

◆ これからの実際経営

678.5

678.5-Sh49ウ

149



1200500750619

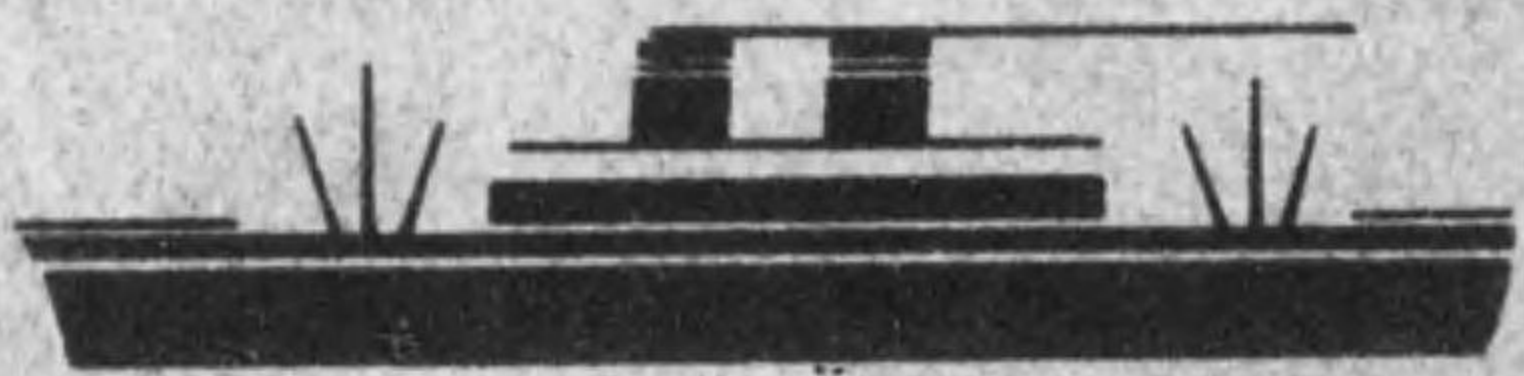
これからの

輸出品とその売方

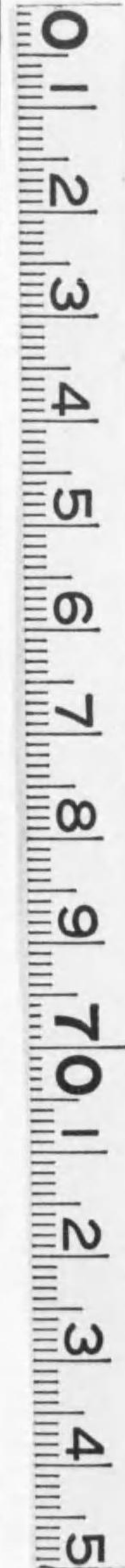
— 小資本で出来る小口輸出 —

商店界顧問
商店経営研究所長

清水正己著



和平書房



始



678.5
Sh49



河水正巳著

有望な輸出品とその賣り方

— 小資本で出来る小口輸出 —

目次

一、アメリカの生活程度と其の購買力……………一

 富裕階級の住宅……………一

 一般家庭の生活……………三

 家庭内ではどうか……………六

 よく働きよく遊ぶ……………八

 富は何を買うか……………一〇

二、アメリカに於ける日本の商品……………二

 きしやな日本品……………二

 美しい日本品……………三

 こわれて餡が出る……………六

 安かろう日本品……………九



眞剣に考えよ……………三二

三、南洋向の日本の商品……………三三

南洋への輸出品……………三三

良心的な商品を造つて……………三六

習慣を作り出す……………三〇

四、アメリカ商品の優秀さ……………三四

汽車の頑具……………三四

アメリカの人形……………三七

アメリカの電熱器……………三九

アメリカの毛布……………四〇

アメリカの寫眞機……………四〇

永久の生命がある……………四三

五、輸出品の根柢的な考え方……………四四

アメリカに文化品は賣れぬ……………四四

文化品の向け口……………四四

原料及加工の原料……………四六

日本の美術品……………四五

六、模倣と侵害との危険性……………四五

輸出を阻止するもの……………四五

商品のイミテーション……………四六

獨創を盛れ……………四六

アメリカ商品化せよ……………四三

手を抜くこと勿れ……………四三

七、有望な小口輸出品(その一)……………四七

ミンクのコート	六七
シルバーフォックス	六八
ヌートリヤ	六九
兎・アンゴラ兎	七〇
毛皮加工の仕事	七一
アドレスブック	七三
セーム革アルバム	七四
イチヂク栽培	七四
イチヂク・ジャム	七六
エプリコットの栽培	七七
果物の罐詰	八〇
トマト製品	八三

八、有望な小口輸出品(その二)

実用的な細工もの	八四
----------	----

化粧品の容器	八六
手ヨコレートの函	八七
ゼウエリイ・ケース	八八
カードボックス	八九
耳飾り模造品	九〇
アーモンド	九一
カウリヤナギ	九三
アケビ製の椅子・バスケット	九六
海岸用の麥稈製品	九七
中國風の扇子	九八
アメリカ風の扇	一〇〇
中國風のバジャマ	一〇〇
浴室用ハムバーと屑籠	一〇一
ティ・イン・トースト皿	一〇二
キャンデー・ドイツシユ	一〇三

九、輸出品の商名及商標

商名と商標.....一〇#五
 商名・商標を選べ.....一〇
 アメリカの實例.....一一
 アメリカの商標.....一六

一〇、輸出品の製造設備

規模の大きい設備.....一七
 中程度の設備.....二二
 小口輸出品設備.....二四

一一、商品の容器及包装

中の見えぬ容器.....一六
 商名・商標の出し方.....一三

一二、小口輸出品のいろいろ

粉や液體の商品.....一四
 中の見える商品.....一五
 中を見せなくてよい商品.....一七
 弓と矢.....一六
 深鉢.....一六
 スタンド.....一七
 花瓶.....一七
 尾籠.....一八
 繪日傘.....一八
 洗濯籠.....一九
 擬餌籠.....一九
 盛花籠.....二〇
 タイル.....二〇

パンのかご	一四
魚の皿	一四
クツシヨン	一四
ベッドルームセット	一四
調味料容器	一四
テーブルライター	一四
低い机	一四
果物の箱	一四
ウイスキーの盆	一四
マスク	一四
ビウテイバッチ	一四

一三、輸出品と販賣基點

セリングポイント	一四
販賣基點の例	一四

總體的の商名	一五〇
リーダーに従うやり方	一五四
個人的な有名商品	一五五

一四、アメリカの販路は大きい

アメリカの流行	一五七
日本の製品と流行	一五九
カタログ販賣	一六一
チエーン販賣網	一六四

一五、土産物としての小口輸出品

土産物の店	一六
土産物の商品	一七
土産物の陳列	一七
土産物の卸し業	一七

これからの有望な輸出品とその賣り方

小資本で出来る小口輸出品――



富裕階級の住宅

生活程度と其の購買力

アメリカで一番住み心地のよい住宅地は、何處かと云えば、それはロサンゼルス界限だと私は答へたい。

溫度六十度を降らず八十度を昇らない。空氣はよく乾燥していつもカラツと晴れている。雨はめつたに降らない。常夏の國である。植物はよく繁茂し、特に椰子の樹が市内到る所に植つて、庭園を飾り、街路を飾り、公園を飾り、誠に南國的な氣分である。とりぐの色に年中美しく花が咲く。

ハリウッド、ビヴァリイヒル、古い所ではバサデナ、そこいらに建つてゐる住宅は、アメリカ人好みの近代的建築の粹を集めたもの。白壁の建物、青い瓦や赤い瓦のスパニッシュ風の屋根、その前庭は廣々として、芝生には芝に水やる噴水が幾十となく列んでいて、リズムをなして緩やかに廻轉して居り、花園には百花りようらんと咲き亂れている。大抵の住宅にプールがあつて、水は藍色に澄み切つて居り、椰子の葉影を映している。プールにはボートさえ浮べてある。瀟洒なガレツチが見えて、一軒の家に二臺も三臺もの自動車を持つてゐる。と見ると十七八歳のお嬢さんがキャデラックのドアを開けて、ハンドルをとつたかと思うと、さつそつとして何處かえ出掛けて行く。

街路は鏡のように光り、そして平坦で、一九四八年型の自動車が、快適そうに走る。まん中に太く、白線のはいつた道路、それをさむバーム並木、そして歩道、乗馬の道をつけたところもある。そして家々の垣根——垣根と云つても日本の大きな住宅のように陰氣な塀が張り廻されて居るワケではない。前庭の花園が歩道を歩く人達にも、自動車で走る人達にも、美しく眺められる垣根である。それは道と家との境界と云うに止まり、仕切りではない。鳥がよい聲で啼いている。何處のお邸からかピアノが洩れて来る。

ロサンゼルスとは天使、天女と云う事であるが、まことに其名にふさわしいのは是等の住宅地である。こゝいらに住む人達は幸福を一身に集めてゐる人達のように思われる。遠くシカゴに會社を持つ

て家族をロサンゼルスに置き、週末には飛行機で歸り、家庭を楽しんでいる實業家がある。自分の庭園内に狩獵の出来る池や山を持つて、鴨打ちなどやつてゐる紳士もある。ゴルフリンクを邸内に持つ富豪がある。東洋趣味に凝つて、日本の神社佛閣の如きものを造つてゐる人がある。日本風の庭園に太鼓橋をかけて楽しんでゐる人もある。自動車道樂で、七八臺の高級車を持つてゐる人がある。ヨットを持つことはこれ等お金持の道樂の一つで、波靜かな太平洋沿岸を遊び廻る。ヨットには珍味佳肴が運ばれる。

金持の住宅地は勿論ロサンゼルスに限られたワケではない。ニューヨークにもシカゴにも、デトロイトにもピッツバーグにも、セントルイスにも、クリーヴランドにも、到る處に立派な邸宅地を見る事が出来る。何と云つても氣候的に、地勢的に、ロサンゼルスは最も快適な住宅地であり、明朗にして近代的である。私はロサンゼルスが一番好きである。

一般家庭の生活

今語つたのは圖抜けた階級の住宅地の話であるが、一般にアメリカ人の生活程度は極めて高い。戦後アメリカの富は戦前の三倍になつたと云はれてゐる。金持階級も無數に殖ゑた事になる。併し敢て金持階級と云はなくても、一般に贅澤な生活をしてゐる。

自動車、殆ど何處の家庭にも一臺は持つている。これなども日本人から見れば嘘のように聽えるが決して嘘でも何でもない。今日アメリカの人々に對しどの位の自動車があるか統計は發表されていないが、戦前既に五人に一臺の割に自動車を使つていたのであるから、五人を一家庭と考えれば一家庭に一臺の割と云える。私は曾てオゾ家庭藥のために「一家に一個はオゾがある」と云う廣告文句を考へた事があるが、アメリカではオゾの代りに、「一家に一臺の自動車がある」と云えるのである。

その自動車も、日本のように古い時代を十年一日の如く、使うのではない。ガソリンの要らぬ小型自動車を速らせるワケでもない。大抵の持主が二三年使えば新しい車に買い換へる。だから自動車會社は毎年新型を發表して、大量に販賣する。自動車會社の流行を作つて行く上手さもさる事ながら、人々の購買力にも驚かされる。戦争中自動車工場は飛行機工場となり、生産は絶えたが、一九四八年には各社から華々しく新型を賣出した。名のよく知られているハドソン、ナツシユ、オートズモビル、ビユイック、フォード、シボレー、プリマス、新しい名前のもものではカイゼルなど云うのが盛んに廣告を始めている。急速な工場生産力の恢復はやがて戦前のような大量生産となるであろう。プラチナ色をざら／＼させた威風堂々とも云うべきフロントを持つた新車はアメリカの人達によつて今日日本にも乗廻されているが、アメリカではあの流行型が到る處の都市に、ハイウェイに、住宅地に、快走し、はならんする事であろう。アメリカは世界一の自動車國である。

それに此頃はトレーラーが流行し始めている。トレーラーは、自家用の自動車のうしろに結び付けて走るもので、バスでは東京にもトレーラーバスが走つていますが、あのトレーラーを全く娯樂用に、車のうしろに付けて走ろうと云うのである。

これは家庭を自動車にく／＼りつけて走るものと云つてもよい。何故ならそれ等のトレーラーにはリビングルームがあり、臺所があり、さながら小さな家を運んでいるようなものであるからである。リビングルームにはソファあり椅子ありテーブルがある。ベッドもついているし、ソファもベッドに利用出来る。臺所には電気冷蔵庫あり、電気自動料理機あり、ビフテキも焼ければ、アイスクリームも出来る。ビールやココラを冷して置く事も出来れば、ハネデウメロンやグレープフルーツを冷やして置く事も出来る。家庭を運んでいると同じではないか。

トレーラーには車を止めて、直ちにキャンプを作るように出来たのがある。キャンプ生活も又アメリカのとても楽しみ喜ぶもの、一家族でキャンプを自動車で運んでその生活をたのしむのである。旅行と云えば日本人は汽車を直に思い浮べるが、アメリカ人は自動車旅行を思い付くのである。私は曾てシカゴからサンフランシスコまで、八日間を費す大陸横斷の自動車旅行をやつた事がある。晝は氣持のよい、平坦なハイウェイを時速六十哩位を出して飛び、見物すべき場所には車を止め、お晝になれば田舎の町の料理店えはいつてローストチキンなどを食べ、午後は早く相當の都市のホテルに

車を止めて、風呂に入り、たのしい晚餐をとり、そして町を見物する。時には映画にも行く。シヨウなども見る。ホテルでは車の掃除もチャンとして置いてくれる。朝ユツクリ起きて食事をすませて又其日のコースを走る。楽しい旅であつたが、アメリカ人はそんな旅行が大好きである。休暇に出掛け、フロリダへの旅、カルホルニヤへの旅、彼等は常に自動車旅行を思い立つのである。国立公園——グランドキャニオン、ヨセミテ溪谷、エローストーン、ナイヤガラ瀑布、その他無数の国立公園——には常にこれ等自動車旅行の客で賑つている。老夫婦が、老後のたのしみに二人連れのオーナードライブの旅をしている人達がある。誠に和やかで、日本では見られない姿である。新婚旅行は新しい車だと、二人が楽しいドライブをしている姿も見られる。

家庭内ではどうか

アメリカ人の家庭内の生活はどうであらうか。

今アメリカでは自働料理機が盛んに賣出されている。宵の中にお鍋をかけ、オーブンの中に材料を入れて置き、朝の五時に熱がつくように調節して置くと、その五時になるとひとりで電熱が点く。そして料理が始まる。オートミールは四十分、ホットケーキは三十分、うで玉子は十五分と云う風に、ひとりで熱が消えて、料理はそれ／＼出来てしまう。此頃は普通の電熱からではなく、高周波電流を作つて、それで調理する料理機さえある。だから主婦は朝早く起きて食事の用意をする事はない。何もかも出来た時分にノツコリと起きて来て、スタを取つて見れば丁度よい具合に出来ているのである。だからアメリカの主婦はユツクリ朝寝坊が出来るのである。

夫と一緒に起きて一緒に朝食をとつて、夫を送り出して、それから家の掃除にかゝる。その掃除が又實に簡単である。アメリカには前から真空掃除機があつたが、それが今日は進歩して、ずつと便利なものになつている。真空掃除機はモーター諸共持廻つてホースでゴミを吸込ませるのであるが、今の掃除機はモーターは軽いばかりでなく室のまん中に置いておく。ホースだけ持つて廻るのである。そして椅子の凹みでも、ラヂエーターの隅々でも、たんすの裏でも、本箱の一冊一冊の本でも、只ホースで撫で、行くだけで掃除が出来、五室位の家ならば僅に五分で掃除が出来るのである。日本のようにお尻を持上げて廊下を滑つたり、まだ人の寝ているのにハタキでバタ／＼と障子を叩いたり、馬鹿々々しく高價な箒を十日もた／＼ない中にすり減らしてしまつたり、そんな掃除はしなくてもよいのである。

洗濯も又主婦の重要な仕事であるが、アメリカの婦人はその洗濯をやらないのである。いや洗濯はするのであるが、自働電氣洗濯機にそれをやらせて、自分は手を下さないのである。機械には大きな口が開いていて、洗濯物を待受けている。洗濯物をホリ込むと、水もひとりではいり、石鹼もひと

りに溶けて泡立ち、機械は廻轉して洗濯を始める。洗濯が終るとそれを水でゆすぐ。それも自動的。ゆすいだものは電気乾燥をする。それも自動的。主婦は乾いたものにアイロンをかければよいだけであるが、そのアイロンもうまく出来ていて、生地の性質によつて温度が自由に調節出来、ウツカリして電気を消し忘れて畳をこがすことなど決してないようにフルプルフになつてゐる。こんな風に自働洗濯機に委せて置けるから、主婦は本を読む時間を持つ、修養の時間があるわけである。ラジオをたのしむ。子供の世話が行届く。お化粧の時間もタツプリアある。だから爪をあんな風に美しくマネキアーして置く事も出来るのである。

アメリカ婦人はかくして料理の時間を節約し、掃除の時間を節約し、洗濯の時間を節約し、自動車は何處へでも行くから、歩く時間を節約する。それを思うと、あゝ日本の婦人は何と氣の毒な事か、彼女達は食事の用意と、掃除と、洗濯と、買物の出歩きとで、精根をすりへらしてへト／＼になつてゐるのである。若き婦人も、セイ／＼白粉を塗る位のもので、到庭爪の化粧迄する時間もない。洗濯で霜焼けだらけの手にしてしまつて何の爪のお化粧ぞやと云ふ事になる。

よく働きよく遊ぶ

こう書くとアメリカ人は遊んでいるかのように思はれるが、そんな事は決してない。アメリカ人は

實によく働く。富める人も富まざる人も實によく働く。彼等は時間の觀念が強い。会社へ出る時刻などキチン／＼としている。日本ではお役所ですらも三十分位は遅刻して平氣だし、出勤してもタバコや新聞で時間潰しをやる。そんな事はしない。仕事の最中に廊下を散歩したり、雑談したり、油を賣る事をしない。其代りに退勤時間が来ると、キッチンと仕事を終つてサツサと家に歸る。妻が綺麗にお化粧して夫を迎えに来るのがある。どこかで食事をして映畫に出掛けるのがある。富裕な人達は所謂デナーで、洋服を改めて贅澤な楽しい晚餐をとる。

アメリカには世界各國の食糧事情に同情して一週間に一度「肉なしデイ」をやつてゐる人達があつた。一週に一度だけ肉のない日がある——一週たゞ一度も肉のない日本人にはそれはどんなに聽えるであらうか。

アメリカ人は週日よく働くが、週末には必ず享樂する。到る處の行樂地は自動車で埋まる。海岸に波と砂とを楽しむ人、緑地に木蔭を愛する人、ピクニックの御馳走を廣げる人、スポーツに興じる人、實にたのしく一日を送る。

アメリカ人は決して晩迄仕事をしたり、日曜迄働いてたりしない。働く時にウンと働いて遊ぶ時は思い切つて遊ぶ。

アメリカ人の生活は實に明朗であり快活であり、そして無駄がない。羨しい限りである。

富は何を買うか

私は曾て「日本の商業はアメリカのそれに比して二十年位はおくれて居る」と著書に書いた事があ
る。がそれは昔の事である。今日では正に四十年後れてしまつて居る。戦争の爲に二十年おくれてし
まつたのである。

輸出を考へて居る諸君よ。諸君はこの事實をよく知らなければならぬ。それをまづ以てよく承知
して居なければ、アメリカで商品を賣込む目安はつかない筈である。

富——三倍になつたと云はれるアメリカの富・それは大きな購買力である。よいものさえ提供すれ
ば、アメリカは喜んで買つてくれる。それは誠に有難い事であるが、アメリカの文化の進んで居る事
をよく認識しなければ、その「求めているもの」を提供することが出来ない。

然らば日本からはどんなものを提供出来るであらうか。

二、アメリカに於ける日本の商品

きやしやな日本品

私は曾てニューヨークのデパートでナイフを一挺買おうとした事があつた。ナイフの賣場で、あれ
これと物色して居たところ、とてもスマートな氣の利いた恰好のナイフを見付けた。實は、そこに陳
列してあるナイフは、どれを見ても水兵ナイフのように頑丈で、無骨で、無恰好で、大きくて、私の
好みにピタリと來なかつた。私は上品なきやしやなナイフが欲しかつたのである。私は多くの無骨ナ
イフの中に一種類だけそのスマートなナイフを見付けたのである。

そこで私はそれを取上げて刃を出して眺めて居ると、私にサーヴィスしていた販賣員が云つた。

『そのナイフは紙切り用で、きやしやに出來て居ます。御婦人向にはそれでもよいかも知れませ
んが、事務用にお使いになるのならきやしや過ぎます。刃もあまり切れません』

こう説明してくれました。私は『そうかなあ』と思ひながら、それでも形が氣に入つていたので、な
かく思い切れず、なをもそのナイフをいぢつて居ると、フト刃の根元にある彫刻を見付けた。何と

書いてあるのかと目に近ずけてよく見ると

MADE IN JAPAN

『何だ、日本製か。』

と思う中に、私の顔は見る／＼赤くなつて来るのを感じた。何も私のセイではない。が何とはなしに自分が恥かしくなつて来た。私は黙つてそれを元の處へ返して、其の隣りにあつた無骨ナイフを手當り次第一挺買つてサツサと引上げて来た事があつた。

紙切りにしか使えぬナイフ、日本は双物の國である。岐阜縣、大阪府、兵庫縣、新潟縣、立派な双物を産出する地方が幾つかある。日本刀の如きは世界に誇り得るものと思つていた。それが何と無慘に打ひしがれた事か。そんなにもなまくらものに思はれているのであろうか。日本の双物の眞價を知らないのであろうか。私は義憤に似たものを感じたが、事實その店の販賣員は「切れぬ双物」と片附けてしまつたのであるから、どうにもいたし方がない。

私はなる程よかつた。何十種とある中で、殆どすべてが無骨なナイフで、日本製一種類だけが私に氣に入つたと云ふ事は、それは私が日本人であるからで、アメリカ人にあんなナイフは氣に入らないのであろうか。ホンの婦人用に用いられる程度で、多くのアメリカ人はガツチリとした水兵ナイフのようなものを愛用するのではないだろうか。一般に大型である。成程そう考えられる、例えば指環の如きでも男は頑丈な大きな指環をはめている。日本人のようにきやしやな指環をはめてはいない。凡てがガツチリとしたものを求めているのである。凡てが實用的なものを求めているのである。そのナイフはどんな経路で仕入れられたか知らないが、日本人の貿易業者の出すサンプルの中から、どれもこれもきやしやではねられながらも、漸く婦人用位のところでこれ一種だけが合格したのではなからうか。もしそうだとすると、日本の貿易業者はもつと考えなければならぬ。又日本の製造業者ももつと貿易業者とよくタイアップして、本當にアメリカ人に氣に入るものを造らなければならぬ——私はそう思ひ／＼ホテルへ歸つた事であつた。

美しい日本品

シカゴに世界一のデパートがある。名をマーシャルフィールドと云う。店員が一萬六千人も居た。その店で「世界人形の展覧會」と云うのが開かれた。私は「日本の人形もあるだろう」と期待して出掛けた。

展覧會——と云つてもそれは賣場であるが——へ行つて見ると、案の定日本の人形があつた。漆黒の髪の毛、パツチリとした黒い目、優しい鼻、蕾のように可愛い口元、友禪のキモノ、引ずるよう

な長い袂、それが箱にはいつた儘で二三十個も陳列してあつた。それはアメリカの人形やフランスの人形やオランダの人形、各國の人形の中にあつて、全く異彩を放つていた。私はなつかしい日本の人形を、まるで久し振に日本人に會つたような氣持で眺めた。

私はその人形をかうワケではなかつた。が、賣れ行がどうであろうかと思つて販賣員にきいて見た。

『日本の人形賣れますか』

すると其の販賣員は

『日本の人形は子供の玩具としては賣れません。シカゴには物好きに世界の人形を集めている方が居られますので、其の人達が買つて行かれます』

かう云うのであつた。

『そうですか、何故アメリカの子供の玩具には賣れないのでせう』

すると其の販賣員は笑いながら云うのであつた。

『日本の人形は鼻がスグ缺けますし、手の指や足の指がスグこわれます。アタマの髪の毛もスグに抜けます。オモチヤにはならないですなあ』

『……………』

暫くして私は「有難う」と云つて引返した事であるが、心中何となく寂しかつた。

世界どこの國へ行つても蒐集熱を持つ人がある。切手を集める人、貨幣を集める人、随分熱心な人が居る。日本にも犬の玩具ばかり集めている人。馬のオモチヤばかり集めている人、大黒様ばかり集めている人、いろいろの蒐集家がある。成程人形を集めている人がありとすれば、日本の人形は異國情緒があり大に喜ばれるであろう。その人達の買つて下さる事は結構な事である。

だが……そんな需要だけで満足してよいのであろうか。いくら人形の蒐集家が居ると云つて、そんな人は澤山居るものではない。日本としては輸出した以上、もつと一般的に、大に日本の人形を愛用して欲しいものだと思つてはいないか。

併し、鼻が缺ける人形、手足のもけたり、缺けたりする人形、それではアメリカの子供のオモチヤにはなるまい。所詮日本の人形は日本の子供の人形であつて、輸出品にはならないものであろうか。日本でも、お人形と云えばスグにこわれるものとして親は買うに躊躇する。それは子供に遊ばせる人形ではなくて、ガラスの箱に入れて床の間に飾つて置き、眺めているだけのものにしようとする。それでオモチヤの役目がすむのであろうか。

そんな事を考えながら私はホテルへ歸つたことであつた。

こわれて鉛が出る

大西洋沿岸にアトランチックシティと云う海岸遊覧都市がある。波のひた／＼寄せる海岸にボードウォークと稱える板張りの往來が出来ていて、立派な商店や喫茶店や食堂がズラリと並んでいる。全く商店街である。それが海に面して賑わっている。

ある店のウィンドウで灰皿を見付けた。そのアトランチックの風景が灰皿の面——灰を落とす所に描かれているもので、大に私の趣味に叶った。『お土産に買って歸ろう』そう思つて私は店の中へはいつて行つた。

『あの灰皿を三つ下さい』

販賣員はスグにそれを包んでくれた。私はそれを持ってホテルへ歸つた。

ホテルへ歸つて包をほどきよく見ると、それはアンチモニー製品で、風景は型で押したものであつた。安いものではあつたが、お土産にはよいと思つた。處がフト裏を引くり返すと、私は驚いた。そこには前に話したナイフと同じように

MADE IN JAPAN

と彫刻されているではないか。

『日本から來て日本製のものを買つて歸るのだな』

と私は苦笑せざるを得なかつた。

併し面白いものである。あのナイフにしても、この灰落しにしても、日本製のものはどうも日本人の氣には入るらしい。何處となく日本的なものがあるのであらうか。それとも偶然であらうか。もしこれが日本製品なるが故に日本趣味があるのだとすれば、これは輸出業者の考えなければならぬ所である。人形の場合は勿論真正面から日本の人形を輸出したのであらうから#アメリカ人の趣味も好みも考えているワケではない。それはそれでよい。併しナイフや灰皿に決して日本趣味を意識して輸出したものではないと思う。それは何處までもアメリカに愛用されるようにと云うネライで輸出されたものに違いない。それでいて事實は何處となく日本趣味的なものとなつて居るのである。氣の付かぬ中に日本人は日本趣味のものを作っていると云うのであらうか。それならば業者は大に考えなければならぬ。輸出品である以上、そうした一種の國民性からは全然脱却して、本當にアメリカ人の趣味に合うものを作らなければならぬのではなからうか。

ところがこの灰皿には後日ものがたりがある。それは私が日本へ歸つてからの話である。

その灰皿を私の家庭で一個、あとの二個は親戚にお土産として呈上したのである。然るにそれを私

の家庭で使用して四五日してからのこと、私は驚くべき事に際會した。少し大袈裟な云い方ではあるが、私としては日本の輸出の爲に、全く驚くべき事であつたのである。と云うのはその灰皿は子供のイタヅラでグニャ／＼とへし曲り、同様にそれは鍍金したものであつて美しい銀色は剝け落ち、中のアンチモニイの館が薄黒く鉛色にあらわれ出た事である。

使用して僅に四五日——それでもうダメになつてゐる。何と云う情けない事であろうか。アメリカの東の端からはる／＼と日本へ持つて歸つたものである。それがタツタ四五日、私は腹立ちはしなかつた。私は只情けなかつたのである。自分の子供が泥棒でもしたかのように、溜らない悲しさをさえ覺えたのである。品物は日本の商品である。私は日本人である。その日本の商品がアメリカで今も尙あの店で賣られているのかと思つたと穴にはいりたいたい氣持であつた。あれを買う人は澤山あるであらう。その人達のも、おそらくは使つても間もなく、銀色が剝けて、グニャリと曲る灰皿を見出すであらう。その時裏の文字メード、イン、ジャパンを見てどんな氣がするであらうか。その人達は日本人ではないから、本當に腹を立てるであらう。そして『日本の商品とはこんなものか』と思つ事である。それが日本の輸出貿易に、どんな影響を與えるであらうか。思つても身の毛のよだつ思いがする。

安かろう日本品

サンフランシスコのデパートにエムプロイアムと云うのがある。

その店の一ページ大の大廣告がサンフランシスコの新聞に出た。それは KIMONO の賣出しであつた。

廣告にはキモノを身につけた婦人の姿が十人ばかり立つてゐるのが見られた。マネキン人形を飾つたウインドウのように、それ等のキモノ姿のアメリカ人の姿は右を向いてゐるものもあり、左を向いて居るものもあり、手を、脚を、上手にポーズして、描かれていた。そしてバックには大きく富士山の姿があらわれて居り、近景に宮島の大鳥居が見え、岐阜提灯の吊られてゐるのが見えた。正に日本の象徴である。

『キモノがこんなに宣傳的に賣出されるとは……』

と私は嬉しくなつたのであるが、その嬉しくなつたトタンに私はがっかりした。

と云うのは、何とそれはあまりにも安い「大安賣り」であつて、其の安く賣る理由としては

——日本の業者が金融の都合で、大量をダンピングしました。それを安く仕入れたのであります。だからこんなにも安く賣れるのであります。

と書いてあるのである。そしてその値段は驚くなかれ一着一弗九十八仙、一弗五十九仙、お話にならぬ安さである。

理由はなる程そうであつたのかも知れぬ。或は又商略的な廣告文句に過ぎないのかも知れぬ。が、いくらモノの安い時でも、日本のキモノが、アメリカのデパートで賣られて、それが僅に一弗代とは、あまりにも安過ぎて情けなくはないであろうか。

所詮これはアメリカに於ては「日本のものは安物」として扱つてゐる事である。勿論それは日本獨得の絹のキモノではない。人絹であつたのであろう。それにしても KIMONO の右の下に「ペー」ジ大の廣告を出して販賣される商品として、一弗代の値段では日本のキモノの値打は台なしではなからうか。

日本のキモノはそんな風に軽く見られて居るのであろうか。アメリカ人の中には日本のキモノを認識し、詳しく知つてゐる人もあろうが、この新聞廣告に飛付いて、エムボリアムに出掛ける人達は一弗某でそれを買つて、「日本のキモノを買つて来た」と大威張りでそれを寝巻にし、それを部屋着にする事であらう。そして日本のキモノとはこんなものだと考える事であらう。日本のキモノの眞價はどうして其人達に認められよう。それはペラ／＼した人絹のキモノに外ならないのである。

「賣れるなら、それでもよいではないか」と業者は云うかも知れないが、それでよいであろうか。日

本商品の全般的名聲を、信用を墜しはしないであろうか。

イヤ、アメリカでは凡ての日本商品に對して安物扱にして居る事は看取される。「日本にはロクなもの出来はしない」「安いだけが日本商品の取り柄だ。バーゲンセール向には丁度よい」そんな風に考えられて居るのは確かである。

眞劍に考えよ

私はアメリカに於ける日本の商品のありようを幾つか述べたが、それは結局

- 一、日本のものは安物だ。
- 一、日本のものはこわれ易い。
- 一、日本のものは生命がない。
- 一、日本のものは見せかけばかりだ。
- 一、だから日本のものは信用出来ない。

こう云う事になるのである。

今や日本の製造業者、輸出業者は張り切つて輸出品の製造に精進しようとしている。輸出あつて始めて日本の經濟は立直る。その人達には眞劍に奮闘して貰はなければならぬ。

戦前から輸出をやつていた人達は、私が茲に述べた事はよく知つてゐる筈である。その人達は今度こそは信用を擲もうと覺悟し決心してゐる事であろう。併しこれ迄經驗のなかつた人達、こうした事實——日本の商品がアメリカで扱われ見られてゐるありよう——を知らないかも知れない。其の人達はこれ等の事實をよく考えて、置かなければならない。そうでなくして、よい加減なものを拵えたら、こんどバイヤーは振り向いてもくれないであろう。假に其の目をごまかせて、アメリカへ渡つた所で、それ等の商品は日本の名譽を叩き潰すであろう。この事は眞剣に業者の考えなければならぬ問題である。

三、南洋向の日本の商品

南洋への輸出品

各國の輸入許可があると共に、日本の商品は再びフィリッピンへ中國へ朝鮮へ、更に蘭領東印度諸島へ印度へビルマへタイへ、輸出されて行く日が来るであろう。

南洋の人達はサロンを腰に巻いて、婦人はカバヤを着て、そして裸足で歩いている。アメリカでは海岸のスポーツに陽焼けのしたあのタン色が大好きで、一日にしてタン色に染まる化粧品、タン色につく白粉などさえ發賣されているが、南洋の人達は始めからそのタン色をしているのである。昔はカバヤなど用いず、婦人達もサロンだけを腰に巻いて、町を歩いてゐたものである。若い娘さんのお椀を伏せたような美しい乳房をあらわに出して、更紗模様のサロンを巻いてしなやかに歩く姿は、アメリカ人などに驚嘆すべきものであつたと見えて、ジャワに隣るバリ島などへはわざわざ観光の船をつけたものである。バリ島の婦人が美しく、よいからだをして居たからであろう。

カバヤと云うのは襦袢のようなものであるが、極く薄い生地では膚が透いて見える。熱帯にあつ

てはこれ以上のものを着る事は出来ないであろう。椰子の並木路を、三々五々これ等の南洋の乙女達の、引ずるばかり長いサロンを巻いて歩く姿は、まことに美しく情緒あるものである。

男の人の姿も又興味がある。男も亦サロンを用いるが、上着にはスポーツのシャツの感あるものを着る。そして好んで黒のトルコ帽子を冠るのである。ある階級の人達は麻の洋服を身につけてはいるが、一般の人達は極めて軽装である。何しろ暑い國の事として、固苦しいものは着られないであろう。が、トルコ帽子はいずれの人達も愛用する。

これ等のサロンは主として日本から輸出されたのである。尤も本ものサロンは所謂インド更紗で、これは英國の本綿を用い、インドネシア人が家庭手工技術として、ローケツ染をやるのである。蠟を流しては染め、二十数回の加工をして、あの氣品高き南洋氣分裕かな染色をやるのである。非常に高價なもので、日本でなら、濫い好みの袋物にするか、室内裝飾に用ふるか、衣裳道樂の婦人が帯にするかの程度であるが、向うではそれをサロンにする。贅澤階級の婦人達はそれを日用にすらするが、一般には外出用の一張羅である。平素は日本製の安物のサロンを用いるのである。

昭和二十三年四月、蘭領東印度の通商使節が来て、日本の纖維製品海外販賣委員會との間に綿織物の商談が行はれ、一億三千五百萬ヤードの注文があつた。そしてそれ迄にも既に東亞の各地から綿織物の注文はあつて、それだけでも七千萬ヤードと計上されていた。これが爲に日本人自身も綿織物に

困りぬいているのであるから、國內放出を希望し、計畫もされていたのであるが、それも犠牲にしなければならなくなつたのであつた。輸出の爲にはそのギセイも全く己むを得ない事であつた。

蘭印の戦後に於ける初の注文がこれである。如何に蘭領東印度の人達が日本の綿織物にあこがれを持つてゐるかが解る。これは今述べたサロンである。サロン向に、日本で捺染加工して輸出するのである。

が、諸君はこれ等のサロンが安くて日用品に都合がよいから需要されるのだと云う事をよく知つて居なければならぬ。決して一張羅になるわけではないのである。つまり日本商品は安いから賣れるのである。あの捺染加工位はアメリカでも英國でも無論何でもない事で、何も日本獨得のものとも云うわけではないが、アメリカや英國では日本のように安い加工賃では出来ないものである。だから日本の綿製品が賣れたのである。

私はこの本で、小口輸出品を語りたのであつて、日本として大回輸出品で綿織物の事など詳しくお話しするつもりはないのであるが、日本の商品が如何なるセリングポイントで賣れているかを説明したい爲に、この大口輸出品を一例に挙げたのである。これが日本の商品の特色を代表しているのである。「安い」である。これが日本の商品の生命である。

従つて「安い」の特色がなくなつたら、日本商品の生命はない。戦後の日本はインフレやら、労働

者の生産管理やら、經營參加やら、經費の膨張やら、さまざまの原因で、「安さ」の特色を失うような事態に進みつゝある。それが尙進むようであつたら「安さ」の特色は失うようになるかも知れない。そうなれば蘭印貿易も頗る骨の折れる事になる。

良心的な商品造つて

小口輸出品に就て述べよう。

ジャワ、スマトラ、マカッサルの町々に日本の石鹼が賣られていた。ダスコ石鹼と云うのである。南洋には露店が多い。丁度この頃の日本のようである。インドネシアの婦人が大きな傘を立て、其下に店を出し、さまざまの商品を賣つている。食料品あり、日用雑貨あり、菓子あり、果物ありである。その日用雑貨の店にわがダスコ石鹼が賣られている。それはアメリカ製の石鹼と同じように陳列されているのである。日本の石鹼なら花王石鹼とか、ミツワ石鹼とかでありそうに思はれるが、日本では名を聞いた事のないダスコ石鹼と云うのが世界有数の有名石鹼と肩を並べて販賣されているのである。尤も、露店の話をしたからと云つて、露店ばかりで賣つていゝのではない。インドネシア人の商店にも勿論賣られている。が、私は露店のその主人であるインドネシア人と石鹼の話をした事を思い出すので、特に露店の事を茲に書いていゝのである。

『日本の石鹼よく賣れますか』

『賣れます。一番よく賣れます』

成程數量も一番澤山ある。

『何故よく賣れるのでせう』

『安いからです』

サロンと同じ事である。矢張り「安さ」が生命である。併し次の會話を諸君にゼシ話さなければならぬ。

『安い。そうですか。品質はどうですか』

『品質も非常によろしい。それにダスコ石鹼は名前がよろしい。皆よく覚えています。次に句がよろしい。インドネシア人に一番好かれる句です』

これを聞いて私は全く嬉しくなつたのである。日本の商品で「安い」と云う特色の上に「品質がよい」と云はれたのは全く始めてのように思はれたからである。これは力強い事である。「安い」だけでは心許ない。「良さ」があつて始めて商品に永久の生命が出來て來る。

そこで私はこのダスコ石鹼の製造家に就て語らなければならぬ。

ダスコ石鹼は當時の南洋貿易の成功者大信洋行の社長岡野繁藏氏によつて發賣されたのである。岡

野氏は誠心誠意で商賣をする人であつた。常に輸出業者並びに日本の製造業者に對して、『安いだけではいかん。良いものを賣れ。よいものを造れ』と口を酸くして説いている人であつた。日本に在る日は東京大阪その他の各地を講演して歩いて『良いものを造らなければ南洋貿易は發展しない』と説いて廻つてゐる人であつた。商工省をも鞭撻して、日本の業者を口先ばかりでなく、本當に心から良いものを造らせるように指導しなければならぬと説く人であつた。

そんなワケであるから、ダスコを發賣するにしも、自分自ら模範を示さなければならぬ。氏は日本の石鹼工業が許す最も良心的なものを製造させたのである。石鹼に贅澤なものゝあるのは香料とか装幀とかにあるのであつた。石鹼そのものゝ原料は程度の知れたものであり、よいものを造つたからとてそんなに高くなる譯のものではなかつた。

ダスコの名に就ては随分苦心された。幾多の土人にテストをして、最も呼び易い最も記憶し易い最も感じのよい名前を選んだのであつた。一般に南洋の人、東洋の人にはヨーロッパ風のRやLの字のはいつた舌を滑らかに廻さねばならぬ發音はやりにくい。WやVも然りである。ダースーコ、これは云い易い。この石鹼を賣出するころ、日本ではオゾ、グリコなど云う商品がよく賣れてゐた。オゾは私につけた名前であるが、家庭薬である。端的にオゾと云いきる發音は呼び易く力がある。オゾにヒントを得て、グリコの社長はグリコーゲンからグリコを得たのであるが、これも成功した名前であつ

た。グリコは更にビスコなる姉妹品すら造つた。ダスコもそれと同じ行き方で、簡單で呼び易く且つ力が強い。名前のつけ方もなかくむつかしいものである。

更に岡野氏は其の石鹼の香料に就いて一方ならぬ苦勞をした。南洋の花と云う花を集め、其の香りのよいものを選び、その「どの匂が一番好きか」を數多きインドネシア男女に就てテストしたのである。其の結果インドネシア人に最も好かれるある花の香氣のある事を氏は發見したのである。そしてそれを香料として、石鹼に加えた。土人に好かれるのは當然である。

又其の包装に當つては、岡野氏は日本の圖案家に満足せず、わざわざパリの一流の圖案家に圖案を依頼したのである。其の圖案料に千ギナーを要したと云う。千ギナーは當時の日本貨で數千圓のものであつた。當時の數千圓は今日の數十萬圓に當るであらう。それだけ費用をかけても立派な包装をしたと考へたのである。

かくしてダスコは賣出された。壓倒的な人氣であつた。忽ちにしてジャワ、スマトラ、マカッサル到る處の商店に露店に姿を現わし、花形商品としてどしどし賣れるに至つたのである。

私がこの話に就て何を云いたがつて居るかは諸君に直に看取されるであらう。商品は「安い」だけでは不可なのである。「良さ」がなくてはならないのである。そしてその「良さ」を生命とするためには輸出品を造る人も貿易する人も岡野氏だけの熱心と苦勞とを持たなければならぬのである。

この事をよく／＼考えて頂きたい。

習慣を作り出す

更に小口輸出品の話が続けよう。

岡野氏は亦ズック靴を發賣したのである。さきにも云つたように南洋の人達は裸足で生活する人達である。それに何故にズック靴を賣出したのであろうか。

裸足は昔からの習慣であるが、若い人達は世界の文化にあこがれる。靴を穿いた姿は裸足よりもスマートである事は解り切つている。そこで岡野氏は「靴を穿く習慣を作らして見よう」と考えたのである。これには大仕掛けな宣傳が要る。靴の宣傳ではない。靴を穿く事が如何にスマートであるか、如何に足のためによいか、その宣傳である。氏は新聞廣告に、バレードに、デモンストレーションに、あらゆる方法を講じて宣傳した。そして遂に靴は賣れ出したのである。今のインドネシヤ人は相當に靴を穿くようになったが、岡野氏のこの宣傳が大に効果があつたわけである。

昔アメリカで始めて石鹼を賣出した人は、その石鹼の廣告をするのではなく、まず以て「文化國民は石鹼を用いなければならぬ」と云う宣傳を始めたのだと云う事である。これと岡野氏の靴とは同じ話である。

先に述べたカバヤ——縹絆——にしても、これは岡野氏の事ではないが、南洋の人達は半裸でいた。其の半裸の人達に縹絆を着る事がどんなにスマートで、容姿を美しくするか、それを實物宣傳で説いたのであつた。そして遂にそれが流行となり、習慣に迄進んでしまつた。

これ等はすべて習慣の創造である。それを創造する事によつて、新しい商品は生れて来る。これは日本からアメリカへ向けてしかけるような賣り方ではないが、フィリッピンや蘭領東印度や印度の方面へ向けては考えなければならぬ賣り方である。

これは一つの笑い話であるが、オーヘンリーと云うアメリカの有名な小説家の小説に「靴」と云うのがある。アラバマ州のニ青年が、其の土地の靴會社の社長の娘に失戀して、南米の土人の多い町にアメリカの領事館の一員として赴任して来る。そんな事とは知らないで、其の靴會社の社長はその領事館宛に「その地方に靴の販賣は有望であらうか」と照會して来る。青年は失戀の腹癒せに、其の地方は裸足ばかりで生活して居るにも拘はらず、「非常に有望です。靴店は一軒もないので、土人達は待望しています」と回答してやるのである。すると暫くしてから、月に一回しか寄港しないアメリカの汽船に乗つて、その社長は社員を伴つて夥しい靴を持つてその土人の町へやつて来るのである。そして靴店を開く。勿論誰も買いに來ない。

青年は冗談から胸が出て、今更氣の毒になり一策を案じて、夜陰一人の同僚と共に町中に海扇貝の

カミを撒くのである。海扇貝は貝殻に針がある。小さい貝で砂利道の中に撒くと目に付かない。處が翌朝になると到る處で悲劇が起る。働きの出掛ける男も女も、學校へ行く子供も、足をチクリ／＼とされて歩けないのである。坐り込んで又「アイタ、」と云ふ騒ぎである。そこを青年は同僚と共に靴を穿いて歩いて見せる。靴屋はたちまち繁昌して、全部賣れてしまう。それ以來靴の習慣がつくと云う筋である。

ムロンこんな馬鹿々々しい事の出来るワケではないが、如何にもアメリカの小説らしい無邪氣な「習慣の作り方」の話ではある。

インドネシヤ、フィリッピン人、タイ人、ビルマ人、インデアン——それ等の人達はます／＼文化にあこがれる。次から次と、服装やら、日用品やら、お化粧やに、さまざまの點で新しい習慣が出来る。

日本のこれ迄の輸出業者は只賣れているものだけを賣つて、新しく習慣を作らせようとまで熱心にやらなかつたのではないか。岡野氏の如きは特異の存在である。多くの人には研究心が足りなかつた。輸出業者は岡野氏の心を以て心としなければならぬ。

本章の要點は

一、南洋其の他の海外へはアメリカとは違つて、日本程度の商品で相當に賣行を期待される。

二、日本の商品の賣れる生命は「安い」と云う事であつた。

三、が、これからはグンと良心的なものを作らないと永久的な生命がない。

四、習慣を創造する迄に輸出商品に研究的であつて欲しい。

これだけである。

四、アメリカ商品の優秀さ

汽車の玩具

私の家には二十八年程前に買ったアメリカの汽車の玩具がある。ボテイも車輪も機関車も全部鐵で出来た汽車であるが、實に頑丈で、未だに車一つ外れていない。買った時の儘である。

私は三度アメリカへ行つたが、之は一番最初、私がまだ三十二歳の時に掛けた時に買ったもので、私の長男へのお土産であつた。當時長男は六歳であつたが、この玩具をどんなに喜んだ事か、それ迄に私は日本製の汽車の玩具をどの位買ったか知れない。が、その汽車は買うなり車輪は曲つてしまひ、除けてしまひ、走らなくなつて了つた。走らなくなつた汽車はもはや面白がらない。オモチャ箱にはいつた儘である。次から次と廢車になつた汽車は遂には物置にホリ込まれたり、木製のものは焚物にさえされてしまつた。一たび頑丈なアメリカの汽車を手にした長男はそれ以來日本の汽車をフリ向きもしなかつた。デパートへ行つても、汽車など欲しがらなかつた。自分が一番いゝ汽車を持つてゐると云う自負心を持つたからであらう。

學校へ行くようになって、長男はアメリカの汽車で遊ばなくなつたが併し、弟が控えている。弟が又それを喜んで遊んだ。その弟は幼少にしてなくなつたが、更に間に女の子を二人置いて三男がそれを用いた。三男が學校へ行く頃はまた一人女の子を間に置いて、四男が遊んだ。汽車は實に四人の男の子に仕えたワケである。末の男の子が學校へ行く頃は、もう其の汽車に用はなくなつて、其の儘保管されるようになったが、車輪も外れていない其の汽車は未だ廢車ではないのである。買った時と同じ體裁、同じ機構、同じ働きを持つてゐるのである。

處が長男は今日三十四歳である。私が一番最初アメリカへ行つた年よりも二つ年上である。私が當時六歳の長男を持つた如く、彼も亦今六歳の長男を持つてゐるのである。アメリカの汽車は今その長男——私の孫——の玩具になつてゐるのである。そして未だに車輪も外れていないし、色も剥けていないし、ビクともしてゐないのである。おそらく其の長孫の學校へ行く頃は、二人目の孫の玩具になるであらう。それでもその汽車はビクともしないであらう。

二十八年にも及ぶ壽命、そしてまだどの位續くか解らない壽命、それは驚嘆すべきものである。家の中には、先祖傳來の古いものは幾つもある。併しそれは骨董的な存在であつて實用的ではない。此の汽車は既に私の子供に四代仕え、今孫に仕えてゐるのである。五代である。そしてその凡ての子供に充分の満足を與へ、新しいオモチャと同様に喜ばれたのである。そこを私は感服するのである。全

くオモチャにして二代使えるものは殆どない。それが五代も使え、尙次の代も使えるに至つて私は其の頑丈さに驚嘆の聲を放つのである。

翻つて日本のオモチャはどうであらうか。汽車も電車も自動車も、玩具店にデパートに美しく陳列してある。木製でありブリキ製である。木製はスグにボディがこわれて了う。ブリキ製は凹んでペンキが剥けてしまう。車に至つてはどれも一ト月と持たない。何と云う大きな違いであらうか。ある玩具の製造家は云つた。「オモチャは次から次とこわれてくれないと、次から次と賣れませんか」と、吁又何をか云はんやである。

もしそんな考えで製造家がオモチャを製造して居るならば、およそ日本の子供程可哀相なものはない。同時にその親程氣の毒なものはない。スグこわれるオモチャを興えられて何で子供が面白からう。喜ぶのは買った瞬間だけである。家へ持歸つた時分はもう失望している。オモチャは高いものである。それを次から次買わされて、古いオモチャはどれもこれもこわれて居ると云うのでは本當に親は溜らない。

そんなオモチャは内地向にしても需要者迷惑のものであるが、もしそれを海外への輸出品にしようとするのならそれは言語同断な話である。私は何も親子二代に迄互つて使えるオモチャを作れと云うのではない。茲に述べたのは、たゞアメリカの玩具が如何に頑丈かと云う實例を述べたに過ぎないの

で、日本のオモチャもそんな風にあつて欲しいと云うのではない。が、せめて其子供が充分遊び、それに飽きる位までは持たせてやれる頑丈さは欲しいではないか。

これは決して汽車のオモチャの事を云つてゐるのではない。同時に亦オモチャの事ばかり云つてゐるのでない。日本の凡ての商品に亘つて、私は聲を大きくして云いたのである。「商品には相當の壽命を興えよ」と。壽命のない商品は需要者に失望を興え、不満を興え、怒りをさえ興える。それが日本の商品の名聲の上に如何に大きく響くかを考えなければならぬのである。

アメリカの人形

私は今オモチャの話をしたが、もう一つオモチャの話をしたい。

前章で私はアメリカで見た日本の人形の話をしたが、今度は今日本にある——私の家にある——アメリカの人形である。

アメリカの人形と云へば諸君は「青い目をしたセルロイド」を思ふかも知れないが、そんなものはない。セルロイドの人形は安物の人形としては日本から輸出したものである。尤もアメリカの一般の子供に賣れたワケではない。極安いものを需要する方面にのみ賣れたのである。茲に云うのはそんなセルロイド製の人形でなく、フェルト製の人形である。

そのフェルトの人形は今から十七年前、シカゴのマーシャルフィールド百貨店で買ったものである。これは當時十歳及八歳であつた私の二人の娘に土産に買って来たものである。一つは青い洋服の人形、一つは赤い洋服の人形である。セルロイドではないが目は勿論青い目をしている。ブロンドである。二人の娘はどんなにこの人形を喜んだであろう。お友達の間にもこんな人形を持つてゐる人はなく、大威張りであつた。日本の人形のように床の間に飽つて置いて眺めていらつしやいと云う人形でなく、毎日手に持つて遊べる人形だから嬉しい。一日離さない。夜も抱いて寝る。まるで自分の子供のように離さないのである。

處がそんなに毎日手離さないで遊んでいても、男の子の汽車のオモチャとは違つて、鐵製ではないが、その人形はこわれぬ。丈夫なフェルトは破れもしなければ、シツカリした縫目は綻びもしないのである。子供は十二三になる迄それを遊んでいた。其中にも二人一番下の娘が七つ八つになつた。上の娘のお人形はその下の娘のお人形になつた。アメリカから持つて歸つた時と同様何の損傷をも受けていなかった。

その人形は洋服を脱がせる事も出来た。靴を脱がせる事も出来た。ブロンドの髪の毛はパーマネントが掛けてあつたが、それを又美容院へ持つて行つてパーマネントをかけ直す事が出来た。實に立派な人形である。

今三人の娘はもう大人になつてゐる。一番上のはもう二人も子供がある。次のも結婚してゐるし、三人目もすぐ嫁いで行く。もはやアメリカのお人形に用はない筈である。にも拘らず二人目の娘は嫁いでゐる先へそれを持つて行つて、マントルピースの上に飾つて楽しんでゐるし、三人目の娘も私の家においてピアノの上へそれを飾つて楽しんでゐる。

私にはまだ女の子の孫がない。その中に出来るだろう。この人形はおそらくこれから出来るであらう孫娘のお人形となる事であらう。

こうなればお人形も汽車も變りない。壽命は決して鐵製品のみに限らないのである。諸君さきに私のお話しした日本人形、技術は成程勝れた人形師の造つたもので入念であるが、それは只床の間に飾つて置くものであり、玩べばすぐに鼻がもけ、手が折れ、足の抜ける日本人形を想倒して諸君は如何の想がするか。

アメリカの電熱器

私の家にアメリカのオーブンがある。ウエスチングハウス會社の製品である。今から二十年前に買ったものである。今も毎日のよう使つてゐる。パンを焼き、ケーキを焼き、コキールを拵え、時にはむし芋さえそれにホリ込む。

驚くべきではないか。それに使用してあるニクロム線は二十年使つて未だに一度も切れないのである。何と言う優秀なニクロム線であろうか。

私の家庭では火鉢用に、お茶わかし用に、電熱器を使つている。それ等は近頃買ったものである。が、そのニクロムの切れる事はどうだ。中には買つて十日も経たぬ中に切れてしまうのである。一月と保つのは少い。今日の日本の事として、本當のニクロムがないのであろうが、あまりにも情けなくなる。戦前のニクロムは良かったが、それでも一年と持つのはなかつた。

成程ウエスチングハウスは世界一流の大会社であり、その製品の優秀さには定評がある。それにしてもあまりにも違い過ぎるではないか。

私はアメリカの自動車を四台買った。最初はビュイックであつた。次はクライスラーであつた。次はバツカードであつた。最後はナツシュであつた。これ等はいずれも相当年限使用したが、そのいずれもエンジンは優秀で、いつ迄も使えた。只型が古くなるので次の車を買つたに過ぎないので、使はうと思えば十年でも十五年でも使えるのであつた。それにアメリカの自動車はパーツが自由に買えた。修理する時に費用がかゝらなかつた。私の友人にヨーロッパ製の自動車を持つている人がいたが、修理をする場合パーツがなかつた。パーツから製造してかゝらなければならず、費用がとてもかかつて弱つていた。

アメリカの自動車はスタイルがよい。それは此の頃市中を走つているアメリカの自動車を見てもお解りであろう。いつも最も近代的な感覺を持つたものを造る。そして能率的である。値段が安い、大量生産的であるからである。つくづく其の優秀性を感じる。

アメリカの毛布

私の家にアメリカから買つて歸つた毛布がある。旅行用のもので、赤や藍や緑の縞が縦横にあり感じのよいものである。私は汽船の中でそれを使用し、デッキチェアに寝ころがつて、汐風を防ぐためにいつもそれを膝の上に置いた。時にはそれを看て、スヤ／＼と晝寝もした。

日本に歸つてからは、専ら自動車の用に用いていたが、戦争以來ガソリンは配給にない、遂には使えなくなり、自動車を使はなくなつたので、毛布は今度はソファアール用になつた。そして今もソファアール用として使つている。

この毛布が、十七年になるが、未だにどうもならないし、其上、その柄は今日でも極めてモダンである。少しも古い柄の感じはない。私はいつも其毛布を見る度に

『アメリカの商品は親切なものを造つているため、日本も何とかして將來はこんな風に親切なものを造るようにならなければならない』

と痛感するのである。そして訪客があつて、談たまくアメリカの商品の事に及ぶと、その實例としてこの毛布を見せるのである。

アメリカの寫眞機

私はアメリカの十六ミリの撮影機を持つていた。これはシカゴのベルハウエルと云う會社で出来たもので、フィルムも七十號と云つた。レンズが三つあつて、實に優秀なものであつた。残念な事には盗難にあつて、今はなくして了つた。が、それも十五六年使用して一度も修理する事なく、機械が實に精巧であつた。

セントルイスの公園にリンドバーグ記念館がある。そこへ行つた時、リンドバーグが大西洋横斷の時、飛行機の上から海の中へ落した十六ミリ撮影機と云うのが拾ひ上げられて、陳列されてあつた。それは丁度その時も私の手にしていたそのフィルムも七十號と全く同じものであつた。そして其のリンドバーグのフィルムは海の中に落ち、海水に浸つて何日も過ぎたにも拘らず、何處も損傷を受けず、立派に撮影も出来ると云うのであつた。外のものとは違ふ。レンズを構えた精巧な寫眞機である。それが海へ落してすら何ともないのである。只々感服せざるを得なかつた。

映寫機にはヴクターのを買った來たが、これは盗難にあわず、今も持つて居る。これもフィルトと

同様で、十六七年使用しているが、矢張り一度も修理にすら出した事がない。機械を塗つたのは黒のジビ色であるが、あれもホンの少しも剥けていない。私は日本製のプロセクターでジビ色の剥けているのを屢々見て知つていたので、そんな事にすら感服するのであつた。そのプロセクターには二〇〇ワットの電球がついて居り、その豫備も一つあるが、十六七年に亘つて未だに切れぬ。そして豫備の球は新しい儘で未だ一度も使用する事がないのである。茲に至つて、アメリカの商品は破損の爲の豫備なら必要でない事を感じるのである。

永久の生命がある

以上はホンの私の家にあるアメリカの品物の若干に就て述べたに過ぎないが、要するにそれは

- 一、アメリカのものは頑丈である。
 - 一、アメリカのものは永い生命がある。
 - 一、見せかけばかりでなく本當に親切な仕事をしてある。
 - 一、アメリカのものは大量生産で値が安い。
 - 一、だから信頼出来、安心して使へる。
- と云う事である。

まだ其の外に、私の家だけにでもアメリカの商品はいろいろある。ネクタイを數十本持つているが、アメリカのネクタイは非常に滑りがよくて、締め易い。そして寸法が長いので、チョッキを看ない時、ネクタイがユツタリとして居て誠に感じがよい。日本のネクタイはぎこちなくて締めにくい。そして締めて了うと短かくて貧弱である。絹のネクタイであるから、原料は日本のものである。それなら日本でもアメリカのものと同じように出来そうに思はれるが、それが出来ていない。それに柄が日本人向である。アメリカのようにスマートな氣の利いた柄が出てない。寸法など、絹の國の日本なら長くしたつてよさそうに思はれる。

ライターがある。ウインドプルーフで、自動車の中で火をつけても消えない。エバーシャープがある。万年筆がある。しつかりしたもので十年以上使つて何ともならない。本がある。紙はよい。装釘がこわれない。雑誌がある。アートペーパーや上質の紙をファンダンに使つて、十五仙二十五仙の安さである。エルジンの時計がある。狂はない。ドアにエールタウンのパドログを使つている。家を建て、二十年になるが、決してこわれない。何故こうもアメリカの商品は頑丈で、シツカリして、親切に出来ているのか不可議に思う位である。

このアメリカへ日本の商品を賣ろうと云うのだ。業者諸君よ、シツカリ禱をしめ直さなければならぬではないか。

五、輸出品の根柢的な考え方

アメリカに文化品は賣れぬ

會て高峰讓吉氏はタカ・ヂャスターゼを發明してアメリカに於て醫藥界を驚嘆させ、大きな販路を勝ち得た。日本の爲に萬丈の氣焔を吐いたものである。日本人の智囊學識は優秀なるものである事を世界的に認識させた。

が、今日、輸出品として高度の文化的製品を製造しようとするならば、おそらくそれは失敗するであろう。成程日本人のアタマは決して悪くはない。日本の學問の程度も決して浅くはない。それが故に日本人ならではの出来ないのであるかと自負する如き氣持になつて、文化的商品を造ろうとしても、それは無理である。それは井戸の中の蛙のそしりを免れ得ない。アメリカの文化の伸張は實に驚くべきものであつて、機械に、電氣に、原子力に、世界の水準を遙かに越えたものを製造しつゝある。

アメリカは大量生産の國である。大量生産をなさんが爲には、人は只機械を監視しているばかり

で、凡ての仕事は機械がやるのである。アメリカの工場へ行つて見ると、所謂コムベヤーシステム——流れ作業——で、厚料から製品になる迄、盡く機械に操作されて、ひとりで、運ばれている中に製品化して行く。廣い工場の一室に、機械は規則正しく、且つ忙しく動いているが、そこには只一人の工員が居て、操作の進行を眺めているだけだと云うが如き光景が見られる。

そんなわけであるから機械の進歩は著しく、到底ドイツや日本の比ではない。昔はドイツの機械、ドイツの醫學など尊敬すべきものがあり、日本は機械にもそれを學んだし、醫學も殆どドイツ醫學を學んだ。ドイツ語を學ばなければ醫者にはなれぬ位であつた。がそれは昔の事である。今日の日本はアメリカの機械を學び、アメリカの醫學を學んでいる。日本の工場もコムベヤーシステムを採らむとしつゝある。醫學者は今やアメリカ醫學の研究に夢中である。醫學の事はさて置いて、機械が如何に高度、高範圍のものであるかを私は諸君に告げたい。

電氣界ではエヂソン、ウエスチングハウス等の世界的大發明家を生んだ國である。其の電氣の研究、其の電氣の利用は世界のどこの國にも肩を双べるものがない。されば最初の章に述べたるが如く、家庭に於てさえ、自動料理機、自動洗濯機、自動掃除機、電氣冷蔵庫、ラヂオ、電氣が徹底的に利用されて居るのである。正にアメリカは最極點に達した「電氣の國」だと云う事が出来る。

原子力に於ては云う迄もあるまい。原力爆彈を發明した世界唯一の國であり、その原子力は今や工

業化されて、既に工場が設けられて居る。動力原として工業に一般利用される日も遠くはあるまい。

アメリカの科學は最高潮に達している。日本には今でも尙科學はドイツだなどと、考えている學者があるが、アタマの古いのに驚かされる。其の人達は自分達が若い頃ドイツの學問をしたために、それにこびり付いて了つたか、或は自己を保護せんが爲にそう考へて居るものと思へない。

それはよいとしても、兎に角かくの如く科學進み、文化進んだアメリカに達して、今の科學的商品、文化的商品を製造し、その販路を問をうとしてもそれは無理である。到底ものになるものでない。

高度の文化的製品を造るには優秀なる資材を持ち、優秀なる機械設備を持ち、優秀なる研究室を持たなければならぬ。アメリカはその凡てを持つて居る。資材、設備は云う迄もない。其の研究室の完備に至つては日本に居ては想像も出来ない程である。科學者、技術者は驚くべき高給を以て抱えられ、あらゆる研究資料を貯へ、充分の研究費を用いて、世界的に資料を求めて研究しつゝある。今日の日本がそれを求める事の不可能なのは云う迄もない。資材乏しく、設備貧弱、科學者や技術者に對する待遇はお話にならない。研究費など物の數にもはいらぬ。それで居て優れた文化品を造らうなどは到底望めない事である。

それのみでない。既に述べたる如く、日本の文化の水準はアメリカのそれに比して今日四十年おくられて居るのである。戦前二十年おくられていたものが更に二十年を加えたのである。だから之を取返す

事は容易の事でない。

科學者も技術者も大に奮起して、研究を積みいくらかずつでもそれに追付くようにしなければならぬのは云う迄もないが、輸出は現實の問題である。その今日切實なる現實の輸出品に對して、このおくれしている文化品の範圍に於て、何かと工夫しようと云う事は全く不可能の話である。

だから私は諸君に告げる。現實の輸出品としては文化商品面は避けた方がよいと。

文化品の向け口

併しこれはアメリカに對して云つてゐる事である。アメリカを除いて、文化の程度の同じ位の國に對しては、或は今尙日本の文化に信頼して貰える國に對しては之は別問題である。

ジャワ、スマトラ等の町には到る處に市場がある。主として食料品であるが、日用雜貨品、衣類なども賣つてゐる。その市場へ來るのに男の人は自轉車を飛ばして來る。市場では自轉車預り所を設けている。日本の野球見物に、自轉車預りをやつてゐると同じ行き方である。ある日私はその自轉車預り所を見物した。どこの國の自轉車が多く使はれてゐるかを見るためである。ジャワでは自轉車の修理はするが製造はしていない。すべて輸入である。

見ると、それは盡くと……云つてもよい程日本の自轉車であつた。私は嬉しくなつた。こんなにも

日本の自轉車が蘭領東印度諸島へ來てゐるのかと思つと、全く愉快であつた。蘭印にこれだけ來てゐるのなら、印度にもビルマにもタイにもフィリッピンにも、どしどし來てゐるに相違ない。

近頃蘭印使節が來て、日本からいろいろの商品が輸出される事になつたが、その中の重要商品として自轉車が擧げられてゐる。宜なるかなと云うべきである。

そして自轉車は云ふ迄もなく文化製品である。この種の文化商品を輸出する事は可能であり、そして有望である。その外に寫眞機の如きも、アメリカへは行かないが、他の國には行く。日本には今にイーストマンコダックなど輸入されるであろうが、それと共に日本製カメラはアメリカ以外の各國に輸出されるであろう。ミシンの如きもその通りである。今にシンガポールミシンの最近の型——最近のは今日本にあるシンガポールミシンとは餘程變つた、家庭用の如き室内にあつてはまるで優美なる家具のセットの如き觀を呈している——が輸入されよう。其の代り國産のミシンはアメリカ以外の各國へ出て行くのである。

文化國の輸出はこの程度——文化の程度——のもので満足すべきで、その範圍でいろいろの商品を工夫するのはよい。それ以上のものとなるとアメリカ商品の領域となる。その點よく考へて置かなければならぬ。最近タイプライターの新式なものを考案した人があるが、これも同じ程度のものであろう。

原料及加工の原料

日本からアメリカへ賣るべき商品は主として原料か、若干加工した原料である。

生糸は若干加工した原料である。茶も若干加工した原料である。みかん罐詰も若干加工した原料である。さけの罐詰も、かにの罐詰も同様である、釣竿の如きも同様である。輸出許可されて、バイヤーは多數日本へ飛行機で飛んで来たが、これ等の商品が相當注文された事は諸君のよく知る所である。

生糸がナイロンの爲に押されて以前程の需要はないにしても、アメリカの製造家は靴下以外に各種の絹製品を製造し發賣する事を知つてゐる。相當のものが出て行く事は云う迄もない。

茶はアメリカ人が日本人が緑茶をのむが如く飲むものだと考えては大間違いで、アメリカ人は矢張りブラックティ（紅茶）及コーヒーを盛んに用いるのである。若干の人がグリーンティ（紅茶）に嗜好を持つ。その若干の人を相手の輸出であるから、そんなに大きな販路のあるものでない。勿論向うの日本人は緑茶を習慣に愛用するが、その量は何もそう大きなものではない。

みかんもアメリカでは日本人がみかんを愛用する如く愛用する果物ではない。新鮮な果物としてはアメリカには諸君も知る如くオレンジがある。日本人がみかんに愛着を持つ程度でアメリカ人はオレンジ

ンヂに愛着を持つ。それにアメリカにはグレープフルーツがある。これは日本人が夏蜜柑を愛用する以上に愛用する。朝食に必ず果物を食べるアメリカ人は、半分に切つてグレープフルーツに砂糖をかけて食べるのが壓倒的に多いのである。そんな風に柑橘類に於てさえグレープフルーツを持ち、オレンジを持つアメリカであるから、みかんの如きはものゝ數ではないのである。併しフルーツポンチをこさえたり、フルーツケーキを拵えたりするのに各種の果物を使うアメリカでは小形のマンダリンは一種の風味があつて好ましいのである。だから罐詰など需要される。その程度である。

さけの罐詰、ますの罐詰、かにの罐詰等は一般のアメリカ人に適する海産物罐詰で、これは有望であるが、さけはオレゴン州の太平洋沿岸アラスカの太平洋沿岸に澤山取れる。決して向うにないワケではないが、日本の罐詰は値が安い。だから需要される。アメリカ人は日本人のように鯛とか鰻とかを珍味と考えず、鱈、ます、さけの如きを御馳走と考える。鱈の如き何故御馳走なのだろうと考える人があるかも知れぬが、好みの相違である。尤も鹽鱈や干鱈を食べるのではない。生の鱈を料理するのである。だから之は罐詰などには向かない。さけ、ますも日本のように鹽さけ、鹽ますを食べるのでない。これは生も食べるが罐詰を愛用する。だから之は有望であるが、今日日本はさけ、ますの獲れる海を失つたからその點で有望とは云へない。獲れる範圍のもので製造するよりいたし方がない。かにはアメリカ人の好物である。えびはアメリカに大きなものがあり、料理店ではその生きたのを

店に見せて、それを料理して食べさせなどするが、かにはそんな事はしない。大抵罐詰のかにをサラダなどに料理する。だからえびの罐詰などは考えられないが、かにの罐詰は大いに出て行くワケである。併しこれもかにの獲れる海を大部分失つたのであるからこれからは大量輸出する事は不可能である。

釣竿はアメリカでは主としてこれ迄シンガポール附近のもの、トンキン附近のものを聞いたが、今度は、~~魚~~目の竹も相當需要があつた。アメリカ釣竿は三つ組乃至八つ組位のものであつた、三十ヶ所以上も胴ぐり式に強く締め、且つ全體に丈夫な細い糸を巻く、非常に強靱なものを造る。そしてリール卷式である。リールには自動式のものさえあつて、簡単に糸の出し入れが出来る。實に進歩した釣道具である。あんなものは日本では出来ない。だから完全に仕上つた釣竿を輸出するのではなく、その原料の竹を輸出するのである。

要するにアメリカには原料又は若干加工の原料を賣るのである。その範圍で有望な原料を見付ける事は大切である。

日本の美術品

日本は美術の國である。それはアメリカ人もよく知つてゐる。ボストンの美術館には日本にも見られない程、繪畫、彫刻などの陳列がある。浮世繪なども澤山見られる。今ニューヨークでは日本の畫家がベストテンに選ばれてゐること、人の知る所である。戦前高見澤木版社は版畫を輸出し、アメリカ風景をも日本式の版畫にして發賣した。シカゴの美術館長は之に大に後援を與えてくれた。日本の刺繡を施したけんらんたる屏風はアメリカの富豪の邸宅によく見られる。ロサンゼルスのアムバサダーホテルの如きは、特に日本美術品の陳列場を持つていた。山中美術店は各地に店を持つて日本の美術品を販賣してゐた。随分高價なものが賣れてゐた。アメリカ人にも日本美術品其他東洋的なものを販賣する店はサンフランシスコにもロサンゼルスにもニューヨークにもある。日本美術品はこれから輸出品として相當出て行くであらう。

併しそれ等美術品は一般的需要のあるものでは勿論ない。東洋品の異國情緒に興味を持ち好專家、蒐集家の需要する程度のものである。到底大口輸出品として大量出し得るものでもなければ、さりとて小口輸出品として誰でもが着手し得る商品ではない。美術品は決して大量生産的な美術品ではないのである。美術家の、専門家の獨得な技術に俟つものである。

陶器とか漆器とかは美術品の範圍にははまらない。それは東洋趣味を愛する人達へのいくらか高級な日用品である。でなければアメリカ以外の國への日用品である。アメリカへ輸出するならば、今日輸出品の見本陳列場に出ているような千遍一律の平凡なものでなく、寧ろ東洋美術的な立派な美術家

のデザインになる高級品を造らなければならない。併しその美術家はアメリカの好みをよく知つてい
る人でなければならぬので、純粹に日本美術に立脚して、日本人でなければ解らぬようなものをデ
ザインしたのでは商賣にはならない。よいものを造る事は商賣の上に根據を置くよいものでなければ
ならぬのである。藝術の上にもよいものであつてはアメリカ人には理解されない。併し日用品とし
て出すものは、これはアメリカへは向かないが、「安く」を生命とする。デザインは平凡でない事が
望ましく、これ迄輸出したものの面目を一新しなければならぬが、併しこれは高級美術品的な行き
方をしてはならないのである。

漆器に於ても同様である。アメリカには優秀なるラッカーがある。諸君はアメリカの自動車のボデ
イを見ただけでもよいラッカーの例を見られるであろう。日本のお椀のように剝けたりするものでは
ないのである。日本の漆器は随分手の込むものであり、技術を要するものであるが、アメリカの優秀
ラッカーには及ばない。が、日本の漆器には一種東洋的な味がある。それがアメリカの一部の人に
は愛される。其の程度で輸出可能である。今日會津で會津塗が輸出品として相當の規模で製造されてい
るが、それはその意味での輸出品である。それはアメリカに向くように出来た漆器である。木製品で
ない、金屬製品に漆したものである。それでよいのである。何處までも郷土の傳統を守ろうとする行
き方ではアメリカ向商品にはならない。春慶塗とか輪島塗とか日本獨特のよいものがあるが、單に塗

物の點から云えばアメリカのラッカーには叶はないのである。只其の東洋趣味を活かしてアメリカ人
好みのものを造る時、それは輸出品として出て行くであろう。用途としてはシガレットケース、ブレ
ゼント用容器、ハンドバッグのパーツ、それ等のものであつて、よくアメリカの用途を研究しなけれ
ばならぬ。

要は大量生産向には日用品陶器——コーヒーセット、紅茶セット、洋食皿セット、花瓶の如きもの
——其の他は手工品的のものであつて、日本獨得の藝術的製品である。併しその藝術的製品はそんな
にどしどしと賣れるものでない事は知つていなければならぬ。

六、模倣と侵害との危険性

輸出を阻止するもの

だいぶん前の事であるが、シンガポールで類似商標の展覽會が開かれた事がある。ホンモノはアメリカの商標、イギリスの商標、フランスの商標等が主であつた。そしてそれに類似した商標が對照的に陳列されたのであるが、それは日本のものが壓倒的に多かつた。

これは實に情けない事で、それを見物に行つた日本人をして穴あらば這入りたい思ひをさせた。そして歐米人の商人をして、日本商人は油斷がならないの印象を與えた。又一般需要者にも日本商品は信頼出来ないの感を與えた。

日本人はどうも模倣が好きである。そしてそれが嵩じると商標の模倣までする。商名の模倣でもする。更に嵩じると偽造までするようになる。それがこれ迄も随分日本の商品の名譽を墜したが、將來再びそう云う事になるのではなからうかと心配に堪えない。

小賣業者に於ては一般に名の通つたものは口錢の少いものである。日本で例を擧げて例へば花王

石鹼の如きは値段が安い上に口錢が極めて少なかつた。併し石鹼を賣る店にして花王を扱わないワケには行かない。だからこの店でも勿論花王は扱うのであるが、それは儲かる商品ではないから大に力を入れて賣ろうとはしない。もし茲に花王石鹼によく似た包装の石鹼があり花王石鹼と云うようなものがあつたとすれば、そしてそれが三割も四割も口錢があるとすれば、目前の利益に目がくらんで信用を重んじない店は喜んでそれを扱つたであらう。私は曾てオゾ（家庭薬）本舗の顧問をお引受けしていた事があるが、模造商品が澤山出來て驚いた事がある。容器包装殆ど同じでアゾと云うのがあつた。オゾンと云うのもあつた。よく賣れているあらゆる商品に、こうした偽造品と云うか模造品と云うか、そう云うものは附きものである。そしてそれ等の品物は小賣店に多くの口錢を支拂うから、小賣店はそれを扱う。小賣店も不可ないが、そんなものを製造するメーカーは一層不可ない。ホンモノは研究に研究を積み、優秀なる品質のものを製造し、莫大の廣告費をかけて發賣している。顧客はそれを信用して買はむとする。それをごまかして粗悪のものを賣るのであるから、極めて卑劣である。廣告など勿論しない。ホンモノの廣告に寄生して自分の粗悪なものを賣るのである。寄生虫の如きものである。その寄生虫的メーカーが如何に多かつた事か。

之がアメリカ商品、イギリス商品等に對する寄生虫となつては一層罪が重い。何故日本人はそんな事を平氣でやるのであらうか。なぜ日本人が特にそんな事を多くするのであらうか。

森永のキャラメルと殆ど同じ容器なので、子供はそれと想つて買つてゐるのに、それはホンモノではなかつた。三ツ矢サイダーだと思つてのんでゐると、それは同じような、一見三ツ矢と見えるような外の商標であつた。そんな事がこれ迄日本にどんなに多かつた事であろう。

之は何とかして一掃しなければならぬ。輸出を生命として立直らなければならぬ日本が、そんな事でどうして立直る事が出来よう。それは眞面目な信用のあるメーカーとして、輸出業者をして、甚だしき迷惑を感じしめる。「日本の商品信ずるに足らず」とされてしまふからである。それは全面的に日本商品の進出を阻止してしまふ。

商品のイミテーション

商標の模倣、商名の模倣、その外に甚だ感服出来ぬものに商品そのものゝ模倣がある。

それは或はパテントの侵害にならないものもある。逃げ道のついでにゐるものもある。それにしても一見直にアメリカ商品のイミテーションと思はれる商品が今日でも相當にある。

輸入許可までは日本の人々がアメリカ商品にあこがれて、しかもアメリカ商品が買えないのであるから、イミテーションを造ればそれは飛ぶように賣れるであろう。金儲けの爲には日本人の面目も、他の業者の信用も無視してよいと云うのであろうか。

その事はやがて「日本は模倣の國だ」と批難される例證になるのである。明治初年以來、日本は歐米のさまざまのものを模造して、一種の模造文化を作つた。我々が子供の頃は舶來なる言葉がはやつた。「コレは舶來だ」と云えば優秀の代名詞であつたのである。もとゞそれは歐米の商品を指して云うのであつたが、後には日本のもでも氣の利いたものには「ホホウ。これは上等舶來だ」など、云つたものである。且つその本ものゝ舶來の模造品を拵えて舶來と稱して賣つていたものは澤山あつた。化粧品のように特にそれが多かつた。今日日本人がアメリカ商品の優秀さをたゞえる氣持は丁度この明治初年の舶來と云つた頃によく似てゐる。

それより以前には、まだ歐米のものゝ這入らなかつた時代にはその時の支那のものが優秀を代表してゐた。それも「唐」と云う名稱を用いた。それ故に唐物屋——洋品店のこと——など云つた。日本の商品ばかり賣つていても唐物屋だつたのである。そう云えば昔は呉服屋なる言葉があつたが、唐も呉も共にこれ支那の昔の名前である。日本の織物を賣つていても呉服屋であつたのである。

所詮日本は模造の國なのであろうか。

飛行機でさえ日本の飛行機は模造だつたのである。日本の國會議事堂の建物ですら、ロサンゼルス
のシテイホールによく似てゐるのである。デパートはアメリカのデパートの模倣である。これ等の模倣は、先進國の模倣として許されるであらうが、萬年筆の模倣、ライターの模倣、口紅の模倣——と

云うに至つては商品の模倣である。商品の模倣は好ましき事ではない。

獨創を盛れ

日本の懐爐はあれは何處までも日本的のものであるが、それがアメリカ人に喜ばれて「ポケットストーヴ」など、稱えられて大に賣れたことがある。カイロ灰を使用するカイロでは困るであろうが、白金カイロの如きものはアルコール又はガソリンの如き燃料を使用するのであるから、アメリカ人に向くであろう。デザインの如きはアメリカ向にしてよいが、本來は之は日本獨得のものである。日本獨創のものである。

法被は日本では俵屋さんとか鳶人足とか、火消しとか、魚屋さんとか、大工さんとかの着るものである。その昔イギリスからコンノート殿下が日本を訪問された事がある。平民的な誠にくだけた方であつたと見えて、日本の俵屋さんのハッピ姿がお氣に入り、それをお召しになつて、自分で俵のかち棒を取つて寫眞を撮られた事がある。

それからハッピは外國へ出るようになり、名前もハッピコート (happy coat) と呼ばれるようになった。アメリカ人はホテルの夜會や船の中のダンスパーティなどに、イヅニングドレスの上にこのハッピコートを着る事が流行し、横濱あたりの外人向商店ではウィンドウに必ずハッピコートを陳列した。ちりめんのハッピコート、友染のハッピコート、大漁祝の波の模様ハッピコート、葵の紋所のついたハッピコート、「め組」の文字のはいつたハッピコート、そんなのが賣れて行つた。アメリカのデパートにはキモノの賣場があるが、その賣場にもハッピコートが陳列された。マネキン人形がドレスの上にハッピコートを着ているなどもあつた。これ等も日本獨創のものである。

日本の提灯はアメリカではガーデンパーティーによく使い、又商店や劇場などの裝飾にもよく使い、料理店喫茶店の如きでもよく使う。提灯も日本の獨得のものである。岐阜縣で盛んに作られる事は諸君のよく知る所である。そしてこれはアメリカ人の好みに合はせなくても、あの岐阜提灯の姿のまゝでよいのである。あれぞ云はゞ日本情緒であり、アメリカから云えば異國情緒である。日本獨創のものである。既に前から輸出されているものであるが、好ましき輸出品である。

扇子の如きも日本獨得のものである。組合などによく用いられる。併しこれは日本人が使用する程日用品的に夏使用するものではないのである。組合などに、異國的な情緒を持たせたいために、一種の服飾品の一部として用いるのである。だからこれは純粹の日本趣味的なものでは向かない。竹の澁さはアメリカ人に解らないし、日本畫の印刷は興味がない。これ迄は手骨を用いて羽二重張りの白扇を輸出したものである。併し塗骨にすれば手骨でなくとも竹骨でよいものが出來たし、アメリカ式の

ラッカー塗にしても面白いものが出来るのであろう。紙扇はあまり受けない。矢張り薄絹を用い、けらんたる花の模様など喜ばれる。今日は最早京の舞妓や富士ヤマだけの時代ではない。日本人には京の舞妓は美しいものであろうが、アメリカ人には背中に妙なものを垂らした、野蠻なアタマに結っている未開の女性にしか見えないのである。富士ヤマはもはやありふれて了つてゐる。ミヤジマも其の通り、もつと新機軸を出せば扇子も亦日本獨創の商品として、小口輸出品になる筈である。前に竹製の紙屑籠を相當に輸出した人がある。アメリカではファイバーの紙屑籠を使うが、あれは竹の紙屑籠の方が趣きがある。アメリカ最大の通信販賣業者シーアスローバックでさえもこの紙屑籠を其のカタログに書き入れて、全アメリカに販賣した程である。これなども云う迄もなく日本獨得の、日本獨創の商品であつた。

アメリカ商品化せよ

アメリカ向商品はアメリカ化する事が大切である。之は模倣ではない。アメリカのバイヤーに展覽している商品の中に私は「關の孫六」と銘を打つた刃物を見たが、これはローマ字ではない。日本人向の刃物に打つてある銘と同様日本字である。之は何の爲であらうか。日本獨得の商品だから、何處までも日本の文字で通そうと云うのであらうか。日本人に「關の孫六」

の文字は切れ味を保證する偉力であらうがアメリカにはそれがローマ字で書いてあつたところで解らないし、日本字で書いてあらば全然無意味である。無意味であるなら寧ろ入れないで單にメイド、イン、ジャバンの文字だけ入れて置いた方がよくはないであらうか。

同じ關の刃物で洋食用のナイフ、フォークを見たが、之は勝れてゐた。よくアメリカ人の好みをつかんでゐた。指導者がよかつたセイであらう。併し様式は稍々古かつた。今日はもつと新しい型のものが出来てゐる。一層よく研究して今日のアメリカ人の好みに合うものを拵えて貰いたい。曾ては日本刀を鍛えていた關の工人達が、アメリカ向のナイフ・フォークを造つて輸出報國に一役を勤めるけなけな姿が想像される。そこ迄轉向しなければならぬ。

私はアメリカでよく日本製の妻揚子を出す食堂に出會つた。一見直に日本製なる事が解るのである。短くて手工的に削つてある。アメリカには又機械製の妻揚子がある。長くてキレイである。妻揚子位何でもよいではないかと云う勿れ、矢張りアメリカにはアメリカの好みがある。アメリカは機械製のキレイなのを好むのである。日本製のものは何となくちむさく見える。しかも妻揚子の如きは手工でもキレイなもの、稍々長いものは日本人に出来るのである。キレイに削る削らないは出来る出来ないの問題ではなく、日本ではそれですんでゐる儘に、日本式に商品を作つてゐるのである。大した商品でないだけに、アメリカでもそれで通用してゐるから、そうして居るのである。も一つ突込

んでアメリカの好みに合はそうとはしない迄である。

私の挙げた例は二三に過ぎないが、すべてアメリカ向の商品はアメリカの生活、習慣、風俗を中心にしなければならぬ。

同様に蘭印に行くものは蘭印の生活、習慣、風俗を、フィリッピンに出すものはフィリッピンのそれを、よく研究し、それに同化しなければならぬ。同化しなくてもよいものは、特にその日本的であるところを喜ばれる美術品の如きものゝ一部である。

アメリカは右側通行である爲に、自動車のハンドルは左側を便利とする。すれ違う時に左側の外がよく見えるからである。自動車の幅員の測定が左を基礎として想定し、行き交うのに事故を生じさせない爲である。ところが日本では左側通行である。正に反対である。だからある自動車会社では特に日本向として右側ハンドルのものを拵えた事があつた。日本の習慣に従つていたのである。

併し一般に日本は今アメリカの風俗習慣に馴れんとし、服装と云はず、持物と云はず、アメリカのものにあこがれを持つてゐる。だからアメリカから来るアメリカ商品は敢てそう日本の風俗、習慣に従はなくてもよいのである。すべて文化は高い所から低いところへ流れる。アメリカ人が日本の習慣、風俗に従う事はない。だからアメリカの商品は其の儘でよいのである。只日本からアメリカへ向けようと云う商品がアメリカ化しなければならぬのである。その事は間違はないようにしなければならぬ。

手を抜くこと勿れ

日本の輸出品はしばしばキャンセルを喰うのである。それは何に原因するか。

その原因は

- 一、サンプルと違うこと
 - 二、サンプルと殆ど違はないが、手を抜いてあること
 - 三、不良品が巧みに混えられていること
- 等が挙げられる。

アメリカ人は見本を出す時など、只製品の一つを無造作に出すだけの事である。ところが日本人は見本と云うと固くなる。そして必ず見本だからと云うので特によいものを拵える。これは日本人のクセである。悪いクセである。そんな事をするから、あとで見本と違つたと云つて不合格にさせられるのである。アメリカ式に、平氣で一個を出せばよいのである。見本だけよくする事は、ホンモノに自信がなく、とにかく見本で注文を取つてしまをう、後は何とかなると云う戦法な考え方をしているからである。

サンプルには入念のものを拵えて、實物に手を抜くのも良くない事である。そんな事をして合格しなかつたら、それこそ大損である。しかも其の人達は検査係の買収などを考える。處が外人はそれが通用しないのである。アメリカ人は御馳走は結構だがビジネスは何處迄もビジネスだと来る。だから通らない。これで損をした人は随分ある。後進の人はよく／＼注意しなければならぬ。

不良品を混える事も日本人の一部にある狡猾な性格があらはれている。これは必ず曝露するものである。買ったものは一個として使用しないものはない筈である。使用すれば直に不良が発見される。一個の不良が発見されれば全くその輸出品全部の信用がこわされてしまう。怪しからぬ話である。

七、有望な小口輸出品 (その一)

ミンクのコート

アメリカに於ける毛皮の需要は大變なもので、日本では一寸想像もつかない。日本の婦人が高級呉服を財産のように考える以上に、アメリカ婦人は毛皮を財産のように考えている。ダイヤとか金とかと同じように、いつ迄も價值を失はない貴重な財産だと考えている。

毛皮で今日最も流行しているのはミンクである。主としてオーバーコートに用いられるが、アメリカでは千四百弗から千五百弗位で小賣されている。婦人洋装店、デパートなどの大きなウインドウに美しく飾られる。ニューヨークのデザイナーの考案した毛皮コートの新型が、一流ホテルで發表される。シーアスローバックとかモンガメリーカードなどの通信販賣業者は月賦販賣で全アメリカに呼かけてミンクのコートを賣出す。

ミンクはイタチの一種であつて、茶色の毛の中に太く一本濃茶の縞のある種類である。日本では自然には本州、九州、四國、北海道に居るのであるが、捕獲されてだん／＼少くなつてゐる。アメリカ

のミンクは非常に柔軟く、毛並も光澤を持つ美しきになめされるが、日本のなめしはまだそこ迄行っていない。もしなめし技術を充分研究して加工輸出用にするならば将来は小口輸出品として有望であろう。今日では日本の毛皮店の店頭に飾られてもアメリカ婦人はそう飛付いて買はない。それはこのなめし技術と、それから仕立上げたスタイルがアメリカの流行に連れて居るからである。スタイルの點も大に研究すれば、日本に来て居るアメリカ人にも相當の賣行がある。毛皮のバイヤーも来ていて、日本に店を構えているから、そう云う方面へ賣込むならば仕立てないもの、即ち原皮を賣る。

シルバーフォックス

シルバーフォックスと云うのはキツネの一種であつて、毛は黒く、それに銀色の毛が混つている。この銀色の毛の多い程貴いとされている。さりとて白く見える迄多くては無論不可ない。日本では北海道で飼育している。曾つて私の見たのはイワシを飼料にして育て、いたが、イワシでなくてもキツネは何でも食べる。鳥類でも獸類でも食べる。キツネに鶏を取られる話などよく聞くとところである。鼠やむぐらの如きものでも食べる。蛙やトカゲやヘビ、バツタ、イモムシ、ミミズに至る迄食べるから飼育するには都合がよい。非常に狡猾な動物で夜間性である。よく夜の中に逃亡して了う事がある。サビエのように中へ中へもぐり込んで行く形にした飼箱を拵らえてその中で寝させる。動物園の

小屋の如きものを拵らえて、そこに放つて置く。一つの小屋に十頭位飼う。冬に近づく頃屠殺して毛皮をとるのである。之を柵飼法と云つている。

シルバーフォックスは襟巻である。アメリカでは毛皮のコートを着ない場合に、シルバーフォックスを引かけて出かける。追掛けにする人もある。日本人は冬の間だけしか毛皮を用いないが、アメリカ人は春になつても——秋は云う迄もなく——毛皮を用いる。眞冬には厚いオーバコートを着るが、その前後をシルバーフォックスなど用いる。

之もなめしが日本では固い。もつとしなやかに出来れば、毛質はそう悪くないのであるから、輸出用に向く。自然のキツネは本州、四國、九州、北海道に居る。然し一般のキツネは到庭シルバーフォックスのように高價には賣れない。飼育するにはシルバーフォックスに限る。紅狐なども高價ではあるが、流行圏内がないから不利益である。

ヌートリヤ

今アメリカではヌートリヤの毛皮のコートが流行り出している。ヌートリヤは水邊動物で、ビーバーのように水を泳ぐ。大きさも兎位のもので、可愛い顔をしている。毛皮は鼠色で非常にしなやかで上品である。これは肉が非常に美味である。皮は輸出して、肉は食用としてもよい。

飼料は魚類、野菜、その他雑食である。これは今日飼育している所も極めて少く、しかもアメリカの需要は大きい。飼育は極めて有望である。

兎・アンゴラ兎

これは農家等にて一番飼育し易い動物で、着手する人も多いであろう。毛皮用としては白兎であるが、毛糸用としてはアンゴラ兎が壓倒的である。

小アジア地方にアンゴラと云う所がある。その地方の兎は毛が極めて長いのである。そんな風に長い毛が密生しているから、割合に大きく見えるが、體格はそう大きくはないのである。平均二・八キログラム位である。白が多いが、褐色、灰色、黒色などもある。毛の長さは二十五センチ位になり、年數回に亘り、二百六十グラムから三百グラム取れる。缺で切り取り、又指で引抜き、櫛で梳き取る。飼育の方法は普通の兎と變らないが、體質が弱いから育てるのに骨が折れる。兎は飼育容易であるが、傳染病にかゝると忽ちにして全滅してしまふ。それ故に一軒の家で多數を飼うには獸醫の指導を受け、充分用心してかゝらなければならない。指導を受けずに飼育するならあまり澤山飼はないがよい。

農家の小學校生徒達に數頭ずつ飼わせて、成長した頃に協同組合の手を経て買いとるとか、學校の

先生に頼んで生徒に飼わせて貰つて、學校給食の費用として賣つて貰うとか、工夫をすれば安く手に入るであろう。

毛布加工の仕事

毛皮のなめし加工業は原皮を買入れて、加工し、それをバイヤートに渡すワケであるから、小口輸出品の一役を買う事になり、有望な仕事である。

毛皮をなめすのは

一、まず生皮の浸し漬をする。剥いだ生皮又は一旦乾かしてある皮は、水に浸し、皮の繊維が水を吸つて膨張し、柔くなるのを待つ。柔くなつたら板の上に廣げ、裏皮に附着している汚物を剥ぎ取り、再び綺麗な水に浸し、足で踏み、水を注いでは又踏み、水が濁らなくなるのを待つて、一晝夜清水に浸けておくのである。

二、薬品をすり込む。水から出したものには、裏面に米の糠一升に枯礬三オンスの割で混ぜ、ぬるま湯を入れてよくかき廻し、手で握れる位のかたさにし、冷えない中に裏皮にすり込む。薬品の剥け落ちないように注意して、適宜にたゝんで容器に入れ、夏期は三晝夜、冬は一週間位放置する。

三、次に之を風通しのよい處で陰干しする。竿にかけ徐々に乾燥させてもよい。

四、乾き終つたら、荒蕪の上に廣げ、前後左右に足で踏む。折返しては何度も踏む。柔かになる迄踏む。

五、踏み終つたら、皮をよく振つて塵を取り去り、裏を上にして廣げ、キレイな石で靜かにこすつて凸凹を平にする。

六、平になつたものはブラシで毛皮の裏面をよく掃き、今度は表を向けて、櫛でよく梳き取る。

こう云つたような操作をするのであるが、決してそうむつかしいものではない。ある程度経験すればやれる仕事である。

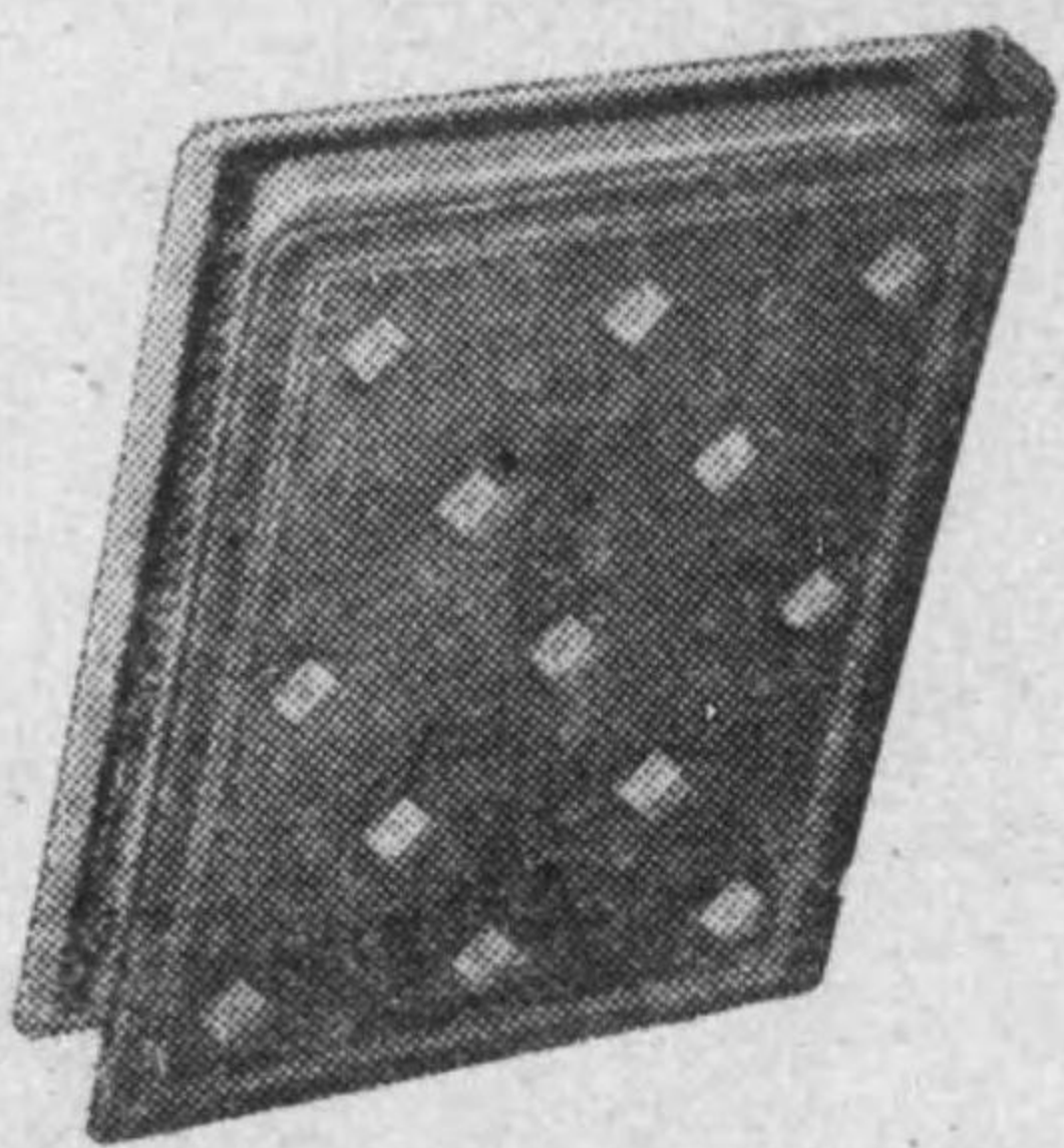
オーバーコートとかハーフコートとかになると裁縫がなかく、骨が折れるが、毛皮縫いの技術を吞込んでしまえば工賃は極めて高く、普通の裁縫など馬鹿々々しくなる。子供のオーバーやケープ、エリ巻の類の工賃は安い、兎が主で、大量加工するから、量に於て利益はあがる。又小さな毛皮（モグラとかリスとか）を縫合はせて大きなものにする仕事もあるが、これは可成りに面倒な仕事である。

毛皮の染色は極めて有望である。以前は日本のイタチをアメリカへ輸出して、アメリカで素晴らしい染色を加え、ミンクとなつて再び日本へ輸入された事もあつた。日本に技術がなかつたからであるが、今日では染色技術も相當に出来るようになった。染色がうまく出来るようになれば、随分利益の多い仕事となる。

アドレスブック

フィラデルヒアのランプ、エンド、サン會社は皮革製品で有名であるが、日本で製造して買つて貰えそうな製品を幾つも拵えている。

圖はアドレスブックであるが、材料は日本で云うセーム革である。セーム革を鹿革と云う事もあるが、セーム革必ずしも鹿の革に限らない。山羊の革もカモシカの革もセーム革と云う。カモシカは今日の日本には居ないが、山羊は大分飼はれているから、將來生産出来るであろう。革をモミ革になめすのである。セームレザーとかソフトレザーとか云う。極めて柔軟な手ざわりのよいものである。色に染め、茶、オリーブ、灰色、クリーム色、ピンク色、赤色等に仕上げる。圖のは模様を金色に箔入してある。



男子用婦人用女學生用等の向きによつてサイズや圖案を變えなければならぬ。中のアドレス用紙は相當よいものを使わなければならない。

セーム革アルバム

同様の行き方でセーム革アルバムも出来る。大體日本人はそう云うものゝ製造には器用である。變つたデザインのもので出来る。こう云うものには多少異國情緒があつてよいので、よくエジプト模様やアラビアの模様などがアルバムに用いられているのもそれが爲である。日本趣味もある程度歓迎されよう。富士や宮島や舞妓を出したのでは困るが、もつと上品な行き方のデザインでやれば必ずよい。

その外にセーム革製品でトイレットケース(化粧函)やウォーレット(おさつ入れ)等もあるが、これ等にはあまり模様を加えず皮だけの加工で行くから、日本人向の細工ものでなく、大量生産的に出来たものゝ方がよい。

74

イチヂク栽培

果物で日本で安く栽培出来るものは小口輸出品として有望である。アメリカは既に述べたる如く果物の國であつて、オレンジ、グレープフルーツ、ハネデウメロン、カンタルーヴメロン、いろ／＼のものを作る。しかし何しろ果物をよく食べる國であるから、それ以外の果物で、美味であり、値段

もアメリカに産するものに比して決してそう高くないのであれば、需要はある。

近年イチヂクが盛んに栽培されるようになったが、日本人はまだイチヂクに對して、他の果物程の執着を感じて居ない。どちらかと云うとあまり程度の高い果物とはしてはいないかに見える。ところがアメリカではそうではないのである。イチヂクはイチゴやチェリーを珍重する程度に珍重されるのである。殊に之をジャムにしたものは、日本の菓子師の如くに使用される。又乾果にしたものも美味で且つ甘味が強いから、日本で干柿を食べるように珍重される。これも菓子に用いられるのである。

イチヂクには日本種と外國種とあるが、日本種は果實小さく、甘味も少く、粘力も少くて、品質はあまりよくない。

輸出向に作るならば外國種である。アメリカ種のサン・ペドロ・ブラックは今日日本でも多く栽培され、成績もよい。夏と秋と二回結實され、夏果の方が大型であるが、秋果は中型である。共に強健豊産で貯藏にも強い。日本では之をドーフィンと呼んでいる。ブラウンスキーは之も夏と秋と二回結實する。夏果は大型で、秋果は中型であるが大量收穫出来る。甘味極めて強くジャム乾果向によい。ホワイトゼノアも夏果は大型で、秋果は中型であるが、豊産である。この品種は日本に適し、廣く栽培する事が出来る。

75

一般にイチヂクのは夏果は少く秋果は多いが、サンペドロ、ホワイトは夏果のみ生じて秋果は出来ない。そして之は品質最上であり、甘味極めて強い。又ヴァイレット・ドーフィンも夏果のみである。この品種は甘味強く、且く裂果しないので貯蔵に便利である。品質は之も最上である。

大體イチヂクは高温を好むものであるから、アメリカに於てもカリホルニア州に於て盛大である。名稱にサンペドロ（ロサンゼルス近傍の地名）とかカリホルニア等の文字のつくのを見てもわかる。

日本でなら瀬戸内海沿岸、四國、九州、紀南、苺の取れる静岡附近と云つたような處がよい。日當のよい緩傾斜地か平地がよいので、水の供給の豊かな砂質壤土から礫質埴土がよい。挿木苗で栽培を始める。

内地向けとして生食用に出すにはイチヂクは面倒なもので、果實が誠に損じ易い。又成熟の時間が不
同である。だから早目に採收して輸送する。又雨に會うと悪質になるから降雨前に採る。併しジャム
や乾果を作るにはそんな事を心配しなくてもよい。

イチヂク・ジャム

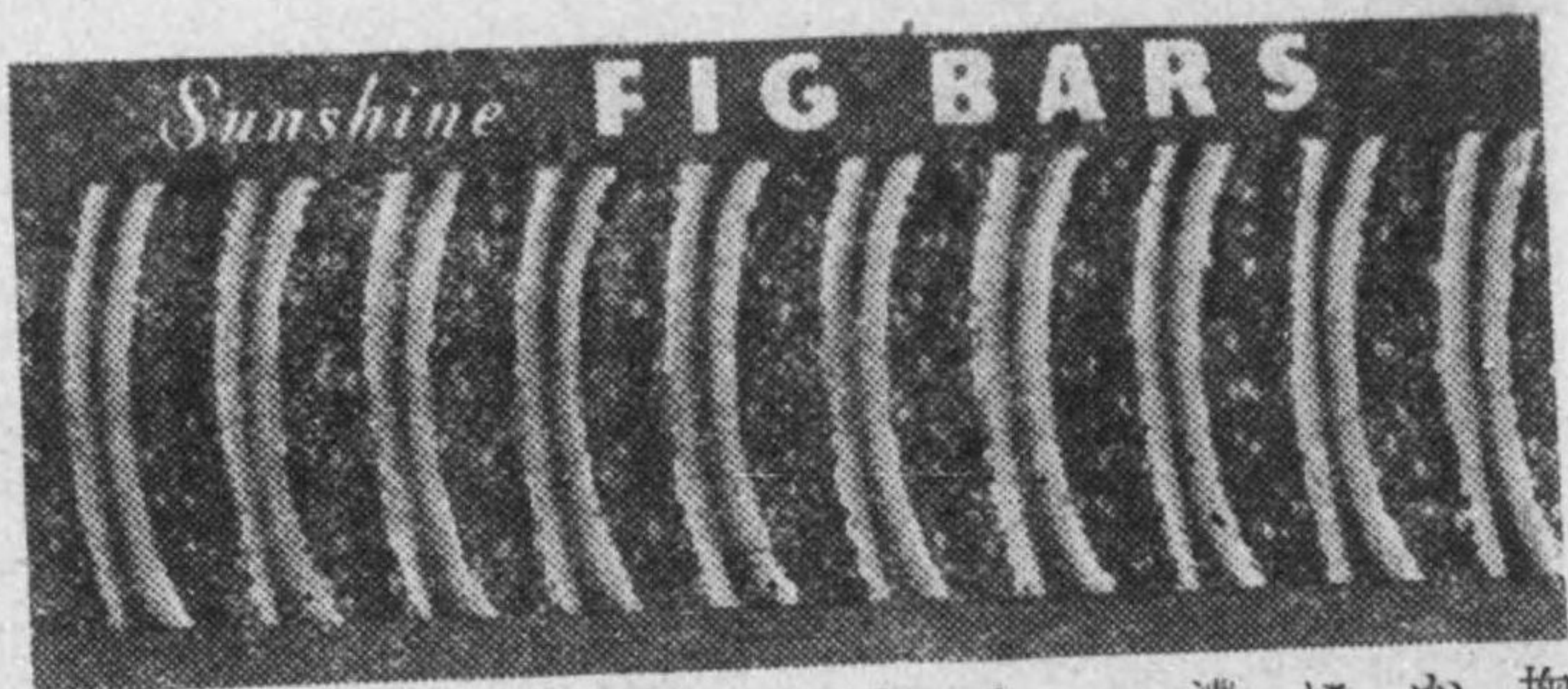
イチヂクのジャムを造るにはイチヂクをよく洗い、皮、果梗、未熟の部分を取除き、少しづつ瀬戸
引大鍋に入れて稍強い火で、二三十分熱すると漿液が出る。鍋の中に浮いてくるものは一時他の器に

掬い出して置く。そのあとへ又イチヂクを入れて熱する。漿液がふえる。
かくの如く少しづつ漿液をもるようにして、全部終つたならば、その漿液
に少量の砂糖を加えて火を強くして煮つめるのである。そして煮つまつて
濃厚となつた時に、他の器に入れてをいたイチヂクを投入し、更に少しづ
つ砂糖を加え、攪き廻しつゝ更に煮つめるのである。イチヂクは酸味がな
く、甘味が豊かであるから、よく熟したものを選べば砂糖の分量は比較的
少くてよい。又水飴を用いる事もある。

日本ではまだイチヂクの乾果はないが、アメリカではイチヂクを數十個
押し潰したように一緒にして、乾果にしたものを販賣している。其の儘食
べると固い羊羹のようである。菓子を作るに用う。乾燥させものは簡單で
あろうから工夫をして見るべきである。枯露柿の如く乾燥によつて甘味が
非常に強くなつて来るものである。

エブリコットの栽培

エブリコット(あんず)は酸味が強いセイか日本ではあまり生食されず、



従つてあまり栽培されないが、歐米ではエプリコットは盛んに用いられる。乾果にして菓子原料にする。又ジャムを造る。甘く煮て罐詰にもする。

日本では長野縣下、東北地方で栽培している。エプリコットは涼しい氣候を好むからである。又梅雨の多い地方では落果し易いものである。地勢は選ばないが、日當りのよい且つ排水のよい土地がよい。

栽培の方法は大體桃とよく似ている。接木苗を用いる。栽植距離三間乃至四間を要するから相當廣い場所を要する。種類には和種と洋種とあり、長野縣下に於ては「清水號」「作造モモ」等の日本種を栽培しているが、輸出用とすれば矢張り洋種で、ロイヤルブレンハイム、ムーアパーク等がよい。

ジャムの製造はイチヂクの場合と同様であるが、酸味が強いから砂糖を多く要する。酸を和けるには炭酸石灰を加えそれをアルカリ性にして中和させる。その後で砂糖大量を加える。

乾燥アンズは需要の多いものである。長野縣では日本種のもので干杏を作つてはいるが、成績がよい。殆ど日光乾燥だけである。

アメリカには今日脱水果物なるものがあつて、果物の水分を抜き取つてしまひ容積約十分の一にしたものを販賣している。それを水につけると全く元の果物となり、味も變らないのである。之は乾燥ではない。室内に於て脱水操作をするのである。乾燥すると風味は全く違つてしまふ。アンズの如

きは乾燥したものに一種の風味があるのであるからあなたがち脱水果物の方がよいと云うわけではないが、一般に果物は生食が美味であるから、將來アメリカの脱水果物をアメリカの人が來て日本でやるようになれば、果物の輸送は量的に云つて十分の一でよく大量を輸送する事が出來、果物は極めて有望である。只日本人は果物を扱うのに衛生的でない事がアメリカ人の眉をひそめる所となつてゐる。それは野菜に於て既に充分惡印象を與えているからであらう。人糞など用いるものはアメリカ人は一切食べない。日本の野菜は全然食べないで、化學肥料によるものを日本で別に栽培して用いている。竹の子の如きも食べない。だから輸出用とするものはすべて清潔な氣分を與えるようにしなければならない。

とにかくアメリカにはあらゆる果物が豊富なのであるから、缺乏している處に送る輸出品ではない。豊富な處へ送る輸出である。只アメリカと同じものが出來、そして値段が安い場合にのみ可能である。その點をよく考へて着手しなければならぬ。併しこれ等の製品は内地向としても極めて有望である。殊にイチヂクの製品——ジャムか乾果——の如きはこれ迄その嗜好を持たないが將來は有望である。

果物の罐詰

ゴールデン・クリング (golden cling) と云うのは桃の一種であるが果肉甘く、肉質よくしまり、罐詰用として最もよい。大きさは中位である。ピワはアメリカにない。併し日本人が若干作つていて見え果物店の店頭で賣つていたのを見たことがある。アメリカ人も喜んで食べる。罐詰は必ず歓迎されると思う。ピワの種類は楠、茂木、田中等がある。楠は品質最上で、甘味も多いが形は十匁から十五匁位である。茂木は長崎の茂木ピワで有名であり、鹿児島でも之を栽培する。味もよく形も大きい。十五匁から二十匁位である。田中は房州ピワで、淡路ピワ、四國の愛媛縣のピワ等がそれで、十五匁から二十匁位、豊産である。いずれも罐詰用になる。洋梨は日本人には賣行悪いがアメリカ人は喜ぶ。罐詰にはよい。種類には早生種にギューヨー、中生種にバートレット、晩生種にバツがある。果物の罐詰壘詰等はいずれも甘味を必要とする。ジャムなど造るとなると砂糖は随分要る。砂糖の乏しい日本で、そうしたものを造る事は不可能のようであるが、茲で述べている事は、輸出用として製造する商品の事である。そして將來の輸出品である。日本の有望なる事業に外國人が投資する。そして輸出する。そうなれば日本の業者としては原料を提供すればよいので、製造は外人の方でやつてくれる。もし指導を受けて日本人が製造に當るとなれば、その日本に乏しい砂糖とかブリキ罐とかの材料は提供して貰える。そうしなければ日本の自力ではやれないであろう。が、も一つ將來日本にも砂糖の生産がある程度可能となれば、大切な輸出品となるわけである。それを原料にする事もある。又これ等の食料品は内地向としても將來は極めて有望である。問題はそれ等果實を如何にしてアメリカより安く生産するかである。それも品質が粗悪でない事である。

スクラサンス等があるが中生種が最も多く栽培されている。充分熟したのは甘味多く上品な風味を備えている。罐詰に向く。

チェリーは山形、秋田、福島の諸縣、それから北海道に採れる。日本では生食であるが、アメリカでは罐詰とし、フルーツボンチャ、ケーキの飾りや、ジャムに用い、用途頗る多い。ナボレオン、ラムバート等の種類が有望である。

グーズベリー、日本ではマルズグリと云う。寒地に適する。日本では各地に少しずつ出来るが、信州・北海道に多い。ジャム、ゼリーを作る。ジャムにしたものは罐詰になる。外國種には米國スグリと歐洲スグリとある。歐洲スグリの方は刺がある。

ラズベリー、キイチゴ屬に屬する西洋種のキイチゴである。山野に自生するキイチゴによく似ている。アメリカでは菓子に用い、又罐詰にする。日本では寒地に適する。ジャムとして罐詰にすればよ

い。
ブラックベリー、黒いベリーで、ラズベリーによく似ている。用途も同様である。

トマト製品

日本ではトマトはよく出来る。只日本の栽培法ではアメリカ人は承知しない事既に述べた通りである。今日日本でアメリカ人の指導により温室水耕栽培をやつて居るが、日本で漸くトマトの苗を植えようと云う四月の下旬に、そこでは既にもう何回もトマトを採收したと云う程豊富に作つている。そして實に何とも云へず氣持がよい。水と化學肥料だけしか使つていないと云う事が、特別な純粹さを感じさせるのである。

將來日本もそれを取入れて、人糞肥料を用いず、化學肥料だけでトマトを栽培するとなればトマトの製品は有望である。その上にトマトはアメリカでも倍數性の研究が進み、巨大性のものを作つているが、日本でもユルヒチンが容易に手に入り巨大性を作る事が出来るようになれば、一層面白い。ユルヒチンと云うのは地中海沿岸で取れる植物から造る注射液で、それを注射すると細胞分裂が倍數になり、大きなものが出来るのである。普通四倍數になると云う。

トマト製品としてはまず第一にトマトケチャップである。以前には日本にも~~多~~古屋地方で相當優秀

なものが出来た。カゴメケチャップなどそれである。只原料は在來の日本のトマトであつたから、あの儘では不可ないが、よいトマトを造ればケチャップもよいのが出来よう。

チリソースと云うのはトマトソースに唐辛子のはいつたものであるが、日本にも何にでも唐辛子を入れたい人があるが如く、アメリカにも唐辛子の好きな人がいて好んでこのソースを用いる。

トマトジュースは朝の食事の時などアメリカ人は好んでのむ。冷たいのをグツとやるととても美味しいものである。之は罐詰である。

みかんの如きもマンダリン、ジュースとして罐詰にすれば、之は原料でなく、加工品として輸出出来る。

八、有望な小口輸出品（その二）

實用的な細工もの

細工物加工品は日本人の得意とする所であるから、其の方面で目新しいものを見付ける事は大によい。

只アメリカ人は何でも實用的なものを喜ぶから、その性格をよく認識しなければならぬ。例えば、伊勢や紀州へ行くとアワビ貝を研ぎ出して、眞珠色に實に美しく仕上げた貝殻を土産に賣つていゝ。何にするのかと尋ねたら、只飾りものにするだけだと云う事であつた。アメリカのロサンゼルス近くにはアタリナ島と云う江の島のような遊覽の島がある。そこにも偶然アワビの貝殻を賣つていた。日本のは青味を帯びているがアメリカのは赤味を帯びて、形がやゝ大きい。それは何にするのかと聞く迄もなく「灰皿」とショーカードに書いてあつた。成程灰皿に丁度よい。日本でもあんな風に實用的に製作したらいいなあと感じた事である。

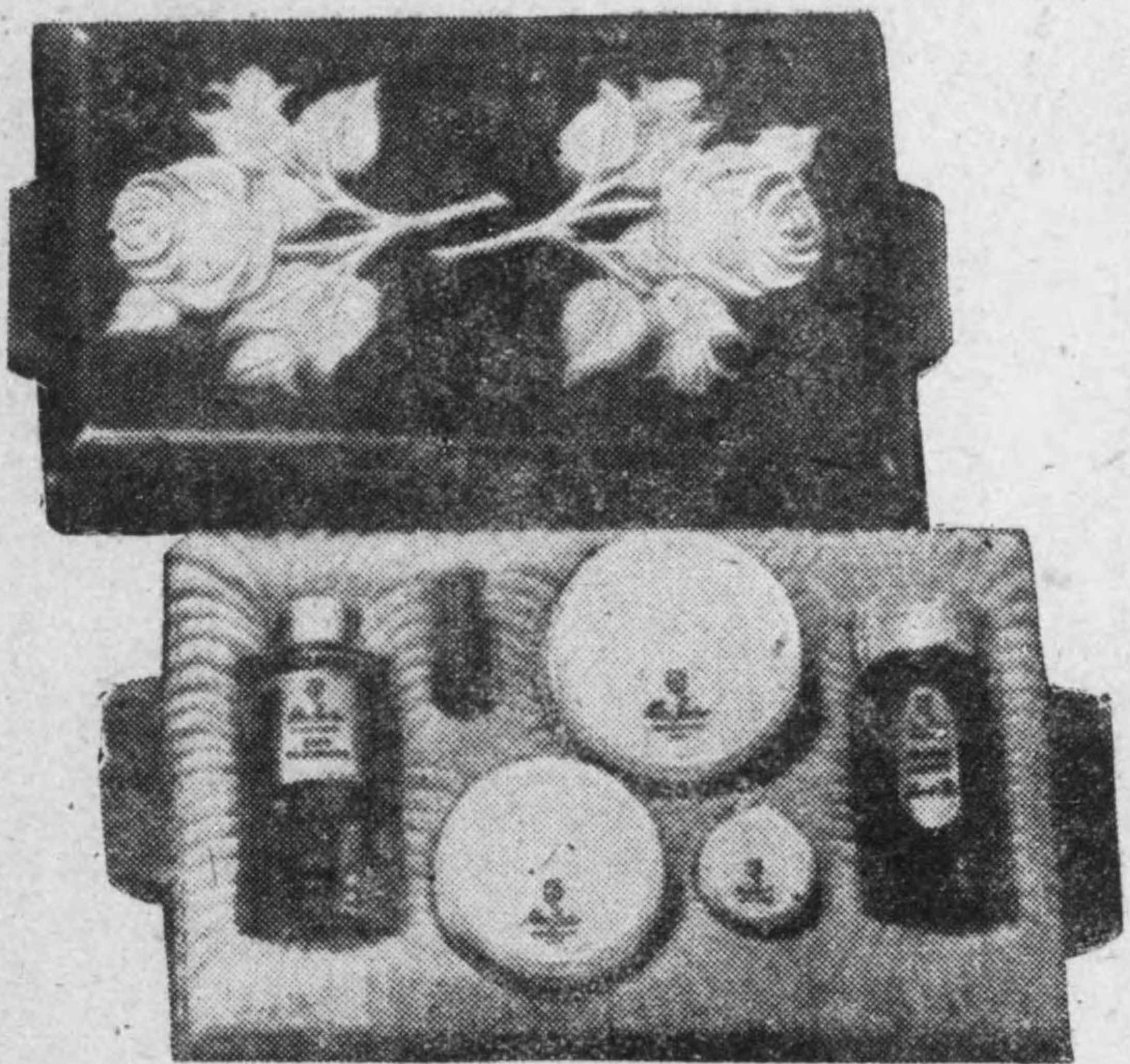
アメリカの家庭でバター用の匙として日本の裁縫に使うヘラを用いている處があつた。成程ヘラは

バター匙に誂え向である。單に外國の珍らしいものとしては扱わない。何か實用にしようと思つては考へるのである。

日本からテングの面、ハンニヤの面、オタフクの面等三萬個ばかり輸出されたと云うが、注文はバ
イヤーから來たので、只飾り物として珍らしいから賣れるのだと思つていたところ、テングとハンニ
ヤは賣れるが、オタフクは賣れないと云うので、何故かとたづねて見ると、テングの鼻やハンニヤの
牙は帽子とか洋服とかを掛けるのに都合がよいが、オタフクは突出部分がないから役に立たぬと云う
事であつたと云う。そんな風にアメリカ人は凡てを何かの實用にあてようと考へるのである。單に珍ら
しくて見ているだけのものは買はない。その事を考へて製作すれば、美術品と云う程のものでない細
工ものにもいろいろ面白いものがあると思ふ。

箱根細工と呼ばれる寄木細工のように見える箱があるが、アメリカの婦人達はあれを喜んで買つ
て、物入れにしている。寄木細工のように見せて實は印刷したものを貼付けてあるので、こはれる
とバケの皮があらはれる感じがして、日本人の腹を見すかされるような製品もあるが、あれが本物で
あるならば、實に手の込んだ優秀な細工品である。併し價格の安い點から云つてそれはむづかしいか
も知れぬ。

別に寄木細工でなくてもよい。日本趣味のもので物入れとして實用になるものであれば賣れる。紙



貼りのものならば、均一品店の商品に
たるかも知れないが、イミテーション
と云う點で、あまり出したくない氣持
がする。

化粧品容器

化粧品の容器など、最近ハセトモノ
がよく使はれている。白い壘にオラン
ダ船など用いたのがある。あゝ云う風
のものは日本でいゝものが出来るので
あるから、工夫してアメリカのメーカ
ーに提供したいものである。

圖はメーキアップのセットである
が、その容器は日本向の細工品であ
る。賣出しているのはマックスファク

ター會社でハリウッド、パンケーキ、メーキアップ、パウダーと、ルージュとリップスブック、それ
にコロ化粧水、フレッシュナー液等がはいっている。

チョコレート函

麥稈眞田を美しい色に染めて、それで函に編んだものはチョコレート容器などによいが、日本の
麥稈眞田の着色は赤、青、黄等の原色で、編み上げたものは誠に俗っぽく、土人のこしらえた手藝品
の感がある。銀色とか、鼠色とか、黒とか、白とか、セピアとか、オリーブとか、もつと上品な色に
染めて、藝術的な氣分豊かなものを編んで見せたら、容器だけでも商品になるし、又大きな製菓會社
に納めて、キャンデー容器として貰う事を出来そうに思われる。

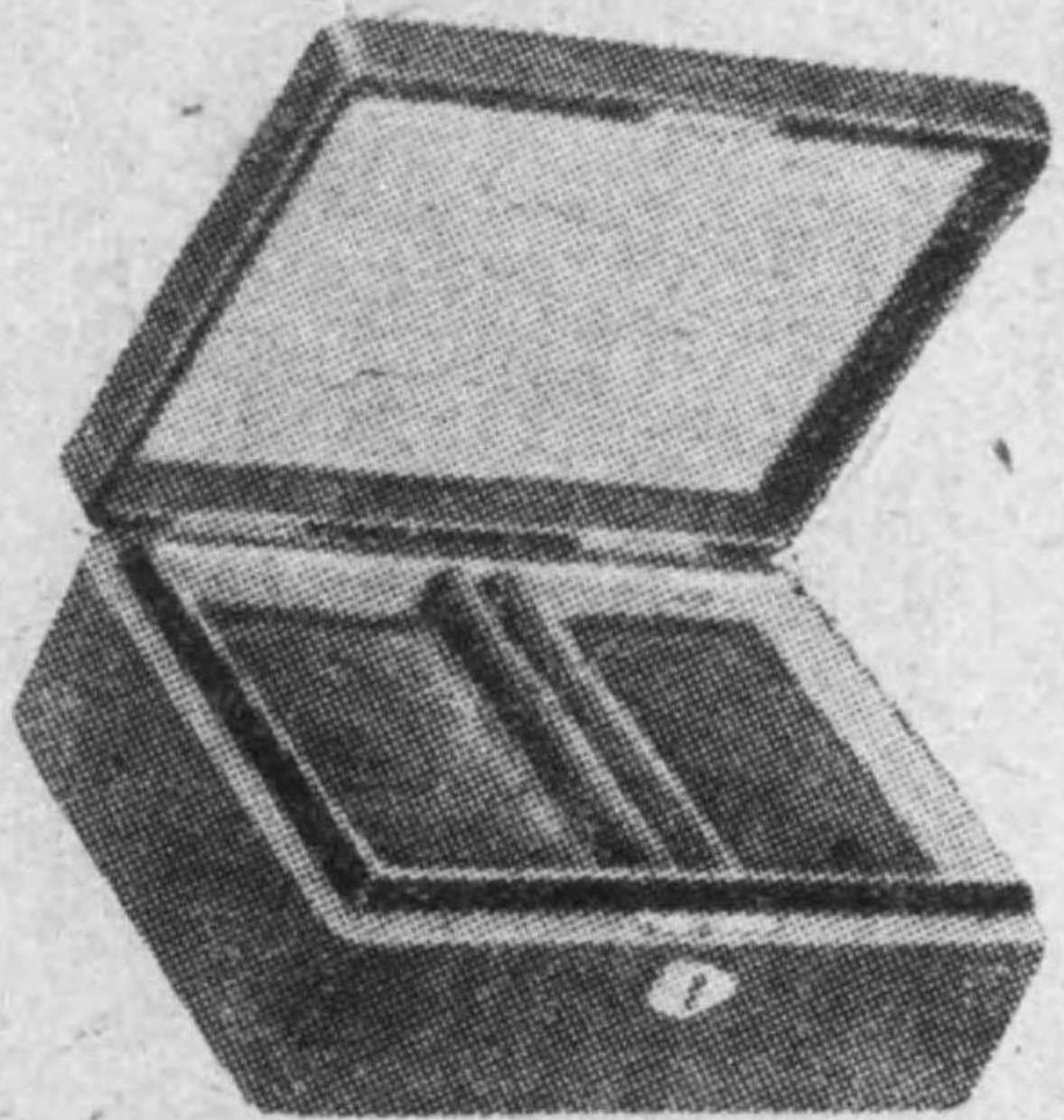
曾て私は岡山方面の方から依頼を受けて、この麥稈眞田で作った皿敷やら花瓶敷きやらの見本をア
メリカ迄持つて行つて上げた事があつたが、ねらいが低いと云う事で採用にならなかつた。日本に於
ても色彩の教養は随分高まつている。アメリカでは日本以上である。子供のオモチャのようなもので
は不可ない。上品なものを作れば賣れる。

ゼウエリイ、ケース

アメリカの家庭では何處の家でも貴金屬入れのケースを持つている。指輪、ネクタイピン、首飾り、腕輪、寶石の類を入れて置くのであるが、之は鍵がかゝる。

圖は現在アメリカで用いられている最近の型のゼウエリイケースである。以前はもつとゴタ／＼して金ピカものが用いられたが、今日はこのようにサツパリとしたものに變つて來ているのである。だから古いものを持つてゐる人もだん／＼と新しいのに取かえる。販路があるワケである。

寫眞では色はわからないが、グリーン、ピンク、赤、白、黒、コバルトブルー、銀色、灰色等丁度自動車の色のようにさまざまの色があり、上品なラッカー仕上げで出來ている。別項で述べた會津塗でこのケースを造つてゐるのがあるが、それは戰爭中軍用として製作したものゝ廢物の利用であつて、以前から鍵などかゝるようになつては來てはいないものであつたが、とにかく相當數輸出されて行つた。



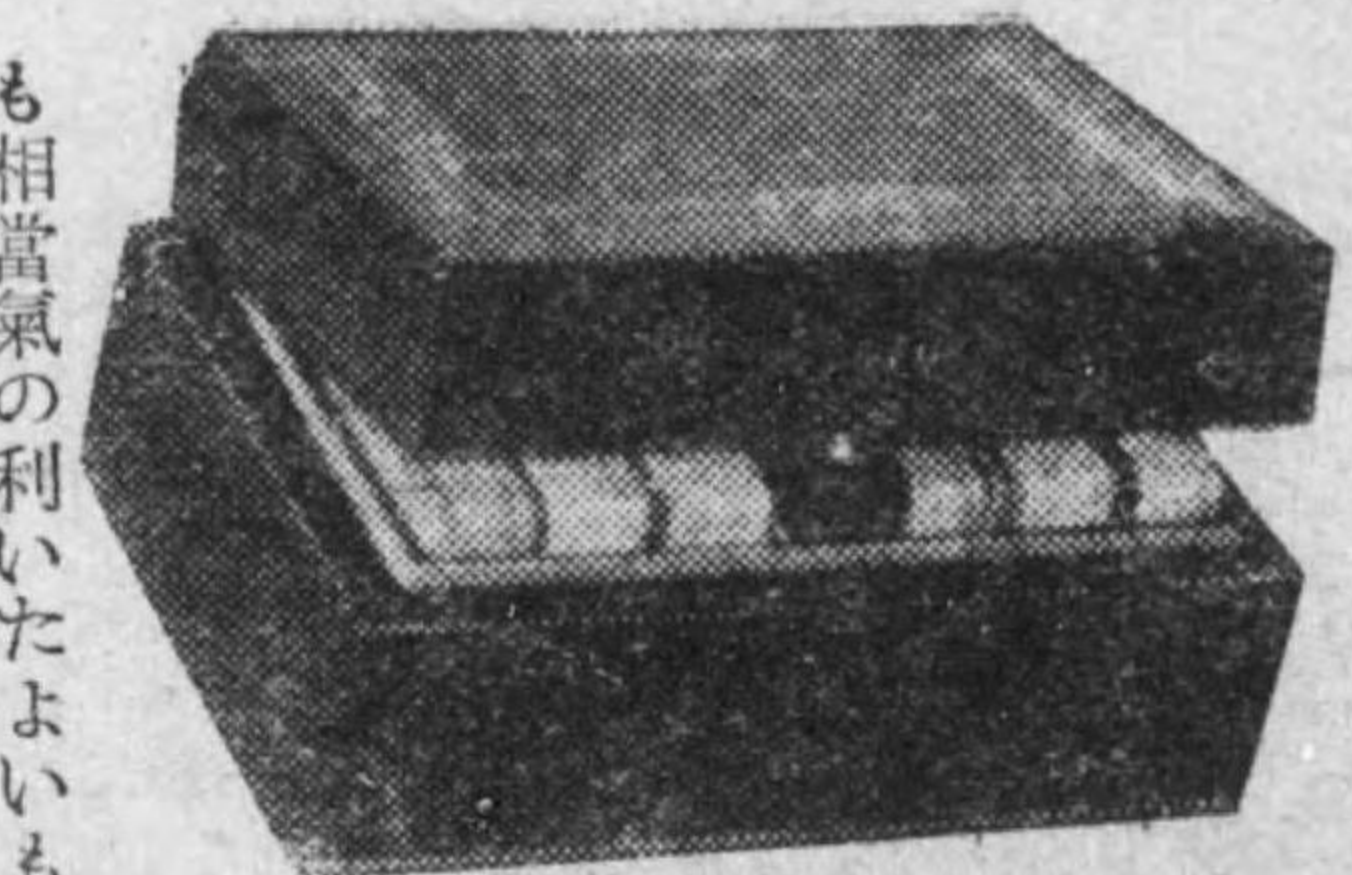
ゼウエリイケースとしては二三十年前からアンチモニー製品で金色に塗つたものが、日本からも輸

出された。それは唐草模様などつけた可成ゴタ／＼した舊式なものであつた。今日はそんなものも出ない。

日本人はこう云うものの製作は得意である。藝術的な氣の利いたものが出來そうに思われる。

カードボックス

トランプのカードである。日本ではトランプと云うがトランプと云うのは切札の意味で、アメリカでは普通カードと云う。そのカード遊びの中にブリツヂと云うのがあつてそれが今日大流行、そのブリツヂ用のカードボックスが圖のようなものである。



カードが六組はいるようになつてゐる。中央には計算をするスコアパットやペンシルを入れるようになつてゐる。この寫眞のものは金色で、フタの上や箱の周圍に彫刻があり、随分立派に出來てゐるが、日本の塗物で拵らえて

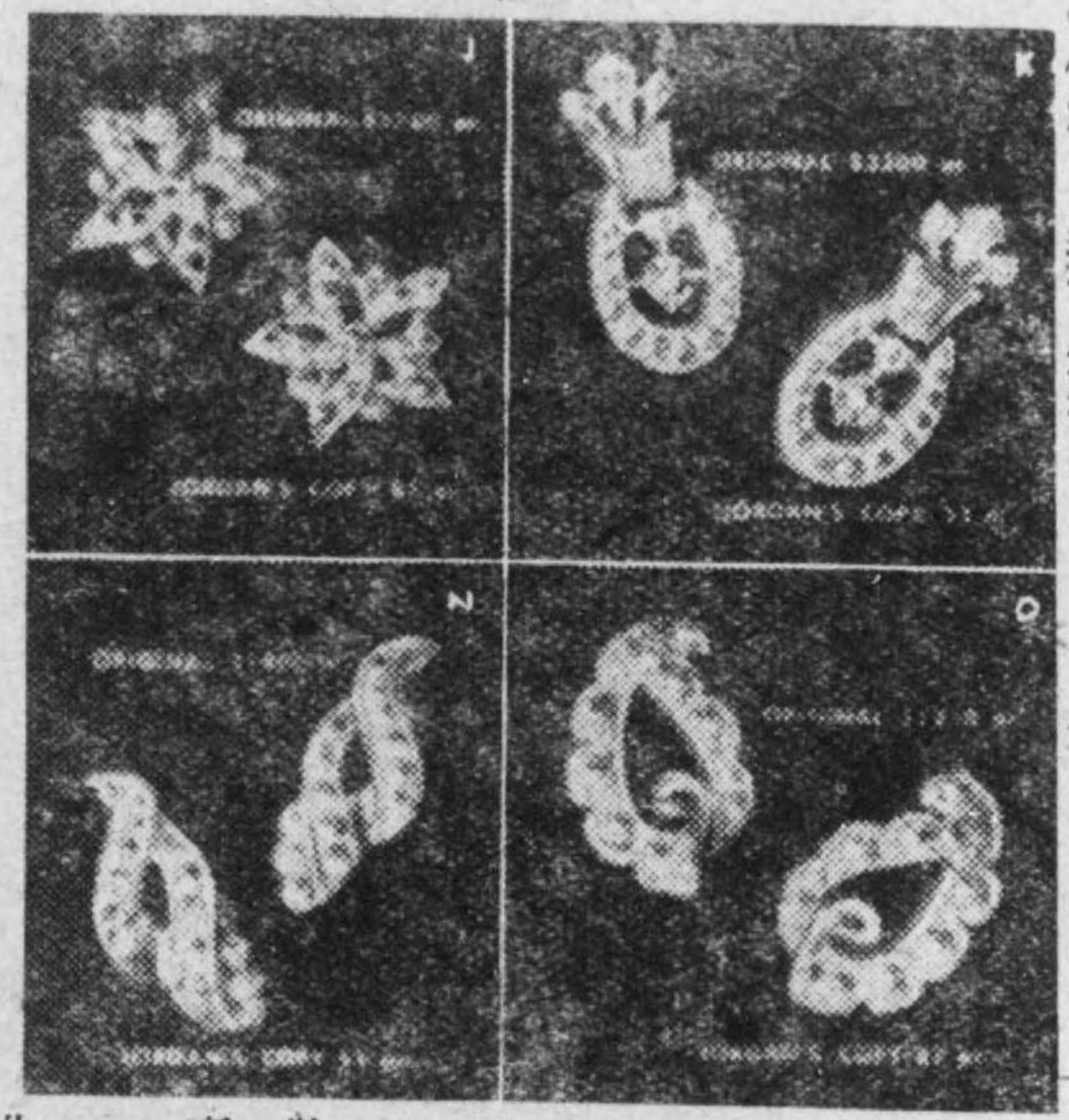
も相當氣の利いたよいものが出來るのではないかと思う。春應塗、會津塗、若狭塗、何でも面白く出來よう。久留米の籃胎漆器なども仙台の埋れ木細工なども面白い。流行の商品だけに輸出有望である。

今日シガレットケースはいろいろ工夫されているが、そればかりでなく、こう云う日本ではあまり
氣の付かぬ用途に考案をこらして見なければならぬと思う。

耳飾り模造品

イミテーションでも茲に述べる如きイミテ
ションは人をだまかすようなイミテーションで
はなく、「オリジナルは千七百弗、ヨルダン會
社製のコピクは一弗」と云う風にイミテショ
ンである事をはつきりと謳い、一般大衆に安い
装身具を呼びかけて賣るのであるから、大に販
賣に力を入れてよい事である。

アメリカでは今耳飾りがとても流行である。
昔から外人は耳飾りを用いるが今日は特にそれ
が流行である。そして耳飾りは服装に應じ、場所
に應じ、それ〴〵變つたものを用いるのであるか
ら、百萬長者の奥さんやお嬢さんは知らず、一般
にはイミテーションばかり用いるのである。



寫眞はプラチナとダイヤで出来たものは千七百弗であるが、ヨルダン會社のコピイはサン
プラチナの如きものを用いイミテーションのダイヤを用いているのであるがそれで殆ど見たところ變り
はなく實に僅に一弗で提供出来ると云うのである。

宣傳には「どちらが本物だか區別がつかますか」など書いている。
技術的には安物を作るのも相當にむづかしいと思うが、アメリカ人に技術を習えば、日本人は元來
こう云う仕事に獨得の腕を持つてゐるのだから、納められるものを製造する事が出来ると思う。
今日本では金色さんらなる合金製の胸飾りを大いに用いているが、あれなどもなくよく出来
ている。あれは日本の流行でアメリカ人はあんまりあんなものを用いないから輸出と云うワケには行
かないが、イヤリングのようにアメリカで流行しているものは有望であろう。
序ながら養殖眞珠の首飾りの如きも、同じ意味で大に賣れているのである。

アーモンド

アーモンドはイバラ科に屬する植物で、其の實がアーモンドと普通云われるが、日本では扁桃とか
アメルドウとかカラモモとかエドモモとかハタンキョウとか云う。日本のものは支那が原産であつ
て、その果實はモモに似ているがモモのように多漿ではない。熟すると果皮乾燥し、裂開して核を出

いられる。鹽炒アーモンドは正食用である。



す。
歐米ではヨーロッパ南部に原産したものを今日イタリイ、フランス、スペイン等で、栽培している。その核を割るとその中にピーナツのような仁がある。アメリカではそれをピーナツ同様に食用にするのである。ケーキの上にのせたり、パンケーキの中に入れたり、ピーナツと一緒にフライや鹽にしてお八つやビールの肴に用いたり随分盛んに用

實のエッセンスは香氣高くアーモンドエッセンスとしてアイスクリームなどに用いる香料とする。又アーモンドの仁を粉にしたものにバター、砂糖、鶏卵、メリケン粉等を加えて捏合せて製したクリームはアーモンドクリームと云つて、高級な菓子材料となる。日本ではあまり栽培していないが、先年紀伊の南部（南）に移植した處、好成績であつた。比較的温暖の地であれば栽培可能である。上述の如く菓子材料として、又ピーナツ同様の食用として輸出可能である。

カウリヤナギ

日本にはカウリヤナギと云う植物がある。ヤナギ科の植物であるが栽培して杪を刈りとり皮を除いて莖を晒し、編物細工に用いる。つづら、柳行李、バスケット等を作る。兵庫縣の豊岡はカウリヤナギの産地であるが、栽培するばかりでなく水邊に自生するものである。落葉植物で年々刈取るために一見灌木の状を見せている。刈取るのは春彼岸の頃と、夏土用の頃とである。夏刈のものは一晝夜水に浸して皮をはぎ取り、太陽に干す。春刈のものは水氣のない所へさして置いて、新芽が細い根が一センチ位伸びた頃、引抜いて外皮を取去るのである。そして二三日太陽に干す。太陽に干したものは漂白する。一旦苛性ソーダ液に浸して晒箱に入れ、硫黄をもやして亞硫酸ガス

を発生し、それに當てる。漂白されたものは清水でよく洗き乾燥する。



コウリヤナギはこれ迄あまりアメリカへ輸出された事はないが、今日アメリカではスーツケースの類を軽く軽くと工夫してゐるのである。アルミニウム等の軽金屬で實に氣の利いた體裁のものを拵えている。日本でもこの頃アルミニウム製のカバンを造つてゐる向もあるが、體裁がよろしくない。又アメリカではズツクで新しい行き方のスーツケースを造つてゐる。

圖はその一例であるが、バラバツクと云う名稱のスーツケ

ースで、ニュージャージイのトレントレで出来たものであるが、チャツクを用いて前面をサツと開けるように出来ている。これは洋服の型をこわさない。アメリカ人に喜ばれるスーツケースである。

日本のヤナギ行李を淺くして、スーツケースにすれば洋服の型のこわれないようなものが出来る。こうした製品に或は原料に日本のカウリヤナギを輸出出来ないものであろうか。

勿論ヤナギコオリのあの晒した色では不可ない。

茶色其他適當な色に染めなければならぬ。日本向としてはカバンの體裁としても既に出来ているが、外人向に出来たのではない。しかしこう云う商品を輸出するには例えばバラバツクのような有名な會社の製品として、新製品として宣傳して貰うような方法でなければ、大きな賣行は見られないかも知れぬ。

ズツク製では右の寫眞の如き行き方のもも出来ているが、これなどもコウリヤナギで拵えて面白

いものが出来るのではないかと思ふ。



これはスリッパ用としてお話ししたのであるが、アメリカでは進物用に、立派な籠を使う。ピクニック用に用うる籠もある。そう云うものにコウリヤナギを用いる事も出来る。

アケビ製の椅子バスケット

アケビはアケビ科の灌木植物である。楕圓形の小さな葉が掌状複葉——八ツ手のように——なつて居り、春、初夏の頃細梗を出して暗紫色の花を開く。果實はウリに似た漿果で秋に熟する。一側が縦に裂けるので「開け皮」の名が出来たのである。みつばあけびと云うのがあるが、その蔓は皮を脱いで晒し、或は着色して椅子やバスケットを造る。

椅子は軽快で、庭園用に適している。スタイルを今日のアメリカ人にすれば、椅子として輸出可能である。

乳母車としてもアケビは上品で丈夫なものであり、日本でもよく用いられたが、アメリカには乳母車として、或はそれ用の材料として、輸出可能であろう。又バスケットにするのは進物用とかピクニック用とかで、前述のヤナギと同じように使用出来るであろう。青森、弘前、伊香保等では名物としてアケビ細工を賣つている。

之は内地用であるが、京都鞍馬の名物木の芽漬はアケビの嫩葉とスイガズラの葉を合せて鹽漬にしたものであるから、輸出品を作る時、そう云う副産物も造れる。

海岸田の麥稈製品



サカヅキを冠つたような恰好の海岸帽子、色は赤、緑、黄、オレンジ、ローヤルブルー、リユー等いろ／＼ある。アメリカで一弗位のものである



が、之は全くの麥稈製品で手工品である。フチのないところが却つて面白いのであろう。ゾンザイな編み方も又海岸帽らしくて面白いのであろう。如何にもアメリカの婦人の喜びそうな帽子である。或は日本にも流行させたら流行するかも知

れない。

右下の圖は帽子を入れて歩く函である。ココ椰子ストロウで出来たものであるが、アケビで出来そうな編み方である。周りは木綿で飾りがしてある。上部はスナップがついていて、メタもバックルで締める。カキも小さなのがついている。

こんな商品は日本で考えも及ばぬものであろう。

その外海岸用のドレスや海水着を入れる籠がストロウで出来ているのがある。大きなハンドバックツ

型のもので肩から掛けるようになっていた。

又魚籠のような恰好をした圓筒形のハンドバックがある。これもストロウで、海岸避暑地方などで用いるものである。

こんな風にストロウ製品は随分いろいろの用途に用いられている。



中國風の扇子

扇子は勿論東洋趣味的のものであるから、アメリカ人も東洋趣味でよいのであるが、それを只日本



趣味と考へてはならない。前圖は中國趣味の扇子であるが、日本の扇子の紙に當る部分は幅がせまく、骨にあたる部分まで紙が貼つてあつて、それが要のスタ上にまで及び、全面が紙の扇と云う感じに出来ている。開きは圖の程度のものから、親骨が開いて一直線になるもの迄ある。ダンス用である事云う迄もないが、日本の舞踊のように、扇子を用いて踊るのではな

い。ボールルームに出掛ける服装にマッチさせて用いるのである。

要はアメリカ人に気に入る東洋趣味的なものを作らなければならぬのである。

アメリカ風の扇

右の寫眞は日本の扇の紙になつてゐる所をレースを用い、竹のところと骨を用いた大形の扇である。これも手工的のものであるから、日本人の造るによいものである。

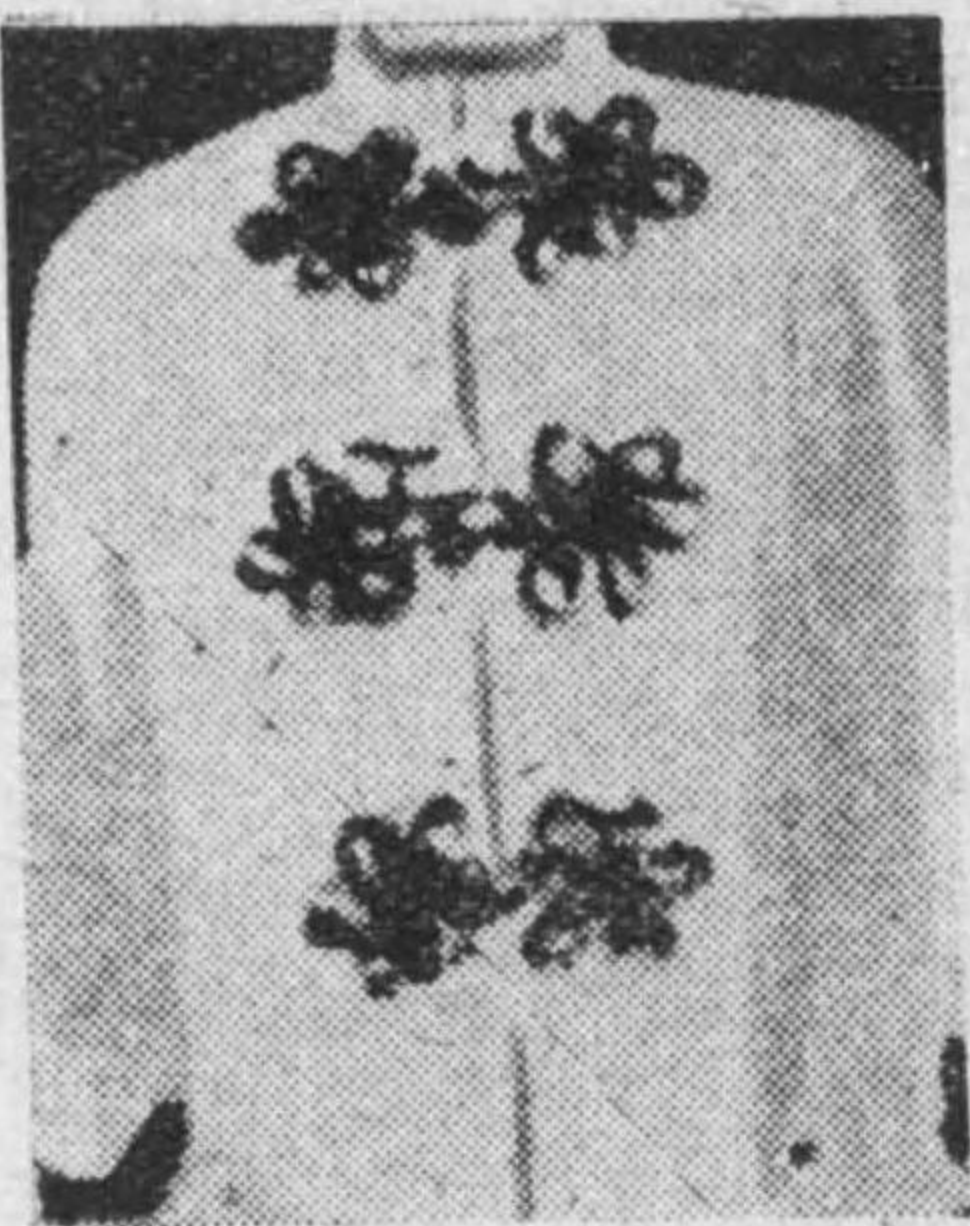
耳飾りのように兩びんに小さな扇子を飾つて居る。これは小さな扇子二つをチェーンでつなげたもので、それをアタマから掛ける。又かなめの所に石があつて、その下に金鎖の垂れているのを見る。

扇の繪は殆ど花模様である。扇面はエナメル塗になつてゐるから光澤があつて美しい、ニューヨークのコロ、ゼウエリー會社の發賣するものである。

中國風のバジヤマ

アメリカでは圖のようなボタン飾りのあるバジヤマー——これは中國風のボタン飾りであり、従つて中國風のバジヤマであるが、これが以前から流行してゐる。男子用にも婦人用にも用いられる。今日ではレイヨンのものが用いられてゐるが、絹であれば一層よいものゝ出来る事は云う迄もない。若干

刺繡を加えると尙よいものが出来る。

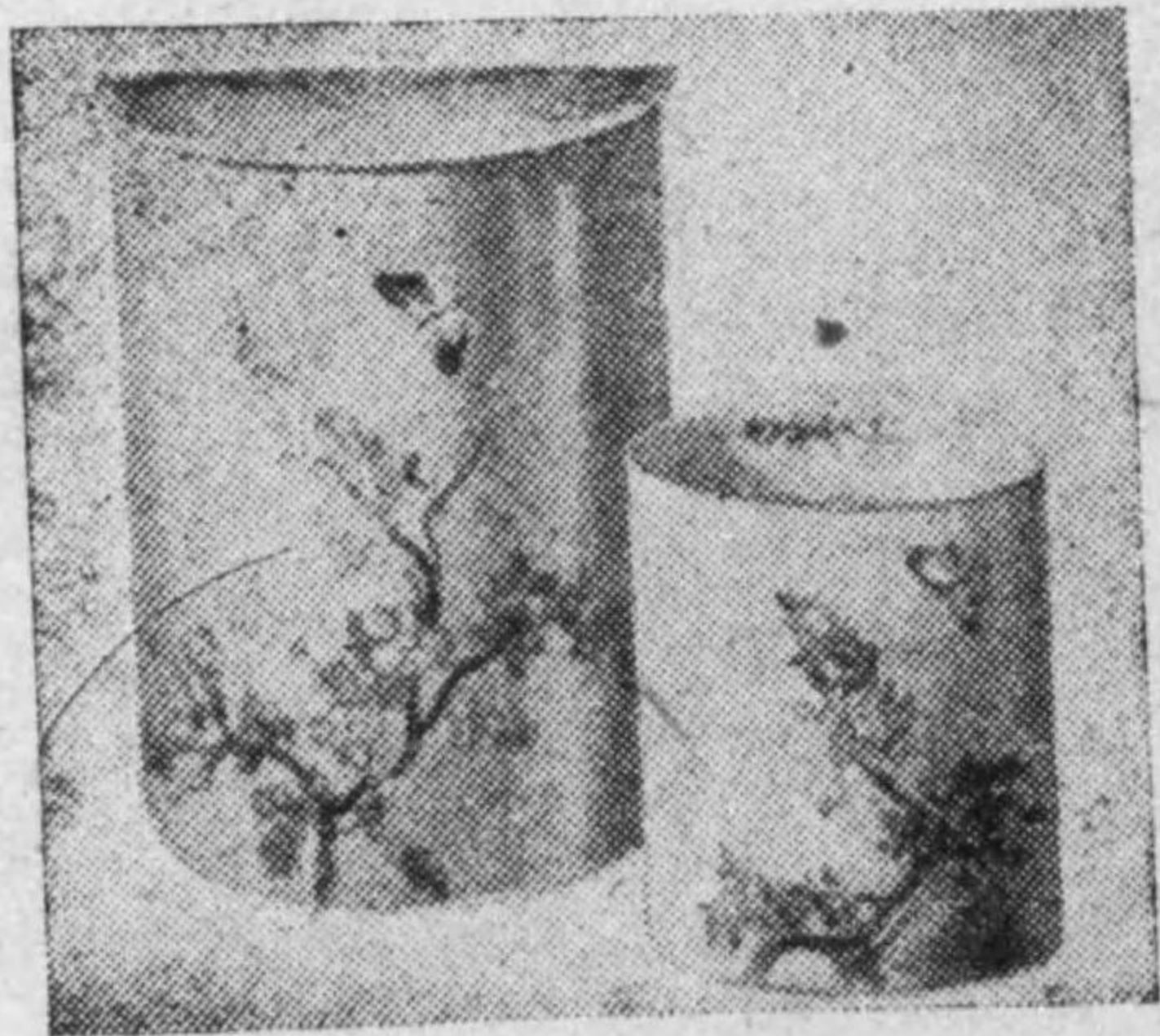


生地のみを輸出するのみでなく、バジヤマなどはレイメイドでよいのであるから、裁縫して輸出する事を考えてよい。ボタンはアメリカではラツカー塗で赤や青のものが用いられるが、日本式のうるし塗ボタンにしてもよい。

浴室用ハムパーと屑籠

アメリカの浴室には洗面所の近くにハムパーを掛ける。ハムパーと云うのは圖の大きい方がそれで、金屬製品であるが、ラツカー仕立て外部に花模様など描かれている。これは中國趣味のもので林檎の花と胡蝶であるが、ボタンとか、杏とか、そう云つた模様も好まれる。日本趣味のものも喜ばれ、サクラ、梅、菊などの繪も大によい。

半圓形をなして居り、一方は平つぺつたい。これは壁のタイルに引かけるからである。床に置くこ



ともある。タオルの如き使つたらこのハムバーの中えほり込むのである。紙屑を入れるのではない。きれ地のもの、汚れもの入れである。それを後で女中さんが取出して洗濯に廻す。屑籠も出来ている。この屑籠をハムバーと同じ行き方にマッチさせて造られたものが圖に示すそれである。

大きさはハムバーの方で $16 \times 9\frac{1}{2} \times 19\frac{1}{2}$ (吋) で、屑籠の方で $10\frac{1}{2} \times 7 \times 12$ (吋) である。アメリカではニューヨークのハムマッチアーシユレムヤリ、會社で發賣している。

テイ、イン、トースト皿

皿はリーフプレートと云つて、葉の形からとつたもの、直径十吋ある。

カップもこれにマッチさせて、内部に葉の模様を持つている。

皿も八枚、カップも八枚、十六ヶ一組になつたセットである。

皿にはトーストを入れたり、サンドウィッチを入れたり、ケーキを入れる。カップは云う迄もなくテイ又はコーヒーである。

とても氣の利いたセットで、近頃の流行である。これ迄のコーヒーセットや紅茶セットとスツカリ趣が違い、又トースト皿も趣味ゆたかに出来ている。

セトモノを造る人達はこう云う新しいものを狙わなければならぬと思う。

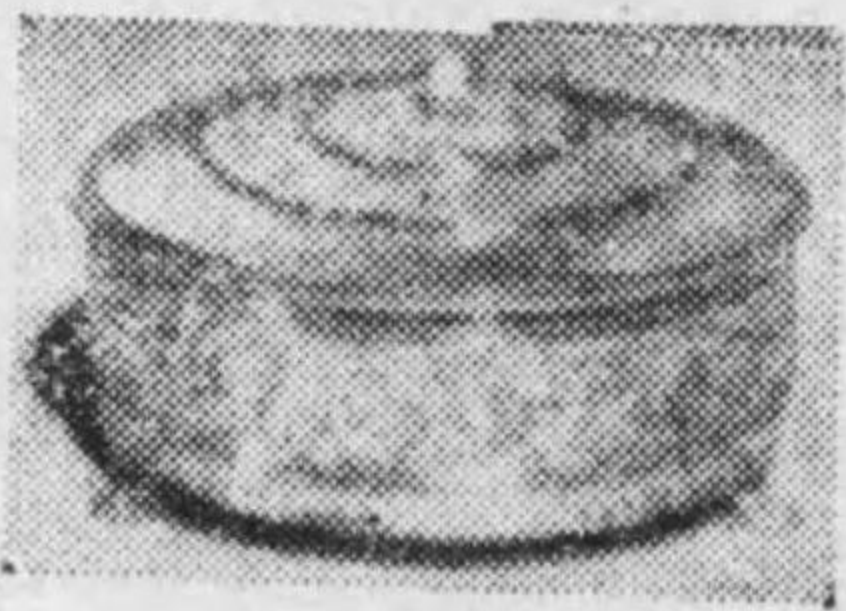
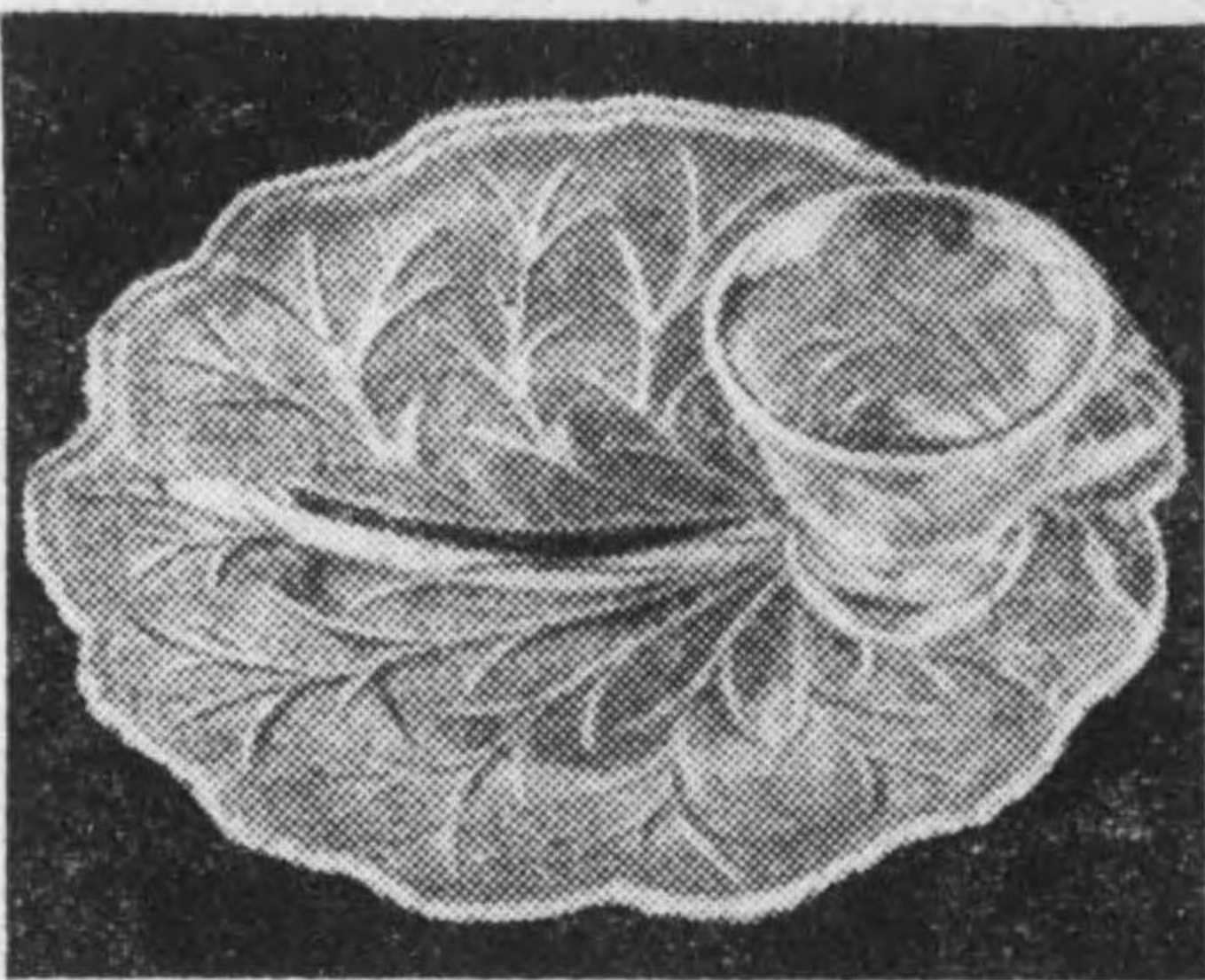
又、ソーサー(カップの台皿)をリーフ皿にして、丁度普通のコーヒーセットと同じ行き方にして、其の上にカップをのせるやり方のものも面白いと思う。

リーフ皿は極めて藝術的なもので、特に日本的な陶器の味を見せたものがよいのではあるまいか。

勿論大衆品ではないから高價につくものであろうが、小口輸出品としては向くと思う。

キャンディ、ドイツシユ

日本で云う菓子鉢である。日本ではセトモノ、漆器、いすれにも造られているが、アメリカのは銅製である。日本でならまず錫製品と云うところ



であらう。

チヨコレート、ドロツク、メガー等キャンディを入れる容器である。周りには彫刻的な模様がついていて鳥の脚の形をした脚が三つ付いている。内部はアルミニウム張になつている。大きさは直径

六吋高さツマミの上迄三吋四分の一である。

日本の菓子鉢その儘ではアメリカには向かない。アメリカにはアメリカの好みがある。併しデザインには日本的な行き方を用いて却つて面白いものが出来よう。大きさは大體日本のものと大差ないように思われる。

九、輸出品の商名及商標

商名と商標

アメリカでは商名商標のついたものを世界各国へ輸出する。進歩した商業ではそうするのが當然である。日本の商品はアメリカに對してまだそこ迄行つていない。かきの罐詰とか、さけの罐詰とか、みかんの罐詰とかは商名商標をつけて輸出されているが、アメリカ人に對しては特に魅力のある商名商標ではない。只日本産の罐詰と云うだけで買つて貰えるのであつて、其の商品に對して、何の商標がついていなければならぬ。何と云う商品でなければならぬと云うわけではない。

其の商名商品に對して、絶大の信念を興えるためには廣告をしなければならぬ。廣告はその商品の品質と相俟つて、徐々に人々の信念をつかんで行き、相當年月の中に、ゆるぎなき大きな信念を人々の間に植えてしまうものである。品質のさまで優秀でない商品が、廣告費ばかり莫大にかけて宣傳して見たところで、それは花火線香のように一時バツと賣れてたちまちの中に賣行は止まつてしまふ。が品質が優秀であつても、廣告をしなければ、その品質を認めた一部の人々が愛用するのみで、

廣く知られないから大きな賣上は出来ない。そればかりでなく、廣告をやらない商品は低く見積られるものである。折角優秀なる品質を持ちながら、偉大なる商品とは認められない。

だから大に賣上を作らんがためには、どうしても廣告を伴われなければならないが、日本の商品はアメリカの大衆に對して宣傳をして販賣する域には達していない。只商品の形を整えるために一應商名を附し商標をつけてある程度のもので、その商名商標はアメリカの商品がそれに絶大の偉力を持たせているのはワケが違ふのである。

だからと云つて、私は日本の商人諸君に、商名商標の偉力ある商品をアメリカへ輸出するようにして貰いたいと云うのではない。勿論出来ればそれに越した事はないので、理想としては大にそうやつて貰いたいのである。日本の實力としてはとてもそれはやれない。

せまい日本で、國中に行互るように廣告するだけでも大變な金がかかる。アメリカは廣い。アメリカの大衆に知らせるために廣告する事は到底出来る事ではない。アメリカではアメリカ全州に宣傳することをナショナル、アドヴァタイジングと云うが、ナショナル、アドヴァタイジングを用いるためには全米に行互る大雜誌、サタデー、イヴニング、ポストとか、ライフとか、レディス、ホームジャーナルとか、ウーマンス、コムパニオンとか、一流の大雜誌に廣告をする。それに各州の大新聞を用いる。全米に互るポスター掲示場を利用する。ラヂオの放送局が澤山あるが、放送を利用して廣告する。

アメリカには日本と違つて廣告放送なるものがある。そう云う大廣告法は、アメリカでも相當大きな業者でなければ利用出来ないものである。だからナショナル、アドヴァタイジングの圈内にはいる廣告をやつている会社はいずれもアメリカでも指折りの大會社である。そんな所へ日本の業者が割込むなど云うことは到底出来るものではない。

アメリカが日本へそれ等の商品を輸入するようになれば、アメリカの業者は日本の新聞や雑誌を用いポスターを用いて、廣告を始めるであろう。それ等はアメリカに於けるナショナル、アドヴァタイジングに較べるとモノの數ではないのである。併し日本からアメリカへ輸出する商品にして、そのアメリカの業者のやり方と同じようなやり方をしようとしても、それはもとゞ無理な事である。地方的に一部分に廣告して見たところで大した事はない。やるとすればナショナル、アドヴァタイジングを用いなければならない。それは莫大な費用を要するから所詮不可能であると云う結論に達するのである。

だから、己むなく日本の商品は商名商標など、たゞ一應の恰好をつけるために付けてあると云う事になるので、その商名商標に威力をつける事は出来ない。品質は輸出品の事であるから、検査もあり、優秀なものを吟味して送るであろうが、商名商標によつて判断して、優秀なものと認められると云う、そう云う性質のものではない。

従つて、日本の輸出品はアメリカへ行つても決してそう大きな販路を得られるものとは考えられない。せい／＼アメリカの商店の一隅に、日本製のものが陳列されている程度に過ぎない。しかも今日のアメリカの小賣業者は、利幅本位で商品を仕入れるのでなく、回轉本位で商品を仕入れているから賣足の遅い日本の商品をそう澤山仕入れるわけではない。多くの商店では賣足の遅いものは始めから仕入れない。そう云う運命に置かれるのではないかと思う。

今日の日本の状態から云えば、そう大量生産の出来るわけもないし、バイアが少しづつ買つてくられる程度で満足しなければならぬかも知れぬ。極めて小規模のものである。が、我々はそれに満足して居ては不可ない筈である。何とかして大量生産し、アメリカの小賣店でどし／＼賣られるような商品を輸出するようになりたいものである。

アメリカの均一店の如きは十仙二十仙五十仙一弗と云つた安いものを販賣するのであるから、世界的に仕入をして、安いものを漁つて行く。それがために日本からも戦前値段の極めて安いものが輸出された。そんなものは商名も商標も要らない。メード、イン、ジャバン位の事が書かれて居ればよかつたのである。併し同時にメード、イン、ジャバンがお粗末な品物の代名詞となつた事は既に述べた通りである。有名なウルウォースの如きは横濱に仕入店を持つて、日本の安い商品を仕入れてくれたものである。が、これからはその程度のメード、イン、ジャバン商品の輸出で満足してはならないのである。

ある。

勿論原料は相當大きく輸出されるであらう。生糸もお茶も、アメリカから見れば大した事ではないが、日本の多くの輸出品の中では一頭地を抜いて輸出されるであらう。原料は云う迄もなくアメリカの工場で加工されて、商名商標を附せられて販賣される。絹製品でも東洋的な商標や商名が附せられて販賣されて居り、茶も、アメリカで一般消費者に使いやすいように、一回使用量小袋入となり、それが罐入となつて商名、商標入のグリーンティになつているものもある。罐入のものもある。日本のように計り賣などはしていない。矢張り商名販賣でやつているのである。

それはそれでよい。原料は原料でよいのである。私の云うのはある種の商品に於ては、將來は日本に於て小賣販賣用となる迄加工包装し、商名商標を附して輸出するような時が、いつかは來て欲しいものだ云う事である。

スイスの時計はナルダンエトナルダンと云う商名商標をもつて全世界に賣られている。ネツスルミルク、ネツスルチョコレートのように、ミルクやチョコレートはネツスルの商名商標が附いて販賣されている。日本の商品にはあれだけのものはこれ迄なかつたが、これからは何とかして、日本の商名商標であるがために優秀さを證明するような、そう云う商品の輸出の出来る國になりたいものだと思望するのである。早急には行かないであらうが。

商名商標を選べ

そこで事は遠大の計畫であるかも知れないが、將來はそうなる事を期待して、今の中から世界に通ずるような商名、世界に通ずるような商標を考案して置かなければならぬ——と諸君におすゝめしたいのである。

勿論どんなよい名前、どんなによい商標をつけたところで、それだけで有名になるものではない。宣傳が伴わなければならぬが、それには大資本が要る。その資本はどうすればよいか——と云う事は別の章で述べるとして、私は茲で、それを有名にするのは後日の事に譲つて、とにかく商名商標だけは今の中によいものを選んで、つけて置かなければならぬと考えるのである。將來宣傳するにしても、宣傳に非常に有利な商名商標と、非常に不利な商名商標とある。だからその點をよく研究して、始めから宣傳に有利な商名商標をつけるようにしなければならぬ。

輸出しようとする人の中には、只もう商品だけ買つて貰えばよいので、商名商標などどうでもよいと考えている人もあるかも知れないが、それではあまりにも小さい。意久地がない。商名商標をつける以上は將來の大成を豫期して、立派な商名商標を選んで置かなければならぬ。

此頃の建築の小さな店で商賣をやつている食料品如きでは食料品を賣つて居ればそれでよいので、

屋號なんかどうだつてよいと云う人もあろうが、其人もいつ迄もそんなバラック食料品店で甘んじているわけではない。いつかは立派な店を構え、大きく商賣をしたいものだと考えているであろう。そして其の時には立派な屋號が欲しいであろう。三河屋だの越後屋だの、ありふれた名前では満足しないであろう。が、その時になつて附けたのでは遅い。バラックの店の時から、將來を期してチャンと屋號も選んで置かなければならぬのである。輸出品の商名商標もそれと同じ事である。

一 アメリカの實例

私は茲にアメリカの商名商標を若干例示して見る。

アイバナ	歯みがき(チューブ入)
コールゲート	同
ケイメイ	石鹼
アイボリー	同
ラックス	粉末石鹼
ノックス	帽子
ダッチ	自動車

アーマー
スコッチ
ファイルコ
カイザア
モデス
スイートハート
エンゼル・フェース
ハインズ
ゼロ
ヌツパン
ダーキイズ
カーネーション
サンカ
カロリツク
クラフト

ハム
テープ
冷蔵庫
自動車
ナプキン
石鹼
白粉
各種食料品
家庭用ゼリー
電気料理機
マーガリン
ミルク
コーヒー
ガス料理機
チーズ

デルモント
カロライナ
ネスカフェー
ウニード
コココラ
ヤードレイ
リンソ
ロツクウッド
ハモ
デリロ
クリスコ
セブンアツプ
フリーパー
ペンデックス
バイレッキス

フルーツ罐詰
米
コーヒー
ビスケット
清涼飲料水
化粧品
洗濯石鹼
チヨコレート
強壯劑
クレンザー
菓子材料
清涼飲料水
電気掃除機
電気洗濯機
硝子製品

これ等の例によつて諸君の感じられる事は

- 一、非常に呼び易い
- 二、印象的である
- 三、文字数が少い（英字では書かなかつたが、日本字としても少いものは英字としても勿論少い）
- 四、商品にふさわしい
等であろうと思う。

殊に諸君が注意しなければならぬのは、日本では米などに商名商標をつけるなど考えて見た人もないであろうがアメリカでは米にも商名商標をつけて發賣している事である。勿論日本の今日は米は配給であり、商名商標の要るワケはないが、自由販賣の場合は米などに商名商標のあつた事はない。所がアメリカでは紙函に入れて、商名商標をつけて販賣している。主として朝食に用い、又菓子を作るに用いる。中には料理加工——パツフさせたものゝ如き——もある。

輸出に重點を置くにしても、内地用として販賣するにしても、これからは日本式な商名よりも、多少日本的な気分のあるアメリカ人好みの商名の方がよいと思う。

絹製品にアメリカの業者がコハマと云う商名を用いているのは面白い。

現在日本に用いられている日本の商品の商名でアメリカへ出しても語呂もよく感じもよいと思うの

はゲリコ、オゾ、バビリオ、クラブ、レート、ルーズ、カオー、等である。この邊の商名ならばアメリカへ持つて行つても呼び易く印象に残り易い。ミツワとかジンタンとかミツヤとか云うのでは一寸むつかしい。カオーなどは花王であるから日本字であるが、發音としてはアメリカ人に樂に出来る。茲に云つているのはこれ等の商品の事ではなく、名前だけの事を云つていたのである。

アメリカの商標

アメリカの商標を掲げて見る。

諸君はこれ等の商標が極めて印象的であり、且つ簡潔である事を見られるであらう。商標はそれだけでなくはならぬ筈である。

もし商標に文字を加えるならば、これからはローマ字で入れるようにしたい。日本の商品だから日本字だと云うワケには行かぬ。併し日本気分を出す事はよい。アメリカに於ても日本の鳥居をマークに用いたり、お角力さんの横顔をマークにしたり日本的なものを用いている所がある。

JAN

A&P

Whiz

KIMSUL
INSULATION

Marlboro
Shirts Sportswear
FOR MEN AND YOUTH MEN

Coro
JEWELRY

RUMPT

NON-SLIP
CAT'S PAW
Finest Rubber Heels & Soles!

ICS

RCA

NCG

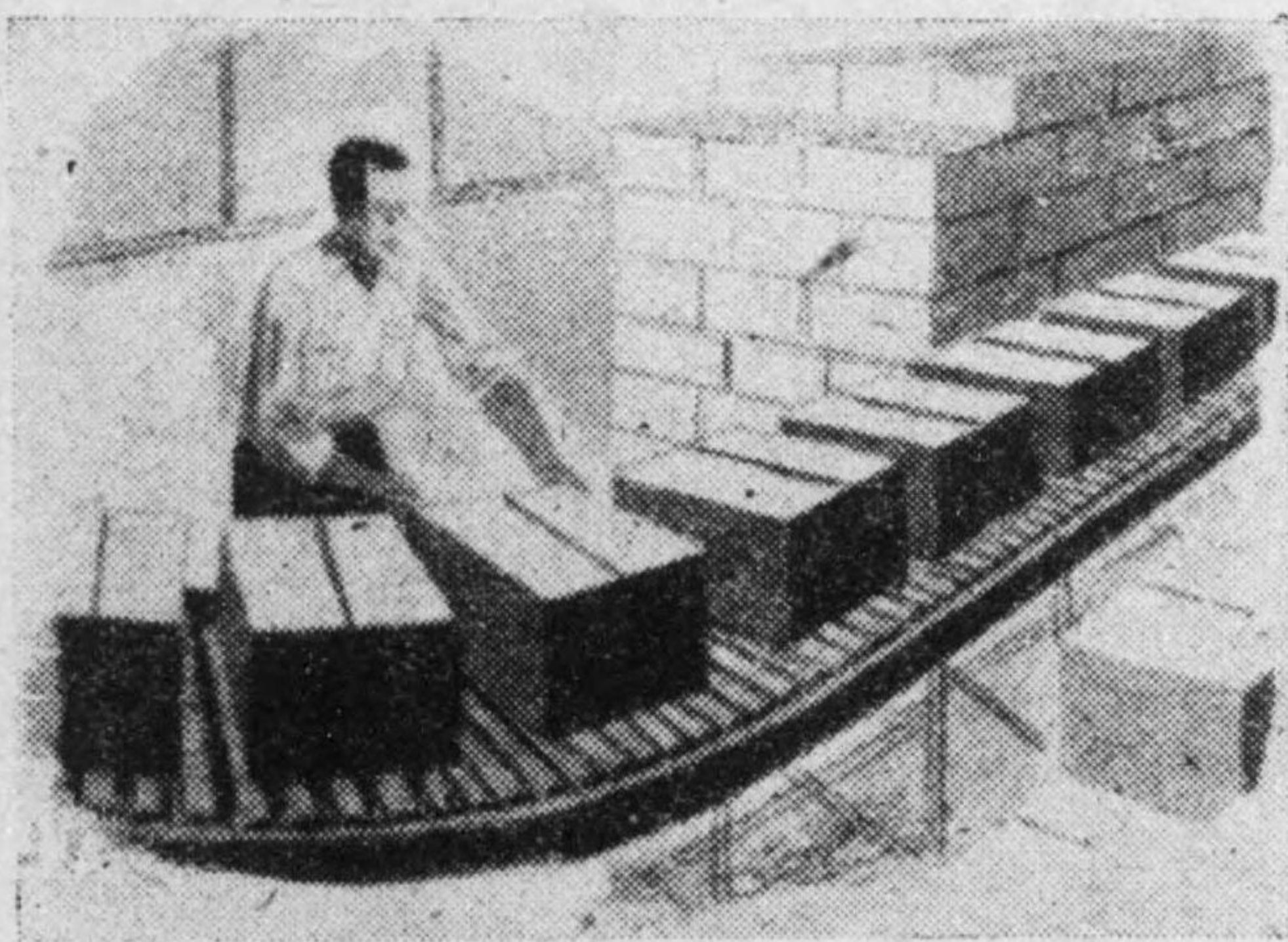
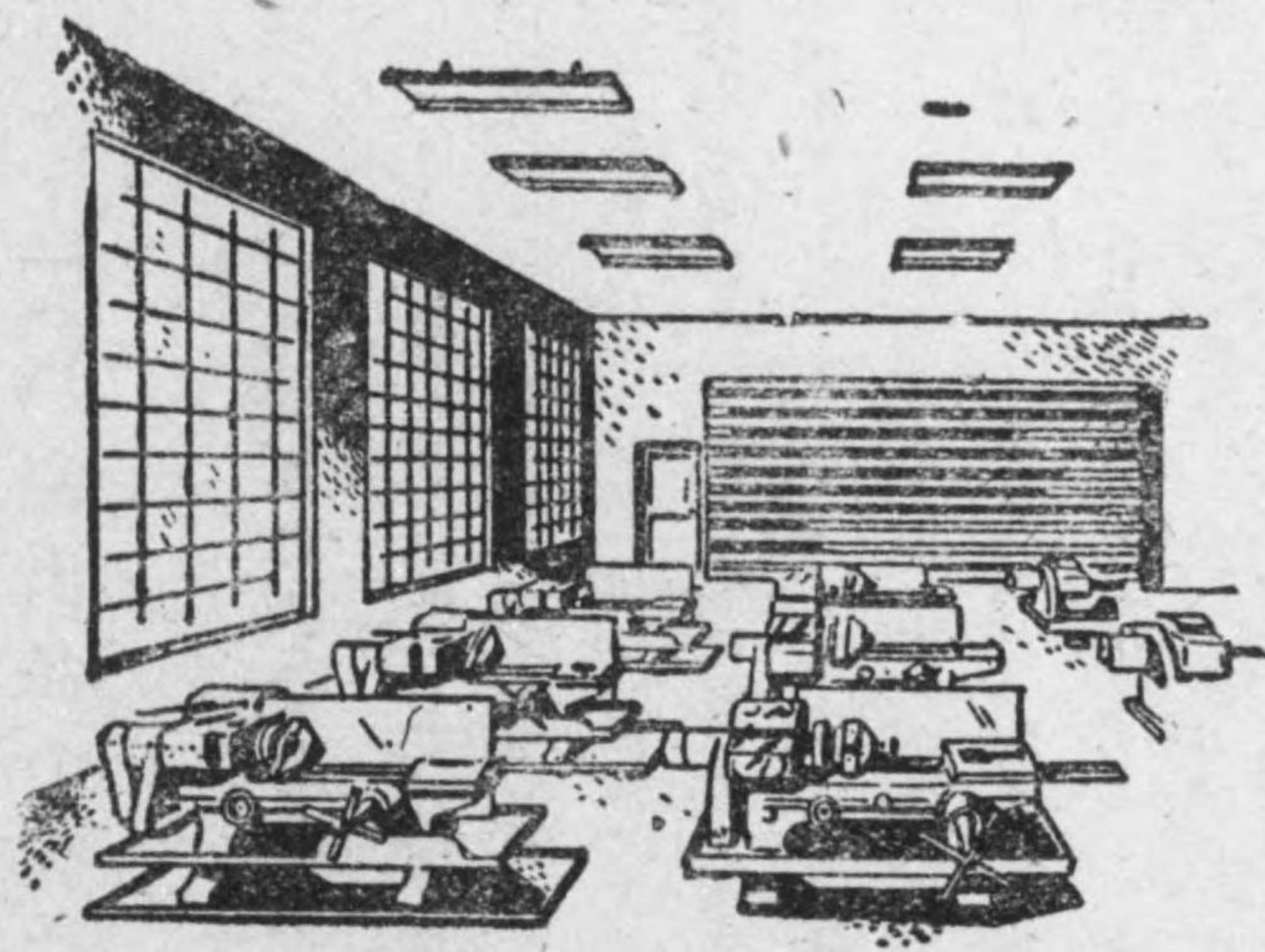
各種商標

10、輸出品の製造設備

規模の大きい設備

アメリカの業者が日本に進出して、株式會社を創立し、日本人の投資をも歓迎して、所謂日米合辦で事業を開始する——そう言う場合を考えて見る。

今、罐詰工場をアタマに描いて見る。アメリカの罐詰工場は世界一の設備を持つている。非常に能率的で大量生産向である。私は曾つてシカゴのアーマ屠殺工場を見物し、罐詰罐詰等を製造している所を見たが、コムベアシステム——流れ作業——で作業をする台が、丁度デパートに見るエスカレーターの如く、作業時間中グルグルと動いているのである。その上を塚が次から次と流れて来ては作業員の前に止る。そこで自動的に一定量の内容物をつめて行く。作業員はその自動充填機を見ているだけである。仕事は機械がやつてくれるのである。食物の出来上つたものを人が手でいちすることは衛生的ではないが、機械が何もかもやるのであるから、衛生そのものである。人間が分量を計ることは多少の誤りを生じるものであるが、機械のやる事は一グラムの誤りもない。人は時に疲勞を感じることを



アメリカ工場の一例

があるから、仕事の能率が波動形になるが、機械のやる事は一直線である。能率の落ちる事はない。人のする事は時に髪の毛の落ちる事もあるが、機械のやる事には絶対にそんなことはない。

日本の食料品工場は、戦前に於ても、決して清潔なものではなかった。能率的なものではなかった。アメリカの工場を見た眼には問題になるものではなかった。戦後は生産も思うように出来ないうために一層貧弱になり、非能率的なものとなつてゐる。

アメリカの資本がはいれば、アメリカの機械を持つて、アメリカ式のやり方で工場設備をし、極めて合理的に、極めて能率的に、大量生産し得て、原價を安くするのであろう。技術者にはアメリカの経験者が来るであろうが、工員には日本人を用い、工員には充分の給料を與えるであらう。

アメリカ人の経営は實に上手である。無駄な経費は費わず、品質の優秀なものを造つて、コストを安くして提供する。宣傳に力を入れる。大量生産に堪えるだけの原料の生産が日本で出来るとあれば、ナショナル、アドヴァタイジングを用いても大きく販路を作るであらう。私の云う商名商標のある商品をアメリカへ輸入してくれるであらう。

これは比較的大口の商品に限る。そう小さな輸出品に迄、アメリカの民間投資が日本に來るものは考えられない。私の例によつて罐詰工業の如きは一部である。各種の商品に於て、相當規模の工場が出来、大量生産がなされるのではないかと思う。

ジャワではオランダの資本によつて、キナ工場が經營され、世界的にキナ製品を提供している。フリッツピンではアメリカの資本によつて、麻工場が經營されている。シンガポールではイギリスの資本によつてゴム工場が經營されている。そんな風に、日本の著名生産品に對して、アメリカの資本で投下され經營される。それ等は必ず優秀な設備を持つ工場であり、これ迄日本に出来たものよりも遙かに優秀なものが生産されるようになるであらう。

今日でも輸出品としてアメリカ人の指導を受けている工場は、見違えるように設備を向上させ、技術を能率的にさせ、品質の優秀なものを、——アメリカに出して合格するものを——製造しつゝある。セトモノ工場に於て、塗物工場に於て、そして極めて日本式であるべき織物工場に於てさえそれが云える。塗物が複雑なこれ迄の工程を省いて、短時日に出来たり、乾燥に日子を要する木材の使用から轉じて金屬を用いて能率を上げたり、單にデザインや用途の問題ばかりでなく、工程、材料さう云うものにいろいろのアドヴァイスを受けつゝある。

アメリカの投資となつて、アメリカ人が技術者となり、日本の技術者と協力してやる事になれば、當然進歩したものが出来る筈である。

そしてそれは大きな日本の輸出品と考へてよいと思う。工員はそれが爲にうるをい、原料はそれのために消費されて、その原料生産者をうるをす。

中程度の設備

中程度の輸出品製造に於ては外資導入というワケには行かぬ。日本人自身の手で何もかもやらなければならぬ。

この場合困るのは原料の中、日本で生産出来ないものである。今日日本の製造家の一番困つている問題はこれ等資材の不足である。これ等の資材がいらないと、どうしても完全な製品は出来ない。それを無理に入手しようとすると同價がとて高くついて、どうにも輸出にならない。

それとも一つは機械の不完全である。戦前は相當よい機械を使えたが、今日ではそんなよい機械は日本では出来ないし、アメリカにはよい機械があるが、すぐには手にはいらないと云う悩みである。

が、これからはアメリカ人が日本に来て貿易業を営むであろう事が豫想される。中程度輸出品製造家はそれ等業者に依存しなければならぬ。その人達は日本に缺乏している資材をよく知つている。ブリキが必要であれば、ブリキはその業者から廻して貰う事が出来よう。砂糖が必要であれば砂糖を廻して貰う事が出来よう。今日の輸入許可状態だけを考へたら、民間の業者にブリキや砂糖がそう簡単にはいるようには考へられないが、一般に輸入許可となり、且つそれが輸出に必要な資材とあれば、その途はつく筈である。だから不足資材の入手については心配する事はない。

次に機械があるが、日本で機械の優秀なものを造り出す事はまだもつと先の事であろうと思うが、アメリカの機械を輸入する事は、それが輸出品に使用されるものである限り、優先的に業者の手を経て入手出来ると思う。だからこの問題もさうまで心配する事はないであろう。

要するにアメリカの業者とタイアップして仕事をする限り、設備及び資材に就てはある程度の便宜が與えられる。今日のようにすべてがお役所の手を経なければならぬ時にあつては、其の手続きは頗る繁雜であり、入手も右から左と云うワケには行かない。殊に機械類の輸入は極めて困難であるが、併し一般民間の輸出入が許可された場合にはお役所の手を経ず、全く民間的な貿易が許される事になるから、餘程状態が違つて来る。いつ迄も今日の状態のまゝと考へてはならない。急激に好轉して来るものと私は信じている。

中程度の輸出品を製造する場合にも、これからはこれ迄の非能率なやり方は全然改めなければならぬ。貿易業者はアメリカの工場施設に詳しい。充分その意見を聽いて、能率的な設備をするようにしなければならぬ。能率的な設備は決して大量生産を目的とするアメリカ人の大工場ばかりのことではなく、一般中程度の工場を經營する場合にもそれを活用しなければならぬ。日本にも能率の専門家が何人か居る。その人達は主としてアメリカの能率的な施設を研究している。相談をすれば必ずよい考へを立案して貰えるであらう。

經營者自身も進んで能率學及其の實際を研究しなければならない。アメリカにも能率に關する優れた本もあるし、日本にもよい本が出來ている。單に能率ばかりでなく、經營の方法もこれ迄の日本のやり方では不可ない。もつと合理的な確實に利益を擧げて行くやり方に進まなければならぬが、それにはアメリカの經營學を研究しなければならない。日本の著書にも經營に關して相當よいものが出て来ている。

製造の技術に關しては、アメリカ人から習うもよいが、日本に於ても、もつと學者を利用することを考へなくてはならない。大學と云うとむつかしい學問ばかりしている、大工場ならとにかく、中程度の工場で行うような技術には高遠過ぎて間に合はぬであらうと考へている人もおるが、今日の大學は決してそうではない。可成りに實用的な學問を重んじるようになってゐる。相談に行けば必ずよい智恵を貰して貰える。

容器、包裝、レーベル、商標、商名等も貿易業者とよく相談しして、アメリカ向のものを工夫する。

出來れば經營者は一度アメリカに行つてくるとよろしい。三四ヶ月もあれば視察出來る。言葉がうまく出來なくてもよい。向うへ行つて、設備を見てくればそれで充分である。それで必ず自分の製品を變させる事が出來る。その用途についてもハッキリした事でわかる。日本の輸出業者の缺陷の一つ

は用途を充分知らないでものを製造して居る事だと云う事は既に述べた。百聞一見に如かずである。行つて實地に見て来る事はアタマを一新させるものである。これはゼとおすゝめしたい事である。いろ／＼實際の用途を見ると、新しい輸出品も必ず五つも六つも思い付く事になるであろう。

小口輸出品設備

小口輸出品をやる人はアメリカ人の民間資本導入も困難であるし、設備をアメリカ式にやる事も困難であるし、技術の研究に就ても不便の點が多いであろう。

資金に就ては貿易廳に於て有望と認めたら政府の資金を出して貰う道が講ぜられているが、その有望か否かの判定はお役人の事であるから可成りに窮屈で、そう大膽にはやつて貰えない。今日では既に実績のある一般の輸出品にのみ融通されている状態であるから、小口輸出品、特にこれかれ新しいものを考案して賣出そうと云う人には骨が折れる。これは矢張り經營者自身の努力で資本を作らなければならぬが、何と云つても小口輸出品の事であるから、小規模工場——商品によつては家庭工業——でやれるものでなければならぬし、それならば資本の調達もそんなに無理な事はないであろうと思ふ。一般に日本人は何かと云うとお役所方面に頼り過ぎる。それよりも矢張り自力で何もかもやつて行く方針を採る方がよい。アメリカ人に相談しアメリカ人の援助を俟つ事は別問題である。そ

れは民間同志の問題である。そしてそれは商賣である。それならば構わないが、お役所に頼る事は感心出来ない。戦前の満洲でも日本の業者は満鐵等にあまりにも頼り過ぎた。あんな事では不可ない。尤も貿易廳では輸出品の製造、工夫等に就ての相談を受けている。そう云う相談はして来るのもよい。併しそれもお役人の事であるから、其のつもりで聽いて來なければならぬ。参考にする程度である。之もたより過ぎては不可ない。

設備の問題であるが、小口輸出品はどちらかと云うと日本的技術を用いるものであつて、その能率的な機械を用いる程度のものではない。勿論それがよく賣れ出して、相當大量に生産しなければならぬ時が來れば、その時はアメリカの機械を用いる場合もあり、日本でそれに向く能率的な機械を工夫して製造しなければならぬ場合もあるが、それは先の話で、差當つては家庭的な、小規模工場的な設備をして、それに向く輸出品の製造をするに云うやり方で進まなくてはならない。

技術の研究は小口輸出品に於てはあまり學者を動員する事もあるまい。美術工藝品の如きものであれば、藝術家の指導を受ける事は大切である。これ迄其の方面の製品に経験を積んでいたと云うだけの専門家の意見は聴かない方がよい。これ迄決してよい成績で輸出していたワケではなかつたのであるから、その轍を踏むような事があつては却つて有害である。

註文はアメリカの貿易業者、又は日本の貿易業者から受ける。それ等の人達のアドヴァイスを受け

る事は出来るであろうが、小口輸出品の狙いは日本の小規模商品の事であるから、技術上に迄互つてアドヴァイスを受ける事は困難である。製品の出来榮に就て忌憚なき批評を受ける程度であろう。併しその批評は大切である。よくそれを研究して、注文者に満足させ、引いてはアメリカに賣行きのよいものを造らなければならぬであろう。

小口輸出品を製造する人達は一寸アメリカへ視察に行つてくると云うワケにも行かないであろうが、今日日本に相當アメリカの人も來ている事であるから、傳手を求めてそれ等アメリカ人に接近し、家庭生活なども見せて貰い、話も聽いて、ある程度アメリカの生活を理解するようにしなければならぬ。特に自分の製品の用途に就ては納得の行く迄アメリカ人の意見批評を聴くようにしなければならぬであろう。

時にはアメリカ人に來て貰つて、——貿易業者もよい、在留のアメリカ人もよい、婦人にも見てもらう——工場を見て批評して貰うことも大切である。日本の商品、小規模商品に就てはその人達も決してアメリカ式工場のアタマで批評はしない。刃鍛冶の如きでも、日本刀を鍛えていた時分には烏帽子をかぶり、神殿に禮拜し、可成り舊式なやり方をしていたものであるが、アメリカの指導を受け、日本の技術者の指導を受けて、ナイフやフォークを作るようになってからは、烏帽子など冠らず、アメリカ式とは行かない迄も、近代的な設備で製造をするようになった。これは一例であるが、日本式商

品でもある程度の改善をしてやつて行く事は出来る。そしてそれはぜひ實行しなければならぬ事でもある。

只小規模のものにあつては製品に不同の出来る事がよくある。貿易業者に納めるものはその不同があつてはならない。必ず注文を受けた時の規格に従つて其の通りのものを拵らへなければならぬ。その點だけは今からよく考えて置く必要がある。

一、商品の容器及包装

中の見えぬ容器

原料や半加工原料を輸出する程度のものであれば容器も包装もそれは荷造用を目的とするものであつて、販賣用を目的とするものではないが、將來日本に於て販賣用として製品を完成してしようものを輸出する事が出来るようになれば、販賣用としての容器包装を考えなければならぬ。その時の用意として容器包装の考え方を茲に述べる。

魚類介類果物類等は罐詰を用いる。罐詰は云う迄もなくブリキであるから、塚のように中味が見えない。その事をまず第一に考えなければならぬ。茲に一級品二級品三級品と三種の罐詰がある。それ等の罐詰には、日本ではこれ迄紙レベルを貼り廻したものである。——ブリキ印刷をしたものもあつたが——販賣する人も需要者もそのレベルを見て中味がどんなものであるかを經驗によつて判断し、一級品か二級品か三級品かを知つたのである。如何に永年罐詰を扱いつけた人であつても、そのレベルを剝いでしまつて裸にしてつたら、何がいつているやらも解らないし、一級品か二級

品か三級品かの區別など無論わからない。中味が外から見えないものは容器によつて中味を知るより外ないのである。ところが日本の罐詰で、レベルによつて中味を完全に判断出来たものがあるであろうか。

例えば鮭の罐詰がある。罐の外側のレベルには海の上に鮭が飛上つている圖案を用いてある。それを見た人は鮭である事はわかる。併しどんな風に料理されて罐の中にはいつているのか、それは解らない。私が經驗によつて判断すると云つたのは茲である。人々は鮭の罐詰はブツ切りにして素煮されて這入つている事を經驗で知つているから、「これはいつものような鮭かんだ」と判断するだけの事である。蟹の罐詰も同様である。レベルには北海道のかきが長い脚を擴けた姿で、只動物圖繪のかきの繪を見る恰好で、そこで印刷されているに過ぎないのである。が人々はその中にかきの肉だけむしり出されて這入つている事をこれ迄食べた事のある經驗によつて判断するのである。茲五六年かきの罐詰など一般には手に入らなかつた。従つて子供の中には食べた事も無いのが澤山あらう。その子供達にかきの罐詰を見せたところで、彼等はどんな状態ではいつているのか判断はつかないであらう。經驗していないからである。こんな風に日本の罐詰は外から見てもどんなものかいつているかは本當を云うと知る事は出来なかつたのである。

私は思う。レベルの作り方は、罐詰のブリキをガラスにしたと同様、レベルを見ただけで、中



味の存在がハッキリ解るようなものでなければならぬ。諸君が將來罐詰輸出をやるのであれば、この事をよく考えて貰はなければならぬ。

アメリカの罐詰は其の點充分考慮されている。圖の中にトウモロコシの罐詰がある。レーベルを見ると、中味——寢眞はフタがあけてあるから諸君はその中味を見る事が出来る——と同じものがそこに描かれているのを見られるであろう。大きさも色も全く同じである。これは繪ではなかく、表しがたい。原色寫眞に撮つたものを實によく修正して印刷したものである。このトウモロコシはコブ（穂軸）を取除いてあると文句に書かれているが、その繪を見ると成程コブは取除かれている。人々は繪を見るだけで中味は直に判斷出来る。コレは經驗による判斷ではない。直覺的にレーベルで見る判斷である。

ブリキで出来た罐詰はこの行き方で中味を如實に見せなければならぬ。たゞ概念的に何がはいつているかを描いては不可ないのである。

商品商標の出し方

日本の罐詰はさげとかかにどかをレーベルに書き出す。こんな風に内容の品名だけを書くやり方は商名商標によるやり方ではないのである。今述べたトウモロコシの罐を見るとそこにはニブレッツと

云う文字が出ている。トウモロコシはコーンと云うのであるが、コーンとは書いてない。然らばこのコーンである事は何によつて示すか、云う迄もなくコーンの實物をあらはした繪である。原色寫眞と同様の、その繪である。文字で表はしたのは商名である。そしてレーベル全體が商標である。つまりこのレーベルによつて商名と商標とを力強く見る人達に示しているのである。これにさげとかかにとが普通名詞を書いているのではない。この會社の商品の固有名詞を書き出しているのである。このやり方が本當である。

トウモロコシのスケ上にチューブ入のサムプーの寫眞がある。サムプーは髪を洗うものであるが、この内容はクリームである。そんなものは中味を示すには及ばない。名前だけでよいのであるが、それも普通名詞のサムプーは小さく書いて、プレルと云うその商名——固有名詞——を大きく書き出しているのである。

そのプレルの上にモーデスと云う箱が見える。これはナブキンである。これはナブキンであると云う事すら書き出していない、何故ならコレは販賣店に於てナブキンの陳列してある場所に中味と共に陳列される商品であるからである。書き出しているのはモーデスと云う商名だけである。

更にその上の箱の中から粒形のチョココレートの飛出している函、これはロックウッド會社のビッツと云うチョコレートであるが、チョコレートであると云う事はビッツの文字のすぐ上にホンの小さく

書かれているだけで、文字としては會社名のロックウッドと商名のビッツだけを大きく出しているのである。併し人々にはこの函にどんなチョコレートがはいつているかはチョコレートの文字が目につかなくてもよく解る。何故なら函の表にはその中味のチョコレートが實物で、丁度さきのトウモロコシと同じ様に、寫眞で表示しているからである。

粉や液體の商品

プレル・サムプーの場合、私はクリームのようなものは中味を見せるに及ばぬと云つたが、

- 一、薬のようにきゝ目で賣れるもの。
- 二、クリーム、粉末、液體（チユースの如き）の如きもの。
- 三、實物陳列と共に函を陳列するもの。

これ等は繪や寫眞で中味を見せる必要はない。薬を買う時に、中味を見て買う人はない。クリームや粉末や液體は只一面にぬりつゝす外表示の方法がないのである。それ等のものゝ表示のしかたは又別の方法を採る。實物陳列と共に函を陳列するものに其の必要のない事はモーデスの例でわかる。

液體や粉末やクリームが別の方法を採ると云つたが、ビッツの横のハンツと云うのはトマトソースであるが、これは液體であるから、液體の表示はやつてもつまらない。そこでこの商品はその原料で

あるトマトと唐辛子とを表示しているのである。このやり方は、さけのうまさうな處が表示出来るさ
 けを、そうしないで鮭一尾、飛放れている繪を出し、かにのうまさうな處を表示出来るにかゝわらず
 一匹のかにを表示しているのはワケが違ふのである。

そしてこの商品もトマトソースは下部に小さく書き商名であるハンツは上部に大きく出していろと
 ころは注意していなければならぬのである。又液體であるから表示は出来ないが、罐全部をジュース
 の色に塗りつぶしているのは面白い。

次の圖の右上の隅の方にはゲツドラック會社のバイクラストの寫眞がある。これはお菓子の原料で
 ある。内容は白い粉である。粉を表示しても何もならない。そこでこの商品はその粉を用いて造るバ
 イ（お菓子）の繪をそこに實物の如く表しているのである。見るからに「うまさうだな」と思わせる
 ように出ているのである。この行き方でよいのである。

その下にバラードと云う紙筒がある。これは上部はブリキになつてゐるが、筒は紙で出来てゐる。
 これもバイクラストと同様お菓子を造る粉である。これも粉の繪は出してゐない。矢張り出来上つた
 お菓子を表示している。粉を水でこねてオープンの中に入れて置くとこんな風に出ると云う處を見
 せているのである。オープンレディー——オープンで用意される——と云う意味が書かれてゐる。全く
 同じやり方である。



これ等のいずれもが、バイクラスト、バラード等の商名だけを強く出して注意しなければならぬ。

中に見える商品

壺の商品はどうであろうか。

壺はガラスである。中味が外からよく見える。だから之は中味をレッテルに表示する必要はない。中央の寫眞はウエルツと云うグレープジュースであるが、その紫色の美しいうまそうな液は外からハッキリと見える。が、それがブドーの液であることを表示するためにはその原料を表示する事はよい。そこでレッテルにはブドーの一房を表示しているのである。これでブドー汁である事はより直覺的にスグ解る。

その左にあるのはマスタード（からし）であるが、これもガラス壺であるから中味はよく見える。しかし辛子の如きものはブドーとは違つて原料の植物を表示しても魅力はない。マスタードの感じで食慾を起すのである。

この二つ、いづれもウエルツ、フレンツ等の商名を出し、グレープフルーツとかマスタードとかの普通名詞は小さく下に入れてあるだけである。

中を見せなくてよい商品

左の上にあるのは、グロバップという犬の食料である。

犬の食料は人間が食べないのであるから、本能的に人間の視覚、引いては食慾を刺戟する必要はないのである。人間が判断して、犬に與えてよさそうなものを與えればよいのである。「犬の食料だ」と云う事がスグピンと來ればよいのである。犬の繪はその目的を達しする。

私は本能的に人の視覚及食慾を刺戟すると云つたが、人は「うまそうだな」と見る目に感じたものに食慾を感じるのである。理屈ではない。食料品には説明の文句としてビタミンに富むとか、カロリーがどの位になるとか書いてはあるが、そんな事は人の食慾を刺戟するものではない。だから食料品はいずれも色彩美しく、實物を目の前にほうふつさせるように苦心している。

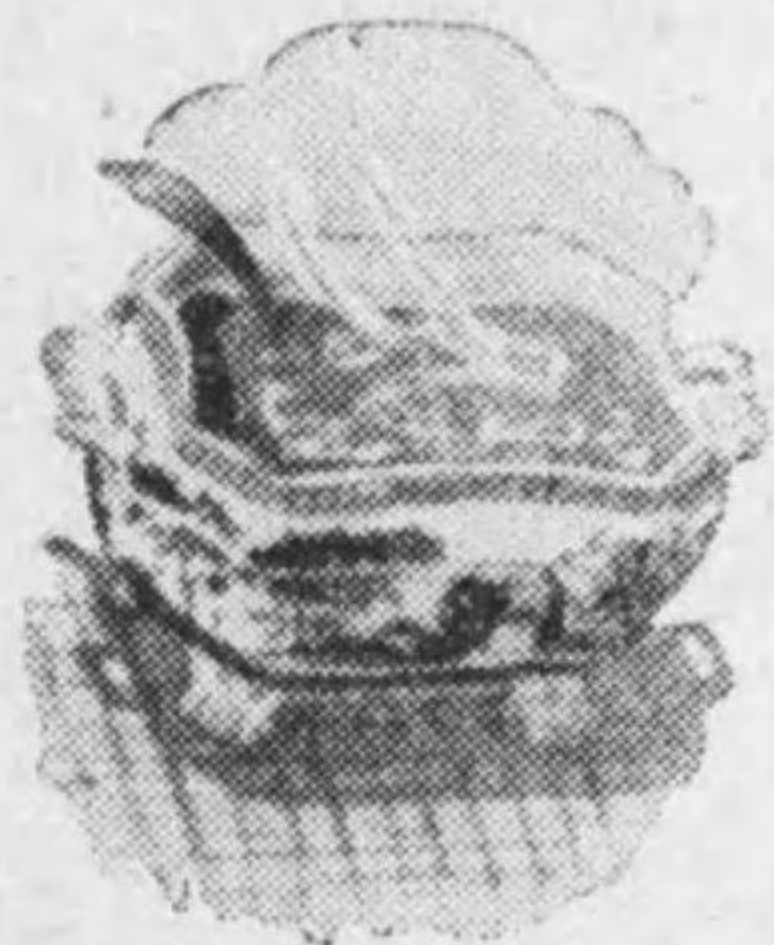
一番上のソフト・ウェヴと云うのは便所で使う紙である。便所の紙を圖のように美しく包装してあるのを見て諸君は驚かれるであろうと思う。それだけアメリカの商品は進んでいるワケである。日本の便所の紙はハダカの儘で店頭にさらされている。名前なんかない。このアメリカの紙はチャントソフト・ウェヴと云う名前がついているのである。

包装のやり方、容器の考え方、御理解になつたであろうか。

二、小口輸出品のいろいろ

弓 と 矢

アメリカの弓矢は——むろんスポーツ用であるが、日本のとは大分造り方が違う。併し全然手工的のものであるから、日本人の製作に向く。そして材料は日本の竹や鳥の羽を使うことも出来る。見本を取寄せて造つて見るのは面白い。この外にゲーム用の弓矢もある。



深鉢

バイヤーに見せる日本輸出品の見本展覧會を見ても、洋食皿やコーヒーのカップ等が主で、少し變つた用途のものはあまり見受けない。見本を見せて貰つてそれから造るものにはいろいろ變つたものもあるが、こちらから積極的に見せるものにモ一つ行き方の變つたものがない。例えば圖はスープなどを客の人数分だけ入れて出す深鉢であるが、こう云つたものが用いられる。中國趣味又は日本趣

味のものも愛される。

スタンド

一流の彫刻家にアメリカ人好みのする裸體像、花等を彫刻して貰つて、それを型にしたセットモノの上品なランプスタンドはどつしりとして氣韻がある。造つて見てよいもの一つ。

花瓶

同じ行き方で拵えた花瓶も面白い。七寶はこれ迄も随分輸出されたものである。七寶勿論大によいが、一般に型は古い。新しい行き方のもので、近代的な匂いのするデザインで花瓶を造れば、これ又面白い。

尾籠

魚釣竿の事は既に述べたが、尾籠も又面白い。勿論日本の儘のビクではいかぬ。アメリカの見本によつて、竹製でアメリカ式の尾籠を造るのである。

繪 日 傘

京の繪日傘は異國情緒があつて、アメリカ人に喜ばれるが、紙張りでスグ破れる如きものでは受けない。絹張りに美しい繪を描いた繪日傘はマイアミの海岸やロサンゼルス海岸で愛用されようと思う。うまく行けば流行となるかも知れない。

洗 濯 籠

進歩した家庭では自動洗濯機を用いるが、併し一方では普通の洗濯をやっている人達も澤山ある。その場合は籠を使用する。竹の籠もこの目的のために輸出すれば相當に賣行はあろうと思う。 140

擬 餌

アメリカの釣にも擬餌をよく使う。これも手細工のものである。日本人の器用な手で造ればよいものが出来ようと思う。日本の擬餌は動物の形からして違つてゐるからよくない。矢張りアメリカの本で造るのである。

盛 花 籠

アメリカ人の食卓には盛花を用いる。その盛花の器はセトモノあり、竹籠あり、いろいろであるが、いずれも日本で造るに向くものである。竹籠をラツカーで仕上げた美しいものを造つてゐるものがある。

タ イ ル

普通のタイルは云う迄もないが、今のアメリカではストーヴ用、浴室用等に随分凝つたよいタイルを用う。戦前日本にはストーヴ用、浴室用等の随分よいタイルが出来た。あれなどもよいが、近頃の新しい行き方を研究して、新しい氣分のもの、光澤のもの、色どりのものを造れば、これ亦有望である。小規模でもよい。

パ ン の か い

籠と云えばアメリカの食卓ではパンをかごに入れて乗せて置く。圖はその一例である。これも竹の儘ではいけない。美しいものに仕上げなければならぬが、うるし塗、籃胎のような行

き方なら日本の儘のものではないかと思う。

魚の籠

魚の料理を五六人分大きな皿に盛つて持つて来る場合、平目の形をした大きな皿などを用いる。胴のところが片身を切取つたように凹んでいて、そこに料理が盛つてある。奇抜で面白い。日本人には藝術的な氣品あるものが出来る。

クッション

日本と違つてアメリカの家庭ではクッションをよく使う。何處の家庭にもある。いろいろ變つたものが需要される。日本の刺繡を加えたもの、ゴブラン織の如きもの、それもこれ迄あつた普通の日本的な刺繡でなく、洋室に向く刺繡、或はゴブランの模様であるならば愛用される。



ベッドルームセット

寢室に使用するベッドのスカーフ飾りは木綿の生地には簡単な刺繡したものである。左圖はシカゴのフレデリック、ハーシユナア會社の發賣品であるが、日本婦人にはこれ等の刺繡は極めて容易に出来る。

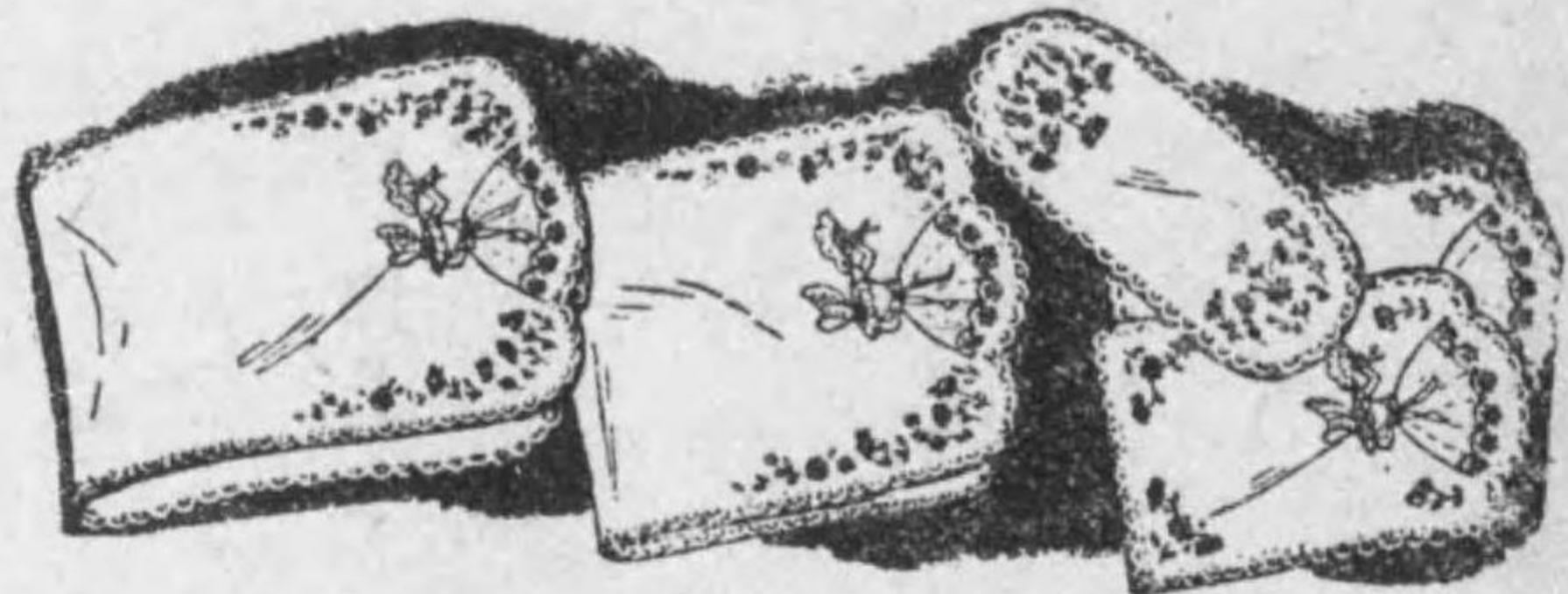
る。アメリカの婦人はこうした手工には不器用である。

調味料容器

日本でも以前セットモノ容器で、味噌入、鹽入、砂糖入等の圓筒形のものが出て来たが、只容器の外に漢字で「砂糖」「鹽」「味噌」など、書かれているだけであまり趣味のあるものではなかつた。アメリカには味噌入などはなく、砂糖入、ジャム入、バター入等であるが、これも大中小四つ位のセットにして、同じ圖案を加え、それを台所に並べて置く。台所でとても綺麗に見える。椰子の木の圖案のものなど、大中小と同じように並んで誠に面白い。これは日本でも出来てよい商品である。

テーブルライター

客用食卓用のテーブルの上に日本のセットモノの小型の丸形花壇の感じのものが置いてある。その上部はライターである。此頃流行のライターが花壇の口に丁度よい大きさにはまつている。其の隣りに灰皿がある。矢張りセットモノで花の模様がある。花壇と同じ模様である。この二つでセットである客は



そのライターを取上げてタバコに火をつけて、灰はそのトレイに落す。ライターはもとの所へ返す。

低い机

近頃のアメリカの家庭のリビングルームのテーブルは丁度日本のお坐敷に使う紫たんや黒たんの机の如く低くなっている。高いものを使わない。花りんとか、籃胎漆器とか、鎌倉塗とか、伊豫塗とか、若狭塗とか云うものもよいと思う。四方形の、日本と同じ行き方の机でよいのである。

果物の箱

アメリカの果物のプレゼントに美しい籠を使うのは勿論であるが、時にラッカー塗の美しい箱を使う。それは丁度日本の娘さん達の愛蔵する手箱の大きさであり感じである。日本のは美しい花の模様や金や銀で畫かれているが、あれもよいかも知れぬ。もつとアメリカ式の模様をつけてもよいかも知れぬ。中にオレンジやリンゴを入れる。日本で出来る商品である。

ウイスキーの盆

日本の盆と同じような盆で、周囲は竹を丸く曲げたもの、中はラッカー塗のもの、兩側に金屬製の把手がついている。ラッカー塗もよいが日本の漆器その他の盆でもよい。ウイスキーその他酒をテーブルにのせるに好適である。

マスク

劇團假裝舞踏會に使うマスクは、日本のマスクとは全然違うのだ。アメリカの實物を見なければどうにもしようがないが、日本人の手工に向く商品である。

ピウテイパッチ

アメリカの婦人で近頃目尻の下や、頬の下や背中や、そんな處へまるでホクロのように絹製のパッチを貼る事が流行り出した。そんなのを拵えるのは日本人とても上手である。單にホクロのように丸いだけのものでない。月形、星形、三角形、菱形、クラブ型、ハート型、人の形、矢尻型、いろいろある。美しい箱入になつて賣られている。

一三、輸出品と販賣基點

セリングポイント

商品にはすべて販賣基點セリングポイントがある。販賣基點とは「何故に其商品が賣れて行くか」と云うその商品の生命とも云うべき重大な要素である。例えば私は今万年筆を用いてこの原稿を書いている。この万年筆を使つて私は満足している。如何なる點に満足しているかを分析して見ると

- 一、金ペンはアメリカ製のものであつて、随分前から使つてゐるが、柔かく紙にタッチして、しかもペンの先の尖り加減が丁度よく、實に書き易いと云うこと。
- 二、インキは吸入式であるが、機構がよく出来ていて、十四五年使用するが一度も修理を必要としなかつた。

三、ウォーターマンの製品だと云う事が、「ウォーターマンだからこれだけ壽命もあり、ペンもいいのだ」と云う信念を持ち、これを持つてゐる事に對して、一種の得意感を感じる。

四、これはアメリカで買つたもので、記念品であると云う意味で愛着を感じる。

五、永年使つてゐるのでもう外のペンでは書けない位に自分のものになり切つてゐる。

こう云う事になる。これは使用者として満足してゐる點を挙げたのであるが、業者から云うと使用者に對し満足を与える點が、とりも直さず販賣基點である。即ち

- 一、世界に名聲の高いウォーターマンの製品である。
- 二、金ペンの品質に對しては信頼が持つてゐる。
- 三、イルヂウムの附着完全でペンの生命は永久である。
- 四、字の太さ、ペンの柔かさ、お好みに應じ得るように各種製造されている。
- 五、インキ吸引装置は極めて完全で、これ亦永久的の生命がある。
- 六、プレゼントに絶好である。
- 七、永く所有出来て、必ず愛着を感じる。

こんな風に並べ立てる事が出来よう。そしてこれだけの万年筆はウォーターマンの製品にして始めて云える事で、どの万年筆でも云えるとは決して云えないのである。

こんな風にすべての商品はその販賣基點を持つてゐる。そしてその販賣基點が澤山揃つてゐる程よく、亦その販賣基點の幾つが他の商品に比して壓倒的に抽んでゐる事はその商品の價値を格段に向上せしむるものである。

輸出品は必ずそれ／＼の商品に應じてその販賣基點を持たなければならない。諸君の既に製造しつゝある商品はどんな販賣基點を持つてゐるか、それを反省して、『これだけの販賣基點があれば大丈夫だ』と云う自信を持たなければならない。又これから製造する商品は充分に販賣基點を持たせるように考案されなければならない。

販賣基點の例

アメリカ人は日本の眞珠をよく知つて居るが、それと共に「御木本」の名をよく知つてゐる。「ミキモトの眞珠」で通る。今ミキモトの養殖眞珠に就ての販賣基點を舉げて見ると

- 一、ミキモトの眞珠である。
- 二、光澤は天然眞珠と變らない。
- 三、養殖眞珠は養殖したものであつて、ホンモノを生産してゐるのである。イミテーションではない。
- 四、然も養殖眞珠は天然眞珠に比して驚くべき安價である。
- 五、百萬長者ならイヤ知らず、何を好んで高價な天然眞珠を買はねばならぬ事があるか。
- 六、娘の結婚祝に、愛人へのプレゼントに、眞珠は生涯の記念品である。

七、使用者は日本の、御木本の眞珠を飾つてゐる事にプライドを感じる。
こんな風になるのであろう。

最近京都大學其の他の生物學者が集つて眞珠研究所を設立し、眞珠の大量多産をする方法が研究されてゐる。これによつて出來た眞珠が御木本の眞珠として輸出されるならば其の販路は確實であらう。そうでなくして、無名の眞珠である場合には、茲に述べた販賣基點の第一項は除外される。それは大きな不利益である。もし他の會社で賣出す事になればその會社は其の商名の宣傳に一苦勞しなければならぬ事になる。

商名は一朝一夕にして著名になるものではない。御木本の眞珠がアメリカの大博覽會にアメリカ人をして驚嘆せしめる程の豪華な眞珠首飾り、其の他を陳列して見せたり、アメリカの宣傳機關を利用してミキモトの名を廣めて行つた事は人の知る所である。宣傳と眞珠そのものと、相俟つてあれだけの名聲を博したのである。只單に大量生産だけで商品は賣れない。

日陶の装品に就ての販賣基點を舉げて見ると

- 一、ニットウのセトモノ。
- 二、硬質で容易に破損しない。
- 三、品質及製造法がよく澄み渡つた美しい色を呈している。

四、デザインが新しい。

五、大量生産で値段が安い。

こう云う事になであらう。この「ニットウのセトモノである」と云い得る處が強い販賣基點である。どのセトモノも之を云い得るのではない。そしてこの名を今日あらしめるためには日本陶器は一方ならぬ努力をして來たのである。

まづ第一に其の商品をふりかざしてそれを販賣基點となし得るようになり、メーカーは努力しなければならぬのである。

私はウォーターマンの例を挙げた。ミキモトの例を挙げた。ニットの例を挙げた。これ等はいずれもまづその商品を販賣基點として挙げているのである。商名の事は別の章で既に述べたが、何等かの方法で——自力にしても、アメリカ業者とのタイアップにしても——これを販賣基點となし得る迄努力しなければならない。

總體的の商名

商名と云えば一個人のメーカーの製造する商品に就て云うもの、如く聽える。勿論それが多いのであるが、一個人の商名の名聲でなく、一地方の——その産出する地方の——名聲が販賣基點となり、

商名同様のものとなる場合がある。

例えば清水焼と云えば日本人は誰でも知つてゐる。之は商名のように通用してゐるのである。有田焼と云つても同様である。そしてこれ等は一個の店や窯元で焼いてゐるのではなく、廣く、その地方で焼かれてゐるのである。浅草海苔は東京大森地方で、あちこちで作つてゐる。以前は朝鮮木浦方面から海苔が澤山とれたが、それも浅草海苔として賣られていた。灘の酒と云えばよい酒の代名詞となつてゐるが、廣島地方の酒が灘へ送られ灘の酒として出て行つたこともある。いずれも商名同様になつてゐるのである。

其の附近一帯が何かの輸出品を出すのであれば、其の地方の名を、或は昔から傳はるその獨得の商品名を一層顯著にする方法を採るのもよい。七寶焼は今七寶村と云つて、一村舉つて七寶の製造をやつてゐる。

これ等は個人的なもの、宣傳ではない。多數のメーカーの共同宣傳によつて名を廣めるのである。このやり方はアメリカの業者の盛んに用いる處である。カリフォルニアの果物業者はカリフォルニアあんずを宣傳し、ハワイの果物業者はハワイアンバナナアップルの共同宣傳をしてゐる。

併しこれ等の宣傳をする以上は、その業者のレベルが平均していなければならない。それは資本金とか、設備とか、賣上とかの平均ではない。品質の平均である。凡てを共同でやる以上は、今日の組



Protecting and beautifying the homes of America is just as important as providing the fine finishes for the appliances and furnishings that go into them. That's why four of American-Marietta's fourteen divisions have been devoting years of research and manufacture to produce the colorful, durable paint products that do so much to enhance home values and make them more pleasant and livable. The combined skill and experience of the paint technicians of these divisions, plus that of those who specialize in the protective coatings for manufactured items and in heavy duty maintenance paints, is producing a new age of color and "Perfection in Protection."

AMERICAN-MARIETTA COMPANY



(共同宣傳の例アメリカ)

合程度のものでなく、もつと宣傳に於ても、品質の検査に於ても、輸出の方法に於ても、きん密な協力性を持つた共同でなくてはならない。

アメリカのこれ等の共同は、アメリカの大雑誌に巨額の費用を投じて共同宣傳をする。それは決して、一つ一つの業者の廣告を集めて、一ページの集團廣告をするのと云つた程度のものではない。寫眞は共同廣告の一例であるが、業者の名前などは一つも出でるゐない。其の業界全體の宣傳をしているばかりである。

日本のほそでない。業者個々が自分の屋號が出るのでなければ共同宣傳の費用など負擔しようと思ひしない。そんな事では共同宣傳は出來ない。何處迄も自己を滅却して、大きい看點から、其の商品を製造する全體の業者の、共通商品の商名を宣傳しなければならぬ。

検査に於ても、アメリカに於ては政府の検査官が工場に常に出張し、一〇〇%完全な検査をしている。そして全業者の製品を全く同レベルに向上させている。日本でも検査をやつてゐる業界は澤山あるが、それは決して一〇〇%完全とは云い得ない。そしてある程度の規格を通過すれば、それが合格となるのであるから、合格品にも上中下がある。レベルが揃つていない。これでは不可ないのである。一つ一つの商名として全體が宣傳する以上、いずれもが上で揃はなければならぬのである。

リーダーに従うやり方

もし業界に一二の圖抜けた業者があるならば、寧ろ其の業者を中心として共同し、其の業者の持つ商標商名を宣傳し、品質もその指導を受けて全體のレベルを上げて行く方がよい場合がある。それは販賣基點を有利にするからである。例に挙げたものゝ如く其の業者の獲得した名聲をまず第一に擧げる事が出来るからである。

併し、其の有名業者が、多くの業者を包容する事は實はなかく、困難な問題である。その業者は自分の商名商標に充分自信を持つてであろうから、一寸度量が狭くてはやれない事である。又其の他の業者に於ても、これ迄競争の立場にあつたであろうし、所謂同業者としての反感もあつたであろうから、なかく包含されてしまう事は残念であろうが、これから輸出に當つてはどうしても全面的に有利な態勢を持たなければならない。それには自己の小を棄て、大に併合されて、却つて販賣成績を擧げて行く道を進まなければならない。日本全體の輸出を大に向上させるためには自己を制して、業界全體の爲に働き同時に自分の利益を擧げる方策に出でなければならない。

個人的な有名な商品

日本に於てはどうしてもその個人的な商名商標を自己のものとし、別途に全體的な商名を用いて、輸出に向けんと考える場合もあろう。

六無衛の名は京都で有名である。柿右衛門の名は有田で有名である。山本と云えば淺草海苔として有名である。それ等の名前は日本人に對して絶大なものであるが、アメリカ人はそれ等各陶家の名は一般にはわからないであらうし、小賣店の評判はアメリカの日本人以外には廣く亘らない。それ故にこれ等の名は日本向として置いて、清水焼とか有田焼とか、淺草海苔とか云う總體的な名前で、これ等業者の指揮のもとに輸出用のものを製造した方がよいと私は考える。

尤もアメリカにも日本の藝術に理解のある人達も居る。併しそれは誠に少數である。それ等の人達に愛好して貰うためには何處迄も藝術家そのものゝ名で行かなければならない。茲に云うのはアメリカに大量輸出するたて前の下に、如何にしてアメリカ人に宣傳する有利な商名商標を用いるかの問題である。それにはそれ等の人の指導の下に小口の業者も參加して、レベルの揃つた處で、地域的な商名商標で進む方がよいのではないかの話である。

商名商標と云つても、主として商名である。地域的な商名である。商標を一つにする事はなかく、

むつかしい。が、商名さえ徹底すれば、商標は製造家個々のマークにして置いてもよいであろう、勿論一つのマークの下にやる方がよいにきまつているが、むつかしいとあれば、その程度はいたし方ないであろう。)

いずれにしても、商名を第一の販賣基點に擧げる事は有利である。そしてそれに伴う販賣基點として、アメリカ向に特に考慮しなければならぬ事は

- 一、これ迄の日本商品の面目を一新した優秀性。
- 一、日本獨得の技術
- 一、日本獨得の生産品
- 一、信頼し得る値段

これ等の點である。これ等の販賣基點と、そして同じく販賣基點の第一位にあるべき有名商名を併せて、それを旗印としてどしどし輸出出来るようにならなければならない。

小口輸出業者はかくして有利に輸出に参加する事が出来る。

一四、アメリカの販路は大きい

アメリカの流行

アメリカには常に新しい流行を作り出そうとしている人がいる。新聞社や雑誌社はそれ等の人達の話を取り入れるばかりでなく、それ等の人達を各地に派遣して、新しい流行のヒントをつかませようとする。

ある流行雑誌社ではデザイナーを飛行機でアフリカ地方や太平洋のタヒチ島まで送り、土人の服装からヒントを掴ませようとして、農夫の冠つている帽子からヒントを得たり、漁夫の着ている簡単な服装からヒントを得たり、土人の娘の持つている手提籠からのヒントを得たりして、ニューファッションの帽子、ア、ラ、モードのドレス、感覺の新鮮なハンドバッグがデザインされた。そしてそれがアメリカ中に行き渡る流行雑誌の特別記事として華々しく宣傳されて行つた。

こんな風に各地に派遣すると云つても、アメリカ人の服装はアメリカで工夫すると云つた程度のものでなく、世界中からヒントを得ようとしているのである。昔はパリが婦人流行界の中心であり、ロ

ンドンが男子の流行界の中心であつたが、今日ではもはやそうではなくなつた。

服装の流行は常に服飾文化の最も程度の高い所から擴まつて行くのである。フランスの服飾文化華やかなりし頃は、一も二もなく流行と云えばパリを中心としたのは當然であつた。その昔アメリカの開括者はイギリスから渡つて來たのである。その人達の子孫が洋服と云えばロンドン型と考へたのは當然であつた。十七八年頃でもニューヨークやシカゴの服装品店のウインドウには「ロンドン型」「パリの新流行型」等の文字が到る處に見られたものである。

が歐洲は戦塵の巷となつて、服装などに凝つてゐる暇もなく、服飾文化はアメリカに渡つてしまつて、いつの間にか流行と云えばアメリカを中心とするようになつてしまつた。

服装の流行は亦、服飾に常に尖端を行く有名人の間から起る。そして今日映畫程廣く行亘つてゐるものはない。映畫女優、映畫男優の日常の服装は最もアク抜けのしたスマートなものである。そしてその人達は映畫都市ハリウッドに集つてゐるのである。アメリカの流行はニューヨークやシカゴから起ると云うよりも本來ハリウッドから起るのである。それがニューヨーク、シカゴの流行となつて、全米を風靡するのである。アメリカの若い紳士がスポーツの時や汽車に乗る時やドライブする時にスラック（ゆるやかな軽快な上衣）を着る。あれもロサンゼルス市の映畫俳優の流行からである。アメリカ人は今背廣三つ揃など着ない。チョッキを着ないのである。あれもロサンゼルスから始つた流行で

ある。もと／＼ロサンゼルスは氣候のよい處であるから、チョッキなしの輕裝が適する。それが擴まつたものであろう。

映畫女優の服飾が流行となる事は素晴らしいもので、一九四八年からロングスカートになつたと云うのもロサンゼルスからである。映畫女優には亦、優れたデザイナーが結び付いてゐる。パリの作つたフランス人のデザイナーは今ロサンゼルスに移り住んでアメリカの映畫女優の爲に新しい流行を作つてゐる。もと／＼フランスは藝術の國であり、趣味の豊かな國であるから、よしんばパリから流行が生れなくなつたとしても、フランス人が流行を作るのは無理からぬ事である。

有名なデパートは優れたデザイナーを高給で抱えて、流行を作らせる。有名な織物會社——洋服生地メーカー——は映畫女優を用いて宣傳する。デザイナーと映畫女優は常に流行を作るのである。が、考へるのはデザイナーであり、着て見せるのは映畫女優である事は云う迄もない。

そこでデザイナーは目を百方に配り、アフリカやタヒチ島迄行つてさへ、流行のヒントを掴んで來ようとするのである。

日本の製品と流行

アメリカのデザイナーの構想は可成りに突飛である。アフリカの土人の持物が、ハリウッドの流行

となつたり、タヒチの娘の服装が、ニューヨークの流行となるだけでも随分突飛な感じがするが、更にアフリカの土人のお祭りの化粧から、新しい化粧の工夫が考えられたり、土人が顔にイモリの畫を描いているのからヒントを得て、近頃は又アメリカにシルクパッチ（前章に書いた顔にホクロのように貼付けるもの）が流行り出したり、そんなのを見ると、全くアメリカ人の突飛さには感嘆する。

アメリカ人は中國からも流行を取入れた。ロサンゼルス of 映畫女優もチャイニス、スタイルは相當に用いたものである。日本のものも KIMONO が普通名詞として使はれる位であるから、可成りに取入れられているが、これからは、キモノ程度に止まらず、もつと廣範圍に日本のものが取られるかも知れない。

飛行機でタヒチに飛んだデザイナーは八丈島や伊豆七島に来るかも知れないのである。伊豆大島のアンコの姿から、八丈島の漁師の姿から、新しい流行のヒントが擲めるかも知れない。

それは單に形だけのものではない。日本には勝れた織物があり、勝れた手藝品がある。アメリカに日本の織姫が行つて、綾錦の美しさをデモンストレーションしてアメリカ人を感嘆せしめている。日本の商品がアメリカの流行圈内にはいり得る日が来るかも知れない。それは輸出に拍車をかける時であらう。

カタログ販賣

日本ではカタログ販賣など云つても、小規模のものにしか考えられず、日本の製造家でもカタログを中心として自分の製品を販賣しようとする人は殆どない。まして輸出品を製造する人でカタログ販賣など考える人のあらうワケがない。

尤も考えて見たところで、日本の業者がアメリカの間屋小賣店に對して、卸賣をすることを目的とするカタログを送るなどは早急にやれる事ではない。將來のことである。將來はせと共アメリカの業者にカタログ宣傳の出来る程大にやりたいものである。

が、茲に云いたいのは、日本人自ら發行するカタログでなく、アメリカ人の發行するカタログに、日本の商品を採用して貰えたら、それは極めて有望と云うお話である。

アメリカに二つの大きなカタログ販賣業者がある。一つをシアスローバックと云い、他の一つをモンガメリーワードと云う。いづれもシカゴに本店がある。モンガメリーワードの方が、少し歴史が古い、シアスローバックの方が少し規模が大きい。この二つのカタログ販賣の偉大さは一寸日本人には想像も及ばない。

アメリカの田舎へ行くと、何處の家庭でもシアスローバックか、モンガメリーワードか、どちら

かのカタログを持つている。一寸もあろうと云う厚味で、日本の雑誌の二倍もあるサイズであるから、戦前の東京の電話帳よりもまだ大きい。そのカタログには三原色の美しい写真版が無数にあり、グラビア印刷の綺麗な写真版も無数にある。普通の写真版は全ページを埋めている。それはそのカタログに掲載してある一切の商品を、写真で表しているからである。洋服の生地とか、自動車とか云うものは色の感じが大切だから、三原色版であらわしてある。毛皮のコートの如きはグラビアが一番感じが出る。特に色彩を見せなくて済む商品はすべて普通の写真版である。

その商品はデパート以上である。大は組立家屋、自動車、トレーラー、自動車のガレージ、續いては家庭用の給水装置、暖房装置、電気装置、各種の機械類、家具類、これ等を特殊のものとして一般には洋服、靴、帽子、自轉車、タイヤ、スポーツ用具、臺所用具、寝臺、寝具、電熱器具……數えればキリがない。およそ家庭生活に入用なあらゆるもの、それが一切網羅されている。

アメリカの田舎は何しろ廣々としている。私は曾て自分で自動車を運轉しながら、アメリカ大陸を横断した事があるが、田舎のハイウェイを飛ばしていると、いくら行つてもいくら行つても一人歩いでいて、家もなか／＼見當らないところがある。イリノイ州・アイオワ州・ネブラスカ州・ワイオミング州・ユタ州・ネガダ州と走つたのであるが、そのどの州も廣漠たるものである。家のなかなか見當らぬも道理、一哩に一軒、又一哩程行つて一軒と云う程に散在している。

これ等の農家の人達が、買物するのは骨が折れる。何十哩か自動車を飛ばして一番近い町に出掛けなければならぬ。忙しい季節にはそれも出来ない。半日位スグかゝつてしまうからである。そこでその人達の買物は擧げてカタログ注文に依存する事になる。

家庭生活のたのしみは晚餐のあとの團欒である。その團欒の中心となるものはシーアスローバックやモンガメリワードの大きなカタログである。主人は新しい農具の繪に見入り、細君は娘の新しいドレスを探すに餘念がない。息子はレコードに欲しいのいくつもあり、小さい坊やは空気銃の寫真に夢中である。農作物が賣れてドカと金がいると、カタログの品番號を書き入れて注文書を作るのである。アメリカ中の農家がこれをやる。だからシーアスローバックもモンガメリワードも、その發展目ざましく、いずれも何萬人と云う店員を使用して、これ等の注文の發送に多忙を極めている。

日本の商品にして、もしこのカタログの中に掲載されんか、其の販路は極めて大きいものがある。これ等の店は曾ては日本の製品を仕入れて販賣した。尤も大したものではない。屑籠であるとか、日本のコードモの磁器製の人形であるとか、そう云つた程度のものであつた。これ等はシーアスローバックやモンガメリワードのカタログに掲載されるものとして輸出されたものではなく、これ等の店が仕入れて販賣しているのであつたが、將來はこれ等のカタログに掲載される事を承知して、輸出し得るようにならなければならない。何故ならそれは品切れを生じてはならないものであるから、大量輸出

が可能でなければならぬからである。吾々が出来ないとカタログ販売は出来ない。
諸君はこれ等の販賣品も考えなければならぬ。

チェーン販賣網

カタログ販賣のメーカオーダーハウスと共に、大きな販路を持つものにチェーンストアがある。
これに納品する事が出来るようになったら小口輸出品も随分有望である。
チェーンストアは字の如くチェーン的に同じ行き方の店がつながりを持つてゐる經營で、それに本格的なチェーンとヴォランタリー、チェーンと二つある。本格的チェーンはシカゴとかニューヨークとかに（其他西部のものもあるが）本部を有し、アメリカ各都市大きなものは町に至る迄店を有し、大きいものになると三千、五千、七千、一萬と云う風に、莫大な數のものを散在せしめる。それを本部が一切の經營の指導をし、チェーンを預る人は出資をすると共に、支配人としてサラリーを貰い、賣上成績によつて歩合配當を貰い、商品は専ら其の本部から仕入れて經營をして行くのである。ヴォランタリーチェーンの方は、こうした本格的なチェーンへの對抗策として創められたもので、各店は各店の主人になつて經營されるが、經營の指導は矢張り本部から受けて、歩調を揃えて同じ行き方の經營をする。商品も主として本部から取るのであるが、併し他から仕入れる場合もある。サラリーは貰

わない。そう云う點が違ふのである。

一萬のチェーンと云うのはドラッグのチェーンである。ドラッグと云えば薬店のように聽えるが、單なる薬店ではなく、菓子、文具、化粧品、スポーツ用品、文化用品、本、雑誌各種のものを扱い、ソーダファンテンを持つてゐる。これはロサンゼルスに本部があり、レキゾールの名の賣薬を製造發賣し、チェーンの名をアウルドラッグと云つてゐる。

其他チェーンの多いチェーンはブラック、エンド、ホワイトの店を構えてゐる靴のチェーン、エー、エンド、ピーと稱する食料マーケットの店、ウールウオース、クレスゲ、クレス等の均一店のチェーン、西部ではセーフウェイ等の食料品のチェーンと云つた風に、それ等の店の所在地をドットマップで表して行くと、アメリカ中に粟粒を蒔きちらかしたようになる。

ヴォランタリーチェーンの方も、これ迄の小賣店が自發的にチェーンに参加して行つたのであるし、其の参加は比較的容易であるから、隨分店の數の多いチェーンが存在する。

これ等のチェーンの取扱ひ品は本部の仕入部に於て定めるのであるが、何しろ何千店、小さいものでも何百店の店の商品を仕入れるのであるから、其の仕入高は随分大きい。のみならずこれ等のチェーンは原則として回轉の早い商品しか扱はない。回轉が早いと云う事は賣行きの多いことである。それ故にもしチェーンが扱つてくれる事になると、其賣行は實に夥しいものになつて了う。

其の仕入の選擇は實に嚴重である。見本を見て賣れそうだから仕入れて見ようと簡単に仕入れられる事はない。普通「試験期間」なるものがあつて、數ヶ月試験的に販賣し、それで豫期通りの回轉を見るだけ賣れて居れば合格であり、それが實現出來なければ不合格である。

チェーンストアは同じ形、同じ構造、同じ色合の店舗を構える。店内の陳列も一定の型があり、その商品の陳列位置も大體きまつている。それ故にこれ等のチェーンに合格して商品を出す事になると、自分の商品はアメリカ全土到るところ、そして殆ど皆チェーンは其の市の最優秀の場所にあるから、その優秀の場所の、ある一定の場所に陳列されるワケで販賣として之れ程有利に進む事は他に一寸見られない。

日本の小口輸出業者が幸にしてこれ等のチェーンに納入する事に合格したならば、其の賣れ行は夥しいものがある。ウールウオースの如きは既に述べた如く日本に仕入店を持つていた位であるからこれからも日本の商品を仕入れるであろうが、ウールウオースは何しろ均一品店であるから、本當に値の安いものばかりである。それも勿論結構な事である。今日の日本の商品は「値の安いもの」として賣る外セリングポイントを持たないのである。併しこれから追々いろ／＼の商品が出来るようになるれば、均一店以外に、ドラッグにも、雑貨店にも、食料品店にもチェーン商品として出せるようになるものである。

今日アメリカではデパートのチェーンも又多いのである。そう云う處へ納品出來るようになれば、デパートは相當程度の高いものも販賣するから、各種の商品に有望である。

只貿易業者に依存して、どう云う風に賣れているのやら、それも解らず只品物を納めているだけの輸出では物足りない。貿易業者の手を経るにしても、何とかしてメーカオーダーハウスやデパートやチェーンに陳列されるような商品の輸出をしたいものである。一方では原料、手加工の輸出も相當盛んになるであろうが、完成品としてこう云う方面にぜひ進出したいものである。

一五、土産物としての小口輸出品

土産物の店

観光地に於ける土産物の類が小口輸出品であることは云う迄もない。メーカーも観光地の小賣業者も大に力を入れなければならない。まず小賣の方からお話する。観光地の小賣は次のように數えられる。

- 一、観光地の商店街に於ける土産物店
- 二、ホテル専屬の土産物賣場
- 三、観光設備に伴う土産物賣場
- 四、大都會のスヴエニアショップ

観光地の商店街は従来の如き散漫なる商店街から、もつと観光地の商店街らしい纏つたものに進まなければならぬ。イタリーのベニスの商店街は有名な寺院の前にU形にアーケードをなしている。アーケードと云うのは舗道に屋根のある商店街のことで雨降りの日でも客は傘なしで歩いている。各種

の土産物店がそのアーケードの中に店を並べている。ミラノの商店街はこれも有名な寺院に隣つてガラス屋根をもつ舗道の兩側に土産物店が並んでいる。観光國スイスの商店街は盡くアーケード商店街である。観光地の商店街はなるべくこう云う行き方をすべきである。観光客は買物に出掛けるのに傘など差して歩かなければならぬ所では面倒がるであろうし、それにアーケードだと、そこに土産物店がある事にきまつてしもうので、商店としても客を迎えるに都合がよいし、観光客としても買物に出掛けるに面倒でない。探すこともない。

ホテル専屬の土産物賣場もホテルの中にあるのだからアーケードと云つてよい。前の帝國ホテルはアーケード商店街を持つていて、土産物店及び旅行用品店が並んでいた。其の他のホテルではアーケードなど持たず、只ケースを一二本陳列していた程度であつたが、これからは一軒の店となる程度の陳列場が欲しい。ケース五六本から十本程度迄の土産物店である。ケースに限らぬ台でもよろしい。土産物によつてはガラスケースに入れず、裸の儘にした陳列が喜ばれるものである。

観光地の設備に伴う土産物店は、一店か二店の事であるからアーケードなどの必要はない。日本では茶店がこの役をしていた。アメリカには茶店などない。土産物だけ賣る店がある。ナイヤガラを瀧を見渡す展望の大きなガラスを持つた店では、ナイヤガラの大きな寫眞を額縁に入れて陳列していた。一弗五十仙で、注文すれば何處へでも送つてくれた。客が持歸るのではない。小包發達である。果物

の産地などへ行つても、注文すれば家にも友達にも親戚にも客車便で送つて貰えた。ハネデウメロンと云う素晴らしいおいしいメロンがあるが、サンフランシスコで注文すると船の中迄持つて来てくれる。チョコレートの盛籠なども、實に美しく飾つて船室まで持つて来てくれる。横濱ならそれをやつていたが、これからは何處からでも船宛に送れるようにしなければならぬ。

大都會のスヴェニアショップは今日既に各地にある。よく出来た店もあるが、大體に於て日本式の經營でアメリカ人向きでない。フランスのデパートの如きは外人と見ると必ず通譯店員がついてサービスに至らざるなしであるが、日本のスヴェニアショップにはそこ迄のサービスが出来ていない。店の入口か、ウインドウのガラスには English Spoken 位の事は書いて欲しい。それに店内のカウンターは客と店員と差向いになつて買物出来るように設備しなければならぬ。それでないとアメリカ人には買物しにくい。日本のやうに客の陳列を見ているうしろに立つて話しかけて居るような事ではアメリカ人は勝手悪くて買物出来ない。

土産物の商品

土産物の商品としては

一、異國趣味のもの

二、これ迄に見た事もない珍しいもの

三、實用的なもの

四、スグこわれないもの

五、價值のあるもの

六、プレゼントによいもの

七、手工的なもの

八、藝術的なもの

これ等を販賣基點とするものであつて欲しい。全部條件が揃わなくてもよい。大多數條件が整うようにあつて欲しい。

これ迄の觀光地の、小学校の生徒の修學旅行のお土産や、田舎の客の土産物程度の商品ではアメリカの客に満足の出来る買物は出来ない。玩具のような貝殻の指輪や、安物の眞珠のペンや、其の土地の景色を彫刻した木盆や、歸りがけにはもう手か足が取れてしまつて居るやうな郷土人形や、竹細工や羊羹や、飴の程度ではアメリカ人は物好きの外絶対に買物しない。まず今日の土産物の程度で、外人が買物するのは箱根の寄木細工か、漆塗の手文庫や菓子器、眞珠の首飾り、絹のハンカチーフ、七寶漆塗の萬年筆位のものである。

然らばどんな土産物を工夫すればよいか。それは既に本書を読んだ人にはその概念はお掴みになつて居るであらうが、とにかくもつと藝術的なものでなければならぬ。これ迄の生産は「安い」が第一條件であつた。子供や田舎の人、相手では當然であつた。併しこれからの観光客としての狙いはアメリカ人である。アメリカ人は決してパツバと金を使うワケではない。經濟觀念は日本人より遙かに進んでいる。併し観光に來ようと云う程の人達はアメリカでも圖抜けた階級である。それに旅の土産とあれば相當の買物をする。決して日本人の考へるやうに、金に糸目をつけず、値打も考えずに高いものを買ふものではない。どんな百萬長者でも、アメリカ人は買物する事はよく價值を判斷する。そう云う事を考えず、甘く見て、暴利を貪ると商賣は出来なくなる。とにかく一弗は何百圓であるから、アメリカ人には日本の品物は安く感じられよう。それでいて尙且つ「高い」と思わせるようであれば、それは暴利である。先達てからアメリカの觀光船は何度も入港したが、どうも暴利のものが多く、信念を與える事が出来なくて、賣り逃がしたと云う事であるが、残念な事である。高いのは構わない。藝術的な、價值のある、よいものでありさえすればアメリカ人は高くても買う。併し暴利と見たものは絶対買わない。かけ値を云うと思つたら絶対買わない。アメリカは世界一商賣の上手な、商賣の進んだ國である。今日かけ値を云うようなそんな舊式なやり方では絶対アメリカ人は買はわないのである。

セイロン島のコロンボにハツシムと云う寶石店がある。印度は寶石の出る國である。指環、首飾り、耳飾り、いろ／＼の寶石を賣つて居る。今はコロンボの商店街——コレもアーケード——の優秀な商店であるが、この店の主人公はもと船のデッキへ品物を並べて、航海の客に寶石を賣る商人であつた。小さな商人である。所がこの人は絶対に掛け値を云わない。寶石のような高價なものは誰しも値切るものである。それを絶対に負けないのである。その負けないのが却つて其の人の信用を高め、どの船でもハツシムはよく寶石を賣つた。そして後、船の商賣をやめて、商店街に店を持つようになつても、旅客は人から聽いてその店を信用し、どし／＼買物するのである。何千弗の買物をして一弗も負けない。固い店である。だから旅客は安心して買物し、ますます繁昌する。この心掛けを日本の土産物屋さん達も持たねばならぬと思う。さすれば何千弗のものを賣つても賣れる。決して安物に墮する必要はないものである。

藝術的なもの——職人のアタマで拵えたものでなく、藝術家、畫家や彫刻家等のアタマから出た立派なものを拵えて賣るべきである。機械が造つたものはアメリカに叶はない。手工的なものにアメリカは價值を見出す。刺繍等を喜ぶのはそれである。それに「何かの役に立つもの」であることは重要である。どんなに細かい仕事があつても、虚無僧が尺八を吹いたり、おかるが駕籠に乗つてかつがれていたり、只本箱の上えでも乗せて楽しんでると云つたような細工物はアメリカ人には向

かないのである。何かの實用になるものでなければならぬ。そしてそれは亦プレゼントにもなるものである。

珍しいものであることは大切な販賣基點である。「これが日本のお土産よ」と云つて家族に見せる時「ホホウ」と珍らしそうな目を輝かせるものでなくてはならない。勿論グロテスクのものは不可ぬ。布袋さんの置物を買つたは買つたが、船の中でもういやになつて海へ棄てしまつたと云う話もきいた。あのグロテスクな腹は決してよい感じのするものでない。だるまさんも同じ事が云えよう。刀を買つて歸つたが、それは本物ではなく、俳優の使うのをだまされて買つたのだと云う話がスターズ、アンド、ストライプス紙につていたが、如何にも日本の店にありそうな氣がする。インチキものを賣らないようにしなければならぬ。

日本畫なども賣れるが、只尺二尺六に書いたものでは不可ぬ。向うのは額に入れるのである。それを考へて、アメリカ人に向く風景や植物や人物を描いたものは賣れよう。

土産物の陳列

土産物の陳列に大切なことは説明カードである。観光客には始めて見る商品が澤山ある。お値段だけ書いてあるのでは買う氣持は起らない。説明を読んで始めて買いたくなる。例えば金蒔繪漆塗の菓

子器に

キャンデーの容器

この黒又は赤のラツカーは日本て漆塗と稱し、數十回の加工工程を経たもので、純金ラツカーを使用しております。

お土産に手頃です。

CANDEY BOX

The lacquered Wares,
black or red, nameb,
"URUSHI," in Japan, made
through 20 times and more
processes and used pure
gold lacquer

¥ 000.00

こんな風に、日本人には日本語で、外人には英文で、簡單に書いて置く。これをショーカードと云うが、字體も活字のようにキチンと綺麗に、美しく書かなければならぬ。商品によつては圖案など加えて一層引立つようにしなければならぬ。あらゆる商品にショーカードが必要である。

値段はその一群の商品が同じ價値であればそのショーカードに書入れてよいが、そうでない場合には商品個々にプライステットをつける。外人の嫌うのはこのプライステ

ケットの裏返りである。ウィンドウに飾つて置く場合、どうかすると同業者が値段を見に来る事を嫌つて、ワザと裏向にして置く。これは日本人の氣の小さいことを表すもので、アメリカの商店では見られない。ある店で三弗九十仙で賣るものを、隣の店で平氣に四弗で賣つている。まるで無神経のようである。が、近處の値段など氣にせず、堂々と商賣をやつて行くのが本當である。アメリカ人相

手の商賣ではそんな事のないようにしたい。

店の中に各種の商品を扱つている場合にはそれ／＼の陳列ケースの位置を表示するハンガアを用いなければならぬ。圖は刺繡ハンカチフ賣場のハンガアの一例である。こゝう云うのを幾つも作つて店に掲げるワケである。そう大きなものでなくてよい。店の大きさによく調和する大きさのものであればよろしい。併し仕事は看板屋さんの手を煩わさなければならぬ。

土産物の卸し業

以上は小賣の場合であるが、卸の方はどう云う風にするか。

- 一、各地の觀光協會に照會して土産物を扱う商店を調べる。
- 二、外人の宿泊するホテルを照會する。
- 三、商工會議所に照會してスヴェニアショップを調べる。
- 四、それ等へ直接手紙廣告を用いて宣傳する。
- 五、見本を請求させる。(料金を貰う。)
- 六、かくして注文を取る。

こゝう云う行き方をする。一般に旅行して廻つて注文を取る方法を用いるが、費用がかゝつてやりきれない。それならば寧ろ各地に特約販賣店を設けて、その特約販賣店から其の附近の土産物店の注文を取つて貰つてもよい。その特約販賣店は店を構えてじつ／＼としている店では不可なので、自轉車、電車、汽車で歩き廻つて注文を取る人でなくては不可なのである。

ショーカードやハンガアの如きはメーカーの方で印刷して送ると喜ばれる。喜ばれるばかりでなく、そうする事によつて自分の商品がどし／＼賣れる。品物を送つただけでは其の店の人達が販賣に努力してくれないと思つた方がいい。併しショーカードをこちらで拵えて送り、それを陳列に添えて貰うと、店の人達が左程努力してくれなくても賣れて行く。

凡て卸をやる人は、小賣店を自分の賣場のように考へるのである。品物を小賣店を自分で賣つて貰

うのではない。小賣店の店頭に、何尺平方かの場所を自分の商品のために提供して貰つて、そこを自分の商品の賣場と考えるのである。さすればメーカーの方に「賣ろう」と云う力がある。ショーカードも自分で作つて送るようになるのである。アメリカのメーカーは小賣店にこれ等のショーカードを送る事を忘れない。實に立派なショーカードをどしどし送る。

メーカーは卸をする場合に、小賣店に對して相當の利幅を用意しなければならない。戦前小賣店の利幅は二割を標準としていたが、今日では三割乃至三割三分となつてゐる。アメリカでは三割三分である。之は仕入原價に運賃を加えて、その半分を利幅にすればよいので簡單である。利幅は賣價の何割である。原價の何割ではない。賣價の三割三分は原價の五割に當る。だから便利上原價の五割を利幅と見るが、それは賣價に對して三割三分である事を常に解えて商賣をしなければならぬ。

その位の利幅を見得るようになければ小賣店は熱心に扱わない。二割など云つては思ふように扱つてはくれないから、その事をよく考へて賣價を決定し、卸して行かなければならぬ。

これからの
有望な輸出品とその賣り方



昭和二十三年十二月二十日印刷
昭和二十三年十二月二十五日發行
定價 百五拾円

著作者 清水正巳
發行者 東京都世田谷區成城町九〇〇 井上庄治 郎
印刷者 東京都澁谷區代々木西原町九一五 大橋芳雄
郵給元 東京都文京區久堅町一〇八
發行所 日本出版配給株式會社
東京都千代田區神田淡路町二ノ九
和 平 書 房
東京都澁谷區代々木西原町九一五
會員番号 A 二二三〇一五

共同印刷株式會社印刷

堂々新企畫 續々刊行

◆このれ 實際經營叢書

各卷B6判二〇〇—三〇〇頁
予定價各一三〇—一八〇円

清水正巳著

これからの有望な輸出品とその賣り方

B六
一五〇圓

—小資本で出来る小口輸出—

清水正巳著

これからの新商賣百題

—利潤百倍あの手この手—

清水正巳著

これからの新商品と販賣増加法

—賣上倍加の秘訣百話—

清水正巳著

これからの金儲け大福帳

—百發百中、新円洪水—

清水正巳著

これからの帳簿なし商店新會計法

—アメリカ式能率増進の實際—

清水正巳著

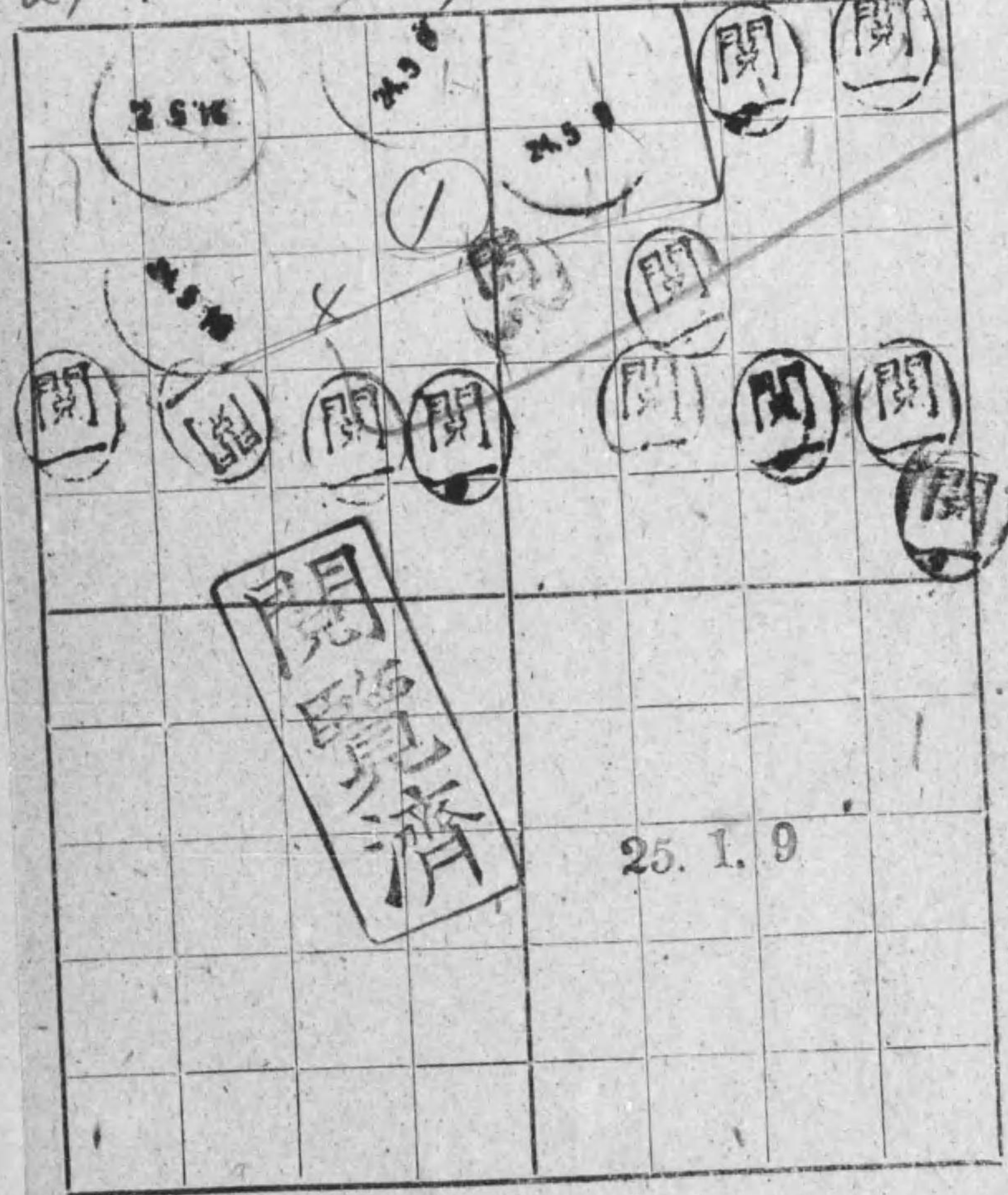
商賣繁昌覚え書

—古今商店盛衰の裏表—

26年 4月 19日

179

~~693~~



関山濟

25. 1. 9

終

