなければといつた考へ方からやつてゐる商店も決して少なくない、チラシ廣告を折込みにすればそれで宣傳の能事終れりと考へたり、宣傳の文句なりレイアウト(配置)について殆ど考慮を拂はないことが多い、こんな漫然とした無計畫非意識的な廣告宣傳の効果については甚だ疑問である。

この點について京橋八丁堀の某履物店ではこのほど一ヶ年計畫の宣傳を開始した、といふのは従來同店では専ら新靴の折込によつてゐたのであるが、こんな漫然とした廣告ではいけないといふので、二月の閑散期を利用して、試験的に八丁堀を中心とした一地域を限つてチラシの配布を始めしてみた、その配布方法としてはチラシ二千枚を越前堀の一部に限つて店員に個別各戸訪問

の上配布せしめたものであるが、この結果をみるに、二月はどつち閑散期のことであるから大して目立つた反響は見られなかつたが、それでも越前堀方面(チラシ配布區域)から結婚用の纏まつた買物が新顔であつたといふのである。

これに力を得た同店主は、いよ／＼この二月を端緒として越前堀の隣部から順次稲崎、人形町、錦橋、吳服橋、八重洲通、京橋、櫻橋、新富町、築地方面へと月を逐つてこの宣傳を行つてみるといふのである、しかも配布に當つては願入念なもので店員の暇な時間に各戸を訪問せしめ、ポスト(郵便受)や臨先に投げ入れるのではなく一々家内に入つて「お願ひします」といつて配布して來るのである、かうして一ヶ年を通じて附近一帯に宣傳し終つて徐にその反響をみようといふのである、これでこそ廣告をしたことになり、効果も擧がるといふものであらう。

とまれ、従來の如く漫然と廣告するのでなく、計画的に組織的に廣告するところに眞の廣告藝術があるわけである。

◇宛名廣告調査から

宛名廣告をする店が相當多くなつたので、宛名の効果も段々と減じつゝあるとの聲があるが、新市城のある店の調査によるとやはり宛名の威力はすばらしいといつてゐる、賣出し毎に出してゐる宛名が果して見てくれるかどうか、これは調査するにしても困難なので、來店する客に對して機會ある毎に直接聴くのであるが、大抵の客がよく承知をしてゐる「いつも宛名をくれるのでよく讀む」とか「實に商賣が熱心だね」とかいつてくれる、だからひよいと通りが／＼りに來店した様な客でも實は宛名廣

告を讀んで來てゐるのが多く、特價品の内容などもよく心得てゐるといふのだ。
 従つてこの店としては宛名の効果を疑ふどころか、益々徹底して宛名の威力を發揮しなければならぬといつてゐる。たゞ小賣
 商の宣傳として宛名だけでよいかといへば決してさうでない、即ち宛名ほどの店でも數が限定してゐるのであるから、それ以外
 の新しい顧客または遠い區域の人々に對してはやはり折込ビラを作製して配布する、ビラと宛名を併用することが望ましいとい
 はれてゐる、それは當然の語で二千とか三千とかの宛名以外に一万三万といふ普通のビラを配布する位でないと言傳は徹底しな
 いであらう。

それはそれとしても相變らず宛名の威力はすばらしいといふこと、しかも次々と根氣よく宛名を出すといつての間にかそこに一
 種の親しみが湧いて客を誘致する力となること、この事實は注目すべきである。

◇宛名の回数を減じ賣上げを増す

宛名廣告をなすに當つてその配布の時期、回数といったことについては相當考慮すべきことであらう——こゝに宛名廣告の配
 布時期及びその回数に苦心を拂つたためにその賣上げを相當に増加した上に、すばらしく経費の節約をなすことに成功した某浦
 團數帳店がある。

元來この店は婚禮用品を狙つて居り、しかも場所が埼玉のことゝて、お客さんの殆どが近在の農家の關係上こゝ數年來宣傳の
 大部分を宛名廣告でやつて來たのである、勿論田舎のことゝてこの宛名廣告は珍しく、非常に効果があつて、中には「いつもお樂
 書やら、お手紙を戴きまして有難う御座います」と、お客さんの方からお禮をいはれる始末、お禮をいはれる位だから商賣のし
 やすいのは勿論である、従つてどうも宛名廣告の回数を出し過ぎ、一ヶ年の中に五回も六回も出したのだからたまらない、ため
 に経費が非常に多くかかつてしまつた。

そこで考へた、これではいけないとあつて、去年は一ヶ年間試みに……と、二回乃至三回にする計畫を立てたのである、先
 づ従來は三四月の結婚シーズンを見込んでお正月の年始状に續いて、二月下旬か三月月上旬宛名廣告をした、これを去年は一寸簡
 單な廣告を入れた年始状だけにした、一年の中でも三四月の結婚數は今までの経験上一番多いのだから少し冒險に過ぎはしない
 かと懸念したが結果は案外良かった、といふのは三四月は例年通りの賣上があつたし、しかも年始状にいやみのない簡單な廣告
 を入れたのが意外にお客の注意を喚起したらしく、二月の成績がとてもよかつた、次は七月の暑中見舞に續いて、九十の兩月
 の結婚月に出す宛名廣告を去年は暑中見舞に兼ねて出し、特に自店の近接地とか親しい方面には後一回出した、之も結果は非常
 によかつたのである。

つまり回数を減しても、時期とその方法がよかつたために賣上の増加を見た上に経費を節約するところが出來たといふのである、
 勿論これには今までの宛名廣告がこゝへ來て一層効果が現れたとも考へられるが、無暗に出すばかりが能でないから、お互によ
 く研究調査して、最大の効果を狙ふことである、いつれにもせよ回数を減じて多く賣れるやうになつたとは嬉しいことである。

◇人氣を博した引換券

新市城のある商店街にしろ一屋が新しく開店した、店は小さいが幸先よく客を集め買上げも相當にあるといふ、ところでこの店開店に當り、ピラの配布と同時に「まんじゅう引換券」なるものを出し、この券を持参した方にまんじゅう二個進呈といふ手を用ひた。

まさかその券を持参でまんじゅうを買ひに来る人もあるまいと思ふと、さにあらず、この引換券がとても人氣を博したといつてゐる、馬鹿にならぬ一つの手。

◇レコードを宛名廣告に

本屋さんが本を賣るのに小さいレコードを利用して成功したといふ話——アメリカの一出版屋で、その本を賣りひろめるために、五インチのレコードを製作し、その店の名簿に従つて、お得意に無料で送りつけたのであつた。

もちろんそのレコードと一緒に新刊目録をそへたり、特に賣りたい本の内容を詳述したカードを添へたのであるが、このレコードは三分四分で終るものだし、かけて見ると本の内容を手際よく説明してある、しかもこれを聴いた人はその本の内容につき特別賞識のはがきを出すことが許されるとあり、とにかくアメリカ式の變つたやり方の一つといつてよい。

費用の點とかレコードの内容とかは詳細でないが、自己の商品を賣るのにレコードを利用するといふところに狙ひがあり、これは本屋だけに限らず各方面で實行され易い戰術ではないか。

◇効果を擧げた謄寫版のピラ

どの店でもやる同じ様な形式のピラでは客の方で見てくれないので、時々氣分の變つた、しかも上品なものを配布しなければならぬ。

某文具店ではそこに着眼して、三月に入つてから二回謄寫版のピラを配布した、主として新聞折込としたのだが、スツキリとした出来栄であつたので日頃印刷屋に任せたピラに比して數倍の効果があつたらうと見てゐる、大きさは半紙半裁で赤インクで、もちろん謄寫版屋に作成させたわけだが、却て普通印刷より手際よく出来たといつてゐる。

殊に面白いのはその賣出しピラが、何となしにより強く働きかけ、附近の顧客により眞實性を以て是認されるといふ結果が各所から現れつゝあるといふ、經費を節約するために自分で字や繪を描いて謄寫版として配布する店も相當多い標だが、平凡なピラでは効果がないのだから、さうした氣分の變つたものを時々使ふことも一つの手である。

◇風變りの廣告看板

長野市の盛り場権堂花柳街の電車線路に近いところに列車信號の赤い燈が出てゐる家がある。「おやつー」と通行人が気がつくその上に「電車に注意チョット頭を右左」と書いてある。こんな處に妙な文句だと思つて、さてその家の前へ来ると「吞兵衛停留所」といふ驛名板の立看板が出てゐる。なんだ居酒屋かと思つて見ると出入口へも「乗降口」など、どこまでも面白い。

◇客から客への宣傳でこの繁昌

格別賣出しをするわけでもなく、特に宣傳に力を入れてゐるわけでもないが、常得意ともいふべき客が日一日と多くなりつゝある靴屋さんがある。なぜさういふ結果を見せてゐるかお伺ひを立て、見ると結局は一度買った客の口から口へ傳はつて新しい客が増加するものであらうといつてゐる。

殊に會社とか銀行とかで一人の客が買物をする時、その社の連中が次々と來店するとあり、ために月末融通の形式をとるものが激増して居り、しかもその支拂ひでは倒れは殆どないといつてゐる。要するに品物を吟味してゐると、その販賣方法が極めて眞面目であるといふ理由からであらう。積極的に宣傳をしてゐない位だから賣り方においても格別お世辭をふりまいてゐるとか特別のサービスをしてゐるとかといふ點はないのだが、この店全體の氣分、この眞面目さが客をひく大きな魅力となつてゐるのである。

従つてこの店の如きも景氣がどうであらうと、客足は増加する一方で、しかし何等余分な経費がかかるわけではないのだから、

最も理想的に進んでゐるものといつてよい。店の特長を發揮し、眞剣に眞面目に商賣をしてゐると、客は自然にそれを認識して「あの店はよい」といふことを客の方で宣傳してくれることになる。客の口から口へ傳へられる好評が最も力強い宣傳であることの證據であり、小賣店としてはここに意を用ゐることが最も望ましいことだといへる。

◇商品券利用のチラシ

普通のチラシでは面白くないとあつて、ある牛乳屋さんの考へたチラシが振つてゐるのである。それは堂々たる商品切手である。圖案も石版刷で先づ「牛乳切手」とあつて、

「一、牛乳一升也——右見本として呈上仕候間御用命次第大東京市内に限り朝夕配達可仕候也——××販賣所」
とある。たゞ普通の商品切手と體裁の違ふところは、

「この牛乳切手を以て一時に全部を店へ取りにお出で下されても店舗での御引替はお斷り申上げたいのです。何故ならば毎日一合づゝを配達させて頂きまして他の牛乳とその優秀の差を御ためし願ひたいためです」
といふ點である。

これで直に牛乳を取るやうになるかどうかは別問題として、商品切手にしたところ思ひつきであり効果的である。

◇共同でカタログ發行

カタログを送附して客の注意をひくことは、今日の商店としては是非必要なことであるが、カタログは實物を見せる代りに出すものだけに寫眞にしても印刷にしても或は體裁にしても客の注意をひくに足る凝つたものでなければならぬ。ために一部に於いての値段は相當なものとなり、いゝカタログを配布したいと考へてゐる人々もその負擔に耐へずしてそのままになつてしまふことが極めて多い、しかし會社とか官廳を狙つて相當金額の多い品物を販賣する店としては費用の如何に拘らず立派なカタログを作製して送附するのが特に必要であり、積極的に賣つて出ようとする店は費用の過大を意に介しないのはいふまでもない、といつても實際問題としてそれなど金をかけることの出来ない店としてはそこに何等かの便法を用ひることを案出する外はない。

その一つは同業店の有志が共同して作製する方法である、ある靴屋さんでは、既にその必要を認めて近く有志十店だけの共同カタログを作り、旅行のシーズンに際して大いに宣傳すべく準備をととのへてゐるが、共同でやれば大量製作となり、比較的安い費用で立派なカタログを作ることが出来るだらうといつてゐる。

とにかく、カタログを作ることの必要は誰しも痛感してゐる點であり、余りにも貧弱なカタログでは効果がないことも知り披いてゐるのであるから、作る以上は立派なものを作ること、それがため個人店として負擔しきれない場合は共同して堂々たるものを作ることが肝要であり、どの店もその方法につき名案を研究せねばならぬ。

カタログに限らず、すべて宣傳は共同で行ふならば、百貨店の廣告など恐るゝに足らぬ。

共同の力は大きい。

(四) 効果的な陳列と裝飾

1 明るく感じよく

顧客を誘導し、氣持よく買物をさせるために、店舗の構造、店頭店内の陳列、裝飾に充分の考慮と努力を拂はねばならぬ事は今更いふまでもない。

最近、新しい陳列器具、照明法等が發明され、一般小賣店のウィンドーにしても店内陳列にしても見違へるほどの進歩を見せて來た、明るく感じよい店が東京とか大阪とかの中心商店街はいふまでもなく、地方都市においても相當多く努力と進歩の跡が著しく目立つてゐる。

喜ぶべき傾向であるが、しかし、未だそこに不足するものが感じられる、それは單なる見様見真似のやり方、技術的にみに終つて、商品を販賣するといふ狙ひがない事である、ちよつと見ると手際よく出来てゐるが、さて何を賣らうとするのか、どの點を訴及し強調し様とするのかの狙ひが薄弱で、その店独自の呼びかけがない、この點にもう一段の研究と努力が欲しいのではないか、明るく感じよくは陳列裝飾の原則であるが、そのみを重視して販賣商品との關係を忘れては意味がない。

2 ウィンドーと特賣台

ウィンドーは商店の眼である、従つてウィンドーの裝飾陳列に就ては、小賣店として全力を傾注すべきであらう、バックを用ひ、マネキンを利用し、各種の陳列器具を使用し、その構成を考へ、技術的に優秀さを見せ、新しい照明法によつて明るくする等々従来の陳列研究は殆んどこのウィンドーに向けられて來たので、どの店でもこゝに重大な關心を向けてゐる、ウィンドーが客の注意を惹き、購買慾を喚起せしめ、それから店内に誘導する重大な役割を持つてゐる以上當然の事柄である。

そして、ある場合には單一商品を特に強調する單一陳列の方法を用ひ、ある時は各種の商品を多く陳列して、量と品種と集中との効果により客足を惹く多品主義（或は積み重ね）に依ることもある。どちらでもその店に向く方法を採用すべきであるが、大體は高級専門店は一主義で實用品店は多品主義が普通に採用される。

何れにしても、先づ見た眼の感じがよいこと、第一印象が良いことを第一條件とする、その構成はどうか、アイデア（工夫、狙ひ）はどうか、その技巧はどうか、照明はどうなつてゐるか、商品と補助陳列物との關係はどうか等考慮すべきはいふまでもないが、要は店前を通行する人々に極めて良い感じを與へ、賣らうとする商品を素早く客の目に焼きつかせる様にするのがその根本原則である、徒らに金をかけたバックだとか、複雑な構成と高價な補助器具を用ひるとか、それだけでは効果のない事いふまでもあるまい、金をかけずに美しく、しかも魅力ある飾りつけをする事こそ最も賢明なやり方といはねばならぬ。

店頭陳列としてウィンドーと共に重要なのは特賣台の位置とその上の商品の並べ方である、純高級品店には特賣台を必要としないかも知れぬが、一般店では特賣台を店の入口近く置き、そこに季節の品々を並べるのが客を呼ぶために是非必要である、客に親しく呼びかける意味で、客がそれに惹かれて入りよくなるためにこの特賣台の置き方、商品の並べ方、宣傳文句の書き方等に特別の工夫があつてよい。

3 店内陳列

店内の商品、陳列ケース、カウンター、照明等裝飾陳列はやはり整然と氣持よくそして明るくなければならぬ。

客が店内に一步踏み込んだら、どの商品がどこにあるか一目で目につく様にするのが陳列式店舗の條件であるから、すべてがキチンと整頓され、スッキリとした感じが表現され無駄のない並べ方が行はれてゐるのを必要とする。

最近、食料品關係の店々はウィンドーを除いて店全體をウィンドーと考へてやる陳列法が採用され出した、オープン・ディスプレイの形式といふのであるが、これが即ち陳列式店舗の極致とでもいはふか、店の前に客が立つと、どの商品も一目で判明する様に並べることが強く要求される、普通の店内陳列もその氣持でやり度い。

話は脇道に外れるが、従來、小賣店はウィンドーを絶対に必要とするといはれ、猫も杓子もウィンドーを設置し、間口の狭い食料品店までが二尺か三尺のウィンドーに二三の品物を並べるといふ風だつた、しかし、これ程馬鹿げた話はないので、間口の

悪い店は、店それ自體がウィンドーの役目を果たしてくれるのであるから無理をしまで、客を作る必要はない、その意味で、ウィンドーを無くした店が段々と多くなりつつあるのは注目すべきであり、また當然のことであらう。

4 整ひ過ぎた店

物には度といふものがある、一癖は程度である、度を過ぎたものにロクなもの一つもない。同じ様に整然となり過ぎた店は入り難い、親しみがなく他人行儀でツンとした感じ、恐くて寄りつけない。店頭も店内もキッチンと片づけて、整然とすることは陳列法の第一課であり、それが本當であるに異存はない、客によりよき感じを與へるためにすべてがキッチンとして居らねばならない。

といつて隙のない整然さ、一點非の打ち所のない陳列、さういつたものが果して良い結果を招來するであらうか。事實として、一點非の打ち所のない陳列等が出来る譯ではあるまいが、まるで杓子定規に當てはめた様な陳列、一々糸を引つ張つた様に真直な並べ方、そんなものは即ち整ひ過ぎた陳列といはねばならぬ。

それらは唯キッチンと整備すれば良い、たゞ無暗に明るくすればよいと考へる結果であつて、現に相當進歩的な店において住々その例を見るのである。

何もかも氣持よく並んでゐる、どこといつて隙を見出すことも出来ない、だが何となしに移式的である、四角張つてゐる、ツンとしてゐる、まるで盛裝をした花嫁が魁爪らしい醜をし坐つてゐる様に、また袴を着た人が取り濟ました様に、とにかく取り付き難いのである、客が買物をしようとしても一目見ただけで逃げて行く、入つて行くのに氣がひける、客の方で買物がするそれでは販賣を増進するための陳列ではなくて、客を追拂ふ陳列となる。

従つて整備し過ぎないこと、キッチンと片づけるのはよいが、入口の特賣台とか、店内のカウンターの上とか、何か特別の工夫をして少しばかり「間が抜けてゐる」所を表現せねばならない、どこかに隙を作つて置かねばならない。

隙のない人間は恐ろしい、親しく呼びかける氣になれない、近寄り難い、と同様に何處かにスキを作つて置く、客はそれに親しみを感じ、魅力を感じて飛びついて来る。

ではどこまでが程度か、といへば、それは紙上では斷言出来ない事柄であるから、店主自身の常識と客足の動きによつて察する外はあるまい。

5 常に手を加へよ

如何によく出来た陳列でも、一ヶ月そのまゝにして置いたのでは死んで了ふ、ウィンドーの裝飾にしても店内の商品陳列においても同様である。

地方の都市へ行つて「ウィンドーは月に何回飾りかへるか」と質問すると、殆んどが一ヶ月一回位だと答へる、よほど進歩的

な店でも月二回位しか變へない。

店によつていろいろの理由もあらう、經費の許さぬために、また人手の足らぬ關係から知りつゝもその儘にして置くことにもなるのだらう、しかしそれではいけないことは既に充分知つてゐるはずだ。

新鮮味のない陳列裝飾は魅力がないのみならず、客に不快の念をすら起させる、殊にそれが食ひ物に關係した商店としたらそれこそ大變である。

陳列品には常に手を加へ、常に變化を見せることが何よりも肝要だ。

一流専門店ではウィンドーは毎週一回位で陳列を變へるべきだ、少くとも月二回は全構成を變へたい。全體を變へることが出来ないならば、毎日或は三日目位に並べた商品を取り換る位の手を加へたい。

毎朝店を開ける前に、ウィンドー内の商品の手入れをする、掃除をすることはどの店でも必要、店内の商品についても然りである、風の強い日、塵芥の多い日などは日に二回でも三回でもハタキをかける位まめであるべきではないか、ウィンドーは店の目であるとかウィンドーに出した品物はよく賣れるとかいふことを充分知りながら、出した商品にはこりがいつばいついてゐる等は考へざるも甚だしいものである。

また陳列全體に時々思ひ切つた變化を見せることを忘れてはならぬ、例へば間屋なり製法家なりから發想外の種々な品が入つた時にそれを積極的に賣つて出ようとする場合、新製品が出た場合、或は賣れ残したストックを一掃しようとする場合の如きはそ

の商品を店頭にも店内にも積極的に陳列するといつたやり方である、また思切り變つた柄、色、型、物のものを第一線に出して客をアツといはせるやり方なども時々併用して變化を見せねばならぬ、店頭店内は常に新鮮であること、清新の氣が漲つてゐること、清氣横溢でなければ客を惹く魅力とはならないからだ。

陳列裝飾の實例

◇三點主義陳列法

ウィンドーに並べる商品の價値は、その店の最もよく賣れる中心商品のみに限るか、或はその中心價値より上のものを並べるか、またはもつと下のものを並べるか、これはウィンドー裝飾上相當考へねばならぬ問題である。

これについてある洋品店での經驗によると、やはり普通は三點主義が一等いゝといつてゐる、三點主義とは、中心的に賣れる品物あるひはその店が積極的に賣つて出ようとする商品を中値として、それよりもちよつと上のものと、ちよつと下のものを三様に陳列するのがいゝといふの意味してゐる、要するに上下を比較させるに容易な飾りつけをすること、それによつて客を店内に誘導する力が強くなるといふのだ。

しかしそれは普通の場合にいふことで、仕入れの上から販賣を考へる時は歴史的な陳列をするのが望ましいといふ。即ちある

品物を特別の關係によつて仕入れる、その品物をうんと積極的に賣つて出るといふ場合には、他の商品の事は氣にかけず、ウィンドーの全部をそれを使用してもよく、店頭店内もまたその標に飾りつけることがいふ譯だ、即ち時と場合によつてそれぞれ狙ひを定めた裝飾をしなければならぬが、いづれにしても、かうした事も考慮して飾りつけをすることを忘れてはならぬ。

◇男女顧客の氣持を捉へた陳列

男には男性特有の氣持があり、女には女性特有の氣風がある、ところでこれを陳列に利用して大いに成績を擧げて居る履物店がある、即ちこの店では店の入口の中央に大きい陳列台があつて、入口が二つになつて居る標な工合であるが、男は店主や店員の居る方に近い入口には殆んど入つて來ない、それに比べて女は全然反對で店主や店員の居る所へ直接ぐんぐん入つて來て話を決めるのである。これは百人が百人殆ど間違ひはないといふ、また男の買物は一々近くへ行つて應接するよりも、寧ろ向ふから買問があつたら誠意ある返事をした方が効果的である。

そこでこの店では男物は最前線に陳列し、特に男が店へ入つた場合に充分探せる様に入口の中央に大きい陳列台を造つたのである。従つて店主店員の坐つて居る所からいへば陳列台の向ふの方は影になつて一寸見えない標な風である、これが男物の販賣能率をあげる上に非常な効果をあげて居る。

そこで、この方法を齎つた店が最近三四軒もあるが、案外好成绩なのに驚いて居る位である、結局男が買物をする時は臆病なのを店の陳列法に應用したといふわけ。

◇ハンドバッグが賣れた陳列

この商品は賣れると見たら、その商品をうんと仕入れて歴史的な陳列をすることが望ましい、ある雜貨店(婦人用品を主とする店)では初夏以來ハンドバッグがすばらしく賣れてゐる、多い日には一日に七十個も賣れるとあり、平均しても五十個は下らないといつてゐる、そのハンドバッグといふのは一圓五十錢から二圓五十錢位までの安物ではあるが夏向の品物だけに、一夏だけ持てばよいといふ好みのため誰も彼も飛びついて來る。

だから値段がちよといと買ふに都合がよいといふのも賣れる一つの原因ではあるが、實はこの店では賣れるべきものを歴史的に陳列してゐるから益々賣れるのだといつてゐる、例年夏のハンドバッグは値段さへよければ相當に賣れて行く、そこで一圓五十錢から二圓前後の品でしかも婦人連の注目をひく様な品が見つければ必ず賣れるとの確信があるので、さういつた品物を手手することに苦心し、本年はそれを大々的に陳列し宣傳したといふわけ、これが的中して一日六十だの七十だのといふ記録的賣上げを見せてゐるのである。

要するに「これは賣れる」と見込みのついた品物があれば、それを有利に仕入れをして店頭内にデカ／＼と陳列することが肝要なのである、ハンドバッグの如きはたしかにこの戦法がものをいふ。

◇少い品を多く見せる

比較的少量のストックを以て賑々しく如何にも多量である如く見せる陳列法は大いに研究すべき価値のある事柄である、一例をネクタイにとるとネクタイを二つ折にして並べると四つ折にして並べるとでは倍のストック量を必要とし、更に圓い輪にぶら下げるやり方では三倍の数量を必要とする。

つまり四つ折にして懸けることが數量が少くても賑々しい陳列になるといふわけである、賣場面積の狭い小賣店では是非ともさうした陳列法を採用すべきであり、殊にネクタイの如き柄の變遷の激しい商品は特に最少のストックで最大の販賣率を得る様努めなければならない。

ある洋品店では既にそれを實行して居りカウンターの上部に壁の如くネクタイを懸けてゐるのであるが、二つ折りでなく四つ折りにしてあるために、數量は僅かでも非常に賑々しく見えるし、客の立つ目前にそれがづらりと並んでゐるので全部の柄がよく目立つて来る、ために販賣も大いに増進するわけで、以前その點に着目しなかつた時代に比してうんとネクタイの賣上げを増加してゐるといふ。

各商品について一々具體的に説明することは出来ないが、ストックは最低量にすることがどの方面からいつても必要なのであるから、その少ない數量を陳列法によつて多くある如く見せるやり方については各商品につき十二分の研究が望ましい。

◇興味本位と迫力本位

銀座の某文具店、ウインドー内に懸附の愚問答八題が掲げられてある、何れも愉快なものばかりで、一二の例を示せば

「陸軍省から朝早く三つの帽子を買ひに来た、誰だらう？」
といふ問に對し

「參謀總長である、何故なら三帽早朝だから……」

また

「五郎の芝居は上から観ても下から観ても面白い、何故だらう？」

「キゲキ(喜劇)だから、キゲキは下からみても上からみても同じぢやないか」

といったもの、そして賞品は何れも同店の販賣品ばかり、人通り絶えない銀座通りだけに俄然人氣を博してゐる。

日本橋通りの某袋物店ハンドバッグの徹底的な陳列でウインドー内の背景は風爽とアベック(二人伴れ)で行く彼女氏の胸から靴先までの下半身圖、彼女の手には素晴らしいバッグが掲げられてゐる、さてその背景の前に數段階に分ち陳列されたバッグの數々、値頃本位の陳列で一圓廿錢級から七十五圓級までずらりと陳列されてゐる、人目を惹かぬわけには行かない。

二つとも人通り繁き場所柄を考慮してのアイデアである、何れも強く呼びかけて、その効果を收めてゐる、一つは興味本位の陳列であり、一つは壓制的な陳列である。

◇ 郊外商店とウィンドー

今更ウィンドーの効果でもあるまいが、中心商店街の店々はウィンドー陳列が溢して馬鹿にならぬことをよく承知してゐるの
で、それ／＼力を入れてゐるが、郊外あたりの店になると何のためにウィンドーを持つてゐるのか判らない様なものが少くない、
これはウィンドーの効果か明瞭に直接に現れないからであらうと思はれるが、いくら場末の店だつてウィンドー陳列がものをい
はぬはずは絶対にない、現に郊外のある洋品店の話を聞くと、近頃ウィンドー販賣が目立つて効を奏しつゝあり、そこに陳列した
品物は斷然よく賣れるといつてゐる、従つて店主以下全店員が一生懸命になつて陳列に工夫し努力してゐるわけだが、並べ方、
飾り方がうまくなるに従つてますます／＼そこに出した商品がよく賣れつゝあるとの事だ、これはウィンドー販賣が極めて多い洋品
店なるが故に特にさうなのだらうが商品を入の目につき易く並べることが販賣増進の第一歩であることに間違ひはないのだから
場所的にいつてどうだらうとウィンドーのある店ならそれを活用すべく努力しなければ損だ。

その意味でウィンドー裝飾は出来るだけ度々陳列替へをすべきであり、常に清新の感を出して行人の目を止めしむる様でなけ
ればならぬ、然るに實際を見ると一つの陳列をいつまでもそのままにして置いたり、中にはウィンドーがほこりだらけになつた
まゝであつたり、商品なりバックなりの色が變つたものなどを平氣で出してある店が極めて多い、客をひきつける役目のウィン
ドーが却て客を追拂ふ役目をなし、むしろウィンドーなどはない方がよいといふ様なものが少くあるまい、今更ながらの判り切
つた事柄だが、もう少し研究的にウィンドーを利用し、生かせること、そして並べた商品が一層ひき立つ様毎日新工夫をこらす
べきである。

◇ 陳列を變更して賣上激増

芝のある文具店が商品の配置をかへて賣上げを多くしたといふ話——この店ではこれまで店の最前線にちり紙を積み上げ、前
方から見ると店内がまるで見えないほどであつた、これはちり紙の需要が多く回転率がよいので、普通の紙店文具店でやる通り
最前線に積み上げたわけで、そのためにこのちり紙が多く賣れたのはいふまでもない。

然るに他の文具に至つては、これはあんまり賣れない、店内が外からは見えない位だから賣れないのは當然であるが、實はこ
れまでそれに氣がつかずに過して來たといふ、ところが、いよく新學期も來ようといふので、もう少し文具を賣らねばならぬ
と思ひつき、この、陳列配置を變更し、ちり紙は店の向つて左側だけに片づけ、間口の半分以上を開けて、店内をよく見える様
にし、同時に店内の賣台を整理して各種文具を手際よく並べたのである、これがために最近文具の賣上げが目立つて多くなつた
(その比率は不明)と同時にちり紙の方の賣上げは少しも減少しないことを發見した、今更ながら商品の配置陳列が非常に重大
な要素であることを痛感したといつてゐるが、この店の如きは道幅の狭い通りに面してゐるので一層その効果はつきりとした
わけだらう。

ちり紙を店前いつばいに積み上げるやり方は郊外あたりの文具店のよくやるところだが、それがために他の商品の賣行を害する様では問題にならない、殊に新學期に直前して、大いに能率をあげねばならぬ重大時期であるだけに、陳列を自立つ様にするに、店前を整備して客が入りいゝ様にするには充分に研究してかゝらねばならぬ。

(五) 顧客の應對と扱ひ方

1、接客の根本

販賣の第一線に立つ店員は

「お客の氣持になつて物を賣れ」 「自分は顧客の購買係である」

「物を賣るのでなく親切を賣るのだ」 「親切丁寧に勝るサービスはない」

等々の事を教へ込まれてゐるだらう。

ところが、そこに一つの疑問が起りはしないか、即ちお客のために、お客の氣になつて販賣をした日には儲からない、損ばかりをせねばならぬ、お客は一錢でも安く買はうとする。こつちは少しでも儲けを多くしようといふ、それは兩立しないではないか、お客の代理者等になれるわけがない、また親切を賣れといつても年中親切ばかりを賣つてゐてはこつちが干上つてしまふ、

かういつた疑問だ。

またそんな道楽者みたいな事をいつてゐた日には隙暇がない、店に客が入つて来たが最後如何なる手段を用ひても買りつけねばならぬ、さうすれば店も儲かる、自分も腕のいゝ店員として褒められる、このせち辛い世の中で、親切だの丁寧だのといつて居ては商賣になるもんぢやない、かう考へる人もあることだらう。

事實古い商人は「嘘と愛嬌で藏を建て」て来たのであり、賣りつける事を以て販賣術の極意と考へて来たのであつた。

然るに、最近はそので果して商賣がうまく繁昌するであらうか？ 百貨店ではお客の好む商品を多量に取り揃へ、至れり盡せりのサービスを以て便宜を圖つてくれる。

氣に入らないので買はずに済ましても怒られる譯でなく、氣まつい思ひがあるわけなし、また店員が無理に買へくと押しつけはしない。

また進歩的な小賣店は更に接客について十二分に研究して、如何にすれば客は満足をしてくれるか、どうしたら二度二度と自分の店のお得意として買物をしてくれるかに就て日夜苦心を續けてゐる。

こんな世の中になつたにも拘らず、相變らずの「押賣り戦術」を續行してゐるとしたらどうなる、客を怒らさうが氣持を悪くさせ様が、或はその場限りの嘘で固め様が、その時に品物を賣りさへすればよい、儲けさへすればよい、文句が来たたら来た時の事だ位に考へて行動したら一體どうなる？

今のお客は自分の氣に入つた店へ、親切に扱つてくれる店へ、品物にも賣り方にも満足出来る店へ自由に出かけて行く、何を好んで氣持のわるい店で買ふものか。

問題はこゝだ、押し賣りはその場限り、二度とその客は来ないし、逆にその店は悪評の種となる、漸次信用がなくなるといふ點、接客の根本的な考へは即ちこゝにある、お客の氣になつて商ひをせねば客を惹きつけることが出来ない世の中だ、従つてこの接客術を如何にすればよいかは、全く眞誠に考究して眞はねばならない重大問題なのだ。

2、販賣員の腹

客に充分の満足と興へることが接客術の根本精神である、といつて一日に數十人、數百人の客に接して、その一人々々に満足と興へるなんて事が果して出来るだらうか、

客には簡単な人もあれば、ネチ／＼とねばる人もある、買けなければ買はぬ人もあれば、いやに威張つて横柄な口を利くものもあり、また中には喧嘩腰で来るものもある、單なる素見もあれば、敵愾偵察のスパイもある、男と女とでは買ひつ振りも異ふ、二人連れのお客はまた扱ひ方が厄介だ、等々客は癖が異ふと同様に氣持も考へ方も態度も異つて来る、随分と難にさはる客も多いのに、それ等の人を誰彼の差別なく満足させるなんてことが出来るものか、かう考へる店員諸君もあることだらう、しかし、百人の異つた客に對して、その百人を誰でもいゝ氣持で買物をさせることが出来ない様では眞に腕のある販賣員とは申されない、

にさばるからと一々喧嘩をしてゐたのでは、いつの間にか客は全然寄りついてくれない事になる。

さて、さういふ風に考へて来ると接客といふ奴はいやに面倒な、厄介な、不愉快なものだと感ずるだらう、だが既に諸君は毎日賣場に立つて、次々と客をこなしてゐる筈だ、案外難なく片づけてゐる。なぜだらう。

それは諸君の「腹」がさうさせてゐるのだ、接客といつても要するに客に氣持よく買物をさせればそれでいゝのだ、至つて腹ではないか、客が百人来ようと千人にならうと、その一人々々の氣に入る様に仕向けさへすればそれでいゝのではないか。

客がどんな無理をいはふと、こつちに腹さへ出来て居れば、喧嘩をしないでも、また不愉快な思ひをしなくても客を喜ばせることが出来る、むづかしい買物をも容易にさせる、店主にも喜ばれる、後では自分も愉快になる、これでいゝではないか。

問題は如何にして、さういふ「腹」を作るかにある。

3、販賣—腹—自信—親切

販賣とは何だ、商人とは何をするために存在するのか、この疑問を解き得た人は一種の腹の出来た人である、腹の出来た人は自信がつく、自信がある所には必ず親切が生れて来る、これは人間のあらゆる場合にいひ得ること、先人も

自信ある所に親切あり、親切ある所に平和あり、平和ある所に神あり、神ある所に繁榮あり。

といつてゐる、この意味を充分に考へて貰ひ度い。

さてその自信を持つまでにはどういふことが必要なのか。

- 一、 自分は何の目的で商人となつてゐるのかを研究し、理解し、商人の使命を知悉すること。
 - 二、 商品に關する研究を十分にして豊富なる商品知識をもち、客をなほと思はせる説明がいつでも出来ること。
 - 三、 お客を各方面から研究し、その購買心理を解剖する、客が何を要求してゐるかを突き止めること。
 - 四、 百貨店及び同業小賣店を研究して置いて、その販賣商品、賣り方、値段、サービス等をよく知つてゐること。
 - 五、 世の中の出來事、世の中の動きに對し常に注意を怠らず、あらゆるものを常識として持つてゐること。
- 先づ、こんなものが自信をつける條件となる、即ち第一に自分を知ることから始めて、他人(店、主人、顧客)を知り、販賣する商品を知り、同業店を知り、而して社會全般を知る、かうなれば、どんな場合に直面してもビクともするものではない。
- 昨今どの店にも「店員心得」があつて、客が來た場合の應接、態度、言葉、賣り方等を教へてゐる、それは大いに熟讀吟味すべきである、店員心得なり接客術なりは一つの模範を示すものであり、間違ひのないやり方を教へてゐるのであるから、販賣の第一課はその中から汲み取るべきである。

それからは、その應用に過ぎない、その應用は即ち自信ある者のみが理想的になし得るところである、誰にでも同じ様に満足を得ることが出来るもの、然して、これが理想的商人への道であり、人間的完成への道でもある。

◇ 成功した實例 ◇

◇ 客の名を逸早く覚える事

客の名を早く覚えること、一度來た客は何を買つて行つたかを記憶してゐることは接客上極めて必要である、名前をいつて行かぬ客は致し方ないが、せめて顔を見知つて置くこと、買った品物を覚えることが望ましい。

そこで、ある商店では全店員をして客の名を早く記憶させることに苦心し、例の職想法によつて一度聞いた顧客の名を忘れさせない標榜してゐる、買った商品についても同様で、一度來店した客がひよつこりやつて來て「前のあれが非常によかつたからもう一つくれ」といふ様な場合が非常に多く、その時に店員が「前には何をお願ひいたしましたから」では問題にならない、折角客はその店員を自當てに來てゐるのだし、前に買った品物についても自分の顔もよく知つてゐてくれるものと考へてゐる、その期待が裏切られることは決していゝ氣持のものでもなく、客によつては腹を立て、以後その店に寄りつかぬことすらある。

だから客の名を忘れないこと、買った品物をよく記憶してゐることが販賣を増進させる上に重要な役割を演ずることにもなる、米國あたりでは「お客の名を呼ぶ遊戯」といつたことを催し、出来るだけ客の名を呼んで接客することに努め、それで賣上げを三割も四割も増したといふ話もあるがそれは當然の結果であらう、しかし實際問題として、客は店員の顔や買った品物をよく覚えてゐるが、店員の方では一日數十人、數百人の客に接するので一々覚えてはゐられないために往々失敗するのであるから、何か特別の方法を講じて早く覚えること、忘れない工夫をすることだ。

一人々に接客する毎に日記帳に記入して置いて、毎日その客と品物とを憶ひ出す様な習慣をつけることも一方法だし、記憶するために職想法をとるのも必要な試みであらう。

◇親切丁寧は一種の習慣

お客さんには親切が第一、顧客は常に諸君の親切な扱ひが真鍮であるかに注意し、それがたと表面だけの親切かどうかをすぐに見分けます。

親切丁寧は一種の習慣です、その習慣こそは極めて有用で、最も善良なる性質でそして最も紳士的な行動となるでせう。

それは相違な場所をもスムーズにすることが出来、怒りを和けることも出来、批判の武装を解除することが出来、そして善良な人間性を打ち建ててであります。

しかもそれは諸君の人生を高尙ならしめ、諸君と共に働く店員連を向上せしめ、且つ諸君の顧客を感激せしめる力をもつてます。

親切であること、常に微笑んでゐること、これはむづかしい業ではない、實際最も容易な習慣です。(外國商店の心得帳より)

◇「高いね」の客の扱ひ方

「君の店は高いね」

といはれた時に店員としてどう返事をするか、これについてのある店主の解答。

とたかく「顧客の言葉を承認して」「さやうでせうか」と受け、最初から「いや決して高くはありません」といつてはならない「他店よりも高い品は賣らないつもりで大いに研究はしてゐるのですが、實の所全商品に亘つて他店よりも安いといふ自信はないのです、知らない物で或は高い品があるかも知れませんので、お客様から教へていただくことが非常な参考となるものです、どういふ品がどれだけ高いか、早速研究して見ますから今後ともお氣づきの時は仰言つて下さいませ」

と出る、すると客の方でも店が承認したことによつて安易にいろいろと話をしてくれる、具體的にこの品はどこでいくらに賣つてゐるかをいつてくれる。

「では早速調査いたして見ます、この品が他店よりも高いのは問屋から高く買つてゐるのかも知れませんが、もしさうだとしたら問屋と交渉して早速安くいたしますせう」

と返事すれば大抵の客は非常にいゝ氣持になる。

ところで、その品物が高いのは品質が異ふといふことを説明するに當つても、現實にそこに比較する商品がない限り徹に入り細に亘つて説き立てゝはならない、つまり専門的な商品知識を振り廻して説明し過ぎると客の反感を招き、その結果は決してよろしくない、それよりも高い品があるかも知れぬことを承認して、更に自店の仕入方針なり、日常の商品の研究なりについて眞實を話す方がより効果的である。

「高いぞ」といつてくれた客と、二度目に出會した時は、直ちに

「先日は御注意下さいまして有難う存じました、早速問屋に交渉いたしましたして多少値引きをさせました」といつた風にお禮をいふ、これがまたその客に非常な親しみを興へるし、その店を「高い店」とは感じなくなるのである。以上の如き回答であつた、日常賣場で出會す例であるが、高いぞといはれた時に、むきになつてそれを辯明したり説明し過ぎたりすることが、その客に對して好感を興へないこと、次に來店させることが出來ないことは事實だらう、例外はあるにしても一つの注目すべき應酬のこつである。

◇新しいのを買ふのは無駄ですよ

客「ツボン釣を一ツ欲しいんだが、背中のゴムが伸びてすぐ駄目になるので困るね」

店主「どうもそれが欠點でして……でもそのゴムはすぐつけかへますからお出し下さいませんでせうか」

客「修繕が利くのかね」

店主「出來ますとも、すっかり新しい品と同様になりますから、わざわざお買ひになる必要もありませんよ、一週間ほどで出來ますから、出來次第お届け申上げます」

客「そんなら一つお願ひするかね」

店主「承知いたしました、ア、これでございますか、また他の所はどうもなつてゐませんね、これなら新しいのを買ふのは無駄ですよ、修繕が出來るまで御不自由でもお待ち下さいまし」

客「いや折角來たんだから新しいのを一本買つて置かう、何本あつてもいいから……」

店主「左様でございますか、ではここにいろ／＼ございますから……」

客「ちやこのサスペンダーをくれ給へ」

店主「有難う存じました」

これはある洋品店での一風景、賣りつけ様としない態度、誠心を以て客に對したその心持は、直に客にピンと來て却て買氣をそゝることになる、どうせその客は新しいのが欲しくて來店してゐるのだから、店の方で「買ふのは無駄ですよ」といふことが逆に非常な効果をもつて來る、氣持よく買物をさせて、しかも客が大いに感謝して歸る扱ひ方の一例。

◇店員と客との親しみの限度

店と客とが親しみを持つことは、販賣を増進させる上において非常に必要なことであり、従つて店員にしても出來るだけ客と親しんで行く様、また客の方から親しみを以て來る様に仕向けなければならぬ、それに間違ひはないのだが、余りにも親しみが過ぎるとこれが却て悪い結果を招くことがあるから注意しなければならぬ、ある書籍店での話だが、店員に對し早く客の顔を覚えさせ、そして個人的親しみを待つ様獎めてゐるのであるが、店員と客との間にはやはり踏み越えてはいけない垣根があり、それを踏み越えて、余りにも親しくなり過ぎると必ず失敗をするといつてゐる、例へば親しみが有り過ぎて無制限に貸たために支拂

の不能を惹起したり、客の家庭に深く入り過ぎて妙な問題を引き起したり、その他客と店員との間の一線を乗り越えた場合は殆ど失敗に終り、優秀な店員がそのために駄目になるといつた事が極めて多いといふのだ。

だから店主なり高級店員なりは常にその點に注意して親しみ過ぎない様、越えてはならぬ一線を越えさせぬ様指導して行かねばならぬといつてゐる、もちろんこれも人間によりけりでいくら親しくなつても親しみ過ぎて失敗するなどは、特別の場合に屬するであらう、親しみが増せば増すだけ販賣能率をあげる店員も少くないだらう。

しかし物事にはすべて程度があるのは事實でその程度以上になると概して結果は芳しくない、その意味で折角努力しつゝある優良店員を妙なことで失敗させない様先鞭なり店主なりが巧に指導して行くことを忘れてはなるまい。

◇代用品の獎め方

品切れの場合には客の氣持を損じない様に代品をお獎めすべきであるはいふまでもないが、これが御用關の場合だと一層注意すべきである。

これはそこを極めて手際よくやらせてゐるある酒屋さんの話だが、どうかするとその家庭で食べつけの食料品または飲みつけの酒などが賣切れて、折角注文があつても届けられないことがある、その時には別に代用品を持参するのであるが、お氣に召さぬ場合はいつでもお取換へすることをつけ加へる、例へばある印の酒が品切れだつたといふ場合、別の印の酒を持参して

「生憎と品切れに致しまして申譯ありません、この酒を一つ御試飲して見て下さい、もしお口に合はぬ様でしたらすぐにお引取りいたしますから……」

といつた調子でお獎めをする。

そしてそれが祝儀ものであらうと臆言ものであらうと、口を開けたものを平氣で取換へることにする、しかもお届けをした翌日は必ず

「昨日の酒は如何でしたせうか」

といつて廻らせるのである、だから客としては安心して、しかも氣持よく代用品を使つて見る氣になるし、その店の行届いた田方のために大抵の場合はその代用品で我慢してくれろといつて居る。

店賣りの場合に代用品を獎めて氣に入らねば客は買はずに歸るだけの話だが御用關に注文した時はそれを待つてゐるので

「品切れですからこれを持つて参りました」

だけの口上では客として満足する譯がない、客の氣分を損せずして代用品を獎めるために、さうした誠意を披瀝してかゝることが、ちよとした事だが客を長く維持する重大な要點となる。

◇結局損をする頭の高い商人

頭の高い商人は結局において損をするといふ話、地方都市のある菓子屋の若主人、大學を出てゐるといふのでその頭の高いこ

と、問屋や卸屋が掛けて行つた時の威張り方、一般顧客に對する無愛嬌等とにかく著しく目に余る態度であるといふ、だからお客からは

「あんな主人のゐる店では買ひたくない」

といつて中以上の客は寄りつかず問屋、卸屋の外交店員は、むしろ反感を持つて買込みに當るために、値段のはつきりせぬ品物ではうんと儲けるといつた風になり、結局においてこの菓子屋はどえらい損をしてゐるといふのだ。

多少極端な話であるかも知れないが、商人として徒らに威張つて見ても始まらないし、學校出たからといつて妙な態度をもつことが、多くの人に反感を持たれるのは當然だといはねばならない、威張りたがる性質だから如何ともすることが出来ぬといへばそれまでだが、少々とも取引をなし、販賣をなす以上はやはり商人らしく頭を低くし、愛嬌よく振舞はねばならぬ、それが直に販賣に影響し仕入において結局損をすることになるからだ。

◇負ける問答

「君この折返し靴下少し買けてくれよ」

「いや買けません、絶対に買けないのが私の信条なんですから駄目です」

「そんなことをいはないで少しでもいゝから買けてくれていゝぢやないか」

「何度いつても同じことですよ、買けないことになつてゐるんだから買けません」

「いや俺はほんの少しでも買けて貰はないと氣持が悪いんだから……」

「大人でも子供でも安心して買へる店としてゐるんだから買けません、買けられる様な賣り方はしてゐませんよ」

「いやに頑固なおやぢだなア」

一圓廿錢也の折返し靴下を一足買はふとする若い男とこれたまひ出したら聽かない様なガツチリとした若い店主との「負ける問答」である、客の方が折れて遂に一圓廿錢也を支拂つた。

すると店主クル／＼と包装し「どうも有難うございました」とその品物を手渡したのではあるが、何とその品物の上には五錢白銅が一個乗つかつてゐる。

「おや負けるのかい」

「いや買けたんぢやないですよ、五錢玉は私の志に過ぎません」

「なるほどね」

満足して歸つて行く若い客の顔。

「どうだ買けないといつたら買けない氣持がわかつたか」

といふとも明らかな店主の顔――

◇商品の見せ方の一例

客に商品を見せそれを説明するに當り、安い方から見せて行くか、高い方から見せて行くかはかなり研究すべき題目である。地方の某眼鏡店では客が来た場合安い品物から漸次高い品を見せて行く方法をとつてゐたが、どうも思はずくないといふのでこれを逆にして高い方から次々と見せて行くことにした、これがうまく行つて、成績は極めてよろしいといつてゐる、もちろんこれは程度の問題であつて、どの客に對しても同じ様に最高品から見せて行く必要はないのである、逆にある客に對しては下の方から見せて行くことが却て効果をあげることもある。

しかし大體からいつて眼鏡の如き客に商品がはつきりと判らぬ品物はなるべく高い方から見せて行くのが効果的やり方かも知れない、高いものが賣れるかも知れないのに安い方から先に見せたために「ではこれで間に合はして置かう」といつて安い品を買ふといつた場合も相當多いのであるから、その時その場に臨んで手際よく見せて行く必要がある、かなりむづかしい問題であるが、各店とも最も適當な上手な方法でやらねばならぬ。

(六) サービスの實施

1. サービスの氾濫

「冗談いつちやいけない、我々は社會奉仕のために商賣をしてゐるのではない」

かういふ言葉をよく聞く、全く聽てそれに違ひない様な氣がする、社會奉仕も何もあつたものではない、商賣をして儲けがあつて、業々と暮せた、贅澤が出来ればそれでいゝのではないか、一々奉仕だのサービス等といつてゐた日には儲けがなくなる、かうして考へは商人として多くの人々の懐く思想ではないだらうか。

ところで、サービスとはお客のためになる様に、お客に利益便利を興へるためにする店としての犠牲的な精神なのである。店の利益を度外視しても客のために盡さねばならぬこと、いひかへると一定の儲けの率を叩き下げる行爲なのである、従つて「俺は社會奉仕のために商賣をしてゐるのではない」といふ以上奉仕だのサービス等といふ事は一切實行出来ない譯である、然るにやういふ口の下から

「當店の奉仕」「顧客サービス第一主義」「×日から三日間これだけの超サービスをいたします」

なんて宣傳する、おかしい話ではないか。

そこで、かういふことが考へられる、社會奉仕のための商賣でなくても、やつぱり奉仕といふ事は必要な事柄である、儲けよう儲けようと考へてばかりゐる人々も、やつぱり儲けるためにはサービスなる事を實施せねばならぬといふ事、これだけは間違ひはない様だ。

即ち販賣競争の激化しない以前ならサービス等を口にしなくても儲けることが出来たが、近頃の様に賣る店が多くなり、客はどこでも自分の氣に入つた所へ出かけて行つて思ふ存分な買物が出来る世の中では、いくらやり度くなくても、客の利益のため

これが金をかけずに客を感激せしむる唯一の方法だ。

眞理の前に頭の下らぬ者がないと同様、親切丁寧に扱はれて腹を立てる客はない。

しかもそれこそが、一銭や二銭値段を安くするやり方よりも永久性をもつ所の顧客吸引の方策であるのだ。

3、サービスと評判

販賣員が誠意を以てサービスしたに拘らず、悪い客があつて、それを逆用して店に多大の迷惑をかけたとか、店主は一生懸命に公表したサービスの實施を心掛けてゐるのに店員がちよつとした機會にそれに矛盾する様な行動をとり、ためにこれのサービスを致ししますと公表してあつただけに却て悪宣傳の材料になつたりすることが往々ある。

そこでサービスの實施においては商店としても十二分の注意をして事に當らねばならない、折角の奉仕が悪評の種となつてはつまらぬこと此上もないからだ。

しかし、こつちが誠意を以て行動した事がたま／＼悪評を招く原因になつたとしても、それは誠意の罪ではあるまい、大に喰ひつかれた様なもの、盗人に物を盗られた様なもので、敢てとがめ立てるに及ばない。

誠意は必ず、さうした小さい故障を征服するものであり、禍を轉じて福となすことが出来るものである。

至店を擧げて誠意を披露せよ。客は必ずそれを是認するであらう、「親切な店」「勉強する店だ」「安心して買物の出来る店だ」

「氣持のいい店だ」との好評が忽ちそこら中に擴大されるであらう。

現に「社會奉仕のつもりで販賣に當つてゐる店」とか「道業商賣だから余り儲けなくてもよろしい、お客に喜んで貰へばそれが何よりの楽しみでして……」といつてゐる数多くの店々を知つてゐるが、それらもいづれも繁昌してゐるのだから愉快ではないか。

水は低きに流れる、客足は誠意ある店、サービス多き店に向つて流れる。

先づ附近の顧客から感激せしむべし、一度来た客が必ず二度来る様に仕向けるべし、これがサービスの實施上最も必要な心掛けである。

成功した實例

◇競争店を斷然壓倒

ある會社の購買部に二軒の靴店が指定店として入つてゐる、最初は兩方共同額位の販賣高であつたが、いつの間にか一方の店は壓倒されてしまつた、そのわけを聞くと一方の店ではすべてを親切丁寧に扱ふに反し片方の店は極めて粗雑である。その店へ出かけて行つて商品を選定する時でも「購買券」を見せると忽ち態度が變つてまるで賣りたくないやうな顔をする

いつた有様で、その上店員に少しも熱がないので買物に一向要領を得ないとあり、そのことが結局一方の店のみで買ふといふ意向になつたのだといふ。

なぜ積極的に買らうとしないのか、その理由は少々理解に苦むものがあるが、強ひて求めるならば買上げの一割をその会社の購買部へ提供することになつてゐるので、それが馬鹿らしいと考へることに理由があるらしい、それなら最初かう指定店とならねばよろしいわけ、しかし實際にはその会社には多くの社員が居るので購買額は相當に上り、しかも月末にキチンと支拂はれるので、よし一割引としても決して馬鹿には出来ない販賣なのである、店として大いに力を入れて然るべきであるのに店員連が力を入れず、しかもその客を冷淡に扱ふのは、なんといつても馬鹿らしい限りではないか。

殊にこの会社の全社員に「あの店は不都合だ」「どうも冷淡で買ふ氣になれぬ」等と宣傳されることは、その店が中心商店の有名店だけに、將來に影響することは大きいのだ、さうした點を考慮するならば多少の犠牲を拂つてもこの会社の全員に信用を博する様努めて然るべきではないだらうか、そんな会社の一つや二つ問題にせずとも自店の買上げに影響はないとたかをくくつてゐるのなら問題は別だが……。

◇軸や額を籤引で進呈

神出の某日本料理店主は、書畫が好きなどころから、知らず識らずの内に軸、額が數百點も集まつたので、これをお客にサー

ビスとして籤引で出すことにした、先づ郵下に一寸特別な陳列台をこしらへて軸や額を三、四十點掛け、テーブルの上には「書畫無代贈呈」と書いて次の様な挨拶状が置いてある。

「店主の趣味から永年の間に、蒐集しました書畫數百點の内、徳川末期から現代までの分、多くは駄物で御座いますが、御來客様の御座興までに店內入口に展覽に供してありますものから番號順にお頒ち申上げ度いと思ひますから、何卒次の規定を御一覽下さいませ」

とあつて

一、贈呈の方法は十圓以上のお客様に限り籤引の方法に依り度いと思ひます。

二、當落の籤引の結果は直ぐ判明します。

三、全額未滿のお方には一ヶ月後合計致します。

軸や額は挨拶状の中にも駄物だと斷つてある通り、二、三圓から四五圓程度のものが多く、時には廿圓程のものもあるが全部表装がしてあるからその儘掛けられるものである、もとゞ店主は趣味で蒐集したものであり、日頃のお客様に感謝の意味から無代で分けたものなので結果についてはさうたいした期待を掛けて居らなかつたが、これがまた大好評とある、好評の原因は書畫を籤引で分けるといふ變つたやり方のためであるが、無代で分けるといふ店主の氣持のためか、何れとも考へられるが、ともかくこれを始めてから趣味を語り合ふお客が斷然多くなり買上も大いに多くなつたとはお目出度い。

◇朝湯サーヴィス

新橋驛の某朝湯店で「朝湯サーヴィス」といふものを行つてゐる。「朝湯サーヴィス」とは毎朝、早朝の來客に對し定食として五十錢で午前五時から同九時まで奉仕する、そして朝食の客に對しては同じく午前五時から朝湯を無料で入浴せしめるといふわけだ、驛の附近であるだけに早朝着驛の汽車で上京した客にとつては實に嬉しいこと、そしてこの「朝湯サーヴィス」は飽までもお客様本位といふ立場から、風呂場に次のやうな掲示までしてある。

「お客様本位につき風呂番給仕人への御心付けを絶対に解退申上げます」

たしかに嬉しいサーヴィスである、殊に夜の遅い朝湯店であるだけに同店の早朝からのこの心意氣はなほ嬉しい。

◇避暑客獲得の新戦術

夏の海岸地は炎熱と都塵を避けた有産階級によつて賑ひを呈する、殊に湘南地方鎌倉、逗子等の所謂別荘地帯においてさうである、これ等は何れも商店にとつての高級客ばかりであるから、避暑中のかうした客については百貨店なり専門店としては當然撤退せねばならぬことである。

ところが今年早くもこの狙ひを以て鎌倉、逗子方面に撤退してゐる某百貨店がある、といふのはこの百貨店「巡回サーヴィ

ス」を開始したのである、「巡回サーヴィス」といふのは海岸の要所々にポスト型の頗るスマートで美しいボックスを設置しこのボックスに次のやうなことが書き添へてある。

「×××百貨店の巡回サーヴィスです、御必要な御買物品は御所御氏名と共に明記の上、このボックスの中にお入れ下さい」大體かうした意味合のもので、即ち客が欲つする買物を紙に書いてこのポスト様のボックス中に投げ込んで下さいといふのである、同百貨店としては一日に幾回となくオートバイで、ポストの中にある注文書を郵便を集める集配人宜しく集めて早速この注文に應じ商品を配達してゐるものである、午前中に投げこんだ注文は午後には届くといふ迅速さである、といふわけでこの巡回サーヴィス早くも避暑客大方の人氣と好感を買つてゐることである、専門店會なりチェーンなどでも狙ひ得るであらう、抜け目のない避暑客獲得策である。

◇雨傘サーヴィス二題

男に洋傘女に蛇の目——サーヴィスは精神的なものである、このサーヴィスをすればこれだけ儲かるとか、お客が必ず買物をして呉れるだらうといふやうな露骨な期待を持つたサーヴィスは眞のサーヴィスでもないし、その方が却つて効果も少ないものである、

この點について四谷の某パン菓子店では店主が本當のお客の便宜のため利益のためとの一念からサーヴィスに努めてゐることは注目されてよからう、一例を言へば同店では店舗が丁度バスの停留所前にあるところから雨天用の雨傘を用意してお得意に貸

してゐる。

所謂雨傘サーヴィスで、これだけなら何處でもやつてゐることだが、問題は雨傘サーヴィスを行ふその態度なり心組みである、同店では顔見知りでさへあれば何時でも嬉んで雨傘提供に應ずるばかりか、貸す傘は上等な洋傘と蛇の目傘で、殿方には洋傘を、御婦人連には蛇の目傘をそれへお貸しするわけである、これは同店のお得意が比較的高級客であり、同店の狙ひが高級客であるところからかくは準備してゐるものである。

一般の雨傘サーヴィスが店名の入つたお粗末な番傘であつたりする點に比較する時、如何にこの店が「お客の便宜のため」といふ精神に基いてゐるか窺へる。

俄雨に揃ひの洋傘百本——郊外のある小學校の前の洋傘屋では、最近「雨傘サーヴィス」をやつて、非常に評判が良い、それは俄雨の時、小學校の生徒が雨に降られて歸つたり、または家の人が子供を迎へて居るのを見て、これは、どちらも非常に困るであらうと、洋傘百本を學校へ寄附したのである、小學校の子供へ貸すのだから、特にがっちりした實用的のものを選んで異地の上に「××屋洋傘店」と刺繍をした、そしてその保管を學校の校長先生に頼んだので失ふ心配はない。

ところで俄雨の時などはこの揃ひの洋傘を、生徒がさして歸るので、一寸偉觀(?)を呈する位、學校も喜ばば生徒の父兄も喜ぶ、最近では朝少し天氣が悪くとも「雨降つたつて、××屋の傘を借りて来るから」と子供がいふ程有難がられて居る、それだけ生徒に宣傳がきいて居るのだから、洋傘屋の賣上りが悪からう害がない、初めは生徒が可哀さうだと思つてしたことが、とてけたところが面白い。

◇い つ も 間 に 合 ふ 店

いつでも間に合ふ店といふものはやはり顧客にとつては大きな魅力である、ところがいつでも間に合ふやり方には二つあり、あらゆる商品を取り揃へて置いて間に合はす店と、一つはもし店にない品物があるとすぐに取り寄せるなり、他店から買つて来るなりして客にサーヴィスする店である。郊外のある商店街にちようどそれの例がある、附近の人々にいせると、いつ行つても間に合ふ店は「××薬局と××堂洋品店」の二軒だけといふわけで、その故を以て二店とも附近の顧客を集中し繁昌してゐるのである。

その薬局といふのが即ち何品に拘らず、凡そ薬店として扱ふべきものは大小残らず取揃へて「ありませんでした」とか「品切れです」とかいはぬ方針の店であり、洋品店の方は客の要求さへあればどんな犠牲を拂つてもその客のために間に合はせるべく努力するといふやり方である、この二店のやり方は今日の小賣店として考ふべきものが多い、即ち理想的にいへば何でも揃つてゐること、どんな品を求められても「ありません」といはないのが良いに極つて居り、それが實現出来る店ならさうすることだが多くの店では何もかも取り揃へることはむづかしい、従つてプライスラインを研究し調査し、最もよく賣れる、最も回転率のい

い品物に主力を注ぎ、それに客の購買欲をひきつけることの外に手はない。

例へば一圓の品物の欲しい客にも一圓五十銭の品で間に合はせる様に仕向けるとか、××と指定して来た客にでも代用品を奨めて買はせることが望ましいことになる、しかし實際問題として、それでも××が欲しいといはれるなら、それが店にない以上「お生憎様」といはねばならない、だからさうした場合「ではすぐに取り寄せませう」とか「××へ行けば必ずありますから店員を走らせませう」とか、その客の要求を満たしてやるために犠牲的サービスをするのがいいことになる、とにかくいつつても間に合ふことが顧客吸引の大きな力であるとすれば、さうした點にも万全を期することを忘れてはならない。

◇購買組合も齒が立たぬ

東京郊外のある荒物屋さんは開業以來毎朝自轉車で住宅を廻り、午後に品物を届けるといふ御用聞販賣をやつてゐるが、この主人のサービス振りはまことに徹底したもので、暇さへあればどの家庭でも親身になつて手傳ひをなし、また世話をする、引越の御手傳ひはもとより、つい先頃ある家庭が東京から八王子へ引越をした時の如きわざ／＼八王子の引越し先まで出かけ泊り込みで荷物から運搬一切の世話をしたといふほどであり、煙を作つてゐる家庭に對しては煙の手入れをしたり、病人があると醫者を呼ぶ薬を取りに行く、またその家庭で知つて居ようが居まいが暇を見ては家の附近の雜草をだまつてむしり取つたりする。とにかく心から親切にサービスをやつてゐるわけで、現在商賣の方は特にいゝといふのではないが一旦出入りした家庭は決

して離れないので賣上げが減少する惧れは絶對にないといふ、殊に愉快なのはこの店の出入りしてゐる家庭に購買組合が働きかけて行くことが非常に多いのであるが「組合から買ふ事にしても醫者へ薬を取りに行つてくれる様なことはしてくれまい」とあつて購買組合には目もくれないといふのだ、つまり値段が安いとか高いとかいふ事が問題にならぬまでになつてゐるのである。しかもこの主人はもと／＼土地の百姓から荒物屋を開業した男で一日二圓か三圓の日當になればよいといふ考へをもち、それだけに販賣商品もろんと安く賣つてゐるといふのだから一層強いわけ、購買組合がいくら働きかけても動かぬといふこの事實はまことに注目すべきものといはねばならず、また引越して下へば自分の顧客ではなくなる家庭に對しても心からサービスをすゝる、その心掛けには頭の下るものがある。

◇折角の名案だつたが……

靴を一足買ふ、その後賣上の靴の履き具合はどうかと伺ひ状を出し或は「もう紐が切れる頃だから」と別に伺ひ状に靴紐を添へてサービスするやり方は大分各方面で採用されてゐるところで、そのことを實行したある靴屋さん、その店で靴を買つた客のところへ同標紐を送つてやつたもの……。

然るにその紐は黒紐であり、前に客の買つた靴は赤靴であつたといふから、これは少々ナンセンスといふの外はない、そのために客の氣分を害することはもちろんないわけだが、折角のサービスもお笑ひ草にされてはやり切れない。

だからさうしたサービスをするに當つては、客の名簿を完全にすると同時にどんな靴を買上げたかをも明瞭に記入して置くこと、わかり切つた事だが、そこまで注意してかゝらないと折角の努力も効果のないものになるだらう。

(七) 外交販賣の要領

一口に外交販賣といつても、一般小賣店の外交販賣、いはゆる御用聞きもあれば、問屋製造本舗の小賣店への外交販賣、いはゆる外賣り、外廻りもあれば、ミシン、レヂスター、自動車、タイプライター等の特殊商品の外交販賣、いはゆる外交などいろいろあるが、主としてここでは、小賣店の外交いはゆる御用聞きについて述べ、最後に問屋の外廻りについて一通り述べる。

1、近頃多くなつた御用聞き

従来御用聞きといへば、酒屋、米屋、八百屋、魚屋といった日用品店を主として一部の呉服商、小間物商に限られてゐたが近頃は菓子店を初めとして果物店、瀬戸物、洋品雜貨、履物、時計、さては薬店まで盛んに御用聞きをするやうになつた。恐らく今日の小賣商で御用聞きを行はなない業種は殆んど無いといつてよい、然もこれを行ふ店は日々増加する一方である。ところで左様に御用聞き、外賣りが盛んになつたのであるから、御用聞き方法もそれ従つて發達したかといふに、事實一般

にはそれ程進歩はしてゐない。

外交販賣で大いに發展し、繁昌するためには、もつと外交について研究しなければならない。

2、外交販賣の必要條件

「外交販賣の必要條件」として、新規顧客の開拓、顧客の維持確保、掛金の回収方法の三つを擧げることが出来る。

(一) 新規顧客の開拓

先づこれを日用品店の場合と、一般商店の場合とについて考へて見る。
日用品店の新規顧客を招ふのに二つの場合がある、引越客を招ふ場合、他店の顧客を招ふ場合。
先づ日用品店においては引越客を招ふのが最も一般的である。

「今日は××屋でございますが是非どうぞ一つ」

といった平凡な御用の聞き方では先づ落胆である、何かその場合印象を興へて來なければならぬ。

例へば單に口上だけでなしに、店の主義方針を書いたパンフレットとか、平凡だが手拭とか、カレンダー（その月或は翌月の）を置いて來るとか、或はまた、自店の代表的商品を見本において來るとか（某酒店では味噌を置いて來る、そしてその批評を聞いて喰ひ入るきつかけを作つてゐる）

もう一歩進んで、常に空家を調査しておいて、その家主も識べておき、引越らしい氣配がしたら早速家主のところへ飛んで行って確め、先方の住所を聞き、引越して来る前にその家へ押かけ、同じ引越の手傳ひをするのだつたら、引越して来る家の手傳ひでなく、引越す前の家の手傳ひをすることが望ましい。

越す前にすでにこちらの家を綺麗に掃除しておいて、その朝は早くから向ふへ手傳ひに行き、そして引越自動車に乗つて堂々と乗込めば、他の同業者はたいてい驚いて手が出せない。

次に他店の客を狙ふ場合、また引越客を取り損つた場合は、一旦引下つておもむろに相手方を調査研究をなして、そのすきを狙ふことである。

先づ狙ふ同業店の主義方針はどうか、商品は揃つてゐるか否か、値段はどう、欠陥はどこにあるか、更にその店員の能力、努力振りはどうか、サーヴィス振りはどうか、お困けの間違ひ、癖はないか、その店員の特長はどこ、欠陥はどこと出来るだけ細かく調査し、その隙、欠陥に乗することである。

次に客についての性質、趣味、嗜好を充分調査しておいて、同業店の隙に乗じ、その性質趣味嗜好に合つた戦法で突進することである。

また市場から買つてゐる客だつたら、月末のサラリーマンの、雨の日、嵐の日、暑い日、寒い日に行くのに限る、金のある天氣のよい日に行つたのでは絶対に入れない、と同時に自店は市場より高くない、或は市場より品がよいといふことを強調するこ

とを認めてはならない。

次に一般商店の場合であるが、大體日用品店とその要領は同じであるが、たゞ一般商店としては、日用品店と違つて、それ程競争が猛烈でないので、引越客を中心として無暗に飛込む必要はない。

よく考へて、この家は貸しになつても大丈夫とれるかどうかを豫め考へて入ることが第一の條件である。

さて大丈夫と見極めが附いたらおもむろに入る、ところが大抵の場合、女關拂ひならでお勝手拂ひであるから、豫めそれは電音でかゝらなければならない、あとは努力である。

努力無しでは外交は出来ない。

豫め手紙、或は適當な宛名廣告、カタログ、パンフレットを出しておくのも一つの手である、或はまた、常に子供の學費やうな、玩具、或は玩具廣告を用意しておいて、それを表に遊んでゐる子供に與へて、先づ子供を手なずけて入るといふのも一つの手である。

同業者の處に乗るのは前の場合と同様である。

(D)顧客の維持確保

一日得た客を片つ端しから逃がしてゐるは何んにもならない、どこまでもこれを維持し、しつかりと握んでおかなければならぬ。

この第一條件は、百のお世辭よりも、百の愛嬌よりも、どこまでもお客本位に、常に、出来るだけ良い品を、出来るだけ安く親切丁寧に商ふことである。

常にお客のためにといふ心持ちでお客に奉仕すれば、他店に奪はれるやうなことはめつたにない、實は「商店繁昌の秘訣」などといふことは、この「お客のために」といふ心持ち以外の何物でも無い、これを忘れて商店の繁昌など絶対に得られない。

(三)、掛金回収方法

これはなか／＼むつかしいことである。

この第一は、貸す前に、常に回収を考へて貸すことである、この家へは貸しても回収はつくかどうか、これは一見しただけではわからないが、二度三度接している／＼な方面から觀察すれば大體の見當はつくものである、氣を付けて居れば危いことが早くわかるが、ぼんやりして居たのではその時になつて見なければわからないものであるから、先づその最初にこのことを充分考へて注意しながら貸すことである。

例へば、その家庭の収入の割合にあまり買ひつぶりの良すぎる人は、収入と支出の觀念の少ない人だから第一に注意する、また家庭のだらしの無い家もあり感心しない、反對に、その収入程度の買物、或は生活をして、買物に注意し、考へて買ふ人は、支拂ひといふことを考へて買ふのであるから先づ確實である、また、家庭内がきちんとしてゐる人は、収入支出もきちんとしてゐるから安心である。

第二の條件は、貸す限度を定めてかゝることである、大體この家庭ならば、いくらまで貸しても回収し得るか、その限度を定めておいて、それを越えないやうに觀察するものである、勿論その限度が越へたならば注意する、無暗に貸すといふことは考へものである。

第三の條件は、いけないと思つたならば、早く見切りを附けて、取るだけ取つて早く諦めることである、多額の貸借れを作つた多くの人は、危いと知りつゝも、貸さなければ取れないので、よもやに引かされて段々多くなり、多くなれば容易に見切れないといつたやうな状態ですゝい大きくしてしまつて取れなかつたといふのである。

そして一日切りをつけてあとは取るやうにして毎月十錢づつでも廿錢づつでも根氣と努力で取ることである。

3、問屋の場合

従來の問屋の賣り方を見ると「たゞ賣りさへすればよい」といつた考へから無暗に押つけるといつた傾向があつた、そしてそれを賣上増進策だと考へてみた、しかしこれでは今日の外交はうまく行かない。

現在の小賣商は、あまりに多くのストックを持ち過ぎてゐる、そしてその割に多く賣れないから、益々ストックに困り、ために問屋への支拂ひも延び勝ちになつてゐるといつた有様である。

そこで先づ問屋としては、賣ることを考へる前に、小賣店の持つてゐるものを早く賣れるやうに仕向けることが先決問題であ

る。賤くハすいて居れば、自然に買ひもし、買ったものは支拂ひもする。

従つて今日の問屋外交員は小賣店のよき経営相談となり、よき助言者となつて小賣店の販賣を援助するやうに心掛けることである。さりとしてことに注意すべきことは、よき経営相談相手となれといったところで、頭から、かうせよ、あしせよと高壓的に出ることは問題で、どこまでも間接的に、下手に出ることはいふまでもない。

◇成功した實例◇

◇店主が戦線視察

御用陣をやつてゐる商店では、時々店主が戦線を視察しなければならない。これは誰でも實行してゐることだらうが、たゞ然とお得意に御挨拶をして廻る以外に、何かその御得意の買ひつ振りに異状でも認められた場合は特にその事情を調査し、或は特別に挨拶する位でなければならぬ。

ある酒屋さんではそれを極めて注意深く迅速にやつてゐる。例へばある家庭で毎月十圓なら十圓の買物をしてゐた、然るに今月分を見ると二圓しか買つてゐないといった場合に、何が故にかう買上額が減少したのか、何か店員の失敗があつたのではないか、他の酒屋が入つてその方から多くを賣ふ様になつたのではないか、或はその家庭に何か特殊な事情が生じたのではないか、

等々につき早速調査するし、もしそれが店の手落ちとか店員のやり方が悪かつたとか、商品その他何か氣に入らぬ事があるとかいつた時は丁重なる挨拶をなし必要があれば大いに陳謝するわけである。

これがお得意に好感を以て迎へられるのは當然であり、殊にその事情が判明して見るとその対策は直に實行出來て、お得意をしつかりと維持することが出來、またそれによつて日頃の商賣上の長所短所も發見出來るので、その點とにかく多くの利益を得てゐるのである。

「日頃どうも店員任せなのでいろ／＼と行届かぬ點があると思ひますが、今後一層氣をつけたいと存じますので……」と挨拶するだけでも、その店の熱心が認められる。

◇官廳で洋服の陳列販賣

販賣増進の手はいくらでもあるものだ、某洋服店主は頗る商賣熱心な男で、銀行會社官廳方面に自ら入りこみ、注文を受けるべく日夜努力してゐるが、生地の見本を例の台紙に貼りつけたものでは客に對し眞に呼びかけるわけには行かない、これを一着分づゝの生地を展示したなら恐らく一層注文が多くなるだらうとの見込みを立て、得意先の官廳なり銀行會社に晝食の休憩時間を狙ひ圓タクを頼んで車内に生地を山と積んで出かける。

そしてこれを廊下や集會所の一隅を借つて陳列して置く、これが素晴らしい成績で注文は從來のやうに見本台紙を持参した時に

比べて三層も四層もの注文が殺到したといふことである。

注文激増によつて圓タク代が出たことは勿論、注文を受けるに際しても時間的に非常に能率的であつたわけだ、つまり要は熱心に研究し努力するところに商賈の繁昌もあり賣上の増進もあるといふもの。

◇金は欲しくても受取らぬ

百貨店の驛道から逃れて、外賣りを中心に行ふやうになつてめき／＼成績を上げた某呉服店主の外交販賣のこつである。

「元々高級品畑で育つたものですから、どうも高級品しか賣れないのでね、ところが高級品となると中流以上の家庭でなければならぬので第一に苦心するとは、きつかけを附けることです、ところが、このきつかけがなか／＼むづかしくつて十中の八九までは女中に玄關拂ひです、だから第一回はあつさり手拭(店名入りの)を置いて歸へるのです、さうしておけばともかく××屋が来たといふことが奥さんの耳まで通じます、ところが第一回にあまりしつこくやると女中の反感で奥まで通じないのです、そして二三日してからやつて行くのです、すると女中さんも手拭を貰つた手前もあり一度奥さんに通じておいた手前もあつてともかく取次ぐといふ段取りになるのです、さうしたらもうしめたものです」

なるほど第一回は女中に反感を受けない程度にして歸る、これも手である、と同時に平凡な手拭もかうして用ふれば効果があることになる。

「さて一回お目にかゝつたら賣れるまで行くんです、そしてこの賣つた時が問題で、その時金を拂ふからといはれて、はい有難う御座いますといつたのでは駄目です、欲しくて手が出てみてもいゝ金はもういつでもよろしうございます、私の方も月末の方が却つてよろしうございます、もうお宅様などへお預けしておけば銀行へ入れておくのと同じで……と決して受取らないで歸るのです」

客として信頼されて決して悪い氣持はしない、なるほどこれも手でありこつである。

「もう一つの手は、これは販賣増進といふ手ですね、その奥さんに向きさうな柄を二三點店員に持たせて、今日かういふのが入りましたから一寸御覽願ひますといつて持たせてやるのです、この時自分で行つては駄目です、今日は見られないからとでもいはれたら、ともかく主人がお見せしようと思しましたから、お預けしますといつて置いて來るのです、翌日邊り如何ですとやつて行きます、これでは……といはれたら、では明日それを……といふ上合に出るのです、こゝまで來ればもう大丈夫すつかり親しくなれます」

たとへ店にあつた品物でも今日歸りましたからといふわけです、聞けますれば客として感じがよく、これなら充分客の中へ飛込むことが出来るわけ。

◇一日に三度も得意廻り

かつて某藥業問屋が、一日二度も得意廻りをするといふので、業界を驚かせたものであつたが、今度はこの上を越して一日三度も得意廻りをする問屋が現れた、その廻り方といふのは、Aといふ店員が午前中自分の受持區域を一廻りしてから、お晝頃歸

店して、受けて来た注文の配達を店に頼んで、午後はB店員の受持区域を廻るのである。同様にB店員は午前中は自分の受持区域を廻つて午後はA店員の区域を廻るのである。そして夕方得意廻りをして居る店員全部が歸店してから、今度は自分の受持の店をすつと電話で御用聞きをする。

結局で一日三度得意廻りをしてゐる職定である。然も廻る時間は必ず一定の時間にきちん／＼と廻つて居り、五日目とか一週間目とかには、普通の店員の外に相當年配の店員が何つて、若い店員では不備のところを補つて居るといふ。一日に三度も同屋からの御用聞きに來られては、一寸邪魔つけど白眼視する店も、中にはあるさうだが成績は非常に良いとある。いづれにしても一日に三度もお得意廻りをする熱心さは充分買つてよい。

元來賣業などいふ商品は、細かい上に種類が多いものであるから、余程ストック整理の行届いてゐる店でない限り、品切れを知らずにゐたり、注文するのを忘れてゐたりする、従つて當然注文しなければならぬ商品でもつひ忘れてゐて、他の同屋などへ注文されてしまつたり、これがきっかけで全然他の同屋に注文を奪はれてしまふことさへある。それをかうして一日に三回も廻れば絶対にその心配はなく、また小賣店としてもお客に品切れのお断りすることも少なくなるし、またあつたにしてもその日のうちに間に合ふことにもなる。

然も昨今のやうに、小賣店が問屋を倉庫と心得て、出来るだけ少ないストックで商賣しようといつた傾向の甚だしい時にこの経営が悪からうはすがない。

◇御用聞きで現金賣り

御用聞きを行ふ商店で貸しにならない店はあまり多くあるまい、わけても酒屋、八百屋、米屋といった毎日御用聞きをする日用品店などでは恐らくあるまい、それは從來殆んど不可能とされてゐた、ところでここに毎日御用聞きする酒屋さんで徹底的に現金賣りを行ひ、然も堂々よく繁昌してゐる店がある。

それは某酒店であるが、この店では「年中通帳をメない酒屋」「年中買ふ身で賣る酒屋」をモットーとして現在十二名の店員を總動員して毎日千數百名の常顧客を御用聞きしてゐるといふのであるから、凡そその繁昌振りも想像されやう、然もこの顧客範圍は地元日本橋は勿論、京橋から本所、深川、神田、下谷方面まであるといふ、更に驚いたことにはやはりこの店が出してゐる附近の某市場の毎月一日、十五日、廿五日の三回行ふ特賣日の疋きは物凄いはかりの賣れ行きで、味噌など一回に三百貫(約十五樽)から賣るといふのだからたいしたものである。

現金で然もどうしてかやうに賣れるか、それには店主のどこまでも積極的な意氣と努力とによるものだが、何んといつてもその第一の理由は徹底的に安いといふことである、例へば酒についていへば「一升つゝ現金でお氣に入りの酒をお買ひ下さい、御買上げ五升になりましたら御買上げと同じ酒一升早ういたします」といつた安賣りであり、その他一般に他よりも安く賣り、極端に安く賣れないやうな商品にはいろ／＼の景品割引し政策を行つてゐる。

例へば空庫を他よりも高く買入れたり半糖、石鹼、齒粉、キャラメルといったいろ／＼な景品を附けてゐるのである。要は現金で買へば掛で買ふよりは必ず得たといふことを徹底的に宣傳し、徹底的に實行してゐるのである。これについてこの店主は「出来ないと思へばどんなことだつて出来ません、やるぞ……」といふ信念、そして努力です。この熱と努力さへあれば何んでも出来ます。御用聞きでは現金賣りは出来ないと思へば出来ないし、出来ると思つてやればこの通り出来ます。無論現金である以上、それだけ否それ以上、掛で買ふよりは得なところが無ければ客は買つてくれませんが、安くあれば、どうせ拂はなければならぬものですから拂ひますよ、あとは努力で多く賣り、數で儲けて安く賣ることです。私は進むことを知つて退くことを知りません、お客も買上げもどん／＼増加して行つてゐます」と、もとよりこの場所なるが故にこれが容易に出来たとしても、ともかく、やらうと思へば何んでも出来、御用聞きで現金賣りも可能であることを我等に教へてくれた。

(八) 店員の上手な使ひ方

店員を如何に上手に使ふかといふことは、店員を如何に上手に訓練するかといふことに歸着する。然るに世の多くの店主經營者達は、使ふことのみを知つて教へることを知らない、よく教へ、よく訓練しないで、上手に使ひ販賣能率を擧げやうと思ふのは、木に依つて魚を求むるの例に等しい。

されば店員を上手に使ふには、先づ教育訓練しなければならない。

1、從來の店員に對する態度

從來の店員に對する店主の態度は、店員は使用人であり、使ふものであり、使はねば損である、といった態度、考へ方であつた、それ故に店員も自然に使はれるといふ觀念が生じて來る、如何にこき使ふかの態度には如何にこき使はれないかの態度が生じて、ついには

「主人の前ではよく働くが、主人がゐないとちつとも働かない」といふことになる。

「早飯、早糞、早起」といつた封建的な下種、小僧、奉公人といふ考へ方では、今日の店員は働かない。

店員はセールスマンであり、販賣の第一線に立つて働くものである。

如何にしたならば、お客に親切に丁寧な接客し、販賣能率を擧げ得るかといふ點に重點を置いて指導し訓練しなければならない。

2、店員訓練の要諦

店員訓練の第一の要諦は、店員を訓練するのは、單に店主經營者のためばかりではない、店員それ自身のためであるといふ考

へ方をはつきり味き込むことである。

即ち傳票の整理も、店の整理職も、更に進んでは、接客態度もこれを學びこれを研究することはすべてこれ店員自身の將來のためであり、一店の店主、一店の首腦者となるためには是非共知っておかなければならないといふ考へ方でこれを指導するならば、店員は、日々の仕事はこれ自分の修業、修養のためであると考へてよく働き、よくいふことを聞く。

これだけでなく、心から教育され、心から働かない。

然しながら、あまりに自分のためを強調すると、すべてのことを利己的に考へて、自分のためのみを考へて、店のためといふことを考へなくなる、そこでこれと同時に、店員が日々お客のためによく働き、お客に満足をおこすことは社會のためであるといふ考へを持たす必要がある、ここに第二の要諦がある。

即ち吾々が商賣をすることは、單に吾々の利益のためばかりではない、消費者のためにいろいろな便宜、満足、利益を興へるためである、ここに貴き商人としての社會的使命がある、まれば店員が店員として日々賣場にあつてお客に接し、お客に満足と喜びを興へることは、店員に興へられた貴き社會的使命である、そのためには、種々接客法を研究し、商品に對する研究をなすのだといふことになれば決して利己的にはならない。

しかしながら、こゝにも問題があつて、あまりこれを強調すると

「俺は主人のために働くのではない、社會のために働くのだ、従つて主人の命令など聞く必要が無い」

と誤つた考へを持たないとも限らない、そこでそのためには店の恩、主人の恩を感ぜしむることが必要である、ここに第三の要諦がある。

即ち今日店がよく繁昌し、吾々が安心して日々の營業が出来るのは、この店があるからである、而してこの店は先代、若しくは先々代、更にそこに働いた多數先職店員の賜である、されば吾々は先祖先職の恩を感ぜし、先祖先職の遺した信用を傷つけないやう、どこまでも働かなければならない、と先づ店の恩を感ぜしめ、更に進んでは店を代表し、先祖の遺業を繼いでゐるのは店主であるから、店の代表員としての店主の命令に服さなければならぬといふ考へを持たす。

即ち店員訓練の要諦は、店主がいろいろといひ、いろいろと教へるのは、店員自身のためであり、社會のためであり、店主のためでもあるといふ考へ態度で行ひ、このことを店員に充分飲み込ませることが必要である、このことなしにはどんな教育も訓練も實を結ばず、上手に、よく働くやうに使ふことは出来ない、ましてこれによつて賣上増進、店の繁昌を圖することは出来ない。

3、店員の待遇

次に必要なことは待遇である、如何に、自分のため、社會のため、店のためと考へて見たところで現在の待遇が酷く、將來の希望も、業もまた保護も無しではそこに不平が起る、そこはお互人間である、何んとかしてこの不平を少なくしてやるやうにすることもまた必要である。

實際において、よく繁昌してゐる店の店員はいつでもよく、また待遇も非常によい、繁昌するから待遇がよいとも見られるが、待遇がよいからよく働き、よく繁昌すると考へた方が至當である。

もとより年若き店員にすべての待遇をよくする、特に給料を多く興へるといふことは考へるものだが、しかし將來への希望、保證を出来るだけ充分與へてやることは必要である。

例へば毎月の給料を強制的に積立て、やつて、將來の獨立資金を作つてやるとか、獨立の舞台はかく／＼のこゝとしてやるとか、ともかく將來の希望を興へてやることである。

現在を樂み、將來の安心を興へるならば日々よく店主の命を聞き、よく働くのは自然である。

要するに店員を上手に使ふといふことは、上手に訓練し、自然に自ら働くやうに仕向けることである、そのためには、店員の根本觀念を改め、待遇をよくしてやることである。

◆ 店員訓練の實例 ◆

◇ 店員教育五ヶ年計畫

店員の良否は店の運命を決定するほどの重要性をもつ、殊に理髮店の如きはそれが一層重大問題である。

澁谷の某理髮店では店員訓練のために五ヶ年計畫を樹て、本格的な努力を續けてゐる、一ヶ月二回公休の暇を利用して修養會と名づけた會合を催し、その席上店員教育のテキストを以て徹底的に教へ込んでゐるのであるが主眼とする所は修養、接客法、理髮技術の各方面に亘り理想的な理髮店員に仕上げる點にあり、のみならず他の理髮店をも神察見學する機運もあつて、従つてその成績は見るべきものがあり、接客態度とか技術は直ちに客に反映するだけに非常な効果を見せてゐるとの事である。

理髮店としては注目すべきやり方であらう、つまり今日の新しい理髮店はその設備において、店舗形式において、理想的ならんことを心掛け、ために外觀設備共に客を喜ばせるに充分なものが多い、しかしどれだけ設備を完全にしたところで、實際そこに働いてゐる店員が悪ければなんにもならない、またその店員の技術が優秀であるとしても、不親切な扱ひ方をしたのでは客を満足させることは出来ない、そこを狙つたのが右の理髮店で、徹底的な教育をすることにより、設備を整へることと相俟つて万全を期さうとしてゐるわけ。

◇ 優秀店員を派遣し合つて訓練

某菓子店では店主自ら陣頭に起つてその都度具體的な事柄について訓練に努めてゐるが、この店では同時に他店の優秀店員を臨時手傳はして、自店店員の訓練を圖つてゐる。

といふのはこの店親戚が約七軒市内に菓子小賣をやつてゐるところから、各店が特に繁忙の際に親戚の他店からの應援を求

めるのである、その場合各店における最も優秀な店員を派遣するにしているのである、かうすると繁忙時の手傳ひになるばかりか、他店の優秀店員が店にやつて来て働いてくれるのであるから、接客についても包裝についても、細かな言葉使いについても、その一つ／＼が立派な實際訓練となる。

とかく店主があれやこれやと注意をすることも勿論必要ではあらうが、かうして如何に親戚關係にあるとはいへ他店の先遣店員が来て手傳つてくれることは所詮百戰一敗にしかずで、多大の刺激となり實際の訓練となつてゐるわけ。

◇能率増進は將來の保證から

店員の能率をよりよく擧げるためには、店員が自發的に働くやうに仕向けなければならない、そのためには先づ第一に店員の將來を保證し、店員が毎日朗らかに勤務出来る様になければならない。

こゝを考へて本郷の某米屋では、入店當時店員と約束した保證方法を最も確實に履行するため、最近店員のための貯金を開始した、即ちこの店では従來から店員との約束は高等小學校を卒業し十五歳から十六歳から満廿五歳まで眞面目に勤務すれば、現金千圓と店を一軒持たせることになつてゐた、十五歳から満廿五歳までは約十二ヶ月の長い期間であるから、若し間違ひがあつてはならないし、また期間が満了した時、一度に纏まつた金を出すのは店主として非常に苦痛であるところから、最近店主が自ら進んで店員のための積立貯金を開始したのである。

その方法は一ヶ月十圓づゝ店員の名義で郵便貯金をするのである、勿論この場合通帳は店主が保管して居るのであるが、拂込んだ度毎に店員に見せて居る、また五圓づゝ渡して居る小使も成る可くこの貯金に入れる標奨めて居る、ために店主の誠意が店員に一層はつきりするし、今では毎月貯つてゆく通帳を見ることを一つの大きな楽しみとして居る位で、非常に好い結果を示して居るといふ。

◇自ら研究會得さす

店員教育は結局店員自身が自ら積極的に研究し、自習するのが最も効果的であるといふところから、某藥局では、毎月一定の研究題目を與へて、店員自身の研究と會得とを奨勵してゐる。

その方法は先づ月初めに接客とか賣出とかといった題を主人から店員全部に出す、そしてこの題を與へる時、どういふ態度で研究すべきか、例へば本を調べるならば、大體どういふ本が良いとか、どういふ方法で調べたら良いとかを話し、そして月半ばに一度中間報告をさせる、それは長い間ゐる店員ならば、よくのみ込んでゐるが、新しい店員は勝手が分らないから、中間報告を利用して主人がその研究の援助をするのである。

また一ヶ月の研究期間中店員同士相談することを許されない、結局一ヶ月の間店員が自ら苦勞し研究し、月の六日か七日の夜分全店員を集めて報告するのである、全部の報告が終つてから、店主がこれを批評し、優秀な者には相當な獎勵方法を講じて居

るのである、この店ではこれを開始してから店員が何かにつけ研究的になつて、自分で毎日の仕事を反省する様になつたし、他の店員の動作も批判的に見るやうになつた。

また全店員がいろ／＼選つた目で見て来たものを主人に報告するのだから、主人の勉強にもなりその効果は非常に大きいところの店では言つて居る。

◇店員を働きよくすること

店員を如何にして働かすか？働かすといふ言葉が悪いかも知れないが、ともかく店のため協力し仕事の能率を擧げさすのにはどうしたらよいだらうか？勿論その根本的問題として店自身の経営方針が立派に樹立されてをらねばならないのであるが、店員の日常生活についても働きよい様に仕向けることが一番必要なことである。

次の例は一般物品販賣の店ではないが、八人からの職人を雇つてゐる市内某印刷店の職人使用態度である、先づ第一に同店主が雇庸人について持つてゐる信念は

「假令客に不便をかけるやうなことがあつても第一第三の公休日には必ず公休せしめること」

第二には

「寢室を出来るだけ快適なものとして提供すると共に食事に御馳走を出す」

といふことである。

つまり食、住について出来るだけの待遇をほし、公休日は如何なる事情があつても毎月與へるといふ方針である、公休を厳守するについては勿論雇庸徒弟の意向も考慮してゐるもので、去る五日の早慶野球戦が第二日曜に行はれ、徒弟達が何れも自物を懸望してゐるところから第一日曜を第二に選らしたやうなことがその例である、また食事については、日に二度出先きにある者は例外として八名が全部揃つて家族と共に食卓に向ひ、惣菜御馳走も全部家族同様にしてゐるのである、寢室についても同様で三階の部屋を開放し衛生的な採光通風上の設備を施してゐることはいふまでもなく、勤務時間外は各徒弟の完全に自由な天地として一切の干渉を避けてゐるのである、職場自體が頗る非衛生的な彼等にとつては、この自由な心地よい寢室と家族同様の御馳走に與ることが何よりも好しく嬉しいことで、そこに必然的に仕事の能率が上るわけである。

◇良き店員を得るにこの苦心

よき店員を得ることはなか／＼の至難な業、しかしよき店員一人を得ることによる店の得る利益といふものは莫大である。

四谷の某菓子店では、三週間も新職の求人廣告を續け六、七百人も首實檢の上漸く一人を採用したほどの苦心を拂つてゐるが今度は適々富山縣まで出向いて店員を探しに行くことになつた、といふのは同店主の郷里が富山縣である關係から、同地出張今春小學校を卒業する者の中から優秀な將來見込みのあるやうな店員の卵を求めて來ようといふのである、これについては同店

の店員の外に職戚關係の店員も併せて募集して来ようといふのであるが、東京から遠路遙々と富山にまで出張してよき店員を求めようとする同店主の熱意は唯感服の外はない。

同店主としてみれば

「少々の旅費をかけたところで一人よき店員を得れば、店の販賣能率はぐんぐん上伸びます、だから果してよき店員が得られるかどうかと今から心配でならないのです、旅費や時間潰しの犠牲は何でもないのです、問題はこちらが注文するやうな店員志願者があつて呉れるかどうかです」

店員の——しかもよき店員の協力をこそ商賣繁昌の源泉であり、商賣の生命線であるとの信念を堅く胸に抱いてその信念の具體化のため断然遠い郷里に店員を採し求めて行く態度はうれしい。……

◇時間がないでは訓練は出来ぬ

良き店員を整備しなければならぬ、店員教育に力を入れねばいけないといひながらも店員に勉強する暇を與へないでは理想的な教育は出来ない。

深川のある食料品店では最近店員を三つの組に分ち、毎晩一組づつ夕食後自由に勉強させる方法を採用し、目下それを實行してゐる。

つまりこの店には六人の店員があるのでそれを二人づつ組合せ、夕食後は二つの組が店に出て、一つだけは特別に作つた勉強室に入り、自由に讀書をさせるわけでこれを毎晩交代に行つてゐるのである、書籍は目下のところ學校の教科書とか商店經營に關する参考書であるとか雜誌三種であるが、將來は特別に教科書を與へて機會ある毎に店主自身が講義をしたり指導をする様になるらしい、たゞ初めたばかりで店員連の讀書の習慣がついてゐないので、勉強室にゐてよいといふのに、店に出て来たりすることがあるので、今後専らさうした勉強をする習慣を養はせその雰囲気をつくることに努力すべきであるといつてゐる。

なほこの店では店員として修養するには何もかも一通りは出来なければならぬといふので帳簿のつけ方、會計上の事務まで一人一人全部のものに練習させる方針で進んでゐるので、店主の理解あるやり方と店員の方の積極的な研究とによつてとにかく効果的な教育が實現されるであらう。

(九) 巧妙な仕入法

1、如何なる商品を仕入れるか

利は元があり、仕入れの取扱は、最も買れさうな品(回転の早い)を一錢でも安く買ふ點にある、いふ迄もない事だが、事實はそれがなか／＼うまく實行出来ない、安いと思つて買ふと買れずに残して了つたり、買れるものと豫想して買入むと案外の見込み外れとなつたりする、仕入れのむつかしさはこゝにある。

先づ如何なる商品を買ふべきであるか、即ち賣れる商品は何であらうか。

これを知るためには、實際にはその店の正確なプライスラインが作製されねばならない、どんな品物でも揃つてゐるといふ事はその店の強味であり、顧客を吸引する魅力ではあるが、資力と販賣力に制限のある一般小賣店であらゆる品を揃へることは事實上出来ない、そこで自店の客筋を十分に研究し、上流か中流か或は下層かを見究め、その客層に最も向く商品を買はねばならず、その中でも特に力を入れる主力商品を選定せねばならない、それにはプライスラインを作製して、何が主力商品であるか、その値段はどの點かを知悉し、更に前年度の賣上げ統計その年の社會情勢、流行等を参考として仕入れをすべきである。

商品の種類を制限し、その主力商品を厳選することは一面からいふと顧客をも限定する、例へば二圓五十錢と三圓の中折が主力であり、そこに重點を置いたとすると、高級客は遺憾ながら逃がさねばならぬ、しかし、これは致し方のない事で、さうした客のためをも考へてAからZまであらゆる商品を揃へ、或は年に一個賣れるか賣れないか判らない品物を徒らに畫羅させて置くのは愚の骨頂であるからだ。

次は新製品、流行品に就ての仕入れであるが、これには常に怠らざる研究をして販賣のチャンスを探まねばならない、新しいものに人々の興味が集まり、購買心が喚起されるのは當然の事だから、新しい品物が飛び出した時は速早く研究して、これは賣れると確信がつけば、サツと買つてサツと賣る機敏さが欲しい、殊に流行のテンポの早い例へば婦人服飾關係の商品の如きは仕入れにも販賣にも他店より一歩進んだやり方が必要である。

2、値段について

一錢でも安く仕入れたい。一錢でも高く賣つて、その間の利巾を多くしよう、これは商人として當然の考へ方であり人情である。そこで値段が安いといふと一も二もなく飛びつく、見切りだの、犠牲だの、投げ物だのといふと前後の考へもなく手を出したが、それは理窟ではない、日常仕入れに當つて値段を安く安くとそればかりを考へてゐる矢先に、ボンと安いものを投げ出されるとフラクと買つてしまふ。

それも自信ある場合即ち賣り切る見込みのつく場合なら結構だが、たゞ無暗と買ひ込んで安く仕入れたのはいゝが、ちつとも賣れなかつたでは問題にならぬ。

いつ如何なる場合においても自店の販賣力を忘れてはならない、永く手持ちしても普通の値段で賣れるもの、一年や二年持つても尙且つ利益があるといふ一種のスペキュレーション(投機)として仕入れをするのは別問題だが、最近の小賣店では投機的仕入れをして成功した例は皆無といつてよい程少くなつた、交通機關の發達と販賣競争の激化が必然的に投機的商法を終絶させたといつてよく、たまぐ先見込高を豫想して買込む店もあるが、これらは終局のそろばんでは必ず引合つてゐないのであるから注意を要する。

自店の販賣力を測定し、賣れるだけ小口に仕入れをすること、これがやはり一つの原則となつて來た、但し「若しこの品物を

こんな趣向で賣出したらこれだけは必ず賣れる」といつた風に販賣の方法手段を考慮し、積極的に賣つて出る確信のつくものなら思ひ切り仕入れをして客をそこに惹きつけることが望ましい、確信を以て仕入れた品物は必ず賣れる、多くの實例がそれを物證つてゐる。

3、問屋操縦法

秘訣的な仕入れ法、巧妙な仕入れのこつ等々、そこにはいろいろの手段もあり方法もあるが、その根本となるのは、問屋なり製遺家なりを如何に操縦するかの問題である、仕入れの根本觀念は實はこゝにある。

賣る者と買ふ者とは、その商品を中にして一種の對立をなしてゐる、「高く賣りたい、安く買ひたい」が人情だからである、そこで取引は對立であり、それはん玉の戰爭だと考へ勝ちである、これに異存はない、が、しかし、考へるのはその對立の結果である、對立であり、戰爭であるとすれば必ず力の強い方が勝つ、しかして問屋と小賣店とはどつちが力が強い、百貨店とか一流専門店なら小賣店の方が「買つてやる」態度で臨むことが出来るが、さもないれば大體において問屋に打ち負かされる、これを諷刺して巧妙な仕入れは出来ない、問屋が買込みに来る、競争して来る、賣り手が多い、需要供給の原則からいつても買ひ方が威張られる、安く頭をたゝいて見切らせることも出来る、かう考へて安く見切らねば仕入れぬ方針を以てかゝると、一度や二度はそれで成功するかも知れない、しかし年中そんなやり方が効を奏するものではない。

どの問屋からも毛鷲ひされる、商品は段々と駄物化する、年中買ふ店が違ふので商品は不揃ひとなり、客の信用を害する様なことにもなる、事實力の弱い小賣店が、大きな問屋に對抗して巧妙な仕入れをしようとしても、それは殆んど問題にされない様である。

かと力が平均して居れば押せ、向ふの力が強ければその懐に飛び込んで、相手の力を利用してよ、この威則を忘れては巧妙な仕入れは出来るものでない。

取引には必ず相手方がある、小賣において顧客の便宜を圖つてやらねばその店に寄りついて来ないと同様、仕入れに當つても相手たる問屋又は製遺家の利益を無視しては商賣は成り立たない、相手もまた商人であり一定の利益を見て生活をしてゐるからである。

力の弱い潰れかゝつた問屋なら法外な見切りにも應ずるかも知れない、桁外れの値切り倒しにも仕方がないと諦めるかも知れぬ、それを狙つて時々特價品を入れるのも一つの術ではあるが、そればかりを狙つては問題にされない、力の強い相手に當つた時は木ッ葉微塵にナツクアウトされる。

それよりも、自分及び自分の店を問屋の方へ賣り込んでしまふ、腹を割つて信すべき問屋の前に投げ出してしまふ、問屋の方で「なるほど」と感心する所まで飛び込んで行く。

「よろしい。あの店なら、あの男のためなら大いに援助しよう」

ここまで来れば占めたものだ、問屋の力を利用出来れば、商品を値切らないでも、その品質につき由眼鏡で検査しないでも、自然に露けさせて呉れるもの、この二つを知ることこそ眞の仕入れ上手ではないだらうか。

然して問屋をしてそこまで信用させるためには、誠實であること、仕拂ひが確實であること、人間的に優れてゐること、道理を以て問屋に對すること、懸命の努力をして自店の販賣力をよりますく多くすること、内情をさらけ出して心から相談をすること、等々の事柄が是非とも必要となつて来る。

◇ 成功した實例 ◇

◇ 新製品の仕入れは店員と合議

切り切つた品物を仕入れる時は、主人なり支配人なり或は仕入係が獨斷を以て仕入れをしても差支へないし、また事實専門の人が獨斷でやる場合が好結果を得るわけでもあるが、新製品であるとか初めて扱ふ品物とか品質賣行き等が全然目當のつかぬ商品を仕入れる時は獨斷でやると往々にして失敗することがある。

だから、さうした商品の仕入れは余程慎重でなければならぬとあつて、某雜貨問屋では新製品の仕入れに當り主人以下倉庫に働く店員まですべてに相談し、すべての同意を得てから仕入れることにしてゐるといふ、従つてそこにいろ／＼の意見が生れ

検討が行はれるだけに自然慎重となり、仕入れたものゝ販賣はすべて眼詰に賣り捌くことが出来るといつてゐる、殊に全店員がその商品の仕入れに關係してゐるだけにその品質、特長等をよく知ることになり、その上仕入れの責任の一半を感ずるだけに、販賣するに當つてもそれだけ眞剣味をもつことになるので、賣行も一層敏活となるわけだ。

これは一般小賣店の仕入れにおいても充分考へるべき問題で、出来ることなら全店員の同意を得て仕入れに當りたい、その方が無難でもあり回轉率を高めるゆゑんでもあるからだ。

◇ 本舗と提携し販賣能率を擧ぐ

一つの製造元または問屋から出される商品のみを扱ふのがよいか、數種の商品を扱ふのがよいかは業種によつて一概でないしどつちを採るかはその場合によつて一定しないわけだが、特にその製造本舗と提携してガツチリとした販賣をするにはその商品のみを扱つて他の商品を賣らぬ方がよいのはいふまでもない。

これはある履物店での例だが、足袋は××足袋以外に扱はないことにしてゐるのでそれがために本舗の好意的援助を受けることが多く、販賣能率を高めるばかりでなく、支拂ひその他にも極めて有利な條件で臨んでくれるので、生じつか他の商品を扱ふよりも非常に成績がよいといつてゐる、これは當然さうあるべきもので、格別珍しいことではないがいろ／＼の品種を揃へた方がよいといつて競争商品をわざ／＼置かぬためにどつちからも好意的に扱はれない場合が多いとすれば相當考へねばならぬ問題だ

といへる。

殊に履物店に於る足袋の如きは洋品店の足袋と同様、主力商品でないのだから、いろいろの品種を扱ふよりも一つの製造元から出るその商品のみを扱ふことが結局は賢明のやり方となるわけだ、つまり小賣店と製造本舗または問屋とガツチリと手を組んで行くことが出来、製造元の積極的な販賣運動を巧みに利用出来るし、その他目に見えぬ各種の利益が生れて来るからだ、絶対に問屋ではないが、かうした點も今日の小賣店としては眞剣に考へるべきであらう。

◇腹と腹の取引き

問屋との話し合ひさへつけば——といふよりも、問屋との取引が腹と腹とで行はれるやうになると、あらゆる點で有利な仕入れをすることが出来る、最近ある洋品店ではこの取引問屋との關係においてもさういつた傾向となり、特價品に困らないといふ以外に、夫々と有利な條件が持ち出され、だまつて居ても儲かる商品を持ち込んでくれるやうになつたといつてゐる、つまりこの店ではそこに出入りする問屋の外交員に對し

「君がほんたうにこの店に品物を賣らうといふなら細かいそろばんを抜きにして賣つて來給へ、それがために失敗をするところがあるなら君自身の首をかけていつても身を引く位の覺悟で賣つて來て欲しい、もちろんこつちもそのつもりで買ふ、けちな事は一切いはない、この店の運命をかけて、また自分自身を投げ出して取引をする」

といつた風に話し合ひかけるわけで、その熱意と決心と努力振りが必ず問屋の店員を心から感動させ、且つ問屋の主人をして心か

らその店を援助する様な氣にならせる、従つて有利な商品があれば眞先に持ち込んでくれるし、店の販賣に對しどこまでも好意的な援助をしてくれる、小賣店としてもそれに對しては大いに感謝するし、支拂ひ、その他とにかくそろばん抜きで取引をすることになる。

だから兩者の間柄はますます親密となり、眞の共存共榮が實現することになる、これは兩者の運命が出来てしまへば何でもない事であるが、實際には口でいふ程簡單ではない、互に腹と腹とによつてドツシリとした取引をすることはいつの場合でも最も重要なやり方ではあるが……。

◇自ら考案して他店を断然壓倒

問屋なり製造家なりが持参する商品をそのまま販賣する場合と、特に小賣店側でその商品についての研究をなし、問屋製造家を動かして獨特のものを作り販賣する場合とは能率上非常な差違を生ずる、これは昨年の秋から冬にかけてある百貨店がジャージの婦人服をすばらしく賣つた話だが、その原因といへばやはり自發的に積極的に自分で研究したデザインを問屋をして製造させた結果だといふのだ。

即ちジャージ服の進出は最近著しいものがあるので、そこに着眼したその百貨店の婦人服部では、特にジャージに對する研究をして、そこに普通の婦人服と同様の流行を取り入れ新しいデザインによる目新しいものを作らせたわけだつた、従つて

その賣場に出されたものは獨特の品物で婦人達の注目をひき同時に店として苦心した品だけに確信を以て客に奨め得るとなり豫期以上の賣上げを見せたのであつた、これはある問屋から見た數字であるが、ジャージーだけは他の百貨店を壓倒した賣行きだつたとあり「やはり研究した商品は賣れる」ことを痛感したといつてゐる。

當然のことだといへばそれまでだが、かうした點については一般小賣店も充分に考慮しなければならぬ、即ち自動的に研究し特製した品物については商品それ自身が洗練さをもつてゐるばかりでなく、直接客に賣る場合にもその意氣込みが興つてゐる、それだけに客をひきつける魅力をもつて來ることになる、小賣店としては全商品をさうするわけには行かないだらうが、何か一品でもよい、積極的に研究した特製品を賣る機努力したいものだ。

◇仕入れ過ぎで失敗

無地ものとか一般向の商品とかいふものは、誰にでも向くし、いつでも賣れるといふので、仕入れに當り値段さへ合へば賣定數量以上に持ちたがる、どうせいつでも賣れるからといふ單純な考へからストック量について何等の考慮もなしにすらくと賣ふ傾向があり、殊にそれが投げ物である場合は思ひ切り買ひ込むことが多い、一見無難なやり方の様だが、これが往々にして失敗することがある。

例へばある洋品店で白キヤラコのワイシャツ八十銭賣りのものを、やはりこんな品を儲くのは譯のない話だと無造作に仕入れ

をした、ところが實際店に出して見ると、これがてんで賣れない、いくら賣出しの看板商品にしても或は特別客に奨めても一向買はうとしない、遂にそれは大量のまゝストックとなつてゐるといふ話がある、白キヤラコのワイシャツはいつでも、また、誰でも買ふものであり、しかもそれが八十銭といふ格安品であるから一時賣り残しても何とか抛きがつく様だが實際は賣り残すらんざりして再び積極的に賣る元氣をなくするし、同時に白いもの等は少し長く置くと思ひやけて來る、結局ローズになるといふわけ、従つて、その商品が「いつでも誰にでも賣れる」と見えるものである場合はさうした失敗に陥り易いだけに注意しなければならない。

右の洋品店の如きも、白のワイシャツの如きは特に販賣基數を算出して、賣り残さぬ様な仕入れをしなければならぬといつてゐる、とにかく賣りいゝ品物だといつても簡單に無造作に仕入れることは危険であることを知らねばならぬ。

◇取引店は人物本位

相手の店の利益を無視しないで、お互が腹と腹との取引をすることが結局自店の利益にもなるといはれて居る、それについて市内の某問屋に恰好な實例がある、この店では最近まで仕人は値段が安かつたら、相手の店の事情かどうであらうとまたどういふ様な人物であらうと少しもかまはず唯値段の點のみに重きをおいてゐた、従つて永年取引して居た仕入先とでも、値段が合はなかつたら一べんにお断りといふ状態であつた。

然しこれではといふので最近の變な方法に改めた、即ちこの店の取扱ひ商品は種とか吠とかが主要商品で、この仕入先は産地の出荷問屋である關係から、先づ産地において二里おきに一人位の出荷問屋を指定したのである、勿論この場合人物本位に主眼點を置き、本當にこの人ならば自分は長く提携が出来るといふ人物のみを選んだのである、従つてその後は仕入先となるべく接觸を深めると共に「共に榮える」といふ方針で營業を續けることにした。

例へば市中の躰賣相場が下落すれば、直に産地に電話をかけ「君の家にはストックは幾らあるか」と問合せて、ストックが多くて買は困つて居るのだと返事があれば、それでは「こつちも我慢してこれ／＼に買はせよ」と市中の値段よりは高く買つてやるといふ始末、またそれとは逆に値段が上り、安い時の注文を受けて居る様な場合にはまた産地に話して兩者が協議して居るのである、つまり仕入先は極少數のものを選んで、この人とは何處までも協議し、出来るだけの誠意を示し合つて居るのである、ところがこの方法は結局において非常な好成績を収めて居るといふ。

◇卅錢の品を賣るには四十錢の品も置け

卅錢の品物を買らうと思ふと四十錢の品物を置かねばならぬことは、あらゆる場合に當てはまるものである、某洋品店で卅錢の特製するまたを作らうとした時、特に四十錢の品を作らないと賣れるものでないとの理由で四十錢の品も特製して出したが、やはり粗み通りそれを置くがために卅錢の品が豫定以上に賣れてゐるのである。

同様の理由で贈答品の如きはその點に充分注意することが望ましい、例へばある品物の包装容器を工夫して特に贈答品として出すといった場合に單にそれだけを並べたのでは賣れ方が良くない、どうしてもその上又はその下の値段の品を同時に陳列すべきである、つまり贈答品の場合には特に値段の便宜を以て買物をする人々が多いので、一つの値段だけのものをポツンと出したのでは客の氣持をひきつけることが出来ないからだ、贈答品となると少くとも四五種以上の値頃品を出すことが肝要であるやうだ。

◇洋服との調和を考へて

某百貨店でネクタイと靴下がすばらしく賣れてゐる、なぜか？ その第一の理由は、仕入係の頭の變化である、といふのは、この店のネクタイと靴下の仕入係員は、元々洋品畑の人であつたが、二年程前店の都合で洋服の方をやることになつて實は昨秋もとの洋品へ歸つて來たのであつた、ところが洋服をやる以前には單にネクタイならばネクタイのことばかり考へてその仕入れに當つてゐたのであるが、洋服をやつてからといふものは常に洋服を頭において、つまり洋服との調和を考へて仕入れるやうになつたのである。

これが俄然當つたわけである、近頃、男も女同様に調和といふことを考へて買物をする様になり、一本のネクタイ、一足の靴下を買ふのにも常に洋服との調和を考へて買ふやうになつたのである、そこへ洋服との調和を考へて選んだネクタイや靴下を出したのであるから、飛びついて來たといふわけである、つまり調和を云々するやうになつた、その傾向の波にびつたりと乗つた

わけ。

第二にはこの傾向を見たこの店では、今までは三足一組の靴下ならば三足同じものを揃へておいたのであるが、それを三足ともそれと異つた靴下の組合せにして出したのである、そのわけは既に調和を云々するやうになつたといふことは男がおしゃれになつたことを意味するのでいつも同じ靴下を履くことを欲しないのが當然、そこで毎日、或は洋服を變へるたびに靴下も變へられるやうに、それと違つた靴下の組合せにしたといふわけである。

(十) 特色を賣れ

商店が繁榮してゐる姿、それは各種の條件が揃つて、いづれも一つの調和を持つてゐることである。

店舗も客が入り、様に出てゐる、陳列も巧だ、商品も豊富だ、しかも仕入れの道筋がキチンとついて居り、他よりも有利な仕入れが出来る、販賣においては積極的で、賣出しをすればいつでも當る、買り方も極めて上手である、店買りにおいても外賣りにおいてもとにかく客を掴むことが上手だ、更に帳簿なども整理されて居り、店の損益が明瞭なばかりでなく、各種の統計の資料がある、調査としては顧客並に商品につき不斷の努力が拂はれてゐる、また店主以下店員が一致協力して奮闘してゐる。等々繁榮の諸條件が調和してゐるのを發見する、その中何一つが欠けても實は繁昌店とはいはれないのである。

しかし、それは理想であつて、どの商店にもそれを要求することは少し無理であらう。従つて、日一日と合理的に科學的になる様に努力する外はないのであるが、その中でも特に万全を期したいのは、仕入れの工作と、店員訓練と顧客の調査である。

今日の小賣店はもちろん人並以上に熱心で懸命な努力を盡さねばならないが、それには一つの基礎工事が出来て居らねばならない、賣出しをするにも、積極的販賣法を採用するにも、賣るべき商品をうまく入手してゐること、賣るべき相手方たる顧客の研究と調査が充分であること、更にそれを賣る店員がしつかりしてゐること、この三つの基礎が固まつてゐない事にはなんにもならない。

販賣法を考へ商略を練るのもいゝが、先づ根本的な條件が完備されないならば折角の努力も効を奏さないだらう。

しかしてその基礎を固めることは、いふまでもなく、その店獨特の、その店のみ持つ「良さ」を賣ることになる、特長を表現することになる。

販賣は益々激化し、新しい方法で打つて出る店が多い世の中になつては、自店の特色を賣り、その魅力によつて客を惹く以外に術はないのだ。

あらゆる機會を通じて、すべての條件を完備する上において自店の「良さ」を認識せしむることが何よりの經營法であらうと思ふ。

法出算價賣

仕入原價に掛けると正しい小賣値段が出る。	賣價に對する純益の割合								寸賣 る上 經に 費對
	1割1分	1割	9分	8分	7分	6分	5分	4分	
1.2658	1.2500	1.2346	1.2195	1.2048	1.1905	1.1750	1.1628	10	
1.2821	1.2658	1.2500	1.2346	1.2195	1.2048	1.1905	1.1760	11	
1.2987	1.2821	1.2658	1.2500	1.2346	1.2195	1.2048	1.1905	12	
1.3158	1.2987	1.2821	1.2658	1.2500	1.2346	1.2195	1.2048	13	
1.3333	1.3158	1.2987	1.2821	1.2658	1.2500	1.2346	1.2195	14	
1.3514	1.3333	1.3158	1.2987	1.2821	1.2658	1.2500	1.2346	15	
1.3699	1.3514	1.3333	1.3158	1.2987	1.2821	1.2658	1.2500	16	
1.3889	1.3699	1.3514	1.3333	1.3158	1.2987	1.2821	1.2658	17	
1.4085	1.3889	1.3699	1.3514	1.3333	1.3158	1.2987	1.2821	18	
1.4286	1.4085	1.3889	1.3699	1.3514	1.3333	1.3158	1.2987	19	
1.4493	1.4286	1.4085	1.3889	1.3699	1.3514	1.3333	1.3158	20	
1.4706	1.4493	1.4286	1.4085	1.3889	1.3699	1.3514	1.3333	21	
1.4925	1.4706	1.4493	1.4286	1.4085	1.3889	1.3699	1.3514	22	
1.5152	1.4925	1.4706	1.4493	1.4286	1.4085	1.3889	1.3699	23	
1.5386	1.5152	1.4925	1.4706	1.4493	1.4286	1.4085	1.3889	24	
1.5625	1.5386	1.5152	1.4925	1.4706	1.4493	1.4286	1.4085	25	
1.5873	1.5625	1.5386	1.5152	1.4925	1.4706	1.4493	1.4286	26	
1.6129	1.5873	1.5625	1.5386	1.5152	1.4925	1.4706	1.4493	27	
1.6393	1.6129	1.5873	1.5625	1.5386	1.5152	1.4925	1.4706	28	
1.6667	1.6393	1.6129	1.5873	1.5625	1.5386	1.5152	1.4925	29	
1.6949	1.6667	1.6393	1.6129	1.5873	1.5625	1.5386	1.5152	30	
1.7241	1.6949	1.6667	1.6393	1.6129	1.5873	1.5625	1.5386	31	
1.7544	1.7241	1.6949	1.6667	1.6393	1.6129	1.5873	1.5625	32	
1.7857	1.7544	1.7241	1.6949	1.6667	1.6393	1.6129	1.5873	33	
1.8182	1.7857	1.7544	1.7241	1.6949	1.6667	1.6393	1.6129	34	
1.8519	1.8182	1.7857	1.7544	1.7241	1.6949	1.6667	1.6393	35	
1.8868	1.8519	1.8182	1.7857	1.7544	1.7241	1.6949	1.6667	36	
1.9231	1.8868	1.8519	1.8182	1.7857	1.7544	1.7241	1.6949	37	
1.9608	1.9231	1.8868	1.8519	1.8182	1.7857	1.7544	1.7241	38	

表覽一率轉回品商

率 轉 回												總一 賣ヶ 上月
十二	十一	十	九	八	七	六	五	四	三	二	一	
10	11	12	13	15	17	20	24	30	40	40	120	10
15	16	18	20	23	26	30	36	45	60	90	180	15
20	22	24	27	30	34	40	48	60	80	120	240	20
25	27	30	33	38	43	50	60	75	100	150	300	25
30	33	36	40	45	51	60	72	90	120	180	360	30
35	38	42	47	58	60	70	84	105	140	210	420	35
40	44	48	53	60	69	80	96	120	160	240	480	40
45	49	54	60	68	77	90	108	135	180	270	540	45
50	55	60	67	75	85	100	120	150	200	300	600	50
55	60	66	73	83	94	110	132	165	220	330	660	55
60	66	72	80	90	103	120	144	180	240	360	720	60
65	71	78	87	98	111	130	156	195	260	390	780	65
70	76	84	93	105	120	140	168	210	280	420	840	70
75	82	90	100	113	129	150	180	225	300	450	900	75
80	87	96	107	120	137	160	192	240	320	480	960	80
85	93	102	113	128	146	170	204	255	340	510	1020	85
90	98	108	120	135	154	180	216	270	360	540	1080	90
95	104	114	127	143	163	190	228	285	380	570	1140	95
100	109	120	136	150	171	200	240	300	400	600	1200	100
150	164	180	200	225	257	300	360	450	600	900	1800	150
200	218	240	267	300	343	400	480	600	800	1200	2400	200
250	273	300	333	375	429	500	600	750	1000	1500	3000	250
300	327	360	400	450	514	600	720	900	1200	1800	3600	300
350	382	420	467	525	600	700	840	1050	1400	2100	4200	350
400	437	480	533	600	686	800	960	1200	1600	2400	4800	400
450	491	540	600	675	771	900	1080	1350	1800	2700	5400	450
500	546	600	667	750	857	1000	1200	1500	2000	3000	6000	500
550	600	660	733	825	943	1100	1320	1650	2200	3300	6600	550

▲販賣價一〇〇圓の在庫品で月七五圓を賣つたならば回轉は九回といふことが本表で一目解る。

○日歩年利對照表

錢厘日步	一〇五〇	九〇五〇	八五〇〇	八〇五〇	七五〇〇	七〇五〇	六五〇〇	六〇五〇	五五〇〇	五〇五〇	四五〇〇	四〇五〇	三五〇〇	三〇五〇	二五〇〇	二〇五〇	一五〇〇	一〇五〇	〇五〇〇
割分厘年利	三三三	三三三	三三三	三三三	三三三	三三三	三三三	三三三	三三三	三三三	三三三	三三三	三三三	三三三	三三三	三三三	三三三	三三三	三三三
錢厘日步	一八〇	一七五	一七〇	一六五	一六〇	一五五	一五〇	一四五	一四〇	一三五	一三〇	一二五	一二〇	一一五	一一〇	一〇五	一〇〇	九五	九〇
割分厘年利	六五七	六五〇	六四三	六三六	六二九	六二二	六一五	六〇八	六〇一	五九四	五八七	五八〇	五七三	五六六	五五九	五五二	五四五	五四〇	五三三
錢厘日步	一六〇	一五五	一五〇	一四五	一四〇	一三五	一三〇	一二五	一二〇	一一五	一一〇	一〇五	一〇〇	九五	九〇	八五	八〇	七五	七〇
割分厘年利	九三〇	九二二	九一四	九〇六	八九八	八九〇	八八二	八七四	八六六	八五八	八五〇	八四二	八三四	八二六	八一八	八一〇	八〇二	七九四	七八六
錢厘日步	三四〇	三三五	三三〇	三二五	三二〇	三一五	三一〇	三〇五	三〇〇	二九五	二九〇	二八五	二八〇	二七五	二七〇	二六五	二六〇	二五五	二五〇
割分厘年利	二二四	二二二	二二〇	二一八	二一六	二一四	二一二	二一〇	二〇八	二〇六	二〇四	二〇二	二〇〇	一九八	一九六	一九四	一九二	一九〇	八八
錢厘日步	四四四	四四五	四四〇	四三五	四三〇	四二五	四二〇	四一五	四一〇	四〇五	四〇〇	三九五	三九〇	三八五	三八〇	三七五	三七〇	三六五	三六〇
割分厘年利	一五五	一五〇	一四八	一四六	一四四	一四二	一四〇	一三八	一三六	一三四	一三二	一三〇	一二八	一二六	一二四	一二二	一二〇	一一八	一一六

表 利 復

表 利 單

年次	一	二	三	四	五	十	二十	三十	四	五	四	三	二	一	年次	一	二	三	四	五	六	七	八	九	十	年次
五分	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
六分	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
七分	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
八分	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
一分	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
一分一厘	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
一分二厘	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
一分三厘	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
一分四厘	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
一分五厘	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
一分六厘	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
一分七厘	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
一分八厘	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
一分九厘	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
一分一厘	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇

(每半年末ニ利子繰込ミテ何年カ後ニ於ケル元利合計)

369

152



終

