

49

市 濱 横
報 彙 工 商

號 十 二 第

行 發 月 五 年 五 十 正 大

廣告實務講習會講演集

◆販賣政策と廣告

明治大學商學部教授 中村茂男
東京商科大學講師

◆引札ポスター等印刷廣告の作り方

印刷雜誌社長 郡山幸男

◆新聞雜誌廣告に就て

慶應義塾大學教授 松野喜内

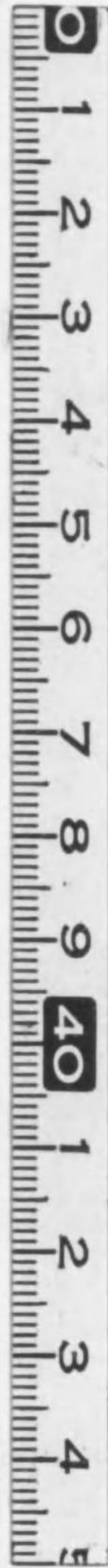
◆店頭店內の陳列の生かし方

明治大學教授 井關十二郎
實業界社長

纂 編 課 工 商 所 役 市 濱 横

(寫 膠 代 刷 印 以)

始



はしがき

經濟組織の幼稚な時代は知らず、現代に於て不
斷の販路の開拓擴張を必要とする時に當つて、
販賣能率の増進を圖るは、巧妙なる廣告に負ふ
處多きは言を俟ぬ次第である。

本市は此の見地から、商工業に従事する實務者
の指導啓發を圖るため、理論と實際とに亘り、
大正十四年十月十二日から十五日迄四日間、壽
小學校講堂に於て、廣告に關する實務講習會を
開催した。

右講習會は、毎日午後七時から二時間宛舉行し
選られた三百七十八名の聽講者は、毎夜熱心に
聽講せられた、講師は孰れも深い經驗と、蘊蓄
とを有する斯界の權威者で、演述する所極めて
適切、而も實際の肯綮に當れるを以て、聽衆に
多大の感銘を與へたことを信する、右講演會の
題目と講師は左の通りである。

販賣政策と廣告

明治大學商學部教授
東京商科大學校講師

中村茂男

引札ポスター等印刷廣告の作り方

印刷雜誌社長、郡山幸男

新聞雜誌廣告に就て

慶應義塾大學教授 松野喜内

店頭店内の陳列の生かし方

明治大學教授 井關十二郎
實業界社長

本編は以上各講師の講演速記を編纂上梓したも
のである、之により更に多數の實務者が裨益す
る處あれば、本市の最も本懐とする所以である

大正十五年五月

横濱市役所 商工課識

明治大學商學部教授
 東京商科大學講師
 中村茂男

販賣政策と廣告

明治大學商學部教授
 東京商科大學講師

中村茂男

本年も、御縁をもちまして、廣告に關した御話を申上げることになり、深く欣快を感じて居ります。さて、私に課せられた講話は「販賣政策としての廣告術」といふのであります。この題下に説くべき事柄は無數と謂つて可いほど澤山ありますから、廣い意味に取りますと、斯の講習會に於て講師達の述べらるゝこと全部を擧げて「販賣政策と廣告」といふ一つの題下に引つ括るゝことも出来ませう。併し、各講師それ〴〵に受持が分れて居りますから、私は、寧ろ與へられた時間内に、「販賣政策と廣告との關係」とでも謂ふべき、一般的な面かも根本的な事柄を申上げて置いて、私の講話が、他の講師達の御話に相成る技術その他實際方面の事柄の總説となる様に致したいと存じます。

先づ販賣政策といふ事から説明いたしませう。

日本では、一口に「販賣」と申してゐますが、試みに、商業の最も般賑を極めてゐる北米合衆國におきまして之に相當する言葉が、現在、何んな風であるかを調べてみまするに、ザット三種あります。第一に Selling、第二に Marketing、第三に Merchandising、これでありませう。順次に夫れ〴〵の意味を明かにして置

きませう。

まことに廣い意味を有つております。自己の持物を他人に譲渡して Money すなはち貨幣に換へると申しましたが、貨幣を有形な金銀銅貨や、有形な紙幣のみと心得てはなりません。米人フラシス・ウォーカー (Francis Walker) の主張した様に「貨幣とは貨幣の働き夫れ自らのことである」(Money is what money does) と心得ねばなりません。これを解り易く手取り早く解釋するならば、貨幣とは購買力である、とか、貨幣とは、財の所有権を動かす経済力である、とかいふことに成りませう。それでありますから、自己製品や仕入商品を相手に譲渡し、同時に、其代償として金銀銅貨紙幣を受取つた場合は、其硬貨や紙幣を仲介として購買力を受取つたのでありますから、無論、販賣が成り立つたのであります。また、持物の譲渡と同時に其代償として小切手、約手、爲替のやうな信用證券を受取つた場合も、斯うした信用證券は直ぐ硬貨や紙幣に換へることも出来、斯うした信用證券の他への譲渡を以て硬貨や紙幣の拂出に代へることも出来ますから、信用證券を仲介として購買力を受取つたのであります。随つて此場合も販賣が成り立つたのであります。尙また、持物の譲渡と同時に、其代償として、金銀銅貨や紙幣を受取らず、また、小切手、爲替、約手のやうな信用證券を受取らずとも、當店と相手方との約束により、他日相手から其代償を受取る様に取り決めが成り立てば、當方には、所謂賣掛債権が生じたのであつて、此債権を他へ譲渡すれば、金銀銅貨や紙幣の拂出に代へることが出来ます。即ち、掛賣の場合にも、當店は購買力を受取つたのであります。随つて、此場合にも販賣が成り立つたのであります。

以上の説明によりまして、現今、Selling といふ意味の販賣といふ言葉が表はす心持は御理解になつたと察します。斯うした販賣を、繼續して營むのが商人でありまして、商人でない者の販賣は一時的に過ぎませんが、苟くも販賣する人の受取るものは、購買力若しくは其れの代表物でありまして、其れは食へることも着ることも出来るものではありません。一度受取つた購買力を他に譲渡し、其代りに、食へること若しくは着ることも出来る財貨を受取り——即ち購買して——甫めて、その財貨を生活の資料に充てることになりす。斯の點は、昔の物々交換時代と痛く趣も異にしております。即ち、其時代には、自己の生活資料は、主として、自ら採取するか自ら製作するかによつて調達し、それで不足する場合には、自ら必要以上の餘分な採取または製作を行ひ、其を他に譲渡して、不足な生活資料に換へたのであります。現今の取引に於て、進んで好む所の生活資料を受取らうとする者は買手でありす、昔の取引に於て、進んで欲する所の生活資料を受取らうとしたものは賣手だつたのです。現在の露西亞語は、スラヴ語と希臘語とに由來するといふことですが、現今のスラヴ語の販賣とか商業とかいふ場合に使ふ Kupiti は、昔、交換によつて生活資料を取得するといふ場合に使つた Kupiti といふ語から變化したものであります。また、現時の獨逸語に於て、販賣するといふ場合には、ブエルカウフエン (Verkaufen) といひ、それから轉じて賣手をデア・ブエルコイファーといひ、購買するといふ場合にはカウフエン (kaufen) といひ、それから轉じて買手をデア・コイファーといふのは、至極尤もな事ですが、賣ること専門の商人のことをデア・カウフマン (Kaufmann) といひ、原語を分解すると買ふ人といふ意味となるのは不思議の様であります。けれども、これ等は先刻申上げた物々交換時代の名残りなのであります。昔はこれ位に止めまして、兎にも角にも、現在に於て Selling といふ意味の販賣は、前述の様に、自己の持物を他人に譲渡して購買力に換へること、を單純に指すと心得ていたれば先づ違ひは生じません。併し、商事としての Selling の意味および商學としての Selling の研究におさまして商人個々の利益が中心となり重要であつたことは明かであります。

2) Marketing と申すのは、日本に於ては分配と譯されたり、或は販賣と譯されたりしております。米國で出來た商業書の中にも、マーケティングといふ語の註として Distribution (分配) もしくは Selling (販賣) といふ語を挿んであるのを見受けます。けれども、マーケティングの定義として最も整つてゐるのはエドマンド・ブラウン博士が其著 Marketing といふ書物の初めに掲げた夫れで御座いませう。ブラウン博士によると、マーケティングといふ語は、財貨を消費者の手に歸せしめる爲めに直接必要な活動一切を引つ括めて指す、總稱であるといひ、博士の著述の目的から見ると「マーケティングは(商業的な種々の徑路によつて、生産者の手から消費者の手へ、財貨を移轉せしめる行程である)と定義することが出来る」

と云ふのであります。けれども、此マーケティングといふ言葉が、實務家や商業學者によつて盛に用ひらるゝ様になつたのは、マーケティングが一つの研究科目として認めらるゝ様になつてから以後のことでありまして、比較的新しいことでもあります。一千九百十四年に、ハーリー・テイツバア (Harry Tupper) といふ人が、一科の學問としてのマーケティングは、從來、實務家にも實業教育家にも、深く注意せられてはゐないが、部分的には、現に種々な方法で教育せられつゝある、と申しております。そして特に此言葉が注意せられ、盛に使用せらるゝ様になりましたのは、一千九百二十年と其翌年とに亘り北米合衆國の下院で、マーケティング・エンド・デストリビューションに就いて、詳細な調査を始めた頃から、其報告書を發表した以後に於てあります。マーケティングが斯の様に下院の重要問題となり一般の注意する所となりました理由は、詳しく述べてゐる譯に参りませんから、簡単に申上げることには致しませう。凡そ經濟問題を觀察するには、實業家に致せ、學者に致せ、各々二つの立脚地がありまし

て二様の觀方が生じます。すなはち、單一の企業といふ立場から、與へられた經濟問題を觀察するのが其一であり、一般社會全體といふ立場から、與へられた經濟問題を觀察するのが其二であります。ところが、各企業各商人は夫れ々一般社會の經濟組織の中に在る所の一單位一分子でありまして、社會經濟の裡に一役を勤めなければなりませんから、社會の全商業もしくは全産業と全消費者との關係を無視したり、看過しては個々の企業の職分や個々の商人の使命を十分に果すことが出来ません。世間には、企業は金儲けの爲めの企業であり、商人は金さへ儲ければ其れで可いといふ様な考を持つ人もありますが、企業によつて金を儲け、商人が利を殖すのは、其職分を盡し使命を果した報酬として、社會から市場を通じて金を受けるからであります。不正な生産者は労働者から搾取も致しませうし、不正な商人は嘘つき (Cheats) でもありませう。しかし、正しい生産者は、消費者の必要とする良き物を造り出し、正しい商人は消費者の必要とする良き物の、分量と場所と時期の三つの點で消費者に購買の便宜を圖る。そして其れ々消費者の爲めに盡した度合に應じ、其報酬として利益を受ける。すなはち他人を正しく生活せしめる爲めに盡し、自己も亦正しく生活する爲めの資料購入の購買力を受けるのであります。利他を手段として利己の目的を達するところの自他共存、これが實業家の理想であります。この理想を志せば、資本主義的經濟が漸次に圓滿な境地に達することになります。人智も道徳も程度の低い間は、愚人も出て悪人も出てませう。そのため、資本主義的經濟の缺點も目に立つ所がありますが、さればといつて、資本主義的經濟組織を破壊してみたところで、人智全からず、道徳完からぬ人間どもの寄り合ひでは、どうして、之れに代る完全な經濟組織を此世に齎らすことが出来ませう。資本主義は捨つべきではないが、併し、現前の事實として、生産者の供給と消費者の需要との間に投合おひ合ひの故障が

あつて、その事が生活問題として實に切迫した社會問題を成しております。そこで、生産者と消費者との間に於ける財貨の移動を圖る事、すなはち販賣者の職能に就いて深い注意が拂はれるやうになり、さてこそ、米國下院の問題ともなり、學界の問題ともなるに至つたのであります。随つて、マーケティングといふ意味の販賣は、片脚を公經濟に、片脚を私經濟の二股かけて、否寧ろ公經濟的立場から財物の賣買を観察するといつた傾向があります。

(3) Merchandising と申すのは、其解釋に異論がありません。「有効なる直接廣告」といふ書物の著書として諸君に親しみの深いロバート・ラムゼイ (Robert Ramsay) は其新著「建設的販賣」(Constructive Merchandising) としふ書物の初めに。

現今實業家の大多數が理解してゐる所を調べてみると、マーケティングといふ言葉は、販賣の五階段を適當に應用し、之に依つて、單なる見込を轉じて現實な顧客となすことを意味する

と斯様に申して居ります。販賣上の五階段 (The five steps in a sale) とは、第一段、相手の注意を惹く事、第二段、相手の興味を喚び起す事、第三段、相手の欲望を亢奮さす事、第四段、相手の不安疑惑を取り除く事、第五段、相手の購買行爲を策勵する事を指すので、諸君の既に御承知になつてゐる事柄とは想ひますが念の爲めに説明を加へて置きます。

第一段、注意を惹く事 (Step 1. Attract Attention) これは目の視覚と耳の聴覺とを刺戟して、人の心を一定の方向へ誘導する第一の手續でありまして、これを缺いては、販賣上の他の努力も無効であります。

第二段、興味を喚び起す事 (Step 2. Arouse Interest) 目もしくは耳を通じて相手の神經を刺戟しても、珍しいとか面白いとかいふ感情を喚び覺まさせなければ、折角の感管刺戟は無効に歸して仕舞ひます。し

かし又、同じ種類性質の感管刺戟が反覆され繼續されると、初めに喚び覺まされた感情が「中性感情」といつて無感情と同じ状態に變るものです。孔子家語の中にある有名な文言に

善人と居るは芝蘭の室に入るが如し、久しくして其香を聞かず、不善人と居るは鮑魚の肆に入るが如し、久しくして其臭を聞かず。

といふのがあります。交友の選擇に就いての訓言でありますが、これは誠によく感情の中性化を云ひ表はした言葉であります。廣告要領の中には必ず廣告の繼續といふ一項を加へることになつて居りますが、此中性感情の生ずることに考へ合はせますと、同じ廣告の繼續にも程合がありまして、程合を超えては何等の効果もないものになります。程合の好い繼續の後には趣向を變へることの必要が自ら明かになりませう。それと同様な理由で、初めに感管を刺戟し、次いで直ぐ有利な感情を喚び覺ましましたも其感情の中性化せない内に、次の心理作用を促せねば、切角の心づくしも無効となります。そこで、興味を喚び起すに續いて、商品の品質をよく知りたいといふやうな知識欲を誘ひ起す事が大切であります。

第三段、欲望を亢奮さす事 (Step 3. Excite Desire) それは言ひ換へますと欲望を煽動する事です。現に多少とも起きてゐる欲望を強烈に煽ることも、現に少しも起きてゐない欲望を煽ぎたてることも、總て之に含まつております。しかしこゝにいふ欲望は、商品が欲しいなあといふ欲望でありますから、さういふ欲望が起るには、先づ其商品たる品物を持ち合はせてゐない爲めに、生活上何等かの不自由不足を感ずる心の動きが生じなければなりません。前段の興味を喚び起すこと、欲望を亢奮さす事と次の不安疑惑を取り除く事との間には何とも言ひ難い微妙な關係があるのであります。

第四段、不安疑惑を取り除く事 (Step 4. Satisfy Caution) 商品の品質に就いて、果して確實であるか果して大丈夫であるか、或は信じた事を裏切られるやうな事はありやせぬか、といふ不安な心持を相手の胸から一掃して得心の行くやうに理解させる事を謂つたのであります。

こゝで一寸申上げておきます。興味を喚び起し次で、商品の品質を知らうとする心理作用を誘ふのは悪い事でありませんが、興味を喚び起し、次で直ぐ後に、理智的判断を促すよりも、欲望を亢奮さす方が販賣術としては巧妙なものであります。そして欲しいといふ心掛の一たび動いた後に於て、品物の品質に裏切られはせまいかといふ疑惑、若くは品質に就いての知識欲を起さすやうに相手の心理作用を誘くと、其疑惑や不安を取り除く事は太だ容易であり、品質に就いての説明に得心させる事も太だ簡単に行くのであります。

第五段、購買行為を策勵する事 (Step 5. Incite Action) いよゝゝ相手方に購買の決心をさせ、財布の紐を解かせ、或は取引の約定をさせる事でありまして、茲に販賣が完了するのであります。

以上を以て、ロバート・ラムゼイが、調べた輿論通説といふやうなもの、説明を終わりましたが、併しマアチャングダイジングといふ言葉は極めて近く流行したのでありますから、三四種の異つた意見をも述べて御参考に供へませう。

ハアバート・ヘッス (Herbert Hess) 教授によりますと

「手續手順としてのマアチャングダイジングは、販賣政策から數歩進んだ先きの、經濟活動としての廣告とセールスマンシップとを包括したものでなくばならぬ。」といひ
ラルフ・バースタウ (Ralph Barstow) 氏によりますと

「マアチャングダイジングとは、商品の適合性を以て相手方を得心させ、購買を決行させることである」といひ、

ウォアレン・ウッドワード (Warren Woodward) 及ジョージ・フレデリック (George Frederick) によりますと

「販賣取引が完了した後、本當のセールスマンシップ即ちマアチャングダイジングが始まらねばならぬ唯だ商品が賣れるに止まらず、營業建設勞務が賣れなければならぬ」といつて、商品の品質確實で、顧客の期待を裏切る事なく、家聲信用を博することの重要を主張し、此外に

「マアチャングダイジングは、暖簾をば、個々の消費者への商品販賣といふことに結晶せしめる所の活動である」といふのもあります。

かく、マアチャングダイジングといふ言葉の意味に就いて、異説は區々様々であります。先刻申上げた如くに、北米の學究や實業家の大多數が「販賣の五階段を適當に應用し、之に依つて單なる見込を轉じて現實な顧客となすこと」を以てマアチャングダイジングであるを理解してゐると致しますと、此言葉は、マーケティングとは聊か趣味を異にし、各企業各商人といふ立場を重く視、その立場から販賣を観察したものであることが御判りになりませう。

以上を以て、販賣といふ日本語に相當する米國の重要語三種の説明を終わりましたが、この説明から私どもは販賣といふ思想の重要な變遷を見逃してはなりません。即ち、初めには Selling といふ廣い單純な意味を持つ言葉を以て乍ら、商事の觀方に於て、常に、個々の企業、個々の商人の利益を中心としてゐたのであります。それに次いで、社會全般の利益を中心として販賣を観るに至つて Marketing といふ言葉を用ひ出し

再び、個々の企業、個々の商人利益を中心として観るに至つて Merchandising といふ言葉を使ひ出したものであります。この有様は、恰も時計の振子が、一方から他方へ運動し、再び舊位置へ向つて回歸運動をしたのに比することが出来ませう。個人思想から社會思想へ、社會思想から再び個人思想へ、思想上一種の反動運動とも觀られませう。しかし乍ら、Merchandising 時代に於ける企業中心の思想は、果して Selling 時代に於ける企業中心の思想と内容性質が同じでありませうか。等しく、企業中心の販賣と申しても、兩者の内容は格段の差があります。先刻 Marketing に關聯して申上げた様に、商業は、利他を手段とし利己を目的とする所の販賣業であると、生活必需品を生産者の手から消費者の手に移轉させるといふ重大な職分使命を果すことにより、報酬として適正な購買力を取得する營業であることの深い自覺の下に、自他共存の一路を辿り進まんとする處に Merchandising の特色があるのでして、Selling 時代には其自覺がなく、自他共存の思想が極めて薄弱むしろ利己一方であつたのです。

次に政策といふ事を御話いたします。

凡そ經濟といふことは、一定の計劃と方針とを豫め準備して置いて、其れを秩序的に組織的に繰り反へす經濟行爲を引つ括るめて指す言葉であります。商業も亦經濟でありますから、一定の計劃と方針とが無ければなりません。マアチャンドンダイジングといふ意味の販賣に就いても亦同然であります、そこで販賣に就ての一定の計劃とか方針とかいふことを商事研究及實務上、何といふかを調べてみますると、これも商業の最も殷盛を極むる北米合衆國に於て、ポリシイ Policy もしくはストラツタイヂイ Strategy といふ言葉を使つて居ります。尤も此言葉を、アッシュリー (Ashley) 教授などの如くに經營の意味で用ひる人もありますが、現今米國

では販賣の方針とか計劃とかいふ場合には、ポリシイとかストラツタイヂイとかいふ普通の慣はしであります。私の講習題目の中にある政策といふ言葉も案ずるに此言葉の翻譯に過ぎませぬ。御参考のためにロバート・ラムゼイの説を申上げてみませう。彼れによりますると、

ストラツタイヂイとは、一定の目的を達成するための公正な方略である。販賣政策に於て一定の目的とする所は賣上高の増進である。

といふことになりませぬ。また、
ポリシイとは、一定の目的を達成する一定の行動方針である。販賣政策に於て、一定の目的とする所は賣上高の増進である。

といふことになりませぬ。

販賣政策といふ場合の政策といふ言葉の意味はこれで充分でありまして、これ以上に様々な異説などを申上げる必要も有るまいと存じます。

以上の御話によりまして、最近の販賣政策すなはち Merchandising の Policy もしくは Strategy といふ言葉の意味は御理解になつたと察しますが、一體、さうした販賣政策といふものは如何様にして定めるものであるか、其れを少しく述べませう。

現今、もつとも進歩した商人、文明的商人と呼ばれる、丈けの資格あるものは、決して盲目滅法に無算當な商業を営むのではありません。一度は必ず算盤の桁を渡つた豫算に準據するのであります。國家の財政に豫算のあることや家の活計に豫算を建てることは、世間に周知知られて居りまするが、商工その他の企業に立

派な豫算を建て得る事および其れの重要な事は、日本に於て廣くは理解せられて居りません。ところが、北米のニューイングランドには過去二十五年間に亘り企業豫算組織を採用して確實優秀な成績を擧げてゐる會社があります。アメリカン・ライティング・ペーパー會社にせよ、フード護謨製品會社にせよ、豫算組織で成功した模様を或る程度まで公表するほどになつて居ります。それ等の豫算の建て方は一體何を根本基礎とするかと申すに、將來一年間の製品または轉賣品の總賣上分量、總賣上品の金高でなしに總賣上品の分量を成る可く精密に彈き出すことが其第一歩とせられております。今こゝで申上げようとする販賣政策の建て方におきましても、亦將來一年間の總賣上品の分量を彈き出すといふことが大切なのであります。

御話を進めるに都合の好いやうに、初めて販賣業を営む人のことを姑く抜きにいたしました。現に或る種の商品を販賣しつゝある人を例に採つて見ませう。その人が向う一年間の販賣政策を建てると致しますと、第一に、自己の製作する品物もしくは轉賣品の効用、品質に就いて十二分な智識を持つことが大切であります。斯く申すと、斯んなことを善くも知らないのである商人が居るものかといふ人もありませうが、自己の製作したり轉賣したりする品物の効用品質を十二分に理解するといふことは、其實、仲々容易な業ではありません。これは、自己の製品や轉賣品の固有の性能すなはち内在價值 (Intrinsic Value) の吟味問題でありまして、内在價值の如何はしい物は、如何なる販賣政策、如何なる販賣術によりまして、其外附價值 (Extrinsic Value) を永く保たすこと不能でありますから、内在價值吟味の問題は實に販賣の根本となる事柄であります。自己の製作品や轉賣品の効用品質に就いての充分な研究は、競争品代用品効用品質を吟味することを含んでゐる許りではなく、進んで、自己の製品や轉賣品、および競争品代用品が將來に於ける改良の餘地を有つてゐるか、何うか改良し得らるゝならば、如何様に改良せらるゝであらうか、改良し得ないならば、該

製品轉賣品の市場に保つべき壽命は何程つゞくであらうか、といふやうな事柄の精査研究をも含んで居るのであります。斯うした第一の根本問題を等閑に附したために、驅け出しの製造家や新商店に壓倒せられ、名高い製造元や老舗が没落して行く光景はお互の眼前に日々展開せられておるのであります。

第二に、自己の製品や轉賣品は如何なる人の役に立つべきか、其點を十二分に研究する事が大切であります。それに就きましたは、先づ、男女の差、老若の別、生活慣習の相違、智識好尚の差異などに従つて調査を進める事が必要であります。

第三に、自己の製品の總原價もしくは自己の轉賣品の總原價、即ち賣價から販賣利益となるべき金額を差引いた殘額を成るべく精細に計算して、例の目の子算用を大の禁物とすることが大切であります。取りも直さず、入念な原費計算 (Cost Accounting) が必要であります。これに就きましたは、私の専門學科ですから申上げたい事が澤山ありますが、こゝでは心行く許りに申上げる事も出来ませんから割愛しますが、一體、品物の効用を善く理解し、又それを消費したいと熱望し乍らも、當人の購買力が豊かでない爲めに、買ひ取ることの出来ない人、買へば買へぬ事もないが買ふ事を差し控へる人、斯うした人が、殆んど孰れの品物に就いても、澤山ありますから、原費の吟味が不充分であります。損益の計算は勿論、次に陳べる事柄の調査が不可能と相成ります。本來は、自己の製品や轉賣品の原費と共に競争品代用品の原費の吟味も大切にありますが、米國などの如くに、同業組合や商業會議所や其他いろ／＼の機關が發達して此方面の事柄の公開發表せらるゝ國に於ては、兎も角も、目下の日本の如うな情態では他の店の眞實の原費計算なんか到底調査の途が無いと謂つて宜しいのですから、茲では特に擧げなかつたのであります。各企業各商人が、堂々と之を發表すれば、却つて各自の利益となるのですが、何うも情けない次第であります。

第四に、自己の製品もしくは自己の轉賣品と其競争品代用品とを比較して、効用品質の點に於ては同等であり乍ら、消費者の負担すなはち賣り値に消費者の購入諸掛りを加へた金額に於て、當店の品物を買つた方が廉く、而かも當店では結構引合ふか、或は、競争品代用品よりも勝れた効用品質を有する自己の製品もしくは轉賣品をば、消費者の負担に於て孰れを買つても均等になる様に賣捌いても、當店では結構引き合ふか、此等二つの内いづれかに叶ふ所の地域を精査する事が大切であります。これが當店の公正なる販賣の可能な地域であります。これには、交通運輸の問題が絡まるのは勿論です。

第五に、右の如うな公正なる販賣の可能な地域 (Fair merchandising territory) 内に住居する人々の内、其生活費 (Living Cost) の一部として、當店の製品もしくは商品の代價を支拂ふことの出来るだけの購買力ある人々の員數を調べる。次に、其人々の内、男女、老若、生活慣習、智識好尚などの點に照して、當店の品物を利用すべき人々の員數を計算することが大切であります。この人數こそは販賣術によつて、當店販賣品の消費者たらしめ得る人數の最大限度でありまして、當店の品物の可能消費者人員であります。

第六に、毎一人一年間に消費すべき當店の製品もしくは轉賣品の平均分量に、右の可能消費者人員を乗じて、求め得る數は、即ち、當店一年間の可能販賣品總量 (Possible Volume per year) でありまして、其れこそ企業豫算の根本であると同時に、其他一切の販賣關係事項の根本ともなるのであります。

第七に、右の如うな一年間の可能販賣品總量をば、販賣員賣價に掛けて求め得る金額は、即ち、一年間の賣上總額 (Total Sales) の最大限度を示すことになりす。

以上を御話し致した事柄は、景氣不景氣その他公私の經濟事情やそれ以外の社會の事情等で、大小いろ／＼

の影響を被むること勿論でありますが、併し、販賣政策を打ち建てるには、必ず考慮すべき最も重要な事柄であります。そして、以上の御話は、間接に販賣廣告が如何様にあるべきかを語つたことに相成ります。諸君も先刻御承知の通り、販賣には費用が係ります。販賣費用の内には當然廣告費が包括されます。その費用を最も有効に使用することの大切な事は申すまでもありませんが、それに附きまして、廣告費にせよ廣告技術にせよ、其れの使用や、其れの苦心は、確實な効用品質を具へた製品もしくは轉賣品をば、公正な價格に於て、公正なる販賣可能な地域に於て、可能の消費者もしくは購買者を相手に販賣する場合に於て、最も善く効を奏し、最も多く報いらるゝといふ事を確乎と信じなければなりません。この信念に基いた販賣活動廣告宣傳でありますならば、其効果は永續的であり、集積的となり、暖簾家聲を高め、營業の隆盛は永續的でありまして、曩に申したウォアレン・ウッドワード及びジョージ・フレデリックの所謂「唯だ商品が賣れるに止まらず、營業建設勞務が賣れ」販賣取引が完了した後には、本當のセールズマンシップ即ちマーチャンダイジングが始まる」ことに相成ります。如何はしい品質の商品をば、公正なる販賣不可能の地域に於て、不可能の消費者もしくは購買者を相手に販賣せんとするのは、販賣地域、消費者に就ての單なる蓋然 (Probabilities) によつて、廣告費を徒消し廣告術を濫用することになります。偶ま其蓋然が圖に當りまして、早晩化けの皮が剝落して、營業の建設は思ひも寄らぬ問題となつて仕舞ひます。

私は最初にも申上げて置きました通り、實際の技術方面に就いては御話いたしません。効用、品質の確實な製品もしくは轉賣品をば、公正な價格に於て、公正な販賣可能な地域に於て、可能の消費者相手に販賣せんとするとき、相手の、男女、老若、慣習、智識、好尚等に相應な販賣術、就中、廣告術を適用することに就きましては、總論的にも詳論的にも申上げたい事柄が澤山に御座います。今宵はこれ位の御話に止

めて置きます。

終りに、興味の餘り豊かでない理論的な、私の講述を静聴して下さつた事を感謝する旨を申上げて結びと致します。(完)

引札ポスター等印刷廣告の作り方

印刷雜誌社長 郡山 幸男

印刷廣告

此御催しに付きまして先般井關十二郎氏から私に何か印刷のことに付て御話をせよと云ふやうなことで御受けを致しましたが、其後段々交渉致して居ります中に、廣告の方面にも這入つて來なければならぬやうに感じました。そこで私は最初主に素人の方……と申上げると甚だ語弊がありますが、印刷のことに素人の方に印刷のお話をしやうと考へて其通りの準備を致したのであります。然るに廣告に引きつけてお話しねばならぬことになりますと、少し考へを變へなければならぬとも思つたのであります。併しながら此短かい時間の間に、印刷廣告の全般に亘る御話をすることは非常に無理でございます。故に一番後迄印象に残つて、さうして爲になりさうなことをお話ししたい。それには矢張り印刷の方を主としてお話しした方が一番要領よく頭に残りはないかと云ふ考を持つて居るのでございます。けれども此印刷と申しましたも中々範圍が廣うございますから、之を一時間や二時間で駆け通りに申しますのは困難でもあり、餘り効果が無いやうに思ひますので、成るべくポスターや引札をお作りになります時の御參考になる部分だけをお話して見たいと思ひます。

印刷廣告の定義

此印刷と廣告の關係を考へて見ますのに、よく西洋人の書ききました……殊に亞米利加人の書ききました廣告

の書物を見ますと、廣告の定義を色々に下して居りますが、其中に一つ印象的な言葉がございます。それは printed form of salesman 「印刷の形になつた販賣人」是が廣告の定義だと言ふのであります。是は面白い言葉であります。salesman と云ふのは店に居るものや、地方に出まして販賣を致す人のことでもあります。「廣告と云ふものは印刷の形になつた salesman だ」是は誠に意味深長な言葉であらうと思ひます。廣告と云ふものは此考を眞つ正直に持つて行つたならば間違がないやうに思ひます。又或る人は廣告を定義して「ある提供を印刷に依つて世人に示し、それに向つて或る働きを求むること」であると言つて居りますが、何れにしましても廣告を餘り廣義に解しない限り、印刷と云ふことになつて參るだらうと思ひます。新聞廣告も印刷物であり、引札ポスターも印刷であると言ふやうな譯で、印刷なしには殆ど廣告が出来ないかも知れませぬ。で印刷の方から廣告を研究爲さうと云ふ御考は非常に宜しいと思ひます。

産業上の地位

話が脇に外れますが、現在印刷と云ふものは、産業上どう云ふ地位を占めて居るかと言ふことを申し上げて置く必要があるやうに思ひます。是も長くは申し上げませぬが、大正十二年の調で日本全國で約一億二千万圓の年産額があつたと云ふこととあります。外國では亞米利加で約五十億弗と稱して居ります。日本の金に換算しますと百億圓、さうしますと現在日本では亞米利加の百分の一の印刷だけしかして居ないと云ふことになりす。印刷物の貿易上の地位をもう少し申しますと自然獨逸のことになりす。印刷も獨逸が技術上の本場でございます。非常に我々も負ふ所がある譯でございます。是が戦争前に埃太利洪牙利に出して居りました物だけでも、一年に一千萬圓位あつたと云ふこととあります。それから獨逸からは英吉利へ

殊に露西亞へは盛に這入つて居たのであります。印刷の産業上に於ける地位に付てのお話は是で終りでございます。

そこで今晚は私は二つの話を大體申し上げたいと思ひます。第一は此引札やポスターと云ふやうな廣告物を作るに必要な印刷の話を申し上げ、第二に他の印刷物と廣告印刷物との違ひ、廣告印刷物はどう云ふことが必要かと云ふこととあります。此二つのことを成るべく理窟に立入らずに申し上げます。

印刷物の分類

それで印刷術の梗概を大體申し上げますれば……素人がちよつと見ましたならば何がどうなつて居るのやら分らないやうな澤山な印刷の種類がありますが、大體三つに分けることが出来ます。

(寫眞法を利用せざるもの)

(寫眞法を利用するもの)

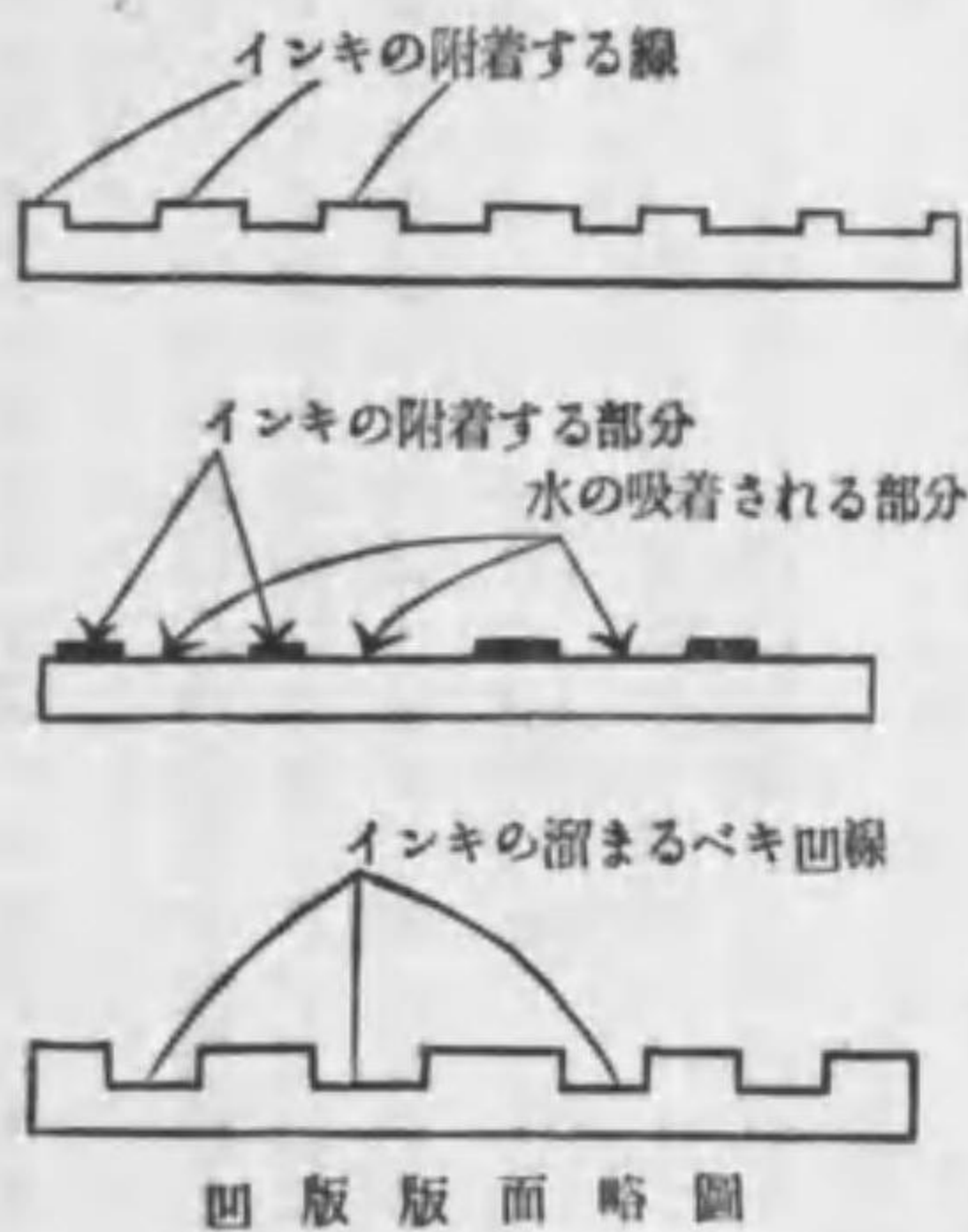
印刷法の	
凸版	平版
活版 木版 電版 紙版	石版 鋅版 アルミ
氣版 氣版 氣版	オフセット
寫眞網目版	コロタイプ
ジンク腐蝕凸版	H B 法
三色版等	パシスト法等

分類

彫刻法によるもの

クラヴェア
ロトグラヴェア

第一は凸版、第二は平版、第三は凹版、總ての印刷は殆ど全部が此三つの中に這入つて參ります。凸版と言ふのは線が持上つて居るのであります。其線にインキが付き、それに紙が當り紙がインキを取るものであります。それです。此凸版に屬するものは、新聞、書籍、雜誌の如きものを刷る活版、新聞の中に這入つて居ります。寫真版、俗に申す寫真網目版、それから廣告の繪などに使ひます木版、寫真をトタン板に燒付け



腐蝕法によりて製版したジंक凸版、それから木版やジंक凸版を電鍍法によつて複製した電氣版などもあります。又新聞雜誌など多數のものを刷ります時には組みました版を紙型に取りまして、鉛を流し込んで鉛版を作ります。之れも凸版です。更に又た三色版は雜誌の口繪等にあるものですが、之れは三つの色を以て總ての色を出すものでございます。之れも凸版の部類です。平版と云ふのは印刷する所の線が高くも低くもない、全く平面になつて居ります。凸版の斷面と平版の斷面想像圖を示します。平版といふのは、石版印刷の別名であつまして、獨逸のゾレンホーフェンといふ所のみ産する石の面に油性のインキでものを描

きますと、その部分がぬみこまします。さうして、之れに燐ゴム液を塗りますと油性インキ以外の部分は水を吸着してインキを受けない性質になつてしましますから、版に凸線がなくとも印刷が出来るのであります。一番よいのは、右の通り石版石を使ふ事でありませうけれども石は大變高價で非常に重い物でありますから、此頃では石を使はずにトタン板、アルミニウム板等の金屬板を使つて居ります。故に名は石版でありながら用ひます物は金屬板でありますから、之を金屬板とも言ひますが、それよりも平版と言ふ方が適當です。それから次にありますのが凹版であります。凹版と云ふのはこれは凸版と反對に斯う線が引込んで居ります。この版に一面にインキを與へまして、凸出した所のインキを取つて了ふと、此凹んだ中だけにインキが残ります。それを上から紙を置いて刷りますとインキが紙に付きます。ですから凹版で作りました印刷物は紙の上にインキが高くなつて付いて居ります。

印刷の方式と活字

大體印刷の方式と云ふものは三つの方式の中に這入ります。此三つの方式の大體を申し上げますと印刷と云ふことがお分りになるのであります。是れから三つの方式を少し詳しく申し上げます。

先づ一番普通に使ひます凸版の方から申上げて行きます。凸版の一番代表的なものは活版であります。是は何れも御承知の通りであります。一體文字は幾ら程あるかと申しますと五萬近くあるさうですが、其の中から殆ど使はない、嘗つて誰も使つたことも無いやうな字が四萬ある。さうしますと一萬残りませうが、其一万の中、十年位前迄の人達が使つた字が約六千位ありますが、今日では四千の文字があれば先づ間に合ふやうになつて居りますけれども、それでも多いので、文部省あたりでも色々研究いたしまして、今日では三千字

ばかりあれば、新聞社でも一向差支ない譯になつて居ります。此三千字の活字は皆一本々々文字になつて居り鉛の版になつて居ります。それを色々に組合はして印刷が出来て行く譯であります。それで詰り普通の活版屋にありますのは凡そ五千位の文字でありまして、一つの字に百あるのもありますし五十のも三十のも二十のもあります。此活版に付て我々は第一に考へますことは大きさのことであります。

初號活字

壹	號	活	字
貳	號	活	字
參	號	活	字
四	號	活	字
五	號	活	字
六	號	活	字
七	號	活	字

活版にはどう云ふ大きさの種類があるかと申しますと、大きさの測り方に二通りございます。一つは舊式の方法、一つはポイント式であります。一番大きいのが初號、それから壹號、貳號、參號、四號、五號、六號、七號まで八種あります。七號活字は漢字は餘り無いのであります。僅かに皆様の御用ゐになる名刺の所番地に使つてある位であとは振假名の代用に致しますが、此七號と云ふ活字が西洋のルビーと云ふ活字と同じ大きさであるので假名を付けることをルビーを振ると云ふことを言つて居ります。新聞社などでルビーが付くか付かぬかと云ふことは假名を付けるか付かぬかと云ふことで、それは七號を指すのであります。

新聞雜誌で使ひますのは明朝活字であります。是は支那の明朝の頃に出来た書體といふ意味であります。併ながら此字だけでは具合が悪いので、ゴシック體といふのがあります。その次に清朝と云ふ活字でありますけれども、斯う云ふのは數の少ないものです。清朝は名刺や少し殿めしいやうな文字の必要な時に使ひますが非常に數の少ないものであります。一體に文字は明瞭と云ふことが最も必要とする所でございます爲に、最も明瞭な明朝を主として使ひます。

ポイント式

今度はポイント式のお話を申し上げます。よく皆さんは「是は舊活字で組まないで、ポイントで組んでくれ」と云ふやうなお話を聞かれること、思ひます。大抵の人は、ポイントと云ふのは、小さい活字のことを言ふのだと思つて居られるやうに思ひますが、それは間違つて居ります。ポイントと言つても大小があります。一體ポイントと云ふのは活字を計ります尺度でございます。是には亞米利加から流行りましたものと、歐洲から流行つて来たものと二種ございます。日本では亞米利加との交渉が多いので、亞米利加式を採用して居ます。さて亞米利加でも初め活字の大小を計る尺度がございませぬでしたので、あちこちの色々の大きさの活字が混雜して、非常に困難したのであります。それで何處で作つたのも同じにしやうと企てたのがポイントの起りでありました。五十年ばかり前シカゴのマダールと云ふ活字製造會社が火災にかゝりましたの

明朝	書體
清朝	書體
角ゴチ	ツク
丸ゴチ	ツク

で此際活字の度盛りを拵へやうと云ふことになつたのであります。その改正案といふのは、亞米利加で一番使ふバイガと云ふ活字を六本集めると一時近くなるから、七十二で割らうぢやないかと云ふことになつたのであります。即ち一バイガを十二に割る、さうすると一時を七十二で割つた位になる。さうして此一つをワゴンポイントにしようぢやないか、さうすると先づ何處へ行つても同じやうになるから……と云ふやうなことから決つたのであります。何故斯う云ふ七十二と云ふ數字にしたかと申しますと、七十二と云ふ數は十二でも六でも四でも三でも割りきれないので、組合せの都合が好いからといふのであります。實際バイカを六つ並べて見ますと一時に少し足りないであります。それでそれが足らなければ足らないで一時を七十二に割つたものを一ポイントにしたら宜かつたのであります。其所には矢張り實際家と云ふものがありまして、さう云ふことをすれば、今あちらこちらで持つて居るバイガが使へなくなると云ふやうなことから、一時を七十二に割らずに、やはりバイカを六つ並べたものを七十二で割つたものを一ポイントとすると云ふことになつたのであります。でありますけれども實際諸君の觀念と致しましては「一ポイントは一時を七十二に割つた一つ位のものだ」といふのが一番分りいゝので、丁度針の先で衝いたものであります。日本では東京築地活版所の社長故野村宗十郎氏が一番初めに作つたのが九ポイント活字で、段々新聞社が之を用ひるやうになりました、殊に大阪毎日新聞が一番早く之を用ひました。

ポイント活字と廣告料

その中に新聞社では段々記事が殖えるのみならず、廣告の収入も殖やさなければならぬ關係から、字を

小さくすることを考へたのであります。廣告料は一行壹圓、一行五拾錢と云ふやうに行で數へますから、文字を小さくしても同じ値段であるから、活字を小さくしやうと云ふので、九ポイントが八ポイントになり七ポイント七分五厘といふ様な煩はしい大きさになりました。所が是でもまだ大きいと云ふので七ポイント半までになり、一部分に七ポイント二分五厘といふ様なきまりの悪い文字迄使つて居りますけれども、どの新聞でも中々そんなに變へられませぬから、或る地方新聞では今以て九ポイントを使つて一行に於ける字を減らしたりして間に合はして居ります。「九ポイント」では新聞一行が十五字詰となり、一頁が十一段になります。併し新聞には半頁廣告が這入りますから、十一段の半分五段半と云ふ廣告が出来て困りますから十二段にしなければ具合が悪いのです。七半ポイント活字を使ひますと、十五字詰の十二段で半頁廣告が取り易くなります。故に一行の字詰は斯う云ふ所から來たものだと思います。

以上で、活字の書體は明朝が普通で、角ゴテツク、丸ゴテツク、名刺などに時々使ふやうな清朝と云ふ文字があること即ち書體のこと、それから大きさのこと、ポイント活字のことなどを大體申上げたやうに思ひます。

歐文活字

其次には西洋の活字をお使になることもあると思ひますから、此處に西洋活字の刷つた物を見本に持つて参りましたから御覽を願ひます。(歐文ジョツプタイプ見本)

歐文ジョブタイプ見本

チュルテンハム、インライン

BILL OF FARE
Coffee and Tea

エングレベース、ボールド

GENERAL REDUCTION
ORNAMENTS TYPES

ペン、ブリック

ARCHITECTURAL EDUCATOR
The Greatest Performer Showed

エングレベース、シェーデッド

HORDE MONEY

ライト、リソ、ゴシック

LARGER DIVIDEND TO
Pleasing Attractive Book

ローヤル、スクリプト

Monday, November Twenty-third

カード、マーカントイル

ROPES BUCK

デザイン

MOUNTING ORCHIDS TO
A Gossip from Beautyland

チュルテンハム、ボールド

WHAT TIME DO YOU GO
to your office in the morning

ライニング、クッキング

FINE PRINTING PROFIT-
able Attractive Printing Always

チュルテンハム、ボールド、コンデンスド

GUIDE HUNTER NUMEROUS SPORTSMEN
take advantage of the remaining deer

ウエディング、テキスト

Standard Printing Plants Beaut-
tiful and Artistic Lettering Plain

タイポ、アップライト

Editors Condemn Sensational Story
Mexican Journalist Questioned Young

コンデンスド、コムストック

SOLITUDE LOVER COMMUNE

是は多くは商用印刷物をお作りになる方々に適切な活字を集めて参つたのであります。さう云ふ印刷物のことをジョブ (Job) と言ひます。端物印刷とも申します。是は亞米利加の活字でありましてそれを日本に輸入して来たものであります。斯う云ふような活字には色々勝手な名前が付けてあります。歐文活字の大小はどうしたら分るか、是にも矢張り古いものと新しいのと二つございます。日本の活字は字が正四角になつて居りますが、歐文は非常に狭いもの、廣いもの、上に長いもの、下に長いものなどがあります、例へば I と云ふ字はこんなに狭い。M と云ふ字は廣い。h と云ふ字は上に出てる。Y と云ふ字は下に出張つて居ります。故に歐文の大小は文字の天地の大きさの事で、横幅には関係ないのであります。さうして、實際活字の大きさを、文字の大きさは小さくなつて居ます。さうでなければ、上や下に伸びた文字が、這入りきれないからであります。

頻繁に使用される活字

さて歐文活字で最も餘計使はれる大きさは、スモールパイカ (small pica) で、丁度日本の五號活字位に相當します。このパイカの上にイングリッシュ (English) と云ふのがあります。それとスモールパイカより少し大きいパイカ、大抵此三つが普通の標準になりまして、之を二倍するとか四倍するとか云ふやうになりましてそれでダブルパイカ (double pica) 重なるからダブルでありまして、パイカの二倍と云ふことであります。或は two line pica 即ち二行パイカ、それから two line small pica と云ふやうになります。是は大抵の方はさう云ふことは御存じでないでせうから、印刷物を作る時に他の物に比べまして、印刷所に「是でやれ」と云

ふ風に御命じになつた方が宜いと思ひます。是がスモールバイカ、是がプレビアと云ふやうなことは實際目で見ても分らないものであります。ですから大抵他の印刷物を見本に御出しになるが一番宜しいのです。日本の字だけはさう云ふことでなしに、少し器用にやらうと云ふ人は原稿を書いたならば赤インキで此處は一號此は六號、假名を振る所は「ルビ付き」と云ふやうになさなければなりません。

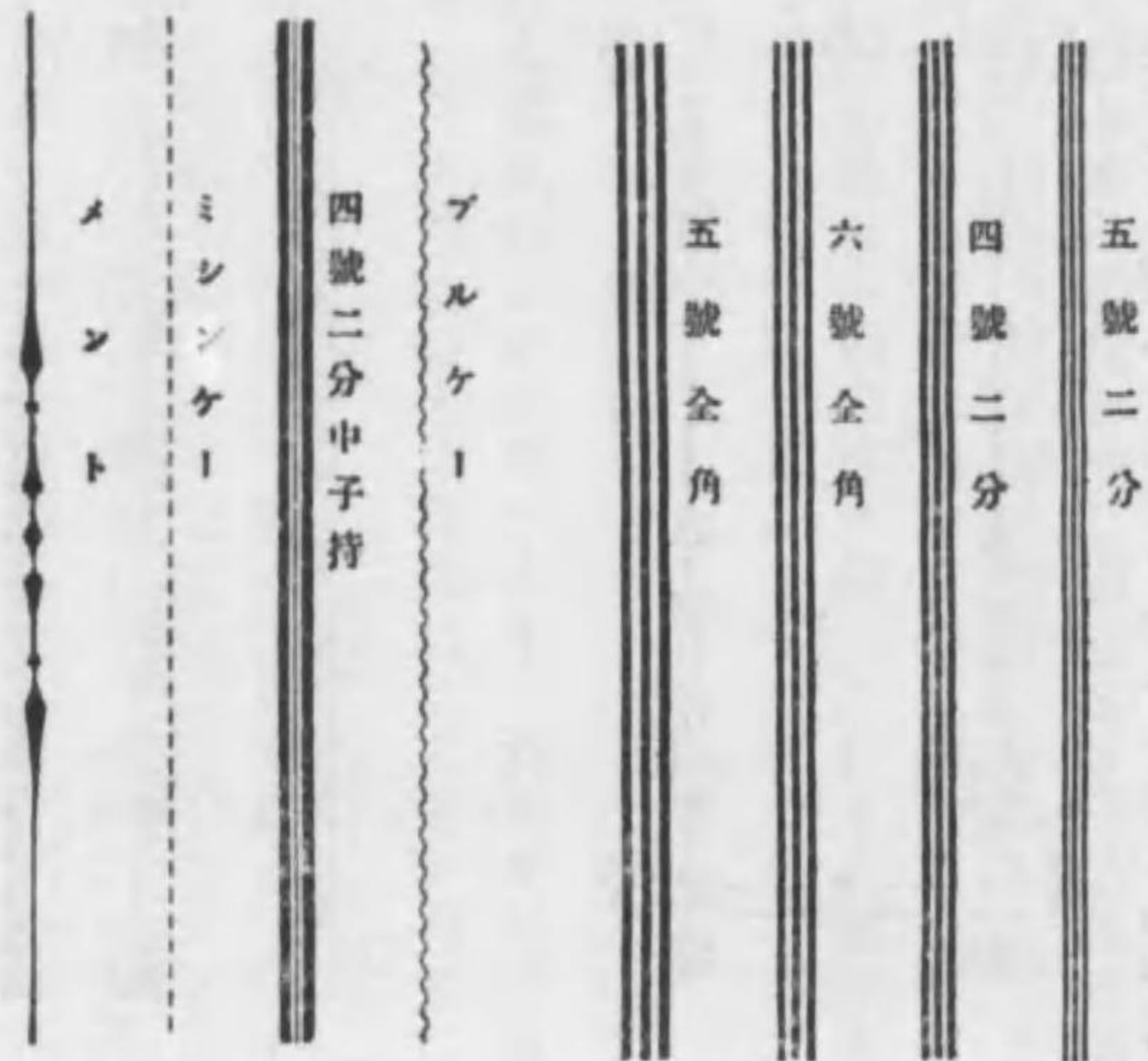
歐文活字の書體

それから歐文活字の書體のお話。大體歐文活字でも是位のことには貴方々の御記憶にあつても宜いと思ひます。一番普通の書物を印刷しまする書體をローマン、(Roman)是が癖の無い普通の書體であります。それから書物の中に少し寝て居る字があります。これをイタリック (Italic) 伊太利體。それからスクリプトといつて、ペンで書いたやうな書體、それから線を大きくした字はブラック、それから角のあります字がゴチックであります。

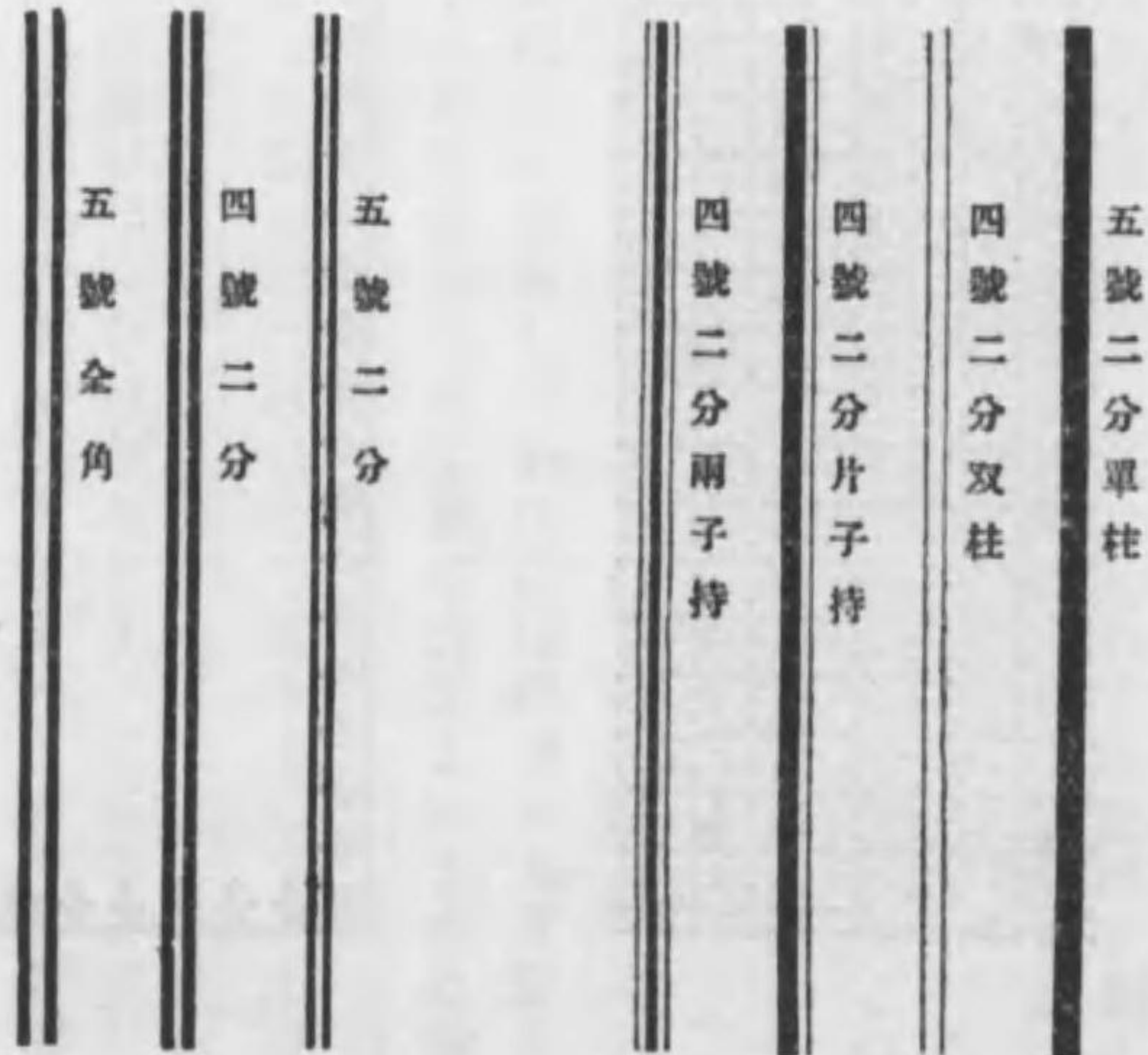
罫線種々

それから次に活版を組みますのに必要なものは罫線であります。之れも活字の大きさを標準にして造つてあります。五號ケイ、六號ケイ、或は五號二分、六號二分などなつて居ります。詰り五號や六號活字の大きさを二つに分けた一本の線であります。此所に普通の罫線の例を示します。

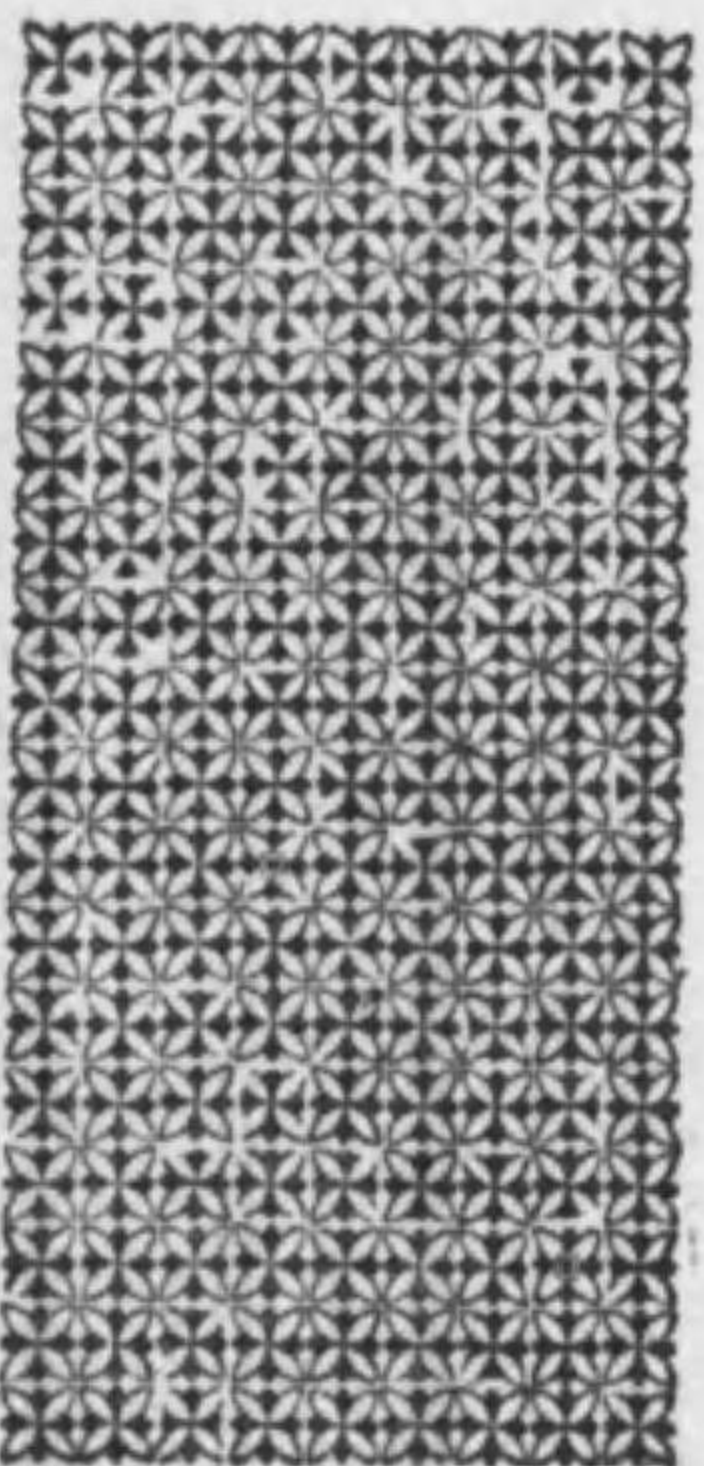
(筋三太)



(柱双太)



(裝飾罫線)



なほ空隙などに使ふものでメントといふのがあります。之れはオーナメント(飾り)と云ふ語のオーナが取れてメントとなつたのであります。

活字の組方

活版の組み方の體裁を少し申します。活版は活字をきつちり間を隙かさなない様にしたものをベタ組と言ひ新聞雜誌などはベタ組であります。それから字と字の間にスペースといふものを入れたものがありまして、活字一個分だけあけたものを全角、四分の一だけあけたものを四分、半分あけたものを二分といひ、さう云ふ場合原稿の脇に「四分アキ組」「二分アキ組」「全角アキ」などと記して置きます。それから行と行との間を空けること、是は行間と言ひます。前の様に字と字の間を空けるのは字間と言ひます。

校正

それから校正のことです。貴方々が活版屋に原稿を御出しになると、それには四號とか五號と云ふやうに書いて大體此通りの體裁にしるか命じになります。すると活版所では工場の文選といふ所に廻します。其所にはケースと云ふものがありまして文字が玉篇の通り部類別になつて入れてありますから、それを拾ひ、それが植字部に廻つて組み上げられます。それを一偏ちよつと固めただけにして置きまして、小さい機械にかけて假刷りをします。之を校正刷と申します。之を一度工場の中で調べて訂正しましてのち、更に假刷してお得意の方に廻して參ります。それからお得意は間違つた所抜けた所を付加へます。校正の符號がありますが、面例ですから大抵假名を以て、例へば「あける」とか「上げる」とか「下げる」とか御書きになつて宜いのであります。字のひつくりかへつた場合に一々「これをなほせ」と書くのは大變でございますからさう云ふ場合は符號を付けます。例へば「横濱半」とありましたら此倒さの市の字の所へ持つて行つて

三十二
も。単つまりこんな符號を付ければ宜いのであります。間違つた文字が入れてあつたら、その所からツキに線
で引つばつて眞實の文字をお書きになつて置くことよいのであります。

凸版とは？

それから活版同様に印刷する凸版の方に移ります。第一は木版ですが之は木に彫刻刀を以て彫るもので
す。非常に簡単なやうなものに適します。木版にするには版下はんしたといふ原稿が入用ですが、文字の格好などは
畫工に書かしてそれを彫ることは免倒めんたうですから、木版屋に委せませす。木版中一番簡單なのは櫻の木に彫りま
す。新聞雜誌などに使ふ場合は櫻の木に彫つて澤山でございませす。機械や商品などの細かなもので何で彫つて
あるか分らぬと云ふやうに細かい物は、黄揚わうやうの木口彫こくちやうと言ひまして、黄揚の木口の方に彫つたものでありま
す。是は非常に精巧なものがあります。それ程でもないやうなものは黄揚の板目に彫つた物であります。

紙型ステロ版

それから澤山刷る活版は印刷屋の方では活版を組んだものを確乎と締めて置きまして、それに糊の付いて
居ります紙をかふせ刷毛を以て叩き込みませす。それを其儘高熱の爐に入れて乾かしますと、紙型が出来ませ
す。新聞紙では此輪轉機と云ふものがなかつたならば困ります。活字を丸く丸めると云ふことは出来ないの
りませす。幸にして紙型にふち込んで紙型を丸くして鉛を入れると丸い物が出来ませす。是が紙型版。廣告な
どを爲さる場合に澤山の新聞社に同じ物を何十と出しになる場合に、一つ／＼版を作るかと言ひませすと、

さうではない。一つの組版を作つて置いて紙型を何枚でも作つて置いて紙型だけを各新聞社に渡してやれば
宜いのであります。でありますから非常に大切な物でありますけれども、紙型と云ふのは今申します通りに
紙に型を取つた物であつて、是に流し込んだものは鉛でありますから、非常に弱い物であります。ですから
非常に丈夫な版で細かい物は電氣版にしなければならぬのであります。が、此話を詳しく申上げて居ります
と時間がなくなりませすから略します。

寫眞網版

これから凸版の部類の寫眞網版のお話を致します。貴方々の寫眞を網版にすると立派にそれが何千でも何
萬でも刷れるが、あれはどう云ふ版かといふ事を申します。先づあの寫眞をもう一度寫眞に撮り直す、撮り
直す時に種板しゆばんの前にスクリーンと云ふ物を入れて置ませす。硝子に蚊帳の目のやうな線が引いてあります。
之を入れて寫眞を撮りますと寫眞のやうな濃淡が點に現はれて濃淡をつくりませす。點の太い所は濃くて荒い
所は淡くなりませす。さて、銅の板に、光に感ずる藥を塗つて置いて、それに種板を合せて光にあてませすと種板
の透明なる所は光線を通して下の藥を固くします。それを現像しますと光線を通して固くなつた所は残り、
さうでない所は取れて了ひませす、固くなつた膜のあります銅板を硝酸の如き腐蝕劑に浸けませすと膜の固着
した所だけ残つて、さうでない所は網目の凸版が出来て參ります。此網目版と云ふのは一つ作つてそれを紙
型にしたり若くは電氣版にしたりすることは普通は出来なくなつて居ります。網目には細かいのと荒いもの
とあります。網の目が一時に六十位ある物もあります。それから百、百二十、百三十、百五十、二百位ある
物もあります。網目が細かいほど、印刷は立派です。併し新聞紙のやうなものは先づ七十線前後の網を使つ

て居ります。斯う云ふものならば非常に荒い物でありますから、紙型に叩くことが出来ず。百二十線もある様な版、雑誌の口繪のやうなものは、紙型版にしたり電氣版にしたりすることが出来ないやうになつて居ります。

寫真若くは寫真と同様な濃淡のあるものは網目版にしなければなりません。筆やペンで書いた物、即ち線のはつきりして居る様な物は凸版と云ふものにしますのであります。それは網を掛けずに寫真を取りまして、その種板を前と同様に金属板(亞鉛板)に焼付け、腐蝕して凸版に致します。ですからどんな細かい線の繪でも面倒な物でも簡單に行くものであります。ですから木版よりも便利です。それで網目版や凸版の値段は一時四方を以て計算して行きます。これを一坪と申します。此一坪の値段が拾五錢から貳拾錢位であります。併し一時四角位の物は拾五錢位で出来るかと申しますとさうは參らないのであります。一番小さい物が六坪の標準になつて居りますから、九拾錢以下の網目版も凸版も無いことになりません。後は段々大きくなるに従つて、即ち坪の殖えるに従つて拾五錢乃至貳拾錢ぐらいつゞ増して行きます。それで段々大きくなるに従つて版があるとしても、五八の四十坪、坪が假りに貳拾錢としますと $80 \times 40 = 3200$ 八圓になります。斯う云ふ寫真製版は縮めることも擴げることとも勝手でございます。凸版の方は黒い線が出て居るものを白い線にすることも勝手であります。大きい繪を縮める様な時、どうして、正確な出来る寸法を知る事が出来るかといひますと、それは比例算でやります。例へば縦八寸横五寸の繪を縦五寸にする場合は横はいくらに縮まるかといふと、 $\frac{8 \times 5}{5} = 8$ 寸と云ふ譯で、運算は $(8 \times 5) \div 5 = 8$ 寸で、先づ三寸一分、幾らと云ふやうに出て來ます。大きく爲さる場合には此反對に爲されば宜い譯であります。

網目版の紙質

今申上げました網目版は非常に細かいアートペーパーと云ふ光澤ある紙でないよく刷れませぬ。併し非常に網が荒い、先づ百線以下位のものであれば新聞にも刷れますし、雑誌にも刷れます。

網目版の理論

扱て此網目版は今申上げましたのは一色の網目版を申上げた譯であります。此網目版の理論をちよつと進めまして三色版と云ふやうなものが出來たのであります。それはどう云ふことであるかと申しますと、美しい色で出來て居る繪をたつた三度で印刷しやうといふのであります。

◇ ◇ ◇ ◇ ◇

此處にありますやうなもの(サクラピールのボウスター)は色々な色が出て居ります。恐らく是は二十遍位印刷して居りませう。之れを何とかして三度ぐらいで刷りたいとは何人でも起す希望であります。それが三色版であります。その理論は何處にあるか。我々が太陽のスペクトルを見ますと七色ありますが、實際はそれを三つの色で出すことが出来るのです。英吉利にヤングと云ふ人がありまして、此人が人間の視神経は萬色に感ずるのではない。唯黄色と、赤と青、此三つの色に感ずる神経があるのだ、それが刺激の大小に依つて、色々な色彩を感ずるのであるといふことを唱へました。これから種々な學者が研究を重ねまして、三つの色があつたならば萬色が見えるやうに出来るだらう、如何に複雑でも三つの色を刷り合したならば出来る筈であると考へ、それを段々推し進めて三色版が出來たのであります。そこでどうして斯う云ふ複雑

な物が三つの色で刷れるかと云ふことを申し上げます。それには先づ原稿をかけて置きまして、網目版を作るやうにスクリーンをかけて寫眞の種板を作る。この種板の前の方に色硝子を置くのであります。其色硝子は黄の版の所には青紫色の硝子板、赤の所には青い硝子板、藍色の所には赤の硝子板、斯う云ふ風に置いて三枚の種板を作つて見たのであります。先づ青の色硝子をかけて之を撮影しますと、此中にあります赤の色彩だけが全部取れて了ふのであります。後は感じて居らない。そこで赤の硝子をかけて、撮影して見ると青い色だけが全部種板に感ずるのであります。さう云ふ風に紫の硝子をかけますと黄色ばかりがとれる。此板をさつき申上げましたやうに銅の板に焼付け、現像しまして腐蝕致しますと、詰り黄ばかりの版、赤ばかりの版、青ばかりの版の三つのものが出来上ります。是に順序としまして黄色い版を機械に取付けて黄インキで印刷します。其後赤のインキをつけて刷り重ね、其上に青の版を刷り重ねますと全部三原色を重ねたものでありますから、原稿の通りの色が出て來ます。是は小理窟から言ひますと全部三度で刷れることになつて居りますが、中々寫眞もうまく撮れて居ないし、インキも良いものが無いから、是に亞米利加や英吉利では墨をかけまして四色版が出来ましたが、併し理窟は三色版であります。此三色版も大變細かい網をかけて取つて居りますから、矢張りアートペーパーでないとい刷れない缺點を有つて居ります。でありますから新聞紙のやうなものに綺麗に印刷が出来て居ないのは其理由であります。是で凸版に屬することは申上げた筈でございます。

平 版

是から平板のことを申し上げます。平板の一番初めは獨逸のゾーレンヘンと云ふ所に出來ます石の表面を綺麗

に研ぎきまして、油のありますインキをもつて繪を書きますと、此油が石の面に泌込みます。それにアラビヤ護謨の液と硝酸混合液をかけますと不思議な化學的變化が起ります。油の線のあります所は後でこれにインキを塗りますと是れにインキが付きます。油でありますから油性のインキを引くのであります。その代り、何もない所は水を吸付けると云ふ力を持ちます。それでこの平坦な面口、一面にインキローラーを轉じますと水のある所はインキを反撥しますので付かない、線のある所だけがインキを受けます。之れに紙を常てると線だけが印刷せられると云ふことになりす。線以外の所にはインキは付きませぬ。結局平板印刷、即ち石版印刷は水と油の反撥性を利用したものであります。アラビヤ護謨液を塗りますのは水と油との反撥性をつくるためであります。石版は今申上げました獨逸のライン河畔のゾーレンと云ふ所にしかございませぬし、重いし、高うございませぬし、割れ易いと云ふやうな關係で、何か他の物に代へたくつたのであります。のみならず成るべく輪轉機で刷りたいが石を曲げることは出來ない。何か石に代用される物はないかと考へられたのであります。其代用品がトタンの板であります。此トタンの板を以て前と同様にしますと丁度同じやうになります。次がアルミニウムの板であります。併し是は少し具合が悪い。印刷屋がよく是は石版でございませぬから立派ですが、是はどうもアルミですから……と云ふことを言ひますが、此方は多少具合が悪いやうに出來るのでございませぬ。

オ フ セ ッ ト 印 刷

それから此頃オフセット印刷と云ふことを申し上げますが、是は今申上げましたやうに平板の少し變化した物であります。普通の平板印刷は固い石とか金屬とか云ふものに紙をピッタリあて、刷るのでありますから、紙に凸

凹があれば線の付きが悪い、併し其の版から一度護謨の布に印刷し、それを紙に轉寫したらどう云ふ結果が出来るであらうか。我々は活字とか木版とか云ふやうなものにインキをつけて押しても中々よく押されない。然るに護謨版を持つて来てやるとピタリと付く。それと同様なことを印刷にやつて見たらどうかと云ふやうなことで、二十年前に亞米利加のイラ・ルーベルと云ふ男が偶然之を發見したのである。版からゴム印に寫つたやつが更に紙に寫るのですからオフセット、即ち(Off-set)で、轉寫と云ふ意味になります。

右の通りでありますから、非常に細かい線がどんな荒い紙にでも付くやうになつたのであります。それで我々は今度考るのは、何とかして三色版と云ふあんな複雑したものが三度で刷れるのだから、それを石版に利用したら……と云ふことが直ぐに考へられるのであります。それは實は何でもないことであります。オフセットには種板から金屬の板に焼付けまして、オフセットにして丁へば立派に綺麗になります。オフセットが假りに無いとしますれば、非常に網の細かい物をデカに紙の上に印刷したのではどうしてもいけない譯であります。此處に護謨布と云ふものがあります爲に、どんな細かい物でも刷れますから、三色版が印刷されるやうになります。此オフセットが非常に發展して參りましたのは三色版の利用がさくからであります。唯今、盛んに出て居ます美しいポスター類を假りに普通の製版法に依つた版に刷ると致しましたならば、少くも二十遍位の手数をかけて行かなければなりません。併し、之を原稿から前述の通り三つの色刷板をかけて、赤と黄と青と三つの寫真に寫したものを基にして製版したならば、例へ三度刷では行かないかも知れませぬが、少くとも八度位で出来るだらうと思ひます。さう云ふ方法が發達して參つたのであります。斯ういふ方法を、便利に致しましたのが、之をH Bとか、オグデンとか、バンストとか云ふのであります。H Bと云ふのは一つの印刷の方法ではなくて、オフセット三色版に付けた一つの名前であります。是は亞米利加でヒュ

ーブナー及びブライスタインと云ふ二人の人が發明したので、其名の頭字HとBとを取つてつけたのでございます。是は非常に特許の高い物でありまして、特許と機械だけに二十萬位を要しますけれども、さう云ふ大きな機械を用ひませぬでも三色版でありますから、極めて簡単な装置で行くのであります。併しポスターには、尙ほ舊來の方法、即ち手で石に書く製版印刷も行はれて居ります。此所にあげましたポスター(臺灣製糖會社)のポスターは、東京の三間印刷製でありますが、此家は石版で有名な家であります。と云ふのは其處に有名な職工が居りまして其人が斯う云ふものを書くのに馴れて居るから、詰り複雑なる原稿を割合に簡單にやつて行くだけの頭を有つて居る職人が居てやつて居るのであります。恐らく日本の技術としては是以上のもは出来ないだらうと思ひます。

之れて大體石版のお話は申上げました。

凹版

其次は凹版。凹版と云ふのは是は線が凹になつて居る。凹版一番宜い例は一圓以上の紙幣で、あれは凹版であります。是は銅の板に腐蝕劑に耐へますやうな蠟みたやうなものを塗つて置きまして、それを色々な道具、針の先さみみたいなものを以てひつ掻き、それに藥を與へますと銅の出た所だけは腐蝕されて引込んで行く。それにインキを付けて餘分のインキを拭き取つて強い押しをかけて印刷する。是は中々手数が掛ります紙幣など他で中々真似の出来ないやうに工夫するのであります。それから西洋人などの名刺を見ますと少しざら／＼手にかゝります。あれは矢張り同様に、凹版にしたものであります。是はどちらかど申しますと貴方々の御使用になるのは馬鹿高いものでありまして、商用印刷などに用ゆべき性質のものではありません。

斯う云ふ凹版式のを寫真版でやろうと考へた人があります。百年位前から考へた人があるのですが、その方法と完成したのは今でも生きて居りますが、ボヘミヤのカーン・クリツチュと云ふ人でありまして、寫真の種板を焼き付けそれを凹にして刷つた、それがグラビアです。寫真を利用致しましたから寫真凹版 Photo-gravure であります。それは殆ど寫真同様な物が刷れる譯であります。それは初めは非常に印刷が困難でありまして、日に十枚か二十枚とか云ふやうなもので、それに色を着けたり何んかしますので寧ろ原画よりも高い物がありますけれども、それだけ立流な物が出来ます。併しそれでは普通の人用ゐる譯には参りませぬから、段々進歩しまして網を利用して易く製版し、輪轉機でも刷れる様に致しました。之れが、今日のグラビアであります。之れは二十五六年前に始めて英吉利で刷り始めたのであります。是は世界の學者が非常に驚いた所でありまして、唯秘密にする爲に特許を取らなかつたので誰でも作ることが出来ます。日本に於ては四五年前大森の辻本秀五郎と云ふ人が始めて工夫しまして、一番初めに利用しましたのが大阪朝日新聞の附録であつたのであります。それから段々流行し始めまして、大阪毎日のサンデー毎日の表紙とか朝日グラフ、朝日スポーツ、寫真報知と云ふやうな物に盛に使はれるやうになつたのであります。此白玉ボートワインのボウスター（女が戀を抱えてゐる方）がそれでありまして、之を見ますと濃い所は非常に濃く、淡い所に至るまで濃淡がよく現はれ、しかも濃淡の度が非常に違つて居ります。それから同様に寫真の方法で出来て居るものであるからして、澤山の色が着いて居るものも何とか三色版で出来ないものかと云ふことが考へられて來たのであります。それが段々と出来るやうになりました。日本でも見本的に出來たこと

もありませんが、獨逸などでは盛に出來て居ります。亞米利加では之を新聞に利用しやうと考へまして、シカゴトリビューンと云ふ新聞が日曜日毎に三色版のグラビア附録を出します。アメリカでは、何んでも大きなサンデーペーパーを出します。本文が百二十頁ばかりありまして、それに漫画附録グラビアの附録などが付きます。この附録の一つにトリビューンの三色グラビア附録があつて大評判です。是は普通の三色版などで見られないやうな非常に深みと温雅な味があるのであります。

印刷物の形態

殆どもう時間がありませんが、是では殆ど印刷のお話をしたと云ふに止まりますから、もう少し時間を延長して頂きまして、駆け通りに、廣告と云ふのはどう云ふことを考へなければならぬかを申し上げたいと思ひます。クラブ白粉の廣告を御覽を願ひます。大きい廣告をこんな縮めたのでございますが、是に付て申し上げて見たいと思ひます。此廣告の形の上から申し上げます。廣告の形はどうしたら宜いか、大體の形の觀念を申上げて居ります。それは何時も大低一定した形であります。窓の形を見ましても昔の黄表紙、青表紙と云ふ本を見ましても、略々一定の長方形になつて居ります。態々此形に決定して居ると云ふ理由は何かあるか。尤も昔は理窟で決めて居なかつたのであります。是は比例中率と云ふ美しい形になるのださうでございます。片一方八と云ふ長さならば、他方が五になる。それはどう云ふことかと申しますと短い方の長がい方に對する比は、長い方に對する長短兩方の和の比に等しいのであります。即ち $\frac{a}{b} = \frac{a+b}{a}$ となるのでございます。是が一番美しいものださうでございます。是はゴールデンカット（黄金律）にちよつと似て居ります。

圖案と惹句

四十二

今此クラブ白粉の廣告を見ますと、恰も今の比例中率に當る形に出来て居ります。其次に二つの女の顔を比べて頂きたいと思ひます。片一方の方はハイカラで、片一方の方は下町娘であります。兩方とも明るい顔をして居ります。其文句に斯う書いてあります。「眞の化粧美に目醒た悦び……此徹底した化粧美を與ふる白粉よ」といふ文句と繪の感じが一致して居ります。次に感心致しますことはクラブと云ふ字は黒ろで白粉と云ふ字が白く抜いてあります。是が一つの廣告の中に目を惹付けるものが二つ並んでゐたのでは具合が悪いので、クラブを黒く白粉を白くして詰り引力を少くしたのであります。其次は文句でありますが、此ハイカラな女の方の見出しを御覽下さいと「模範的化粧法」となつて居ります。下町娘の方は「お化粧の仕方」と書いてありますが、此言葉の使ひ分けが面白いと思ひます。中に書いてある文句もハイカラな女にはハイカラな女らしい言葉を用ひ、下町娘には下町娘が讀んで分るやうに言葉が非常に變つて居ります。これではつきり分りませぬが、下町娘の方には「手軽に美しく出来るお化粧の仕方は……」とある筈ですが、こつちは「今日模範的化粧法として……」と云ふ風になつて居ると思ひます。斯う云ふ風に此廣告を見て行きますと、大抵廣告印刷物の定法に合つて居ります。即ち、全體の形、繪と文句との調和、同一面中に於ける注意惹起物を減少するといふ事などが、よくこの廣告で分ります。それから餘り書くことが多かつたら人が讀んでくれないだらうと云ふところから、今度は上に變つた趣向で「美人になる方法」などを加へてゐる。是ならば更に人が興味を以て讀んでくれる。斯様に一つの廣告を作りますのには周到な用意が要ると云ふことを御考を願ひたいと思ふのであります。

印刷物の調和

それから一つの線を切るとか、廣告印刷物の内注意すべき點を置く所は、中央よりも稍や上の方に置く方がよいかといふ事も大切であります。先づ理論を實際にあてはめて申します。例へばSと云ふ字を御覽下さいますと、上の丸と下の丸と同じかと申しますと同じではありませんのであります。上の方が下より小さい。若し上と下が同じであつたならば非常に上が大きく見えて見苦しい。Hと云ふ字の中の線は中央にはない。必ず是は上になつて居る。是はさう云ふ譯かと言ひますと斯うでない調和が取れないやうになるのであります。即ち中央より少し上に注意物を置かないと、安定しない。見つともない。それが丁度前申した五と八の比といふ觀念が八と云ふやうに切つてあります。其心持がS、Hに働いて居るのであります。

それから美しい形の變化に付て申上げます。實際に於て正四角形のものが、實際我々の目に四角に見えるかと申しますと實際はさうは見えないものだからでございます。百分の二だけ横幅にのびたものでないと正角に見えないさうであります。實際の四角に二つある。一つは正四角で、もう一つは○・○二だけ横の廣いものであつて、後の方が、圖案や、印刷物でいふ四角であります。さうしてこの四角が段々伸びて行きまして八と五と云ふやうになつた時非常に美しくなります。又是から伸びますと、非常に醜くなり、二倍の長方形になりました時又非常に美しいものになります。併し斯う云ふやうな規則を廣告印刷を作ります上に一々考へては居られませぬが、大體こんな觀念が頭の中になければならぬと云ふことの實例として申上げて置く次第であります。

四十三

それから非常に飛びくになりすすけれども、色のことを駈け通りに申上げます。色は種々な點から之を見て行かなければならぬのでありますが、男の好く色と、女の好く色とは違ひます。大體如何なる場合にも赤が非常に多いと云ふことは良いことではありませぬ。赤は人を昂奮させる色であります。是は生理上の實際問題でありまして、牡牛に赤い色の物を見せると其牛が怒り出すと云ふことを以て見ても、赤が如何に動物を昂奮させるかと云ふことが分ります。赤も或る程度迄は必要でありますけれども、多過ぎると厭な感じがする。黄も又多いのは困ります。印刷物を見て一番氣持が好いのは青味の勝つたものであります。

又た男女によつてどう違ふかと申しますと、男は藍、黄、赤、女は赤を好みます。女の嫌な色は褐色で、男の嫌な色は黄色及び褐色であります。それから印刷物に色を使ひます時には餘り飛び離れた色を使つてはならぬのであります。赤と黄と青、此三原色を無闇に御使になると、卑しい感じの物が其來ると云ふことであります。是は野蕃人になる程三原色を出した物を好むさうであります。でありますから亞米利加インディヤンの頭に付けて居ります羽は、非常に綺麗に塗り立て、居るさうであります。文明人になればなる程淡い色を好むさうであります。でありますから先程御手許に差上げました歌舞伎座の印刷物を御覽下さいと、是などは赤い色が巧に殺されてありまして、非常に高尚な感じを興へられます。是は如何にも歌舞伎座らしく出来て居ります。假りに之をテカ／＼に赤にしましたならば此印刷物はグチャ壞しになる譯であります。今非常に飛離れた色を使つてはいけないと云ふことを申上げましたが、高尚な感じを出した印刷物や織物などを御覽になりますと、必ず一つの色の濃い物の上に、同じ色の淡い物を重ね使つて居ることが分ります。洋式の家

床に敷いて居ります敷物を御覽になりますと、必ず淡い赤などあつて其中に濃い赤模様が付いて居ります、淡い藍が使つてあれば淡い藍が重つて居ります。例へば此テーブルクロスにしても非常にくすんだ青の中に濃い青が用ひてあります。假りに間違つて非常に眞つ黒い中に眞つ赤なものがあつたとしますと非常に卑しいものになります。

印刷廣告のネライゴン

まだ、澤山申上げなければならぬことがございますが、最後に少しばかり一番最初にありました言葉に、立返へります。廣告印刷物と云ふものはセールスマンの代理であると云ふことがありましたが、實際廣告印刷物と云ふものは、常に實際を書き表すことを主としなければならぬと思ひます。詰り是が廣告學者の方で仰有る所の *salting point* を現はすことになるだらうと思ひます。大體此廣告印刷物の傾向には二通りあると思ひます。一つは歐洲……殊に獨逸を中心とします奇抜なもの、一つは亞米利加を中心とします實際的なものを現すものであります。例へば其例と致しまして、此所に出しました亞米利加のコカコラのポスターでありますが、それは女でも實際上流に見受けられるやうな女が書いてあり、さうして愉快さうにコップを持つて居ります。如何にも實際的に出来て居りますが、若し是が獨逸でありましたら、何だか分らぬ、たゞ非常に奇抜といふ様な圖柄になるだらうと思ひます。獨逸流の奇抜は結構には相違ないが單に奇抜であつて、其爲に、商品に對して何れだけの購買心を起さしめ得るかは疑問であります。單に人の目をアトラクトすることとは出来るけれども買はせるだけの手段方法を探らしめる方に缺けて居るやうに思ひます。亞米利加の廣告印刷物を見ますと、實際に石鹼なら石鹼を使つて居ります状態、フロアーに敷く物の廣告は、實際に敷い

た状態、臺所道具ならば實際にそれを臺所に使つて居る状態、つまり立派な臺所に道具を置いてあると云ふやうな其實状を示した物が多いのであります。それはどう云ふ意味かと申しますと、セールスマンが彼此お喋りすることが出来ない代りに、それを廣告が物語らなければならぬからであります。亞米利加のやうな忙しい國に於きましては、一人をやつて説明して居られませぬから、斯う云ふやうな印刷物で現す方が却つて効果があるのであります。日本も段々さう云ふ風になつて參る譯でありますから、成るべく實際を示したやうな廣告印刷物を配ることが必要であらうと思ひます。

結 尾

實は斯う云ふ點に付きましてもう少し實物に付き、詳しく申上げる積りでありましたが、何分にも私の時間の豫定のつけ方が最初悪かつた爲に殆ど何を申上げたか分らぬやうなことでお別れをしなければならぬのであります。若し何かまた機会がございましたならば斯う云ふことに付きましてお話し申上げることには致したいと思ひます。大變長い間お喋りを致しまして一向に身に入らぬこととございましたらうと甚だ恐縮致す次第でございます。(終り)

新聞雜誌廣告に就て

慶應義塾大學教授 松野喜内

一、廣告界の趨勢と新聞雜誌廣告研究の必要

御當市の講演へは是で漸く二回目でありまして、殊に市の御催しとしては今回が初めてなんであります。既に中村教授や、郡山社長の有益なる御話があつた上に、明日は又皆様が御期待の井關先生の御講話があるに際して、私の淺薄な研究、特に新聞雜誌の廣告に就て御清聴を煩はすのは誠に光榮に存じます、夜の聴講余程意志の強さを物語るが、只今此處へ來て見ると幾百人といふ御出席で私は先づ諸君の御研究振りの熱心なのに敬意を表するものであります。何れ此中には多年御研究の専門家も居らつしやることであらうし、又實際家としての得意の方々も多數御見えのことでありませう。今夕は色々入交つての方々の御集りのやうに考へます。數ならぬ私ながら、日頃學校の方では經濟學原論や、會計の方面等を擔任して居るのであります。此頃慶應義塾でも慶應廣告學研究會なるものを設けまして、同僚及び學生との共同研究を致して居るのであります。米國コロンビア大學にはウッドウオースやホーリングウオースといふ有名な先生があるのであります。私は能率就中販賣能率の見地から、さう云ふ先生に就て廣告方面の若干を學んだに過ぎないものであります。私の此本を通じての研究は皆さんの果して御參考になるかならぬか、却つて實地に御研究になつて居る皆さんから學ぶべき點があるべきでないかと思ふのであります。

新聞雜誌の廣告研究に關する參考書も米國には可なり澤山出て居りますが、日本でも郡山さんの力により

福島民報社から發行された「新聞廣告研究」と云ふ本を始め、大阪毎日の島田さんの「新聞と廣告」など見るべきものと思ひます。又廣告の取次ぎ業者と致しましては大阪に例へば萬年社、東京にも正路喜社其他澤山ありますが、神戸の高商に廣告講座を初めて開いた方で其後歐米の方をも廻つて御出でになつた、萬年社の中川さんの著書に「廣告と宣傳」があります、斯う云ふ書物にも新聞雜誌の廣告のことが書かれてある譯であります、總て御覽爲すつたら如何かと思ひます。マツダランブ會社では同社から各新聞雜誌に出した廣告を集めて斯ういふ立派な本が出来て、研究中の各大學へ批評の要求があるのであります、かゝる状態を見ましても中々當節は日本でもこの方面の研究が進みつゝあるのを感ずるので、御同様に前途を祝福する譯だと思ひます。

廣告の島が如何に廣いとか、廣告が如何に販賣政策上に必要なことであるとか云ふこと、或は引札、ポスター、其他の印刷廣告に就てと云ふことは前既に御話があつたことでありませう。

廣告のメディアム、廣告の媒体、廣告は何に依て廣告されるか、看板も廣告でありませう、ポスターも廣告の媒体になりませう、新聞も雜誌もでありませう、廣告の手段としての團扇、葉書、もあれば廣告もある紐育邊へ行つて廣告上一番驚かされることの一は、先づ新聞廣告であらう。一日の新聞紙面二、三十頁もある中で其半ばは廣告面であるといつたものが多い。又斯くまでしなくては人目を惹かぬかと思ふほどの大袈裟の野外廣告や、猫が玉を轉がして居るイルミネーション其他不夜城的の廣告も澤山ある。廣告の媒体も色々出来て來ましたが、私は特に新聞雜誌と云ふものが其中のどんな地位にあるかと云ふことを一言申上げて見たいと思ひます。

先づ廣告費の點から觀察して見ませう。正確な統計は困難であります、驚く勿れ昨今世界で廣告に使ふ金が一年約百億萬圓と稱して居ります。而して其半分は米國であります。米國一ヶ年の廣告費五十億圓其中で新聞雜誌の廣告二十億圓以上と算してゐる人がある。シカゴ大學のラムゼー氏は其書に一九一九年に於ける米國總廣告費二十六億圓、新聞廣告十二億圓を掲げてゐる。新聞雜誌上の廣告料が全廣告料の約半分を占めてゐるのを見れば、如何に新聞雜誌廣告なるものが廣告の媒体として重要な地位を占むるかを知らることが出来るのであります。

なせ新聞雜誌が廣告媒体としてそんなに利用されるのであらうか、思ふに朝に夕に斯うして新聞が各人の手に這入る、家庭に出入し得る關係上、自ら此機會が近く繁くある、親しみを持つと云ふことは幾多の外の廣告の及ばぬ所であらうと思ひます。又一度印刷すればそれが發行部數に應じて讀者の手に達し一舉にして五十萬人、百萬人へと配布される譯なのであります。而もそれが外の記事を見つゝある間に嫌氣なく無意識的に見られて行くところに新聞廣告の特徴があります。廣告のみ出すと違つて外の記事と一緒に居ると云ふ關係上、外の所を見て居ると思はず眼に大きいのであると思ひます。獨逸との戦争に列國が勝つたと云ふことも新聞の勢力に基因するところ大であつたといはれてゐるが、商戰に勝つのも此勢力利用にあると思ひます。

プロバガンダとアドバタイジングとは同族的の關係にある爲め使ひ分けする人もあれば、宣傳を廣義の廣告と解する人もある。強いて分けるならば所謂廣告なるものは商品の方の分配普及である。宣傳の方は思想の方の分配普及である。戰時に公債を募集し得たと云ふことも廣告の力だと云ふが元來新聞と云ふものは國家の輿論を作り、社會の思想をば動かすやうな力を持つて居る。まあ大なる意味の社會教育であり、紙上に

よる政治家、外交官であるとも見られる。權威を持つ新聞であればある程新聞の効果が大きい。新聞が社會に勢力を持つて居れば居るほど其新聞は廣告に於ても非常な波及を持つことになる、随つてさう云ふ新聞に出せば廣告した品物の品質及び巧みなる廣告方法と相俟つて新聞其ものゝ勢力を借りて其效力を倍加することが出来ます。故に新聞雜誌の廣告と云ふものは年々益々内外諸共之を利用しつゝある譯であります。これ今夕皆さんに新聞雜誌の方面に對する御研究を要求する所以なのであります。

日本では雜誌の方が廣告に使はれること其數に於ても新聞紙より少なく、費用から言つても少ないのであります。これは亞米利加と少しく事情を異にして居るからであります。歐米を見て直譯的の眞似をするとはよろしくない。何うしても日本の國民性、國土の状態、經濟事情等を顧慮して應用しなければならぬと思ひます。今、新聞と雜誌の勢力に關し、日米兩國を比較して見れば、日本では東京大阪の大新聞と云ふものが全國的に勢力を持つて居るけれど、米國の新聞は其波及が全國的でなく一地方的である。紐育タイムス、ウォールド等大きな新聞すらも地方的であると云はなければならぬ。亞米利加全体と云ふことよりは洲と云ふものに限られて居る。米國で全國的に勢力を持つと云ふことは、新聞よりも雜誌なのであります。随つて全國的に廣告したいと云ふ場合には雜誌に廣告するに如かずであります。驚くことには彼のレディースホームジャーナル等の雜誌になりますと、其表紙の第四回一頁だけ廣告して貰ふに一回に一萬五千弗も拂はなければならぬ。即ち三萬圓拂はなければならぬ。

而も一萬五千弗拂つた以上に効果が擧つて居る。全國的に普及されるからその効果が大きいのでせう。キヤンベル商會の食料品、蓄音器のピクターや、リグレー會社で出来るチューインガムなど、各社一ヶ年の廣告費が三百萬圓乃至七百萬圓でありますから大した廣告であると思ひます。既に登山、テニス、醫學などに

於て國際的に進んだ日本は、廣告の方に於ても侮り難い勢を以て國際的に發展すべきである。日本は總てに於て進みつゝある、中々進み方が烈しい。明治の初年より四五十年の間の東京、横濱、國內全体の發展、教育に産業其發展歩合を見ると誠に前途有望である。外國の狀態を聞いて今は驚くが我々は遠からずさう云ふ状態に進むことである。

今夕御集りの方はさう云ふ新聞雜誌が所謂廣告媒体として侮り難い地位にあると云ふことは御同感でありませうが、新聞廣告を研究するにつけても新聞記者として、書いたり論じたりする人、廣告代理業者であると云ふ人の見方もあれば、廣告を頼む人所謂廣告主から見た新聞雜誌の廣告の研究もある譯です、又我々學者の如く所謂第三者の地位に立つての研究を主とし、何等の營利關係を持たず冷静に批判する態度を取らなければならぬものもあります。今夕の皆さんは廣告主の方が多數であらうと思ひますから、廣告主と云ふものゝ立場から、廣告主の爲めに見たる新聞廣告と云ふ意味に限定して考へて見たいと思ひます。皆さんの中には色々御經驗もありませうから、後にも御意見を伺ひたいものであります。昨晚の郡山さんの如くに印刷の用意をして諸君に御目に掛けたいたのでしたが、生憎其用意が出来なかつたから遺憾に存じますが、他日印刷に附せられる日があるかと思ひますから、今夕は私の口を通しての話だけを御聞き願ひたい、廣告主より見たる新聞雜誌の廣告研究としては先づ新聞雜誌の廣告調査、次に廣告心理の方面、而して最後に此新聞廣告の作り方と云ふことを話して見たいと思ひます。

二、新聞雜誌廣告の實地調査

我々が新聞の廣告をするには、先づ何處の新聞へ、何をどう云ふ風に廣告するのであるか見當を付けなけ

ればならない、十分効果のあるやのにするにはどうせねばならぬか商品と讀者の關係を考へる必要がある、商品によつては都會向のものもあれば、地方向のものもある。同じ都會の新聞でも讀者の種類により、化粧品ならば甲新聞を可とし、文藝出版部は乙新聞を撰べといった調子、發行部數の何如が効果に少からぬ關係を有してゐることを思ひ、廣告費と廣告面配置關係等をも見る必要がある、我々には此の意味に於て先づ各地の新聞雜誌を調査することが第一であると思ひます。

(1) 廣告品に關する調査

第一調査すべきは商品である。例へば今此處に石鹼の廣告をせやうとするに際しても、其石鹼に就て十分な自信があるかどうか、此質はどうか、又どの點が認めて貰ひたいのであるか、其の商品に就て有する性質特徴及び何人向きか、どの地方向きか、商品を中心として各般の取調べをするのである。自信を持つ爲めには十分品質其ものを調べて掛らなければならぬ。廣告も之からやつて行く人であれば間違ひないと思ひます。後に申します如く今日は幾多の廣告倫理運動に廣告界の革新運動が起つて居ります。詐偽欺瞞的なのを矯めさうと云ふ議論が起つて居りますが、第一に自分から眞面目に考へまして、自信のある商品であらねばならぬ。何時鑑定を受けても恐るゝ所なく、幾度吟味されても品質のよいのを確保される程にあらしめたいものである。自信なき商品の廣告は例へば朝露の如く一見人の眼を惹くやうであるが消え易い。私は品質と廣告が心の秤に掛けて行はれるやうにしたいと思ふ。廣告文句に反する品質や、實際價值のないものを誇張して見ても肝腎の品物が悪かつたら買つた人は一度は誤魔化せるか知らないが、世間には眼明千人盲千人と言ふからさう云ふ廣告のやり方は永續的に成功するものでない。廣告の壽命が短い、どうしても先づ商品其のものに確信を持ち得るかどうかと云ふことをせずにはいかぬと思ふ。中山太陽堂の主人は廣告に際して第一

に此點を考へらるとのことである、主人自身が歐米先進國の廣告振を見て居られますからでもありませう、自信あるものを出すから、失敗することは減多にない。品質の善惡に次で考ふべきは、其品質と消費者の關係である、男向か女向か、都の人に向くか、地方の人に向くかと云ふことを知らねばならぬ、さう云ふ向に行く新聞雜誌に廣告しなければならぬ、此間田舎の人が酒を持つて來て何處の方面に廣告したら宜いかと云ふから、品質はと聞けば、立派な酒とは言はれない、寧ろ第二流の酒だとのこと、それなら場末でなければならぬと云ふたことでした、場末に持つて行つた所が非常によく賣れたとの事であり、矢張り品質に應じて廣告すべき方面がある。

(2) 發行部數と讀者の種類其他の調査

廣告の目的たる商品を中心にして新聞を選択すれば上述のやうであるが、更に廣告機關たる新聞を中心に調査する必要がある、即ち新聞其もの、雜誌其ものを見なければならぬ、先づ其發行の部數を調査しなければならぬ、發行部數の多い新聞は廣告が澤山に廣がるから、結局廣告者に取つて安くなる譯である、部數の多いと云ふのは經濟的になる譯であります、新聞發行部數の調査は大に必要でもあり、歐米には相當に調査の歩を進めて居るが、遺憾ながら日本には發行部數の正確なる調査も無ければ、全然秘密で公開もされてゐない。

米國ではポストンのローウエルといふ人が、廣告主の爲めに新聞の發行部數を調査してやつて喜ばれたに始まつて、一九一四年にはシカゴに發行部數監査局が公設され、發行部數の調査公開のみでなく、新聞社の販賣區域、用紙使用量、廣告料、手数料等新聞社内容の申告を受け之が監査をも行ひ、廣告主に對しても誠實な忠言揭示を與へつゝある。

新聞社の發行部數關係のことを調査する外に新聞記事の特徴、新聞社の信用、及び讀者の階級別、男女別

老幼別職業別並びに廣告主の種別等をも調査すべきである。

新聞の歴史的及現代的調査の一端を観察するに、印刷術が一四三三年に發明されて以來漸次發達し、最近五、六十年著しく進歩した、而して近世新聞經營費の六、七割は廣告料收入に俟つの形勢である。米國新聞中の最高レコード保持者たる、一昨年のロスアンゼルス、タイムス、昨年のデトロイト、ニュースの如きは一ケ年三千萬行内外で、其廣告收入一社一ケ年約壹億圓とは驚くでありませんか。

廣告行數は、日本でも今日は大新聞に於て完全に調査しつつある、十一年度に於て既に東京の、時事、東朝、報知などは三百萬行以上に及んで居る。只遺憾なことには廣告行數を計算する尺度が新聞社によつて區々別々であることである、隨つて廣告料計算にも相異と面倒を來たす。大毎が七ポイント半を基準とし、所謂五號一行を單位とするに對して、朝日は七ポイント四分の三、報知は八ポイント、都は九ポイントを以て行數を計る尺度として居る、これは何としても輿論を起し、規格の統一を叫びたいものである。米國の如きは總て五ポイント半のアゲート、ライン A Gate Line 我が殆んど七號活字一行に當るものを單位として統一されて居る。

日本では横濱に新聞の誕生を見、海外新聞の名稱に發芽したが、自發的の形態としては文久二年のバタビヤ新聞が最初の新聞であるといはれてゐる、東洋文明の恩人たる我が福澤翁は、廣告界に於ても先覺者の一人であつた、商賣人は座してばかり居ては買れぬ、よろしく廣告せねばならぬといつて廣告の必要を鼓吹され、自ら廣告文案も書かれ、又三成社といふ廣告取次店をも新設されたといふが、實に日本の廣告は先生によつて大なる促進を得たものである、福澤先生が九善其他に手交された廣告に關する文書は今尚ほ残つてゐる。

日本に於ける新聞廣告の始めは、明治三年横濱毎日新聞の出版廣告であつた、明治七年には慶應義塾の生徒募集廣告が始めて出た、明治二十三年頃から新聞經營に廣告收入が重要視せられるやうになつた。明治三十年頃は村井や岩谷の煙草の廣告が、一時廣告界を賑はした事がある。大體に於て從來最も多かつた廣告は、賣藥か化粧品であつた、最近の廣告行數統計を見ても星製藥、中山太陽堂、有田ドラック、丸見屋などが多數を占めてゐる、昨今は食料品も多くなり、稀に銀行や保險も現はれるやうになつた、米國では自動車廣告や、百貨商店の廣告などが盛に掲載されることであるが、將來の日本も次第に變り行くことであらう。

新聞によつては廣告の種類に得意がある、例へば日々、萬朝、朝日には書籍、都には比較的化粧品が多いといつた點がある。御當市の横濱貿易新報、毎朝新報、横濱日々新聞を新聞總覽等で比較して見ますと、震災前の頃雜貨が第一を占めて居る、會社の廣告、出版の廣告、病院、織物、投機、賣藥、決算斯う云つた順であります、之を東京新聞に比べて見ますと、東京は圖書が一番多い、次が賣藥、化粧品で、雜貨と云ふものは第五位にある。大阪を見ますと横濱に似て居るので、東京で第一の圖書が第三に行つて居る、さうして雜貨と云ふものは四番目に行つて居る。更に地方状態を見ますと云ふと、圖書はもつと次に廻つて居ると云ふ風で、土地に依て其現はれる所の商品の種目と云ふものが大いに異つて居る、横濱貿易新報だけに就て見ても、此雜貨方面の一番平均に澤山廣告される月は、五月七月が多いのであります、非常に暑い時、非常に寒い時化粧品の廣告が少なく現はれる、客觀的に觀察すれば斯様であります、これを主觀的に見ることも必要である、何時出したら宜いか、どの新聞に出したら宜いかと云ふことを考へる、そこで新聞をばどう云ふやうに撰擇する、どう云ふ時を撰擇すると云ふことが段々問題となつて來る譯であります、前に述べた發行部數の如きも、新聞社の方では秘密にして置きたい、廣告主には發行部數が澤山あると思はしめたい、若し公表

すると少ない発行部数の所へは廣告を持つて來ないことになる、實際五十萬刷つても百萬と稱して居る、ですからどうも日本では未だ新聞の部数を頼みにして廣告を出すことが出來ませぬ、海外では新聞社の方でも既に覺醒を致しましたし、廣告主の方の叫びもあり、且つ廣告取次業者の協力と相俟つて、新聞の発行部数が公表されることになつてゐます。何處の新聞社が發行が何程と云ふことを誤魔化されぬ、確の數が現はれることになつて居りますと、廣告主は何處の新聞に出さうかと云ふ腹も定る譯です。讀者の種別に就きましても職業、階級、購買力等が違ふに依つて、廣告の仕方も違ふ譯なんでありますが、之に關しましては外國すら中々左様な詳しい調査は出來て居りませぬ、況や我國では勿論であります、將來眞に研究するならば斯う云つた方面も研究して掛らなければならぬと思ひます、然し大體のことは日頃の新聞を見て居ても分かるのであります。

3、廣告費と効果率の調査

次に廣告費の方面から廣告を調査しやうと云ふことを考へる、先程世界全體の廣告費の御話を致しました、日本の今日は年壹億圓近くではないかと思つて居ります、随分多額であります、亞米利加の五分の一にも足りない、廣告費をそんなに使はれて結果がどうであるか、其効果はどう違ふかと云ふと、前の賣上より少なくとも二十倍多きは五十倍も倍加して行くと云ふ所に廣告の價値がある。一般に總賣上高の二分乃至五分を廣告費に見積るといふが、ちつとも廣告せずによく賣れるやうにすることは無理である。殊に今日の如く交通機關が発達して見れば津々浦々に迄及ぶのであるから其廣告の効能區域が廣い、随つて結果を生むことも大きい、而も永續的であるところから、廣告費を實際上には費用として計算しながらも理論上資本的の性質を有つてゐるから、投資を意味するものであるとまで言はれて居ります、であるから結果さへ出て吳

れば利益配當があると同じやうにも考へられます、反應が少しもなく効果がない時分には損が來る譯であります、そこで廣告費の割合から言つてどれほどに使用して宜いか、其使つた廣告費をより多く効果があらしめるにはどうしたら宜いか、こゝが研究すべきところである。私の友人にして、新聞廣告の結果を賣上に就て觀察した者の體験を聞くに、初の注文は多くは廣告後の一週間に來る、それから段々減つて行くから一週間の位経つた頃に又繰返して廣告しなければ効果が無い、第三回目はもう少し延ばして宜いとのこと、これは前の潜在意識が残つて居るからであります。同じ千圓の廣告費を掛けるにも、一度に全額を用ひないで上手に波動的にやる、初めは一週間目に若干、其次は十日目、其次は十五日目、其次は二十一日目と云ふやうな調子に廣告した方が宜いと云はれて居る。同じ廣告費を投ずるのには、最も有効の方法に向けて行くことが必要である、効果の如何、反應の状態を見てやらなければならぬ、此點は特に主人なり、店員なり、廣告部員なりによつて能く調べなければならぬ、廣告費の豫算を考へ店の經費との比率を考慮してやらなければならぬ。打算さへ出來れば亞米利加邊りの如き大きな廣告も出來ませう。廣告費もスペースも前に七倍十倍したと稱しても、是は店の豫算と云ふものから割出さなければならぬ、個人企業であれば經費も少ないのであるから小さい廣告をしなければならぬし、大量生産であるならば大仕掛の廣告が出来る、専門の廣告技師を置くことが出来る、随つて廣告は經營組織等にも基因すると思ひます。大きくして屢々廣告すると云ふことは、廣告の壽命を長からしめることになる、廣告の年齢、廣告の壽命と云ふことを能く言ひます、こゝで閑話休題、大隈さんは自然人として百二十五歳説を唱へましたが、其通り百二十五まで生き長らへたといふ人がありますが本當でせうか、大隈さんは實際八十五で死んだ、ダカラ本當に「百に十五まで」生きたといふものだ、即ち百に達すること十五まで生きたと云つての冗談もありますが、人間の壽命と云ふことも効果

を多からしめなければならぬと同様、廣告に於てもどうしたら結果が好くなるかと云ふことを調べなければならぬ、さう云ふことを調査しまして初めて新聞雑誌の廣告の値打が出て來ると思ひます。

4、新聞廣告の倫理的調査

尙ほ調査しなければならぬことは廣告の中には、眞面目の廣告者も段々出て參りましたが、中には如何はしい廣告がある、虚偽の廣告あるが爲めに、眞實の廣告迄價値を傷けられることになる。氣品の高潔な廣告といふに就ては英國の廣告に學ぶべき點があると思はれる。米國の廣告學者フレンチ氏の言の通り、廣告と云ふもの、眞の價値は商品の分配普及に關する媒介のみでなく、知らず識らずの間に導く、一種の社會教育の意味を有するものである。亞米利加邊りでも新聞の發達しなかつた時代には、欺瞞的の廣告が多かつたのであるが、近來此倫理的輿論が起つたのである。喜ばしいことには、最近の國際廣告大會に於ても此議論が沸騰した。歐米の廣告は質を第一に論ずる傾向を生じたと見るべきである、クローリツチ大統領は「眞實な廣告」の必要を叫んで居る。惡廣告を排斥しなければならぬと云ふ運動が起つて、廣告の不道德の方面、誠意を缺いて居る廣告に制裁を加へることになつた。廣告主の悪いのがあるかと思へば、新聞其もの及び取次業者間にも如何はしいものがあつて社會を毒する、そこで各國とも法律によつて若干取締りを制定して居るが「元來法律は最少限度の道德強制に外ならぬ」とも見られるが氣品の高い新聞廣告は、もつと法律以上の處を歩むべきである、僅か法律上の取締りで満足は出來ない、たとへ法律には觸れぬにしても如何はしい質の廣告は、廣告關係者の共同制裁によつて拒絶しなければならぬ。學術的に根據もなき山師的の藥の廣告とか、欺瞞的の廣告などは一掃せしめたいものである。今日段々進んだ新聞社では、さう云ふ廣告は他の一般廣告主に對する責任上拒絶すると云ふやうになつた、斯様な倫理運動が盛になるにつれて我が日本の廣告關係者も國際的廣告アソシエ

ーションに参加する日が參ることでありませう。段々コーポレートしたならば、今一段と廣告界が革正されることと思ひます、さう云ふことも實は廣告道德調査の結果に俟つことが多大であると信じます。

5、調査機關

一體さう云ふことを誰が調査するかと云ふと、廣告主側の廣告部とか、新聞社廣告部とか、廣告代理業などがそれである。日本の商店會社の各廣告部でも、大新聞社でも近來は種々なる調査に着手されつゝある次第であります、廣告取次店としての電通社、萬年社などにも參考資料とすべき調査が行はれつゝある。調査にして信を措くに足るものたらしめるには、何うしても眞摯でなくてはならぬ、正確であらねばならぬ、汚れた金錢によつて誤た調査の如きは價値が没却されてしまふ。元來廣告代理業者の職能は、單に手數料を取つて注文を新聞社に提供すれば宜いと云ふことのみではなく、産業全體の調査であり、産業顧問を以て任ずる程でなければならぬ、殊に其顧問となり得る人があらしめたい。其他學校の研究團體などが學究の意味で以てやれば、それが又參考として相當價値あるものとなることあらう。廣告主の爲ばかりでなく、代理業者新聞社の各方面からの要望視されて來た調査機關は實に新聞社、廣告主、廣告代理業者其他の協力による結果である。米國では前にも申した米國新聞發行部數監査局なる A、B、C、(Audit Bureau of Circulation) が今より十年前に設けられて以來、廣告局 B、O、A、及び (The Bureau of Advertising) 及び廣告組合 A、B、P (Association Business Paper Inc.) などが續出して、共存共榮の實を擧げること努めつゝある。

日本にも此程調査機關の新設を急務とすべきである。官民合同してやつたが良いか、或は全くの民間だけでやつたが良いか、色々議論がありませうが、土地の事情にも依りませう。官民合同の廣告監査局と云ふも出て來て、それが(1)新聞發行部數調査、供給區域調査、地方分布調査、記事種別調査、信用調査。(2)讀者の職

業別調査、購買力調査其他、(3) 廣告主の種別調査、善良眞摯なる廣告の保護と惡廣告の排除制裁、(4) 廣告方法の顧問忠言をも決行し得るの職能を持たしめることにしたならば新聞廣告の健全なる發達を見ることであらう。新聞雜誌廣告の調査方面に就て御話して見たいことは是位にして置きます。

三、新聞廣告の心理的論據

實際新聞廣告を作るのには廣告心理に論據を置かなければならぬ、今之を新聞廣告の作り方と對照して今夕のお話の後半を終らうと思ひます。我々が新聞の廣告を作るのにも廣告心理を念頭に置いてやれば、原則的にうまく行くのでありますが、今日の廣告心理は所謂人としての衝動の研究である、ビヘービヤの研究である、手で打ては痛いと言ふことは、打つといふ外界の刺激に對して痛いと感じるのが反應である、此刺激對反應、そこに先づ我々のしなければならぬことがある、應用心理、實驗心理の方面に於きましては此衝動の研究が重要視されて、廣告心理の爲には先づ注意、興味、信念、欲求、決行等について考へねばなりません。

(1) 注意

人間の刺戟にもいろいろありますが、廣告の方面の刺戟は先づ人の眼を刺戟し、人の耳などに觸れるラヂオならば耳に依る廣告になりませうが、新聞雜誌の廣告は眼に刺戟を與へるのである、無意識的注意から有意識的に移るなど、所謂心理プロセス第一たる注意となる。即ち廣告心理の道程として、廣告は先づ人の眼に着かなければならぬ。今日の新聞を見ても何が一番眼に付くか、東京の日々あたりは初めに一頁の廣告を取つて居る、以前は横濱貿易新聞は第一面は半分は廣告、半分は記事になつて居つたが、今は第一面は全部廣告で記事は第二面以下である、廣告の効果を大ならしめるには、廣告を第一面に入れるを可とし、記事を主と

するには第一面に重要記事を掲げることになる。亞米利加の新聞で都合が宜いと思つたのは、朝食の珈琲でも飲みながら見るのに、第一面さへ見れば今日の出來事の概要が知れることである、米國の新聞は二十頁も三十頁もある、其新聞の中にどう云ふやうな内容があるかと云ふことが第一頁の所に見出しと其要點が書いてある、であるから自分で見たいと思ふ所は其頁を繰つて見れば宜い、従つて第一面で見捨てられると注意は薄らぐが、廣告は第二面以下に記事と組み合せてある、廣告の中には最初から有意識的に注意される部分もある、失業者が何かの仕事を求め、借家せんと人が貸家廣告を見る如き所謂案内欄はそれである。大きな字で書いてなくても求めて眼に着けるのである。紐育邊には随分大きな屋外廣告がある、自動車で走る多くの無意識の人を注意させるには、余程大きなものでなければならぬ、屋外廣告とは異つて、新聞廣告の如き細字に關するものは、何うして人の注意を惹くべきであらうか、注意を惹く爲めには廣告の形の大小、文字の大小、廣告の體裁、他の廣告との關係、輪廓、新聞紙上の位置等によつて考へねばならぬ。中には小さい書き方で面積は小さくともちよつと面白いと思ふと眼に付く、此處にある電通社の廣告にしても、電通の二字がはつきり大きくしてあるからスペースの割合に能く注意を惹く、さう云ふやうに出し方に依つて随分人目を惹くものである、細かい字が澤山書いてあつて、虫眼鏡を持つて來なければならぬと云ふやうなことで、誰も見る氣にならぬから効果が少い。

そこで矢張り見られる工夫が必要である、注意を惹く爲めに、實驗心理の方でも幾多重要な理論がある、無意識的にも人の注意を惹き易い部分はいへば場所の眞中である、其眞中を示すに一つのスペースの中に、尺度で計つた眞中を書いたら間違である、物指では中心であつても、眼で見ると眞中ではない、眼で見ると眞中は、之を視覚中心といふが、尺度上の中心よりも稍上方に方る、この位置に主要な文句其他所謂セーリング

ポイントを置けば人の視覚に入り易い道理である、此點を貫いて所謂黄金線が得られる、上、下の割合は五對八、詳しくは一對一、六八五である、横書きならば此黄金線のある所にヘッドラインを置き縦書きの時は黄金線を二等分して十字形を得たる後、左右何れかの黄金線を目當にするのである、此處にある新聞廣告のクラブ白粉の字の如き此原理が鮮かに活用されてゐます。

(2) 興 味

それから人の眼に着いただけではいけない、其人の心を面白く思はせるやうにしなければならぬ、即ち興味がなければならぬ、興味を興へるには文句面白く、挿繪を愉快に、簡潔に、分り易くて、時機當を得せしめ文字の配列、印刷の鮮明を期せねばならぬ。例へば化粧の順序が圖解してあるとか、内容が説明してある如きそれである、又面白いか嬉しいか思ふ外に不快の感を持たせてはならぬ、例へば痔の薬に大きく「ち」と云ふ字が書いてあるのは如何でせうか。せめて實物の包装になりとも平假名の「ち」を見えないやうにしたらば何うか。

(3) 信 用

次に信用と云ふことがなければならぬ、善いと思つて本當の自信を持つて廣告するのでなくてはならぬ、廣告主自身が廣告した品に對して自信がないやうなことで、讀者に信用を得させることは困難である、誤魔化してはいか知らぬ、いゝ加減のものを賣つて居るのではないか知らぬ、某の一萬圓事件と同じやうな廣告ではなからうか、欺して金だけ取つて後は白浪を裝ふ者ではあるまいか、斯様な不信用者は駄目である、何處までも信用を受けなければならぬ、新聞上で廣告監査局から折紙付證明でもあつたらば信用は厚くなる

ことであらう。信念を抱かせるには能く説明してやる必要がある、例へば此の石鹼は香が善いばかりではなく、化學的の實驗をしても不純物が混つてゐないといつて分拆表などを挿入する如きは善いものに違いないと思はせる科學的手段である。

(4) 欲 求 と 決 心 決 行

愈々善いと信すれば買ふと云ふ要求が出て來て買ふと云ふ決心を起す。決心は起しても金の都合などの爲め決行が出来ないこともある。金があれば愈々決行する即ち購入すると云ふことになる一番の初めの注意以下逐次道程を経て結局決行まで來なければ買はれないのである。買つて使つて見た所があつたのシャボンとは、あつた無煙炭は一斤あたりでは高いと思つたが、火鉢に入れても長く消えないし、コークスの如く消える心配もない、一つ入れて置けば夜明まであるとか、燃へて臭くもなし、灰も磨砂の代りになるから何かと經濟的であると信すれば大に満足を感じて又買ふと云ふことになる。大抵廣告の失敗するのは宣傳が眞價以上に大袈裟すぎるからである、眞の價値があつても廣告主によつて其長所のみが廣告してあつて、短所缺點は廣告されてゐないのであるから消費者が使つて始めて意外、失望、缺點を氣付くといふことになる、廣告に書いてあるほど内容が善くないと云ふことがわかれば後はもう買はない、悪いものは自分が買はないばかりではない、人にまで悪く宣傳される。

四、新聞廣告の分類

段々新聞の廣告の實際に就て能く觀察すれば實に多種多様である。第一頁に本の廣告が澤山あるかと思へ

ば第二面以下に化粧品や、日用品、銀行や保険の廣告もあれば案内欄もある、求職、求人、貸家、貸間、不動産や動産の賣物買物といふ風に澤山の廣告があるが、之を分類して見るに分類廣告、表示廣告、勧誘廣告の三つとし、勧誘を更に説明と暗示廣告に二分することも出来る。各新聞の案内欄、是は御覽の通り雇入の部、貸間の部、金融の部と云ふやうな分類がしてある、殊に紐育の貸家、貸間の廣告を見ても町の番地の順にしてあるとか、ハウスマンバーの順にしてありますから見出すに一層便利である。

それから表示廣告、表示廣告と云ふのは唯名前だけを表示するので説明の文句もない、單に三井銀行、正路喜社、電通社と書いてあるのみである。或は仁丹と云ふ名だけを表示する、是は獨立廣告とか又は名前廣告とも云ひまして、近來の新聞の廣告中には大分ある、説明句は無いけれど其名稱だけは廣告を讀む人の頭に殘る、幾度も花王石鹼々と反覆させられるうちには先入主になつて石鹼買ふ折には遂に其親しみのある名稱の方に引かれると云ふやうなことになる。新聞の狭い場所に澤山細かい文句を書くよりも、名前だけの表示廣告が見易くて効果が多い。最近には又勧誘廣告が行はれる、科學的に説明を施して讀者を首肯せしめる説明的の勧誘もあれば又、説明は遠廻はしに、間接の勧誘を暗示的にするのもある、此の方は理由を説明せずに行くのである、例へばカルピスの廣告に「初戀の味がある」とある如き中々面白く書いて人の心を惹いて居る、カルピスはタイダーと匹敵する程に知れ渡つたといふことである、本當に分拆して善いか悪いかは門外漢で分りませぬが、カルピスは廣告に依て成功した實例の一つでありませう、其他カルピスばかりではない、廣告のうまい考に依て全く成功した實例は次第に多くなつて來ました、就中先程御覽に入れました中山太陽堂、中將湯、福助足袋の廣告などはこれを見ても成功である。また外に廣告があるのですが略しませう。

五、生きた新聞廣告の作り方

段々斯うして考へて参りますと次には廣告の實際問題として廣告の作り方廣告の具體的研究が必要になります、先づ廣告の字句をどう云ふ風にするか、生きた廣告の作り方は先づ廣告の文句にある、今日スローガンとか、キャッチフレーズ又はヘッドラインと云ふやうな言葉を使つて居りますが、寧ろ見出しと云ふ言葉を使用したい感があります、さて其廣告の文句をどうする、文句それ自體の内容を上手に書かなければならぬ文句の形式もありませう、御園の白粉と云へば字句の中に簡單明瞭に其要點が現れて居る、廣告の主たる文句に品物の名前が第一に載つて居らなければならぬ。花王石鹼なども上手である、何時も三日月が出て居る、月の所に大きく花王石鹼と書いてある。赤玉ポットワインなども何時もよく出來て居る。クスリハ星、福助足袋なども科學的經營と共に廣告が上手にやつてある。さう云ふ風で品名店名を明瞭に書かなければならぬ、品名も字數を五字以下に努めるところに心理學上の理由がある、人間の眼の一時に見る範圍は先づ五字である、上下見る目、左右を見る目、感覺に限度がある、一時に五字以上見ることは出來ぬ、若し強いて五字以上並べて一遍に見やうと思ふならば、却て四字七分位しか見えぬ、どんな眼の良い人でも五字である、それであるから五字以内で能くはつきり見えるやうにした方が宜い。盲人の點字は五粒より以上はない、觸覺にも感覺の限度がある。今朝の横濱の新聞を見ても一番諸君が眼に着いたのは多分カルピスと美顔水とでしたせう。字數と人の視覺に少し注意するだけでも、廣告の結果に著しい差があると思ひます。それからセーリングポイントを明かにして、認められなければならぬと云ふ特徴要點を書いて置く必要がある。例へば名前の全然知られてゐない白粉に、素肌を好くするとか、分拆した要點を説明して一番善い點、特徴の點

を現はす如きがそれである。

次に説明の句、色々説明の句にしても氣の利いた文句がある、「飲むべし、疲れたとき、健康の父であり幸福の母である」。能く引合に出される、「今日は帝劇、明日は三越」或は簡明に「土地百坪二千圓」「建坪十四坪」と書いたもの、又古來多數の人の耳に親しみある金言其他を利用し變化して星製藥の「君子危きに近付いた」と云ふやうなものもあれば、福助足袋に「足下の文化」「爪先の特許」なんと云ふ句もある。また日本の廣告には數字が多く利用されて居ない、諸君が御覽の通り亞米利加の廣告には随分數字が巧みに活用されてゐる、洋服などの廣告には例へば「と書いて其次ぎの行に此月を過ぎるとお世にならぬ」と云ふやうなことが書いてある、讀者は高くない中に買ふと云ふやうなことになる。こゝに數字のことで諸君の余興を一つ挿みませう、100+で御馳走二品の廣告になりますまいものでせうか、それは十はテンとも云ひますから、プラス四でランプラスである、眞逆天鉄羅と壽司屋さんの廣告に100+とも書きかねますがそれでも焼芋屋の看板に十三里半、栗より(九里、四里)うまいといふのがある。外國ではお買物は十時から四時までにとのポストに100+を利用したのがある。100+と云ふ數字は都合が好い、五や七では割れぬが、外の數なら二でも、三でも、四でも、六でも、八でも九でも割れる、色々の數で割れるところから、100+と云ふ數字が色々の廣告に利用されるのである。又説明の文句は極めて平易でなければならぬ、誰にもよく讀めるものでなければいけない、簡單明瞭でなければならぬ、書き方も簡單にして、字數も五字ほどづゝに切るとよろし。又誇大に過ぎたものではないけない、眞の價値を遺憾なく現はさなければならぬ、眞實は廣告の最も大事な點である、「百術一信に如かず」幾ら廣告しても一つの誠に如かない、「正直は最上のポリシー」である「正直の頭に神宿る」と云ふことは今更に考へるのであります。文句の位置も考へなければならぬ、新聞の掲載面に依ても大

變に違ふ、毎日見る新聞廣告の中には隣の廣告に壓倒されて折角の廣告が人の目に入らぬものも少くはない。新聞に掲載される位置に依て他との配合如何を考へなければ其廣告が活きて來ぬ、中山太陽堂、ミツワ、赤玉ポトトワイン、ライオンなどは此點から見ても有効的である。

ライオンといへば齒磨を聯想し、コダックと云へば寫眞機の代名詞の如く言はれて居る、商品の固有名詞が普通名詞の如くに用ひられるほどに懐しみと親しみを持たしめた廣告は成功したものだといつてよからう。位置の外に尙ほ配列も考へねばなりませぬ、福助足袋などは大小其他の配列もうまくやつてある、味の素の廣告にはよく、腕を書いて其中に献立を書いて見たり、献立日記として説明も入れてあるので讀者の味覺に親しみを持たしめる。ヘッドラインとしての主たる見出しの文字は變へないで、其他を時機に應じて部分的に巧みに變へることは、變化と注意の心理上から見て望ましい、例へば、野菜の澤山の時分に野菜の料理の説明を入れる、或は故郷の状態を考へさせるとか、生産力が偉大であるとか詰り自分の工場のことを言つて驚くべき賣行であるとか云ふやうなことを言ふ、色々さう云ふヘッドラインから或は眼に付くやうにするとか、ゴールデンラインとか色々のことについてプリンシブルに合つて居ると思ふ。

我々は廣告の文字の外に繪の事に付ても考へなければならぬ、例へば此繪の如きも氣の利いたもので御園白粉、クラブ白粉、蜂印葡萄酒などは實際此美人の容色の優れたのを書いて、よく人の注意を惹き、クスリは星とか、星の胃腸藥のヘッドラインの文句に配するに奇抜な繪を以てしてある如きは著しきものである。繪をどう云ふやうにしたら宜いか、同じ繪であつても見る人をして不快に思はしめる繪はいけない、上品でなくてはならぬ、快感を持たせる美的のものである上に、或は強弱を持たせなければならぬとか、或は對照をよくしなければならぬとか、眞黒の所に白いものを配合して反對の色を現はすと繪畫も文字も引立つて來

るなども考へなければならぬ、色彩と大小或は行列の對照と相俟つて巧みに新聞廣告を利用してゐるのもある。

六十八

最後に廣告の体裁でありますが、原則として廣告の中心點を考へなければならぬ、前にも申した通り視覺中央とか、斯う云ふ上部のゴールデンラインとか、下のゴールデンラインとか、全體から言つて多くの場合に於ては真中の上下、縦に書くのは稍々右に或は稍々左に、多くは右に書いた方が宜い、配合が斯うなつて居る、此廣告の補助は右に書いてある、大體に於て上の方に多く出た方が宜いと思ひます、尙ほ体裁上色の配合、大小の配合、繪と字との配合、其調和を取らなければならぬ、今御眼に掛けたものはどれも調和がよく取れて居ると思ひます、是等は調和が取れてゐないが、その代り他に意味がある、最近クロスワードが行するので、それを利用して出した懸賞附の廣告を出したり、ラヂオ熱が高まるに従つて、未知の商品を説明する廣告の如きは懸賞とラヂオに惹かされて讀まれる説明文句が比較的詳細でなくてはならぬから調和といふことは重要視されてゐない。輪廓を見ても單なる線よりも刻みを入れると注意を惹く、見るにエナジーを多く要する道理だが、又それだけ注意を取る、輪廓其ものだけでも馬鹿にならない、輪廓の太い細いと共に他との調和を保ち、文句とも調和を保つやう僅かの注意で其廣告が生きて來ると思ひます。

六、結 論

また色々申し上げたいこともありますが、段々時間も遷つて參りましたから是で止めて置きます、今後お互ひに新聞雜誌の廣告に就ての研究を理論的と實際的と共に進めて行きたいのであります。研究の結果を批判したり、具體的の新案を工夫することにも努めたいのであります。

それでは先刻お約束申した余興をお目につけて、而も其中に結論的の意味も含まれてゐることを御覽願ひたいと存じます。

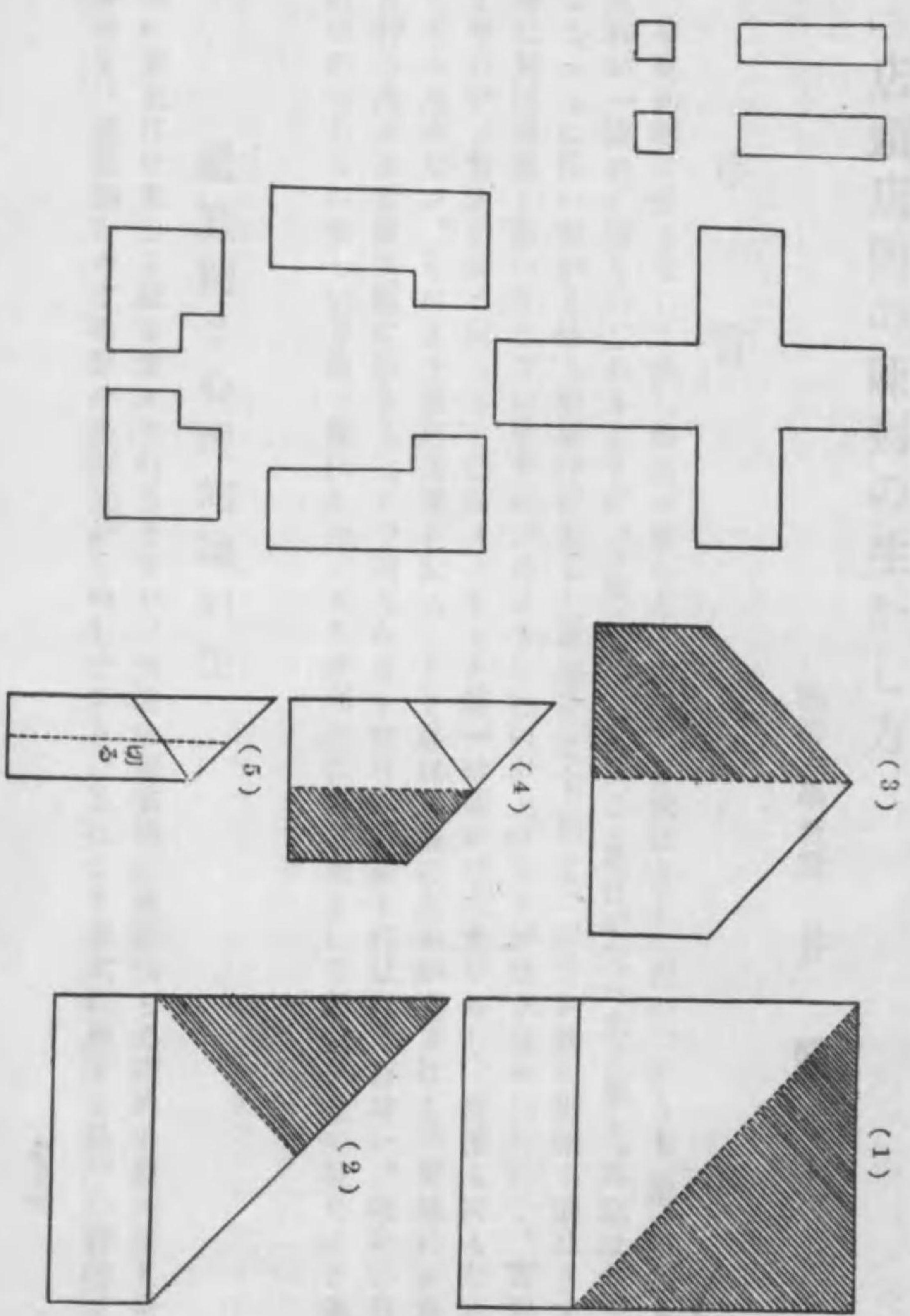
私が大正五年亞米利加に行く時の同船者に一人の印度人がゐた、徒然の爲めいろ／＼談じた後、私に向つて三つの問題を提出して曰ふには(1)今度の歐洲戰爭の結果として獨逸のカイゼルは死んで何處へ行くであらうか、(2)英國のキングエドワードは死んで何處へ行くであらうか、(3)此戰爭が濟んでから世界で一番發展する國は何處であらうか、君此三問が答へられるか、イヤ此答案は一枚の紙を折つて切ることのみで答が出るから面白いよと、其人は倫敦の大學を出た男で顔の色は私よりも一層黒いが數學的の頭を持つて居る、幾何學的の作圖をしては一人悦に入つてゐる。私は當時これを時事新報へ報告して置いたのでから大正七年の夏頃の同新聞に出て居た筈です。諸君御覽になつたこと、御聞きになつたことがあるか知れないが、半紙でも新聞紙でも宜いが、一枚の長方形の紙を折つて切れば三つの答が出て來る、而も切つた紙は一片すらも無駄はない。此のやうに折つて真中を切れば三つの答が出る、小さい片を組み合せて今の三つの答が出て來ると云つた、今の此問題を廣告に活用して言ひ現はして見れば、第一問は不正直な新聞廣告の末路は如何と云ひ得る、詐偽欺瞞的の廣告は破産を招き、没落の運命となり、刑獄に引かるの人となる如き全く此世ながらの地獄である、學術的の根據もなき藥、如何はしき貯金廣告、瞞着的な豫約廣告、其他警視廳の調査による惡廣告の類の如きは其末路憐むべき状態にある。第二問は之に反して正直なる廣告の結果は如何と云はれる、正直の頭は神宿るといふが、正直の廣告に神宿るとも云ひ得るでありませんか、正直な廣告は其生命永遠であり且つ何時も繁榮にして、幸福な商店、此世ながら極樂の思ひをする、善良の廣告、眞實の廣告は其効果が永遠でバラダイスの威がある、先進國は眞に價値あるもの、製作に留意し、而して之をよく販賣せんが

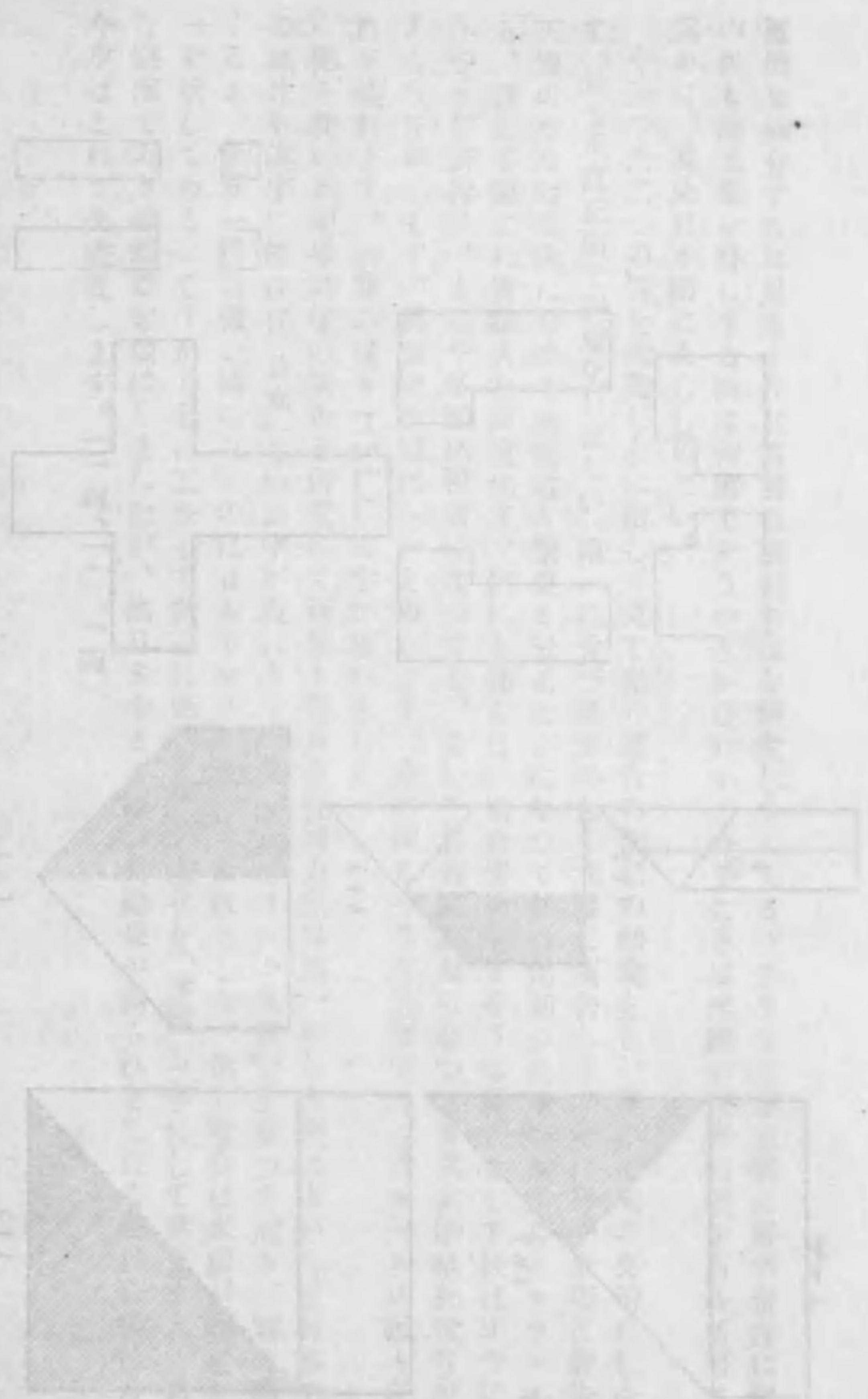
六十九

眞價を紹介するに足るやうな眞實の廣告方法を研究しつゝある。さうして第三問に將來廣告に留意して世界中最も商工業を盛にする國は何處でせうかといひたい。今でこそは米國が世界に覇を占めて居るが、何れは爲めに、其此日本國にあらしめたい。

今云つた三つの答を御樂しみに出して見て私の廣告の御話の結論とし、私の結末の文句にしやうと思ひます、是も正直正面で誤魔化しはない、第一に先づ諸君の如く立派に廣告して、それを十分巧に廣告した結果は天國のやうな境遇になつて商賣益々繁榮と云ふことになつて茲に此切つた紙の中からクロス**+**が現はれる、而して第二に實際人を誤魔化す、何にも知らない田舎者を騙すやうな廣告をして後はすつぽかしてしまふやうな廣告は、よしや多額納税者になつても、よしや貴族院議員になつても其末路は此世ながらの地獄であらうと申します、英語で地獄はヘルと申します、命の減るやうな言葉です、其スベルの通り此残りの紙切れで綴れます、御覽の通り「**工田**」の字が現れました。

第三問の新聞雜誌等の廣告を研究して商業も進み今後國力世界第一になる國はといへば日本である、以上の紙片を漢字に綴れば「日本」といふ字が現れます。此インデイヤンは漢字も知つて居る。君の國は戦後に強くなる、世界一番力強い國になるのは日本でせうと云つてくれなした。然し現在は米國が廣告に於ても世界一を示してゐるのですから私は工夫して試みに此「日本」の漢字を「米國」の字にして見ませう。以上甚だ雑駁な講演であり御静聽を煩はしましたが、他日多少とも纏つた結果が得られましたら御目に掛けることにして今夕はこれで失禮致します。(二四、一〇、一四)





店頭店内の陳列の生かし方

明治大學教授 井 關 十 二 郎

序 言

私は、今夜此題に付きまして少し御話を致します、しんが殿しんがを承はりましたが、どうもしんが殿甲斐もなく普通であれば真打が一番終に出るのでありますが、今度は順序が違つて真打が先へ出て居る、其點は一つ悪からず、此真打はどんなに偉い奴かと餘り御期待があると間違ひますから、どうか其の御積で願ひます、それから此印刷物に實地指導と書いてございますが、是は少し私の申上げやうが足りなかつたので、實地指導には違ひありませぬが、實地指導と云ふことになりますると第一時間が足りませぬし、設備も何もない此所ではどうすることも出来ない、それより實地指導と云ふことを私は理論のみの研究でなく、實地に諸君が明日からでも御実行の出来る實際問題に付きまして、而も今日まだ日本に餘り行はれてゐない、陳列の行結つた日本に餘り行はれてゐない新しい方面、賣れるキンドウ陳列の仕方を中心として御話をして見たいと思ふのであります。

鑑賞的と心理的陳列法

今諸君に差上げた表から話を進めて行きますが、其表に鑑賞的の陳列法と心理的の陳列法と斯う大きく分けてあります。鑑賞的と申すのが今の陳列から申しますと、是はまあ舊式に屬する法、心理的と云ふ方が極

おんどう陳列方法の科學的分類大要 井關教授案

(甲) 陳列の目的による區別

- (一) 廣告のキンドウ陳列法—(イ) 鑑賞的陳列法 (ロ) 心理的陳列法
- (二) 販賣のキンドウ陳列法—(イ) 同 (ロ) 同
- (三) 表現のキンドウ陳列法—(イ) 同 (ロ) 同

(乙) 陳列の方法による區別



く新しい式に属する法、新舊と云ふと甚だ語弊があるかも知れませぬか、此心理的の陳列法も是も初から終まで申上げますれば大變な時間を要しますので、此中の主なるものを時間の許す限り一つ御話をしたいと思ひます。

是を比べて見ますと、鑑賞的即ち殆ど多く現在日本で行はれて居る陳列法と申しますものは、御承知の如く一つの陳列をするのに大變金が掛る、色々のものを備へて掛らなければならぬ、バック一つにでも中々金が掛ることは申すまでもないことであります、是は日本のキンドウ即ち陳列と云ふものが實行せられてから、一番初に應用せられた學問が申すまでもなく美術であります、バックを綺麗にするとか、外のものを美しくするとか、陳列でなくして寧ろ飾を主としたのであります、さう云ふ風でありますから確に金が掛る、然るに心理的陳列法になりますと金がさう掛らない、それで又飾り替へをするにしても、今までの陳列は中々金が掛ると同時に一つの陳列を仕替へるに致しましたも容易でない、然るに心理的の陳列法は商品を主として陳列するのでありますから、陳列の仕替へをするのに骨が折れない、金が掛らない、さう云ふことを比べて見ますと色々違ひがありますが、併し在來の陳列法と申しましても強ち捨てる譯ではありませんが、心理的のに比べれば大分劣つた點があると思はれる、一言に申せば鑑賞的の陳列法と云ふものは道樂息子見たいなもので、陳列に金が掛つて儲けて呉れない、黒山のやうに人が澤山集まつて見て呉れるが、其立つて見て居る人がどれだけ店に這入つて呉れるか、どれだけものを買つて呉れるかと云ふことは縁が薄い、綺麗に出来て居る、美しいと褒めることは褒めるが實際に於て効果が舉らない、それは在來の通弊である、是は皆さんが實地キンドウに付て御覧になれば分かると思ひます。

鑑賞的と心理的陳列法の比較

七十四

今解り易く、鑑賞的の陳列と心理的の陳列とを比較して見ると、(イ)鑑賞的陳列は一般の人の注意を惹くが、心理的陳列は商品の陳列それ自身が主に買手の注意を惹く、(ロ)鑑賞的陳列は比較的早く取換へる必要があるが、心理的陳列は比較的長く取換へなくて済む、(ハ)鑑賞的陳列は陳列の取換へが中々大儀で金もかかるが、心理的陳列は商品の取換へであるから便利であり金もかゝらぬ、(ニ)鑑賞的陳列は購買心を起させる力が極めて弱いけれども、心理的陳列は購買心を起さす力が極めて強い、而して(ホ)鑑賞的陳列は廣告的働きの殆どないが、心理的陳列は廣告的働きの多いといふことになるのであります。

本當のキンドウの働くと云ふことから申せば、今日いろ／＼計算されて居る、一つの商店を經營する資本と致しまして、キンドウに金を掛けた程利廻りのよいものはないと知られて居る、普通の資本にしたならば、五割も十割にも當るものではないが、キンドウに五百圓千圓金を掛けたそれが廣告して呉れる力、而して販賣してくれる力と云ふものは頗る大きいものであるから、キンドウに投じた資本の何十割にも働いて呉れるのは、たゞ此のキンドウのみであるさへ云はれて居りますが、在來の鑑賞的の陳列法では、特殊の場合の他、キンドウに澤山金を掛けて美しくはしても、決して眼に見へる程賣上が殖えるものではない。是は今申した單に美しいと云ふこと、人が其ものを買ふやうになると云ふこと、大分ソコに隔りがある爲めであります。然るに今夜此新しい御話をしたいと思ふ心理的の陳列法になりますと、何處までも人を刺戟して印象を深くさせやう、店へ這入らせやうとする陳列法であります、さうして今申したやうに、多大の金も掛らぬ、左様いへば如何にも誇張したやうであるが、決して不可能のことではないのであります。

井ンドウ裝飾の新傾向

さう云ふやうにキンドウの飾り方が段々心理的傾向になつて來た、それは販賣の仕方にしても、廣告の仕方にしても、今日は人間の心理が原則になることは寧ろ當然である、賣る方も人間であり買ふ方も人間である、買ふとか買ふまいとか、行つて見るとか、行つて見ないと云ふことは自分の心で極める、さうすれば人間の心に巧くぶつかるやうに陳列すればするほど、それが眼に見える効果が擧つて來るのは當然である、さうして見ますと、第一に此の人間の心理現象、即ち心の働きのことを先きに研究して掛りませぬと、飾るにしても殆ど見當が付かない。在來のやうな命ばかり掛つて美しくするキンドウでは効果が少ない、心理的のキンドウの陳列法は宜いに違ひない、さうすると人間と云ふものを目當にして言ふことを聞かせやうとか、キンドウに飾つてある品を買はせるやうに現在でなくても將來に思はせたり、店を覺へさせたり此町内に澤山店があるがあの店で品物を買ふと云ふやうなことで、自分は是なら人が飛び付くであらうと思つて値段のことはかり言つて見た所が、けちんぼの人なら値段のことはかり思ふか知れないが、値段が少々高くても品が善いのを好む人があるので、色々自分の想像きりではいけません、一體今申した物を賣ることも廣告をすることも、さうして陳列することも皆相手が生きて居る人間であるとすれば、此人間と云ふものはどうしたならば今申したやうに廣告なり陳列なりを見せて自分の思ふやうに應じて呉れるか、之を一つ研究して掛らなければならぬ、今日心理的陳列と云ふものは是の應用であります、勿論キンドウを汚くすることは出來ない、美しくしなければならぬ、相當の技術を加へなければならぬ、併ながら在來のやうに品自身以外に却て美しくするとか何とかすると、人の注意は却て其方に集中することになる、バックが美しいと

七十五

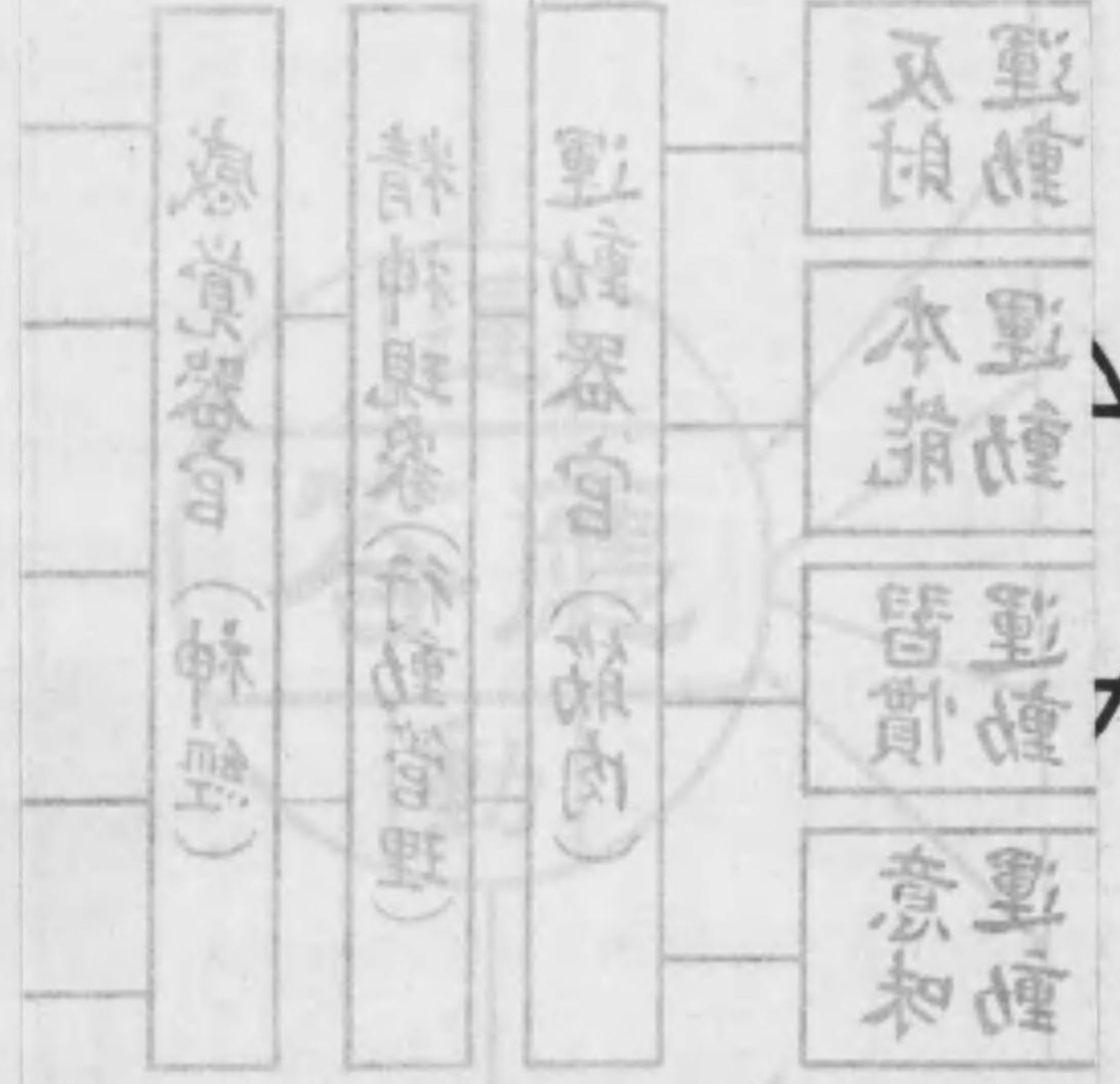
善いバックだと褒めて呉れるが、併し其の方に注意が集つてしまうから、肝腎の買ふて貰ふ品物の方が御留守になると云ふやうなことになるのであります。

心理的研究

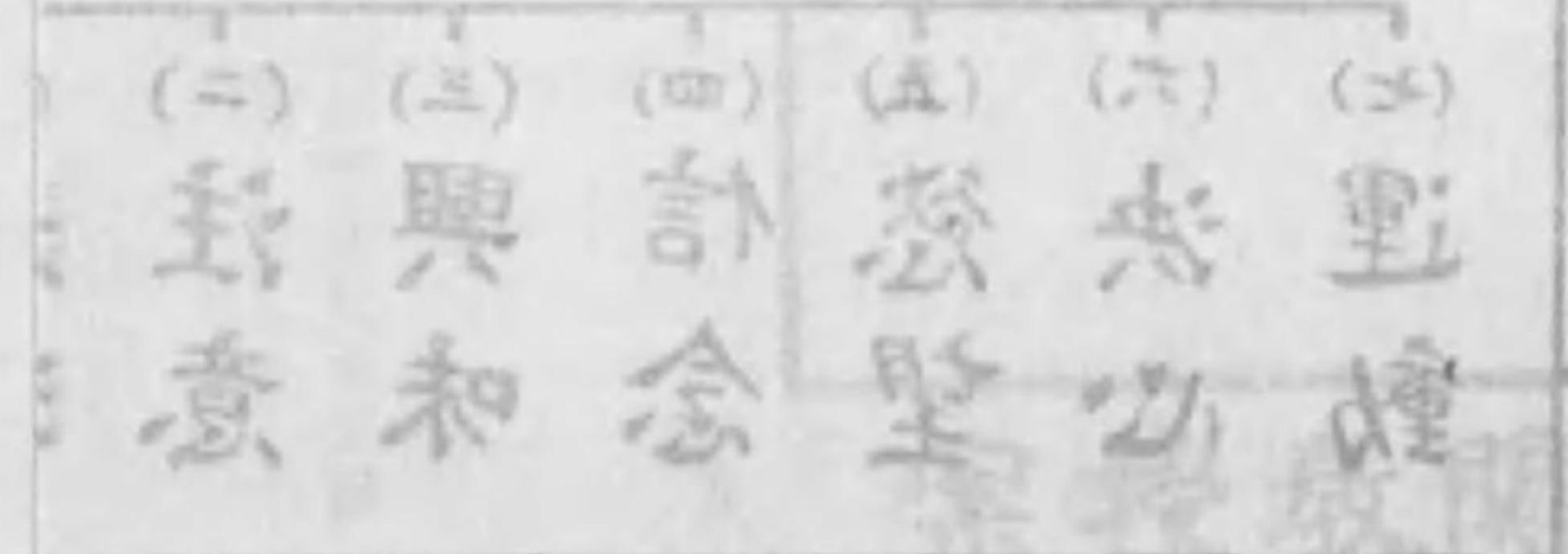
そこで第一に、極く簡単に一體この人間と云ふものは、陳列を見た時に何ういふ心になり、而して何う反應を起すものであるか、先づ何よりも先きに之を知る必要があります、而も今申したやうに、心理的の陳列法を分類すると、諸君に今差上げた澤山の種類に分けることが出来ますが、之を第一に極く簡単に申しますと、御客さんと云ふ人間がキンドウを見た時に買ふとか買ふまいとか云ふことをするのに、即ち陳列といふ刺戟に對して起す反應が、一體どう云ふ風のものであるか、是は申すまでもなく今日の心理學より研究するより仕方がない、痒ゆければ頭を搔く、あゝもしたい、斯うもしたい、心が斯うと思ふならば神經が筋肉に傳へ、我々が思ふ通り手足を動かす、心理學から言ふと、大體に於て人間と云ふものは案外簡單ののである、哲學とか外のものから見たら人間は萬物の靈長だと云つて頗る高等のやうに思つて居りますが、心理學から見れば人間の構成は極めて簡單である、であるから心理的の陳列が大いに役に立つて呉れる譯である、一口に申せば、人間の體と云ふものは、爰に簡單に圖に現はしたやうに、神經と筋肉との此二つのものである、さうして神經の端に玄關がある、眼、耳、鼻、口、皮膚、此五つは神經の玄關口である、夫れで此等の玄關へ來るものは、何でも夫れ／＼神經に傳へてそれに依つて夫れ／＼筋肉が運動を起して來ることになる。簡単に申せば斯くの如く極く簡單なものである、此人間を對手として陳列するのである、分り易く申せば、人間は神經と筋肉とを持つて居る一つの機械である、機械であるとするれば、陳列と云ふものを見て人間はど

其又其

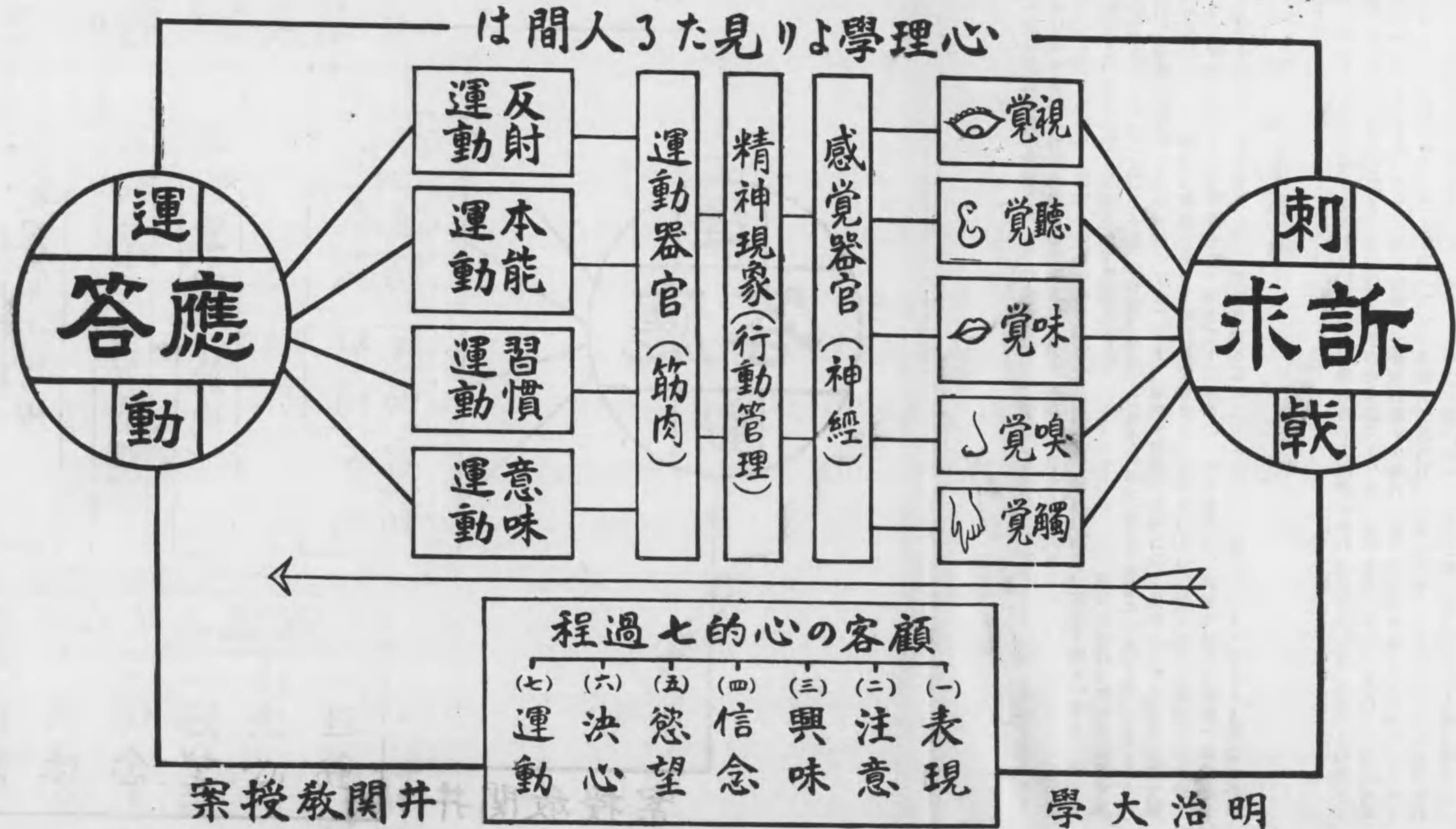
人間と其の學



其の心の器

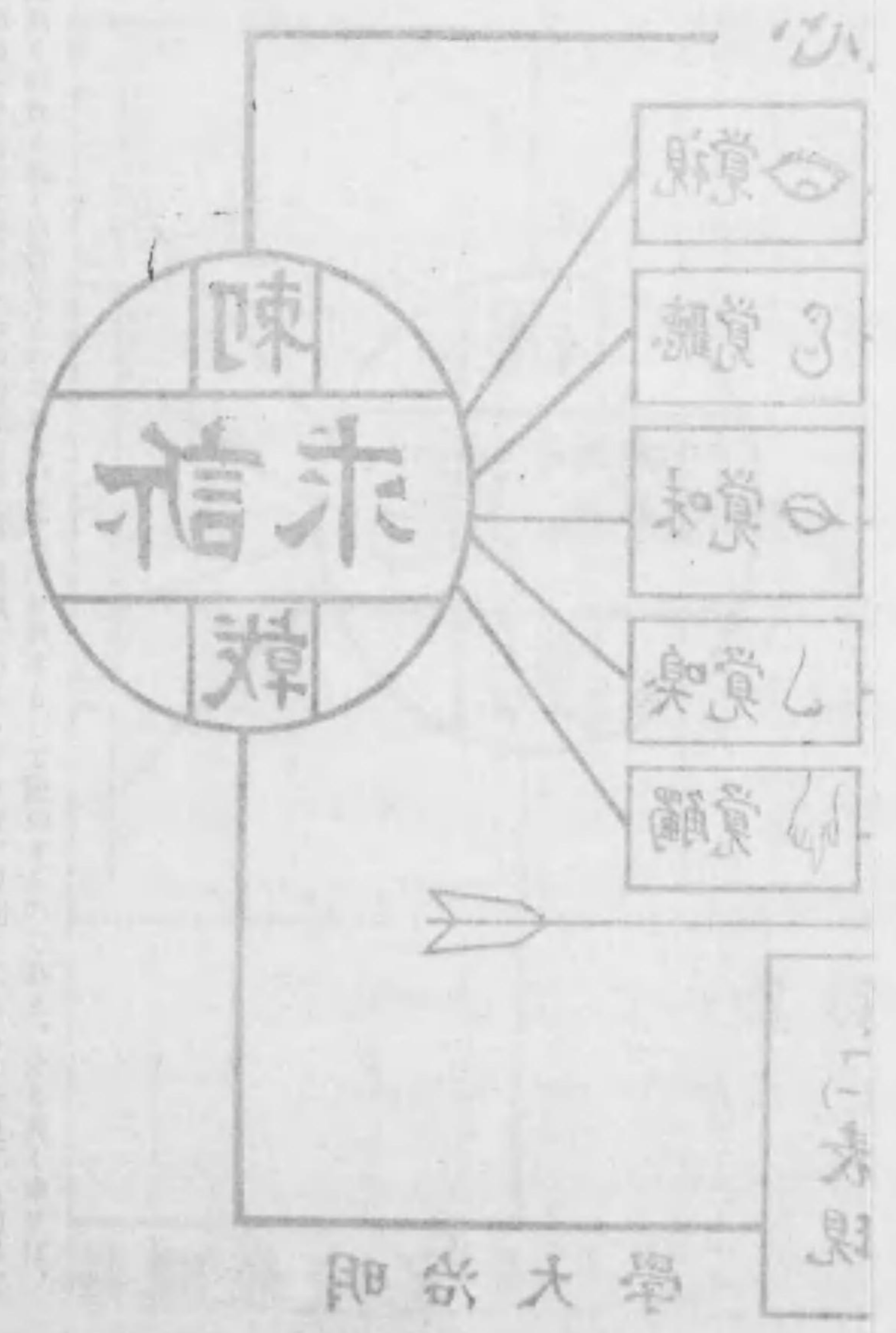


販賣・廣告・陳列及其反應之關係



簡單に申せば斯くの如く極く簡單なものである、此人間を對手として陳列するのである、分り易く申せば、人間は神経と筋肉とを持つて居る一つの機械である、機械であるとするれば、陳列と云ふものを見て人間はど

東。告。賣。販。



う云ふやうに運動を起すものであるかと云ふことになりますると、廣告に致しなくても、販賣する時の販賣員の態度なり言葉なりに致しなくても、又キンドウなり店内なりの陳列に致しなくても、人間の神経に一つの刺戟を與へる、刺戟と申しますと、仮へば虫でも飛んで來れば、吾々は眼をつぶるやうに、其虫が飛んで來ることは即ち一つの刺戟である、我々が新聞を見れば我々の神経を通じて廣告や社會上の種々のニュースの刺戟を受ける、その刺戟は見るものは眼の玄關口から這入る、音は音の受持の耳から這入る、故に吾々人間の一生は毎日／＼起きてから寝るまで、大小直接間接色々の刺戟を受けて居るものといふことが出来るのであります。

訴 求 — 運 動

さう致しますと云ふと、廣告と云ふことも、販賣と云ふことも亦陳列と云ふことも、つまり人間に一つの刺戟を與へて、夫れに買ふと云ふ反應を起させることになるのであります。神經が刺戟を受けて其刺戟をどうするかと申しますと、神經が刺戟を受けて刺戟の受け放しのものではない、受け放しのすばらのものであつたならば、販賣員諸君がごんなに熱心であつても、陳列や廣告が如何に巧く出來ても、何等の反應を起さないから何にもならないことになる。所が今申したやうに必ず夫れに應じて適當の反應を起して來る、それが大きければ大きい反應を起して來る、丁度護謨毬見たいのものである、一つ叩けば刺戟を受けて運動を起す、此反應と云ふことが受けた刺戟に應じて弱ければ少ない運動、強ければ強い運動を起す、廣告に致しましても、キンドウの陳列の仕方に致しなくても、それで刺戟が少なければ効果も少ない、或はないことにもなる、そこで廣告又は販賣心理學では、この刺戟のことを普通訴求と申して居ります、即ち英語で云ふアツ

ビールのことでありますが、この訴求と云ふことは色々の販賣とか經營とか廣告などの雑誌やら本を見ましても、随分使はれて居る、又使はれて居るのが随分間違はれて使はれて居りますので、此の意味を解り易いやう申しますと、刺戟も訴求も同じ意味ではありませんが、刺戟と云ふ方は極く簡單のとき、訴求と云ふ方は刺戟の少し複雑したものの意味あるものであります。此の刺戟に對して起す反應を運動と云ふのである、此の圖を御覽下さい、而して同じ運動でも極く簡單運動でなく、その運動が少し複雑したものと云ふべきを應答と云ふのであります。即ち此の圖の通り刺戟對運動、訴求對應答といふことになるのであります。そこで例を以て分り易く申せば、例へば今申したやうに虫が飛んで來ると眼を塞ぐと云ふことは是は極く簡單のことである、外に意味も何もない、虫が飛んで來たと云ふ一つの刺戟である、眼をつぶると云ふのがその刺戟に對して起す一つの運動である、此刺戟にも複雑のものと同簡單のものがある、仮へば電車に乗る、すると信號手が晝なら赤い旗、晩なら赤いランプを出すことがある、是は即ち運轉手に對しては一つの刺戟であります、併しながら刺戟でありましたも、その刺戟が簡單でなく、少し複雑して居るから此れを訴求と云ふのであります。何故かと云ふと、赤い旗なり、ランプを出す、その赤旗や赤ランプ自身は簡單な刺戟であつても、それは意味が伴ふ、即ち何かの危険があるから電車を止めよと云ふ意味を含んでゐるので、幾分複雑して居るからかういふ刺戟は訴求と云ふのであります。それを見て運轉士が電車を止めるのが即ち反應の複雑した應答であります。何故かといふに、今申した虫が飛んで來る、眼を防ぐといふやうな簡單な反應でなく、刺戟が複雑してゐるだけ其の反應も複雑してゐて、夫れで電車を速く止めるとか、ユックリ止めるとか、又は後退さすとか、反應の起し方が簡單でないからであります。それであるから廣告にしても、販賣にしても又は陳列にしても、刺戟ではあるが、簡單の刺戟ではなく相當複雑してゐます、相當に見る人に考へさせなければ

ならぬ、相當に想像もさせなければならぬ、注意もさせなければならぬ、興味も起させなければならぬ、信念も起させなければならぬといふやうに、色々複雑して居るから此刺戟を複雑した刺戟即ち訴求と云ふのであります。その訴求の如何によつて御客さんが買ふとか買はぬとか、矢張り此れも複雑した種々の運動を起すので、此れを複雑した運動、即ち應答と云ふのであります。

心理的陳列法

そこで心理陳列をするに付て斯う云ふことを知つて置かなければならぬ、一體人間といふものは、生きて居る間は、絶間なく五管を通じて種々の總ての刺戟を受ける、年々歳々近代工業が發達して日々新聞に色々々の廣告が出て、それから刺戟を受ける、道路を歩けば色々々のポスターの刺戟を受ける、汽車に乗つても沿道で色々々の屋外廣告の刺戟を受ける、町を歩けば色々々のキンドウに陳列されてある刺戟を受けるといふ風に、近代人は廣告及販賣の刺戟攻めに會つて居るのであります。今度は應答の起し方、反應の起し方、之を研究することが必要である、是さへ研究したならば販賣でも陳列でも廣告でも骨が得られる譯であります。大きい刺戟でも、小さい刺戟でも、直接の刺戟でも、又は間接の刺戟でも、それには皆同じやうな運動即ち應答を起すかと云ふと、人間が刺戟又は訴求に對して其々の運動又は應答を起すのには、ソコにちやんと四つの起し方がある、諸君が人を口説くのも、或は人を勧めるのも、談判するのでも、對手に其れに對して起す反應即ち運動の仕方も矢張り同じである、談判が先方に對して一つの訴求である、刺戟を與へることである、刺戟がうまければうまいほど言ふことを聞いて呉れる、反動力が強くなつて來る、運動は自分の豫期通りに起して來る。所が今云つたやうに人間の運動の起し方といふものは、タツタ四通りよりないのであります。

す。其の内の一番簡単なものを反射運動と申して居ります。此は或は機械運動とも言ひますが、今申したやうに、此の運動と云ふ言葉は、我々が五管を通じて受ける刺戟に對して反動を起すのを運動或は應答と云ふのであります。此一番簡單の反動の起し方が反射運動でありまして、反射運動と云ふのは虫が飛んで來ると云ふ一つの刺戟があると、我々は何にも考へない、虫が飛んで來た是はどうしたものであらうと考へる者はない、虫が飛んで來たと思ふと直ぐ眼を塞ぐ、虫が飛んで來たと云ふ刺戟に對して眼を塞ぐ、即ち其刺戟に對して眼をふさぐと云ふ運動を起したのであります。是は反射的機械的に起して來る極く簡單の運動でありますから、反射運動と云ふのであります。是は餘り簡單であるから販賣や陳列、廣告には餘り利用が出来ませぬが、兎に角是が一番簡單な運動の起し方で、しかも順序として又は分類上略する譯には行かないのであります。

本能運動

其次が本能運動と云ふのであります。是はどう云ふ運動の起し方であるかと云ふと、是は大分商賣に應用が出来る、それとは知らずして現に澤山種々の販賣方面に應用されて居る、此刺戟に對して運動の第二番目の起し方は今の反射運動よりもう少し混入つたものである、吾々は生れ落つると種々の本能を有つて居るものでありますから、此の本能的に起して來る運動は、敢て法律で命せられなくても、吾々が自然に起して來る運動であります。是もまた極く簡單な分り易い例で申せば、吾々が夜、墓場などを歩いてゐるときに何かピカッと光るものを見ると、吾知らず拳を握り詰めるとか、又はステッキを身構へるとかする、是は別に暗い所に光がひかつたら斯うしろと云はれなくてもやる、暗い所で光が見へたら法律で拳を握れとか、又ステッキ

を振廻はすとかしないと違警罪に處すなど、云はれなくとも本能的にさうやる、美しい女を見たい、うまい物を食べたいと云ふのも此れ皆人間の本能である、所が時代の進むに従つて我々の本能も亦殖へて來る、例へばラヂオなどの未だ無かつた時代には、ラヂオを聞きたいと云ふやうな本能はないが、ラヂオと云ふものが發明されて來ると、段々ラヂオと云ふやうなあゝ云ふ便利な音楽なり、其他の放送を聞かうと云ふやうなことが、矢張り人間の本能の一つになると云ふやうに、本能は段々殖へて來ますが、今申したやうに此本能的に起して來る運動は、廣告なり、陳列なり、販賣なり、色々の上に應用せられて居る、現に諸君が御考へになつたならば、在來の遣り方で、販賣でも廣告でも陳列でも、随分人間の本能運動を起させるやうなものが大變多いと思ふ、是は一つ打當れば廻りくどく口説く必要もない、一の刺戟を與へれば何にも考慮しなくても手數を掛けずに進んで、向ふから買ふと云ふ運動を起して來る、例へば是も分り易い例で申せば例へば若返りの薬があるとする、長壽を保ちたい、若くなりたいたと云ふのは、矢張り人間の持つ本能の一つであるから、くどくしい説明をするよりも、此の本能にぶつかつて、若々しく元氣になつた繪の一つでも書いた方が手取早く買ふと云ふ本能運動を起して來る、時間が少いから色々申上げられませぬが、斯う云ふものは澤山あります、陳列でも本能運動を起すやうに手取り早く其の刺戟即ち訴求を與へると云ふことは何でもありません。

本能の廣告

此の運動の起し方は、昔から日本でも多年の實驗や賢い人の考へで應用して居る、横濱で見ましても、東京で見ましても天麩羅屋が澤山ある、皆さんも天麩羅が好きで召上がると思ひますが、天麩羅屋で奥の奥で天麩羅を揚げて居る所はない、東京の有數の天麩羅屋でも必ず入口でやつてブン／＼好い香ひをさして、強

い／＼刺戟を興へて居る、是は人間の本能運動を起させる爲めにやつて居るので、昔の商人諸君にも中々智恵があるさうすると天麩羅屋の前を一町や半町歩いて、天麩羅の臭がぶん／＼すると、吾々は強く本能運動を起して来る、腹でも減つて居る時は尙ほである、若し晝飯頃でもあると、一層早く本能運動を起す、好きな人は腹がふくれて居つても、二三間行過ぎて此の本能的刺戟には抵抗し切れなくなつて、ツイ飛込むことになる昔でも簡單ながら人間の本能運動を起させることをやつて居つたと云ふことは考へ得られる、あれを奥の方で何も吾々の臭覺に訴へること、即ち訴求することをせず天麩羅はうまいと云つて廣告しても、今の直接に本能運動を起させるより効果が少ない、さう云ふことから一つのキンドウを御覽になつても、一つの廣告を御覽になつても、茲に一つの夫れを鑑識する標準が出来ると、この陳列、この廣告はうまいとか、まずいとか云ふやうな鑑別も大變早く出来やうと思ひます、在來は廣告にしても、キンドウにしても善いか悪いか云ふ標準はタゞ美しいとか、恰好が善いとか、何となく宜く出来て居ると云ふやうなことで、賣るとか買ふとか云ふやうなことは交渉が少ない、徒らにキンドウに人が立つならば實際の販賣と關係がないと云ふことになるのであります。

習慣運動

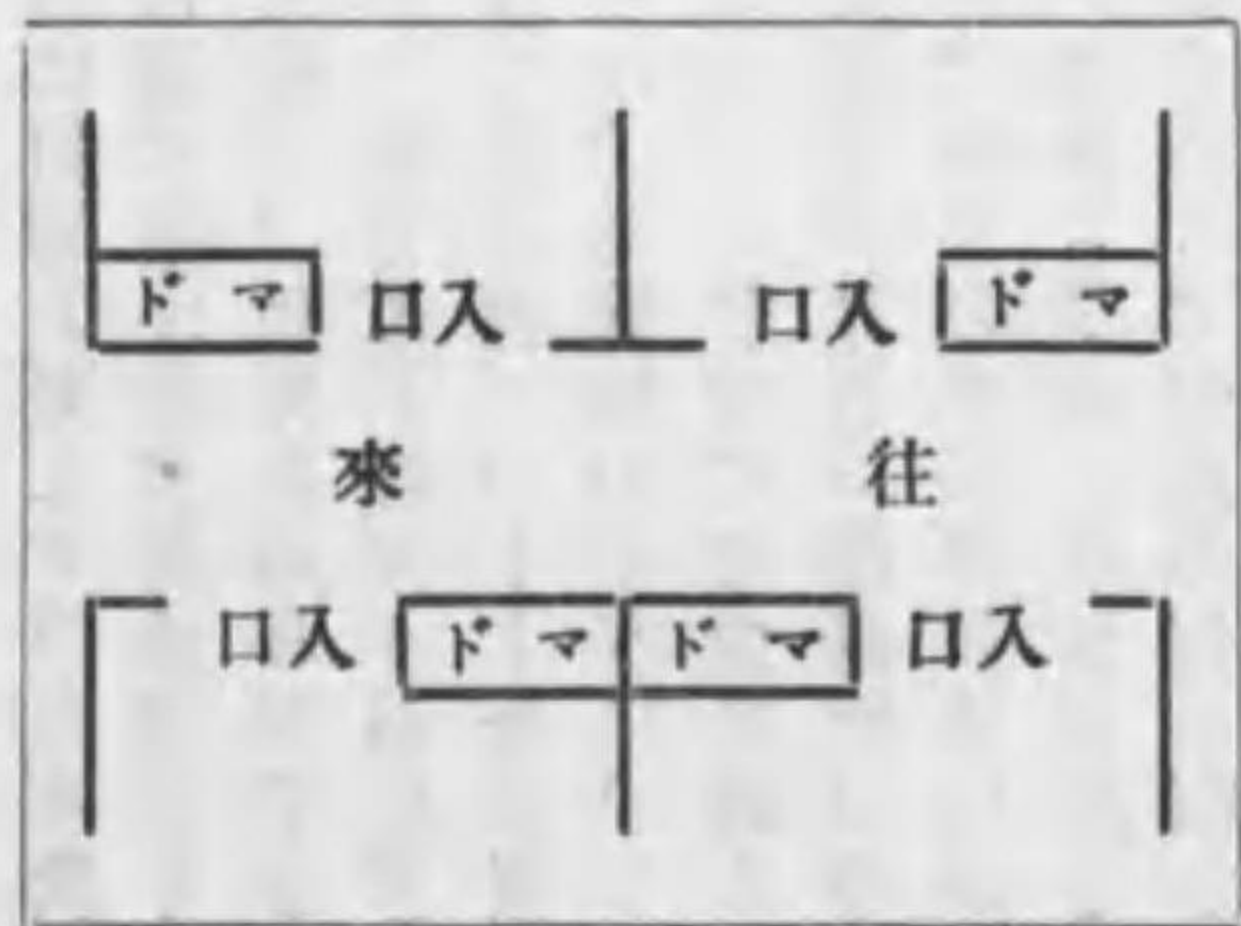
次に三番目に人間が訴求に對して起して来る運動を習慣運動と云ふのであります、此の習慣運動は前二種のやうに、機械的に起して来る運動でもなければ、或は又本能的に起して来る運動でもない、今度は多年の習慣の爲めに矢張り手取り早く刺戟に對して習慣的に起す運動であります、習慣運動と云ふのは普通の習慣と云ふ意味であります、是はどうかと云ふと何かの刺戟に會ふと、今の様に生れながらにして持つて居る本能

の爲めに起すのでもなければ、反射的に簡単に起すのでもない、多年の習慣の爲めに何等の考なく、ツイ我知らず起して来る運動である、是は分り易い例で申しますと、我々が例へば飯時に膳に坐はる、此膳立てといふ刺戟に對して吾々は何の躊躇もなく、直ぐ右の手で箸を持ち、左の手で茶碗を持つ、如何にのりまでも自分の前に膳を出されれば、ちやんと右の手で箸を持ち左の手で茶碗を持ち、何ちらの手で箸を持たうかなど、考へるものはない、尤も大勢の中には左利きもあるが、左利きなら同じやうに左で箸を持つ、……今の飯と云ふ刺戟に對して筋肉的の運動、即ち右手で箸を持ち左手で茶碗を持つと云ふのは、御承知のやうに、これは本能的ではない、吾々日本人は小さい時から飯を食ふ時には右の手で箸を持つことが習慣になつて居るから、考へる面倒さがなく、直ぐ起して来る運動が右なら右の手で箸を持つと云ふことになる、此運動の起し方も廣告や、陳列や、販賣などに利用が出来るのであります。是も在來のやり方、今日のやり方を見ればそれとなく種々利用されて居る、善く賣り込んだ店は御客さんと懇意になる、客の方から見れば取付の店である、店の方から見れば常得意である、常得意は勿論一見客に賣るよりも非常に樂である、何處の何兵衛か何處の人間か分からない客に應接して賣るのより、常得意の御客さんに物を賣る方が骨が折れない、此れを御客の方から見れば、何々なれば彼の店で買ふと云ふ習慣、即ち買物に對する習慣運動を起すことになるのでありますから、もう帽子なら冬帽子を買はなければならぬ、其場合何にも考へずにツイ此の習慣運動の爲めに、取付けの洋品店へ行くと云ふ具合で、さう云ふ風で一の客を守つて成るべく常得意にすると云ふことは店にとつて非常の利益である。それは今のやうに御客さんにツイ自分の店へ來ると云ふ運動を起させ易い、然るに自分の店に來る習慣の付いて居らぬ御客さんに刺戟を興へて自分の店に來させやうとするのは、何分同じやうな同業の店が澤山ある今日でありますから自分の店へ引付けることは容易に出來ないが、

常得意ならば一寸した刺戟即ち訴求で此習慣運動を起してやつて来て呉れる、是は客から見れば其店に行付けた習慣で其運動を起す、或は一つのシャボンに致しましても、つい買付けたシャボンを買つてしまふ、下女なら下女に言ひ付けて、ツイ使ひつけてゐるシャボンを買つて来いと云ふのも人間が商品使用上の習慣運動を起すからである、是は今申した販賣や陳列に利用すると云ふことは詰り客を其店に来させる上にも、買はせる上にも非常に利益であり樂である。

井ンドウの作りかた

震災後の横濱を能く拜見致しませぬが、東京も震災後學生に命じて大分調査の統計を取つて居りますが、御承知の通り、銀座通り、伊勢佐木町通りを歩いて見ましても、横濱のことはよく知りませぬが、人形町、神樂坂、近來非常に發展した山の手の四谷傳馬町、銀座通りにしても震災前立派な建築であつたが、震災後はバラツクを立てるのに何等標準がない、一つの店を見ると左側にキンドウがあり右に入口がある、隣の店を見るのと、その反對に左側に入口があり右側にキンドウがある、是も人間に習慣運動なるものがあると云ふことを知れば、何ちらに入口をつけるかといふ標準が見出される。例へば圖の様に、道路に面して店があるとすると、是は道路である、店がある、是は入口でこゝにキンドウがあれば、隣の店ではそれと正反對にこつちにキンドウがあり、こつちに入口があつて、實にこつてこつして居る、少しも一定の標準がない。向つて左口にキンドウがあり、或は



右側にあると云ふやうなことになる。是は人間の習慣運動といふものを初から御承知になつて居つたならば、利益のある位置に作れる譯であり、一定の標準も見出される次第である。是は習慣運動の分り易い例として申せば、有益に利用が出来るので、もう一つ申しますと、今は全國を通じて左側通行が日本の制度である、日本はどんな田舎に行つても、必ず左側通行である、是は大分我々は之に慣れまして、一々警官にどならねなくても、左側を歩く、いつとなく夫れが既に吾々の習慣となつて居る。それで人が常に歩くのは左側である、さうしますれば左側を歩きますから此方の側でも向側でも、常に吾々は店を左側に見ながら歩いて居り、而して左側の店が通行者に最も接近してゐるのであります。さうすると、常に左側に店があつて此店の直ぐ前を左側に見ながら人々が歩いて居る。人間が歩くのにも矢張り此の習慣運動と云ふものが多し、御互に前へ前へと歩く、是も一つの歩く上の習慣的の運動である、それでありまして、僅かの努力のことで云ふやうなことは人間が面倒がる、金一百圓でもやると云つたら後戻り運動を起すと云ふことは容易にしない。それには勿論物理的の勢力も手傳ふのであります、兎に角、前へ前へ歩くと云ふ運動を習慣的にして居る。夫れで向つて左側に入口があつて、右側にキンドウがあるとすると、歩いて居る者が立止り、あの品はと、ちよつと刺戟され、慾望をさざした場合は、其の陳列の訴求力が強かつたならば、何を措いても、習慣運動に反しても、其店に這入つて買ふかも知れないが、訴求の與へ方が或程度まで成功したと云ふ時に、こゝで立止まつて、念の爲めにあの値を聞いて置かうとか、一寸手にとつて見て置かうとか云ふ時に、後戻りすること、ツイ大儀になる、其店が大きくて、後戻りの反對の習慣運動を起させることが大きいこともある。さうすると面倒臭いから、折角慾望をさざしながら、ツイ行つてしまふことになる。然るに其の反對に向つて左側に

キンドウがあり、右側に入口があるとする、キンドウを見る、相當の刺戟を受ける、一步前進すれば入口といふ段取りになるので習慣運動により、樂々と店内へ誘引し得ることになる、さう云ふ點からキンドウと入口の作り方に致しても、うまくやらなければならぬ、通信販賣の如きも左様である。通信販賣のカタログを見て、振替で送金をしなければならぬ、振替を書くのに面倒であるから、折角起つた熱が時間の經つに従ひ、三分の一も冷める、カタログを讀んだ時に飛び立つばかり欲しかつたが、五日經ち、六日經つうちに熱が冷めてしまう、これは近所の店で入用のときに、樂々と買ひつけてゐる習慣運動に反するので、夫れを巧く樂にさせることを非常に考へなければならぬことである、是が即ち一つの刺戟即ち訴求を與へられて人間が起す三番目の習慣運動といふものであります。

意 志 運 動

もう一つ第四番目の運動がある。是は頗る高等のものであるだけ、厄介の運動の起し方でありませんが、それだけうまく刺戟を與へればまた其の効果が大きいのであります。この四番目に起す運動と云ふのは、意思運動と申します、意思運動は是は一つの刺戟を受けて、即ち販賣とか、廣告とか、陳列とかの刺戟を受けたときに、之を買ふとか買はぬとか、見るとか、見まいとかする運動を起す上に、考へてから初めて起す運動であります。今まで申した三つの運動は少しも心の働きの待たないで、本能的或は習慣的に起して來る手取り早い運動であります、この意思運動と云ふのは、左様手取り早くは起さない、販賣員の言葉を聞いて考へてから、さう云ふ品物ならばもつと安い店があつたとか、此店で買つた方が宜いとか、今斯んな品を買つても必要がないと云ふやうに、考へてから然る後に初めて起して來る運動である。陳列の仕方なり、販賣の

仕方なり、或は廣告の仕方なりのうまくなればなるほど客の方から見れば、さう云ふ運動を起すことが一層多く且つ迅速容易になるのであります。斯くの如く、此れは人が考へてから起す運動でありますから、詰り人の心をうまく縱横して、さうして其店で買はせるとか、其の陳列で買はせるとか、上手下手が出来るのであります。販賣員の上手なり下手なりのあるのは、人間が斯う云ふ意思運動といふものがあるからである。それで陳列にも上手下手が出来るのであるが、それも單に美しいとか美しくないとか云ふことではない、陳列が上手であれば、キンドウがものを言つて呉れることになる、即ち強い訴求をして意思運動を起させることになるのであります。大體、人間といふものは、斯う云ふものでありまして、實際に飾つてある品物を以て或は習慣運動を起さすやうに飾る、或は本能運動を起さすやうに飾る、或は意思運動を起させるやうに飾ることが、此心理的の陳列法であります、是は今諸君に差上げた印刷物の下の方にある、是も色々の種類がある、是の一々の説明は到底時間がございませぬから略しまして、此の中のまあ時間がある限り、一つ二つ主なものも御話をして見ることに致しませう。

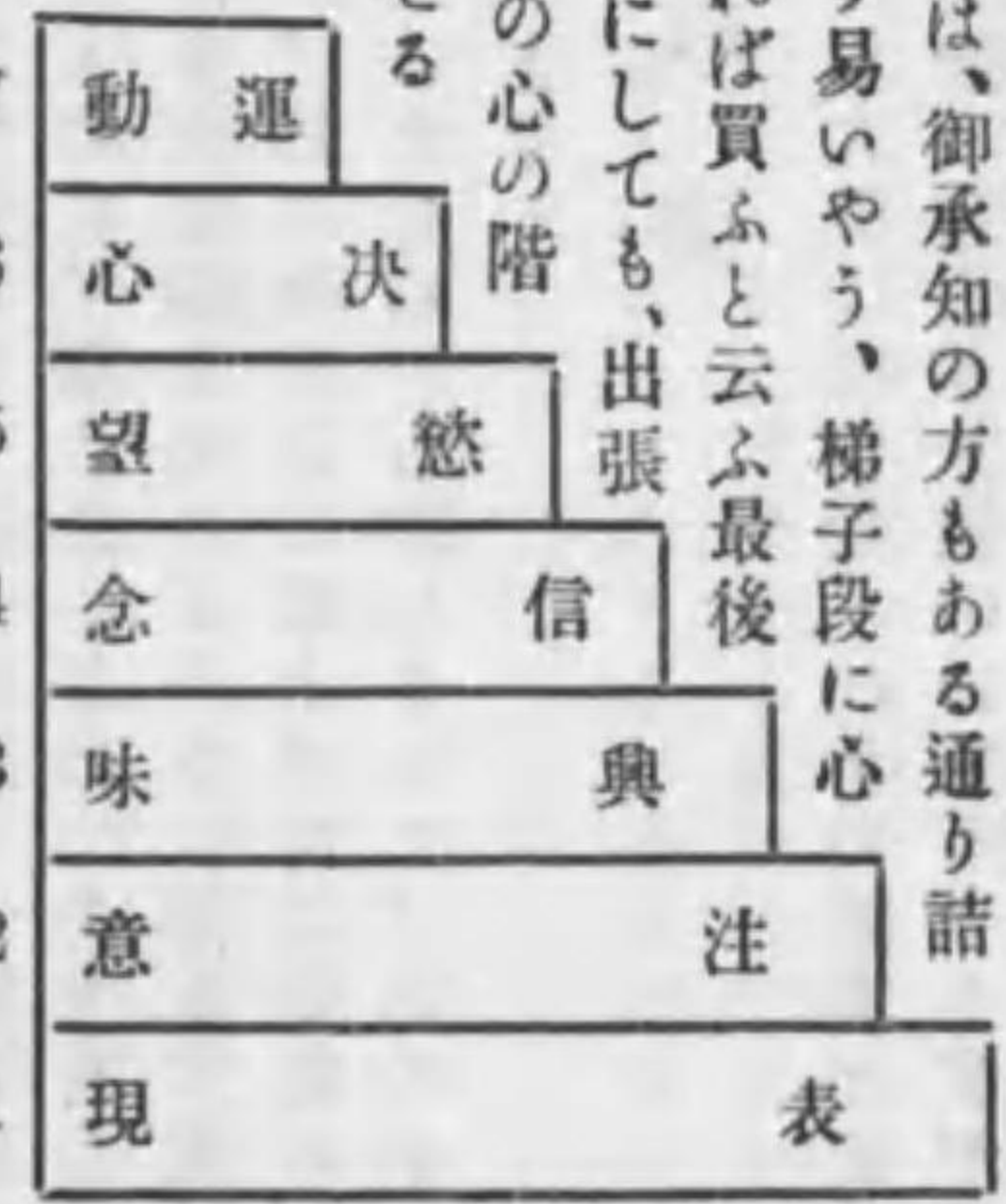
販 賣 法 の 階 梯

上述の運動を起させるのに、刺戟を受けて人間は四つのどれかの運動を起す、刺戟の受け放しでなく、必ずそれに對して刺戟が強ければ強いだけ運動の起し方も強いのであります、人間が或運動を起すのに、簡單に今の意思運動即ち考へてから起す運動を中々簡單に考へるものではない、さう云つたからと云つて、無茶苦茶のものではない、心理學から研究して見ると、チャンと一定の決つた心理過程又は心理法則なるものがある。それは野蠻人であらうが、文化人であらうが、年寄りであらうが、子供であらうが陳列なり、廣告

なりを見るときに、ちやんと心が順々に變はつて行く一定不變の順序がある、此を購買者の心的過程と云つて居りますが、心理的の陳列をするのに陳列の如何に依て、どう云ふやうに、見る人の心は變はつて来るかと云ふこの心理原則を知つて置けば、實に鬼に金棒と申さなければなりません。

是も極く簡単に申せば、茲に掲げた略圖は、御承知の方もある通り詰した心の變つて行く順序(心理過程)を分り易いやう、梯子段に心が七つの梯子段を順々に踏んで行かなければ買ふと云ふ最後ない、賣ると云ふ側から見れば、店頭販賣にしても、出張にしても、陳列に致しまして、人間に此の心の階なければ、決して買ふと云ふ運動を起させる

第一過程(階段)の表現と云ふのは見せ第一である、見せなくして賣ることは逆したり、キンドウを立派に陳列したりす



斯う云ふ品があるぞと云ふことを見せるのは、先づ第一に人間の心が此の最初の表現又は紹介と云ふ一つの梯子段を踏んで行かなければならぬ、しかしながら如何に見せられても、注意を引かない見せられ方では、人に氣付かれない。それで二番目には、注意を惹くやうにしなければならぬ、我々が伊勢佐木町を歩いて見ましても、あれだけの何百と云ふ店が眼に付くが、通つて印象を興へぬ店と、歸つてからも印象の残る店がある、如何に見ても注意を惹かなければならぬ、是も一つ人間の心の變り方から言ふと、心が踏んで行く二番目の階段である、或は新聞廣告を見まし

ても輪郭が工夫してある、色々の意匠が凝らしてある、是は二番の梯子段に心を上げさせる手段である、一つの新聞を擲げて、何か目立つやうな輪郭があつたり何かすると、同じ一面を見ても早く注意をする、それで購買運動を起させる、二番目は注意を惹かなければならぬといふことで、是は當然のことであり、そんなら注意さへ惹いたならば皆買ふと云ふ運動を起して来るかと云ふと、まだ買ふと云ふ運動には距離がある、一つの商店の賣札にしても、人の注意を惹くと云ふことに骨を折つて居る、今我々が單に注意を惹いたならば、我々が皆買ふかと云ふと、今申したやうに、順々に心が最後の心の梯子段まで上つて行かなければ買はない。注意を惹くだけならそんな工夫をやる必要はない、我々の注意を惹いただけではどうもならない、虎の子を一疋、猿の子を十疋もキンドウに入れて置いたら、大に澤山の人の注意を惹くことは出来ても、たゞ注意だけでは、買ふと云ふことにはならない、之には第三に興味を起さなければならぬ、又第四に信用がなければならぬ、本物だらうか粘土の澤山這入つて居る品だらうかと云ふやうな疑を起さしては駄目である、それで注意の次には興味、夫れから信念といふ心の階段を上らなければならぬ、而して尙其上に、今度は慾望と云ふ階段に上つて來なければならぬ、例へば信念の階段について見ると、緑日の商人達の遣り方を見ると解る。澤山の立派な常店の立列んである真中であんな貧弱粗末な品を持つて來て、それで行人の注意を惹付け、而して身振り手振り面白く喋べくり、夫が面白いので、第二段の興味を巧く起させ、よく此の心的過程の原則を實際に應用して居る、剃刀にしても、又は萬年筆にしても、唯臺に載せて居るだけでは緑日ではちよつとも賣れさうにもない、しかも緑日の萬年筆であるからたとひ十四金と書いてあつても、客はどうかと思つて、信念の梯子段で直ぐ客の心は行止つてしまつて、見ることは見るが黙つて行つてしまふ、さすれば信用さへすれば、早やみんな買ふかと云ふとさうでもない、デパートの品物に對しては、デパート自

身に對して人は信用して居るから、信念の階段を人の心は直ぐ上るけれども、その次には、如何に信用しても此の品はゼヒ／＼自分のものにしたたいと云ふ慾望の心を起さなければ買ふといふ最後の段取りにはならぬ。それで注意を惹くことは十分であるが、扱て其品を見たならば何處までも買ひたくて仕方がないと云ふやうな觀念は、在來の鑑賞的の陳列の仕方ではナカ／＼起らない、しかも慾望さへ起れば品は皆買れるかと云ふと未だ次には決心と云ふ梯子段があるので、心が更に此れを上らなければならぬ、如何に欲しいと云つても、愈々買ふと云ふ梯子段には、普通いろ／＼の故障がある、即ち邪魔物がある。慾しくてしやうがないが、扱てポケットに手を入れて見ると、五圓か三圓しかない、値段は三十圓と書いてある、幾ら懐と相談して見ても駄目である、逆も欲しいが買ふと云ふ決心が出来ない。それで慾望と云ふ心の階段の次には、また決心と云ふ高い階段がある、デパートへ行つて見ても、女の人達は何百人となく涎を垂らして慾望を起し切つて居る、どれを見ても慾しさうのものばかりである、併しそこには慾望過程から決心過程に移る所に金と云ふ障礙物があれば、世間體なり、心配なり、遠慮なり、いろ／＼の障礙物がある。例へば子供が玩具店の前に立つとする、御金は持つて居る、欲しい／＼玩具は二十錢なり三十錢なりで、それを買ふお小使は持つて居るが、之を買つて歸れば、お父さんに叱られるはしないか、お母さんに叱られるはしないかと心配することが故障となつて決心の過程に移り得ないことになる。また金持ちの後家さんが呉服店へ行つたとする。金は十分に持つて居るが、斯んな派出の着物を買つては、あの後家はどうかしたのではないかと云つて、近所の人々に悪口を言はれはしないかと心配して、ツイ購買の決心が碎ける、是は買ふ力があるが慾望から決心に是が一つの障礙となる、それで此の心の過程即ち階段を一つ／＼今日の販賣心理學は細かに研究して、如何にすれば注意を惹き、信念を起さすかといふことを研究して居りますが、都合よく人の心が順々に此の心の階

段を上つて、慾望から決心にまで進んだならば、モウ夫れで大丈夫皆買れるかと云ひますと、最後に今一つ大切な階段がありまして、此の階段で多くは失敗するのであります。夫れは即ち運動の階段でありまして、運動と云ふのは、決心より買ふと云ふ實行に移るのであります。此の客は大丈夫買ふ、モウ占めたものだと言ふと、その客の心は決心までは上つたが、未だ實行即ち金を放すといふ運動(七段目)にまでは進んでゐなかつたので、フト心が變つたり、考へ直したりして、ツイ其の客を逃してしまふことになるので、小賣店でも出張販賣でも常に多く見ることあります。諸君にもお心當りが多々あること、思ひます。

かう云ふやうに、廣告でも陳列でも人間の心といふものは順序を踏んで夫れに應じて行つたり、途中から逃げ出したりするものであると云ふことを諸君が御承知なら、カタログを一つ書くのでも、廣告でも、みんな一つであるから、皆應用が出来るのであります。例へば談判する時でも、對手が容易に言ふことを聞いて呉れるのには、此の心の階段を巧く昇らせるやうにしなければ駄目であり、皆同じ心理原則の許に立つてゐるものであるから、對手の愚圖／＼しゐる階段は何所であり、どの階段で迷つて居ると云ふことを見つけて、其點に向つて進めば宜いのでありますから、誰でも此の心理過程さへ知つて居れば直ぐ解るのであります。心理學では、此の心理過程が一つ／＼相當に細かく研究が出来て居りますが、要するに陳列と云ふものに對して、人々が起す運動の仕方も同じく今申した四つである、其の中で一番多く、一番こちらのやり方一つで最も多く効果があるのは、考へてから起すところの意思運動である、所が意思運動を起すには、或は自分の過去の經驗とか、價格の比較とか、品物の鑑定とか、需要程度の判断とか、いろ／＼の條件が伴ふのでありますから、此の點に向つて巧く訴求すると云ふのが此心理的の陳列法でありますが、今まで申上げた陳列から見た人間及び其の心理といふことを一通り了解した後でなければ、此の心理的陳列法が今一つ十分分り

九十二
にくくなる爲めに是だけ時間を費した譯でありますが、もう少し時間がございますから、其の心理的陳列法の色々種類分けがしてある中のどれかを一つ御参考に申上げて見たいと思ひます。

刺戟的の陳列法

扱て心理的陳列法の(いろ)は(は)に(へ)に刺戟を主とする陳列法と云ふのがあります、是は一つ／＼申せば宜いのですが、時間の關係上總ては申しませぬが、此中にバック式、カード式、是は極く簡単に申せば、詰りバックを在來のやうに美しくすると云ふことのみでない、バック即ちキンドウの背景であります、之を利用する、是が一番人の眼に付き易い、之を利用してやること、其次のはカード式、是は今日の心理的の陳列法には非常に大きな効果を爲して呉れる、店に這入つてからの賣り方ならば口で何んなにでも説明することが出来、刺戟も與へられる、どこかの心理過程で迷つて居るならば其迷を解くことも出来る便利もあるが、悲しいかなキンドウの陳列は、如何に巧妙に飾るにしても、品自身が上手な店員のやうにもものを言ふて呉れない、平素飯を食はない代りに、ものを言ふて呉れない、さうすると今度は口で言ふだけのことを何とか陳列で云はさなければならぬことになる、さればと云つて、拙くゴタ／＼書いて見せたところで人はそんな小面倒臭いものは讀んでも呉れない、そこで其の書き方を工夫して、其の商品の主なる點即ち販賣基點をカードに記して其商品の特色なり、用途なり、最も訴求力の強いものを簡潔巧妙に書き、そのカードをも美しくして其カードにより、刺戟力を強くする必要がある、此れが店員と同じやうにキンドウ陳列に物を云はせる最善法である。それで此心理的陳列には、陳列の新形式の他に、皆このカードを色々利用することになつて居ります。故にカードの一つの研究に致しましても色々ありますが、是も矢張り書き方が在來のやうに單にキ

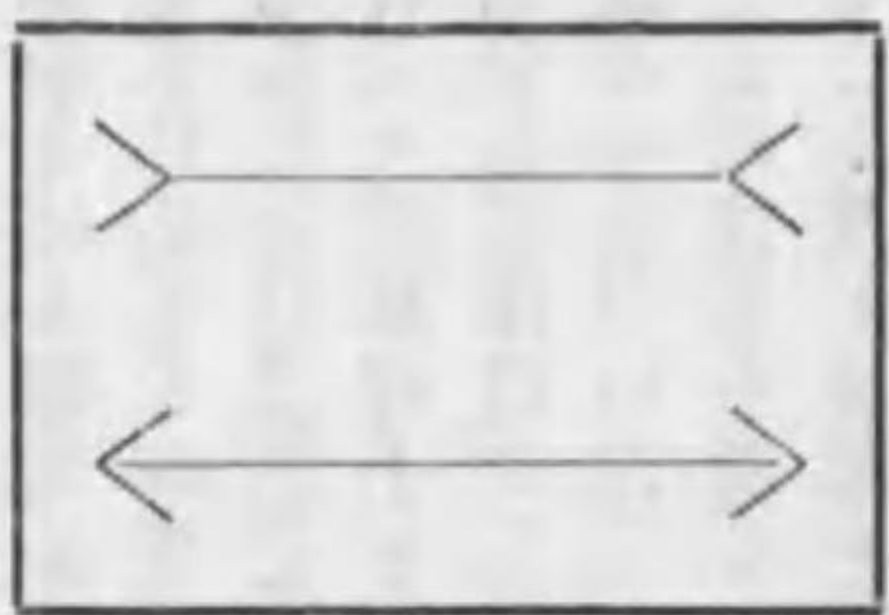
ザな抽象的の文句を書いては効果が少ない、在來は小中學生の作文のお稽古見たいに文句が多かつたので、此の訴求と云ふことに縁が遠く、道樂的にやる陳列には宜いかも知れないが、心理的の陳列に致しますと、さう云ふやうな直接關係のない文句は餘り効果がない、秋になれば何處のキンドウにも、極つたやうに天高く馬肥ゆと云ふやうなことが書いてある、併し天高くして馬肥ゆと云つた所で、別に此のシャツは何うしても買はなければならぬと云ふやうな氣は起らない、在來は斯う云ふやうな文句が多い、夫れで心理的陳列のカードは其商品の特色なり、用途なりを力強く言ふことになるので、一つのシャツを陳列するにしても効果が多いことになる。

併しながらこゝで一つ考へなければならぬことがある。それは諸君が賣られる品物は、一般に何人にも珍らしくて、何人も飛び付いて買ふほど注意を引く品物ではないことがある。吾々が昔から話のみ聞いてゐたが、初めて見ると云ふやうな珍らしいもの、それをキンドウに陳列するのならば、或は人は争つて見てくれるかも知れないが、今日各種の店で一般に販賣せられてゐる商品なるものは、大抵世間の人が知り抜いた有觸れたものばかりである。一つ蝙蝠傘の陳列を見るにしても、蝙蝠傘それ自身が既に知り抜いてゐる品なので、容易に興味を起さない、蝙蝠傘を買ふと云ふ意思のある人ならば、それは相當の注意を拂つて呉れませうが、さう皆が一時に蝙蝠傘を買ふものでもないから、特に今買はうと思つてゐる人でないかぎり、容易に自ら注意を求めてキンドウを探しはしない、斯ういふ客は勿論宜い客だがその數が常に少ない。さうすると往來を歩いて居て、如何に蝙蝠傘の陳列が目に入つても、蝙蝠傘といふことを、ほんの臚に意識するだけだが、カードがあつて其文句が眼に這入つて、その傘の張り方なり、生地なり、或はスタイルなりに特色なり新味のあることを能く表現するに於ては、其れに興味を起して、傘自身にも興味を起して來る、従つてツイ

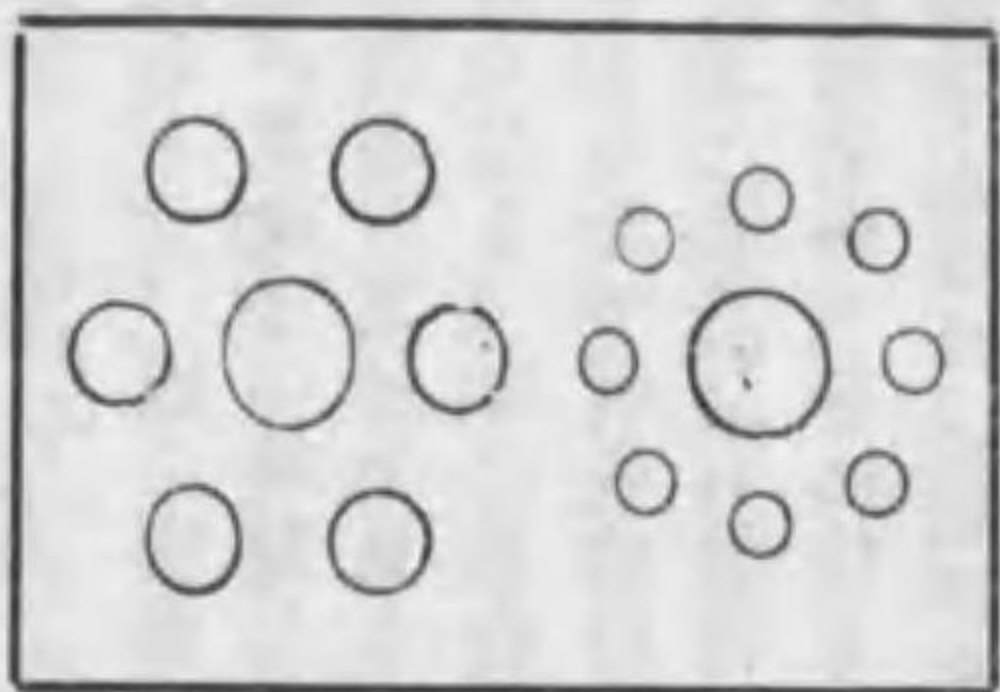
立止つて見ても貰へるので、天高く馬肥ゆ式のカードに比して訴求力の強いのは云ふまでもない。と云ふ譯で、カードはものを言ふ代りになる。

夫れからバツクも在來のとは少し行き方を變へて、半分はカードの代用に於て、刺戟を主とする、人間と云ふものは案外調子に乗るもので、心理學から研究すると面白い、人間は懶巧のやうに思つて居りますが、案外に容易に應答を起して來る。一つの是等簡單の例を云つて見ますと、繰返すことが思はせることになるのであります。例へば全國到る處に仁丹の電氣廣告がある、田舎の人でも仁丹を知らぬ人はない、同じやうに繰返して廣告して居る、或は近來日本にも段々行はれ出した廣告の一つの標語でも、此頃の例で言へば、東京の白木屋呉服店の如き、在來はたゞ店名のみを書いてあつたのが、此頃は買ひよい白木屋呉服店と常に書いて繰返されてゐる。買ひよいと云ふことを繰返して居る、さうするとは何時となしに何となく白木屋は買ひよいやうに思ふやうになる。また吾々の日常の例で云ふと、諸君が途中で友人に會ふ、何だい君の顔は青いぢやないか病氣ぢやないかと云はれる、併し自分は病氣でも何でもないので、いや俺は病氣ぢやないと云つて、又會ふ次の友人にも同じことを言はれると、何人にも同じやうなことを繰返し云はれると、何だか自分も病氣らしい氣になつて來る、鏡を見ると成るほど青いと思ふやうにもなる、如斯繰返すといふことは信じさせることになる。心はしつかりしてだまされぬやうに思つてゐても、眼の如きは特に誤魔化され易いものである。錯覺圖のことは今の小學校の子供、幼稚園の子供でも知つて居る通り、眼の如き特に錯覺を起し易い、誤魔化すと云つては語弊があるが、心理學の所謂錯覺で、精神の上にも、見ると云ふ上にも、聞くと云ふ音の上にも、本當のことを見、本當のことを聞き得ると云ふことは六ヶしく、本當を認め得ないことが極めて多い。夏夕立がして雷がごろ／＼鳴つて居る、虎の皮の積鼻禪をして居るかどうか分らない

いが、雷その物の音は小さいものであるけれども、詰りあの廣い山々など反響して、あの大きい音が聞へるやうになるといふ風に、この錯覺も亦陳列の上にも善用することが出来る。例へばこゝに掲げた圖は、小學校の子供等でも知つて居るが、同じに見へない、誰を取つてもうと同じ正確に眞四角に紙を切見える、實に人間の眼の様に（此圖の中心の圓ふのと、小さい圓で



ることになる。その他刺戟を與へるといふことも、本當と人が思はなくても、何となく人ふやうになる心理的陳列法の一つである、是も一つ簡單の例で御話し子を一つ陳列して見る、在來のは極く上の部で大小のカードに値段札普通は殆ど形式に飾つてあるのみである。恰好善く飾つて居るものもあして注意を惹くやうに飾つて居るものもある、是は今申した心理過程の訴求程度が多いのであります、夏帽子を今買ふと云ふ人は、之を見から求めて陳列に注意を拂つて呉れるのであります、先刻も申す通り、總體から見れば、そらいふ人は極めて少ないから、刺戟陳列の必要も起る譯で、例へば同じ洋品店が並んで居るとする、鑑賞的の陳列ならば、



圓は同じ大きさのもの、周圍ふのでは、中の圓の大きさが異つて見えます。斯ういふことは澤山あるの

單に美しく飾るのを、今一つの方は心理的陳列法に依て刺戟を與へる陳列法が應用してあるとすると、必ず心理的陳列の方が訴求力が強いことになる。之には刺戟陳列法の種類も澤山あるから一々説明し切れないが、今極く簡單の例で申しますと、何年前であつたか、バックを利用して東京の丸善がやつて居つたことがある、其は夏帽子の陳列であつたか、元來夏帽子の缺點は非常に廉いものではあるが、風に吹飛ばされ易いものである。夏帽子は便利のものであるが、固いが爲めに風に飛び易い、それが夏帽子の缺點なので、誰しも氣にするに違いない。どんな風が吹いて來ても飛ばぬやうに、パンカラな田舎者の芝居を見るやうな護謨紐を付けるやうなのは、是も餘り面白くない、固くやれば一町も歩けば頭が痛くなる、頭に具合好く風が吹いて來てもちよつと飛ばぬやうな夏帽子は誰も希望する所であらうと思ふ、そこで此の刺戟式の陳列法と云ふことになりまして、今申したやうに人間と云ふものは、悪意があつてはたすのではありませんが、刺戟如何によつて、何となく左様らしく思ふやうになるものである、さうして繰返へされて刺戟を與へられたら何となくさう云ふ氣になる、此心理を應用したのが、即ち今云ひかけた日本橋通で確か丸善であつたと思ひますが、それはバックに一つ大きな洋服を着た人が夏帽子を被つて居る繪が書いてあつて、丁度役所なり會社の退け時といふ所であるが、夕立の風に吹かれて澤山の人の皆帽子が飛んで居る、電車を命から／＼追掛けるのやら、詰り一圓か二圓の命の掛替に走るのも、いろ／＼風に對する夏帽子の悲劇の繪が巧く書いてある。皆常に夏帽子で苦心するからさう云ふことは注意を惹く、初終経験したり自分がおかしく思つたりして居るから、特に興味を惹く、自分の關係のあることはど興味を惹く、それで此のバックの繪が、夏の夕立の風の爲めに吹き飛ばされて色々の滑稽を演じて居る中に、今云つた其の書中の一人大きく書いてある紳士だけは、何所を風が吹くといふ風に立派な、夏帽子を被つて、悠然と歩いて居る所が簡單ながらバックに書いてある、さうして其紳

士の夏帽子からリボンが引張つてあつて其が横に陳列してある澤山の實物の夏帽子に聯ねてあり、其夏帽子のカードに此夏帽子は飛ばぬと書いてあつた、夏帽子が飛ばぬと云ふことは、夏帽子の主な問題即ち販賣基點であるからしてさう書いてあり、バックの繪で刺戟が與へてある。而して夏帽子の裏をひつくり返して、キルクか何かで斯ふ云ふやうな工夫がしてあるから、この夏帽子は飛ばないと云ふやうなデモンストラーションまでしてあつた。それで其の近所のキンドウは單に美しく夏帽子自身が飾つてあるのみだから、誰しも此のバックの繪を見て刺戟され、何んとかく此帽子を被れば風が吹いて來ても飛ばないやうに思ふから、つい此の方を買ふやうになる、といふ譯になるのであります。

又是は私が亞米利加の大學に居る時分に見たのであるが、小さい店の化粧品屋さんがあつた。それが自分の所で拵へて居る白粉を賣つて居る、大きなキンドウでなくせい／＼一間もあつたでせう、午後には學校が終へてから友達五六人と野外散歩に出掛やうと云つて、行つた所が其の店の前に澤山人が立つて居る、何にかと思つて見ると、今の化粧品屋さんである、あちらの人は形は蠟細工で顔あたりが善く出來て居る、その蠟細工の婦人の顔(首以上)が七つキンドウの背景の所に後向きになつて並べてある、それに對して七つの鏡があつてそれに人形の顔が映つて居るから、往來からは鏡に映つてゐる顔が見える。一番目の鏡には色が眞黒く、如何にも悲觀してゐる所が映つて居る、二番目の鏡には幾分か白い顔、三番目の鏡を見ると大分白くなつて居る、夫れから四番目、五番目と段々白くなつて、一週間の目には、早や眞白になつて、喜んだ顔をして居る所が陳列してあつた。是も亦刺戟を與へる一つの手段である、此白粉を買つて使つたならば一週間で斯う白くならうとは、誰しも其のまゝ受入れはしないが、何となく其白粉は白くなるやうに思ふ、亞米利加邊りでありますから心理的に研究して居る、而して入口の方を見ると、是は態々極く色の白い女賣子を雇ふてあ

る、若い色の白い娘が居るので、一層刺戟が強くなり、何となく此白粉はより多く賣れるやうに思ふ、或時に日本でも斯ふ云ふ滑稽がある、或色白薬と云ふものを新聞社の或老外交員が販賣して賣つて居た、其人は今生きて居るかどうかわりませぬが、随分色の黒い薄汚い顔をしてゐる人であつた、其人は新聞社に居るの新聞廣告で賣つてゐたが、廣告を見て買ひに来て、其の男が出し賣るとちつとも賣れないと云つて自分でも笑つてゐたのでした。それは色白薬と云ふ薬であるのに黒い人が出ると反對の刺戟を受けるからである。是は相手が人間と云ふことゝちつとも研究しないからである、大阪では或薬を賣出してそれが牛乳に優る何十倍と云ふ刺戟が與へられて居て、或人が熱心に服用してゐたが、或朝早く其の店の前を通つて見ると、其薬屋さんの入口にまだ戸が締つてあつて牛乳の瓶が十本もぶら下つて居る、御本人は牛乳に優ると云つてもさう云ふ矛盾をして居て、反對の刺戟を與へたので、失敗したのである。また是は東京の博覽會で見たことである、諸君も御覺えがあるか知れない、何とかいふ園藝肥料がブリキ罐に這入つて居るのを陳列してあつた。此れが又刺戟式陳列式の種類であつたが、博覽會の陳列などには、鑑賞的の陳列の三番目の陳列即ち作物式陳列が多い。例へば鯉節を陳列するのに鯉節で舟を作つて見たり、鉛筆で橋を作つて見たりする、鯉節の舟は能く出来て居るなど褒めるが、それがどんなダシが出る鯉節か分からない、鉛筆で橋が出来て居つてもそれがどれだけ心が宜いかと云ふことはそれも分からない、削つた所を見せ、書いた所を見せなければ、どんな色の心であるか分からない、又其の方がどれだけ人の慾望を起させるか分からない。然るに此の園藝肥料は心理的の刺戟陳列になつてゐたので、我々の一層強い注意を惹いたのであります、それは丁度今の鏡の例と同じやうに、強い刺戟が與へたのであります。今の鏡に付て一寸思ひ出しましたが、諸君も御記憶が知れませぬが、震災前に松本某と云ふ方が東京の神田で天素液と云ふのを賣出して、それを七日付けたら

鏡を御覽と云ふ廣告を年中出して居つた、上野の藥學校を出た書生さんであるが、何か斯う云ふものを御覽きになつたか見られたかして、あゝ云ふことを思ひ付いたのであらうと思ひますが、七日付けたら鏡を御覽是は智識階級では餘り賣れませぬでした、無智の階級殊に別嬪にならうと云ふ女達の下級の人に、七日付けて本當に鏡を眺めるものも多かつたと思ふ、是等は刺戟を與へることを廣告に應用して成功して居るものである、さつきの園藝肥料の陳列に戻りまして、それは造花でありませうが葡萄の木が一パイパツクから天井に使つてあつて、前には葡萄の芽が植へてある而してスプーンで一匙か二匙づゝやると、其の芽が一週間ほどの内に大きくなつて、房にした實がなつてゐる、天井一杯葡萄が實つてぶら下つて居るところが陳列してあつた。誰しも此園藝肥料を使つたならば斯うも澤山迅速に葡萄が生らうとは思はないが、單に他の罐のレッテルの陳列してある中に、さう云ふ刺戟を與へることにしてあつたので、外の幾種類の園藝肥料があつても此れが獨り注意を惹き、強く訴求してゐた。

此れから愈々陳列の力の入れ所についてお話しする豫定でありましたが、モウ時間も参りましたので、其は他日の機會に譲り、諸君に其要點を記したものを差上げて、夫れにより第一考を願ふことに致します。

井ンドウの最高能率的陳列要件

(即ち最も効果の現はる、井ンドウの陳列の力の入れ所)

「一」注意 吸引 力

○美觀 ○運動 ○強さ ○對比 ○光線 ○大きさ ○異常(即ち新奇・變化・新工夫等)等・等・等。

「三」 販賣訴求力

- 機械的方法——○カード（價格札・說明札・合併札）の利用○背景其他の利用○說題○心理的陳列
- 價格・流行・特徴等の特殊表現等・等。
- 技術的方法——○表現面○形狀○比例○線○空間○中心點○數○組合せ○距離○氣分○器具○調和○統一○色彩（撰擇・調和等）○配列○背景○主飾○副飾○方向○情緒○情調○暗示○想像○清新○趣味○要領等・等。
- 本能的原則——○清潔○食慾○安全○耐久○品質○家聲○保證○同情○効力○優美○正直○經濟○能率○感情○推舉○時間經濟○使用經濟○科學的構成○現代的○模倣○舶來○東京製○純粹○完全○廉價等・等。
- 「三」 照明及清潔
- レフレクターの利用○集中照明の利用○色照明の利用等・等。

附記

上記三つの要件(即ち力)の重要さを假りに數字にて示せば大要左の如きものとなるべし。

- (一)注意吸引力——20點
 - (二)販賣訴求力——70點 計100點 但し一般の附近照明法進步するに従ひ照明點數は當然向上
 - (三)照明及清潔——10點
- 左様いふ次第でありますから、私は此で御免を蒙ることに致します。

終