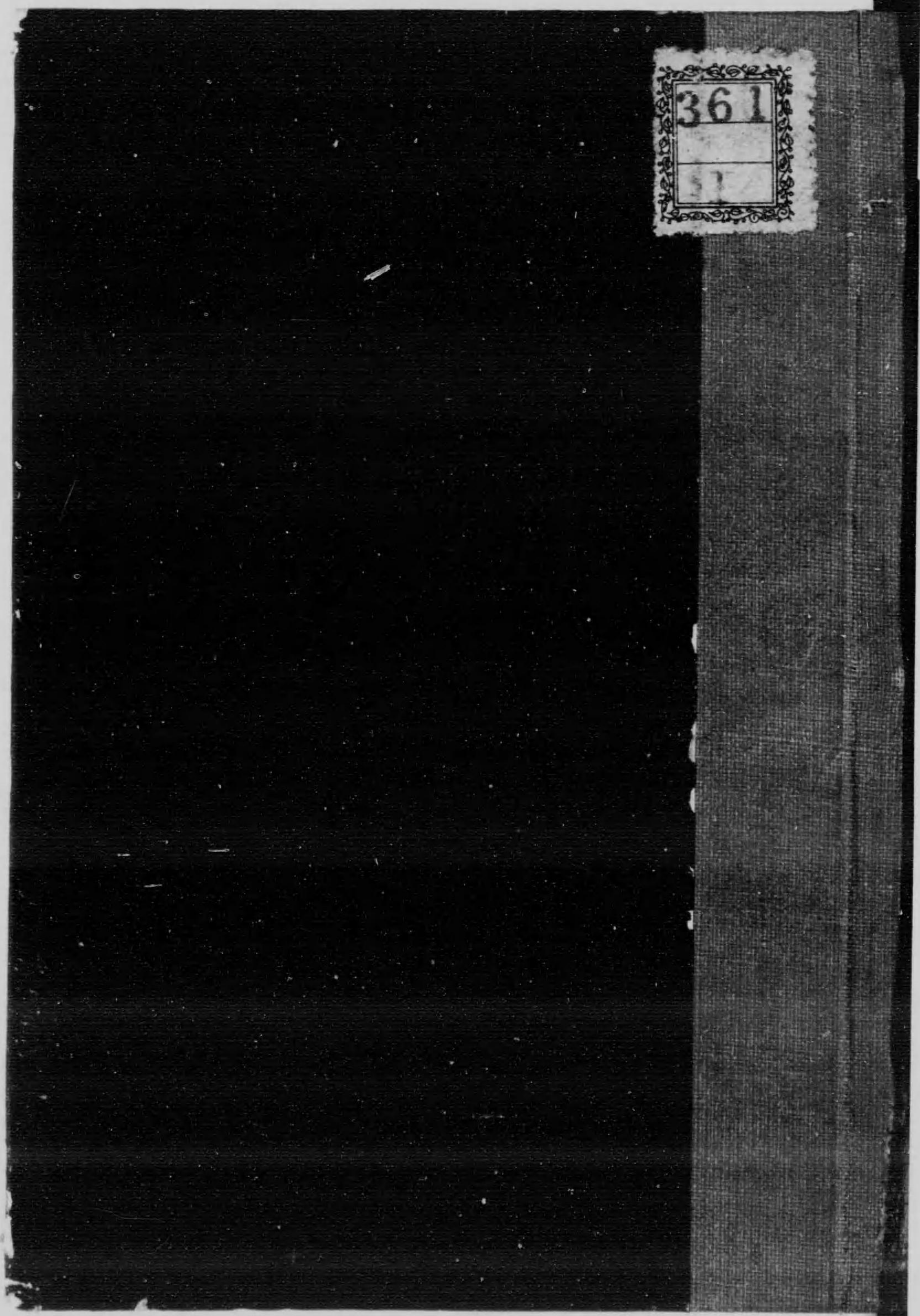


始



8 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10^{18m} 1 2 3 4 5

361
372





範模小
賣店の組織

佐々木十九

大正
5. 10 6
内交

自序

如何に商賣が繁昌しても其經營法が悪るければ充分利益を増す譯に行かない、如何に店員達が熱心に働いても其組織が不完全ならば到底豫期の如き効果は擧るものでない。此の二理由は余をして曩に模範小賣店經營法を公にせしめ、今亦模範小賣店の組織を著はさしめた次第である。蓋し經營法と組織とは恰も車の兩輪の如く必ず並行すべきもので、何れかの缺陷ある時は直に其營業能力に影響を及ぼすものである。

既刊の模範小賣店經營法は一般の小賣業者から多大の好評を受けた、そして殆んど夫等の人々の懇懇によりて生れた本書が亦斯業界を裨益すべきは著者の確信する所で、此二著がその羅針盤たる使命を帯びつゝあるのは必ずしも著者の自畫自賛のみでない。

大正五年八月十六日

佐々木十九識

模範小賣店の組織 目次

(1) 次 目

第一章 小賣本位としての準備……………一

(一) 小賣本位としての顧客……………三

(二) 小賣専門店たる可し……………五

(三) 百貨店の經營を真似するは愚……………九

(四) 百貨店は斯の如き缺點あり……………一四

(五) 小賣専門店の効果……………一七

(六) 特色ある店、特色ある商品……………二三

(七) 特色を強調す可し……………二七

第二章 主として現金商賣……………三〇

(一) 現金賣買としての小賣……………三〇

(二) 小賣營業は極めて健實……………三三

(三) 二重的利益ある現金賣……………四一

(四) 現金賣は理想的……………四三

(五) 現金買を奨励する法……………四五

(六) 小賣商の利益は幾何……………四七

(七) 値段よりも品質の競争……………五〇

第三章 掛賣と小賣商人……………五四

(一) 掛賣は危険……………五五

(二) 得意先の研究……………五八

(三) 掛賣は商賣擴張の一手段……………六一

(四) 掛賣の損失と營業費……………六四

(五) 掛賣か現金賣か……………六七

(六) 小賣業は徐々に進め……………七〇

(七) 安く商品を賣る法……………七一

(八) 掛賣と薄利多賣主義……………七四

第四章 賣殘商品の處分法……………七六

(一) 賣殘商品を生ずる場合……………七六

(二) 所謂ローズ物となる可き商品……………七九

(三) 賣殘品を作らざる販賣力……………八一

(四) 賣殘品と其利用法……………八五

(五) 積極的賣殘品とは何か……………九二

第五章 小賣商と通信販賣……………九六

(一) 副業としての通信販賣……………九六

(二) 普通小賣業との差違……………九九

(三) 地方消費者の便利……………一〇二

(四) 地方より注文を引受る法……………一〇五

(五) 通信係は成功の鍵……………一〇八

(六) 注文品の發送方法……………一一四

(七) 注文用紙の配付……………一一七

(八) 目録又は引札の配付……………一二一

(九) 旅行販賣人……………一二四

第六章 商品目録及廣告印刷物……………一二八

(一) 商品目録の効果……………一三一

(二) 定期印刷物廣告……………一三五

(三) 不定期印刷物廣告……………一三八

(四) 目録の調製に就て……………一四二

(五) 目録の發行時期……………一四七

(六) 目録配付先の研究……………一四八

第七章 商業用文書の控へ及内外郵便物に就て……………一五二

(一) 一切の控へを取れ……………一五四

(二) 商業用文書の保存方法……………一五六

(三) 商業郵便物の制限と規定……………一五八

第八章 模範的小賣大商店の組織……………一六三

(一) 歐米に於ける其實例……………一六三

(二) 歐米の五大小賣大商店……………一六五

第九章 客引策のいろく……………一七五

(一) ウキンドウデスプレー……………一七五

(二) 懸賞及び福引……………一八〇

(三) 進物廣告の形式……………一八三

(四) 景物と進物との相違……………一八三

(五) 見本品配付廣告……………一八五

(六) 招待券配付……………一八九

(七) 勸誘狀配付廣告……………一九一

(八) 時間割引販賣……………一九四

(九) 引札廣告の配付……………一九六

第十章 賞與金と店員……………一九八

(一) 使用人の報酬と其支給方法……………一九八

(二) 給料と賞與金割合……………二〇一

(三) 利益配當金……………二〇二

(四) 理想的の賞與金制度……………二〇三

第十一章 店員の養成と小賣店……………二〇八

(一) 小僧を冷遇する勿れ……………二〇九

(二) 小僧の將來は奈何……………二一〇

(三) 小僧たらんとする目的……………二一二

(四) 家庭の事情の下に年期奉公……………二一五

(五) 店員候補としての小僧……………二一六

第十一章 小賣店と店則……………二一九

(一) 小賣店相當の店則……………二三五

(二) 大會社や銀行とは違ふ……………二三六

(三) 店則の定め方……………二三七

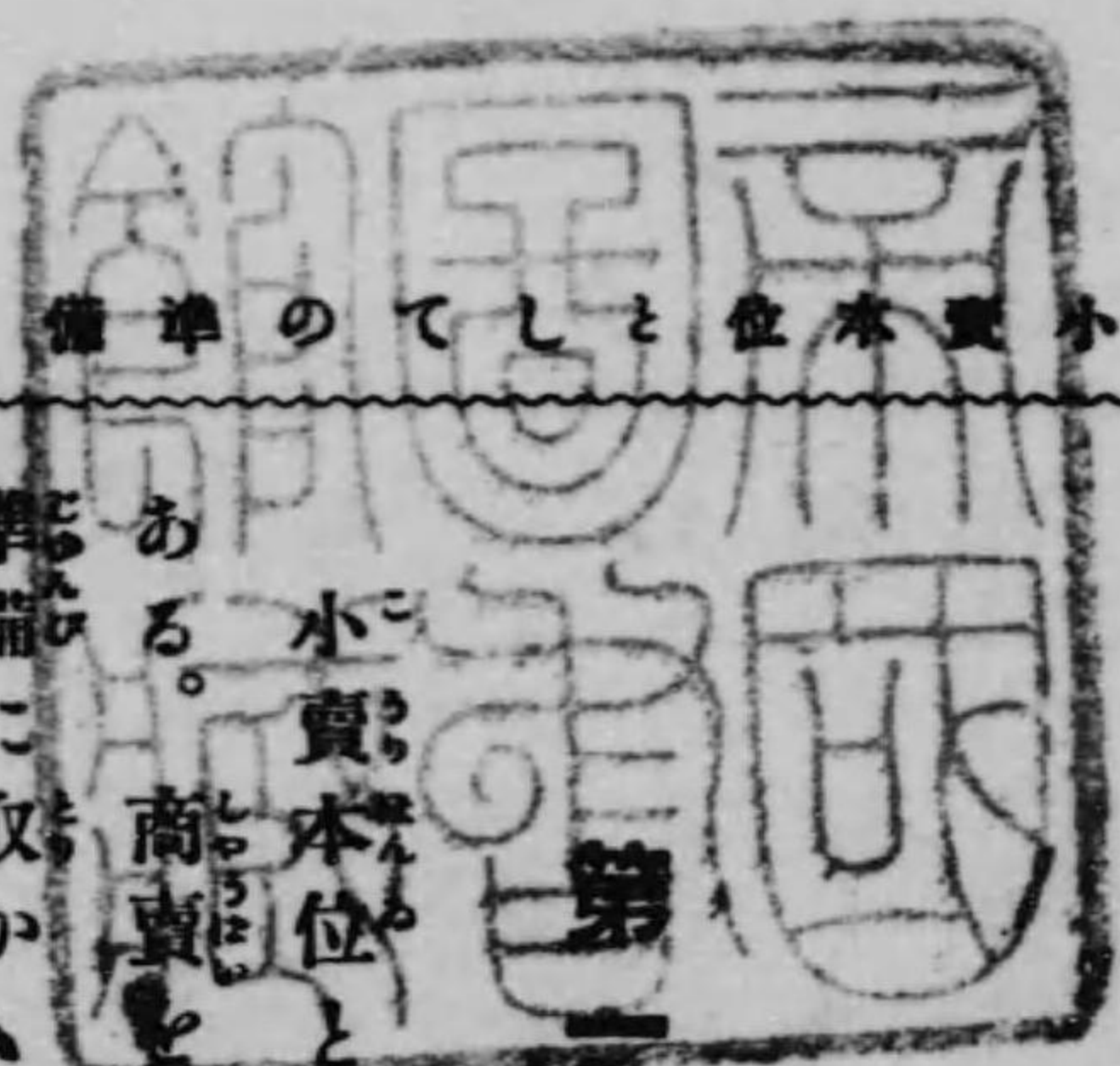
(四) 店則の實行法……………二四四

(五) 使用人と店則……………二四五

目次終

模範小賣店の組織

佐々木十九著



第一章 小賣本位としての準備

(1) 備準のてしと位本賣小

小賣本位としての準備は模範小賣店の組織上に於ける骨子である。商賣を始めるには元より卸賣或は小賣と豫定してから其準備に取かゝるもので最初から漠然と開店するものは一人もない、が然し小賣商賣を始めると云ふ大部分は資本が少ないから不止得小賣をするので若し資金が潤澤であれば僅かばかりの小

賣で満足するのも馬鹿らしいと思ふ人も多いのである。妻君の内職即ち副業的性質の小賣などは元來多くの利益を豫期しないだけに其商賣の根本的性質即ち自己の小賣本位であるべき立場が全然了解が出来ないために従つて其商賣も發展しない事になるのである。中には小賣商賣の性質も充分呑込んで居るが細かい商ひ、細い利益ではつまらないからなど、勝手に定め込んで更に研究しやうとはしない向もあるが小賣商賣は小さいから面白くないとか乃至つまらないと云ふのは大間違である。今日の商業上の確實な成功者は多く小賣業者である、此例は米國に於て殊に左様である。而して商賣の内小賣程面白いものではなく働き様に依ては其日々々の結果が既に見えて判るのであるから是程樂な商賣はないのである。其上に卸賣や製造業と違つて顧

客の多數は現金本位の取引であるから従つて商業上の危険率も少ないのである、故に其成功的圈内に達する事は遅々として居るに係はらず漸進的に而して確實に成功を獲る事が出来るものであるから小賣商賣は總ての商賣上に於て最も安全なる商法と稱しても差支ないのである。

(一) 小賣本位としての顧客

小賣商賣の對手となるべきものは其顧客である、如何に整然とした店舗があつたとしても其處に来る筈の顧客がなかつたなれば到底商賣の般盛は望れない。其店舗の所在地が最も繁華な場所であるにしてもたゞ通行の人々を顧客とするのみでは豫期の如き發展は出来ない。何商賣に依らず新らしく開業せんとするものは此點に於て特に注意が肝心である。顧客即ち消費者が

或物品に向つては如何なる要求を持つて居るか或は其商品と其附近の消費者との關係即ち甲品は其消費者を附近に多く求める事が出来るが、乙品は廣告の方法を講ずれば遠隔の顧客をも吸引する事が出来ると云ふやうな直接顧客の状態若しくは購買力の有無を調査する必要がある。斯る事は小賣本位の立場からは最も研究の價値ある事項であつて、顧客あつての商賣であると云ふのは此意義を含むのである。勿論新聞雑誌の廣告を利用する商品などは其廣告力に依つて新しい需用者を招致し其上に若し其商品の品質が廣告の通りであるとすれば其品物は更に確實に顧客を自己の範圍内とする事が出来るのであるが、普通一般の小賣商賣では新聞雑誌の廣告力を利用する事は殆どないと云つても差支ない、一流二流の小賣店では季節物等を紹介するた

めに新聞雑誌の廣告に依るものもあるが是等は該して稀である。百貨店の如きは之と反對に専ら新聞雑誌又は其他の廣告力を利用して顧客の吸引に務めるのであるが、百貨店は純然たる小賣商ではないので之は矢張百貨店と稱する事が穩當であつて其經營法も普通の小賣店とは必然的に相違するのである。

(二) 小賣専門店たる可し

既に小賣商賣を開業した以上は専門業となるべき覺悟が必要である。靴屋は何處迄も靴屋、化粧品屋は何處までも化粧品専門と云ふ風でなければならぬ。靴に附随すべき靴下、靴墨、或はブラシ類の販賣は當然であるが靴屋が雜貨屋を兼業したり化粧品店が紙屋を兼業するなどは夫が小規模の内職的の仕事であれば仕方がないとして若し小賣業を以て永久に成功を劃さん

とするものは最初から斯る方法でなく何處までも専門業たるを
 心掛けるが宜いのである。場所や附近の状態では單獨の營業即
 ち化粧品屋が化粧品のみを賣つて居たのでは商賣にならない事
 となるので、烟草も紙も藥種も菓子も又賣らなければならぬ
 と云ふ場合があるのは多く見る處であり亦場末や郡部などでは
 此傾向が次第に有力になつて行くのは當然であり。避け難い
 である。雜貨店或は萬屋なるものは百貨店を小さくしたもので
 日常の品物は同一の店舗で大部分を取揃へる事が出来れば夫
 だけでも顧客はどれだけ便利だか知れないのである。然しながら
 ら其販賣品は専門業でないからして總てに於て手ぬかりとなる
 ので、一寸間に合には其店舗で品物を求める事があつても顧客
 は決して満足はしない。萬屋では米も石油も呉服も化粧品も賣

てる然しながら數多い品物は一々吟味して販賣するとしても到
 底専門業者の品物と比較する事は出来ないのである。諺に「餅
 屋は餅屋」と云ふ事がある、之は即ち上述の意味である。百貨
 店の一部に陳列されてある處の帽子と、數十年引續いて帽子の
 みを專賣して居る店舗の帽子とは何處かに違つた處があるのが當
 然である。一方は片手間であるし、一方は夫が専門であるから、
 如何に百貨店が頑張つた處が其品質の上で競争する事は不可
 能である。近來一流の百貨店では此點に氣がついたので各部
 は獨立して、充分其道に經驗ある人を置いて務めて専門的に經
 營すると云ふ方針を取つて居るのであるが、元々百貨店、雜
 貨店、萬屋の類は便利屋であるからして如何に整頓したにして
 も専門業には勝はないのである。三越が大變繁昌するので其附

近ちかのこ小賣屋やは非常ひじょうに悲觀ひくわんしてるとの事ことであるが、三越みつこしの如ごとき萬屋よろづやの總本家そうほんけが繁昌はんじやうすればする程ほど、尙小賣專門店なほこゝろせんもんてんは繁昌はんじやうして來ると云ふのは原則げんてきである。
然しからば小賣專門業こゝろせんしやりがいとしたから必ず繁昌はんじやうするかと云へば決して左様さやうではない、化粧品の如ごとき極めて薄利はくりにのものが化粧品専門けしやうひんせんもんの商賣しやうばいを始めたはじめたとすればきつと失敗しつぱいするに極きまつて居る。世間せけんにある在來ざいらいの化粧品けしやうひんのみを賣つて居たのでは夫または化粧品専門けしやうひんせんもんの店舗てんぽではあるが専門業せんもんしやりがいではないのである。専門業せんもんしやりがいとは他店たてんで賣らな
いもの、其處そこの店みせでなければ賣つて居ない品物しなぶつ、同じ白粉おしろいでも他の店ほかのみせで賣つて居るものとは何處どこかに違ちがつた特色とくしよくがあると云ふものを賣るのが専門業せんもんしやりがいである。之これは云ふべくして中々なかなかの困難くわんなんである。第一だいいちに顧客こくかくに成程なるほど彼店かみてんの品質しなひなは良い、化粧品けしやうひんを買ふのな

れば彼店かみてんに限ると信用しんようされるまでが容易やすでない。第二だいにに顧客こくかくが甲品かひんを購求かうきゆうに來たとして其品物そのしなぶつは自店じてんにては取扱とりあつかはない若ごとしくは取扱とりあつかつては居るが、夫またよりも自店製じてんせいの乙品おつひんは價格かかく同一どういつであるが甲品かひんに優まさる多くの特色とくしよくを持つて居ると云ふ事を説明せつめいして顧客こくかくを納得なつたさせ甲品かひんの購求かうきゆうを斷念だんねんとして之これを自店じてんの乙品おつひんに振替ひきかせ
るまでには販賣上はんばいじやうの特種技術とくしゆうぎじゆつを要するものである。若し上述じやうじゆつの困難くわんなんを巧たくみに案配あんはいする事が出來れば其店そのみせは小賣専門業こゝろせんもんしやりがいとして立派りつぱに成功せいこう出來るものである。

(三) 百貨店の經營を真似るは愚

近來きんらい小賣店こゝろやの傾向けいかうは何かと言へば百貨店ひやくぱうてんの經營けいぎを真似まねて、萬屋式よろづやしきに各種かくしゆの商品しやうひんを取扱とりあつかふやうであるが是こゝは一面いもめんに於て顧客こくかくに便利べんりの感じかんじを與へ、其上一個そのうへいっこでも餘計よけいに品物しなぶつを賣捌うりさばけるのは

販賣上の原則に叶つたものがあるが、然しながら此經營法は大變な誤である。元來百貨店なるものは便利屋であるから流行の指導者ではないのである、日常使用する品物は百貨店へ行きさへすれば大抵は間に合ふ夫故に品物を別々に買つて歩く手数省ける、夫のみか百貨店の品物は比較的廉價であるといふのが米國の百貨店の現在の状態である。三越の如き百貨店は外國には例は少ない、英國のワイトレー、セルフリッツ、佛のボンマルシエ、米のマーシャルフィールド、ワナメーカーの如き世界的の百貨店は三越のやうに流行界の中心ではないのである。是等の百貨店で販賣する品物は随分精選されてあるのは事實であるが消費者は其品物を購求する事に依つて流行を追ふものとは思つて居ないのである。例へば婦人の服装の如き

ものが前記の百貨店で買つたとすれば購求者は夫が必要のためを買つたので流行を誇るために買つたとは思はない。成程其服装は充分流行界に出しても誇る事が出来るにしても百貨店の品物は流行や粹を傳へるものでないのが其本來であるから購求者は便利専門と云ふ氣持で其品物を使用するのである。従つて若し實際に流行の魁をするとか或は流行を追うて行かうとする婦人は其服装を百貨店に求めずして婦人服の専門店に行くのである。もつと具體的に著者の經驗を記するとする。著者は且て紐育滞在中にワナメーカー百貨店に至り一足の靴を買求めた事があつた、價格も體裁も頗る氣に入つたので内心大に得意で其靴を持ち歸つた處が同宿の一友人が之を見て大變に良い靴であると大に賞讃した所が其靴に百貨店の商標が附いて

居るのを見て急に態度を改め「君も随分野暮ぢやないか紐育に半年も居ながら今だに百貨店で買物をするのか」と冷笑的に著者を見るのであつた。余は最初其意味がどうしても呑込めないのであつたが後に至り百貨店は流行の居所ではなくして單に便利屋であると云ふ事實が判然したので漸く友人の冷笑した事が會得されたのであつた。

三越の如き百貨店は前記の例とは反對に、殆ど流行界の中心になつて居るやうである。日本の流行なるものは殆ど三越から出て居る、婦人の如きは何かから何まで三越でなければ氣に入らない風の者がある。然し之は早晩に變化して行くべきものであつて百貨店の性質は便利屋である以上若し流行界の中心を支持する方針の經營法を繼續する事となれば必ず何等かの問題

に逢着する事となる、現在の三越は頗る貴族的であるがもつとズット平民的にならなければ眞に百貨店の面目を發揮するとは言はれないのである。ワナメーカー商會の如きは米國樞要の都市の大新聞を利用してワナメーカー新聞欄なる一頁の大廣告を絶えず試みて居る、此廣告は殆ど流行の魁をなすもの、やうに思はれて居るが、事實は一種の便利徳用案内に過ぎないのである。經濟上から此廣告は一般讀者に大變に歓迎されて居て、ある新聞紙の如きはワナメーカー新聞欄なる廣告を一ヶ年間掲載中止したために、約一萬の讀者を減じたと云ふ事である、之を見ても如何に其廣告欄の有力なかが分るのであるが之を歓迎する讀者は決して貴族の方面ではないので一般社會の平民階級が其重なるものであるのは勿論である。

(四) 百貨店は斯の如き缺點あり

百貨店の根本的性質は平民の親友と云ふ所にある、何處までも便利安直主義の極度に發達したものに過ぎない、故に世間には重寶がられ便利がられるが夫以上には出ないものである。普通の小賣業者が百貨店の經營を真似る事となれば夫は自己の商業的立場の根本性質を改變するものである。何でも賣るかから必ず商賣は繁昌するものではない、何でも賣るためには勢ひ總ての方面に即ち營業上の諸機關を膨張させなくてはならない、品物は自然的に固定するし、營業費は加重的に増して行くのである。百貨店を模範的に經營して行くには其販賣品の大部分を小賣専門業者の如く自己の監督の下に自己の手で製造しなくてはならない、たゞ各種の百貨を一室の下に集めたと云ふので

は到底顧客に満足を與へる事が出来ない。米國の百貨店では數年前まで販賣品は總て他より仕入れるのであつたが近來は其大部分を自己の工場で製造する事になつて來た。之は即ち他より仕入れる商品に對して満足しない結果が遂に製造場を設置するやうになつたのであるが幾百の品物を自己の工場で作る事は殆ど不可能であると同時に其費用も亦大變である。米國の百貨店が工場を設置したがために其販賣品の面目を改めたに關はらず利益率を非常に減じて了つたと云ふのは工場費用の過多が原因をなして居るのである。

數百數千の販賣品を盡く自己の工場で製出する事は不可能である、假に工場を設置しないまでも自己の監督の下に一定の品物を製出させるまでには大變な骨折である。然しながら百貨店

は斯くの如く改善されなければならぬのである。一種の委託
販賣品の集合所の觀を呈した米國の百貨店は最早過去の夢で
ある。之程に經營上に苦心されて居つても百貨店の位置は依
然として向上しない、やはり便利屋の域を脱しない。是は如何
なる理由に基づくかと云へば前記の百貨店の根本性質は平民
の親友以上に出づるものでないとの數言に盡して居る。
百貨店の經營は目下は各部門が總て獨立するやうになつた、
且て家族的經營時代には品質に就て多くの非難を生じたが各部
門が獨立してから此弊害は絶滅したが其代り百貨店の營業費
は著しく膨張したのである。
數へ上げて見れば百貨店の經營は中々の困難である到底少
資本者の能く模倣し得べき所でなく亦經營の出来るものでない、

其上に多くの缺點があるのは前記の次第であつて、一般小賣業
者は無暗に此形式を真似るべきでないのである。

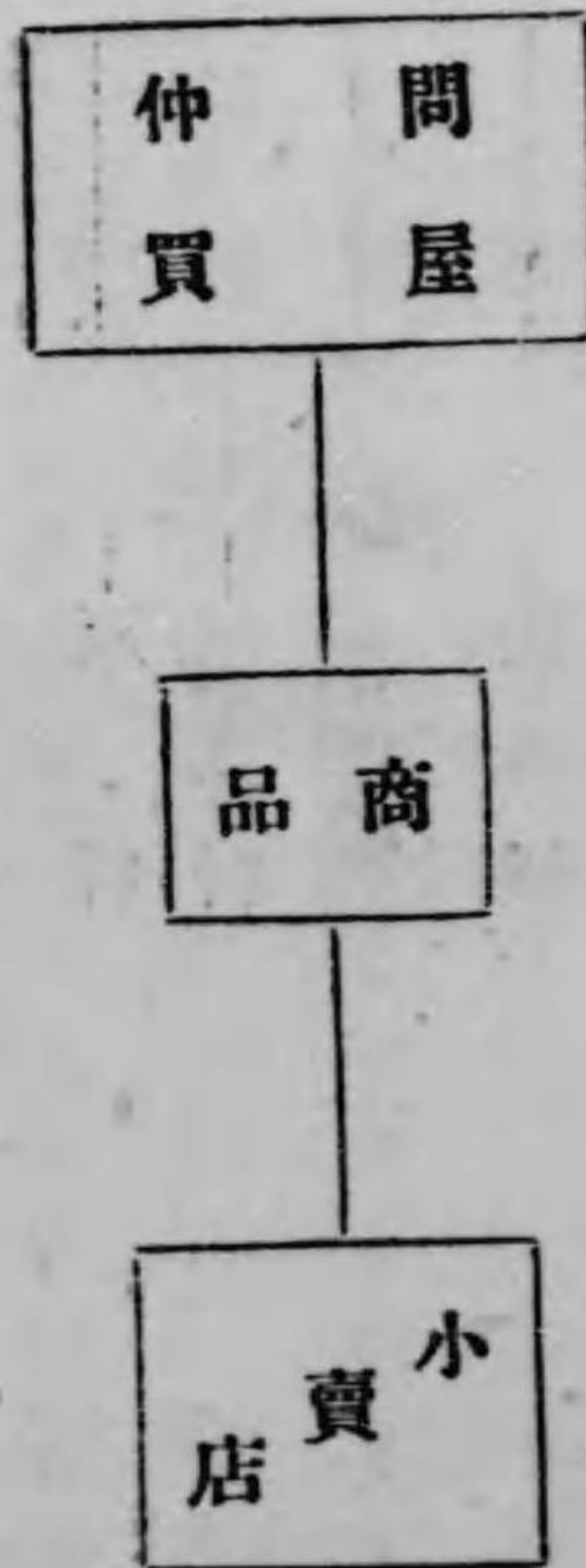
五) 小賣専門店の効果

同じく小賣本位であるが普通小賣店と百貨店とは其經營法
に格段の相違があり其上資本の上からも百貨店は左様手取早
く誰人にも經營が出来るものでない。然らば小賣専門店は如何
であるか、之は甚だ容易なのである。小賣商を志す人々の中に
は全然自己の得意でない或は殆ど經驗のない商賣をも行らなけ
ればならない境遇のために餘りに乘氣がしないながらも不止得
商賣をしつゝあるが、本來あまり好きでも得意でもない商賣で
あるから如何しても熱心が足ない。夫がために豫定の如き効果
を擧げる事が出来ないで煩悶するに至るのである。小賣専門店

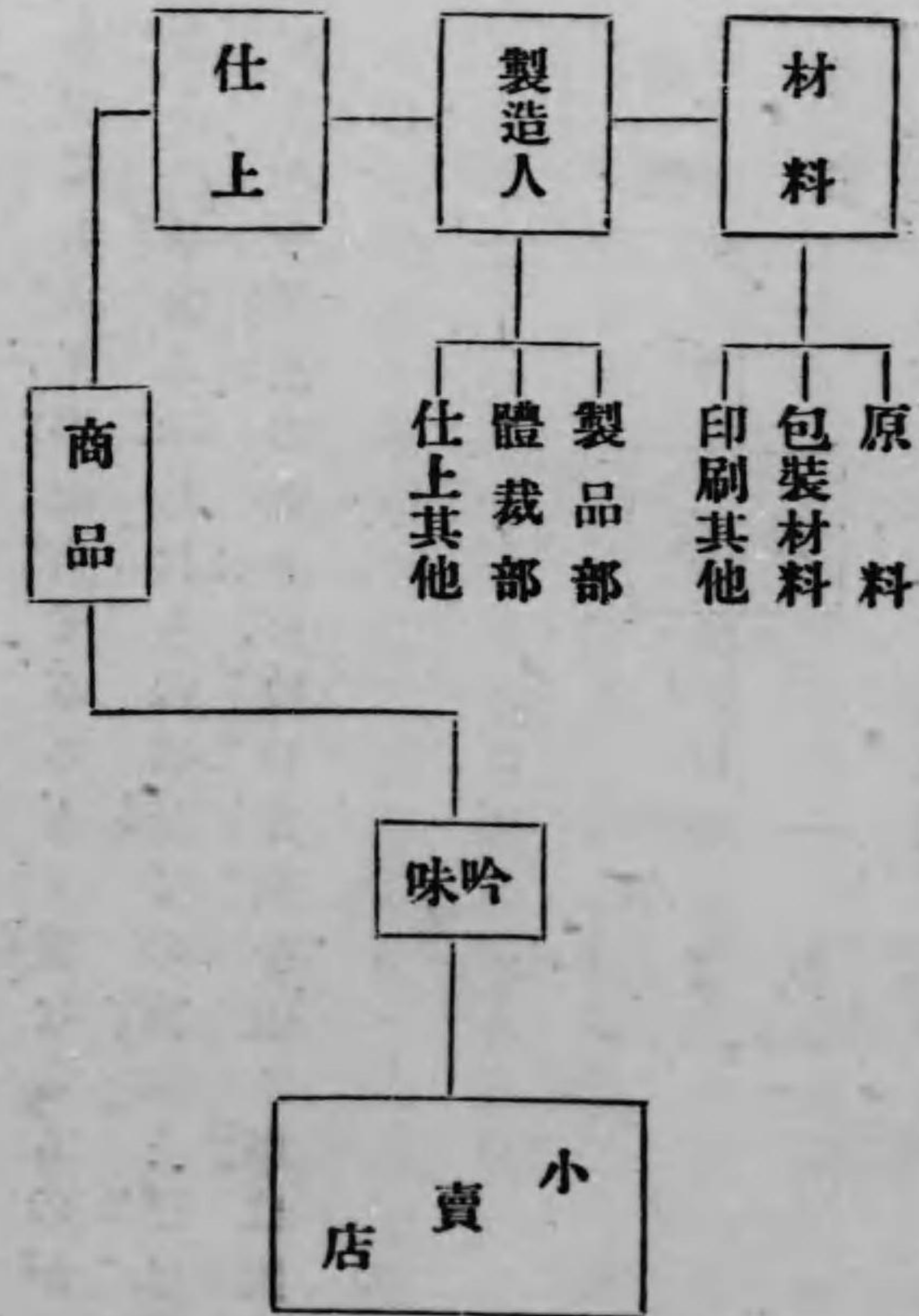
は此點は特に容易である、何故なれば特種の商賣をするのであ
るから何品でも賣る方針でない。夫故なるべく自己の好きな商
賣を選択する事が出来る。更に商品は多方面に渡つて居ないか
ら極めて少資本で經營が出来るのである。品物は少なくてよい、
店舗も立派でなくてよい、然しながら品質の内容は絶對的に優越
でなければならぬのが小賣専門店の最も重要な事項である。
左圖は普通小賣店と小賣専門店の商品仕入の相違を説明したも
のである。即ち普通小賣店では商品は問屋或は仲買の手を経て
仕入れるので其品物は一般の流行品か左もなくば夫以下の劣等
品である。之に反して小賣専門店では直接問屋や仲買にある出
來合の品物を取扱ふのではない、一個の品物も二軒乃至三軒の
手を経て出來上るのである。問屋や仲買からは既に出來上つた

商品を仕入れるのであるが小賣専門店では特別注文の品物を仕
入れるので、夫も問屋や仲買の手を通じてでなく自己の監督の
下に製造するのである。之は自己の工場と云ふのではないが如
かなる商賣にあつても大工場を有せざるも下職なるものが大體
の製品は間に合ふ。挿書に示したものは總ての商品と云ふ譯で
ない、例へばビールや洋酒の如き品物は此例を追ふ事は出來な
いのである。

の店賣小通普
序順入仕品商



の 店 門 專 賣 小 商
序 順 入 仕 品 商



普通小賣店の仕入は挿書を見ないでも容易に分るが、小賣専門店の仕入方法は甚だ複雑してる、例を挙げて見れば茲に一包

の石鹼があるとして普通なら問屋から仕入れるのであるが小賣専門店でまづ石鹼の材料を取揃へる、原料は原料屋、包装は紙屋、印刷は印刷屋と云ふ風に別々に作り上げたものを始めて一纏にするのであるから其商賣に明るい黒人と雖も其品物は果して何處で出来たものか一寸分らない。況んや素人には分らう筈がないばかりでなく、斯く念がはいつて居るからどうしても市場にある普通の品物とは同一でない事が直に分る。すると其商店の品物は何處かに違ふ所があつて總てがなんとなく氣が利いて居て其上値段も差して違ひない。斯んな評判が次第に立つてくれば既に小賣専門店たる特色が認められたのであるから割合に容易に其商賣を發展が出来る。顧客は他店の品物と比較したりしないから従つて値段に就ての苦情もなくなる。

小賣専門店の効果は決して急激に擧るものではないが其經營法さへ良しければ必ず成功するものである。普通小賣店では同業者間に常に絶えず競争して一錢でも安く賣るやうに腐心しなければならぬが、小賣専門店には之が絶無である。と云ふのは其販賣品は盡く自己の特製品或は精選品であるから夫と同一の品物は他店で求められない、そこで顧客が其品物を欲しい時には、いやでも其店へ行つて買はなければならぬ。斯の如き次第であるから賣價の競争は避けられ其上に固定の得意を造ることが出来る。すると最早此店は極めて安全な道を辿つて行きさへすれば良いことになるので新聞や雑誌に廣告せずとも顧客の多くが各自に廣告をしてくれる事となる。例へば甲の人が斬新なそうして便利な煙草入を持つてたとすると夫が乙や丙の人

人の目に留つたなれば必ず販賣店の何處であるかを甲に尋るに違ひない、こんな調子で夫から夫へと傳播されるので之は第一流新聞紙上の大廣告よりも更に有力な廣告の仕方である。小賣専門店には人によると第一流の市街地でなければ到底成功するものではないと云ふ。かゝる論者の説は一應道理ではあるが、小賣専門店であるから必ず上等の品物(高價なもの)ばかりを賣らなくてはならない理由がないので市の中心地であらうが場末であらうが經營上に左して相違はない。要するに其場所に依つて販賣品の向不向(専ら價格上の)を研究すれば此問題は左して難事ではない。

(六) 特色ある店、特色ある商品

一體現代のやうに世智辛い世の中では昔のやうにユトリがな

い何から何まで總て切詰られて居るので、商品の價格も馬鹿氣
 て安くそして品質は他の物よりも勝れて居るなどの事は全の空
 想である。であるから小賣店の方針が單に價格の上でのみ競争
 しやうとするなれば勢ひ種々の無理をする事となる。即ち品質
 を落とすとか量を少くするとか或は一般に知られたる商品を安賣
 して他品で法外の利を貪つたりして埋合をしなくてはならない。
 斯うなると一時は顧客の信用を博しても到底永久に繁昌するも
 のではない。新規の店の如きは當分の間は中々に客足の薄いも
 のであるから自然と顧客を引寄せすることに苦心をするのである
 が商品の價格を引下げて賣るのは顧客の注意を喚起するには最
 も好結果を奏するのである。彼處の店は何んの品が何に店より
 も廉いと顧客の間に評判を起させるものである。或場合には隨

分濫賣してまでも自己の店に顧客を引寄せようと掛るのである。
 商品の價格の上の變動は消費者に最も強い印象を與ふる所の有
 力のものであるが、抑も斯の如き手段を講じなければ商賣の發
 展を期する事が出来ないとするれば商賣程悲惨なものはない、此
 方法は一時顧客の歓迎を受けるのみで永久には到底成功しない、
 特種の安賣はある意味の損失なのであるから決して巧く行くべ
 きものでない。
 小賣商店の經營は此んな姑息な手段を廻らすのみでは駄目だ、
 價格をなるべく安くすると云ふのは必要ではあるが夫は前記の
 如き事情の下に到底好い効果を得られないのみならず結局は自
 己の營業を衰滅させる基となるものであるから斯る方法は絶對
 に避けて、他の方法によりて繁昌の源を作らねばならない。消

費者は價格の廉いのは最も喜ぶものであるが、品質の純良、或は斬新である等の如きも好感を惹起すべき條件である。廉價であつたが品物が良くないから結局は損であると思はせるやうな事にでもなると消費者は廉價の二字に對して反感を持つものである。徳用向である品物の如きは消費者が價格の比較的に他品よりも高價であつても夫を認識して購買者となるものであるから商品に對する消費者の認識は商店繁昌の最大原因である。消費者は品物の價格、品質、經濟上の理由等を盡く認識する事になれば其品物は必ず賣れるに極まつて居るので是は即ち特色ある商品を販賣すると云ふ意味になるので固定的の顧客は此方法に依り容易に造る事が出来る。

小賣本位の經營には何も六づかしい條件はないのであるが、

たゞ特色ある商品を提供して特色ある店舗となる準備が必要である。「彼店へ行きさえすれば氣に入つたものがある」と顧客側に言はせる様にしなければいけない、夫には安賣をするよりも品質の上で工夫する方法が一番である。

(七) 特色を強調す可し

前記の次第を總括すれば商賣繁昌の秘訣は顧客に特種の注意を喚起せしめるに足る方法が必要である。良品を賣れば消費者は其の店は悪い物は賣らないと思ふ、之れは既に顧客の注意を惹付けたのであるから自然に其の店を信用する事になる。世間一般の小賣屋では顧客の注意を喚起するのは困難であるからどうしても何物か其處に現はれた形態がなければならぬ。其形態とは特色の強調にある。何かしら他の小賣店とは違つたもの

を賣ると思はせる様に顧客に仕向けるには、世間並の品物を賣つてゐるばかりでは仕方がない。顧客に成程と首肯させるだけの充分の理由がなくては彼等は決して承認するものでない。場末の小賣店などで昨今流行出した處の「倍升賣」などの如きは一種の特色の強調である、之は専ら酒屋などで酒や醬油などの販賣上に用ゐられる手段である。一定の時に限り其商店では倍額の品物を賣るのである、十錢の買物に二十錢分だけの品物を提供するのであるから儲かる事はないが、夫がために顧客を多く引寄せせる手段となるから、廣告費として見れば可成低廉で而かも効果を奏する。倍升賣の如きは亦一種の賣出し案である、無論夫程に強い印象を與へるものではないが、斯る些細な方法でさへ相當顧客を引寄せせるもので、若し特色ある商品を賣る特

色ある店舗とする事が出来れば其の繁昌は期して待つべきであらう。

第二章 主として現金商賣

(一) 現金賣買としての小賣

小賣營業の利益率は他の商賣に比すれば其率が非常に高いが、何分にも細いために到底是を以て一攫千金の仕事は出来ないが、夫れだけに極めて安全である。此商賣の性質は丁度牛の歩むやうなもので徐々として行く内には遂に目的地に達するに至る、であるから苟も小賣業を以て成功しやうとすれば一揆事をしやうと思はず苟立すユツクリと進まなければ途中で意外の運命に陥なければならぬ。小賣業者は其上に現金商賣であるといふ事を常に念頭に置いて務めて掛賣を避ける方針を取らなければならぬ。掛賣の危険な事は後章で説明するが、小賣商

店は現金賣が其原則である。

現金賣とは商品を賣渡す際に其代價を受取るのを言ふので、所謂現金引換である。現金賣の特色は、顧客の側から見ればある程度の我儘を言ふ事が出来る、之は専ら品物を現金で買ふがために品物に就て充分の選擇が出来るのである。店舗にあつては現金賣は掛賣に比して計算が容易である、何故なれば帳簿上の貸借がないから従つて計算上の手数を省く事となる、そして貸借の誤謬が全然失くなり或は商品の毀損を防ぐ事が出来る。若し掛賣であれば品物は注文に應じて届けるのが多いので顧客が店頭立つ場合が少ない、之に反して現金賣は専ら其店頭に置いて行はるので顧客は自己の氣に入つた品物に對して規定の代價を支拂ふのである。

現金賣は有らゆる商業上の危険率を減少するもので、其日其日の利益率を的確に計上する事が出来る、掛賣は代金回収後に於て始めて利益を見られ得るのであるから若し代金支拂が不能となる場合には全然損失となるもので、夫でなくとも内入等の如き全拂でない習慣は掛賣購買者に依つて普通のやうにされて居るのであるから、たとひ二割の利益を見て品物を賣つたにしたら處が、右のやうな事情が生じて來れば豫期の如き利益は得られない。

商業擴張の手段として掛賣は可成有力な働きをする、消費者は現金拂であれば務めて注意を加へて買物するが若し掛賣となると彼等は頗る大膽になるもので多くの場合餘計の買物をするやうになる、夫故支拂期日に至れば其支拂が意外に多額なので

自分で驚いたりして遂には支拂を延滞させる事となる。貸し倒れの多いのは營業の基礎を危くするものであるから、小賣業の如き微細な利益を目的とするものは掛賣で百圓賣るよりも現金賣で五十圓を賣つて満足しなくてはならない。

(二) 小賣營業は極めて健實

小賣營業は現金賣が原則であると説いた。若し其原則通りに現金賣のみを終始一貫が出来るなれば商賣としては是程の安全はない。之は小賣營業の唯一の強味であり健實味である。最も多少の例外はある、夫は上流階級を得意した場合である。華族や實業界の第一流に位する人々の家庭では入用の品物は多く電話で注文し、買物に對する代金は一切晦日拂と云ふのが澤山ある。若し之等の家庭に對しても現金拂を固守するなれば必ず賣

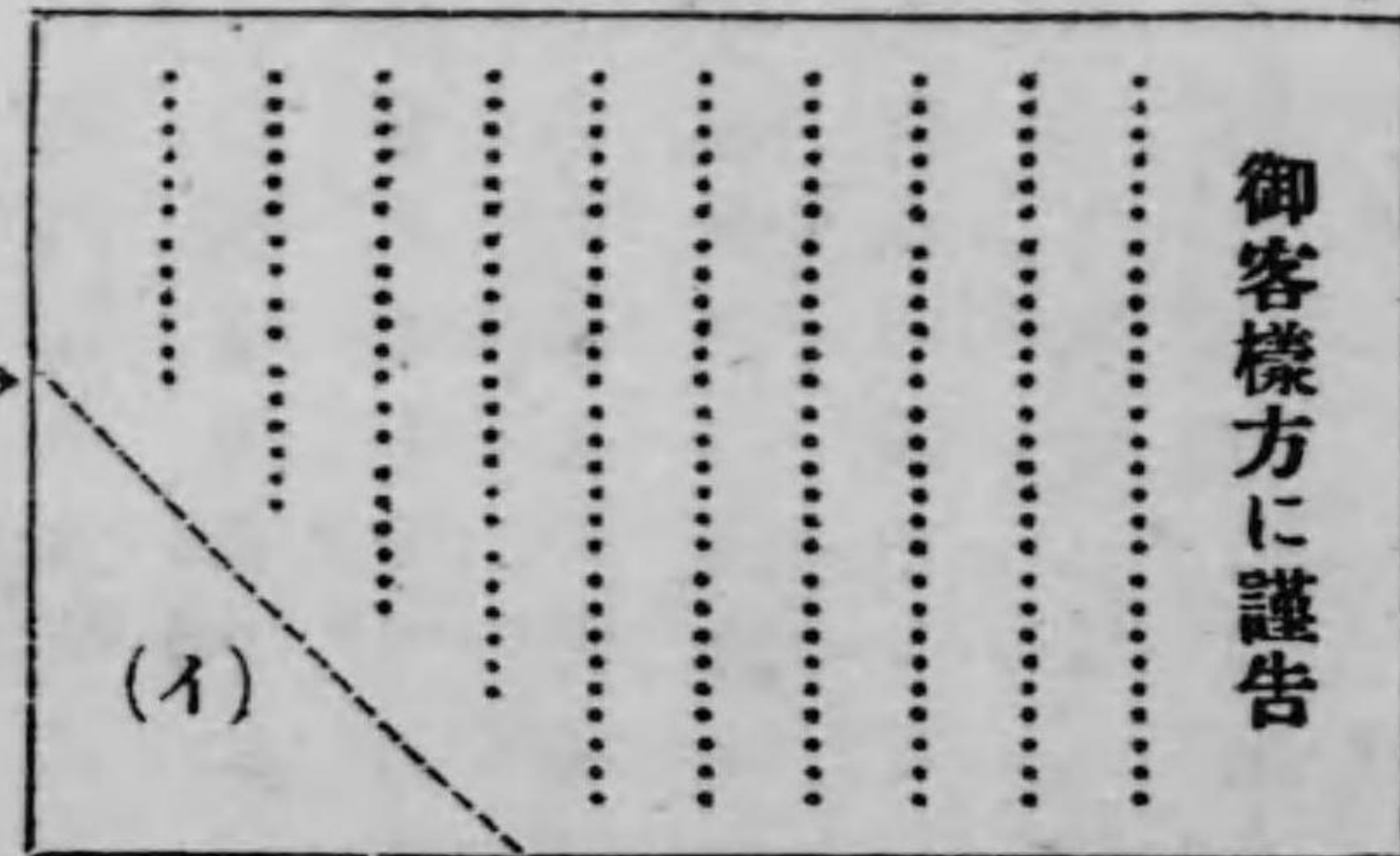
るべき機会を逸するに違ひない。斯る際は臨機應變であるが、此際に商品の優秀が他店の企て及ばないものであれば現金買を固守するとしても相當の成績を挙げ得るのである。現金買を不自由とする向も随分多い然し是等の顧客に就ては或程度の信用調査を行ふ事に依つて掛賣上の損失は防ぎ得るのである。然らば掛賣をしても差支ない標準は那邊であるかと云ふに之は甚だ困難である。普通の店舗では電話帳などで豫め得意先を研究し置き何々家と云ふのが分かつて始めて掛賣をする或は注文者の著名なために自ら進んで掛賣とする。其理由は一品でも餘分に賣りたい趣意に外ならない。購買者の邸宅が頗る堂々たるものであるがために掛賣とする傾向もあるが、比較的危険の多いのは此種の内である。なる程小賣は利益は多い、然しながら其商

品代金の支拂が五月も六月も延滞したなれば如何なる利益も烟になつて了ふ。斯る事は小賣業者の能く心得て置かねばならぬ平凡なる金科玉條である。

第一章に詳述した小賣専門店とまでは行かないにしてもなるべく其方針の經營法が一番確實である。昨今のやうに小賣商同志が互に値段の競争のため疲弊し遂には品質の吟味さへも充分に行届かないやうでは到底小賣營業では成功しない。最も新聞や雑誌に大廣告をしつゝある商品、所謂一種の流行品を取次しなれば客足は付かないが、此の流行品なるものは随分極端に競争されて居て定價の三割も四割も安賣する物がある。化粧品等の如きは夫でミツワとかクラブとか云ふ品物は殆ど損失を甘んじつゝも販賣するのである。顧客の方では之等の品物は一錢で

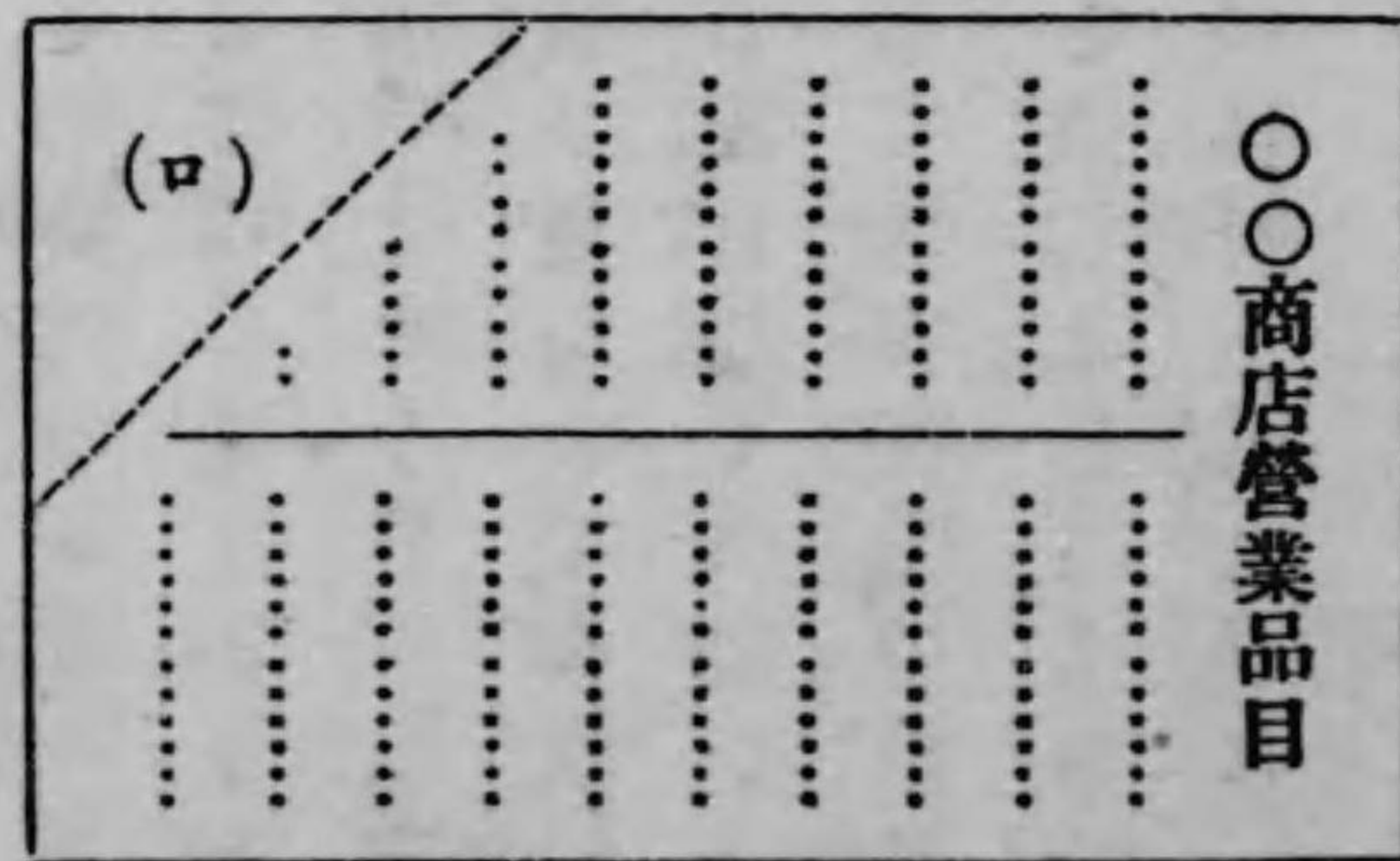
も安い方(ほう)に買(か)ひに行(い)くので販賣店(はんばいでん)の内情(ないじやう)などは知(し)る由(よし)もないか
 ら夫等(またら)の品物(しなぶつ)が安(やす)く賣(う)れると彼處(あそこ)の店(みせ)は大變(たいへん)に勉強(べんきやう)だと云(い)ふ事(こと)
 に評判(ひやうはん)される。從(したが)つて販賣者(はんばいしや)も客引策(きやくしやくさく)のため(ため)に不(ふ)止(し)得(とく)損(そん)失(しつ)を忍(しの)
 びつゝ安賣(やすう)をするに至(いた)る。斯(か)うなると流(りゅう)行(かう)品(ひん)の取次(とつぎ)は極(きま)めて危(あ)
 險(けん)である。例(たと)令(れい)取(と)次(じ)いでも他店(たでん)より高(たか)く賣(う)る時(とき)は反(かへ)つて顧(こ)客(かく)の
 評判(ひやうはん)を悪(わる)くして了(しま)ふからである、であるから斯(か)る品物(しなぶつ)の販賣(はんばい)は
 顧(こ)客(かく)が能(よ)く了(りやく)解(かい)する様(よう)に引札(ひきた)の如(ごと)き印刷物(いんさつぶつ)を作(つく)り來(こ)客(きやく)毎(まい)に配(はい)付(け)
 して其(その)事(じ)情(じやう)を説(せつ)明(めい)し自店(じでん)に同(どう)情(じやう)を求(もと)める事(こと)が良(よ)い、其(その)形(けい)式(しき)を示(し)
 せば次(つぎ)の如(ごと)きものである。斯(か)る引札(ひきた)は別段(べつだん)に立派(りっぱ)なものでなく
 てよ(よ)い、表(へ)面(めん)に其(その)事(じ)情(じやう)を記(し)した告(こ)白(はく)文(ぶん)を載(の)せ、裏(う)面(めん)には自店(じでん)
 の販賣品目(はんばいひんもく)を詳(しょう)記(き)すれば夫(また)は一(いっ)種(しゆ)の營(えい)業(ぎやう)案(あん)内(ない)をも兼(か)ねる事(こと)にな
 る。

(表) 形 籐 の 札 引



(イ) 記事 此切取線より御切取の三角のクワボンを御持ち下さる御客様
 には私共自慢の製品顔を美しくする〇〇液見本瓶を呈呈

(裏) 形 籐 の 札 引



(ロ) 記事

〇〇區〇〇町
 二丁目五番地
 化粧品商 〇〇商店
 電話〇番

御客様方に謹告

近來御客様各位よりお前の店では〇〇石鹼や〇〇白粉は他所より大變に高いとの御叱言が屢々で御座います。御客様より御覧になります時は他店より高いのは不勉強であるとの思召も御座いませうが、取次致します私共の内情も一應御聞き願ひ度いので御座います。〇〇石鹼や〇〇白粉は近頃の流行品で御座います夫故各取次店は一錢でも安く賣つて御客様方の注意を惹かうと計つて居ります、私共と致しましては日頃御最負を蒙る御客様方には出来るだけ安く差上げたいのは山々で御座います、昨今のやうに濫賣の極度に陥りまして

は如何共仕方がないので御座います。と申すのは〇〇石鹼は原價一打〇圓〇錢、〇〇白粉は原價一打〇圓〇錢で御座います、すると一個の平均價格が〇錢となります故夫を私共では〇錢に賣つて居りますから全くホンの取次手数料を頂くに過ぎません、とても利益と申程の口錢が御座いません。之れ以上に御客様方に安く差上げるに如何しても損を我慢するより外に道がないので御座います、私共では品物を損してまでも賣る事は出来兼ねるので御座います、他所の様に流行品で損をしながら或種の品物で破格の利益を貪ると云ふ様な横着な考は毛頭に持つて居りませんのです。如何か私共の正直な營業振を御察し御同情の上〇〇石鹼や〇〇

白粉に對して高いとの御叱言を御赦し願ひたいので御座います。其代りには何處までも勉強致しまして品物も務めて新しいものを差上げる事に致します。若し品物が古かつたり御氣に召さなかつたり致しますのなれば、喜んで御引換も致します、亦御都合で代金も御返し致します、私共はたゞ正直に親切に御客様方の御便利を計ることのみを存知て居ります。どうぞ御客様方の藥局や化粧室と思召して御遠慮なく御利用の程を御願ひ致します。

〇〇商店謹白

—(御注意)—

裏面と切取線のクウボンを御覽下さい。

(三) 二重的利益ある現金賣

現金賣は掛賣に比例するときは其の賣上高の増進率は餘程遅いのである、とても掛賣のやうに急速に賣上高を大きく出来な
いが、翻つて利益の點から見れば、掛賣は最初から賣掛代金の
一割乃至一割五分は回収遅延するものと豫定しかゝらねばなら
ず、金利の上から見ても豫定の利益率より少なくなるのは當然
である。所が現金賣は此點が餘程有利なのである、例へば現金
賣の一割と掛賣の一割とは同率の利益ではあるが、實際は非常
の相違で現金賣の利益一割には夫れ以上に當る利益となつて居
る即ち商品の仕入は一般現金仕入と云ふよりは掛で買ふのであ
るから三十日乃至六十日の約束で買った所の商品を現金で賣つ
たとすれば無口錢でも金利だけは儲かつてる事となるので、現

金賣の一割は即ち一割強の利益に當るのであるが夫に引替て掛
賣は一割弱の利益と見積らねばならない、或は六七分の利益に
引下げねばならない場合が生じないとも限らない。
小賣商店の經營は派出々しいよりも、務めて地味の方が得
策である。小賣百貨店の如きは其の性質上積極的經營法でなけ
ればならないが、小賣商店は消極的に行ふところに其の利益を
見る事が出来る。洋品店や雜草店或は食料品店亦是パン屋の如
きが店舗を堂々たる建築物に改造したがために反つて客足を減
するの例は殆ど枚擧に遑がない程である。無責任な實業雜誌な
どの記事からヒントを得て大に成功する積で西洋式の經營を行
つたりすれば良い効果は決して得られない。我國小賣店今日の
状態はとも米國の小賣店など、比較は出来ない、故にハイカ

テ流の組織は餘程考へものである。取分け百貨商店式の多種類
の品物を販賣するのは不得策である。百貨商店式の經營は營業
費を極端に膨脹させる結果になるから少々位の繁昌では追付か
ない、結局は地味にやつて居た従前の小賣の方が實質に於て遙
かに樂であつたのを悟るに至る。
現金賣は丁度金槌で石橋敵いて渡るやうな健實である。決
して間違の起らう筈がない利益が薄からうが、品物が少なから
うが小賣店は此方針さへ枉すに而も品質を精選しさへすれば必
ず繁昌する。心にもない空世辭を使つて客足を引ふなど、思は
ば大間違である。

(四) 現金賣は理想的

現金賣の理想的であるのは既に略ぼ説いた積りであるが、た

だ掛賣と比較して賣上高の減少に就ては如何なる工夫を凝せば其の賣上高を掛賣の如く増進出来るであらうか。それには顧客に掛買よりも現金買の方が便利であり且つ経済であると信ぜしめるやうにしないでならない。そして現金買を奨励する爲に特種の方法を講ずるのも一手段である。歐米のある種の小賣店では卸店の如く現金買の顧客に限り五分引 (5% less on cash) などと優待法を設けてあるが、我國では此の方法は實行困難であるが之に似た方法を考へるのも一策である。我國では卸賣と小賣の差が大して違つて居ない、歐米では小賣商ひは普通五割の利益を見る事を以て其の標準として従つて何等か特種の場合には現金割引の實行が出来るのであるが、我國の小賣店は薄利故五分乃至一割を割引すると云ふのは困難である。

(五) 現金買を奨励する法

現金買を奨励するには定價より割引すると云ふのはあまり好ましい事でない、之はある場合には定價を崩す即ち濫賣となるのみでなく掛買の顧客の感情を害す事になるから、斯る方法でなく現金買の顧客には金高に應じて適當の見本品を添附するなり或は珍奇物の廣告品を贈物とするのもよい、要は現金買に限つて特別の待遇法があるのだと顧客に首肯せしめるのであるから何處までも現金買は徳用であると思はせるやうに仕向けなければ駄目である。

勿論一般の小賣店では現金買が大部分であるから斯の如きは問題ではないと言ふ論者もあるかも知れないが、掛賣専門の小賣店が其の近傍に出来た時には現今の小賣店の顧客なるものは

恐らく皆其の方へ引寄せられて了ふに違ひない。左様なつてから周章た所が何の甲斐もないのであるから平常から如何にせば現金買の顧客に満足と興へ得るかに付具さに研究が必要である。現金買奨励の方法に就ては現金割引、進物、或は見本品の提供の外にカード割引なるものがある。之は専ら現金出納器を使用して居る店に限るのである、現金領收證は出納器に附随するカードに金額が印刷されて顧客の手に渡るのであるが其のカードの周圍に「此のカードを十枚御持ちの上御買物の方へは定額より三分引に致します」と言ふのである。左もなくばカード十枚なれば何々品、百枚なれば商品切手一圓分を呈すなど云ふのも一種の方法である。現金買を奨励するのは掛買を奨励するのと異つて容易でないが、顧客に經濟と便利とを知悉させるの

が何よりの近道であるから此の點を強調するのが一番である。顧客のある者は亦現金買に依つて殊更に特種の利益を受けたいと望むものもある。凡そ如何なる場合に於ても顧客に利益と便利とを興へるようにするのが今日の小賣業者の心掛くべき事である。

(六) 小賣商の利益は幾何

小賣商の利益は幾何であるかは其の店舗の信用程度に依つて相違もあれば、亦仕入商品の數量の多少に依つても違ふ。一打より一梱仕入れる方が仕入値段が低くなるのは分かりきつた事實である。小賣店の信用が卸賣店若しくは仲買店に疑ひの目を以て見られる程度の状態であれば資本窮乏の有様を察して一梱の注文でも容易に値段を低下させないであらう。夫れに引替て

信用の充分なる小賣店ならば三ヶ月、四ヶ月の長期取引でも喜んで問屋は商品を供給するのである。すると斯る店は之れだけの利益を小賣値段に掛ける事が出来る故に他より尙ほ一層安く小賣が出来るのである。

小賣商人は原價の何割を通常儲けてよいかとは別に定まつて規定のある譯ではない、歐米では普通小賣の利益は五割以上と豫定されて居るやうである。小賣の利益が五割以上とすれば大變に好都合に行くべきであるが我國では到底斯る有利を夢見る事さへも出来ない。然しながら最低三割位の利益を計上しなれば其の營業は到底圓滿に繼續すべきでない、試みに我國の小賣店の現状を見れば何れも勞れ切つて居るのは利益の少ない證據であるが、之はたま〜我國小賣商の過渡期を語るもので、

早晚何等か具體的の形態が現はるべき時期に達して居る。

勿論商品が際物的の性質を帯びて居るものは随分思切つて儲けもする、西市の熊手の如きは二十割も三十割も儲けるのが常であるが、之は其の時期を外して了へば如何に廉價でも賣行がないからである。斯る品物は除外例として普通商品の小賣値段は日用品に近いものほど利益率が薄いのには當然である。其の代りには賣行も早いからして利益は薄いが數でこなすと云ふ事になる。

小賣商の利益は小賣専門店以外には一定の利益を標準とする事が出来ない、と云ふのは他店の振合も見なければならぬからである。然しながら利益をなるべく多く計上しやうとするには大略左の原因を講究すれば良い。

(一) 仕入値段を出來るだけ低下する事、夫には多數の仕入を
する事。

(二) 現金仕入を絶対に避けて、而も其の仕入原價は少なくと
も現金仕入と同等たるべき事。

(三) 營業費を極端に節約する事。
(四) 現金賣の顧客を多く作る事。

(七) 値段よりも品質の競争

現在の小賣業者は何れも價格の競争を囓じてとても引合はな
いと愚痴を並べて居るが煙草の如く政府の嚴重なる監督の下に
賣られるものなれば兎も角も、普通の商品に競争は附物である、
故に出來るだけ自己の商店の方針は小賣専門店的に經營して行
かなければ損である。値段の競争は二の次にして、何處までも

品質の吟味をして品質上に就ては絶対的の勝利者となるべき決
心がなくてはならない。顧客は盲目ではない、良品を吟味して
賣つて居さへすれば其の内には必ず幸運に會するに至る。値段
の競争は一時的には結構のやうに見えるが、競争した結果は如
何であるかと云へば相互が傷くのみで、徳をするのは顧客はか
りである。若し値段の競争のために販賣品の品質を落とす事に
なれば顧客までもやはり損をするに至る。

品質の精選は顧客を導く原動力である、如何なる巧妙の廣告
法も品質が伴はない時に於ては、最後に失敗を醸すに至るのは
明である。世の中には随分變な品物がある、夫は何であるかと
云へば廣告で賣る品物である、即ち廣告の力で賣る品物或は廣
告を主とする品物とも言へる。斯る品物は品質にあまり重きを

置ないで専ら廣告力に意を注ぐ、原料に多額の資本を投じるのは躊躇しても廣告費には多額の費用の支出を惜まない。其結果はある程度までの好成績を得る様である、夫は偏に廣告の力の悪用である。が然し商品は顧客と馴染にならなければ駄目である。最初の購買者が二度も三度も然して遂に永久に其品物を愛用するに至らねば商品の價値は乏しいものである。であるから廣告を主としたる商品の如きは廣告讀者の大部分に其の使用が行渡つた曉には早晚其の反動が來る事になる。本來品質上には餘り自信のない商品であるから斯うなると賣れ行はバツタリと止まる其時になれば最早廣告力は何等の効も示さないと云ふのは廣告讀者は其廣告の權威を認めなくなつたからである。小賣店も丁度之と同じ理由の下に安賣をすれば一時は繁昌するが元

元無理なやり方であるから永久には到底續かない其の内には必ず顧客に愛想を付かされる時期が來るのである。

第三章 掛賣と小賣商人

小賣業者の多數の中には掛賣とは殆ど何等の關係がない者がある。彼等は掛賣をする程に自己の商ひが手廣くないのである。彼等として内職的の經營者は左様である。一般の小賣業者は掛賣と現金賣の比例は掛賣六分乃至七分現金賣三四分と云ふのが最も多いやうである。東京の山手に店舗を営みつゝある小賣業者の内には現金賣、店賣を殆ど見ないものさへある。是等の商人は無論掛賣専門と云つて良い。最も之は日用品の供給者が其大部分である。斯る商店では如何にして掛賣に依りて蒙りつゝある損害を防ぎつゝあるかと云へば實際に於て今の處斯る問題は更に研究されて居ない。殆ど成行に任かされて居る。官吏や

會社勤人等を専ら得意とする店舗では可成貸倒れが多い、轉任が突然であつたがために悪意でなくとも其の支拂の一部分を忘れて了ひ移轉する人々さへある。二年三年と同一の所に居住して居た人は其の移轉に際し何等かの口實の下に全部の支拂を了せず内金拂をして立退くものもある。此の外に自店の雇人が集金上に種々の不都合をする場合に蒙る損害若しくは帳簿上の錯誤のために附落しをしたりする事等の損害は如何にして處分したなれば良いのであらうか。

(一) 掛賣は危険

前章に於て説いた如く嚴正な意味から見れば小賣商人は掛賣をする事に依つて種々の危険に遭遇する。其の第一は掛代金の回收不能である。折角他と競争しながら漸く自己の範圍とした

御得意が結局は代金不拂のため、商品の供給を中止しなければならぬと云ふ立場になる時は商店としては随分苦しいものである。然しながら小官吏や小會社員の多數に住居しつゝある東京山の手邊では現金賣は如何に奨励をした所が到底成功は覺束ない。顧客の大多數も現金買の利益を認めては居るが如何にせん彼等は現金買をする程に物質の餘裕がない。従つてある場合には高價を承知で掛で購求する。月賦賣の品物などには随分如何はしい物や高價不廉な品物があるが彼等は甘んじて夫を買はなければならぬのである。斯の如き顧客を對手とする商店に貸倒れが起るのは當然である。何故なれば取引先の家庭に何事も起らなければ其の取引は圓滿に行くであらうが若し家庭に不幸が起つた場合等には直ちに日常の取引者に對する代金の支拂等に影響して來るのである。是等の小官吏や小會社員は貯蓄をする程に財政豊かでない結果、自己の家庭に不幸が起つた場合には通常支拂ふべき金員の一部分を夫に割かねばならない事となる、従つて日常の取引者に支拂が出来なくなるのは怪しむに足らない。

掛賣を主とせる店舗では日々御得意廻りなる者を派遣して注文を受けるのであるが、到る處競争の烈しい昨今では消費者の信用状態などを調査する程の暇がないから、新らしい居住者などへは我も我もと押かけて行くのが常である。消費者に頼まれるよりは自ら進んで自己の商店を消費者に推薦するのである。甚だしい店舗になると貸倒れ何割、店員の使ひ込み何割と最初から豫定してかゝるものもある、斯る商店の商品は目に見えな

い所に高いものがあるのは争はれない。要するに小賣業者の現
 今取りつゝある掛賣の手段は全然危険とまでは行かなくとも決
 して完全であるとは言ふ事が出来ず。現金賣を主とする經營法
 を取る事が出来ない處の小賣業者が此の點に付、更により多く
 の研究を試みて如何せば掛賣上の損害を除去する事が出来るか
 に就て思考せねばならぬ。目下の所掛賣は遺憾ながら危険なり
 と云ふ外に適當の言葉がない。之を防ぐ方法としては現金買を
 奨励するのが最も近道であるが若し夫が不能とすれば得意先の
 研究をするより外に仕方がない。

(二) 得意先の研究

掛賣の危険を豫防するに得意先の研究が必要である、日々に
 廻り歩く商店の注文取なるものは多く小僧や、生意氣盛りの

中僧であるから、彼等は細密に御得意研究と云ふ事は出来ない。
 たゞ僅に日々の注文を受取る機關以上の働きをしない。御得意
 研究の如きは思慮の綿密なものでなければ役に立たない。自己
 の常識より判断して直ちに明快なる觀察をすると云ふ風でなけ
 れば駄目だ。最も普通の店舗では御得意研究係と云ふ者を置く
 事は、到底不可能ではあるが、歐米の掛賣専門の小賣店にては
 インスペクターと云ふ觀察係を置いてる。之は一名御叱言伺ひ
 係とも云ふべきで自店と取引ある顧客に對し日常満足を與へつ
 つあるや否やを取審べるのが表面の口實であるが内實は御得意
 研究係である。顧客に依つては自己を觀察されると聽いては餘
 り良い氣持をしないので、觀察係は自己の店員等が御客様に不
 都合なきやを取審べるためとの口實を設け一定の時日を置いて

逡巡するのである。之は單に御得意のみでなく自店の注文取の不都合を取審べたり或は取締るためにも設けられて居て相當の好成績を擧げて居る。此のインスペクタは自分の訪問した御得意の表を作つて日々之を店主に報告する事にして居る。夫に依つて見れば某家は近々某地に轉任が確定したとか。某家は主人公が勤め先より引退したと云ふ様な家庭の内部の事情までも報告されて居る。報告を受けた店主は之を標準として各種の命令を店員に發するのである。インスペクタの仕事は主人公に報告するだけであつて自己が店員間に訓令を發する事は絶対にないのである。

得意先の研究は既に取引が行はれてる家庭よりも新規に取引を行はんとする家庭に對して必要なものである。各店の得意廻

り同志が偶然四ツ辻などで落ち會ふ時には能く得意の狀態などを語り合ふもので、現在では此の會合が唯一の御得意研究機關である。現金賣が絶望であるとすれば前記のインスペクタ制度などは我國小賣業者の採用しても差支ない良方法であらうと思はれる。月々一二割の代金回収不能があると見て其の多くは損失になるとすれば、インスペクタを置くべき費用位は何でもないのである。

(三) 掛賣は商賣擴張の一手段

掛賣の危険な事は商人として何人も認めるのであるが、商賣を擴張するには掛賣は最も良い擴張の道具である。茲に一人の客があり、ある品物を見てしきりに購買慾を刺戟されたのであつたが現金の持合せなきために残念ながら其購買を中止するに

至る、若し夫が掛で買ふ事が出来れば彼は何の躊躇も不安もなく直に夫を買求めるのである。然して多くの場合自己の負擔以上の品物までも買んとするに至る、見す々々晦日或は支拂期日に到れば困ると自覺しつゝも如何にかなるだらうと的にならぬ望を以て品物を買込むのである。掛賣の長所は此處であり、短所も亦此處である。支拂が三十日先であるから其の内には何とか都合つくだらうと思つて求めた品物も三十日の期限が来た時には買はなければ良かったと後悔するやうになる、此の時は支拂能力に影響を來たした時なのである。然しながら掛賣の制度は現金賣の數倍の商ひをする事が出来る。若し幸に其の得意が總て確實なる時は、利益率も現金賣よりも遙かに多い事となるのである。上流社會の家庭では其の習慣上一切の品物は總て掛

で買つて居る向が多いのであるから、現金でなければ買はれないとすれば欲しい品物でも買はずに了う事が多い。呉服店の品物を自宅へ取寄せて買求むる家庭の如きは其の大部分は掛買である。三越呉服店は毎月二十日までの品物を其の月分の勘定として支拂を請求する。二十日以後の物は翌月廻しとする、故に其の月の二十二日に買物をする時は殆ど四十日間の延買になる譯である。然るに白木屋では月末までの分を總て計算する事になつて居る。三越や白木の如き大商店から掛買が出来る人々は多く社會の上流階級の人々である。是等の人々が僅に前記の單純なる問題のために即ち三越は二十日までの支拂であると云ふ理由のために二十日以後の買物は殆ど三越へ注文をする。上流の家庭では三越と白木の雙方に取引を有するのであるが二十

日過には白木で買ひ度いと思ふ品物までも三越へ注文するやうである。何等の不自由のない上流階級でさへ斯様であるから掛賣は其の方法さへ宜しければ必ず効果を得るのである。危険率も多いが若し何等の故障が生じない限りは現金賣とは同日の談ではないのである。然しながら掛賣にはどうしても危険が絶無であるとは言はれない、商賣が手廣くなればなる程、顧客の種類も多くなるのであるから如何しても危険率は増加して行くのは否む事は出来ない。

(四) 掛賣の損失と營業費

掛賣に依つて起る貸倒れは如何に解決するかは區々であるが、貸倒れの場合には通常損失とするのは當然であるが、然るに著者の知れる某小賣店では營業費に計上する、更に他の一小賣店

では廣告費として居る。勿論全部の貸倒れではなくして利益中の一割五分乃至二割までの貸倒れは損失と見做さないと云ふのである。是は甚だ奇妙なる計算法であるが聞いて見れば道理もと思はれる節もある。彼等は掛賣専門の商人なので現金賣としては極く僅かなので如何しても貸倒れを防ぐ事が出来ないために、少しでも不拂の得意には豫め一割位賣價にかけて賣る方針を取つて居る。夫れから掛賣を恐れて居たのでは到底充分の活動が出来ない故、損失には特種のものでなければ計上しない事にして廣告費若しくは營業費の二費用に對する支出として變形的に損失の填補をして了ふと言ふので、随分亂暴な計算法であるが、組織が整然として居ない小賣店であつて見れば是も便宜上から割出した計算法の一である。

掛賣の損失を營業費と計算するのは強いて其の不明を笑ふ譯には行かないのである。小賣をするには店舗の設備が必要である。掛賣専門なれば其の設備も普通の小賣店とは違ひ簡單であれば良い、注文受用として電話の設備さへあれば、小賣店の原則とも言ふべき飾窓や店頭裝飾の費用も費さずして済む、之に反して普通小賣店、洋品店、呉服店、帽子店の如きは店頭裝飾が客引策の唯一のものである。従つて是等の店舗は薪炭商や八百屋米屋の如きものよりもズツ營業費がかかる。掛賣専門店は、八百屋や米屋の如く其營業費の重なるものとして店員給料位のもので、普通小賣店が一般に營業費を多く要するために其販賣品も勢ひ高價となる比例から見れば掛賣専門の店舗が其の貸倒れの、ある部分を自己の最も少なき營業費

中に繰入て普通小賣店と同等の營業費を要しつゝありと假定するもの穿ち間違つた計算法ではない。勿論貸倒れの多寡によつては必然的に此問題は根據のないものとなる。假令ば豫想外の損害を蒙つた時の如きは到底營業費の負擔として置く譯には行かないからである。掛買の得意中には財政の都合上不止得内拂をする向もあるが中には悪意で代金を支拂はないのもあるので斯る手段を毎度講じられるば掛賣専門の店舗は立つ瀬がなくなるのである。

(五) 掛賣か現金賣か

掛賣は現金賣に比して購買力を増進する事に就ては前述せる次第であるが、掛賣には之と同時に多くの危険が伴ふ事も前述の次第である。果して然らば掛賣と現金賣とは何れか小賣店舗

には利益であるかと云へば、五十歩百歩の問題であるが、現金
賣の方が遙かに掛賣に勝る多くの特點があるやうで、消極的な
がら現金賣の方が利益が確實と見なければならぬ。一部の論
者の中には現金賣によるも、掛賣によるも、小賣商に於ては其
の結果は同一であると断定するものもある。現金制度にては賣
上高は到底掛賣の夫の如く急激の増進は望めないが、商業上の
多くの費用と勞力を省略する、此の費用とは専ら貸倒れを指す
のである。そして現金賣は掛賣に比し賣價を低下する事が容易
であるから新しい方面の顧客や現金買を利益なりと信する一部
の得意を固定的に守る事が出来る故に極めて安全である。更に
掛賣制度によれば現在の賣上金額が現金賣に比し遙に多額であ
りとするも之に伴ひて多くの危険があるから、實際上貸倒れを

控除したる正味の純益金は現金制度と同一である。現金賣と掛
賣とは全く相異なる販賣法であるが歸する處は何れが甲たり
難く乙たり難いと云ふのである。
著者の愚見によれば現金賣は掛賣に比して遙に進歩した方法
であり且つ客引策の種々なる新計畫により容易く顧客を招致す
る事が出来る現今の商賣にあつては現金賣の制度は小賣店の守
るべき唯一の方法であると思はれる。
掛賣には此の外に店員の使ひ込や固定貸付多額のために運轉
資本の缺乏を來たし餘儀なく閉店するに至るやうな場合もある。
であるから小資本の小賣業者は先方が確實であると云ふ簡單な
理由のみで掛賣をするのは多くの場合に不得策である。掛賣
の例を開きさいしなければ現金賣で充分に得意を作る事が出来

るものを、掛賣をするために反つて現金賣の顧客を粗略にするやうな事になる場合も多いのである。掛買の得意の内には掛で何でも自己の欲するものが買ふことが出来るので知らず、必要以外の品物を購求する事になつて自己の經濟上に意外の苦痛を蒔くこととなる、従つて斯る顧客から確實に代金の支拂を受るのは望まれないのである。同時に顧客に不生産的の消費を強ゆる結果にもなるから何れにしても良い結果は得られない。

(六) 小賣業は除々に進め

掛賣方針を取つて積極的營業法に出づるのは大資本を擁するものなれば夫も亦一策である。然しながら新規の開業者の如きは掛賣を以て其の營業方針と定めるのは策の得たものでない。小賣業は一時に利益を得やうと焦れば必ず巧く行かないもので

氣を永くして徐々に漸進的に確實に經營して行く内には追々と次第に繁昌して行くのである。如何に商品が餘分に賣捌けた處が肝心の品代金が回收不能となる時は骨折損になるものであるから掛賣は二の次にして現金賣の顧客を多く引寄せる方法を講じなければならぬ。

(七) 安く商品を賣る法

現金賣の顧客を多く作らうとするには、濫賣をしない程度に於て品物をなるべく安く賣るのが顧客に歓迎される第一條件である。安く賣ると云ふのは一面から言ふ時は良い品を賣る意味である。他店で十錢で賣るものを自己の店で九錢に賣る時は確に安賣に違ひないが、ある場合には之は濫賣と云はれる事にもなる。と云ふのは定價の定まつたものを他店より安く賣るのは

即ち組合の規約を破るものである。然らば其の他の物は如何と言ふに大體に於て左の場合には安く賣れる原因となるものである。

第一、なる可く安く仕入れる事。

第二、薄利多賣主義を實行すべき事。

第三、營業費の節減を旨とする事。

第三の營業費の節減に就ては前章に於て詳述した筈であるから専ら第一、第二、に就て述べる事にする。商品を安く仕入れる事に就ては二つの方法がある即ち多數の注文を發して極度に原價を低下させる事と現金買入を條件として割引を多くさせる事とである。此の内前者よりも後者の方が遙かに重寶である。如何に安く仕入たいからと云つても左様澤山に賣れそうにもな

い品物を無暗に仕入れる譯には行かない、假りに多數を注文して原價を割引さしたとしても其の品物が賣残つてロトズとなる時は少々位の割引を多くされただけでは引合はないのみか反つて損をするに至る。現金買入はたとひ少數の品物でも随分安く仕入れる事が出来る。殊に問屋と小賣店の間に介在する仲買人の如きは融通上問屋からは六十日勘定で買った品物を、現金で小賣屋に賣渡す其の際には自己が他より金品を借りた積で夫と同じ位の日歩を損する積で自己の買った値段よりも割引して小賣屋に品物を渡すのである。之は現金の必要に迫られて不利益とは思ひながらも夫でも尙ほ貸金利子を支拂ふよりは利益であると思ふ信するがためである。斯る仲買になれば品物は少數の注文でも現金で支拂さへすれば可成安價で仕入れる事が出来る。

第二の薄利多賣主義は自己の利益を極度に低下させる事に依つて顧客に安賣をする事となる。なるべく一品でも餘分に賣つて利益は數でこなすやり方であるが、是の方法は近時中々有力になつて來たのである。勿論薄利多賣主義を望むとすれば勢ひ店舗も好場所になれば都合が悪るい故に新規開業者の一寸實行出來ない計畫である。

(八) 掛賣と薄利多賣主義

掛賣は品物を餘計賣る事が出来るものであると前に述べたのであるが薄利多賣ではないのである。掛賣専門として其の上薄利多賣の方針を取れば到底引合はない、掛賣は正に反對の高利多賣であるべきで、夫でなければ如何に品物が賣れても貸倒れに壓倒されて利益を擧げられない。顧客に於ても現金を支出し

て買物をする時はたとひ十錢の品物でも細密な注意を加へるが掛買になると十圓の品物でも特別に注意をしない、一個の白粉や石鹼を現金で買ふ時には一錢でも安く賣る店に買物に行くが掛買になれば支拂日の當日までは大抵は無頓着である。であるから掛賣商人は其販賣に就いて割合に樂なので、若し顧客が現金を支出する時と同様に綿密の注意を掛買の品物の上に加へたなれば、掛賣商人の多くは大に困るのである。不正をするしないに關はらず、掛買の顧客の不注意は夫等の商人に取つては極めて有難い事なのである。

第四章 賣殘商品の處分法

(一) 賣殘商品を生ずる場合

賣殘商品には二種ある、一は全く賣行不能の物、一はローズとなつたもの、ローズ品は賣殘となつたにしても必ず賣れない品物ではないが、一方の賣行不能の商品は全く品質が傷んだり氣候の關係で品質に變化を起したりした處のローズにもならぬものを言ふのである。小賣に従事する者は其商品を店頭陳列したり或は顧客に實物を示して満足を與へたり或は取扱の不注意から賣物にならないもの(普通の定價にて)は總てローズ物である。

是等の賣殘商品を生じた場合には通常如何なる手續にしたが

良いかと云ふのは小賣商人として知らなくてはならない事柄である。

商品によつては貯藏中に其の品質が變つて了ふものがある。果物、生魚等の食料品は一定の時日を経過すれば如何に保存上に注意を加へても忽ちにして腐敗して賣物にならなかつたり、玩具の如きは其の一部分が毀損すれば直に賣物にならなくなる。是等は立派に賣品として用を果さないものである。亦物品に依ては時勢後れ或は流行後れと云ふ物があつて品質は少しも傷んで居らないが何分にも其の流行が廢つて了つた、めに一寸賣物とならないもの、之は明かにローズとなるべきである。

近來の小賣經營上には此の外に賣殘商品を造るべき物がある。夫は外でもない窓飾でシヨウウキンドウに陳列されたる商品は

客引策としては偉大の効果を奏するものであるが、日光の直射を受けるために大抵の品物は變色したり或は汚損したりするのでロイズとしなければならなくなる。最も飾窓中に陳列すべき商品は廣告費として最初より其損失を認めて居る店舗もあるが大抵はロイズ物として價格を低下して賣捌く向が多いのである。小賣商で通信販賣を兼ねる商店では代金引替郵便の返送し來りたるものの中には賣物とならない物品が澤山にある。之は店員若しくは外間の取扱が不注意の結果に起因するのである。數へ來れば商品の賣残りと言ふ名稱の内には種々の損害の下に賣物とならなくなつたものを含んで居る。店内に貯藏して置いた品物が何時の間にか鼠に喰はれたりして賣物とならなくなつたものは多く店員の不注意に基くものである。

ある商品によれば顧客は是等の賣殘商品を可成歡迎するやうである。夫は専ら價格が半額以下に低下されるものである上に少しの辛抱をすれば別段使用上に差支は生じないからで、顧客のある者は殊更に斯るロイズ物のみを購はんとする者さへある。故に賣殘品の利用法は其の店舗に取つては一種の廣告的役目を有するものである。

(二) 所謂ロイズ物となる可き商品

賣殘商品の出ることは小賣商の一般であつて、絶對的に之を防ぐ方法は未だ發見されない、勿論賣殘品が極く少數であれば別段に念頭に置く必要もなく之を整理する事もいらぬ、若し賣殘商品が澤山に出來て所謂ロイズとなつた曉には意外の損耗を招くのである。殊に際物類の如きもの、例へば飛行家スミス

氏の傳記の如きは同氏の大飛行を當込んで賣出したものであるから、同氏が歸國して了へば最早賣行見込がない、純然たる賣残となるので其の處分法は破格の安値で街上や夜店などで賣るより外に仕方がない。鐘詰類の如きは特種の損傷がない以上は容易にローズ物となるべきでないが、化粧品殊に石鹼の如きは鼠の襲ふ處となつて忽ちにローズになつて了ふ。亦特種の加工品即ち反物の如きは其の色澤を損じるがために賣残となるが是等はローズ品であるが、スミス氏の傳記の如きはローズと云ふよりは賣行不能の賣殘品と稱ふのが至當である。

小賣商は成べく細心の注意を拂つてローズ物を作らないやうにしなければならぬ。前記の如くローズ物は顧客の一部に稀に歡迎される事はあるが夫がためにローズが出来ても宜いと云

ふ譯ではなく、多くのローズを作つて原價の半額よりも安價に顧客に提供するやうな商賣をして居るのでは一種の廣告と見れば我慢も出来ない事はないが夫にしても不廉な廣告費である。

小賣業を開始せんとする人は最初其の商賣の選擇をなすに當つては無暗に利益にのみ眩惑されないうで如何なる商賣が最もローズとなるべき品物が少ないかを知つて置くの要がある。實用品の如きは期限も永ければローズにも多くはならないが夫に引換て裝飾品や流行品の多くはローズ物となる機會が多いのである。布團や毛布或は米麥等の日用品がローズには減多にならないが、化粧品、呉服類、帽子、肩掛の如きは流行の變遷が激しいだけにローズとなる事も亦多い。

(三) 賣殘を作らざる販賣力

商品は其の賣價に賣ればこそ、幾分の利益あるものなれど、もし賣殘品として其の原價よりも安く賣拂ふとすれば、其の差は損失となる譯である。原價一圓のものを三割の利益を見て賣出さば一圓三十錢となる。然るに之を六十錢で賣拂ふとすれば原價との差四十錢は絶対に損失である。始め三十錢の利益を見たるものが四十錢の損をしたとすれば合計七十錢の儲を失ふたも同じである。

小賣商として是程無駄働きで而も馬鹿らしい仕事はない。であるから可成ロイズ物を出さないやうに注意をするのであるが是は言ふべくして中々に實行困難である。そして其の防備の工夫も絶對的にロイズ物を出さないと云ふのではなくして比較的に出さないと云ふだけである。夫にはロイズ物が出来る速力よ

りも商品を賣る速力を早くするにある。小賣商の商品の仕入方は丁度吾人が食事をする時の如くである、非常に美味い、もう一杯食べたいと思ふ所で止めて置けば腹加減の具合が良いが夫を満腹まで食べて了へば、腹具合を悪しくするか満腹の苦痛を感ずるに至る。能く儲けた商品も今一息と云ふ所で仕入の調節を計る時は大變に好都合に行くものを何處までも向ふ見ずに仕入れるがために遂には賣るべき機会を失ひ、賣殘品を造るやうになるのである。流行に遅れたがために賣殘を造ると云ふのも最初の仕入を無鐵砲にするがためか或は販賣力が伴はないためであるから斯るロイズ物は絶無にする事は左程難事ではないが貯藏中に自然に損傷が出るやうな品物に就ては其の防ぎやうもないが、之等も左程に傷みが出る商品なれば、なる可く右から

左へと品物を廻す様にすれば、第一に資本を固定さす必要もな
くなり、其の上顧客には絶えず新しい商品の供給が出来るから
一舉兩得である。

小賣商は多くは小人数の経営であるから従つて貯藏の品物も
亦少数である。小賣商がたとひ掛買であるにしても品物を無數
に貯へて置くのは良い方法ではない。品物の品数は多く貯へて
も品物の個数を澤山に貯藏するのは甚だ不得策である。九十日
拂だから思切つて斯んなに仕入れたなぞと言つて、さて其の品
物を商品棚の一隅に蓄積して置いて支拂期日が来ても尙ほ半數
は賣らずに残つてるやうな場合になれば如何に長期拂で買つて
も少しも特種の利益にはならない。長期で買はるべき品物は何
れ缺點のある品物に違ひない。左もなくば問屋で左様無暗に長

期で貸付けるものでない。故に斯る商品は尙ほ一層努力して一
日も早く片付けて了つてこそ始めて其處に長期拂との差の利を
見る事が出来るのであるから、分り切つた話であるが之等は
小賣業者が日々に接觸する問題であるから一日も忽せには出来
ない。

(四) 賣殘品と其の利用法

前述の賣殘品に就ては絶對的に賣品とならざるものは最早致
し方ないとして左もなくば、價格の低下に依つてある程度の損
失を填補が出来る。呉服物の如きヨセ切とか見切賣品などはロ
ーズ物の捌け方法ではあるが、是等の品物が顧客に歓迎を受け
る事は非常のものである。顧客は見切品中より價格以上の掘出
し物を得んとて奔走するので若し其の際豫期以上の品物が手に

入つた場合には顧客の喜びは想像の外であつて、其の好意は他品の購買にまでも及ぶのである。品物に依つてはローズ物である事を説明して販賣するのは反つて顧客に好感を興ふるものである。勿論價格が品物の實質よりも遙かに低い時のみの現象であつて、ローズ物を原價に近い値段で賣る様であれば顧客は満足するものでない。大抵の店舗ではローズ物は廣告する積で安賣をするやうである。

某化粧品店では舶來石鹼が鼠のために損傷を受けて大半は其の形を成さないものが無數であつたので品物の理由を説明して破格の安賣をした所が顧客は我も我もと其の品物を買に来て甲より乙へ、乙より丙へと傳へられて店頭は人山を築き夫がために他の品物も幾分か多く賣れる結果を見たとの事である。是等

はローズ物の善用であるが、如何なる場合にてもローズ物は破格の安値でなければ駄目である。彼の小呉服店の如きが見切品物或はよせ切と稱しながら其の實は聊も市價と變らない物が多い。であるから是等の小呉服店は何時まで立つても繁昌しないのである。元來見切品の如きは年中賣るべき性質のものでない。年に一二回、ある時期を劃して賣出するために人氣を博すに至るのである。年中定價の半額で品物を賣ると云ふ店舗を見受るが之なども少しく考へれば直に理由が判然とする。即ち年中半額で賣つたのでは營業が成立つまい、すると半額で賣る品物は何か缺點があるに違ひないと想像されるのは通常である。左に賣殘品(ローズ)に就いてのショウカードの書き方を二三記す事にす

メチャくくくの大安賣

本品は一昨年の流行品でありますのは皆様が御覽下されば直に分かります。即ち本年は流行遅れとなつたものでありますが其の當時定價三圓の本品が如何に流行遅れとは申せタダの五十錢とは如何にも御安いもので御座います。原價の半額よりも實に割安になつて居りますが品質は絶対に變化が御座いけません。御家庭の御徳用向としては實に申

分が御座いけません。三圓の品が僅か五十錢とは實に捨てるやうな値段で御座いますが私共では皆様の御鼻負に酬ゆるために斯んな破格賣出しを致しますのです、どうぞ御手に取つて御覽を願ひます。品質が少しでも傷んで居りましたなら代金は三倍にして御返し致します。

一寸傷んだ品物を十分の一の
値段で差上げます

傷んだとは申せ別に御使用に差支る譯では御座い
ません、定價十圓の〇〇が十分の一の壹圓で皆様
の御求に應じます、此んな機會は私共の店では一
年に僅か一週間より御座いませぬ、ローズと申し
ても世間の物とは全然違つた特色が御座います、
スグ御求め遊ばせ。

御持歸りになればキット奥様が
御喜びになります

御家庭用の〇〇が倉庫の中に長く藏つて置いたの
で少々古くなりました、品質は少しも變りません
が外見が一寸汚く見えます、其の代り定價の三分
の一で御手許に差上げる事が出来ます、奥様には
キット重寶がられる品で御座います。

これは賣殘品で御座います

昨年市中を賑やかした本品は本年は聊か流行遅れになりました、私共では正直に申し上げますが昨年
は定價五圓で皆様が御求め遊ばしましたが、賣殘
つた品で御座います、日頃の御恩報じにタダの一
圓で五十個限り御分け致します。

(五) 積極的賣殘品とは何か

小賣商の内、何商賣が最も賣殘を生ずるかと言へば、まづ第

一に呉服商を挙げなければならぬ。呉服店は時代の嗜好を察して、嶄新なる意匠、優美なる配色、或は其の織方の精巧なるものを賣出すのであるが、流行は年一年に變はつて行くのであるからして昨の流行も今日は既に流行遅れとなる場合がないと
も限らないのである。従つて其の賣殘となるものが随分と多いのである。最も普通の商品と違ひ、呉服物はたとひ賣残りとなつたにしても極端に賣價を引下げなければならぬと云ふ事はないのである。何故なれば流行遅れと云つても夫は上流階級を標準とする一部分であるから、流行に遅れたからと云つて世間に着て歩く事が出来ないと言ふ譯でないから價格を稍低下する事に依つて容易に賣捌かれるのである。呉服店の見切品の如きは是等の品物を以て満たされて居るので、他の商賣の見切品の

如く極端に賣價を引下る必要はない。大抵は平價より稍低くすれば賣れるものである。亦物によつては翌年度の流行を見越して進んで見切品の都に入れて了ふものもある。斯る種類のもを積極的賣殘品と云ふのである。

大呉服店では流行を自ら作り亦自ら捨てるのである。其の捨てる場合に品物が賣残つてゐる際には見切品として了ふ。

斯る場合に於て商品は別に損傷がある譯でなく、又流行遅れと云ふ程の時代に遅れたものではないが、夫を見切品にしなれば後から賣出す新柄物の販賣に困る事となり遂に其の犠牲となるのである。無論大した損失はないにしても見す／＼まだ儲かるべき品物を見切つて了ふのであるから之は大なる決斷を要するのであつて、大抵は原價で賣れば良いとしてゐるのだと

其の道の人は云ふのである。三越呉服店の如きは幹部が店内を巡視の際目についた所の汚れ品は直に値引賣場に廻はして了ふのが常であると云ふ。斯の如きは一見甚だ損のやうであるが所謂損して徳とれの要義に合致する經營の仕方である。

第一章で説いた小賣専門店にも賣殘品と云ふものが多いのである。小賣専門店はある意味に置ける流行界の先驅をなすものであるから普通の小賣店よりもどうしても品物の變化が激しいのであるが、幸にも小賣専門店の賣殘品の如きは價格を極度に引下げずとも必らず賣行くものである。年に一二回のバージョンを開催すれば、上物屋と世間に聞えた小賣専門店の大安賣であるから、世間では競つて其の顧客となる従つて賣殘品も容易に片付く事となるのである。

第五章 小賣商と通信販賣

(一) 副業としての通信販賣

通信販賣業とは元米國に起つたメールオーダービジネス即ち郵便注文營業である。地方から郵便で注文して来たものに對して其の望に應じて注文品を送附するものである。注文品の自店にあると否とを問はず何品でも亦何個でも注文が來さへすれば直ちに取揃へて送るのが郵便注文の本質なのである。地方の消費者が多量の品物を各個に別々に注文をする時は其の送料或は爲替取組等の手數と餘分の費用を使はなければならぬが、郵便注文を以て一軒の店舗に總ての注文を依頼する時は、是等の手數は盡く減じられる。斯の如き方法が漸く發達して我國でも

近來は通信販賣商なる獨立したる營業が出來た。

さて通信販賣は何でも屋である。日常の百貨は申すに及ばず如何なる品物でも其の顧客から注文がありさへすれば直に注文に應じなくてはならない。之が普通の小賣店と違ふ處で普通の小賣商は専ら其の附近を中心とする顧客に對する商品供給をなすものであるが、通信販賣は夫と反對に遠隔の地にある消費者を重に得意とする。同じ消費者を得意とするが、通信販賣と普通の小賣とは性質が餘程違ふのである。

然るに近來は小賣店の副業として通信販賣が甚だ有功であるとの聲が高い、夫等の人達が副業的に行ふ通信販賣の特色を擧げて左の如くに言ふ。
第一に消費者は必ず前金を送つてくる前金にあらずんば代金

引替注文で何れにしても代金の回収が確實である。
第二に店舗に品物を貯蔵する必要がない、注文に應じて必要
だけを購求すれば良い、従つて資本の固定がない。

第三に普通小賣に比すれば利益の割合が甚だ多い。
是は専ら副業的に通信販賣を経営する事の有利を説く人々の
説であるが、是では話が中々に巧すぎて丁度棚から牡丹餅と云
ふ次第であるが通信販賣の經營は斯く容易に觀察するのは大間
違で其の方法は一通りや二通りの苦心ではない、成程顧客の注
文毎に自轉車を走らして品物を買ひ歩き廻ると云ふ時代もあつ
たが夫は過去の夢である。單に代理買物係だけでは消費者は左
程に通信販賣の有難味を感じない譯である。現今では通信販賣
成功の唯一の秘訣は、少なくとも百貨店と同じやうな大規模の

經營を必要として居る。夫故副業的に通信販賣を行ふなど、言
ふのは一種の理想論で到底實行されべきでない。

交通の四通八達した近來では地方の消費者も廣告を見る事に
依て都會の流行品を居ながら知悉して居るので、田舎の注文だ
から良いと云ふやうな不注意の態度で通信販賣を始めるなれば
到底成功するものではない。さはれ通信販賣が新時代の新營業
として最も有望なるは何人も認める處であるが容易であると思
ふのは大間違ひである、以下通信販賣に付其の特種の點を記述
し併せて小賣店の副業として通信販賣の方法をも語るであらう。

(二) 普通小賣業との差違

通信販賣業が普通小賣業との相違は、まづ第一に店頭顧客が
來ない事である。即ち其顧客は總て遠隔の地にあるから注文を

受取つてもすぐ顧客に手渡しするのと違つて種々の便益がある。何故なれば自己の店に販賣しない商品でも充分吟味して仕入れるだけの時間があるからで、其の上大部分前金を送つてくるのであるから普通の小賣店よりも資本の融通上に大變好都合となるものである。そして品物は必ずしも自店に準備してある品物ばかりではないので、他店からも随時に仕入れるのであるが、注文があつて始めて品物を仕入れるので賣残と云ふものがないのである。勿論通信販賣も地方新聞やカタログを送つて消費者の注文を受けるには豫め廣告するだけの品物は作つて置かなければならないから賣残品を絶対に作らない譯には行かぬが、一般小賣に比して品物の貯藏の數量が少なくて良い。注文があるたびに仕入をするのであるから仕入値段は何時も最低とは行かぬ

い、地方消費者が注文する物は種類は多いが數量は少ないのが常である、故に仕入に際しても數量の點に於て極度の割引を強ゆる事が出来ぬ。此點は通信販賣業としては最も困難を感じる所である、例へば地方から一足の靴を注文して来たとして之を靴屋に注文する時は一打の割合の卸値段で買求するのであるが、靴屋では僅か一足の靴のために卸並の値段で賣ることは甚だ割が悪いと思ふに違ひない、従つて仕入をするに際してあまり好感情を以て遇せられないのである。其代りには顧客は店頭に来ると違つて買物を書狀で依頼するのであるから店頭顧客のやうに苦情は言ふ事が少ない、よしや多少はあつたにしても遠隔の地にあるから思ふやうに苦情も言へず、さりとして品物は送附を受けたる後なれば如何する事も出来ず、多少の苦情はあつ

ても尙地方で買物をするよりは經濟であり品質も良いために無理も言はずに済ます事になる。

普通小賣店との差違は大體右の如くである、勿論之は通信販賣専門の店舗の經營であつて小賣店の副業としては百貨の取次をするのでは中々に骨が折れるのみで其の割合に収益は少ない故に、小賣店は季節に投じた品物を特製するなり或は種類の専賣品のみを通信販賣とする方が手数を省くものである。婦人の品物の如きは、都會で發行する第一流の婦人雑誌に廣告を掲載すれば無論地方消費者のために利益となるやうな廣告廣告掲載後の數日後には早くも相當の効目を現はすものである。

(三) 地方消費者の便利

元來地方に於ける販賣値段は、如何なる品物と雖も都會より

は高價である。其の上都會の一流商店で賣る所の品物と比較すれば著しく見劣がするのである。地方客は此點に就て常に其の不利益を知覺して居るので、日用品の如き物品までもなる可くは都會に注文したい希望を持つて居るのであるが、遠隔の地から都會の各所へ種々の注文をすれば餘分の入費がかかるので結局は地方で買物をするよりも高價になる。其處で不止得其の地方で買物をするより外に仕方がなかつたが郵便注文營業が發達したゝめに近來は斯る點は極めて便利となり地方客は何時でも自己の欲する時は直に都會の品物を手に入れる事が出来る。尙地方客の喜ぶ所は其の地方に販賣しない物品や若くは販賣して居ても間に合はない品物などが通信販賣に依り容易買求めらるゝのである。例へばカラーの如きものは地方の洋物店では十四半

インチ以下のものは殆ど取揃つてない、従つて夫以下の品物を欲しても田舎では手に入れる譯に行かない、であるから少々位大きいものも我慢して使用しなくてはならなかつたのである。然るに通信販賣法が開けてからは一枚の葉書は容易に自分の口で物を言ふと同じ様な役目をして注文後数日の内には東京の大店舗から小包が送達される而かも代金は引替に郵便配達人に支拂へば良いのであるから、地方客の便利は此の上もないのである。若し其の上には振替貯金用紙を利用すれば通信は無料で出来る事になる故に尙一層の便利である加ふるに此の方法に依れば送金の手續が絶対に安全なのである。

通信販賣の發達は地方客の便利と經濟とを以て都會に憧憬する情緒の一部分を巧に案配したものである。即ち地方人は何事

も東京と云ふ譯で東京—純良の意は彼等の記憶から放れた例がない、であるから其の信頼する東京に品物を注文するのは夫だけれども彼等に取つては如何位愉快だか知れない。注文の品物が届いて來る際には注文品と同時に幾多の見本品やカタログが彼等の目を喜ばせるのも亦強い印象を與ふるものである。座ながら東京の流行を知る事が出来るのは彼等に取つては唯一の慰藉である。通信販賣は人の根底に横はれる斯る問題にまで接觸しつゝあるもので斯の如き好意の要素が種々の方面に現はれてくれば其の取引先との間は永久に親密が保たれるのである。

四) 地方より注文を引受る法

地方より注文を引受るには小賣の副業としての通信販賣なれば左様大々に廣告費を投ずる事が出来ない。若し亦通信販賣

専門となれば夫相當の廣告を試みなければならぬ。特に新聞及雜誌廣告の利用は其の都會と地方とを問はず充分利用しなくてはならない。通信販賣の目的は地方にある以上は之等地方讀者の必讀すべき新聞雜誌の廣告力は必ず偉大なる効果を現す。次に引札廣告を利用する事である。此の引札廣告は都會では甚だ輕蔑されて何人も其の効力を信じないのであるが、之は其の利用法の極めて拙劣なるに起因するので、引札廣告自身が効力ないのではない、安價なる引札を各戸の戸口より投入した所が決して左程の効力を生ずるものでないが、若し引札を美しい印刷物となし、先方の宛名を明記して郵便に依り發送する時は、新聞雜誌以上の効力を發揮する事が出来る。新聞雜誌の廣告は單に公衆の目に振れるのみであるが、引札廣告宛名廣告とも云

ふは個人に直接觸れるのであるから入手者の注意を惹付けさへすれば必ず効く特に通信販賣業では地方客の名簿表を作製して随時に新流行の引札を送る仕組をすれば、地方客は一種の定期刊行物を期待するやうに夫を歓迎するに至る。目錄—自店の製品取次品等を一々詳細に説明したるカタログを送附するの好結果を得るものである。目錄は其の調製に比較的費用を要するために多くの店舗では躊躇して此の使用を試みないのであるが金をかければかける程其の効力を發揮すべきは經驗者の自ら驚く所である。此の三種は通信販賣の客引策として重なる機關であると云つて良い。

地方客に引札、目錄等を送附するには其の人名調査は如何なる方法によるべきかは是亦重大問題である。購買力のない家庭

に如何に送附すればとて効力のあらう筈がない。人名の調査は各地の電話帳、紳士録等が最も良い、此の外に自店との取引ある得意名簿に依るのは最も確實であるが之れだけは其の範圍が狭少である故前記の電話帳、日本紳士録の如きものより其の宛名人を選択する必要がある、勿論斯る名簿によらんとするには最新版のものにてせざれば配達不能となつて返戻さるゝ事が多いのであるから特に此の點に注意をしなければならぬ。電話帳などに依つたものでさへ配達不能が無数にあるのであるから折角苦心の廣告材料を無駄とするのみか郵税までも無駄とするのは二重の損失である。

(五) 通信係は成功の鍵

既にして新聞雑誌に廣告を試み、引札、目録等を夫々地方の

顧客に配達したなれば、次に來る可きは是等の廣告を見たる讀者の照會である。即ち地方讀者は其の廣告を読みたるために自己の欲せんとする品物を照會して見ようと考るに至るであらう。廣告を見てすぐに注文を寄越す人々も澤山にあるが、金額が稍や張る品物の如きはまづ第一に其の品物に就て照會するのが常である。例へば金時計は如何なる品が最も信用あり確實なりやと云ふ風に照會して來るのである。斯る照會狀が到着したなれば通信係は直ちに町重なる返書を出さなくてはならないが、照會者は其の返書の内容の如何によつては進んで購買もすれば亦其の中止もするのであるから、通信係の任務は極めて責任がある、商用文は必ずしも洗練されてないでも良いのである。學生が學校で作文を作るやうな調子で形容詞を澤山に使つたとすれ

ば、文章として或は立派かも知れないが通信文としては價値のないもので、通信文は何處までも平易に簡單にして要領を得而かも禮節を厚うしたるもので、其の上乗は殆ど其の人に逢つて親しく説明を聞くと同じでなければいけない。

通信販賣の通信係は小賣店の販賣係と同じやうである。小賣店の販賣係は顧客に直接應對するものであるから其の手腕の巧拙は品物を餘分に買はせると否とに岐れる。通信販賣の通信係も丁度其の様で彼等の一本の筆先は其の營業の盛衰を左右する力がある。通信係は返事を出す事が迅速でなければいけない、地方から目錄或は流行品の引札を送つてくれとの葉書を接受して置きながら四日も五日も返書を送らずに居るやうでは忽に信用を失墜して了ふ。小賣店頭で買物をした顧客が買物を届けて

貰ひたいと依頼をした處自分は他店で二三の買物をして歸宅して見ると先刻の品物は既に届けられてあつたので其の店舗の勉強に大に快感を起すと同時に感謝したと云ふ事である、現金商賣では斯る細事でも其の顧客の好意の要素となるから其の後は如何なる場合でも其の店舗で買物する事になるのである。通信販賣でも丁度其の通りで種々の照會はたとひ注文のあるなしに關はらず懇切に返書を送るやうにすれば地方客の方では其の好意に感じて他店への注文までも盡く依頼して來るのである。凡そ小賣營業は賣價の低廉が其の主たる繁昌の原因であるが、店員や通信係の深切などは特に好影響を與ふるもので如何に價格を安くするからと云つても「いやならよせ」と云ふ振合の商賣では成功は覺束ない。

通信係の返書の書き方は前記の金時計の照會に對するものなれば、

拜復御問合有之候金時計は、目下米國ウオルサム製品が最も流行に御座候、價格は十七形片硝子十四金製にして金六拾圓に御座候、御注文切に御待申上候

としただけなれば返書には違ひないが、顧客に餘り満足を與ふるものではない。

拜復毎々御引立を蒙り奉謝候、さて御問合有之候金時計の儀は、目下最も流行を極め居候は米國ウオルサム會社製品に有之時間の正確と品質の堅牢は既に定評有之候、價格は十四金製十七形にて六十圓、十八金製十七形にて七十五圓右は何れも片硝子に御座候、二重蓋のものは紳士間に餘

り流行仕らず其の上價格は前記の二品に比して遙かに高價に御座候、價格の低廉にして上品向として瑞西製のもの好評に候へ共實用上には強いて御薦め致し兼候何れにしても別送の目錄御一覽賜り候は、總ての價格判然可仕候、荷造費運賃として目錄記載の價格の外に金五十錢申受候何卒御氣に召したるもの御注文被下度候、目下歐洲戰亂に際し舶來品は總て一二割方の高價と相成居り殊に貴金屬の類は破格の騰貴に有之従つて御客様方にも中々に差上悪く相成候へ共特に此儀御了承の上御注文の程願上候、御注文御便利の爲め振替拂込用紙二葉同封仕候

同じ回答の仕方でも右の如くすればきつと顧客は満足するに違ひないが第一の形式では勧誘を強調するだけに纏まつて居な

いから、必ず注文が来るとは豫期出来ないのである。

(六) 注文品の發送方法

注文品の發送に就ては別段記述する必要はない、小荷物類の發送方法は小包郵便が最も便利とせられ、鐵路の便ある停車場附近なれば鐵道便が便利で且つ經濟とされて居る。此の外稍や大きな荷物なれば通運會社の手を経て發送する事が便利である。小賣店の手狭な店舗で荷造をする事は來客の甚だ迷惑とする處であるが、近來は運送店で一定の費用で荷造のみを引受る設備が出来たのは小賣店の最も重寶とする所であらう。斯る運送店は荷物の大小に關はらず懇切に荷造のみの注文に應ずるから、無人の小賣業者や通信販賣店は蓋し益する處少くない。注文品の發送方法に就ては既に代金を受取つたものなれば別

段何等の手數も心配もない、たゞ代金受取未済のものは先方の信用程度を標準とする。一本の葉書の注文は直に商品を送るが其の際小包なれば代金引替郵便、梱なれば荷爲替或は集金郵便の應用も先方が確實なれば差支はない。注文有り次第品物を送つて夫が到着後に代金を送つて貰ふ事も先方の信用程度に依つては差支ないのであるが之は最初の取引の際などには集金郵便と同様に安全とは言はれぬ、久しく取引をして居て相互の事情が可成了解され居らねばならない。地方に在る顧客は我々の想像以上に其の取引者に親密の情を以て接するので、勿論是は小賣客に限るのであるが五年十年の長きに絶えず注文を寄越すのみか寒暑の挨拶まで顧客からわざわざ送つて来て反つて恐縮する場合があるのは小賣業者の常に經驗する所である。

小賣の副業的に通信販賣を行ると云ふのは言ふべくして中々の困難であるが通信販賣其の物が既に小賣であるから之に就て特別の差別を加へる必要はなからうと思ふ。たゞ一般の小賣は近距離の顧客、通信販賣は遠距離の顧客を目的とするもので共に比しく小賣の顧客を以て其の營業となしつゝある點に就ては別に變りはない。

注文品の發送に附隨したる尙一つの重なる事は品代金に就てで、地方の顧客にあつては前金を送る事が中々の手数である。場所によつては爲替を取組むために二三里の道を遠しとせずに行かなければならない、夫であるから送金の手数が面倒臭いために屢々氣に入らない品物を其の附近で買つて間に合はして置く様になる。であるから出来るだけ商品は代金引替郵便で送る

方法が商賣を擴張する手段として有力である。たゞ特種の注文に依つて特製する場合の如きは前金を取る事は必要である。此の場合には特製するのであるから代價も判然する次第で前金を受取つても後々に至り計算上に面倒が起る事がない。定價の不明な品物を顧客が注文して來る際には前金を受取るために反つて計算上に面倒が起る但し目録記載の物品には悉く定價及び郵税が記載されて居るから顧客の方では必ず前金で注文をして來るが、通信販賣は原則として前金でなければ賣らないと云ふ方針を固守する必要は毛頭無いのである。

(七) 注文用紙の配付

引札、目録等を配付するには其の中に注文用紙を挟むのを忘れてはならぬ。用紙は葉書形でも手紙形でも良いが、重なる販

賣品を全部印刷して置く事である。品物が多數に渡つて印刷しきれない時には目錄記載の商品番號、頁數、品質、品名、形狀の大小等細別してある印刷用紙でも差支ない。注文用紙の効力は顧客の手續を省く事にある。引札や目錄の配付を受けた所の顧客が、其内に自己の氣に入つた品物があつて注文したひと思ひながらも其手續が面倒のため注文をする意志はあつても實行するに至らない場合がある、人間の性質の中には些細な事柄を大變に面倒がる特性があるので、左程に必要がないものであれば、思立つても直に夫を行はうとはしない、是は單に買物ばかりでなく、何事に限らず左様なので、人間生活には其處で義務的觀念の強調が必要となる。注文用紙は此の手續と面倒を容易にする、即ち左に雛形二種を掲げる。

一 の 形 雛

注文書 (御不用品目は横線にて御消し被下度候)		著者	書名	定價	冊數	小計
保村田	老人より青年へ	金一圓	冊			
佐々木	模範小賣店經營法	金八十錢	冊			
鈴木	能率増進法	金九十五錢	冊			
中内	俳句の作り方	金一圓	冊			
佐々木	新店則と店員	金一圓	冊			
横山	世界の奇蹟	金八十錢	冊			
ハニツ	大雄辯學	金一圓	冊			
佐々木	損して徳とれ	金八十錢	冊			
合計冊數						
合計金額						
郵送料						
右の品至急御送附相成度代金明記の通り御入手被下度候						
縣 郡 町 〇 〇 〇 〇						
年 月 日						
一松堂書店御中						

を改正して従來の得意及將來顧客たるべき範圍に向つて發送するるのである、引札は目錄の號外と見るべき性質のもので絶えず新商品を紹介する毎に發行するもので通信販賣店直營の小新聞の如きものである。引札は夫程に頻繁に發行するのが良いので前の引札を配付後忘れられたる時分に後の引札を配付するやうでは引札の効果は薄いのである。

通信販賣營業にあつては目錄の調製は至大の困難(印刷上に於ける)と莫大の經費を要する。其幾千幾百の商品を分り易き様配列し分類して何人にも一見直ちに品目、價格、價值の會得が出来るやうにするのが其主眼である。故に其配付に當つて配付先の調査を怠る時は單に贅澤な印刷物を無料にて人に與へるやうな結果を來たす故に其配付には充分の注意を加ふべきである。

「地方より注文を引受ける法」欄に於て目錄、引札の應用は大略記してある故茲に單に目錄又は引札及其他の印刷物の價值が利用の如何に依つては遙かに新聞雜誌廣告の上にあるものだと云ふ事のみを記す事にする。

顧客が價値ある目錄や斬新なる引札の配付を受けたる時、第一に自己の職業と密接の關係ある品物に向つて注意する。農夫は化粧品よりもまづ農具に目をつける然して農具の改良されたるもの或は新發明の器具の如きは多額の出費を惜しまずに購求する、夫は必需品の使命を帯びて居るからである。目錄や引札は斯の如く需用の方面を探究して出来るだけ手答のある方面を選んで配付しなくてはならない。然して舊來の得意と將來の得意とに關せず萬遍なく配付が必要である。既にして配付先の購

買力に就ての調査が完全にされた以上は注文がなからうが一向に頓着なく、むしろ執拗と思はれる程に間断なく送るのは結局顧客の注意を惹ける基となる。

(九) 旅行販賣人

通信販賣業には旅行販賣人を使用する店舗もある。旅行販賣人とは其の文字通りの意味のもので旅から旅へと巡廻しつゝ、商品を賣捌くのである。旅行販賣人の組織は米國では三種に分かたれて居る、其の一は専門の旅行販賣人で之は一定の都市に其の本部を置いて販賣人は本部に歸る事なくして年が年中豫定の旅行地を巡廻しつゝ、其の商品を賣捌くので、商品は總て本部から供給を受け賣上代金は總て本部に送附する、販賣人自身は一定の給料と賣上高に應じた歩合を受けるのである。其の二は百

貨店の旅行販賣人である。之は専ら百貨店で賣残つた商品を他の都市へ送附して假店舗を設け一定の期間日間營業を繼續するので、村落に行く時には天幕を張つて天幕販賣法をも行ふ、大體は三日或は四日間、都市ならば一ヶ月間位は滞在して賣捌くのであるが、之等の従事員もやはり一年中巡廻販賣を試みるのが其の役目である。中央都會の百貨店では流行遅れになる品物が續出するので、之等の品物は單に安賣をしたのみでは捌け悪くいので、斯る方法を採用するのである。第三は通信販賣業の旅行販賣人で本欄の主眼とする處は之である。

通信販賣業に附屬の旅行販賣人は前記のものとは聊か其の賣方が違ふのである。前記のものは何れも目的地に達して公衆を對手として商賣をするので夫は公開販賣なのである。然るに通

信販賣の旅行販賣人は彼等の常に取引をしてる處の地方の顧客をば訪問しつゝ其の商品を販賣するので、旅行販賣人とは云ふものゝ商品は持ち歩るかない、たゞ澤山の見本品のみを携帶するのみで、注文を受取つた場合には自己の店舗に注文の送達をするのである従つて品代金の如きは自己が受取る事はしない、之は旅行販賣人とは云へ前記のものとは相違して居て或は旅行注文勧誘員と云ふ方が適當であらうと思はれる。

米國の如き膨大な國では斯る旅行販賣人も必要であらうけれども、我國の如き人家の稠密してゐる處では此の方法が成功するや否や餘程疑問である、否通信販賣なるものが果して獨立的の營業が出来るか否や夫さへ疑問である。此處では専ら小賣店の副業的に經營するものとして通信販賣の大體を詳述したのであ

るが、副業的に行ふものは商品の範圍を擴げる事は困難であるから此の方法が大繁昌を來たす事はまづ望まれないが、單に疊の上で手を束ねて顧客を待つのみでは商賣の隆向は望まれない然して小賣店の副業としては通信販賣は比較的容易であるが、之を本式に經營するとしたなれば殆ど百貨店の如き大資本と人を要するのであるから、我國の如き小國では通信販賣の大商店を起す事は思ひもよらないのである。

第六章 商品目錄及廣告印刷物

小賣商店の廣告法としては、専ら商品目錄及其他の印刷物である彼の新聞雜誌廣告の如きは料金の甚だ不廉であるがために其効力は甚大であるにしても小賣商店では思切つて夫を利用する事は殆どない。新聞雜誌の廣告力は偉大な効目があるのは事實であるが、さりとて稀に一二回位掲載したのでは其効力は到底期待が出来ない、之等の廣告法は連續的でなければ駄目だ、六づかしく云ふと「新聞雜誌の連續的効果」と題するやかましい問題になるのであるが茲には理論を述べる必要は見ないのであるから略す事にするが、大小に關はらず絶えず連續的に掲載する事に依て讀者の心理に忘れがたい印象を與ふる事になり始

めて購買心を刺戟するに至る、小賣店などが流行物などの廣告を思出した様に一二回廣告をして左程の効果がなかつた、高價な廣告料を無駄にしたなど、愚痴をこぼしたりするのは即ち此理由に外ならぬ。従つて一般小賣店の廣告法として新聞雜誌を利用するのは餘程考へものである。一般小賣店の營業方針としては得意を其近邊に集中する方針を取る方が、即ち遠方の御得意を澤山に作る方針よりも、なる可く近くに作る方が得意を固定するには便利である。市内でも遠方の顧客は電車の便を利用して至る所で買物をする、一錢でも安賣をしそうな所へ行つて品物を買ふ、新聞や雜誌に廣告をすれば遠方の顧客がわざわざ來ないとも限らないが、彼等は廣告を見て來たのであるから若し品物が氣に入らなければ二度と再び店頭に立つものでない。

新聞雜誌廣告は他方面に行渡る効果はあるが一方に集中する力が鈍い、故に小賣商店の廣告法として他の印刷物の方が有利である。小賣店の得意を遠近に差別して定まる事が出来るかと讀者は言はれるかも知れないが、百貨店乃至大賣店或は小賣専門店なれば兎に角として一般の小賣店は左程に遠方の顧客を持って居ないのが通例である。京橋區に店舗を持つる小賣店は京橋區の得意が一番多い、勿論中には淺草仲見世の如く顧客が新陳代謝して殆んど固定的の得意がないものもあるが之は別として普通では其附近の顧客の外に通りがりの人々を顧客とする。引札を撒くにしても京橋區にある店舗なれば京橋區に一番餘計に引札を配るのは當然である。印刷物——目錄や引札には顧客を一方に集中させる特色がある。即ち餘分に撒布した部分が一番

餘分の顧客を得る都合であるが、此の餘分に撒布する場所は必ず其附近でなければならぬ、他の遠方へ餘分に撒へても客は夫程餘計に来るものでないと云ふのは、電車賃を使つてわざわざ行のなれば一層〇〇屋まで行ふと云ふやうな結果になるからである。電車は何處までも十錢だから此所でも客足を引く事が出来ると思ふ人があれば夫は自己の店舗を買ひ被り過るためである。餘程の大商店に行くのでなければ遠方から顧客は澤山には来るものでない。して見れば一般小賣店の廣告法は之を新聞雜誌以外に求めねばならぬ。

(一) 商品目錄の效果

商品目錄に就ては通信販賣欄に於て可成詳しく記した積である。小賣店に於ける目錄は通信販賣業の目錄の如き膨大なもの

でなくてよい。通信販賣は一種の目錄商賣であるから有ゆる商
品の一切を包含した目錄を作る必要があるのは勿論の事である。
小賣店では夫程の大仕掛の目錄は必要としない、が然し目錄は
少なくとも月々一回位は新しいものを作る準備が欲しい。月
に一回宛目錄を調製すると云へば大變に大袈裟に聞えるが何に
も立派なものでなくてよい極く簡単な小冊子で良いが毎月の流
行品だけは念を入れて現す工夫をしなければ其目錄は生きた働
をしない事となる。

小賣店に於ける目錄の效果に就て疑ふ必要はない。何故なれ
ば夫は必然的のもので、新聞雜誌以上の効力があるからである。
茲に亦目錄の充分なる効果は其配布先の如何にある事を前提と
したい、目錄の送る先は何れも其店舗の得意或は將來の得意た

るべき部分であるが、其外に買物毎に品物と一所に目錄を顧客
に渡すのは可成良く効くのである。目錄を月々に印刷したいと
云ふのは店頭顧客に渡す事となると同一の人が二度も三度も
目錄を買ふ様な場合がないとも限らぬ。であるから斯る場合同
一の品目を記載したものなれば顧客は手に振れても恐らく熟讀
するが如き事がないから、どうしても新しい品目を加へて毎月
一回位定期に發行した方が良いので、目錄を定期刊行する事は
其店舗の機關雜誌を發行するやうなもので顧客は目錄に依り店
舗に來らずして其月の新流行品を知る事が出来る故に大變に便
利である。

營業目錄には單に自己商品の廣告ばかりでなく、顧客の便利
と思はれる事項などは折節挿入する事である。汽車の時間表、

年中行事の一部、郵便物取扱規則、諸税案内、貯金のしるべ、其月の諸流行品等で、是等の記載は讀者の趣味を深かうするもので、従つてより多く其目錄を重寶がるに至る。

小賣商店の廣告法としては目錄以外の諸印刷物も有効であるが其外の一般廣告即ち樂隊廣告、看板廣告、芝居引幕廣告、電柱廣告、電車廣告、貼札廣告及び其他の廣告類は更に必要を認めない、懸賞廣告、福引廣告の如きは顧客の射倖心を挑發するもので悪い意味に於て効力あるものであるが、此方法を利用する時は、絶えず引續いて行はなければならぬ、若し其店舗が懸賞廣告や福引廣告を中止すれば顧客も亦従つて減少し、夫を行へば亦従つて顧客も殖えるのであるが、中元或は歳暮の如き特種の場合の外は懸賞、福引の二廣告は優良の結果を伴ふもの

でない。此二廣告には品位がないから従つて其店舗の價値も下落する事になる、懸賞廣告によりて獲得したる顧客は夫の終了と同時に顧客とはならないものが多いのである。

(二) 定期印刷物廣告

目錄は其大小に關らず月々發行する事になれば同時に自店の機關雜誌を發行するやうなものであるとは前述の次第であるが斯る定期印刷物は必ず無代進呈とすべきか或は一定の料金を以て販賣すべきかと云へば、無料にて贈るべきが其本來の性質である然しながら目錄が相當の内容を伴ひ或は目錄よりも機關雜誌と稱する方が近かるべきものには郵税の負擔者に限り進呈するものも一方法である。無料で配付を受けたものなどは兎角粗末にしたものであるが假令一錢の郵税でも自己が支出したものは

比較的大切に取扱ふのは通常で、之は人間の情の然らしむる所であらう。目録や引札の廣告上に於ける缺點は此の點にある。即ち配付を受けた人々は果して夫を熟讀するであらうかの點にある。引札の安價のものなどは戸毎に一枚づゝ投込んで行くものであるが、此は九分五厘までは單に捨て、了つた様なもので其の内の僅に五厘が其の効を奏するものとなる。勿論配付した引札や目録が十中の九まで完全に其の役目を果さうとは何人も期待して居ないだらうが、其の役目を果さないで紙屑とされて了ふものは驚く程多數である。故に目録や引札の配付に當つては其の配達方法が肝心である。定期印刷物として目録を發行する時は亦種々の計畫が行はれる。例へば安賣號、見切賣號、定價二割引品目録、季節品割引目録、徳用品目録。斯かる名稱を

附して毎月一定の時日に發行すれば其の効果も尙一層であるし、顧客も亦無味乾燥の目録の類とは違つた氣持で夫に接するのである。小賣商店に於て定期印刷物と目されるものは目録のみである。機關雜誌の發行は目録とは違ひ中々經費のかゝるものである。目録は専ら商品の紹介物であるが、機關雜誌となれば夫に掲載する記事も精選が必要であるし、内容と同時に體裁組方等にも亦注意が必要であるから、如何しても専任の従事員を置く事になる。斯うなると萬事が大仕掛となるから一般小賣店では其の負擔に堪えられない。定期印刷物であるからと云つて目録を毎月發行しなくてはならぬ譯でない年に三四回或は一二回でも期日を定めて發行すればやはり定期印刷物廣告と稱すべきである。

た、年に一二回の發行で比較的大部の物を調製するか、毎月一回づつ、簡單なる物を發行するか、何れが良きかと言ふに、如何に立派なる外見と内容を有して居ても年に一回では顧客の注意を引留める事が少ない。即ち其の發行を見ても其の後の一ケ年間は同一商店の目録が顧客の手には達しないのであるから、一年間を繼續して顧客に記憶させる事が六づかしい。之に反して毎月一回發行とすれば顧客は頻繁に夫を受取るために記憶の中より脱れる事は出来ない。亦連續的に配付を受ける事に依つて特種の興味が起され習慣的に其の目録の發行者の常得意となつて了ふ。總て此の種の發行物は連續的に頻繁に配付され、ばさるゝ程、其の効果が大きいのは當然である。

(三) 不定期印刷物廣告

不定期印刷物とは時期を定めず發行する廣告印刷物を稱ふのである。小賣店の印刷物としては前記の目録も時期を定めず發行すれば、やはり此の類である。其の外引札、定價表、大賣出し披露、郵便廣告、相場表、營業案内、貼札、廣告用繪葉書、商標案内廣告等のもので此の内に引札は小賣店の最も重寶とする印刷物である。

新築開店の披露と割引販賣も新着荷案内も流行品賣出廣告も總て引札に依りて行はる。從來引札廣告は極めて粗末の取扱を受けて居たがために商店も其の顧客も相互に引札を蔑視するの風があつた。活動寫眞の引札等は特に専ら利用するゝものであるが其の割合に効目がないのは、單にチラシと稱するものに過ぎないからだ。引札もチラシ廣告の内では到底消費者の注意を

惹付ける事が出来ない。門口から投込まれるチラシは其の何百何千枚を配付した處があまり効果はないものである。引札の利
用はチラシでは駄目だ、其の配付方法は廣告郵便によるなり戸
毎に配付するにしても、なる可くは封筒に入れた方がよいので
ある。勿論普通のものより金はかゝるが夫だけに効果も多い。
其の比例は普通のチラシよりもズット有力である。若し出來得
べくんば電話帳の如き名簿に依つて先方の宛名を明記して配布
する事が出來れば之に越した事はない。引札も其の調製にあた
りて通り一片の薄紙に印刷された物でなく、種々形状を考へて
たとへば引札をカレンダーの一種の如くに作る時は配付を受け
たる者は日曜表が美しい引札に印刷されてあるので、大切に保
存して柱掛などに使用する。左様なるまでには此のカレンダー

引札廣告の性質は能く吞込まれて居る。折込玩具のやうな方式
の引札を配付すれば、子供のある家庭では、夫を大變に重寶が
る。例へば引札廣告が折込まれて家屋や、自動車や馬車などの
形状に作られる時は子供は大切に夫を保存するので、玩具の家
や自動車や馬車が壊れてしまはない内は、必ず其處に印刷され
たる廣告を忘れぬであらう。手に取つて見て「カレンダー廣告か」
と言はれる様な引札は全く役に立たないものである。多く撒布
したから必ず利くものではない、要は顧客たるべき人々の心理
に刻みつけるまでに至らなければ更に効目がないのである。不
定期印刷物廣告中の最も小賣店に應用され易く費用も亦低廉な
のは此の引札廣告である。美しい繪葉書の如きも巧に利用する
時は相當の効果はあるが流行遅れの傾きがある昨今では何か巖

新の方法を加へなければ繪葉書の廣告は夫程には利かない。單に記念繪葉書を利用する程度のもは餘り歡迎されないのである。

(四) 目錄の調製に就て

目錄の調製に就ては大冊子にしる數頁の小冊子にしる相當の努力が必要である。同町に同じ營業者が二軒あるとして一方は目錄を發行し、一方は目錄の發行がないとすれば、目錄を發行しつゝある店舗は總ての點に於て優秀の位置に居るのに違ひない、勿論單に目錄の設備があるから勝つて居るとは斷言出来ないが夫だけに進歩的であり顧客に忠實なのは争はれない、顧客は自己に便利を多く與へ呉れる店舗に對してより多くの同情を寄するものであるから其意味に於て目錄の發行者たる店舗は他

店よりも多くの顧客を吸引が出来る。然しながら甲乙二店各種店舗が目錄を發行してゐる場合には目錄の整頓してゐる方がどうしても繁昌してゐるらしく思はれるのは普通であつて斯る際は目錄は其の店舗を代表すべき使命を有するのである。勿論小賣商店は目錄商賣でないから百貨店の如き大規模の金のかゝつた目錄を調製する必要はない、英のワイトリー、セルフリツヂ、佛のボンマルシエ、米のワナメーカー、マーシャルフィールド、モンゴメリワードの如きは一部の實價三圓以上もする目錄を僅に二三十錢の郵送費を送りさへすれば無料で配付して呉れる。斯る高價な目錄でさへ是等の百貨店では顧客の調査を嚴重にして、必要の向へは自店からわざと郵送して居る而かも目錄を無代進呈するため夫に添付する書狀は随分丁寧懇懃を極めた

ものである。

目録の配付は自己の商業上の地位を讀者に説明し併せて其の
販賣品の推薦をする物であるから説明文の如きは何處までも平
易に流暢に其の上聊かも虚偽を交へてはならぬ。安くて而かも
品物は飛切上等と言ふ如き説明の仕方は務めて避けねばならな
い。説明文と其の圖解を一々挿入して大抵の品物は一見して其
の形狀が判然すべき用意が肝心である。圖解は單に形狀のみな
らず模様や色彩までも品物と同様に現すことが出来るのである
から百の説明よりも一個の圖解の方が讀者には能く了解される
ので能く了解される事は取も直さず購買力を刺戟する事になる
ものである。目録には必ず代價を明記すべきで一個なれば何程
一打なれば何程と云ふ風に記載するのを忘れてはならぬ。目録

に代價の記載がないのは飾窓中の商品に定價を現はしてないと
同様に折角買求したく思つても直段の不明なために遂に其の儘
として了ふやうになる。尙目録に就ての重要な一項は注文の
しるべを注文者のために簡單に要領よく記す事である。之は注
文のためのみならず自己店舗も大に益するのであると云ふのは
顧客が代金を多く送つたり或は少なく送つて來たりして其の爲
に蒙る手數や又は注文者の住所氏名が正確でないために品物が
返還された場合に其の品代金が領收済の時は甚だ面倒となるも
のであるから些細な記載ではあるが怠つてはならない。注文者
の住所氏名の明記、注文品受取者の相違せる場合、注文品代金
の送附に關する方法、注文書の書き方、注文品發送の希望、品
切の場合等は、目録の最も見易き場面に記載すべきである。例

へば、

御注文のしるべ

御注文の際は御住所姓名を明確に御記しを願ひます。
品物を他に御送りする場合には先方様の御住所姓名も前同
様明確に御記しを願ひます。
御注文品の代金は振替貯金を御利用遊ばすのが一番御便利
で安全で其の上聊かの費用の御負擔で済みます、拂込用紙
は目録中に挿入して御座います。
御注文品用紙が目録中に挿入して御座います之を御使用に
なれば大變に手数が省けて御便利で御座います。
御注文品の発送は郵便小包以外の御希望はなる可く御知せ
を願ひます、左もないと私共では小包の一切は郵便小包で

發送致します。

御注文品が御氣に入らない場合には貴着後五日以内に御返
しを願ひます、他品と御取替或は代金の御返し何れも御希
望に應じます其の際は往復に要する費用を少々頂戴致しま
す。

代金引替郵便の御注文は喜んで御受け致しますが集金郵便
の御注文は確く御断り申上げます。

至急を要せらるゝ御注文品は特に封筒表面に其の旨御記入
を願ひます。

振替貯金は東京〇〇番で御座います、電話本局〇〇より
〇〇番まで何れも長距離加入で御座います。

(五) 目録の發行時期

既に目録の調製に就ての準備が整ふたとすれば今度は其の發行時期である。之は定期刊行のものであれば別段の用意は必要ないが、季節向きの目録の如きは其の一月位前に顧客の手許に配付すべきである。あまり早過ぎるときは商機を逸するし遅れる時も同様である。夏物の目録は五月中旬までに配付を終るべきで三月早々或は六七月に至りて夏物の目録を配付しても其の効果は薄いに極まつて居る。斯る事は別段記す必要はない、商人が目録発行の時期さへも判断出来ぬ様では全く仕方がないのである。

(六) 目録配付先の研究

此の問題も既に簡単に記した通りであるが其の配付先が従來の得意先に限られて居るものなれば、別段の研究も要さないが

目録の性質上單に従來の得意先にのみ配付されるのでなく何處までも積極的に多方面に配付すべきものである。小賣商店では廣告をする機会が少ないために廣告を見て目録の發送を請求して來るものは誠に少ないのである、既成の御得意名簿だけでは其の數は知れたものである場合には配付先の研究は中々に大切である。全國各都市の電話帳の如きは其の範圍の極めて廣いもので、紳士録や職員録と違ひ一般的のものであるから之を利用するのは最も得策であるが惜しむらくは電話加入者の大部分は商家であるからして實際上の効果は配付數の多い割合に少ないのである。電話加入者以外紳士録以外の中流階級には中々の購買力がある、恐らく普通の小賣店では此の階級が一番に大切であらうと思はれるが奈何せん夫等を調査すべき手續は目下の處見

當らないのである。尙も一つの注意は配付に就ては開封書状なれば低廉ではあるが、果して眞の購買者の手許に届くかと云ふ事である。著者の経験によれば電話帳の配付先には最も其の弊が多い、即ち開封書状とする事に依て、大抵は主人公の手許に届かない内に召使や商家なれば店先で店員の玩具にされて了ふ事である此の點は餘程研究しなければならぬ事と思はれる。一度商品目録を配付したなれば夫相當の反響即ち注文の來るべきは當然であるから、其の次の發行からは大凡の見當も付得意名簿の編纂も出來て大變に好都合となるものである。此の得意名簿は必ず三種を作らねばならない、第一は常に取引ある顧客、第二は照會が時々來る所の近き將來の顧客たるべき人、第三は一回にても目録を配付した先である。御得意名簿は小賣商

の虎の巻であるから専任係を置いて絶えず整理をなし、常に注文がある顧客が久しく其の注文が途切れた場合には近狀伺ひ等の形式で注文を懇請したり、第二の帳簿の人名から注文が到着した時には直に第一の帳簿に其の人名を振替へ第二名簿からは忘れずに其の姓名を削除する等の事は顧客名簿作成上に於ける日々のなす可き仕事である。

第七章 商業用文書の控へ及内外 郵便物に就て

小賣商店で其小經營のものは文書の控へ等に就ては無關係である。と云つても宜い位であるが、商店經營を志す者は單に商品を買つて利益を得る事のみ考へて居ても内部の組織の不完全なる時は相當の利益も或は水泡に歸して了ふ。茲に於てか店舗の經營者は一切の細事に至るまで正しき規則を設けて事務の敏活を計らねばならない、殊に商業用文書の整理の如きは其の最も緊要なものである。在來の小賣店の習慣は文書に對して一切賸本をとらないのであるから顧客からの照會に就ての返書、送り状、出荷案内、仕切り等は總て書き放なしである。或は品代金の

受取證でさへも控へと云ふものがないから、何か事件の起つた時にはたゞ間誤付ばかりで一向に埒が明かない、たゞに夫のみでなく事件が公にでもなる時には一切の證據がないから必らず不利益な結果を見る事になるので、人の頭の中には左様何時までも覚えて居られるものでなく特に小賣店の如き日々出入が繁しい時には大抵の事は其の場限りに忘れて了ふ従つて後に至つて當時の記憶を呼び起そうとするのは困難である。地方の顧客から再度の照會状が來た時などは夫が時日を経過した曉であると最初の手紙は何んな事が書いてあつたか亦其の返事はどんな風に書いたか一寸思ひ出す事が出來ず、ために意外の失策をするやうになる。例へば顧客から二度目の照會状が來た時最初の控へをしなかつた、めにどうしても思ひ出せず、再び自分の方か

ら先方へ「再度の御手紙に候へ共最初の御手紙及其の返事を失念致し候間御手数ながら尙ほ一應御知らせ賜り度候」と問合はせたならば如何なるものであらう。恐らく先方の顧客は其の不勉強に驚く事であらう。たゞに驚くばかりでなく斯る不秩序の店舗に注文を發するのは如何にも不安に感ずるやうになり折角の取引も遂には中絶して了ふ事になる、先方の感情を害すのみでなく商賣の機敏を缺く事になるから今日の小賣業者は斯んな事はないやうにしなければならぬ。

(一) 一切の控へを取れ

先方から来た郵便物は姓名順に区分して之をイロハの附した引出しの内に收める。當方より送る返書其他の文書は盡く控へを取る、昔時のやうにコッピープレスを使用しなければ控への

取れない時代は兎に角、今では炭素紙を用ゆる方法が進歩して明瞭に複寫する事が出来る。歐米の店舗では自筆登録器や自動コッピヤーと稱する複寫器を使用するが、我國では斯る器械を使用する程一般の店舗は急がはしくないのである。さて夫なれば控へを取る事が何故必要であるかと云ふに、顧客から苦情が起つた場合「先便の御通知には定價は三圓五十錢との御返事に關はらず今回は四圓の金額を御請求あるは如何の理由なるや」との問合はせが来た場合に「先便の控へは弊店に保存有之候へ共明かに金四圓と御返事申上候即ち大正五年四月二十日弊店發信傳記入第百八十五號便により御回答申上たるものに御座候」と返信すれば照會者も自己の誤りなりしかと氣付に至る。送り狀の如き商品に密接の關係ある用紙は是非共複寫式にし

なければ種々の損害がある。不正な店員などが掛先の金子を費消したりする際には多く送り状を作製して商品を買間化するのは殆んど通例であるが、一度複寫式を採用すれば絶対に斯る憂はないから他面から見れば不正な店員の悪策を防止する事となる。小賣商店では何事も人の記憶に依頼する結果、種々の失策をやるものである、であるから有らゆる文書には是非共控へを取る設備をするのを忘れてはならぬ、設備と云つたとて僅かの経費と手数をするに過ぎないのである。

(二) 商業用文書の保存方法

既に總て商業用文書を複寫式にするなれば之を保存しなればならない。夫れには日々到着する書状又は其他の文書類を適當に類別して長針或は格子棚の如きものを設けて着信若しくは

使用の日附に従つて順次に刺止めて用件の終了までは順次に其まゝに整理して置く。近來は此の整理棚はビジョン、ホールと稱へて極めて輕便に組立てられるものが販賣されて居る。此の格子棚は長方形四十四個の「シキリ」に組立て作られたものでイロハの記號が順次に記されある。書狀が佐藤某なる人から來たものなれば「サ」の部に保存し亦田中某から送り狀が來たなれば「タ」の部に保存して置くのである、大商店では斯る小形の保存棚は役に立たないかも知れない、夫れならばオフヒースキヤビネットと稱へられてる四十四個の引出はイロハ順に配列され其の内部には堅牢なる保存錠が附隨した完全な戸棚が出來て居る、價格は稍高價ではあるが此の戸棚なれば殆んど百般の商業用文書が保存される便利がある。ビジョンホールは簡單に作

られた机上に置くべきものであるから文書が積載した時には一
一夫れを他に移さなければならぬが、オフヒースキャビネッ
トなれば二三ヶ月の文書を整理保存が出来ぬ。我商法の規定に
は「商人は十年間其の商業帳簿及び其の營業に關する信書を保
存することを要す」とある故に商業用文書の保存は極めて大切
である、殊に小賣店の如き繁雜なる店舗では送り状、仕切書或
は郵便物の如きは差して多數に來るものでないが夫れだけに更
に夫れを整理しやうとはしないから此の點に就ては一般に留意
を望みたい。

(三) 商業郵便物の制限と規定

茲に言ふ商業郵便物とは特種の意味がある譯でなく便宜上商
業の二字を被せたに過ぎぬ郵便物規則などは、小賣店經營者な

どは案外に知らないものが多いために然して是も亦小賣店組織
上の一分になるが故に記述する事にした。

(一) 信書。内國郵便の信書は其の大きさは長一尺三寸、幅八寸

五分、厚さ五寸、重量は四匁以内毎に金三錢である。外國

郵便に就ては別段大ききの制限はないので、重量十五グラ

ム毎に金十錢である。

(二) 葉書。端書には局製と私製とを問はず其の最小寸法の制限

は 3 1/4 x 5 1/4 により小さく形状を作製する事は許されない、

表面には氏名、宿所其他商業用語の外音信文の記載は許さ

れない、但し私製繪葉書に限り其の一端に横線を現はし横

線内にのみ通信文の記載は差支ない事になつて居る、亦私

製葉書の表面には必らず郵便葉書の語を印刷しなくてはな

らぬ。此の外往復葉書の使用に際しては往の部を最初に使用するのである。小賣業者が新製品或は季節向きの注文等を勧誘する際には復の部の表面に自己の宿所店名を印刷する事が出来るのである。

(三) 商品見本。商品見本郵便は營業用の見本品或は雛形に限り使用が出来る、如何なる少量と雖も亦價を有するもの即ち賣買の目的を有するもの或は一私人の物品を送附するに此の便を利用が出来ぬ。寸尺の制限は信書に同じであつて重量二十匁以内毎に金二錢である。外國郵便では寸尺長さ曲尺九寸九分、幅曲尺六寸六分、厚さ曲尺三寸三分で重量三五〇グラムを限度とされてる。

(四) 開封書狀。印刷物等の性質のもので、音信文の意味を含ま

ないものである、寸尺の制限は信書と同一である。重量二

〇匁迄金二錢で最重量の制限は一個三百匁迄である。

(五) 書留。郵便物は其の種類の如何に關はらず書留として發送することが出来る。其の料金は内國は金七錢外國には金十錢である。書留郵便は郵便局が責任を負ふものであるが其の責任額は金五十圓を限度とする、故に之れ以上の金額の小切手等を送るには、價格表記の手續に依らなければならぬ。

(六) 速達。速達便は専ら市内の郵便物を迅速に配達する目的を設けられたものであるが、單に市内のみならず京濱間の如く都市の密接して場所には相互間速達便の設けられてある市内の料金は金六錢である。

此の外に價格表記、内容證明、廣告郵便等の數種類があるが、小賣店にはあまり重要でない爲めに茲に省略する。

第八章 模範的小賣大商店の組織

(一) 歐米に於ける其實例

著者は本書の冒頭に於て小賣店には一般小賣店、小賣専門店、小賣百貨店の三種があり、此の内小賣百貨店は他の小賣店の經營とは根本から相違して居る事を説いた。然しながら百貨店の顧客は總て小賣客である以上は之を小賣大商店と稱するも決して不當ではない。然して現時組織の最も模範的なるは此種の大店舗である、今茲に世界に於ける五大百貨店の組織及經營法を略述して以て我國小賣商店の將來のために即ち小賣店は經營の方法さへ宜しければ斯くまで發達するものである事を指示したのである。

我國では昔時からの慣例で卸賣業とは大規模のもの、小賣業とは小規模のものと考へられて居つた。然るに三越呉服店が決然として眠れる獅子の境界を脱して小賣大商店の經營法に改めるや、世間は愕然として其大規模に驚いた、然して流行界の中心となれる三越の現時を羨望し或ものは呪咀しつゝある。何故なれば三越の如き信用ある商店が大規模の小賣業を開始したため、小賣商の或ものは非常の打撃を蒙つたと思はれつゝあるからだ。然しながら之は大變な誤である。三越の百貨店組織は畢竟は——將來は所謂便利屋となるべきもので、組織が整然とすればする程流行界を遠ざかつて平民階級の日用品其他の供給所となるもので左様なる曉は小賣専門店の繁昌する時代も共に來ると云ふ事は前章で詳述したのである。夫は兎も角も三越や

白木屋の如き大商店が小賣的大商店を開くに及んで小賣業の發達の著しいものである事は何人も會得する事が出來たのである、従つて小賣業とは小規模のものと考へるやうな人は殆ど見當らなくなつたのであるが、夫でも稀には三越であるから或は白木屋であるから彼處まで大きくなつたのだが我々のやうな小店では到底あの千分の一の眞似も出來るものでないと言ふ小賣業者もある。著者は以下記す處の歐米小賣大商店の現在に於て小賣業者諸君の悲觀説を一掃し併せて進取の精神を吹込みたい考へである。

(二) 歐米の五大小賣大商店

歐米に於ける五大小賣百貨商店とは米のシカゴにあるマーシヤル・フィールド、費府及び紐育のワナメーカー、英の倫敦に於

ける。ワイトレー及びセルフリッヂ、佛の巴里のボンマルシエである。此内ボンマルシエは百貨店とは云ふものゝ前記の四大百貨店と比較すれば誠に微々たるもので、米國にはボンマルシエの十倍以上の組織を有する百貨店は尙幾十を以て數へる程にあるが、ボンマルシエは百貨店として店舗の前記四商會とは比較にならないにも關はらず其世界的名聲は正に前記の四大商店の壘を摩す程である。前記の四大百貨店が其性質が便利屋であるにかゝはらず、ボンマルシエは殆ど世界流行の本家と云ふ特色を以て他を睥睨して居るのである。著者は茲に五大小賣大商店の内容を盡く説く譯に行かぬが、其内の最大の經歷ある英のワイトレー、米のワナメーカー商會に付専ら詳述する事にする。初代のウキリアム・ワイトレーは其青年時代に於て倫敦ポンド

街の雜貨店の小僧であつた。彼は二十三歳の時始めて現在の營業所の附近なるウエストボン街に其の小やかなる店舗を開いたのである。彼は自己の業務は必ず繁昌すべきものであると云ふ事は當初より確信してをつた従つて何等の不安なしに自己の業務に従事する事が出来た。彼は小賣業と雖も務めて日用品に近きものを營業する事が利益は兎もあれ商賣擴張の手段であると考えたのであつた。而して小賣業の販賣員は男よりも女の方が必ず歓迎されべきで然かも男よりは綿密丁寧深切である事を氣が付いたのである。斯くして彼は奮然として女店員の採用を決心したのであつた。今でこそ女店員は別段珍らしくもないが其當時は倫敦の小賣店で婦人を其店員に使用する事は絶えてなかつたのである。彼の此の計畫は非常に當つたのである、加ふる

に自己の店舗が倫敦の西北の場末ノッチングゲール貧民窟の程
 遠からの位置にあるのを不利益と考へた彼は、小賣店が曾て試
 みた事のない日刊新聞の廣告を行つたのである。倫敦の場末に
 婦人の店員を使ふ店舗があると云ふ事は其店舗の廣告や人の噂
 にて大評判となつた。當時倫敦の小賣商は頗る因循して居て大
 賣出の如き催しは絶えてなかつたのであつた。炯眼なる彼は早
 くも茲に心附いて、まづ靴の大安賣日なる廣告を試みた處が意
 外の好評を博した故に夫に引繼いで手袋の大安賣日、靴下帽子
 等のグレートバーゲンセールを行つた處が何れも非常の人
 氣を博したのである。斯の如くにして開業當時數人の店員と十
 數人の婦人店員を使用しつゝあつた處のワイトレー商店は未だ
 十年ならずして早くもウキストポーン街に一大店舗の擴張増築

を行つた。彼は倫敦の小賣店が昔時よりの習慣のみを固持して
 少しも新方面の營業を開拓しないのに心附いた、殊に日用品の
 供給は必ず顧客の歡迎を受けるものである事を確信して漸次に
 雜貨商の營業方針を擴張した。まづ第一に洗濯業の部門を設置
 して五日間請合洗濯と云ふものを始めた。之は晴雨にかゝはら
 ず五日間で責任を以て洗濯物を仕上げると云ふのである。其當
 時洗濯業と云へば頗る不勉強で大抵は二週間早くも十日間の日
 子を要したのであつた。所がワイトレーでは破格の短日で仕上
 げを引受けたので之も大變に歡迎を受けた。加ふるに洗濯物の
 集配共に四頭立の大貨物馬車を使用したのであつた所から此の
 四頭立の馬車は何人にも夫がワイトレー商店である事を認めさ
 した。斯くて一年後には洗濯業だけでも四頭立の馬車數十臺を

置く程の盛況を呈した。次に彼は倫敦全市の石炭の消費高に氣が付いたのであつた、然して重なる店員をカーヂの町に走らして石炭の買占を行はせた。そしてワイトレイと側面に大書された數十臺の貨物車は日々にパツチントン停車場に到着するのであつた。貨物車に自己の店名を記入する廣告を試みたのは彼が其嚆矢であつた。然して石炭の小賣に就ても彼は新案をめぐらした。即ち從來斤量で賣られて居た石炭を一志包と云ふものを作つて賣出した所中流以下の階級から大變な好評を受けたのである。斯の如く彼の計畫は盡く當つて來て彼の五十歳の時には其販賣品目は數萬種を數へ從事店員は婦人三百名、男子二百名の多きを算したのであつた。彼は活動家であつたと同時に一面に於て非常の精力主義者であつた、然して其素行の點には面

白くない噂が多かつた。現に幾十人の賣子女と關係して數十人の子供を造つたのであつた。彼は不幸にしてある事情のために早死をして了つたが、彼の遺兒數十人は夫々彼の意を受けてワイトレイ商會に勤務をして居る。

現在のワイトレイ商店は英國第一の大百貨店であつてセルフリツヂと雖も其規模の大なる點に於ては遙かに及ばない、一例を挙げれば動物部には象や熊の如き猛獸まで販賣して居るかと思へば、青物の部には其日々々の新しい野菜類が日々多方面に配達されつゝある。斯の如く其營業は多方面であつて凡そ日常の百貨は何一つでも茲に販賣しないものはないのである。一年の賣上高は最近五千萬圓以上を算するとの事である。

ジョンワナメーカーが米國の費府に店舗を開いたのは二十六

歳の時で當時は僅少の資本で古着屋と出来合服との營業を試みたのであつた。其當時費府では、小賣店と云へば朝から晩まで用のあるなしに關はらず店舗を開いて居るのが通例であつた、加ふるに賣價に正札を附する販賣法の如きは商人の何人も行つて居ないのであつた。彼は其點に氣がついたのであつた。從來十三時間も十四時間も店舗を開いて居た弊を改めて斷然九時開始の五時閉業とした、そして其の賣品は盡く正札懸値なしにしたのであつた。費府の市民は此の頑固の經營法に盡く驚いたのであつたが、彼は更に意に介せず其主張をまげなかつた所やがて市民も其營業振の簡便なるに氣付いて夫からは彼の商賣は日増に繁昌を來たした。彼の仕事は着々成功して來た、然して彼は自分一人では如何なる仕事と雖も限りがある事を覺つたので、

從來彼自身の關係して來た仕事は盡く店員に委かして自分は専ら販賣品の擴張に従事したのである。然して衣服から室内裝飾品夫から家具と云ふ風に仕事は着々と進んだのである。然して二十年目には其店舗は約三十倍の大きさにした、二十年目に紐育に大店舗を開いた、之が今の紐育のワナメーカー商會である。ワナメーカー商會は何れの部門も皆獨立して居て店主が直接に指導はしない、部門の主任は各自が全責任を以て販賣上の一切を掌握して居る、商品仕入も販賣も皆各部門主任の手心一つである。餘程重要事項でない限りは店主に相談はしないのである。此の方法は大なる商店を尙一層大きくならしむる原因となつた。現在では總ての部門は八十種に分たれ一々其處に主任を置いてあるが、其處に従事して居る店員は實に三千人以上との

事である。彼は亦新式經營の率先者である、其の紐育、費府の
兩店とも外觀内容の堂々たるは始めて見る人の盡く一驚を喫す
る所で有らゆる科學的經營は極度に遺憾なく利用されて居る、
實に文明の權化とも云ふべき商ひの仕方である。最近一ケ年の
賣上高は一億圓内外との事である。以て如何に其の商賣の盛ん
なる事が分るであらう。

第九章 客引策のいろく

(一) ウインドウディスプレイ

飾窓の飾方の巧拙は當然顧客の出入に關係を及ぼす、即ち巧
みなる飾窓は客足を引留めて自然に店内に呼込む事となる。之
に反して飾窓の拙劣なるは人の注意を惹く事が少ない、凡そ店
頭に置ける客引策としては飾窓ほど効果あるものはないのであ
る。小賣店に於て飾窓の設備のないものは店頭に於ける客足を
引留る材料を失つたやうなものである。通行の人々などが飾窓
の陳列の見事なものに見惚れて居る内に追々と其品が欲しくなつ
て来る、所へ價格札を見れば値段も可成低廉であると云ふ場合
には大抵の人は前後の思慮もなく必ず其品を買はうと云ふ氣に

なるであらう。之は飾窓の見事なる陳列に誘惑されたものである。斯の如く陳列上の巧拙は顧客の上に影響を及ぼすものであるから、飾窓を造りながら其陳列法を怠るやうでは新規の客を多く求める事は困難である。

元より陳列すべき商品は賣物にならなくなるものである、(三) 三違例なるものあり硝子器具の如きは飾窓に陳列されたりとするも品質の變化を來すべき物にあらず)から、先づ無駄であると云ふ考が先に立つので自然怠り勝になるのは無理もない譯である。然しながら飾窓を設備しないのなれば兎に角、之を備へてる以上は品物が多少損傷を蒙るにしても夫は最も負擔の少ない廣告費を支出して積りになれば廣告費を支出する多寡はやがて顧客を導くべき多少となるのである。

飾窓陳列は其効果をより多く發揮するの手段として飾札を是非使用しなくては、如何に飾窓の陳列方が見事であるにしても何んとなく物足らないのである。假令ば文房具の陳列をするにしても、澤山の万年筆が美しく積み重ねられたる側には平凡なる定價表ばかりでなく飾札に物を言はせなくてはならない。「近代文明は頭腦の明晰と事務の敏捷を要求す、舊式なるペンと筆の使用は時代の趨勢に背馳するものなり足下の机上に〇〇〇万年筆を備へられよ」「万年筆は是品、輕快なる金ペンの活動は諸君の能率を増進す、最新式の〇〇万年筆を御使用あれ」万年筆の如きは其使用者は多く文筆の素養ある階級であるから少々六づかしくても差支ないのである。大體右のやうな文句を記した飾札を立てたとすれば單に定價のみを現はしたものは大變な

相違であらう。

飾札は何にも殊更に立派なものでなくてはいかぬと云ふ譯ではなく、小賣業者の中には之に就て大變に誤解をしてるやうだが、つまり立札を稍改良したものと見れば良いのである。飾窓中の品物に就て物を言ふ役目を人間に代つて行ふのであるから、何處までも清楚の感じを顧客に與へなくてはならない。

飾窓は亦店舗の榮枯盛衰を間接に物語るものである。飾窓が美しく飾られ店頭に絶えず見物人の足を引留めて居るなれば夫が冷やかしの見物人であつても何んとなき景氣のよいものである。然るに飾窓の中が寂しくて人足を引留める事が出来ない時にはあまり景氣良くは見えない。いつも急がしく見える店舗は夫だけでも大變に徳である。小賣商は常に人氣を伴ふもので

あるから、此人氣に逆行する時は如何な整然たる經營法も駄目となる。

夜間飾窓内に變色電氣を應用する事も中々効果があるが、電氣の應用はあまり弘く行はれて居ない、電氣と云へば人は直ちに電光飾を想起するが、イルミネーションは屋外に限られ且つ經費のかゝるものであるが、飾窓中には反射鏡を使用すると僅か二三燈の電氣力で随分面白い仕掛が出来るのであるから之等は率先して其方法を講ずるが良い。目下は殆ど使用者がないだけに夫だけ多く公衆に歓迎されるであらう。電氣仕掛の設備に就ては電燈會社では近來特に之等の裝飾のために一課を設置したやうであるから充分に其指導を受ける事が出来やうかと思はれる。飾窓は少數の電氣を使用する事に依つて必ず面目を一新

するであらう。

(二) 懸賞及び福引

小賣店舗では時期を利用して懸賞及び福引等の方法を行ふ。之は商家が客に對する愛嬌、即ち顧客の歡心を買はんがための手段の一種であるが、特に大賣出しの如き形式の時には此の方法も悪くはないが、平常は務めて行はないのが得策である。懸賞や福引は人間の射倖心をそゝるものであるから何人も歡迎はするものゝ若し自己の期待したやうなものが當らない時には反つて顧客に反感を持たすに至る。然るに懸賞や福引の性質としては左様良い品物のみを出す事は出来ない否其大部分はつまりない品物で補はなければ經費例れとなるものである。然るに顧客の方では其當選に就ては或場合には自己の買求した品物以上

の物を欲したりする、即ち懸賞や福引に就て萬一の僥倖を期待するのであるが、外づれても元々であるに關はらず、やはり何にか不平を言ふ。町内の聯合賣出しの如きは此の弊害の顯著なるもので「斯んな物が當つた、なんだ馬鹿々々しい來年はもう買はない」などと口叱言を言ひながら懸賞品引替場所を立去る群集も随分見受けられる、之等の顧客は夫んなに不平を言ふから次には最早絶対に懸賞や福引の催しに應じないのかと云へば左様ではないのである、夫は甚だ御方便なもので彼等は懲り性もなく再度三度やつてくるので其都度不満足の意志を表白して歸つて行くのである。懸賞や福引を常に行ふと顧客になるべき人は大抵此手輩であつて眞面目に商品を吟味して購はんとする顧客を遠ざける事となる、むしろ近寄らなくなる。従つて懸賞

や福引を暫時中止する頃には雙方の顧客が来なくなるのである。懸賞等の顧客は決して決定的になるものでない彼等は一時的の顧客である。何故なれば其店が斯る催を終了とする時は彼等は今度他店の懸賞に赴くからである。同じやうな意味ではあるが之等の景物的販賣と進物廣告とは一寸趣を異にしてる。懸賞式の販賣方は上品ではない。顧客は景物目的の人々である従つて品物の良否は別問題となる。進物廣告は永久的の性質を帯びて居るものである。其の客筋に進呈するの意味は決して金銭上の條件を附随すべきものでない、進物廣告は其の重に從來の得意を鞏固にするために行はるるもので新しい顧客たる客筋に對しては餘り此方法は應用されない。

(三) 進物廣告の形式

勿論、店頭に來りたる一婦人が令嬢を伴ひたりとせんか其令嬢に一組の繪葉書を送るも進物廣告の一形式である。ある機會を利用して從來の得意に近狀御伺ひの形式の下に進物を送るも其一形式である。要は得意先の感情を和げ其店舗に對する好意の表現を一層強くする事であるので其進物は凡て廣告的の効果を伴ふものである。

(四) 景物と進物との相違

景物と進物との相違は景物は顧客が的にして來るものである。即ち景物の多寡に依つて買物も亦違つて來るのである。斯る客に呈する景物は其代價を必ず廣告費として計算しなければ其費用の支出が出来ないのである。従つて景物を出す店舗は其販賣

品は他店のものに比して稍や高價な割合となるものである。客筋も内々は其高價を是認して買に来るやうであるが、此點は人心の矛盾して半面を語るものではあるまいか。

進物廣告も其店舗の經費の支出はやはり廣告費として見るのであるが此場合では販賣品と關係するものでない、即ち品物は買求と否とに關はらず日頃の得意には進呈するものであるから、客筋の側から云へば夫は豫期しない處のものである。店舗では廣告費或は營業費として進物廣告の費用を計算する事があつても其費用を品物に負擔せしむる事はないのである。

小賣店の休憩室などで繪葉書や書簡用紙を自由に使用させる事は進物廣告の一形式で間接ではあるが其効果は中々に多い、要するに進物廣告は他の懸賞や福引の如に露骨でないのが其の

長所である、然して進物に使用する處の品物は自己の販賣品と關係ある品物を選択すべきで化粧品商なれば、新形の懐中鏡だとか或は香水の貯藏具だとか云ふ風のものである。停車場附近の西洋料理店が顧客に美麗なる汽車の時間表を贈るが如きは頗る氣の利きたる進物である。文房具屋が自己營業品目を印刷したる吸取紙を顧客に贈るのも又左様である。運動具屋がベースボール見物の群集にスコアー記録を進呈するのも此の一方法に外ならない。

(五) 見本品配付廣告

進物廣告に似て稍や相違せるものは見本品配付廣告である、此方法は三種ある、(一)は店舗で買物をする顧客に進呈する事、(二)は得意名簿記載の顧客に配付する事、(三)は新聞雑誌の廣告に