

日本粧業速報

日刊但し毎週土・日・祝祭日休刊 昭和34年10月27日第三種郵便物認可 定価 1ヵ月 1,000円 6ヵ月 5,200円 (送料共)

発行所

日本粧業会出版部

東京 中央区日本橋馬喰町3-3

電話 兜町 9146 (代表) -9番

大阪 東区内本町橋詰町30番地

本町橋ビル 電話 東911568番

編集印刷発行人 竹内孝

昭和三十七年十二月三日 (月曜日) 第七七一号

浴用自由化対策を検討

緊急事態に対応し浴石代表懇談

十月一日からの浴用石鹼自由化により、石鹼業界は全面自由化されたわけであるが、今後本格化されると思われる外国石鹼に対処するため、十一月三十日午後二時から日本マーガリン会館五階会議室で「自由化対策懇談会」を行なった。事務局としては、油脂工業会から佐藤常務理事、石橋課長、石鹼工業組合から福田常務理事が出席①緊急関税制度②独禁法(不当景品類および不当表示防止法)③外貨法および対外通商条約などについて説明され、ことに不当景品類および不当表示防止法については第三条(景品類の制限および禁止)第四条(不当な表示の禁止)の適用に強い態度を表明することが発言された。このあと、その後の外国石鹼の動向などについて意見交換が行なわれ、五時散会した。

この日の会合では、まだ具体的対策についての結論を出すに至らなかったが、事態は急を要するため、おそくとも十二月中旬までには一応の運動方針をきめるものといわれる。

〔出席者〕 鶴巻(丸見屋) 豊田(花王) 宮崎(牛乳) 伊藤(資生堂) 大橋(工組理事長) 小川(小川石鹼) 栄藤(第一石鹼) 各氏

解説

自由化対策として具体的な態度をきめるにも、相手方の出方がはつきりしない現在では、その出方を見極めることがまず第一段階となつている。本格化した場合に市場価格が四十円あるいは三十円。日本沿岸での取引き価格が十一円という線もまだ情報々の域を出ていない。この時点においての対策といえば、この日の議題にあげられたように、各規制法の適用しかなかく、事務局としてはこの面を強く押し出しているが、メーカー筋は、法によつて土俵をきめても結局勝負をきめるのは彼我メーカーの実力である(花王 豊田部長)とあくまで企業体質の整備(販売界の整備も含めて)を主眼としている。また、いままで石鹼業界の競合相手といえば、贈答品に限ると味の素、天ぷら油、飲料水などの業界であつて、外国石鹼が出てくるといつてもいままでの八面作戦が九面作戦に変わるだけだ(資生堂伊藤部長)とみる向きもある。

協力体制がうらやましいEEC

オランダへ着いた吉田氏の便り

日本生産性本部の流通経路視察団の一員として十一月十六日羽田発で視察の途についたライオン歯磨吉田本店長から第一報がよせられた。

【十一月廿四日ベルリンにて】北欧の古い歴史のある国々を廻っておりますが、丁度冬の悪い季節に当りまして薄暗いどんよりした天気には悩まされております。みぞれ、雪と写真には苦手な天気ばかりです。だがこの目で見る各地の風景はやはり来てみなければわかりません。オランダにはオランダの美しい眺めがあり、東京から着いたばかりの我々の目を見張らせるのに充分であります。きれいな実に色彩感覚のすぐれた街作りは感心させられます。然も豊かな民情を反映してゆつたりとした気分が横溢しております。ベルギーもよく似た感じですがこゝはさすがにフランス、ドイツの影響が強いのか何となくはげしさが街にも流れて、人の動きも活潑に感じます。勿論ここらはEECの本部があるわけで我々の訪問先にもなつて居たので雪の降る中を尋ねて話を聞きました。この目標としておるのは一九七〇年度だそうですが現在の処は予定をはるかに上廻る成果を取っております。冬の仕事は出来なければ止めると言う種類のものでなく、あくまで努力して行くものだと述べておりました。現在各国間の企業同志の提携も進められておるそうです。EEC本部は決して強制はしないのだそうで、指導というか話し合いの場ということへ進んでおるともいつておりました。何れにしても各国の国力といえますか、経済力と申しますか、それが異なる国々が話し合いの場を持って着々と協力体制が布かれて行く様子は新しい世界の動きとして今更ながら注目すべきことですね(我々業界を反省しても一寸羨しい姿です) 言う動きが直接反映しておるのかブラッセルは前述の様に街の中がにぎやかに感じますしネオン看板等も派手です(アムステルダム、ロッテルダム、ハーグにはネオン等は余り出てない)オランダ↓ベルギー↓ドイツと入りドイツのハンブルグを見学、今はベルリンに入りました。相当な雪でした。街の色も白一色で実際の感じが出ませんが、ハンブルグの方が商売は活潑の様に感じます。ハンブルグには日本人が四〇〇人もおるそうで、ベルリンには相当戦争の跡が未だに残っております。こゝは東と西の問題と言うか何となく気味の悪い感じですよ。その国境線と言うか境界線を見て来ましたが、とても口では言えない無気味さです。兵隊は勿論おりますし同じ道路をへだて、国が異う然も住む人間は同じと言う不自然の姿が未だに何もかを内蔵しておる様な解決されない問題をまざ／＼見せつけておる訳です。そんな故かとても淋しいです。ハンブルグとベルリンでは静と動と言つてもよい位ベルリンの静けさは押し黙つておる様な感じですよ。

三越化粧品工場「優美」新築落成

三越化粧品製造工場株式会社優美がかねて新宿区下落合一丁目六九番地に新築中の工場並びに三越専属工場である不二クリーニング株式会社工場が竣工したので、十一月三十日午後二時から三時まで関係者を招いて披露を行った。両工場は隣接してつながら、いづれも鉄筋三階ビル、化粧品工場は最新の設備をととのえたスプレー製品充填機、ポマード製造設備もあり、全品種製造施設の完備したモデル工場ともいふべき細田技師長の設計で、総建坪四一四平方メートル、早田代表取締役、細田技師長、岡本業務部長、松本不二クリーニング常務が出迎えて、披露パーティを催うした。

十字屋、レギュラー三店を開店

いよいよワンストップ店へ近づく浦和店

株式会社十字屋ではレギュラーチェーン店の伊東店(十七日)浦和店(二十三日)日立店(二十九日)をそれぞれ開店した。伊東店は初日五百九十万円、二日六百二十万円、三日六百二十九万円の売上げをみせており、同社の予想より百六十%を上廻つた。二十三日に開店した浦和店は予想を上廻る倍の成績を収め、さいさきのようにスタートぶりをみせている。なお伊東店の商品構成は菓子、びん岳詰、乾物、化粧品(マックス、エリザベス、一般品)化粧雑貨、装粧品、日用品、荒物、金物、衣料で割合は三対七。

株式会社十字屋チエーン浦和店 浦和北口駅前、店長小林善雄氏。

浦和店は従来の銀座通りにあつた店舗がせまいことから駅前通りに移転開店したもので旧店舗は閉さした。新店舗は五百建坪、二階。

売場面積 四百八十坪。內衣料四百坪、スーパ一八十坪。一階の全フロアは食料品と衣料品の完全セルフ、二階はセルフセレクトション販売形式をとつている。

商品構成 衣料品(服地、肌着、洋品、紳士、婦人既製服、婦人、紳士装飾品、帽子、高級呉服を除く呉服)食料品(生、鮮を除いた一般食品)雑貨、化粧品。

店員数 百二十四名。

販売効率 年五百五十万円。

客単価 四百五十円。

回転率 年十二回転を目標。

仕入れ 本店仕入五十%、浦和店独自の仕入れ五十%。

制度品 マックス、エリザベス、一般品殆んど。

開店当日の客数は四万人、買物客は内二万人。従来十字屋は肌着などの二次製品と服地に力を入れて来たが、最近では外衣類や寝具などにも力を入れており、本格的なワンストップショップとしてSSDDSのスタイルに近づいている。浦和店の開設についても、これからは大型でなければならぬということから一階だけを売り場とする当初の計画を変更して二階も売り場に使用し、はつきりセルフと側面販売のフロアを分割して特徴を持たせている。外衣、既製服、寝具、呉服は二階でセルフション形式を採用。

スリーパーマーケットのパーセント

本格的なSSDDSへ移行 東莫

浅草の東莫ストアでは七日の七階全館開店を期して本格的なSSDDSのスタイルを打ち出している。

なかでも五階のオーバー、コート売り場にはお仕立てコーナーがあり、高級客をねらってサービスに資生堂商品の割引き販売を始めた。他の制度品、一般品とも、売り場は三階の薬局に併設しており、資生堂商品のみを五階に持つて来たことは仕立てコーナーの注文場所だけにその誘致策が目につく。なお割引き方法は同店発行のサービス券で、買い上げ単価の三割分だけ他の商品と引き換えられるようになっていいる。客は「ほかにもこのように店が出来ればねえ——」と言っている。資生堂商品だけを目標に遠方から来ている客も多いたか。

全日商連総会、スーパー中心に論議

全日本小売商団体連盟(理事長高橋貞治氏)は十一月二十七日第八回全国総会を衆議院第三議員会館第一会議室で開いた。

この総会は従来の総会にみられない重要性をもつてのぞまれ。今後流通革命に百二十万小売商がどのように対処していくかなど基本方針を打ち出し、特にスーパーマーケット、SSDDSなどの大量販売機構、大メーカーの系列支配、独占価格維持政策の強化、外国商業資本進出対策などに重点がおかれ、迫られた小売商自身の体質改善をどのように推進するか、という積極策転換の運動方針の確立をみた。

特に議題の中心になつたのは、各業界注視の的になつていいる米国のスーパー・セーフウェイの日本進出であり、これには全国の小売商をあげて阻止するという緊急決議を万場一致で可決した。これにより百貨店、商店街なども友好団体と協力、全国の小売商を動員して進出阻止運動を展開することになつた。その第一段階として十二月三日、理事長はじめ十名の役員でもつて通産省、大蔵省、中小企業庁などの関係官庁、自民、社会、民社の各政党、直接セーフウェイの合弁会社となる住友などに陳情、米スーパー阻止運動が行なわれる。なお今後の方針としては単に米スーパー日本進出阻止だけに限らず、スーパーの規制措置問題にも取り組んでいく模様。また全日商連の米スーパー進出阻止運動には二十七日の大会に出席した自民、社会、民社の各党代表者も全面的にバックアップすることになつた。

ストープ関連商品としての消火器

千葉の扇屋本店では、ストープの関連商品として家庭用消火器(粉末)を販売しているがなかなか好評を得ている。これから実演販売を行なうといっているが、季節的にもタイミングを合せた良心的商法として注目される。

スーパーマーケットのスーパー

日本粧業速報

日刊但し毎週土・日・祝祭日休刊 昭和34年10月27日第三種郵便物認可 定価 1ヵ月 1,000円 6ヵ月 5,200円 (送料共)

発行所

日本粧業会出版部

東京 中央区日本橋馬喰町3-3

電話 兜町 9146 (代表) -9番

大阪 東区内本町橋詰町30番地

本町橋ビル 電話 東91568番

編集印刷発行人 竹内孝

昭和三十七年十二月四日(火曜日)第七七二号

適正広告基準さらに厳格化

厚生省、年末までに一部を改正

厚生省薬務局薬事監視課では、現在の適正広告基準を再検討し年末までに内容を一部改正することになった。

主な改正点は①保健剤と治療剤を区別し、治療剤にきびしい規制を加える。②人気芸能人やスポーツ関係者を利用する広告も限界を規制し、販売競争によつて消費者に被害を与えないようにする。となつており、この改正によつて厳格に規制をうけるのは、医薬品業界にあると思われる。ただ②の場合は、タレント起用にワクを設けることと同時に、先般テレビCMにヌードモデルを使うことの可否がテレビコードからんで問題になったこともあわせ、この点にも規制が加えられるようである。また厚生省では、これを期して医薬品化粧品の広告規制は厳重に、抜き打ち的に行なう意向のようである

まだ化粧品は抜わぬ——蒲田緑のデパート

「緑のデパート」のキャッチフレーズで、国電蒲田駅東口の民衆駅「蒲田駅ビル」が完成、十二月一日開店した。

同ビルは地下一階、地上六階建てだが、一日開店したのは第一期工事分の四階まで。未完成の五、六階は来春完成予定で、総面積一万五千二百平方メートルとなり、城南地区の新しいショッピングセンターが誕生したわけである。「緑のデパート」のキャッチ・フレーズは、店内各所に緑の樹木をあしらひ、同系統色で装飾していることからつけられたものだが、売場構成は地下一階が食料品、地上二階が和菓子、紳士、婦人洋品、喫茶、三、四階が紳士服、洋装生地おもちゃ、洋品の専門大店となっている。

大阪で話題をまいたK薬局は二階の一部に店を出した。開店前から「化粧品五割引き」の噂が流れ、相当の乱売戦が行なわれるのではないか(地元白井薬局)と心配されたが、扱ひ商品が医療品、衛生用品の同店は開店当日、化粧品をおいておらず、わずかに歯磨類を二割五分引きで出しているにすぎない。また四階の専門大店(地元商店街の共同出資による)は、特売場も併設しているが、洋品雑貨が専門で価格もきわだつて安いものは見当らない。

東京化粧品卸商組合の十二月定例役員会

東京化粧品齒磨卸商組合役員会は、来る六日午後三時から日粧三階会議室で役員会を開き左記事項について協議する。

①勤続社員表彰式収支決算報告②全卸連常任理事会経過報告③役員忘年会の件④四団体主催新年会の件。

大阪化粧品卸組合、来る八日に役員会開く

【大阪発】大阪化粧品卸組合では、十二月八日午後二時半からコクサイホテルで役員会を開く。

アデカ社長に古山二郎氏、東海林氏は会長

旭電化工業株式会社では二十九日の取締役会で次の新役員を決めた。会長東海林武雄(社長)、社長古山二郎(専務)、常務吉田豊(取締役)、同吉田晋作(同)。

香基会第九回大会(二日)の各級入賞者

香料業界の「香基会」では二日「本町囲碁」で第九回大会を開いたが、次の諸氏が入賞した。参加者二十六名。

A級 優勝榎戸勉(四級・高砂) 二位宮川正己(五級・高砂) 三位鶴尾定雄(三段・前高砂) 四位佐藤正(五級・香料協会) 五位松山栄一(五級・高砂) 敢斗賞柳瀬信雄(二級・塩野)
B級 優勝沼沢元明(九級・永広堂) 二位畑江佐郎(八級・長谷川) 三位加藤孝蔵(九級・高砂) 四位萩原次郎(七級・井上製造所) 五位井上治三郎(十二級・井上製造所) 敢斗賞堀江正孝(九級・みどり化学)。

ソルジン剃刃の新案登録抵触問題で記者会見

ソルジン剃刃本舗では、さきに業界紙で、同社の実用新案登録第七〇三二九五号(昭和三十七年三月二十日公示)の新T型安全剃刃の同一、または類似商品に対し警告を発していたが、関係各方面から具体的に抵触の点についての問い合わせがあるので、今回弁理士矢口栄吉氏同席で業界紙を招いて、次のように発表した。ソルジン剃刃本舗所有の実用新案登録第七〇三二九五号新T型安全剃刃は、構造面では二枚板によつて作られ、スライド式に刃の台が入っており、台の左右両端の穴で刃が止められる仕組で、それによつて剃る場合の弾力性をもたせてある。この二枚板によるT型剃刃の構造上の主要部分となるもの同一、または類似商品はすべて抵触するものである、と解釈されると説明した。現在同社では某社と抵触問題で競争中であり、さらに抵触事件のひき起されることを極力さげたいとの意向から、関連業界の製作者及び販売者に対し自粛をうながすことになつたもの。

歯友会十一月例会、ハツカ輸入問題等報告

歯友会の十一月例会は二十八日午後二時から日本粧業会談話室で開き、東西齒磨協議会の議事内容、ハツカ輸入問題を報告の後、情報交換を行ない同四時散会した。

【出席者】ライオン指谷、サンスター安部、塩野義高島、資生堂工藤、ゼオラ羽太、スモカ吉岡、事務局加藤専務。

大阪市のよい歯の学童生徒表彰大会開催

【大阪発】大阪市教育委員会、大阪市学校歯科医会主催。大阪市PTA協議会後援、ライオン歯磨協賛の「三十七年度大阪市よい歯の学童生徒表彰大会」は、去月二十九日午後二時半から東区・大手前会館に市内のよい歯優良小中学校、歯科医、学校保健関係者など出席して盛大に行われた。大阪市学校歯科医会副会長・村本明氏の開会のことばに続いて大阪市教育委員会、歯科医会長の挨拶、優秀旗返還、児童・生徒賞状授与、学校表彰があり、ライオン歯磨大阪支店中沢博夫氏が祝辞をのべ、大防市学校歯科医会副会長・梅谷秀文氏の閉会のことばで同四時半ごろ散会。

エステー化学、新年度以降の営業方針説明

水晶脳・ネオペラ本舗エステー化学工業KKでは、十二月一日在京業界紙を新宿蘭苑に招き、新年度以降の営業方針などについて説明会を開催した。

- ① 防虫剤の増量 時代が対面販売から消費者サービスに移つたため、消費者第一の考え方を生かしたものの、今後製販を約二割引上げる。
 - ② 品質の向上 原料のパラチクロールベンゾールの融点を五十度以上にする。またナフタリンはJ・S規格特号を明記し同時に包装資材は最高規格を使用する。
 - ③ 価格改訂 第一次として幾分の手直し(防虫剤防腐剤の掛率統一)を行なつたが、長期計画としては製販を将来六半掛までもつてゆき、値上げ分は商品の充実増量に廻す。
 - ④ 営業政策変更の主なる点 直取引店を整理縮少し、少数代理店制確立のため百店くらい(約三分の一)にしぼる。
- ▼本舗側出席者 鈴木専務、麻井神田営業所長、内野管理課長、井上業務課長、佐藤地方課長。

明城映画の集い―ヘアラツカーの抽せん

十一月三十日、午後五時三十分から丸ノ内東商ホールで明城映画の集い、ブラボ碧の脱出(監督ジョン・スタージエス、主演ウイリアム・ホールデン)の特別試写会が、BGなど多数参加を得て行なわれた。なお試写の前には参加者の中から男女各一名を選んで明城ヘアラツカーなどの抽選を行なつた。

アルピオン(二五号、株式会社アルピオン化粧品発行)いつもながらカラーを多く使用した編集はハイセンスで立派。美容特集(一)(二)としてクリーム五点を中心に秋から冬にかけての肌の手入を解説、同社口紅新色三点によるカラーハーモニーメイクアップ研究、コスチウムとメイクアップ研究は季節感を盛りこみ親切。著名人によるおしやれアンケートは各人のおしやれのポイントが独特のもので面白く、おしやれ小辞典(一)化粧編は有意義。夫妻スケッチは歌手松尾和子夫妻。カクテルラウンジ今回は「め」の項。目の薬、女の目、男の目。

せいはず新聞(ケンシン精香KK発行)現在理容業界の全国的话题である農協、生協と理容組合員との理容料金に関する摩擦について、加川全理連理事長がその対策ならびに全理連農協、生協対策委員会の今後の活動方針などを述べている。その他業界ニュース。

花柳寿美園さんの記念公演は非常な好評

プラスマン本舗社長竹内寿恵女史令嬢花柳寿美園さんの創作舞踊発表十周年記念公演は、十一月二十九日、歌舞伎座で開催。当日発表された舞踊劇「静」は同嬢にとつては初めての芸術祭参加作品で、作 戸部銀作、演出 尾根幸夫、花柳宗岳、振付花柳寿美園があたり四幕九場の大作。静御前に扮した寿美園さんのひとときわ光る艶姿は満員の観客を魅了、非常な好評であつた。なお業界からは大山商店社長夫妻、助川商店会長ら多数が観劇した。

阿佐ヶ谷商店街協同組合のアーケード完成

東京・杉並区阿佐ヶ谷商店街協同組合（理事長小宮山泰三氏）では、全長三百五十二メートルに及ぶアーケードの建設を進めていたが、この程完成したので、一日午後零時半から修祓式を行ない、一時菊池区長がテープを切り、消防庁音楽隊を先頭に花やかなパレードを行ない、二時から法人会館に来賓二百名を招いて記念祝典を行なつた。

青木正雄氏帰朝報告会（六日ニュージャパンで）

三カ月の欧米視察旅行から帰朝した青木正雄氏は帰朝報告会をかねて十二月六日午後四時半からホテルニュージャパンに關係者多数を招き帰朝挨拶を行う。

全鹼連岩田会長の年末業界記者懇談会

全鹼連の岩田会長（多喜屋社長）は来る六日午後五時、池袋・白雲閣に全国の業界紙十五社を招いて年末記者懇談会を催す。

株式会社優美移転 三越化粧品製造工場優美は十一月二十五日から次へ移転。

新宿区下落合一の六九▼電話Ⅱ東京九五一局〇〇一五、〇〇一六。

角大本店電話変更（埼玉県川越市元町二の四）十二月二日から次の通り変更。川越（〇四九二）二一三八四〇（代表）、三八四一、三八四二（社長用）

白川かねさん 白川勝善氏（白川園社長）夫人（五十六才）。かねて腎臓病のため療養中のところ十一月二十九日午後十一時死去された。十二月二日自宅でお通夜。十二月三日午後一時から二時まで告別式。

北村弥之助氏

昭和三十年の六月事件の小売側弁護士として小宮山、堀沢両氏の担当弁護士として活躍した北村弥之助氏は糖尿病のため十一月二十六日午後死去、葬儀は二十八日午後二時から三時まで台東区竹町六六の自宅で行われた。

富士ニユース（第四十四号）名山堂のPR誌。三瓶専務の“本年を省みて”が読みごたえがある。好評の税経放談は第三十七回を迎えて“税務署の実地調査”、優良店めぐりは墨田の田中屋大石商店。年末仕入案内、芝居、随想など、八ページ。

日本粧業速報

日刊但し毎週土・日・祝祭日休刊 昭和34年10月27日第三種郵便物認可 定価 1ヵ月 1,000円 6ヵ月 5,200円 (送料共)

発行所

日本粧業会 出版部

東京 中央区日本橋馬喰町3-3

電話 兜町 初9146 (代表) -9番

大阪 東区内本町橋詰町30番地

本町橋ビル 電話 東911568番

編集印刷発行人 竹内孝

昭和三十七年十二月五日(水曜日)第七七三号

化粧品の年間増加 推定 二二%

三十七年度低調の各産業界に光る

今年度の化粧品生産額については、東京化粧品工業会の推定では一月から十二月までの出荷金額は六百二十億円余と発表され、前年比約百億円(二一%)の増加と見込まれている。各産業を通じて低調の三十七年度において、二一%の増加率を示したことは粧業界の底力を示すものとして注目される。また、このうち、海外への輸出高は年間三百五十万ドルで、伸び悩みを示しているが、これは東南アジア、韓国等の輸入制限が影響したことによる。

資生堂が増加分の半分近くを占める(下期決算)

資生堂では、十一月末日で本年度下期の決算年度をおえ、十二月一日から新年度に入ったが、三十七年度上期下期を通じての売上げは前年比四十数億円の増加と発表され、売上高においてまたまた新記録を樹立した。

これは前項本年度化粧品生産前年比増加分百億円増加のうち資生堂がその半分近くを占めることを数字によつて示すもので、業界シェアにおける資生堂製品の占有率をますますたかめていることを示すものである。

石鹼、浴用・粉末とも生産伸びる(十月の実績)

日本油脂工業会では、十月の石鹼等生産・出荷・在庫実績を発表した。浴用は、生産、出荷とも好調で前年同月にくらべ九%、一七%とそれぞれ増加。前月にくらべても一七%、四七%の増加となつてゐる。洗濯用の下降傾向は依然として変わらず。粉末は前月にくらべては生産、出荷とも伸びているが、前年にくらべればやはり下りカーブ。ただ出荷の下降カーブが若干ゆるくなつてゐるのが目につく。また合洗の鉱油系の伸びが減じてゐる。(単位トン、カッコ内前年同月比)「生産」浴用七、一八三(一〇九)洗濯用八、七八六(七八)繊維用五五五(八八)工業用二〇〇(一〇一)粉末四、五〇五(七六)その他四五六(一〇四)鉱油系洗剤一二、二九四(二〇二)高ア系洗剤一、四七二(四八)石鹼合成洗剤合計三五、四五一(七八)。「出荷」浴用七、七八一(一一七)洗濯用八、五四四(七七)繊維用五二二(八六)工業用一九四(九五)粉末四、九九九(九一)その他三七六(八六)鉱油系洗剤一二、三二七(一一〇)高ア系洗剤一、五九九(五四)石鹼洗剤合計一三、九二六(二〇六)

サービステケット会社納めの抽せん会(十日)

日本サービステケット株式会社では、最後のブルーチケット抽せん会(特賞エバーソフトマットレス)を十日午後二時から、同会議室で行なう。

大阪化粧品野球最終日、仁丹チームが優勝

【大阪発】大阪化粧品野球連盟では、本年度スケジュールを順次消化、十二月二日に大阪市立緑中学校グラウンドで午前九時から準優勝、正午から優勝戦を行い、仁丹チームの優勝で本年度の熱戦の幕を閉じた。

準優勝戦		優勝戦	
仁丹	サンスター	仁丹	サンスター
0	2	0	4
0	0	0	0
0	0	0	0
0	1	0	0
0	0	0	0
0	0	0	0
0	0	1	4
0	0	0	0
0	0	5	4
			3
			6

なお試合終了後、直ちに閉会式を行い、優勝仁丹チームに優勝旗、優勝杯、賞状を、準優勝大阪資生堂チームに準優勝杯、賞状を贈り、最高殊勲選手として仁丹チーム吉田選手、最優秀投手仁丹チーム南投手、優秀選手大阪資生堂林選手、敢斗賞選手をそれぞれ表彰、安田審判長に記念品を贈り、サンスター歯磨平野製造部長の音頭で万才を三唱、閉会式は終った。

敢斗賞Ⅱ資生堂林、仁丹北、サンスター奥田、ププミー中村、蛭子上田、大粧東、クラブ中島、ライオン藤井、明色山田、ピアス橋本、ベルマン市藤、高木加地、二六杉浦、パピリオオ大石、テルミー米満、テネシー鈴木、宇野達志賀。

黒ばらの滝沢社長に胸像贈呈と受賞祝賀会

黒ばら本舗では、先ごろ社長滝決直治郎氏が実業精励の表彰を受けたのを機として、重役はじめ全従業員が滝沢社長の胸像を贈ることとなり、三日午後三時から同社で胸像の贈呈式ならびに受賞祝賀の会を催した。

当日は滝沢社長夫妻が出席、会は、杉田販売部次長の司会で木村販売部長開会の挨拶後、贈呈者代表滝沢常務挨拶について梅田工場長から目録を贈呈、引つづき滝沢常務令嬢芳子直美さんによつて除幕を行ない、業界紙代表祝辞、滝沢社長謝辞のあと、滝沢社長からの記念品を代表大島監査役が受け、杉田宣伝部長の発声で万才を三唱、木村販売部長の閉会の辞で式を終り、引つづき祝賀の宴をはつた。

第五回コロナ販売コンクール、来年三月末まで

【大阪発】株式会社コロナでは、次の規定により第五回コロナ販売コンクールを実施中である。

【期間】三十七年十月一日から三十八年三月三十一日までの六カ月間。「方法」右期間内発行の感謝クーポン券の回収実績による。「参加店資格」十月中に販売コンクール参加申込書とともに注文の登録販売店。「予約注文制の継続実施」

コロナ正会員(A・B・C)の選定 コロナ特定販売契約による規定を確実に履行し、期間中感謝クーポン券を一〇〇点以上、二〇〇点以上、三〇〇点以上を予約注文の販売を完成した販売店を昭和三十七年度コロナ正会員A・B・Cとして登録し、それぞれに記念品を贈呈する。「トップ・ストアーの選定」期間中感謝クーポン券三〇〇点以上予約注文の販売を完成した販売店・コロナ正会員Cのうちから、各都道府県ごとに第一位から第三位までをトップ・ストアーとして表彰する。

クラブ化粧品の新荷とエージエント初荷

【大阪発】クラブ本舗中山太陽堂から次の特売が発表された。

クラブ化粧品初荷 ▼一口内容Ⅱホルモンクリーム(二百〇〇)一打、ホルモン乳液徳用(二百〇〇)六コ、ヘヤートニツク(二百五十〇)六コ、ヘヤークリームL(二百〇〇)六コ、グリンクレンジング(二百五十〇)六コ。計三打卸価格五、六六〇円。

▼一口景品Ⅱクラブ美身クリームS(百〇〇)六コ、初春の寿景品・寿喜セット一組。

クラブ化粧品エージエント初荷 「A口」▼一口内容Ⅱホルモンクリーム(二百〇〇)十打、ホルモン乳液徳用(二百〇〇)六打、ヘヤートニツク(二百五十〇)六打、クレンジング(二百〇〇)三打、コモ(三百五十〇)三打。計二十八打、卸価格五五、二九〇円。

▼一口景品Ⅱホルモン乳液(百五十〇)二打、美身クリームS(百〇〇)三打、寿景品・清酒もかぶり(一升入)一樽。

「B口」▼一口内容Ⅱホルモンクリーム(二百〇〇)十打、ホルモン乳液徳用(二百〇〇)六打、ヘヤートニツク(二百五十〇)三打、クレンジング(二百〇〇)二打。計二十一打、卸価格三七、八一〇円。▼一口景品Ⅱクラブレモンクリーム(二百〇〇)一打、クラブ美身クリームS(百〇〇)二打。▼寿景品・トリステクストラ詰合せ一箱。

クラブクリーム・ウインターセール(発売期間十二月―一月)

本 日 ▼一口内容Ⅱホルモンクリーム(二百〇〇)二打、美身クリーム(百五十〇)一打、美身クリームS(百〇〇)一打、計四打。卸価格五、七五〇円。

▼一口景品Ⅱクラブレモンクリーム(二百〇〇)四コ、新包装紙百枚。

モナ本舗恒例年末年始セールの内容を発表

【大阪発】モナ本舗では、恒例年末年始セールを次の通り発表した。

▼一口内容Ⅱ葉緑素アストリンゼント、栄養ミルクイン、ローヤルゼリーミルク、葉緑素クレンジングクリーム、パクト、シークドララン各半打(計三打 六、〇九〇円)

▼一口景品Ⅱローヤルゼリークリーム二五〇円三コ、バスセット一組。「発売期間」十二月―卅八年一月。

727のクールアンドシツクの口紅発売

【大阪発】セブンスターセブン本舗では、メーカー各社商品の充実につとめていたが、このほど衣服にマッチした化粧のアクセントとして、クールアンドシツクの口紅を発売した。十一号 ペトルオレンジ、十二号 ファインピンク、各二百円。

なお同時にアイブローペンシル二色(黒、焦茶)を発売した。ソフトタイプのもので、形状をダ円型にしているので多角使用出来る。二百円。

君が代本舗から新製品「キミス」

志らが染君が代本舗では、創業以来六十年、日本人の髪について研究をつづけているが、この程、日本人にもつとも合った色調三色を選択できたので、その発表説明会を三日午後五時半から、東京・大手町・新東京グリルに都内薬系、化粧雑貨系代理店百余店を招いて開催した。本舗山本社長から、新製品「キミス」発表の経過と商品説明を約一時間にわたって発表、その後席をあらため会食懇談、八時過ぎ玉置薬業社長の万才三唱、中田商店の手づめで散会した。

「キミス」キミス」(①黒褐色、②濃褐色、③茶褐色、各一〇〇円) ▼特長 白毛を美しい自然の栗茶系に染める。水でとけば、すぐ使えるので手数がかからない。特に養毛素コレステロールその他を配合。また従来品と異なり、香料の配合により、洗髪後もじや香の芳香がする。多髪性の方でも一コで十分足りるよう約三〇%増量した。添付のコップで適量を計って使える。ヒフについても石けんで洗えばよく落ちる。原色版標準色調カードが添付されている。粉末一品染毛料である。

なお「キミス」の商標は、君が代のシスターズ(姉妹)を略したもので、バックケージデザインとともに、飛躍する本舗の新感覚を表わしている。 ▼出荷 東京、大阪、神戸、京都地区は十二月五日から、その他は三十八年一月八日一斉発売。

新発売記念特売 ▼一口内容 ①キミス ①一打、②一打、③半打(卸合計二、六一〇円)。

▼一口景品 ①キミス ①2コ、②2コ、③1コ、新デザインサービスバック20枚二束、新デザイン包装紙20枚二束、記念ガラス灰皿(三越製)1コ。 ▼特別サービス ①半打箱2コを現品1コと引換える(住所店名記入、仕入先問屋で引換え)

ミスダリヤのバイバイセールと初荷セール

ミスダリヤ本舗からバイバイセールと初荷セールが発表された。

バイバイセール ▼内容 ①三五〇スプレーセット一打、四〇〇男性用スプレー六コ、五〇〇デラックススプレー三コ、計五、八六七円。 ▼景品 ①三五〇スプレーセット五コ。十二月三日一斉出荷。

初荷セール ▼容内 ①一〇〇かをり棒一打、一五〇グリーンポマード六コ、一五〇ブリランチン六コ、二〇〇ヘヤートニック六コ、二〇〇ハワイアンポマード六コ、三〇〇リパティポマード六コ、三五〇ドンオイル三コ、計五、九八〇円。 ▼お年玉 ①御清酒(一級酒)一升、一〇〇円ウズ型ポマード四コ。

水晶脳恒例の初春サービスセールの内容

水晶脳本舗エステー化学では恒例の初春サービスセールの通り発表した。

▼一口内容 ①水晶脳百円十二コ、百五十円十八コ、三百円三コ。水晶脳(缶入)百円六コ、パラボール五十円十七コ。 ▼一口サービス ①パラボール五十円七コ、水晶脳(詰替)七十円六コ。

日本粧業速報

日刊但し毎週土・日・祝祭日休刊 昭和34年10月27日第三種郵便物認可 定価 1ヵ月 1,000円 6ヵ月 5,200円 (送料共)

発行所

日本粧業会 出版部

東京 中央区日本橋馬喰町3-3
電話 兜町 79146 (代表) -9番
大阪 東区内本町橋詰町30番地
本町橋ビル 電話 東411568番
編集印刷発行人 竹内孝

昭和三十七年十二月六日(木曜日)第七七四号

対韓貿易はバーター制で

東化工で両氏から事情をきく

東京化粧品工業会は、四日午後二時より業者と報道関係者およそ五十名ほどを招き、同会の会議室(虎の門・発明会館)で「最近の韓国事情を聞く会」を開催した。

講師には、韓国資料研究所長・金正柱、韓国貿易協会日本支部長・姜河亀両氏が出席、二時間にわたって韓国の一般情勢と経済問題について語った。そのあと、質疑応答があり、業者側から韓国の化粧品品の現況や、現状での貿易方法など、かなり突込んだ質問が行なわれた。

姜河亀氏の話 韓国の化粧品は設備・技術とも未熟なので決している製品とはいえない。外国品は輸入を禁止しているので見当らないただ正規なルートではないが、香港経由でフランスのものが若干入っているようである。しかし、それも軍事革命後、取締りが厳しいので影をひそめている。日本製品は、土産に持ち帰ったものが使われている程度だが、なかなか評判はいい。現状での貿易は、国交が正常でないのではなか／＼難かしいが、韓国では外貨が非常に少ないから、原料とバーターしたい希望を持っている。

金正柱氏の話 軍事革命後の政策は本質的には変りはない。たゞ、非常に実行力がともなっている。一部に日韓会談反対の機運がみられるが、これは心外である。韓国民は両国が心から手を握らねばならないと思っている。それには相互の理解が必要だが、一歩先じた積極的態度が望ましい。軍事革命後打ち立てられた五カ年計画は目下着々と進められているが、なによりも外国からの資本・技術の導入を望んでいる。韓国には「外資導入促進法」というのがあり、税金その他の点でいろ／＼特典がある。一日も早く日韓国交の正常化を計り、相互の発展に寄与したい。

自由化対策に通産省、公取と独禁法緩和話し合い

通産省では、自由化対策としての新産業秩序づくりの具体策として独禁法運用緩和について公正取引委員会と話し合いをはじめることになった。

これは、企業規模拡大のための投資調整カルテル、生産分野調整カルテル、需要者側の規格統一カルテル、競争条件カルテルなどを認めるよう協議をするもので、通産省としては、独禁法改正を正面から要求する考えはないが、財界からの希望も強く、通常国会で「国際競争力強化法案」が業種別単独立法の形で独禁法の事実上の適用除外例をつくる方針である。しかし、公取委は、現行法のままでも競争制限の解釈は弾力的に拡大できるので、自由化対策の障害にはならないと語っている。

スーパー 対抗策には小売店の組織化が第一

佐野にて宮本記者—栃木県佐野市若松町六五一、国鉄両毛駅前通りの化粧品店、有限会社アテネ須藤幸吉氏は最近の佐野市の化粧品業界の模様と今後の問題について次のように語っている。

暮れに入つて佐野市の化粧品店も活気づいている。制度品は何といつても強く、一般品との比率はかなりひらいている。一般品についてはスーパーにかたよつた傾向にあると言える。隣接の都市などからみると刺激は薄いが段々と需要状態は変化しつつある。

人口七万弱のところに化粧品店が四十軒からあり、人口の上からもスーパーの進出を考えないわけにはいかない。今後デパート、スーパーに対抗するには①小売店の組織化、②メーカーと小売店との連絡を密にする。③小売店に対してメーカー側のより強いバックアップ。④無理おしの廃止などがあげられよう。

アイデアルから高級品々コンテス々七品発売

アイデアル化粧品本舗から高級化粧品“アイデアル・コンテス”七品が新発売された。近代感覚にあふれた優麗典雅なデザインによる新製品で、コンテス(貴婦人)と名づけられたもの。コールドクリーム五五G、六〇〇円。ナリツシユクリーム四〇G、六〇〇円。テイツシユクリーム三〇G、八〇〇円。ミルクローション一一五CC、六〇〇円。スキンローション(ノーマルスキン)一一五CC、六〇〇円。同(デリケートスキン)一一五CC八〇〇円。クレンジングケーキ(ケース付)九五G、三〇〇円。

ライオン油脂の住まいの洗剤リビン発売

ライオン油脂株式会社の住まいの洗剤“リビンライボン”は明るくすつきりしたデザインのパリ瓶に改装され、名前も呼び易く“リビン”と改称されて発売することになった。三八〇CC入り、小売一〇〇円、卸八〇円。六本入四函段ボール詰。発売を記念して、一梱二十四本のうち二本を景品としてサービス、二十二本仕切。

クラブ化粧品恒例の新春成田山初詣で荷物

クラブ化粧品本舗から恒例の新春成田山初詣で招待特売が発表された。「内容」ホルモンクリーム二〇〇円一打、レモンクリーム二〇〇円一打、ホルモン乳液一五〇円一打、レモン乳液二〇〇円一打、ヘヤートニック二五〇円六コ、ヘヤークリーム二〇〇円六コ、計五打、卸八、四九〇円。「優待」現品景品男性クリーム一コ、美身S三コ荷中加入。一口買上毎に初詣で一名招待。不参加店には初荷寿景品清酒一級一升進呈。招待日は一月二十一、二十三—四日。「発売」十二月十日から一月十日まで。

日ア来春の新作発表見本市(三月五・六日)

日本アクセサリー協会では来春の新作発表見本市を三月五、六の両日東京大手町の都立産業会館で開くことをこのほど決めた。

ピアスTV「東京の侍たち」に新CMタレント

十一月からスタートしたピアスのTV番組「東京の侍たち」に、今度三人のコミーションタル・タレントが誕生した。現在CMタレントのトップクラスを行く木元教子さん経営の銀座・新東京プロでその審査が行われた。

たつた三名の募集に応募した女性が三千余名。年令も種々様々。自称独身から会社に内緒のBG、さては年令をゴマ化したミルクテイーンまで……。

その審査風景をチョットのぞいて見ると、現代女性模様が画かれて、なかなか面白い。第三次までパスしたある女性。あまり服装が奇抜で外出が重なるため、不審がつた主人が、この日はつけて来たため若奥様であることがバレて泣きべそをかく始末……。

また審査室のドアをあけるなり、開口一番「私はCMタレントになるために生まれて来た女性です」と、大見得を切る心臓娘さん。審査員もナダメたり、ドギモを抜かれたり、汗だく……。

第一次の写真審査から第五次のカメラテストに至るまで厳選の結果、三人のフレッシュなCMタレントが生まれた。喜びの彼女達、早速「東京の侍たち」のピアスのCMに出演している。

なおこの模様は週刊平凡他多数の週刊誌に掲載される。

「東京の侍たち」ネット局 東京NET⑩木九時—九時三〇分、大阪MBS④木同、山口KRY④木同、北海道HBC①火十時—十時三〇分。

中西商店の「マジックハンガー」TV新番組提供

コンパクト・香水吹製造卸の中西商店では、さる九月発売した新製品「マジックハンガー」—携帯ハンドバック掛け—宣伝にテレビの一時番組組を利用、十二月一日からNET(日本教育テレビ第一〇チャンネル)の新番組「20世紀FOX名画座」(毎週土曜日午後二時—三時)を提供している。来年二月末まで。

ヒメ椿本舗社員湯河原温泉への慰労旅行

ヒメ椿化粧品・シャープ製品発売元中村三興堂では、予想以上の実績をあげて、今秋も好調な伸展をみせているので、社員の慰労をかねて、来る八・九両日湯河原温泉へ旅行会を催うす。

川崎・小沢大二商店新春の成田初詣招待会

川崎市・小沢大二商店(社長小沢大二氏)恒例の第三回成田初詣招待会は、来年一月二十二日上野発京成ロマンスカー貸切で開催されることになった。参加人員二五〇名。

カネボウ化粧品販売岡山営業所移転 十一月十日から次へ移転。岡山市下石井一〇四、電話②五六三二・二三三四。

エリザベス本舗、TV「松尾和子ショウ」提供

エリザベス化粧料本舗では、六日午後七時からNTV(第四チャンネル)に「松尾和子ショウ」を提供した。出演者は松尾和子、藤田功、スリーペット、大野喬とナイトシックス。

第三回大阪地区クラブ化粧品映画のつどい

【大阪発】第三回大阪地区「クラブ化粧品映画のつどい」が来る十二日午後一時(開場正午)から桜橋のサンケイホールで開催される。映画は「雨のしのび逢い」(ジャンヌ・モロー、ジャン・ポール・ベルモンド主演)

ベル・エンド・ブローチ (BELL & BEAUTY) NO.1(十二月号) カネボウ化粧品本舗月刊PR誌。従来の販売店向け「カネボウ化粧品ニュース」「クイーンメモ」「クインレポート」三誌を十一月から一つにまとめて発行したもの。「業界の動き」、「新しい経営ノート」はインテリアデザイナー吉田司氏による化粧品店の室内装飾、「こんにちわ(販売店訪問)では金沢市・紅鶴の東さんと秋田市・中田洋品店の中田さんが登場、また「お店拝見」は東京恵比寿「あいはら」を紹介(日粧・堀池記者執筆)している。そのほか、全国販売会社分布図、美容医学「化粧品のかぶれとアレルギー」、クリスマスセールサービスの品解説など充実した内容。

東日本化粧品工業再販協議会

幹事長 北村 秀夫 監修
 常任幹事 中村 富士郎 著

〔再版出来〕

「不当景品類及び不当表示防止法」の

解説と化粧品業界

新書判 七五頁 定価一〇〇円

公正取引委員会では、不当景品類及び不当表示防止法第三条の規定により、懸賞による景品類の提供に関する事項の制限について、七月三十日告示、九月一日から施行された。この法律はわずか十一カ条からなる短かい法文だが、一般にはわかりにくい点もあるので再販協議会常任幹事中村富士郎氏が、これの解説と化粧品業界との関係を問答式にやさしく説明したのが本書である。

本書は「不当景品類及び不当表示防止法」の手引書として、誰にもわかるよう、いろんな例を引用して解説してある。刊行以来非常に好評で、たちまち売切れたが、いよいよ再版が出来上り、大方の御申込みに応じている。

東京都中央区日本橋馬喰町三ノ三

財団法人 日本粧業会 出版部

目玉商品であくまで競合

スーパー合戦の館林市—小磯デパート

茂林寺のある館林といつてもピンとこないが、文福茶釜か日清製粉といえは現代ツ子でもああ群馬県の館林市か——とくる。その目抜き通りにも上州の空ッ風が吹き始め、ほこりつぼさも一段と激しさを加えて師走らしくなつた。それにもまして、さて競合もこれからというのがスーパーである。

人口五万六千五百の館林市も新市内の約三割が農家であるだけに、夏から農繁期にかけては商店はまつたく閑になる。給料生活者が他市に比較して少く、「国道があるわけではなく、工場があるわけでもないので館林の商店はやりにくい」と駅前目抜き通りに店舗を持つ小磯デパートの社長、小磯良雄氏は言う。

商品も高価なものはない——それもそのはず、館林市は浅草から東武線で一時間二十分のところであり、ちよつと高級な呉服などになると浅草あたりのデパートを利用する者が多いとか。駅周辺には“自転車預かり店”が六軒もあり、一日千二百人はどこかへ出ていくことになつている。

今かごめ通り二丁目には青楓チーン館林店と館林フードセンターの「とりせん」があり八日には下町に、隣接佐野市でテスト済みの藤五が百八十坪でスーパーを開店する。衣料のさかえ屋、洋品のデイスカウンターあさや、それに外部からなぐり込みのうわさもあり競合も一層激しさが加わることになろう。駅前通りの小磯デパートにスポットを当ててみる。社長小磯氏は、現在裏通りにある洋品店の東京堂で小間物店を十年経営していたが、どうしても足利、太田に進出することを念願として従来の店舗（現在の東京堂）は弟にゆずり、競合上、現在の場所に来て五年を経過。本年六月拡張して小磯デパートとしてSS形態の店舗に踏み切り、売り場面積百八十坪一階、二階一部で衣料中心の商品構成に切り替えた。現在では背後に土地百五十坪の買収も終り、来年度には四百五十坪、二階建の堂々たる店舗の完成を目標、すでに青写真も決定している模様。

株式会社小磯デパート 群馬県館林市一、七八〇—三二、取締役社長小磯良雄氏 本年七月資本金六百万円で開店。

商品構成 一般衣料（婦人、子供、紳士用品）化粧品、化粧雑貨、一般雑貨で婦人ものが六〇%を含める。

店員数 四十三名。

購買範囲 館林市を中心に羽生、足利、副井、小泉、藤岡、行田、板倉の一部。東武線沿線が主体で、客の動きは激しい。十五キロメートル半径。
客数 十二月二日現在一万五千人。

スーパーマーケットのスーパー

月商 一千万円。客単価三百五十円。

荒利 二〇%。安く売ること必要だが、利益の点も考える。

目玉商品 サンスタ―歯磨一〇〇円／五〇円、ロッテガム三円、マダムジュジュ九〇円など競合上やむを得ず目玉価格を設定した。特売品を見合わせるためには衣料品で利益を考える。目玉商品はあくまで競合していく。一周年記念特別大廉売のチラシでは右記の品は五円硬貨二枚でお買上下さい―として十二月一日、先着一千名にライオン化粧品石鹸三個化粧箱入り十円。二日同純綿スミスパンテー十円。三日同有名メーカーのハンドクリーム十円。四日同婦人用ナイロン指付ソックス十円など、エンゼルピッチの幸運をということで客を引いており、開店前から長蛇の列をつくつた(呉服の麻屋のチラシは新聞大判二ページ大で、チラシを見ただけで度胆を抜かれる。まさに広告合戦である)。

回転数 雑貨化粧品三回転、衣料六十日一回転。

制度品 資生堂、コーセー、カネボウ、マックス、ハリウツド。

一般品 殆んど入っている。化粧品が最近売れなくなる現象を見せている。売り場の関係で、ムード商品はもつとゆつくりした場所をとらなければならぬ。一つは専門だけにどうしても力が入らない点もある。

割引率 制度品定価、一般品二割／三割引。

社長小磯良雄氏の話 小間物などを扱っていただけに大型店舗の経営は難かしく、そうかといつて外部からの進出者には絶対に館林は渡せない気持でいる。これから競合も激しくなるので魅力商品を置かないと客はゆれる。拡張とともに生地、夜具なども手がけるつもりでいる。話によれば十字屋、長崎屋がねらっているようであるが、ファイトがあくまで通用するか―にある。地元で共同経営、あるいは集約化すれば一番よいが、立地条件からそれも不可能である。これからの販売モットーとしては品揃えに重点をおき、流行ではないが、経費の削減と良品廉売で、利益率は下げ、客に奉仕していくつもりである。

一般品が圧倒的に売れる熊谷市のダイワ

最近スーパーにおける化粧品売り場では一般品の魅力が半減しており、売り上げもだんだん落ちる傾向にあるといわれる。目玉商品としてあるいはムード商品として、初期においてはなかなかの魅力で迎えられるのであるが、少したつと必ず競合店が出て来ることと対抗上それのみおもうマージンの低減からだんだん食指を動かさなくなる。定価が決まっているだけに何割引ということがはつきりし、一躍目玉商品として狙らうわけであるが、逆に一般品はだんだんそ遠になる要素も併せ持つている。競合店の多い店舗では目玉商品が雑貨の方に移行していく傾向にあることも見逃がせない事実である。しかしながら立地条件にもよる。SSDDSでさわがれた熊谷のダイワでは二階への階段を上つて右側食料品のチエックアウト横に制度品S、Kのコーナーがあり、左壁面が一般品売り場になつているが、制度品の売上げはぼつぼつといったところ、乳液、クリームなどは一般品が圧倒的な売れ行きをみせており、客は制度品の五倍程度(二日)スーパーの売れ行きは化粧品売場を見れば分る―と言つた人があつたが、参考になる。

スーパーマーケットのダイワ

日本粧業速報

日刊但し毎週土・日・祝祭日休刊 昭和34年10月27日第三種郵便物認可 定価 1ヵ月 1,000円 6ヵ月 5,200円(送料共)

発行所

日本粧業会出版部

東京 中央区日本橋馬喰町3-3

電話 兜町 079146(代表) -9番

大阪 東区内本町橋詰町30番地

本町橋ビル 電話 東側1568番

編集印刷発行人 竹内孝

昭和三十七年十二月七日(金曜日)第七七五号

大仕構との直結、直送を排除

全輸連で関係八十三本舗へ要望書

全輸連では十一月三十日付、正副会長連名の文書で、関係メーカー八十三社に対して日本大量仕入機構との直接取引、直送を遠慮するよう次の通り要望した。

株式会社日本大量仕入機構との取引に関してお願いの件

拝啓 貴社ますますご清栄の御事とお慶び申し上げます。

平素は全輸連につきまして何かとご支援、ご指導を賜わり有難く厚く御礼申し上げます。さて、最近におけるスーパーマーケット、セルフサービスディスカウントストア等の進出は誠に目ざましいものがあり、流通革命の時代であるなどと申されております。これらスーパーマーケット等が、その仕入れ面において合同し、株式会社日本大量仕入機構が創立されましたことはかねてご高承の通りでございます。スーパーマーケット等の共同仕入機関であります大量仕入機構は、問屋業の存在を否定し、メーカーとの直接取引を目的としているやにうかがっております。メーカー各位が大量仕入機構の申入れを受諾されました、これと直接取引をされることが仮にありますとすれば、それはメーカー自ら問屋業の存在を否定し、現在の業界流通秩序を破かいするものであり、そのようなメーカーに対しましては、全輸連と致しまして最善と信ずる処置を採らざるを得ないものであります。

貴ご本舗におかれましては右の趣旨をご理解いただきまして、大量仕入機構から直接取引の申入れがありました場合、貴ご本舗並びに貴商事会社におかれては直接取引、あるいは直送を全面的にご遠慮いただき、当該スーパー等所在地区の代理店を通じて取引が行なわれる如き措置をお採りいただくことを切にお願い申し上げます。終りに貴ご本舗のますますご隆盛をお祈り申し上げます。 敬具

香和寿会のゴルフ大会(四日筑波コースで)

香料業界二世の会「香和寿会」では、四日筑波コースでゴルフ大会を開いた。

会員中 井上真治、佐々木敏雄、池田信彦、松沢潤吉、宮坂篤、井上富夫、長谷川正三、岩瀬寛、小林米治郎、富永孝、安宅精三の十一氏参加、二十七ホールに白球を追って午後四時二十分打上げ、左のとおり入賞がきまつた。

優賞—富永孝、二位—小林米治郎、三位—岩瀬寛、四位—長谷川正三、五位—井上富夫、BB宮坂篤の五氏。

バイタリス、ヒツチの販売地域を拡大

ライオン歯磨テスト・セールで十分自信

ライオン歯磨本舗では米國プリストル・マイヤーズ社と提携、日用衛生品の新分野を開発するため、六月から京浜地区で整髪料バイタリス、制汗剤バンのテストキャンペーンを行い、九月から札幌地区で感胃薬バツファリン、フケ取シャンプー・ヒツチ、手の化粧料トラスシーのテスト・セールを行つていたが、バイタリス、ヒツチは非常に好評で、生産に追われる伸長ぶりを示し、その他の製品も着々と固定需要者を得つゝあるのに自信を得て十二月から次の通り販売地域を拡大した。

九州地区 バイタリス、ヒツチを福岡県から配荷、代理店は福岡市爪生商店、高波商店、門司市吉井号、小倉市夏川支店。

東海地区 バツファリン、ヒツチを配荷、代理店は愛知県伊藤伊三郎商店、岐阜県松惣商店、浜松市林屋商店、静岡県千代鍛冶本店。

北海道地区 バイタリスの出荷開始。

なお、他地区は未決定だが、代理店決定次第、順次配荷される予定。いずれも再販契約品として出荷される。

ライオン・デイズニーこどもはみがき発売

ライオン歯磨本舗ではデイズニー・プロと契約なり、新製品ライオン・デイズニーこどもはみがき、ライオン・デイズニーハブラシを発売した。これは各製品にデイズニー漫画の動物をデザインしたもので、はみがきは二五瓦入、いちご、バナナ、ジュンシーの三種、いずれも小売四〇円（卸三八四円）、ハブラシは小売三〇円（卸二五二円）。

製品の特徴は①ムシ歯予防の弗化錫②ガードント含有③泡立ちよく味と香りは前記三種、サービスとして一個毎にデイズニーシール（はり絵）付点数券（一〇点、二〇点、一〇〇点、五〇〇点、一〇〇〇点）のいずれかが封入してあり、点数券を送れば六〇点でデイズニーデザインのパッチ又はブローチ、一〇〇点でスケッチブック、三〇〇点でソフトボール又はクレヨン、五〇〇点で文房具セット又はランプ、一〇〇〇点でドッジボール又は鞆の景品が贈られる。東京、大阪、名古屋等の主要都市から十二月中から出荷される。今年の歳末には間に合わないが、デイズニーデザインの他の商品の例から見て、詰合箱は中元、歳暮等の進物用としても大いに利用されるものと期待されている。

久保田宣伝部長談 子供ハミガキは二才から九才までの子供千八百万から二千万人を対象として年々需要が増加しているが、デイズニー漫画で子供たちに人気のある同プロでは

一業一社に限って同デザインの使用を許しているが、当社の希望と先方の申入れがタイミングよく一致し、九月に契約が成立、その製品代を急いでいたが今回の発売となつたものである。中味は当社が多年研究を重ねており可愛い漫画デザイン、サービス品と相待つて子供たちの人気を博することゝ思う。販売界の御協力を切にお願ひする。宣伝は目下コマ―シャルソングの作詞作曲を三木鶏郎氏に依頼中で、近くテレビ宣伝から開始する。

歯磨の輸入は出荷高の〇・一%にも足りぬ

東日本歯磨工業会発表の三十七年度数字

東日本歯磨工業会では昭和三十七年度の歯磨の生産輸入の概数を発表したが、これによると、三十七年上半年期の歯磨出荷高は五十四億三千七百万円、前年同期比九%増、下期はまだ推計する他ないが、合計年間出荷高は百二十億円、前年比一〇%の増加と推定される。これに対し昨年十二月から自由化された満一年の輸入の実績は、一月から十月まで一億八百万円の輸入で、月平均一千万円、国産歯磨の出荷高月平均九億円に比較すると、〇・一%にも満たない額であることが示され、マスコミが大騒ぎした程でもないことがわかる。

訪販に痛い「グレン隊防止条例」の条項

ポーラ化粧品セールスマンが、営業中「グレン隊防止条例」に違反したとかどにより、警察署へ連行される事件がおこつた。先月十五日、ポーラの一セールスマンが世田谷区成城町の外人宅を訪問し、断わられたのにねばつたことから、その家のハウスキーパーが一〇番へ連絡、成城署へ連れて行かれたわけである。そのセールスマンにしてみれば「セールスは断わられた時からはじまる」という外交販売の鉄則に従い「会社の方針」を守つたにすぎないのだが、一晚留置されたあと条例六条二項違反現行犯として送検されている。同項によると「販売等の申込みを断わられたにもかかわらず、物品を展示し、すりこむ等すみやかにその場から立ち去らないこと」などが法にふれ、警視庁広報課では「いわゆる押し売りを防ぐ条文である」と説明しているが、物品の販売にあつていちじるしく粗野な言動をとつてもこの条文にひつかかるようである。

「一にも押し、二にも押し、三にも押し」のセールスマン指導は、ポーラに限つていないドア・ツウ・ドアを強味にしていた訪販メーカーは、大きな障害にぶつかったわけで、各社セールススクールでもこの対策に頭を痛めている。

ライオン歯磨の売上げ25%伸長

三十八年度上期以降の長期計画発表

ライオン歯磨副社長小林敦氏は五日記者会見を行い、三十七年度下期の業績並びに三十八年度上期以降の長期計画について次の通り語った。

ライオン歯磨では十一月末で三十七年度下期の決算を迎え、目下集計中だが、概算としては売上げにおいて前期比二五%増加の数字を示している。その増加の一番の原因は歯磨でホワイトライオン、タバコライオンの著増、バイタリス等BL製品が発売があげられる。自由化時代を迎え、販売界もメーカーも今後いよいよ激烈な競争に入ることが予想されるが、これに対処するには企業の体質改善が何よりも大切であると考える。

ライオン歯磨の長期計画としては既に発表しているように、三十六年の経営規模を四十一年には三倍にしたいと考え、三十六年度四一億、三十七年五六億、四十年一〇〇億、四十一年一二〇億の計画を立て、いたが、幸い三十六年度、三十七年度では予定線を突破することができた。十二月一日からはじまる三十八年度上期では三六億余の売上げを予定し、よい意味での収益力をつけることに経営の主眼をおきたい、従来の資本対比利益は三%程度であったが、これを五%までもつてゆきたい。外国のメーカーはいづれも高い収益力を保つて、これを海外進出、競争に使っている、これと太刀打するためにも、収益力の増大をはかることは必要である。このことは問屋卸店においても同様である。長期計画としては三十九年末までに再増資を行い、現在五億円の資本を十億円としたいが、幸い三十八年度において年間七五億円の売上げ達成が出来れば、収益力の増加によつて一五%の配当を維持しつつ、倍額増資しても同率の配当維持は困難でないと考え。増資の目的はもとより、工場の拡張新設に用いられるもので、増加する収益は問屋卸店、小売店はもとより、消費者をも対象とするプロモーション・サービスに用い、流通部面の系列化によつてキメの細かいサービスを行つてゆくことが、外国品の侵入を防ぐきめ手でもあると考えている。

塩野香料商報(百六十号) 大阪大学総長赤堀四郎氏の「食物のにおい」、香料講座(七)はチュベローズ、スパイス漫歩(三)は青山寿雄氏の「しょうが」、木崎国嘉氏の「肌のにおい」その他、外山孟生氏の「ヨーロッパプロムナード(四)―フランス料理」など。

日本粧業速報

日刊但し毎週土・日・祝祭日休刊 昭和34年10月27日第三種郵便物認可 定価 1ヵ月 1,000円 6ヵ月 5,200円(送料共)

発行所

日本粧業会出版部

東京 中央区日本橋馬喰町3-3

電話 兜町 9146(代表)-9番

大阪 東区内本町橋詰町30番地

本町橋ビル 電話 東御1568番

編集印刷発行人 竹内 孝

昭和三十七年十二月十日(月曜日)第七七六号

大仕構、全鹼連要望書で提訴

共同線戦をはり営業侵害理由に

全鹼連では十一月三十日付、正副会長連名の文書で、関係メーカー八十三社に対して日本大量仕入機構との直接取引、直送を遠慮するよう「株式会社日本大量仕入機構との取引に関してお願いの件」の要望書を出した(本紙七日既報)が、これに対して大仕構では七日(午後一時)常務会を開き、営業権を認めないことは独禁法違反であるとの結論に達し、十日公正取引委員会に正式に提訴することになった。

大仕構総務部鈴木氏談 あこの文面ではスーパーに出すな、出した場合善処するということであり、あるメーカーから出荷する話が具体化していたのに、そのメーカーから出荷を遠慮したいといつて来ている、これでは各メーカーに圧力をかけたものとしか受け取れない全鹼連として共同戦線をはった場合、これは完全に謀議したことになる、大仕構としては独禁法違反で提訴することに踏み切った訳である。大仕構としては新しい流通機構としてやる方針でいたが、このように圧力をかけるのであれば、問屋無用の方針をはつきりして行く考えである。

赤札堂岡田部長の話 ああいうことをやられたのでは困る。正式に通知を受けたものではないので完全違反にはならないが、違反容疑にはなる。通知を受けて不売同盟によりこぼんだのであれば完全違反になり、摘発しなければならぬが、それまでいつておらず、注意をして欲しいということ提訴にふみ切った訳である。

解説 独禁法の第八条は自主的競争を押えることを規制しているすなわち、一定の取引分野における競争を制限すること。同じ分野の事業者の機能または活動を制限することなどの行為を禁じている。この条文からすれば、今回の全鹼連がだした要望書は抵触してくるわけである。この要望書が株式会社大量仕入機構とあからさまに相手の事業者名を出したところにも問題はあるようだ。しかし、大仕構でいつているように、取引開始段階にあつたメーカーが、あの要望書で意をひるがえしたという事実があつたとしても、現在になつてみてその証拠を固めていくことはまず困難なところであろう。そうなれば、要望書自体は独禁法に抵触するとしても結局はそれまでのことで、現状では要望書を撤回することでは落ちつく(再販中村氏談)と思われる。

スーパリーの青木社長帰国

ニュージャパンで帰朝報告会

化粧品問屋青木商店社長青木正雄氏夫妻は、三ヶ月にわたる欧米視察旅行の旅を終え、去月末帰朝したが、六日午後五時から取引先メーカー及び販売店百十数名を赤坂のホテル・ニュージャパンに招き、帰朝報告会を行った。本紙竹内主幹の司会で、青木商店井上常務の開会の挨拶後、青木氏は約一時間半にわたり、アメリカ、南米、ヨーロッパ、東南アの歴訪の各地の印象からスーパーマーケットの発展ぶりについて詳細に所見を語り、晚餐会に移り、三共ヨウモト本舗石神取締役の発声で青木夫妻の無事帰国を祝つて乾盃、デザートコースに入り、本舗側加美乃素安田支店長、販売店側青楓チェーン青山商店青山専務の両代表から祝辞をおくり、東京スーパリー石橋専務の閉会の挨拶によつて七時半報告会を終つた。

共同試験室の設置など報告—東京化粧品卸組役員会

東京化粧品卸組組合では、六日午後三時から日粧三階会議室で役員会を開き、次の報告を行なつた。

- ① 勤続社員表彰式収支決算報告 宇佐美書記長から明細の報告があつてこれを了承。
- ② 共同試験室の設置報告 大山、武孝、朝日、東京堂、花生堂、青木が共同で日粧会館地下一部に試験室を設置したことが大山理事長から報告され、利用希望者は組合事務局へ申し出るこゝとなつた。
- ③ 全卸連常任理事会(十一月十三日)の経過報告 大山理事長から経過報告があつたあと企画委員一月、常任理事会二月にそれぞれ開かれることが改めて報告された。
- ④ 四団体主催新年会の件 五日午後一時半から赤坂プリンスホテルで開かれることが報告された。
- ⑤ その他 東京化粧品会から年末雑とう期に際し、問屋街の素人買いを防ぐため、会員に小売商の証を発行した旨の伝達があつたことが報告。また同会の新年会出席を中沢副理事長ときめた。

全卸連岩田会長、業界紙十五社招き懇談

全卸連会長岩田勘良氏(多喜屋社長)は六日午後五時、池袋白雲閣に業界紙十五社を招いて年末記者懇談会を催した。席上岩田会長は業界の問題点を次の通り語つた。

岩田会長の話 今年メーカー側としては合洗毒性問題の論争があり、生産面では固洗、粉末が後退して合成が進出した。流通段階ではスーパリー問題が大きな話題となり、いわゆる流通革命の時代といわれ、一方では金ゆう引締もあつて、業界としては恵まれた年とはいへなかつた。スーパリー納入問題については、非常に安い価格で流している問屋にメーカーが荷物を送っている点に問題があるが、これは問屋も責任の一端を負わねばなるまい。全卸連としては全国的な大きな話合いの場ができたのだから、これを地区的にまとめ、同業が団結し、明かるい業界の建設に進みたい。

訂正 本紙速報十二月五日号四ページ所載、君が代本舗新製品キミスの記事「キスミ」とあるは「キミス」の誤りにつき訂正します。

チラシで効果をあげる

水戸・富士ストア(江南レギュラー・チエーン)

現在水戸市は十七万の人口をようしており、消費人口は市内人口の約三倍の五十万人。市内のデパートには志満津があり、泉町の伊勢甚と差し向いで競合している。スーパー店ではデパート伊勢甚の四階に先月二十三日から株式会社マルクストアが五十坪で開店。泉町三丁目には江南のレギュラーチエーン店の富士ストアがあり、来年七月には南町二丁目十字屋水戸店前に百五十坪三階で同店が拡張開店するなど活発な動きがみられる。また南町の王子運送店跡に川崎のたからや進出のうわさもある。その他は鍋辰、ミナト屋、赤塚の西部が食品のSS形態をとっているが他店としてのぎをけずるのは、先のようにあり、水戸ッ子を完全に消化しきっていない。

株式会社 富士ストア(江南レギュラーチエーン) 水戸市泉町三丁目、代表者小泉清一氏
現在競合店には、伊勢甚、忘満津、十字屋があり、立地条件はあまりよくない。同店の計画によると来年七月には南町に百五十坪三階で新店舗を開設する。商品構成は一般衣料、一般食品、雑貨となり、主として回転率の良いもののみを扱う。大型化をはかり、商品も巾広くやる予定を立てている。

売場面積 四十坪。店員数七名。

商品構成 一般衣料。日用雑貨、化粧品、衣料は紳士セーター、オーブン(子供、婦人)メリヤス、子供ものジャンパー、靴下、ランジェリー。特に肌着は本目商品として優秀品をおいている。

購買範囲 勝田、赤塚を含む半径十キロメートル。

月商 六百万円。十一月からはのびており、十二月は一千万円を超えるとみている。季節の変り目はどうしてもおちる。チラシ配布の金土日はかなり出るが、月火水はおちており、まだ安定していない。チラシ三万一千枚。チラシを入れた時は平常の一、五倍(二倍、売り上げに差がある)。

回転率 六十日一、五回(二回転)。扱い商品のうちでも雑貨は特に良い一月三回転。
荒利 十五(十六)％。

化粧品 一般品のみで、今後は制度品を手掛ける事を考えている。

化粧品仕入 大新。割引率 四割。目玉商品は雑貨、化粧品においており、衣料品のうちにももちろんある。化粧、雑貨の利益は無視しており、時には原価を割ることもある。競合店を意識して、商品は有名ブランドをもつて来る。

レイアウト チェックアウト二台、入口二ヶ所での寝床形。右側壁面は婦人、外衣、ランジェリー。ゴンドラは二列になつており、右より①ベビー用品、婦人、子供外衣、子供肌着、奥半分ゴンドラ三台に一般化粧品、②入口手前より紳士、婦人、子供用

スリッパ、マニキュア、化粧品のページ

品、靴下、化粧品に相對して洗剤、石鹼のゴンドラ三台がある。左壁面は紳士、肌着、子供用品となつてゐる。肌着が中心の商品構成であるだけになかなかムードはある。欲をいえばデイスブレイになお一考を要する。

SS形式でおす

水戸・マルクストア

最近スーパリーの大型化がさげばれてゐるが、中クラスのデパートもその辺に目をつけて特売場などをSS形式の売り場に変更して時代の波に乘ろうとする傾向にある。株式会社伊勢甚百貨店(水戸市泉町一、〇一三番地)の四階、マルクストアにスポットを当ててみよう。同店管理室の浅野省三氏は開設の模様を次のように語つてゐる。

四階にセルフコーナーを設ける前までは特売場はなく、特売に当たる商品を他の商品と同じ場所であつてゐたが、それでは商品の動きがおそくなり、脇にある商品の魅力が薄くなつてしまふ。一ヶ所に集中して販売した方がよいところから、SS形式のフロアを開設した。場所は特売品を売ることが目的ではなく、例えば一階に置いたのでは特売品だけを目標にくるので、それをさける事と、客誘致の方法として四階に設置、対面販売からSS形態にもつて行つた方がよいということから、先月二十三日に開店した。特売品を一ヶ所に集中した事には問題点も出ており、他店との競合商品では上へ持つて来て売れなくなつた商品もある。全体的には販売高も若干上まわつてゐる。四階設置の動機は、スーパー關係の店舗が最近販売力をつけて来たことなどの刺激にもよるが、マーケティング研究委員会で全国主要都市(北九州、関西)を視察、その發展ぶりを感じ取つて来て、時代の要求に添うなど内外の情勢による。今後は外部進出も考えており、試験的段階としてSS課を設置、独立した。

売場面積 五十坪、四階。マルクストアで経営。

商品構成 衣料(紳士、既製服を除く)洋品、肌着、婦人、紳士、子供用品。呉服、寝具。主力は肌着と洋品、その他玩具、家庭用品(荒物、金物)洗剤、化粧品。

客数 二千八百人。客単価 三百五十円。

目玉商品 有名ブランド商品に限定して、一目見て安いと客の感じ取るような商品を主体にしてゐる。化粧品は一般品のみで、仕入れは小沢商店。

P・R チラシ月間三回、デパートで出すチラシに含める。一回八万枚。
割引率 二割〜三割引。

現在は試験的にやつてゐる訳だが、どのような結果が出るかによつて考えて行かねばならない。百貨店の内部でもあり、地元の關係もあるので、今以上増やすことは出来ない。やるとすれば外部ということになるが、最初であることから大型化よりも数を持つことを考へてゐる。水戸で完全セルフはマルクストアと富士ストアくらいで、開店については抵抗もなく、受け入れ態勢についてはSSの販売形態を望んでゐることが分つた。呉服、寝具については回転がおそいので、これは考えなくてはならない。回転の悪い商品は下へ移し全体的に商品構成を変えることも考へてゐる。食品をやることによつて売り場の魅力が出るなどの点も考慮に入れてゐる。地下で現在他社が食品を扱つてゐるので了解が必要であり、決定は難かしい。

スーパリーマーケットのページ

日本粧業速報

日刊但し毎週土・日・祝祭日休刊 昭和34年10月27日第三種郵便物認可 定価 1ヵ月 1,000円 6ヵ月 5,200円(送料共)

発行所

日本粧業会出版部

東京 中央区日本橋馬喰町3-3

電話 兜町 079146(代表) -9番

大阪 東区内本町橋詰町30番地

本町橋ビル 電話 東41568番

編集印刷発行人 竹内孝

昭和三十七年十二月十一日(火曜日)第七七七号

森下仁丹増資と組織改正

それにとまなう人事異動を断行

【大阪発】森下仁丹株式会社では、十二月一日付で次の通り増資の完了ならびに組織改正とそれに伴う人事異動を行なった。

「増資完了」さる十月一日現在の株主に対し有償五割、無償一割の新株式の割当を行ない十二月一日その払込を完了した。

「組織の改正ならびに人事異動」

組織改正①営業部を三グループに分け、薬品営業部、食品営業部、医療器営業部を新設した。②製品開発を強力に推進するため、社長室内にマーケティング担当部門を設置した。③新たに、広島出張所、新潟駐在所を設置、主として食品拡売を推進する。④従来宣伝部にあつた企画、業務の二課を宣伝課に統合し、また従来営業部所属のサービス課を宣伝部に包含した。

人事異動①組織改正に伴う人事異動は次の通り(カッコ内旧職)
薬品営業部長兼資材部長・取締役宮田平太郎(開発部長兼資材部長)
食品営業部長・取締役・品治通雄(営業部長)、医療器営業部次長
三宅繁之(営業部次長)、薬品営業部次長兼管理課長・中島正二郎
(東京営業所長)、食品営業部次長兼大阪販売課長・今村啓三郎(大阪営業所長)、開発部次長兼社長室マーケティング担当・羽田栄彦(開発部次長)、大阪食品管理課長・沢徹也(人事課長)、東京食品販売課長・磯貝重美(販売管理課長)、東京薬品販売課長代理
・北沢勇(東京営業所課長代理)、東京医療器販売課主任・田中敏弘(東京営業所主任)、東京支社業務課長・大河内豊昭(宣伝部業務課長)、東京支社宣伝課・上野治(宣伝部業務課)、広島出張所
長・蔵口勉(営業部業務課長)、新潟駐在所長代理・上殿隆一(東京営業所社員)、宣伝部宣伝課長・坂本克(宣伝部企画課長)、宣伝部宣伝課長代理・山地義雄(東京宣伝課長代理)、人事課長・清水竜吉(生産第一課課長)、生産第一課課長・井上基一(倉庫課長)
倉庫課長代理・川島永一(生産管理課主任)、財務部計算課長・奥彦徳(社長室課長)。

ライオン油脂一割八分の売り上げ増加

ライオン油脂株式会社では別項の通りLPC十二月例会を熱海富士屋ホテルで開いたが、席上吉村取締役は同社の近況を次の通り語った。

“五月に新製品のハイ・トップを発売して順調に市場に流れて行つたが、七月の全国的な天候不順がたたつて、これは業界全体がそうであつたが売上げが低下した。八月以降は順調に推移した。ハイ・トップは、すべり出しも上々で”泡立ちをコントロールした”ことが消費者の支持を得て、わが社の主力製品になつた。来年度もハイ・トップを中心に拡充して行きたい。下期の売上げは当初の目標に達しなかつたが、これは七月の天候不順と固洗が低調であつたためで、合成洗剤、台所用洗剤は順調に伸びている。昨年は全体として合洗四三%、石けん五七%の比であつたが、今年はこの逆が全く逆になつた。年間売上げは昨年比一割七―八分の増加であつた。新年度の課題としては、同業が結束して利益確保に進むべきで、このままでは血みどろな販売戦を展開することにならう。私どもとしては全部が無理なら一部の人たちでも手を取り合つて行きたいと考えている。

スーパーストア東京チエーン野方店が開店

都内西武新宿線野方駅西武座前にスーパーストア東京チエーン野方店が十日開店した。総合衣料品子供用品を主力に、婦人既成服、紳士用品、寝具、家庭日用雑貨、化粧雑貨等を扱っている。本格増築開店は明春二月の予定。

カネボウ装品、オリジナルカラー打出す

カネボウ装品株式会社では、設立して初めてのオリジナルアクセサリー発表会を新春五日大々的に行なう。このねらいは従来の単なるアクセサリー取扱い商社から脱皮して本格的なアクセサリー商社としてのオリジナルカラーを打ち出そうというもの。場所は目下選考中だが、赤坂プリンスホテルが候補にあげられている。

花王石鹼記者懇談会 花王石鹼株式会社では来る二十日午後五時、日本橋クラブに在京業界紙を招いて恒例の年末記者懇談会を催す。

LPC十二月例会 ライオン油脂株式会社の関係業界紙十四社で結成するライオン・プレス・クラブ(LPC)十二月例会は八日午後三時から熱海富士屋ホテルで開き、本舗側吉村取締役、木原工業品部長、袴田資材部長、飯島、一戸両営業次長、縫野、山崎両課長、原田商事支配人各氏出席、本舗の近況説明、新製品披露などがあり、懇親会を開いて一泊の後、翌朝食後散会した。

業界連合新年会、関係方面へ出席勧誘の御案内

拜啓 歳末御多端の御多様の段慶賀の至りに存じます。

陳者 光輝ある昭和三十八年の新春を迎えるのも愈々間近かと相成りました。就きましては多年の恒例に随い業界の興隆発展を祝福し、併せて同業親和の実を挙げるため下記団体共同主催の下に化粧品製造、化粧品卸、化粧品、石鹼、齒磨、香料の各業界における有志の御顔合せを願ひ業界連合新年会を開催致し度く左の通り計画致しましたから、何卒趣旨御賛同の上奮つて御参加賜らば大幸の至りに存じます。

先は御案内旁々得貴意度如斯に存じます。

敬具

昭和三十七年十二月一日

主催団体 東京化粧品工業会 ▼ 東日本齒磨工業会 ▼ 東京化粧品齒磨卸商組合 ▼ 財団法人

日本粧業会。

日時 昭和三十八年一月五日(土曜) 午後一時半—三時半

会場 赤坂プリンスホテル 東京都千代田区紀尾井町一番地▽電話(332)五一五一番(大

代表) (都電、地下鉄、赤坂見附下車)

会費 金貳千円(御一名様) 御出席は御一社何名様でも結構で御座いますから、精々御

申込み下さい。尚会費はお申込みと同時にお届け下さいますようお願い申し上げます
(追而) 御出席の記念芳名録作製の都合も御座いますから、同封のはがきを以て御出席の有無、並びに職御氏名を来る十二月十五日までに御回報煩わし度く御願ひ申し上げます。今回はパーティ式とし、賀詞交換を主眼と致しましたので、何卒御含みの上多数御参加下さるよう御願ひ致します。

北九州の小売業者協同組合十二日に創立総会

北九州地域の化粧品小売業者二百余名が、製・配・販共存共栄の理念のもとに、業界安定商権擁護、事業の進展を期して団結、このほど北九州化粧品小売協同組合(発起人代表篠永逞弑氏)を結成、その創立総会を十二月十二日午後一時から、小倉市大阪町・小倉ビル六階大会議室で開催する。議案は①定款制定の件②事業計画、資金計画、収支予算案承認の件③取引金融機関ならびに借入金最高限度額決定の件④一組合員に対する貸付金額および保証金額の最高限度決定の件⑤事務所、所在地決定の件⑥組合の負担に帰すべき創立費およびその償却方法決定の件⑦役員選挙および設立当時の役員任期決定の件⑧加入金額決定の件⑨系統団体加入の件⑩規約承認の件⑪字句の一部修正委任の件。

ライオンクレンザー三〇円を新発売

ライオン油脂株式会社からメタルホイルの新しいライオンクレンザーが発売される。三七五G入り、丸筒、小売三〇円、卸二五円。二打段ボールと五打木箱入り。地方は十五日、都市課二十一日出荷。

ライオン油脂「奥様映画劇場」(フジTV) 提供

ライオン油脂では歯磨とのテレビ共同提供によつて、NETをキー・ステーションに四局から「ニューブリード」TBSをキー・ステーションに二十八局から「命知らずのケリー」NETVをキー・ステーションに三十一局から「亭主、宿六、夫族」と三本のテレビ番組を放送しているが、十二月三日から新たにフジテレビをキー・ステーションに四局から「奥さま映画劇場」を放送して好評である。「奥さま映画劇場」は、日曜を除く毎日、午前九時から約一時間四十五分にわたつて、新東宝の映画を放送しているもの。これを一週のうち月、火、水をライオン油脂の提供、木、金、土、をライオン歯磨の提供としてテレビ界にライオン旋風をまきおこそうという意気込みである。これによつて、ライオン油脂では民放テレビ四系列——延べ六十七局から延べ二二七五分の番組タイムを提供することになった。

ピアス、美容員二名を南ベトナムへ

地元有力紙第一面にとりあげられる

ピアス本舗では、南ベトナムのサイゴンに今秋完成したピアス美容サロンにこのほど、二名の美容アーティストを派遣した。秋吉陽子さんと松崎弘子さんの両名で、松崎さんは一カ月前に先発、香港市場で活躍していたが、秋吉さんと合流、十二月一日サイゴンに到着した。彼女達の台湾や香港での豊富な美容指導の経験を基に、ピアス化粧品による正しい美容法の指導と、現地女性の肌合った化粧品を研究して、美容文化の向上に大いに貢献しよう、というねらい。なお秋吉さんと松崎さんの両名が、サイゴンに赴任したニュースは、南ベトナム各有力紙の第一面に報道された。

坂本専務 (ピアス) 韓国へ、ピアスの現状視察

ピアス本舗坂本専務は、十二月五日羽田発キャセイ機で、発足間近い韓国ピアスの現状視察に出発した。

明色本舗で「隊長ブリーバ」の特別試写会

桃谷順天館では、明色化粧品愛用者一千名を十二月十九日午後五時半、八時の二回にわけて、銀座・山葉ホールに招き、ユナイト映画「隊長ブリーバ」の特別試写会を行なう。

ブルーチケット(月刊)NO2 日本サービスチケットKK十一月十日に創刊準備号が出たばかり。第三号は創刊記念春の特集号と張り切っている様子である。大見栄はきらないとけんそんしているが、内容は立派。「年末年始を売りまくろう」「初売り商略あの手この手」と年間を通じての一大商戦法に一役買っている。全国の小売店からの声がのつているが、随筆、日記、詩、短歌、とはば広くいろいろ意見を聞くことは立派な態度である。

日本粧業速報

日刊但し毎週土・日・祝祭日休刊 昭和34年10月27日第三種郵便物認可 定価 1ヵ月 1,000円 6ヵ月 5,200円 (送料共)

発行所

日本粧業会 出版部

東京 中央区日本橋馬喰町3-3

電話 兜町 79146 (代表) -9番

大阪 東区内本町橋詰町30番地

本町橋ビル 電話 東側1568番

編集印刷発行人 竹内 孝

昭和三十七年十二月十二日(水曜日)第七七八号

アイディア デザイン 権擁護の申出制

全装連「装身具取引懇談会要綱」改正案

先ごろの全装連理事会で討議された、アクセサリーの公正な取引のための「装身具取引懇談会要綱」のうち、アイディア・デザイン権の擁護問題は、これが実施のうえにいろいろの困難があるとの理由で再検討することになっていたが、このほど提案者の金子氏(日ア代表理事)の改正案内容が明らかにされた。

論議のまとなつたのは、アイディア・デザインの盗用判定基準をどこに置くか、それに付随する法的制裁の権限、アウトサイダーへの対策、この会の運営と統制を誰がやるか、などの点であつたが、根本的な問題として「アイディア並にデザイン権擁護のための会に登録機関を設ける」という一項で、デザインの登録は実際上不可能という点が指摘された。金子氏案の骨子は、登録制ではなく、デザインを盗用された場合は会に申出る「申し出制」となつていく。このために会に登録機関にかえて盗用の有無を調べる調査機関を設ける。アイマイなデザインの所属は「自己の保有する装飾デザイン」という規定にもとづき、自分がデザインしたもの、デザイナーから買い取つたもの、あるいはメーカーから流動式に買いつつたもの、などについて、その細目を定め、調査会の判定(またはあつせん)をまつて善処する。これによつてめんどうな手続きを要する登録を避け、比較的やりやすい「申し出制」で効果をあげようというものである。

なお、争いが起つた場合の調査・発表の場として、各業界紙の協力を求め、公正な立場からの会の意見、行動など「経過」を業界紙上に発表して行こうというわけである。

金子氏の話 先日の全装連理事会で「特許庁さえ出来にくいデザインの登録は不可能である、という意見が多かつた。もつとも意見なので、もう一度考え直した結果「申し出制」によることの方がより妥当であろうとの結論に達したわけである。何しろこれはむづかしい問題だ。

鹿児島有力小売店が「二見会」を結成して活動

鹿児島市の小問物雑貨卸株式会社二見屋傘下の有力販売店によつて先ごろ「二見会」が結成式をあげた。役員は次の通り。

【会長】山口篤則(小林市・東京屋) 【副会長】栗山晋(串木野市・栗山百貨店) 【理事】三味堂、前平商店、福留商店【監事】不二屋、湯谷商店【顧問】二見屋会長山崎正藏。

東京化粧品技術者会の38年度幹事きまる

東京化粧品技術者会の昭和三十七年度総会は去る一日午後四時から箱根奥湯元”おかだ”で開き、会員六十四名出席、事業報告(佐藤副幹事長)、会計報告(武田幹事)を行ない三十八年度幹事を次の通り決めた。「幹事長」小山常正。「副幹事長」高橋香、佐藤新一「会計」武田真太郎。「幹事」秋山正章、菊地潔、細田文一郎、磯部求、八森雄三、齋藤光夫、諸江辰男、長谷川績、小山輝政、広田博、今井正一、橋本邦夫、杉浦忠弘、佐藤健松本伊兵衛。

ブルーチケット年内最終回の抽せん会

日本サービスチケット株式会社では、第五回(最終回)ブルーチケット・ダブルサービス抽せん会を十日午後二時から同社会議室で行ない。厳正抽せんの結果、次の幸運店を決定した。

特賞(高級エバーソフト・マツトレス)▼北海道地区Ⅱ今島商店▼東北地区Ⅱヤマギ商店
▼北陸・甲信越地区Ⅱ田畑和夫商店▼関東地区Ⅱ鈴木文吉商店、とよしや商店、浅村商店
だるま薬品▼東京地区Ⅱ小島康太郎商店、フラワー化粧品店、日の出薬局、フジヤ油店、
▼東海地区Ⅱ東海スーパー、くしや化粧品店、平野商店▼近畿地区Ⅱナカマエ、奈良ドラ
ッグセンター、関西スーパーマーケット化粧品部▼中国・四国地区Ⅱ丸浜百貨店、河本知
商店▼九州地区Ⅱふみや商店。記念賞(高級毛布)百店。

サンスタ―はぶらしの初荷特別サービス

【大阪発】サンスタ―本舗では、サンスタ―はぶらしの初荷特別サービスを次の通り発表
した。▼一口内容Ⅱサンスタ―百〇込十打、同五十〇込三十六打(計四十六打)二三、五
二〇円または、サンスタ―百〇込八打、同五十〇込二十八打、同三十〇込二十打(計五十
六打 二三、五二〇円)。▼一口サービスⅡこもかむり大関一・八リツトル(一級)一樽

エーワン本舗・販社を独立会社に発足

エーワン本舗では江東区深川清澄町二ノ一のエーワン本舗営業所を独立販社とし、社名を
エーワン販売株式会社として明年一月から新発足するため、設立準備をすゝめている。社
長は中野繁氏が兼任、専務は松島俊平氏の予定。

アソカ化粧品本舗新築移転 アソカ化粧品株式会社(社長中野寛子氏、専務赤坂

貞次郎氏)では業績の伸長に伴い、従来の社屋では狭隘を感じるに至つたので、かねて板
橋区東新町一ノ一(川越街道沿い)に新社屋を建設中のところ、この程落成したので新社
屋に移転した。▼電話(九五五)六八七七。資本金二〇〇万円、社員四〇名。

サンメロン本舗から二種の初荷セール

【大阪発】サンメロン本舗から次の初荷セールが発売された。

▼サンメロン初荷セール【一口内容】フレンチタッチ、美肌洗顔クリーム、ゴールドクリームNS、アフタークレンジングミルク、オリイブレモン、果汁ローションND、ハイゼニッククリーム 各六コ(計三打六コ、一〇、〇八〇円)【新春お年玉】美麗箱入西宮名産奈良漬一箱・小型サンブル二打、「ホステス会愛用者サービス品」ユニバース賞一コ。

▼サンメロンラバー初荷セール【内容】クレンジングラバー三コ、ゴールドクリームラバー三コ、クリスタルパウダラーラバー三コ、ワントッチラバー六コ、ラノリンミルクラバー三コ、ハイゼクリームラバー三コ、フルーツパツクラバー三コ、スキンローション三コ(合計二打三コ、一一、三四〇円)【新春お年玉】日東紅茶(半ポンド缶入)一缶、富士製糖角砂糖一ポンド入)一函、「ホステス会愛用者サービス品」ラバー店頭用見本(現品)一コ、サンメロンラバーサンブル二打、ユニバース賞一コ。

ハリウッド大阪白蘭会、第七回は来春四月

【大阪発】ハリウッド大阪白蘭会の第七回行事は来春四月十日ごろ、梅田コマ歌舞伎に愛用者を招待する。出しものは舟橋聖一作「花の生涯」で松本幸四郎、中村扇雀、藤間紫らが出演する。なお今回の協賛地区は加古川、神戸、京都、和歌山の各白蘭会となつている。

カネボウからカラー스ナップ(十色)を発表

カネボウ装品株式会社では、合成樹脂デルリンを原料としたカネボウ・デルリンカラースナップを発売している。

【特徴】①基本色が十色あり従来できなかったカラーマッチができる。②もつとも新しい金属的性質をもつた合成樹脂なのでサビの心配がない。③弾性がつよくプレス洗濯機にかけても直に回復し折れ曲つたままにならない。④耐熱性が他のプラスチックに比較して強くアイロンにも耐える。⑤摩擦・摩耗は金属より強く生地がすり切れてもスナップする。⑥吸水・吸湿せず、そのための変化はあらゆる実験でもプラス・マイナス〇・五%以内でその安定性が証明される。⑦厚みが金属より非常に薄く重量も軽くなり外観仕上げが優美になる。⑧感触がよくつめたくない、などがあげられている。色どりがキレイなところから子供服の止め具として最適、ブラウスのボタンなどに向く。ボタンのアクセサリー化【小売値】八ミリもの十個二十円。【補足】大阪市立工業研で耐寒、耐アイロン、洗濯、ドライクリーニング、耐光などについて試験済み。

【発売元】西日本〓岡嶋商店。東日本〓関信株式会社(東京地区取扱店)浅井商店(中央区日本橋両国二八)伊東屋(千代田区神田佐久間町二の二)宇津木商店(千代田区東神田五)大橋商店(中央区日本橋馬喰町二の二)藤七商店(中央区日本橋馬喰町三の二)村木商店(台東区浅草橋二の二三)山与商店(千代田区神田須田町一の五)内藤商事(中央区日本橋横山町九)関口糸店(同・馬喰町二の二)牛田商店(台東区浅草橋二の一)東屋商店(同・一の三)田野糸店(同・一の一)三国屋(中央区日本橋馬喰町三の二)

〃 日本装身具工業会 〃 東京装身具工が改称

T S K の通称で親しまれて来た東京装身具工業会（会長渡辺光造氏）は一月一日をもつて「日本装身具工業会（N S K）」と会名を変更する。なお、同会は二月七日東京商工会議所ホールで新作発表展示会（テーマは「まばゆき草原」）を開催する。参加二十社。

東京袋物商工協同組合、六日に新年交礼会

東京袋物商工協同組合（理事長宮沢高次郎氏）は一月六日午前十一時—午後一時上野精養軒で新年交礼会を開く。会費は夫人（令嬢）同伴で千五百円。

日ア明年春の新作発表見本市の日取りきまる

日本アクセサリー協会春の新作発表見本市は、三月五、六の両日東京大手町の都産業会館で開かれる。なお、同協会では一月二十七日から鹿児島県指宿市で三十八年度総会を開き事業計画、役員改選などを行なう。

訂正 本紙速報七日号二ページ所載『バイタリス、ヒッチの販売地域を拡大』の記事中、『九州地区、バイタリス、ヒッチ』とあるは『九州地区、バイタリス』の誤り、『東海地区、バッファリン、ヒッチ』とあるは『東海地区、バイタリス』の誤りにつき訂正しますすなわち、両地区ともバイタリスのみを発売。

貝（第八号、三和刃物株式会社発行）貝印かみそりの三和刃物のほうすおるがんも第八号が出た。「爪と職業電報局」「毛の話」毛は生きているのか。「話のおくりもの」口絵は高松城。「名刀伝聞」らんは岐阜城主斎藤道三の子義竜が義弟の元竜・竜光の兩人を斬らせた有動刀関兼常。尾張藩主徳川義恕の愛した差料・関鍛冶七流のうち三河弥流の祖となつた関兼則など書いている。

ライオンニュース（十二月号）電通安藤調査局長の「リバイバル兵法を見直そう」では商売繁盛の前提を述べたもの。「ライオン歯磨の新聞広告一年間のあゆみ」「経営を分析してみよう」は明大三上教授、スター放談（四）は小泉博の巻。

花椿 P R 誌としてはいつもながら、業界随一を思わせる出来ばえである。表紙は、装丁というよりも、一步進んだ編集デザインである・黒田三郎の「木枯の詩」を巻頭に、映画評論家の植草甚一の「ソフィアをとく鍵」は、女優ソフィア・ローレンを語っている。目次裏の「続銀座歳時記師走」とともに人を語つたものであるが、一応読んでみて、何んとなく自分を振り返つて見たくなる。「あなたは一日何回鏡を見ますか」に始まる「あなたを解く鍵」のページが、「あなたは一年中同じ香水をつけますか」「あなたは今ハンカチーフを何枚もつていますか」と続く。自社製品を P R しながら、読者に親切なアドバイスをしている。親切で丁寧でお金のかかったパンフレットだが、読者層を心得ての道にいつたものである。男性が読んで、いい人にチョット忠告をするのにも役立つ資料である。

日本粧業速報

日刊但し毎週土・日・祝祭日休刊 昭和34年10月27日第三種郵便物認可 定価 1ヵ月 1,000円 6ヵ月 5,200円 (送料共)

発行所

日本粧業会出版部

東京 中央区日本橋馬喰町3-3

電話 兜町 079146 (代表) -9番

大阪 東区内本町橋詰町30番地

本町橋ビル 電話 東041568番

編集印刷発行人 竹内孝

昭和三十七年十二月十三日(木曜日)第七七九号

不当に家庭用までも規制

ヘアラツカー本舗会・証紙問題を説明

【大阪発】関西ヘアラツカー本舗では、十二月十日午後五時から業界記者団をコクサイホテルに招き、シボレー木村、明城内、沈丁香横山、ダックス秋田、スカルメント小村、事務局藤井の諸氏が出席。ヘアラツカーの証紙問題について、経過を説明、本舗会の意向を明らかにした。

これによると、初期のヘアラツカーは業者向けの業務用が大半であつたが、その後化粧品本舗では一般家庭向けとして、広く消費層を拡大することを研究して製品を完成、本舗の販売ルートにのせ、その販売力と宣伝力により急速に発展、いまや業界新製品のホープとして将来が期待されるまでに成長した。ヘアラツカーは特殊容器的関係上、殺虫剤その他と同様、一部を除いてガス充填工程をエアゾル業者に発注するのが通例であるが、最近、業務用製造業界に重大問題が起つてきた。それは、メチルアルコール使用と過当な乱売競争の二つ、メチルアルコール使用は薬事法で禁止されているが、乱売競争はますます激化してきたので、業務用製造業界では中小企業等団体組織法による工業組合を結成、メチルアルコール使用禁止の徹底と調整事業を実施することになった。しかしこの調整の実情をみると、無関係であるはずの本舗商品にまで同様の規制を行つてゐる。殊に事前何らの了解も求めず一方的に調整対象商品とし、少数業者の団体による一方的行為に多数の化粧品本舗が制約をうけなければならないことは不合理も甚だしい。よつてヘアラツカー本舗としては、同組合が速やかにその行き過ぎを認め「業務用」と「本舗品」とを明確に区分し、調整対象を業務用ヘアラツカーのみに限定する措置を講じるよう希望し、そのための適正な方途には協力を惜しまないとしている。

家庭消費者用ヘアラツカーを生産調整対象とすることの不当な理由 ①団体法に基ずく出荷調整規定は、極度の不況下にある業種が、経営の安定・回復を図るための緊急措置であつて、強力な規制力を伴うために、その運営は極めて合理的に、最少必要限度に限り慎重に実施せられるべきであることはいうまでもない。かりそめに

も発展途上にある商品を拘束し、多数の関係業者の正常な発展を阻害するものであつてはならない。

②一部ヘアラツカー業者の経営が不安定であるといわれるのは「業務用ヘアラツカー」の極度な過当競争と供給過剰に原因するもので、一方業界の主流となる「家庭用ヘアラツカー」は近時消費者の認識が高まつて急速な発展をとげ、現在著しい発展途上にあるのであつて業務用のそれとは全く正反対の情勢である。すなわち調整規定が認可せられた当時と現在とでは業界の実情が大きく変化している事実を忘れてはならない。

③このように家庭用ヘアラツカーには、出荷調整の前提である不況の要因が全く存在しない。しかも現状は当業界としてはごく少数の業者保護のために広範囲な業者(家庭用化粧品製造本舗、販売業者)の自由な営業権が侵害され、この不安はさらに拡大されんとしている。

④現状のままでは遠からず一般家庭消費者に必要な不利益をもたらすことは、明かである。

⑤調整貨物対象より家庭用ヘアラツカーを除外しても業務用業界に何ら影響するところがない。なぜなら両者には消費する側の使用心理に決定的な相違があり、従つて本質的に品質、価格、販売形態が異なるのであつて、経済的にその根幹は容易に混同し得ないものである。いたずらに特殊例をとりあげて過大視することは誤りである。

⑥本会は、業務用ヘアラツカー業界が、関係者の総意に基いて経営の安定を図ることに反対するものではないが、不当に広く化粧品業界に介入し、公正自由な発展を阻害することのないよう期待するものである。

石鹼工組で新年度の事業計画等を検討

日本石鹼工業組合では十一日午後三時から同組合事務所で開催、臨時理事会を開き、次の事項を協議した。(イ)新年度の事業計画Ⅱ新定款案として①組合員の事業に関する指導並びに教育②組合員の事業に関する情報または資料の収集および提供③組合員の事業に関する調査研究④組合員の設備の合理化に関する件⑤組合員の技術の向上並びに品質の改善に関する件⑥組合員の運営の合理化に関する件①組合員の取引改善に関する件。(ロ)浴用石鹼の件Ⅱ大阪案として不当品防止法による特売規制を宣伝広告費を含めて5%以内と提案して来たのに対し、東京案は一〇%以内の意見が出、今後両案の調整が行なわれる。「出席者」大阪理事長、須崎副理事長、平野副理事長、玉の肌外池、アツ美本田、ミヨシ油脂新井。

玉の肌石鹼の新年宴会招待セール

玉の肌石鹼本舗では都内向に年末年始サービスセールを実施する。

▼内容Ⅱ実用玉の肌、玉の肌ホモ・ソープいずれでも十五梱一口▼サービスⅡ明春十二日江東楽天地グラウンド本店に一名を招待。入浴、福引、ズバリ当てま賞つき、食べ放題、飲み放題。十二月二十日出荷分から適用。満口締切。

競合激しい平塚に生きる

尖鋭的商法で行く長崎屋百貨店

東京に近接している地点では平塚市は最も競合の激しいところ、駅前通りには五十六年からのしにせ店、小間物出身の株式会社梅屋がある。同店は小田原、厚木、沼津に支店を持つており、現在は平塚緑屋前に建坪三百坪地下一階、地上四階、売場面積二百四十坪の新店舗を建築中(十一月から着工、来年いつばいに完成の予定で永久建築に生まれ変わる)同店と競合しているのが西口通りの長崎屋。本年七月には駅前新月賦の緑屋がなぐり込みをかけ、事実上三つ巴の合戦期に入り、“平塚流”という代名詞まで生まれるほど関東一円では最も競合の激しい所——という定評をつくり上げてしまった。

今では消費客の対象も緑屋が農村、梅屋が勤め人、エプロン族などの大衆層、それにムードを持たせて長崎屋は勤め人、BGなど若い客向けに段々と特色を発揮しており、なかでも梅屋、長崎屋は平塚市でも尖鋭的な店舗として特筆すべき存在である。月賦の緑屋ははず向いに緑屋スーパーマーケットを十月十九日、六十八・五坪で開店しており、類似店の東邦スーパーストアを含めて、各店舗とも食品部を持つていだけに、附近の食品関係一般小売店への影響は大きい。それでは長崎屋にスポットを当ててみよう。同店管理部長中村龍藏氏は立地条件を次のように語っている。

平塚店は九月二日で本店形態から脱皮したが、見る人はまだ、平塚本店だと思つている。止むを得んという事で自他ともに許している。小田原、厚木店を開設するまでは杉田、北山、小田原、厚木、湯河原方面の客を引いていたが、現在では右記二店にまかせて、平塚店は平塚方面だけに限り、チラシも十二万枚から現在では八万枚に限定。客の信頼感によつて購買範囲がある程度狭ばまつても売り上げの点ではのびている。四、五年前までは市内客五十五%であつたが、現在では七十%を超える。遠くの客を引くことから変化して来ている。客内容も変つて来ているのは事実だ。生活様式も変つており、二、三年前の農村対象ではすでおそい。現在では固定客というのはどの程度を指して固定客というのかということになると、かなり問題がある。平塚は工場誘致も実を結んでおり、二、三男坊が働ける状態になつた。とにかく新興都市であるだけに乱暴だ。特徴としては平塚は商店の差が大きい。客の程度は悪い。客にすれば競合店が多いだけに条件がよく、よく勉強している。例えば他店で買った荷物を「ちよつとあづかつてね、おたくの品物を見るんだか

スーパーマーケットのパーセント

ら——。」という事が平然と行なわれることからみても分る。しかし競合はむしろ商店にとつてはプラスしたと言えるし、ドライさがかえつてよかつたといえる。「固定客」というものは平塚ではない。

株式会社長崎屋百貨店 平塚市平塚新宿一、一四七番地。

売場面積

建坪百三十八坪六階。各階売り場面積九十五坪、六階食堂百坪、織維関係売

り場面積四百五十坪、九十五%、装粧、化粧品五%、子供用品売場(五階)以外は側面販売。

購買範囲

大船、海老名、石原、大波多野、二ノ宮、片瀬、江ノ島、藤沢を含む半径十

五キロメートルで、なかでも藤沢はドル箱的存在。売上げ年商十億円。今年は突破の見込み。十二月は二億円目標。

店員数 二百三十名。

販売効率 五百万円。

客単価 千三百円。(十月八百円、夏期三百円)客数七千人。

回転数 平月三十日一回転。十二月は十四日一回転。計数管理は特に社の方針として徹底している。

荒利 一二%、来年一月からは一八・五%くらいにまわす。

制度品

資生堂、マックス、コーセー、カネボウ、プリンス、ボンジー。(一階)

一般品

地階で二割引。効率が悪く、置くのは反対、なお雑貨は扱わなければならない

と考えている。効率の点でもどうしても考えなければならぬ商品である。食品部は直営でやつていたが、現在では出店制度(百坪隣接)でやつているが売れる。

管理部長中村龍蔵氏の話

これからは人口十万くらいの消費都市をねらい、四百坪くらいのチェーン店を考えている。消費人口のあるところでは大型店舗を持つていけば楽にやつていける。ワンストップショップを客が要望しているということがいえる。あの店の主人は、かたいからとか、足袋の作り方がうまいからというのは今では通用しなくなつた。キャリアの長いものは巾はきくが、決してそれだけにはたよれない。ひとつ横ばいか、下向きになればたて直すのは大変苦勞するので、ころばぬ先にサービスなど常に勉強しなければならぬ。話は分つていても行動となると難かしいもの、努力したいという意欲にだけは燃えている。

近代的店舗と照明への配慮——長崎屋百貨店

近代的な店舗は照明についてもかなり気を配っている。長崎屋百貨店(平塚)では現在四百ルクスの蛍光灯が全売場を通じて一千本あるが、同店では年一回必ず交換しており、廃品としての蛍光管は小型トラック一台分。そのため四十万円の予算を計上しており、来年度からは五百ルクスにする予定。結果においては決してマイナスにならないと言っており、旧店舗との違いはこの辺からも割り出せる——という例。

スーパーマーケットのページ

日本粧業速報

日刊(但し毎週土・日・祝祭日休刊) 昭和34年10月27日第三種郵便物認可 定価 1ヵ月 1,000円 6ヵ月 5,200円 (送料共)

発行所

日本粧業会出版部

東京 中央区日本橋馬喰町3-3

電話 兜町 9146(代表) -9番

大阪 東区内本町橋詰町30番地

本町橋ビル 電話 東卿1568番

編集印刷発行人 竹内孝

昭和三十七年十二月十四日(金曜日)第七八〇号

景気は明年後半から回復

―明後年には大躍進―大和証券社長語る

「日本粧業」編集部の依頼で、大和証券社長・福田千里氏とライオン歯磨副社長・小林敦氏との対談が、十二日午前十時半大和証券ビル四階の社長室で行なわれた。そのなかで、福田大和証券社長は「明年の後半より景気は回復され、明後年に至つては大きく躍進する」
「消費経済につながる化粧品業界の発展は無限であり、世界的レベルにある日本商品は、きつと自由化に打ち勝つだろう」と大要次のように語つた。

巷では不景気だということを知ることが、景気の調整段階であつたので決して不景気だつたとは思わない。以後は順次回復し、調整の効果も顕著になろう。明年は、景気が戻る年だと思ふ。それまでの忍従は必要であるし、将来を良くするためにわれわれ国民、一人一人が考えなければならぬ。政府もその点の協力を国民に要望して来た所以だと思ふ。調整段階を経て来たことだから、速急に景気回復を期待するのは間違ひである。六四年度の経済躍進はめざましいものになるだろう。今年度の輸出入のバランスがその将来を見通すバロメーターである。日本の経済成長は伸びきつたものでなく、成長過程である。

消費経済につながる業界は無限に発展し、その循環をくり返すと思ふ。必要なものは、どしどし使うべきである。従つて、日本の産業も発達するわけである。そういう意味からしても、化粧品はますます伸びるだろう。消費産業が悪くなることはまづない。この道に不景気はないと思ふが、どうだろうか。貿易の自由化でいろいろ取沙汰されているようだが、日本の産業は自由化に耐え得る力を持っているからそう心配はない。ただ、日本の消費者気質というのは、舶来崇拜主義を脱していないようだ。日本の製品は世界的水準を行つているのだから、決して、押し付けることなく国産品のよさをもつとP・Rする必要があると思ふ。外国を旅行する機会が多いが、そのたびに日本品の優秀なのに今更のように驚いている。日本も世界的レベルで十二分競争し得る力を持つていると思ふ。資本系も大衆資本主義へと変わりつつある。資本家の唯一独占を許さない大衆化は、きつと、健全な日本産業の発達を創造すると思ふ。

日刊紙に大々的、化粧品発売の広告

渡韓の川田一郎氏から第一報(上)

韓国京城特別市のABC化粧品本舗太平洋化学工業株式会社の技術顧問として去る十一月二十四日赴任した川田一郎氏から、最近の韓国化粧品界の実情を伝えるレポートが寄せられた。

【十二月九日京城にて川田一郎氏発】ソウルの印象としては二回目のためか、少し安心したためか、前回程の強烈さはありませんが、一層の民心の安定、日韓会談期待の空気は極めて濃いようです。海一つへだてて両国の間が不和であることは、双方とも大変残念に存じます。双方にいろいろな見解があることはわかりますが、大局から見ても、この辺で友好的な国交快復が成立することを願っています。私のような一技術者が見ても、そうすべきであり、そうなくてはならないと考える次第で、独りで住んでみてしみじみ感じます。ソウル市内から約四〇KMのところに金浦国際空港があり、空港風景は羽田とは大変異なり殺風景です。もつとも軍用飛行場も兼ねている故でもあると思います。目下空港施設も拡充中です。完成すれば国際空港の名にふさわしくなると思います。通関後、一步外に出ればネツカチーフを頭に巻いた米国、スイスの美人から、チヨマを着た朝鮮美人、洋装の麗人紳士の出迎え風景はどこでも同じです。

空港からソウル市内に入るまでに目につく広告の立看板はABC化粧品太平洋化学、柳韓洋行の薬品他少数があります。十一月下旬というのに田圃に氷が張り、これから厳寒に向つてどんなに寒くなるのかと心配です。漢江鉄橋に防寒服に身をかけたためた歩哨がおり通行は自由ですが、戒厳令下であることを思い出させました。この戒厳令も間もなく解除され、憲法に関する国民投票、民政移管、夜間通行禁止解除とつぎつぎに明るいニュースが多く、全般としては景気も次第に好転しつつあるようです。われわれ業界からも、すでにジュジュはJ.U.として、丹頂は丹鶴として発売広告、次いで柳韓洋行から柳韓マックスファクターとして発売広告が日刊紙に大々的に報道され、韓国化粧品は十二月八日発売、マックスは十二月中旬発売と予定されています。韓国最大のメーカー、ABC化粧品太平洋化学工業株式会社は、目下日刊紙ラジオ放送等の広告媒体を通じて商品の宣伝を行いつつあり、ある時は一ページ広告、または二分の一ページ広告を行つています。「つづく」

大阪小売組合で本年納めの定例役員会

【大阪発】大阪小売組合では本年最後の定例役員会を十三日午後二時から同組合事務所で開催。このあと忘年会をかね懇談する予定。

油脂工業会など四団体、十六日に新会館へ移転

日本油脂工業会、日本界面活性剤工業会、日本家庭用合成洗剤工業会、財団法人油脂工業会館は、かねて建築中の江戸橋三丁目五番地、油脂工業会館八階に十六日移転、十七日から新事務所で執務する。電話番号は、油脂工業会(東京二七一局四三〇一―二)。界面活性剤(東京二七一局四三〇四―五)。家庭用合洗(東京二七一局四三〇六)。油脂・界面・合洗・理事室(東京二七一局四三〇三)。油脂工業会館(東京二七一局四三〇七―八)。

三共ヨウモトの新役員決る(新任監査役寺田氏)

三共ヨウモト株式会社では、先に株主総会ならびに取締役会で次の通り役員が選任された(取締役会長)鈴木万平(取締役社長)井戸定千代(取締役、経理部長)為積広司(取締役、営業部長)丹波清作(常任監査役)秋山敬四朗(監査役)寺田良之助(新任)。

ピアス、銀行のショウウインドウに―新製品などディスプレイ

ピアス化粧品会社では、十二月一日より大阪駅に近い東海銀行梅田支店ショウウインドウ正面一杯に、新発売したピアス男性クリームとピアスホルモンウェットの二品を加えて、ピアスの化粧品全てを華やかに陳列している。これは最近銀行が“デートの待ち合わせにロビーをどうぞ”のキャッチフレーズで昔風の堅苦しいものから、明るく開放的になって来た事を一早くキャッチして、ピアスが企業PRの一端として、始めているものである。

今夏の協和銀行堂島支店での、夏のピアスカラー、ピアスオーデフロラ化粧の魅力キャンペーンの陳列といい、今度の雪だるまを形どつた楽しい陳列装飾といい、新しい流行を機敏につかんだタイムリーなもので、せわしく行き交う師走の足を止め、特にBGを楽しませている。

なお来年一月十六日より、同じく東海銀行のショウウインドウに、さらに奇抜なアイデアでピアスの新春企業広告がお目見えする予定。

都産業会館関係の装飾業者が同業会結成活動

都の産業会館に關係している装飾業者は、先に装飾同業会を結成し、①産業会館・見本市協会など関係筋と定時会合、作業実施とその円滑な運営②展示会の紙材、塵芥処理に協力③火災予防の見地から不燃性材料の使用と電気工事配線等の万全を期す、などを目的として去る八月関係方面と第一回連絡協議会を開き、活発な運営をはかることとなつてゐる。事務所は次の通り。

千代田区大手町一ノ二産業会館広目屋内▼電話(二三一)三七五七、五五八一。

大阪小売組合「おしやれまつり」の報告会開催

【大阪発】大阪小売組合では、さきに実施した「国産品愛用運動おしやれまつり」が好評に終わったので、後援、協賛の本舗と卸の代表者十九名を招き、去る八日午後四時から東区コクサイホテルで「おしやれまつり報告会」を開いた。

【出席者】クラブ(田代) サンスタ(清水) 明色(岡井) ピアス(坂本) 丹頂(西村) モナ(国方) 資生堂大阪販社(横田) 資生堂南販社(宮川) ベルマン(西木) カネボウ販社(塩谷) パピリオ(福井) 柳屋大阪支店(小林) ハリウッド販社(角堂) テルミー(入江) キスミー(有賀) コーサー(渡辺)、寺内(寺内) 丸二(松井) 蛭子(蛭子社長) 【組合側】黒岩理事長以下常任理事以上。

ハンドバッグ、小物の高屋、春の新作発表展

ハンドバッグ・小物の高屋(社長高橋章一氏)では、一月二十二、三の二日間(午前十時―午後五時)上野広小路・鳳月堂で春の新作発表展を開く。なお、同社は引きつづき二十四、五、六の三日間都立産業会館でも開く。

移転 日本スーパーチェーン株式会社の本部は次の所へ移転した。

大阪市西区阿波座南通二丁目六▼(電話)大阪(五四一)六〇一四、六四二五。

東日本化粧品工業再販協議会

幹事長 北村 秀夫 監修
 常任幹事 中村 富士郎 著

〔再版出来〕

「不当景品類及び不当表示防止法」の

解説と化粧品業界

新書判 七五頁 定価一〇〇円

公正取引委員会では、不当景品類及び不当表示防止法第三条の規定により、懸賞による景品類の提供に関する事項の制限について、七月三十日告示、九月一日から施行された。この法律はわずか十一カ条からなる短かい法文だが、一般にはわかりにくい点もあるので再販協議会常任幹事中村富士郎氏が、これの解説と化粧品業界との関係を問答式にやさしく解明したのが本書である。

本書は「不当景品類及び不当表示防止法」の手引書として、誰にもわかるよう、いろいろな例を引用して解説してある。刊行以来非常に好評で、たちまち売切れたが、いよいよ再版が出来上り、大方の御申込みに応じている。

東京都中央区日本橋馬喰町三ノ三

財団法人 日本粧業会出版部

日本粧業速報

日刊但し毎週土・日・祝祭日休刊 昭和34年10月27日第三種郵便物認可 定価 1ヵ月 1,000円 6ヵ月 5,200円 (送料共)

発行所

日本粧業会出版部

東京 中央区日本橋馬喰町3-3

電話 兜町 9146 (代表) -9番

大阪 東区内本町橋詰町30番地

本町橋ビル 電話 東91568番

編集印刷発行人 竹内孝

昭和三十七年十二月十七日(月曜日)第七八一号

不当表示で年内に基準を

スーパー安売りに厚生省の見解

名古屋市を中心に県下一帯を脅かしているスーパーマーケット“ホテイヤ”の薬品部開設問題について、地元愛知県薬業協同組合及び愛知県薬剤師会幹部ら代表十八名は、去る七日日本薬剤師会を訪れ中央機関における規制運動を強力に推進するよう要望、また翌八日には厚生省牛丸薬務局長、横田薬事課長を訪れ、早急に行政措置として①員外者の規制②適正配置の実施③不当表示を講じてほしいと嘆願した。これに対する厚生省薬務局の見解は重要つぎの通りである。

- ①員外者規制命令を出して欲しいという点は今のところ何ともいえないが、現在そのまま商業組合の調整規定で通すことが出来れば、法律を立案してやるより時間的に早い。しかし現在そのまま員外者規制命令を出すことが不可能な場合には立法も考えてよい。
- ②適正配置問題の局長通達に変わりはないが、それを行政に移すのは地方庁である。
- ③不当表示(二重価格)については年内に基準が出来る見込みで、出来るだけ早く不当表示の取締りを行えるようにしたい。

近畿化工・年末年始挨拶の自粛通知

近畿化粧品工業会では既報のように年末年始の賀状廃止の申し合わせを行なったが、この趣旨を徹底させるため、関係団体に左の挨拶状をおくつた。

年賀状自粛につき御挨拶 前略 当会におきましては、前年度と同様本年度も、各本舗からの形式的な年賀状の交換は自粛することを申し合わせ致しました。就きましては、当会員本舗は特に事由ある場合を除き、慣例的な年賀状を差し控えさせていただきますので、何卒右の趣旨御諒承相賜りますようお願い申し上げます。(中略) 右御願旁、前以て本舗各社に代わり御挨拶を申し上げます。

二伸 各本舗の代表者の、単に形式的な年末年始の御挨拶回りは、相互時間の空費と、交通事情等を考慮して前年同様、本年もこれを自粛させていただきますので、この点も併せ何卒御諒承の程御願いを申し上げます。恐縮ながら右の件、貴組合員各位に伝達御高配方御願いを申し上げます。

昭和三十七年十二月

日

近畿化粧品工業会

一月七日大阪小売新年会―本年最後の役員会で決定

【大阪発】大阪小売組合では本年最後の定例役員会を忘年会を兼ね、去る十三日午後三時から同組合事務所黒岩理事長以下三十四名出席して開催、次の議案を審議した。森専務理事は司会あいさつの中で「人造りということが最近よく話題になつてはいるが、来年度は小売店も店員の雇用問題について真剣に考えなければならぬだろう」と述べ、黒岩理事長から「本年も残り少なくなつたが、あらゆる意味で今年に意義のある年であつた。特に「おしやれまつり」に際しては皆様方全体の総合力を発揮することができ、これが今回の行事を成功に導いた原因となつてゐる。この意味からも来年度は一層の発展を願うため協力をお願いする」とあいさつ、①「おしやれまつり」装粧品協賛について(丸山氏報告)②事業部報告(竹中氏)③新年役員会について④一月七日新年宴会を開く⑤会館の件⑥組合会館の経理事務を報告、以上で議事を終り引き続き同所で懇親会を開き、同六時ごろ散会。

明城ポマードの価格改訂、十二月一日実施

【大阪発】明城ポマード本舗では、十二月一日から左記商品の価格を改正した。なお、十二月末までは前替サービス期間とする。カッコ内は旧小売値。

- ▼#一〇〇ポマード(一〇〇円) 新小売値二二〇円、卸一、〇一〇円。
- ▼#一五〇ポマード(一五〇円) 一八〇円、一、五一〇円。
- ▼ムーランポマード(一〇〇円) 一二〇円、一、〇一〇円。
- ▼#三〇ポマード(一五〇円) 一八〇円、一、五一〇円。
- ▼細棒香油(五〇円) 六〇円、五〇〇円。
- ▼小町棒香油(一三〇円) 一五〇円、一、二六〇円。
- ▼ホワイトポマード(一〇〇円) 一五〇円、一、二六〇円。
- ▼ホワイト香油(一〇〇円) 一五〇円、一、二六〇円。
- ▼ホワイトヘアートニック(一〇〇円) 一五〇円、一、二六〇円。
- ▼ホワイトヘアークリーム(一〇〇円) 一五〇円、一、二六〇円。

第一回髪ダイ教室、静岡県下三会場で開催

みやぶ染・白ダイ本舗では、専属美容師による第一回髪ダイ教室としてこのほど静岡県下三会場で髪ダイ教室を開催した。(十一月六日―沼津市・ヌマズ薬局、十一月八日―静岡市・加村薬局、三島市・君沢薬局)最近ますます髪ダイの指名客が増大しつつあるため、直接実演染毛をして広くご愛用者に使用方法の説明とサービスをかねて各薬局において特設の美容室を設けて開催した。第一回としては非常に好評を博し盛況であつた。染毛を希望する方は無料で好みの色を選び、また見学にみえたお客様全員にはおみやげを差しあげた。本舗では今後も髪ダイ教室を各地でつづけていく計画である。

明春二十四日「クラブ化粧品映画のつどい」

【大阪発】第四回大阪地区「クラブ化粧品映画のつどい」は、来春一月二十四日午後一時からサンケイホールで開かれる。映画は「榆の木蔭の欲望」(ソフィア・ローレン、アンソニー・パーキンス主演)。

客は伊勢丹の縮図と思う

商品構成に悩む武蔵小杉スーパー

神奈川県川崎市東横線武蔵小杉駅前、小杉町三ノ一に先月二十三日「武蔵小杉名店会館」が誕生、その一、二階に伊勢丹傍系の武蔵小杉スーパーレット(店長大野節治氏)が開店地元の人気を呼んでいる。

売場面積 七百二十六平方メートル。

商品構成 一階子供、婦人、紳士用品、二階ベビー用品、家庭用品、化粧品。

購買範囲 中原地区を中心に南武線、東横沿線の元住吉、日吉、新丸子、小杉、向河原新城、溝ノ口の半径十、五キロメートル。人口は二十二万あるが実際客数は八万人。

客数 購買客実数五千人。(開店後三日間)その後は四千人。食料品がないからどうしても頻度は弱い。客も一週間に一度くれば商売は成り立つ。

売上高 開店後三日間の売り上げ高は三百万円。その後はあまり香ばしくない。頻度と商品構成に今後はかかっている。

客単価 開店早々は六百円。現在は五百円。

店長大野節治氏の話 開店に当たつては大変な人気を呼び、これならばいけると思つたが中原地区の客は難かしく、プライス構成をどの程度に持つていけばよいかを今研究している。商品構成に食料品を加えれば強いと思う。現在食料品はレジの回りに菓子を置く程度で、さらに贈答品を扱えばもつとよくなると考えている。商品構成では今よりセンスのあるものをおけばのびる。前宣伝にもよるが、客は伊勢丹の縮図と思つており、そこらにも問題がある。

なお同店の商品構成を分類すると、一階女児セーター、スラックス、婦人子供肌着、婦人セーター、スラックス、男児セーター、ズボン、婦人、子供、手袋、紳士肌着、紳士、婦人、子供パジャマ、紳士セーター、ズボン、Yシャツ。二階は妊婦用品、新生児用品、化粧品(一般品、仕入助川商店)洗剤(仕入れ中央)調理、卓食、洗濯用品、衛生用品、ベビー服、幼児服、食器、ナガサキ屋カステラ。なお幼児服、ベビー服のゴンドラの上にはビニール乳幼児玩具が置いてあり、大野氏の多摩スーパーにおける商品構成の特色がここでも見られる。一応デパートの感覚から脱皮、同店の台所用品、日用雑貨はかなり整っている。同名店会館には食堂のニューこすぎ外十五店舗が入っている。

特定品は安いというPRを一月賦の緑屋の場合

平塚の駅前にある緑屋では、同店はす向いにスーパーマーケットを十月十九日開店、婦人紳士用品三〇%、菓子、インスタント食品五〇%、洗剤、雑貨、化粧品二〇%。同店は月賦が主力であるだけにスーパーに対しては批判的。店長壺内春喜氏は同店の政策とスーパ

スーパーマーケットのスーパー

ーにおける衣料品について次のように語っている。

緑屋スーパーマーケットはサービス本位から生み出したもので営業政策による。うちとしては重点主義で、客の便利のよいようにいく。同じ経営をしても利潤が伴わなければならぬ。経営のコツをわきまえてやっているとところは別だが、この商売がいらしいからやるんだという考え方が多いのではないか。自分で首をつつ込んで本当の利ざやがわかつてやっているのは少ないのではないか。緑屋自体の商品はセルフには間接的でデパートのカラーを持つている。また緑屋のように分割する商品は高いという見方があるが、決してそういうものではなく特定の商品があれば安く提供して行きたい。持続的に喜んでいただけることを念願としており、高いといわれる緑屋にこんな安い商品があるというサービス本位から出したもので、大衆層に着眼した営業政策による。普通一般で考えているところと着眼点の上に違いがあるわけである。

一般衣料についていうと、だんだんセルフ化していく傾向にあるようであるが、まだ商品には納得して買っていくための相談役が必要であり、商品自体も完全セルフ化されていない難点がある。全体からおしていくとまだまだむづかしいのではないか。商品の内容を明記しあつても一般消費者の知識も乏しいので、ちようど人の家に入ったものを調べるようなもので、全々見当がつかないのが実情ではなからうか。今の段階では無理だ。客のエチケットの点でも改善していかなければならない。うちの場合も、どの商品をスーパーに持つていくかということになると、ただ売れることを念願としていく以外にない。特価品では後が続かない欠点がある。これは永続的な客のつかみ方ではない。商品自体も、もつと研究されなくてはならない。

食堂三平の店、新宿にもハイセンスの店開く

食堂の三平が浅草店に引き続き、本店に隣接して三和菓子店裏、角筈一八三九に先月二十三日、モダンジャズタツチのハイセンスと銘打つて三平デイスカウント・ショッブを開店した。店長矢島真一氏。坪数七十五坪、一、二階。近く地下のアクセサリー売り場を開店し、総売り場は百坪となる。商品構成は婦人六五%、紳士一五%、子供一五%、その他五%。店長矢島真一氏の話 仕入れについても現金仕入れ月二回とし、問屋さんも安心してお取引を願うようにし、購買客はBG、夜の勤め人など若い客を主としてねらつており、センスのあるもの、ムード商品に統一した。

なお新宿は流動客の最も激しいところであり、既設のスーパーはもちろん、最近開店したスーパー龍生堂が五十坪で二階に衣料品を二十日開設するなど活発な動きを見せており、外国資本の進出のうわさもあるだけに今後とも注目される場所である。

スーパーマーケットのページ

日本粧業速報

日刊但し毎週土・日・祝祭日休刊 昭和34年10月27日第三種郵便物認可

定価 1ヵ月 1,000円 6ヵ月 5,200円(送料共)

発行所

日本粧業会出版部

東京 中央区日本橋馬喰町3-3

電話 兜町 09146(代表) -9番

大阪 東区内本町橋詰町30番地

本町橋ビル 電話 東洲1568番

編集印刷発行人 竹内孝

昭和三十七年十二月十八日(火曜日)第七八二号

新時代の商品は「美容食」

蛭子商店の販売ルートに乗せる?

【大阪発】蛭子商店が近く、「美容食」を扱うことになった。これは同社の角堂専務がさる十四日に行なわれた本紙新年号企画、今年の焦点「流通革命にどう対処するか」で、日星商会横山社長と対談の際に語つたもので、新時代の商品である美容食(缶詰)を西日本地域にわたる蛭子商店の販売ルートに乗せ、化粧品小売店で販売する方針という。角堂専務は同食品のメーカー、商品内容、価格などについてはまだ発表の段階ではないとして言明を避けているが、来春早々には発表の運びとなる見通しである。

同対談における同氏の発言は次の通り。

「わが社では、さきに十分調査研究のうえ、内外編物と取組んだがそれも最近ではかなりのレベルにまでこぎつけたし、また、仁丹のジュースなどもこちらの化粧品ワックに引き入れたいと考えています。さらに今度は近く「美容食」に取組んで、これも化粧品の小売店さんでどんどん売つてもらおう、そして外からは化粧をし、内からはこの美容食で肌をより美しくしてもらおう。そして肥えすぎているかたには少しスラツとしてもらおうということで、扱う方針を決めたわけです。

問屋としては、今後テンポの早い時代の流れに応じ、よく調査研究のうえ自分の仕事のワックを拡げることが必要だと考えます」

関西の油脂三団体、一月五日に新年パーティー

【大阪発】日本油脂工業会関西支部、日本界面活性剤工業会、日本家庭用合成洗剤工業会共催による恒例の新年挨拶交歓パーティーが一月五日午前十一時三十分から大阪駅前第一生命ビル十二階「好文倶楽部」で開かれる。会員は一人につき千円。

日本石鹼工組、調整事業は来年から中止する

日本石鹼工業組合では、十四日今年最後の記者会見を開き、諸般の情報交換を行なつた。席上、福田事務局長は来年度の活動方針にかみ、定かんの一部変更を行なうと次のように語つた。

団体法の改正から、商工組合は必ずしも調整事業をしなくてもよいことになった。当組合の調整事業は従来、実効をあげるまでに至つていないので、官庁からの意向もあり、三十八年一月一日から一時中止することとした。来年度からは調整事業に代る事業として合理化事業を定かんに入れる予定である。

また、これにつけ加え大橋理事長は「調整事業は決して放棄したのではない。分科会での改善事項の中に調整事業の強化ということがあるのだから」と語つた。

製薬会社も進出、過当競争の悩みあり

渡韓の川田一郎氏から第一報(下)

【十二月九日京城にて川田一郎氏発】私の方の太平洋化学では新工場の永登浦工場も九八%程度工事も進んでおり、本月中旬には一部稼働を行なう予定であり、正式落成式は明春挙行の予定であります。この工場は韓国において業界最大、最新式設備は日本においても数少ないものであると思います。只今、ジュジュの小笠氏、丹頂西村氏、マックス吉田氏らが滞在中で、モナの島専務、ピアスの坂本専務らもおられます。モナ、ピアスは本決まり、工場設置その他の要件で来韓と存じます。

業界の状況は日本と同じくなかなか大変で、この分でいくと過当競争となり、かなり傷付くものが出ると考えられます。製薬会社の化粧品進出計画が多く、日本と同じく製薬会社の方が資金も豊富のようです。販売面からすれば化粧品会社の方が有利、資金面からすれば製薬会社の方が有利というところでしょうか。化粧品業界の事柄は何分にも狭い土地でありますので、あまり真相を通信するわけにはいきません。目下着任あいさつ状の印刷を依頼しておりますが、十日もたつてまだ刷れず、諸方にあいさつも出来ぬ次第です。業界の皆さまによろしくお伝え下さい。大いに真面目に仕事をして、業界のために努力したいと考えております。諸資料をそろえて故国業界のためにも微力を尽したいと考えております。遙かにソウル特別市から貴下のご発展と皆様のご健康をお祈り申し上げます。

明色ハンドクリーム発売記念の映画試写会

【大阪発】明色本舗桃谷順天館ではハンドクリーム発売を記念して、明色化粧品空函招待規定により、さる十二月十六日の日曜日午前九時半から「なんば大劇場」に愛用者を招き映画試写会を開催、アナウンスによる本舗あいさつに次いで、四七一オーデコロンのPR映画を上映したあと、ユナイト映画七〇ミリ大作「隊長ブルーバ」(ユル・プリンナー・トニー・カーチス、クリスチーネ・カフマン共演)を上映、盛況であった。

クラブ第三回映画のつどい「雨のしのび逢い」

クラブ化粧品本舗中山太陽堂が毎月開催している「クラブ化粧品映画のつどい」は、回を重ねるごとに入場者も増え好評を博している。第三回映画のつどいは、さる十二月十二日午後一時から桜橋サンケイホールで「雨のしのび逢い」を上映したが、前回を上まわる盛況であった。なお、今回は新春一月二十四日午後一時から同じサンケイホールで「楡の木蔭の欲望」(ソフィア・ローレン、アンソニー・パーキンス主演)を上映の予定。

アロマ、来年中に東京工場を新設

流通経路に研究の余地あり——と三浦社長

【大阪発】アロマ本舗双信化学では、十二月十五日午前十一時からコクサイホテルに關係業界記者団を招き三浦社長、三巻専務、中地企画本部長、福家開発本部長、白石大阪支店長、大信企画部長、丹平商事岸上専務らが出席して記者会見を行なった。席上三浦社長は増資、流通政策、新製品企画、人事の四項目を中心に左の概要説明を行なった。

三浦社長あいさつ要旨 ▽増資Ⅱ社会性のある企業として成長するため、発足当時は個人で株の大半を占めていたが個人的色彩をさけ、外部から人を招くとともに現在では代理店小売店、資材関係、宣伝関係の人達が株主となっており、三億の資本は社員で約三割、丹平商事など関係深い取引先で三割、他は各代理店の比率となっており、株主は約三千人を数える。何れも消費者にも株主となつてもらい、利益共同体の夢の実現を期待したい。今回増資に際してはご了解を得て一部を公募とした。▽流通政策についてⅡ双信の製品は化粧品、薬品、洗剤など各業界でお世話になつてゐるがアロマの業界はない、孤児の存在だ各業界の長所をとり入れて新しい世界をつくりたいと思つてゐる。この理想と夢を実現さすためには、消費と生産はもつと密着させなければならぬ。そのために流通経路にもつと研究の余地があると思う。今回テストケースとして神戸双信チャネル株式会社を設立、過去にお世話になつた問屋さんと一緒に精神的結合をつくり、とにかく一緒にやつて行きたい。最近問屋不用論や流通革命が叫ばれてゐるが、われわれは理論家ではなく実務家だから実際に行なつてみたい。問屋共通の問題だと思ふが、メーカー、問屋、消費者などそれぞれ立場を尊重して行きたい。▽新製品についてⅡ新春一月末か二月に新製品を発売したいと思つてゐる。従来のアロベビーの特許の範囲内でワクを上げたものにした。従来どこからも市販されていないもので、プラスチックやタイルなど従来のものでは洗い落とせなかつたものを洗うものだが、具体案は目下検討中といったところ。▽人事Ⅱ営業部を開発部と名称変更し、市場開発本部長に福家氏を外務より招へいした。なお記者団の質問に答え、次の計画を発表した。

昭和三十八年中に東京に工場を新設予定。大阪工場は三十九年の予定である。新製品は三十八年中に最低三つは出したい。今後増資のテンポは早くなるだろう。

セブントーセブンから「クツキンクリーム」新発売

【大阪発】セブントーセブン本舗では、ハンドクリームとして「クツキンクリーム」を新発売した。セールポイントとして左の五点をあげてゐる。

①手や指先のヒフにびつたりなじむ②すり込んでもベトつかない③シリコン配合で防水力がすぐれている④無臭⑤水アレ、洗剤アレから手指を守る。四五G二百円。

東京石鹼卸組合と洗剤メーカー、市場安定で懇談

東京石鹼卸組合では、先に洗剤メーカー七社から申告された組合員メンバーの協議会を、十五日午前十時から日粧会議室で開き、引続き午後二時から洗剤メーカー七社との懇談会を開き、二時間にわたって市場安定について意見の交換を行なった。

出席者 多喜屋、保美商事、中央石鹼、野村商事、柳佐吉商店、油松商店、森友商店、草壁商店、平木商店、吉野商店、宝屋商店、山沢商店、河野商店、茂木商店、ときわ商店、メーカー側 花王・豊田、桐畑。ライオン・滝沢。アデカ・野口。日油・熊沢、長谷川。第一工業・外山。資生堂・二上。ミヨシ油脂・新井。

ニッサンお楽しみ券のプレゼントリスト作成

ニッサン石鹼本舗では、石鹼、洗剤一梱毎にお楽しみ券を添付しているが、この券によるサービス・プレゼント商品のリストをこのほど作成した。券十枚でバスタオルセット(八五〇円相当品)から三九五枚のコロンビアステレオ(四三、五〇〇円)まで、七十種の商品と券の必要枚数が記載されている。

TV「アンタツチャブル」ライオンが放送

NETが昨年五月から放送をはじめ四〇%という高視聴率をマークして、一躍テレビの人気番組のトップに立つたアクション映画「アンタツチャブル」は本年四月、NETとフィルム宅配権をもつ代理店インター・リングル社との契約更新の際の不手際からTBSと訴訟問題に発展して休止され、人気番組だけにその行方やいかにとマスコミの話題となっていた。ところが裁判となると何年かかるかわからないので、人気番組が何年も見られないのはバカげたことだと考えたTBSが、このほど大乗の見地から無条件で譲歩、急転直下解決して再びNETから放送されることになった。

ライオン歯磨、油脂会社では前からこの「アンタツチャブル」をねらっていたが、コンピナートの実力にものをいわせてこれを獲得、現在放送中のニューブリードに代わつて、二月第一週からスタートすることに決定した。こんど放送されるフィルムは第二年度の作品で、前に放送された分より数段面白くなつていて、現在米国で大当たりをとっている。

東京あづま会・一月九日新年会と表彰式

東京有力小売店の集まり東京あづま会(会長長尾栄次郎氏)では、明春一月九日恒例の新年祝賀会と従業員表彰式を、高輪プリンスホテルで午後三時三十分から開催する。

ニッサンニュース(第二号)ニッサンローズ石鹼の紹介、第一号でのアンケート当選者発表、お楽しみ券の説明など、アート紙四ページ。

日本粧業速報

日刊但し毎週土・日・祝祭日休刊 昭和34年10月27日第三種郵便物認可 定価 1ヵ月 1,000円 6ヵ月 5,200円 (送料共)

発行所

日本粧業会出版部

東京 中央区日本橋馬喰町3-3

電話 兜町 079146(代表) -9番

大阪 東区内本町橋詰町30番地

本町橋ビル 電話 東41568番

編集印刷発行人 竹内孝

昭和三十七年十二月十九日(水曜日)第七八三号

複合石鹼製造の研究発表

石鹼製造業改善講習会で―川上博士

通産省主催の「石鹼製造業改善事項」に基ずく講習会は、去る七日名古屋、八日大阪で開催後、十四日午後一時から東京都通産局会議室に約五十名の出席者を得て開かれた。

まず、川上八十太博士(川上研究所々長)から「複合石鹼製造技術の研究発表および中小企業に適する製品の指導について」の講演が行なわれ、ついで石渡績氏(専修大学教授)から「経営計画確立のため統一計算方式の普及について」の説明があつた。

この講習会は、昨年七月に石鹼分科会(会長大橋退治氏)で決定した改善事項のひとつとして開かれたものである。改善事項は技術面経営面に分けられ、技術面では複合石鹼がとりあげられていた。分科会では、日本油化学学会と提携、石鹼部を設けて複合石鹼の研究を続けていたもの。複合石鹼が日本に最適な石鹼をつくるという趣旨から研究委員には、中小メーカーだけでなく大手メーカーからの代表者も名を連ねている。今回の発表は、一昨年川上氏がアイディアとして持つていた複合石鹼に研究を加え、一応の完成をみたので行なつたものだが、原価計算までも試み、参加者から注目されていた。

粧工連、自由化対策その他で懇談

【大阪発】粧工連では、十二月十七日正午からコクサイホテルで左記事項につき幹部懇談会を行ない三時頃散会した。

一、貿易自由化対策について〓三十八年一月東京で行なわれる役員会までに具体策をそれ〓検討すること。

一、物品税問題について〓今後の具体的な案を検討した。

▼出席者

【東京側】伊藤(資生堂)、延原(ジュジュ)

【近畿側】田代(クラブ)、岡井(明色)、国方(モナ)、山本(テルミー)、西村(丹頂)、八木(ピカソ)、神出(ピアス)

西木(ベルマン)。

三十七年度朝日広告賞に花王・資生堂が入賞

三十七年度朝日広告賞の受賞作品が十二日発表された。この賞は本年で十一回目、本年の応募点数は第一部（一般公募）四九三四点、第二部（広告主参加作品）一二〇一点の多数に達し、業界関係での入賞は左の通り。

第一部B 広告写真朝日広告賞（賞状と賞金三十万円）花王石鹼、作者井上貞夫、横山啓治
両氏。佳作（賞状と賞金三万円）資生堂。第二部部門賞（賞状と賞金十万円）化粧品部の資生堂（ドルツクスコールド）

ジレット社の替刃大量に輸入、カトレヤ商会

東京・カトレヤ商会はさきに香港から米国ジレット社のカミソリ刃五万八千八百ドル分を輸入すべく、申請書を通産省に提出していたが、このほど認可がおりたので明年一月十日ごろ入荷、二十日ごろから市販すべく準備をすすめている。

同社は自由化以前にも、相当数量ジ社カミソリ刃を輸入しており、従来の好調な売行きから、このたびの自由化で、かなりの売行きを予想している。明年一月予定の入荷数量は百五十万枚で、ブルー百二十万枚、スーパードリフト三十万枚の割合で二種入ってくる。

カ商会の輸入価格は、従来のブルー五枚約八十円、スーパードリフト十枚約七十円が、それぞれ六十五円、百四十円前後で入ってくる。市販価格は現在の価格より二割から二割五分程度のコストダウンができると思う」とカ商会ではいつている。従って、現在のブルー五枚百三十円、スーパードリフト十枚四百五十円はそれぞれ百円、三百六十円前後で市場に出て来ると予想される。また、同商会の「寿命は国産品の五枚分もつ」を考え合わせる、今後国産メーカーには相当な影響をおよぼすものと思われる。

大阪府、一部条件つきでヘヤーブラシ推奨指定

【大阪発】大阪府優良工産品推奨委員会では、さきに日本刷子工業協同組合から推奨指定申請のあつたヘヤーブラシについて調査検討を行なつていたが、十二月十七日大阪府立工業奨励館で、①指定ヘヤーブラシ等の申請②工場調査③試験結果などについて調査報告会を開き、一部条件つきでほぼこの推奨指定を決定。これに伴ない正式なヘヤーブラシ専門委員七名を次の通り決定した。

専門委員 稲田市太郎、石田透、増井広吉、阿部三二、岩崎福松、池本米一、宮島博。

ジャパン・カタログ・センター事務所移転

ジャパン・カタログ・センター（JCC）では、事務所狭少のため左記に移転。

△東京都台東区御徒町三ノ五、葛城ビル（三階閲覧室及び海外部、四階総務部及び業務部）電話（八三二二）三九三五・三九三六番。

△新事務所での業務開始は昭和三十八年一月十四日。

電通のTV調査「ベン・ケーシー」依然トップ

電通が調べた都内二十三区世帯対象の第二十五回テレビ視聴率調査の結果が発表された。期間は十一月二十六日(月)から十二月二日(日)までの一週間、八月につづく本年四回目の調査である。サンプル五百世帯の日記面接式で回収率は八六・五%、それによると、

- ①「ベン・ケーシー」が前回につづいてトップで五〇%の高率を示した。
- ②TBSがゴールデン・アワーと全日の何れの平均でも一位となつた。
- ③プロ野球のオフ・シーズンにはいり、野球中継に強かつた日本テレビの低下が目立つ、などの特色があげられる。
- ④ベン・ケーシー(五〇・〇%)
- ⑤咲子さんちよつと(三九・五%)
- ⑥ジェスチャー(三九・〇%)
- ⑦プロレス中継(三八・四%)
- ⑧それは私です(三八・一%)
- ⑨私の秘密(三七・九%)
- ⑩若い季節(三六・五%)
- ⑪名犬ラッシー(三五・六%)
- ⑫七人の刑事(三三・八%)
- ⑬ズバリ、当てましょう(三三・五%)

視聴率はたまたま調査期間にあつた番組内容の魅力次第なので、この一週間をもつてすべてをはかるわけにはいかない。しかし、「ベン・ケーシー」が五〇%と二位を一〇%も離していることは圧倒的である。それがドラマであることも注目している。なお、別項ニールセン社の関東地区調査でも「ベン・ケーシー」がトップで、二位を九・四%離しているが、その他では多少の差がみられる。

TV、ニールセン調査の関東地区上位番組

ニールセン社日本支社が発表した十一月十二日から十一月十八日まで一週間の、関東地区テレビ世帯視聴率の上位番組は次の通りである。

- ①ベン・ケーシー(四七・四%)
- ②ジェスチャー(三八・〇%)
- ③若い季節(三七・五%)
- ④チロリン村とくるみの木(三七・〇%)
- ⑤咲子さんちよつと(三六・五%)
- ⑥お笑い三人組(三五・八%)
- ⑦ものしり博士(三四・八%)
- ⑧名犬ラッシー(三四・二%)
- ⑨事件記者(三三・八%)
- ⑩私の秘密(三三・八%)

丸見屋の高崎合洗工場は年末から試験操業開始

かねてから建設を急いでいる丸見屋の高崎工場では、すでにシャンプー工場が稼動しているが、合成洗剤工場もいよいよ近く完成し、年末ごろから試験操業に入る予定。同工場は各設備に世界の粋をあつめて最優秀を誇っており、その本格的稼動が注目される。現在、同業者間ではこれが発売時期および販売方針について非常な関心を寄せているが、発売は二月下旬から三月上旬になるのではないかとみられている。しかし、販売方針については同社でも現在なお結論に至らず、発売直前まで極秘裡に進められるであろう。

「黒龍へレン」新たに携帯用の容器付で発売

黒龍本舗では美容石けん「黒龍へレン」を新たに携帯用の容器付で発売する。小売価格八十円、卸六百七十二円。「黒龍へレン」は天然の美容分がたっぷり含まれているところから、キメの細かい色白の肌を整える美容石けんとして業界では定評あるもの。

業界短針

▼さきに経企庁が発表した「国民生活白書」によると、一人当たりの国民所得は大幅にふえ、イタリアなみの水準。ところが消費の方はものすごく、電化家庭用品の普及では世界一流で、レジャー消費はアメリカ並み、ところが生活環境では等外国という。上下水道からゴミ処理、交通地獄等まさに消費ブームとのアンバランス▼ボーナスをねらった暮の大売出しで、人をバカにした景品付のピラが目立たないのにホツとする。これは「不当景品類及び不当表示防止法」が出来たおかげ、日本人はどうしても、法律のご厄介にならないとどうにもならないらしい▼百万円が当たるとか、自動車進呈という宣伝をしていて、景品引換所で実際にもらつてるのは十円のキャラメルだ。誇大宣伝ほど気分を悪くするものはない▼先日ある人が、某メーカーの石油ストーブに対して「倒れたら自動的に火が消える」という宣伝は好ましくない。使用者に石油ストーブの安全を、先入観として植付けることは危険だ」と批判した。途端にそのメーカーの宣伝は変わった▼去る十五日の読売新聞には全五段の広告を出稿していたが、石油ストーブの正確な取扱い方を図解とともにくわしく発表、「こんなときはここが原因です」という故障一覧表と共に説明している。商品が直接火災の原因となるだけに、これほどくわしく、ていねいに説明した広告は少ない。われわれは広告によつて、その会社の気持ちをを知ることができる。

東日本化粧品工業再販協議会

幹事長 北村 秀夫 監修
常任幹事 中村 富士郎 著

〔再版出来〕

「不当景品類及び不当表示防止法」の

解説と化粧品業界

新書判 七五頁 定価一〇〇円

公正取引委員会では、不当景品類及び不当表示防止法第三条の規定により、懸賞による景品類の提供に関する事項の制限について、七月三十日告示、九月一日から施行された。この法律はわずか十一カ条からなる短かい法文だが、一般にはわかりにくい点もあるので再販協議会常任幹事中村富士郎氏が、これの解説と化粧品業界との関係を問答式にやさしく解明したのが本書である。

本書は「不当景品類及び不当表示防止法」の手引書として、誰にもわかるよう、いろんな例を引用して解説してある。刊行以来非常に好評で、たちまち売切れたが、いよいよ再版が出来上り、大方の御申込みに応じている。

東京都中央区日本橋馬喰町三ノ三

財団法人 日本化粧品学会 出版部

日本粧業速報

日刊但し毎週土・日・祝祭日休刊 昭和34年10月27日第三種郵便物認可 定価 1ヵ月 1,000円 6ヵ月 5,200円 (送料共)

発行所

日本粧業会出版部

東京 中央区日本橋馬喰町3-3

電話 兜町 79146(代表) -9番

大阪 東区内本町橋詰町30番地

本町橋ビル 電話 東洲1568番

編集印刷発行人 竹内孝

昭和三十七年十二月二十日(木曜日)第七八四号

国産品の優先使用を建議

国産品普及向上本部が政府、国会へ

国産品普及向上本部(会長足立正氏)では、このたび「国産品の国際競争力強化と国内市場確保に関する要望」を決定、政府、国会をはじめ関係方面へ建議した。要旨次の通り。

一、国産品の優先使用⇨国産品に対し、国内市場を確保するとともに、その信頼度をPRし、国産品普及向上に資するため、国産品の優先購入を可能ならしめるよう法的措置を講ずべきである。

二、延払い金融制度の確立⇨国産品、特に重い機械類のうちには、品質、性能、価格の面においては国際競争力を有するにかかわらず支払い条件の点でおくれをとる場合が少なくない。これに対処するため国内需要であるとを問わず、延払い金融制度を確立すべきである。

三、内外製品の比較試験調査の実施⇨官公庁その他公共的機関による内外製品の品質性能の比較試験調査を広範囲に実施すべきである

四、不当競争に対する規制措置⇨①国内産業企業の存立をおびやかすような外国品の廉価販売攻勢に対して、緊急関税制度などを臨機かつ機動的に発動しうる体制を整備されたい。②不当景品類および不当表示防止法の適正な運用により外国のメーカーまたは商社による過大な景品付販売や誇大広告を防止されたい。

五、原材料について⇨国際競争の激しい商品の原材料については、税関その他課税の軽減を図られたい。

本年度の農薬生産額は三百二十八億円

農林省は十二日、三十七年間(農薬年度十〜九月)の農薬生産概況を発表した。

それによると、三十七年の総生産額は三百三十八億円(前年比一一・一%)、売上高は三百二十一億円(前年比一一四・五%)それぞれ増加した。

また、三十七年度の農薬輸入額は三十三億円で、前年比二%の増加であったが、輸入による生産額は七十二億円で全生産額の一・四%を占め依然増加の傾向を示した。しかし、反面輸出は六億七千万円で伸び悩み状態にある。

東京化粧品会、柳屋製品を推奨品に採用決定

東京化粧品会(理事長丸山美佐男氏)では、十二月の役員・地区幹事長合同会議において「柳屋商品」を、同会の推奨品に採用することを決定した。その動機はつぎの通り。

一、柳屋本舗は価格維持に極めて積極的であること。これは同本舗がいち早く実施した新政策に、かなり意欲的な面がみられ、当時としては大英断とも思われる点を多く採り入れ実施した、等の点に顕著に示されている。

二、品質、価格、意匠、商標など、あらゆる点を勘案して推奨販売に値し、相当の販売が期待されること。

以上のような観点から、推奨品として採用することになったが、推奨品の育成を図る目的から、株式会社セールズと協議のうえ、左の通り特別優待セールを実施することになり同会から全会員に連絡があつた。

▼特別優待セールの内容

- ①期間 十二月二十日から三十八年一月十五日まで。
- ②一口内容Ⅱポマード平瓶小 二打、ヘアートニック二百円 6コ、ヘアークリーム二百円 6コ、チック大小込 百五十円 6コ。合計四千五百三十六円。
- ③一口に対する景品Ⅱスプレーネット四百円 1コ、シェービングクリーム百円 4コ、包装紙。
- ④注文の方法Ⅱ普段お取引の問屋に注文のこと、問屋は本舗に連絡し一両日中に貴店に届ける。
- ⑤代金支払い方法Ⅱ平常取引問屋との間に行なわれていると同じで、貴店と扱問屋との間で行なわれる。会あるいは本舗が関係することはない。
- ⑥その他Ⅱ仕入数に制限はないが、広く全会員にこの特典を利用願いたいという本舗の意向であり、また主旨でもあるので、最低一口のお申込みをお願いする。

玉の肌石鹸の売上げ十月は一億円を突破

玉の肌石鹸本舗では業界紙十社を十八日午後五時半、築地・治作に招いて年末記者懇談会を催した。本舗側安田、外池両専務、梅村常務、船橋次長、蜂須賀課長の各氏出席、業界事情について意見の交換を行ない同八時半散会した。

安田専務の話 今期から決算月が変更になつて十二月になつたが、六一十二月の実績は好調であつた。特に十月度は待望の一億円のラインを突破した。しかし、業績は年間を通じて見ないと分らないもので、新年度はこの業績を一つの足がかりとしてさらに躍進を期しなく考えている。

日本香料同業会の新年賀会は一月七日 午前十一時半から、資生堂会館宴会場で開くこととなつた。

サカエ薬品駒川店開店、激しい競合い展開へ

スーパーマーケット「サカエ薬品」の駒川店が去る十日開店した。同所は近鉄南大阪線針中野駅前の駒川商店街のあるところ。二階建店舗約六百坪あるが、店内は四階まで使用できるとなっており、一階化粧品・薬品、食料、食肉、野菜、二階衣料・呉服、三階金物・家庭用品(予定)、四階は事務所となっている。化粧品売場は以前から「駅前薬局」があり、薬品・化粧品・石鹼を販売していたが、サカエ薬品が駒川店を開設するため、同薬局を買収して約六十坪の売場とし、裏側の本館と連絡してカギ型の本舗とした。

商品構成は食料品・衣料品にかなりのウエイトをおいたものであるが、年末を控えた開店状況は食料品・石鹼など進物品に特に力を入れ、特別コーナーを設けている。開店大売出しとして期間中、お客三十人にレシート(レジスター十五台使用)による番号抽せんを行なつて、当せん者には全額返金する方法のサービスを行なつている。この商店街には昨年十二月に衣料系スーパー「大幸」(約三百五十坪)が開店し、最近では売場の拡張を行ない、ここでは化粧品を対面販売しているが、いかに消費地「駒川商店街」とはいえ激しい競合いが予想される。

交通地獄の吉祥寺に緑屋開店―失敗の声も

駅前広場とは名のみで朝夕ラッシュ時の混雑ぶりはメチャクチャ……というのが中央線吉祥寺駅北口……ここから発着するバスは西武、関東両社の十六系統のもので午前七時から午後の十時半まで約九百台。同駅は新宿―立川間では乗降客のもつとも多い駅のひとつで同駅を起点とする井の頭線も入れて一日ざつと二十二万人、このうち北口から降り降るものは六割。(十三日読売夕刊より)

十二月一日には公園通りに株式会社緑屋が七十坪でスーパーマーケット部を開店したが、前記のように立地条件には最も恵まれない。バスの停留所からも離れており、客は『公園通りは車道だからおつかなくて買物出来ませんよ、近所のものででもない』と言つており、一部では失敗だとの声もある。同店にスポットを当ててみると――

商品構成 総合食料品六十三坪、薬品四坪、化粧品三坪。

店員数 二十三名。荒利一三%、月末仕入の十五日払い。

化粧品 モナ、ピカソ、ピアスをケース販売、仕入 青木。割引率二割―五割。

営業主任和歌山誠之助氏の話 場所としては最悪だからPRもしていない。ほんのわずかの距離(十メートル)、名店会館よりであれば申し分ないが……。七十坪程度の店では回転の早い食品一本にすればよかつた。仕入についても商標品については、現金仕入が必要(現在本店一括仕入)うちの仕入値段が他店の販売価格だからね。現金仕入のインスタンコーヒーはよく出る。うちの場合食品が専門でないので仕入の面ではやりにくい。今さら化粧品・薬品をやめるわけにはいかない。これからは出ない仕入がデッド・ストックになつたり、売りたい商品が入つて来ないなどのないように仕入を充実していく。PRして固定客をつかむのが先決だ。とにかく出血作戦に出るつもりである。

スーパーマーケットのハイパーゾーン

洋品を中心に店のカラーを—平塚梅屋の場合

株式会社梅屋 平塚市平塚新宿一四五七番地。店長 浜田喜已雄氏。小田原、厚木、沼津波多野の四支店を持つ。

売場面積 建坪八十四坪六階。各階七十三坪。四、五階はダイヤモンドコーナー、ファミリーコーナーでSS方式売り場、他は対面とセルフセレクトション。ただし六階は展望台。

商品構成 一階紳士、メリヤス、肌着、和装、小間物、化粧品(制度品)二階婦人、子供、学生、ベビー用品、風呂敷、三階ランジェリー、生地、服地、イージーオーダー、袋物、寝具。(食堂)四階ダイヤモンドコーナー(インスタント食品、一般化粧品、洗剤、雑貨のSSフロア)人形、スポーツ用品、靴、美容室。五階ファミリーコーナー(肌着を中心とする一般衣料品のSSフロア)となつている。

購買範囲 平塚は人口は少ないが、消費人口には恵まれてゐる。(前々号参照)バス利用者も多く、藤沢、厚木、波多野などバス路線の発達は著しい。以前は小田原、横浜間の客が相当あつたが、最近では近辺の都市に多少くわれてゐる。近頃になつて日産、パイロット、横浜ゴムなどの工場進出でこれらの客もかなりある。特に土、日曜日は混雑する。客もエブロン族に合わせて勤め人も多い関係からラッシュ時は混雑しており、同店としては通路の狭いことなどから客を十分のみ切れない状態である。エレベーター、エスカレーターがないのも弱み、新店舗二百四十坪開設もこの辺からふみ切つたと同店では言つてゐる。

店員数 百四十三名。営業時間は午前十時—午後十九時。

客数 六千人—七千人。客単価 三百円。

月商 平均八千万円。化粧品(制度品)二百五十万円。(花椿会千八百人)

回転数 平均一回転。荒利 十八%。

制度品 資生堂、マックス、テルミー、ベルマン。

一般品 ピアス、明色、クラブ、ウテナ、ジュジュ、モナ、ルーブル。

化粧品仕入 平沢、小沢商店。

割引率 制度品定価。一般品ルーブル三割、他は二割引。洗剤割引例ニユートップ五〇〇円—三八〇円、ハイトップ五〇〇円—四二五円、アルコブルー五〇〇円—三八〇円、ミョシデラックス五〇〇円—三五〇円。

第三部花岡竹男氏の話 立地条件としては駅から一番近いということでは場所的にはよい。とにかく今の所では狭いので品物も思うようにならず、仕入の点では品物がすぐ入らなかつたりするので、自然倉庫にストックする在庫品が多くなるなどの難点がある。最初三階あたりはレイアウトに苦心した。例えば五月人形などの季節ものの売り場に困ることから四階以上を次々に増設、中間季にはスポーツ用品でうめるなどしていつたため、今になつて苦勞する。店舗設計は最初からガツチリやるべきだ。うちとしては小間物出身であるだけに洋品を中心に店のカラーをうち出している。これからはSSDD方式で大型化して行く考えである。

スリッパ、マニキュア、化粧品のページ

日本粧業速報

日刊但し毎週土・日・祝祭日休刊 昭和34年10月27日第三種郵便物認可 定価 1ヵ月 1,000円 6ヵ月 5,200円 (送料共)

発行所

日本粧業会出版部

東京 中央区日本橋馬喰町3-3

電話 兜町 079146(代表) -9番

大阪 東区内本町橋詰町30番地

本町橋ビル 電話 東州1568番

編集印刷発行人 竹内孝

昭和三十七年十二月二十一日(金曜日)第七八五号

一月四日まで延ばす

年末税務の扱い一部変更―国税庁通達

国税庁は消費税の申告期限などが年末にあたるべきときの税務事務の取扱いについて検討していたが、このほど結論をえたので全国に通達を出して指示する。これによると消費税の申告、申請請求届出などの期限が、年末の特別休暇中の十二月二十九日から三十一日までにあたる場合には、翌年一月四日までに申告、申請請求届出などの手続を行なえばよい。これは法的に延期されるものではなく、便宜的にそのように取扱われるもので、更正の請求とか納期限の延長、更正決定の期間の制限などの期間の計算にあたっては、本来の申告期間の翌日から起算される。なお、この税務上の取扱いは、申告納税制度の採用されている法人税、所得税、相続税、贈与税についてはすでに三十二年からこのように取扱ってきたが、消費税は今年の四月から申告納税制度となつたので、消費税についても同じ取扱いをすることになったものである。おもな取扱ひ点は次のとおりである。

一、一月四日に納税されなかつた場合には、本来の納期限の翌日から延滞金が計算される。

一、この取扱いは、申告や申請と同時に納税が必要な場合には、その納期も一月四日まででよいものとして取扱うが、納税だけの場合は適用されない。

例えば七月三十一日が決算となつている法人の申告期限は九月末日であるが、この法人が延納の許可を受けている場合の最終納付期日は十二月三十一日までであり、一月四日までとはならない。

また物品税第二種および第三種物品の申告期限は翌月末日までであるが、納税は翌々月末日までになつている。例えば、十月分の物品税は申告期限が十一月三十日で納税は十二月三十一日で、一月四日までの納税の延期は認められない。また十一月分の本来の申告期限は十二月三十一日までであるが、申告期限を一月四日まで延期することを認め、納税は一月三十一日までとなつている。

一、このように延期などの取扱いを受けられる税務は①十月末日決算法人の確定申告と納税②年一回四月末日決算法人の中間申告と納税③六月二十九、三十日に相続があつた場合のその相続税の申告と納税④十一月分の入場税、酒税、物品税(第一種物品だけ)砂糖消費税の申告と納税⑤十一月分の第二、第三種物品の申告などである。

一、郵送の場合は一月四日までに到達するもの。

35年度農家一戸当たり化粧品消費額は一、一五二円

昭和三十五年度分の農林省農家経済統計がこのほど発表された。それによると、農家一戸当たり平均年間化粧品消費額は千五百一十一円で、保健衛生費六千五百八十六円の約一七・五％に当たる。その内訳はつぎの通り。

クリーム	四三六円(二・五一九個)	前年比	四四円(一一・二二%)	増
化粧水乳液	二四六円(一・〇八三本)	前年比	五七円(三〇・一六%)	増
白粉類	九八円(〇・四二八個)	前年比	三三円(五・〇八%)	増
ポマード	一二九円(〇・八九三個)	前年比	二円(一・五八%)	増
水油	一〇五円(〇・一五六ℓ)	前年比	五円(五・〇〇%)	増
その他	一三七円(〇・六八九個)	前年比	四八円(五三・九三%)	増

保健衛生費六千五百八十六円を主な項目別に分類すると、

理髪代 一、六三五円、パーマ代 一、〇六七円、石けん(化粧、洗たく、固型、粉共) 一、二六七円、化粧品 一、一五一円、歯みがき 二一七円、その他 一、二四九円となつている。

地域別消費状況 全国を十一農区別にわけてみると、瀬戸内地区が千六百五十三円でトツプ、近畿千五百二円、東海、北海道とつづき東北地区八百二十九円が最下位である。

①瀬戸内一、六五三元②近畿一、五〇二元③東海一、四〇三元④北海道一、三五四円⑤北九州一、一三六円⑥南海一、〇三一円⑦北陸九五一元⑧北関東九四三元⑨山陰九三一元⑩南関東九二七円⑪東北八二九円。

農区区分 全国の農村を気候条件、植物、動物、季節の特徴、地勢等の諸条件についてその地理的特異性を検出し、立地要因からみた自然的条件、社会的、経済的諸条件を総合して、つぎの十一農区に区分されている。

北海道農区Ⅱ北海道(北見、帯広、札幌、函館地区)。東北Ⅱ青森、岩手、宮城、秋田山形、新潟東北部。北陸Ⅱ富山、石川、福井、新潟西南部、滋賀湖北。山陰Ⅱ鳥取、島根、京都北部、兵庫北部。北関東Ⅱ福島、群馬、山梨、長野。南関東Ⅱ茨城、栃木、埼玉、千葉、東京、神奈川。東海Ⅱ静岡、愛知、三重、岐阜。近畿Ⅱ奈良、和歌山、大阪滋賀湖南、京都南部、兵庫南部。瀬戸内Ⅱ岡山、広島、山口、徳島、香川、愛媛。北九州Ⅱ福岡、佐賀、長崎、熊本、大分。南海Ⅱ高知、宮崎、鹿児島。

所得階層別 所得階層別にみた化粧品の消費金額(全国)はつぎの通り。

▽二十万円未満Ⅱクリーム一九九円、化粧水乳液六七円、白粉二七円、ポマード五〇円、水油六〇円、その他二九円、計四三二円。

▽二〇三〇万円Ⅱクリーム二八五円、化粧水乳液一二三元、白粉四五円、ポマード七六円
水油七四円、その他六五円、合計六六八円。

▽三〇四〇万円Ⅱクリーム三六八円、化粧水乳液一九二元、白粉七七円、ポマード一〇四
円、水油九八円、その他九七円、合計九三六円。

▽四〇五〇万円Ⅱクリーム四八九円、化粧水乳液二六四円、白粉一二三元、ポマード一三
七円、水油一〇五円、その他一五〇円、合計一、二六八円。

▽五〇六〇万円Ⅱクリーム五〇一元、化粧水乳液三〇三元、白粉一一一元、ポマード一五
八円、水油一二七円、その他一七六円、合計一、三七六円。

▽六〇七〇万円Ⅱクリーム五七六円、化粧水乳液三九二元、白粉一三九円、ポマード一八
二元、水油一三六円、その他二二六円、合計一、六五一円。

▽七〇万円以上Ⅱクリーム七三二元、化粧水乳液四九二元、白粉一九二元、ポマード二四
一元、水油一六〇円、その他二八四円、合計二、一〇一元。

▽平均Ⅱクリーム四三六円、化粧水乳液二四六円、白粉九八円、ポマード一二九円、水油
一〇五円、その他一三七円、合計一、一五一円。

ライオン新TV「マネましよう当てまショウ」

ライオン歯磨、油脂提供、NTV系テレビ番組ホームコメデイ「亭主・宿六・夫族」は好
評のうちに今月にて終了、新春からは新企画「マネましよう当てまショウ」が一月二日か
らスタートする。

この番組は視聴者参加で、のど自慢と物まねを一人にやつてもらい、出場者の中から挑
戦者を選ぶ。そして前週までのチャンピオンと決戦して新しいチャンピオンを争うという
もの。それまでは従来とほとんど変わらないが、別に勝敗を予想するグループ八名を毎回
一般から募集しておいて、審査員と同じように舞台にってもらい、誰が挑戦者になるか、
どちらがチャンピオンになるかの二つの予想をもらう。

予想者の賞金は挑戦者を当てる方が二万円、決戦は三万円、当せん者が二人以上の場合
は等分する。審査員は牧野周一、元のコロンビアローズ、玉川一郎にゲストとして毎回喜
劇人から一名が参加する。なお、チャンピオンの賞金は一万円、挑戦者は五千円。

東京化粧品工業会報(第五十五号) 東京商工会議所調査部が、都内二十三区二千世帯の
戸別面接調査でまとめた「外国品の使用状況と評価」がトップに掲載されているが、それ
によると商品別使用割合は、コーヒー三七%、腕時計一五%、チョコレート一三%、洋
酒一二%、万年筆一一%、コーラ類一〇%、香水九%、口紅九%、織物生地八%等となつ
ている。このほか農家における化粧品消費状況、生産、輸出入統計など。

資生堂から「化粧品用魚鱗箔の精製法」を出願

資生堂出願による「化粧品用魚鱗箔の精製法」は、粗製黒鱗箔をガソリン、水等によりかくはん洗滌して大部分の不純分を除去したのち、なお機械的に付着残存したタン白質及び動物油を、さく酸ブチルでかくはん洗滌して動物油を除去し、弱酸性アルコールでタン白質を除去、黒鱗箔を湿潤状態において化粧品原料に加えることを特徴とする化粧品用魚鱗箔の精製法に係り、その目的とするところは、魚鱗箔本来の美麗なる光沢を失わずに、化粧品原料にして分散させることである。

お客本位のサービスを考えよ—小宮山氏所感

前東京小間物化粧品小売協同組合理事長、現同組合顧問の小宮山泰三氏は、去る十二月一日完成された阿佐谷南口アーケード「パールセンター」建設の立役者として再びクローズアップされたが、最近、制度品乱売騒動から、大きくゆれ動いている化粧品業界に目を戻し、次のような所感をのべた。

制度品について

制度品乱売問題から制度品メーカーの一部には、チェーン契約をより強化しようとの動きもあるが、いくら契約が厳しくなつたとしても、メーカー、小売店双方に、その義務を履行する意思がなくてはならない。メーカーは乱売をどこまでも是正するというのが義務であり、小売店は転乱売を絶対しないというのが義務であることはいうまでもない。メーカーのスーパー納入については、値引き販売をするのがスーパーの主旨なのだからまちがつているといえよう。しかしどうしても入れざるを得ない時には、メーカーが積極策をとらないことである。販売員を出張させたり、コーターを無理に押し込んだりせず、コーナーを別に設けてウインドの中だけの商品を自然に売らせるべきである。契約やコーターでどんどん押し込めば、乱売されるのは当然である。小売店の場合も、もつと目覚めなければいけない。ストックが多くなつて困つたらコーターを調節すべきである。できるなら一年にひと月なり半月なりの息抜き期間を設け、その期間はメーカーもコーターを無理押しせずに、小売店を守つてやるように願いたい。

一般品について

小売店が現在、大なり小なりストックに悩まされているのは事実である。それならば、自由注文で買える一般品の活用をもつと考えてもいいのではないか。一般品の良いところは、負担を感じず自由注文できる点なのだから、一般品メーカーもこの点を尊重すべきだ。サービス荷物を組むより、自由注文にし、一年の集計によつてレポート、景品を考えるようにすればと思う。一般品、制度品に限らず、押し込み政策が乱売の一因となつているのだから。サービスチケットのブルーチケットは、早くレッドチケットにすすめる努力が必要だ。小売店では、自分のところのサービスより、客本位のサービスをしてくれるように望んでいる店が多いと思う。

日本粧業速報

日刊但し毎週土・日・祝祭日休刊 昭和34年10月27日第三種郵便物認可 定価 1ヵ月 1,000円 6ヵ月 5,200円 (送料共)

発行所

日本粧業会出版部

東京 中央区日本橋馬喰町3-3

電話 兜町 09146(代表) -9番

大阪 東区内本町橋詰町30番地

本町橋ビル 電話 東01568番

編集印刷発行人 竹内孝

昭和三十七年十二月二十四日(月曜日)第七八六号

続々と日韓技術提携

ピアレス(本社京城)―ピアス進出

ピアス本舗専務坂本徳次氏は「韓国ピアレス」との提携の重務をおびて、十二月五日京城に飛び京城、大邱、釜山、光州を視察して十八日羽田着、帰朝した。以下はその韓国業界の現状を伝える視察談。

韓国のピアレスは社名を株式会社ピアレス(韓国音ピオレス)とい、本社を京城に、工場を釜山に設け、別にピアレス販売株式会社を設けて販売に当たることとしています。ピアス本舗はこれと技術提携する契約を結んだわけです。工場を釜山に設けたのは、京城は目下電力事情が悪く、工場を設置しても送電されるまでに半年近くもかかる現状なので、電力事情のよい釜山に工場を設けました。

すでにピアスから技術者一名が渡韓して機械設備も終わり、近く一名が参加して、二名の技術者で十二月二十五日から稼働の予定です。第一次製品として十一品、第二次に五、六品発売の予定で、製品は韓国における容器、紙器最高のものを用い、日本のピアスと全く同等のものを作ります。価格は韓国円で八十五円から二百円ですから日本円に換算すると二百五十円から五、六百元ということになります。

軍政下の韓国では化粧品輸入は認められませんが、デパート、市場等に化粧品陳列が見られる位で、ちょうど昭和二十二、三年頃の日本の化粧品界を思わす状態です。しかし、京城三〇〇万、釜山一三〇万、大邱六七万の人口を持ち、立派なビルも数多く立ち並び戦前とは面目を一新して活気に溢れています。化粧品の消費は高級の女性には米国のPXから出ている米国品が主として用いられています。一般には太平洋化学工業のABC化粧品が優勢で、新聞広告による愛用者優待法などによつて活躍しています。ここではコティと技術提携して粉白粉だけを作っています。また、昨年来、資生堂との技術提携の話も交渉中とのことでした。その他のメーカーでは韓国化学工業株式会社がジュジュ本舗と提携してJ.U化粧品、丹頂本舗と提携して丹鶴ポマードを発売し、両社からそれぞれ小笠

松本氏が海韓して指導に当たっています。私は日本における流通面での混乱をここではくり返さないように販売システムの設定を指導し、販社のもとに各地域に小数の代理店を設けて価格維持を行なわせることにしました。京城、釜山、大邱、光州の四大都市にまず基盤をつくり、じつくりと愛用者を開拓してゆく方針が進み、一、二年後にはその成果が現われると思えます。釜山の目貫通り弁天通りにピアレス美容相談所を開設することもきまりました。近く国交の回復とともに、韓国は化粧品市場として有力なものになると信じます。

来年は「フルーツ・カラー」で

資生堂、東レ共同で「おしやれづくり」

資生堂、東洋レーヨンの両社は、今春シャーベットトーンをテーマにコンビナート宣伝を打ち出し、不二家など数社も参加したが、来春は両者だけでファッション・レイアウト・キャンペイン（おしやれづくり）と銘打って、コンビナート宣伝を行なうと十九日発表。これは同宣伝方式が、今年両社にとって予想以上の反響と成果をおさめたため、引きつづき行なうものだが、来春は、世界の流行色を主調にアレンジした「くだもののいろ」（東レ）、「フルーツ・カラー」（資生堂）をテーマ・カラーとし、シャーベットトーンの甘い寒色調の色彩に、明るく暖色系を加えたのが特徴。詳細は二十四日記者会見で発表。

通産省輸出会議専門委員に化粧品業界から四氏

輸出の振興に力を入れている政府では、これまで通産省に設けられていた油脂製品部会等を拡大、新たに輸出会議を設けることになったが、輸出会議専門委員として化粧品関係者は、

伊藤隆男、田代竹司、沢田亀之助、馬場武次

の四氏が十一月一日付で池田首相から任命された。なお、この専門委員として香料界から平泉平吉氏、油脂業界から福島正雄、本郷慰与男、三輪善雄の各氏が任命された。

会長鈴木氏、社長宮川氏―和光堂の新役員

和光堂は先月末の取締役会で会長に鈴木万平氏を、社長に宮川伊与雄氏を選出したほか、つぎのとおり新役員を選出した。

▽取締役会長 鈴木万平（新任）▽取締役社長 宮川伊与雄（新任）▽専務取締役 右近秀蔵（新任）、弘田良雄（新任）▽常務取締役 植垣光雄▽取締役 河口静雄、三宅孝三郎、奥田久寿（生産部長）、寺原秀正、大野達雄（営業部長）▽常務監査役 角桂五▽監査役 簾藤万治（新任）

ライオン歯磨小林社長静養・経過は良好

ライオン歯磨社長小林富次郎氏は十一月下旬、かねて予定していた聖ロカ病院の人間ドックに入り精密健診の結果、動脈硬化症の兆候が発見されたのでそのまま同病院に入院、引きつづき加療中であつたが、経過良好で先頃退院し目下静養につとめている。

資生堂 チェインストア誌十二月号。商品知識、新しい「経営」についての指針などを巧みな編集でもりこんで、読物とともに充実させている。四十二ページ。

「合成洗剤を食べる菌」東大飯塚博士が発見

「合成洗剤を好んで食べる菌」が東大応用微生物研究所飯塚広助教授のもとでみつきり、科学技術庁は二十日の庁議でこの菌を下水処理能力の向上に利用するため、三十七年度特別研究促進調整費三百四十万二千円を支出して、その研究を後援する(読売)という。

合成洗剤は汚水とともに下水に流れ込んで下水処理場の浄化能力をストツプさせるため欧米はじめ各国で問題となつてきているが、この種の菌がみつきり下水処理法に解決のメドがついたのはこんどがはじめて。世界的な研究として実用化の確立が注目されている。

合成洗剤の普及で世界主要都市の下水は洗たくや炊事のごれた水にこれがまじり、従来の活性汚泥法による下水処理では、よごれた有機物を除去できなくなつてきている。東京でも三河島下水処理場では、汚水処理効率を上げるため水車で汚水をかき回しても、アワばかり出てよごれはアワの内側にくつつき、空気と隔離されてさつぱりきれいにならない。また多摩川の水までアワがたちだし、ことしの夏には丸子多摩川でA S S濃度(合成洗剤のほとんどを占めるアルキルベンゼン、スルホン酸塩の濃さ)が百万分の九にのぼり、都水道局では水道の浄水に多量の活性炭を使うなど苦勞が多くなつた。

飯塚博士は七年前から日本各地の油田、天然ガス田に住む微生物の研究をつづけ、六百株にのぼる「石油を食う菌」をみつけているが、このほどその仲間からA B Sだけを食べて生きている菌をみつけたもの。この菌は外国文献にもなく、まだ名前もない。下水処理上の社会問題が解決できるものと、厚生省、通産省とも大きな期待をよせている。

サンスターTV、新春から「愛のうず潮」

サンスター歯磨では、新春五日から新しいTV番組「愛のうず潮」の放送を開始する。出演者は稲垣美穂子、早川恭二、山東昭子、若原雅夫など。放送曜日と局は次の通り。

関西TV、フジTV、東海TV、九州朝日、仙台TV、広島TV(土) 昼一時半から二時。新潟TV、静岡TV、山陽放送(月) 昼十二時十五分から四十分。

柳屋・外池栄一氏「続・欧米かけ巡り」出版

柳屋セールズ社長外池栄一氏は、昨年五月中旬から四カ月余にわたり欧米各地を旅行、帰国後その見聞、研究をまとめた「欧米かけ巡り」を出版したが、このほど「続・欧米かけ巡り」を出版した。前編では主としてフランスのことが記されたが、本書ではその他の各国についてまとめられている。B6版八十ページ。

カトレア(一月号) 岩下志麻が着物姿で初登場。まずトップの「魔女ぶらつくだぶの七日」は企画構成が優れて迫力がある。「はつはる きものふたり」特集は司葉子、岩下志麻の二人を登場させているが、見開きのカラーは写真が美しい。カトレアは今月号からオール横組み、従つて製本も左とじとなつて変わった味を出している。常に新鮮なアイデアで編集されている点、コーセーの宣伝部員は若さと情熱に燃えている感じ。

大阪・デパートの歳末商戦追いこみ(上)

【大阪発】今年の歳末商戦追い込みをデパート筋から探つてみた。例年になく今年はスタートが遅れたとは各店とも共通した見方、十二月の十六日(日)から前半の不調を取り返している。在阪八店の平均伸び率は去る十一日現在で前年同期比一四・六%と十一月より下回っていたが、十六日の日曜ではどつと一般客がつかけて都心、ターミナル店を問わず一日の売上げ約三億円という好調ぶり。この調子でいけば昨年実績に比べて一割五分増しといわれながら、二割増しは各店とも期待しており、クリスマス二十五日までが勝負だろうと見込んでいる。以下贈答石鹼を中心に各店の売場をのぞいてみよう。

▽三越―売場体制は中元期からそのままを引継いでいるが、十六日から集中的に売上げが伸びている。特に中小企業関係からの注文が多く、ある業種と一定の地区が集中しているという。石鹼の単価は五百円に固定したといい資生堂、パーマンが高級石鹼では強い。セツトものは花王ギフトの七百円、千円が他を圧し、洗剤はブルワン千円が固い。一方二百―三百円級も量的にはかなり動いている。デパート全体が石鹼売場の感をうけるといえば大げさだが、包装にアルバイトを二十名使つても追いつかず、呉服、衣料品売場にも石鹼が積まれてある。これは各売場から関連してその商品と石鹼とが注文されるため。係員は連日深夜作業で包装している。こういった傾向について田中雑貨部長は「石鹼は景気に左右されないこと、PRが浸透していること、食料品のように短期で消化されず、実用性を備えているから」と答えている。

第二回髪ダイ・2―1髪ダイ教室開催(山梨)

みやぶ染・白ダイ本舗では、専属美容師による第二回の髪ダイ・2―1髪ダイ教室をこのほど山梨県下五会場で開催した。(十二月三日―都留市・中村薬局、十二月四日―塩山市・救済堂薬店、十二月五日―甲府市・赤岡綜合薬局、十二月六日―甲府市・ハタノ薬局、十二月七日―甲府市・桐山薬局)

最近ますます髪ダイの指名客が増大しているため、直接実演染毛をして広くご愛用者に使
用方法の説明とサービスをかね、各薬局において特設の美容室を設けて開催した。今回も
第一回の静岡県地区より以上に好評を博し、連日各教室とも盛況であった。染毛希望の方
は無料で好みの色を選び、また見学にみえたお客様全員にはおみやげを差しあげたことも
あり来会の方々は皆大変に喜ばれていた。髪ダイ教室で染毛された方の感想では「従来使
用していたものより使用法が非常に簡単で、手や着物を汚さず、染めつきが早く、また染
毛が美しくしあがるためよい」と髪ダイの特長が十分に認識され、今後の拡売に本舗でも
一層自信を深めている。

来年は乱売対策に妙手を—金鳥香川島常務

【大阪発】金鳥香本舗大日本除虫菊の川島常務は去る十八日、本年の市況について次のように語った。

①蚊取は今季は天候の不順（長雨など）で出足はやや鈍かったが、その後急速な伸びをみせ、各本舗とも大量に出荷したわけだが結局、時期が終わつてみると残品、返品があつたのが全般的な状況である。しかしわが社の場合は例外で、大量の出荷を完全に消化し、伸び率も昨年比三五—六%増という好成绩を収め得た。②売行きはきわめて良かったが、今年も市場の混乱に困つた。たとえば石鹼などは年間消費される商品であるため、価格対策を講じても効果があるが、蚊取のような時季商品は、乱売発生—ロット番号によるルート調査—出荷停止と手を打つて、ヤイヤイいつているうちに時期が過ぎてしまう。こういう点が難しい。来年は一つ変わった行き方をとつてみたい。③殺虫液のほうは、今年は全般的に伸びなやみだつたが、これもわが社製品の場合は例外で、キンチョールは大きな伸長をみせ、エアゾールは前年比三倍半と飛躍的な成績を収めたことを喜んでいる。来年もちだんの伸びを期している次第である。

鳥飼商店移転 日本橋馬喰町の地が手狭と駐車交通等の不便により左記に移転した。

東京都台東区浅草北松山町六九▽電話（八四一）六八四三、六八五四番

カネヨ営業部 カネヨ石鹼株式会社では、今春から着工の工場拡張工事のうち、鉄骨三階建の社屋が完成、取りあえず本社営業部をその三階に移転した。

日星商会横山社長移転 キスミー関西総代理店、競馬関西発売元(株)日星商会社長横山正一氏は、このほど左記へ住所を新築移転した。

枚方市大字小倉九一番地の四七（枚野こがね野住宅地第一二四号地）

花椿一月号 資生堂PR誌「花椿」の一月号巻頭には「年賀状というもの」と題する堀秀彦の随筆、徳川夢声、中上川あき、ダーク・ダックスの新春のコトバ。見開き原色版は「きもの ふるさと」。海のむこうの新年は楽しめる。

リングストア（十六号） コーサー本舗とリングストアを結ぶ機関紙、十二月号には小林社長の「自由化を迎えるコーサー化粧品の決意」（コーサー会全国大会講演録）が六頁にわたつて掲載されている。春山行夫氏の「化粧の文化史」は毎月充実にしており、「年賀状の作り方」は懇切丁寧である。

伊勢豊吉氏（日産ブラシ株式会社専務）【大阪発】かねてから東区の大手前病院で病氣療養中のところ、去る十六日午前六時二十五分逝去。行年六十一才。告別式は翌十七日午後三時から四時まで、社葬により大阪市西成区田端通一ノ一四二の自宅で砂川耕造氏が葬儀委員長となつて執り行なわれ、盛儀であつた。

消費ブームに乗り遅れるな

▽中小企業基本法案の政府案が固まったが、全体に抽象的な表現で、注目されていた大企業と中小企業の生産分野調整にもはつきりした規定がなく、焦点がボヤけた感じ。大企業の中小企業分野進出に苦しむ中小企業は、分野確定の法文化を期待していただけに、この政府案には関係団体にも不安顔が多い。分野調整規定の内容が後退したのは、大企業と同様にヤリ玉に上がった農協や、これをバックとする農林省がかなりの圧力をかけたためともいわれる▽全国中小企業団体中央会の宮川専務は「基本法の性格から内容が総括的になつたのはしかたがないが、分野調整の規定があいまいなのはガツカリだ。また大事な点には、国は必要な施策を講ずる」としているが、「必要なのはガツカリだ。特別な」とすべきではないか」と言っている。また「基本法は抽象論だが、関連法をはつきりさせればだいじょうぶというのは楽観論、関連法もできてみればやつぱり、あいまいなものになるのではないかと、早くも中小企業政策の将来を案じている。

▽来年度は多角経営の時代―つまり新分野進出の好機だといわれている。これは本紙新年号企画「今年の化粧品業界をズバリ当てましょう」で、予言者藤田小女姫さんとコーセー社長小林孝三郎氏対談の際に語つたもので、藤田さんは、今年是他業種に手を出すと必ず成功するという。「つまり、化粧品会社がホテル、ボーリングなどほかの事業をやつていい年です」という▽最近、日本楽器、倉敷レイヨン、理研光学などの生産会社が、ホテル経営に乗り出す動きが目立っている。日経によると、レジャー産業は国民消費水準の順調な伸びにささえられ、不況下でも静かなブームをたどっているが、これら各社は、ホテル経営によりレジャー産業分野進出への足がかりをつかみ、将来の安定収入部門を作ろうというねらいを持つていとみられており、多角経営による体質改善を考える生産会社がレジャー分野に進出する事例がかなりふえるのではないかと関係筋ではみている。

▽現在日本ホテル協会に加盟しているホテルは全国で百十四、客室数は一万一千六百二十八室。最近のホテル企業は中小企業から、大きな市場を背後にもつた「近代企業」に変わつてきた。現在進行中のをみても、日本楽器はさきに山一証券、名古屋鉄道と共同で中日本観光を設立、伊勢志摩に「鳥羽国際観光ホテル(客室百)」を資金十二億円で建設中。倉敷レイヨンは倉敷紡績と共同で倉敷観光ホテル(客室四十一)を資金二億円で着工。理研光学は北海道庁、札幌市商工会議所の強い要望で、大成建設、日本麦酒、日立、三井、三菱、弘済食品、帝人、東レ、東芝、三和、住友、東海、富士、三菱各銀行など民間三十三社の共同出資で、札幌に資金四十億円を投じた「三愛ホテル」(客室二百三十)、地下三階、地上十一階を建設する。▽このようなホテル経営は大企業でないといえないが、大日本印刷が塩原温泉に「塩原開発資(本金二千五百万円)」を設立、北海道炭鉱が「北海道不動産」を、このほか不況の色が濃い炭鉱会社や製紙会社、繊維会社の中でも進出を本格的に検討し始めているところがかなりある。化粧品業界の中でも、一部こうした方面への進出がみられるが、レジャー産業への進出とこれを利用しての自社化粧品宣伝など、考えられてもいよいよだ。(S)

日本粧業速報

日刊但し毎週土・日・祝祭日休刊 昭和34年10月27日第三種郵便物認可

定価 1ヵ月 1,000円 6ヵ月 5,200円 (送料共)

発行所

日本粧業会出版部

東京 中央区日本橋馬喰町3-3

電話 兜町 079146(代表) -9番

大阪 東区内本町橋詰町30番地

本町橋ビル 電話 東畑1568番

編集印刷発行人 竹内孝

昭和三十七年十二月二十五日(火曜日)第七八七号

三セント石鹼は阻止

油脂工業会、不当輸入品に対策考慮

日本油脂工業会第一四七回理事会についての記者発表は、二十二日午前十時から油脂工業会館で行ない、席上、佐藤常務理事は貿易自由化後、問題視されている外国輸入石鹼の現状について左の通り述べた。

問題の三セント石鹼は、豪州からの輸入ものであることがわかり、豪州の石鹼メーカーの一覧表を作成した。三セントという価格は彼地での牛脂、ヤシ油の値段などから考えられず、不当な価格と断定することができるので、関税低率法の四条で「正当に評価させる」よう要望する。それにあわせて緊急関税発動の条件も固めていきたいと考えている。また、三セントで入った石鹼は現在四十円で売られているが、流通部門でのマージンが異常に大きく、これが景品などに回されることも考えられるので、不当景品類および不当表示防止法の活用も望んでいる。この不当輸入が通れば合成洗剤、化粧品、歯磨などにも影響されると思われるので、完全に阻止したい。

油脂工業会理事会 日本油脂工業会では第一四七回理事会を

二十一日午後四時から改築なつた油脂工業会館で開き、月例統計報告、浴用石鹼自由化後の対策その他を協議した。

資生堂のおしゃれづくり宣伝きまる

資生堂では二十四日午前十一時、業界各紙を資生堂会館に招き、本舗側高山チエーン部長、三宮、岩崎両課長が出席して既報の東レとのコンビナート宣伝についての発表を行なつた。資生堂と東レのコンビナート宣伝は、両社の横の連繫に加うるに全国有名デパート、全国資生堂チエインの縦の協力による強力なT字型キャンペーンとなる。既に有力デパート三十数店が「くだものいる・フルーツカラー」をテーマに打ち出すことを表明しており、第一回の宣伝としては日刊紙一ページ広告(一月三日読売、五日朝日)の出稿が予定されており、同時に伊勢丹、高島屋、西武三デパートがこのキャンペーンを行なう予定。

東京卸心と会で長尾氏の祝賀会

東京卸心と会(能沢松雄会長)の十二月例会は二十三日午後四時から鷺谷駅前・藤田で大丸屋長尾商店社長の満七十才の祝賀会を兼ねて開催。熊沢会長のあいさつがあつて長尾社長に記念品を贈り、同社長から思い出話があり歓談の後、同八時散会。

大阪・デパートの歳末商戦追いこみ(下)

【大阪発】前号に引続いてデパートの歳末商戦追い込みを各店の売場から探つてみる。

▽阪神―昨年の中元期と同じく、売場を壁面に沿つて立体的に商品を展示、選別には便利となつたが、前面の陳列ケースが効果を上げていないのが難。資生堂、花王がよく売れており二、三百円級ではパバヤがよく今年売られている。洗剤はザブをトップにライオンハイトップが例年になく出足がよい。

▽近鉄アベノ―同店の隣接地に集荷、包装場ができたので今期はフルに能率が發揮できそう。売場から、ここまでコンベヤ全長二百米で連結されている。売上げは今のところ、昨年比二割増しを少し下回っているが、昨年は四割強の伸びをみた。外商関係の大口が今年には昨年の約三分の一に減少したため、特に鉄鋼会社の予算が減つたので影響を受けているという。特色は単価が落ち三百円級がかなり売れており、例年衣料関係の進物が今年には金額の低い石鹼へきていとみている。シーズン前半は牛乳(五百円)がよく売れたが、今は資生堂(五百円級)が量的に動いている。洗剤はザブ(千円缶)が他を圧し、セットものは花王ギフト(千円―七百円)を中心に例年になく売れている。高級石鹼バーマン(千五百円)が資生堂ホネケキより人気があるようだ。

▽高島屋―売場が移動して一階グランドフロアの奥になつた。ここも出足が集中的になり十六―二十三日(日)がピークとなつている。中小企業関係の受注が減少したので今年には昨年比二割増しはむつかしいという。昨年は二割強の伸び。

▽大丸―千円級の花王、資生堂、牛乳が三つともえて動いている。セットものは花王、資生堂七百―千円級が強い。特色はパバヤ、ペリカン、サンエスなど(三百―五百円級)の品が昨年比二倍の伸び。昨年は歳暮売出しで二十一割の伸びをみた上、今年の中元期は三十六割の伸び、現在は二七・六割の伸びと石鹼では日本一の売上げと自負している。十六日の日曜は現金売り二百万を加えて五百七十万の売上げ、十九日(水)は石鹼のみで千万を越える売上げをみた(外商の大口を加える)。今年はこの期を売上げ一億の線にもつていくのがわれわれの願いと話していた。セットもの中心でよく売れているが、洗剤は昨年比一割の伸び、ブルワン、資生堂、ニッサン、ゲンブ(缶入千円)がよい。

カシー化粧品、女性雑誌に広告を開始

【大阪発】カシー化粧品本舗ではマスコミ広告をこのほど開始、週刊誌「女性自身」を媒体として同誌十二月二十四日号から一頁グラビヤ広告を始めた。今後は毎月一回第四週号に掲載予定。なお同様の一頁グラビヤ広告を、月刊婦人雑誌「美しい女性」二月号にも掲載している。

商標公報抜すい 日本化粧品工業連合会では、特許庁商標公報第九十九号(公告十一月二十二日)の抜すいを会員に配布した。

全卸連会報(一〇一号) 関東ブロック会代議員の経過報告、第一回企画委員会における「一般品復活運動企画案」等が特集されている。

石鹼業界の62年度十大ニュース

東京石鹼クラブ十二月例会で決める

東京石鹼クラブの第一一六回十二月例会で、恒例の本年度十大ニュースが投票で次の通り決まった。①合成洗剤毒性問題の論争。②衣笠静夫氏死去。③川野立志堂倒産。④化粧石鹼自由化する。⑤ミツワ、牛乳、資生堂が化粧石鹼に再販契約を実施。⑥東京卸組合で洗剤の価格安定に乗り出す。⑦株式会社日本大量仕入機構発足。⑧スーパーマーケット全国各地に続々進出。⑨旭電化東海林社長、日東化学再建のため同社社長に就任。⑩大手化粧四社が化粧の生販価格を改訂。

歳暮景気の現況、東京石鹼クで検討

東京石鹼クラブの第一一六回十二月例会は二十二日午後四時から丸見屋で開き、山沢商店当番幹事で、①歳暮景気の近況②三十七年度業界十大ニュース(別項の通り)を検討した。「出席者」鶴巻、矢崎、小岩井(ミツワ)。橋爪、野口(アデカ)。嶋田(花王)。多喜屋、保美商事、能登屋商店、吉野商店、宝屋商店、山沢商店。

歳暮景気についての主な発言次の通り。「メーカー側」①不況の影響を受けて当初の予測より一週間以上遅れており、例年だと十五日から二十二日ごろがヤマなのだが、今年は二十五、六日ごろまでかかる。②デパートで低価格品を切り捨て、まずまずの成績のようである。一般市場でも悪くはないが、ヤマが無くドラダラと売れている。③化粧の値ごろは二―三百円中心で、これは例年より下値になっている。④デパートが低価格品を切り捨てたので、その分は一般小売店に回るはずであり、この点について小売店の指導を行なうべきであろう。「問屋側」①第一回の詰合せ荷物は順調に消化したが、その後の荷動きが不活発なので仕入れをセーブしたところ、ここに来て急に注文が殺到し、逆に品不足を来している。②化粧は安心して売れる状態になつて来ており、量的にも期待できる。③以前のような歳末の盛り上がりという景気が出なくなつたが、今年は単価の安い物が売れている。④洗剤は五〇〇円の缶入りがよく出ており、セット物は三〇〇円がよい。⑤全般的に見て今年は歳暮というムードの乏しい年で、全く予想が立たなかつた。メーカーもクリスマスセールにPRを行ない、PR用の装飾品があつてもよい。

東京石鹼卸、蚊取問題でメーカーと懇談

東京石鹼卸組合では十九日午後三時日粧ホールにおいて、蚊取線香問題についてメーカー側と話し合い、①出荷時期②リベート③取引改善等の問題について懇談したが結論に至らず明春大阪側の案とともに検討する。

出席者 「メーカー」金鳥香佐原、月虎原、長岡林、ライオン田尻、キング村田、除虫菊工業会佐原。

「組合」多喜屋、柳佐吉商店、森友商店、保美商事、草壁商店、名山堂、栗山商事、野村商事、能登屋、柳屋商店、大茂商店、高柳商店、中央石鹼。

花王石鹼で業界紙招き恒例の懇談会催す

花王石鹼株式会社では二十日午後五時、在京業界紙を日本橋クラブに招き、本舗側丸田常務、豊田販売部長、山形宣伝部長、広瀬企画部長、河内、秋元両課長、紺野宣伝主任各氏出席して恒例の年末記者懇談会を開いた。席上、丸田常務は約三十分間にわたって洗剤業界の近況を述べ、特に石油系合洗の毒性問題、柳沢博士の行き方などについて鋭い批判を行ない、また業界の今後の在り方として貿易為替の自由化問題と関連して同業の協調を強く要望した。

花王の川崎工場稼働、ザブの缶入り等を出荷

花王石鹼株式会社の川崎工場は第一期の建設工事を終わり、十一月中に試運転を行なつて十二月から稼働した。取りあえず京浜地区向にザブ、ワンドフルの缶入りを出荷しているこの工場が偉力を發揮するのは明年最盛期から明後年にかけてであるといわれる。

花王石鹼のTV新春特別番組を連日提供

花王石鹼株式会社では新春TV番組を次の通り提供する。「一日」テレビ結婚式は正月番組として、この番組で挙式した人たちの赤ちゃんの集いを放送。「二日」ドクター・キルデアー"カウボーイの友だち"「三日」ドクター・キルデアー"老外科医"―再放送。「四日」こまどり姉妹ショウ。また十一日の金曜日からNTVで"私のクイズ"を提供。

第一工業京都本社の機構明春から一部改革

第一工業製菓株式会社では明春から京都本社の営業本部家庭品課、工業品課の二課を統合して営業課とし、課長に池野敬氏(家庭品課長)を任命する。なお工業品課のサービス面は従来の技術サービス課が主管する。

マスマス石鹼で年末年始の謝恩特売

マスマス石鹼本舗では、年末年始の謝恩大特売をつぎのとおり行なう。

▽特売内容 百五〇(二〇入) 梱、三〇〇(一〇入) 梱 Ⅱご希望の品三梱、百五〇K (一五入) 台所洗剤(ペンギン鳥ポリ容器) 一梱。

右の品四梱お買上げ毎に清酒一升贈呈▽特売期間 十二月二十五日より一月十五日まで▽特売地区 関東地方。

水戸の五晃新年会 水戸市の有力問屋合名会社五晃及びおしやれの店東京堂では、恒例の新年宴会を一月十二日午後三時から水戸市の料亭千鳥で開催する。五晃の取引先本舗の団体東会と東京堂への納入問屋本舗の団体東華会の主催で、両団体加盟のメーカー問屋が多数出席する。

納刊 本紙も本日をもって納刊とし、一月七日(月)より通常通り発行いたします。

発展のカギは南北の交流

高島屋ストア、明るい町づくりの原動力に

吉祥寺北口の朝夕の混雑ぶりは前号でもふれたようにひどいもので、北口へ降りた人々が延々とバスを待つ姿にまず目を見はるだろう。南口とは対照的だ。北口の客が南口へ足へのぼすには、南北を直接連絡する通路がないため、公園通りの踏み切を回つて水道道路へ出るより仕方がない。国鉄の複々線化を待つという状態である。地元としては南北開通するのは二、三年先ではないかとみており、「勇氣と決断ある市政を」——など、当局に不満をぶちまける声も聞かれる。南側は商店街からも完全に取りのこされた感がある。高島屋ストアではこれではというところから先月二十三日、SS方式に売り場を転換して巻き返し戦術にのり出したわけである。

主任志村明氏の話 商品内容は変わつて来ているが、今までの扱い商品と大差ない。今後国鉄が複々線化して町づくりが完成すればぐつと変わつて来るでしょう。南北の交流が出来るようになればうちは南側で明るい町づくりの原動力になりたいと考えている。商店街としても一生懸命やつているので将来は非常に明るいわけです。スパー形態になつてから客も相当キャッチしており、客も商品構成をよく見ている。はつきり割り切つて、スパーに順応して来たようである。

吉祥寺高島屋ストア、SSDSはテスト

株式会社高島屋ストア吉祥寺店 東京都武蔵野市吉祥寺南町一―二七〇〇

売場面積 三百五十坪。十一月二十三日からセルフサービス方式。店員数 四十名。

商品構成 一般衣料、紳士用品、婦人用品、ベビー用品、玩具、台所、家庭用品、雑貨
金物、綜合食料品(生鮮、鮮魚を含む)

購売範囲 小金井市の一部、吉祥寺、三鷹、高井戸、西荻窪、境(南、北)井の頭。半径十五キロメートル。チラシは右記の地区で七千五百枚。開店当初チラシに付けたサービスカード千枚について(住所明記方式)の調査結果によると、六百三十名中、吉祥寺南町一八〇、牟礼一六三、下連雀六一、吉祥寺本町四一、吉祥寺東町四二、高井戸三九新川三九、吉祥寺北町三一、境南町三〇と、それぞれ内訳が出ている。そのうち西荻窪は十四名のみで一応範囲からは外れた感がある。客は吉祥寺へ出ず、荻窪へ流れているとみており、これはバス路線の影響が多分にある。

客数 客内容としてはエプロン族、子供をおぶつた客の数は少ない。男の客も何%か占めており、若い人に好評。中ノ上。開店日(十一月二十三日)には二万八千人。平均三千―五千人。十二月二十日三千人。月商 二千五百万円。十二月は五千万円突破見込み
客単価 平均四百八十七円。荒利 全体で十八%。食品関係は少ない。ネット 二%。

回転 平均一、五回転。制度品 資生堂、マックス。一般品 殆んど、仕入大阪粧美堂
配送問題 SS方式である建前上、配達はうたつていないが、従来の高島屋ムードから

スパーマーケットのページ

自然そうするより方法はなく、清掃、管理部員などが、車を使用してその都度客の要望に答えているのが現状。

本社後藤企画宣伝部長談 SSSDDSとしてはつきりふみ切つたのは十六支店中、吉祥寺店が初めてで、時代の流れということもあろうが、直接の動機は何といつても人件費節約の前提条件からである。今までは単に目新しいものということであつたが、いわばスーパー出現の根本原因というか、流通機構の変遷に着眼したことがSSS形態にふみ切らせた。うちとしてはテストケース。人を節約することも万引きなどの問題があり、これと人件費とのかみ合わせは非常にデリケートだと思う。専任の監視を置くわけではないので、今後の状態によつて対処しなければならぬ。うちとしてはあくまで現状をおし進める考えであるが、とにかくお得意を大切に、外商には今後も力を入れて行きたい。

アンケートでは、買いよいが圧倒的

高島屋ストア吉祥寺店ではSSS店転換の際、ロータリー、アパート、ライオンズクラブを中心に二百八十名についてアンケートをとつたところ、次のような結果が得られた。

- 一、店の外観及び内装、内容について、①非常によくつた(七〇%) ②まあまあである(二五%) ③変わりばえがない(五%)
 - 二、食料品の品揃いについてIIマーケット。①買いたいものが揃っている(一五%) ②一応買いたいものがある(八〇%) ③欲しいものが少ない(八%) ④品質がよい⑤普通⑥悪い⑦値段が高い⑧普通(ほとんど) ⑨安い(二名)
 - 三、婦人子供用品についてIIストア。①買いたいものが揃っている②一応買いたいものがある(圧倒的) ③欲しいものが少ない④高級すぎる(二名) ⑤普通である⑥程度が低い⑦値段が高い⑧普通(ほとんど) ⑨安い(五名)
 - 四、買いよい(九五%) ②どうでもよい③買にくい(一名)
- なお高島屋ストア支店の内、伊勢崎店、豊田店、藤沢店、錦糸町店、高崎店においては毎月四回、モニター(十名)に意見を聞いているが、記名法をとつているため、〇×以外については意見なども消極的である。

浅草東莫、SSSDDSで地元の人気をねらう

浅草東莫はSSSDDSとして浅草の人気をさらおうとしているが、商品構成は従来のスーパー店にない多くのものを扱っている。

一階食品。二階ベビー用品、ハンドバッグなど主として洋品雑貨。三階は婦人肌着、婦人外衣、婦人セーター、化粧品、薬品、婦人ブラウス、婦人ソックス、婦人ねまき、割烹着。四階呉服、紳士洋品、ワイシャツ、お仕立ワイシャツ、セーター、ネクタイ、寝具、毛布男女ベジャマ、タオル製品、足袋。五階婦人既製服、婦人洋服生地、(洋裁所)お仕立婦人洋服、婦人オーバー、婦人スーツ、婦人ストラックス、スカート、資生堂化粧品。六階洗剤、文房具、日用雑貨、ポット、ジャー、靴、サンダル、軽家具、台所用品、プラスチック製品、硝子製品、電球。七階特売場(均一品)玩具、暖房器具、電気製品、電気洗濯機ステレオ、テレビ、ラジオ、電気釜、アイロン、ジュネーサーである。競合店のスーパーヤナギ、三平などはかなり恐威を感じているようである。

スーパーマーケットのパーズ