

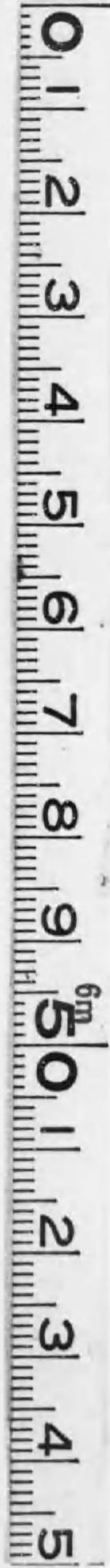
528

52

事故本

書き込みあり

1998. 7. 10



始



9.1.15

展  
示  
の  
小

店

經

營

法

商  
店  
界  
社  
長  
清  
水  
正  
巳  
著

大正  
13. 7. 26  
内交

序

小店を始める人には

- 一、コレ迄店員生活をしてゐたが、コレから一つ獨立して小さな店でも開いて見たい。
  - 二、コレ迄月給取をしてゐたが、いつ迄月給取でもあるまいから、一つ小資本で小店を開いて見たい。
  - 三、學校を卒業したばかりだが、人に使はれるのもつまらないから一つ商賣をやつて見たい。
  - 四、年寄りの隠居仕事に一つ店を出して見たい。
  - 五、妻君の仕事として家賃だけでも設かるやうな小店を出して見たい。
  - 六、新開地で、將來有望だから今は小店で始めて將來發展したら相當な店にしたい。
- と云ふやうな考へで始める人が多いのです。

それ等の人は、素人でなければ、經驗があつても年の若い人達です。どうしても「本當の商賣

の呼吸」を呑込んでゐない人が多いのです。  
そこで、私は、此人達のために「將來相當な店舗」となり得るだけの素地を作るべき方法を書いて見たのです。つまり小店繁昌策を茲に書いて見たのです。  
本書は理屈は一切書いてありません。凡て實際的に小店をやる人にスグ間に合ふやうに書いてあります。それが本書の特色です。  
私はいつも「小資本決して悲觀するに足らず」と云ふ信念をもつてゐます。此本もさう云ふ信念の下に、小資本で始めても、必ず成功すると云ふ方法を書いたのです。  
これだけを序文とします。

著 者

## 目 次

### 第一篇 店舗の構へ方陳列及廣告

小資本に苦するに足らず……………	(一)
陳列臺の拵らへ方……………	(二)
小店舗設計……………	(三)
土間をどうすればよいか……………	(六)
入口はどうすればよいか……………	(八)
電燈はどう云ふ風にするか……………	(九)
全體の裝飾のしかた……………	(一一)
店内を裝飾する方法……………	(一二)
座賣場は夜は寢臺……………	(一四)

小店の店舗の設計種々……………(一五)

    プライスカードの必要……………(一九)

    プライスカードの要領……………(二一)

    プライスカードの拵らへ方……………(二二)

    プライスカードの文字……………(二四)

    プライスカードの輪廓……………(二五)

    ショーカードの拵らへ方……………(二六)

    ショーカードの文字……………(三〇)

    ショーカードの文章……………(三一)

    ショーカードの輪廓實例……………(三二)

    吊着板の拵らへ方……………(三四)

    立看板廣告の拵らへ方……………(四一)

    廣告文句の書き方……………(四四)

第二篇 小店と其營業方針

實際的な營業方針……………(五一)

    廣告本位の店を作れ……………(五一)

    客に遠慮させぬ店舗……………(五三)

    品質に信念を與へよ……………(五四)

    値段に信念を與へよ……………(五五)

    満足をさせる待遇法……………(五六)

    拙劣な呼込客引策……………(五八)

    縁日商人もやらぬ……………(五八)

    尾行的待遇法……………(六三)

    見せて買はせる店……………(六五)

    現金賣に改むべし……………(六六)

安く多く安く賣る主義……………(六九)

現金主義の間屋との取引……………(七一)

價の利益は経費節減に得らる……………(七二)

商品賣價の計算方法……………(七五)

間違ひ易き賣價算出法……………(七七)

正しき賣價の算出法……………(八〇)

利益率と回轉率の關係……………(八四)

利益率はどの位か……………(八六)

標準なき賣値は危険なり……………(八八)

強盜窃盜に關する防豫……………(九〇)

店員の不正に對する豫防……………(九二)

商品取扱不注意の損失……………(九六)

商品の保存不注意の損失……………(九九)

事務用品販賣用品の無駄……………(一〇二)

電燈や瓦斯の無駄……………(一〇五)

仕入上の冗費を省く工夫……………(一〇六)

第三篇 小店販賣法

お客様が買ひたくなる迄……………(一〇八)

客が往來を歩いてる時……………(一一〇)

興味から慾望への道……………(一一一)

慾望から本當の購買慾へ……………(一一三)

お得意を作る秘訣六ヶ條……………(一一八)

變態賣價は廢止すべし……………(一二九)

如何に變態賣價を防止するか……………(一二二)

賣残り品を如何にするか……………(一二三)

# 必ず 當る 小店經營法

商店界社長 清水正巳 著

## 第一編 店舗の拵へ方、陳列及廣告

### 小資本者にするにたらず

小資本を苦にする事はない。東京の商人諸君を見よ、震災のために昨日迄は大店舗を構え、堂々と營業をしてゐた人が今日は小さなパツラクで營業してゐるではないか。何萬圓の得意先勸定を持つてゐた商人諸君も、素の黙阿彌となつて新規蒔直しをやつてゐるではないか。それでもやり方のうまい人は、早どしく儲け出してゐる、小資本で初めやうとする諸君、徒すらに

自分の街に客を惹く.....	(一二五)
廉賣はもう古い.....	(一二八)
賣出しの準備.....	(一二九)
チラシ廣告のやり方.....	(一三一)
電柱のスローガン廣告.....	(一四二)

## 第四篇 小店と有望なる營業

何を賣るべか.....	(一四三)
マーケット販賣と利益率.....	(一四五)
マーケット内容及實質.....	(一五四)
マーケットを創始せんとする人々へ(其ノ一).....	(一六〇)
マーケットを創始せんとする人々へ(其シニ).....	(一六一)
マーケットを創始せんとする人々へ(其ノ三).....	(一六一)



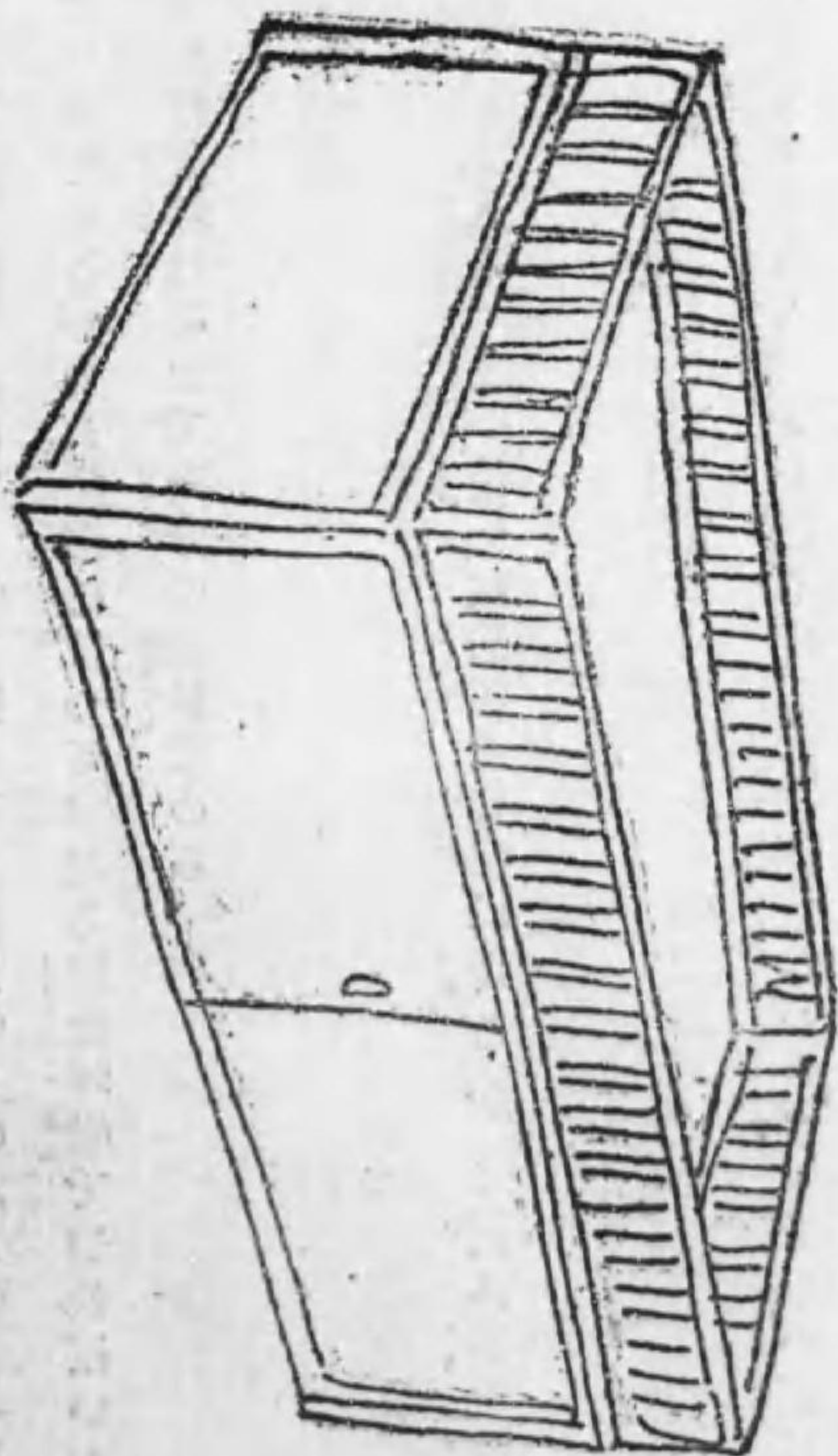
資金の薄きを嘆じないで、其小資本をうまく活用して、儲ける算段をしなければならぬ。要はやり方である。

今東京で始める小資本の人はバラックに依つて大に店を繁昌させる事を研究しなければならぬでない。人々でも、小店で大に繁昌させる事を考へなければならぬ。バラック建、或は小さな店ではどう云ふ風に店をうまく作り商賣をしていゝかは見當がつかない。今迄相當な資本を廻轉してゐたものが、小資本となつて了ふと、一寸仕入れにも、販賣にも參つて了ふ。而しながらそこは研究しなければならぬのである。バラックにはバラックの繁昌策があり小店には小店の繁昌策があるものである。小資本には亦、小資本の廻轉方法があるものである。それを研究しさえすれば、バラック何ぞ心配するに足らむやで、豫期以上客を呼ぶ事も出来る、豈小資本苦にするに足らずむで。思ひの外うまく廻轉して、利益を見る事も出来るのである。私は常々、商店の研究に没頭してゐる。そして小資本の經營に就ては殊に興味を持つて研究してゐて、曩にも「小資本苦にするに足らず」の著を出した位である。

今東京に續々バラックが建つつを見亦、地方からも小店經營に付續々相談せられるので何とかしてこれ等の商人諸君をして、相當繁昌するやうにして上げたいものだとの、一片の老婆心から、敢て此著をなしたワケであるがもし此書に依つてゝなる程此呼吸でやればいゝんだな」と云ふ事が會得して頂ければ著者はそれで充分の満足である。

### 小店と設計

早速小店經營法のお話しに這入る。まづ第一は店舗を如何に作るかと云ふ事を研究して見やう。次に示すは、其一例であるが小店として相當よく考へたものである。コレは三間に三間のバラックである。コレ以下の二間間口位のバラックでない店にも應用出来る。店頭にはウキンドウを設けてはゐない。そこで陳列臺を澤山並べるのである。此事は重大な事だから、よく記憶して頂きたい。私は確言するに店でも、陳列の少ない店は必ず失敗する反對に陳列場所を充分に取れば成功する。それ程此店頭陳列は重要なものであるからせと共陳列場所を、此圖のやうに、もし店が小さければ、其店の大きさに依つて、此圖から比例を割出し



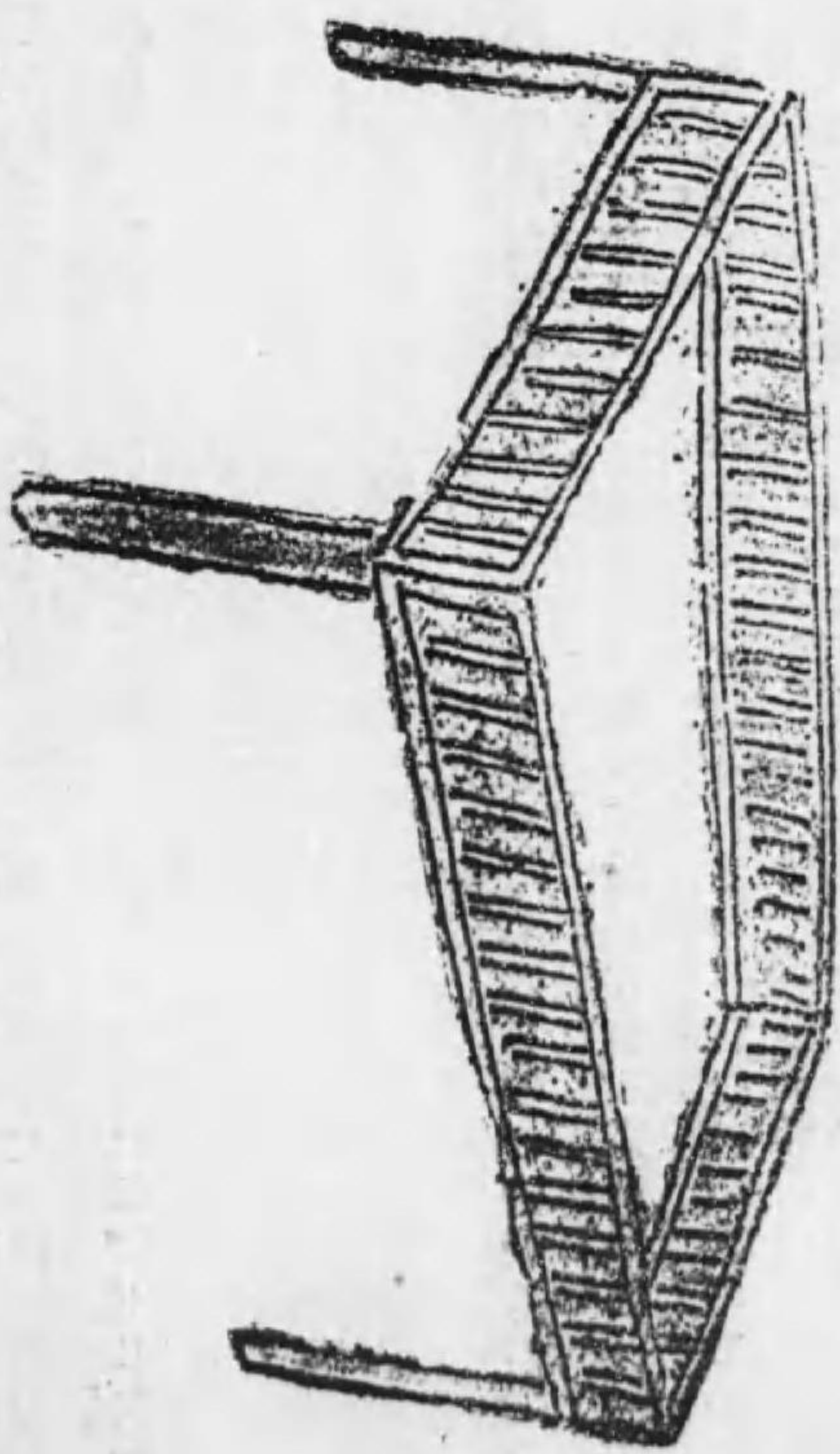
て陳列場を澤山設けるやうに工夫して貰いたい。

諸君の中には既に出来てゐる店へお入りになる事あらう。と思ふが、而し店内は多くは土間に出来るから、其土間の處に、此遺方で陳列臺を拵らへて貰へばよいのである。もし疊の場所を廣く拵らへてあればそれをこわして土間にする位は何でもない事であるから、それを土間にして了ふのである。もし亦これから小店を建てられるのであれば、ゼヒ共かう云ふやうなやり方に初めから設計するやうにして貰ひたい。

### 陳列臺の拵らへ方

陳列臺は極めて簡單なものでいゝ即ちテーブルにテスリのついたものでよいのである。本式のテーブルの事は要らない。安い材料で、高さ二尺五寸位、(商品に依つてはもつと低くてもいゝ、が何の商品でも、それより高いのは感服しない) 此設計のものであれば、五尺の三尺、及び五尺の六尺であるが、其大きさの四足の臺を拵らへるのである。そして臺の上の周圍に五寸位の高さの簡單なる手スリを拵らへるのであるが、コレは商品を落さない爲と、萬引を防ぐ爲

とである。今圖面を書いて見ると次のやうになる。



かう云ふ臺を拵らへるならば、商品を置く時に、臺の上に新モスのオリープ色或は海老茶色を敷くと、大變上品になつて、感じのよいものである。木の儘では商品が安つほく見えるものである。亦臺全體はニス塗にして置いた方が品がよいいくらかよるものではないのである。

店内へもし臺を幾つも拵らへると云ふやうならば、次の圖のやうに拵らへるか云ふ風にする四足の處を袋ろ戸棚にすると、其中に商品を入れるにもよし、箱とか掃除道具とか、ロイズ物とか客に見せなくてもいゝものを入れて置くにもよく、店が大變綺麗になる。四足ではともすると、其四足の中へ箱だの下駄だの、傘だの何だのといろ／＼のものを入れるから、甚だ汚なく、店の體裁を落す事がある。尤も氣をつけてこんな事をしなければそれでもいゝが、兎に角少々金がかゝつてもいゝ、と云つて大した事でもないからして此のやり方、即ち袋戸棚を拵へて置いた方がよからうと思ふ、如何に簡単な店と云つても、土間を土の儘にして置いては不可ない。茲へは板を張るか、コンクリートにして丁ふが一番よい。此二つのどちらがよいか、と云へばそれはコンクリートにするが尙よからう。兎に角土の儘では甚だ不可ない。

コンクリートにするならば、往來の方を低く、店内へ這入る程高い位にして置く方がよろしい。コレは店内土間を水で洗ふ時、その水がどし／＼外へ流れるからである。もし反對に店内を低いか、或は平行して居れば、大雨の時などは水が店の中へ流れ込んで来る憂ひもある。コンクリートは簡單に出来る。セメントを溶かして砂とを混ぜたものを平らに塗ればよいので

あるから素人にだつて出来る。そして水洗が簡単に出来るから、毎日よく水で洗ふ事である。板の間や、土の儘ではコンクリートのやうに、美しく掃除をする事が出来ないから、甚だ勝手が悪い。そしてコンクリートにして置けば、固いからして、客の下足の爲に、土間に凸凹を生じたりする事もない。板張りでは音がして溜らない。亦板張りは土足の爲にすぐに土色になつて汚ないばかりでなく、板張りでも土の儘でも、客は平気でツバや痰を吐くものである。それがコンクリートになると客もそんな事をしない。

### 入口はどうすればよいか

入口は三尺位あれば申し分はないが、店が小さいやうなら二尺位にして置いても差支へはない。

多くの店では此入口が廣過ぎるやうである。つまり陳列臺を澤山拵らへないから、入口が廣くなるのである。あゝ云ふ風にすると小さい店であるながら、非常に不經濟な店を拵らへてゐる事になる。バラックでは假令店は小さくても、大きい店に匹敵するだけの陳列をしやうと考へない。

くてはならないのであるが、それにも拘はらず、入口をガランとして置くのは甚だ下手な、不經濟なやり方である。もし陳列臺を澤山用ゐたならば、店は小さくても、大きな店と匹敵する迄に、店を賑やかにする事が出来るのである。入口を大きく廣くする事はどうしても不可ない。

入口は亦這入りよくしなければならぬ。それには往來から、スグ其陳列品が見られる設備をする事である。

- 一、陳列臺を出来るだけ往來へ突出す事（巡查に叱られない程度で）
  - 二、入口の前に溝なぞ其儘にして置かない事（必ずフタをして置く事）
  - 三、入口に敷居を設けない事（地と平らになるやうに敷居を拵らへて、ガラス戸を設けるとよい、ガラス戸でなくでもよい）
- かう云ふ事を考へておやりになればよい。

### 電燈はどう云ふ風にするか

電燈はなるべく經濟的に使用しなければならぬが、もし夜分の商賣が充分利くとすると、電燈を一つ節約すれば、賣上から生ずる利益は其一つの電燈料以上減じる事になる。それ故茲はよく考へなければならぬ。出来るなら陳列臺三つあれば店には陳列臺の上に電燈三つと云ふ風にやりたいものである。全體の陳列にタツタ一つの電燈位では心細い。而し家庭の方は電燈一つ臺所へは兼帯にする位の考へでやつて欲しい。

電燈の燭光も店に使うのには、百燭位のものが一つは是非欲しいものである。他のは五十燭位でもいゝ、兎に角同じやうなバラツクが建つてゐるとすれば、明るい店に客の這入り込むのは當然であるから、單に明るくすると云ふやうな考へからでなく、客を引くと云ふ事から考へて店を明るくするやうにして貰ひたい。

もし出来るなら、ランプは乳白色のものを使ひたい。此方が光りが軟かく、来る客にいゝ感じを與へる。ギラ／＼した光源を其儘客の目に射らせる事は、客に不愉快なものであるのみならず感じが荒つほくて、それこそ露店その儘の感じを與へる。

天井を白ペンキで塗つて置くと云ふと、晝間より明るいし、夜も電燈が反射して明るいものである。そしてコレにはいくらも金のかゝるものでないから、やれるならやつた方がよからうと思ふ。

### 店全體の裝飾のしかた

茲に特にバラツクの人達には、バラツクの裝飾法を簡單に書く、而し普通の小店をやる人にも參考になる事である。バラツクは簡單であつても、裝飾のしかた一つで可成り立派なものにする事が出来る。今其やり方を書いて見ると

一、ナマコ板（或は平トタン板を木に葺いたものでも）濃い茶色、紅茶色、オリブ色等に塗ると大變品がよくなり、バラツクのあのトタン色の安つほさを防ぐ事が出来る。勿論ペンキで塗るのである。

二、バラツクの外部は防腐劑（よく文化的住宅などに見るあの茶色の防腐劑である）或はペンキを塗ると引立つ、而し防腐劑を塗るなら屋根はオリブ色にした方が調和がよい。ペンキを塗るなら色ものは止して、なるべく白がよい。白で全體を塗つて、柱だけを極薄い綠色、クリ

一、ム色等に塗ると、品のよいものが出る。

三、表の戸はガラス戸にして置いた方が品はよい。餘つ程店は引立つ、夜分戸をしめてからでも、ガラス戸であれば、買物にも来るが、普通の戸では客は歸つて了ふ。而しコレは經費の都合もあるから強ちとは云ばない。

四、屋根看板はペンキ塗の、圖案のいゝものを出すに限る。バラツクの上に、金のかゝるものはつまらぬ、材木のいゝものなぞ考へてゐるのは愚の骨頂である。トタン板にペンキ塗でいゝから、只廣告的な人目を惹くものを用ゐるに限る。

五、立看板を盛んに用ゐる事、これは引立つものである。陳列窓がない場合は一層此立看板で廣告するより外仕方がない。立看板をうまく利用すれば、必ず面白い商賣が出来ると信じる。

### 店内を裝飾する方法

店内のやり方は次のやうなものである。

一、陳列臺の配列をうまくする事（陳列臺を各二、三尺の距離にして、店内を見て廻るに都合

よく配列して置く事は何よりも必要である。見て廻る事の出来ないやうな配列なら、寧ろしな方がよす。

二、陳列臺の上には大きなカード、小さなカード色々つける事。例へば大きなカードには「一圓均一」と云ふやうな文字を書いたり「特價奉仕」と書いたりするのである。小さなカードには定價票であつて、其號列品の同じ定價のもの、群に一つ、或は一個の商品に値をつけて置くものである。コレはショーカードの印刷したものを買つて來てもよい（東京大森馬込透泉閣に賣つてゐる）それが金がかゝると思ふたら、厚紙を書いて三分巾位の赤やコバルトの輪廓を、繪の具で塗つて拵らへてもよい。

三、造花等をあしらつてもいゝ、（コレは金のかゝる事だから、是非とは云はないが、安い造花でも買つて來て、秋なら紅葉、春なら櫻、少しばかり天井を飾ると大變引立つて店が賑やかになるものである。

四、吊看板を拵らへるといゝ吊り看板は店内の空間を利用するもので、大變裝飾にもなり、賑やかになるものである。其やり方は別項にとく。

五、土間へ店員家族の下駄を脱ぎはなしにして汚なくダラシなくせない事（殊に客の椅子のあ  
る附近に、それをやつては不可ない。

### 座賣場は夜は寢臺

座賣場は本當はなくてもいゝのである。もし別に住宅を設けて、店は店だけに置いて置くこと云ふ  
のであれば、座賣場など拵らへなくてもよい。而し店の中客家族の生活するのが今の處普通で  
あるから、どうしても疊の部屋を拵らへなければならぬ。其時は疊はそれを座賣場に用ゐる  
やうにするのである。

座賣場と云つても、それは亦疊が敷いてあればそれでいゝワケであるが、もし其處へ商品でも  
置かうと云ふのなら、長さ一尺三寸乃至、五寸位巾一尺乃至一尺二寸、深さ三寸乃至五寸見  
本箱のやうなものを拵へて、其中に商品を入れて、晝はそれを並べて陳列し、夜はそれを積重  
ねて、室の一隅に置いておくと云ふやうな風にでもすればいゝであらう。  
而し、夜は寢室に使ふと云つても、晝間そこへ蒲團が見えて居たり、キモノが脱ぎ散らかされ

てゐたりしないやうに、キッチンと片付けなくてはならない。今の設計圖ではそれが爲に、物置  
を臺所のこららに拵へてある。

### 小店の店の設計種々

商店の店舗設計圖を三枚ばかり入れて置いて諸君の参考に資せやう。

新便所台 八室殿

陳列台

陳列台

陳列台

新便所台

應貴揚久後台

〇  
〇  
〇  
〇  
〇

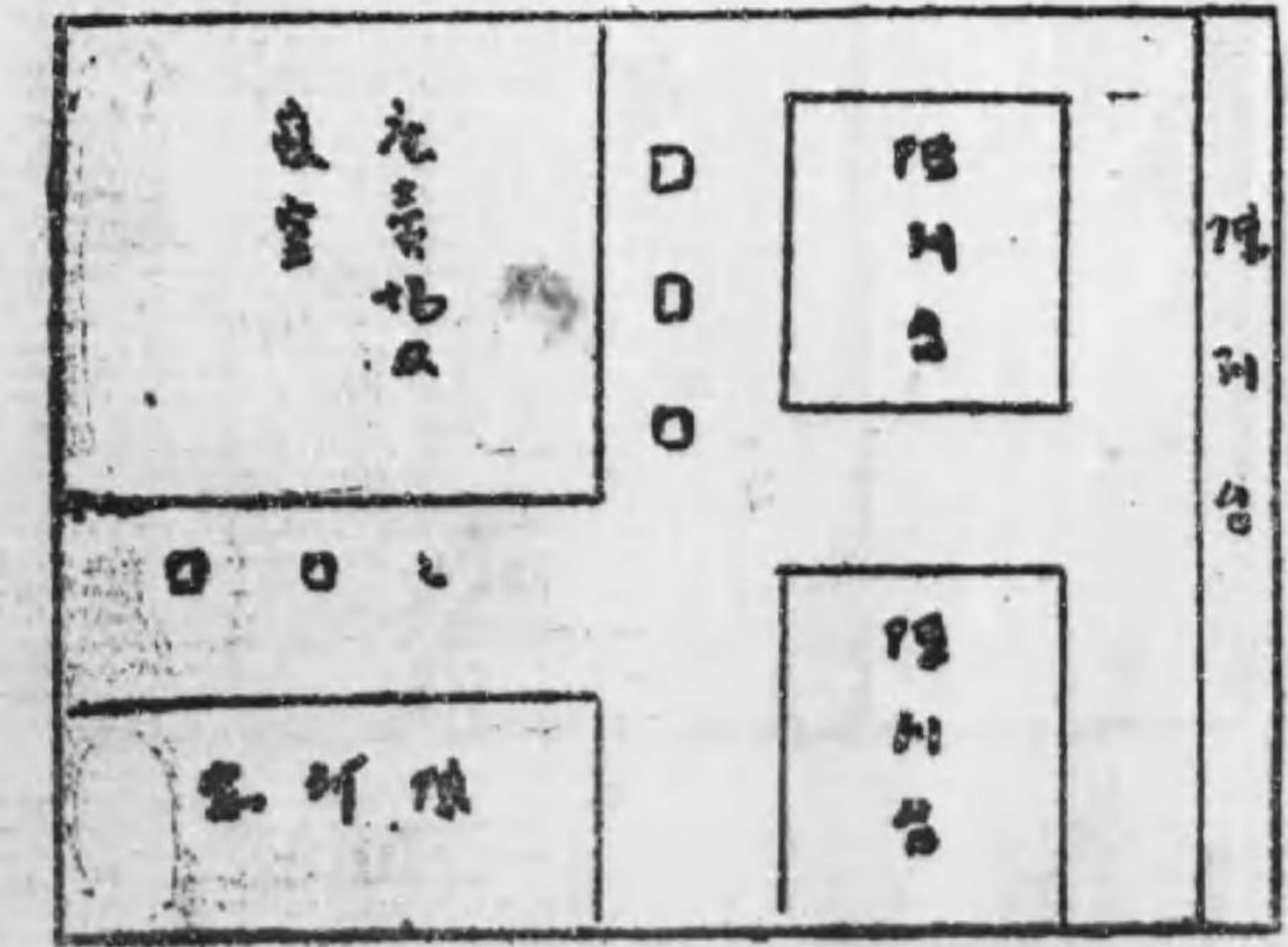
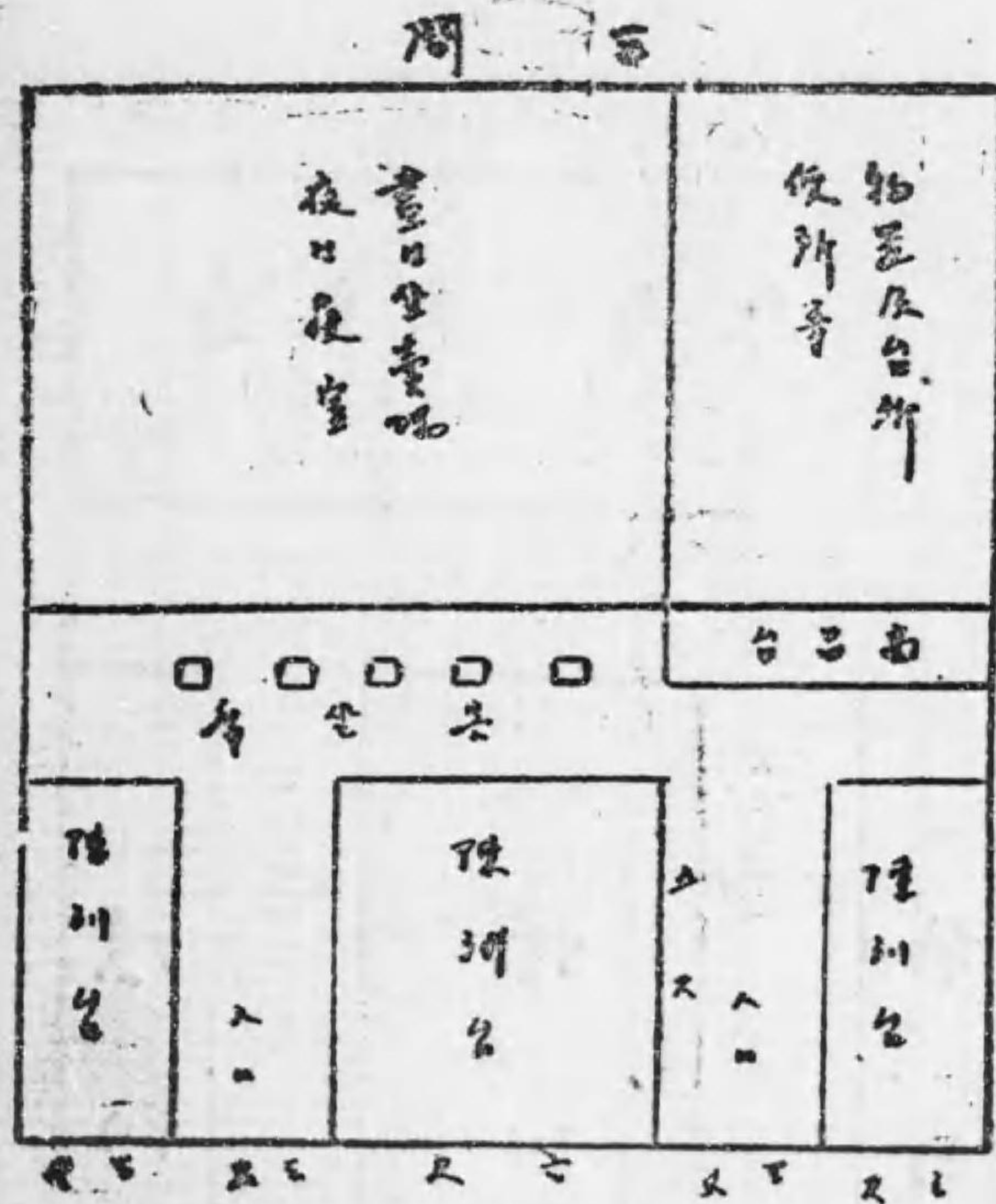
告用椅子

陳列台

陳列台  
陳列台

陳列台





以上は大體の案であつて、商賣に依り、商品に依り、バラツクの大きさに依り、然るべく變更しなければならぬ事云ふ迄もない。

プライスカードの必要

陳列式に店を開く以上は、手取り早く商賣をする事を考へなくてはならぬ。

「あれはおいくらですか」

「一圓五十錢でムいます」

なぞと、應對してゐるやうな事では不可ない。そんな事では掛値があると思はれても仕方がない値もつけてゐない陳列を見たら、お客様は信用しない。きいてから答へたのでは「掛値があるかも知れない」と思ふものである。

ふだんでも客と云ふものは品物がよいと思つて買はうといふ考へを起しても、そこにプライスカードがなかつたならば、這入つて番頭達に値を聞くのも面倒だし、つい其儘見合せて仕舞ふと云ふ事が往々ある。

私等はよく経験する、あの品はいふ品だ、値に依つては買つて見やう」と云ふ考へを起す。そして番頭に聞いて見やうとする、而し、もし豫期して居るよりも高かつたならば止して仕舞はねばならぬ、處がよす場合には必ず番頭達は變な顔をして冷笑で浮べて送り出す、これが不愉快だ、たがらまあ尋ねずに置かう。

かう云ふ事は誰も其事だらうと思ふ、そこでプライスカードの必要が起つて來るのである。商賣は要するに價格の問題であるから、其價格を最初から客に示して置くのが一番よいのである。

「プライスカードをつけると、スグ同業が見に來て競争するから不可ない」なぞと云ふ人がある。

因循な商人の頭腦を笑はすに居られない、もし正々堂々たる商人であつて其商品に十分確實なる處を示し、價格に於ては斷じて不正の利のない處を見せたならば顧客は必ず集つて來るのである、其價格に正直な利益より見てなければ客は安心して買ふものである、他店のプライスカードを見て値を下げるやうなそんな卑劣な店と伍して行くに及ばない、一歩進んだ文明的の商人に

人にならなければならぬ。

### プライスカードの要領

かやうにプライスカードは是非必要なものであつて、或は之をショーカードと一緒に拵らへ、或は單獨に拵らへて、よく購買心を起させる魅力となるものである。

之を拵らへるにも、ショーカードと同じ事で、客にわかり易くすると云ふ事が肝心である亦客にこれは安いと思はせる事も必要である。

わかり安いと云ふ事はなるべく簡単に明瞭に、そしてむづかしい字を使はないやうにすると云ふ事である。

此頃よく見るのは西洋數字のプライスカードであるが、西洋數字は今日殆んど凡ての人にわかるのみならず、日本字よりも美術的であるから大によからうと思ふ。

而し、呉服屋、小間物屋等主に婦人を相手とする處は、奥さんにもわかるやうに矢張り日本字を使つた方がよい。

客に安いと思はせると云ふ事は、人の弱點を捉ふるものであつて、誰でも十圓と云ふよりも九圓九十錢と云ふ方が、妙に安いやうに思ふものである。だからなるべく客に感じの上にて、高いと思はせない値を付ける事が一つの商略である。9.95 九圓と云ふ字を大きく書いて九十五錢と云ふ字を小さくすると何だか100とあるより安いやうに思はれるのである。

昔から八百屋、果物屋等に於て、つけ木に六錢とか七錢とか云ふ字を書いて横に小さく五厘と書いたのがある、あれはこの理屈から來たものであらうが、大抵は五厘と云ふ字を見せないで果物等の中に押隠してある、あれは不可ない、ある西洋から歸つた人が三錢の果物を五つ買つて十五錢渡した、處が二錢五厘足りないといふ、そんな筈がない三錢と書いてあるではないかと云つた處が「いゝえ三錢五厘」と云つて果物を押のけて見せた、これは不道德である、こんな事は非常に客の感情を害し、信用を失ふ、注意すべき事である。

### プライスカードの持へ方

プライスカードを持らへるには厚紙に光澤のある紙を貼付けて適宜の大きさに切ればよいので

ある、厚紙には馬糞紙（俗にボール紙と云ふ）或は白馬糞紙（白ボール）と云ふのがある、其他白い厚紙なら其儘使つてもよい。光澤のある紙はアイボリー（俗にアイボレと云ふ）か、ゴロスと云ふものを用ふればよい、厚紙に薄い紙を貼る時には表にも裏にも貼らねば不可ない、一方だけ貼ると厚紙は反り返つて仕舞ふからである。

貼つたものを十分乾かした上なるべく、日光で直接干さぬ方がよい、それを鉄でできるのである。

大きさは商品にも依るが、シヨーカードと違つて文章で人を惹付けるのではなく、只商品の良いのを見せた上、其價格を知らせるのであるから、陳列窓全體の調和から云つても小さい方がよい、小さいと云つても人の目に付きにくいやうな小さなものは勿論不可ない。尤も均一賣出しとか、特價販賣とか、特に價格で以て人を惹かうとする時にはプライスカードも特に大きくしなければならぬ。此場合はプライスカードと云ふよりも、シヨーカードの意味をなすものである。

まづ普通一間位の陳列台であれば、二寸三寸の大きさを超へては不可ない、あまり大きなブ

ライセンスカードを品毎に附けて置くのは不體裁なものである。

其形状にも色々ある、只矩形にして縦に長く日本数字を書いて置く事もある、亦横に置いて西洋数字で書いて置く事もある、亦正方形のものを横にして使ふ事もある、菱形の事もある、時には圓形の見受る、隨圓形のものも見受ける。

いろいろあるやうであるが、それは要するに商品と調和のよいと云ふ事が眼目であるから諸君の考へに委すより仕方がない、只圓形は大抵の場合凡ての商品に調和が取れるものだと云ふ事を申上げて置く。

### ライセンスカードの文字

文字は日本字であれば正しくわかり安く書けばよい、ゴジツク字體もいゝだらうと思ふ、今の處で数字を明瞭に、そして多少美術的にしやうとするにゴジツクの外あまりにないやうに思ふ尤も日本数字で書く時には五、五〇などゝ書かないで五圓五十錢と町噺に書いた方がよいように思ふ。墨は開明墨と云ふ墨汁が光澤が出て、濃くていゝと思ふ。

西洋数字であれば No.50 と云つた風に圓以下は少さくした方が體裁がよいやうである、これも矢張り行書でなく、階書でキチンと書いて貰ひたい。

いづれにしてもペンを使ふ方が綺麗に出来るやうである、ペン先の一分位のもの、五厘位のもの、太いのは二分位のもの、いろいろ文房具店にあるから揃へて置くがよい。尙ペンを墨汁で使ふとスグ錆びるから、使つたらスグ拭いて置くがよい。

太い字をゴジツク風で書かうとするには、最初ペンで輪廓を書いて置いて、後から太い筆で埋めて行けばよい。

もし筆で書くならばブラツシユを使用すれば綺麗に出来る、これも文具店にある。

### ライセンスカードの輪廓

ライセンスカードの輪廓も亦ショーカーカードと同じで色の淡白な、簡単な、氣の利いたものを拵らへなければならぬ。

手綺麗にする事は、商品迄も美しく見せる所以であるから、輪廓の如きも十分念を入れて町噺

に畫かなければならない。色にむらがあつたり、輪廓と字との調和が悪かつたりする事は汚なく見せるものである。

尙、プライスカードとして別に賣つて居る處もあるから、盡心のない人、亦、面倒に思はれる人は仕入れのものを使つた方がよからうと思ふ。

### シヨーカーカードの持へ方

シヨーカーカードとは説明を書いて置く札の事である、あんな札が何故そんなに大事なものかと思ふ人があるかも知れないが、シヨーカーカードは實に商品陳列の魂であるシヨーカーカードあつて始めて陳列が活きて來るのである、シヨーカーカードのない陳列は生きて居ない陳列である、人の心を引付けて「買ひたい」と云ふ心を起させない陳列である。

シヨーカーカードは無言の説明者である、シヨーカーカードは無言の勧誘者である、一番先に御客の前に出て、口上を述べる重要な使命を持つた手代である、番頭である、此手代なり番頭なりが御客様の氣に入るやうに親切に巧妙に説明し勧誘したならば御客の心は動くに定つて居る、黙つ

て商品だけ見せて居るより、「さあ御買ひ下さいこんなにいゝ品です」と口上を述べて居る方が御客の足は引付けらるゝ事勿論である。

縁日商人でも聲を枯らして客を呼んで居る方が、黙つて商品を列べて居る商人よりも客を多く集め、多く商ひをして居る事は事實である。

今日の商店では「入らつしやい入らつしやい」と大きな聲で呼ぶ事は出來ない、けれども何等かの方法で「入らつしやい入らつしやい」と呼ばなければならぬのは云ふ迄もない事である。

其「入らつしやい、入らつしやい」と無言で叫んで居るのが此シヨーカーカードである、陳列の中に立つて居る其シヨーカーカードの使命である。

シヨーカーカードはかう云ふ大事な使命を帯びて居るのである、客に一番先に接する手代、番頭、それは是非氣の利いた瀟洒とした風をして居なければならぬ、客に快よい感じを起させるやうな氣の利いた意匠、それが大事な條件である、いくら商品が美しく飾られてもシヨーカーカードが拙い意匠であれば全體の美をブチ壊して仕舞ふ、シヨーカーカードは是非美しく意匠されなければ

ばならない。

淡白な意匠をするには白い地に、朱鷺とかクリームとか、薄緑とか、水色とか薄茶とか云ふ薄い色で以て瀟洒な輪廓を作ればよいのである。

輪廓は決してゴタ／＼しては不可ない、何處迄も簡明と言ふ事を忘れないアツサリしたものでなければならぬ。

文字を記入する處はなるべく澤山明けて置く方がよい、と云つて輪廓をあまり大きく取り過ぎて全體の調和を破つて仕舞つては不可ないが、まづ調和の取れる程度に於て、十分場所を取つて置く方がよい。

ショーカードの出来合も出来てゐる（東京大森馬込透泉閣書房にある）諸君は是等を應用して大小いづれなりともお使いひになればよいのである。

茲にカードを使用する場合が二つある、一つは陳列の商品全體を説明するカード一枚しか使用せない時、も一つは其商品の一つ一つ説明するカードを五六枚も入れる場合、此二つの場合である。

第一の場合であれば、なるべく大きなカードを使用するがよい、而し澤山を使用する場合にはなるべく小さくした方がよい、要するに全體の調和を破らないと云ふ事が大事である。

そこでまづ大きくする場合、此場合に於ても長さは一尺迄、幅は六七寸迄位にして置くが安全である、これ以上であれば調和を破つて仕舞ふと思ふ、普通用ひられるものは六寸の四寸、所謂四六判と云ふ大きさが一番よからうと思ふ。

澤山用ふる場合、其場合には四寸の三寸、此位が最小であつて、それ以下ではショーカードの性質を失つて仕舞ふ。

其紙質はなるべく墨のノリのよい紙で、筆のすべりのよいものを選ばなければならない。裏紙はなるべく厚く、あまり薄いものでペラペラして立てゝある中に反りかへつて仕舞つたりするやうでは不可ないだらうと思ふ。

尙、其形状であるが、これは穴勝ち四角いものに限つた事はなからうと思ふ、或は隋圓形もよからうし、圓形もよからう。時に輪廓の通り切抜いたものもよからうと思ふ。

此形状も調和するやうなのを選ばないと不可ない、丸いものは大抵のものによく釣合ふやうで

あるが、字の書き方が大分むづかしくなる。

### シヨーカーットの文字

シヨーカードに書く字體はなるべく解り易いものがよい、平易な字體を選ぶがよい、誰にでも讀めるものでなければシヨーカーットの目的を達する事は出来ない、殊に婦人用なれば婦人にわかり安い文字、子供用品なれば假名でも澤山使つて子供にも讀める文字でなければならぬ。假令紳士用の品物であつても決してむづかしい文字を書いては不可ない。

それから文字は何處迄も美しく書いて貰ひたい、非美術な文字、拙劣な文字、それは折角意匠されたカードをブチ壊すのみでなく、品物を安つほく見せる。陳列の相を下げ、仕舞ふ、是非美しく上手に書いて貰ひない。

其字配りの調和もよく考へなければならぬ、人の注意を惹くやうな字は特に大きく書いて置くとか、字に大小を拵らへて配置を考へる等の事が必要である。文字の置き方一つでも非常に美しくも見え汚なくも見えるのである。

明朝字體はシヨーカードとして最もよい字體である。明朝字體とは云ふ迄もなく此本の文字のやうな字體であるが、かう云ふ字體を大きくシヨーカードに書くのである。それを描くには一寸むづかしいので、木版師でも明朝を立派に書くのは少い位であつたから、素人にはなかなか出来ない。而し活字を見て書けば、つまり模寫すれば大して困難でもないから、其方法でやつて御寛なさい。まづ原藁を拵らへて、それから新聞なり雑誌なりで、其原稿と同じ字體を見付けてるのである、そしてそれを引伸して書くのである、而し一字一字勝手に引伸して行つたのでは全體として統一しないから、口のやうにチャンと字配りをして、正方形に字の大きさに書いて了ふのである。勿論木炭か鉛筆で薄く書くのである。それから其中へ文字を一杯に書入れればよいのである。かうすれば一字一字の文字もキレイだし、全體としても整つたものが出来る。文字を書くのはシヨーカードインキでもよいが、黒で書くならば墨汁でもよろしい。墨汁を一度硯に入れて、墨で磨つてから書くとピカ／＼と光澤が出て、キレイな字になる。

### シヨーカードの文章

シヨーカーカードに書く説明は單に説明であつては不可ない、非常に巧妙な云ひ廻しで購買心を起させる文章でないと不可ない、そして客に快よく感じさせるやうな氣の利いた文章でなければならぬ、も一つ進んで其文章の面白さがいつ迄も記憶に残る程、印象の深いものでなければならぬ。

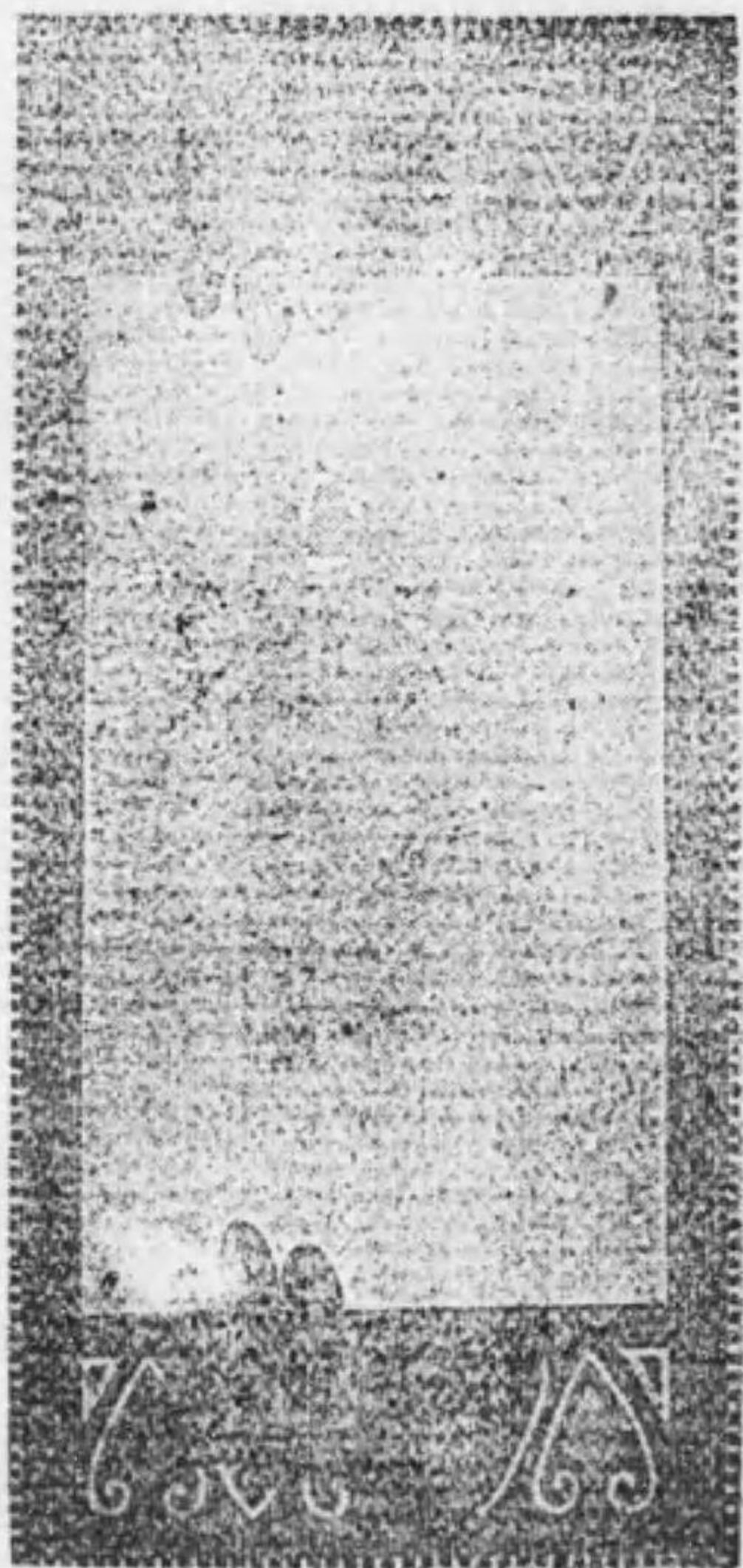
是を英語でキャッチフレーズと云ふ、譯して惹句、捉句、警句など云ふが私は近頃識者のよく使用さるゝまゝに惹句と呼んで置く。

惹句の事は別に項を以て詳しく云ふ事にして茲にはシヨーカーカードには是非氣の利いた惹句を書いて尋ひたいと云ふ事を申上げて置く。

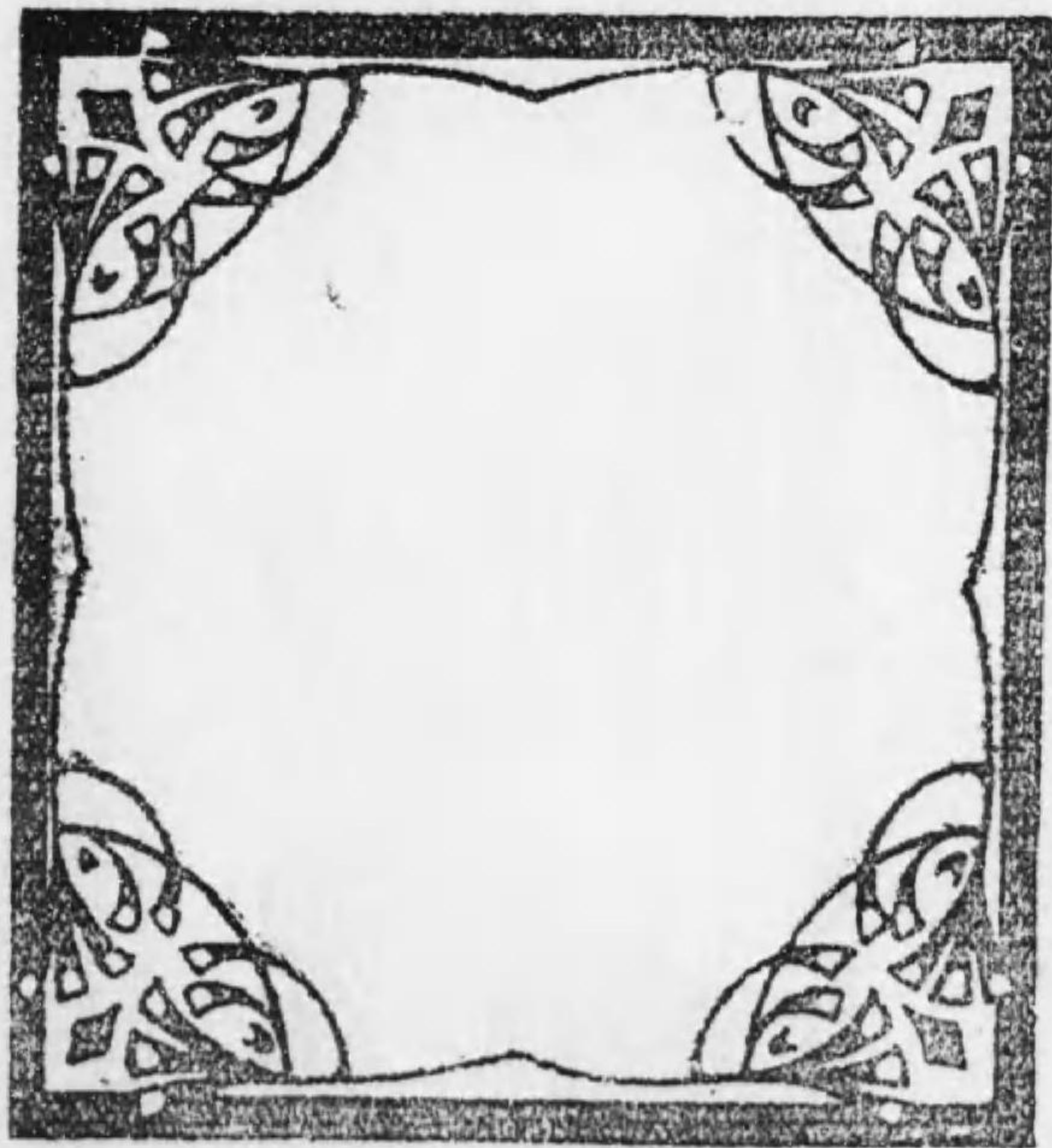
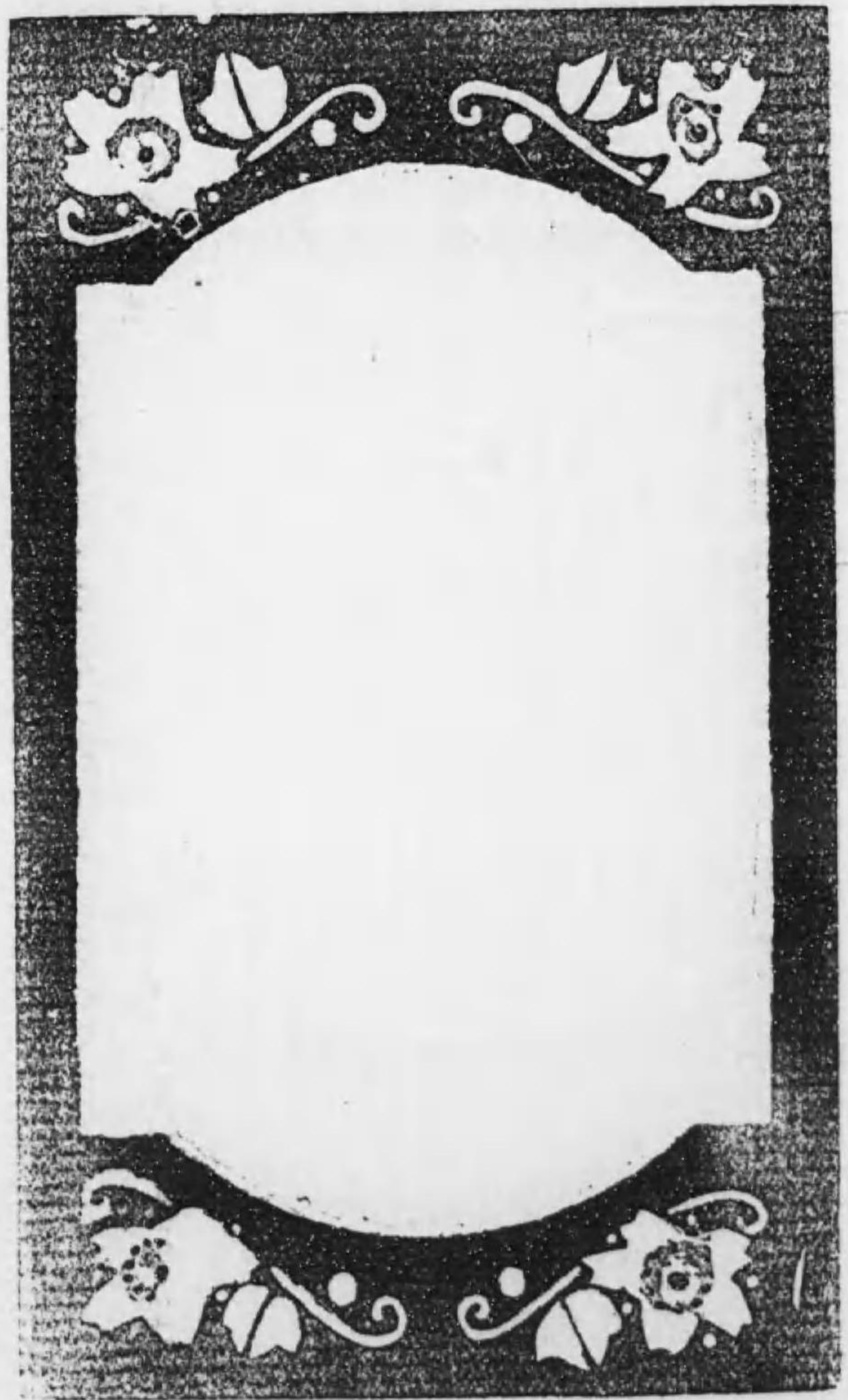
何しろ、先に云つた通り、最も先に客に接する手代なのであるから、其文文章に愛嬌があつて魅力があつて快感がなければならぬ。そしてよく陳列を理解せなければならぬ。

### シヨーカーカードの模範實例

次にシヨーカーカードの輪廓二三を御覽に入れる。

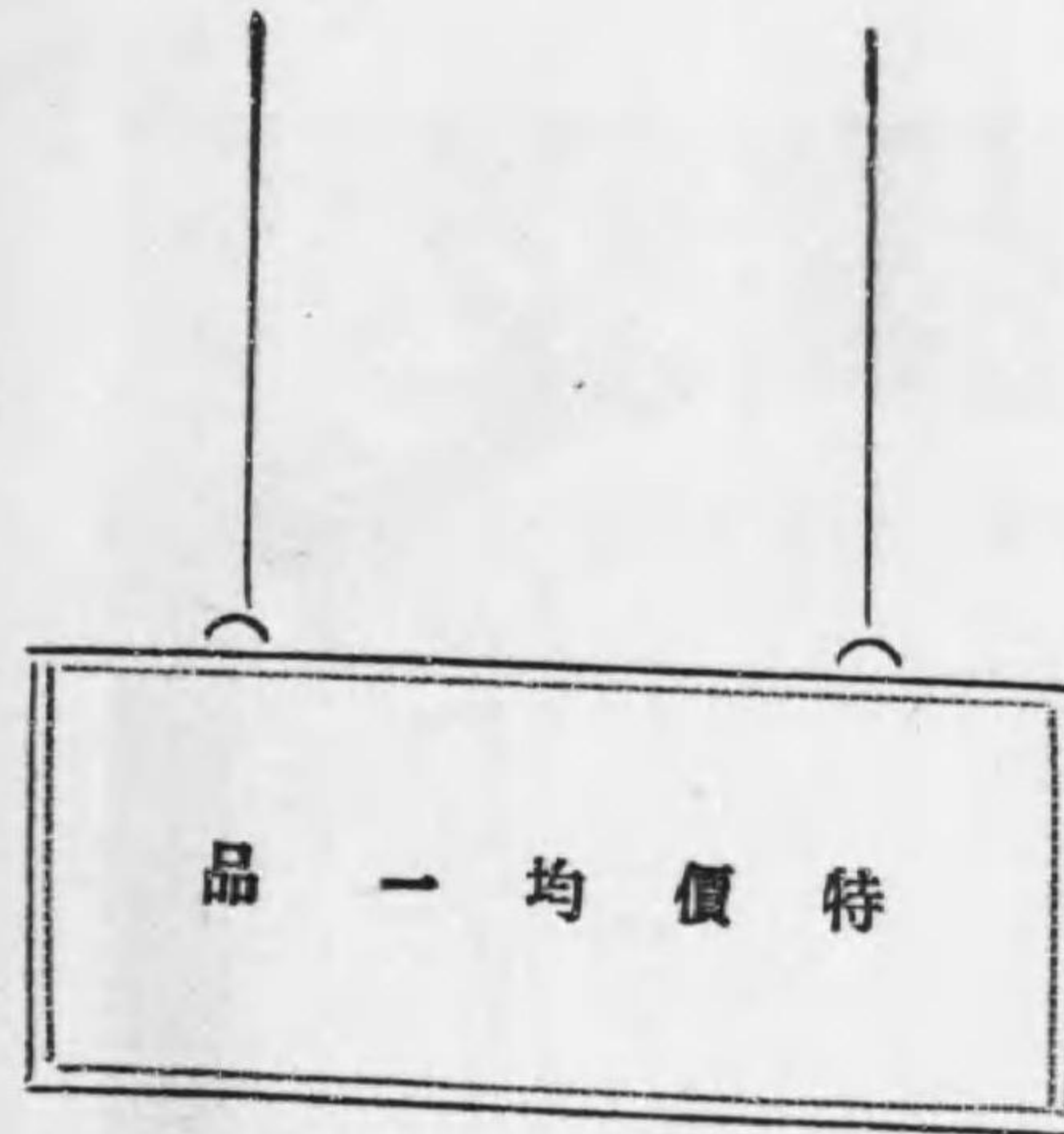






### つり看板の拵らへ方

コレは店頭てんどうの陳列ちんれいの上うへにも、店内てんないの陳列ちんれいの上うへにも盛んに用もちひていゝものである。此こゝやり方を示す。



かう云ふものである。拵たしらへ方はタル木たるとで木の枠わくを次のやうに拵たしらへる。



そして其上そのうへへ畫用紙がようしに書いたものを貼り付ければよいのである。周囲しゅうゐはピンで押へて置くがよろしい。釘くわいでやると、次に使つかふ時に面倒めんどうである。

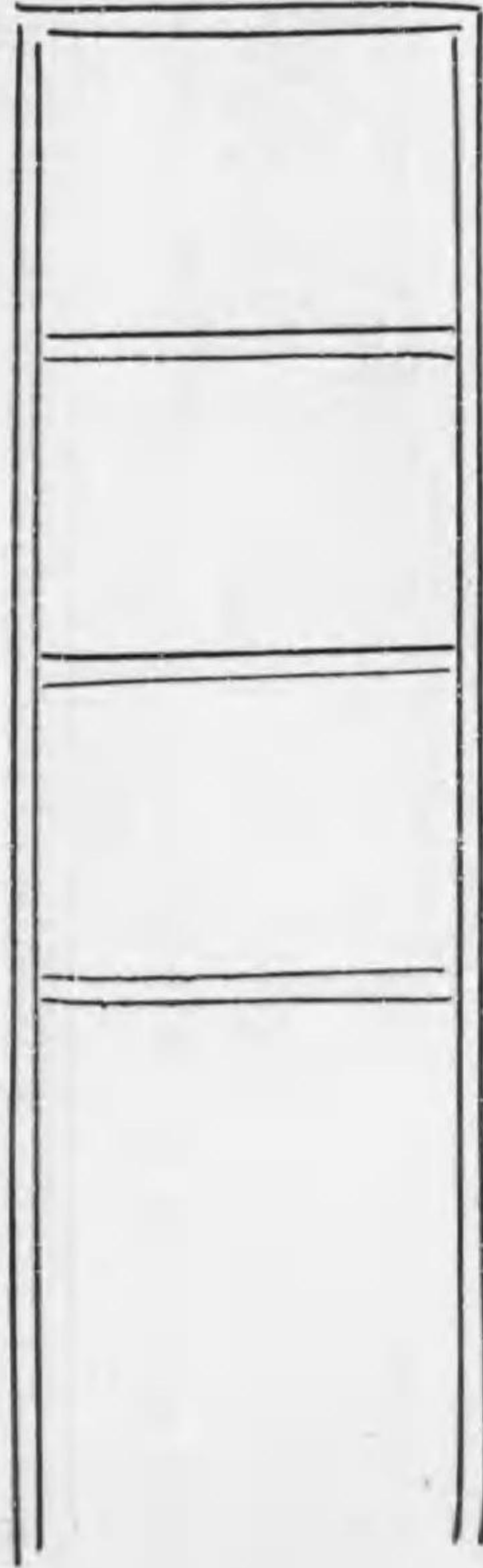
畫用紙がようしに多くには、輪廓りんかくが必要ひつやうである。それはショーカードの處ところで述べたから茲こゝには省はぶく。

### 立看板の拵らへ方

今日こんにちバラックを見て御覽ごらんなさい。盡ことごとく立看板たてかんばんを用もちひてゐる。立看板たてかんばんで商賣しょうばいをしてゐるやうなものである。平素へいそなら立看板たてかんばんは下品げひんとか何なんとか云いふが、かう云いふ時は、陳列窓ちんれいまども何なんもないバラック

ク建の時は立看板の外用ゐる廣告はないと云つてもいゝ位のもので、之は大に活用しなければならぬ。

立看板の拵らへ方は、矢張りタル木で



圖のやうなものを睨らへるのである。そして其上へキヤラコ畫用紙、カムバス、ブリキ板、トタン板、等を貼つて文句を書くのである。

キヤラコはノリの澤山ある方がよい。墨汁で書けばキレイに上る、而し雨が降るとメチャクであるから、スグ店の中へ取入れなければならぬ。畫用紙はどんな圖案でも出来て甚だしいが

矢張り雨に堪へぬ。カムバスは本當のものを使ふには及ばぬ。帯の心地を買つて来て、粹に張り、ニカワを溶かして塗り、其上へ白ペンキを塗ればそれでカムバスは出来る。カムバスの上へ然るべく圖案なり文句なり入れ、ばよいのである。

ブリキ板、トタン板なら雨には心配はない、少々金はかゝつても此方がよからうと思ふ。只ペンキの塗り方であるが、コレもペンキ屋で溶いたのをチャンと賣つてゐるから、買つてきて、ブラシで塗れば、少々不細工でもワケなく出来る。手綺麗なものを買へば屋へたのむのであるが。

### 廣告文句の書き方

立看板と云ひ、ショーカードと云ひ、文句を書くのがむつかしい。買ひたくならせる殺し文句を書く事はなかく、骨が折れる。そこで其かき方を説明しやう。

商品には凡て販賣要點と云ふものがある。それを最も簡單に十二字以内位に壓縮したものが、巧妙な廣告文句即ち惹句となるのである。

「販賣要點とは「商品の賣れて行くべき要素」と云ふ事である。語を換へて云ふと「お客様の其商品の買ひたくなる要素」である。例へば呉服なら、その柄、その地質、その色合、その値段が「賣れて行くべき要素」であり、お客様の方から云ふと「買ひたくなる要素」である。お客様は必ず、これ等の要素を仔細に吟味して、愈々氣に入つたら買ふのである。

此販賣要點はどんな商品にも必ずあるべき筈である。販賣要點を持たない商品は賣れやう筈がないからである。販賣要點に亦商品の一つ一つに依つて違ふ。例へば呉服でも「柄はいゝが地質がよくないと」云ふものある。「地質はよいが柄はよくない」と言ふものもある。それ々々其販賣要點を異にして居るのである。

販賣要點は其商品に對して最も重要なものと左程重要でないものとある。例へばお召の如きは第一が「柄」であり第二が「色合」であり第三が「地質」である。柄が最も大切な販賣要點で色合、地質は「柄」程大切な販賣要點でないが、木綿物になると「地質」が第一で「染色」が第二で「柄」が第三の場合もある。

かう云ふ風に販賣要點はそれ々々輕重があるが、然しこれはお客様一般を考へての販賣要點

であつて、お客様一人一人に對しての販賣要點ではない。お客様一人一人は各自に勝手な販賣要點を要求してゐる。お召を買はむとする人でも第一に「地質」を考へて居る人があるかも知れないし。木綿を買ふ人にも第一に「柄」を考へて居る人があるかも知れない、人それぞれ「買ひたくなる要素」に違つた目的を持つて居るのである。

諸君は自分の扱つて居る商品盡々に對して、其販賣要點を知つてゐなければならぬ。同時にお客様一人一人に對して、此人はどう云ふ點で買はふとして居るかをよく洞察して、巧妙に賣る工夫をしなければならぬ。

そこでお客さん、販賣要點を申上げるには、其お客様が如何なる點を要求して居るかを推察し、「柄本位で買物する筈だ」と思つたら柄のよいのを出して「お似合の柄でございます」と云ふがよからうし「地質本位で買物する客だ」と思つたら地のいゝのを見せて「お爲によい本當によい地でムいます」と申上げるがよからうけれども、お客様か何を本位として買物するかを判断する事は容易な事でない。始終来ていたゞく御得意様ならそれは大抵解つてゐるだらうけれども初めてブツつかる身などは到底判断が出来るものではない。又お客様は一つの販賣

要點だけで買物をする人は少ない、大抵は柄もよし地質もよし値段は安しと云つた風に、澤山の販賣要點を要求するのである。

だから諸君は此お客さんは柄本意の客だと思つて「いゝ柄で△います」と云つただけでは何もならぬ、もし柄本意で買物してゐる人でなかつたら明かに外れ弾である。何もならぬ、そこで一發で適中させやうと思はず、幾つもある販賣要點を片つ端から發射してどれかで射落さうと工夫すべきである「よい柄で△います」でお客さんの心が動きさうでなかつたら「いゝ色合で△います」と第二發とやつて見なければならぬ、それで不可なかつたら、いゝ地質のものを出して「いゝ地質で△います」と第三發を射なければならぬ。かくして居る中に其どれかどの中するのである、或は全部的中するかも知れない。亦どれもこれも、販賣要點の揃つてゐるのを望むお客さんには、そのどれもこれもに及第する商品を出して「柄と云ひ、色合と云ひ地質と云ひ申分ございませぬ、値段もお安う△います」と云ふ風に六連發を發射しなければならぬ。兎に角販賣要點は其商品を持つてゐるだけのものを全部心得て得て、それを次から次へと出す用意をして居なければならぬのである。

多勢のお客さんに對して一々其販賣要點を考へてお話しする事は必要な事であるが、却々むづかしい事である。

私は茲で商品の販賣要點の輕重をどうして判定するかのお話しをしよう。

商品の販賣要點は其商品の存在する目的から考へて輕重を附せられる、かう云ふのが一番解りよからう。例を舉げる、洋服は何の爲に存在するか、人を裝飾する目的と體溫の調節を計る爲である。或人は「キモノは寒さを防げばそれでよいものだ、それが目的で出来たものだ」と云ふであらう。けれどもそれは間違つてゐる。熱帶國に住む野蠻人でも頭や腰にいろ／＼なものを附けて居る、美しい鳥の羽や獸の皮などである。それは寒氣を防ぐ爲であるか、否、そんな必要は更がない。然らば何の爲か、裝飾する爲である。野蠻人ですら然り、文明人が身體を裝飾しない筈はない。即ち今日の衣服なるものは裝飾の目的と體溫を調節する目的と二つから出来てゐるものである、そして呉服類——絹物類は體溫を調節する目的よりも裝飾を主とするものである、木綿物でも只程度が低いと云ふだけで勿論裝飾の目的を持つものであるが、それには體溫を調節する目的が餘程多く加へられてゐる。

既、裝飾するのが目的である。装となるると其處に流行がある、流行に従つて身體を装飾しやうとするのは人の本能である、そこで呉服の販賣要點で一番大切なものは「流行の色合柄合」  
「其人に似合ふ色合柄合」と云ふ事になつて「體温を調節する」などと云ふ事は呉服として當然の事として扱はれて販賣要點にはなり得ない。何處の呉服屋に「此お召は暖かうムいますと云ふものがあらうか。

呉服既に然りである。帽子も洋服も、ネクタイも、チヨツキも、靴も矢張りこれと同じ事である、要するに「服製品」と名付くるものは和洋を問はず凡て茲に販賣要點を持つものである。そして服製品は一時的のものではないから、そこに「耐久力」が必要になつて来る。即ち「お爲によろしい事」が続いての販賣要點となるワケである。

服製品は亦身につけた處の「實感」が重要な販賣要點になつて来る、これ等は肌 directly 觸れるもの程力強くなつて来るので、時には「流行」も「似合」ふもない「實感」そののみで其商品の存在する事がある。例へばシャツ、サル股、腰巻、足袋、靴下の如きこれである、これはいづれも「身に附けての心よさ」即ち「實感」が重要な販賣要點をなすものである。

食料品は何の目的で存在するか、云ふ迄もなく食慾の本能を満足させる爲である。食慾の本能は何う云ふものに動くかと云ふと「美味」を感じるものに向つて動くのである、人或は云ふかも知れない、人の食物を探るのは生きてゐる爲である、だからヨリ滋養價の多いものを求めて居るであらう」と、けれどもそれは間違つてゐる、それは理性であつて本能でない、複雑した文明人の性格には理性も本能も働いて、其要求には却々むづかしい事があるが、然し本能と云ふものは滋養價などを第一に考へて求めて居るものでない。神はあらゆる生物に生きる爲に食慾を與へられた、あらゆる生物は無自覺に食慾に動いてゐる。そしてそれはヨリ美味のものに動いて行くのである。これに理性を加へると其處に「滋養價」が必要であり「衛生」が必要であるが、最も力強い本能は矢張りおいしいものを求めて居るのである。  
そこで本能を斥けて理性で食物を探る人——例へば不健康者——病人——小兒——老人——産婦——なぞと云ふと、「滋養價」だの「衛生」だのを本位として「味」を顧着なく食料品を要求するが、普通の人であれば「美味」を第一要件として食料品を要求する。即ち食料品の販賣要點は第一が「美味」第二第三が「滋養價」であり衛生である。

楽器は何の目的で存在するか、人の聴覚に快味を覚ゆる爲である。音楽は勿論人の美的本能である。野蠻人にも亦野蠻人の楽器がある、獨り文明人のものではない、然らば楽器の販賣要點は何か、曰く「いゝ音色のする事である」其楽器の裝飾や耐久性は第二第三の問題である、最も重要な本能的な販賣要點は「音色」である、即ち楽器は其音の調子の最もよいものが歌ばれるのである。

商品にはそれ／＼其存在する目的から販賣要點が定められる、其販賣要點を充分ならしむる爲に製造され、そして販賣の時に力強く説明する事が出来る。

以上で販賣要點の事はお解りであらうと思ふ、即ち諸君は商品ヲ充分研究し、その要點をつかんで、最も力の強い處を惹句にしなければならぬのである。

それから商品（或は仕事）仕事と云ふのは商品でない場合を指したものである。例へば賣出しの廣告の如きは勿論結局は商品を賣るのであるが、其廣告の目的は其賣出しと云ふ催しにあるのであるから、其催しを簡単に云ひ現はすのである。例へば

### 必死的努力で安く賣る

## △△屋の△△大賣出し

と云ふやうな風のものである。これで賣出しの目的を充分に力強く云ひ現はして居る。

(一) 相手を考へてそれに應じた惹句を書くこと。

例へば紳士階級に廣告する商品であれば、

(イ) 紳士諸君に必ず御氣に召す

(ロ) 最も高級な紳士の製品

と云つたやうな文句が必要なし、

家庭向であらば

(イ) 家庭用として最も經濟的

(ロ) 御家族の皆様を喜ばせる

と云つたやうに家庭中心に、凡て相手に依つて惹句を考へて行かなければならぬのである。そしてそれが相手定めずに一般的のものであれば、惹句も亦一般でなければならぬ事云ふ迄もない。

(三) 新らしき出来事を利用した惹句を作る事

例へば流行性感冒の時

(イ) 流感の完全なる豫防

と云つた風にそれに關係ある商品は、うまくそれを捉へなければならぬ。アメリカの前大統領ルーズベルトが例のアフリカの猛獸狩をやつた時の事である。ルーズベルトが其日記の中にウインチェスターと云ふ銃を褒めて書いたのを、其銃砲會社が早速廣告に用ひて、其日記の文句を引用したので、非常に信用を高めたと云ふ話がある。コレなどはたしかに出来事をうまく利用した一例である。

(四) 季節に向く惹句を書く事

商品に季節のあるものは勿論の事、季節のないものでも、うまく季節にあてはめて惹句を

書かなければ不可ない。例へば

(イ) 青葉若葉に麥一文字

と云つた風に、麥稈と其季節のものを持つて来る。或は

(ロ) いや／＼寒くなりました

と書いて蒲團、毛布等の廣告をするなどもそれである。又、本の如きはいつ讀んだつて一向差支へないものであるが、それでも

(イ) 燈下親しむの時

と云つた風に、惹句を作つて行かなければならぬのである。

(五) 興味的な文章にて惹句を書く事

如何に簡潔であり、商品の要領をつかみ、或は季節向に書き、新らしき出来事を捉へた惹句でも、其惹句に面白味と云ふものがなければ、これはサツパリ不可ない。讀んで面白い惹句——と云つて下品になつては不可ないが——でなければならぬのである。

(イ) 奥様がいつも褒められます



と惹句キヤッチフレーズを書いて、料理の材料の広告をしたり、亦是  
(ロ) 三人寄れば三人共  
と書いて、其商品の評判のよい事など書くのはいづれも、何となく面白味のある惹句である。

## 第二編 小店の其營業方針

### 實際的營業方針

「どう云ふ營業方針を探れば繁昌するか」これはあらゆる商人諸君の居常考へて居られる事であらう。バラツク式の簡易な商店としてはどう云ふ營業方針がよいかと云ふ事を茲にお話して見たいと思ふ。

人は云ふ「ソナ事は説明する迄もない事だ、正直に商ひすればよいのだ、熱心に商ひすればよいのだ」と。私はソナ抽象的な事を申上げたくない。ソナ平凡な事を今更らしく諸君にお話ししやうと云ふのでない。私はモツト具體的なものと實際的な事をお話ししやうと思ふのである。

### 顧客本位の店を作れ

小賣店にはいろいろ研究すべき問題があるが最も大切な事は「商店本位の店舗を作るか」「顧客本位の店舗を作るか」と云ふ事である。商店本位の店舗と云ふのは、例へて見るならば今日到る處にある普通小賣店の店舗がそれである。

今日の多くの小賣店が何故商店本位であるか云ふと、第一に「客に自由に見せる設備と云ふものがない。小賣店の多くは陳列場を持つて居ない。お客様が這入つて来て「あゝ云ふものを見せてくれ、かう云ふものを見せてくれ」と注文してから初めて見せるのである。お客様が勝手に自由に見る事が出来て居ない。即ちお客様本位でなくして商店本位である。陳列場を設けるには場所も要れば商品も多くを要する。商品が損じもすれば時に萬引にもかゝる。陳列場を設けず、疊の上で商賣をして居て、商品は棚の中へでも入れて置き、お客様の要求に応じて出して居れば、場所も要らず、商品の準備も少なくて済み、且つ損じも少なくて萬引の心配もない。だから今日のやうな店舗の方がよい……と考へて居るのは明かに商店本位ではなからうか。然らばお客様本位と云ふのはどんな事であるか云ふと、商品をお客様が遠慮氣象なく自由に見得られる商店である。即ち陳列場を設け、商品を澤山店頭に出して、それで客を吸収

する處の商店である。

### 客に遠慮させぬ店舗

商店本位の店舗、即ち座賣商店と、顧客本位の店舗、即ち陳列式店舗といづれがお客様に氣に入るか、そしてよく賣れるかは説明する迄もない事である。

お客様は普通の小賣店では「あれを見せて下さい、これを見せて下さい」と云つて注文して商品を見るのであるから、どうしても「買はないで歸るのはキマリが悪い」と思つてゐる處が陳列式の商店であれば、別に注文して見るのではなく、陳列したものを勝手に見て廻るのだから少しも遠慮が要らない、従つて買はないで出て少しもキマリが悪くない、即ち自由に見られると云ふワケになる。

私は此際小賣店の營業方針の第一として此「買はないで歸つても少しも遠慮のいらぬ店」を設らへるやうにして貰ひたいのである。即ちお客様本位の店舗を拵らへて貰ひたである。此方が結局顧客をヨリ多く吸収し、ヨリ多く賣る所以である事は實際が最もよく説明する處で

ある。

### 品質に信念を與へよ

次には商品の品質及値段に於て「お客様に信念を與へる」と云ふ事である。これ迄の多くの小賣店では品質にあまり重きを置かず、只「よく賣れる商品よく儲かる商品」と云ふ事に重きを置いて居たやうに見受ける。けれども此方針は決してよい方針ではない「よく賣れる商品」の中にも、品質の粗悪なものがないで、よく儲かる商品」の中には、どちらかと云ふと品質本位のものはないと云つて差支へない。

品質の粗悪なものを賣つて置くと、お客様は其店を信用しなくなる。大體お客様と云ふものは勝手なもので、買ふ時には安いものを買はふとするが、使ふ時には値段の事は忘れて「あの店の品は悪いなぞ」と云ふものである。だから悪いもの、安物はなるべく扱はない方針にした方が、商店としては安心であつて、何れ迄も「アノ店の品はよい」と云ふ評判を取る事が出来、従つて信用も高まつて行くのである。

### 値段に信念を與へよ

「値段に於て信念を與へる」と云ふ事は、一切正札をつけて、お客様に安心して買はせる事である。

「アノ店では掛引をするから値切らなければ駄目だよ」などと初めから客に値切る用意をさせる様では駄目である。「アノ店は確實だから値切る世話はない」と思せねばならぬのである。その店へ行けば、決して掛引はないと云ふ信念を客に與へなければならぬのである。「アノ店は正札で決して引かない」と云ふ評判を賣つてさへ了へば客は決して値切るものではない、値切られるのはソレだけ商店に信用がないからだ。値切られるのは其店の恥なのた、商店が悪いのだ客が悪いのではない。正札にすると云ふ事は値に於て客に信念を與へる最も大事な事である。

よく小賣店の主人から「此邊はお客様が少しでも引かないと承知しませんから」などと云つて居るのを聞く事があるが、それは大間違ひで、自分の店の信用のない事を白状して居るものである。もし其商店が「正札店だ」と云ふシツツリした信念を與へて居たら、お客様は決して

値切るものではない値段に於て信念を興へるこれは小賣店に於ても最も大切な事である。

### 満足させる待遇法

次には「商品にも待遇にもお客様に満足を興へる」と云ふ事である。よい商品を賣つて置けば、お客様に満足を興へる事は云ふ迄もないが、尙それ以上に、もし買つて歸つて後で氣に入らなかつた時は快よく取換へて上げる、もし汚點や疵のあつた時は、スグ乖よいものを取換へて差上ると云ふ風に、どこ迄も責任を持ち、決して「お客様に不平を持たせた儘で商品を買はせない」としなければならぬのである。

例へば氷枕を賣つたとする、後で水が洩ると云つて返して来る、其時には快よく完全な品と取換えて上げなければならぬ。コンナ事は云ふ迄もない話しのやうであるが、小賣店で實行して居ない處は澤山ある、氷枕などは雜貨で取換へてくれるのであるから取替もするが、問屋で取替への利かない商品だと、ツイ濫い顔をする事がある。これは商品の如何に拘はらず、もし不完全であれば取換へるだけの誠意がなければならぬ。泥んや商品に少しも損所はなく、

只色合とか形狀とか氣に入らぬと云つて取換へを申込まれた時は快よく取替えるのが當然である。

お客様の待遇に就ては特に注意しなければならぬ。よく小賣店へ行くと、店へ這入つて來た客には邪が非でも買はせやうとあせつて、客に満足を興へるも何も考へない所があるがそれは大に間違つて居る。

お客さんと云ふものは、ゼヒ買ふ爲に店に來るのではない。品物を見ていゝものがあるれば買ふのである。氣に入つたものがなければ買はずに歸るに何の遠慮會釋もない筈である。處があまり商店の方で賣る事に一生懸命になるから、客の心持なんか考へず、無暗に「買へ買へ」と迫る、だから御客様は買はないで歸ると、店員に冷笑されるやさな氣がして、平氣で店を出る事が出來ない。假令一つでも二つでも品物を見た以上は一寸でも買物しなければキマリが悪いやうに思ふやうになる。

これは客が悪いのではない。これ迄の商店のやり方が不可なかつたのである。現代式商店ではコンナ事は許さない。客に自由に品物を見せ、氣に入つたものがあれば初めて買つて貰ふ。御

客さんの満足しないもの。無理に賣る事をしないと云ふのである。これでこそ顧客本位の店であつて、客に永久に愛され、却つて賣り急ぐ店よりも繁昌するのである。

此他に、言葉遣ひから、態度から、凡ての應接振が、客に上下の隔てなく、凡てに熱心に、誠意を持つてしなければならぬのは云ふ迄もなく、待遇の親切で丁寧な店は、いつ迄もお客様によい感じを與へ、従つて何度も買つて貰ふ事が出来るものである。

### 拙劣な呼込客引策

お客さんが店頭に立つて見て居る。早く云へば網の近くを泳いでゐる魚だ、何とかして自分の網の中へ入れて了ひたいものだ。扱其時「ござんなれ」とばかり店員が店内から店外迄出遣張つて

「まあお這入り、店の中にもいろくムいますから」と云つたらどうであらう。

此店員の言葉は早速お客さんを店内に導くの動機となつて、ノコノコと這入つて来るであら

うか。

否否、かふ云ふ場合、十に九迄は這入つて來ない、店員がかう言ふ言葉をかけるや否や、今迄熱心に見惚れて居た處へ、まるで叱られでもしたかのやうに、急に興を醒してアタフタと行つて了ふ。店員はそれを見送つて呆然立つてゐると云ふ姿である。

これは、此店員が「賣るコツ」を知らないからである。魚が泳いでゐる、どうかそれを自分の網に入れたいと思つて、急いで網を魚の方へやつて御覽なさい、魚はサヨナラと逃けて了ふそれと同じ事で、「此客を店の中へ入れよう」と考へて、「まあお這入り下さい」と云ふ事は、最も幼稚な、其も下手な行き方である。客引策でなくて、客不引策である。

一寸立止つてお客さんが見て居ると「まあお這入り」こちらにもいろくございます」とう、さく勧める店がある。如何にも賣りたくて堪らぬやうな、何とかして賣付けたいと云ふやうな、さもしさが見えて情けないやうな氣がする。

そしてコレは舊式の、店員の店に多いやうである。店先に番頭さんがズラリと並んで居る。這入るのもキマリ悪いから——買物しやうと最初から決心してゐる客は大威張りで這入るであ

らう けれども買ふか買はないか、見てからでなければ解らない客は決して大威張で這入らない——店頭で

「いゝのがあれば這入らう」

と考へてゐるのである。

そこへ持つて来て

「まあお這入り」

であるから、這入つたが最後、買はなきやなるまいでお客様は尻込して、慌てて逃げ去つて了ふのである。もし此時、「まあお這入り」とも何とも云はなかつたら、お客様は自然的に這入つて来たかも知れないのである。即ち這入るべきお客様を下手法な言葉のために、却つて追拂つてゐるのである。店員諸君は返すくも「まあお這入り」を云つては不可ないのである。

### 縁日商人もやらぬ

縁日商人は「サア御買ひなさいお買ひなさい、コンナに安いものがあります、諸君如何です

か」と大きな聲で呼んだものである。

相手が縁日商人の事だ、お客様は全くの素見氣分で見つて見る。そして面白半分をそれと聽いてゐる。コレは何故立つのか、「買はなくてもいゝ」から立つのである。もし縁日商人の露店の前へ立つと、何か買はなければ立去り難いと云ふやうな事であつたらお客様は決して、「サア入らつしやい入らつしやい」に立止らないのである。

バラックの商店でも、それが一軒の店である以上、縁日商人の露店のやうに、「買はなくてもいゝ」と云ふわけには参らぬ、店へ這入つて、椅子にかけて、番頭さんに品物を出して貰つた以上、「買はなくてもいゝ」と云ふ事は出来ない、假令商店の人々が「買はなくてもいゝ、見ていただくだけでも結構だ」と思つてゐても、お客様のほうではさうは行かない、品物を見た以上氣に入りませんから又貰ひませう」とは却々云ひ得られない事である。

だから君子は危きに近よらず、「買はう」と云ふ決心がつく迄はメツタに這入るものでない。入らつしやいゝ」など云つた處で、決してオイソレと這入るものではない。

「入らつしやいゝ」まあお這入り」は正に縁日商人の用ふべき言葉である。バラックでも一軒の

店がなすべき事ではない、處が近頃は其低紙な縁海商人すら「御買ひなさい、お買ひなさい」とは云はなくなつた。極めて野卑な、香具師がやつて居る位のもので、相當な縁日商人はお買ひなさい。」とは云はない、黙つて店を出してゐる。

縁日商人に於ても「入らつしやい」「まあお這入り」の効果のない事を承知してゐるのである。然るに商店に於て「入らつしやい」「まあお這入り」を連發する店のあるのは大に心細い、コンナ事はしないやうしなければならぬ。

聲で客を呼ぶのは最も野蠻的な客引法である、昔はそれでよかつたのかも知れない、而し今日では客引法どころか、不客引法である事前述の如しである。然らば今日は何で客を惹くか。

今日は、陳列窓はとでも出来ないから只店頭の商品陳列とシヨーカーがあるのみである。陳列臺に並んでゐる商品が聲を立てなくとも、自ら客を惹くのである。そして店員諸君がものを云ふ代り、シヨーカーに物を云はせるのである。シヨーカーは文字である。文字に「入らつしやい」を云はせるのである。

陳列とシヨーカー、此二つが客を引くのである。

### 尾行的待遇法

陳列式を採つてゐる店、陳列式でなくても、ホンの少しの陳列臺を設けてゐる店——さう云ふ處に客が這入つて來た時、店員諸君の待遇法は大に考へられなければならぬのである。

お客さんが陳列を見てゐる。スルト店員がやつて來て

「何か御入用で御座いますか」

と云ふ事がある。

コレは最も拙劣な方法である。かう云はれた時お客さんは、其言葉を待つてましたとばかり「シャツが欲しいのですがね」

と云ふやうな出方をする人は一人もない、誰でも此言葉をかけられると

「イヤなあに」

と云つたやうな調子で、切角見てゐた陳列品から目を放して、店員から逃れやうとするものである。

かう云ふやり方を尾行的待遇法と云つてゐるが、コレはゼヒやめて貰はなければならぬ、尾行的待遇法は云はゞ押賣的待遇法である。其客を椅子に座らせやうとする手段である。椅子に座らせらると「見るだけ」と云ふワケには行かない、必ず「買はなければキマリが悪い」となる。其處を心得てゐるから無理に椅子に座らせて品物を見させやうとする。それは客の心理的弱點に乗じて、買物をさせやうと云ふ事になる。之は明かに押賣的待遇法である。

押賣待遇法——それで客が買ふと思つてゐるのは實に幼稚な迂愚な考へである。お客さんはもつと惻巧である。そんな時には「其手にかゝるものか」と云つた風に逃げて了ふのである。今日はコンナ待遇法で物を賣る時代ではない、もつと考へて貰はなければならぬ、コンナ時には黙つてゐればよいのである。充分勝手に見せて置けばよいのである。客が自然的に欲しくなるやうに導けばよいのである。客に強要しては不可ない、悪勸めをしては不可ない。

何處へ行つても勸業館——勸工場——と云つたやうな處は、豫期した程に買れないのである。コレにはいろいろの理由があるが、其第一は尾行的待遇法がお客さんに反感を抱かしめるのである。あゝ云ふ處に行つて御覽なさい、きまつて尾行的待遇法をやる、一寸品物を見や

うとすると、店番が飛んで来て

「何か御入用でございますか」

と云ふ、店の前に立つたら買物するに極つてゐると云ふやうなやり方である。

お客さんは店へ立つたからと云つて強ち買はなければならぬ義務を持つてゐるワケではない、店に品物を並べてあると云ふ事は、自由に見てもよいと云ふ事を意味するものである。其意味をメチャクにして買ふに極つてゐるやうな待遇法を探る、實に言語道斷な話である。

勸業館は寂れるのが多い、其原因の一つはコレである。かう云ふ點をよく呑込んで、勸業館のやうな尾行的待遇法をやらぬやうにして貰ひたいものである。

### 見せて買せる店

お客さんには(一)其店である品を買物する意志で来る客と(二)其店で品物を見てから氣に入つたものがあれば買物をする意志で来た客と(三)其店に限らず、何処でもいゝ氣に入つた品物があれば買たしやう、と云ふ客と三通りある。



そして其第一の客は極めて稀で、大抵は第二である、そして第一も可成りに多い、都會では第三がなかく多い。

此客の種類から考へると商店は「品物を見せる」事が一番大切な事である事がお解りであらう。然り商店は決して「賣る事のみ」であつては不可ない、「見せて、そして賣る店」でなければならぬのである。

かう考へて來る時に、諸君は「まあ入らつしやい」よりも陳列の方が力強く、尾行的待遇よりも「自由に御覽下さい」の方がヨリ成績を擧げるの途なる事を合點せられるであらうと思ふ。

### 現金賣に改むべし

東京では今度の震災で、どの店もこの店も現金賣になつたやうである。

「元方現金に付一切現金で願ひます」

と書き出して、一切現金にして丁つた。掛賣の得意先へは注文もきまに行かなくなつた。東京のバラック商店は勿論の事である。

コレは實にいゝ事で、多年の悪習慣を此機會に一掃する事が出来たと云ふ事が出来る。

そこで將來現金で賣る事を本位とするのは云ふ迄もないが、其代りに極力安く賣る事を考へなければならぬ。

極力安く賣らむとすれば、極力安く仕入れなければならぬ事理の當然である。掛賣商店と同じやうな仕入れをやつてゐてはとても値段の競争は出来ない。少しの競争は出来ても、負けないと云ふ自信のある。徹底的な競争は出来ない。掛賣商店と競争して有利な點を考へると。

#### 掛 賣 商 店

- 一、掛賣故掛倒れを幾らか商品全體の賣價に込めて置く。
- 二、掛賣故其賣價に幾らかの金利を込めて置く。
- 三、掛賣故掛代金回收上の手数料を其賣價に込めて置く。

#### 現 金 商 店

- 一、現金故掛賣りを見込む必要少しもなし。
- 二、現金故其賣價に金利を込める必要更になし。
- 三、現金故集金等の手数料を込める必要更になし。

かう云ふになるから、云はゞ仕入れの方法は、現金賣の店が掛賣商店と同様、掛取引で仕入れても、競争に勝てない事はない。けれども掛賣商店がこれ等の掛倒れ、金利、手数を見込む事はさう大したものではない。従つて現金賣の店がそれだけ安く賣る事が出来るからと云つて、其安さが大に客を惹くと云ふ程の魅力ともならない。然らば其大きな魅力となる安さ——掛賣商店と較べて格段の相違ある安さ——はどうして生れるかと云ふと、それは次のやうな處から生ずる。

#### 掛 賣 商 店

一、掛賣をして現金で仕入れるワケに行かないから掛で仕入れる。掛で仕入れれば現金で仕入れるより高つく。

#### 現 金 商 店

一、現金で賣るから現金で仕入れても苦痛でない。現金で仕入れるとなると安く仕入れる事が出来る。

かうなるのである。つまり此の現金で仕入れる」と云ふ事が出来るために、現金商店は掛賣商店に打勝つ事が出来るのである。「現金で仕入れる」と云ふ理由の外に、前述の、金利、掛倒れ、手数料を見込む事が要らないから一層安くなるのである。

かう云ふワケであるから、もし現金賣の店が、掛で仕入れると云ふ事になると、掛賣商店に打勝つだけの魅力は誠に微弱なものになつて、到底大に賣る事は出来ない。

#### 安く多く安く賣る主義

つまり現金賣商店の生命は「安く多く賣る」と云ふ事にあるのである。もつとうまく云ふと「安く多く早く賣る」と云ふ事になるのである。

これは循環理論になる。何故なら。

- 一、現金でも安く賣れば澤山賣れる。
- 二、澤山賣れば品物は早く賣れる。
- 三、早く賣れば現金で安く仕入れる。
- 四、安く仕入れれば現金で安く賣れる。

かう云ふ風に循環するのである。つまり現金賣と云ふ事は資金運用上非常に面白い結果となる。之を極簡単な數字で示すと、

- 一、五千圓の商品を現金で仕入れる。
  - 二、賣れるだけのもので現金で仕入れる。
  - 三、最初の五千圓の次に、賣れただけ仕入れて行つて、其金額が五千圓になつた時に資金は一回轉したのである。
  - 四、一回轉後少しづゝの仕入れが五千圓に達する毎に回轉の度数が定まる。
  - 五、そして其回轉度数は「安く賣る」「多く賣る」の結果、掛賣店の回轉度数より遙かに活潑である。
- 掛賣商店が、現金で仕入れやうとしても、掛賣金の回收が出来た時でなければ、金がないからそれは出来ない。然るに現金主義の店では、現金で賣つてゐるのであるから、經費を除いていつ何時でも、其賣れた金で仕入れをする事が出来る。
- 以上述べた處で、「現金賣をする店は現金主義の間屋から仕入れた方がよい」と云ふ事がお解りであらうと思ふ。繰返して云ふ、現金主義でやらうとする店が、掛で商品を仕入れては何もならない。そして現金で賣るなら資本運轉上、何の障害も苦痛もない。

### 現金主義の間屋の取引

扱現金賣の店は現金主義の間屋で仕入れるとして、其現金主義の間屋と如何な取引方法をするがよいかと云ふと、

- 一、現金で仕入れる位ならば、確實な間屋で、現金で仕入れるからと云つて、充分勉強した値段で仕入れて來なければならぬ。
- 二、通信卸賣を完全にやつて居る間屋と手紙取引する。これ等は一切卸定價販賣であるから確實な商品が得られる。

此二つの方針であつて、そして別に

- 三、出張販賣員が廻つて來たら補充的仕入れとして、當座必要なもの少量だけを、現金で仕入れるからと云つて極安く仕入れる工夫をする。
- 此行き方である。即ち店賣主義の店が、通信卸賣の店かと主として取引するのである。出張販賣をする店とはあんまり取引しないのである。
- 中流品であるかと云ふ事になると、それは前にも既に述べた通り、自分の店に適當した營業

方針を立て、それに依つて問屋を撰擇して行くより仕方がない。

例へば、洋品問屋で例を取ると、東京日本橋樂研堀のハリキン商店は通信卸賣をやつてゐる。そしてそれは現金である。而し取扱品は高級品である。地方の商店にして中流から下を覗つて行く商店などでは、よく「ハリキンさんの商品を扱ひたいが、品目がよ過ぎますので、自分達の店ではどうも……」など云ふ。處が同じ日本橋區元濱町の高政商店は矢張り通信卸賣をやつてゐて、そして現金であるが、取扱品は、中流品である、だから地方の商品などでは「高政さんの品物が丁度手頃だ」などと云ふ。

勿論、取扱品の上下は問屋の主義であつて、それで店の上下を定める事は出来ない。安物を扱ふ問屋で随分大きなものもあれば、上物を扱ふ問屋で小さなものもある。

### 眞の利益は経費節減に得らる

商賣人だもの儲けなければならぬだから、大に儲けやうと努力するが、其儲け方を間違へるとサツリバ不可ない。何故なら、商品に一つ一つにシツカリ口銭をかけると、暴利だと云つて

お客さんが近寄らなくなる。そればかり暴利取締令でやられる。いゝ加減なものを仕入れて来て如何にも安さうな顔をして賣つて見ても、使つて見てスグ化の皮が現はれて「あの店の品は駄目だ」と被仰る、そして賣れない。儲け方の間違つたと云ふのはかう云ふのを指して云ふので、これでは儲けるつもりでも結局は儲けからなくなり、慾が深いやうで慾が浅い事になる。然らばどう云ふ儲け方が本當の儲け方が、そしてどう云ふ儲け方をすれば本當に儲かるか。それはかうである。

一、商品一つ一つの利益は少くして置いて、「安い」と云ふ評判を贏ち、そして澤山賣る工夫をする。

二、冗費を省いて、其省いた冗費を店の利益とする。

此二つの方針を採らなければならぬ。

處がこれがむつかしい事で、第一の、大に賣る爲には單に安くするばかりでは不可ぬ店を陳列式にし、愉快に買物出来るやう設備もしなければならぬ。廣告をして客を吸集する工夫もしなければならぬ。これ等はいづれもお金のかゝる事である。これ迄陳列してゐなかつた商店が

陳列を始めるとすると、如何にも冗費が餘計にかゝるやうな氣がする。亦廣告をした事もない店が廣告などを始めると、如何にも無駄な金を費ふやうな氣がする。

處が、一方で冗費を省き、そしてそれを儲けにしろと云ふのだから、そんなら陳列も廣告も廢して了はうと云ふやうな事になるかも知れないが、茲がむつかしい處で——むつかしいと云ふよりも、舊式の頭と新しい頭の相違點で——新式經營では、かうした費用つまり陳列とか廣告とかに要する費用は之を冗費とは認めないのである。

勿論、陳列のしかたにもいろ／＼あつて、下手な事をすれば冗費に終る事もある、亦廣告のしかたにもいろ／＼あつて、下手なしかたをすれば、全く無駄にならざるを得ない。而しそんな事を云へば、商店で最も必要な店員の使用方法にすら、舊式經營では無駄を澤山にやつてる、要するに陳列であらうが廣告であらうが、乃至は店員の使用であらうが上手にやりさへすれば、それはいづれも商店に必要な經費で、下手にやれば、それが商店にどんなに必要な事に見えてもそれは冗費である。

そこで諸君は、冗費の考へ方を間違へないやうにして貰つて、大に賣る爲に必要な陳列費と或廣告費とかは勿論これも大切な經費と考へて貰つて、店の費用、店員の費用、仕入の費用、經費一切に亘つて、「無駄」と云ふものを、一切取除く考へになつて貰はなければならぬのである。

處が此無駄と云ふのがなか／＼解らない。無駄だと思つてゐるものが案外必要だつたり必要だと思つてゐるものが案外無駄だつたりする。諸君はどうか、其の、無駄を省く方法に就てよく研究して貰いたいと思ふのである。

### 商品賣値の計算方法

大體商品の賣價と云ふものはどうして定まるかと云ふと、それは

原品の原價 + 運賃 + 包装の材料 + 労務 + 運賃

となるのである。

商品の原價は云ふ迄もなく仕入原價である。(時には計算の便宜上問屋からの送料荷造費等を着荷と同時に計算して了つて、商品に割當て、原價として了ふものもある。そして此方法は、運賃

に不同のある商品を扱ふ店に取つては却つて確實な且つ便利な計算法である)

経費は之を率を以て現はす事は云ふ迄もない。其率の出し方は一ヶ年の賣上高の豫想に對する一ヶ年の経費の豫算を見ればよいのである。そして一割の利益を見たとすれば

$$\frac{\text{原價} + \text{原價の一割} + \text{原價の一割} = \text{原價}}{\text{原價} + \text{原價の一割} = \text{原價}} \quad \text{原價} \quad \text{利益}$$

となるワケである。

尤も此経費の負擔及利益を商品に依つて變更させる事はある。例へば小間物店に於て、化粧品を扱ふ時、競争の結果、化粧品だけは利益を見ないで賣ると云ふやうな事がある。こんな場合は

$$\frac{\text{原價} + \text{原價の一割} = \text{原價}}{\text{原價} + \text{原價の一割} = \text{原價}}$$

と云ふやうな算盤を持つ、これでは利益はないのであるが、競争の結果なら已むを得ない。それがもつと嵩じると、経費の負擔さへお客さんにさせないで賣らうとする事があるコンナのは私の大嫌ひな處で、云ひたくはないのだが、事實やつてゐる處が澤山あるから止むなく説明

する。コンナ場合には

$$\frac{\text{原價} = \text{原價}}{\text{原價} = \text{原價}}$$

となつて了ふのである。而し商賣をしてゐる以上、損をするワケに行かない。損をする位なら商賣をしない方がよい位のものである。それでもかう云ふ事をやるとすれば、自然此商品では損をしても他の商品で儲けると云ふ方法を探らなければならぬ。

### 眞違ひ安き賣價算出法

茲で間違へてならないのは、「一割の利益」と云ふ事である。もし言葉通り一割と云へばそれは十圓の原價のものに、十圓の一割即ち一圓を利益として十一圓で賣る事である。處が今説明してゐるのはさう云ふ意味の一割ではないので、「賣價の一割」と云ふ事である。賣價の一割」と云へば十五圓の定價のものの中に一圓五十錢の利益があると云ふ事で、つまり原價は賣價の九割であると云ふ意味である。コンナ事は小學校時代に外何割、内何割と云ふ文字で誰でも教はつてゐる事ではあるが、もし原價の一割と云ふ意味に、一割の文字を解釋せられると困るか

ら、一寸申上げて置くのである。

今例を以て申上ると、今利益の標準を一割とし、経費を賣上高の一割五分で計算して行く店があるとする。すると其店の商品の定價を一〇〇%とするると利益が一〇%経費が一五であるからして、原價は

$$100 - (10 + 15) = 75$$

定價 利益 経費 原價

とをなる。即ち七五%が原價である。

で、今仕入原價九十三錢の品があるとすると、其賣價はどうして出るかと云ふと

$$75 :: 93 :: 100 :: X$$

と云ふ比例になつてつまり

$$\frac{.93 \times 1.00}{.75} = 1.24$$

と云ふ事になる。即ち原價九十三錢のものは一圓二十四錢の定價を附せば正しい事になる。

である。處がもし、輕率な人が、利益は一〇%で、経費は一五%計二五%であるから、原價九十三錢の二割五分即ち二十三錢（四捨五入を加へて一圓十六錢に賣つたとすれば、それは大間違ひで、本當は八錢の損をしてゐると云ふ事を知らなければならぬ。

で、コンナ事はメツタにないとは思ふが、多くの中にはコンナ間違ひをしてゐる人があるかも知れない、そしてコンナ間違ひをしてゐては、それこそ全體に互つて由々しき大事であるからよく注意しなければならぬ。

それから、モ一つこんな間違ひがよくある。

今仕入原價のものが二圓五十錢のものがあるとすると、これを三圓で賣つてゐる。すると五十錢の利益である。つまり二割の利益である。處が此店では経費を一割八分の率で計算してゐるから、差引二分の儲けがある。つまり五錢の損けである。

諸君はコレを正しい計算と思ひますが、どうして〜コレでは損をしてゐる。何故なら

$$3.00 - 2.50 = 50$$

賣價 原價 利益

そして一割八分の経費を計算すると。

$$3.00 \times 1.8 = 5.4$$

$$\text{賣價} \times \text{経費率} = \text{経費}$$

$$.54 - .50 = .4 (\text{損益})$$

経費 利益

つまり四銭の損をしてゐる事になる。それを五銭の筈と考へるやうでは、大けるどころかそんな事では年中損をしてゐなければならぬ。

正しい賣價の算法

そこで諸君は賣價計算をする時には、必ず

$$\text{仕入原價} + \text{原價の経費率} + \text{賣價の利益率} - \text{賣價}$$

として計算しなければならぬが、賣價の経費率及利益率と云ふものは、賣價が解つてゐない以上、一々算盤をおいて見なければならぬので、其計算甚だ面倒である。そこで賣價の何割は原價の何割につくと云ふ事を表にしたものを御覧に入れる。

原價と賣價との相對的關係表

原價の率	賣價の率
一五、〇%	一二、三%
一六、〇	一三、一
一七、〇	一三、九
一八、〇	一四、八
一九、〇	一五、六
二〇、〇	一六、四
二一、〇	一七、二
二二、〇	一八、〇



如何なる商店でも三割以上の経費を見る事は絶対にないから、コンナ表を三三%以上迄書いて  
 ゐるにも及ぶまいが、三割三分の経費がかかるとすれば、實に原價の半額を経費として見なけ  
 ればならぬのであるから、計算する人は餘程慎重にやらなければならぬ、面白い事には、こ  
 の計算を進めて行つて、賣價に對して五〇%を計算すると、それは實に原價の一〇〇%になる

四〇、〇  
 四一、〇  
 四二、〇  
 四三、〇  
 四四、〇  
 四五、〇  
 四六、〇  
 四七、〇  
 四八、〇  
 四九、〇  
 五〇、〇

二八、六  
 二九、一  
 二九、六  
 三〇、一  
 三〇、六  
 三一、〇  
 三一、五  
 三二、〇  
 三二、四  
 三二、九  
 三三、三

一三、〇  
 一四、〇  
 一五、〇  
 一六、〇  
 一七、〇  
 一八、〇  
 一九、〇  
 二〇、〇  
 二一、〇  
 二二、〇  
 二三、〇  
 二四、〇  
 二五、〇  
 二六、〇  
 二七、〇  
 二八、〇  
 二九、〇  
 三〇、〇  
 三一、〇  
 三二、〇  
 三三、〇  
 三四、〇  
 三五、〇  
 三六、〇  
 三七、〇  
 三八、〇  
 三九、〇

一八、七  
 一九、四  
 二〇、〇  
 二〇、六  
 二一、三  
 二一、九  
 二二、五  
 二三、一  
 二三、七  
 二四、二  
 二五、〇  
 二五、九  
 二五、九  
 二六、五  
 二七、〇  
 二七、〇  
 二七、五  
 二八、〇

のである。つまり賣價の半分迄も経費に要するならば、原價の倍に賣つても、それで尙一文の利益もない事になるものである。

### 利益率と回轉率との關係

利益計算の仕方は、これを六ヶ月の計算にすれば

其期末の賣上高 - 其期に屬する仕入高 - 其期の棚卸原價 = 求むる利益  
となる亦一ヶ年の棚卸しであれば

一年の賣上高 - 仕入原價 - 棚卸原價 = 總利益

となる。

そこで、假りに一ヶ年の計算として考へる時に

一、五千圓の資本で半期に一回回轉し、都合二回回轉したとすれば、五分の利益として五百圓の利益である。

二、而しもし五千圓の資本で一回しか回轉出来なかつたとすれば、五分の利益として僅に二

百圓である。

三、而しもし五千圓の資金で三回回轉したとすれば四分の利益率を見て六百萬圓の利益である。

四、もし五千圓の資本で四回も回轉すれば、三分の利益としても一千二百圓の利益である。かう云ふワケになるから、假令利益率を多く見て置いてても、回轉數が多くなかつたら、それは却つて、利益率が少なくて、回轉數の多いのに比べて、利益は少ない事になるのである。

それでどうかと云ふと、一ヶ年（或は半ヶ年）の経費は回轉率の多少に比例して増減するものかと云ふとさうではない。回轉率を多くしやうと思へば、勿論、大に賣らなければならぬから、廣告とか、賣出したとか、いろいろ経費も嵩むであらうし多く賣れる店では、人手でも多く要る道理だから、結局消極的の舊式小賣店より多く要る事は免れないが、而し其賣上に比例して多くなつてゐるが、例へば舊式消極的の店が一ヶ年一萬圓の賣上をして一千圓の経費をかけてゐるに對して、新式積極的の店が二萬圓の賣上をするからと云つて二千圓の経費を要するか。

それはさうでない。それは、勿論一千圓ではすむまいが、千二百圓か、千三百圓か、とにかく、いくらが多かゝる位の位のもので、それに比例して嵩むで来るワケではない。

そこでかう云ふ事が云へる、回轉率の多い店は、其賣上の數字も、仕入の數字も多くなる。(棚卸し原價は多くならない)従つて總利益の數字も多くなる。けれども経費の數字がそれに比例して多くなると云ふワケでないから、結局純利益は多くなる。之を要するに、回轉率を多くすると云ふ事が、今日の商賣の何よりも大切な問題である。

### 利益率はどの位か

かやうなワケで、利益率と云ふものは、多くして置いたからと云つて、結果に於て大に儲けると云ふワケのものでなく、少くして置いて、回轉率を多くすれば結局儲かるのであるからコレを何割と云ふ風に標準を立てても、回轉率の事を考へなければ何もならない。これ迄は利益率を一體に多く見たものである。つまり一つ一つに儲けやうとしたものであるけれども今日ではそんな方針は流行らない。そこで一つ一つにはさう儲けやうしないで、回轉率を多

くしやうとするのであるが、然らば其回轉率を多くする事を前提として、一體どの位の利益を見て行けばよいか。

私の考へとしては、

- 呉服店(木綿本位) 5%
- 同(物本位) 10%
- 洋品店 10%
- 文房具店 10%
- 小供用品店 10%
- 食料品店 10%
- 果物店 15%
- 美術品店 15%

これはホンの一例で、凡てに亘つてゐないが、どんな商品でも、まづ五分乃至一割の利益、(御間違へのないやうに経費は別)があればよいとしたもので、回轉数を多くする自信のある

店なら五分位にして置き、でない場合は一割見當にして行つてよからうと考へる。

一割五分と云ふのは暑げ過ぎるやうであるが、一般に

一、腐敗し易きもの

一、賣行の鈍きもの

等はとうしても普通よりは多くの利益を見て置かなければならない。それでゐて決して普通のもの程儲かりはしないである。だから、果物店の如き、美術品店の如きは普通のより多くの利益率を見て置かなければならないのである。

### 標準なき賣價は危険なり

以上述べた如く

一、仕入原價(Cost)

二、經費 (Imaginary Profit)

三、利益 (Store Expense)

此三つの合計が定價であつて、凡ての商品は其確實なる標準率の爲に正札を附せられなければならぬ事は云ふ迄もない。

もしかうした確固たる率、例へば

一、仕入原價

八〇%

二、經費

一〇%

三、利益

一〇%

と云ふが如き標準を立てたとすれば、其立てた處の確固たる定價に對して、商店は充分の自信を持つて賣捌がなければならぬ筈である。

然るにも拘はらず、世間には正札をつけないで、掛引をする處がある。掛引する店はかくの如き計算の下に、賚め定價を拵へて置いて、更に其上掛値をするのであらうか、イヤさうは思はれぬ。それ等の多くの店は、只漫然と値をつけてゐるのである。標準なしに、經費は何パーセントかゝるやら、利益は何パーセント見なければならぬやら一切そんな事を考へないで三割とか二割五分とか、見當で値をつけてゐるのである。今假りに三割かけてゐる店がありと

すればうなに一割位引いたつて未だ二割あるから」と云ふやうない、加減な目算でやつてゐるのである。そんなない、加減な事をしてゐるやうでは、儲かつてゐるつもりでも儲かつてゐない必ず損をする。例へ正札でも、何等定價を定むる標準なしに値をつける事は冒険である。まして掛値を云ふが爲に無鐵砲の値を附する如きは實に危険千萬で、そんな店に限つて儲かつたためいはない。

### 強盜竊盜に關する豫防

盜難——これは商店にあり勝な損失である。バラツクなどは尙多からう。盜難を區別する

- 一、強盜
- 二、竊盜
- 三、萬引
- 四、不良店員の誤魔化し

此四つに區別する事が出来る。

強盜はまづないと云つてもよいやうなものであるが、而し絶無とは云へぬ。而し晝間の強盜は殆んど絶無で、夜間の強盜であるが、而もこれは第二の竊盜の早變りが多いのであるから要は竊盜のいらぬ注意をすればよいのである。

萬引の豫防法としては

- 一、込合ふ時には客に變裝したる店員を配置して、決して客に氣付かざるやう、上手に注意してゐる事。
  - 二、賣場の店員を込合ふ時には人手不足にしない事。
- これ等を考へるより仕方がない。

もし萬引の豫防法を考へるために、陳列臺にガラスをきせたり、商品の店頭陳列を控へたりするやうな事をすれば、それは販賣の妨害をしてゐるやうなもので、一方では萬引を防いでゐる代り、一方で賣上を減じてゐる事になつて何もならない。コンナ販賣の妨害にならないやうな豫防法だけ講じなければならぬ。

## 店員の不正に對する豫防

もしそれ店員の不正に至つては、かくの如き店員を作るに至つた店主自らの罪とも云ひ得るのであるから、かくの如き不祥事を未然に防ぐやう、店主は充分注意し、店員を訓練しなければならぬ。

店員の不正に至る順序は

- 一、商品の整理方法に欠陥あるか
- 二、會計整理方法に欠陥あるか
- 三、入店當時より不良なるものを入れたか
- 四、入店後不良性を帯びるに至つたか
- 五、ホンのふとして出來心か

等もあるからして、店主はこれ等の原因を未然に防ぐやうにしなければならぬ。

商品を一寸持出ししても一向解らぬやうな商店、外廻りの店員が餘計に品物を持出ししても一向

解らないやうな商店、賣つた商品を傳票も作らないで、錢函へ金を投込ましむる商店（かくの如き商店では店主の眼をかすめて賣上金を懐ろに入れしむる機會を作る）。外廻り店員が商品を賣つて其代金を貰つても傳票さへ作らなければそれで解らないと云ふやうな商店、甚だしいに至つては現金を持つて行かれても解らず、客とグルになつて、一圓の代金に對して十圓の商品を渡されても解らないやうな商店。かくの如き商店は、店員を誘惑してゐるやうなものである。店員は誘惑される事が最も危険である。それを店主自ら誘惑してゐるやうなやり方は甚だ間違つてゐると云はなければならぬ。

コナナ誘惑のないやうにして貰はなければならぬ。

入店當時、既に不良分子を入れたのであれば、店主の目が届かなかつたのである。だから店員の採用には細心の注意を拂はなければならぬのである。懇意な人の紹介たと云つてスグ入店せしめる。親戚から頼まれたと云つて入店せしめる。保証人が確實な人だからと云つて入店せしめる。そんな事でどうして良店員のみを入れる事が出來やう。店員を入れるにはどうしてももつと立入つた根據のある方法で、店員の性質を観破し、試験した上で入店せしめなければな

らぬのである。入店してからの不良性はこれ亦店主の罪である。今述べた誘惑かさもなければ店主或は店員同志の不良化が、訓練の不行届きである。かう云ふ事のないやう、充分うまく訓練しなければならぬ。

ホンの一時の出来心、それもあらう。けれどもこれが既に入店後の不良化であるから、コレを等閑に附しては置けぬ。こんなのは情に拘らず、直ちに解雇して災の大きくならぬ中に芽を摘んで了はなければならぬ。

全く店員の不正はあり勝な事である。そして外から這入つた泥棒はスグ解るが、内から生じた不正事件はなか／＼解らないものである。そしてそれは云ふ迄もなく、店の純損失である、世の中に帳面の上では儲かつてゐながら、かくの如き純損失をしてゐる店がどの位あらう。注意しなければならぬ事である。

### 商品反物不注意の損失

それから、商品に對する注意の不充分から生じる損失がある。それを列べて見ると

一、商品の取扱ひ方の不注意より生じる損失。

二、商品の不注意なる計算違ひより生じる損失。

三、商品の保存法の不注意より生じる損失。

かう三つになる。

(一)の商品の取扱法の不注意と云ふのは、お客さんに見せるべく商品を取出して來る時にガラス器を打落してこわして了つたとか、お客さんに見せてゐる中に手アカがついて了つたとかさう云ふのを云ふのであるが、これは商店には可成り多い。

白いほいものを手アカで汚す事、破損し易きものを破損させる事、双物類を錆びさせる事、油をきるふものに油をつけて了ふ事(例へば帽子をお客さんが冠つて見る事に依つて滑り革にシミをこしらへて了ふ如き)そんな事が殊に多い。

處がかうした事は只「注意をする」と云ふ事と「跡始末をよくする」と云ふ事と二つだけを完全にやれば決して間違は起らないのである。少くも損失をズツト減少させる事が出来るのである。

注意とは云ふ迄もなく商品持運び及扱取ひの注意である。損じ易いものは損じ易く充分注意して居ればよいのである。それを日頃扱ひつけてゐるものだからツイぞんざいになつて、いゝ加減な持運びや、取扱ひをするから損じるのである。

跡始末は誰でも必ず完全しなければならぬ事で、ツイ打棄つて置く人が多い。賣つて了つたらそれでいゝと云ふやうな顔をして、其處に澤山出てゐる商品を一々叮嚀に藏はうとせず、打棄てゝ、或はいゝ加減にしまひ込んで了ふのである。それでは不可ない。もし此時、客が歸つた後で商品を一つ一つ叮嚀に、手アカがつかつたか、萬一いついたら拭取るやうに、油がつかつたか、ついたら拭き取るやうに、——と云つた風に始末すれば決して損じはしないのである。

### 商品の計算不注意の損失

先達である醫油屋の主人と逢つて話した時に、かう云ふ事を云つてゐた。

「同業者は醫油の樽を大抵少し小さく作ります。それ故二升樽と云つても一合も二合も少くな

ります。これは怪しからぬ事だと思ひますので、私の店では醫油樽を特に大きく作ります。だから名前は同じ二升樽でも、一合も二合も餘計にはいつてゐます」

諸君は此話しをきいて

「成程感心な主人だ、其心掛けでなくちやならない」と思はれるであらう。

處が最近外國の雜誌を讀んだ處が

「もし店員諸君が、一ポンドの注文に對して、一グラム少く量つてお客さんにお渡ししたらそれはお客様の金を不當に收得してゐるのである」とかうある。「成程な」と思つてゐると、今度は「もし店員諸君が、一ポンドの注文に對して、一グラム多く量つたら、それは店主の金を店主に答へずに只差上てゐるものである。主人に對して損失せしめた不忠實な店員である」

とかうある。私は「オヤ／＼」と思つた。が而し本當にさうに相違ない。商品と云ふものは正當な量り方をするのが最も正しいのである。お客さんは決して餘計に貰はうなぞと淋しい氣は持つてゐない。此話しをきいて、前の醫油屋の主人の話しを對照すると諸君はどう云ふ氣がする、此主人は主人自ら間違つた量り方で賣つて居るのである。主人はナセ正二升入の樽を



作らなかつたか。

呉服でも何でも日本では入れ尺をする。其他少しヨケイに量る事は商略として自慢してゐる處がある、而しそれは不可ない。そんな事をするからお客さんだつて入れ尺を勘定して注文する。どこ迄もいゝ加減な事になつて了ふのである。

量り方、計り方、數へ方は凡て正確にせよ。とこれが私の云ひたい處である。そしてもし計算を間違へたら、不當利得か、さもなければ店主に損をさせてゐる事を思はなければならぬ。尤も今云つた入れ尺の事であるが、これは悪い習慣が長く残つてゐるのであるから、正確な測り方をするとなれば、必ずそれを客に表示しなければならぬ。でないと、一丈必要な處へ、入れ尺を九寸位勘定して「九尺五寸くれ」などと云つて來られる。正直に九尺五寸きる。客は歸つて見て計つて見ると入れ尺がなくて五寸足らぬから不平を云ひに來る——と云ふやうな事になる。だからこれは初めにさう云はなければならぬ。悪い習慣の祟りだ、仕方がない。處が此ヨケイに測ると云ふ小さな損が、溜り溜れば大きなものである。入れ尺をする處で、假りに一丈に付五寸は計つてあるとしても、そしてそれはチャンと最初から見ても、

もし店員が入れ尺をいゝ加減に計つて六寸、七寸、或は八寸と云ふ風に切つたらどうか、それこそ末には大きな損失になつて來る。

菓子を測るのも其通り、「おまけ」としてホンの少し餘計に入れる事が、最初一斤なら正一斤として値段の計算をしてあるだけに、末には必ず損となつて來る。

そしてコレ等の損は目に見えぬ本當の損で、經費にも何も上つてゐないものである。よく注意しなければならぬ。

### 商品保存不注意の損失

商品を鼠に齧られる事はよくある事である。商品を鼠の糞便の爲に汚される事も亦よくある事である。商品をシミの蟲に穴をあけられる事もよくある事である。バラツクでは保存が完全に出来ないから尙多い。

これ等は何に原因するか。何でも無い、入れ場所、置き場所が悪かつたのである。

一組になつた商品が、離れ離れになつて、サア賣れると云ふ時に一組として揃はない。仕方

がないから不足した分だけ別に作らせて賣る。或は賣物にならなくなつて了ふ。ネジとか、車とか、ツメとか云ふもの、何かを紛失させて商品を片輪にする事もある。コレも賣り物にならないから、足りない物を別に拵らへる其の別に拵らへるのも損失であれば萬一賣物にならなかつたらそれこそ大きな損失である。そしてコレは何が原因であるか。

- 一、置場所に秩序なきこと
- 二、藏ひ込む時の不注意

此二つである。

諸君よ、置場所に順序と分類をキチンとつけよ、そしてコンナ不注意をする勿れ。それがコンナ馬鹿けた損失の豫防法である。外に何も無い。

小さい商品が大きな商品の下になつて壓しつぶされた。こわれ易いものゝ上に、重いものを置いたからとうとう壊れて了つた。白いものと色のものと一所に置いたために白いものに色がついた。商品と商品との持つてゐる化學的性質のために分解を起したり、化合したりして賣り物にならなくなつた。日光に當てゝ悪い商品を日光にあつた爲に賣り物にならなくなつた。始

終手入しなければならぬ商品を忘つてゐた爲に錆がついた。釘にかけて悪い商品を釘にかけて穴があいた。或は錆が出た。

これ等は何に原因するか。

- 一、不注意
- 二、商品に對する智識の不充分
- 三、怠慢

此三つである。コンナ事で損をしてゐては溜らない。

それからモ一つ保存の下手なための損がある。それは商品の入れ場所を分類してゐないから急いで或は間違へて、其處に入れるべき商品でない商品を其處へ入れてしまつたりする事がある。簡単に云へば、入れ場所を間違へる事である。コンナ事から商品の賣れ口を逃す事がよくある。

「何々があつた筈だ、見て來い」  
随分暫く探す。あつちの抽出し、こつちの柵を探す

「あつた筈ですがなあ、どうも見付かりません」

コレではお客さんを逃さざるを得ない。そしてコンナ損失を商店ではよくやつて居るのである。例へそれは商品はいつ迄も残つてゐても、それを寝かせて置くだけでも損ではないか。そして其損を誰が負擔するか。

### 事務用品の無駄

無駄を省くと云ふ事の最も手近な事は事務用品、販賣用品、電燈及瓦斯等の経費を節すると云ふ事である。

今これを列挙して見ると。

- 一、傳票の書き損じ、一枚で済む處を書き方の下手な爲に二枚使用する。
- 二、包装紙一枚にてうまく包めるものを、二枚使用したり、風呂敷のあるお客さんに包んで差上げたり、小さな包装紙ですむものを大きなものを使用したりする。
- 三、シデ紐を十文字ですむ處を二十文字（二重十文字）にしたり、餘分に使用する事。

四、相當値段の容器をどしどし／＼お客様の便宜のために使用し無料で差上げる事。

五、筆、墨、ペン、鉛筆、ゴム、等を未だ使へるのにスグ新らしいのを使ふ事。

六、ハギキ便箋、封筒、切手等を無暗に使用する事。のみならずそれ等を私用に使用する事

七、電燈瓦斯を不必要につけて置く事。

等である。

現代式商店では必ず傳票を使用しなければならない。紙代印刷代が要ると云ふので、傳票を作らないやうな事では、外の方に（商品整理及會計整理）にスキが出来て了つて却つて大きな損をする。で、使はなければならないが、而しそれを餘分に使用する事は全くつまらない事である。全く要るだけ使用すればよいのである。コレ等は店主が充分店員に云ひきかせて置かなければならぬ處である。

包紙も亦現代式商店ではせせ使用しなければならぬ。風呂敷を持たぬ客がだん／＼多くなる今日では、包紙一つ用意しないで、新聞紙で包むやうな商店は客に嫌はれる。これはせせ使ばなければならぬけれどもコレも餘分に費ふ事は何もならぬ事である。客が喜ぶワケでなし、店

主が損をするばかりである。包紙もなか／＼安くはつかぬ、一枚一錢以上する、それをムザムザ使はれては溜らぬ。イヤ金高の問題でない、假令一厘二厘のもので無駄に使つて何になるか。

シデ紐も同じである。尤もこれは考ふべき事で、無暗に節約するあまり、途中商品が抜けて出るやうな結び方をしたり、切れて落ちるやうな結び方をしたのでは何もならぬ。商品が完全に荷造り出来る程度で節約しなければならぬのである。餘分に使ふ事は少しもないと云ふのである。序でに云つて置くが、外國では糸ゴムの輪になつたのを二つづゝ用ゐて、商品を十文字にて渡す、そして重いもので、手に提げなければならぬものだけテープを使用する。これ等も日本の商店の間似ていゝ處だと思ふ。

相當値段の容器と云ふのは、菓子店などでよく使つてゐる菓子の箱——あんなのを云ふのではない。商品を端賣りにする事に依つて生じる打入の容器、問屋から詰合せて送つて来る容器、そんなものを云ふのである。そしてそれ等は假令少額でも金と換るものであるそれをどし／＼客に呉れて了ふやうなのは、客に親切なやうであつて、客は大して有難いと思つてゐず、而も

主人には不親切になつてゐるのである。

筆紙墨の事は商店にザラにある。店主のものだと思つて平氣でどし／＼使ふは悪い事である。僅かづゝのものでも積れば大きい、それが皆経費を嵩ませるのである。店員にはよくコンナがある。お金の一錢も落ちてゐるとスグに拾ふが、ペンの一本位落ちてゐたつて拾ひもせずドシ／＼はき棄てる。ペンの方が一錢の金よりも大切な事を知らないのである。コンナ事のないやうに、店主は常に訓戒しなければならぬ。

もしそれ文房具類や便箋、封筒、切手等を私用に費すに至つては、主人の金を駄つて失敬してゐるも同じで不正である。假令封筒の一枚でも私用のものは店員自辨のものを使用する。假令ハガキ一枚でも、自分の用事に店の備付けのものを使用したりするのは、泥棒してゐるも同じだと考へなければならぬ。

### 電燈や瓦斯の無駄

それから電燈瓦斯である。陳列窓の電燈を人通りのある間はつけて置く、看板の電燈は一つ

は往來安全の爲に朝迄つけて置く、これ等は必要な事である。而し店を了つて店員が無駄話をするために、メートル制の電燈を平氣でいつ迄もつけてゐたり、寢所に這入つて小説を読むために、いつ迄も電燈を消さなかつたり、茶を出すたびに瓦斯をどしどし使つたり、そんなのはいかにも濫費に屬する。

これ等を節約する事が、體て經費を節約する事になるのである。經費の節約は大きな處にあるのではない。かうした小さな處にもあるのである。そこをよく考へなければならぬ。

——茲で一寸云つて置かなければならない。電燈の節約と云つたからとて、店を暗くするやうな事は大に困る。店は明るくしなければならぬ。明るい店は繁昌する。それは世間に實例が澤山ある。

私の云ふのは、販賣上、客引上、必要なものは積極的にどしどしつけねばならぬが、而しそれが客を引く事には何にもならぬ、全く無駄なものには一分間の點燈も惜しめと云ふ事である。そこを誤解のないやうに——

運賃（問屋から來る荷物の運賃）並に荷造費は如何にして安くつくやうにするか。それは、

一、荷物運送の速度と運賃の關係をよく研究し、必要期日に間に合ふやうならば、なるべく安い方の運賃に依る。

二、問屋同志の詰合せ荷物をうまくやつて貰ふ。

三、なるべく近距離の問屋から仕入れる。

四、なるべく引換手数料のかゝらぬやうにする。

コレ等の方法を講じなければならぬ。

云ふ迄もない事ながら、鐵道客車便と小包とでは速度が違ふ。東京と大阪間では客車なら今日積んだものが明日はつくが、小包ではどうしても一日以上おくれる。而も近距離では小包よりも客車の方が賃銀が安い。だから近距離（小包料より安くづく範圍内か近距離）で、そして汽車の便利のある處では、なるべく客車便を用ゐた方がよい。

### 第三篇 小店の販賣方針

#### お客様が買ひたくなる迄

一體お客様と云ふものは商店へ買物に来て、入る時から出る時迄、どう云ふ心持で居るものであらうか、これを知つてゐる事は商店の人々にぜひ必要な事だと思ふ。客がどんな心持でゐるかも知らないで、只勤めさへすれば客は買つてくれるもの、客の求むる儘に説明すればそれで買つてくれるものと考へて居ては大間違ひである。入つて来た時、客がどう云ふ心理状態に居るかをまづ考へ、その心理状態にピッタリ當嵌るやうな物の云ひ方、品の見せ方をすれば客は店員の思ふ壺に嵌つて行く、品物を客が見てゐる時、どう云ふ考へで見えてゐるかを知り、それに當嵌る言葉を使つたら、お客様は買ひたくもなる。出て行く時、客の心持を察して、それに當嵌る挨拶をすれば、客は満足して歸つて行く。

だから「客の心を知る」と云ふ事は、商人諸君に何よりも必要な事だと思ふ。賣らうと思つたらまづ客の心を知らなければならぬ。丁度戦略に於て、勝たうと思へばまづ敵を知れと云ふのと同じである。

お客様の心の一人一人違ふ。けれども商店に買物に来た時には大體の共通點があるものである。諸君はまづ此共通したお客様の心理状態から研究して行つて、それが呑込めたら今度はお客さん一人一人の違つた心持を洞察する方法を研究しなければならぬ。

かう云つたお客様の心理状態を研究し、それに當嵌る言葉の研究、態度の研究、表情の研究をするのが販賣術である。販賣術は商店の人々にぜひ必要な學問だが、多くの人はそれを研究しないで、自分の経験にのみ依つて客に接して行かうとしてゐるやうである。が何事も経験と學術的研究と兩方から得た知識を持つてゐる事が何よりの強味である。諸君も亦販賣術の學術的に研究された事の一端位は知つてゐる必要があらうと思ふ。

私は茲に其一端を述べやうと思ふのであるが、而し固苦しく書いては却つて了解にむづかしからうと思ふから極通俗的に、且つ簡単に述べて見やう。

### 客が往來を歩いてゐる時

お客さんが往來を歩いて居る時は「無意注意の状態」で歩いてゐると云ふ。無意注意の状態と云ふのは何を見やうと云ふアテもなく只ブラ／＼と歩いてゐるのであるが、而し全くの放心で歩いてゐると云ふのではなく、自分で注意してゐると意識しないで、何か知ら見てゐる。屋根看板を見てゐる事もあらであらう、立看板を見てゐる事もあるであらう、人の顔を見てゐる事もあるであらう、兎に角目に觸れたものを見るときもなく見てゐるのである。

處が茲に特に人目を惹く奇抜な立看板があるとか。意匠の圖抜けた屋根看板があるとか、素的な美人が通るとか云ふと、人は初めてシツカリした注意を其處に向ける。これを「無意注意の状態から有意注意の状態に移つた」と云ふ、有意注意とは「意識して物を注意する」と云ふ事である。

商店は此「無意注意」で歩いてゐる人達を、自分の店の看板や、陳列窓などで「有意注意の状態」に移らせるやうにしなければならぬ。自分の店を無意注意の儘で通り過させる事に最

損な事であるバラツクが續いてゐる中に自分の店を特に注意されるやうにしようと思へば此點を考へなければならぬ。

要するに看板にしても陳列にしても、なるべく人の注意を惹くやうに、惹くやうにと工夫するのである。

お客さんは商店街を通る時「何處の店へ行つて買物しやう」と云ふ風に初めから其商店を目差して來る人と、ブラ／＼歩いてゐて、陳列などを見て思ひついて買物する場合と二つある。都會地に於てはどうしても其後者が多い傾むきがある。殊にかう云ふ際は思ひ付の客が多いのである。そして思ひ付の客は陳列などに注意を惹かれて這入るものである、さう云ふ客の「無意注意」を「有意注意」に移らせる事は最も必要な事である。

### 興味から慾望への途

「無意注意」から「有意注意」の状態に移つたお客さんは、其注意を惹いた對照物、陳列窓から陳列窓を覗き込む。それから何ふ云ふ風にお客さんの心理状態が變つて行くかと云ふと次の

やうになる。

無意注意——有意注意——好奇心——興味——聯想——欲望——比較——購買慾。  
店頭てんとうの陳列ちんれつでも店内てんないの陳列ちんれつでも、お客おきゃくさんば「有意注意」の目めで見ると其處そこに好奇心かうきしんが起る。「好奇心」とは説明せつめいの要ようもなく、「珍らしさ」である。(好奇心と云ふものは子供程強いのである。亦文明人またぶんめいじんより未開人みかいじんの方が強いのである。)

好奇心「變つたものがあるぞ」「珍らしいものがあるぞ」と云ふ心持は軈て興味に變る。「どうして使ふものだらう」「成程これは面白い」と云つたやうな心持になる。かうなるとお客さんは念入りに品物しなぶつを手てに取つて見る。お客さんが「興味の狀態」に入つたと思つたら、店員諸君は其興味を増進せしむるやうにしなければならぬ。「これは却々便利だと皆様が被仰います」「これはかう云ふ風にすると面白いのです」と云つた風に説明するのである。

するとお客さんの興味は「聯想」に變る。「聯想」と云ふのは「コレを買つたら嚙面白からう」とか「コレを進物しんぶつにしたら嚙喜ぶだらう」と云ふやうな心持である。親が子供の洋服やうふくを買物かひぶつに來たなら、其洋服そのやうふくをきた自分の可愛い子供を聯想するであらう。進物しんぶつにする爲に買物かひぶつに來た

お客さんなら「コレを進物しんぶつにしたら先方せんほうの人がどんなに喜ぶであらう」と云ふやうな聯想れんさうをする。

此時店員諸君は其聯想が充分じゆうぶんよいやうに考へられて行くやうに説明しなければならぬ。聯想と云つてもよい方ほうへ向くとばかりは云へない。「コンナ洋服はすぐ色が剥けて了ふだらう」と云ふやうな聯想れんさうをしないとも限らない。「コノ洋服は人目につきすぎる」とか「俗だ」とか云ふ聯想れんさうをするかも知れない。そこで店員諸君は悪い聯想れんさうを起させぬやう、充分力を入れてよい聯想れんさうへ導いて行くのである。かくして其聯想がよい方面ほうめんに落付くと其處で初めて「慾望」が起る。

### 慾望から本當の購買慾へ

慾望よくぼうが起つたからと云つて「買ふもの」と早合點はやあてんしては不可いけない。慾望とは「欲しい」と思ふ事である。「欲しい」と思ふ事は誰にも出来る。とても買へもしない貧乏人の子が、立派な帽子ぼうしを見て「欲しい」と思ふ事は出来る。だから商店では「欲しい」と思はせる事は必要であるが欲しいと思はせただけでは何もならない。「欲しい」から「買ひたい」に移らせなければなら



ぬのである。其「欲しい」から「買ひたい」の間には「比較」と云ふ一つの階梯がある。これを踏んで来なければ「買ひたい」にはならないのである。

「比較」とは「品と品との比較」「品と金との比較」を云ふ。「此品とあの品とどちらにしようか」「ネクタイにしようかそれともツボン吊にしようか」「自分は今五圓金を持つてゐるが、此品を買ふのが一番利巧だらうか」「五圓の金を支拂ふ価値があるだらうか」と云ふやうな考へをお客さんがいろ／＼腹の中で持つ。その時店員諸員が「他の品よりも此品の方がいゝ」「それだけの金を支拂ふ価値はある」と云ふ風に、お客さんをして思はせるに至つたならば販賣術は成功したので、其處で初めてお客さんは「買ひたい」と云ふ考へを起すに至る「買ひたい」と云ふ考へを起させればもうそれで販賣は済んだも同然である。

お客さんがブラ／＼町を歩いてゐる時から、買物する迄にはコレダケの心理的變化があるのである。

初めて店へ来るお客様は其店に對して一種の不安を抱いて居るものである。其不安は「掛引がないだらうか」とか「顔馴染がないので勝手が解らない」とか、「押賣をしないだらうか」と

か云ふやうな懸念から来て居るものである。

クラーク諸君はお客様が初めての人だと思つた時には、まづ此不安を除くやうにしなければならぬ。自分の店が決して掛引のない安心して買へる店だと云ふ事をお客様に思はせなければならぬ、初めて来たお客様でも遠慮なく自由に買物をして貰へる店だと云ふ風に感ぜしめなければならぬ、更に御氣に入つたものがあれば買つていたゞきたいが、決して無理にお勧めはしないと云ふ風な態度を見せなければならぬ。

「手前共は決して掛引をいたしませんので誰方様からも安心して買へる店だとお褒めに預かつて居ります」とか、「手前共はお客様の御氣に入る迄御覽に入れなければ氣が濟まぬと云ふ主義でございますから、どうか遠慮なくどん／＼御覽下さいまし」と云ふやうな言葉——即ち店の主義の大體——を巧みに會話に交へて、初めてのお客様を安心させる、不安を除くと云ふ事が肝心である。

得意を作る第一の個條は「初めての客の不安を除け」と云ふ事である。

二度も三度も買物に来て居るお客様を、初めての客のやうに扱ふのは甚だ不可ない事である。

二度目からの客には必ず「俺はお前の店を最眉にしてやつて居るのだぞ」と云ふ心持がある。其心持を其自負心を毀けないやうにする事はクラーク諸君の注意すべき事である。

其注意としては第一に「お客様の顔をよく覚えて居る事」である。第二は「お客様の言葉でこれ迄買物に來られた事があつたかどうか判断する事」である。此二つをやらなければ往々にしてお客様の自負心を毀け、なるべき得意をならせず終る事がある。

お客様の顔を覚えて居て、如何にも親しみを持った敬虔な調子で「毎度難有うご座ひます」と云はれた時、其お客様は心大に揚り、満足の表情を示すものだと思ふ事を知つてゐて貰ひたい。何度來てもいつも初めてののお客様扱ひにするのは大にお客様の心を害ふものである。

お客様は二度も三度も來ても初めての客扱ひにさせると自ら吹聴するものである。「いつも貰ふんだよ」とか「此間貰つたのは大變よかつたよ」などと云はなくてもいゝ事を云ふものである。コンナ時には冷淡に聞いて居て、早速「左様でございましたが、毎度難有うご座ひます」とお客様の満足するやうな挨拶をしなければならぬ。

得意を作る第二の秘訣は、「何度も來る客を大切な得意らしく扱ふ」と云ふ事である。

お客様は其店の主人の人格如何よりも、其店員——殊に自分に最も接近する店員如何に依つて買物するものである。大きな商店であつて、主人は店に顔を出さぬ、従つてお客様は「主人はどんな人だか見た事もない」と云ふやうな場合でも店員の一人に信用の出来る心易い人があれば、其店へ足を運んでくれるものである。

そこで二つの注意すべき事柄が生じる。一は「お得意様にはいつも同一の店員が應接すべき事」である。一は「お客様とはなるべく心易くなる事」である。

お客様が買物に行くたびに、それ／＼變つた店員が應接して、いつもいつも初めての客として扱はれる事は心願する平かならぬものである。之に反して店に這入ると、豫て顔馴染の店員がすぐ飛んで來て「毎度難相う御座います。今日は何を御覽に入れませう」と云ふ風に出られると誠に愉快なものである。

亦、初めて來られたお客様に「手前は正吉と申します。次にお越し遊ばしました節には手前をお呼出しに預かりたうご座います」と云つた風に、「私がアナタの係りになります」と云ふ意味を現はし置けば、お客様は既に御得意になつたつもりで、次ぎには其店員をアテにして買

物に来てくれるものである。

お得意を作る第三の秘訣は、「お客様の心易い店員を店に作る事」である。

既に受持の店員となつて其お客様に接する以上は「アノ店員はよく行届く、親切だ、安心して買物が出来る」と云ふ風に考へさせなくてはならない。

それにはお客様の考へて居る通り、行届けばよいのである、親切であればよいのである。安心させるやうに正直であればよいのである。

お客様が買物をする時には、お客様の身になつて見て、偽のよいもの、似付くもの、満足するものを撰定して差上げるだけの親切と行届き方があつて欲しい。只お客様の欲するが儘に賣ればよいと云ふ主義では不可ない、それでは後で「一向不親切な店員だ」と云はれなければならぬ。

お得意を作る第五の秘訣は「お客様の趣味嗜好を早く洞察してしまふ」と云ふ事である。

クラーク諸君はお客様の名を知らなければならぬ。誂へ物、配達、等の機会にシツカリと名前を覚え込むのである。亦處を知らなければならぬ。更に職業を知らなければならぬ。収入を

知らなければならぬ。家族を知らなければならぬ。

お得意を作る第六の秘訣は「客の凡てを知る」と云ふ事である。——これは得意を作る最良の武器である。

### 變態値は廢止すべし

變態賣價——即ち元値で賣るとか、損をして賣るとか云ふ事の中で、「商略」として或は廣告として利用せらるゝものに就て述べて見る。

名の通つた品が他の店よりも遙かに安いと云ふ事は、聽て其店全體の品が安いと云ふ觀念を抱かせるに至るのである。よく考へるお客さんはさうでもないが、單純にして淺薄なる顧客の大部分がさう考へるのは當然の話である。だから多くの商店は「商略」として、即ち「安い店だ」と云ふ觀念を抱かせやうとして、ある品を特に元價で、或は損して賣るのである。元價で賣つた處で、經費は損をしてるのだから、結局から云ふものは一切「損をして賣つてゐる」と云つて差支へないのである。

而しコンナ商略が果してよい商略か、悪い商略か、私には云はせると勿論悪い商略である。信用のある商店としては絶対にしてはならない商略である。三流四流の名もない商店ならばイザ知らず、假令バラツクでもこれ迄相當に信用を得てゐた商店ならやつてはならない商略であると思ふ。

何故此商略が不可ないか、それが特價品とか見切品とか名をつけて、堂々とある種の商品を安く賣るならそれは差支へないが、別に特價とも見切とも云はず、定價通りのやうな顔をして、名の通つた品を損をして賣ると云ふ事は、それが爲に、凡ての商品を安いと——實に安くないのであるが——思はせる卑劣なる手段、悪く云へば詐欺的行爲だと云つてもよいからである。

私は如何に競争でもかゝる卑劣なる手段に依つて勝たなければならぬ事はないと思ふ。それよりも「弊店は名の通つた品だけを安く賣崩して、他の品物で儲けると云ふやうな、ソナ卑劣な事はしません。名の通つた品でも贖けさせていたゞく代り、凡ての商品を本當の薄利で差上ります。凡ての品をよく比較して見て下さい、決して値段に於て、他に負けない自信を持

てゐます」と云ふ事をシツカリお客さんの頭に入れて了ふ事に苦心し、努力した方が、賤の信用の爲にどれだけまいが解らない。そしてそれが結局お客さんに信用され、最後に勝利を得る途だと考へる。

「凡ての商品に對して安心して買へる」と云ふ事が現代式商店の執るべき途である、名の通つた品だけ特に安くて、其他の員品はとも安心して買へないと言ふやうなやり口は、決して客に信頼を與へるものでなく、それで勝利を得る事は出来ない。

### どうして防止するか

然らば此商略的變態賣價を防止するにはどうすればよいかと云ふと、それには其の商店自身の覺醒にも俟なればならないが、同時に製造業者の覺醒をも促さなければならぬ。

製造家がどしどし廣告する事に依つて、亦商品の品質の優良を自信して、小賣店の力を藉りなくとも、ひとりでに需要が起つて、小賣店としてはそれを扱はないで居られなくなる——もし扱はなければ自分の店の評判を下す——と云ふやうな事から、儲からなくても扱ふだらと云

ふ考へで、小賣店にあまり利益のない卸値段を以て販賣する事がある。而しこれは甚だよくない事で、如何に需要があつても、矢張り小賣店で賣らせる以上は、小賣店に相當の利益を與へるやうにしなければならぬ。

あまり利益が少ないと云ふと、小賣店は「名の通つた品だから止むを得ず賣る事は賣るが而し相難くない」と云ふ考へを持つやうになる。その結果はそれを商略的に、ヤケ半分て損をして賣る事になり、さうでなければ賣らない手段を採る——例へば代用品を勧める模造品を勧めると云つた——やうな事になる。

こそでもし製造業者が今日のやうに小賣店で勝手な値段に賣らせるのでなく、相當と思ふ標準定價を附して、——これは名の通つた品にのみ就て云ふのである——それから三割引とか二割引とか云ふ事にすれば、小賣店としては誠に難有き仕合せとなるワケである。もし更にそれに加ふるに、定價賣崩しに對して制裁を加ふる方法が設けられて居れば、小賣店は安心して相當の利益を見て、名の通つた品を賣る事が出来る。

私ば此方法をやらなければ、名の通つた品でも、小賣店の反感を買つて、いつかは賣れない

時季が來ると思ふ。小賣店の「賣る事の興味」をなくする事は製造業者として最も拙劣な方法である。

「さう云ふ事が出来るものか」と云ふ事は出来ない、現に賣藥はこれが立派に出來てゐるではないか、私は十錢の仁丹を八錢で賣つて居るのを見た事がない、賣崩さないやうに制裁の途をつけてあるからである。定價販賣でそして利益が相當に見てあるから、藥屋さんは喜んで賣つてゐる。これが他の商品殊に化粧品などにも出來ない事はない筈である。私は今日のやうに特別の時代にかう云ふ改革をするのがいゝと思ふ。

### 賣残りを如何にするか

商品が仕入の時季を誤つたり、賣れ残りになつたり、仕入の方法が拙劣だつたり、損傷を來たしたりした場合に損をして賣る處の變態賣價は、これは賣崩しと違つて悪い事ではない。賣人としてはなるべくソナ事をしないに越した事はないけれど、これを絶対になくすると云ふ事は、人が神様でない以上出來る事でない。

そこであらう云ふ場合はどうしたらいいか、「**欠損**」としてあきらめて了はなければならぬか、外によい方法はないか。

私は此場合に於ては「**欠損**」とする必要はないと思ふのである。然らばどうするかと云ふに私はかう云ふ場合こそ**広告**に利用した方がよいと思ふのである。即ち早く云ふと其仕入値段より安く賣つただけの**損失**を**広告費**と見て了ふのである。さうすれば假令損をして賣つてもそれは損をした事にならない。

何處の店でも**広告費**を計上して居ない處はあるまい。其**広告費**は決してチラシの印刷費や陳列装飾品のみであつては不可ないのである。さう云ふ費用の外に「**商略**」としての費用を見て置かなければならぬ。そして其凡ての**広告費**は勿論店の**経費**であつて、それは**全體の商品**に割當てられてあるから、**損失**でない事は明らかである。そこで前述の如き**變態賣價**をつける場合に、そこに起る**損失**だけの金額は、其店の**経費**の一部分たる**広告費**の中から支出すれば、それで店の**損失**にならないと云ふ事は説明する迄もあるまい。

「而しそんな物を**広告費**から出して**広告**にならないではないか」と云ふ人があるかも知れない。

い。がよく考へて御覽なさい、**見切品**として安く賣れば客は澤山來る事は當然である。客が澤山來てくれれば**広告**の目的は達したのである。もし**見切品**を提供する時に、何處迄も**広告**と云ふ事を頭に置いて、**見切品**提供の**數量**や**日限**をチラシに、店頭に**廣告**する、然らばお客さんはどしどし詰かけるのは當然である。而し**見切品**はある限られた**數量**しかないし、亦店へ來た客は**見切品**のみ買つてかへるものではない。従つて**全體の商品**がよく動いて來る。b>廣告の目的は**見切品**を提供する事を**商略**にする事に依つて立派に達しられるワケではないか。

**見切品**を損と見做す事は今日の**經營法**ではあまり考へない事である。損をしてはならない。どこ迄も**巧妙**に策を廻らして「**儲ける事**」を考へなくてはならない。

### 自分の町に客を引く

茲に二軒の店があつて、共に同じやうな品を賣つてゐる、其信用程度も同じ位であるとした時に、甲の店が、店を賑やかに明るく、乙の店は店を普通にして、左程明るくしなかつたならば、お客さんはたとへ其商品が同じやうであつても、たとへ其信用程度は同じやうであつて

も、甲の方の店へ話かけるにきまつてゐる。

もし東側の通りと、西側の通りと、同じやうな店がズラリと並んでゐて、平素はどちらがどうとも云へない位の人通りである時、東側が、擧つて店を明るくし、店頭裝飾をし、西側が之に應じなかつたならば、お客さんは、平素は平等に歩いてゐても、かうなると東側に集まつて了ふものである。

これと同じ同様に、甲の商店街と、乙の商店街とあるとする。どちらも同じ位の程度であるとする。此時、もし甲の町が町内聯合して店頭裝飾に工夫をし、街を及び店を明るくする事に骨を折る、そして乙の街が、それに對抗しないか、或は程度の低い裝飾或は光りを用ゐたとしたらどうであらうか。

お客さんは、甲の街へどじく集まつて、乙の町は淋れて了ふ。

だから商人諸君は、かう云ふバラック市町になつて了つたやうな時は、まづ第一に自分の營業所を持つてゐる其町を、他の商店街よりヨリ華やかに、ヨリ明るくする事を工夫しなければならぬ。コレも勿論多勢の力である。

「今度は二つこの町に負けないやうにしやうじやないか」

此相談を、町内の人がするならば、よろしく店頭裝飾と明りとに工夫すべきである。

それから、其裝飾は一軒一軒が金をかけて、思ひくのものを持ちこたへるにあらずして、町全體が同じ行き方の花やかな飾りとなすべきである。この方が効果も多いし、經費も安く上る。狭い町であれば、かう云う際、こちら側とあちら側と、連鎖する處の廣告的看板をつけるのが一番よいのである。京都の京極の活動寫眞の廣告のやうに、夜は電氣のつく「渡し看板」それがよいのである。

廣い町では、人道だけに、警察の許す限り、車馬道に迄接した店頭裝飾をするがよい。向ひ側と競争しなければならぬやうな人通りにあつては、向ひ側に決して負けない明るさうにしなければならぬ。

同業者の近くに澤山ある時は、明るさに於て、圖抜けなければならぬ、賑やかさに於て圖抜けなければならぬ。さうでないと、客を取られて行く。

### 廉賣はもう古い

今日のお客さんは廉賣の文字も今ではあんまり頭を刺戟しなくなつた。けれども「安いものに客が集まる」と云ふ事は永久の眞理である。如何に時勢が變つても、安いものに目をくれな  
いと云ふ時勢にはなりさうもない。「安いものに客が集まる」と云ふ事が永久の眞理である以上  
は、商略として「安い」と言ふ事が一番的確な方法である事、これ又動かす事の出来ない眞  
理である。

して見ると、賣出しにも、矢張り「安い」を何處迄も吹聴する賣出しが一番安全で、成功を  
期し易い、然しながら、今も云つたやうに「廉賣」と云ふ文字にはあまり刺戟を受けなくなつ  
たから、もつとシツカリ「安さ」を感じさせる文字を使はなければならぬ、内容は矢張り「出  
来るだけ安く賣る」でよい、其外觀をもつと刺戟的な、目新しい文字にする必要がある。  
同じ方法でも、新しい方法らしく見せて、客の注意を惹くのが商略である。  
そこで、まづ名前のつけ方であるが、私は

#### 「最大限度の値下げ賣出し」

「利益を度外視せる金と品との交換賣出し」

「家運回復を目的とする必死的安價賣出し」

等の文句がどうであらうと思ふのである。少し極端に述べるやうであるが、此位力強い文句  
でなければお客さんを刺戟しない「投資」と云ふ文字は、チョク／＼使はれたが、どうも店の  
信用を墜すやうで面白くない。

### 賣出の準備

さて、いよいよこれ等の名目で賣出しを開始するとせば、如何なる方法でこれを實行するか  
其方法としては

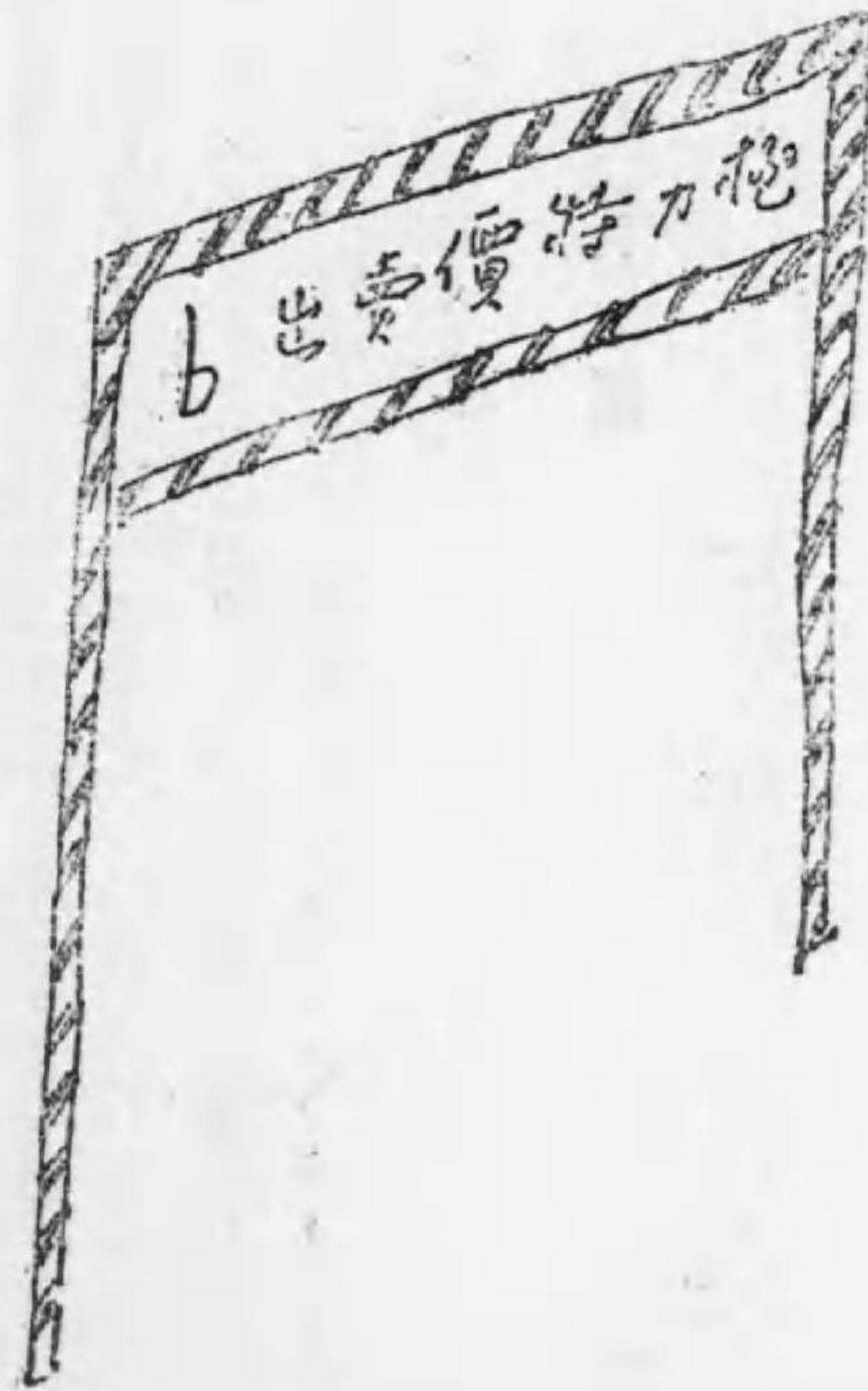
一、店頭及店内の陳列

二、チラシ廣告

此二つを大に利用しなければならぬ。



店頭店内の陳列と云ふのは、往來へ出す看板から店内の裝飾に到る迄一切を云ふのである。店頭には、往來と直角になるやうに、看板を出すのである。柱を二本立て、紅白のキレで巻き、次の圖やうに出すのである。



と云ふやうなものである。コレを二重にして、看板の處に、夜電燈をつけるのいゝ、それな

ら白のキヤラコを用ゐるのである。雨にぬれても困らぬやうに、トタンの屋根を拵らへて置く  
と尙いゝ。

頭頭には先きに迷へた吊看板や、ショーカードを盛んに用ゐるのである。凡てが花やかに、  
賑やかにしなければならぬ。もし町内聯合で、賣出し飾りでもしやと云ふのなら、それにも加  
盟して、店前を賑やかにしなければならぬ。

### チラシ廣告のやり方

小店では高くつく電氣廣告だの、新聞廣告だの、ポスターだのと云ふ事はなか／＼望まれな  
いやればどうしても先づチラシ廣告である。

チラシは最も簡単に出來て、配るにも最も輕便なものである。だからあらゆる商人、一とし  
て之を試みないものはない、どんな小店を開く人でも、チラシだけは配つて居る。然るに従來  
配られたチラシは實に貧弱なものである。あれでは配つても何の利目もなからうと思ふのが多  
い。チラシはもつと生きて働くものでなくてはならぬ。見た人に印象を與へ、廣告の目的によ

く注意せしむるやうにしなければならぬ。今日のチラシは死んで居る。少しも働かない、極端に云ふと鼻紙を撒いて居るも同じである。

これは何故であるか、云ふ迄もなく拵へ方が下手だからである。人を引付けるやうな意匠とか、人を引代けるやうな文句が出来ないからである。亦廣告の配り方にも研究をしてやらないからである。顧客の程度も考へないで廣告文を書いたり、誰が讀んでも少しも味氣のない文章を書いたり、一見「拙いな」と思ふやうな意匠をしたりして居るからである。亦廣告の仕方と云ふ事に就て少しも研究が出来て居ない。そこで本章以下、皆さんが御研究の出来るやうに、獨りで廣告を拵へていたゞけるやうに、其要領を書いて見ようと思ふ。

チラシはドノ位の大きさが最も手頃かと云ふに、私の考へでは四六判、菊判乃至四六倍判、此の位のものが一番いゝと思ふ、それより大きいのも小さいのもチラシの手頃とは云へないであらう、最も手頃と云ふのは四六判、菊判の二つで、四六二倍では少し大き過ぎると云ふ感じがあるが、小賣店のチラシとして最も多い賣出しのチラシ等に於いては廣告文が比較的多いから四六や菊判では這入りきらない場合がある、だからさう云ふ場合を考へて四六二倍も手頃の中

に加へたので文句さへ多くなければ四六か菊判が最もいゝやうに思ふのである。

チラシの大きさを極めるには其手に取る工合即ち手頃と云ふ事からも考へなければならぬが、「讀ませる」と云ふ事に就てモットよく考へなければならぬ、即ちあまり大きなチラシであるとうしても文字が澤山這入るからこれを全部讀ませるには相當時間がかかる、チラシのやうなもので相當の時間を費やして全部讀ませるやうにする事は却々困難な事である、四六や菊判位の大きさであればさう無暗に文字が這入らないから、意匠と文章に於て少し努力すればチラシの全文を讀ませる事は出来ようと思ふ、此「全文を讀ませる」と云ふ事が出来なければチラシとして利目はないのであるから、チラシの判はなるべく小さくして置いて、凡てを讀ませるやうにした方がよい。

尙私のモーツイ形式として採りたいのは天地を六寸位にして、長さは文章の成行にすると云ふ形式である、これは文章の長くなるものに用ゐたい形式で、一番よい形式とは云へないが少くとも一番見よい形式である。この形式は宛名式の廣告としても最も好都合の形式である、亦宛名式にしないので單に封筒入廣告として出す場合にも甚だ都合のよい形式である。

それから一枚刷に於ける意匠と文章との入れ方であるが、意匠は文章の従であつて文章に依つて意匠をして行くのが順序だが、茲に文章の入れ方のお話しをしよう。而し私の書いた文章をまづ一つ御覽に入れて、それに就てお話しするのが一番早解りのやうに思ふから茲に一例を挙げる。

### メシが食へればよいだけの賣出し

- 弊店では御町内の各商店の例に倣ひ、十二月一日から賣出しをやるにはやります。
- 而し賣出しで、儲けやうなどは思ひません。只一家五人飯さへ食へればよいのです。
- それだけのつもりで、原價に生活費を加へただけの安さで賣りますから、其安さは論外です。
- 此小店は二人の店員です経費もいくらかよりませんが、それだけでも安くなつてゐます。
- 其おつもりで此賣出しに入らして下さい。全く安いのお驚きになるでせう。

〇〇町

〇〇商店

と云ふやうなものであるが、此文章中の最初にある「飯が食へれば……」と云ふやうな文句を廣告は惹句と云つて居る。惹句は最も大事な使命を持つて居るもので、此一句の書き方如何に依つて廣告全體が活きもし死にもするのである。そこで廣告者は孰れも此の一句に非常に苦心するのであるが、新聞記者が記事の見出しに骨を折るよりもモツと大した骨折が此惹句にあるだらう思ふのである。

此惹句は大體の場合意匠と相俟つて人を惹付ける力のあるものであるが、意匠のない場合と雖、人を惹くだけの力は無論なければならぬのである、そこで印刷に於ては惹句は廣告の場面の如何に拘らず必ず誇張文字（日本では主に初號或は一號）を用ゐられたる事になつて居る。これはチラシの原稿を拵へる人もぜひ心得て置かねばならぬ事である。

チラシには輪廓がビヒ必要である。赤惹句には矢とか指差とか云ふものを用ゐる事も必要である。赤吳服店のチラシなら女の顔、玩具屋のチラシなら子供の顔、洋品店のチラシに洋装の男の顔と云つた風に、人物を使ふ事も、ある場合には必要である。

一枚刷の意匠は藍と赤との二度が、黒と赤との二度が、或は黒と茶の二度か、免に角二度刷

が一番よからうと思ふ、その場合にはなるべく文字を藍とか黒とか云ふ色で刷り、意匠を赤とか茶とかで刷つた方がよい、よれば意匠は只人の注意を惹くだけであつて、念を入れて見るものでないから、赤の如きバツとした色がよいのであるが、文章は念を入れて見させるものであるから、ビヒ黒とか藍とか目をイラ／＼させない落付いた色にせなければならぬのである。尤も黒一度刷、藍一度刷でも悪くはない、モノに依つては却つてよくなる事がある。これは其品に依る事であり、其經費にも拘はる事であるからあまり論ずる必要はない。只、使つてならない色は黄色、薄き茶色、薄青色、等で一體に薄い色は損である、一枚刷の如きはなるべく派手なバツとした色を喜ぶものであるから、赤とか青とかの原色を使用するのがよい。

チラシを配附する方法を老へて見ると、私はザツと次のやうだと思ふ。

- 一、人夫をして戸別に配附せるもの。
- 二、辻に立て通行人に配附するもの。

三、樂隊の後より配附するもの。

四、新聞にはさみ込むもの。

五、市内特別郵便で配附するもの。

六、廣告郵便で配附するもの。

等である。此内どれが配附の目的を十分に達する事が出来るかと云ふ事は一寸研究すべき問題があるが先づ第一の人夫をして戸別に配附させると云ふ方法である。これは一番古くから用ひられた方法で、亦今日でもよく用ひられる方法である。平素ならコンナヤリ方は感心しないが、かう云ふ場合にはコノ方法もいゝかも知れない。

読んで貰ふ貰へないと云ふ事は、配附の方法よりも一つは廣告の拵へ方にもある、軒別配附にした處が廣告の出来がよかつたなら、必ずしも読んで貰へない事はない。

次に辻に立つて配付すると云ふ方法は古くから行はれた方法である、辻に立つて居る廣告撒きを見て居るのに、人夫が折角突き出しても振向きもしないでズン／＼行つて仕舞ふ人が多い亦貰つた處で讀まずに二三間行つてから捨て、了ふ人が多い、貰つたのを幸ひ鼻紙にする人も

ある、兎に角貰つて讀む人よりも、貰はなかつたり、貰つても讀まない方が多い事は事實である。

樂隊とか廣目屋の後から配つて廻ると云ふ事も古い方法で、廣く用ゐられる方法である。此方法は割合に効果があるらしく、今でも地方は主としてこれを用ゐて居る。

只此方法の缺點としては活動とか芝居とかの廣告にはよいが、小賣店の廣告としては少俗惡過ぎる傾きのある事である。尤も年の暮の如き景氣づいた時はコンナ方法も悪くはないが、眞面目な小賣店が常に用ひる方法としては何うも感心しない。然し樂隊とか廣目屋の賑やかさが、人を集める事の効果は可なり大したもので、従つてチラシの撒布にも非常に都合がよく、子供などが争つてこれを貰つて居る有様であるから、俗惡な點を差支なしとする小賣店等、或は年末賣出しの如き際には強ち悪くはあるまいと思ふ。

次には新聞ハサミ込であるが、これは都會からだん／＼地方に及ぼして、近頃はなかく盛んに用ゐられる利目もなかく／＼多いやうである。之は誰でも朝新聞を擴げて見ると云ふ人が多から、自然眼に觸れるやうな事になるのであるが、これとても意匠の問題で、意匠の勝れた

ものであれば従つて見て貰へる力が強いが、汚いザラ紙に活字のベタ／＼組では一向新聞ハサミ込をして何もならない事になる。

其次は郵便で配付する方法であるが、これには市内特別で配付する方法と、廣告郵便で配付する方法と二種ある、廣告郵便の方は宛名をかく必要もなく、チラシ其儘を配れるから、手数はあまり掛らないが、其代り利目に於ては、軒別に配る方法とあまり變つた事はない、只軒別に撒かれるよりは、郵便配達夫が配達するだけに、多少人の注意を惹く事が多いと云ふ位のものである。

市内特別の方は宛名を書いて普通の書狀のやうにしてチラシを出すのであるから此方は利目の上から云ふと一番たしかのものである、其代りに其手数がなかく／＼で、配付先を種々の方法で調査をせねばならず、又一々宛名を書かなければならない。バラツクの東京では、ナカ／＼出來さうもない。

尤も廣告郵便には近頃はいろ／＼工夫される處があつて、チャンと封筒に入れ、宛名を書かぬまでも、宛名を書いたよりもモット印象の強い廣告文句などを使つて、巧みに利かせて居る

のがあるが、これなどは費用の上から云つても、方法の上から云つて一番賢いやり方と云はなければならぬ。

兎に角、チラシの配付法にはかくの如く種々あるが、一番利目の多いのは何うしても郵便を利用されたものに限るやうである、そして其次に新聞利用のものが成績がよいやうである。

軒別に配付されるものは多くは一枚刷のチラシである。これは形式も最も平凡で、配付方法も最も平凡なものであらう。一枚刷は多く辻で立つた儘通行人に配る。

樂隊の後より配付するにも多く一枚刷を用ひられる。新聞ハサミ込のものも一枚刷に限られて居る、決して他のものは用ゐられない、郵便で配付されるものはハガキ式、手紙式、一枚刷等のものがある、此内一枚刷と廣告郵便で配付され、ハガキ式、手紙式等は大抵宛名式を用ゐられて居るやうである。ザツト此様なものであるが、これで見るとどうしても一枚刷が一番廣く用ゐられて居るやうである。平凡なものは由來多く用ゐられる。一番多く用ゐられると見ると平凡だとは云つても居られない、一つ研究して見る必要があらう、私はこれから、一番廣く用ゐられる方法として一枚刷を用ゐ、一番利目のある配付法として宛名式郵便或は封筒入

廣告郵便の二種を選択して、それ等の出し方に就てお話ししたいと思ふ。

一枚刷と云つた處で、其配付方法の如何に依て、それ〴〵書き方、並に意匠を工夫して行かなければならぬ、そこで宛名式にするには何うすればよいか、封筒入廣告郵便にするには何うすればよいかと云ふ二つに就てお話ししやう。

茲に是非考へて置かねばならぬ事は、宛名式は市内特別で出すのであるが、比較的費用は高くかゝる、亦封筒入の方は費用は安くつく、そふで効果の上から云ふと宛名式の方が強いには違ひないが、さりとて封筒廣告郵便でも拵へ方の如何に依つては宛名式よりも却つて力強い事もある、だからもし封筒廣告郵便を上手にすれば利目が多くて而も安いのであるからこれ程廣告として結構な事はない、だから先づ第一に此方法を研究しなければならぬのである。

封筒入廣告郵便とするには其廣告文は一般的がよい、封筒は要するに手紙として扱はないのであるから内容はチラシで差支ないのである、普通のチラシを注意を惹く爲に封筒に入れると云ふだけの話である、だから其廣告文は手紙としての文句を用ゐる事は出来ない。

そこで如何なる形式にすればよいかと云ふと、封筒を日本封筒にするならば、天地六寸位で

長さ一尺乃至一尺五寸位のものが一番よからうと思ふ。亦、西洋射筒にするならば四六二倍のものを四つ折にするか、ハカキ二つ折或は三つ折位のものを入れるのがよからうと思ふ。いづれにしても其印刷は活版でよい。石判刷の美しいものは一枚刷其儘配るものには必要ではあるが、封筒入のものでは左程必要でない、それは云ふ迄もなく意匠と云ふものは人目を惹く爲に用ひられたものである。然るに封筒入のものは封筒で人の注意を惹くのであるから、内容には意匠を用ゐる事はあまり必要ないのである。

### 電柱のスローガン廣告

電柱に廣告するにはスローガンを廣告するのが一番面白いと思ふ、スローガンと云ふのは、「ボーシはタムラ」とか、「クツはアチキ」とか「印刷は市田が一だ」とか云ふやうな文句である。其電柱の廣告法は、目抜の場合に、そして御得意の勢力範圍を考へて、要所々々するがよい。

亦、一町間の電柱盡くを占領して、東から来る人は東の第一本から西から来る人は西の第一本から来る人は西の第一本か、順々に廣告文を興味を以て讀ましむるやうに、奇抜で變化に富む文句を書いて置くのは面白い方法である。

さう云つた意匠をすると、次の文句は何んだらう、其次は、其次は、と興味に惹かれて歩んで行くものである。

電柱廣告の意匠はどんなのがよからうか、何分あゝ云ふ殺風景な處へ、ペンキ塗で描くのであるから、さう變つた意匠をする事は出来ない、まづ廣告文を讀ませるだけの事である、それ故廣告の文章が非常に奇抜でないといふ人は注目してくれない。

意匠として輪廓位のものであるが、輪廓の平凡なものであればなくてもいゝやうなものだ。一寸した意匠での注意を惹くやうなものがなからうか。或は黒猫の姿とか、笑つてる顔とか、奇抜な矢とか、巧妙な指差、等のものでペンキ仕事でワケなく出来るものを考へて貰ひたい。

色は白地に群青が一番よいと思ふ。赤や茶、青等はあまり感心しない、群青地に白ヌキの文字はよく見受けるがあれもいゝと思ふ。

## 第四編 小店に有望なる營業

### 何を賣るべきか

小さな店舗では何を賣るべきかと云ふ事が大問題である。而しそれは初めて商賣する人々とか、コレ迄月給取であつた人が小店で商賣をやつて見やうと云ふ人に大問題であつて、コレ迄商賣をやつてゐる人には左程大問題でない。

何故なら、コレ迄経験してゐる處の商賣を其儘やればよいからである。只其場合注意すべきは

一、實用品本位にする事。

二、極力廉價にして、廻轉卒を多くする工夫をする事。

此二つを考へて貰いたい事である。

而しさうでない場合は

一、食べ物、食料品店は最も早く考へられる事。

二、なるべく簡單なる商賣をする事。

三、マーケット式店舗が有望なる事。

此三つを考へて貰いたい。

東京では今度の燒跡に、バラックが出来、そして始められたのに飲食店が一番多い。

### マーケットと利益率

商品はこれを生活必需品と生活奢侈品とに區別する。食料品にして 極めて一般的なものとは勿論生活必需品であり其他米、炭、等の如きは生活必需品であるから、これらはウンと安く賣らなければならぬ。(一體に生活必需品はウンと安く、そして生活奢侈品は少々諸けさせて貰つてもよいのである) 處が炭、米ならいゝが、魚類や野菜類の如きは腐敗し易く、利益は多く見なければならず、それをウンと安く賣ると云ふと、何だか甚だ矛盾するやうであるが、それは利益は相當に見ても経費をウンと少くするのである。



そしてそれが爲には今日のやうな賣り方ではとても経費が高くついて不可いのである次に掲げたのは私の市場に關する愚見であるが、其間の理由が窺へやうと思ふから、ぜひ一讀して貰ひたい。

私は東京の市場を見てつくづく感じた。

「だんく」商賣のやり方が毘米に範を取つて進歩して來た。そして市場のみが一向進歩しなかつたのに、市や府の手にかゝるとずんく進歩して、とう 商賣人の商賣にも負けないやうに進歩して來た。これでは一般商人諸君も、市場の事に無頓着では不可い。市場のやり方には負けないやうに、一般の商人諸君が進んで呉れなくては困る」と云ふのは外でもない、處が一般の商店では「安い」と云ふ評判を取る爲には、特に安いものを拵へる事、諸君の勿論よく知る處である。有名な化粧品石鹼の如きが、殆んど原價で賣られてゐるのはよく人の知る所、そして化粧品石鹼ばかりでない、いろくの商品にそれがあつてゐる。

商店にはさう云ふ商略的の安い品がある。

而しそれは相當に利益を貰つてゐる市場の商品より安いのは當然である。そしてそれが爲に市場の商品が高いと云はれない。同様に暴利を食つてゐない商店に對しては、それが市場より高いとも云はれない。

要するに市場と云ふものは、諸君の考へてゐる如く、原價的販賣をするものでない。相當儲けてゐるのである。だから暴利を食らないのであれば、市場の商品と値段の上にて競争する必要もよければ、壓迫を受ける虞れも、何もないのである。

大體外國の市場と云ふものは所謂マーケットであつて、中流階級の生活用品を供給する處である。凡て生活用品は之を

#### 一、生活奢侈品

#### 二、生活必需品

の二つに區別するのである。生活奢侈品と云ふのは時計とか持環とか家具とか書籍とか云ふもので、普通の場合なら勿論生活になくてはこまるものであるが、それがないからと云つて生きて居られないと云ふやうなものでない。かう云ふ品物は、収入の程度に應じてそれく適當

のものを買入れるべきもので、其程度に應じて愉快な生活をしたと云ふ人々の本能から来たもので、一概に奢侈と云ふ事も出来ないものであるが、經濟上之を奢侈品と呼んでゐる。

生活必需品と云ふのは、どんな人でもそれがなくては生活が出来ないと云ふもので、其國に依つて其品物の内容は違ふが、日本人には米とか、醬油とか、味噌とか、青物と云ふやうなものがある。外國人にはパンや牛乳やカフェーや肉がそのものである。

勿論凡ての商品を、チンと此二つに區別すべき事は出来ない。例へば醬油の如きでも、重製醬油の如きは生活者修繕の部にはいり漬物でも奈良漬だの麴漬は生活者修繕品になるかも知れない。そんなくだらない詮議をしてゐては仕方がないが、大體に於て生活必需品と、生活者修繕品とは常識で判斷されやうと思ふ。

そこで外國のやり方は、昔から此二つを區別して、日本で云ふ所の小賣店に屬する處では……つまり店舗を立派に構へ、陳列窓を設け、廣告をして賣る商店では……生活者修繕品を賣るのである。そして生活必需品は之をマーケットで賣るのである。

だから外國のマーケットは全く中流階級を覗つたもので、中流の人達が生活必需品を求めるところである。外國婦人は相當の家庭の主婦であつて、而も自らバスケット（籠）提げてマーケットへ買物に来るのである。そこでこそマーケットの本領を發揮したものと云はなければならぬ。私が日本の市場が進歩したと云つたのは、日本の市場も追々此マーケット式になつて來たと云ふ事を意味する。

### 小店と有望なる營業

日本の市場の歴史は可成りに古い、私の子供の時は大阪に住んでゐたが、近くに天満市場本町市場などがあつて、それは勿論卸の方もあつたが、商家のお細君さんを相手の小賣市場でもあつた。

けれども其頃から中流家庭の婦人、大阪では船場の御寮はん、東京では山の手の奥様と云つた階級の人は、さう云ふ市場へ買物に行く事を耻のやうに心得てゐた。従つて御用聞きと唱へて訪問販賣する處の商人から商品——生活必需品——を買つてゐた。

だから其頃の市場は勿論東京にも方々にあつたであらうが、いづれも、本當の外國のやうな

マーケットであつた。只經濟的な商家の細君、勞働者の細君連であつたのみならず、其頃の市場商人は人を見て商ひをしたもので、なりの貧弱は人には却つて安く買物出來たが、なりの人は随分高く買はされて、亦掛引のうまい買手は安く買へたが、掛引の下手な買手には高く買はねばならなかつた。私の所謂ユダヤ人式經營が茲にもあつたのである、外國のマーケットのやうに、一切定價販騰と云ふやうな事はなくて、ゴマカシ商ひであつた。一ケ二錢の正札のある果物を五つ買つて十錢拂ふと、二錢五厘足らぬと云ふ『でも一ケ二錢としてあるぢやないか』と云ふと『いゝえ二錢五厘です』と云ふ、よく見ると五厘は果物の中にかくれて、二錢とだけしか見えないのである。そんなやり方をしてゐるものだ。

處が其後だん／＼人々が贅澤になつて、大抵の人が山の手の奥さん式買物をするやうになつた。生活必需品を商買とする訪問販賣業者は盛んに活動するやうになつた。けれども掛賣本位の、そして客の便利專一の訪問販賣の事であるから、どうしても高くつかざるを得なかつた。(私は生活奢侈品の訪問販賣は常に奨勵してゐる。それは訪問販賣は客に便利なものであり、そして相當儲けられてもお客さんの方に一向苦痛でない——つまり少々諸けられても、便利を

計つて貰ふ方がヨリよい——と云ふ階級にはそれは大にいゝ方法であるからである)が安くなければならぬ日々の生活必需品を訪問販賣で買ふ事はあんまり經濟を知らな過ぎたのである。が、ふところのあたゝかな、さう生活に不自由のない時代はよかつた。處が歐洲戰爭の爲に物價が俄に暴騰し、とても生活が樂に出來なくなつてからは、いづれもが「コンナ買方をしてゐてはとても生活は出來ない」と考へるに至つた。それでも苦しいながら、生注の出來る階級では、虚榮の夢さめず、矢張り御用聞きからの品を買取つてゐた。只中流以下の階級の外は御用聞き、販賣や、ユダヤ式市場では到底買物が出來ないと叫ぶやうになつた。そこで、中流以下の、貧しい人々を救濟する目的で公設市場が出來たのである 全國到る處の都會に出來た公設市場、いづれも此目的である。

而しコレがマーケットでない事はお解りであらう。

日本の市場はかう云ふ歴史を持つてゐるのである。世の中には今でも「市場と云ふものは貧民の買物する處であらう」位に考へてゐる人が少くないのである。

處が漸く人々は目醒めて來た。市場は外國式のマーケットでなければならぬと考へるやう

になつた。同時に市や府でやつてゐるものでも、貧民救済の目的から疾くに放れて今日では中産階級の生活必需品を賣るもの——即ち外國式のマーケット——として經營するやうになつたのである。

さて、かうなつて來た以上は、コレ迄の商人諸君は次のやうな事を考へなければならぬ、

- 一、生活必需品を商つてゐる人達、米屋さん、酒屋さん、炭屋さん、八百屋さん、等は將來マーケットがだん／＼盛んになるに伴れて、御用聞き販賣は追々と衰へて行く只マーケットの出來ない郊外の不便な處、及び中流以上の家庭にのみ歡迎されるものであると云ふ事。
- 二、従つてさう云ふ商人諸君、マーケットと云ふものは一定の場所に、顧客の便利のいゝやうに、生活必需品を賣るいろ／＼の商店が集つてゐなければならぬのを原則とするのであるから、さう云ふ方面の人達を叫合して、商人のマーケットを拵らへるやうにしなければならぬ(外國では商人がマーケットを作るのである。市役所のマーケットも結局商人のマーケットで、只初めの中は當局者が監督すると云ふだけのものである。諸君は商人同志でマーケットを拵らへても、お客さんから信用されるだけの信用を早く作らなければならぬ。マーケット

處のマーケットや小賣店は定價販でなければならぬのであるから、それをやつてお客様を安心させる事の出來るだけの信念を與へなければならぬ。ユダヤ人式のマーケットはいくつ出來たつて成功しない。

三、でなければ、郊外の不便の所へ轉つて行くか、(上流家庭のみを専門とする。かうなれば生活必需品以上のものを賣る事になる)の訪問販賣に移つて行かなければならぬ。

四、それから一般の商人諸君は、生活必需品はマーケットにキレイスツバリと讓つて了つて外國のやうに、生活奢侈品本位で商品を扱ふ事がよいのである。

五、かくすればマーケットと小賣店とは判然とした區別が付き、マーケットを恐るる理由は何もないのである。

六、生活奢侈品を賣るには、何も只安い事ばかり考へるには及ばないのである。此の種の商店では品質とか流行とかが第一の販賣要點になつて來るから、安いだけでは不可ない。(此事は既に詳しく説いたし、茲にはそれをくり返すと永くなるからよすが)要するにさう云つた店は店を立派にし、陳列を飾り、廣告をして賣るのである。赤、同じ生活奢侈品を扱

ふ店でも、其客とする範圍に應じて商品の扱方針を變更して行くのは勿論で、それが生活必需品に近づく程、値段が第一の販賣要點になつて來るのである。

以上は震災より以前に書いたものであるが、さて東京があんな風になつて見ると、生活奢侈品はズツト賣れなくなる。そしてマーケットは益々繁昌する。それ故にマーケット式經營は有望となるワケである。

マーケットに就ては曩にマーケット式商店繁昌策を書いた友人新山寅二氏が、次のやうな事を書いて居られるから参考の爲に摘録しやう。

### マーケットの内容及實質

マーケットの商品は純良なる實用品、社會中産階級の生活必需品、特殊階級の要する贅澤品を賣ることは無用だ。萬一、貴重なダイヤモンド貴金屬品が一つでもあつたらマーケットは臺なしだ。あくまでも、中流方面の要求する純實用品の提供でなければダメだ。

かりにマーケットを新設するとする——無論永久的施設計畫の下に之を行ふのである。商品

は紛ひもなき純實用品加之純良なる中流生活必需品本位、而してその價格が普通より一割乃至二割方、確に安いといふことを立證して莞るのだ。

福引景氣又は樂隊、萬國旗を一切用ゐない。つまり鳴り物飾りものを用ゐない。ソナナ經費の餘裕があつたら其原價計算をソレ丈低減しろといふのだ。

「安くて良い品」中心で行く——空景氣をつけるために、反て經費がかさむ。ソレでは何んにもならぬ。決してよい結果を見られない。世間にしてもさうである。あんな風に華やかなことしてどうして安く賣るのだらうといふ疑惑の念を抱く、結局余り品物が良くあるまい。大して安くもあるまいといふ。

マーケットは、徹底徹底、顧客本位であると同時に商店本位でなければならぬ。

つまり顧客の方では安くて良い品物が買へるといふ風に、商店の方では分外な利益を得ずして、客に良い品物を寧く提供するといふ風にやるのだ。

マーケットは非常に質素にやらなければならぬ。そして、十分客の信用を得るやうにベストをつくして努力せねばならぬ。

「成程市價より確に安いそして品物も確によろしい」といふ確信を抱かしめるやうにしなければならぬ。

マーケットとは名ばかりでその實際は「安價」の實を少しも擧げてゐないので、マーケットは失敗に終る。結局のところは、マーケットを新設する商店それ自身の平素の信用不信用に依つてその成敗がキマるのだ。三越マーケットの成功は平素の信用状態が厚いから成功したとも言へる。何と言つても常平生が店にとつても人にとつても一番大事である。

何れにしても、日本現在の商店経営——普通の賣出し商略はもう全然行詰りの状態にあるコレを何とかして、挽回し更新改造しなければ、商店はじびる。

それにはドウしても、社會奉仕、犠牲的廉賣といふ看板を眞向上段最上段に振り弱して眞剣な白刃をひらめかし商戦を續けて行かなければならぬらしい。

マーケットを新設して、白熱的に緊張的に積極的に、その奉仕振り、廉價振りを示して見せることは、表面損しても結局無駄とはならぬ。もうこれからの商賣は、奉仕の精神をはなれて商店の繁昌は期待されぬものと見てさしつかへない。

マーケットをいよいよ新設するとしてドンナ準備計畫を要するか左にざつと掲載したい。

福引景品を絶対に用ゐざることに。

一切の裝飾余興を用ゐざることに。

さうして、マーケットは、安映デー木綿デーの文進したもので、短期間長期間に互つて行はれるものであることだ。

マーケットの景品福引代と言つては語弊はあるが、マーケットの一隅に、いとう松坂でやつてゐるやうな給仕なしの食堂——喫茶室——室がいけなければ、席——卓と腰掛けの一つも置いて始末のつく——最も簡單も大に簡單なる設備して、ソコで、夏は氷水であるとかラエネであるとかアイスクリームであるとか或はソーダ水であるとか冬は熱いものとか客自身の給仕に依る小さい簡易食席（室に非ず堂に非ずもつとく小設備）を作ること一つの新しい試みである。新しいマーケットの附帯事業としておもしろいことであると思ふ。

そして賣上も相當あり客も好んで用ゐるであらうと信ずる實際やつて見て「これは確に見込める」といふ確信のついたところでイクラでも擴張するがよろしいソレこそ階上を開放する

ときはそのときだ。

商店の食堂繁昌といふものは、あらゆる方面に於て恐ろしい勢ひを以つて進んでゐる。

### マーケットを創始せんとする人々へ

いま、マーケットを新設するとキメる。その一着手にして先づ何を賣るべきかを決しなければならぬ。

自店の販賣品の中から中流向き實用品を選び出して之に充てるもよし、又、新に商品を入れてやるもよし、資金及商品の都合次第でドウにもやり得るであらう。

要するにコレ迄自店に於て販賣しつゝある商品を中心として、マーケットに適するものを賣ればよいのである。大に賣れる實用品を大に賣る。この工夫を進めて行くのだ。

ここに一軒の雜貨店があると假定する。ソコで、商店の新計畫マーケット經營を試みて大に氣を吐いて見ようといふのだ。

思ひ切つて自店々舗の半分をマーケットのために開放するのだ。これまでありふれた、賣り

出し設備の如きを全然撤廢して、マーケット的色彩を濃くして見せる工夫をするのである。

毒々しいデコレーションはカビ臭い。美しく陳列棚も御多分に洩れず時代おくれの遺物だ。

いま著者をして、新しい時代の商店主人公を以つて任じるならば、從來の如き平凡な情氣瀰々たる商品の陳列裝飾は、西曆一千二百二十二年の新經營法には向かない。

商店が小さければ小さいなりでよろしい。大きければそれに越したことはないのであるがまアあり丈の面積と場所の半分で作るとする。

そして、著者は早速、普通品賣場とマーケットとを分割して了ふ。そこにマーケットの商品を陳列するのである。

普通品賣場もマーケットも同一露鋪内に於いて、午前八時から午後九時まで販賣戦を續けるのだ。普通品賣場などは結局言つても離れなくともよろしい。マーケットの商品がそれ率以上にうれてくれればよいのだ。この理想を持って販賣増進のために死力をつくして戦ふのである。

これまでの本邦の商賣の小賣々場といふものは、露場の活用でなく田場の死用であつた販賣能率をあげることを知らなかつた。

唯、陳列さへ上手であれば、商品さへ豊富であればといふ無鐵砲な考へを有つてゐた時代に對する何等の目標もなくまた社會に對する何等の基點を置いてゐなかつた

### マーケットを創設せんとする人々へ

元來「賣る賣場」といふよりは「飾る賣場」に出してゐた。

「マーケット」がイヤなら「安價市場」或は「店内市場」でもよろしい。ソレでも氣に入らぬのなら他に適當の名稱を考へて見るがよろしい。然しマーケットはマーケットの方がふさはしい。

そして「マーケット」といふ言葉は語呂がよくて活氣があつて新し味タップリであることを忘れてはならない。

三越マーケット、白木屋マーケット、いとうマーケットで世間を通るワケだ。何を苦しんで語呂の悪い六づかしい日本語を要せんやだ。

ヤル人の自由意志を尊重せなければならぬ。他人のことより自分の頭の蠅を追ふことだ。

柵は俄か作りのもので結構間に合ふ。陳列臺だつて勘定臺だつて、荒削りの板でよろしい。ニスを塗つたり、贅澤な布を張り込んだりする必要は更にない。また、場所は二階があるなら二階士間があるなら土間でもよろしい。

然しこれらの設計は實際の場所に對つた上でなければ決定されないのだ。

店内の設備を極めて簡單でいゝ。その他設備萬端の方法手段は、販賣すべき商宛の選定、それに場所の關係等を考へてやればいゝぢやないか。

呉服店は呉服店として、洋品店は洋品店として、適當の商品を選定してやればいゝのである。少し注意と工夫とを以つてすれば、おもしろい商品を年々仕入れてウンと賣ることが出来るといふものだ。マーケットのつけ目はこゝにある。このところを巧く上手にやつて社會奉仕の名に耻ぢず一切犠牲的安價の意味を事實に示せばそれでよい筈だ。

### マーケットを創設せんする人々へ

マーケットにふさはしい商品を仕入れ、價格を研究し、品質を吟味して、その販賣に萬一



遺漏なからんことを期するに於ては、必ず相當の良成績をあげること一點の疑を容れない。工夫と計畫とが十分熟成して「これならばやつて行かれる」と自信のついたところでやるにこしたことはない。

尙、マーケットは呉服屋だから呉服類を主要販賣品目としなければならぬ。洋品雜貨店であるか洋品雜貨を中心として、販賣品を選定しなければならぬといふ拘束も決定もない以上、マーケットの販賣品として可能の商品があつて仕入が上手につくものならば何を賣つてもいゝのである。

唯中心主要の商品は自店販賣品の中から出さなければウソだ。何でも彼んでも賣ればオウルライト、呉服屋のマーケットで、鮮魚を賣つたり豆腐を賣つたり蒲天麩羅のやうなものは余りに不調和だ。

そのへんのところは各自の常識判断に俟たなければならぬ。

マーケットに適せざる商品をうらんがためマーケットするならば、マーケットそのものと、何等の關係なくまたマーケット販賣の意義を成さず、その價値を有せぬが故にやらぬ方がよろ

しい。

イクラマーケットでもいつも同じ型と同じ式で行くことはおもしろくない。現型を破り古きを葬つて新に生きんとするところにマーケットの前途に多大の希望を屬することが出来る。生氣潑刺の氣の燃ゆるところに新しい前途がひらけて行く

日本の小賣商店は震災前既に沈滞し切つてゐた。賣場は寂寞たる光景を呈してゐた。之は果して何を語つてゐるのであらう。

卵のカラを破らなければ、ニナは生れて來ない——自ら破らなければ、誰も破つてはくれぬ、新奇を好むは世のならひマーケットは何のことか一向御存じなくして買ひに來るお客、見に來る客が多いであらう。この客を巧にひきつける方法はないであらうか？

現代の新商人諸君よ！ 諸君は一生一代の大英斷を下して、新希望に燃ゆるマーケット經營をやつて見やうとする氣が御座らぬが、若し萬一やつて大に商界革新のために奮闘するならば諸君の努力は決して無駄とはならぬのだ。骨折損の疲れ儲けとはならぬのだ。

日本の商店の賣場は、社會に對し、購客に對して、その奉仕せんとせるものが何物もなかつ

た。諸君は先づ他に奉仕せんことを考へなければならぬ。まかぬ種は生えないとは昔から相場がキマツてゐる。

大正十三年五月二十日印刷  
大正十三年五月廿五日發行

(正價金壹圓五拾錢)

小 店 經 營 法



著 者	清 水 正 己
發 行 者	東 京 市 外 大 森 馬 込 一 千 百 三 十 二 番 地 和 泉 竹 松
印 刷 者	東 京 市 京 橋 區 築 地 二 丁 目 三 十 番 地 川 崎 佐 吉
印 刷 所	東 京 市 京 橋 區 築 地 二 丁 目 三 十 番 地 川 崎 活 版 印 刷 所
發 行 所	東 京 市 外 大 森 馬 込 一 千 百 二 十 三 番 地 透 泉 閣 書 房

米國スコット博士原著  
商店界社長清水正巳先生校閲  
バアチエラ・オブ・アーツ佐々木十九先生譯

# 啓蒙廣告心理學

クロース四六版  
金文字入箱付美形  
定價二圓五十錢

基督教に聖書あり  
佛教に經典あり廣  
告を學ぶにスコッ  
ト心理學あり廣告  
學研究者は必ず本  
書に依り學ばざる  
可からず。

◇商科大學廣告研究科早稻田大學廣告研究科慶應義塾大學  
廣告研究科等に於て廣告を教ふべき最良最重要の教科書  
とせらるゝものは實にスコット廣告心理學の原書也  
◇苟くも廣告にたずさはるもの必ず一度スコットの廣告心  
理學を讀まざる而しながら多忙なる實務界の人が原書を  
讀むは骨の折る事也  
◇文章平易、口語體挿繪頗る多く誰にも廣告學の眞理を了  
解し得べし廣告術を縱横自在に活用し得る眞體を握み得  
べし  
◇行文流暢なる翻譯書を熟讀するに加かず大學生の方にも  
原書對照用として本書を勵む

528  
52

終