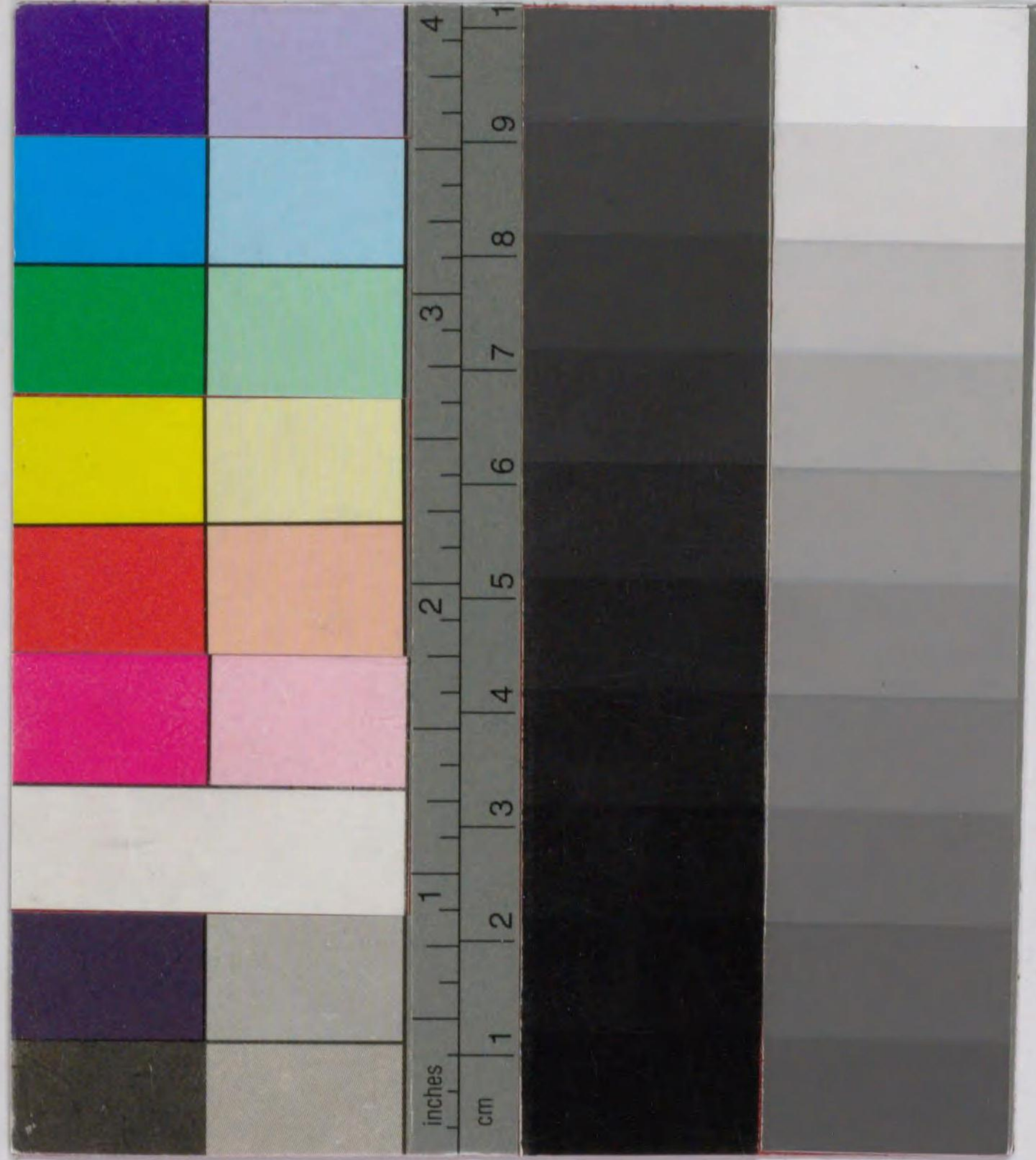


582
1

582-391
1200501522941

術戰賣販的端尖



15

書物は
矢切に

中外商業商店欄編

尖
端
的
販
賣
戰
術



千倉書房版



はしがき

商人は損と元値で藏を建て

582-391

これが従來のわが國小賣商の商賣道を物語るよき合言葉であつた。いかにもそらぞらしいお世辭と、一文でも多く客からまき上げようといふ掛値とが客に對する態度の全部であつた様である。お客の方からいつても商人とは全く利害相反してゐる立場にあつて、いつでも商人からだまされまいとして値切る方法ばかり考へてゐたのであつた。

しかし商賣が『お客をだます』ことを目的とする様な、賣笑婦的な幫間的な時代はすでに過去のものとなつて、顧客と共に繁榮して行くといふ態度、社會に必要なものを便利に渡す職分であるといふ自覺から、社會に利益を興へることによつての當然の報酬としての利益を頂くとはいふ—合理的な手数料を、商人がふところへ收めるといふ様に考へられて來たので、『掛値』だとか『まやかし物』を賣るとか量目をごまかすとかする様な、いはゆる『のれん師』式の商賣は全然はしがき

排斥されてしまひ、遂に『正札賣』は普通のことゝなつたのである。すると今までの商賣の様に口先や手先だけのものではなく、品物のよさや値段の安さや客に對する親切などといふことが商賣道となつて來たので、商賣上手はもうベテンを意味しなくなつた。昔の様に『ぬれ手で粟』といふ様な面白いことはなくなつてしまひ、ほんとに眞面目一方、衷心からの親切とか、こつくと朝から晩までのたゆみのないところの努力とかいふより外には商賣道はないとも考へられる様になつたのである。かういふ努力は必しも商人の道ばかりでなく、誰れにも通じすぎて、平凡のことに過ぎないが、商賣道は就中大切なことである。

だがこれで朝から晩まで努力々々では、世の中がすつかり面白くなくなつてしまふ。どんなにしても『なる様にしかならない』これだけでは何と馬鹿々々しい人生ではないかといふことになつてしまふ。

そこで商賣のねらひといふものが大切になるのである。そこが本書でいふ『尖端的販賣戰術』であつて、常に商人は機會をとらへ、目先をかへて一儲けといふことにならなければ、ほんとの商賣道ではない。その商機をとらへるまでの努力々々でなければ、それが死んでしまふ。

『小僧や今夜はすばらしい御馳走をするから……』といつてうんと働かせ、皆がひどく空腹をかへて楽しみにした食膳に向へば、何のことはない。相變らずの香の物に茶づけといふ夕食を食べさせた話がある——誰れも知つてゐる話だが……。

これだ。同じ物でもやり方一つでうまくも不味くもなる。こゝがベテンと商策の別れ道でもあらうし、商賣の面白味でもある。

平常のたゆみない努力で十露盤はぢきをやつてゐる間に、こゝだといふ急所、急所を押へて進出するところに、商人道の面白味もあるのである。

でこれで大體商賣道の骨組が出來た。そこで今度はそれを養ふ血液のことを考へなければならぬ。さてその商賣道の血となり肉となる所のものは何であらう。

それは商賣の快い、そして能率的な發動でなければならぬ。その發動はその總べてが、『朗かな氣持』の中にひたつて居るときに達し得らるゝ——いやこんな廻りくどい言ひ方でなくとも、商人としては何時も朗かな氣分で店頭に立て、そこに激刺とした活力を見出す——とかう單的にいつた方がすつとはつきりしよう。

店主も店員も朝から、この気分ではなければならぬ。

先づ店主は店員を叱るにも褒めるにも、この朗かさを持つことが大切でなければならぬ。

店主の顔色をうかどひながら、奥歯にも、はさま扱つた様な店員の態度では、自然店の隅々まで、

何となく暗いじめ／＼した空気が停滞して、客に對しての應待——といふよりも客が店に這入つ

た時、このいやな空気を直感させてしまふ。そんなことでお客が来てくれる筈がない。

この氣持が何時も店全體の活動力にどれほど重要な影響を及ぼすかといふことを考へると、

さう／＼うつちやつては置けない問題である。

それは一枚のピラの端々にも、チンドン屋に渡す口上の下書のどこかにも、何とはなしにその

店の生氣といふか活力といふか、そんなビチ／＼したものが躍動して居なければならぬ。

勿論店主は寛容でなければいけない。又店員は従順でなければその活力の發動は紊れる。

そして皆が皆よく氣のつく親切さと、もの柔らかさをもつて店頭に立たねばならぬ。

店内を快く整頓するにも、商品の魅惑的な陳列をするにも、そこに健康的な朗かさをいつも反

映させなければならぬ。

一寸の細々した品物を包装するといつても、活々とした力がそこに満々してゐたならば、きつと

お客の氣持も何となく引よせられるに違ひなからう。

さうした充ちあふれた活力が、つひに『賣出し』や『特賣』に集中されて、店の發展に資せら

れて行く。

すべて商人はこの朗かな氣分で何事も解決して行きたいのである。

これが商賣道の血であり肉であらうと思ふ。

凡例

一、本書は中外商業新報の商店欄から小賣商人や小店員に關係ある記事を拔萃して、なるべくこれを組織立るため加筆し、或は全く改作して排列したものである。

一、こゝに採用した小賣商人や小店員の直ちに参考となるべき事例は、殆どすべてわが國における實例であつて、決して翻譯や翻案によつたものではない。

一、各項における大部分は主として商店欄係である渡邊玄、福富恒樹兩氏の執筆にかゝることをこゝに附記する。

昭和六年六月

編者識

尖端的販賣戰術 目次

尖端的販賣戰術

- ◇安く賣つて利益を擧げる法……………二
- ◇客を見て品物を賣れ……………四
- ◇安物で格を落しては……………六
- ◇新店開業心得……………八
- ◇苦心の多い新製品……………九
- ◇新製品はかうして賣れ……………一一
- ◇夏の夜の催し二つ三つ……………一二
- ◇八月の閑散期利用の一つ……………一五

二

- ◇御用聞秘法三ヶ條……………一七
- ◇洋服屋さんの進むべき道……………一九
- ◇洋服屋さんの新販賣法の一……………二二
- ◇洋服店の新販賣法之二……………二三
- ◇子供洋服店の心得……………二六
- ◇子供用品店の心得……………二七
- ◇上手な夏物残品整理法……………二九
- ◇夏場に賣れる文房具は何か……………三三
- ◇家具は説明が第一……………三四
- ◇家具外交の心得草……………三六
- ◇際物の販賣に就て……………三九
- ◇酒屋ははかり賣が生命……………四一
- ◇上手な罐詰の賣方……………四三

- ◇検査證利用で一儲け……………四五
- ◇靴屋さんの考へどころ……………四七
- ◇必ず賣れる靴屋の虎の巻……………四九
- ◇大阪で高級な靴が賣れ出した話……………五一
- ◇賣れ出した品に着眼して……………五二
- ◇新商賣トラック販賣……………五四
- ◇下駄の齒入で日に百圓以上……………五六
- ◇賣上年十萬圓の米屋……………五八
- ◇正確な枿、正確の儲……………六〇
- ◇新しい家に『紹介付御用聞』……………六三
- ◇モダン炭屋『燃料百貨店』……………六四
- ◇店の値段は高くはない……………六七
- ◇能率を擧げた店員の配置……………六九

四

- ◇ 開店當時の一舉でこの繁昌……………七〇
- ◇ 先づ菓子店は子供を射る……………七二
- ◆ 『有難う』の使ひ方四ヶ條……………七四
- ◇ 富山式に『家庭常備薬』を……………七五
- ◇ 新學期を控へて賣り上手の方法……………七六
- ◇ 化粧品にも忘れてはならぬ男客……………八〇
- ◇ 市場を利用して客足を呼ぶ……………八二
- ◇ 百貨店の出張賣を向に廻して……………八四
- ◇ 食料品は清潔が第一……………八七
- ◇ かうした勉強かうした結果……………八九

上手な宣傳・有効な廣告

三

- ◇ 廣告費と販賣能率との關係……………三
- ◇ 小賣店でも商品の廣告を……………五
- ◇ 折込廣告の効力調査……………六
- ◇ 折込廣告時代から宛名廣告時代へ……………六
- ◇ 廣告媒體としてのパンフレット流行……………一〇〇
- ◇ お子供衆への宛名廣告……………一〇四
- ◇ 考へた支店廣告……………一〇五
- ◇ 廣告文を客に求む……………一〇七
- ◇ 面白い懸賞廣告……………一〇八
- ◇ 電話で自店を廣告……………一〇九
- ◇ 捨てられぬビラについて……………一一〇
- ◇ 紙質に一趣向したビラ……………一一一
- ◇ 一枚のビラにもこの努力……………一二二
- ◇ 變つたビラの配り方……………一二三

- ◇市場の前で配った酒屋のビラ 一五
- ◇一寸變つたチラシ 一七
- ◇非常に當つたビラ二つ 一八
- ◇珍しい出来事を利用して 一九
- ◇店頭マネキン劇 二〇
- ◇新化粧品の賣込み名案 二二
- ◇効果ある實物廣告 二四
- ◇餡パンの實物の廣告 二五
- ◇鳩のパン屋さん 二七
- ◇拔目のないチラシ 二九
- ◇新戰術 店頭の街頭進出 三〇
- ◇レンズの製造實況 三二
- ◇裝飾宣傳を兼ねた香水利用 三三

- ◇掲示板による廣告法 三五
- ◇蓄音機屋さんの新販賣法 三七
- ◇花見時の廣告宣傳に就て 三九
- ◇いやでも開けさせる型録 四一
- ◇直接需要者に當る戰術 四四
- ◇花嫁花婿兩方を顧客に 四四
- ◇萬年筆試用デー 四七
- ◇旅館廣告の様々 四八
- ◇御用聞で進出の郊外の藥局 五一
- ◇一寸面白い逆宣傳 五三
- ◇壞された電灯を宣傳に利用 五五
- ◇下手な廣告戰 五八
- ◇今一息の思付 五九

あつと言はせた賣出・思ひ付の特賣

- ◇金魚玉をお土産に 一六一
- ◇賣れぬ金曜日を賣れる金曜日に 一六三
- ◇店中を一と山賣に 一六五
- ◇二つの定刻割引 一六六
- ◇一日一菜特賣 一六七
- ◇十客に一客金額を拂戻す 一六九
- ◇全店中形の均一賣り 一七〇
- ◇雛祭りを兼ねて玩具進呈 一七一
- ◇三品三日特賣 一七三
- ◇當らぬ客のため一割引 一七五
- ◇新底値發表で記念賣出し 一七七

- ◇景品の選り取り御勝手 一七九
- ◇共布の烏打帽を進呈 一八一
- ◇テンセンス・セール 一八三
- ◇競馬大賣出し 一八五
- ◇贈答用品だけを特別に陳列 一八六
- ◇五割引そして早朝大賣出し 一八八
- ◇これもほんとの半額賣り 一九〇
- ◇信用を賣つてから品物を賣出す 一九二
- ◇マネキン大賣出し 一九四
- ◇マネキン利用で開店披露大當 一九五
- ◇中元賣出しを見て 一九八
- ◇犠牲的賣出しを如實にやつた藥屋 二〇一
- ◇一圓の商品券を實は一割引賣出 二〇四

◇ 賣出しでふだんの五倍 105

◇ 店頭掘出し箱 108

不景氣を克服する

◇ 數字的經營と團結力 111

◇ 不景氣で困る人の氣が知れぬ 114

◇ 家畜の調劑室をもつ藥局 115

◇ 呉服屋さんに多い訪問出張販賣 117

◇ 拂ひの悪い顧客先の整理 119

◇ 見事不景氣を乗切つた經營振り 121

◇ 現金仕入れの強み 124

◇ 海へ山への人出を利用して 126

◇ 特賣の御用聞き 129

◇ 先地品専門と修繕へ 131

◇ 表通りへ出て儲が減る 135

◇ 洋品店の月末拂ひ 136

◇ 一步先じて意匠を 138

◇ 儲られる時には少しづつ 141

◇ 薪炭商はどうする 143

◇ 不景氣故積極的に 146

◇ 靴屋さんで團體特賣 147

◇ 不況の家具店にこの繁昌振り 148

◇ かけ倒れの豫防法 150

店頭裝飾と商品の陳列

◇ 集中式の陳列法へ 153

- ◇角店利用の問題 二五四
- ◇特長を充分に出して陳列せよ 二五五
- ◇飾り方一つで賣れる賣れぬ 二五七
- ◇染直しを實物で宣傳 二五八
- ◇商品に結びつけた靴屋の窓 二五九
- ◇店頭に生地見本 二六〇
- ◇一つの飾窓を二つの商店で 二六二
- ◇賣上を増す罐詰の並べ方 二六三
- ◇廣告と販賣とを常に結び附けて 二六五
- ◇店内のつき當りに飾窓を 二六七
- ◇日焼けを防ぐ陳列窓の構造 二六八
- ◇この通り最新式です 二六九
- ◇冬のさなかに夏帽の窓 二七〇

- ◇大切な「窓」——賣上を左右する 二七一
- ◇店舗を一ぱいに利用 二七二
- ◇聯合で間口を大きく見せる 二七四
- ◇安ければ必ず賣れる 二七五
- ◇店の構へから賣れる品賣れぬ品 二七六
- ◇買ひよい店と買ひにくい店 二七七
- ◇構へを變へた煙草屋 二七八
- ◇陳列場所と賣上げの研究 二八〇
- ◇入りいゝ店、入りにくい店 二八二
- ◇店内の整頓から迅速に丁寧 二八三
- ◇店頭に秋虫、飾窓に螢 二八五
- ◇賣上げを増した店舗の改造 二八七
- ◇箱のまゝより山積みで賣る 二八八

◇商品の値札と二軒の果物屋……………二八九

店員心得帖

◇一般商店員の爲めに……………二九一

序……………二九一

當店の主義……………二九二

出勤と退出……………二九三

別途預金……………二九四

人事の相談……………二九四

敬禮……………二九五

勤儉……………二九五

店務は秘密……………二九六

聞き込みたる店務……………二九七

店員の言行……………二九七

店員相互……………二九八

店員の態度……………二九九

店員の言葉……………三〇〇

店員の風紀……………三〇一

店員の服装……………三〇一

身仕舞……………三〇一

装身具……………三〇一

頭髪……………三〇一

婦人の化粧……………三〇二

喫煙……………三〇四

離席……………三〇五

執務……………三〇五

電話……………三〇六

書信の注意 三〇八

備品の注意 三〇九

陳列場の整理 三〇九

御客様の質問 三一〇

販賣に對する態度 三一一

客扱の注意 三一一

販賣に對する注意 三一二

廣告に對する注意 三一四

商品の知識 三一五

商品の鑑定 三一五

御客様の姓名 三二六

商品の整理 三二七

現金授受の注意 三二七

御買物のすんだ時 三二八

包装に就て 三二九

店員の集會 三二九

店務を破る者 三三〇

進物の注意 三三〇

苦情の引受 三三一

同業者の研究 三三二

保 健 三三三

修 養 三三四

◇小供洋服店員の爲めに 三三六

◇果實店員の爲めに 三三〇

一般心得 三三〇

特別心得 三三〇

◇呉服店員の爲めに 三三六

一般心得 三三六

特別心得 三三八

◇文房具のセールス・マン 三四五

はしがき 三四一

主義方針 三四六

販 賣 三四七

定 價 三四九

集 金 三九〇

同状と芳名録 三五〇

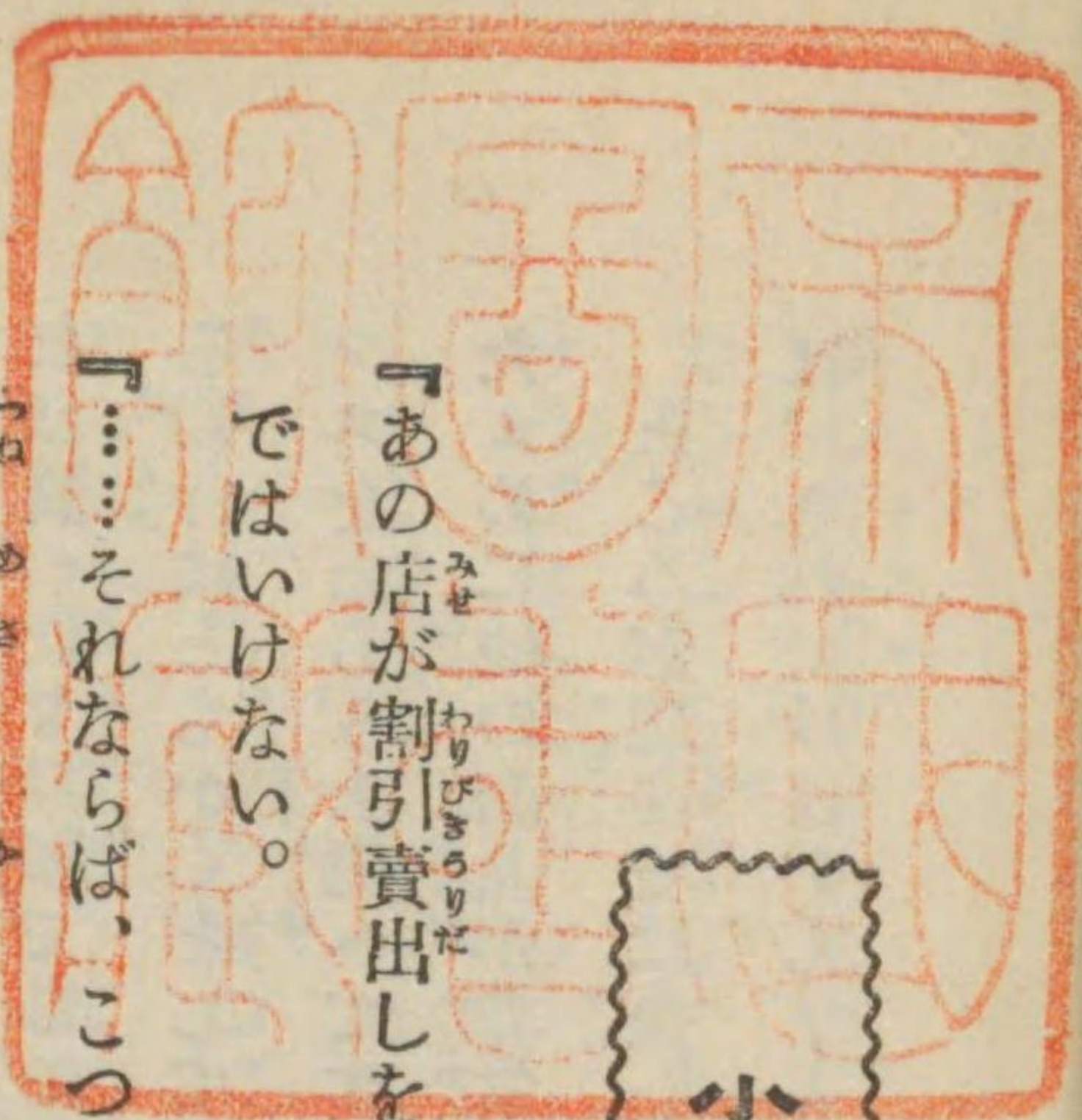
出 張 三五二

試用デー 三五三

商品の手入 三五四

講習會 三五五

目次終



尖端的販賣戰術

『あの店が割引賣出しをしたから、自店でもやらう……』
 ではないけない。

『……それならば、こつちは早朝特賣で行かう……』

と常に目先きを變へて、人とは違つた方法で行かねばならない。

一枚のビラにしたとて、いつも他店の眞似ばかりしてゐたり、同じやうなものを配つてゐたのでは、たいした効果も得られないからどうしても販賣術は尖端的に行かなければならない。

マネキンにしてもさうである。その土地で初めて出した時には、すばらしい人氣であるが、同じ方法で二度も三度も出したところで段々人氣は落ちる許りだ。

一體これは儲かる。あの人はこれで儲けた等といふことを、聞いてからやつて儲けた人は先づ少ない。何事も人が儲かるといふ頃には、すでに一通り儲けてゐなければならぬ。人が儲かる

といつてから初めたのではもう遅い。自分の儲けの部分はもうなくなつてゐる。

安く賣つて利益を擧げる法

『安ければ賣れる』といふのが昨今の傾向である。こんなところからこの頃では普通の特價品などは、見向いても呉れない。そこで特價品のまた特價品が出来て、薄利どころのさわぎではなく、原價を切つてまでしてはゆる犠牲亂賣をしてゐるといふ有様である。もちろんこんな商品は賣れば賣つたゞけ損である。もつともこれはその店の事情によつて損をすることを充分意識してやる場合はともかくとして、これを安くしてこれによつて客を引き、そして他の商品を賣つてバランスをとらうと考へてするのだつたら大きな間違ひである。事實二三年前は二三の特價品を出したために他の商品が非常に賣れた例はいくらもあつた。

ところが現在では決してそんなことは望まれなくなつた。原價を切つたやうな安い品物を出せば、それだけほとんど賣れるが、他の商品は一向賣れない。つまりこの頃の客はかうした賣り手のからくりをあまりにもはつきり知りすぎて來て、安いものばかり探し廻つてゐて、來たついでに『これも買はう』といつた余裕は少しも持合せてゐない。かうなると賣り手としても考へなければならぬ。

そこで第一に考へることは、此頃のかうした景氣には『安ければ賣れる』といふことは明らかであるから、安く賣つてしかも儲かることを考へなければならぬ。これは甚だ無理な注文かも知れないが、事實これではなければこの昨今の景氣では容易に儲けなど得られない。

この程ある店では二足廿五錢の白足袋を賣つて（一足十二錢である）これで二足について一錢づゝ儲けてかなりの數を賣りこなした。又ある店では蛇の目傘一本五十錢で賣つて、それで二錢づゝ儲けてこれもかなり賣つてゐる。

一體こんな安く賣つてしかもどうして儲かるか、そこが考へどころである。これにはいろいろの方法があるであらうが、要するにそれだけ安く仕入れることである。と今度はどうして安く仕入れるかである。がそれはたいしてむづかしいことではない。

何にしてもこの景氣である。少し足まめに現金を持つて問屋や製造元を探し廻れば、これにあ

つらへ向きの安い商品がかなりある。

ところが原價以下で買ふのであるから、數量が少くはなかなか話がまとまらない。そこで數多く買はなければならぬといふことになる。がこれは百貨店あたりではさまで困難ではないが、普通商店では一寸困難である。そこで考へることは五人なり十人なりが合同して買へば、ある程度までの數は購入出来る。

この合同仕入れも付近の同業店同志では困るかも知れないが、少し離れたところであれば何でもない。各區一人當りか、市内と郊外とかいふやうにすればさしつかへはない。

合同など簡單には出来ないといふに附する人があるかも知れないが、それくらゐのことが出来ないやうでは、この不況を上手に引抜けることは出来なからう。要は損をしてまで賣らないこと、安く賣つてしかも儲けることにあるのだ。

客を見て品物を賣れ

『人を見て法を説け』『人を見てあいさつせよ』といふ、商品販賣にもこの言葉はそのまゝ適用されよう、『客を見て商品を賣れ』である。

早い話が一足の靴を賣るにしても、一枚のワイシャツ、一足の靴下、さては一着の洋服を賣るのにも、この態度が必要である。

外を歩くことの多い外交員がお客であつたら、靴屋さんは表の革質は少々落ちてても、底革は極めて丈夫なものを用いたものすゝめ、醫師その他常に自動車や人力車で飛歩く人たちには、少々底革の質は落ても表の革のよい、目方の軽い體裁のよいものを賣るといふ用意——親切さがなければならぬ。これなら前の客は『あの店の靴は持ちがよい』と有難がり、後の客は『軽くて上品な靴である』と喜ぶ。

同様にワイシャツ、靴下、洋服においてもこのやり方は決して間違つてはゐない。要するにその客の職業、性質又はくせをよく見て、その人にぴつたりと適するつまり満足する商品を買れといふことである。

それこそ『顧客本位』の店であり『客に親切を賣る』店である。賣る時だけでなくして、客

の買った後々までのことを充分考へて、少しでも客の利益になることを考へることである。往々にしてまだ客と商人とは利害が相反するやうに、即ち客の利益になることは店には不利益であり、店の利益になることは、客に不利益であると考えられてゐる商人があるが、これは大きな間違ひで、今日では客に有利なことは店に有利であると考えべきである。といふのは客に少しでも多く利益があれば、客は自然にその利益に向つて集まつて来る。すれば店は繁昌する。繁昌すれば安く賣つても數でこなし廻轉率でもうけが多いから、いろ／＼な意味において、ますます客の利益をはかることが容易になるわけである。

安物で格を落しては

「なんといつた所で最近では夜店の一部で賣つてゐるのと、同じような額稼が賣れるから仕方ありません。不景氣だから額稼までを安物々々と選ぶのです」とある額稼屋さんがこぼしてゐる。

そして商店として見ると、上物が賣れないで安物ばかりが賣れるとすれば、本意ではなくても安物まで置かねばならぬ。無理からぬ事ではあらう。ところが事實かうした傾向はどんなものであらうか。

堂々たる専門店がいくら賣れるといつた所で、外見だけの品を賣つていゝものであらうか、それも安いものでなければ賣れないと、大量生産によつて合理的に生産原價を引下げ、いゝ品を安く賣るといふなら、これほど結構なことはないが、悪い品を安く賣るのはこれは非常に考へべき問題であらう。

安物を買つてすぐに駄目になつた場合、客として「安かつたから仕方がない」とあきらめてくれればいゝ様なものゝ、多くの人は「あの店で買つたのにもう壊れた」といひさうである。不況時代に賣れるからとてたゞ安い品のみを賣つて、永遠の信用をおとすことは馬鹿らしい。安物全盛の時代にも、店の品位を落とさないだけの用意は必要である。それは一度格が下るとなかくもと／＼通りに回復し得られないからである。

新店開業心得

新らしく店を出さうとする人にとつて、第一に考へなければならぬことは客筋である。場所がよければ他から来る客を見込むことも出来ようが、そんな望みも持てない場所で、たゞ漫然と店を出すなどは亂暴である。

殊に學校とか、病院とか、工場地帯とかを當込んで始めるなど、誰でも手を出したがるものではあるが、果してそれだけで立つて行けるかどうか、先づ開店前に相當研究してかゝる必要がある。こゝでは必然的に競争者の出現を考慮に入れることゝ、從來あつた店の地盤關係を調べる努力ををしんではならぬ。

ある小學校の門前に相當大きな文房具屋があつて、殆んど一手で引き受けてゐるが、區劃整理によつて小學校が新築され、正門があべこべの方になつたので、機をねらつてゐた人達が、正門前に三軒の文房具屋を出してしまつた。その小學校の全生徒を客にもつてゐる前から文房具屋

さんは、經驗上全生徒で一日十圓内外の賣上げであることを知つてゐたので、三軒もの新店に對し寧ろ氣の毒な位の考へで見ると、案の定新店三軒共一日の賣上げが、一圓か二圓、その上他からのお客はさつぱりなく、三軒ともあまりのことにあきれて青息吐息の體とある。

折角新店を出さうといふ意氣込みがあるなら、もう少し慎重な態度と充分の考慮を拂ふべきで、輕卒な第一歩は必ずその店の前途を誤るものである。

苦心の多い新製品

新製品を出して市場を獨占しようとすることは、現在の如くテンポの早い商取引界として無理からぬことである。アメリカの様な敏速な商業界では、新製品の發賣に當つては、すべての關係者即ち製造、卸小賣販賣業者ともに最大の努力と競争をする。でその製品がどしどし賣れ行くばかりか、製造家や問屋を益々刺戟して、いよゝ優良な新製品が續々とあらはれて來るのである。わが國の商業界は、果してこの關係がうまく行つてゐるであらうか。製造家と問屋は、常に新

製品を出し度いと希望してゐるが、次々と出した所で、一般小賣業者側では「またか」といつた顔をして一向歓迎しない。大に賣らうなどと積極的に努力しない。この事實は、折角の間屋や製造家の意氣をすつかり滅入り込まして、活躍しかつた業界も水を浴せられた様になつてしまふ。これが現在の行詰りの原因の一つとして數へられる所である。

だから問屋側にしる製造本舗にしる、現在小賣商に望むところは、今一層力のある小賣屋の出現してもらひたいことであるし、問屋製造家の立場を理解して、眞面目に努力しようとする意氣を見せてもらひたいことであらう。新製品を出して共にまうけようといふ問屋があつても、それに應じてくれるだけの小賣屋がない。問屋として新製品をあへて出すとすれば、相當な犠牲を見込まねばならず、それだけ製品も高くなる。こんな所に眞の商賣が成立するはずはないわけ。新製品を歓迎する一般小賣屋の理解と自覺とは、結局自らを利するものであると同時に、商業界全體の繁榮をもたらすことになるであらう。

新製品はかうして賣れ

ある小間紙商が、各種包紙、チツプ袋、封筒、のし紙等常に新しい意匠のものを考案し、これに多大の圖案料を支拂つて出して見ると、賣出して三日間もするともう他の模寫品が現れる。従つて新製品たるの特徴も利益もそれで打ちこわされ、折角の苦心がなんにもならぬ。といつて率先して新しいものを出して行かねば結局、他の商店に壓倒されるといつたわけで、馬鹿々々しいやうでも新しいデザインを考へては次々と出してゐるとこぼしてゐる。

事實、模造品を作るにも相當時日のかかるものならばいゝが、包紙の如きは圖案さへあれば、すぐに模寫出来るので全く憚みの種であらう。だからさういふ品を賣出さうとする場合には、とにかく迅速第一を心掛けることである。全國一齊にさつと賣出して、製造したゞけはなんでもかんでも賣り盡し、後はもう製造しないで、次の圖案ものを出して行くことにする必要がある。

この點で、文房具中鉛筆やペン軸など、新製品で迅速な賣出し振りを見せて、かなり儲けてゐる

る人がある。野球のバット型のものとか、けしゴムのつけ方に新工夫をするとかいつたもので、ある一定の數量だけ製造し、これを一齊に市場に出すともう手を引いて、次の品を賣出す準備を十るといつたやり方である。だから他人がいくら真似をしても、一向平氣だといふのである。たしかにこれは不景氣時代の儲け方で、他の模造品が出ても何等影響のないよう、迅速機敏に立ち廻ることが最もいゝといふわけである。

夏の夜の催し二つ三つ

夏の夜は暑さの餘り人々の足は自づと戸外へ出る。又出ないにしても戸障子を開けつばなして何時でも出られる條件にある。が外へ出た處でたいした用事もなく、附近の人々と無駄話をする位なもので、それも毎晩となると甚だたいくつなものである。特にそれが郊外地であると甚だしい。そこで商店としてこれを利用して何か面白い商賣か自店の宣傳方法はなかと考へるのである。



その一つの方法としてチンドン屋の利用である。これも普通のチンドン屋では面白くないから、何か變つた藝の出来るチンドン屋を使つて、自店を宣傳する外に、店員も同行させて何か適當な商品を賣るといふ方法である。この場合賣るべき商品は、新しく入つた商品とか、何か特長のあつる發明品とかぐつとくだけて格安品とか（あまり上品ではないが）ともかく變つた商品がよい。それをリヤーカーか手押車に積んで、チンドン屋と一緒に歩いて賣るのである。「當店へお出で下さればいつでもあります、特に今夜は何割引でとか、景品として××をお付けします」としやべるか、またピラか何か配るならそこに割引券を入れておいて「何日までにお出下されば何割引きます」とするのである。それはどちらでもよい。ともかくチンドン屋で人を集め自店を宣傳し、そしてその商品を賣ればよいのである。

この方法をもう少し簡單にして、高聲蓄音機を利用して面白と思ふ。この場合の曲目は客筋と相談してかゝることであるが、最新の流行唄ならば、どこへ持つて行つても間違ひないであらう。若しも店員が口上をいふのがいやであつたら、ピラにそのことを書いて配ればそれでよい

と思ふ。

次は活動寫真利用である。附近の適當な空地を借てやるのである。普通の活動寫真では經費がかよりすぎると思つたら、家庭用映寫器でも悪くはない（一商店の催しだつたらさまで恥しくはなからう）

この場合化粧品、賣藥の様にその本舖に宣傳映畫でもあれば、それを借て來ることである。がこれは警察の許可を必要とすることだし、設備も一寸手間取るので、一晚に三ヶ所も四ヶ所もするわけには行かないから、一晚一ヶ所としてゆつくりやることである。

◇
次は打上げ花火である。近くに原つばでもあつたら、夏の夜の催しとしては好適である。もつともこれは商品と結び付けることは一寸困難かも知れないが、人を集めて、自店の宣傳だけに留めるならば面白い方法であらう。『××商店主催花火の會』『平素の御愛顧に報ゆる一端として…』等とすればたいしたものである。

いづれにしても興味を中心としたものならば何んでもよく、考へて見れば他にその方法はいくらもあるであらう。

八月の閑散期利用の一つ

俗にいふ商人の二八月で、一年を通じて最も閑散な時期である。しかも暑い八月を何う切り抜けるかは、商人共通の悩みである。『八月はしかたがない』と頭からあきらめてしまへばそれまでであるが、近年の様に毎月やりくりを重ねてゐるのでは、一ヶ月餘り遊ぶといふことは耐へられない苦痛である。

これについて第一に考へることは、避暑に出かける客である。概して避暑地には、客の満足するやうな品物はない。だがわざわざ買出しに來るのも、おつくりだから不満ながらも、その土地の品物、我儘してしまふ。さもなければ不自由を忍んで買はない。

そこで商人としては用意して、避暑に行きさうな客に對して、宛名に店のところ番地を入れた

ハガキを数枚届ておいて『このハガキで御用命下されば、即刻お送附申上げます——弊店に無い品物でも、直ちに整へてお送附申上げます』とか『急ぎの御用でもございましたらお電話(長距離)を下されば、何になりとも御用立ていたします。いづれ八月は暇でございますから、御自由にお使ひ下さいませ』等とすれば客としても、必ずこの店へ好意を持つことになり、たとひその用命はなくとも損にはならない。

又この方法を避暑に行かない客に利用しても面白いと思ふ。

それはやはり前のやうなハガキを用意しておいて、お中元の買物に來た客に對して『暑いのに お出でを願ふのも、大變でございますから、何か御用がございましたら、このハガキで御一報下されば、直ちに店員を差向けます』といつて、かう書いたピラと一緒にこのハガキを送るのである。同様に電話のある店は、電話を利用するも結構である。

がこの場合必ず電話番号を知らしておく必要がある。勿論番號など口でいつただけでは忘れてしまふから、番號を印刷しておいて、これも普通の紙ではすぐ捨てられてしまふ心配があるから、何か保存されるもの、例へば八月だけのカレンダーとか、うちとはか、あるひは電話番号記入カードとかに手つとり早く番號の見られるものに渡すことである。

また例外として新しい品物など入つた時には『××といふ新製品が入りましたので、一度見て頂きたいと思ひますが、御都合は……』と電話で問合せて出かけるのである。ともかく暑い時であるから出かけるのは、お互におつくうであるから、こちらから出かけて行くように仕向けることである。いづれにしても八月だからといつて、諦めてかゝる必要はない。いろいろ頭を使つてその賣り上手を試みるのである。

御用聞祕法三ヶ條

日用品販賣店の御用聞きは、何といつても必要なものである。で常に良品を安價に、親切に、丁寧、しかも正確に迅速に配達をすることは、もちろん大切なことであるが、またそこにはそこに販賣のこつが存在することを忘れてはならぬ。

第一 にその得意先では使用人が使つて、その家庭の主人と殆んど關係のない商品の場合、多

くこれはうなぎ屋、せんべい屋、料理屋等へ炭類を収める場合で、如何によい安い炭を持つて行つても、これを使ふ使用人に悪いといはれればそれきりであるから、かうした人にうまくとり入つておかないと、他の店に乗ぜられる心配がある。

第二に女中を使用してゐる家庭では前と同様、女中にうまくとり入ることが大切であるが、これはうまくとり入りすぎて、往々に失敗するから、出来るだけ女中の手助けをしてやることを忘れてはならない。先づ洗濯してゐたら水をくんでやるとか、お湯の水をくみ込んでやるとか、又一寸した用達は氣がらく引受けてやるなど、炭屋ならば切つたあとで手のかゝらないやうに、奇麗に箱へ收め、邊りを掃除しておくなど、かゆいところへ手の届くやうにしてやる。

第三に女中を使用せぬ家庭の主婦に對する場合は、前記の手助けも必要であるが、それよりもなほ間違ひなく、指定された商品を、迅速にしかも、その商品は常に品質において値段において、他店に負けないといふ自信のあるものを、届けることで、初めは良くて安く、だん／＼悪く高くするやり方はもう舊い。少なくともその品質値段からは、叱言を受けないことである。

洋服屋さんの進むべき道

洋服の需要は年々増加といふよりは、倍加の傾向にあるから、各洋服店としては相當繁昌してもよいわけである。もちろん同業者の數も相當に増えては來たが……。

相當手廣くやつてゐる店、信用ある既成品店、その他特殊の立場にある店は、需要増加に正比例して相當繁昌してゐるが、大多數の洋服店は、とんと繁昌しないで困りぬいてゐる有様である。それは店員なり仕立職などのすべてが、僅かばかりの資金をたよりに注文屋にならうとするところに、その大きい原因がある。傳統的に洋服屋さんは注文屋になるのがその理想で、注文屋になるべく教育され修業して來た。そして注文屋の下職になつたり、既成品屋になることは、一人前と見られず、ちやうど大工でいへばせつちん大工なみに取扱はれて來たのである。

靴屋がその修繕から相當の利益をあげてゐるにかゝわらず、洋服屋はこれをしてないのも理由はこゝにある。今日多く困つてゐる洋服屋さんとして、この悩みから脱するには、根本的にこの觀

念を打破すべき要がありはしないか。もちろんこれがかうした店の、今後進むべき道の全部でないにしても、その一方法であることは間違ひはないと思ふ。

そこで洋服屋の今後は如何にすべきか。

第一に相當の技術を有してゐながら、資本も少く商人としての素質のない人は、相當手廣くやつてゐる注文屋の下職になることである。僅かの資本でやつと一着や二着の注文を取つて、それだけづゝ生地を注文してやつてゐたのでは、商賣にならない。

それを何んとかしようと思つて見たところで、どうにもならない。それよりも先づ自分の特長とする技術で進むことである。

第二に、日本服の仕立屋のやうに客に裂地を買はせて、仕立専門にやり、一定の工賃を取る方法も、新しく生きる道として有望な一つである。

第三に技術はさまざまよくないが、手の早いといふ人は、大量的に作る既成品の下職になることもその一つである。

第四 技術よりも商賣の上手な人は、商賣専門に既成品店になるもその一つの方法である。も

ちろん安物既成品は今日の時代のものではない。いはゆる高級既成品は今後益々その需要の増加するものであるから……

第五に技術も優秀で資金も相當あつたら、よろしく注文屋として進むべきであるが、この需要は極高級品を卸すの外、今後は高級既成品に奪はれることは覺悟すべきである。

かやうにすべての人が等しく注文屋として進まないで、分に應じ腕に應じて進んで行けば、必ず成功するものである、お互に考ふべきことである。

洋服店新販賣法の一

『洋服は高い』といふ觀念は、一部の階級はともかくとして、おそらく一般洋服階級の持つ一般的悩みであらう。こゝをねらつてはゞをきかしてゐるのが、いはゆる安物の既成品屋である。

一着六十圓七十圓といったものと、同體裁で廿圓卅圓といった安値で、『破格大安賣り』等と銘打つて、この惱める客を吸収しようとしてゐる。

だが、いかに苦しいからといったところで、この粗製品では満足しかねる。そこで高級既成品の出現を見たが、この『なるほどこれなら……』と思はれるものは注文品とたいした開きがない。一割二割の開きではまだ近より難い。そこで更に月賦販賣が生れたが、これならば洋服階級には、頃合ひな額であるから相當發展しさうであるが、さて實際にはそれ程發達してゐない。といふのはこの方は販賣者側に悩みがある。それは資金の回収の遅い上に倒れがある。そこでやるとすれば、金利と倒れだけを原價にかけてかゝらねばならない。従つて普通品よりもなほ高くなるといふことになる。アメリカあたりでは随分これが發達してゐるが、日本ではどうもうまく行かない。そこで新しい行き方として一般洋服屋さんに提案する。一體日本人は、その着物に對して、着物は着物、羽織は羽織、帯は帯と別に買つて、その色柄も各々異つたものを着ることにならされて、それを普通のことにしてゐる。

従つて一時に揃へれば相當金額が、かさむものを別々に買ふから、左程苦痛にもならない。これを一つ洋服に應用して見ようといふのである。

上着、チヨツキ、ズボンと別々に賣るのである。ところが現在のものをそのまゝ別々に賣られては困る。それで柄が違つても全體が調和するやう柄を揃へてくれなければいけない。

かうなると春ズボンを作つて、秋になつてから上着を作るといふことになつて、買ひ手にとつて月賦と同様に負擔がかかるくてすむわけである。もちろん新しい仕事だけに、相當の宣傳が必要であるが、宣傳よろしきを得ば、必ず成功するものであらう。貸金を請求する努力でこれをやつたら、そして今一つ仕入れ、技術に改良改善を行つて單價の引下げを研究し、更にこれで現金賣りを實行したらうまく行きはしまいかと考へる。

洋服店新販賣法の二

洋服を注文する場合には、先づ店員なり外交員なりから、一かゝへもある裂地見本を出され、その中からよささうなのを選び出して『これはいくらだい』『はい』パチ／＼とそろばんをはちく方はまだよいとして、たいていは、ちよつと裂地をもんで見て『六十五圓にいたしておきます』『これは』又前のことを繰返して『五十六圓です』『七十八圓にしておきます』といった調子であ

る。

もとより品物に知識のない客には、それが高いのか安いのか、良いのか悪いのか、どうして値段を出すか一向わからない。まあ『高いから上等だらう』位に考へてしまふのが普通である。一面に又多くの客は『商人は儲けるのが商賣だ。儲かるだけ儲けるんだらう』位に考へて賣手が、角安く賣らうとする苦心など、あまり理解しないで、頭から『洋服は高いものだ』『洋服は儲かる』と考へ込んでゐる。

これは賣り手として損なことである。何とかして客のかうした誤解を解くべき合理的な販賣法を、考究して然るべきだと考へるのであるが、世の多くの洋服屋は、依然として昔のまゝの販賣法を行つてゐるが、これは大いに考ふべき時代ではなからうかと思はれるのである。

これはある毛織會社の賣店であるが各柄の服地反物を山積して置いて、それに各々ヤールの定價をつけ、

『普通洋服を御注文になる場合は多く背廣一着三ヤール分で勘定いたしますが、しかし實際の入尺は人々によつて多少づゝ違ひ、普通背廣は二ヤール八分で出來ます』

と説明し、なほチラシ用のカードには、各身長に従つて、上着だけでは二ヤール何分、ズボンだけでは一ヤール一分、モーニングは……とそれ々の入尺が出してある。そして

『弊店で必要なだけの寸法をお買求め下されば、弊店特約の仕立屋にて調製いたします』

とし、その仕立代を背廣三つ揃A卅三圓、B廿八圓等とそれ々の仕立代を記入してゐる。そして代金は、買った時に裂地代だけ支拂ひ、仕立代は製品引換へに支拂ふといふことになつてゐる。あまりやり方が細かいと考へる人があるかも知れないが、客としては、これによつて前の場合よりも、値段その他がはつきりしてゐるので、前の様な不安、誤解なしで買ふことが出来るわけである。

特にこの方法は普通の洋服店は、ほとんど無條件で背廣一着分として、三ヤールの代金をとることを知つてゐる客には、一段と有効であらう。いづれにしてもこの方法は、新しい販賣法の一つとして紹介す。價值は充分あらう。

子供洋服店の心得

子供服の流行から、呉服屋や洋品店で子供服をおく様になつたり、この専門店で行かうといふ人が、日増しに多くなりつゝある。

さて初めて見ると賣れるには相當賣れるが、どうもそろばんがとれない。時代は洋服である。その需要もありそして利益も三四割は平氣で掛けられるにかゝはらず、どうして引合はないであらうか。

一體日本の商人は目前の利にはさといが、恐らくその仕入れに當つて、前年度か数年間の統計等をとつておいて、いはゆる科學的な仕入れ法を行つてゐる店は、さう澤山はあるまい。

つまりこの商賣の失敗の原因、ここにある。といふのは普通の呉服物などでは、ほとんど柄が中心であるに反して、この子供服には柄があり、サイズがあり、型があるから、客の満足の行くまでに、それを一通りを揃へるためには、相當の資金がいる上に、種類が多いだけにローズ、ス

トックが他の商品に比してはるかに多い。三四割も掛けて引合はぬのは、要するにこのストック、ローズが出来たからである。

さてこの商賣でストックやローズを作らぬやうにすれば必ず儲かつて行くものである。でこのストックを出さないためには、自店の客を見てその仕入れを行ふこと、常に手一ぱい仕入れないでおくこと、出来るだけ種類を限定すること等が必要であるが、最も大切でしかも多くの人が等閑に付してゐることは、前にいつた前年度とか数年間の統計である。その統計は一般的にはサイズ、値段、自店を中心にしては型、色、柄等の統計を嚴密にとり、それによつてその仕入れを全體の八割方行ひ、他の二割方は試みのもの……最新流行品とか、これなら賣れさうなものといつた見込み品等をおき、常に賣場の動きを見て細心の注意を拂つて行けば、決して勘定あつてに足らずになるやうなことはないと思ふ。

子供用品店の心得

子供用品類はとかく引き合はないものゝやうに、同業者からいはれてゐるが、それは恐らく商品が細かく種類が多いから資金が寝る上に、ローズやストツクの多い關係から『勘定あつて錢足らず』の結果となるのではないかと思はれる。

けれどもこれは他の商品に比して需要は割合に多く、しかもその需要期間は、ほとんど一年中であるから、その經營よろしきを得たら、必ず引合つて行かなければならない。

これをうまくやるには先づ第一に細心の注意を拂つてなるべく種類を多くすると同時に、數はこれと反對にストツクにならない様になるべく少なく置いて、しかも常にどの品も品切れにならないやうにすることである。

それならば自然資金は少なくてすむ。若しもこれが出来なければ、種類に一定の制限を加へて、その種類の範圍内なら何でもあるといつた用意をすることである。

この二つの行き方のどつちでもなく、一體在庫品がどれくらゐるか、陳列ケースに何がどれだけあるかなど、ぼんやりと考へてゐたのでは、資金も寝ようし、品切れも出来ようし、ストツクやローズも出来ようし、品物は相當に賣れてゐながら、引き合はないといつた結果になる。

次にこの販賣方面において最も注意すべきことは客筋である。一體客には、品物に對して相當の知識と理解とを持つてゐる人、持つてはゐないが説明されれば理解出来る人、説明されても理解出来ない人との種がある。

そして製品については、子供服なら、十分子供の發育、運動の關係を研究していはゆる子供に親切な商品と、今一つは子供の發育運動には一切かまはず、寸法を出來るだけつめてゐるものがある。前者はもちろん値段がいくら高いし、後者は安い。そこで商品に對して相當の知識を持つてゐる人や、説明すれば理解出来る人に對しては、少々高くても子供の發育や運動の關係をよく説明して勧めることは効果あることだし、説明しても理解出来ない人には、どこまでも値で行くべきである。但しそれには賣り子自身が、この關係を十分にのみこんで、立派に説明が出来なければならぬことはいふまでもない。

上手な夏物殘品の整理法

八月といふ閑散な月に夏物の残品をうまく賣りこなすことは、なか／＼困難である。だからして閑散に入る前に損をしてまでこれを投げてしまふか、それとも來年まで持ち越すか商人としては相當決斷を要する所である。だが昨今の景氣からいつても、この夏物を持ち越すことは多大の危険を伴ふものと考へるのが、普通ではあるまいか。

従つてこの際思ひ切り投げる方が結局損失を少なくするゆゑんであらう。なんといつてもこんな時代にはよけいに儲けやうと考へるよりは、どうして損失を少くするかに努力するのが結局勝利を得るからである。

これについて市内のある呉服屋ではその意味で採算を度外視した投げ出しをやつた。夏物全部原價を切つた新値段で、ものによつては半額、又はそれ以下にしてゐる。その成績を聞いて見ると、さすが晝間客を集めることはむづかしかつた。どうしても夕方から夜の九時十時頃までほんの短時間の商賣に過ぎないとはいつてゐるものゝ、とにかく店に來る客はつい先日迄五圓とあつたものが、今では二圓五十錢とか二圓といふ安値がついてゐるので、これが相當の購買欲をそゝり、品物はある點までは豫想通り減らして行くことが出來た。で更にもう一度催しものでやつて

最後の大賣出しを決行すれば、大體の捌きはつくとの見込みである。

次にある洋品店の話だが夏帽子大見切との看板をかゝげ、ウインドー内には残つてゐる麥帽に、新値段をつけて飾つてある。ところがその新値段もせい／＼二割程度を引いたと思はれるものである。今になつて夏帽を二割位引くのはどの店だつてやることで、少しの珍しい味もないし、客を引きつける力がない。

しかもこの店など非常に人通りの多い所だけに、今少し思ひ切つた値段で飛ばせば、あの位のストックは瞬く間に賣れてしまふのではないかと思ふ。殊に夏帽だけの見切り賣りとあるのも範圍が狭い。デパートあたりでやつてゐるように『盛夏用品全部半額』と出たら、もつと／＼能率は上るにちがひない。

商人として損をして賣るといふことは、誰にしても好ましくはない。けれどもどうせ残して損をするよりも、この際徹底的な安値で残品を一掃した方が、氣持も清々するし、冬物への進出も却つて元氣が出るといふもの。

とにかく夏の八月に賣り惜しめば、いやでも來年まで持ち越さねばならぬ。持つてゐて儲かる

見込のないものなら、多少の苦痛は忍んで、早く片づける方がよほど賢明だといへる。思ひ切つた値段さへつけて、その宣傳方法さへうまくやれば、相當の客足はつくのだから、くよくよせず、に思ひ切りよく投げ出してさばさばした氣持になり度いものだ。

夏場に賣れる文房具は何か

その商品について賣れる時期がありながら、それを知らないでゐるものが可なりある。夏の文房具がそれだ。夏場に文房具などの賣れるといふことは、あまり多くの人の氣のつかないことであらうが、この封筒、書簡箋などといふものは、一年を通じて、この夏の旅行季節に最も多く賣れるといふのである。何にしてもこの第一のお客様である男女學生や年若い青年男女は、この夏休みを利用して、海に山にそれぞれ旅行する。それが少なくとも一揃へは用意して持つて行き、それが又それ／＼友人なり家庭なりへ出す、するところした人々は又これを賣つて出すといふことになつて、その需要は益々多くなるものである。

ある文具店では二三年前からこのことに氣がついて、七月に入つたら早々かうした人々に好まれさうな封筒、用箋に主力を盡してやつてゐるが、年々その賣れ行は良好であつて、この試みには先づ第一にそのショーウィンドーにおいて、その種類の豊富であることを知らす必要がある。海の景、山の景をその背景として、あつさりそこに各種の封筒、便箋を飾り、更に海岸とか山頂とかで都への便りを書いてゐる人物でも配したら一層効果あるものである。これは單にこの商品の紹介的効果ばかりでなしに、かうして涼しさうなショーウィンドーを出すことは、それ自身、夏のショーウィンドーとして注意價值満點であるといへる。つまりこれによつて二重の効果が得られるわけである。

それから賣るべき商品の撰擇に際して、第一にかうした向きの人々に好かれさうなものであることが必要である。更に携帶に便利であること、このための氣のきいたものであること等が必要である。セットものなども贈答用とは又別の意味で面白いと思ふ。

家具は説明が第一

お客がその商品に對して充分知識を持つてゐないで、買ひに来るものにはいろいろあるが、家具類等はその甚だしいものゝ一つである。

特に日本家具を商ふ商店としては、その取扱ひ商品に對する充分の知識と経験とを持つて、その販賣に當るべきである。一體日本家具はその材料、木組、塗りの關係など、客が一見しただけでは容易に鑑別がつかず、しかもこれは半永久的のものであるから、知らずに粗悪なものを買つた場合には、使用中に當然その缺點を發見し、その缺點に對する不平は、必ずその店へ持ちこまれることになり、その店の信用を害することは一通りでない。

家具店がそんな事で一たん信用を失つたらそれこそ大變、もう二度その客は來ないばかりか、その身内や知己は皆他店に行く様になつてしまふ。この様にその商品知識を持つてゐたいために、とかくその店を信頼して買ふものであるから、他の商賣以上にその信用が必要である。従つて悪

いと知りつゝ賣つた場合はともかくとして、店員がそれを知らないで賣るといふことになれば、何時の間にか顧客を失つてゐることになる。

少くも家具店の店員として賣場に立たせる場合には、一二年はその工場に入つて實際製作上の知識から材料の鑑別、塗りの方法その取扱ひ注意、手入れ保存法に至るまで、充分教へ込むことが必要である。

店員に對して二年も三年もさうしたことを教へこむことは、大きい犠牲のやうに考へられるが、賣れる賣れないは、主としてこの説明にあることを考へ、こゝから自店の信用が生れるものとしたら、決して犠牲ではあるまい。

客として知らないものに對して充分の説明を聞き、その取扱ひ手入れ法まで親切に教へられれば「なるほど」とそこに購買心を起すことになるのは當然である。かつてアメリカのある家具店でそのショーウィンドーに自店製の家具と他店の家具とを比較陳列して、それに各各材料、木組み、塗料等を解説、圖解してはつきり素人の客に了解出来るやうに説明し、結論としてそこに自店商品の確實さを示した結果、非常に好成績を収めたことがあつたが、これ等はその説明が充分

客に了解出来、それで購買決定をしたことを明かに物語るものである。

洋家具外交の心得草

歐風建築、文化住宅の増加につれて西洋家具類や室内装飾用品の賣れ行きは、年々増加の傾向にある。でこの販賣業者の數も非常に増加し、そこに必然的に激しい競争が行はれてゐる。だからこの販賣外交員は相當の手腕力量を有してゐなければ、その競争に打勝つことは出来ないといふわけ。

その一般的注意といふものを二三紹介する。

一、客のよき相談相手となること。

一體西洋家具を注文し、室内装飾でも一工夫しようといった人は全然素人ではなく、いはゞ半素人で、本を読み雑誌で研究し、或は他の家庭を見て相當の知識を有してゐるから、その問ひに答へ、意見が述べられるだけの知識をもつてゐなければならぬ。またある場合には先方の感情を害しない程度に、その間違へた考へを正すことも必要である。他の商賣のやうに單に頭を下げて居ればそれでいゝとはいへない。

二、外交員は相當の品位を保つこと。

この外交員は他の保險會社や、日用品店の外交員と異なつて、お勝手口からでなく、堂々玄關から入つて、應接室などで主人と直接對談するのであるから、服装を整へるはもちろんのこと一通りの禮儀作法を心得へてゐなければならぬ。そして用談はどこまでも確信をもつてなすべきであるが、そのために雑談挨拶に無禮があつてはならない。對談はすべて上品に行くべきである。

三、職人を充分に使ひこなすこと。

家具に限らず優秀な技術者といふものは、自分の考へや技術に確信をもつてゐて、なか／＼注文者の自由にならないものである。といつて自由に命令通りやるやうな職人では、たいしたも

のは出来ない、だから販賣人はこの間に立つて、技術者を上手に使つて、客に満足のゆく商品を作るだけの腕がなければいけない。そのためには、その製作に對する知識を十分に持つはもちろん、技術者の氣分、仕事をよく飲みこんで客に接することである。

四、客の家庭へ職人を伴つて行く場合の注意。

外交員が上品であらねばならぬと同様に、商品を届けたり、あるひは室内裝飾などにつれて行く職人も上品でなければならぬ。この職人の下品、無作法のために出入り差止めになる例は決して少なくない。

五、販賣終了後の注意。

一度商品を納めた家庭へは、時々訪問して納めた品物の使ひ心地、くるひ等を尋ね、雑談のうち他の商品の話をして、その注文をとるやうにすることは賢いことで、特に季節變りにはこの必要があり、一寸した修繕は、喜んで手を下さやうにして、なるだけ客に親しむやうにすべきである。

際物の販賣に就て

三月の雛人形、五月の人形、暮の羽子板などのいはゆる際物は、百貨店や市中の主なる大商店では、この不景氣をよそに年々その賣れ行きを増してゐるにかゝはらず、一般中小の際物屋では、年々その數を減じつゝある傾向にある。これは一般商店として大いに考へなければならぬことである。

これを一言にしていへば、新しい商賣のやり方と、古い商賣のやり方との相違だと考へられる。今日普通の商賣において『掛引』『値引』或は『儲けられるだけ儲ける』といつたいはゆる古い商人のやり方は、必ずその店の衰亡を來すことは余りに明白すぎる。この際物においては、まだまだこれを當然のこととして平氣でやつてゐる店が少なくないやうである。

百貨店では、早くから正札主義に徹底して、決して値引きしない。もちろん際物だけに普通商

品よりはるかに利益率も多く、間際になつて正札では値引きもするが、客の値切るのに對しては決して引かない……市中の主なる商店、或は少し考へた商店でもこのやはり正札を嚴守するやうになつたから、かうした向きの店は年年繁昌してゐるやうである。

繁昌してゐない商店では、未だに昔そのまゝに、頭から際物として高く吹きかけ、たとひ正札は附いてゐるにしても、平氣で値引し、客の顔を見て賣るといつたやり方である。これでは現代の人は不安で買物が出來ないから、賣れないのは當然である。

もつとも客の方でも際物は値切るものと、頭からきめてかゝるので困つたものだが……こゝは一つ頑張らなければ、いつまでも、それから脱することは出來ない。もつとも際物であるから、間際になつたら値引して、賣はたく必要はあるが、その場合は正札で値引すべきである。

要するにこの際物屋も、普通の商賣と同様に掛値、掛引なしに行かなければ今後は決して繁昌しないであらう。

酒屋ははかり賣が生命

昨今の景氣ではどの商賣も同様に困つてゐるが、特に酒屋などはそれが甚だしい。それは他の商賣に比してかなり貸倒れが多い上に、更に最近の傾向として酒の計り賣りがとんと駄目で、これに代つて瓶詰ものが、どんどん賣れるやうになつたからである。

一體酒屋さんの生命とするところは、この酒の計り賣りである。その店の良い悪いは、實にこれによつて決定されるもので、自店を特長づける酒の風味、色澤、香りはその店の手腕によるものである。

もとより利益も瓶詰物よりははるかに多い。ところがこの生命とする計り賣りの出が、少なくなつて、きまりもの、瓶詰の出が多くなつたのでは、その賣れ高にはたいした變りはないにしても、儲けの點で少ないのは當然である。従來は瓶詰などは計り賣りの一二割方しか出かつたものだが、昨今では大體どの店も半々で甚だしい店になると、瓶詰の方が多く出るところさへある。

かうなつたのには、瓶詰製造元の賣り上手の關係もあるが、各店の計り賣りに對する不忠實さが、大にあるやうである。

そこで賣れる商品は、賣れる商品として、ますく努力するはもちろんであるが、かうして賣れなくなつた計り賣り、そしてそれが生命であるところの計り賣りに對して、研究を重ねるところに今後の酒屋さんとしての生きる道がありはしまいか。

瓶詰ならば必ずして酒屋さんの手をわすらはす要はなく、百貨店でもその他、酒に素人のだれでもが賣れるものであるから、これが賣れるからと、いゝ氣になつてゐたら將來大變なことになるはしまいか。

そこで酒商として、この計り賣りに對して最も必要な條件は、よい酒を安くといふよりも、最も客の趣向に適する酒を、如何に安く正確に提供するかといふことである。客の趣向に適するためには客の趣向を充分知つて、それに従つてその仕入れを行はなければならぬ。

それには酒に對する鑑別の手腕が必要である。このことは單に店主のみならず、直接御用聞きに廻る、店員にも必要なことで、これによつて客の趣向に合ふ酒が比較的安く賣ることが出來たら『あの店は酒がよくて安い』といふことになる。かうなると高い酒が必ずしも趣向に合ふとは限らないから、そこに意外な利益も生れるわけである。

上手な罐詰の賣方

かんづめ類は一寸考へて見ると、その販賣取扱が非常に簡單のやうに思はれるところから、いろいろな商賣でこれを取扱つてゐるが、反つて非常にむづかしいものである。

第一に人の食物に對する嗜好は、時代と共に變遷し、しかもその味に對して非常に鋭敏であるから、これに適合する品質を選択しなければならぬ。

第二に人の味に對する感覺は、十人十色であるから、多くの人々の嗜好に適する商品を選ばずには相當の研究を要する。

第三に最近の傾向としてポイルものよりも、調理したものが一般に好まれる關係から、この新しい商品乃至は改良されたものが、どんどん發賣される。従つて常にこれを注意して自店の客の

口に合ふものを仕入れなければならぬ。

要するに商品に對する知識を充分に持つことか必要で、この内容を検査するに當つては

第一、原料がよいか悪いか。

第二、調味が自店の顧客に合つてゐるかどうか。

第三、かんづめ技術が完全であるかどうか。

以上の三點を充分検査して仕入れることである。なほこの他の問屋の信用程度、製造工場の設備如何も充分調査する必要がある。

またこれを販賣するに際しては、前にもいつたやうに客の味に對する嗜好は、十人十色であるから、各種類の中からその人々の口に合ふものを、選擇するはもちろん、家庭で使用する人に對してはそのこのみによつて多少味を加へて、一層よく好みに合ふやうに注意をあたへることも必要で、そのためには店員に對して、よくその味を味はせて、充分これに對する知識を養成しておくことである。

何にしても客の口に合ふものを賣れば、あの店のものはうまいといふことになるから自店の顧客の嗜好と、問屋製造元の各種類の商品の味とを、充分研究してかゝれば、必ず多くの客を迎へて、數多くの商品をこなすことが出来る。

特に最近はこのかんづめの需要増加の傾向を示してゐるから、この際一般に努力をして、自店の信用を賣るにはもつて來いの時である。

検査證利用で一儲け

サイダーの需要は年々増加の傾向を示してゐる。需要増加必然の結果として、その種類も年々多きを加へて、今日ではざつと千種に達してゐる。東京を中心とする東京清涼飲料水同業組合管内だけでも、五百種は下らぬ程で、一軒の製造元で五種も六種も、種類の異つたものを出してゐる。

そしてそれらの味はその製造元によつて、それく多少づゝ違つてゐる。もちろん仕入れ値段も多少づつの開きがある。

これを直接消費者に賣捌いてゐるのは、多く酒屋や飲食店であるが、どれもこれらはサイダーを専門に販賣してゐるのではないから、單に『賣れるからおく』程度で詳細に亙つては、あまり研究をしてゐないやうであるが、少くも自店で取扱つてゐる商品については、その販賣高の多少を問はず、今少し研究の要がある。酒問屋から仕入れるサイダーは、一流會社の製品であつて、その品質に不同がないので、安心して販賣することが出来る。

また二三流會社製品の中にもかなり品質のよいもので、しかも儲けの多いものがあるから、かうしたものの、中から自店の客の趣好を考へて、選擇することは賢い方法である。それには先づ製品に對する鑑別力、製造元の資力設備の研究が必要である。

これはある問屋の話であるが、三流製造元の寒中の製品全部を現金で安く仕入れ、相當の利を得たとか、一體一二流の會社は殆んど製氷器を持つてゐるので、季節には關係がないが、三流會社は多く製氷器を持つてゐないので、寒中以外の製品はあまり感心出来ない。そこで寒中のを仕入れたわけである。これは相當の資金のねることであるから、どの店でも出来ない相談かも知れないが、相當はける店ならば試みて面白いことである。

或はまたこの組合では、昨年あたりから検査制度を設けて、検査證を製品に貼付することにしてゐるから、この試験済の製品中から、利の多いものを掘出し『検査證』を利用して賣上手を試みることも一方法である。

靴屋さんの考へどころ

『機械縫ひなんかはけるものか』と賣り手も客もてんで問題にしなかつた機械製靴も、震災後すばらしい勢ひでその進出を見せて來た。今日ではその店によつて、多少の相違があるにしても、その賣高は大體手縫ひと半々と見て、たいした間違ひはない。

一ころは手縫ひを専門にやつてゐる靴屋が、この機械製に押されて、随分ごたくも起したものである。が何とさわいでも大勢は如何ともすることは出來ず、今では高い工賃のかゝる手縫ひで、こつこつやるよりは、一定の利益のある機械製が、氣樂でよいとあつて、どこの店もすゝんでおくやうになつた。

時代は大量的、實用的のものを欲してゐる。工賃の高い職工を置くよりは、販賣専門で大々的にやつた方が、即ち大量生産に對する大量販賣で……と氣の早い靴屋は、機械裁縫専門にすぐこの方の準備をし研究をして、役所會社などへ月賦販賣で食ひ込んで居るものも少くない。この研究において最も難關とするところは、人おのく好みがあり、流行を欲するもので、常に新しい型、變つた形を要求する。そこは注文による手縫ひであれば、要求通りに出来るが、機械はさうはゆかない。

大體その傾向のものを作ることには出来るが、何にしても大量的に作るのである。一足づゝ違つたものを作るわけには行かない。アメリカあたりでは、年一回ないし二回新流行型として、新しいものを賣り出してゐる。

日本ではまだそれほどにすゝんではゐない。それから實用的だといつても、かなりサイズが多くなるので、ストツクに苦められる。そこで一般商店としては、時代の要求する一般的の實用的の機械製を、取扱ふことは、もちろん必要であるが、手縫ひをやるのだつたら、常に細かいところに留意して、その人の趣向にびつたり適するものを作り、新しい流行型を迅速に賣り出し、機械製の缺點とするところをねらつて進むところにその生命がある。

必ず賣れる靴屋の虎の巻

『これなら必ず賣れる』といふ、或靴屋の商賣虎の巻。

靴のうちで最も金額の張るのは旅行用の靴、そこでこの靴屋は海外へ旅行する人の住所とその目的、期間、場所を調べて（これを専門に調査し通信する通信社がある。また各汽船會社でもわかる）そしてその人達に向つて、豫め手紙を出しておいて、注文を取りに行くのであるが、その旅行者の身分はもとより、旅行の目的、場所にびつたりと合ふやうな商品の見本を持つて行くのである。例へば役所から出張を命ぜられる官吏とか、實業家の商工業視察とか、一定の場所へ留學する人、或はアメリカへ旅行する人、歐洲方面へ旅行する人、滿洲南洋方面へ旅行する人といふやうにこれ等の人々にそれぞれ向くやうな見本を持つて行くのである。そしてそのそれぞれの場合の説明をするのであるが、その説明が虎の巻中の虎の巻で、何等根據の無い出鱈目の説

明ではいけない。この説明は必ず知名の士の實驗談を持つて行くことで、

『外務省の××局長さんが××へ旅行なさいました時にこの鞆をお願ひいたしました。その時にこの鞆がかうなつてゐる點が、かういふ便利がありました。その時、此處がかうなつてゐましたのでかういふ場合に、大變不便をお感じになりましたさうで、それでこゝはかういふ風に改良いたしました。』

等その旅行者の實際に使用した經驗談を加へて説明する。この場合實驗者は、常に旅行する知名の人、若しくは非常に知名の人であることが必要である。もちろんその説明がその旅行者に、ぴつたりと合つてゐるのだからね。實業家に賣るのに官吏の視察の例であつてはならない。従つてこの説明材料を得るためには、自分で買つてくれた人が旅行から歸つたら『如何で御座います』と早速訪問してその材料を豊富にしておく必要がある。これは一面、販賣にも必要なことであると同時に、前の客にも必ずよい感じを與へることになる。

大阪で高級な鞆が賣れ出した話

鞆 洋傘、中形などといふものは關東では上物が出來、そして上物が賣れるが、關西では安物が出來て安物しか賣れないと昔から相場がきまつてゐる。それを客も當然だと心得てゐるし、商人もまたさうでなければならぬと考へてゐた。

『他のものとはかく、この鞆だけは大阪でも、いはゆる大阪向の安物ではこまる。これは實用的に持つものであるから、どうしても親切な仕立てものでなければ……少々ぐらゐ高くなつても……』と考へてこゝ四五年前から、特に實用的に、便利に、親切に仕立てた東京向の高級品を大阪に送つてゐた。

ところが初めは何といつても値段が高いので手出しをするものもなかつた。で『鞆は少々位高くても品がかたくなくては……』と宣傳もし直接説明もしたがどうも思はしく行かない。ある小賣店などは『とても駄目だ』と觀念して商品を送り返して來たくらゐであつたが、今一

息と一生懸命に宣傳し、説明を續けて來た。つひにこゝ二年ほど前から、どしどし賣れ初めてこの不景氣に品物が間に合はないといつた有様である。もちろんいくら賣れるといつても、大阪ではその一部分の客であらうが、ともかく安物しか賣れなかつた土地に、高級品を賣り込んだことは面白い。

今ではこれを賣つてゐる二三の商店などは、これではなければ賣れない有様となつた。

これは交通の便利な關係から、相反するかうした兩者の氣質が接近して來たこともあらうし、東京の人が大阪へ行く數も、だん／＼多くなつたことにもよらうが、一面にはちやうど兩側に積重ね式のショウインドーの並んでゐる中に、たつた一軒あつさりとした印象的なショウインドーがある、特に目立つと同様に、何事もその土地に順應することも一つの方法だが、それと反對に逆行することもまた一つの方法であるといふこと物語つてゐるのである。

賣れ出した品に着眼して

贈答品の履物はといへば、女中の下ばきとか、その他の使用人向きか子供向の六、七十錢から一圓止りの安下駄に限られてゐるが、最近では時代も變つて女店員女事務員が多くなつた關係かういふ女向きの履物——値段も二三圓程度のものが非常によく出ようになつた。わけても二三圓程度のキルク草履の賣れ行きはすばらしいもので、一二足の小口のものもあるが、十足、十五足といつた大口のものもかなりあると聞きては、履物屋さんたるものこの點大に注意すべきである。

由來どの商品も時代と共に、その動きの方向は變つて行くもので、これに早く着眼してその動きをはつきりとつかみ、迅速に立ちまわる所に眞に賣上手があるといへる。かうした向の履物も贈答品として折角需要のついたものであるから、これを逃さずその陳列に裝飾に販賣に、さては宣傳に全力を盡すことが何よりも大切である。そこでこの陳列裝飾において女店員や女事務員の趣向にびつたりと合ふもの、このごろの言葉でいふなら、すてきにモダン……そして贈る側に都合のよい値ごろのものを選擇したり、製造したり、又これを上手に陳列することも必要な一つで

ある。シヨーウインドーを値段別に、年齢別に手際よく飾り「女店員や女事務員に最も喜ばれるお中元」といふ意味をよく表明するのもよいし、さうした内容のピラを作り、それに二三の見本品の寫真でも入れて、チラシとするなり宛名廣告にすれば面白い。それから數種の見本を持つて數名以上の女店員女事務員を使用してゐる商店會社等へこの注文取りに廻るも有効なことである。

新商賣トラック販賣

どんなところにどんな金儲けが、ころがつてゐるかわからない。それをうまく見付け出すところに商賣の面白さがある。これを見付け出した新商賣「トラック販賣」を一つ紹介。

「トラック販賣」といつたところで、あの大きいトラックを賣つて歩く商賣ではない。それはトラックを使つて商賣するといふ意味なのである、これをやつたのはある八百屋だ。其方法といふのはかうである。

「ビー」とけたましく工場の汽笛の鳴る日暮れ方、この汽笛を合圖に、八百屋ものを山と積んだトラックで、この工場の門前へかけつけるのである。そして「さあいらつしやい、安い、安い、大安賣りだ……」とばかりに急造トラック店舗を張るといふわけである。賣れること賣れること五六百人もある大工場だつたら一時間もたないうちに、トラック一ぱい位賣りつくしてしまふといふのである。

普通の八百屋で堂々と店舗を張つてゐながら、一日かゝつても賣れない程の品物を、一時間もかゝらないで賣つてしまふといふのであるから、豪勢なものである。何んにしても労働者相手だ。金額のかさむものは賣れない。もちろん問屋の二流品、それでも五六十圓から多い日には百圓の賣上げがあるといふのであるからたとひ薄利にしてもうまいものである。

ある日、賣り終つたこの八百屋さんトラックの店を片附けながら……
 「安いものに限ります。毎日では駄目です。三日目か四日目にやります。一口五錢から十錢、廿錢、多い人で卅錢です。いやまだ二月程前に始めたばかりです。今五ヶ所の工場へ行つてゐます。入るのにですか、そこがこつなんですか」とその入るこつとはかうである。

先づこの工場の職工長なり、組長に面會してうまく頼み込む。そして五錢券の回数券一冊一圓のを、この職工長なり組長なりに賣つて貰ふのである。もとよりこれには手数料として一割は出す。そして勘定は月末拂ひである。でこれを買つた人達は、この回数券で買ふことになるわけである。一割の手数料といへば、一寸高いやうだが、かうした工場の消費組合へ入つたと思へば何んでもない。それに消費組合などへ入るのには、入るまでに相當の金がかかる。それが之であれば、初めから一割手数料契約だから、その點は樂だ。

この他日用品や一寸した雜貨品も同じくこの方法で出来ると思ふ。

下駄の齒入で日に百圓以上

下駄の齒入で一日百二十圓の賣上げがあるといつたら、大抵の人は事實を疑ふであらうが、實際芝區南佐久間町に存在してゐるのである。

つたら、一流商店そつちのけである。不景氣不景氣といふ中にかういふほろい儲けの出来る商賣があるのだから、全く商賣はやり方一つであるといふもの。

さてそのやり方といふのはかうである——元官吏であつた齒入れやの井上某といつて、はじめ何か小資本で出来る商賣は……と考へた揚句正にこの商賣ならきつとうまく行くと決心した。

といつて自分自身には齒を入れることが出来ないので、車を曳いて町々を歩くわけには行かない。そこで一人の職人を置き、數名の子供外交員(御用間)をおいたのである。その外交員には外交員としての教育をみっちりやつた。それは「今日は……」の發音から教へ込んだものである。そしてこの子供外交員におの／＼の受持區域を定め、一定の時間までにその區域の御用を聞いて巡らせ、特定の場所であつてゐると主人が集めに來てこれを職人に渡すといふのである。大體これを正午までに終つて、午後にはこの齒を入れ、夕方これが出來上ると、また主人はその子供たちの受持區域の定められた場所へ、時間通りに届ると、子供たちはそれを各顧客に届るといつた段取である。

でこの子供たちの給料は月二圓それに一口二錢の歩合がつく。かくして現在では卅人の子供外

交員と四人の職人をおき、その顧客範圍は芝區全體と麴町區のほとんどで、近く麴町區は全體まわることになつてゐる。これでこの一日の上り高が百二十圓を下らぬといふのである。

「仕事を安く親切に……といふこともありますが、組織的に外交員をおき、その外交員をよく教育した點に、今日の成功があります。子供のことでですから教へ込むのは、なか／＼大變です」今日は……」から「有難う御座います」まで十回も廿回も、いはして見ます。だが二度教へると又正直なもので、その通りやります。今度は漸次この外交員も増し、そのまはる範圍も段々擴張して、將來は一つの會社組織にして全市をまはらせる考へです。」

とに角この井上氏の考へは面白い。

賣上年十萬圓の米屋

市内十二ヶ所の公設市場で最も賣上高の多いといはれてゐる駕籠町のある米屋の話である。一ヶ年の賣上げ實に十萬圓を突破——どうして左様に賣れるかその繁榮理由は次の様に『現金賣と』『品物を一定すること』『店員を大切に』であつた。

第一 現金賣りを嚴守したこと。一體公設市場は現金主義であるが、米だけは必ずしもさうばかりは行かず、貸賣りをしてゐる店も少なくないが、この店は初めから、現金賣りを嚴守したのである。しかしその當時はかなり苦しいこともあり、客からも文句が出たが、どこまでもそれをこらへ、ある時などは『貸せ』『貸さない』の押問答から一旦米櫃に入れたものまで、持ち歸へつたといふこともあつた位であつた。それが今日では結局喜ばれてゐる。現金賣りであるところから、現金仕入れが出来、従つて安く仕入れ、安く賣ることが出来る。その上に貸倒れ貸金の固定が絶対でないことは當然の結果となつたのである。

第二 品質をよくして品を絶対に變へないこと、それは毎年十一月には、全國の新米を家族一同で試食して最も品質のよいものを選び、それを一年間通じて賣る。つまり一たん定めた米は、値段の相違、その他の理由で絶対に變へないといふのである。でこの主人の言葉を借りていへば『客から一たん信用されると、なか／＼動かぬ代りに、一度でも悪かつたら信用回復までには非常に困難です』といふのだ。これは特性の明かでない商品としては、最も味ふべき言葉で

ある。

第三 店員を大切にすること。店員は店主の片腕であるから、決して丁稚とか、小僧とかといった扱ひ方をしない。そして店員と親しきみをつけるのみならず、その家庭とも親しむやうにしてゐる。

つまり現金賣りは一般商店として望むところではあるが、容易に出来ないことだ。これに徹底しなければ現在の苦しみからはいつでも脱せられなからう。

第二の品質については、今時信用のある店は、悪意に品質を落とすやうなことはあるまいが、それでも値段關係でしなないとも限らないし、少なくとも客は常に品質を落とすはせぬかと、疑ひをもつて見てゐるから、悪意でなくも品を變へる時には、余程注意すべきである。店員の待遇については今更いふまでもないことである。

正確樹、正確の儲

『ある酒店の打明け話である。』

私の店は値の高いことが自慢である。と同時に常に味のよいものを吟味して出している。はかりも正確である。はかりをたつぷりすることは要するに、酒を延ばし味を落とすことになる。はかりの正確なところは、私の店は橋のたもとにあるだけに、コップ酒が相當に出る。コップを買ふのに少々金を出しても、容積の等しいものを厳選して買ふ。それでも多少の相違があるとコップをすりへらして貰つて、一勺も違ひのないやうにする。一勺ばかりといふ人があるが、一ぱいに一勺づゝ多くても何百ばいのうちには、何升になるかも知れないではないか。又酒香の方もはその一勺に愛着を持つのである。

従つて私の店は一割五分かければ正確に一割五分儲かる。永い間には何といつても値段よりも味が勝つ。はかりが正確なら、安くして引合ふ。私は飲食店へは決して賣込みをしない。永年納めて確實な店は別だが、……普通の酒屋が喰はれて失敗するのは皆飲食店である。震災後それが甚だしい。私の店がかつて吉原を中心とし、浅草方面で随分ながい經驗をしてゐるので、よく知つてゐる。一軒の飲食店に倒されるなら廿軒の素人衆に倒された方がまだよい。

しかしこの方が商賣はしやすいので、この経験のない人は一度はやられる。私は御用聞きや新顧客賣込みよりは、來店し、くれる客に重きをおく。御用聞きは随分経費のかゝる上に拂ひも月末で、中には倒れも出来るが、來店した客は経費はかゝらない上に現金である。従つてよいものが薄利で賣れる。初めは一寸苦しいが、時が來ればそれが信用となり、店賣りが繁昌することは確である。

小賣としてコツプ酒は、馬鹿にならないもので、これも店賣りと同様、現金であるから有難い客である。特に私どもでは、川ばたであるから常客もかなりある。けれども決して貸さないし、前に云つたやうに、はかりも正確であるから、そろばん通り儲かる。時には『今日はぜになしでいくらでも飲んでくれ、おやぢがおどるから』と無料で飲ます。これが又とても喜ばれる。

同様に貸賣りでも、正確に拂つてくれる顧客は、年末に問屋からの割戻しのあつただけは、正直に割戻すことにしてゐる。それは平日そろばん通り儲けてゐるから、それ以上儲けては悪いと思つて、これは決してサービスだと思つてゐない。

も喜ばれてゐる。それは客が動かないで、古い客のあることゝ、新しい客が一時には出来ないが、ぼつぼつ出来ることでわかる。

新しい家に「紹介附御用聞き」

郊外へ移轉する——とこの一軒の移住者を目がけて、御用聞き商人の顧客争奪戦は大變である。少なくとも同一商人が、五人や六人は賣込み 來る。商人に見れば新顧客を作る最もいゝチャンスであるから、これは非常に大切な仕事であるにちがひない。

この大切なチャンスであるにもかゝらず、その賣込み口上はほとんど同じである。『今日は、△△屋で御座います。せいゝ勉強いたしますから、おためしに何かとつて見て下さい。決して他に負けないつもりで御座いますから』

どの御用聞きもどの御用聞きも皆んな申合せた様な熱のない棒讀み式の口上である。外に何かよい方法はないかと考へてゐるが、この中に一寸變つた酒屋の御用聞き(勿論店主ではあるが)あつた。

「私は××屋で御座いますが、あちらにお出での節、永らく御ひいきにあづかりました〇〇屋の知合で御座いますから、どうぞよろしく、〇〇屋から紹介状も頂きましたから……」

その紹介状には「永らく御ひいきにあづかりまして有難う御座いました、(略)××屋は舊い私の知合ひで、充分信用のおけるもので御座いますから、手前共同様よろしく御引立を願ひます。せいぜい勉強いたすやう。私からも申しておきますから……」とある。

引越したばかりでは、その土地の事情もわからない。それにかうした紹介状があれば先づ安心して買へる。特に洗濯屋など相當の品物を渡す場合には、なほ更である。考へたやり方である。

モダン炭屋「燃料百貨店」

文化燃料の急速な進出と、生産地の直接販賣組合の廉賣、並に生産品の規格不統一などから木炭商の経営難は最近益々深刻化し、問屋にしても小賣屋にしても木炭だけを取扱つたのでは食つて行けないとの聲がひどくなつて來た。

殊に木炭の一般小賣屋は需要減で苦しまねばならぬ。一方酒屋その他の食料品店が、木炭を取扱ふ傾向にも押されて、木炭事業者の數もぐんぐん減少しつゝある有様である。

そこでこの苦境を切り抜けて、木炭商の尖端を行かうと考へる炭屋が現はれて來た。京橋のある木炭小賣店がそれである。で先づ名前を燃料百貨店と名付け、木炭の他に各種の文化燃料と瓦斯、電熱等による燃料器具、家庭金物類の取扱ひを初めたのである。

この店がさうした方針變へをしたのは、昨年十一月からで煉炭及びストーブ等の取扱ひから、漸次擴張してすべての燃料器具までを置くことにし、最近いよいよ宣傳に力を入れられるまでになつたとの事である。

「時勢の推移に従ひ、昔の炭屋が現在燃料百貨店と改稱して、あらゆる燃料に關聯した器具や、雜貨類を販賣致すことになりました。商品はいづれも産地や生産者直接に仕入れまして、平素の持論である「生産者より消費者へ」の極めて、忠實な運送屋として活躍しようといふ次第であります」これがこの店のスローガンであり心意氣である。

目下の取扱ひ品目は瓦斯器具、木炭附屬具、家庭用土器、ニューム製品、金物類、煉炭器具等

であるが、さうした器具類は一日一日と新しいものが生れてくるので、なるべくさうした新しい便利な器具を置く事とし、これを一々カタログに入れて配布する。
 販賣は今の所店賣りよりも、御用聞きの方法を採つてゐるが、これは従來木炭を賣つてゐた得意を利用し、店の近所だけを三人の店員で毎日一回必ず訪問させるのである。

ついでにカタログに書いた『燃料と器具 賣る店』の一部を紹介すると、次の通りである。
 弊店販賣部員は毎日御用伺ひに巡回いたしますから、御入用の品がありましたら、先づ見本の御覽を願ひます。大百貨店を始め確實な商店の切手なら、現金同様に御取扱ひ申上げますから、筆筒の底に入れて置かないで、どしどし御活用をおすゝめ申します。良品廉價は當店のモットーで『買ふ人の氣になつて賣出せ』とは當店主の常習語であります。百の説明よりも只一の實驗を：商品價格の變動は時々お知らせ申上げます。

今ではこのカタログだけで宣傳してゐるが、遠からずこの店の商報を發行して、廣く配布する豫定であるといふ。

とにかく炭屋さんとして、現在の行詰りを打開せんとする第一線に立つやうである。殊にかうすれば夏場の閑散期をも、有効に出来るわけで木炭だけで、こぼしてゐるよりは、はるかに賢明な進出ぶりであると同時に、この種の店が果して成功するものであるか、どうか業界からも注目される焦點である。

店の値段は高くはない

何といつても、他の店より値段の高いものを賣ることは大禁物とあつて、ある洋品屋では、値段は仕入の如何にかゝらず すべて市價を標準とする。

もし客が來て高いといへば、何處の店でいつ頃買つたかを尋ねてから、直ちに店員をやるか、自分自身で出かけて行つて、ほんとうに安いかどうかを調査する。その上で自店 品が高いとなれば、すぐに値段を引下げて、市價並にした上で、問屋に交渉する。

又その品が違つた問屋からの手に入つたものない、その問屋へも聞き合はせて確め、それから自店取引の問屋に相談するといつた方法をとつてゐる。

取引問屋とは日常しつかりとむすびついでる關係から、たいていの事は聞いてくれるし、先方でも競争上まけてもくれるのである。かうしてあくまで市價を標準として、値段をきめて行くのであるが、その上に日曜日には、教會へ行く弟にいひつけて神田あたりの洋品店をすつと見學させ、窓の飾方と値段、自店との比較研究をさせ、木曜日には新宿から人形町にかけてシヨウインドを見て歩いて、いろいろ研究の結果、金曜日に自店の窓を取替る。

見て来た市價を参考として、自店の値段を決定する。かうして絶えず歩いて、他店との比較研究をすれば、その間には必ず何等かの發見があつて、店そのもの、改善に役立たせるばかりでなく、商品や値段について自信を以て客に接することが出来るわけである。

一例をいへば、ダース三十六圓の靴下を窓に出して、決して高くないと思つてゐると、ある機會から、それと同じ靴下が、他店で二十八圓で賣つてゐるのを發見した。餘りのことに驚いて、安い店について取引問屋を聞き、教へられた問屋に聞き合はすと、やはり二十八圓といふことがわかつた。

そこで初めてそのまゝ二十八圓に下げてしまつた。勿論店としては二十八圓で賣れるはずなの
い品であつたが、思ひきつて下げてから、今度は問屋に交渉し、つひに二十八圓までに負けさせ
たといふ話である。

何しろ店としての主力商品の値段が、他店より高いといふことは、商人として最も氣をつけ
ねばならぬところ、この洋品店の如く、絶えず努力し、絶えず研究して自店を有利に導くこと、
今後の小賣商店が着目せねばならぬ重要問題といつていゝだらう。

能率を擧げた店員の配置

店員の賣上能率を上げようと、ある果物店が試みた面白い方法である。

従來この店は五人の店員を漫然と店に出して置いたに過ぎ無かつたのであるが、それを今度は、
一々その受持ちを定め、

△果物だけを賣るもの△青物を賣るもの△買物客全體の應接係△配達係△陳列係
といふ風に分けそれ／＼の持場々々と、その責任の所在とを明瞭にしたのである。

ところがこの試みが自然店員の競争心を刺戟する様になり、各店員は懸命となつて研究的態度をとるやうになつたものであるから、試みたその日からめつきり能率が上つて來たといふのである。

個人商店としては一朝一夕に出來ないことでもあり、どの商賣でもよいといふことはいへないかも知れないが、少くとも各店員の仕事と責任は、はつきりとしておきたいものである。

開店當時の一步でこの繁昌

郊外のある薬局では、開店以來まだ三年にしかならないのであるが、附近ではとにかく安く賣る店として非常に有名であり、従つて他の薬局を壓倒して客足を引いてゐる。

どこにその秘訣があるのかと行つて見ると、店といつては市内にあるような整つたものでもなく、店頭いっぱい商品ならべ非常にごたくした感じのする店である。

如何にも郊外らしい店構へでもあり、取扱ひ商品も荒物と化粧品それに薬といった工合に、何

でも盛り澤山である。ところがこゝにしばらく立つて居ると客は後からこゝやつて來て、その接客の忙しいこと、ろくろく話も出來ないほどである。

『格別話すほどのこともありませんが、たゞ附近が比較的下層の人々ですから、何でも安くなくてはなりません。それに買物といつても、實に細かいのですから、忙しい割合に能率は上りません。けれども細かいだけに、こちらでは一層氣持よく取扱ひますので、客足は益々増加して來るやうです』と語つてゐる。

現在では一日百圓の賣上は下らないらしい。今では格別宣傳もせず、景品などもつけないとの事だが、最初店を出した頃は、月二回位のチンドン屋を廻らせて、ピラなどで盛んに宣傳した。そして化粧品では極力安賣方針に出て、品によつては損をしてまで賣り、その代りを薬で埋め合はせるといつた商策だつた。これが當つたせいとかにかく付近の評判は大變で『安い店』として、誰もが認めてゐるらしい。こゝまで客をして信ぜしめた點は、たしかに最初の出方が、よかつた結果であらう。特に郊外などではほんの少しでも、安ければ、直ちに宣傳されることゝなる。

菓子店は先づ子供を射よ

進んだ商店なら買手が誰であらうと、賣る品物に甲乙のあるべきはずはない。ところが店によつては、未だに差別をつけたがる傾向がある。それは主として子供が買ひに来た場合で、子供なら品物に對する鑑別力がないといふ點につけ込んで、なるべく賣れさうもないものだとか少し悪くなつたものだとか、或は食物屋など日の經つた品などを賣りたがる向きの店が、よくあるが、これほど間違つた商策はない。

郊外のある菓子屋では、その點に最も注意して、子供客には特別の取扱ひをしてゐる。即ち品物の品質と値段に、甲乙をつけないことはもちろん、子供の方でどの菓子を買はふかと、迷つてゐるような場合はなるべく、甘いそして安い菓子を選定して渡すのである。

この店が子供に特別に注目するようになったについては、一つの挿話がある。それは以前神戸で店を出してゐた時分のこと、すぐ近所の菓子屋と、猛烈な競争をした。相手の菓子屋は店も大

きいし、古くからやつてゐたので、初めのほどは競争をするにも、非常な苦痛であつた。

ところがふとしたことから、この菓子屋は子供の客に冷淡であるとの聲を耳にしたので、早速そこにつけ入り、特に子供客の吸収に、全力を傾注して見たのである。風船、小旗、人形などを出したり、子供用のパンを賣つたり、むしろこちらかすんで子供の機嫌をとり出した。するとこれが大當り、小學校でそれからそれへと宣傳され、延いてはそれが親たちを動かすといつたわけだ、間もなくぐんぐん客足を引いて、終に競争は完全に勝利を得たといふ話である。

かうした經驗をして來た店だけに東京の郊外へ引越して來ても、相變らず子供から家庭へと食ひ込んでゐる結果、開店後まだ三月にしかならないのに、附近からの客足は日増しに増加しつゝあるとの事。

『子供だと思つて馬鹿にすると、それこそとんだ目に合ひますよ。殊に東京の子供は、味覺が鋭いようですから、よくいろ／＼な事を聞きます。面倒臭い點はありませんが、眞の商賣は、その面倒を面倒と思はない所から出發しなければなりません』

『有難う』の使ひ方四ヶ條

客を永遠に自店にひきつけるといふ主旨からある洋品店で試みるる客扱ひについてこゝに紹介しよう。この店では特に客が店を出て行く瞬間を最も重視してゐる。それは来店した客が、いゝ氣持で出て行くか、それともいやな氣を残して出て行くか、そこにねらひの重點を置くのである。

常に良い品を安く賣る。これが第一條件たるはいふまでもないが、特に注意するのは、費用のかゝらぬ口でのサービスである。来店してくれる客には、買物をするしないのに拘らず、絶えず感謝の心持を持つてゐなければならぬ。その心持から極自然的に出る『ありがとうございました』の言葉を適當に使用せねばならぬといふのである。

そこで此洋品店では次の様に『ありがとう』の使ひ方を規定してある。

一、普通買物をして歸つて行く客には『ありがとうございました』と一度いふこと。



二、單なるひやかし客には二度いふこと。

三、品物を返して來たり取かへに來た客には三度いふこと。

四、店に對し何か苦情なり小言を持つて來た客には四度いふこと。

もちろんこれを適當に使用するか否かは別問題で、時と場合により、多少異つたいひ方をしなければならぬが、要は直接店の利益にならぬ客に對しても、普通以上に丁寧であり親切であり、感謝の心持を現さねばならぬといふ意思に外ならぬ。どうせ口でいひさへすればよいサービスである。不自然であつてはならぬが、心から出た言葉なら、いひ過ぎることもあるまい。客が店を出て行く瞬間を、ねらふ所もつともなふことである。

富山式に『家庭常備薬』を

今でこそたいして問題にもされてゐないが、その昔の富山の薬屋さんの勢力は非常なものであつた。野の果て、山の果て、文字通りの山間僻地にまで、すつかりと敷いた販賣網、全く敬服の

外はない。一面に又それだけ客の心理をしつかりと掴だものといへる。

現在では都會の人々からは殆んど問題にされてゐないが、まだ、地方には相當の勢力があり、殊に最近、滿鮮、支那、南洋方面にはどん／＼出てゐるといふ話

そこで考へられることは、普通の藥屋さんでこの販賣方法に改良を加へて、行つて見たらどうかと思ふのである。最近一般の藥屋は、各店の競争が甚だしく賣價協定もなか／＼骨が折れて、四苦八苦の體であるから、その打開策としても面白い方法であると考へられる。即ちその方法といふのは大體は富山式であるが

第一 改良すべき點は、その内容で、藥そのものについて富山式のそれではなく、現在最も一般的に多く賣れる藥にし、又簡単な衛生材料もそれに加へることも、新味があつて面白いと思ふ。またその藥も一般的の賣藥でも悪くはないが、自製品ならばそこに特長があつて更によい。

第二 その容器で、あの紙袋ではあまり上品といへないから、一寸小奇麗な箱にして、それを『家庭常備藥』といった名稱にして、茶棚の上においても、あまり體裁の悪くないやうなものにするのである。それはあまり奥の方へしまひこまれないためにである。

第三 その効能書には外に『家庭衛生』とか『病氣の手當と豫防法』とかを詳記したパンフレットにして、それに各々の藥の使用法、効能などを上手に記入しておくやうにする。

第四 その集金方法としては、毎月一回位廻つて使用した藥を、入替へると同時に、使つただけの代金を取るやうにする。この場合出来ることなら、全部新しい藥と取換へてしまへば理想的である。

第五 これらのサービスとして一寸高價な醫療器具、衛生用具など、要求によつて無料（止むを得ないものは有料）で貸すなども面白いものである。

つまり舊式の富山の藥に對して、現代人に最も向くやうに、科學的、合理的方法でやればいゝわけである。これは市中でも悪くはないと思ふが、特にそれが郊外地であれば、一層効果あるものであると思ふ。この際相當の資金もあることだから、一朝一夕には手出しが、出来ないかも知れないが、ともかく賣れることは確である。といふのはわざわざ買ひに行くめんどろはなくその上現金でなしに、すぐ間に合ふ便利があるから、……

新學年を控へての學用品店

學用品店としては新學年の前後が一年を通じての、かき入れ時であるから、各々懸命にその賣り上手をなすべきである。この新學期用品はその販賣に際して、大體次の様な順序で賣れて行くものであるから、それをはつきり飲み込んでかゝることは、極めて大切なことである。

即ち先づ最初に賣れ初めるものは靴、靴、洋服、草履袋、その他低學年用の文房具などで、つまり初めて小學校へ上る新入學生用のものである。これが二月末から賣れ初めて三月十五日頃が最もその需要期である。それから二十日すぎから二十六七日まで一寸賣れが止まつて、三月末から四月初めにかけて、今度は中學校、學校の新入生徒のものがどつと賣れ出すのである。

つまり試験合格の發表と同時に、どん／＼賣れるわけである。それと同時にこれらへのお祝ひ用品も動き初め、これは四月の中旬まで續くやうである。従つて賣り手としては、先づ最初に小學生用を充分に手配して、それに全力をつくし、二十日すぎの一寸閑を見て、中等學校用品やこ

のお祝ひ用品を充分に用意し、三月末から四月初めへかけての最高潮に達した時には、まごつかないやうに十分用意をする。

こんな時に「品切れだ」など大騒ぎしてゐたのでは、せつかくの機會を逃がしてしまふことになる。次にこれらの客は大體三種に別けることは出来る。

第一 親が買ひに来る場合

第二 子供が自分を買ひに来る場合

第三 大人又は子供が他人に贈るお祝ひ用品を買ひに来る場合

第一の場合の客は、小學校新入學用品を買ひに来る場合で、かうした客は多く商品について經驗の少ない人達であるから、賣り手としては親切に、よき相談相手となつてやるのが、何よりも必要である。とかく親は我が子の新入學、ためには必要以止のものを買ひたがつたり、非實用的のものを買ひたがるから、親切にあとで「なるほど」と喜ばれやうなものを、賣ることである。この喜びはやがて再び買物に来てくれて、平日の繁昌を來すもとなる。

第二の場合の客は、中學校、女學校へ入學したものが多く、從來賣手が「子供だから」と馬鹿

にしてかゝつて、失敗した例がいくらもあるから、特に丁寧^{ていねい}に取扱^{とら}ふことで、子供^{こども}だから値段^{ねだん}や品質^{ひんしつ}は知るまいと考^{かんが}へるのは、大きな間違^{まちが}ひで、しばしば大人^{おとな}よりかへつて詳しい場合^{ばい}がある。それに暇^{ひま}にまかせて、他店^{たてん}と比較^{ひかく}するから……

が一度^{いちど}その選擇^{せんたく}に迷^{まよ}つた場合は、積極^{せきごく}的に決定^{けつてい}を與^{あた}へる必要^{ひつやう}はある。又氣^{またま}の小さい子供^{こども}は、はつきり自分の意^いを示^しを表明^{へうめい}しないから、この氣持^{きもち}をよくのみこんでかゝることを、忘^{わす}れてはならないことである。

第三^{だい}の場合^{ばい}は、一般^{はんぜん}贈答^{ぞうたふ}品^{ひん}の場合^{ばい}と同様^{どうやう}である。

化粧品にも忘れてならぬ男客

化粧品^{けしきひん}といへば婦人^{ふじん}用に相場^{さうば}が定^{きま}まつてゐるかのやうに、一般^{はんぜん}は考^{かんが}へてゐるが、事實^{じじつ}はなかなかどうして男^{をとこ}の使用^{しよ}するポマード、ベエラムといつたものゝ需要^{じゆやう}はかなり多いものである。若^もしもこれが販賣^{はんばい}業者^{げふしや}で、左程^{さほど}賣^{ばい}れないといふ人があつたら、それは化粧品^{けしきひん}は、女^{をんな}のものに限^{かぎ}られてゐると考^{かんが}へて、それにのみ主力^{しゆりきよく}を盡^つくすからであらう。

しかし一般^{はんぜん}の商店^{しやうてん}ではさう考^{かんが}へて「賣^うれないのが當然^{たうぜん}だ」とすましてゐる人が多くはないか。「男^{をとこ}だつて大多數^{たいたすう}の人は毎日^{まいにち}ポマードを消費^{せうひ}するから……」と、いふ考^{かんが}へからして、かなり以前^{いぜん}からそのシヨウウィンドーにも常^{つね}に美^{うつく}しく飾^{かざ}り、又店内^{またてんない}ケースにも目立^{めだ}つやうに陳列^{ちんれつ}してゐる注^{ちゆう}意^いの届^{とぎ}いた店^{みせ}があるが、その關係^{くわんけい}か、ともかくポマードの賣^うれ行きはたいしたもので、婦人^{ふじん}の白^{おしろ}粉^{こな}などよりも、反^{かへ}つてその賣^う上げが多く、その利益^{りえき}ははるかによいといふのである。

とはいへ全體^{ぜんたい}の賣^う上^{じやう}金額^{きんがく}からいへば、婦人^{ふじん}の化粧品^{けしきひん}は種類^{しゆるい}が多いだけ、多いのは當然^{たうぜん}であるが男^{をとこ}の使用^{しよ}するポマードが相當^{さうたう}に出^でることは確^{たしか}であらう。

化粧品店^{けしきひんてん}に来^くる男^{をとこ}と女^{をんな}の客^{きゃく}の相違^{さうゐ}についての見解^{けんかい}は

「婦人^{ふじん}の多くは有名^{いふめい}品^{ひん}を多く買^かひますので、いくら賣^うれても競争^{きやうそう}がはげしいので利益^{りえき}は知^しれたものです。ところが男^{をとこ}のポマードと來^きたら、殆^{ほと}んど競争^{きやうそう}などありません。のみならずこのポマード、ベエラムは特^{とく}に名^なの通^{とほ}つたものもないので、利益^{りえき}も多いのです。で一つには男^{をとこ}でも大多數^{たいたすう}の人は、ポマードを毎日^{まいにち}つけるから相當^{さうたう}に需要^{じゆやう}があるといふ點^{てん}、又一つには利益^{りえき}が割合^{わりひ}に多^{おほ}

「確かだ……といふ點で、これに主力を盡して賣つて見ることは必要と思ひます」と云ふのである。

市場を利用して客足を呼ぶ

郊外のある市場のすぐ前に一軒の菓子屋があつた。市場が出来る前はほんの駄菓子屋程度の店で、一日十圓の賣上があればいゝといはれてゐたが、偶然にもすぐ前に小賣市場が設立された。しかもその市場内には二軒の菓子屋が收容されたのである。

たゞでさへ賣れないところばしてゐた上、市場に二軒もの競争者が出ては到底駄目だと最初は大分悲觀してゐたところ、實際市場が開設して見ると、段々と賣上が増えて行くのである。そこで大に力を得て、さらに市場内の菓子屋を壓倒すべく、店舗を改良し商品を充實した。

すると益々客足が増加するといつたわけで、現在では一日百圓以上の賣上を見てゐるし、完全に市場内の二軒を壓倒することが出来たとの事である。



蒲田の果物屋ではこれまでも實力ある店として、附近では評判であつたが、すぐ隣りに公設市場が設立された。これも公設市場が設立されては、自店の賣上に影響を及ぼすであらうと懸念した結果、その市場内に店を出さなければならぬと、大に運動もして見た。するとどうやら市場内に入れさうだといふので、その市場建築については、すぐ隣りのことゝて、水道を提供するやら、屋根を貸すやらといつたわけで、大いに便宜を圖つたのである。所がなんの事だ。出来上つていざ收容となると、横濱あたりから出張つて来た果物屋が、ちやんと入ることになつてゐる。こゝで大に苦情をいつて見ても、決定した以上致し方ないと、今度は市場内の果物屋と對抗すべく、市場の入口に向いた店の側面をあけて賣場とし、いゝ品を安く賣らうとの意氣込で、販賣戦の火蓋を切つた。こゝでも同じようにすべてが心配なしに終つて、全然悪影響は認められない。むしろ以前よりも好成績を得てゐるといふのである。



又公設市場の筋向ふに一軒の煙草と荒物を賣る小さい店がある。この店は元來老人と女子供の

内職商店の程度であつた。

その市場が出来てからといふものは、日増に客が増えて来て店は依然として小さいが、馬鹿に景氣よく賣れ出したのである。そこである人が試みにその賣上げを調べて見たが、はつきりわからないので營業收益税の方面から調べて見ると、一ヶ年の純益千五百餘圓と査定されてゐた。もとよりこれは査定額であるから、確實ではあるまいが、評判はそれ以上の純益を見てゐるだらうとの話。

百貨店の出張賣を向に廻して

暮の近づいた十二月の中頃、各商店街では大賣出しの景氣を出さうとそれ／＼準備に忙殺されてゐる最中、ある洋品屋のすぐ隣りにあつた空家で某百貨店の出張販賣が行はれるといふことを耳にした。

開店の一日前にこれを知つた町内では、僅か三日間ではあるが、この際百貨店の進出は非常な

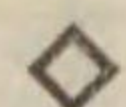
影響だとして、血眼になつて對抗策を講ずることになつたが、何しろ明日に迫つた開店といふので手の下しやうもない。

その時この洋品屋はいきなり店を閉めてしまつて、その戸にべた／＼と『百貨店の出張販賣對抗策のため本日休業』と大書した紙を張つけた。それから直ぐ某足袋製造問屋に馳つけて、相談した結果、原價廿錢の足袋を十八錢に割引してもらつて、その晩の中に店の内に足袋の山を築いてから、いよくその當日、百貨店と同時に店を明けて見た。しかも思ひ切つて十八錢に仕入れた足袋を、たゞの十錢と見切つて『××足袋の犠牲的大廉賣』とはやし立てた。

で、となりの百貨店を見ると、こゝでも足袋には相當力を入れて賣出してはゐるが、定價は一足十五錢となつてゐる——原價は十三錢とのこと——こゝにいよく足袋合戦が始まつたが、原價十三錢と二十錢の足袋では、素人目にも見分けがつく。それが一方は十五錢で一方十錢である。これだけで勝敗は決せられたも同様、第一日は宣傳も足りなかつたせい、百貨店の方に大分客足を向けさせたが、二日目、三日目にはつひにこの洋品屋さんの店頭に、交通巡査が立たねばならなかつたほどの混雑で、三日間に二千足、綺麗に賣りつくした。百貨店の方は二日目から客が

どつとへり三日目にはがらく、その上、町内の各店が一齊に華々しく賣出しを初めたので結局豫想は見事に裏切られた。

さて痛快な洋品屋さんの損益はどうなつたか、勿論初めつからソロバン抜きの俠氣と意地から目論だ事で、足袋二千足で、一足八錢の損として百六十圓、これだけは覺悟してやつた事なのに結局三日間の損益は驚く勿れ百六十圓の足袋の損をおぎなつてまだ八九十圓の純益を擧げた。足袋の安賣から、他の品物で二百五十圓の純益があつたわけである。洋品屋さん自身が驚いたばかりでなく足袋屋さん仲間の有名な話の種になつてゐる。



これも又足袋で百貨店と張り合つた話である。

ある百貨店の出張販賣の第二日目から、その會場のおとなりの店を臨時に借りつけて「××足袋大賣出し」で、普通賣價の二割引と銘うつて店頭に出づみにした千足近くの足袋をほとんど一日で片付けてしまひ、その翌日も翌翌日もほとんど同額の賣上げを見た。

この人はこの出張販賣第一日に、早朝この會場を一廻りして、各種商品のうちに足袋のないことを發見し、早速問屋へ走つて事情をうちあげ、大量に安く仕入れて、その翌日から大々的に賣出しをやつたのである。

百貨店の出張販賣の人出をねらつての思附きである。一厘の宣傳費も使はずこの成功を見た機敏さ、近ごろ胸のすく商法である。

食料品は清潔が第一

食料品を取扱ふ店が清潔でなければならぬことはいふまでもないが、最近ぐんぐんと賣上げを増したある漬物屋、もとくこの店の主人が非常に潔癖な性質だつたので、陳列にしてもケースにしても、清潔をモットーとして十分に注意をしてやつて來た。

けれどもそれだけなら市内の少し氣の利いた店では、すべてやつてゐることで、珍しいといふほどではないが、この店では主人以下、店員が食料品を取扱ふことに、徹底的な注意をしたのである。即ち折角清潔にそしてきれいならべてあつても、店員などが無雑作に取扱へばなんにも

ならないといふので、品物を取出す時や包装する時や手渡す時等に十分氣をつけて、少しでも不潔らしいことのないようにした。

一例をあげると店には絶えずきれいな手洗水と、眞白なナフキンとを備へつけ、澤庵を槽から取り出して包む時にも、一々手を洗つてから、新しい包紙にくるんで、渡すといふやり方である。ナフキン等も賣場とかケースを拭くものと、手を拭くものとは全然別にし、しかも少し穢れた時は、直ちに眞白なものとかへるといふ注意周到さである。

少々神経質過ぎると思はれるほどであるが、事實これが客に非常にいゝ感じを與へるのである。その上にこの店は出来るだけ、安賣方針に出てるるので、これで當らぬはずはなく、日毎に客足を増してゐるといつてゐる。

漬物屋などで夕方の混雑時には、一々そんな潔癖振りをやつてゐたのでは、間に合はないといふ人もあらうが、事實はこれで相當迅速にやつてのけられる。つまりさうすることが、習慣になつてゐるので、小僧君までが一々手を洗つて、さつくと立ち振舞ふことが出来、間に合はぬと、時間がかゝるとかいふ感じは少しも與へない。

こうして最近では立派な奥様までが、安心して店の前に立つやうになり、そのまゝ風呂敷に包んで歸つて行くとの事、従つて賣上げもぐんぐん増して行くのも當然なことである。

いゝ品を安くそして取扱ひがきれいだとすれば、賣れるのがほんとうであらうが、一般の店には非常に骨を折りながら、ちよつとした不注意から、客に不快な感じを與へることが、よくあるものだ。食料品の取扱ひは、あくまで注意してかゝる必要がある。

かうした勉強かうした結果

門司のある洋品屋店主は、年二回夏物と冬物のシーズンは必ず上京して、市内一流商店街の洋品店を見て歩く、窓の構造、窓内の品物、値段、傾向、配列は勿論店内の並べ方から、その年の流行までを細かに研究し観察する。

その上で問屋に出かけて、仕入れに着手するのであるが、この場合その洋品屋は、東京の繪はがきに自分の觀察したその年の流行、大體の値段を印刷し、

『いづれこゝ四五日中には、新しい流行の、しかも最良品を仕入れまして、お目にかけることが出来ます。その節はどうぞよろしく』と書き加へ、門司の得意に向けて東京から發送する。毎年二回づゝこれを繰返すので、その店の得意は、東京から品物がその店に到着するのをまつるといふ有様で、近年この不景氣にもかゝはらず、素晴らしい成績をあげてゐる。

しかも毎日かけつりまはつて研究調査した上で、仕入る關係から、最も嶄新なものを、安價に仕入ることが出来るし、地方に歸つてからも、客に對し都のあらゆることに自信を以て報告することも出来るといふ。地方の熱心な店が成功しつゝある好例である。

上手な宣傳・有効な廣告

廣告が出される、引札が配られるが、これを見ようと見まいとそれは御客の勝手であり權利である。大體おきまり文句の手紙や引札やリーフレットなど面白くないものは客の一顧をだに買ひ得まい。それはせいゝ紙屑籠へ投げ込まれるのが關の山である。自分の仕事に夢中になつてゐる時これを妨げられたり、がんとされたりすれば腹を立てると同じくうるさく廣告を見せつけられたり、道傍でビラを無理に渡されたりすれば、うるさいと棄て去られるのが普通である、これで廣告としてどこに効果が認められよう。

一たい世間一般は廣告の文句を、そのまゝ信じない傾向がある。手前味噌の自己禮讃は大ていの廣告の常套手段であるが、「藥能書ほどきかず」のたとへになつてしまふ。そこで廣告といふものは信用を得ることを第一條件とする。讀んでから一應考へて見なければならぬなどは既にいけない。そのまゝ信じられるものでなくてはならぬ。それがためには自惚は禁物、あくまで實際

に即した中味のあるのが必要となる。

最も効果的な廣告は——とはたれしも望むものであるが、それは「客が知り度い」「知つて喜ぶ」といふ所に存してゐる、つまり廣告はニュースであり、うれしい知らせでなければならぬ。

こゝに忘れてはならないのは「この品物に關して一體客は何を知りたいと思つてゐるだらう」と商人が時々自己に呼びかけて、その努力を奮起させねばならぬことだ。芝居なら不幸な場面だとか悲惨な出來事を喜んで見る人もあらうが、廣告は常に喜ばれることを要するのであつて、如何なる理由あるにせよ、不調和なら悲しいしかも好ましくないニュースは失敗のもとであらう。

われ／＼がも一つ高い見地に立つて考へれば、廣告は一種の科學的な社會教育であるともいへる。だから廣告は常におどけた道化役者であつてはならぬ。なるほど奇妙なといふことによつて客の注意をひき起しはするだらうが、結局尊敬の念を起すことはない。ある商人が白い牛の横つ腹にペンキで自分の店の名を大書して街を引つぱつて歩いたとする。なるほどこの奇妙な廣告で注意をひき人々は、面白がつて見るかも知れぬが、一方には店そのものに對する尊敬と信用を失

つてしまふことを考へねばならぬ。

で廣告の中にはやはり良き趣味が含まれてゐるべきであり、眞面目なニュースでなくてはならぬ。ユーモアな輕快さは勿論必要ではあらうが、程度を越えた店の信用にかゝるほどの奇抜さは、決して賢明な方法とはいへまい。

廣告費と販賣能率との關係

『百貨店は多額の宣傳費を使ふから、とても相手にはなれない』とは一般小賣商店の口からよく聞く泣ごとである。なるほど百貨店は巨額の廣告費を使ふ。しかしそれは全市に向つてあるひは全國を相手に廣告するのであるから、多いやうではあるがその金額を一局部に割當てゝ見るならばたいした金額ではあるまい。

一般小賣商店の廣告すべき範圍は極限されてゐる。それは自店を中心としてせいぜい往復二、三十分を要する個所とかその電車系統や、その電車の沿線とかに限られてゐるからである。そ

でこの自店の廣告範圍における百貨店の廣告費を換算して見るならば、左程たいした金額ではあるまいと考へられる。

百貨店に對抗し得るだけの廣告費とかそれ以上の廣告をすることは一般商品としては左程困難なことではなからう。百貨店はその範圍が広いだけにいはゆるかゆいところへ手の届くといった廣告は出来ない。一般商店では範圍が狭いだけにそれは自由に出来る特點をもつてゐる。更に百貨店はその廣告目標を中産階級以上に置いてゐるのであるが、一般小賣店としてはそれ以下の階級を目當とすることも出来る。かう考へて見ると決して廣告において百貨店に劣るものではない。またある小賣店では「吾々は廣告費など使へない」といつてゐるが、これは使へないのではなくて使はないのであらう。商賣をなすのに廣告をしないでその繁榮を望むことは、木に據つて魚を求むるのたぐひである。今後發展を望む商店は必ず廣告が大切である。同時に、一定の廣告豫算を計上して合理的に繼續的に常に廣告をなす必要がある。

小賣店でも商品の廣告を

普通商店の廣告といへば、多くはその店とかその店の催し（賣出しなどの）などに限られてゐるやうであるが、今少し方面をかへて商品そのもの、廣告をしたらどうかと考へられる。

商品そのもの、廣告は製造元のするものと、一口にいつてしまへばそれまでだが、そんな理窟はともかくとして、結局小賣店としてはその商品がより多く賣れることは、自店の賣上げを増すことになるのだから、それでよいわけである。若しも同種類の商品で一方が利益率が多く他方が利益率の悪い場合、自店の廣告宣傳によつて利益率の多い商品を多く賣る様に努力することが大切だ。それを單に製造元の廣告をしてやることは損だ。他の商店でも賣つてゐる商品を廣告することはつまらないなどは、あまりに狭い考へ方である、どこの大商店でも同一商品に對して多額の廣告費を使ふのはつまり製造元のお先棒でなしに、自店の販賣を高めやうとするのに外ならない。

そこで一般小賣店も自店で出来る廣告媒體を利用して、今少し商品そのもの、廣告をして見たらどうかといふのである。もちろんこの場合自店の店名、マークを上手に廣告する必要のあることとはいふまでもない。かうして商品廣告を中心にして出せばお湯屋廣告にしても、チラシ、戸別にまく折込み、さては立看板でも、目先の變つた廣告が出来それがまた自店そのもの、廣告として有効な働きをするものとならう。勿論その製造元でも關係問屋側でもその熱心さにほだされて、色々な便宜をはかることは當然の歸着である。

折込廣告の効力調査

一般小賣商店が一番手ごろで一番有効に利用されてゐる宣傳方法、新聞折込廣告であらう。その方法が頗る簡單で容易であるところから各商店でこれを引つきりなしに行つてゐる。しかし折込廣告も余り普及した爲め、余ほど研究しなければ豫期した効果を得ることはむづかしい。どうしたらば宣傳能率をあげられるかと種々調査した郊外のある熱心な商店があつた。こ

の調査は折込廣告の基礎をなす實に立派な參考になるからこゝに詳しく紹介する。

一、どの新聞が最も有効だといふ調査 その折込むチラシの中に一定商品の割引券を刷込んでおいて各新聞に日を異にして折込み、その各割引券持参者の數を調査する。その結果折込みピラの数、續いて新聞讀者の質とその廣告商品及び廣告内容との關係が非常に大きいことを知ることが出来る。そこでこの廣告をする場合には數も大切であるが、宣傳しようとするものがその新聞の讀者層に適應してゐるかといふことや、折込みピラの宣傳内容を考へてやる必要があることが明らかとなるのである。

二、一番有効な日の調査 従来土曜の夕刊と日曜の朝刊とが最も有効だとせられてゐたので、双方とも非常にその折込が數が多く、少ない時でも五六枚、多い時には十枚以上も入つてゐる。次には一日と十五日とか、その前日、廿五日過の月末などは概して多い。そこで代表的新聞に入つて来る折込みピラを一ヶ月間調べて、一番多い時と一番少ない時とを選んだところ、自分の店の折込だけしか入つてゐない時が、最も効果があつたことを實驗してゐる。

三、顧客の質についての調査 やはり刷込んで置いた、割引券の持参者の様子と買物高について

の調査であつて、これを新聞別と土地別との二様に行つて見る必要がある。

四、どの方面の客が来たかといふ調査 前の様な方法である區間別に數回行つた、その結果意外な方面にも自店の顧客があるといふこともわかり、又力を入れて開拓しなければならぬ方面のあることも知ることが出来た。

これは商店として必要な調査で、たゞ宣傳すればそれでいゝと考へたり、この様な用意もせずやり方の悪いのを棚にあげて宣傳しても効果がないなどといふことは大きな誤りである。かういふ嚴密な調査は年中絶間なく行つて、立派な統計的基礎の上に廣告を試みてこそ初めてその効果を收め得るものである。

折込廣告時代から宛名廣告時代へ

最近目立つて折込、チラシ廣告が多くなつて來た、これは確に一般商店の廣告の必要さをはつきり知つて來たことによるものであらう、だが如何に効果のある折込チラシピラもかうひつきり

なしにあつたのでは余程考へてやらないとその効果も得られない。

普通のこの種の廣告方法としての一段と進歩したものに宛名廣告がある。現在普通商店としてこの宛名廣告を用ひてゐるものはあまり多くない。それは經費の點もあるが、一面顧客名簿を得ることが困難だからである。しかし現在普通商店の折込み、チラシの白熱戦だとすれば實は折込み、チラシ時代から宛名廣告時代に向つて進みつゝあるが……、次の宣傳戦は正に宛名廣告であるといへよう。現在百貨店は市内はもとより郊外各地へ各店競争的にこの宛名廣告をやつてゐる、店によつては他の廣告機關の何よりもこれに主力を盡してゐる店さへあるといつた有様である。

『折込チラシの宣傳戦から宛名廣告の戦へ』これが現在普通商店のたどりつゝある階梯である。故に從來の如き甚だばんやりとしたやり方でなしに、根本的に研究してかゝることが、現下の一般小賣商店としての急務であらねばならないと考へる。

これについて研究すべきことは多々あるが、普通商店として先づ第一に考へなければならぬことは、顧客の階級である。いづれの商店も先づその目當を上流の階級に置いてゐる關係上、こ

の階級には百貨店を初め他の一流商店から、引つきりなしに行くから、お粗末な宛名廣告は手に取つて見ようともしてくれない。(百貨店や一流商店の顧客名簿は、多く紳士録、電話帳、所得税によつて作製せられる)そこで普通商店としては、これももちろん必要ではあるがその主力をこれ以下、即ち中産階級及びそれ以下にしたらその効果は大きいものだと思ふ。

それは従来あまり宛名廣告などには接してゐないから必ず見てくれる。しかしこの名簿作製に一寸困難だが、どうせ今後幾度も使用するものであるから、それを覺悟して、第一に自店に来てくれた客を中心として、附近一帯を戸別的に調査記入しても、少しも無駄ではないと思ふし、またそれくらゐの熱心があつてしかるべきだと思ふ。これは一つには百貨店や他の一流商店の容易に出来ない相談だから……、

廣告媒體としてのパンフレット流行

宛名廣告を用ふることの多くなつた一面、最近パンフレットを利用する向きも非常に多くなつて来た、これは確かに一般商店の廣告利用の一進歩といふべきである。

ある鐘詰屋さんでは「鐘詰料理の仕方」といつたパンフレットを一々客に手渡しをし、又その店頭「どうぞ御自由にお持ち下さい」と書いて出しているが、これなどは自店商品をそのまゝ利用出来るもので、自店商品をより多く利用し買つて貰ふ上において申分のないやり方である、同様に魚屋、肉屋、青物屋等でも自店の商品を中心にした、いろ／＼な料理法などを書いたパンフレットを作るも効果あることであらう。

ある果物屋さんでは、果物に就いてのいろいろな興味ある讀物や、各種果物の産地、その見分け方、高級果物の味な食べ方、それからその時々果物の寫眞を入れたパンフレットを出してゐる。これなどは單に自店商品を賣るといふよりは、興味ある讀物によつて、自店を深く印象づけるものとして面白いものである。又ある菓子屋さんでも同様、菓子に就いての興味ある話、簡単な菓子作り方などを書いて顧客へ配つてゐる。

呉服屋さんでは、各種織物の興味ある話や、各産地の話、織物の組織など書いたパンフレットを配つてゐる、カタログ式の流行紹介とは違つた意味において効果的である、又ある子供洋服店

では、子服の仕立方やその注意など書いてゐる、前者は興味中心で行き、後者は實益を目的として面白い。

又ある子供洋品店では、新聞、書籍、雑誌等から抜粋した子供の衣類に就いての注意や心得等を一通り書いて、その次に『弊店の用品はこの點に留意し、赤ちゃんの保健衛生に最も重きを置き、入念に製作いたしてあります』とそつのない自己紹介に及び、二三商品の挿入りの説明をして、その次に赤ん坊の標準重量、身長に並んで重量身長の記入欄があり、最後に『子供用品について御質問が御座いましたらいつでもお答へいたします』といかにもその商品に自信ありげに書いてゐる。同じやるならこゝまで考へて作りたいたいものである。



ある藥屋さんでは、毎月新しく出る新藥賣藥を一まとめにした『藥品案内』といふ刷物が出来た。いやそれが單に普通の効能書とか廣告ビラでなしに、その藥の解説を書いたもの、その頁數も四五枚の一冊のパンフレットとして毎月あて名廣告として發送してゐる。何んのことはない大きい本屋さんでやつてゐる『新刊月報』である。本屋の月報など明らかにその本屋の廣告媒體であるが、

これを受取つた客は決して廣告とは思はないで、一種の必讀書、家庭衛生顧問として喜んで讀む。

一體に藥は廣告がその生命であるだけにその製造元などでは随分いろいろな媒體を利用して廣告をしてゐるから、人々はあまりに廣告になれすぎて、廣告を廣告として見る場合が多い。で普通の藥屋小賣店で問屋や製造元から廻されたビラやその店の粗末なチラシはいはゆる廣告として捨られる場合が少なくない。

それをかうして案内としてその功能も解説的に書いておけば、これを受とつた人は、必ず本屋の『新刊月報』を讀むと同様な氣持ちで讀み、その商品をよく了解することになり、その効果は普通のチラシ廣告よりもはるかに大きいものであらう。

北海道小樽のある茶舗では毎月一回「茶の趣味」と題するリーフレットを發行し、得意先に配布してゐるが、茶に關するいろいろの記事や讀物を掲載してお客を喜ばせてゐる。

従來地道にやつて來た茶舗が、かうして進出する所に面白味があり、それだけに宣傳効果も一層多いといつたわけである。

商品を廣く賣らうとするにはその商品に關する知識を普及することが何よりであり、茶についていへば、茶に關していろ／＼の方面から刺戟を與へれば、自然茶が賣れることにもなり、自店を印象づける強いきずなともなるであらう、その點でこの茶舗のリーフレットも意味深い企てではある。

かうした例を捉へて來るならば、まだ他にも可成りあると思ふが、大體にチラシからかういふ興味本位な實益本位な、パンフレットにまで進んで來たのであるから、宣傳によつて大いに繁榮しようとする商店は、この傾向を見逃がしてはならない。何等か一工夫すべきであらう。

お子供衆への宛名廣告

單なるチラシよりも宛名廣告は手に取つて見られる可能性はあるが、それでも一見してそれが

廣告だと知れると、捨てられてしまふ場合が決して少なくはない。

ところでこれが子供に向つての宛名であれば子供は正直なもので、それが廣告であらうと何であらうと必ず終ひまで讀んでしまふ。若しその内容に不明なところがあれば、必ず親に尋ねる。又それが全然わからなくても『何處から來たの』『何と書いてあるの』等と質問を連發する。すれば親達は是非なく終りまで讀まされてしまふことになる。

それだのに多くは子供に對する商品の廣告に、わざ／＼親の名宛で出してゐるがこれは損なやり方である。子供への商品廣告には必ず子供の名宛でやることである。

例へば新學期用品、七五三のお祝着クリスマスその他いろ／＼機會は多い。

この名前を調査するのは、専門に調査してそれを商賣にしてゐるものもあるが、役場や學校へ行つて聞けばわけなくわかることであるから、別に大した問題でもなからう。

考へた支店廣告

神田のある洋服店の店頭である。そのショーウィンドーに

左の各店は皆弊店の支店でございますから、弊社同様に御引立を願ひます。

大塚終點	×	×	洋服店
早稻田終點	×	×	洋服店
目黒驛前	×	×	洋服店
澁谷道玄坂	×	×	洋服店

と書いてある。

『こんなことを書いて支店へ客を取られてしまはないだらうか』等と考へるのはあまりに氣が小さすぎる。

『こんなに支店があるのだから、きつと大きい店だ。安からう』と考へてくれるお客の方が多からう。

逆にこれを支店の方では

『弊店の本店は××の××洋服店でございます。どうぞ本店同様に……』

としても面白いであらう。しかしこの場合本店は、相當名の通つた信用のある店であることが必要で、場所も日本橋、銀座などの一流の場所であることを條件とする。

しかしこゝに注意すべきは、これを示す方法が下品であつたり、わざとらしくつたりしては失敗である。どこまでも上品に自然でなければならぬ。

廣告文を客に求む

あるしるこ屋さんの店内である。

『こゝのガラスの中に何か廣告文句を入れたいのですが、適當なものをお願ひいたします。但しあまり金のかゝるものは困ります』

- | | |
|-----|----------|
| 一 等 | おしるこ五十ぱい |
| 二 等 | 同 三十ぱい |
| 三 等 | 同 二十ぱい |

上手な宣傳有効な廣告

といつたはり紙がしてある。

親しみを本位とするかうした店として、誠に面白い試みである。一句の廣告文も、一脚の椅子の配置も客の好むまゝにといふ態度である、また同じ経費を使ふなら平日のお客様に……とどこまでもお客本位であるところが嬉しい。

『あまり金のかゝるものは困ります。一等おしるこ五十ぱい』どこまでも親しみを以てお客に呼びかけてゐる。

面白い懸賞廣告

ある印章屋さんの懸賞募集のチラシである。

『どの印判標語が良いか皆様方の御審査投票をお願致します』『帝都復興記念として且平素の御愛顧、酬ひるため、弊店は懸賞を以て私共業態の標語を御審査投票を願ひ、御禮の印として左記の賞口印を贈呈致します。お慰み旁々奮つて御選定投票されん事を……』と前書きして『印章

貴重標語』として、捺印は自己を左右す。印章は小さき姿に重荷を負ふ。印章は今も昔も首と釣り替、その他、『水晶印章貴重標語』として水晶印捺す度毎氣持よし。貴重な印章は不朽の水晶に。其他『印判使用能率増進標語』として『書くより判押せ事務の簡捷』『整理よき人、印使ふ人』その他、尙『當籤者芳名は當店ウインドーに發表いたします』
要するにかうした懸賞廣告は、化粧品、賣藥等の新聞雑誌の廣告には珍しいことではないが、これを普通の商店がビラに應用したところが面白いと思ふ。普通の平凡なものではほとんど手にとつて見てくれない。それをかうして懸賞にすれば少なくともこの標語だけは讀んでくれる。當籤者氏名を自店に發表して、客を自店に引つけるのも頭がよい考へである。

電話で自店を廣告

電話がかゝつて來ると主人をはじめ全店員はきつと『はい××屋で御座います』と先方が言葉

そしてたとひ先方のかけ違ひの時でも、あくまで丁寧に『お間違ひのやうで御座います』といつて決して『違つてゐるよッ』等といふやうな荒つほい言葉は使はない。ちよつとした心持ちと注意の仕方であるが、よしかゝつて來た電話が違つてゐても『××屋で御座います』と先づ自店を宣傳し丁寧な言葉で、店全體を強く印象せしめようといふのである。

誰れでも電話などではつひ荒つほい言葉の出勝ちなもの。殊に商店として忙しい時に商賣に關係のないことや、間違つてゐたりするとつツけんどんに云ふ人が多い。人情の弱點だともいへやうが、そこを注意して逆に利用することは、商人としてさもあるべきことであらう。

捨てられぬビラこそ

クリスマスに因んで、サンタクロースに扮した爺さんが同じくサンタクロースの紙のお面を竹にぶら下げて渡してゐたある菓子屋があつた。美しく出来てゐるので子供にはいゝ土産である。

東京驛八重洲口のある理髪店ではリリーペレーといふ香紙の葉を配つてゐる。香紙にしたところろが床屋さんらしく、裏面には本年度の日曜表をつけたのもいゝ、これを丁寧にバラフィン紙で包んで出してゐるのは棄てたくも棄てられない。

京橋交叉點では某證券會社が、バラフィン紙で出來た袋を渡してゐる。自店を廣告したそれゝ異なつたマッチペーパーが四五枚入つてゐる『お手元のマッチにお張り下さい』である。

紙質に一趣向したビラ

ザラ紙ではものたらないとあつて、近ごろチラシ、ビラの紙質が漸次よくなつて來た。これはチラシ廣告の一進歩であるといつてよい。しかもその多くは單に紙質がよくなつたといふにすぎない。

ザラ紙から、模造紙に、模造からアートにさてはロール半紙が日本紙に、普通の日本紙が上質

の奉書に……と。

それだけではまだものたりないとあつてか、今度は紙そのものに趣向を凝らして出した。それは新柄明石の廣告として使用せられたのであるが、極上質の日本紙を明石紋に似た縦皺を加へ、それに明石の反物を原色刷りで印刷してゐる。これは紙そのものが變つてゐるところに目新しさがあると同時に、この縦皺が商品の感じを充分現してゐるのである。

一枚のビラにもこの努力

郊外のある呉服屋さんが七五三のお祝着に用ひたビラである。その月初めに普通の折込み廣告をやつたところ、案外その効果が見られなかつたので、今度は自ら役場へ出かけて行つて、三歳と五歳と七歳の各子供の住所姓名を調べあげ、子供の宛名を書いて、それを店員が各家に一軒配つたのである。そして各家ごとに

『私は××屋でございますが、毎度有難う御座います。只今七五三のお祝着の陳列中で御座いま

す。是非御出かけ下さいませ。昨日も新たに荷を入れましたから品は豊富でございます。』
といとも丁寧な口上で廻つたのである。

ところがその翌日から第一回の折込みの時に比して數倍のお客が押し寄せて来た。おそらくこれは店員が自ら丁寧に口上を云つて廻つた熱心さに動かされたのと、その宛名が子供になつてゐたので『どうして知つたのだらう』と云ふ興味からでもあつた。

いづれにしても一枚のビラにもこの努力、この熱心さが必要である。

變つたビラの配り方

府下馬込大岡山仲通りに新しく出来た果物屋さん名前もちよつと變つた××フルーツストアとして、その開業のビラを付近の居住者に宛てて發送した。ところがその發送ぶりといひビラそのもの、印刷ぶりといひ、たしかに變つたやり方であつた。その方法といつても簡単にいへば英字新聞の裏に謄寫版刷りのビラをはりつけて、それに赤インクで枠をつけ、これを折り込んで

付近の住宅に向けて發送したといふだけのものだが、これを送られた方では大變である。「思ひがけない店から英字新聞が届いた、一體どうしたわけだらう」となんでもかんでも開けて見る氣になる。帯封をとつて開けて見る、すると赤枠つきのビラがはりつけてある。しかもそれが謄寫版と來てゐる。いよく讀まざるを得なくなるたらう。先づビラの効果を百パーセントにあげたものといひ得よう。

ところがビラの内容を讀んで見ると「果物専門の訪問販賣」といふこれまた一風變つた店だから愉快である。「いき／＼した果物が居ながらにして間に合ひます」との觸れ出しで、實物見本を持つて訪問し、その上で注文を聞かうといふのである。小賣屋さんが漫然と來店する客を待つ時代はもう過ぎた。現在の不況を切り抜けるために、どうして外賣りにまで進出するか、大きな問題となつてゐる。そこをこの果物屋さんは訪問販賣専門のトップを切らうといふのだ。

それはそれとしても、このビラの配り方は考へたものである。英字新聞は古いのを使用したやうだが、これは新しい「今日の新聞」を利用すれば、もつと効果的だつたらう。もちろん果物を年中食べる家庭は中流以上のものであり、殊に訪問販賣なのだから、英字新聞を利用した意圖は、つゞきりとうかどはれる。しかもそのビラをありふれた色刷りとせずして謄寫版——といつても、手際よくしかも店の位置を示した地圖まで入れてある——にしたのも思ひつきである。ありふれたビラなら開けた瞬間「ナンだビラか」と棄てられる懼れがあるからだ。とにかく配られた人々をしていやでも讀ませるまでに、引きずつて行くところに手際よさがあり、廣告的効果も十分に収めることが出来るであらう。そこにまた尖端を歩むものゝみに惠まるゝ喜びがあるといふものだ。

市場の前で配つた酒屋のビラ

市内のある公設市場の近所に一軒の酒屋さんがある。この酒屋では時々大安賣りを斷行しそのビラを公設市場の前に持つて來て配るのださうな。市場の前といつても、溝を一つ越えた道路上で通行人に渡すのだが、市場内の酒屋さんにとつてはこれがかなり癪の種だつた。

ところが不思議なことには、そのビラを配つた日には、必ず市場内の酒屋の賣上げが三割方増

すといふのである。そこでよく調べて見ると、安賣ピラを配られた人々は、その安賣りが近所の酒屋でなしに、市場内の酒屋のことだと誤認した結果だとあり、中にはピラに書いた値段と市場の値段とちがふので詰問する人もあつたが、たいていの客は市場の安賣りだと考へて、その賣上げを三割方も増させるといふことが判明した。

ちよつと嘘のやうな話であるが、この事實によつて二つのことが考へられる、一つはピラの効果である。他人が配つてくれたピラですら三割も増すといふ事實である。もちろん中にはさうした誤認をせず、ほんとうの安賣りをしてゐる酒屋へ買ひに行く人々もあらうから、よし誤認されて市場へ飛び込む人が多くても、多少は日ごろ賣上げを増したにちがひない。即ちピラの効果は相當にあるといふ事實がはつきりする。

他の一つはピラの作り方と配り方といふこと、折角作つたピラでもたゞ安賣だの値段の發表だけで、自店名が見た瞬間浮んで来ないものは、えてして右のような馬鹿げた結果を見る。また配り方にしても市場のすぐ前に行つてやるなど、一種の敵對行爲としても面白くない。これはもつと考へて別の方法があつたらうと思はれる。要は配られた人々がちよつと見てすぐに、どこでど

ういふ品の安賣をしてゐるかど明瞭に理解されるものでなければならぬといふことにならう。

一寸變つたチラシ

見出しである『御調髪レヴューある日の××理髮館——それは尖端人の愉快な社交クラブです』
そして本文として左のやうな記事が書いてある。

『静かな六月のよく晴れた或る日の午後、エキゾチックな××理髮館のサロンは、例によつて詩人、美術家、プロフェツサー、學生、ダンサー、マダム、マドモアゼルといやしくも尖端を行くほどのシックな人達によつて賑はつて居る、それは丁度この朗らかな人生の顔をより美しくメークアップしようとするものゝ如く……』
『投げましたコオナアをやゝ外れたインドロップ！』
『ラデオがピタリとやむとそれに代つて静かにレコードが流れてくる（中略）おゝ！我等の××（店名）!!
眞に選ばれたる現代の理髮師よ！』

そして御料金御調髪五〇、御顔剃三〇、アイロン四〇、お子様四〇、美顔術一、〇〇

それからこの記事の中には一寸面白い寫真を入れてゐる。中のもんくが一寸きざな感じがしないでもないが、ともかく書きつぷりが變つてゐると、この寫眞の面白さによつてこれを受取つた人は先づ終りまで読んでしまふであらう。従つて無駄でないビラといふことになる。

非常に當つたビラ二つ

郊外のある産婆さん開業したが、どうも思ふやうに妊婦の診察がないので、ビラの宣傳を思ひ立つて、ある廣告關係者に相談した。とその人は醫者や産婆が、たゞその名前だけを書いて配るビラは、平凡でいけないといふ所から、紙面の三分の二以上を費して、妊婦としては是非知つてゐなければならぬ衛生保健上の諸注意を平明に書き、その横手に産婆の住所氏名を入れ、これを配布したのである。すると早速効果があらはれて、妊婦が後から後から診察を受けに来る。そこでこの産婆さんは更に同様のビラを配布した。とますく有名になつて、産婆さんとして堂々とやつて行けるようになったとの事である。これすべてビラのおかげだと喜んでゐる。

次はやはり開業したばかりの寫眞屋さんのビラ。これもこの産婆さんと同様に同じビラを配るにも、たゞ寫眞屋といふだけでは面白くないと、寫眞の撮り方とか、寫眞の原理だとか、寫眞についての常識を書いて配ると、同時に非常に大きな看板をかゝげて見た。

するとこれもビラを配つてから急に客足がついて、今では付近にあつた四五軒の寫眞屋がすべて閉店したに拘らず、益々繁昌を見てゐるとのこと。

どうせ同じように配るビラなら、目先の變つたものでなければならぬことはいふまでもない。そして貰つた人が読んでためになるとか面白いとかいふものならきつと成功するだらう。

珍らしい出來事を利用して

それは最初に先づ『目の中から(赤ちやんが生れた)うその様で實際あつた手品の様な出來事』といつた三行見出しに、この興味ある記事を書き、最後に『これは昨年五月北海道帝國大學附屬病院眼科での出來事でありました』と附言してゐる。そしてこの記事の中央に横に圍つて『お客

本位の××藥局』それに所書きに名前、住所、一番おしまひに『當店は品質純良と親切、商品の廉價販賣をモットーとして……』等と、自店のモットーをあつさり記入してゐる。

見出しそのものが珍しい出来事であるから、これを見た人々はこの興味につられて自然に讀んで行く。最後の北海道帝國大學云々で如何にもこの店主藥劑師の知識の豊富さを示してゐる。又この出来事が醫者や藥と結び付いてゐるところにも面白味がある。

いづれにしてもかやうな珍しい興味ある出来事をその廣告に利用することは得策である。

店頭マネキン劇

マネキン使用に際して單に『珍しいから』で人氣を呼んだ時代はもうとづくにすんでしまつたもつともこのマネキンが、その土地へ一度も現れない所は別として、二度三度現れた場所では、『マネキン嬢 出場』だけでは、人の注意を捉へることは出来ない。

變つた趣好でマネキンの出演を見るが、多くはマネキンそのものが洗練されてゐない上に、その使用する商店が、これを使ふのに素人であるせい、あまり感心するものは見當りない。これは使用せられるマネキンも、使用する商店もどつちも大いに研究を要するところであらう。

化粧品宣傳に使用されたもので『マネキン劇』と銘打つて、舞臺を店の一角に設け、ちよつと新案を出した五反田の一商店がある簡單な舞臺装置で三幕よりなつたものである。

第一幕——幕が明いて二人連れの洋服男出て来る、勤めの歸へりらしい一人の男

『僕今夜の歌舞伎の切符があるのだが急に用が出来て行けないから君行かないか』

『すまないね』

『ちやうど二枚あるから妻君と行き給へ』

そこでこの男入る、と入れかわりに残つて居る男の妻君出て来る。

『お歸へりなさい、お迎へに來たところなのよ』

そこで芝居の切符の話をする。

『この顔では行けませんわ一寸××美容院(化粧品名の)へ行つて來ますから』——幕

第二幕——美容院、こゝでは本物の美容師が、この宣傳化粧品を使つて實演するのである(時

々會話がある)——幕

第三幕——往來夫と妻とすれちがふ、夫ふりかへる、つまり見違へる程美しくなつた様子を現す。

「なんだあんまり美しくなつたから見違へたんだ」

そこで妻君その化粧品によさを會話のうちに説明する、そして引つこむ——幕

それから男も女も美容師も全部賣場に出て、主に美容師が説明して賣るのである。

つまりこれは劇といふものゝ實演を主にしたものであるから、素人劇のまささがあまり現れなかつたところに効果があつたのであらう。そして最後に賣場でマネキンでなしに本物の美容師が説明した點も、その効果を大いに助けてゐるといへよう。

新化粧品の賣込み名案

薬屋とか小間物店とか化粧品を取扱ふ小賣店で、「一分間化粧」と銘打つて、製造本舗から派遣された美しい助手二人が、店に来る客や通行人に、一分間化粧の説明をすると同時に實地に化粧させて見るのである。

つまり一種の化粧講習會のようなもので、自店製の化粧料十五六種を並べて置いて一分間化粧に最もよいこと廉價であることなどを宣傳し販賣しようといふのであつて、一つの小賣店で二日とか三日づゝ開催しては次の店に廻るといふ方法である。

ある郊外住宅地の藥店で開催した成績によると、素晴らしい景況で毎日婦人連で押すな押すなの賑ひを呈し、その化粧料がうんと賣れたばかりか、その藥局の他の商品までが異常に賣れたといふことである。製造本舗としてはかうして歩いて、實物を見せるばかりでなく、實際の効果を如實に見せるので、宣傳効果も大きいし、開催した店もそれによつて客足を誘致して双方共利益を得ることとなる。

効果ある實物廣告

あるパン屋が五十錢程買物した客に

「これは新しく作りましたパンで御座います、一つお入れいたしておきましたから御試食下さいませ」

と、その實物を 個入れて出した。おまけといふ意味も含まれるかも知れないが、實物廣告としては頗る自然でよろしい。

よくある事であるが、かうした食べものをその店頭の小皿に盛つて出して『どうぞ御自由に御試食願ひます』と書いてあるが、この思附きはよいとしても、どうもそれが食べものだけに上品でない。まさか一かどの紳士淑女が店先きでつまみ喰ひも出来ない。ところがかうして買物の中へ入れておけば、家へ歸つてから、氣まり悪くなく味ふことが出来る。

しかし残念なことにこれはこれが一個いくらだか不明である。それから慾を云つてはすまないこ

とだが、一つきりでは子供の家庭では先づ子供が先へ食べてしまつて、これを買ふべき親達の口へは入らない場合が多い。これでは折角の廣告もその目的が達せられないことになる。もつとも五十錢の客に一個五錢も十錢もするものでは一寸考へものだし、又それだけ大きいものならば分け合つて食べることも出来るからよいが、このパンはどう考へても一錢か二錢の小さいものである。これくらゐのものならば二個か三個いれてもたいして苦痛でもあるまい。すればこの廣告効果は完全に得られるわけである。

餡パンの實物の廣告

これも郊外のあるパン屋が、電車の停留所から夕方歸宅する人々に、あんパン二つ入つた袋を渡してゐる。自店製造の自慢のパンを試食して貰はうといふ實物宣傳である。

「午後三時から始めて二時間で約千袋出切つてしまひました」と主人は汗をふいてゐた。

この店は近ごろ開業したばかりで、主人はパンについては素人であつたが、いゝ職人を入れて

すばらしくうまいパンを製造して見たいとの念願から、材料の精選と技術の優秀とに全力を傾注した。そして東京中で有名なパンは一つ残らず買ひ集めて比較研究し、いづれのパンにも劣らぬといふ自信ある優良パンを製造した。

『賣出しについては相當考へましたが、先づ第一にこの附近に賣り擴め度いとて町内の新聞に廣告したり、チンドン屋を利用したり、折込も五六回やつて見ました。けれども何分開店日尙浅く思ふように効果は上りません。で二三日前すつかり趣々變へて、自慢のパンを食べて貰へば、最も手つ取り早いからと實物宣傳を始めたわけです。實物宣傳といつた所で自家製造ですから、たいした費用はかかりません。今日はその第二日目で今後も實物宣傳に力を盡し度いと思つてゐます』と『店主の意気はよくわかる。と宣傳を始めてまだ二三日なのに早速『あの見本のやうなパンを呉れ』といつて来る容の激増を見て来たことは事實らしい。とにかく食ひものは食つて見ればすぐわかることだし、殊にその品物に自信がある以上はたしかに効果がある。

鳩のパン屋さん

儲けといふものは意外のところから生れるものである。そこが又商賣の面白いところでもある。これは一寸した思附きから、傳書鳩を商賣に使ふやうになつて、意外に儲かつたといふあるパン屋の話である。

このパン屋の息子が、とても鳩が好きで五六十羽の傳書鳩を飼つてゐた。で折角飼つてゐるのであるから、何かに使つて見たくてしやうがない、そこで考へたのが鳩のお使ひである。早速町の小學校へ行つて、休み時間に職員室で『この紙にお好きなパンを申込んで下さい。すぐお届けいたしますから』と。

ところが先生の方も面白半分はその紙に書いたものである。とそれを鳩につけて放つと、卅分もたないうちに、小僧さんが自轉車で間違ひなくその注文のパンをお届に及んだ、その後『これは面白い』とどんどん注文がある。息子さん大喜びで毎日出かけて行く、そのうちに先生ばか

りでなく、子供からの注文も出来て、この評判はばつと附近にひろがった。「これはすてき、よし今度は一般の家庭にやつて見よう」と息子さんとても得意になつて、今度は子供のありさうな、そして相當の家庭へ出かけて行つて「お子様がお歸りになりましたら、どうぞこの鳩でお好みなものを御注文下さいませ」そしてその方法を説明し、鳩を一羽置いて一軒一軒訪問した。子供は大喜び、その注文の來ること來ること。

さあかうなると、今までコツ／＼と作つてゐただけでは製造が間に合はず、にわかに入られ、配達の小僧も一人増し、しかもその日に作つた品物は夕方には賣れ切れてしまふといつた繁昌振り、おかげでこの店すつかり子供のおなじみとなつて「鳩のパン屋さん」といふ立派な看板を子供から頂戴に及んだ。

繁昌すること二年三ヶ月、ところがこの息子さん惜しいことに急病で亡くなつてしまつた。そこで両親は小金も出来たところから、店を閉ぢて今は鳩のおかげで樂隠居してゐるといふ話である。

拔目のないチラシ

「私は××市場に××酒店を営んでゐますものゝ弟でございます。今度新しく菓子屋を始めましたから、兄の店同様にお引立をお願いいたします」更にその次に「まだ始めたばかりで屋號も附けて居りませんが、何か感じのよい屋號を皆様に附けて頂いて、皆様の菓子屋にいたしたいと存じます」と屋號を懸賞募集として賞金が一等十圓、二等五圓、三等三圓也といふチラシである。

「また店には三種の菓子しか並べて居りません、しかしこれはいづれも當店自慢の品でございます。良いか悪いか、安いか高いか一度お試しを願ひます。」

どこまでも氣持のよい文案である。兄の酒屋の信用を利用してゐることも賢い方法だし、その店名を一般から募集することも、新しい店として百パーセントの効果を收めるものであらう。更にまた品種を三つに限つた所も興味があるし、その品物の自信の持ち方の如きは、確かに客の頭にいつくりとさせずには置かない強味がある。若しも最初の文句を「私の弟が……」と兄の

言葉として書いたら一層面白いものが出来たであらう。

いづれにしてもかうした氣分の變つたビラは、手にしたものが何となく他人ごとでない様な親みを持ち得る氣がする。

新戦術 店頭の街頭進出

かう不景氣では、店へ来てくれる客ばかり相手にしてゐたのではとてもやりきれない。そこで店の方から客の方へ出かけて行く販賣法がしばしば計畫される。

普通の乗用自動車に『××眼鏡店——眼鏡檢定移動部』といふ看板を掲げ『どなた様も無料で檢定いたします』と書き加へて人の集まつてゐる所へ、自動車をつけて『さあいらつしやい』といふ調子である。そして自動車の中には檢定の機械を据付けてあつて、希望に應じて自動車の中で檢定することになつてゐる。

なほ運轉臺のトランクの中には、一通りの商品が入つてゐて『お望みによりお賣りいたします』

である。そして『若しこの品でお氣に召さなかつたら、本店へお出で下さいませ』と住所、店名の書いた名刺と地圖入りのビラとを付けて渡してゐる。もつともこの名刺とビラとは集まつて来た人々に誰れ彼れとなしに渡してゐる。

要するに店頭の街頭進出である。

『まだ始めたばかりですからはつきりとしたことは申し上げられませんが、品物もぼつ／＼賣れてゐます。今のところこれによつて自店を宣傳してゐるだけで、澤山だと思つてやつてゐます。これで採算がとれればもつと自動車を増して行くつもりですが、今はこれ一臺です、經費ですか、人件費とガソリン代ですがたいしたことはありません』とは移動部長の見解である。

いづれにしても面白い試みである。販賣効果はともかく、珍らしいだけに廣告効果は、正に百パーセントであらう。これについて考へられることは實驗、實演を必要とする商品などはこれには持つて來いだと思はれる。

この頃よく宣傳してゐる天火だとか、アイスクリームを作るコントンといったものを持つて廻る等、又これなどだつから女學校等で交渉してやるも面白いものと思はれる。一應研究して見て

面白いやり方であらう。

レンズの製造實況

銀座のある眼鏡屋さんのウィンドーでは、直径一尺位のガラス板に寫したレンズの製造實況を見せ、銀ぶら連の足をとどめてゐる。靜止的なウィンドーよりも、動的なものがよいことは、しばしばいひつくした所であるが、動いてゐるから通行人も立ちどまるわけ、しかも同じ動くにしても眼鏡屋さんにはふさわしいレンズ製造の實況であるといふところに意味もある。

だがこゝに一言したいことはその説明文字が英文であるために見てゐる人々にはつきりと印象づけることが出来ない、ガラス板そのものに説明が入つてゐるために、どうすることも出来ない。つたのではあらうが、それなら一つ他に日本語の説明を興へる工夫があつてしかるべきではなからうか。

商品の製造行程を知り度いのは、一般人の欲求であるからせめて寫真でも紹介する。こゝに

一つのねらひ所があるといへよう。

又その寫眞の間に彩色風景が入つてゐるのもいゝ思ひつきであるが、も一つの缺點は一枚一枚の變り方が、少し早すぎはしなかつたかと思ふことである。

裝飾宣傳を兼ねた香水利用

夏の化粧品小間物店としては香水はなかり賣れるものである。従つてこれを上手に利用して、陳列し裝飾したり廣告宣傳することは一層その賣上げを多くすることも出来る。

一體この香水はそれ自身裝飾的、廣告的効果を多分に持つてゐるものであるから、これによつて店のまねぎに用ひられ、他の商品の賣上げを増加するものとなるから、これを上手に利用することは一舉兩得といふべきである。

第一にこの香水は、その容器が他の化粧品よりも一段と秀れてゐるから、この秀れた面白いものを上手に、そのショーウィンドーなどに陳列することは、いかにもすがくしく、夏のショー

ウインドーとしては注意價值満點である。

第二にこれはかをりのものであるから、このかをりを利用して實物廣告を兼ねた裝飾も面白いものである。この最も効果ある方法は香水の噴水塔である。これを店頭飾つておくときは、周囲にかをりを發散して、かなりの注意を自店に集中することが出来る。

しかしこれには相當の經費のかかることはもちろんである。あるひは又草花等を店頭飾つて、これに香水を撒いておくも面白いものである。これは何處からかをりが發散してゐるかの興味にもなるわけである。

第三に廣告方面としてこの香水を、自店の廣告を書いたカード、チラシに浸してこれをくばることも効果的である。若しもこれをカードにするならば『これを帶の間や帽子の間にいれ下さい』とでもしておくならば、その廣告は保存されることになつて、益々その効果は大きくなつて行くのである。

第四にこの直接の販賣として、安い香水のはかり賣りをするも興味あるものだと思ふ。それは裝飾を主とした大きい瓶にでも入れておいて、簡単な瓶を用意しておいて三十錢、五十錢、一圓

の値段で賣るのである。もちろんこれは客引として使つた方が面白く、そのために出来るだけ安いことを必要とするのである。

第五に全然サービスとして、來店した客は勿論出来ることなら誰れにでも『一寸如何ですか』と愛嬌といつしよにふりかける面白い方法である。こんなのは香料屋で賣つてゐる香料原料を延したやうな安物で澤山である。もつともこれはだしぬけに頭からふりかけて、驚かすのはあまり感心しないが、そこは要領である。

掲示板による廣告法

常にその目先をかへる所に廣告の効果がある。近頃一般小賣商店においてチラシをその媒体として使用する向きが非常に多くなつたが、もとよりこれは一般商店の一進歩ではあるとしても、かやうにあらゆる商店が同じやうにチラシ一點張では漸次注意効果がなくなり、廣告價值が減じて行くことになる。

一體チラシにしてもその他現在一般小賣商店のやつてゐる廣告は、多くは賣出しとか陳列會といつた臨時的のものを知らせる廣告であるが、これを一步進めて常設的の廣告をする必要がありはしまいか。もちろん臨時的の廣告も必要であるが、その上にである。そしてこの常設的の廣告によつて自店の店名なり、場所なり、あるひは商品なりを、常に多くの人々に印象づけておいて更に臨時的の廣告をなしたら、一層その効果があるものと思ふ。その方法として自店を中心として、その顧客範圍内の各所に立看板を出すもその一つだし、廣告柱、廣告塔を設けるのもその一つである。又空地その他の高坪を利用して廣告するもその一つである。

特にこゝに提案したいのは、掲示板を利用した廣告法である。つまりそれは自店を中心とした各所に、一定の形をした掲示板を設けて、それに××商店掲示板とし、更に自店の所在地も上手に書いておくのである。そしてそれを一般の掲示板として開放するも面白いし、又特に郊外などは番地入りの町内案内地圖を書いておくも結構であるが、いづれの方法にしてもその一部分だけを餘白として、そこだけを自店専用の掲示板としておくのである。そしてそこへは時々の催しを廣告したり、賣出しのビラを張つたり、用のない時には美しいポスターでも入れておくやうにするのである。

單に自店の廣告だけであると、頭から『これは廣告だ』と見てくれない心配があるが、かうしてこの掲示板の一部を開放しておけば、一般の音楽會、講演會、その他町内の集會などのビラが張られるから、自然自店の廣告にも目がとまるといふことになる。いづれにしてもかうした常設的の廣告媒體を持つてゐることは力強い廣告法である。

蓄音機屋さんの新販賣法

顧客の注意誘致策と、顧客へのサービスとして、蓄音機を利用する向きは最近益々多くなつて來た。そこで蓄音機屋として次ぎくに發賣されるレコードの宣傳に一工夫して見る。

先づ客引として蓄音機を利用してゐる店へ出かけて『今月發賣の新譜御紹介』といつた一寸氣のきいた掲示板を、その蓄音機に取付け更に『このレコードは、××レコード、×××』とそのレコードの解説を書いたカードを用意しておいて、そのレコードをかけると同時に、このカード

を掲げるのである。そして更に『このフレードは××で販賣いたして居ります』とか『御希望に
よりこのレコードおわけいたします』等と、何所かに書いておくのである。

要するに流行紹介ならざるレコード紹介である。この他にこのレコードは勿論自店の（この販
賣店の）適当な廣告をポスターとしたり、額などに仕立て、上品に廣告するも面白いことである。
これはいづれの商店でもよいわけであるが、最も好適なのは喫茶店などの如く多くの人の集まる
ところである。喫茶店ならば、もちろん無料で喜んでやつてくれると考へる。何故ならばかうい
ふ店（喫茶店など）としては買はないで、新しいレコードが毎日かけられるからである。次ぎ
次ぎに新しいレコードを買つて行くことはかなり大きい負擔である。これが無料でかけられるの
であるから、こんなうまいことはない。一舉兩得である。

相當繁昌する喫茶店であつたならば、レコードのみならず蓄音機も持ち込んで、次ぎ次ぎに異
つた機械を紹介するも面白いことである。もつとも普通の喫茶店などではある程度の客が固定し
てゐるものであるから、一ヶ月續けてこの紹介をしても効果が薄いかも知れない。それだつたら
自店の近くのかうした店を、三四軒特約しておいて一週間づゝ紹介して行くのも結構である。も

つともこの場合、掲示板やカードやポスターが貧弱であつたり、俗悪であつたりしては先方でも
喜ばないし、また宣傳効果も薄いから、どこまでもこれは上品で感じのよいことが必要であるこ
とはいふまでもない。

あるひはまたかうした場所に自店の廣告ビラ、廣告マツチ、カタログなどを置いておくも悪く
はない。

花見時の廣告宣傳に就て

ほか／＼と暖かい頃の郊外の人出はたいしたものである。商店としてこの人出を捉へて自店や
自店商品を廣告することは賢明な方法である。

先づ第一に考へなければならぬことは、これを見る人々がゆつたりとした遊びの気分である
から、これにしつくりとする方法を選ぶことである。思ひついたものを二つ三つ紹介する。

一、何んといつても郊外散策には、子供連れが多いから、子供を對象とした宣傳は有効である。

小旗は平凡として、風船、假面等に自店の廣告を上手に出して、かうして子供に與へるのも面白い。これならば必ず大事に家へまで持つて歸へつて來れる。又摘草用の籠など出すも氣がきいてよいものである。

二、一寸經費はかゝるが、自動車等を美しく飾つて驛や停留場から、近くの目的地へ送迎することも面白い。若しもこれに乗合馬車等を借りてやるならば、一層その効果があり、これを美しく飾つて店名商品を廣告しておくならば、歩いてゐるだけでもたいしたもの、荒川堤等ならあつらへ向きであらう。

三、美しく飾附けたサンドイッチマンを歩かせるも面白いが、今一步進めて屋臺車を裝飾して、これにお茶を用意して、接待して廻るのも一寸趣きが變つてゐるだけ、効果あるものであらう。休憩所を設け茶を接待するも悪くはないが、これよりも屋臺車は移動が出来るだけ面白い。

四、かうした場所をチンドン屋に歩かせるのを、よく見受けることだが、多くはあまり口上にして面白くない、かうした場所では普通とは違つて、半分餘興のつもりでやつたら、面白いと

思ふ。もつともこれは普通のチンドン屋には、無理な注文かも知れないが……樂隊も曲目を吟味してやつたらかなり面白いものが出来るであらう。

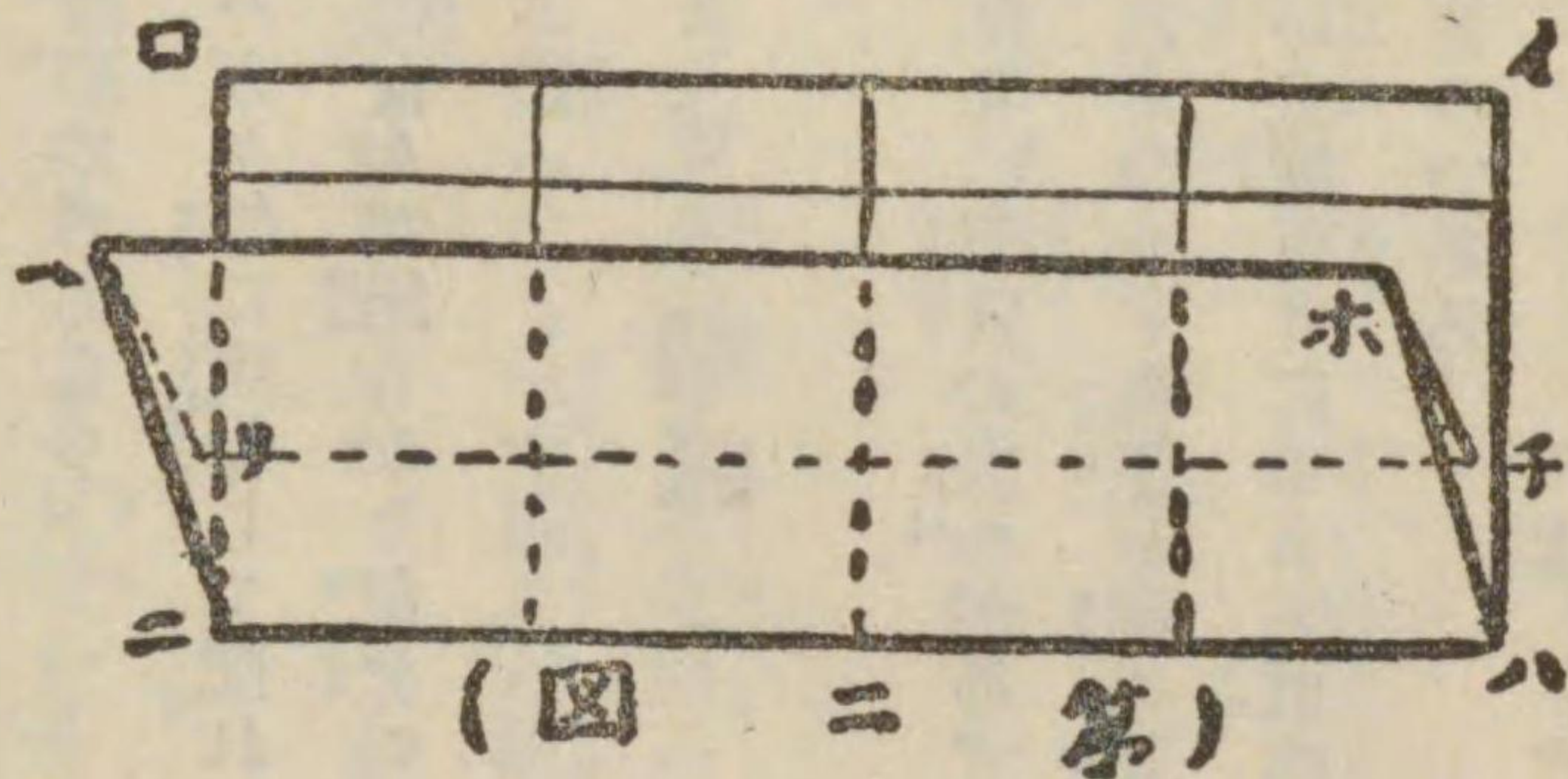
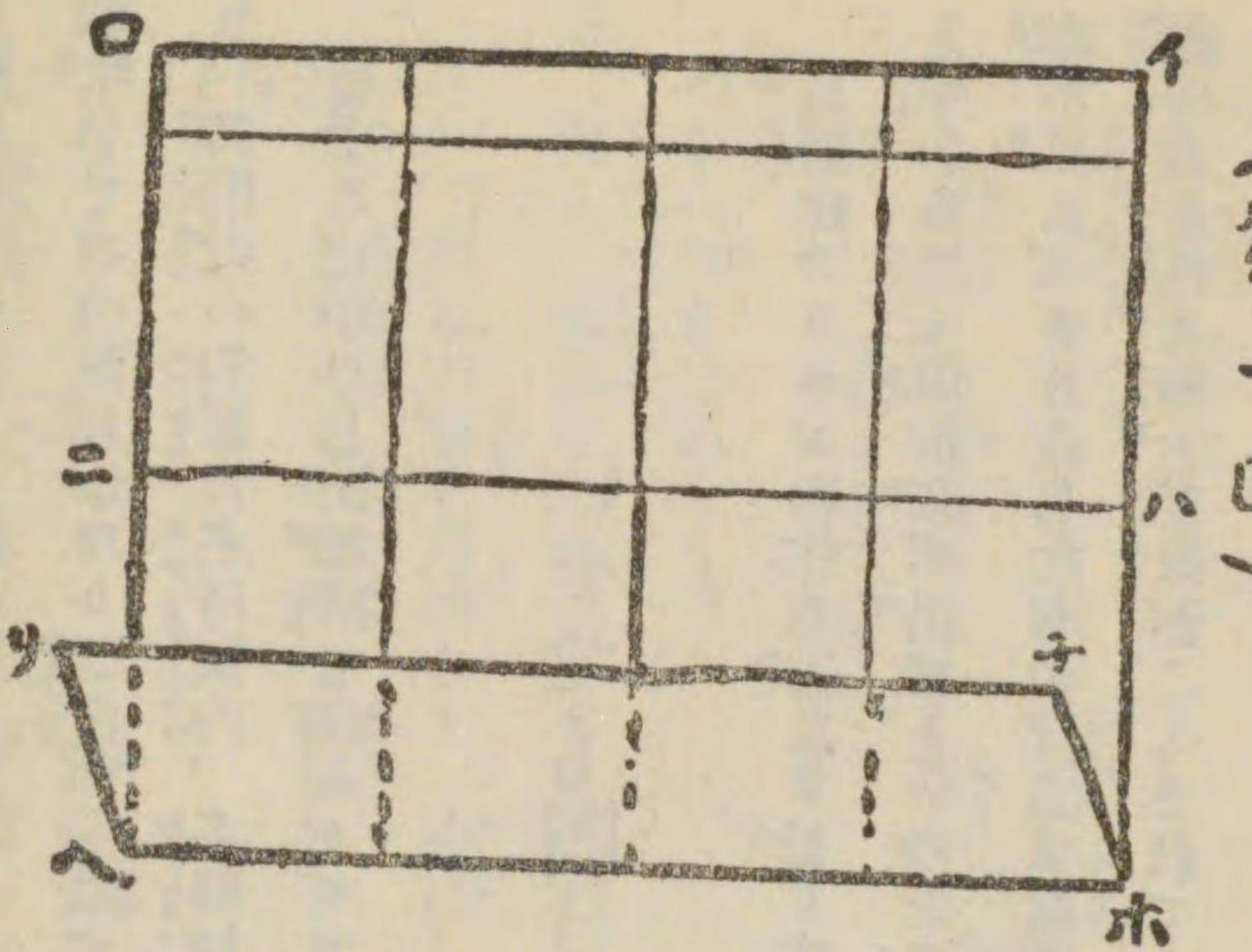
五、其附近の簡単な名所案内、名勝繪ハガキ等に廣告して配れば、チラシとは又別の趣きがある。要するにかうした場所ではユーモアに富んだ朗らかな氣分のものであることが必要である。

いやでも開けさせる型録

最近カタログの作り方なり折り方なりに相當の考へがめぐらされ、桃の形のカタログを開くと中から桃太郎が飛び出すといった風なものや、表紙を圓く切り抜いて、折つたまゝでも實物見本が見えるようにしたもの、さては開いて糊づけにすると直ちに子供のいゝ玩具となるものなど數へると色々形と工夫がこらされてゐるのである。

單なるピラにしてもそのまゝでなくこれを折つて手渡せば非常に効果的だ。それは紙の両面に宣傳文寫眞が入られるばかりでなく、ちよつとポケットに入れて持つてもいゝといふ氣を起さ

(第一圖)

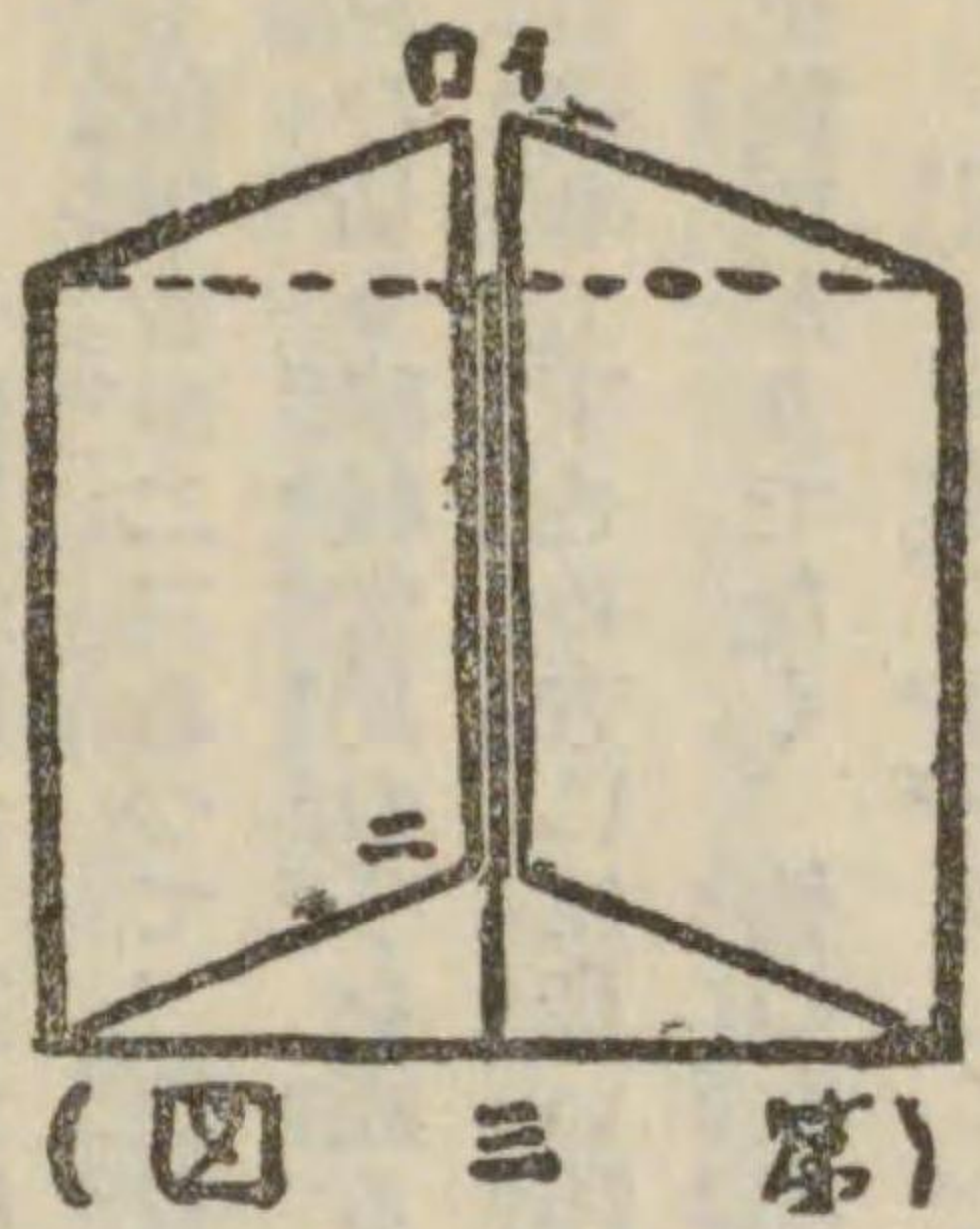


せる爲めでもある。殊にカタログとなると大たい両面を使ふことが便利で、効果的でもある。ところがその折り方が悪いと折角両面を使つても、見られない面が出来たりする。従つて一枚の紙をどう折るかどかなり重要な問題となるわけである。

フランス・バリのダンヒル煙草會社で出している萬年筆のカタログは、その折り方に特殊な工夫があつて面白いものである。左にその折方を示し見よう。

(第一圖) 全紙のその下方だけを折つたもの、全紙の大きさは縦横約五十センチでその下方約十センチが折り返しの部分である。

(第二圖) 第一圖の紙面を更に内側に二つ折りとしたところで、たゞ二つ折の上部三センチ程下つて合し目がある。



(第三圖) 更に左右兩端から内面へ四つ折とした圖面で、もう一度これを二つに折つたのが折り上りである。

折つた場合寫真なり宣傳文書が逆になつたりしないよう、またはどう開いて見ても全面の調和を失はないよう、工夫してあるは もちろん、全紙の上方を約三センチだけ出して、こゝに宣傳物の名前を大書したところや下方約十センチの折返し両面には寫真を入れずに宣傳文のみを掲げた點をはじめ、折つた各面を最も經濟的に利用して掲げたカタログといひたいだけの文句を十分いひ盡くしてゐる點等とにかく考へた折り方である。

直接需要者に當る戰術

ある子供服地屋が、某女學校の制服注文をとるためにその學校内で大に運動して見たが、他にも競争者が二三あつて、經費ばかりかゝり、結局多くの注文をとつたところで引合はぬ。そこで思ひ切り學校當局の手を経ることはやめてしまつて、合理的値下げと銘打つたピラに『店の方へ直接来て下さる方には良い洋服を廉く提供いたします』といふ意味を書いて、これをその學校の生徒ばかりでなく、他の女學校五校ほどの全生徒に配布した。そして一着につき二十圓の洋服を十七圓五十錢に値下げして仕立てることにしたのである。

ところがこのピラが非常に効果をあげて、續々と店の方へ生徒自身か父兄連かどやつて来て注文する。そこでこの服地屋さんは来てくれる客には、親切丁寧に洋服についてあらゆることを説明し、すつかり親しみを付けて、しまひには洗濯のことまで注意したり教へたりした。その結果はすべての生徒が店の意を知ることにもなつたし、ピラに書いた合理的値下げが、現實に理解され

たために、單に洋服の注文をうけるばかりか、その他の婦人子供服地がうんと賣れることになつて、店は益々繁昌である。

花嫁花婿兩方を顧客に

婚禮季節になると主なる呉服屋さんでは、それ／＼この陳列會を催してゐる。

この商品は他の一般呉服と違つてどの家庭でも必要ではないので、一般的の宣傳廣告の方法ではその効果が甚だ薄い。そこで適確な効果を収める宣傳廣告をするためには、婚禮のある家庭を探し出すことが何よりも大切なことである。

これに就いてある呉服屋さんでは左の様な依頼狀に、封緘へガキを封入し、それをその店の顧客名簿や各店員の知人に送つたのである。

(略) 陳者今年も亦御婚禮季節と相成り、弊店も御調度品には特に力を注ぎ、萬端豊富に取揃へ申候に付、もし御親戚御知己に御婚儀の御喜びあらせられ候はゞ、御多忙中御迷惑に

候へ共、何卒別葉にて御一報御煩し度願上候 (以下略)

最初にこの手紙を三百通發送すると、一週間目に十四五通知らせて来たとのこと。この手紙によつてどれだけ注文がとれるかはともかく、この手紙で婚禮のある家庭を知らせて貰つたら、直ちにその人へ御禮状を出すはもちろん、婚禮のある家庭へは遠方ならば婚禮のしをり(カタログ)を送り、近くなれば店員が自ら御用を聞きに行くといふのである。そして若しも注文が取れたらお買上の二分乃至五分までの金額に相當するお祝品をその家庭へ送るといふのである。

この試によつて一つ完全に注文がとれればこの経費位は出る。新しくこの注文を取ることは、後々何かと取引が出来るし、婚禮のある家庭と、お嫁に行く先方と家庭と二軒にわたりをつけることになるので、この場合は儲けなくも後々のためになることは當然である。

かうなると何かと親切に、あとで喜ばれるやうな品を賣ることにつとめなければならぬ。こゝに根強い眞の顧客吸收策があるものであらう。

万年筆の試用デー

ある万年筆の『試用デー』それは取引販賣店の請求があれば、本舗から試用万年筆を貸與する。販賣店ではこれを各顧客とか新しい客に配布してもらひ、一ヶ月後に店員をうかどはせて、もし氣に入ればそのまゝ買つてもらふし、不用なれば返してもらふといふ方法である。

しかもその場合『試用デー』の趣意を書いたピラに批評欄を設け、試用者の批評を求め、これを本舗に集めて、すべての参考とする。かうした實物宣傳と品質本位のやり方は勿論、万年筆そのものが優良であるとの自信がなければ、出来ないだけに、試用者にしても一種の心強さを感じてあらうし、すでにかうした開けつ放しの態度であるから、先方でも持ち逃げをしたり紛失したりすることは至つて少ない。かつて北海道で、この試用デーを試みた所、日常は月一ダースかせいふ二ダースの販賣店が、月なかばにして既に二百本の試用万年筆を出し、これがほとんど賣れ盡くす見込みであるとの報告を出してゐる。又前橋市で『試用デー』の結果なども素晴らし

い成績を残した如く、製作本舗と販賣店の協力による宣傳並に販賣方法、これこそ新時代の商人として目覚めたやり方である。

たゞこゝで注意すべきことは、眞面目な販賣店と優秀なる店員によつて『試用デー』そのものの趣旨を一般に徹底せしめることである。保守的な地方人に、あまり進み過ぎた方法は、却つて客の怖氣を増すことゝならぬとも限らぬし、現に試用萬年筆をたゞ貸さうといふのに押賣と勘違ひしたり、紛失を懸念したり、義理買の心配などで非常な苦心の存したことは各所で経験した所であらう。だからたゞ一回のみではなしに度々試みることである。かうして主催側の趣意が各人に理解され、親しみを持つて來れば、こゝに始めて偉大なる結果を獲得し得るわけである。確實な自信ある商品の販賣法として望ましいものであらう。

旅館廣告の様々

『旅館廣告』——つまりその旅館へ宿泊する客を目當ての廣告である。

昔からその土地の有名商店とか土産物を商ふ商店とかは、かなり熱心にこの旅館廣告を行つてゐる。一ころこの廣告媒体として随分鏡が用ひられた。これは自店の店名とか商品名入りの鏡を洗面所なり、それにふさはしい場所に掛けておいてもらふのである。

これは各店の競争がはげしいので、後からくいゝものを持ち込むから、折角金をかけたのも半年位で、女中部屋へ押込められるといつたことになつて、今では化粧品や酒や食料品などが巾をきかせてゐるばかりである。これは又すばらしく金のかゝつたので、普通商店としては一寸経費がかゝりすぎる。

ポスター等の額入りもかなり用ひられてゐるが、これは餘程變つたものではないと旅館で引受てくれないやうである。廣告マツチが流行し初めたころ、これも相當に利用せられたが、あまりばつとしないし、往々にして臺所の御厄介になつてその目的を達しないことがある。

自分の店舗やその商品などを寫眞にして、簡単な名所案内など作つて出すことも、一時盛んに用ひられたが、これもお互の競争からだんだんとよいもの（高價なもの）が出來、ある店の如きは一冊四、五十錢のものを出すに至つて、今日では一冊四、五錢のものは貧弱で出せなくなつ

た。普通商店で一冊四、五十錢もかけてはとうていやりきれない。店名入の手拭なども一時用ひられたが、これは一すぢ包紙とも十二三錢かゝる上に、困つたことには多くそのまゝ鞆の中へ入れられてしまつて、すぐ目的を達することが出来ない。

以上はもちろん今日でもぼつ／＼行はれてゐるが、昔から現在まで通じて最も効果のあるものは、何といつてもその旅館の番頭に心付けを出すことである。あまり大きな聲では推賞出来ないことかも知れないが、ともかく従来いろ／＼試みられたうちで、これ以上効果のあるものはなし。

『何か娘の土産が買ひたいが』それでは△△屋の××は如何です。手前共は特に懇意にしてゐますから、なんなら……』といふことになる。その方法はいろ／＼あつて單に心付けとして出すもよいが、最も徹底したのは、その賣上げに對して一分なり二分なりの割戻しである。やつぱりこれが一番効果があるやうである。

御用聞で進出の郊外の藥局

今まで店に來るお客と醫者の御用とに限られた藥屋は、續々とせり込んで來る同業者の競争に嫌氣がさして來るのも無理はない。といふのも一つの醫院へ納める時でも五、六人も競争が行はれ、醫院側はだん／＼と強い立場になつて來る。藥品の注文が減るばかりでなく、其支拂も鈍り勝ちで、後半分は來月までは……さて來月になつて見ると、また同じように半分だけ、結局いよ／＼支拂が滞つて來る。それだけ資金が固定するといつた工合である。

こんな事ではどうにもならぬと、目ざめた新しい藥屋の中には、専ら一般家庭に食ひ込まうと考へて來た。既に十年前自分の小遣錢を節約して『×××藥局月報』を發行し、御邸街から一般住宅地に配布した藥屋があつた。その後から御用を聞いて歩いたが、これがなかなかむづかしいところで、いきなり注文があるわけではなく、また『藥屋ですが』といふことは一面『御宅に病人はありませんか』といふいやなひときがあつて面白くない。

そこで女中さんの方から渡りをつけて行つたり、化粧品その他日用品を主として見たり、いろいろ苦心をしてゐる中には、やがてその便利なことが知れて来て、また街へ出た折『あの月報をよこす店は……』といふ印象を強くする事になつて、とうとう確固たる御得意となるわけである。

勿論これまでになるには、それ相當の苦心と努力とが無ければならぬ。また少くとも二年間は準備期間として忍耐しなければいけない。この『月報』は本屋もやつて居るが、季節向の衛生とか家庭醫學等適切な記事を書くことで、たゞ自分の店の手前味噌ばかりをならべてはならない。

次に御得意の廻り方であるが、これは正確を第一としなければならぬ。一定の日、一定の時間には必ずその家に行くことを心掛け、配達の方は別の人間を使つて、迅速にする必要がある。その他廻つてゐる中には、新築家屋や新しく引越して来たもの等、絶えず注意することを忘れてはならない。多少は貸倒れもあるであらうが、努力して得た得意は、非常に確實性を持つてゐる。

最近この方法による薬屋さんも、ぐんぐん殖えて来たが、ますますサービスをよくし、注文品だからと店売りより高くすることは大禁物、もうすこし椽の下力持ちを盛にする覺悟でやることが大切である。

一寸面白い逆宣傳

街頭裝飾も美しく鳴物入りで『××大賣出し』は至るところで行はれてゐる。これも珍らしい間は人の注意も惹き、又賣れもしたが、昨今のやうにひつきりなしに行はれるのでは、餘程その内容がしつかりしてゐるか、その方法が餘程變つてゐなければ、人の注意を惹かなくなつて来た。今日の客は餘程商品を見る眼がしつかりしてきて、こけおどしのごまかしの手には容易に乗らな

50
こゝを考へてか、ある洋品店では、附近の數店が競争的に宣傳で大騒ぎをしてゐる中で、あつさりとしてショーウィンドーに、

口 上

▲弊店は節約の折柄、華々しい宣傳や裝飾は一切いたしません。

▲その代りそれに要する莫大な経費をはぶいて、それだけ品物を安く願ひいたすことにしてゐます。

▲又強いて安値に出さんがために粗製粗悪なごまかし品は一切置きません。全部良品を少しでも安く願ふことにいたします。どうぞ値段だけでなしに、品質をも御比較下さいませ。

と上品に書いて丸額に入れてゐた。

要するに逆宣傳である『附近の商店があつたやうに宣傳し裝飾をしてゐるのは非常に経費がかかりますが、弊店はそんなむだな宣傳をぬいてそれだけをお安く……』といふのである。附近の商店で大袈裟にやればやるだけ、それだけこの店の口上がはつきりして来る。この店の提燈持になつてしまふ所に面白味があるではないか。

壊された電灯を宣傳に利用

目黒の行人坂の中途に投光機の電球を取付けて以來三回も壊されたので、これを取付けた商店では次のやうは掲示を坂の下の突當りに貼つた。

御詫びと御願ひ

この電燈が度々消えまして、甚だ御迷惑のこととお詫び申し上げます、實は九月に入りまして三回、何者かに電球を破壊されました、非常に残念に存じてゐますが、故意の仕業にはほとんど閉口致してゐます、就きましては何か皆様の御高見又は對策につき忌憚なき御言葉をいと書き更にと存じます。

と書き更にとその下に

この電球を壊される方へ

一、この電燈につき御不満がございましたらその理由を書面で御知らせ下さい。

一、廣告塔がお氣に召さねば店名を塗消してもよろしいのです。

一、若し小店に不徳行爲がありましたら直ちに改めます、御教示下さい。

一、この電燈が全然不用であるとの理由が判然と發見されれば取壊しても差支へありませんこれだけの文句を貼り出した所が、通行人は誰れも折角つけてくれた電球を壊すとは何といふ不徳漢だとばかりすつかり憤慨するやら、書面又は直接その店へ来ていろく壊されない工夫を教へてくれるやら、豫想以上の反響を得て、ともかく電球には二重の金網でおほひ、廣告塔の高さを二尺程高くして今度は壊されないやうに改造したのである。

この事實が更に人氣を呼んで、この店の誠意と奉仕とが附近の人々に徹底され新しい客も来るやうになつた。

普通の人なら愛憎をつかすところを、うまく宣傳の道具に使つたところ、そこが商人である。

下手な廣告戰

郊外の電車の停留場の近くに二軒、それから三町程離れたところに又一軒、それらの市場が文字通り白熱的な賣出戰の泥試合を演じてゐる。その廣告戰なるものが甚だ振つてゐる。午前中に甲の市場のチンドン屋が通ると、午後には乙の市場のチンドン屋が、とすぐそのあとから丙の市場のチンドン屋がやつて来る。

これがまづ面白くことには甲も乙も丙もそのチンドン屋がそれぞれ専屬の形をなして、又それがそれ／＼競争してゐる。これに配るチラシも亦同じで、どの市場も新聞紙二つ切り位の大きさのザラ紙に、各店の特價品の品名と値段とを書いたもので、一店づゝ四角に圍つた體裁もまた全部同じで、恐らくこれを豫期して一度に何萬枚かを印刷しておいたものであらう。いづれにもせよ廣告としては文句なしに下手な仕方である。

まさか市場の廣告とはいへ、チンドン屋とピラ配りに限るまいに、競争するも結構だが同じするならばもう少し目先きを變へて競争して貰ひたいものである。こんなことでは附近の商人に笑はれる以外無んにもならないであらう。

今一息の思付

ある理髮店で來店した客に對して『どうぞよろしく』と一枚のカードを手渡してゐるのを見ると、それにはかう書いてある。

『毎度お引立有難う存じます。私共はおお客様の御満足を願ふためには、どこまでも努力、清新な刈方で必ずお似合する様最善を盡して居ります。あなた様のお知合の方で、感じのよい御調髪御希望の方を、ぜひこのカードに御記入御紹介下さいまし。』

× × 理髮館

そしてその裏面には『お客様御紹介——様——右の方を御紹介いたします——必ずお氣に召すようにといふかねての標語通り充分熱心に努力して御満足願ふ様にして下さい』

この思付きは決して悪くはない。たがしかし單に『御紹介下さいまし』では、これを受取つた客として『なんだ馬鹿にしてら』といふことになつて、紹介してやらうといふ氣は少しも起らな

いであらう。

若しもこれを『この券御持参下されば十錢割引いたします』とか『アイロンを無料でいたします』とか、或は又この頃流行の『爪磨きをいたします』とか何んとか特典を附ければ、誰れしも喜んで紹介してくれるであらう。

或はその技術が特典だといふのかも知れないが、それだつたら餘程優秀な技術、しかもそれは何人にも『なるほど』とすぐうなずかれる腕前でなければならぬ。

あつと言はせた賣出・思ひ付の特賣

金魚玉をお土産に

五日間『金魚おみやげデー』といふ呉服屋の賣出しである。買上一圓以上の客に「ガラスのびんに入つた金魚を三尾差上げる」といふのである。

同時にさらし天じく一尺十五錢の品を、その半額七錢五厘で一名一丈限りとして、毎日午前一回午後二回夜間一回といふ風に賣出した。

喜んだのは子供達ばかりではなく、金魚を貰つた客は、誰も彼もが非常にいゝ感じをもつたといふ。もちろん客を集める方法としては、金魚よりもさらしの方がより効果的だつたらう。金魚が欲しいのでわざわざ買物をする人はまず少ないからだ。

あつと言はせた賣出・思ひ付の特賣

けれども夜分涼しい店頭装飾をして、この金魚鉢を軒に五六十ぶら下げて、これに明るい電燈の光をあびせかけたので、散歩に出た人達殊に子供を連れ来た人々が、つひ誘ひ込まれて品物を買つて行くのが相當多く、月なかばの賣出しとしては、大成功だつたとのことである。でその金魚の評判が非常によいといふので、賣場からの請求により、更に十日間おみやげとしたとのことである。

が、金魚の費用はどれだけかといふと、三尾の金魚が約四錢、ガラスの鉢が二錢五厘計約六錢五厘にしか當つてゐない。一圓以上の買物客に差上げるのだから負擔としてはなんでもないわけだつた。

次は別の呉服屋さんだ。その金魚デーと同じ期間の賣出しに『つり堀りデー』といふのを催した。これは店内に金魚屋のつり堀をそのまま持ち込んで、自由に金魚をつり上げさせたのであるが、この方は大失敗、二日間でこり／＼してやめてしまつたといふ。それは第一店内が水だらけになること、つる楽しみは子供だけで、婦人など少しも手を出さないこと、しかも針のつけ方が下手だと何尾でも釣れて、豫想以上の金魚をもつて行かれたこと、それから金魚がすぐ死んでし

まふといふやうな結果に終つたからである。

とにかく金魚デーも夏らしい景物としては面白い試みだが、そのやり方にはかなり注意すべきであらう。

客を十分喜ばせることが出来ればそれでいゝので、これ以上を望むことは少し無理かも知れない。この外にも四谷の呉服屋では鈴虫デーや草花デーといふのを試みたがいづれも夏の夜の店頭商策としては思ひつきである。

賣れぬ金曜日を賣れる金曜日に

毎日の統計をとつて見るとどういふものか金曜日といふ日は不思議に賣れてゐない。そこで何とかしてこの日にも賣れる工夫はないかと考へた揚句、毎週金曜日を「山積デー」と銘打つて、この日は特に林檎とみかんとかバナ、に梨にみかんとかの品物を選択し、これを山積として一山いぐらといふ風にして賣り出したのである。

ところがこれが大當りで、さすが厄日の金曜日も平日以上の賣上げを見ることになつた。そこでこの果物店主はこれで氣をよくして、更に土曜日山積デーとしてずつと續行してゐるが、兩日とも大變な混雜、すると今度は山積でない商品もよく賣れるやうになつたといふのである。

これは山積みの客で店が自然に賑やかなり、如何にも繁昌してゐるやうに見えるので、客がついて來たものであらう。實際には、この山積ものは安値であることで、品が悪いやうに客から思はれて山積みでないものを買ふ人も出て來る様になる。

これはよくあることで、同じ品でも山積みものより一個賣りの方がいゝやうに考へ、少々高くても平氣で買つて行く客が中々ある。この店で一個賣りまで多く賣れるやうになつたのは、山積みで客が押かけてゐるので、如何にもこの店は繁昌してゐるやうに見え、繁昌する程だから安からうと人氣を呼んだものであらう。

店中を一と山賣に

その店頭をすつかり普通の八百屋とは趣を變へて、全部一山主義にして、どの商品も小綺麗な洋食皿に盛つて一山五錢、十錢、十五錢、廿錢の均一賣りをやつてゐるが、ともかくよく賣れる。普通の店のやうに大根なら大根は一積み積重ねてゐると違つて、洋食皿に盛つて、平面に並べてあるので、一目で普通の八百屋さんと感じが違ふ。「變つてゐるな」といつた氣持を先づ與へる。

一體八百屋の一山賣りは部分的には一般の八百屋でやつてゐるが、いづれも安い。それは多く前日の残りものだから、で客は山積のものは安いといふ觀念を一般に持つてゐる。この「安い」といふ客の氣持をしつかり掴んでゐる。その「安い」ものが毎日新しく變るのであるから、安く新しいといふ感じを與へる。

そこでこの店の仕入れ方であるが、普通の八百屋のやうに種類を多く仕入れないで、その時期

に最も多く賣れるものを種類少なく仕入れて来る。そして多く仕入れて安く賣るといつた主義である。その時期に賣れるものだけ仕入れるのであるから、回轉は早く、種類が少なく、一山でしかも均一であるから、手数がかゝらず従つて營業費が少なくてすむわけである。

二つの定刻割引

最近開店したので、一刻も早く「安く賣る店」としての存在を知らせたいために、開店後まもなく第一第三の日曜日を「特賣デー」としてあんパンや食パンを思ひ切つた値段で賣り出した。これだけの安賣りでも、相當の客を集め得ることを知つた店主は、更に一步進めて「定刻割引」の看板をかゝげて、午前と午後七時から九時まで一日四時間を割引時間として「食パン一斤十錢」「極上物十四錢」といふ安値で賣り出したのである。

ある茶舗でもこの定刻割引をやつたが、この方は毎日午後三時から五時まで「上煎茶半斤八十錢」のところを「五十錢」「上番茶半斤四十錢」を「廿五錢」に賣つた。

一體定刻割引といふ賣り方はこれまでも、各地でしばしば實行したものであり、デパートあたりでは朝間廉賣だとか、正午特賣だとかといつてやつてゐるが、これらの多くは店として比較的閑散な時、客のあまり来ない時間に行ふのが普通であるが、この兩店はいづれもどつちかといへば最も賣れる時間にやつてゐる。近頃のやうに賣れ行き不振の時代は、この方が効果が多いと思ふ。

一日一菜特賣

「一日一菜特賣」といふのを郊外の魚屋がやつた。これは毎日ある品に限つて一品づゝ特賣するのである。値段は先づ平日の半額、従つて賣れること賣れること正に文字通り店頭市をなして押すなくの盛況である。

「なるほど値づらは平日の半値か、それ以下ですが、これで五分がらみはかけてあります。何しろ數が出ますので、大きいものです。仕入れですか、それが特に私の目をつけたところですよ。

あつと言はせ九賣出・思ひ付の特賣

特にその日の安いもので、いくらか儲けやうといふのが、一般のやり方ですが、私はこれを逆にその日の一番安いものを、どつさり叩いて買つて、それをその日の特價品として、安く仕入れるのです。それでまあ平日の半値で安く賣れるわけです」

この魚屋中々うまい考へ方である。人が儲けるのを逆に儲けない。商賣の上手さはこんなところにあるものであらう。

もつともこれは毎日相場の變るもので、どこの家庭にも必要なものであるから、

『今夜は何にしようか』

『はてあの店で特賣をやつてゐる、今日は何んだらう』

と客はこの店へ足を向けることになつて、この成功を見たものであらう。だがこれはお互ひに好き嫌ひがあつて、いくら安いものでも嫌ひなものは買はない。それでも折角來たのだから……とつひでに外の品を買つて行くことになり、特賣以外のものも賣れることになる。

とにかく『一日一菜特賣』の名も面白いし『今日の特賣は何だらう』といふところにこの店に客を吸引する力がある。

十客に一客全額を拂戻す

『十客に一客全額拂戻し大賣出し』

つまりその商品を買つた客、十人ごとに抽せんを行ひ、その結果當りとなつた一人は、その人の買つた商品の全額の拂戻しをうけるといふのである。

『ともかく好評を頂いてゐます。従來の福引賣出しよりははるかに……さうです三四割方は成績が擧つてゐます。だが十人に一人ですから、平均して一割五分内外の割引になりますから、さう無暗にやるわけにも行きません。何にしても、當つた人は全額の拂戻しを受けますから、から大喜びです。だからその人がこの次の時に、出かけて來ることはもちろん、附近の人々に宣傳してくれますので、回を重ねるごとに盛況になるといふわけです』

とはこの名案の内譯であるが、ともかく目新しい點に興味價值が充分ある。一體かうした福引とか景品とかは、客としてはその中味には、たいした期待ももつてゐないもので、當ればもうけも