

日本粧業

小売読本 秋の号



歳暮用詰合箱 発売!

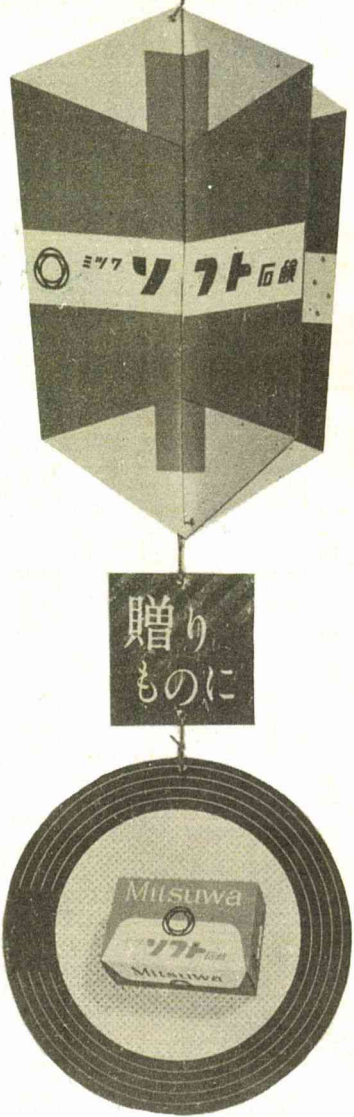
11月初旬から配送開始!

ますます好評のミツワ石鹼詰合箱は、今冬歳暮用として新装進物箱8種を選定し発売いたしました。さらに謝恩をかねて、新考案のミツワ「のし」ハンガー、ネームカードほか多彩なサービス品を添付いたしました。固数限定ですから、お早くお申し込みください

詰合箱内容

新装ミツワわくねり石鹼	三十〇	3コ入	2打
"	三十〇	6コ入	5打
新装ミツワソフト石鹼	三十〇	3コ入	2打
"	三十〇	6コ入	4打
新装ミツワ30番石鹼	三十五〇	3コ入	1打
"	三十五〇	6コ入	1打
新装ミツワ特製1番石鹼	五十〇	3コ入	半打
"	五十〇	6コ入	半打

卸価格合計 5,080円
(関東地区)



ミツワ「のし」ハンガー
お歳暮の店頭にお飾りください。

サービス品内容

- ミツワ「のし」ハンガー
- 包装紙・のし紙
- ネームカード・標準曆
- 特製名入風呂敷



新装ミツワわくねり 6コ入



新装ミツワソフト 6コ入



新装ミツワ30番 6コ入



新装ミツワ特製1番 6コ入



西洋におけるキリスト降誕祭、すなわちクリスマスは、東洋の正月に比すべき最大の行事であることは誰方もご存知のところ、日本ではこのクリスマスが妙にうけて、戦後は特に盛んとなり正月クリスマスをはかえた十二月は商家にとつてもいよいよ大きな商機となっている。

この降誕祭におけるクリスマス・プレゼントは親子、夫婦、恋人、友人同志で、相手がかねてほしがっていたものを贈るという風習から、日本でもこの商機における売上増進の大きなファクターは贈答用品にある。したがって大資本とはいへながら、この期間におけるデパートの贈答用品対策店内外の装飾等は仲々見事なもの。業界販売店の某団体が昨年未行った連合企画の売出して、例年の約八〇%売上増加をみたという例は注目すべきところであり、よき商策のもと今年は更に業績を進展させようではないか

この空箱

から...

生まれる

幸運!

空箱50円分でご家庭電化

クリスマスプレゼント

今年は抽せん券を発行しません
都道府県ごとに当る新しい抽せん
方式です。この点をご強調下さい

- ★サンスター歯磨の空箱（ピンは祝券）50円分以上を、住所・氏名を明記した封筒に入れ……
- ★大阪市東局区内 サンスター歯磨×マス・プレゼント係へお送り下さい（抽せん券は発行いたしません）
- ★50円分を1口として都道府県ごとに抽せんの上下記の景品をお贈りします。

（開封8円で50円分の換金券なら12個送れます）

メ 切……………昭和32年12月15日（当日抽印有効）

発 表……………12月25日（全国主要日刊紙）

（抽し1等以下は景品 発送をもって発表にか之せて頂きます）

	景 品	各都道府県 最低本数	全国本数
特賞	14吋テレビ 又は 電気冷蔵庫 電気洗たく機	1本	60本
1等	又は 電気掃除機 トースター	2本	120本
2等	又は 電気アイロン	20本	1,200本
3等	サンスターシオノギ 〔旅行用〕 1本	各府県定率 に比例配分	10万本

（備考）応募数の多い府県10位までの2等以上の当せん本数は上表以上となり



歯磨は



サンスター

シオノギ

ジュジュリッチ

111年セール 愛称 3・1 セール



小売店様専用
 進呈券
 謝恩券
 進呈券



- ジュジュクリーム……一五〇円
- マダム・ジュジュ……二〇〇円
- コールド……二〇〇円
- 男子用乳液……二〇〇円
- マダム乳液……二〇〇円

リッチ商品

サツパリ……とした使い心地の

ジュジュリッチ・コールド発売記念

全リッチ商品にサービス

(昭和三十三年十二月末まで)

ジュジュリッチを御愛売くださいまして有難く厚くお礼を申し上げます。

◎そのお礼心の一端として、また今後もさらに、ご拡売とお力添えをお願いして『リッチ三・一セール』を始めています。

昭和三十三年一杯は、小売店さま専用の謝恩券がリッチ商品一コごとに一点つき一カ年二六六点で……

五〇〇〇円進呈

この完遂賞の他にご協力にお報いしたく色々、ご有利な階段制度を設けまして小売店さま専売品としての本来の趣旨におそい申上げたく努めております。



東京都杉並区高円寺三丁目

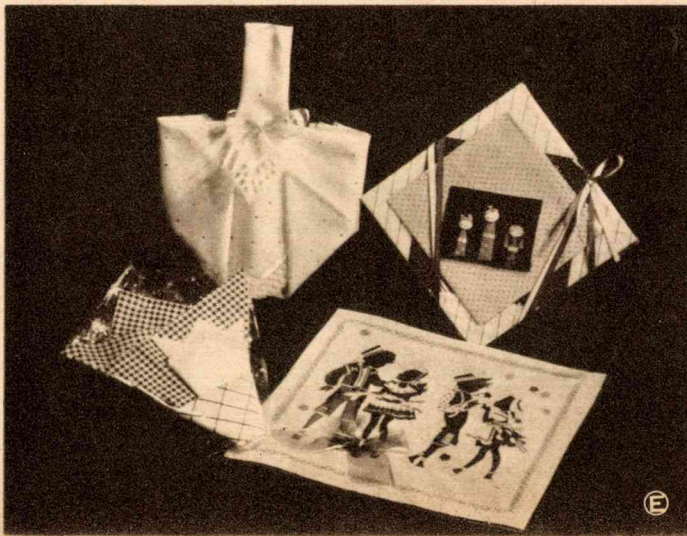
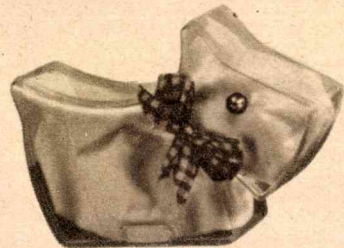
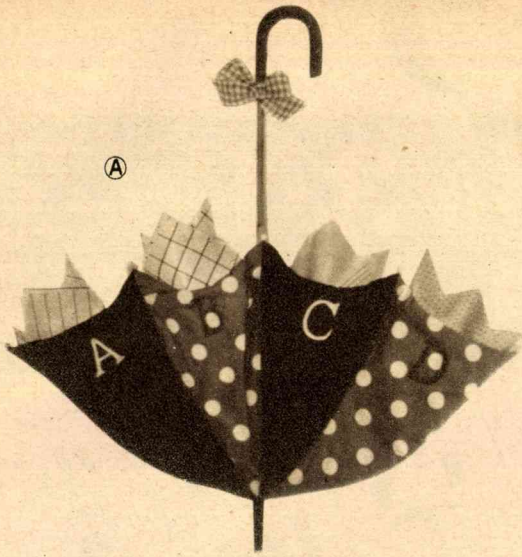
ジュジュ化粧料本舗

寿化学株式会社

X'マス贈物用

ハンカチの 工夫いろいろ

贈答期において、しゃれた、魅力的なセットは
購買意欲を刺激する。チョットした工夫で商品が
こんなにもアピールするようになりました。



A バラソル型のハンカチ入れ。家族、特に通勤や、通学する人達に、朝ハンカチを忘れないよう渡すために、入れたもの。
B 裸の人形にハンカチを三、四枚巻きつけ、着せたもの。
C 写真立の中に、一枚のハンカチをハサミ込みリボンをかけたもの。
D ちよっと変ったブラ

スチックの容器に、三枚組んで入れたもの。
E 同じセロハンや、ビニールなどの袋に入れても、進物の感じがよく表れるよう入れたもの。
手提型など、五枚までの組合せに利用する。以上は主としてジュニア向け、詳しくは本文四八頁参照
作品森田百八氏提供



新発売
ヨウモトニック姉妹品



三共

特殊毛髪軟化剤入・若向き美髪養毛料
ソフトタッチヘアトニック

120cc ¥ 200

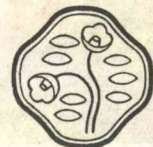
髪にフレッシュな新表情を創る！
ソフト調時代に新着想のヘアトニック登場
日本人の髪は九〇%までが手におえない硬い直毛です
新発見の（毛髪軟化剤LBK30）の応用は、毛髪への親和力強く、硬い直毛
を漸次フックラと軟かく致します。然も、（強力清浄料ラルーベン）及び（栄
養料コレステロール）其他の有効配合は、（単体26品目の新調合香料）の清
新な香気の漂よう中に、新生ヘアトニックとしての整髪養毛効果を發揮する
「三共研究室」が自信を以て御贈りする、若向き美髪養毛料であります。

三共株式会社製造

総販売元 三共ヨウモトニック本舗

株式会社 泰昌

清新な **15** 入りの美粧缶

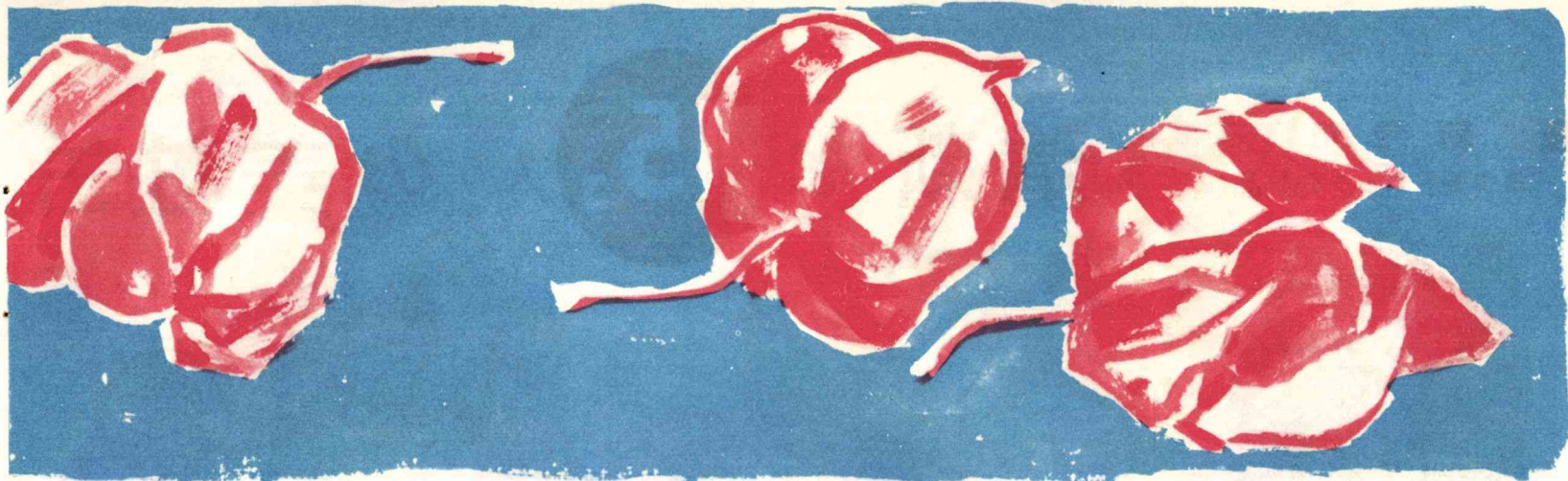


お風呂に、お洗顔に、どんな水にでも
まっ白く泡立つ純度の高い化粧石鹼です
こんど発売された15コ缶入りは
ご家庭向きに作られた大へんお徳な品です
ご進物にしても、きっと喜んでいただけます

15コ缶
450円
30コ缶
900円

ゆたかな泡立ち あふれる香り…

資生堂石鹼 ホワイト

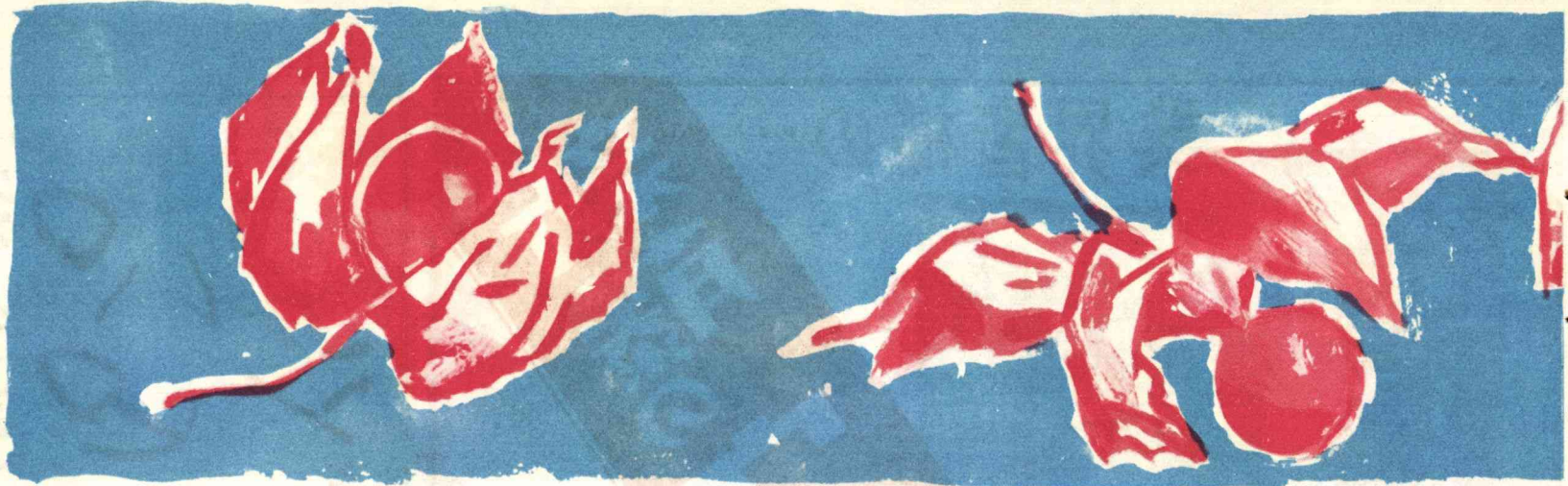


日本粧業 臨時増刊第六〇〇号 (通巻第二八〇三号) 目次

歳末の商策特集

扉	クリスマス・イヴ……………	3
グラビア	贈答用ハンカチの工夫いろいろ……………	6
	贈答品セットの新しいこゝろみ……………	11
オフセット	十二月のデスプレイ……………	14
巻頭言	……………	21
年末売上げの目安	都内・近県有力小売店座談会	22
Xマスの店舗改装とデスプレイ……………	……………	28
年末の照明と陳列……………	東芝商事照明課長 笠原 襄 照明学会専門会員	32
恋人コーナー……………	東京商工会議所相談所長 高橋 重一	36
年末の商機をどう捉えるか	都内・近県有力小売店座談会	38
贈答用セットの新しい試み……………	……………	42
贈答品の売頃・値頃……………	……………	44
アベックセール……………	……………	46
ハンカチーフの工夫……………	……………	48
万引はどうして防ぐ……………	警視庁捜査第三課 曾根部長刑事	49
新しい商品管理	……………	58

明治大学 教授 清水 晶



臨時店員の扱い方……………銀座松坂屋 調査課長 鴨志田敏治 50

装粧品仕入れのコツ……………森村義雄 62

洋品類の仕入れ……………鶴見栄治 66

包装紙のポイント……………東京芸術大 学助教授 末田利一 68

Xマスの包装を楽しく……………山越弘子 70

パッケージ一つで買物を楽しませる……………72

小売店の広告……………折込広告社 企画部調査課 青樹敬一 74

宛名広告にはこれだけの注意を……………島やすじ 77

サービスのアイデア……………伊部次郎 78

年末売上げ増進七つのカギ……………84

季節の美容知識……………92

商品知識

エアゾール……………93

日本髪用品……………94

ハンドバッグ……………95

和装小物……………96

合成樹脂の知識……………97

マーケティング事初め……………横浜市大教授 山口辰男 54

表紙……………中島一

目次・巻頭言装画……………根津莊一

新発売

ロ
ン
バ
リ
オ
シ
ル
バ
リ
オ

アストランジャン 一號アレ性用... 二〇〇円
二號脂肪性用... 二〇〇円

クレンジング... 二五〇円

ヌーリール... 二〇〇円

レモン乳液... 二〇〇円

カンファアローション... 二〇〇円

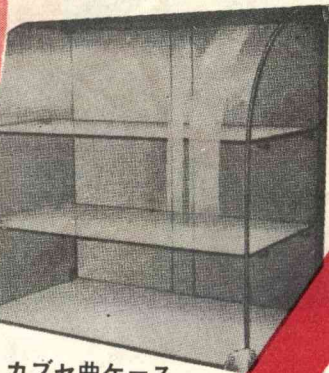
粉白粉 六色... 二〇〇円

眉 墨(黒・茶・青)... 一〇〇円

口 紅 八色... 二〇〇円

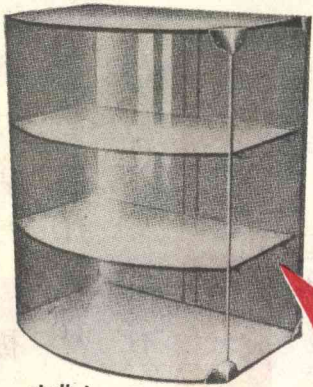
コールドBA 中性肌用... 二五〇円
脂肪肌用... 二五〇円

業界皆様の...



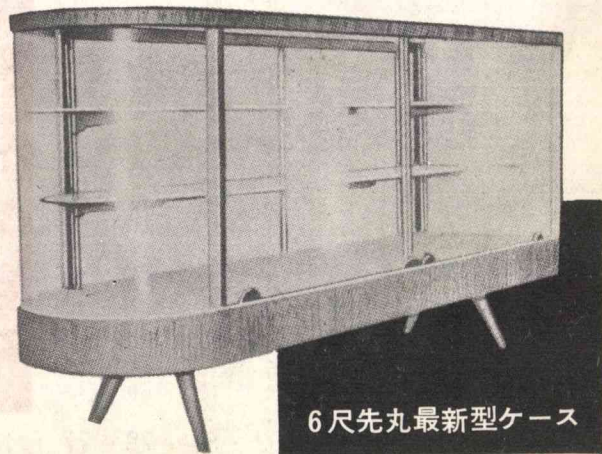
カブセ曲ケース

宣伝用
ショーケース



立曲ケース

新藤の
最新型
店舗
改装
設計製作



6尺先丸最新型ケース

株式会社
新藤ケ-ス店

店舗設計施工・陳列ケース・宣伝用ケース

東京都台東区浅草寿町二丁目三番地

電話 根岸 (87) 四一四三番

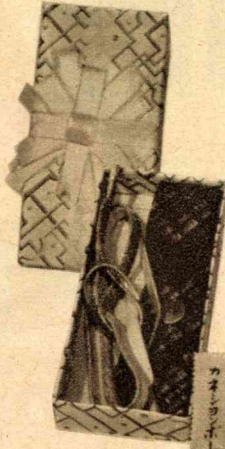
電話 浅草 (84) 二〇一四八八番

贈答用セットの新しいこころみ

詳細は 42 頁参照



初夢
L.G.T.



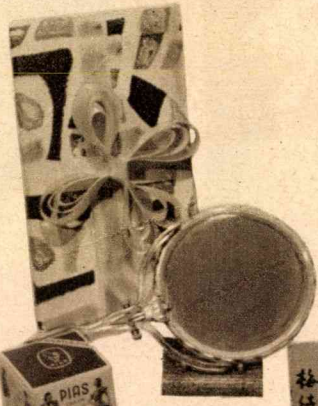
円満
カネシロ



人工
ホニヤ



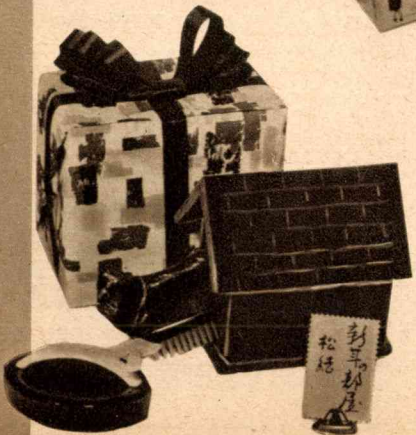
オロラ
至宝



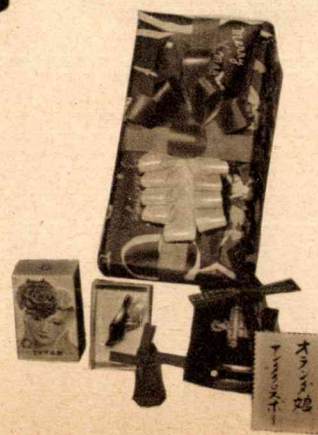
高砂
永く
梅結



安全
三子



新平
松結



オランダ
マニヤ

品名品!!

柳屋 整髪料



髪のおしゃれに

柳屋ジョスラン

ジョイントイール
クレマチス

200円



髪をやわらかくする

柳屋ヘヤークリーム

200円



爽やかな整髪感

柳屋ヘヤートニック

200円 350円 500円

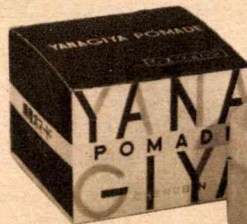


豪華なポマード

柳屋ソールヴェールポマード

ジャスミン・ナリシヤス・クレマチス

300円



コハク色の

柳屋シェリユバンポマード

100円



みどり色

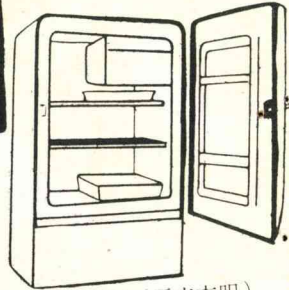
柳屋ポマード

100円 150円 200円

本舗 株式会社 柳屋本店

明色ご愛用感謝サービス

テレビ (十四吋遠距離型)



電気冷蔵庫 (三立方呎)

50

万円と

この3点 (50万円テレビ電気冷蔵庫) が

一緒に当る!

明色ラッキーカードで当るすばらしい賞品!

明色特賞 50万円とテレビと電気冷蔵庫 (三点をそろえて) 3本

1等	A訪問着 (着物・帯・長襦袢) Bテレビ (十四吋遠距離) と 電気洗濯機 C現金10万円	} ABCのうち お好きなもの 一点	10本
2等	スイス製十八金側 (十七石入) 婦人用腕時計		50本
3等	婦人用折たたみ洋傘		500本
4等	明色ソフト栄養クリーム (二百円)		5000本
5等	明色ソフトファンデーション (百五十円)		15000本

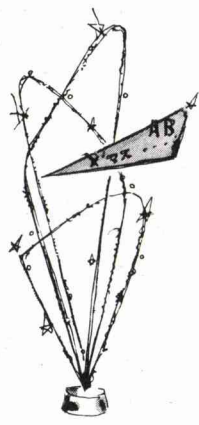
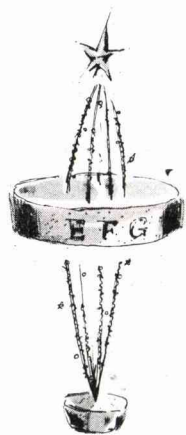
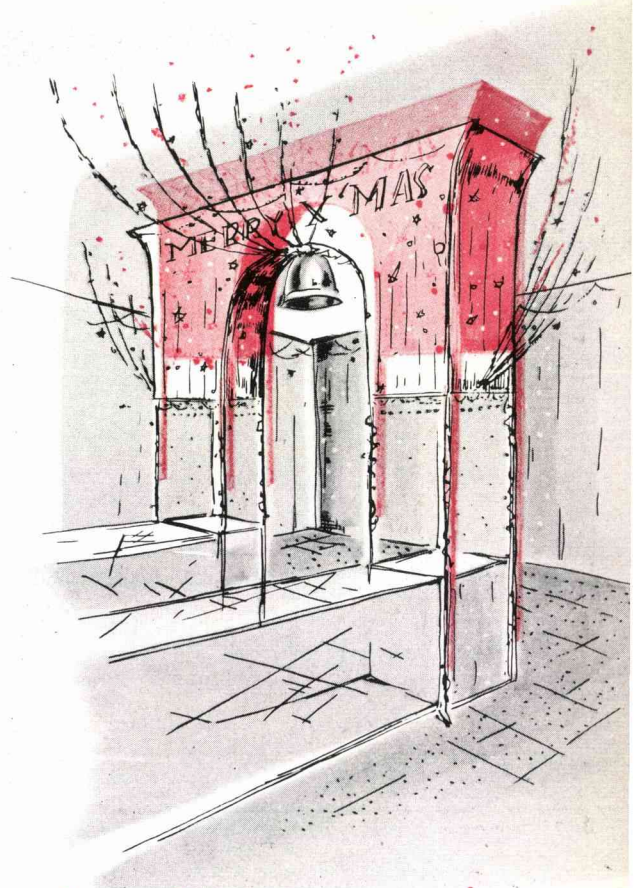
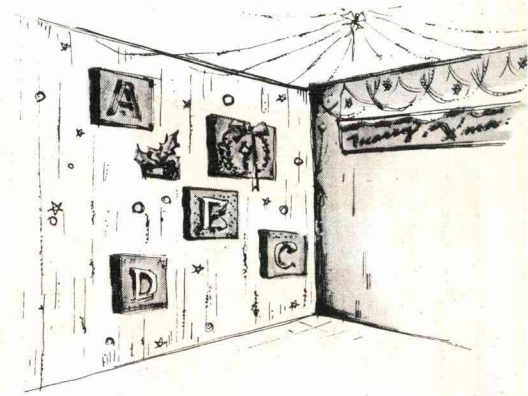
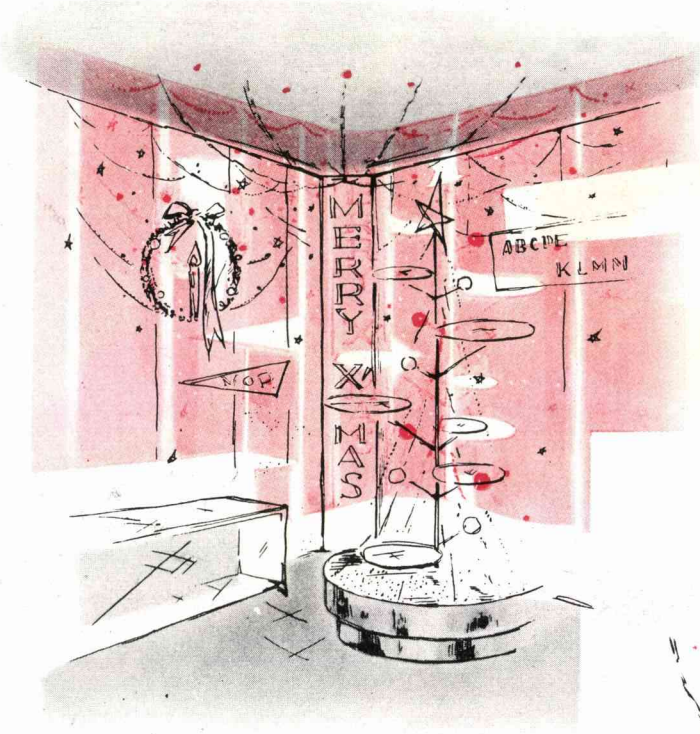
お手数ながら下記商品いずれか一品お買上のお客様へ明色ラッキーカード一枚お渡し下され度く願申上げます。

- ★明色クリンシン (200円・250円・300円)
- ★明色ソフト栄養クリーム (200円)
- ★明色ソフトファンデーション (150円)
- ★明色アストリンゼン (90円・120円)
- ★明色ソフトアストリンゼン (150円)



明色

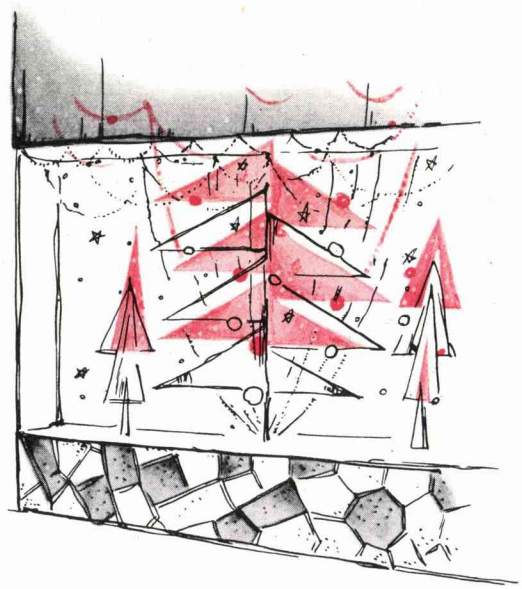
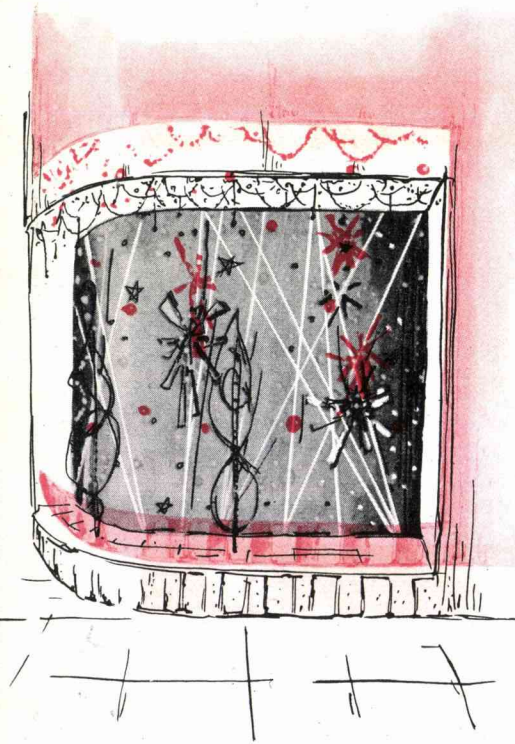
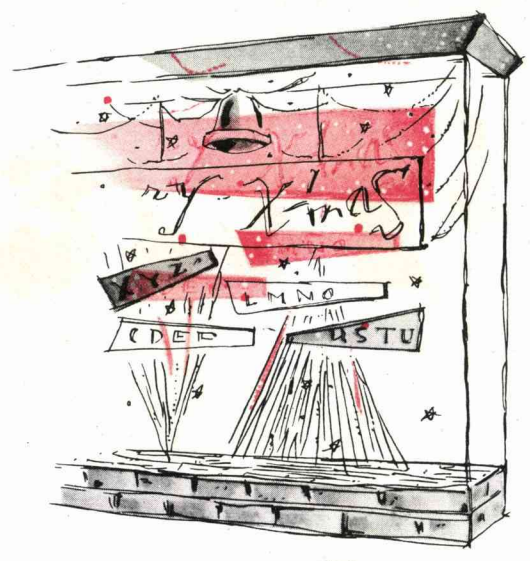
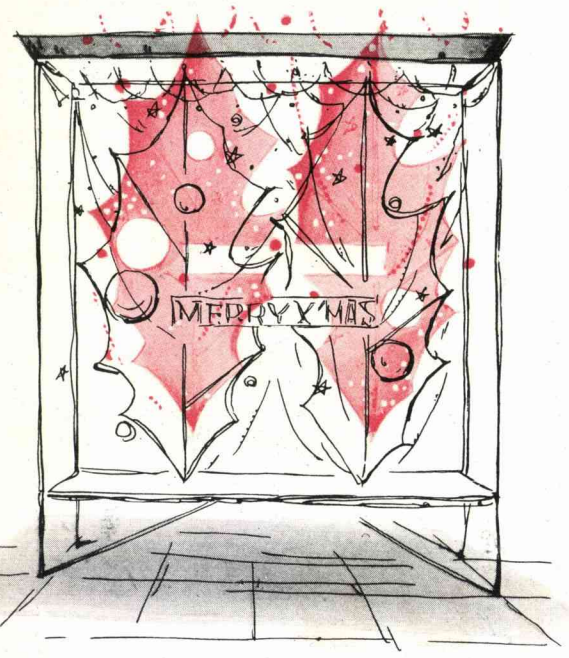
ソフトファンデーション



12月のデスフレイ

デアによる年末、クリスマス
のデスプレイももちろんいろいろと想像されること

木が
らし吹
く師走
の街を
つむ
大人の
夢も、
子供の
夢も、
すべて
この歳
末の雰
囲気が
かもし
出すも
ので、
アイデ
ア・セ
ールス
と同時
にアイ



でしょう。また、このプレゼント・セールこそ、日頃の腕の見せどころです。

私どもの日常の社会生活にたとえれば服装や、ちよつとした持物、ちよつとした態度によってその人が、うかがえると同様に、個性のあるディスプレイこそ都市のなかで、そしてその街の中での、あなたのお店の印象を、よりよくし、売上増進のバックボーンとして将来の繁栄にも、必ずや好影響を与えましょう。理屈ぬきで楽しめる年末気分を十分に表現した夢をつむ展示を形づくってまいりましょう。

大好評!

ケンシの誇る 3主力品



60g入
100円

整髪の王座

ケンシ ポマード



110cc. 200円
男性用、ホルモン配合

ヘヤークリーム

短い髪を好む男性に最適です!

- 少しもベタつかないため汚れが少なく洗い落ちが非常に良い。
- 養毛栄養分の滲透力が盛んなので何時も生き生きとした毛髪が保てます。



	軽症用(赤函)	六〇〇〇	二〇〇〇円
	重症用(黒函)	一〇〇〇〇	三〇〇〇円
一	二〇〇〇〇	三〇〇〇円	
二	六〇〇〇〇	三〇〇〇円	

髪 精

効めと香りで
大評判の…赤函…髪精

愛用者サービスセール

ライオンの当る



ライオンは怖いと仰言る方には 現金20万円!!

お化粧品には何よりクリームがやつてまいりました。

今や世界的評判の新美容素コンドロイチン配合のゼリア栄養美肌クリームは、お若い方にも、中年の方にも話題のクリームです。

今回の特売の製品は、今までの製品に比べて、クリーム乳化、成分配合、香料等すべての点に格段の改良を加えた、すばらしいクリームです。この優れた品質に加えて、御覧の通りの愛用者に喜ばれる豪華な景品が当るサービスセールを実施いたしますことになりました。

どうぞ今年の化粧品界の話題の中心としてゼリア栄養美肌クリームの特売に御協力下さい。

豪華景品

- 1等 ライオンの仔 (又は現金20万円) …… 2本
- 2等 電気洗濯機、電気掃除器等 …… 23本
- 3等 電気釜、携帯ラジオ、スチームアイロン等 92本
- 4等 ゼリア美肌パック (5個入) …… 18,500本
- 等外 もれなくパック (70円相当) を差上げます

日本特許・米・英・仏・独・伊・加・伯申請中

ゼリア 栄養美肌 クリーム

特売規定 (一口内容)

	品名	規格	数量
A 口	ゼリア栄養美肌クリーム (黒函)	38g	1打
	" (黒函無香料)	"	1個
	" (赤函)	"	半打
	" (黒函)	12g	1打
	" (赤函)	"	1打
	" (黒函無香料)	"	3個
	" (赤函無香料)	"	3個
	合計金額		10,850円

尚A口分は、ゼリア会会員の方には今年度下半期の責任額として計算させていただきます。

	品名	規格	数量
B 口	ゼリア栄養美肌クリーム (黒函)	38g	半打
	" (赤函)	"	3個
	" (黒函)	12g	9個
	" (黒函無香料)	"	3個
	" (赤函)	"	半打
	合計金額		5,670円

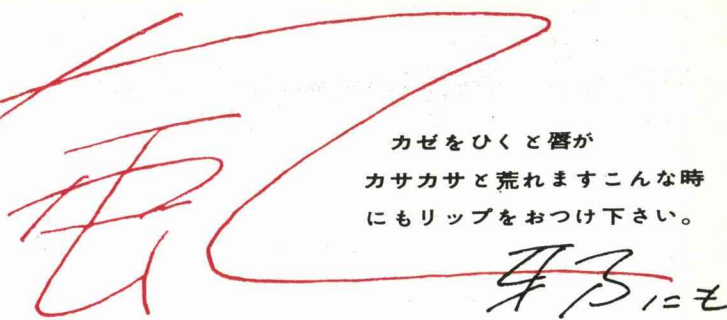
- 抽せん日 昭和33年2月
- 発表 一般新聞・業界新聞紙上

キスミー

男女
共用

リップクリーム

強力栄養素ラノリン・ネオスクワレート含有



カゼをひくと唇が
カサカサと荒れますこんな時
にもリップをおつけ下さい。

この無色の口紅はカサカサ
と唇が荒れたり、スキーな
どの凍傷で割れないように
ラノリン・ネオスクワレ
トその他各種の栄養素を配
合。常に唇を美しくします。

女学生の間で大評判

昨今女学生の間でこっそり
かくし化粧にリップクリー
ムをお使いになる人達が多
くなりました。今の中から
若さと水々しさに注意する
ことは大切なことです。

男性の方も

スポーツマンの多くが唇の
荒れ止めにお使いになりま
す。冬のスポーツ・スキー
スケートはもとよりゴルフ
やオートバイなど最適です。

風邪をひいたら

どなたも経験がおありでし
ようが、熱に荒れてカサカ
サした唇は、何とも云えず
不愉快なものです。リップ
クリームの必要を感じるの
は案外こんな時かも知れま
せん。

スポーツマンにも

MANにも



女学生のかくし化粧にも

WOMANにも



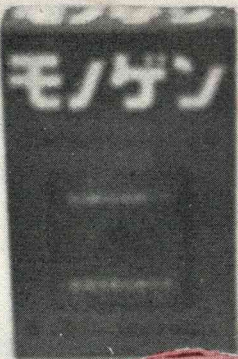
ケース特許の美麗ケース
NO. 一五〇リップクリーム

キスミーリップクリーム特売について

★発売期間 11月1日より1ヵ月間★口数5万口★

	品名	小売価格	1口数量	1口金額	1口景品
A	NO.100リップ	100円	2打	1,680円	NO.100リップ現品2ヶ
B	NO.100リップ	100円	1打3ヶ	1,680円	NO.100リップ現品2ヶ
	NO.150リップ	150円	半打		

★A B口何れも 1口に付更に美麗ディスプレイ1ヶ進呈



記録的な売行き！ ご拡売を感謝致します

純中性洗剤

モノゲン

宮城まり子 中村メイコの

シャボン玉天使

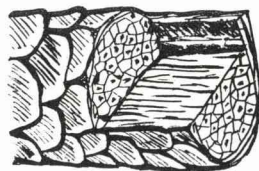
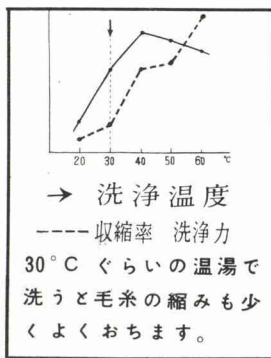
物語は孤児の姉妹二組が 互いに励まし合いながら 不幸な身の上にもめげず 強く明るく生きて行く姿を描いたもので ベテラン・宮城まり子 中村メイコがそれぞれ一人二役で熱演しております。



左から宮城まり子・中村メイコ

「シャボン玉天使」をお送りする放送局名

北海道(HBC)	土曜よる	6時20分
文化放送(QR)	金曜よる	7時30分
中日放送(CBC)	月曜よる	10時15分
朝日放送(ABC)	月曜よる	10時
山陽放送(RSK)	土曜よる	8時30分



ケンビ鏡で見た毛糸の断面

色がスッキリしない 手ざわりが硬い ひどく縮んだという苦情をよく聞きます それは冷水や 日なた水で間違つた洗い方をするからです。

毛糸をケンビ鏡でみると ウロコ状になつていて 汚れはウロコの奥深く包まれて いくら洗剤を沢山使つても冷水や日なた水では落とせません。

汚れのついた時の状態にもどして洗うために 30°C ぐらいのお湯にモノゲンをとかし 10分間ほど浸けると ウロコが開き モノゲンのすぐれた活性作用で 汚れがスッカリ取れて見違えるほど美しい色・艶・手ざわりに仕上がります。



1100組の

新郎新婦に

田中千代先生デザイン

新婚旅行用豪華ドレス

新婚旅行用品セット

新婚旅行旅費

3万円

又は

以上にかえ現金7万円



新婚旅行の
お仕度一切を
差上げます

旅費もええん

愈々、結婚シーズン!!

この愛用者優待の

クラブクリームを

お早く

お店の御繁栄に

役立たせて下さい

中山太陽堂

この抽せん券付
クリームは…

クレンジング	ク	リ	ー	ム				
グ	リ	ン	ク	レ	ン	ジ	ン	グ
美	身	S	ク	リ	ー	ム		
美	身	ク	リ	ー	ム			
コ	ー	ル	ド	ク	リ	ー	ム	
ホ	ル	モ	ン	ク	リ	ー	ム	
ホ	ル	モ	ン	ク	リ	ー	ム	

フランス調の

クラブクリーム

日本 粧 業

歳末の商策特集



Xマス、歳暮期になると、どここのデパートも買物客で見動きもできない程である。なぜデパートにお客が集まるかは今さら論議するまでもないが、小売店は小売店として、デパートにない特色を活かし、年間を通じての最大の商機であるこの時期に、お店繁栄の大きな基盤をつくりたいものである。

神武以来の景気は消え去って、金詰りで不景気だといわれる。基礎産業部門ではそうかもしれないが、日常生活用品であるわれわれの業界はこの影響は少いとみられる。三年続きの豊作で農村は豊かになっているし、サラリーマンの賃金は高水準が維持されている。そのすべてが消費に向けてられるとは限らないが、消費部門の景気は先ず高原景気だろうと見られている。

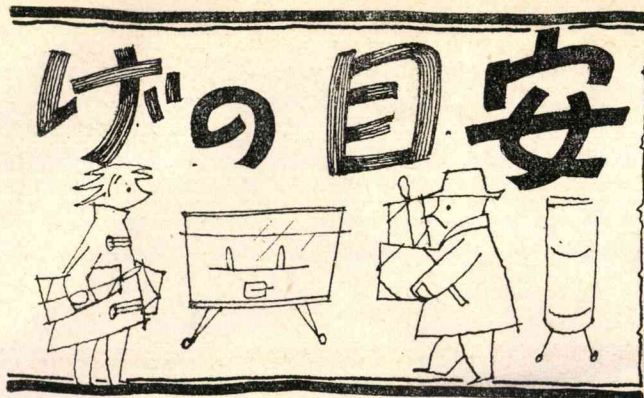
この景気を逃すかつかむかは、お店の心構えと対策にかかっていると思われる。買物は雰囲気ですといわれる。歳末らしい、またXマスにふさわしい雰囲気にお店のサービスがマツチすれば、年末景気は先ずあなたの手中にあるといつてもよからう。新しい年の朝、歳末をふりかえつて「よくやつた」という感慨を誰もが持ちたいものである。

販売店における一年を通じてのピークは都心も地方都市も同様に十二月に集中している。クリスマス、年末の売上げ増進ということはその店十二ヶ月の営業成績にプラスするところ大なるものがある。そして昭和卅三年度の顧客は既に卅二年の十二月つかんておかなければならない。そこで、東京・大阪・地方都市から各一店づつ選んで、昨年十

東京都内の店の場合

こなみビューティショップ

(墨田区十間橋通、店主・北村勝義氏)



「開店して半歳で十二月を迎えたのでよく様子が分らなかつた。仕入れの面では品不足を来し失敗した」ということだがこれは十二月の売上げが普段の月の売上げ廿三万から廿五万円の二倍、約五十万円に上つたことを見ると、いわゆる「失敗」も、全体から見ると好成绩といえる数字で、「成功」であつたようだ。

顧客数は、間口二間、奥行二間半のこの店(角店)で普段は一日百人程度のものが、十二月には三倍から四倍。すなわち最高四百名のお客を迎えている。

では、どうしてこんな結果が出たのであろうか。これから細かく、この店の経営内容を分析してみよう。

まず、こなみビューティショップの場合、一口にいえば「店をあげて十二月態勢をとつた」ということが成功の一要因になつてゐると思われる。そこで十二月

二月の売上げ、経費・宣伝・サービスなど細い数字的な販売店の経営内容をここに紹介して、本年度十二月経営方針の御参考に供することにした。題して「十二月の小売店の総て」である。いいと思う点、参考になる事柄は大いに取り入れていただいて、今年の十二月は各販売店とも、よりよい成績をあげていただきたい。

廿四、五両日は、普段の日の三倍(普段の日は一日約八千円)で約二万四千円、卅日四倍約三万二千円、卅一日六倍近くになり約四万八千円といういい数字も生れてくるわけである。

① 店内の模様変え

同店では、十二月に入ると同時に店の出入口を広げた。角店だから、両面から出入り出来るようにしたわけで、まず、顧客が店内に、いいクリスマスプレゼントがあるかどうか気軽に下調べに來られるように配慮した。十二月入ると同時に「気安く見られる態勢にした」ので、入つて、気づまりなく出られる雰囲気を作りあげた。普段の月では店内が淋しくなつて、かえつて逆効果であるが、来客が二、三倍は少くとも増え、店内が混乱することを予見して実行したわけだが、これが好成绩を取めた大切な原因の一つになつてゐると思われる。

② 商品の陳列変え

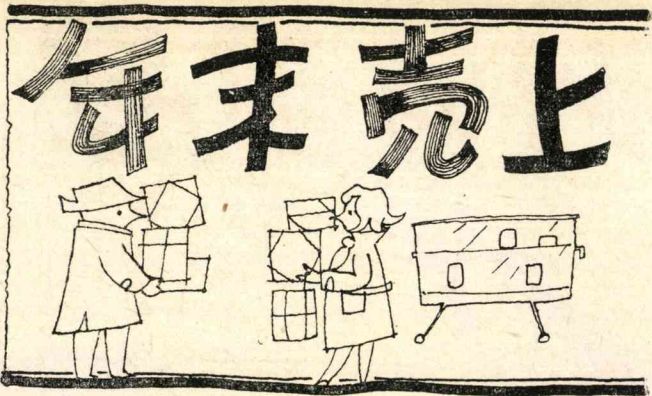
まず、過去半年間の実績を品目別にとつてゐるので、この資料とクリスマス商品の動きに対する予想とを合わせた案を作

り、化粧品はクリーム類、化粧水を主力に、装粧品は人形、袋物、コンパクト、財布、カミ止めを主力商品と決定した。そして、これらを一番見やすい、目につきやすい場所に配置。主力商品以外は一カ所に集めて奥におき、販売行動もスムーズに行えるように配慮した。

総ての商品も、普段とは様子が一変したわけである。これは、①顧客の購買意欲をそそること、②行動の自由化、能率化をはかる(どこにどの商品があるかすぐに分る)ことに重点をおいたものである。

次に細かく商品の陳列変えについて述べて

と、
大体、今まで平面的に商品を陳列して、いたものをたてて立体的にした。化粧品を例にとると、主力商品であるクリームなど、ストックも出してピラミッド形に積みあげたり、人形の場合はただ正面を向けて陳列するだけでなく、少し向い合わせたり、手を組ませたり、平凡でなく、細い点に注意力がゆきわたつてゐる。コンパクト、財布は贈答用包装紙で包装した見本を中心にケース内に陳列。リボンも店頭、特にえらんだもの、正月向のもの



のを出して、結んだもの、結ばないものなど陳列した。
 要は注意力を集中させることにポイントをおいた。ただ、棚に並べておくだけでなく、ヤマ場を作った陳列方法を一貫しとつたわけである。

③ 店頭、店内の装飾
 店頭の軒先、店内の天井はモール、店内は電球点滅のクリスマスツリーが装飾の主なもの。「今年はサンタクロースも活用したい」とのことだが、昨年は少い費用で大きな効果を狙っている。クリスマス用装飾も当初は一万円位を見込んでいたが、実際には三千五百円程度ですんだ。「間口二間、奥行二間半位の店舗では、特に十二月のために五千円もかければ立派な装飾が十分出来る」

④ 広告および宣伝
 どこでも同じだが、十間橋通りも商店街で売出しを行ったので、独自のチラシなどはまかず、宛名広告に重点をおき、顧客名簿により二百名に発送（経費約三〇〇〇円）なかに主力商品を書入れたが、この効果が大きかった。商品の割引はやはり、商店街の福引と同時に、自店の普通サービスをそのまま延長して行つた。

⑤ サービスの方法
 普段でも贈答用品がよく動かし、特に十二月はこれにポイントをおいているが、顧客にその理由を聞いてみると①包装紙がいいこと②リボンを必ずつけてくれること③ハンカチを買った場合など香水サービスをしてくれること、などをあげていた。そこで昨年は廿五日まではクリスマスプレゼント用包装紙（紺色）を特に作成。一枚十円のものを八つ切りで使用し花（ウメモドキ）までつけているから二四五十銭位かかっている。

このウメモドキをリボンに差すことによつて相当好評を得たという。廿五日以降は赤地に黒と白の波模様の包装紙を使用した。リボンの結び方も平凡に中央で結ばず、右肩辺りで結び、結んだ長さも違えるなど変化をつけ、細い点にまで注意している。特に贈答用品はリボンの結び方一つにも気を遣わなくてはいけない。以上は重要なサービスの一つだが、その他具体的なものでは、サービス券（景品率五分、二〇〇円一枚、二重サービスを行い、自店名を入れない記念品を贈る）派山買った人はサービスのフロシキで包んであげる他、整髪用品を買つた人にはシャンプーを、子供の買物にはグリコ（おまけつきなので特に選んだもの）

有名化粧品問屋

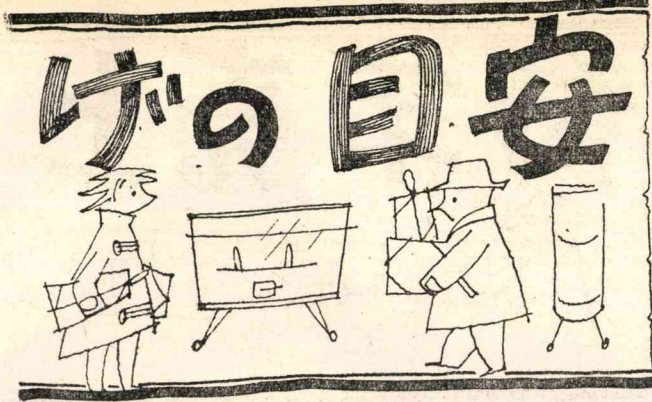
Kaseido 株式会社 花生堂

東京都中央区日本橋横山町七番池 電話茅場町 (66) 0540・1415・3530・倉庫 (85) 3626番

をサービスしている。
その他、雰囲気盛り上げる効果も狙つて、天井から下がったモール、出入口に陳列された人形には香水をつけた。

⑥ 商品仕入と管理

仕入れは十一月中旬、十二月中旬、十二月廿六日の三回にわけて行っている。化粧品は三本仕入れで（普段も同じ）特に重点仕入れを行い、在庫をつくらぬようにした。廿六日の仕入れでは化粧品は一月七日頃までの分を考えて行つた。



雑貨は勿論現金仕入れなので、これに手持資金の殆んどを使っている。商品管理については、十二月は商品がどうしても多くなりがちなので、主力商品以外は力所にきめて集めてあるわけで、これによつて販売行動もスムーズにいつている「途中で顧客に聞かれてほしいと思つた商品もあるが、これは主力がきめてあつたので我慢して押し通した」という。ただ、仕入れ面では初めての十二月だつたので、仕入れ面では初めての十二月だつた。

地方都市の店の場合

関東中級都市・一流店

希望により店名など特に秘すが、場所は、上野から東北線で約二時間足らずの地方中都市、店は市内一の繁華街にありとにかく一流店である。この例では、東京のこなみビューティショップの場合のように、商品陳列、装飾、チラシ広告などは、その費用をあげるに留め、具体的な事項（チラシ内容、商品の配置など）は省略することにした。いわば「数字による分析」として、以下に掲げる数字の中から何らかの参考になるものを汲みとつていただきたい。

昨年十二月の経費

別表に見る通り、昨年十二月の経費（人件費など一定の諸経費は含まない）

たので、廿五日頃の仕入れでは雑貨類が品不足になり、この点予想が狂つたわけだが、「品物さえあればもつと売れました」という通り、今年の適当な仕入れが行われるであろう。

⑦ 資金対策について

十二月の雑貨仕入れを考へて十一月に準備した。十一月中にすべての対策をたて資金も別に用意しておいた。

は合計六万五千八百円になつている。この数字は、店員のボーナスなども含んでいるから、売上げ増進のための純商略に費やした経費としては、その分だけ差引くこととなる。

〔第一表〕昭和卅一年度末の経費

〓 十一月二五日—十二月二五日 〓

店頭装飾費	一、〇〇〇
店内装飾費	一、八〇〇
サービス券（二万枚）	四、〇〇〇
チラシ（二万枚）	二〇、〇〇〇
チラシ新聞折込料（一枚三〇銭）	六、〇〇〇
三角看板	七、〇〇〇
店員ボーナス（〇割）	二三、〇〇〇

臨時店員報酬

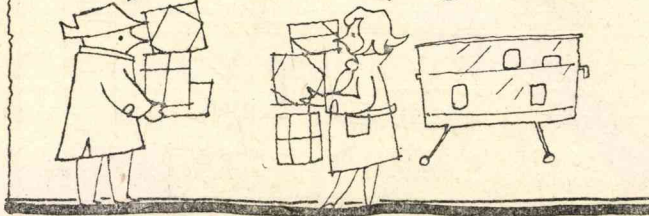
三、〇〇〇
合 計 六五、八〇〇

店頭装飾費とは、クリスマススのほり、店内装飾費は、モールや小旗など、サービス券は、一年を通じて発行しているものだが十二月に入つて増刷した分。チラシは十二月一日から廿五日までの間に配布する。臨時店員報酬は、市の商工会議所の斡旋によるもので、女子高校生の実習指導が目的のところから一人一日百円の報酬。廿日から卅一日までの十二日間一日二・五人平均雇用して計三千円という計算である。その他、普段の月よりも、余計にかかる経費としては、サービス券回収率がグンと増え、例月の三倍位はサービス品が出る。（サービス券は、一〇〇円買上げに一枚の割、廿枚で原価一〇〇円の品物、四十枚、八十枚と単位が大きくなるに従つて、贈呈品の率は高くなる）
今かりにこの店をH店と名付ける。
ところでH店の装飾、宣伝などの経費年間予算は廿五万円。臨時店員報酬を臨時出費としても、昨年十二月は四万近い予算を計上しているから、他の十一月（シーズン装飾替え、チラシ広告などで平均一万九千円強）の二倍ということになる。

さて売上は？

では、例月の二倍以上の経費をかけた昨年末の売上げはどうか。概算をここに

年末売上



記してみると次のようになる。

十二月一カ月間総売上高

約二、三〇〇、〇〇〇円

十二月廿日から卅一日までの売上高

約一、六〇〇、〇〇〇円

十二月廿四日（Xマスイヴ）の売上高

約一九〇、〇〇〇円

十二月卅一日の売上高

約二二五、〇〇〇円

これで見ると、十二月の廿日すぎからの売上げが全体の約七〇%を占めている。

これは、この月の小売商業の一般的な数字になる。Xマスイヴの廿万円、大晦日の廿二万円は、これまた当然の傾向だがこの二日の合計を引くと、廿日すぎの他の日は、平均約十二万円弱、一日から十九日までの一日平均は約三万七千円弱。

H店の例月売上げは、約百廿万円というから、日に四万円。つまり、十二月の売上げを見ると、月のうち約三分の二は例月の一日平均ないしはそれを下廻る数字しか示していないことになる。

とすると例月の二倍の経費をかけた年末は、僅か旬日の勝負で大部分を稼ぎ出さねばならないわけである。

とにかく、例月平均百廿万円、日に四万円という数字は、H店が超一流店であることを物語る。

また、二百卅万という十二月の売上げは、率からいえば二倍の経費で二倍の売上げということになるが、いうまでもなく非常に大きい数字であることに変わりはない。例月卅万、十二月六十万の売上げを示すところと率において同じでも、内容において差は甚しい。

一流店としての数字

これをH店の坪数で割ると、坪当り例月約七万五千円（H店は間口四間奥行五間となつてゐるが、一・五坪の美容室、階段等を除くと店舗の実坪は一六・五坪）十二月約十四万五千円になる。

さて、以上が一流店といわれるためにあ

（第二表） 一流店の数字（H店の場合）

例	十二月		十一月	
	月	万円	月	万円
例	120	230	7.6	14.5
上坪	4	7.5	24	33.5
店員	1人	190名	370名	(20日すぎ平均)
客数	16.5坪	1名	7名強	
店員(家人を含まぬ)	5名	1名		
立地条件	人市街一主	人口(新合併市) 23万 (旧市内) 13万	人口(新合併市) 40万 (旧市内) 8万	
店業	専業	店業		
産	産			
主				

農業 (▼民力度から見るとこの市の所在する県は全国21位)



養毛剤完成!

新薬剤「デルチール」配合

養毛剤は、毛根にまで透過しなければ効果を十分に発揮できません。「丹頂ホルモニック」には、養毛剤としてはじめて「デルチール」(イソプロピルミリ、ステアト)という新しい薬を配合しました。この「デルチール」が養毛剤の毛根への透過をたすけ薬剤の栄養効果を総合的に発揮させて、すばらしい働きをします。「丹頂ホルモニック」は特にこの点が今までのと違つた、一段と進歩した新しいタイプの養毛剤です。

こんな方におすすり下さい

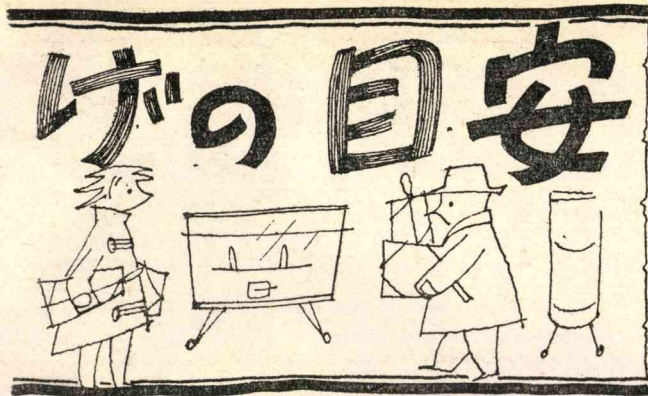
頭がかゆくて、不愉快な方・スカのようなフケにお困りの方・毛髪のうすい方・小さな丸ヘゲができた方・頭のヒフがジメジメする方・美しい黒髪を保ちたい方・毛髪を柔軟にしたい方・脱毛にお困りの方

総合髪毛栄養剤

300円

丹頂ホルモニック

金鶴香水株式会社



げなければならぬ数字であるが、表に示すと前掲のようになる。これを参考に一流店を目指さす方は努力されるとよい。しかし、この数字の六五%をあげれば、中小企業庁診断による健全経営店であることも覚えておかれるとよい。

以上見てきたH店の数字は、勿論どの店にも当てはまるものではない。

店舗の大きさ、ストック、店員の数、あるいは消費人口、同業者の数など、いわゆる店及び立地の条件が重要な要素となることはいうまでもない。

その意味で、第二表には、それらの数字を示した。従つて、立地条件に加えて、店の条件がこの場合の数字と同等、ないしはそれを上廻る場合は、このH店と同等ないしはそれ以上の売上げを示すことが可能なわけである。

もし、H店の成績に及ばない場合は店舗設計、商品陳列、サービス、宣伝広告など、あらゆる点で効果のあがる方法を考え直さなければならない。

仕入れ面を見ると

最後に、仕入れ面を見ると、昨年十二月には、例月のストックに加え、百五十万円を新たに仕入れている。

H店では、昨年の売行き傾向からみて、今年の仕入れは、化粧品三五%、和装用品一五%、アクセサリー一五%、スカーフ、手袋などの洋品雑貨一五%、小間物

大阪市内の店の場合

戎橋筋 サンダヤ

「昨年は九月に店舗を改築した直後の勢いと、今では姿を消してしまつたが、例の神武景氣とやらの上げ潮に乗つたのか予想外に伸びて年末を終つたわけですが、まあ夢中で過ぎてしまつたというのが実感ですね。この秋で、改築後第一年度を終つたわけで、第二年度が問題でし

類一五%、その他五%という予算を組んでいる。今年の予定にふれたついでに、H店の今年十二月の装飾、宣伝などの経営予算を記すと次のようになる。

卅二年度十二月経費予算	
店頭装飾	のぼり 四、〇〇〇円
店内装飾	二、〇〇〇円
サービス券	一万枚 三、〇〇〇円
サンタ看板	七、〇〇〇円
計	一六、〇〇〇円

これは、昨年の三万九千八百円に比べると大幅に減少している。

チラシ及び新聞折込み料二万六千円が浮いたからであるが、昨年の体験から効果なしとして今年は止めることにした。その代り、店舗装飾は、昨年の千円に比べ四倍となり、目立つ宣伝を意図している。同店の話では、今年はさらに昨年の二割増の売上げは固いということである。

よう」と店主の脇尾彌三郎氏はいう。

昨年の店舗改築によつて、角店の好条件をフルに活かすと共に、センスに溢れた高級品専門の落ち着いた個性のある店として大きく前進、改装によつて売上げが五割上昇した」といわれる。(売場面積は十二坪から十八坪に拡張)

袋物に今年も主力

だが、何といつても同店扱いの本命は

扱い品目は袋物六〇%、アクセサリー二五%、化粧品一五%の三種で、袋物が主力だが、十二月は袋物がもう少しふくられて六〇%を上廻り、その分だけアクセサリーの扱い量が減るそうだが、昨年暮はハンドバック類の他、Xマス前にはアクセサリーのセットがよく出たといわれる。特に目立つたのはコンパクトで、Xマスプレゼント用として手頃なものなのか(千円前後)男性客も多かった。それと、化粧品セットも案外出たので、今年はこちらにも力を入れたい。資生堂商品を中心に二千四百—五百円のセットを組んでおくつもり」といふ。

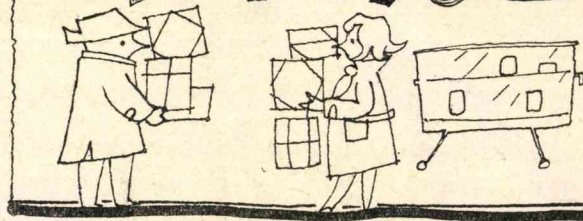
安心してお奨めできる

フランス調の化粧品

ポンジー

株式会社 岡本信太郎商店

年末売上



袋物で、年末の売行きに最大の期待をもつのも当然で、それだけに力の入れようも違い、袋物担当の令息が特に集中的に仕入れを研究、若い店員さんのセンスを活かすよう相談するとともに、店に来るお客の持つ袋物にも絶えず目を光らせてデザイン、色、艶などからもヒントを得るよう努め、同店のデザインによる「留型」も考えているようだ。また、店で売れる袋物の種類、デザイン、色、メーカー名などを毎日記録して売行きの傾向をキヤッチして行くよう努力しているとい

うのだから、力の入れようも分ろう。

「暮に需要期なので、商品選定が当つて波に乗れば面白いほど売れるものだ。今年も苦心しただけに商品選定には自信を持つている。しかし平均単価の面では今年現在までの状態をみると去年に比べて落ちていきますね。去年は高級品で七、八千円のものが出ましたが、今年はせいぜい六千円前後というところ。だから、量の方で相当出して行かなければならないと思う。今年はナイロンの千円―二千円のものがよく出ているようだ。袋物では先ず総体的に売上げを落さぬよう留意することでしょう」というのが袋物についての癖。

昨年の売上げ数字

昨年十二月の売上げ数字についてはハッキリ聞けなかつたが、「ぶつうの月の二倍は売れた」という。普通の月で、毎日平均の客数は二百名以上、一人当りの平均買上げ単価が袋物千円―千五百円、化粧品で二百九十一―三百円、アクセサリが四百円―四百廿円で平均六―七百円の線からみて例月の売上げも大体察しがつこう。

今年の十二月の売上げ目安について「今年は何となく計画はなかなか難しいので、頭をヒネつておられると思う。金融引締めや、景気後退の影響も予想されるが、百貨店や商店街を支える消費購買力はそう下つていないと思う。しかし、

今後、商店の優劣の差が次第に大きくなつて来るだろうとの声もあるのと同様、商品についても売れるものと売れないものとの差が出てきてゐる。暮もこの差が相当甚しくなるのではなからうか。それだけに「商品の選定」が重要視されるわけで、当り前の言葉だが「売れるもの」にあくまで重点をおくことが大切。

私の店でも昨年は改装直後でもあり、お客も好景気のかげ声に乗つて買つてくれたのでしようが、今年はかなり選択して買物をする傾向が出ると思う。自分のセンスで選ぶということでしょう。店の十月の売行きをみると、去年よりいくらか上廻つているので自信はもつてゐるがまあ今年も昨年十二月の一倍半ほどでも無理だと見ている。その意味で、あまり大きな期待はかけていない」と脇尾氏はいう。

歳末のサービスは

同店のある戎橋筋商店会では今年も昨年同様「高島屋」とタイアップして歳末売り出しを行うので、宣伝も自店だけでなくやらせ、チラシも昨年同様やらない。商店会では福引つき売出し（企画は目下検討中）、また同店の加盟している「有名大店」ではラツキカードを出し廿万円現金のほか、全部で百四十万円の商品が当る売出しを行うが、この方の負担は「有名大店」会で毎月加盟店から

【廿五ページへつづく】

洗顔専用 美肌を作る洗粉...



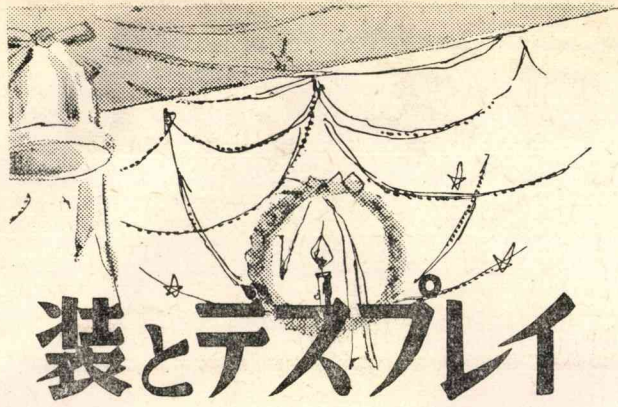
100円

落れを細かす
を蜂蜜の洗粉
を砂糖の洗粉
を黒い洗粉
を白い洗粉
を肌を整え
ます

完全乳化固型洗顔料
エゼ 黒砂糖洗粉

東京 湯瀬化学工業株式会社 秋田

エゼと洗粉
ニヤンプー



装とディスプレイ

中 島 一

比較の容易な方法をとる場合には、なるべくお店の人の手で楽しみながら、出来るようなスタイルを先ず考えて、なるべく早めに材量を購入しておくことである。来るようなスタイルを先ず考えて、なるべく早めに材量を購入しておくことである。簡単な例として、天井、表のガラス等にモールドをゆるく、たるみをとつて張ることは勿論御存知のことと思います。モールにもいろいろな種類があり、金、銀に、色セロファンを張り合せたもの、又、ビニール製のものの、色紙製のもの等等。お店の明るさや周囲の状況に合わせて選定するのですが、装粧品関係では、特に商品そのものが相当派手な色調と光沢をもつものが多く、大きさも、小さいものが主体となりますので、装飾と同調して商品が大変弱くなる傾向が強い。

金、銀主体のモールを廻らせる場合でも、出来れば商品棚、ガラスケースの下部等に、黒ビロード等の強い反対色を用いれば、より効果的です。おすすぬ出来る材料として、グリーンと銀、あるいは金と銀のモールを張り、壁面の所に真赤な造花や、玉等を少々でもよく、さらに天井のたるみの中心に鐘を吊り、又壁面のスペースがあれば、やはりたるみをとつた中心の辺りに、あまり大き過ぎないようにリースを吊り下げます。鐘もリースも各種のサイズがありますので、大き過ぎないよう適当な大きさを探しましょう。

これでも最も簡単な効果的な雰囲気が出せますし、経費も僅かですみます。昨年この方法が多く見受けられました。こ

相当に変化をつける場合には、前述のような方法の他に壁面を広く利用して、豪華な雰囲気創れますし、中央部に支柱を設けて、壮大な感じが盛られます。

小間物類では特に撰択商品が主となりますから、陳列商品の見易さは勿論、お客様の通路も相当に要求されますので、なるべく立体的に、高い空間を利用すること

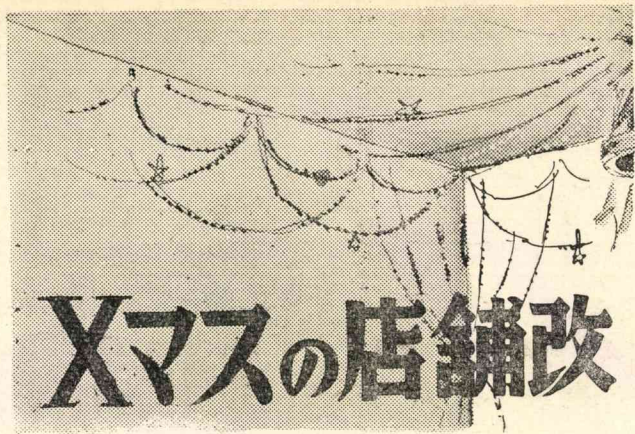
手軽に感じを変える場合

年々盛んになるクリスマスが近づきました。商品の仕入れにも陳列にも、一年のしめくりをつける最盛期に入るわけです。日本の場合、クリスマスは海外諸国のような祭典ではなく何といつてもあの雰囲気年末のすべてでありましょう。ディスプレイもいつの間にか世界的なレベルをもつようになつたといわれます。街ぐるみ又商工会単位として、個々の店も、Xスマのディスプレイには、相当の変化が要求されます。先ず立地条件に基いてクリスマスの総合的な販売対策をたて、ディスプレイの方法を検討するわけですが、大別すればお店の状態を殆んど変えずに比較的簡単に感じを変える方法とクリスマス週間に限り相当にお店のスペースを変えて、ディスプレイによる呼びかけを基とする方法とに分かれます。

の場合、ケースの中や陳列棚、すなわち商品に近い所に、さらに細い金、銀のモールを張るか、造花を散らせる等で、あまりうるさくならぬよう調整することです。明るいケースの場合には、下段にグラスファイバーや、ナイロンパツキングを敷いて、雪の感じを出すのも相当に効果的です。

クリスマス用のショーカトドも、豊富に用意されて、色彩のバランスをとり、お店の持ち味を十分発揮したいものです。このような装飾の他に、お店の一角、又は、中央の一部等にツリーをおき、豆ラムプを導入しますが、この場合お店が明るいと、あまり効果的でなく、むしろモールか綿等の散布が適当です。ウィンドーを利用する場合には、照明を落して、ラムプの明滅を見るようにします。ツリーは勿論お店に合せて適切なサイズを購入します。比較的広いお店でもガラスケースの上に、丈の小さなツリーを配置するのもスマートな感じのするものです。

相当の変化を計る場合



商業デザイナー

るべく個性のあるお店が表現出来、さらに、すぐあとに来る新年のデスプレイも例えばモールを取つて文字を取換える等一部の改装によつて、切換えられるように設計してもらうのが得策でしょう

店の片隅の利用価値

例えば、壁面の一部を利用する場合、組合をパズルのような四角い小型のパネルを数枚作り、黒別珍あるいは黒ラシヤ紙を張り、星や小型リースをつけたり、お店の名称をベニヤ板の切抜きであしらうなどして、壁面に接して吊り、さらにモールドで変化をつけても変わったスタイルになります。パネルの裏面に赤に張り、賀正なり謹賀新年などの文字

を用意すれば、新春の装いに早変わり致します。Xマス週間のみ、色変りのスポットをデスプレイに集中した効果はどうでしょうか。

壁面を派手にするためには、床から天井までの、なるべく広いスペースに、濃いエンジのビロード(別珍)張り、縦長のパネルをはめ込み、白の切抜き文字(出来れば厚手のもの)グリーンのリース、銀のモールに銀のガラス玉等で、十分に、あの何か浮立たせるようなあわただしい年末の空気が現れます。さらに、壁面をのばせば、代表的なセット物、プレゼント用品の効果的な陳列が出来ますし、バックにじかに取付けて、洒落たシヨーカードの一つもほしくなります。

壁面以外、お店の片隅の利用もおススメ出来ます。細長い空間のコナーにも意外な価値を見出せましょう。クリスマス

スツリーも既製のものを排して、スペースに合せて、太い番手の針金で自由な型態を創り、モールなどをまきつけ、造花をあしらえば、スマートなシヨースタンドになります。

展示台をさらに伸展させれば、店内アーチが考えられます。普通、小割程度で十分に耐えませんが、広い天井の高いお店では、天井や床からの持送りを十分に注意します。アーチ型のヤグラを組み、杉の葉、造花、モール等でまき込み、適当な間隔にガラス板を小棚のように配置すれば、豪華な雰囲気を楽しめます。これを新春の売出しに利用することは勿論のことです。このような考察を回らせば、展示台も幾通りかの個性のある方法が見出されます。

この他屋外展示物では、特に風雨のよ

を根本に考えます。専門家に相談する場合でも、お店の方針をよく説明して、な

たスタイルになります。パネルの裏面に赤に張り、賀正なり謹賀新年などの文字

断然売れる商品です!

マジェスト

品質と香料の良さは群を抜く逸品です

セットローション



マジンはたっぷり御座いますから安心して御推販頂けます。

100円

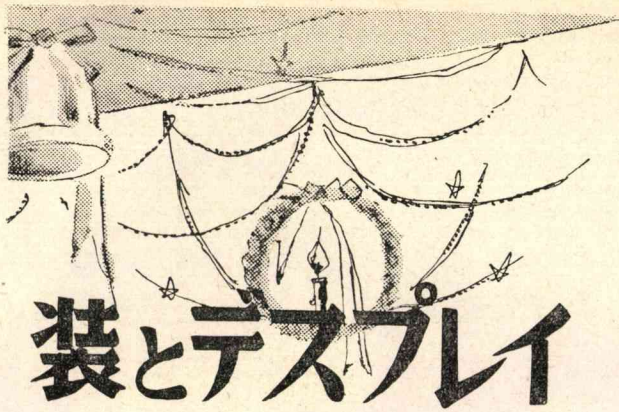
株式会社 みごと
中央区日本橋馬喰町4の9

の考察を必要とします。

新鮮大胆な装飾を

年末、Xマス用のデスブレイに変化を求めるには、既成の材料を出来るだけ使わずに、アイデアの新鮮さをシカに顧客にアツピールさせることを基本として、思い切ったデスブレイを行うべきでしょう。

これも、立地条件や客層の分布によつて、一概にいふべきものではありませんが、この機会のデスブレイによつて、お店が顧客に印象づけられるならば、平常



装とデスブレイ

莫大な宣伝費を費してもあげ得ない収獲となり得る、特に若い客層をもつ化粧品店では「何か」によつてアツピールすることが、セーリングポイントの第一歩ではないでしょうか。

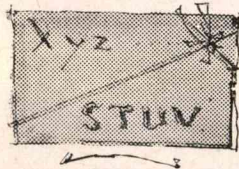
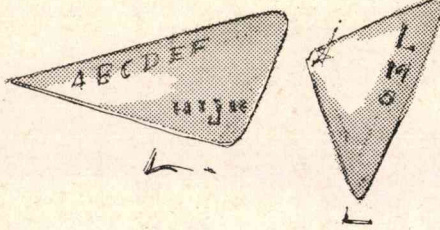
デスブレイと同時に、年末、クリスマスの特長のある商品を、如何に効果的に陳列するかという課題に直面します。

一応客層の安定しつつある今日では、プレゼント用品も全く多岐にわたり、お客様のレベルの向上と相まって、商品面もすべての点において長足に進歩を示しておりますので、一層の工夫を要することは当然と申せましょう。

お客に、先ず見てもらうこと、すなわち、年末ぐるみの雰囲気ともいふべき、一種の見る楽しさから、買う楽しさまでの誘導

段階を設定せねばなりません。年末のあわただしさの中でも、あまりに整理が過ぎて、却て入りにくいお店を街で経験されたことと思いますが、特に、クリスマス前後には、不必要な感じの一つでもありません。

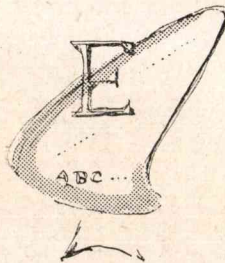
重要な自然のカラー



ショーカードのアイデアいろいろ

お店の方針に従つて、自然に生れたカラーが最も重要な問題でもあります。そのいろいろな要素のうち、客層の調査から、商品の仕入れ、デスブレイの在り方サービスの基本等々、いわば引立役に働かせることが、ある時にはむしろ、リーダー以上の役割さえもつております。これは、各パートの宣伝や絶対的な雰囲気各様に違つるように、又、銀行等でも、バンクカラーを重視しており、軒をつらねた、同じような造作の書店が、皆何らかの特質を保持しているようなのと同じで、個性の表現、独自の方向が、サービス条項の一ページとなります。

必需化の段階とはいひながら、半ば趣味的性格をもつ化粧品の分野は、まだまだ販売促進の工夫が残されてはならないです。



しよつかその一端として相当な潜在力のある宣伝法で、最近しきりに研究されているポストターや、ショーカード、プライスカード類が上げられます。メーカーや関係筋からのポストターを初めとして読ませる誘導は、すでに十分検討されたことと思ひます。ポストターの場合

化粧品・石鹸
の御仕入は
いつも親切勉強で評判の
現金問屋
株式会社 志村商店
東京都中央区日本橋横山町七
電話 (66) 0030・3876・7200番



クリスマス店舗改

には、サイズの規格もおよそ統一されておきますので、お店の調和のとれる場所や、どうしても必要な位置のある時には、重宝なものです。例えば窓を急に遮閉したい時、又壁面や柱の部分でお客様に見せたくない場所の生じた時などで、不自然でないものを選定します。大体において、毎日貼りがえたとしても、あまり数多く使用するとお店の風格をこわすものになります。クリスマス風の装飾と強い配色のポスターは、雑然とした組合せとなります。ピラやチラシ類も、控えとしての見易い位置を探しましょう。

シヨーカードの必要

化粧品の場合は、外装（パッケージ）がそれ自体の組合せにより、相当効果的な配色を得られますので、ケースの中も、棚の上も、相当にぎやかになります。小間物系統の小物では、ケースの中の配色にまで留意することは勿論でなし、価格表示のみのプラスチックカードが、却て邪魔になる場合も多々見受けられます。

ここでシヨーカードの必然性が増大して来るわけです。お店の個性の現われも商品の権威も、実はこの小さいカードによつて相当に左右されるものなのです。この問題は、現段階では、店員教育の重要課題の一つではないでしょうか。出来得れば、関連業種以外の売場も常に見学してアイデアの育成につとめたいものです。

ごく簡単な作用の例は「プレゼントには……」で贈り物の季節を思わせ「御家庭になくてはならぬ……」とあれば生活に溶け込み「……の最も進んだ新製品」で時代のフレッシュな流行を感じさせることが出来ます。シヨーカードの魅力は先ず、手軽に出来て他のお店に真似出来ない表現の躍動があることと、一寸した工夫により経費面にもさして響かないすばらしい宣伝の裏付けになることでしょう。

斬新な殺し文句用意

要点としては、ポスター等に比較して小さな面に盛り込む字数も当然制限されますので要領よく表現すること、すなわち、斬新なアイデアによるキャッチフレーズを常に用意しておくこと。字数は少なければ少いほどよく。これは年末クリスマスばかりでなく、出来るだけ頻繁に差し換えましょう。個性のあるお店を型づくるためにも是非ともアツピルするシヨーカードを創りたいものです。

年末そしてクリスマスらしい雰囲気を出し、売上げを促進させる分野を立地条件や客層、それに総合展示すなわちディスプレイの面積、色彩、光、音響等を経費面からも合理的に割り出して、自分のお店に最も適した対策をたてるように致しましょう。



「特売プーム」

毎月一日、十五日正価販売日

——小売店
(神奈川・ネモ)

「読書の秋」

クリーム説明書をたくさん入れました。

——本舗
(福島・近大)

ヒメ椿

高級版整髪料
の豪華版

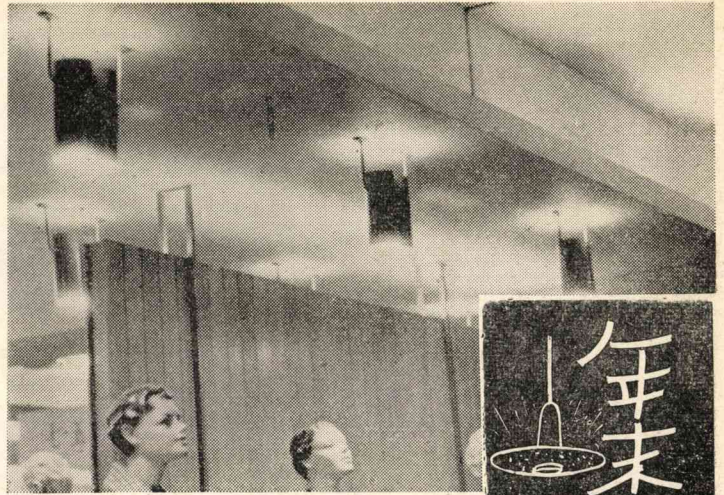
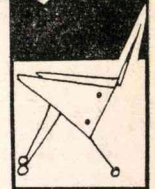
快適な整髪美～優雅な香

ヒメ椿ヘヤークリーム	¥ 200
ヒメ椿ヘヤートニック	¥ 200
ヒメ椿香水香油黒水仙	¥ 150

本舗 株式会社 中村三興堂 東京・墨田区・東駒形4～24

年末の照明と陳列

東芝商事照明課長 笠原 襄
照明学会専門会員



その前に照明というのは、ただ明るくするためだけのものではないことを知つてゐる必要があります。

私達が日常室内に使う灯りは電球と、蛍光ランプの二種ですが、どのランプを選ぶか、どんな器具を使つて、どの位置におくかで、照らしたものの形や、色や地肌感がすつかり違つて見えるのですから、その原則を知つていて、上手に陳列と組合せると、初めてよい照明の工夫となるのです。

みます。なお、正しい色を見せようとするには、電球と昼光色の蛍光ランプとの光をまぜるか、天然昼光色、または天然皆色という呼び名の蛍光ランプを使うかすることが必要です。

ものの地肌感としては、柔らかい感じを出すのなら蛍光ランプを使うか、電球を間接照明にして使うのがよく、その逆で、たとえば艶をくつきり見せるのには電球を直接光でつかうか、蛍光ランプなら、ごく近距離に使うのがよいといえます。

つまり、照明では、明るい暗いのほかに、照明の質ともいうか、ものの特色を發揮させてみせたり、平凡にみせたりする品があるのですから、とかく年末の慌ただしい感じのあるとき、ゆつきり考へている暇の少ない客を相手として、是非ともよい照明をしなくてはならないと考えられます。

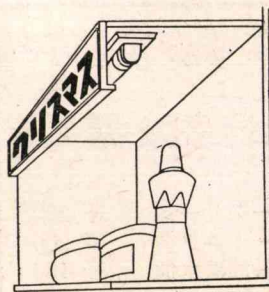
しかし、根本的によい照明をというのでは、この押しつまつた時期にとでも無理という考え方もあるかと思ひます。そこで、ほんの小部分の工夫で、人を引き

年末売出しの作戦はこの手で、と、もうお考えを決めて、着々と進められていくことと思ひますが、お店の照明には何かよいお考えができたでしょうか。照明は夜だけのものと考えてよかつたのは昔のこと、最近のお店では、昼も夜も、ことに日足の短かい、慌ただしい年の暮は、うまい照明がなくては大切な売上げが伸びきれなくなりました。そこで、その照明の工夫なのですが、

ものの形は、光の量、つまり明るさの多小でさまつてくるもので、背景と、ものの明るさが違ふほど輪廓がはつきりしてきますし、ものの表面の凹凸や立体感、は二方向から光をとつて、この二方向の光の量が違ふほどくつきりしてきます。ものの色は、ものの色と同じ色光の多い光をあてると色がさへ(たとえは赤いものに電球、青いものに昼光色という呼び名の蛍光ランプ)その逆だと色がくす

つけて思はず買いたくなる方法はないものかということになります。もちろん、これは大変むづかしいことではないといつてしまいたいのですが、二つ三つ、私の工夫を考えてみました。この中に、長年の皆様方の御商売してらつしやるカンから、なるほどこれならいける、とか、このところを少しかえれば、うまい手があるところというのが、必ずあるつもりです。御自分のお店の様子と考へ合せて、以下の方法を、どこに採用したらよいか、お考え頂きたいと思ひます。

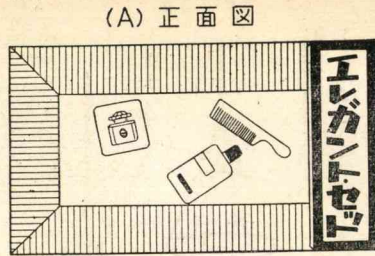
(一) 小型蛍光ランプの利用



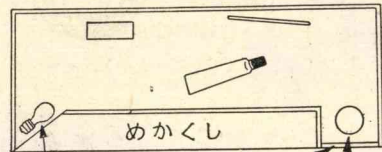
第1図 平凡だが確實なトップライト

今までの二〇W、一五Wよりもつと小型の六Wなどという蛍光ランプも発売されているので、この二〇W以下の蛍光ランプを使う陳列を考えてみましょう。この手法はいずれも、ランプを見せないのが秘訣で、その要領を第一図から第四図に示してみました。

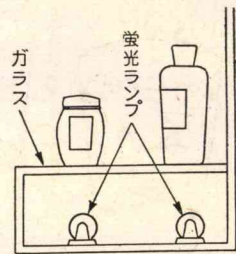
第2図 エレガントなプロセニウム法



(A) 正面図

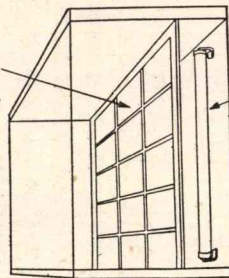


(B) 上から見た配置



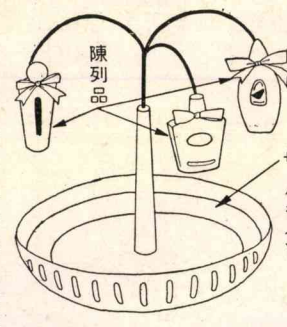
第3図

おもしろい味のあるフットライト

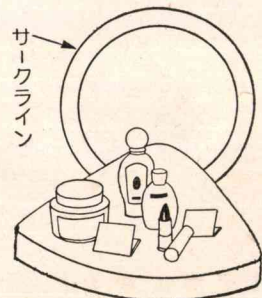


第4図

小さいでしゃれた手法のバックライト

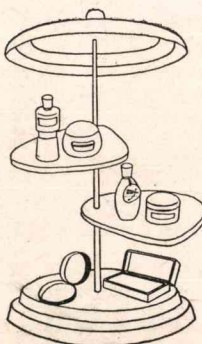


第5図 サークライン(1)



第6図 サークライン(2)

第7図 サークライン(3)



サークライン台

第1図は一番簡単に出来る方法です。第2図は額縁に仕上げ、プレゼントセットの感じ。第3図、第4図は感覚的な素晴らしさをつくりあげる方法です。

環型の螢光灯ランプには四C W、三三W三〇W、二〇Wなど四通りの大きさがありますので、工夫一つでいろいろなディスプレイが出来ます。ここでは基本的な四通りの方法を第

も見えなお目立ちます。第7図は陳列台。第8図は天井から吊りさげる陳列、いずれもトップライトの照明です。

ついでに、第9図に照明なき吊りさげ陳列の例を二つ示してみました。少し太目の針金でつくつて、白とか赤とか色で塗り

(2) サークラインの利用

(3) 吊りさげ陳列の例

午後9時の美容運動



午後9時は家庭の主婦も未婚女性も、今日の疲れから解放され、今日できたシワの原因を今日中に回復出来る唯一のチャンスです。午後9時は肌の生理上、肌の老化を阻止するために肌が一番手当を求めている時間です。午後9時にナインコールドで、3分間のマッサージ、それだけで肌は若さを持続します

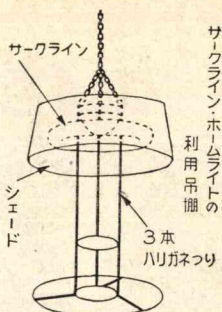


200円

ピアスのナインコールドは商品自身、午後九時の美容運動と云う目的をもつ画期的化粧品で、今迄どの化粧品も解り出来なかつたシワに取組み研究の結果、遂にシワを征服する新製品です。日本女性からシワを追放するナインコールドを多くのお客様に知って頂く為、試供品も今迄

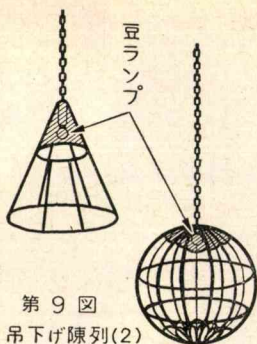
あげれば、店内に変化が出来て、引立つた感じができます。

(4) クリスマスの陳列



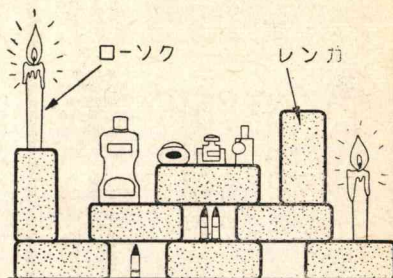
第8図 吊下げ陳列(1)

クリスマスらしい感じをつくるために店内の一角を暗くしあげて、蠟燭を使うのも一方法と思います。第10図はその一例ですが、蠟燭が火災上あぶないとしたら、第11図のようにするのがよい方法です。店内の一角を暗くするのが不都合な場合はかまいませんから、この陳列に反



第9図 吊下げ陳列(2)

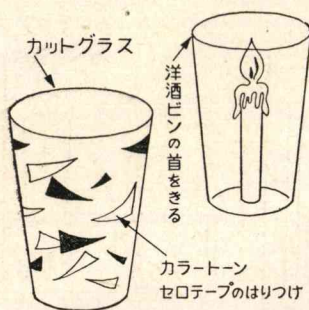
射型投光電球をあてて、まわりより明るくすればよいでしょう。なお、この場合には、投光電球の前に赤いゼラチン紙をおいて、色のある照明にするのも面白いでしょう。



第10図 クリスマスらしい陳列にローソクの照明

クリスマスらしい陳列として、クリスマスツリーを象徴化した陳列台の工夫がいろいろありますが、その一例として第12図を示してみました。これらの台は大き目なものになり勝ちですから、下段が暗くなっているのを見かけます。これは大変損なやり方ですから、棚をガラス板にするとか、図のようなデザインにするとか工夫するのがとくです。

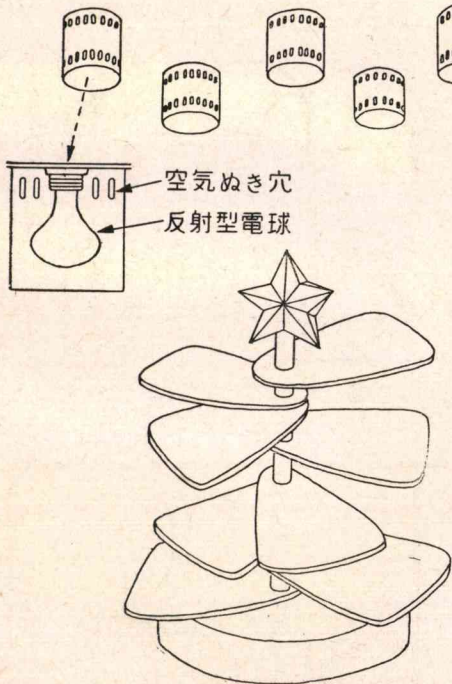
第11図 ローソクの工夫



この例では、天井に茶臼つ型の器具をつけて照明する方法を示してみました。器具の数は、陳列台の大きさと二灯、三灯、四灯でもよいわけです。ランプは反射型の投光電球で、天井の高さで、一〇〇W、一五〇W、二〇〇Wと適当に選ぶのがよいでしょう。なお、器具内に熱がたまるとランプの寿命が短かくなりますので、熱抜き穴をつけるのがよいのです。器具の色は、そろって真つ黒に塗るか、一つ一つ色違いに塗るのが面白いでしょう。

さて、以上いくつかの例を書いてまいりましたが、これをもつと大がかりに行う方法もあり、二つ以上の方法を組合せる方法もあります。

第12図 クリスマスデコレーション照明



第13図は、第2図の方法を大きくした例で、それ

その陳列品の味わいや形を生かして配列する方法を示してはあります。せんが、上に四〇Wの蛍光灯ランプを一本つけて共通に照明し、それぞれの照明補助の照明

発明優秀賞に輝く

紙が糊になる...

蛍光染料・薬水入

Yシャツ カラー糊

特許

紙糊

かみのり

水にといてすぐ使える

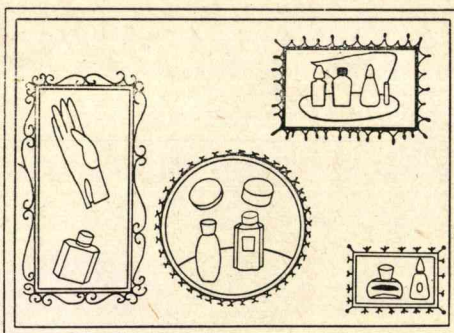
10枚入.....	¥ 40
30枚入(徳用).....	¥100
70枚入(大徳用).....	¥200
進物用.....	¥300

PAT. No. 191537
No. 404202

特許「紙糊」本舗 **みその化学K.K**

第13 図

棚の一角を利用したドルックス・ディスプレイ



をつけるのも一方法ですし、右上の枠と中央下の枠を兼ねて、二〇Wの蛍光ランプを一本つけて、右上は第3図の手法、中央下は第一図の手法とし、左の枠は第2図の工夫、右下は、第4図の手法という組合せを行うのなども、優れた一方法といえるわけです。

さて、以上いくつかの陳列照明を書きました。照明家の立場として、一つ、こんな設備をしたらと、かねがね考えていることがありますので、おわりにそれを申述べてみたいと思います。
大きくつくるのなら、仮縫室位の大きさ、小さく行うのなら大型の箱を使うのですが、おしやれコーナーとか、カラーハイモニボックスという名で、天井部に、電球、昼光色蛍光ランプ、真天然昼光色の蛍光ランプをつけたものです。

何故、こんなものをつくるのかというと、同じものがどんなに色が変わるかからせてお客様の相談相手になるためなのです。

あるお嬢さんの生活を考えて見ましょう。朝暗いので電球をつけてお化粧をします。これは赤味が目立つ光線です。それから日向の道を通つて会社へ行きます。ここでは赤味のくすむ蛍光ランプがついていて、ローズ系の赤などはドス黒く見えます。会社からの帰りに映画とか、喫茶店とかにいつたとしたら、また色が変つてみえることでしょう。

常に美しくありたいのは誰しもの願いですが、これでは美容も配色も合なしなのです。

そこで、どの光線ではどんな色に変わるかつかつていれば、事前に配色の組合せとか、口紅をハンドバックに二本しのばせるとかで、それをさけることが出来るのです。

そんなことをお客様の相談相手になつてあげるため、蛍光ランプで見える色、電球で見える色、日なたで見える色（電球と昼光色蛍光ランプを一緒につける）北窓の晴れ空で見える色（真天然昼光色の蛍光ランプ）がわかる仕組をつくらうということなのです。

そしてこれは何も年末の照明を限りませんが、冬は日が短いので特に必要ではないかと思ひます。

【二十七ページからつづく】

の八千五百円の積立て宣伝費でまかなう同店では「歳暮売り出し」よりも「クリスマスセール」といつた傾向に売出しの重点をおき、店舗の装飾もXマスらしい雲間気を出すよう力を傾注する。昨年はこの装飾一切（ウインド・ディスプレイも含め）に十二―三万の費用を投じた。客足を集めるのは、うちの場合など商店街の共同売出しを利用すれば十分ではないか。その代り、店の装飾には力を入れた方がよい。そうだ。戎橋商店街では、昨年は同じ商店街の喫茶店十店を選定して、千円買上毎にコーヒ―・ケーキ券進呈のサービスを行ったのが割合好評で、ことに若い人にうけたといわれる。

クリスマスセールに入るのは十一月廿五日からで、この期間の十二月五日から廿五日のクリスマスまでの廿日間、Xマスの包装紙を使用する。昨年は二連（二千枚）で印刷費は二万円だった。この月の客入りのピークは廿日から廿五日まで、十二月を廿日で二分してみると、去年は廿日以後の売上げがそれ以前の十九日間を上廻つた。」

また、歳末の問題から離れるが「ウインドウに陳列している新しい商品に「買約済」の札をつけるのも販売テクニクの一つと考えている。これは将来実施したい」という言葉にも同店の絶えざる販売の創意工夫と積極性がうかがわれる。

お髪を生命を伸ばす
ヘアークリームの新時代です！

— 黒ばら・ネオポアン —

黒ばら 山野愛子先生推奨

ネオポアン L G
エル ジェル

養毛剤ネオスクアラン・ラノリン配合

東京・株式会社 うた 椿



¥100 ¥200

¥200

恋人コーナー



東京商工会議所相談所長

高橋 重一

小売店なども最近のように競争が激しくなると、尋常一様のことでは繁栄は期せられない。百貨店などもある手、この手をつくし、何々コーナー

客の印象に残る店に

1など、気の利いた広場に関連商品を陳列して好成績をあげている。そこで、この年末の商機を物にするために「恋人コーナー」などどうだろう。

街を歩いて気をつくことは、改造した商店の殆んどが、業種によって一つの型が出来ているように、店構え、陳列ケースの置き方などが同じように見えることだ。

薬局、洋装店、靴店、菓子店、食肉店、酒店、おしやれ用品店、化粧品店など

いずれも店舗は申し合わせたように同じスタイルになっている。

丁度、東京都商店コンクリルの審査に立合つて店内を見たのだが、店頭の構えと同じように、店内の陳列商品の置場、照明の取付け方など、ピッタリ合つていたところもあり、さつき審査した店ではないかとまでつい迷うような店もあつた。このように業種によつて店舗の構え方が同じであることが、悪いというのでは

ない。幾歳月かかかつて作り上げた、感じのよい、見やすい、選びやすく、買いやすい店舗は、薬局はこうゆうようにした方がいい、化粧品店はこうゆうように店内に配置をすればいいということに落着いた結果だと思ふ。

二 売場に変化と個性

ウィンドーの取付け方、陳列ケースの位置が一番その商売に適しているなら、陳列商品に変化をもたせ、照明に意をもちいると、同じ型でも、印象にのこる店になりはしないか。印象にのこる店、つまりお客におぼえられる店になり、お客の来店頻度も多くなる。

よくデパートでは、売場の一角に「ジュニア・ショップ」といつた、若いお客に向くものを陳列して、売場に変化と個性をもたせ、売上にいい影響をあたえて

ある洋品、生地店など、連日買物客で店内が雑踏しているところから、売場の隅にアクセサリー売場をもうけ、うるお

いをもたせ、買物につかれたお客の眼を休めるようにし、買物客の気持を和やかにしている。

こんなところから、一般の化粧品店でも、狭ければ狭いなりに、壁面陳列の一部なり、隅の一角に、甘才前後のお客に向くものだけを陳列しコイビト・コーナーと名づけたら、比較的値段の安い人形や令嬢雑貨、アクセサリーなどを集中陳列して、「高校生ショップ」など適当に名前をそえて表示すれば、若いお客の目をたのしませ、お客の話題にもなり、売上げにいい影響をあたえるだろう。それから、クリスマスに備えて、店内にサンタクロース、聖木、やどり木、かね、星、となかい、煙突、ソリ、金銀モールなどの装飾品をつけるが、これに合せて若い人をねらつた贈答品の陳列コー

ナーも必要である。

二 夢をはらむ包装を二

夢をはらんでいるような商品が中心になるが、クリスマス用の包装紙にリボンをつけた外装を表現したものをそえるのも必要だし、リボンのむすび方も、七、八種の花型にむすべるようだから、いろいろな型のものも陳列商品のアクセサリとして出したいものである。

いずれにしても、売場にそれぞれ陳列なり商品で特長をだすことが、若いお客を引きつけることになり、店舗にも持味がでてきて、お客の買物習慣をそだてることになる。

次に売出しだが、年末は殆んどのお店は商店街が連合して福引大売出しなどをするので、これらと共同して行うが、予算がゆるせたら、平常来店してくれるお客の優待はいかがですか。もつとも、常時サビビス・カードによつて割もどしのも形で、景品を出しているお店が多いと思うが、このような場合はクリスマスまでの前つまり十日から廿一日頃にかけて、二、三日、期日をきめてサビビス・カードを持参して買物にきたお客には、だれにも店の名入りのクリスマスのおくりものをしたり、宝くじ式のラツキー・カードを呈すると、いう旨を宛名広告などで前もつて宣伝し、年末用品やクリスマス用品を早目に売出すようにすればそれだ

け効果が上るだろう。つまりクリスマスの前夜に繁華街やデパートに流れるお客をつかむことが目的である。

二 気のきいた景品も二

サビビス・カードをもちいていない店はクリスマス前の二、三日きめた日に同じように景品を出してお客を自店に引とめるようにするのは当然である。

景品はあくまで夢をもつたもので、平凡なものではいくら高いものでも効果がうすい。

同じ靴ペラにしても、ビニール製で紐の先にはかざりカギをつけ、このカギに「幸運のカギ」という見だしで、「このカギを持つ者はあらゆる幸運の門を開く

事が出来る」などと英文なり日本語でいれるのもいいものだ。

また関東地方なり、九州地方と全国を大きく分けて、その地方の郷土玩具などを全国物産館所などから集め、お客の出身地をきいて、それぞれ地方の郷土玩具など出すのも、客層によつていいだろう。

それから、お店の場所によつて、年末にお買上くださったお客を新年の初売に優待するため、福袋サビビスカードなどわたし、初売にカードを持参して来店したお客に福袋を出すのもほほえましい。要するに、年末おしつまる前に早く売することはそれだけ売上が伸びることになる

ともこれを続けたい。

②昨年までは、化粧品とアクセサリに限らず、客の注文を取り寄せていたが、結局ロスが出て雑貨類は全くダメだったそこで今後は、化粧品とアクセサリに取り扱いを絞って行きたい。


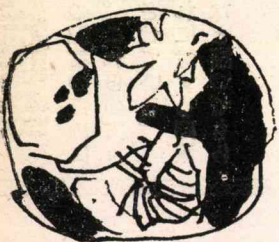
売込講習で

三 次市 マツヤ化粧品店

①昨年下半年から外売をやり、一場所です五人から十人を集め、売込み講習を始めたところ、大いにやりがいがあり、今後

アンケート

- ① 昨年はこれで良かった
- ② 昨年はこれが失敗だった
- ③ 今年はこう手配

お髻のために最もよい

椿油の代表品

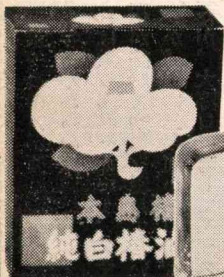


二〇〇円、一五〇円、一〇〇円

本島椿



パーマにも最適です



50cc 200円

か提るが

【本紙】本日、お集り願いました方々は、都内を始め近県の有力な小売店の経営実践家ばかりでありますから、いろいろなお話の中からどうして、一年で最大のチャンスである年末に自店の売上げを増進させるか、ということに内容をしばつていただきまして、これをお読みになる方々に、何らかの示唆、あるいはアイデアなりヒントなりをお与え下されば大変結構なこ

都内・近県有力小売の座談会

百の論議を尽すより、一つの実践が果す意義ははるかに大きいここに収めた座談会記録は、その意味で読者に何らかの示唆を与えるものと思う。この記事のために御登場願つたのは、東京都内及び近県の一流化粧品店を経営するエキスパートばかり。これらの方々

クリスマス的重要性

とと考えております。

C コリや非常に難かしい問題だよ。ただ、最近の傾向で一ついえる特長はね Xマスが、暮の卅、卅一日に劣らぬ大きなヤマになつてきていることだ。

E ええ、それは地方と都会にかかわらずいえることですね。

B そう、うちの方でもそれはいえるでしょうね。しかし、その中での特長をさうに見究めると、Xマスプレゼントは、化粧品より、アクセサリー、化粧品関係が圧倒的だね。しかし、プレゼントも、

出席者 敬称略 順不同

- 川崎市 サンライト 田中富雄
- 大宮市 吉野屋 静 喜作
- 千葉市 市原化粧品店 市原賢章
- 都内新宿区 佐和屋 尾沢正二
- 同 目黒区 大野屋 森相昭一

【本紙】

桑原記者
対馬記者

の貴重な体験と怠りない研究心は、たえず経営の羅針盤を「これからの方向」に向けさせている。今回は特に、話題を年末の売上げ増進策にしぼつていただき、最近の年末の傾向、それに対する商策など今年からすぐに行なう具体的な例、ぜひ念頭においておかねばならぬ事柄など語つてもらつた。

本日に家庭的なハンカチの詰合せだとか 百円から二百円ぐらいのコンパクトだとかつてところに着ちつていよう



田中富雄氏

る売上げは年々上昇してきている。

A 贈物が小型化されてきただけに利潤は低いですね。

E うちの場合、やはり最高は卅一日だが、廿四日は卅一日の一〇〇に對する八〇でやはり力を置いている。出るものを見るとイヤリング、ブローチ、状差し：オルゴールはあまり出ない。卅一日になるとプラジャーなんかまだ出る。

A 私の方では、プレゼントの一定額を

職場で決めるらしく、Xマスは低調化した。卅、卅一日の方が売れるようだ。それは廿九年ごろからの傾向だ。

D それは違ふんじゃないか、Xマスからの宣伝が終局で効果を現わすというのではないか。私は三年前からの統計を出して見たが、大晦日に対してXマスは五六〇%の売上げしか示さなかつたが、一昨年の場合、廿四日はその前年の三〇%増しであるのに大晦日は二〇%しか増していない。さらに去年も、大晦日より廿四日の方が比率が大きくなつてい

る。これをみると、Xマスが、年末に占める地位は年々高くなつていくのではないかと思う。だから、個人の意見としてはこれからは、Xマスに力を入れていくべきじゃないかと考えている。大体、大晦日は商人が儲けるために売出しをやつてい

年末の商機を

C その日本髪が
このごろはすたれ
たようだ。地域的
な背景とか条件に
もよるが、去年は
一昨年比べて結
う人が少なくなつた
ペーパの普及や生
活様式の変化から
一般的な傾向でも
あるだろうが、日
本髪は殆ど貸カッ
ラで間に合わされ
ているから、カモ
ジも殆ど売れなく
なつた。

B うちの方みた
いな工場地帯では
やはりそうだ。髪
飾りは昔からのものを使うが、髪型の方
は新日本髪とかいつて自宅で間に合わせ

B つまり、Xマスには洋装系統のもの
に力を入れるべきだね。同時に業界とし
ても、Xマスには贈物をするのだという
概念を一般の人に与えるようなP・Rを
すべきだね。

D 特にメーカーは、この時期をP・R
チャンスとして逃すべきじゃない。

C その点、映画の影響は大きいよ。ス
クリーンでも、映画の雑誌でも、このご
ろネットワークをしている写真が少ないが
忽ちネットワークが売れなくなつた。逆に
イヤリングが出てるんだ。

B イヤリングは、洋装のときだけにす
るものではなくて、家庭の奥さんが和装

のときでもつけることだできるんだから
啓蒙の如何によつては、まだまだ売れる
商品だ。



静喜作氏

C だか
ら、われ
われは、
時代の流
れを敏感
にとらえ
なければ
……洋
画ぐらい
は……私
は見てな
いけれどたまには見なくちやいかん。
E 見なくちやいけません。
B 結局、われわれは老いぼれてはいか
んということですよ。(一同同感)

D 特に若い人のセンスはなかなか高い
から、仕入れもそれに先んじるように勉
強しなけりやね。

C それには、店頭で接客から身に学
びとらなけりやならないと思う。そうい
う意味では、女の子の方が仕入れに向く
場合もある。

E ですから、仕入れを習らわせるなら
家内の方がいい。

D そういうことが分らん人は、この商
売をする資格がない。(笑声)

E 昔だつたら、去年残つた和装品を出
すなんてこともできたが、今はできない
C 例えは扇子だ。紙の扇子はそれがで
きたが、今は布地だから駄目だ。

E それに、扇子そのものが売れなくな
つてきた。

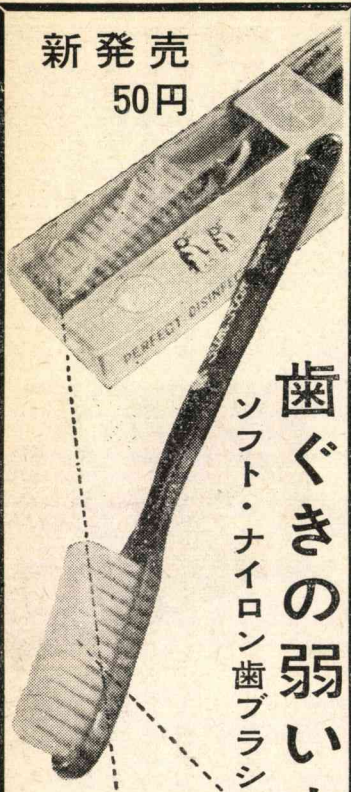
C どこへいつても冷房だからね。あれ
で儲けることはできないよ。

「本紙」では、一つこの辺で、今年
は新日本髪とかいつて自宅で間に合わせ

「本紙」では、一つこの辺で、今年
は新日本髪とかいつて自宅で間に合わせ

歯ぐきの弱い方に…

ソフト・ナイロン歯ブラシ



新発売
50円

毛は…従来の歯ブラシより細くなつていますから
歯ざわりがやわらかく、もちも大へんよくなりました。

包装は…サンスター歯ブラシ独特の消毒法で
滅菌消毒のまゝポリエチレンに密封、更に美
しい外面に入れた100%衛生的な二重包装です。



ソフト
サンスター
ハブラシ
製造発売元

サンスター歯刷牙株式会社

どう提えるか

C 開していただきたいんですが。そんなのがあつたらききたい方だよ
(笑声)

D 奇抜なアイデアは、人に話せないよ
うな愚劣なものである場合が多いし……

B 私はよそのいいのがあつたら真似よ
うと思う。受け売り大いに結構だ。

A そりや、そうですね。お客の気持と
いうものは同じなんです。一方で当
つたものは一方でもいいんだから。

B それにね、うちの方では東京と比べ
て流行は一年遅れる。だから、去年あた
り流行つた物の残りを横山町あたりで買
いあさろうと思つ
てる。

E じゃ、うちの
売れ残りを……お安
くしておきますよ
(笑声)

C 実は、うちで
は美容室を作つた
んです。今年は、
この美容室の利用
で、化粧品の上
げを伸ばしていこ
うと思つている。

E うちの場合は
年末はすべて店頭
販売の勝負でやつ
ています。

D 予算をかける
ことだけが能じや



立ち止らせる。ティーンエイジャーなん
か特に浮気だから、注意をこつちへ集中
させなけりやいけない。もう一つは音の
宣伝。今年の夏、テープレコーダーでハ
ンパ物をP・Rしたら当つた。Xマスは
エレガントな曲で若い人を引きつける。
去年やつたらやはり大当りだつた。確か

ない第一
に、私は
装飾は大
胆に、そ
してカラ
ーを生か
すという
ことに気
を配る。
とにかく
店の前を
通ると、
通行人が
ああ化
粧品屋
だ”と思
うように
なるほど
それを習
慣づけた
い。

C 目に
つかせる
んだね。

D そう

に立ち止つてくれたもののね。
E うちは、ジングルベルのオルゴール
をウインドウに入れ、そのウインドンに
セットものを入れてる。

D 外へ出したらいい。ただし、八時以
後は騒音防止法でうるさいが……。だが
それを恐がつてちやデパートに対抗でき
ない。それからもう一つ包装。有名店や
デパートは包装が分るが、小売店はそう
じやない。つまり、どんな包装紙でどん
な包装をしてくれるのかお客に分らない
わけだ。特にXマスプレゼントは、包装
半分中味半分の値打だからウインドウに
は包装紙や包装例まで展示して、相手の
心理を考えながらウインドウで買物を決
めさせる
ようにし
たい。こ
の期間は
個性的な
凝つたウ
インドウ
よりも、
広く浅く
買物の便
宜を計る

D 大切な店の雰囲気

E 市原賢章氏



市原賢章氏
宜を計る
ようなもの
がいい。そ
れから、店
主を始め
店員がXマ
スの雰囲気
で売るとい
うことも案
外大切なこ
とだ。店全
体がXマ
スの雰囲気
になること
だ。

B これは、七
五三でやると
いいんだが
記念写真をと
つてやるとい
い。勿論、ア
マチュアでい
いが、買物し
ている姿とい
うのがうける
。原版と手札
伸しをあげて
廿四位のサー
ビスだが……

E しかし、Xマ
スみたいにご
つた返して
いるときは無
理だ。正月な
らいいだろ

A 私のところは、別に新しいアイ
デアもないが、そのような線に沿つてやつ
てきている。去年の例では、店内装飾は、
赤と白のコントラストで店全体を統一し
た。また、Xマスカードと包装紙は十二
月初旬に展示したり、ハンドバッグのプ
レゼント用を紐でつるしたりした。しか
し、私のところは、温室地帯だから、都
内の店のアイデアを利用したら効果はて
きめんだ。

有名化粧品 問屋

有限会社

井田両国堂

東京都台東区浅草橋1の3
電話 東京(85) 7234~8

年末の商機を

C そう、それは確かに間違いない。分らないだろうと思っても客はいつか分る。助平根性だしたらだめだ。

E 例えば、ラバーブルやアコールなんかの有名品だと絶対に安心して売れるし文句がこない。売る方にとっては、銀座と同じだ、ということ、品質を強調できることは第一に必要なことだ。

B しかし、最近の客は十年のなじみ客でも安い方へいつてしまう。

E それは、われわれが悪い。(笑声)

D 率の悪いものは品質がよい。

C ということは回転がいいということ

うね。(一同同感)

D とにかく、デパートと同じものを同じ価格で、よりのいい包装で売れば負けることはない。

儲け主義の仕入失敗

E デパートと対抗するには、メーカーものを仕入れるということも大切だ。マジジン目当てで変なものを仕入れると全然だめだ。

C うちは、さつきいつた美容室を生かしていくやり方が今年の策だな。正直のところ、皆さんのいわれたことは参考になつた。

A うちは、どうもスランプだ。

E いやあ、お宅は拜見にいつたが、一流店でもあるし、何かあるでしょう。

A いや、確かに皆さんのいわれた積極的アイデアは必要だと思ふ……。

それから考えることは、われわれ小売の宣伝はデパートに比べて非常に遅い。

D Xマス宣伝は、十一月一日から初めようと思う。そうでもしないと他店や、デパートに遅れをとるからね。そのためには、少し金がかかっても、一カ月や一カ月半はもつ宣伝物を作りたい。



尾沢正二氏

だ。

B それは確かだね。ミツワ、牛乳の例を引くまでもない

E 一度はだませても、永久にその客をだますことはできない(一同同感)

森相昭一氏

困気でもり上げる。つまり飾りつけが主になるね。

【五三ページへつづく】



【本紙】年末の宣伝は先刻お話ができましたが、どんなふうによつておられますか。

B 私個人としてはやつてないんです。商店街としてやるんですから。

C うちも商店街にタイアップするが、サービス券なんか、化粧品店では出すだけ損になるね。

B Xマスで凄いいというのはオモチャが大晦日の二倍だつていうからね。

D 恐れるに足らず。例えば一昨年街路へ戸板を出してワンワン物語を売りまくつた。われわれには、あいつた動物などもあるし、オモチャ屋のセルロイドとは十分対抗できる。

A 特にお客の年令層は、年末は広くなりますしね。

D 四十すぎると、Xマスには縁がうすくなるが、赤ちゃんから廿五才位までを対象にできるんじゃないか。

季節のトツプ・モード!!

毎度御引立に預り誠に有難く存じます。窓々装粧品の需要期が参りました。式部では常に斬新な商品を豊富に取揃え、皆様の御来店をお待ち申し上げます。

株式会社 式部

大阪・南久宝寺町3・TEL (25) 2640・0290

- ネックチーフ 風防手鏡 スリッパ
- 手袋 ブラジャー 婦人靴下
- 化粧パフ ニッパ 御化粧刷毛



株式会社 式部

贈答セット

贈答セットといつても単に商品の組合せの時代は過ぎ、すべて新鮮な着想がセーリングポイントとなりつつあります。欧米でもプレゼントのヒントには商社側も個々のアイデアマンを養成して、商品として、パッケージ類のユニットシステムからセットの研究に大変な努力を傾けており、パッケージ自体が十二分にその機能をもったピツクリ箱そののけのマニユキユアセットから、ジュニア向けのアクセサリケースなど各ポジションのアイデアセールスに大童の様子です。

国内も近年贈答用品、プレゼントなど、大巾にその需用を増しております。組合せの要点は手軽で気の利いた、ということになるので、洒落た組合せ、スマートなセットをねらいたいものです。



新橋附近のバイ一屋

銀ブラの折りの純喫茶と、サラリーマンの生活は、日銀政策のしわよせを小売店が心配する程つまつてはいないようだ。

そこで、ポナナスでさらに豊かになる消費者のポケットを頭に入れて、人工衛星売上増進法(回転率の早い販売法)を考えてみた。案はプレゼント用組合せセットであるが

おすすめしたいと思う。今、われわれ小売業者にとつては、三ツの魅力あるシーズンがやつてきている。Xマス、歳暮、年初めと売上げ増進

のよいチャンスである。これに向けて、

組合せセットを飾るのであるが、手持品を使つてのストック一掃もよいが、フレツシユが生命の装粧品店は新たな仕入れで活気を添え、グラビアページの写真にあるようなデコレーションリボンで美しい感じと意味を現わしたい。



純情時代(在校中の消費者を対象)
恋愛時代(彼氏と彼女のプレゼント)

結婚時代(卒業祝、入社祝、新婚祝)などのテーマでセットを組むのもよい。また、組合せる品物で、ハンカチ(縁切れ)靴下は嫌われるというが、ハンカチはイギリスでは愛のシンボルとして取り

かわされたこともあり、靴下はサンタク

ロースのプレゼントを受けるといふ幸福のシンボルである点を啓蒙されるとよい

▽: 包装紙のこと

包装紙のよし悪しでお店の印象も左右されるから、イメージオーダーでも、デザインの良いものを選ぶことが必要である。包装紙には、住所、店名、マーク、取扱品などの印刷がよく見えるもの(電卓式包装紙)それらがコーナーにあり、つましい感じを与えるもの(ハイヤー式)があるが、お店の経営方針でどちらかを選んで下さい。

▽: 組合せセットの特長

① 伸縮自在の販売方法である セットの仕方では価格は自由

素肌から美しく!

ニキビ・そばかす・シミ・色黒に素晴らしい効果

美肌薬用クリーム



ケイコ ¥ 50 ¥ 150 ¥ 300
ネオケイコ ¥ 200 ¥ 350

ケイコ製薬KK 東京・渋谷区代々木深町1609
電話 (37) 4998番

② 新しい感覚が現れる 造花を添えるなどすれば感覚が一変する
③ ストックが一掃できる セットすれば正価販売できるなど種々ある。

▽: セットのアクセサリ

リボンで結んだ上へ、中身の品とマッチしたブローチを添える。例えば贈り主の先方に子供さんがあれば、子供用ブローチをつけるなどするとよい。これはまた、金額の調節もできる。

▽: リボン結型種類

セットのアクセサリは、やはりリボンが一番であるが、これは結び型の種類によつて、意味や感覚が変わるので重視しなければならない。

今回は、新案のマジックボー（魅力的結型）の名称の幾つかを紹介しよう。（グラビア写真参照）

菊変型紅白結、松結、梅結、L・Gボー（夫婦結びの意）ボンセチャーパー、カーネーションボー、サンタクローズボー、三本合蝶結、その他、パリの想い出カナダカツプ記念、イタリー、ソロモン王の指輪、と日常の出来事や歴史伝説からいろいろのアイデアが生れる。

要は、これらの折角の思いつきを殺さない工夫が必要である。

それには、早くから宛名広告、チラシウインドディスプレイなど広く知らしめる手段を活用しなければならぬ。ウインドウへ飾る場合は、カードにセットの名称を書いて添え、結び型の意味やセットの解説をつけるとよい。

▽…セットの成功実例

ツカのモンパリ時代より十年も昔の話だが、ヨーロッパへ商業視察に行った三越の豊泉益三氏が、英国のリバー社で三越のマーク入石鹸を、同じくクリステイ社で帽子を、イタリーでは弗入を、ドイツでは十六種に切れるポケットハサミをフランスでリボンを、というように、珍らしい品を多量に仕入れ、その消化方法として石鹸中心の、日本で最初の考案となつた組合せセットを作つた。この陳列が大いにヒットし、第一番に株式取引所からプレゼント用に大量注文があり、引続

き各会社からも注文があつて、短期間にセットした品を売りつくしたことがあつた。セットの考案者も豊泉氏であつた。

▽…若返り販売法

商品が組合せセットやカードで若返つた店主や店員も若返らなければならぬ。私も、写真のようにXマスの「ひいら

セットの試み

（グラビア写真参照）

ぎで作つた蝶ネクタイを結んで店に出ようと張切つている。（三二・一〇・二二）※グラビヤ写真のセットの値段。

人工衛星 一八〇〇円、オーロラ 一五〇〇円、安全週間 六五〇円、オランダ 一一一〇円、新年の部屋 一五三〇円、初夢 五四五円、高砂の……七八〇円、円満なホーム 一四八〇円

名称	結型	セット品	解説
オランダ娘	サンタクローズボー	風車・インクスタンド・石けん・白ハンカチ・チユウリップ・ブローチ	石けんはオランダ娘の洗たく好きを現わす。チユウリップは本場初春は温泉で休養
初夢	L・Gボー	化粧セット・はみがき・石鹸・タオル・ナイロン袋	愛は永久（花言葉）母の日にもよい
円満な	カーネーションボー	サンテックス金属糸入帯	犬は来年の十二支。また安産の伝説
新年の部屋	松結	犬小屋オルゴールに犬型服ブラシ・犬の灰皿	これは、ピアスの新聞広告に使用した鏡と同品、この切抜きとピアスベルクリウムを添える
高砂の嬉しさを書く鏡かな	梅結	手鏡とクリウム	心の用心 火の用心 懐中用心
安全週間	三本蝶結	カギ柄のコンパクト カギブローチ ハンカチ	毎日新聞発表「人工衛星は赤タイダイ赤味と光線式のデザイン」の品を集める
人口衛星	ボンセチャーパー	ボンジーアフターシェービングククリウム、同香水、養生堂スミージュンククリウム、同粉白粉	ワタを敷き南極本観測の年。五色の化粧品
オーロラ	菊変型紅白結	アイデアルヘアクリウム・同粉白粉・ボンジードルツクス・同コールドクリウム	

誠実と信用の 有名化粧品問屋



大粒

株式会社

大阪市東区南久宝寺町一丁目四三番地 電話 大阪 (26) 8 1 4 1 ~ 7 番

贈答品の売値七頃

年末といえは、最大の贈答品需要期であるが、小売店がデパートに対抗してこれを売り込むためには、いろいろのハンデキャップを負わされる。そこで、いきおい小売店の贈答品は、手頃な値段、つまり「売り頃値段」が、消費者にとつての魅力になる。小売店なら「こんな品を、この位の値段で」という消費者の要求に応えられるわけだ。しかし、この値段、各地によつてさまざま異なるのは当然。そこで、大阪市内の小売店、百貨店から、実際に最も多く動く値段、すなわち「売り頃」の値段を、去年の経験などから聞き集めてみた。

立地と客層を考慮して

小売店側

某小売は「今まで贈答用品については、比較的売れていなかったし、その面に重点をおいていなかったが、今年あつたりの百貨店の売行きから

見ると、私どもの店では贈答用品が一つの穴となつていたように思われる。だから今年から相当の力を注ぐつもりだが、それには先ず百貨店のあのやり方、すなわち三百円、五百円、八百円、千円、千二百円、千五百円、二千円といった値段を先ず決めて、それに合った商品を選んで行く。その組合せ方に少し工夫を加え、自分の店の顧客層とつたものを考慮に入れて、手近かな商品をバラエティを持たせて組合せてみたい。そうして贈答用品売り場というか、特別のケースをおくことにしようと思つてゐる」と語つてゐる。

また「贈答品は百貨店に食われて、売行きは問題にならない。」(京都よじや国枝信夫氏談)という声も大都市の商店街では大きい問題だろう。とはいへ、地域性もあつて、贈答期を迎え少しでもこの面での売行きがあればと期待する向も多からう。

大阪の衛星都市にあるT店では「Xマス

プレゼントの動きは昨年はずつぱりだつた。ハンカチの動き(三百円前後)や子供用の袋物、ハンドバックなどがやや目立つた程度。歳暮用では、やはり肌着、下着類の上下組合せ千円前後といった所でしょうか。無論客の注文で組合せ、サンプルはあまり作つていない。贈答用ではないだろうが、昨年の Netzカチーフの

大体千五百円を中心に

デパート側

大阪各店とも最近の傾向として商品の高級化を

目指すと共に重点をおいてゐるのが品ぞろえの徹底だ。店に来た客が目あての品物を買えずに他店へ流れるようなことがあつては—というので、商品の充実を知恵をしばつており、ある店では売子の一一人一人に品ぞろえ手帳を持たせ、自分の受持つたケースの商品の毎日毎日の動きとお客の嗜好を書かせてゐるのもその一つの現われといえよう。

本格的なかき入れ時を迎え店内に季節の装いをこらし、一斉に特売を折りこんで

売行きは目立つてよかつた。」と語つてゐる。また神戸のK店では「袋物は贈答用としてはまだまだというところ。結局のところ、下着類(男物)で千円前後というのが目立ちますね」

大阪ミナミのある店では「ハンドバック類は嗜好もあつて選びにくいのでお客が買うのは自分で使うためのが多い。装身具では七百—八百円前後の大きいブローチの売行きが最近目立つてきておりXマス用に期待したい」といつてゐる。小売店としては百貨店に対抗して行くためにも、贈答品の組合せにヴァラエティも持たせ、仕入れに工夫して贈答期に備えるべきだろう。

売り出しにP・Rに異常な活気を見せ、まさに販売戦酣というところだが、やがて続いて来る歳末売出しの贈答品対策とねらいはどうだろう。

▼高島屋 南海ターミナルをもつ高島屋では昨年同期の売上好調に、広範囲な客層をもつ強みに最近の悲観材料を捨てて本年最後の売込みに相当な売上を見込んでいる。Xマスセールを中心とした贈答品の内容と値段を化粧品と装粧品にきいてみる。先ず化粧品セットものでは同店独自の組合せを検討中で、プラスチック容器入の美しいもので一、五〇〇円前後のものが出ると思つており、本舗のセ



まあすき

液体の宝石

ダイヤモンドを溶かした様な
ヘヤークリームの超豪華版

行きずりの人が思わず振り返ります。
オフィスでも物凄いセンセーションです。宝石の輝き、七彩の
芳香をまきちらす、すばらしい整
髪料です。

新
発
売
・
・
・



デラックス ヘヤークリーム

シボレー ダイヤモンド

ヘヤークリーム付 ¥300

販 売

家庭的贈りものとして人気の
▼大丸 歳末、Xマスセールの贈答用品

▼大丸 歳末、Xマスセールの贈答用品

特にXマス贈答用としては最近のアパ

も気の利いた感じだ。

ツトが昨年並に出るものと踏んでいる。
石鹸セット箱入は実用的な缶などを使つ
て売上を狙い、値頃は五〇〇円一、〇
〇〇円程度。石鹸は会社等の大口からも
相当量の注文がきている。
アクセサリー部門では結婚シーズンでも
あり贈主の最も当を得た贈物として廿才
前後の女性の客層に人気があり、特に素
材を石に求めたネックレス、イヤリング
の新ダイヤもののセット、ビロード箱入一
五〇〇円前後のものが非常に好評を博し
ており、最近の服装カラーにマッチした
澁い輝きをする同系色のものが目立つて
いる。単品としてはオーバーなどにつけ
る大きいブローチ五〇〇円前後が活発な
売行を示している。昨年とは相対的にア
クセサリーに対する概念が認識
されたせいも、十二月に入れば
相当量の売上があるものと予想
している。

ある下着類のセットはスリッパ、シャ
ツ、パンティ、ブラジャー、四点箱入メ
リヤス製品で一、五〇〇円前後が大衆受
けし、高級品となるとナイロン製、下着
類四点、デザインをこらしたハンカチ入
で一寸した雰囲気を出したもので三、〇
〇〇円一五、〇〇〇円程度が、案内出で
いることは、下着に夢をもたせる考え方
から一つの最近の傾向といえよう。
婦人フルファッションナイロン靴下も手
軽な贈答用として順調な売行で、特に美
しいプラスチック容器にフルファッション
ヨン靴下、ナイロン手袋、婦人ソックス等
三点詰合せを婦人ソックスセットとし
て一、五〇〇円程度のものが人気がある
また男物靴下ではトラベルセットと銘う
つてビニール製チャック付き袋入のネク
タイ、ハンカチ、ナイロン靴下三足、四
点詰合せで三、〇〇〇円前後が進物用と
して売行を見込んでいる。

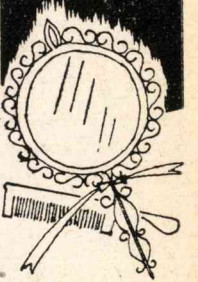
としての各売場の最適点を展望すると、
先ず化粧品セットでは、高級層をねらつ
て香水とアクセサリー的に人形を詰合せ
にして一、〇〇〇円程度が案内よく出る
また二、〇〇〇円前後で、クリーム、ア
ストリンゼント、口紅、ファンデ、整髪
用品の詰合せなど基礎化粧品を主体とし
たもので受けそうなものをつくらせている
他に男性用おしやれ品セットとしてポマ
ード、整髪用具セット。鏡、石鹸とブラ
シ等の二点セット、五、一六〇円前後の
もの等。又、今後進物用品として同店が
期待しているものとして化粧品とのセッ
ト、例えばプラスチック容器入でセルケ
ース、ジュニア・コンパクト、香水、乳
液、オードロン、五点詰合せで一、五
〇〇円ものがある。婦人下着類ではカシ
ミヤ肌着、アヅマ入りベチコート、詰合
せで三、〇〇〇円一八、〇〇〇円が高級
層向。

ト族向きとしてスリッパ、パンティ、ネ
グリジエ、三点セット一、五〇〇円一
三、〇〇〇円。特にネグリジエ、ガウン
二点セット一、〇〇〇円一四、五〇〇円
が目立ち、同店独特の「婦人ものスリッ
プレース、柄ものの仕立券付き」八〇〇
円、一、五〇〇円にも最も力を入れて、
今年最大の売上げをみせようと自信満々
である。また紳士、婦人、アベックお仕
立券付き二、〇〇〇円一三、〇〇〇円も
出ようと見込んでいる。
次に化粧品ではXマスパーティー用のアク
セサリーとして新パール、同系のネット
レス、イヤリング二点セット一、〇〇〇
円一、五〇〇円。一般的な贈物として
は最近の流行服装にマッチしたおちつい
たイブシ調色の石ものセットで高級品が
三点五、〇〇〇円、二点三、〇〇〇円も
ある。また、ジュニア向に宝石箱にネッ
クレスとイヤリングの二点セット一、〇



買物はつねに楽しいものですが、とりわけクリスマス・セールとか、年末売出しという中にも何か購買心理をかり立てるものがある。一層楽しみが助長されるものです。クリスマス・プレゼントも、わたし達の間で深くとけこんで、独りの場合でも贈る相手の喜ぶ顔に心楽しい買物となりますが、とくに恋人同士、御夫婦づれ、お友達同士で仲よくお店に入つて品定めが多いシーズンでもあるわけですが、そこで、こうした連れの買物客にはどうしたら一番よいか、筆をすすめてみましょう。

アベック・セールのは のポイント



の間には甘い雰囲気は漂っているの、その心理作用をとらえるのが第一です。例えば、袋物を例にとつてみますと、色合、形で二人の間に多少の意見の相異がある場合など、それを中和させることも必要です。この時はもちろん、店員の主張ないし主観も許せるのですが、大体において店員が主観を通すのは好ましくありません。とくに、店員が顧客より若く美しい人である場合余計そうです。中和させながらも選択してあげる、このもつてゆき方が難かしいといえます。

もちろん、この場合、顧客の個性、服装に調和したのを見つけてあげるのが大切であることは申すまでもありません。化粧品なら肌の色、目もと、口もと等、ポイントをやっつけてそれに合せます。また、買物に完全に迷いぬいている時は、無条件に、適当な商品を出して納得ゆく説明をしてすすめるだけの積極性が望まれます。

同じアベックで、いろいろなあります。大体分類してみますと、いわゆるアベック、つまり恋人同士、それに親子づれ(母と娘、幼児をつれた若い母)、夫婦づれ友人同士(女性)など皆さん方お店の対象となるわけですが、販売員として一番心がけなくてはならないことは、夫婦づれにしろ、恋人同士にしろ、二人が同じ買物客でないことつまり、買う本人以外に人がいること

とです。その上、場合によつては、連れ立つてくる買物客は、どちらかという買物以外の目的を持った人が多く、全体に落ついて買物するというのが少いことです。そこで販売員には応待のポイントとして

①無駄のない言葉
②急所をついた話

といったことが要求されます。いわゆる「連れ」の方を退屈させるのは一番禁物です。一人を退屈させたため、二人の購買心理乃至空気が分裂して、折角のいい客を逃すことになってしまいます。そのためには絶えず客を引張つてゆく話術が必要で、相当広範囲な話題(豊富な商品知識)を持つことが先決です。

恋人同士
てみましょう。これは夫婦づれにも通じることですが、二人

ここで分類別についてみましょう。これは夫婦づれにも通じることですが、二人

あなたの
お爪を宝石に!



ジョイン
マニキュア

流行色 12種 ￥100

大別して三つのタイプ

夫婦づれ

恋人同士よりも大分現実的になっていきますから、甘い雰囲気があるといつても差はあります。夫婦づれには大別して三つのタイプがありますが、第一が経済面のことから買物に消極的な御夫婦。どうしても買物に勝ちで、買物したい本心から一歩も二歩も引いて御主人に対する遠慮も手伝っていますから、この場合、先ず御主人から説いてゆきます。あるところまでゆきますと、御主人も何か意地があつて購買心理がエキサイトします。ここまですつたら、もう店員も御夫婦の中に入つて打とけた気持で話をすすめて十分といえるのです。

第二のタイプが育児、家事に追い廻されて、身の廻りのことを余り考えない人たちです。こういつた方々には

「お顔立がよろしいので、ちよつ化粧をなさつたらよろしいんぢやないですか」と、その個性



から、他のタイプに比べて応待は容易です。ただ、販売店員側も相当の知識をもつて、対手を掌中におさめるだけの才量が必要です。如何にうまく対手の満足感を飽和させるか、俗にいいますと大いに持上げることが肝要です、考え方による

と、恋人同士と同じテクニツクが必要といえましよう。

一番簡単なアベツク

母・娘づれ アベツクでもこの部類が一番無難です。

母親が娘をつれてくるというのは、嫁入り前とか、または娘さんの美容相談などといった目的で、いわば娘さんに買物への関心を持たせるために連れてくる場合が多いのですから最も簡単です。もちろん、娘さんの購買欲が母親によつて抑えられることもありすが、そんな時は急所をついた言葉で、カンドコロをとらえるのもコツです。

「よくお似合のお洋服ですが、胸元がちよつてお淋しいようですね」と仕向け、関心呼び起したところで、次の販売段階に移るといふわけです。

子供へのサービスを

子供づれ

お子様づれの方の買物は落つて出来にくいものですから、一番大切なのは、その子供に注意して買物への安心感をつくつてあげることです。必然的に子供へのサービスということになります。実はこれがその母親には何より購買欲助長となつてゆくのです。アメ、風船、本の類を与えることは一石二鳥となりますが、とりわけ、子供づれの多い住宅地商店街の店など、この点にいろいろ気を配られる

ことは、あらゆる面で大切なことです。

一番扱いにくいお客

友人同士(女性)

ハツキリ申しますと、一番の店員泣かせ、うるさいお客さんです。何しろ、商品に対して贅沢ですし、友達がいいといつてすすめても、気に入らない。自分が気に入つてとらうとするとお友達が反対するので止めてしまふ等々、扱いにくいお客さん方です。そのうるさい声を適当にきき流して、例えば化粧品の場合、並いるお客さんの中の一つの顔をらえて

「貴女はカライものがお好きね……」とか、肌をみていい当てる。これで、相手は店員に一つの権威を感じ、幾分委縮してしまふのです。これが、この種グループを握むコツです。

注意すべき七つの項

- ① つれの人を無視しないこと。
- ② 退屈させぬよう、本人の意志と、つれの意志との中和を計る。
- ③ 迷つているときはハツキリ選んであげる。
- ④ 余り多くの商品を出さないこと。
- ⑤ 商品は好みのもの、それに近いものに限る。
- ⑥ 応待は簡潔に要領よく。
- ⑦ 落つかぬアベツクの買物を理解するといふのが結論です。

秋冬の需要期を迎え、各本舗の新発売品が続々と入荷しております。品切とならぬうちに、何卒お早目に御用命の程をお願い申し上げます。

有名化粧品問屋
株式会社 武孝商店

東京都豊島区西巣鴨4の530番地・電話大塚(94)8171番(代表)

ハンカチーフの工夫



プレゼントというものは、金高の多いものが必ず喜ばれるとは限らない。品物の上に、贈る人の温い心やりが現れていることが大切である。その意味で、単純な形のハンカチーフを取上げ、どうしたら贈りものにふさわしい姿に出来るかを

考えて見たい。
もともとハンカチーフは、フランス王が「ハンカチーフは正方形にすべし」とお布令を出したというように、四角形の何の変哲もないものである。
従つて、これをただ二つ、三つに折た

たみ、スイスの山の絵か何かついた箱に入れて贈るだけでは味がない。殊にジュニアくらいからのお嬢さん方がお互にレィスや、花模様その他色のあるハンカチーフなど贈る場合は、ちよつとした工夫を凝らしたものである。お客様にすめる参考としてその例を幾つかあげて見よう。

一、折りたたみ、写真立にはさんでリボンをかける。これは、柄の面白いものをするに一層効果的である。例えばシルエツトのものや、流行歌手や人気俳優の顔をかけたものなど。
二、いろいろな形に折りたたみ、リボンをかける。この場合は、たたみ方に面白味を出すことで、三四枚使い、手提げの形にするのも一つの方法。これらをセロハン



ハンの袋に入れリボンをかけて贈る。この場合、小さな造花でもあしらうと、一層体裁よくなる。
三、容器に入れる。これはプラスチックツツクなどで、従来行われている方法だが、特に変形ものを選び、二、三枚組合せて入れる。犬の眼にスパングルをつけるとなお面白い。
四、人形に着せる。二、三枚のハンカチーフを人形の衣裳として着せることで、贈られた人はハンカチーフを取つたあと

着せ換え人形に使えて便利。
五、グラスに盛る。レィスのハンカチーフなど二、三枚から四、五枚を花のように折りたたみ(写真)、これをいろいろグラスや、プラスチック容器に盛り、小さな人形や、色のついた造花などあしらうと一層綺麗に見える。部屋の飾りや、ウィンドウのデイスプレーとして面白い。

六、化粧品ビンにあしらう。これは、人形の顔などを用いたりしてビンに巻きつけると面白い。小さなビンの化粧水や香水だけ贈るのでは見栄えがしないという場合、こんな風にするのも一案である(写真)
ハンカチ掛
カチ
一フのプレゼント、それもジュニアくらいの女性では、二〇〇円位から三―四〇〇円までがせいぜいという処であろう。それを仮にホームセットとか、ファミリーセットなどになると、ハンカチ掛と一緒に大人の贈りものに考えられる。

これは、家庭で毎朝通勤や、通学する人達に、必ずハンカチーフを持たせるのに役立つようにしたもので、パラソルの恰好に作り、ひろげた骨の間にポケットを作つて入れる。イニシャルでもつけるとなおよい。そうすれば、誰がどのハン

売って安心な!!
トシボ
歯 ブラシ
トシボで磨けば歯の葉

カチーフを持つて行くかがわかるからである。主婦はこれを玄關脇か目のつく机へ掛けておく。一緒にカレンダーでも掲げておけば一層便利である。このハンカチ掛は化粧のきれいな柄生地を使(グレビヤページの写真を参照願いたい)
ウイークリー
よく七つの何々、七色の何々というのがある。つまり、一つより二つ、二つより三つと、成るべく沢山買わせる方法の一つ。ハンカチーフはどと、差当りウイークリーハンカチーフはどうだろう。進物用としても考えたい。七色の、あるいは七種類を一つにセットし曜日を入れたものである。中味の見えるセルロイドの容器にでも入れたら、見た眼にもきれいでよい。



暮になるといろいろの犯罪が増えてゆくが、年末売出して賑わう商店の万引もなかなか多い。そこで二、三事例をあげて注意やら、対策を申上げよう。

警視庁捜査三課 曾根部長刑事

商店はものを売るところであつて、しかも客相手の商売だから、この種の防止策も商店としてはいろいろ難しい面もあると思う。とくに化粧品、小間物関係は商品が細かいので手を焼くことが多いと思うが、実はそんなところに犯罪を生む温床のあることが考えられるのである。細い統計はないが、そんなところから化粧品、小間物関係の被害は相当多い。マネキンの宣伝売出し、商品の特価(割引)売出しの場合は特に多いようである、ものが小さいだけに、人の群つてゐるなかで犯罪が比較的容易に行われてしまう。

大 体

売

販

万引犯というのは女性に多く、男はごく僅かだが、年齢別には卅才から四十才、これに続いて十八才―廿五才の婦人が八十パーセント占めてゐる。

現在、特に目立っているのは集団による万引で、グループの一人がオトリ的に店員とかけ合

つてゐる間、他のものが商品を狙つてゆく。もし、店員が多勢いたとしても、次から次と店員を相手に商品を要求してスキを与え、必ずグループの一人がことを運べるようにしてゆく。言葉と身体、これで張合つてゆくのだから余ほど注意をしないとやられてしまう。まず多勢して入つてきた時は注意しなくてはならない犯罪の行われる場処は至る処であるが、さきほどもいつたように、マネキン宣伝の場所など、比較的覆いが多いため、これを利用して容易に運んでゆく。だからこういう時は飾りつけを少くすると、か覆いの類は一切置かない方がよい。

そ の

手口はさまざまであるが、通例、底なしのポストンを使う手口、ベルトの下にチューブ(自転車)を巻きつけて、盗品をここにはさみ隠す方法。オーバーコート、シヨール、ねんねこを利用してやるやり方等いろいろある。冬場の被害が多いのも、こうし

た武器がそろつて、絶対条件となつてゐるからである。

これを細かくみると、シヨール、ねんねこを使う時は、身体が幾分のり出し気味である。しかも、片手は必ず万引のために動いてゐる。従つて、身体がのり出された時、片方の手が商品に向けられてない時はにらんでよろしい。とつたものは自分の身体にかくしてしまふか、またはグループによつてリレー式に運んでしまふ。またポストンとか、大きい袋物か包みを商品の上に置いた時は危い。彼らはこの道専用の道具をもつてゐるから、ポストンバックとはいつても底なし

こ れ

でうまく大きなものでも簡単にシツケイするくらい朝飯前である。巧妙なのはスリ替えて、自分の持つてきたバックを商品とかえて持つてゆく。あとからノコノコ帰つてきて「忘れものしたわ」とやる。全くいろいろである。【八二ページへつづく】

最も新しい画期的な整髪料
井筒ヘアークリーム

精選オリーブ油配合により従来
 のものより更に艶・潤いが増す

120cc
 ¥ 200



井筒ポマード本舗 株式会社 井筒屋商店

臨時店員の扱い方



銀座松坂屋調査課長 鴨志田敏治

臨時店員一年末多忙の時には十分活用すべきであり、また上手な扱いによつては臨時とはいえないほど効用を發揮するものである。しかし、これは商品と違つて、一個の人格をもつた「人」である。そこに、当然慎重の注意も必要であらうし、また、

なかなか面倒な問題も起りかねない「人」である。そこで、本人も十分満足し楽しく勤めさせ、しかも、店としても十二分の業績をあげる要員として使うにはどんなことが肝要であらうか。

理想的には臨時店員は使われない方がいいのであるが、歳暮、中元といった特殊の時期には、普通の日の二倍も三倍もの商いをするため、人手の不足をアルバイトによつて補うわけである。

アルバイトとしてはマネキンという手もあるが、経費その他さまざまな事由から、何となくもアルバイト学生が大半をしめ、店によつては大学生を主力においたり、高校生を沢山使うのが定石のようだ。

大学生の方が人間が出来ていていいとするところ、高校生の方が使い易いというところなど、店それぞれによつて見を異解にしてい

るが、いろいろな面から商業系の、いわば特定学校の学生を入れるのも一つの便法である。この種学校は、何かにつけて需要に応じてくる態勢が出来ているが、短期間のことではあり、応待にもやわらか味のある女子大生は臨時店員として比較的好評である。もちろん化粧品、装身具の扱いだからといって女性ばかりとは限らない。部所にもよるが男子もなかなかいい。一般販売はもちろん、配達、荷造りなどその分野は広いし能率的である

明るく清楚な人を

臨時店員の採用であるが、一般募集はじめ、前記特定学校や大学、中学に求人申込みをしておくこと、前年または中期に頼んで成績のよかつた人を雇うことまたはその学生の友人、紹介等いろいろである。商品知識、経験からいつて、前に来たことのある学生の採用は店としても相手にとつても有利で、順おくり経験者をつくつておくのは賢明といえる。

しかし、何となく採用条件となるのは

- 第一 感じのいい人
- 第二 健康な人
- 第三 身元確実な人
- 第四 真面目な人
- で、ごく当り前の話だが、やはり客相手だけにこの線は厳重に守りたいもの。とくに学生らしい明るさと、清楚さを強調したい。学生にしても、単にアルバイトして小ずかいを稼ごうというだけでなく真剣に商業の実態を学ぼうとする気持で入る人もいるわけだから、それに応えてやるだけの気持は十分必要である。いつてみれば労使双方の純な気持を土台にしておきたいものである。
- これだけは教えて**
- 採用した学生のいわゆる店員教育は時間的にも、その性質からいつても十分やれるものではない。大体どこでも本格的にはやつていないが、一般には
- ①接客
- ②包装
- の基礎要綱からはじめられる。
- ①は最も基本になるもので「言葉使い」「態度」「しつけ」「商品の扱い方」等が包含されるが、そのための模擬販売など行うのも一方便である。
- どうしてお客に快い感じを与え、気持よく買物をさせるか、あらゆる階層の人に接するだけに、その「態度」についてはさまざまな事柄が要求される。誠意のこもつた、明るいほほ笑みはお客にとつては購買心理をいやが上にも高めてゆく

のである。いわゆるファースト・インプレッション、これが接客への第一条件である。しかも、これを助長させるための諸条件、つまり売場に立つ心構えは臨時店員にとくに望まれる大きな要件である。働くことの尊さ、近い将来、社会人として立つてゆく上に必要な社会意識の把握に対する熱、努力等、こうした面を特に強調するのが臨時店員教育の根幹となるわけである。

臨時店員
「あなた方が買う人の立場になつて判断力を働かせ、親切に客に接することはいいすぎても決して無駄にはならない」とりわけ忙しい時期のことである。ちよつとしたことから事故が起り易い状況におかれている。細心の注意を払つていよう。つもりでも手違はあるものだ。これを何の間違ひもなくやつてゆくということは未経験の学生にはかなり難かしいことである。配達の名前をチヨット一字違つ

ても、トンデモないところに行つてしまふ。住所、名前、贈品の目的等、こと細かく聞くだけの気持の落つき、ゆとりが要求される。それでなくても、なれぬうちは身体も疲れるし、客の質問に戸迷いすることが多い。

「商品の所在場所」

「価格」

「店内模様の熟知」

「商品の名称、簡単な知識」

これだけはどうしても教えておかななくてはならないものである。お客にしてみれば、臨時店員だからといつて特別の目で見ることがはしない。一応、店員として平等にみる。だから、場合によつてはミスもあり勝ちである。これを大目に見るということでなく、深いいたわりと理解を持つてやらなくては上手に臨時店員を使つてゆくことは出来ない。

「商品によつては小さいものもあるのだし、粗そうはあろう。それは構わな

「いから必ず申出ること」
を教育のさい、一言いそえておくことを忘れてはならない。

包装商品の基礎知識

包装については、一にも二にも実地修練である。いわゆる基本動作、リボンのかけ方、進物品の包み方、小さいもの、大きいものの包装のやり方等ミツチリ教えれば、あとは実習である。

商品知識もごく必要な、いわば基本知識、常識程度に止めておく。それ以上は万事、本店員に任せられた方が無難である。少くとも、そういった仕向け方で十分といえるだろう。必然的に、これが部所配置にもつながつてゆく。特に難かしい知識を必要とするところへは置かないようにしてやる。これは、どうせ無理なんだから、と、といった意味合でなく、手輕な

ポジションにおくことによつて、彼らも仕事に興味を持ち、明るい気持で受持つ

てゆけるのである。先ず、やさしいところからというのが常道、これをやるだけのことである。業界の場合であつたら化粧品の手ずめ方とか、色もの、服装に合せるもの等高度のテクニクを要するものはさけるべきである。

金銭授受は注意深く

こうして、売場に立たせたら、あとは実際に応じて、少しづつ細部にわたる注意、知識を教えこむ。とくに金銭授受は一番大事なことだから、一層の注意が必要。一銭のつりで、店の信用を台なしにすることがだつてあるのだ。

計算に間違ひはないか
釣の勘定は正確だろうか

客からの預り金額は確かであろうか
等々。また、商品については、包み落しがないよう再確認すること、渡し違ひのないよう、よく確かめてみるなど、實際店に立つてからの心構えにはくれぐれも

香水の役目も果たす!

ジョッキークラブ

競馬ポマード



大	300円	趣味の製品	大	600円
小	150円		小	300円
ラノ	200円			

名実共に斯界の名品

心をくばるよう、絶えず、うるさいといふことでもなく、懇切に幾重にも指導してやる。

一方、本社員も彼らに対しては差別的態度でなく、温い気持で、どこまでも



臨時店員の扱い方

味はで、大きなその店のPRにも通じているのである。

要は「温い人間味で店主、または店の連繫をもたせ」て「アルバイトで、あの店にゆくのが愉しくなる」ほどに可愛

いがり、ひいては社会のよき、美しさをハッキリその目に映じさせて、社会人としての自覚を持たせるよう、大きな收穫を彼らに与える方法をとるのが、臨時店

〔實際例〕温かい人情味で接する

大阪・千林小間芳ては

支店も含めて毎年末女子高校生（三年生）卅名位とその連絡係に大学生を一名やとうが、臨時店員にはあまり販売テクニツクのいらぬ雑品關係を担当してもらう。教育といつても年末の追いこみ時に急には間に合わない。私は「あなた方が買う立場になつて、判断力を働かせ、親切にお客に接するように……」と強調している。また夜おそくなつた時などはハイヤーで自宅へ送り届けるよう心配りをしてゐる。臨時店員だけに限らず、結局店員対策は、温かい人情味でつないで行くことが根本ではなからうか。

神戸・長田「くしや」ては

毎年高校生は十二月廿日ごろ、中学生は十二、三日ごろからそれぞれ卒業前の三年の女生徒に三人ずつ来てもらうことにしている。最初の日に金銭授受、万引防止などについて説明し、ソロバンや包装の仕方について簡単なテストをしてか

員を使う上での根本精神であらう。人を使うことの道は、すなわち、人を育てることであるといふことを考えて頂きたい。

ら、雑貨類（主として一番店頭の方に押し出してある売場）の係として店に出すようにする。『今まであなた方がお客となつた時の経験を、私の店で生かして仕事してくれ』と絶えずいきかせ、創意工夫させると同時に、例えば『こういう風に値切られた場合どう受け答へするか』といったテストをやり、自分の頭で考えさせてからそれを補足するようにして説明し教育する。また毎日帰宅してからその日の勤務や私の店に関するすべてについて感想を書かせるよう全部に頼むこれは予め学校側をお願いして、学校側

基礎訓練と模擬販売

百貨店「そごう」ては

株式会社そごう（大阪店、東京店、神戸店三店とも方式大綱は同一）では、先づ臨時店員採用時の条件として、比較的面接重点をおき「明かるい清楚な感じの人」をとるようにし、応募と採用の比率は大体三分の一ぐらいという。その場

化粧品問屋
明朗 誠実 迅速
倉田精香堂

東京都豊島区要町1丁目6番地
電話 (95) 0111・0112・0113・0114

へ提出させ、学校から卒直に感想文の内容を知らせてもらうようにしているが、なかなか私の店としても勉強になることが多くて、自分ながらよい考えだと思つている。

合特に化粧の仕方、服装の好み（臨時店員の場合、店員服を支給しない関係上、受験日に着用して来た服装がそのまま店頭に出るものとして見る）等に重点をおき、いわゆる「学生らしさ」というものを身につけているかどうかの点を参考にす。こうして採用した臨時店員を訓練する場合、次の二つの方法が併用される。す

なわち①は基礎訓練②は模擬販売。

①を細分すると(イ)服装の注意(ロ)就業規則(ハ)商品のあつかい方、等であるが、(イ)の服装はあくまでも店員として、そして学生としての誇りを持つような服装、あまり派手なものを除き、清潔な学生服姿が好ましい。同時に店員用パツチを必ずつけさせること。このためその歴史、現状等を教え、そのころのP・Rを行う。この点特に注意して行い、将来臨時店員の身分を離ればたちまち「そごう」のよき顧客になる人であるからP・Rへの努力は大きい。また、これにより販売態度、心構えが得られるものとしている。

(ロ)の就業規則とは、入店、退出時の注意、昼食、休憩のとり方、店員施設を使用し、客用施設を使わないこと、欠勤の注意、火の用心等々。

これと併行して接客用語「いらつしやいませ」から「ありがとうございます」までの用語教育。

(ハ)の商品のあつかい方は、売り方のコツ、商品の進め方、勘定の方法、包装の仕方等々をスライド等を使って教えるようにしている。

その上で模擬販売を行うのであるが、これにより即製ではあるが一応店頭立つ訓練が出来上る。

これに要する時間が大体正味八時間内外であり、一日をそれに当てるか、または二日に渡るかはその時々、その店によ

り適当にやる。

その他売場構成や売場での勤務態度等はその時々々に注意する。

また、店頭販売員として立つ場合もあるが、職種によっては包装専門(主として男子)配送専門の係といったところに配属されるが、これにはまたそのように訓練する。

「四一ページからつづく」

C 結局、年末の売上げ増進を計るには年間を通じた努力だ。それを十二月に結集させるのでなければだめだ(一同同感)

E うちが固定客と流動客とが半々だがハンカチなんか五五〇円でちやんと売れる。それには、デパートに負けない柄の感覚に加える商品知識。

D それぞれ、Cさんのいわれた絶ゆまざる努力なんだよ。

A そうですね。装飾、宣伝、努力の結晶がみのるんです。

儲けより売上げ増進

D 私は十二月は儲けを増進させるのではなく、売上げを増進させるんだということ強調したい。そういう意味で、売上げ増進のための奇抜なアイデアが頭に浮かんだら直ちに実行に移せといいたい。ただ、奇抜が愚劣でないためには、

本や世間から常に学ばなくてはならない

C 十二月の客を二度来るように仕向けるといふことだ。十二月は新しい客

要は店員として遇すると同時に、毎日家庭へ何かしらよい話題を持って帰ってもらえるような心がまえになるように教育し、同時に大きな目で、臨時店員がそごうの何時までもよきお得意であり、口から口への宣伝員でもあるように、同店のP・Rには特に注意するといった方針をとつていく。

をつかむとき。すなわち、卅三年度の客は、卅二年の年末に獲得せよといいたいそれに誠意一つしかない。

E 十二月の客は金がつかいたいのだ。それを他へやることはない。もう一つは十一月月儲させてもらった分のリベートをするつもりにならなくなちやウソだ。

D つかいたい金を他へ廻すなつていうのは金言だな。

B 私は、Xマスには自分の店からお客にプレゼントしたいと思つていいる。

A 私は、風呂敷をあげていたが、客はこの時期にもらうものは、儀礼的慣習の品だと思つてやめた。今年はフジエツトのエプロンを上客三百名に贈る。中級以下のお客にはお菓子だ。

D うちでは、十一月半ばから十二月半ばまで、一定額以上のお客にきれいな贈物などの値段表(四〇〇〇枚一十二円単価)をあげている。

E それはいいアイデアだ(一同同感)
【本紙】今日はこの辺で。どうも有難うございました。

品質も、売行きも、業界ナンバーワン!

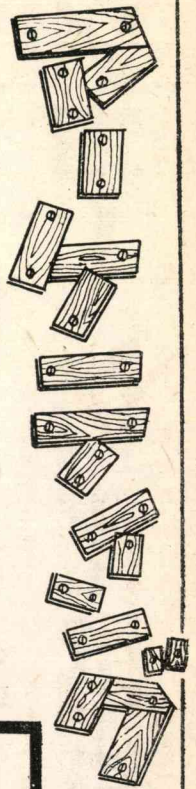


マイヤー セットローション

100円
150円
200円

ピンカール、
セット用の独
創品! 品質
安定度の高い
優秀品です。

東京・杉並 マイヤー化粧品本舗 TEL (32) 0148



事初め

横浜市大教授 山口辰男

アメリカお杓子罷通る

今を去ること四十年の大昔、と申しますと丁度第一次世界大戦が幕をおろした頃でした。当時世界中に流行したものはスペイン風邪と不景風の二つ。特に不景風の蔓延はその悪性な事はスペイン風邪の比ではなく大変なものでした。当時繁栄を続けていましたといえアメリカ経済とても例外ではありません。

不景風は物凄い勢いでアメリカ全州を吹きあれました。失業者は地に落ち、所得は減る一

方、どうにもやり切れなくなつたのは一般の消費者大衆でした。ストをやらかしてもない袖はふれないのたどえ、こうなるとわが家経済も自己防衛せざるを得なくなりました。消費者たちは大勢でスクラムを組んで生活難打開の団体をつくり消費者運動をやり出し、つまりアメリカお杓子運動事初めとはなりました。この団体をコンシューマーズ・ユニオンと申します。このお杓子団体は、経済自己防衛の手段として「同じ質の品物なら、なるべく安い品を探し出そう。同じ値段なら、なるべく質のよいものを探そう」と市販の商品をテストする試験所（リサーチ）を自分たちの手でつくり、街の商店から、デパートから

…いろいろと…商品を買つてきて自分たちの手でテストを試み、その結果を団体内の皆様方に週刊レポートで知らせるといふ合理的な方法をとり上げました。日本にもその頃、お杓子運動が起りました。しかし残念ながら半暴動的な

「米騒動」のかたちをとり、組織だつた運動には育ちませんでした。

アメリカお杓子運動は着々と発展しました。試験所から出されるレポートは、会員に次のようなことを知らせました。

「何々街の何々商店から買った何々会社の製品を調べてみると、こんな点がまずい。こんな所がよい。お買いになつては御損です（又は御買徳品です）」といったような工合です。良し悪しをハッキリ遠慮なく知らせたのです。会員はレポートの命ずるままにお買物をなさると共に、会員外にもそれを話します。同じ員外利用でも生協や購買会の員外利用とは

業者かぶとをぬぐの事

このように消費者たちが、不正業者、悪徳メーカーに対して試みたレジスタンスは小気味よい程の痛棒を業者に与えました。

あらゆる業者の邪魔だてもついに効を奏さず結局、業者は今までの商売や生産の行き方について反省せざるを得なくなり、日本の主婦連合会の運動が、政

方向が逆です。およそ市場にあるインチキ品やまやかしもの、イミテーション、値が品質に比べて高いものなどはすべてロッグ・アウトです。ポイコットです。驚きあわてたのは業者たちです。特に悪徳商人、悪徳メーカーたちです。目に見えて売上が減ってくる。何とか対策をたてないと自分がつぶれてしまう、というので、レポートの買占めにかかりました。しかし、コンシューマーズ・ユニオンでは、よいと発表したものについても悪いと知らせたレポートについても、その買占めには絶体に応じませんでした。

治的に業者に対向して行くのとはちがつて、地道でしかも強力な行き方ではありません。

ついに業者はかぶとを脱かざるを得なくなり、そこで折からの技術発展をとり入れて、まず

…低廉な品物…の生産と販売に努力をかたむけるようになりました。



安いものをつくるには大量の生産（マス・プロダクション）をしなければならぬ。そこで新しい技術をとりに入れるととも色々と経営の合理化を行つて大量生産による低廉品の供給ということが盛んになつて来ました。

一方コンシューマース・ユニオンも運動の手をゆるめず、良品質の探し出しにつとめましたので、従来アメリカ商品といえ

ば世界では第三流品だつたものがだんだん向上して、一流の英国品に追いついて参りました。

しかし、マス・プロが大いに発展した結果は、オーバードラッグションへと進み進み、こんどは恐慌（パニック）という大穴に落ち込む仕儀になつたと、まさに過ぎたるは及ばざるが如しといつて可い。一九二九年には「永遠の繁栄」と得意になつていたアメリカ経済は絶壁の上から千仞の谷底へと投げこまれた。昭和四年の頃であります。わが

オートメ心のやるせなさ

国でも大変な不景氣、「大学を出たけれど」職にありつけない青白きインテリどもがウヨウヨと巻にみちた頃です。アメリカはNIRA法（ナショナル・インダストリアル・リカバリー・アクトつまり産業復興法）にもとづくニューディール政策によつて、この恐慌からの立上りを行、徐々にその効果が現れてきた頃、世界は再び黒雲にとざされて戦争時代へと入つて行きました。

第二次世界大戦は終りました。戦争によつてふくれ上つた、**…生産設備と…**キワ立つて進歩した技術とは、生産の方式をついにオートメーション時代へと押し進めて参りました。生産性はだんだんと向上してききました。

式の一つではありますが、このオートメでは今までの大量生産方式とは一寸異つてやるせなさをもつています。オートメでは止めてしまらぬ恋の道に胸を痛めます。今までの量産方式では過剰の氣味が出て参りますと、途中でストツプがかけられる。完製品の形にしないで半製品でストツプさせ、必要な時に、また続けて

完製品にもつて行けますが、オートメーション方式ですと、途中でストツプさせることが出来ない。作業は特急であり途中下車させることが出来ません。このようなやるせなさがあるのです。

だからオートメ化しますと、早い速度でドシドシと品物が出来てくる。サツサと売り捌かないと、すぐにお倉がイッパイになつてしまいます。またいくら売ろうといつた所で、品物がお客さんの氣に入らなければ買つても頂けない。値段も大衆のふところに適当していなければハケない。大量に販売するとなれば何とでもお客様の好みを知り、フトコロ工合を知り、何を求めているかを知つて、その方向に添うように生産し、販売しなければ、どうにもなりません。

品物をメーカーさんの手から、お客さんのもとまでなめらかに流すことが必要であります。そのためには道中における邪魔物を極力のぞいてやらねばなりません。

ルリガン ジョージ化粧品

クリーム 300
コールドクリーム 300
エアパフ 400
¥600

新発売



60G ¥ 300
ルリガンジョージ栄養クリーム

ルリガン本舗
東京・KK杉山商店・池袋

ん。
このようにメーカーからお客さんの手
許までの過程の中あらゆる邪魔ものを

アメリカ土産をのぞいて見たら

先年生産本部のお偉方一行が、生産性
向上の様子を拜見しにアメシオン旅行に
出かけましたが、その時のお土産が「ア
メリカの生産性は

…素晴らしく…

向上しトル。その
裏付けとなつて
ものはマーケテ
ィングという新し
い

大量販売の技術じ
や、大いにわれわ
れも研究せにやな
らん」テナことで
した。これ以来、
日本の大企業では
このマーケティ
ングが大流行とはな
りました。

しかし、マーケ
ティングという言葉
葉は私共商学研究
の者にとりまして
は、すでに卅年も
前から術語として

用いておりました。

何せこの卅年が程というものは、日本
での商売も生産も、万事、星と鍬と顔と

なくして、スミスな配給過程にしよう
とするのが、今日流行しているマーケテ
ィングなのであります。

闇によつて行われていた異常時代でした
ので、マーケティングのようなものは業
界では不要です。学者先生のいうことは
尻の役にも立たんという御時世ではマー
ケティングは逼塞せざるを得ません。「家
にないワケじゃない」ものが時直し輸入
となつたワケです。昔買つておいた品物
が何時の間にか流行品になつたというか
たちです。

さてこのお土産をながめて見ますと、
昔のマーケティングとは多少近代的に色
揚げされておりますが、シンは違つてい
ません。マーケティングのシンとは顛じ
つめれば「真のお客本位に徹した商売の
行き方」ということに他なりません。

「何だそんな尻でもない事か」とガツ
カリなさる方もあるかも知れませんが、
なかなかどうして「お客本位」というも
のは容易なものじゃありません。御自分
では「お客本位」でおやりになつて
もりでも、それが少しもお客に届いてい
ないのを御存じないのです。よく街を歩
きますと「買う身になつて売れる店」など
とまことしやかに看板を出している御店が
ありますが、実際はそれは「客よせ」の
うたい文句であり、「売る身になつて買
わせる店」というのが大変多いのです。

色々サービス、景品（プレミア
ム）の大販売りと申しますもの、そ
れはすべて買わせるためのよびかけであ
り、必ずしも御客の幸福とか利益とかを
考へてのことではありません。マア「え
び鯛」的なヒモツキ

…お客本位に…過ぎないのです。

乱売する業者はきまつて「私の店はこん
なに利益はいりません。お客様にパツク
して差上げるのです」とうまいことを申
しますが、底をわつて見れば、競争から
一頭地を抜くための苦しまぎれ的手段で
あり、自分のためには他店などかまつて
いられるかという考え方なのです。もし
「ホントとにそうなら」うれしいワです
それなら恐らくメーカーや問屋に向つて
運動を働きかけるべきでしょうネ。そう
しない限りにおいては「お客本位」とは

よい時計はマーケティングの実践者

時計と申しますものは、ゼンマイが捲
かれた時に生ずる力（エネルギー）を針
まで配給する仕組みです。力（エネルギー）
を針まで完全に伝えるためには多くのか
み合せのよい歯車を使い、歯車の軸は摩
耗しないように、また摩擦を極力少くす
るために宝石を入れたり、等時性を管理
するために振り子を使つたりしています。
また運転をなめらかにするために時計油
を加えてやる。時には分解掃除もしてや
らねばなりません。かくてこそ、ゼンマ
イのエネルギーは針まで完全に伝わり正

丹美人香水

今年の新香水は



全露香と黒水仙・夜間飛行とジャスミン

ただ「安売り」だという事にしか過ぎま
せん。いやはや説教口調になり申訳けあ
りません。

確な時を示します。つまり宝石や歯車の
よい噛合せや、温度に動かされない振り
子の動きや、油は何れも「正確な針の動き」
を中心として働らき合つてゐるのです。「針
の正しい動き」はお客であり、ゼンマイ
は生産者であり、歯車は卸屋さんや小売
店さんであり、その噛み合せのよさや、
宝石や振り子の動きや油や掃除などの働き
かけがマーケティングということになる
のです。マーケティングはメーカーさん
から消費者の手許まで商品をなめらかに
流すための経営活動なのであります。

ところで「今まで、セールス（販売）という言葉があるのにどうしてまたマーケティングなんて言葉を使い出したんだい？」という？がでてくるのでありましよう。それはこうです。今迄セールスとい



が流れてゆくようにしてやることなので。こういう考え方がマーケティングの考え方であり、宝石や油を加えてやることとがマーケティングの技術なのです。つまり、今までのセールスにはないもの、欠けてるものを補う働きかけをするこ

つていたものは、
 メーカさんから
 …卸への販売…
 問屋さんから小売
 屋さんへの販売、
 さらに小売屋さん
 からお客への販売
 といったような、
 各部分々々の独立
 した取引きであつ
 て、相互には何の
 関係もありません
 マーケティングで
 は、時計のように
 各単独のセールス
 （函車）がよく組
 合わさつて、メー
 カー（ゼンマイ）
 からお客（針）ま
 で、なめらかに商
 品（エネルギー）

とのです。ですからマーケティングはメーカさん卸屋さん小売店さんばかりでなく、保険屋さんも銀行さんも、運送屋

マーケティングのキャンどころ

第一のキャンどころ、前にも述べました通り、マーケティングの中心は「真のお客本位」の「実践」だと簡明卒直に申せます。

①「どんな品を望んでいられるか」
 （重点商品の取りきめや、足の早い商品遅い商品を知るのに便利であり、在庫管理のお役に立つでしょう）

②「どんなお客があなたの店の前を通りますか」
 （これはショウウインドウの飾付けや商品の展示や、重点商品の取りきめなどに便利でしょう）

③「どんなお客がお店の前を通りますか」
 （これはショウウインドウの飾付けや商品の展示や、重点商品の取りきめなどに便利でしょう）

④「どんなお客がお店の前を通りますか」
 （これはショウウインドウの飾付けや商品の展示や、重点商品の取りきめなどに便利でしょう）

⑤「どんなお客がお店の前を通りますか」
 （これはショウウインドウの飾付けや商品の展示や、重点商品の取りきめなどに便利でしょう）

⑥「どんなお客がお店の前を通りますか」
 （これはショウウインドウの飾付けや商品の展示や、重点商品の取りきめなどに便利でしょう）

⑦「どんなお客がお店の前を通りますか」
 （これはショウウインドウの飾付けや商品の展示や、重点商品の取りきめなどに便利でしょう）

⑧「どんなお客がお店の前を通りますか」
 （これはショウウインドウの飾付けや商品の展示や、重点商品の取りきめなどに便利でしょう）

⑨「どんなお客がお店の前を通りますか」
 （これはショウウインドウの飾付けや商品の展示や、重点商品の取りきめなどに便利でしょう）

⑩「どんなお客がお店の前を通りますか」
 （これはショウウインドウの飾付けや商品の展示や、重点商品の取りきめなどに便利でしょう）

⑪「どんなお客がお店の前を通りますか」
 （これはショウウインドウの飾付けや商品の展示や、重点商品の取りきめなどに便利でしょう）

⑫「どんなお客がお店の前を通りますか」
 （これはショウウインドウの飾付けや商品の展示や、重点商品の取りきめなどに便利でしょう）

⑬「どんなお客がお店の前を通りますか」
 （これはショウウインドウの飾付けや商品の展示や、重点商品の取りきめなどに便利でしょう）

⑭「どんなお客がお店の前を通りますか」
 （これはショウウインドウの飾付けや商品の展示や、重点商品の取りきめなどに便利でしょう）

⑮「どんなお客がお店の前を通りますか」
 （これはショウウインドウの飾付けや商品の展示や、重点商品の取りきめなどに便利でしょう）

⑯「どんなお客がお店の前を通りますか」
 （これはショウウインドウの飾付けや商品の展示や、重点商品の取りきめなどに便利でしょう）

⑰「どんなお客がお店の前を通りますか」
 （これはショウウインドウの飾付けや商品の展示や、重点商品の取りきめなどに便利でしょう）

⑱「どんなお客がお店の前を通りますか」
 （これはショウウインドウの飾付けや商品の展示や、重点商品の取りきめなどに便利でしょう）

⑲「どんなお客がお店の前を通りますか」
 （これはショウウインドウの飾付けや商品の展示や、重点商品の取りきめなどに便利でしょう）

⑳「どんなお客がお店の前を通りますか」
 （これはショウウインドウの飾付けや商品の展示や、重点商品の取りきめなどに便利でしょう）

㉑「どんなお客がお店の前を通りますか」
 （これはショウウインドウの飾付けや商品の展示や、重点商品の取りきめなどに便利でしょう）

㉒「どんなお客がお店の前を通りますか」
 （これはショウウインドウの飾付けや商品の展示や、重点商品の取りきめなどに便利でしょう）

もう一つのキャンどころ

それは、前の市場調査に基いて、メーカさんなら「お客の求めたい商品をつくり出すこと」であり、卸屋小売屋さんなら「お客のほしがる商品を仕入れること」であります。これを商品計画（マー

さんも倉庫屋さんも広告屋さんもデザイナーも、すべてに関係するものです。

④「どんな品を望んでいられるか」
 （重点商品の取りきめや、足の早い商品遅い商品を知るのに便利であり、在庫管理のお役に立つでしょう）

⑤「どんな品を望んでいられるか」
 （重点商品の取りきめや、足の早い商品遅い商品を知るのに便利であり、在庫管理のお役に立つでしょう）

⑥「どんな品を望んでいられるか」
 （重点商品の取りきめや、足の早い商品遅い商品を知るのに便利であり、在庫管理のお役に立つでしょう）

⑦「どんな品を望んでいられるか」
 （重点商品の取りきめや、足の早い商品遅い商品を知るのに便利であり、在庫管理のお役に立つでしょう）

⑧「どんな品を望んでいられるか」
 （重点商品の取りきめや、足の早い商品遅い商品を知るのに便利であり、在庫管理のお役に立つでしょう）

⑨「どんな品を望んでいられるか」
 （重点商品の取りきめや、足の早い商品遅い商品を知るのに便利であり、在庫管理のお役に立つでしょう）

⑩「どんな品を望んでいられるか」
 （重点商品の取りきめや、足の早い商品遅い商品を知るのに便利であり、在庫管理のお役に立つでしょう）

⑪「どんな品を望んでいられるか」
 （重点商品の取りきめや、足の早い商品遅い商品を知るのに便利であり、在庫管理のお役に立つでしょう）

⑫「どんな品を望んでいられるか」
 （重点商品の取りきめや、足の早い商品遅い商品を知るのに便利であり、在庫管理のお役に立つでしょう）

⑬「どんな品を望んでいられるか」
 （重点商品の取りきめや、足の早い商品遅い商品を知るのに便利であり、在庫管理のお役に立つでしょう）

⑭「どんな品を望んでいられるか」
 （重点商品の取りきめや、足の早い商品遅い商品を知るのに便利であり、在庫管理のお役に立つでしょう）

⑮「どんな品を望んでいられるか」
 （重点商品の取りきめや、足の早い商品遅い商品を知るのに便利であり、在庫管理のお役に立つでしょう）

⑯「どんな品を望んでいられるか」
 （重点商品の取りきめや、足の早い商品遅い商品を知るのに便利であり、在庫管理のお役に立つでしょう）

⑰「どんな品を望んでいられるか」
 （重点商品の取りきめや、足の早い商品遅い商品を知るのに便利であり、在庫管理のお役に立つでしょう）

⑱「どんな品を望んでいられるか」
 （重点商品の取りきめや、足の早い商品遅い商品を知るのに便利であり、在庫管理のお役に立つでしょう）

⑲「どんな品を望んでいられるか」
 （重点商品の取りきめや、足の早い商品遅い商品を知るのに便利であり、在庫管理のお役に立つでしょう）

⑳「どんな品を望んでいられるか」
 （重点商品の取りきめや、足の早い商品遅い商品を知るのに便利であり、在庫管理のお役に立つでしょう）

㉑「どんな品を望んでいられるか」
 （重点商品の取りきめや、足の早い商品遅い商品を知るのに便利であり、在庫管理のお役に立つでしょう）

㉒「どんな品を望んでいられるか」
 （重点商品の取りきめや、足の早い商品遅い商品を知るのに便利であり、在庫管理のお役に立つでしょう）

㉓「どんな品を望んでいられるか」
 （重点商品の取りきめや、足の早い商品遅い商品を知るのに便利であり、在庫管理のお役に立つでしょう）

㉔「どんな品を望んでいられるか」
 （重点商品の取りきめや、足の早い商品遅い商品を知るのに便利であり、在庫管理のお役に立つでしょう）

㉕「どんな品を望んでいられるか」
 （重点商品の取りきめや、足の早い商品遅い商品を知るのに便利であり、在庫管理のお役に立つでしょう）

㉖「どんな品を望んでいられるか」
 （重点商品の取りきめや、足の早い商品遅い商品を知るのに便利であり、在庫管理のお役に立つでしょう）

㉗「どんな品を望んでいられるか」
 （重点商品の取りきめや、足の早い商品遅い商品を知るのに便利であり、在庫管理のお役に立つでしょう）

㉘「どんな品を望んでいられるか」
 （重点商品の取りきめや、足の早い商品遅い商品を知るのに便利であり、在庫管理のお役に立つでしょう）

㉙「どんな品を望んでいられるか」
 （重点商品の取りきめや、足の早い商品遅い商品を知るのに便利であり、在庫管理のお役に立つでしょう）

㉚「どんな品を望んでいられるか」
 （重点商品の取りきめや、足の早い商品遅い商品を知るのに便利であり、在庫管理のお役に立つでしょう）



特殊化粧品問屋

資社
合会

山本説次郎商店

大阪市南区安堂寺町3丁目59番地
 電話 東(94) 0145・0146・1695



商品管理の問題は、商業を営む者にとつてもつとも基本的な重要問題であるのだが、ともすれば、利潤追及にのみ気をとられて、おろそかになり勝ちである。販売競争の激化に従い、この問題がいよいよ重大比重をもつに至っている折から、清水先生にお願いしてこの問題を説明して頂いた。写真が清水晶氏

① 今や商品管理の変革の時代である

編集部から、化粧品・小間物店における商品管理の問題について執筆するようにとの依頼を受けた時、その時宜を得た

品店における

の在り方 清水晶

編集企画に感服した。編集部がどういう考え方でこの問題を取りあげたかは聞き洩らしたが、結果的に見て、この問題は今日の化粧品・小間物店の経営において新しい意味で、極めて重要な、しかも難しいものとなつて来ていることに鑑みて、まさにつばを衝いた企画であると感服した次第である。

しからは、今日の化粧品・小間物店の経営において、この問題が、なぜそのように極めて重要な、しかも難しいものとなつて来ているのであろうか。それは、どういう意味なのであろうか。しかもそれは、ただ単に議論の問題だけではなく、もはや、実際の問題として、多くの化粧品・小間物店が、現実体験し、また直面している切実なものであることを見逃してはならない。

それは、化粧品・小間物店の経営のいろいろの面にあらわれている。中でも顕著なのは、メーカー・問屋の猛烈な積極的販売あるいは押込み販売によるストックの増加である。極端には、二ダースを

注文すれば五ダース納入してくるといふぐらゐの積極的な商品の押込みによつて小売店は、好むと好まざるとにかかわらず、急激にそのストックを増加し、うかつかすると、過剰ストックや死蔵ストックに経営の困難を招く危険を多分にはらんでいくという状態に立ち至つていくのである。

といつて、これをもつて、直ちにメーカー・問屋を非難することはできない。今日の機械およびオートメーションによる大量生産を行つているメーカーとしては、またそのような大量生産品の売りさばき元である問屋としては、何としてもその大量に生産された商品を売りつくさなければならぬのであり、いわゆる大量販売を実現しなければならぬのである。そのためには、のん気な、弱気の販売をしていたのでは、到底それを実現することができない。勢い、積極的な販売、時としては押込み的な販売とならざるを得ないのである。

それを止めようとするれば、どうしても機械やオートメーションによる大量生産を止めねばならない。ということは、業界の縮小であり、萎縮である。また、そ

のように縮小したとすれば、忽ち他業界に喰われてしまうことになる。化粧品を買うはずの購買力を、衣料品や食料品や娯楽の方に向けてしまうこととなるであろう。それよりも、むしろ積極的な攻勢的販売に出て、他業界を喰うだけの覇氣を持たねばならぬ。これが、いわゆる最近やかましいマーケティングである。

もちろん、今日、化粧品・小間物のメーカー・問屋の行つているマーケティングが、極めて好ましい合理的な姿のものであるとは、必ずしもいえないかも知れない。しかし、とに角、好むと好まざるとにかかわらず、マーケティングを強力に押し進めて行かねばならぬ現状にあることは否定できない。そして、化粧品・小間物業界がこのマーケティングに成功を取めるためには、マーケティングの最終段階を占める小売店が、それに積極的に協力し、それを効果的に実行して、大いに大量販売を実現するように努力しなければならないのである。

この意味で、今日、メーカー・問屋が猛烈な積極的販売あるいは押し込み販売を行うことには、十分の理由があるのである。もちろんそれが合理的な方法でなかつたり、無理な方法であつたりすることも少なくない。しかし、總体的に見てそのような積極的販売や押し込み販売はやむを得ないもの、むしろ是認しなければならぬものとなつて来ている。今日がマーケティング時代といわれるゆえんで

化粧品・装粧

新しい商品管理

反対したり、逃げたりするよりも、むしろそれに適切に協力し、あるいは有利に利用するように心掛けるべき時代となつて来ているのである。徒らに反対したり逃げたりしては、頼むに足らずとし

② マーケティングは商品管理にどう影響をもたらすか

て、今日の流通機構から見離されてしまふこととなる。今日は、小売店もまたマーケティングに積極的に協力し、またそれを強力に実行しなければならぬのである。

第二の商品変遷の迅速化とは、これまで以上に今日の化粧品・小間物業界で明瞭に見受けられるように、流行の速度が早くなり、あるいは新商品の発売が多くなつて、どしどしと売れる商品が変つて行つてしまふ傾向をいうのである。これもまた、新しい需要を開拓するためであることはいうまでもない。流行の速度を早めれば、顧客はその流行を追つて、次から次へと、新しい商品を買求めるということを狙つたものである。そして、確かにこのマーケティングの方法は、確かにこのマーケティングの方法は、必要の速度を早め、売上げを増進するのに効果的なものである。しかし、その反面、小売店としては、うかうかとしてい

そうとすれば、今日、マーケティングが進むにつれて小売店の経営、とくに商品管理の上に、どのような影響をもたらすかということをはつきりと認識していることが、はなはだ必要となつてくる。特に商品管理に大きな影響をもたらした点を要約してみると、

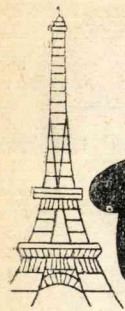
- (1) 商品種類の豊富化の傾向
 - (2) 商品変遷の迅速化の傾向
 - (3) 商品押込の積極化の傾向
 - (4) 顧客欲求の高度化の傾向
- などをあげることができる。

第一の商品種類の豊富化とは、すでに今日の化粧品・小間物業界で明瞭にあらわれているように、新しい需要を求め、続々と新しい商品や変つた商品が発売される傾向をいうのである。クリムを例にとつてみても、数年前と、今日とは、全く比較にならない程に種類が増えている。こうなると、小売店としても必然的に取り扱わねばならぬ商品の種類が増えてくることとなる。もし、それを避けて、相も変わらず僅かな種類だけを取扱うというような商品管理を固執する

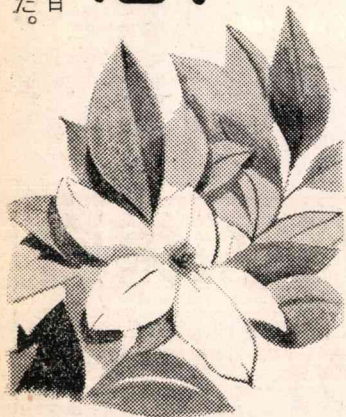
とすれば、競争店に比較して、まことに品薄に感じられ、また淋しい店に見られてしまふ。どうしても、ある程度は、豊富に商品の種類を取りそろえていなければならぬ場合が多いのである。

整髪界の制度用品 (L・Sチエーン) 完成

セーヌポマード ヘアヌポマード 香油



会員御各位の御希望により、卅二年度セーヌ会全国大会は、十二月九日箱根吉野・十二月十日熱海暖海荘に於て開催と最終的決定を致しました。



セーヌ整髪料本舗

販売部 東京都台東区二長町1番地
電話(83)1588-1673-1674-2049
製造部 東京都江東区亀戸町9-205番地
電話(68)5307-7971番

ある。小売店としては、それを真向から

品店における

の在り方 清水晶

らの商品が、流行遅れの商品となり、あるいは古臭い商品になつてしまつて、いわゆる死蔵ストックとして、その販売に困難するという危険も増して来ているのである。全く痛しかゆしというところであるが、これをうまく切り抜けて行くためにも、商品管理が極めて重要な役割りを担うのである。

第三の商品押込の積極化については、すでに先に説明した。今日では、これを従らに逃げ廻るのではなく、むしろ有利に利用し、しかも過剰ストックや死蔵ス

トックを生じないように、上手な商品管理に努力しなければならぬのである。第四の顧客欲求の高度化とは、マーケティングが積極的に遂行されて、広告宣伝が行き届き、あるいは陳列や実演が上手に行われると、顧客の目が肥え、沢山の商品のうちから選択することを望み、また商品の良し悪しの判断をする力がついてくることをいふのである。こうなると小売店としては、そのような高度化された顧客の欲求を満足させるに足るだけの商品だけの商品の吟味をしなければならぬこととなる。何でも置いておけば売れるというようなわけには行かなくなつてくるのである。

右にあげたようなマーケティングもたらずいろいろの影響を前提として考えるとき、化粧品・小間物店の経営における商品管理のあり方は、以前に比べて、大きく変つてこなければならぬことが諒解できるであらう。もつと具体的にいうと、商品の回転を早くさせることばかりが、商品管理の合理化の目標ではなくなつてくるのである。以前はよく商品の回転はできるだけ早い方がよいなどといわれたものである。確かに商品の回転が早いことは、小売店の経営を非常にやりやすいものにする。過剰ストックや死蔵ストックの発生を予防する上にも効果的である。

しかし、商品の回転を早くさせるために、待らにストックを減らすという商品管理政策を取つた所が、売上までも減つてしまつたというようなことになつては元も子もなくなつてしまふ。ストックを減らす前に、何としても売上が維持され増進されることが必要である。先にかかげたマーケティングによつて生ずるいろいろの傾向は、この面から、今日の化粧品・小間物店の商品管理のあり方を、非常に大きく制約するものである。商品種類の豊富化の傾向といい、商品変遷の迅速化の傾向といい、顧客欲求の高度化の傾向といい、いずれも今日の化粧品・小間物店が、以前に比べて、はるかに商品を多くストックせねばならぬ条件となるものばかりである。

といつて、気を許してやたらに多くの商品をストックしたのでは、経営は維持できなくなつてしまふ。資本は固定化し経費は増大し、過剰ストックの処置に悩み、また死蔵ストックの危険におびやかされることは必然である。売上に応じたストックの増加ならば差し支へはないがストックだけが増加することは、たとえマーケティング時代であるといつても、

③ 商品回転率とデッドストックの問題

このためには、従来からよくいわれたような、商品の回転はできるだけ早い方がよいという考え方は、止められるべき

である。といつて、もちろん多過ぎることとは、もとより危険であり、せひともさけねばならない。とすると、適当な商品

危険なことに変わりはない。かくて、今日の化粧品・小間物店の合理的な商品管理のあり方は
(1) マーケティング時代にふさわしい豊富さを具えた適切な品揃えの維持
(2) 資本の固定化を防止し、経費を節約しまた過剰ストックや死蔵ストックを予防しうるような迅速なる商品の回転
この二つの条件を満たすものでなければならぬことがわかる。



パフは東宝

12点掛、8点掛陳列台、三段ガラス陳列ケース付その他各種有利特売実施中!

全国有名問屋にて取扱つて居ります

“TOHO” Puff

化粧品・装粧

新しい商品管理

維持するという程度でもつて、豊富感のある適切な品揃えをするということが今日のマーケティングに即応した、新しい商品管理のあり方であるということになる。

しかし、適切な商品回転率とはどのくらいかということ、はなはだ難しい問題である。日本全国の平均の数字がよいというわけのものではない。それは

- (1) その小売店の所在する場所によつて。
 - (2) その小売店の経営の規模によつて。
 - (3) その小売店の主として狙う顧客層によつて。
 - (4) その小売店の取扱商品によつて。
 - (5) その小売店の営業方針によつて。
- それぞれ違ってくる。例えば、都市の小売店は一般に地方の小売店よりも回転が早く大衆向な小売店は高級向・中級向の小売店よりも回転が早いということである。

しかし、そういつていては、なかなか目標が立ちにくいから、ここには一般に発表されている数字として、中小企業庁

の実体調査の結果を参考までにかがけてみよう。これによると、昭和卅一年度の化粧品・小間物店の全国平均の商品回転率は、別表のごとくである。(これが今発表されている最も新しい数字である) ちなみに、中小企業庁がこの調査に用いている商品回転率の計算方法は、次の計算式によつてゐる。

商品回転率 = 1 / 平均在庫日数

したがつて従来からよく用いられている分子を「一カ年売上高原価」で計算する場合よりは、若干大きな数字が出てゐることに注意する必要がある。

しかし、いかに商品回転率に注意していても、死蔵ストックが発生することは、ある程度はやむを得ない場合が多いまして、マーケティングの手段として商品の種類が豊富になり、また商品の変遷が迅速になつてゐる今日では、一層のことである。これを予防するためには、

- (1) 個々の商品について動きの状態をよく注意してゐること。
- (2) 一種類の商品を一度に大量に仕入れないこと。
- (3) 仕入れた商品を販売しようとする考え方から、売れる商品を仕入れるという考え方に切り替へること。
- (4) 売りにくそうな商品までも、易々諸々として押し込まれないこと。
- (5) 平常から流行の移り変り、新商品の発

【六五ページへつづく】

規模別

総資本額二〇〇万円以下の化粧品店
 総資本額二〇一―三〇〇万円の化粧品店
 総資本額三〇一―五〇〇万円の化粧品店
 総資本額五〇一―七〇〇万円の化粧品店
 総資本額七〇一―一万円以上の化粧品店
 回右の化粧品店の総平均
 欠損の化粧品店

調査商店数 商品回転率

(二〇)	四・九回
(一七)	四・二回
(二五)	四・三回
(二七)	五・五回
(四)	一・六回
(八三)	五・一回
(一一)	六・三回

油 粉 洗 店
 香 型 固 理
 ビ 助 代
 ン 助 代
 コ 百 玉
 品 素 ント
 化 粧 品
 乃 マ ッ
 ハ リ ウッ ド
 カ プ ロ
 カ プ ロ

有限会社 助川商店

東京都台東区浅草橋1の2・電話(85)0235・0236・0237番



商売は何によらず仕入れが非常に重要なポイントをしめる。この上手下手によつて、繁昌するかしないかのカギとなり、利益が上るか上らないかの分れ目となる

いま化粧品装粧品店でもつともむつかしく、そして注意を要する装粧品の仕入れについて概略を掲げることとする。

アクセサリ 人形など

仕入のコツといつても他の業界によくある、"堀り出し物" 式なものが、装粧品には殆どない。見切つても売れない位であるから、安ければ安いだけのこと、高ければよい品物があることは勿論でここに業者の苦心もあるわけだ。

安くて良心的なものが、これから徐々にお目見えしよう。

ところで装粧品仕入のコツというのは仕入の一般原則に、プラス売れそうなのを選択するということ、あるいはその商品に欠点がないかどうかを見究めて仕入れることに尽きよう。

それには努めて主観にとらわれず、いま需要が何をほしがっているかを考へべきである。それでは勉強すればいいでは

ないかということに尽きるが、そういうたの味がない。そこで出来るだけ具体的な事柄から考えて行こう。

ただこれからは競争がますます激しくなるから、出来るだけ安く、しかも仕上げの丁寧な商品を提供するようメーカーに努めて考えて頂きたい。(何でも安くという意味ではない。高いなりによいものは勿論結構)

ところで、装粧品と一口にいっても実に種類が多いから、ここでは季節柄、プレゼントに向くアクセサリ、室内アクセサリ、人形位に限ることとし、またアクセサリといつても広く解釈するとこれまた大変だから、与えられた紙数を考え、装身具だけを取上げ、室内アクセサリについては、部屋の中に掛けたり、つるしたり置いたりして、花(造花も)をさし、帽子、ネクタイなどをかけ、新聞、雑誌、手紙など入れる諸器具につい

て記して見よう。

照明用の道具、ピンクツション、宝石箱、インク・スタンド、写真立など、女学生このみのマスケット風なものも入る。

装身具

これからは石ものが出るというのが常識。進物用に見えがするし、パーティなどにつけると結構その場の雰囲気にとけこめるからであろう。

数多く売れるのは、むしろ他の、小売三〇〇円、四〇〇円位のものではないか。

◆新ダイヤ製品 これについてはブローチ、イヤリングなど、どれも、石がツメでしっかりとおさえてあるか、接着がうまく行つてるか(ちよつと落ちて見るとわかる)石の光り具合がよいかなど調べる。

よく、石の数を勘定して一個いくらだから、これは高いとか安いというようだが、加工技術というものは、案外な処にモノをいづつてるものである。

高級ベツジン 神 衿

特許瓶型

新発売

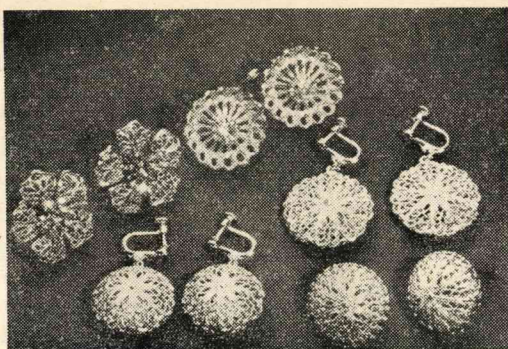
¥ 50

値段は五〇〇円以下というのはない。透明と、淡い色透明に七色の加工)したものがある。

これを使つたものは、何れも値が高いしかし、問題はそれのあしらい方、配色のうまさモノをいうので、何でもオーロラなら売れるものではない。一般装粧品店では、色どりに仕入れることはよい。その他、大粒の色石を使つたものがあるが、これは発色の具合、キズがないかを調べる。その代り、値段は当然高くなり、少くも一〇〇〇円前後である。

◆ラインゴールド製品 純度の高いアルミニウムを素材にするもので、はやり出してから既に三年。依然売れているのは、メツキが割にき

れいでハゲない、見た感じがいいという風に、技術がよくなつたからであろう。メツキのよさは、平面部の色沢とブツツがないかで大体見当つく。純度の高いものならスカイツとしてクモリがなくなりやすいである。



新ダイヤ、色石などを散りばめ、豪華にするのが普通で、値段も六〇〇円位からである。ちよつと外国製品見たいに見えるが、それ以下のものだつたら大きさにもよるが、よく見る必要がある。



◇真ちゆう製品

典型的な装身具といわ

れる。何といつても一番手馴れた仕上げがし

これもある。メツキが肝心で、最近の真空蒸着メツキといつても、よいのと悪いのがあるから

注意することだ。

ローずけのあとが汚いのもマズイ。この製品は良心的な加工かどうかは大体わかるし、装身具らしい落つき、秋、冬の装身具として重厚な感じがし、他のものに表せないいいところがある。

値段はいろいろ、百円位から、上物で七〇〇円、八〇〇円、あしらう石によつては一〇〇〇円を超えるものも珍しくない。

その代り中年の婦人がつけてもおかしくないものが多い。

◇スリ切り製品 この秋あたりから目立つて出て来た金属製品。これは浅い型で打ち、片面だけすつて薄くし、透し模様

が非常に繊細な感じがするもの。概して遊味があり、石などあしらうとさながら古代の由緒あるものに似た印象をうける。ただし、製品が薄いから上から強い力を加えると折れる心配がある。そこを承知して扱うこと。

値段は本当のスリ切りは安くはない。中年向になる。

◇木彫製品 何といつても彫りが生命。次は表面の塗装。木彫は木の色合い、木目、肌合いがいわゆる木彫らしい独特の感じがあることで、その感じを殺したのでは駄目。ラツカーなどでテカテカさせたのはいけない。糸ノコのことなど小口がザラザラしていないこと。値段はマチマチでピンからキリまである。

木彫ブームで何でも売れるからいいという考え方は禁物。大きめで、いいものなら中年婦人がつけてもふさわしい装身具である。

◇皮製品 肉出し、ろうけつ染、焼絵など、いろいろ加工されている。

ところがこれにもピンからキリまででまず皮の質、加工が皮の持味を殺してないかどうか問題である。肉出しは、コテのアテ方がしつかりしているか、型を使ったか、感触が堅いかなどで違い、ろ

仕入

◇ダイキヤスト製品 鍔物の一種で、最近技術が進んだが、メツキ、着色には未だ問題があつて色沢のよし悪しは勿論、はげないかどうか、特に凹凸のある部分からはげ易いことを注意すべきである

値段は、一五〇円位から、石を使えば三五〇円位から五〇〇円位が多い。それ以上も勿論、着色したのも注意すべきである。

◇ダイキヤスト製品

近技術が進んだが、メツキ、着色には未だ問題があつて色沢のよし悪しは勿論、はげないかどうか、特に凹凸のある部分からはげ易いことを注意すべきである

と

有名化粧品問屋

特色ある扱品で、皆様の御相談、御用命を頂戴致しております。

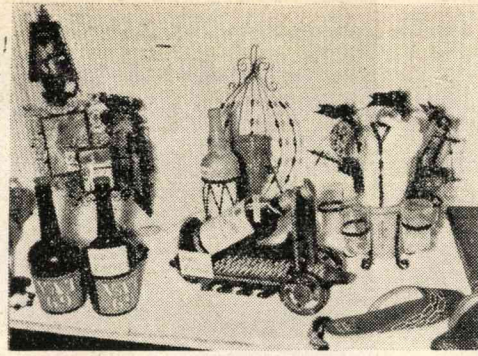
株式会社

大山商店

東京都中央区日本橋橋町5・電話茅場町(66)0235(代)0236・0237・0238番

うけつ染も実際に染めたのか、プリントしたもので違ふ。

これは値段でホボ見当つく。皮製品は今後興味のもてるものである。七〇〇円八〇〇円がまあまあという処で安いと五〇〇円以下もある。特に工芸家の作品は高い。



写真は大人用室内装飾品、下は女学生向きの製品

◇陶製品 これは色彩、ツヤが第一。二つと同じものが出来ないデリケートなものである。

色と硬度が生命のこの製品は、安ものならなるべく澁いものが無難、上物なら発色の美しいものを選ぶべきだろう。二色、三色が融け合つて出た色彩は何ともいえない味がある。上物になると、イヤ

リングの小さなものでも五〇〇円以上、他のものは一〇〇〇円以上になるのが少くない。

◇ボン製品その他 本場のボン(牛骨)象牙か、その他の骨か、見分けのつかないことがある。またセルロイドとかラクトも同様。殊に着色されるとわからないから注意すべきである。

その他の注意

- ◇附属の問題 装身具は、と角表面だけのデザインにとらわれ勝ちだが、商品である以上「壊れないこと」が先決である
- ①ピンがとれないか
 - ②石が落ちないか
 - ③鎖や糸が切れないか
 - ④止め金、ネジがすぐアマクならないか
 - ⑤バネがすぐ伸びてしまわないか
 - ⑥すぐ変色(メッキが)しないか
 - ⑦色ものは自然の光線で見ること
- ◇デザイン その時の流行型(広く世間の流行を反映するもの)をも考へべきだし、先ず誰にも似合いそうなものを仕入れる。その他に、少し高級で豪華なものをつつたものを仕入れる。これはその店の格付にもなり、ウインドウのディスプレイになるからである。従来のアブストラクトよりエレガント時代にふさわしく繊細なものに移つて来たようだ。
- ◇仕入の量と種類 これは店の事情により異なるが、出来るだけ種類多く、点数多く種類少くする方法がある。

前者は何でもそろつているといふ感じ、(一面売れ残りの感じでもないではないが)後者は端口がそろつている(商品豊富)というか、万一破損しても取換えてもらえる安心感がある(一面種類がないと思われる)。これは一長一短で、決めるわけにいかぬが、その中間では中途半端でいけない。

◇仕入以前、以後 最初に記すべきだったかも知れないが仕入は、と角主観を伴い勝ちだが、これは実用品ならいざ知らず、趣味的なものは、客にいろいろな見方、考え方があり、十代、廿代、卅代それぞれ好み、あるいは地域的な違いなども参酌すべきである。よく二人で仕入れに来る人があるが、その辺に理由がある。これは仕入以前に考へること、その後には、売れるようパツケージも考



名化粧品屋
有 石 問
中央石問株式会社

東京都中央区京橋2丁目8番地
電話東京(28局) 2821~8番

え、ディスプレイも考へることである。時に特別のコーナーを設けることも行われる。仕入上の注意につけ加えて考へたこと。

室内装飾品

次は室内アクセサリー、これはお部屋の飾りとか、リビングアクセサリー、ルームアクセサリー、デスクアクセサリー等々それにふさわしく、いろいろに呼ばれている。これは、大人のものと女学生用と、二つに大別される。

【A】大人用 単なる飾りというより、実生活に即した工芸品が多い。リビングアクセサリーと呼ばれるゆえんであろう。大は熱帯魚、金魚など入れるガラス容器の台とか、鳥かご、洋間で使う背の高

い電気スタンド等から、小は卓上シガレットケースに到るまで、千差万別、日本古来の伝統技術が、ようやくいかされ、優れた製品が出来つつある。

ところでこれらの室内工芸品を仕入れるには

- ①接着が完全か
- ②クギが抜けてないか
- ③木彫の透し模様は欠け易くないか
- ④色彩が部屋にマツチするか
- ⑤塗料がハゲ易くないか
- ⑥オルゴール装置の具合はどうか
- ⑦運搬上不都合な点はないか
- ⑧本皮か、模造か
- ⑨クギや鉄線を打込んだ箇所がヒビが入ったり切りたつてないか
- ⑩鏡の取付けに無理がないか
- ⑪皮の縫目がはずれていないか
- ⑫安定性はどうか、など細かいことを列挙すればキリがない。

実際役に立つことを第一に、その次に装飾のよさを考えるべきだろう。

【B】女学生用 これは性質上、先ず夢のあることが必要。実用的であることより部屋や、机の上に並べて装飾的である方が喜ばれる。

入

その上役立てばなお結構である。水車小屋のインクツボが、

仕

小さい過ぎるからいけないとはい切れない(ただし、砂時計の



砂が落ちなかつたり温度計の水銀が上らないのはマズい)。

- ①接着部の具金の悪いことは勿論だめ
- ②形の面白いこと、小型なもの
- ③女学生のオモチャとして楽しめるもの、童話風である。
- ④シリーズもの
- ⑤色彩の明るいもの
- ⑥お小づかい程度で買える
- ⑦時にオマケも…(ツボに小さな造花をそえる位の)
- ⑧オルゴールの曲が女学生の好きなものなど……

人形

紙数の都合で、くわしく申上げられないが、いまは種類が多くて、その選択に困る程である。

- ①仕立てが良心的か
- ②色の調和、マスクがきれいか
- ③表情が豊かか
- ④オモチャじみてないか
- ⑤少くもこんなことは考えるべきではないか。現在は味のない人形や、模倣かと思われるものが余りにも多いということは事実である。

【六一ページからつづく】

売傾向などを十分に注意して研究し、先きを見通して仕入れること。

- (6) 商品管理のための正確な資料を心掛けて準備すること。

などが必要である。

死蔵ストックの問題は、大量に発生してしまつてから騒いでも、なかなか思うように監視できるものではない。それよりも、それをできるだけ発生させないように、日頃の商品管理の合理化を図らねばならない。そして、もしも発生してしまつた場合には返品が利く商品の場合には返品することもよいであろうが、そうでなければ競争店に迷惑を掛けない程度見切つて販売するか、あるいは店内での配置を変えるか、あるいはまた普通の商品を組み合わせて販売するか、メーカー、問屋のセールス・プロモーションに協力して積極的に売りさばかせねばならぬであろう。それでもなかなか処分し難い場合が多い。死蔵ストックは発生してから騒ぐより、発生しないような商品管理制度を確立することが肝要である。

染めて見直す
この若さ!

白毛染

君の代

洋品類の仕入れ

夏物は金高が張らないから忙しいように売れても利益は知れたもの、冬物が売れば商売は繁昌する。それも十一月から十二月にかけてが本当の商機というものである。この期間に売れば成績はうんと上る。暮には身の廻りのものを新調してサツパリした気持ちで新年を迎えたいというのがわれわれの昔からの習性である、多少無理をしても何か買いたいような誘惑を感じる。その上ふだん恩顧を受けているところへ贈物して、半年分の義理を一遍に果たすという美風もあつて十二月はともかく買ひ物の多い月である。裏を返せば物が売れる月ということになる。このように勞せずしても売れるように向いてくるのである。ちよつと頭を使えばその効果は二倍になり三倍にならうというものである。

先ず店の周囲のお客様の実態を把握すること、どの程度の生活をしている人達が多いか、その公約数をつかめばそれによつて買物振り、趣味・嗜好の範囲も大体は類推できる。それから推して仕入れる商品の高級中級、普通、のどこに重点をおくか、どんなすすめ方をすれば買ひ氣をそそのかすことができるか、とができるか、まず相手を知つて後こちらの策を立てる

下着類

洋装が身についてくるにつれてその下着の知識が、ようやく本物になり、昨

のが賢明というべきであらう。

年から今年にかけて化粧品業界はいわゆる下着ブームなる新語に陶酔した。ブラジャー、コルセット、パニヤ、ウエストパニヤ、ガーターベルトがすなわちそれである。このうちパニヤ類はスカートの下着を豊満に見せるための下着なので、オーバーを着るこれからのものでない。ただイブニングドレスの正装で出席する折目正しいパーティにはどうしてもこれが必要とするが、そのような機会を持つのは極めて限られた一部であるから、一般の消費者を対象とする場合パニヤは毎春から夏のものといふことができそうである。これに反してブラジャーやコルセットは身体の基本線を決定するものであるから、洋装には欠くことのできない下着であるはずであるが、厚着を普通とするこれからの季節には、ともするとこれを略さうとする不精派がないでもない。しかし洋服を美しく着こなそうとすれば当然ブラジャーをつけ、コルセットで腰の線を締めるべきである。春・夏・秋・冬大体平均してこの種のものが売れるようになつたゆえんはここに有る。

下着は寸法が肝心である。身体の線に密着しなければ意味がない。ブラジャーの標準寸法は十四通りあるが、これは欧米の型に範を取つたもので、日本内地向けのものはAカップ四種、せいせい六、七種あれば一応間に合うことになる。この知識を徹底させて消費者が自ら自分の寸法をいつてくるようになるまではまだまだ時間がかかる。氣長に啓蒙していく辛抱を必要とするが、それに比例して需要も伸びるから努力の仕甲斐はあるといえる。

上物は綿の防縮ブロードを使用するが並物は綿のパーバリ地である。綿物を七割とすると残り三割はナイロン製で値段はこの方が高い。小売値百五十円から五百円ぐらゐまで幾通りもあるが、二百円から二百五十円の線が売り易い。

これと関連していわれるコルセットは、ウエストのサイズからはじまるもので、廿二インチから卅インチまでの九通りあり、これに加えること十インチ乃至十二インチがヒップのサイズと規定されている。伸縮性のゴムが等分に伸びれば不快感はないが、仕立が未熟だつたり生地を惜んだりすると着た時に不均衡の所が現われ使用に耐えないようなことも起る。勢い信用のあるメーカーのものを選べば

色白く
なる

小じわを
防ぎ

アマツ ホワイト クリーム

45G
¥200



間違いないということになるので、業界に登場してまだ目新しい商品ではあるが、メーカーはつとめてその商標を売り込もうと懸命であり、着々その効果を納めている。小売七百円から千二百円ぐらゐまでが相場である。

ネクタイ

十月の声を聞くと同じ時にその取引は活況を帯びてきた。男のおしゃれがいよいよ本格的になり、唯一のアクセサリとして関心がこれに集中してきた結果である。この頃の特長は織物の進出が著しいことと、巾タイが一般化して地方にも行きわたつたことである。エレガント流行で、落ちついて上品なもの、高級なものを求めたいという傾向がネクタイの場合先ず織タイに現われたと

いうことができよう。織地はプリントの
ように鮮明な色調は出せないが、それだ
けに渋い風合は織物の本領である。これ
までは織タイという価値が張るので年
配向けの高級品と取られ勝ちであつたが
最近ではプリントを愛好していた青年層ま
でがこれに向いつつある。織物七、プリ
ント三と見る向が多い。そのプリント物
も落ちついた色合に変わってきた。

巾タイと角タイとは巾タイの進出が著
るしいが、安物はプリントの角タイが多
く地方に歓迎されている。またタテジま
とヨコジまとを組合せて額縁風にした新
柄も出回っている。

アセテート、アセテートと絹の交織、正
絹の三種があり、値段は三百円、五百円
八百円というようなケースに大別するこ
とができる。男にたいする贈答品として
女性側から見ればこれほど好適なもの
はない。値段が手頃だし、贈つて贈り栄え
がする。年齢と体つきから割り出して柄
を選ぶことになるが、人柄に合わないも
のは助からない。

これからのものは落ちついた色の品の
い柄が中心になる。無地ものも色合を考
えて洋服との調和に成功すれば効果があ
る。小売五百円から千円までが間違いの
ない値段である。

靴下
すでにたいがいのお店でお扱
いになつていてるでしょうが、
男女用ともその九割まではナ
イロン製で綿製品はほんの一部の特殊用


ということになつてゐる。サイズが明記
してあるのでもちよつと神経にさわるが、
伸び縮みが容易であるからそれほど気に
かけなくてもいいようである。男物は廿
四センチから廿六センチまででたいがい
間に合う。大柄な人には廿六センチ、中
肉中背には廿五センチがいいでしょう。
足袋と違つて伸縮性が強いから我慢がで
きないほどの不快さはない。女物フルフ
アツシヨンは八・八インチから九インチ
が標準である。近來女性の体格が立派に
なつてきたので九・五インチというものも
あるが、たいがい九インチまででこと足
りるようである。繊維会社の進出で靴下
の世界にもメーカーものと、そうでない
ものとが並列しているが、男物の場合は
有銘、無銘が売行にあまり影響しない。
ただし都会の品選びする人達はメーカー
ものに愛着する。

女性のフルフアツシヨンは殆どが有名会
社の製品で無名品の割込みは見られない
値段は男物の場合小売値で二百五十円か
ら三百円というクラスが最も売行がよ
く、五百円も出せば上級の部類である。
柄はチエック、しまなどとりどりで無地
物より柄物の方が売足がよい。女物とな
ると二百八十円の格外品もあるが、四百
五十円めぐりが標準ということになりそ
うである。化粧品店が靴下を扱う場合は
先ず婦人物に重点をおくのが常道で、そ
れに子供物を抱合せ、なお余力があれば
男物も用意するということになる。

贈答品となるとその利用度は男物が圧倒
的に高く三足詰めが普通で五百円、七百
円、九百円というところがよく売れる。
しかしフルフアツシヨンに子供の可愛いソ
ックスを詰合せて五百円、六百円とい
うのはいかがでしょう。
隅に小型の動物が造花などを配すれば色
彩の単調を補うことができる。

アンケート

① 昨年はこれで少つた
② 昨年はこれで失敗した
③ 今年はこの手で



贈答品に重点

札幌市 べにや化粧品店

最近は何れも大売出しの売上げよりもク
リスマス中心として購買力が集中するよ
うになり、クリスマス・イブの売上げが
年間最高の数字を示すようになりました
ので、プレゼント用品を重点仕入し、包
装にもクリスマス色豊かなものを用意し
てサービスします。これは当札幌市中心
街化粧品店共通の傾向で、化粧品よりも
化粧品を重点に売上の増大を計つていま
す。この方針で今年はお客様の満足を得
るつもりです。



これが化粧の終着駅

最後に—
世界でも珍しい
七二七粉白粉で
初めて—美しい
お化粧は完成です
いから基礎化粧が
立派でも
やはり最後は
世界でも珍しい製法特許
七二七粉白粉
今までの白粉はいくら
細くてもそのままだ
各粒子は岩石のよう
ゴツゴツですその表面
を肌に近い性質の薄
膜でまいてあるのが
七二七粉白粉・製法発
明特許
二〇三三九四号

セブントーセブン粉白粉

株式会社 セブントーセブン 大阪市東区十二軒町十五



末田利一

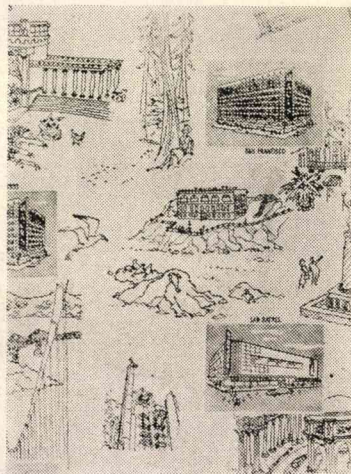
包装紙のポイント



クリスマス用の包装紙はどこのお店も、なかなか凝つたものをデザインします。普段ですと、アメリカでもフランスでも、又はソビエトにしても、余り包装紙に力を入れることはないので、実質的な紙袋とか、質素ながら丈夫な包紙が多いのですが、クリスマス用には一段と美しいものを使います。ですからヨーロッパ辺りで包装紙を集めるとなると、クリスマス・

シーズン以外にはなかなかよいものを手に入れるのがむづかしいと聞きます。
普通包装紙への認識
 クリスマス用包装紙のデザインについて

て書くに当つては、どうしても先ず普通の包装紙を十分認識していただくことが必要と思われれます。目的が商品を持ち運び易いように包むことにあるのは申すまでもありませんが、案外すぐ破れたりす



るのがあります。これは客に対しては、まことに不親切なことといえましょう。よく純白ロール40位の紙質のものを使つているのがありますが、これでは不適當で、少なくとも紙は上質60位にしたいものです。勿論商品によつては、もつと厚手なものが必要とするものもあるでしょう。包装紙という平面にこだわることなく、パツケーシングデザインとして、商品を保

装運搬に、簡易にして機能的であり、経済的で美しく丈夫といった袋とか箱を考へることが今後ますます必要にならうと思われれます。ただ日本の場合はそのようなものを作つても、なおかつ包装紙でその上を包むというサービスが一般的なのは如何いことでしょうか……。



包装紙のデザインによく店名、住所、電話番号をやたらと大きく書き散らして、すつかり気品を落しているのを見かけますが、これは決して客のよろこぶものでなく、余程純粋な人でないと、そのまま持ち歩くことはしないでしよう。

これは結局、包装紙の目的を知らないからであつて、宣伝としても、字の多いこと必らずしも効果を挙げる結果にならないし、又、字の大きいことが、人目を引くものではないのです。かえつて、欲はり過ぎて見え、安

つぽく不愉快な感じを人に与えるなど、逆効果になります。

文字の形と色の問題

文字の形(書体)は包装紙に取つてはきわめて大切なことで、これは全体の美的効果に大きく響きます。固い書体、エレガントな書体等店の性格や商品との関係において考へるべきでしょう。同じ固さのうちでも、ある所は角ゴチ、ある所は明朝体と、これも全体のバランスと重要度に応じて書体の形、大きさを定めるべきです。特にローマ字は、漢字体と違つて字の間隔が、全体を美しくさせるか否かのポイントですから注意を要します日本人の手になる洋文字は一字一字はよくても、全体としてはまずく見えるのは文字の量感の統一や、全体のバランスに

名香50種益々好調!

夜間飛行
三〇〇円
五〇〇円

アベックモア・黒水仙・フランス露香
東京・大泉田端豊香園

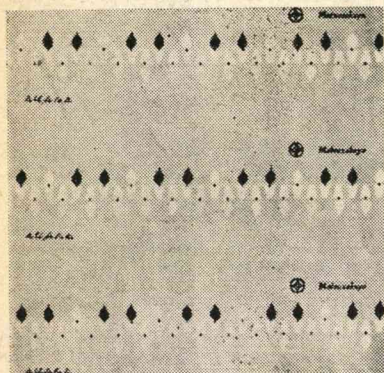
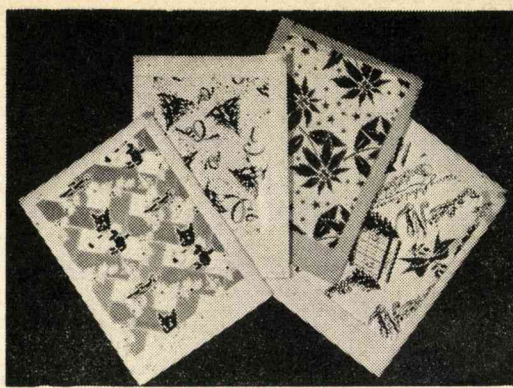
伝統の技術を誇る、
カッピール香水



包装

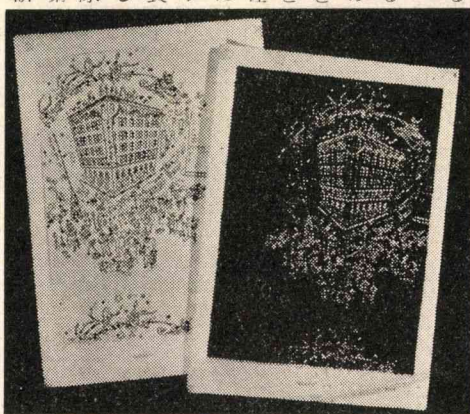
配色を
検討す
べきで
しょう

欠点があるからです。色彩は印刷に注意を払うことは申すまでもありません。汚ない刷りでは商品も又汚なく思わせませぬ。一色でもおろそかに出来ない色の機能的な使用の方こそ肝要です。余り複雑な一色に過ぎた色は、出来上りの発色が悪いようです、普通ではせいぜい三色止りですから、店や商品の性格を通して、



東京芸大生徒の作品

デザインの要素(この場合図柄)は余り商品とつき過ぎては、何の変化もなく面白くない感じになり易く、又突飛に離れ過ぎては商品の性格がうすれ、宣伝効果としては弱まる恐れがあります。以上を要約すると、第一に商品の性格、店の個性をその周囲の環境を通して適確に把握すること。第二に文字を含めてデザイン要素を、包装した結果を想定して全体の構図の原案を練ること。第三に印刷効果の研究の上に簡潔にして美しく個性的な配色であること。第四に包装運搬を考慮して適当な紙質を選ぶことにあると思えます



季節感と楽しさ盛る

商品によつては季節感も重要なことでしょう。マツチラベルとか、包装紙の既製品で、店名を挿入すればよいような、一見便利な見本を持

ち歩く業者もありますが、下手に利用すると店の個性や商品が生けないものになり勝ちです。昔の月並俳句を説明する例に、下の句が「根岸の里の侘び住い」で、上五字はなにをおいても俳句らしくなるという笑話があります。が、デザインの世界にも案外これがあります。店名を変えれば、装身具屋にも、文房具屋にも間に合うデザインでは困りましょう。ただ個性的であれということが、個人の趣味の押しつけでは意味がありません。東京と北陸、関西では客の好みも違いまししょうし、又、東京の中でも浅草、新宿、銀座では、それぞれ街の性格も異なることです。要はたえず店、商品、客の勉強が肝要といえます。

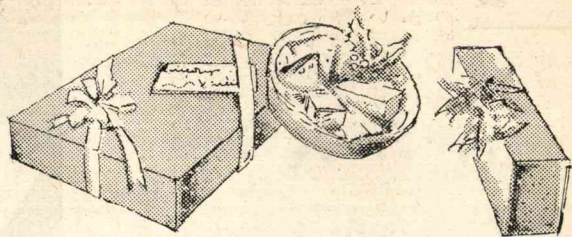
クリスマス用の包装紙は、なんといつても楽しい気分が溢れたデザインであることが必要でしょう。家庭に、友人、知人にと改めて贈物するよろこび、美しく包装された買物を小脇にかかえてクリスマス街を歩く楽しみは老いも若きも同じです。普通クリスマス用としてのデザイン要素は、サンタクロースをはじめ、クリスマスツリー、ポインセチア、ひい

「九一ページへつづく」

皆様の化粧品問屋

株式会社 青木商店

東京都中央区日本橋馬喰町3の1 電話 茅場町 (66) 7321番 7727番



呈します。ことに、俗に「おしやれの店」とよばれる私共装粧品店にとつて、年々盛んになるクリスマスマスの行事は、まさに、クリスマス様々といいたいところ
です。
クリスマスプレゼント流行の傾向は、ますます日本人の間に

欧米風に

浸透し、私達業者は、この機会を逃さず、健気な努力をもつて戦闘準備にとりかかります。宣伝も華々しく、商品は思いきり豊富にとりそろえ、しかもバラ

十二月に入ると、

クリスマスから年末にかけて俄然どの商店も、一年に一番の活況を

エテイに富ませ、販売の人手もふやします。そして、包装については最も頭を悩ます時期でもあります。

年末、年始の贈答品については、昔からのしきたりに従つて、日本風にかしまつて、のし紙などかけて包装すればよいのですが、クリスマスには、思いきつて華麗な包装を試みねばなりません。宗教的に根強く意義ある欧米のクリスマスの場合と異つて、日本では、まだまだ、ただ単に、遊びのきつかけのためのクリスマスであるのですし、業者にとつては売上げのピークを作るチャンスに過ぎないのですから——客はとも浮ついた気分です。その喜々としている客に、いつもの変りない袋や、シールだけの包装では、お客様もいささかがつかり、楽しい買物の夢がぶちこわされてしまいます。

あくまでも夢心地の楽しい買物としてそのうれしさを五倍にも十倍にもふくらませてあげる雰囲気のある包装が是非とも必要になるのです。
何事にも合理的なアメリカで——百貨店の例をあげれば、その品物がクリスマス

クリスマスの包装を楽しく 山越弘子

プレゼントであらうとなかろうと一応普通の包装がなされます。主に最近日本の


各商店で

盛んに用いられている、あのしつかりした袋が使われるのです。(ずつと以前のアメリカ映画でしたが「七年目の浮気」の中で、トム・イーエルの主人公が子供にあげるポートのオルを包もうとする場面がありました)日本の家庭でなら、古新聞紙の他に、古包装紙はまとめてしまつてあるのが普通ですのに、あの場合、戸棚やその他をくまなく探せど、オルの包めるような紙は、小さいのも一枚もないのです。やつと探してあてたのは、例の袋ばかりなので、まともに包装出来ず、手古ずつて笑わせていました。あれをみましても、いかに米国では、実用的な袋ばかり便利がられているかがわかります。

で、包装紙というものは、日本でもだんだんこの傾向になつて来ましたが、ほんのお休戦のみに用いられているのが現状だということです。ですから、きれいにプレゼントらしく包装してもらつたためには、別に高いパッケージ料金を払わね

ばならないのです。

よく私達が、欧米のモード誌や、洋画のクリスマスマスのシーンで、かかえきれぬほどのプレゼントを抱きかかえて、エレベーターなどからおりる主人公をみますあの色彩豊かな包装紙に、豪華なサテンのリボンを飾つた包みには、高い包装料が支払われているのです。卑屈なサーヴィスに徹しない、アメリカの合理主義的な商法に感心し、では日本でも、私共でもそういう風にならつて、と考えますがそれは早急には成功しないだろうと思ひます。なぜならクリスマスプレゼントは**日本人**にとつて、包装料金を別のそれ程意義あることではないのですから——。去年、新宿のイデパートで、一階の数



石炭・日用品・雑貨問屋

株式会社 野村商店

渋谷区上通二の十八・宮益坂渋谷郵便局隣
電話 (40) 5161-5番

方所にもものすごい人だかりがしていますので、わりこんでみましたら、無料リボンサーヴィス所でした。デパート内で買上げた品物なら金額の多少にかかわらず大きさの大小を問わず、客の好みの色のリボン(ボイル)を、たっぷりときれいに結んでくれるのです。客は目を血走らせて、われ先きにと包みを差出してしました。

私共小売店では、このお客の心理をた



包装

くみにキヤツチすればよいのではないでしようか。
クリスマス用の包装紙は、既製品でもよし、何々会の結成されてる会の中から、扱い品や客層も似かよつてゐる数店が一

括して注文してもよし、小さく名入れした自店独特のものを特注できればなお結構です。



山越 弘子氏

寒い季節の折ですから色は濃い目に、地色は絶対に色物(デパートは地色の白が多いです)たとえ、赤、黒、水色、ピンクなど、普通の二倍のコストがかかっても、紙質は上等ものでなければ、地色が美しく出ません。そして今にも、あのジングルベルのころやかな音がひびいてくるかのような楽しい柄を選びます。

リボンは包装紙にマツチするものを各色とりそろえておき、安いボイルなら沢山使つてふんわりと結び、高い品物にはサテンなど結べば華やかです。また、最近、K・K・Mリボン店からプレゼント用のリボン花が発売され、とても好評だそうです。例のアメリカ風の、乱菊のように機械で結んであるきれいなサテンのもので、無地と金糸入りがあり、小さいのは一個八円から特大卅五円まで数十種あり、目もさまざまのような美しさです。これなど利用して、お買上金額に応じてサーヴィスすれば、その都度手数もはぶけ、何しろ可愛らしいものですからお客様は大変よろこばれると思います。又、どうしても採算のあわぬ場合は、

包装見本

に値段を提示して飾つておき実費を頂くのもよいでしょう。

贈物スカーフなどの場合、お箱代は頂くとしても、包装紙一枚〇円、サーヴィスのリボン代を差引くと〇円の利益しかない、やりきれない。などと一々、ミミツチク勘定せずに、出来るだけ上品で楽しくなる包装をして差上げましょう。色とりどりのリボンを飾つた包装品を大中小目だつウインド内にかざりつけ、クリスマス気分を盛りあげ、よりお客様の購買欲をそるようにならしましょう。

世の中が平和になればなる程、こんな行事は一層盛んになるでしょう。おしやれは皆に行きわたつて、下着にこるようになったこの頃ですから、クリスマスプレゼントに対する客の観心はますます贅沢なものになっていきます。満足される包装が、又、来年の固定客をきつとつかんでくれるでしょう。

(東京・神田・日本屋)



「新宣伝」

お買物は五千円札のオツリがいつでもそろう当店で!

一〇〇化粧品店
(鹿児島・一人娘)

幾つになっても羨しいお肌をつくる



One Star

ワンスター

ホルモン化粧品

東京・ワンスター化粧品本舗・大阪

ホルモン
化粧品
¥300

ホルモン
化粧品
¥300

「パッケージ」で 買物を楽しませる

パッケージは何故大切か。それは今さらいうまでもないことだが、パッケージを「人間の着る衣裳」と考えたらどうだろうか。人間が衣服をまとわずにいられないよう

クリスマス、年末を控えてパッケージについて再検討して見たい。他の業界では相当研究され、競つて優れたものがあるのに、この業界にはファンシーグッズといつて、女性の、しかも趣味的な装飾品を扱っているのに、案外楽しめるものが見られない。商品一つ一つの値段が安いから、パッケージに金はかけられないというのか、それとも商品自体がきれいだからというのだろうか。しかし世の中が万事便利に、きれいづくめになつては、そういつてすましてもらえまい。そこでパッケージの大切なこと、こんな風に出たら商品も引立ち、買気をそそのくではなからうか。というポイントを思いつくままに、お話しして見よう。

必要な六つの条件

に、商品もムキ出しでは具合が悪い。といつて商品にきれいなパッケージを着せて中味をカムフラージュする、"揚げ底的"なものを意味するものではない(多少、馬子にも衣裳……的な傾向はあるが)。

そこで、先ずパッケージに必要な六つの条件に照してその大切なことをお考え頂こう。

一、直ぐ内容が分ること

例えば、着るもの、身につけるものによつて、その人の職業なり人柄がわかるものである。同様に、中味がアクセサリーなら、アクセサリーと直ぐわかる。パッケージにすることで、虫ピンか何か入るような箱でもないけないし、菓子屋見たいな包装紙でも具合が悪い。

二、色の調和がよいこと

われわれの服装その他と共通なことは商品の内容にふさわしい、見て感じのよい色彩でなかつたら(もちろん、柄もそ

うであるが)中味ははえないし却て逆効果になる。

三、内容にふさわしい型

人間なら体にピッタリする服を着るが商品にしても同じことである。中の品物小さいからといつて、それが入る程度なら、それでいいというわけではない。商品にふさわしい、ゆとりのある大きさが必要で、値打ち相応に、特におしゃれな処を何処かに見せることを考えるべきである。ただ大きい、小さいの問題だけでなく、いわゆる恰好についてもそうである。

四、何となく自立すること

人間の服装の場合、どうせ着るなら、「いいナ」"とホメられてもケナされたくないのが人情。まして商品であつたらそれこそおしまいである。何となく中味がきれいだとか、陳列しても何か値打ちに見えるものでありたい。

五、特に印象的なこと

人も一度会つた位では誰であつたかど忘れする。ところが服装とか髪かたちなどで、案外思い出すものである。パッケージもそれと同じで、パッケージによりこの店の、どんな品物が大体判断出来る。何か印象的なところが必要だ。競争の激しい今日では、何かにつけ印象の強い方に客は傾むころ。

六、機能的であること

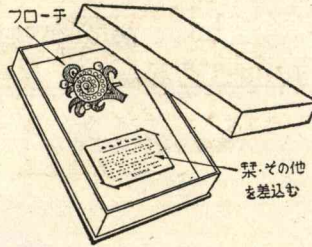
服装が活動的だとか、外出向にいいとかいうスタイルがあるように、パッケージも中味に都合よく、使いたいとか、痛めないよう配慮されていることが肝要である。他にも利用出来るパッケージであ

サービス第一!

石鹼・日用品・雑貨問屋

株式会社 勝産業

渋谷区上通二の十八
電話 (40) 2111-4



れば、なお結構である。
以上の条件のうち、どれを欠いていいというのではない。それでは中にある商品は売れないだろう。売れてもそれ程の楽しみを感じるかどうか疑問だ。

種類はどんなもの

次にパツケージの種類をあげて見よう
単純な形の箱(一コ箱、ダース箱など)
包み紙(直接商品を包むもの、最後に包む包装紙など) 台紙、チューブ、袋(レコードのジャケツトも) 缶、カパー、ラベル、シール(帯紙も) など。変つたところでは、樽、つぼ、かめ、特にコケシのように変形したもの、その他、

リボン、紐などを補助的なパツケージと

見栄えするパツケージの仕方

考えればよいよ種類は多い。

この業界でプレゼント用になるものを先ず考えよう。コンパクト、化粧セット旅行ケース、マニキュアセットなどの化粧用具、各種装身具、組合せ化粧品、ハンカチーフ、室内アクセサリー、机上の装飾品、ネツカチーフ、ハンドバッグその他袋物、ブラシ、刷毛類、香水吹、半衿、帯の類などが考えられ、工夫すればプレゼント用になるものがまだある。

装身具を例にとると、形は小さいが割に金高になるもので、これを小さい容器に一つだけ入れ、包装紙をかぶせただけでは、一向に見えしめないし、またどうしたものが今まで多い。どうしたらそれを見栄えするように出来るか。そのいくつかを考えよう。

①箱の形を大きくする これは大きくすれば当然空白が出る。

高級ものはそれもよいし、きれいなカード、パンフレットの類(花言葉とか、指輪の話とか、その他のおしゃれのこと等)を添えたり他のものとセットにすることを考えることで、造花、ハンカチーフ等を一緒に入れたらよい。外見が立派になるばかりでなく、内容も見えがして喜ばれよう。

②中味にふさわしくする 上物は上物ら

しい外観の容器に入れる。

例えば、高級物には純白の箱に、金銀の線をアツサリ引くとか、ジエニア向の商品には、きれいに印刷したホールディングカートン(一枚の板紙を切りぬいて折りたたむ)に入れ、見た眼の美しさをねらうとか、いろいろ工夫が必要である。ジエニア向なら、ハガキ大の色刷りの台紙につけ、袋に入れ、リボンをかける。その際、台紙にカレンダーその他、ジエニアの好みそうなことがらを刷りこむとお面白い。

そうすると、その台紙がほしくて買ってくる客も出てこよう(若い女性にはコレクションの趣味がある)。

このように、パツケージがいいので、お客が買物を楽しむに例は、外国のデパートの場合に多く「今年のクリスマスには、どんな包装紙が出るだろう」と、待たれるそうである。

③アフターユーズがきくもの 少し金高が増しても、その容器を使つたあと、他に利用出ると喜ばれるものがある。

例えば、最近の犬の形をしたプラスチックなど、中に入れたり、額にかけたりしてプレゼントにし、あとは机上の

【八三ページへつづく】



どこよりも安い奉仕の店

小間物・洋装雑貨・靴・袋物・百貨卸問屋

株式会社

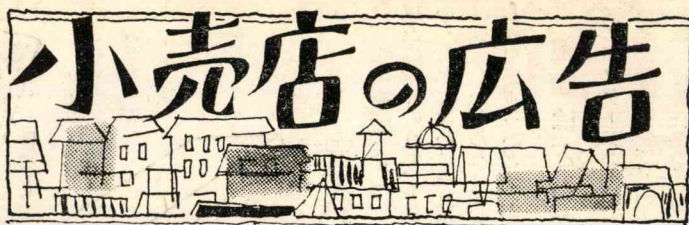
末廣商店

東京都中央区日本橋横山町10番地
茅場町 (66)代表6390・6117・6217 (67)6784・6569番

カ 御方店
タ 入名は上
ロ 住用は下
ゴ 所印
グ 印御
ク 捺入
ケ 印申

一、はじめに

与えられたテーマは、クリスマス、年末に際して、化粧品店の宛名広告やチラシ広告のあり方、といったものですが、極く一部の例外を除いて、小売店の年間



小売店の広告

青樹 敬一
株式会社折込広告社
企画部調査課

広告費は、中元や年末に全部使つてもた
りない位余裕のないものですし、平常は
広告費を捻出するのは困難なケースが多
くそれよりも、いかにして売上げや純益
をふやすかに腐心して、販売競争、乱売

問題、購買会、消費組合との競争等々を
きりぬけて生き残る算段に日を送つてい
る店が多いのが現状です。そこで、クリ
スマス、年末広告のあり方というのも大
切ですが、広告そのもののあり方の話の
方が、多くの皆さんにピッタリくるので
はないかと思ひます。毎月、毎月、ある
いは毎週、毎週、定期的に広告をしてい
る場合でしたら、もつとヒントをしほつ
た、純粹に技術的な、年末のチラシの作
り方、特に広告文やレイアウトの仕方、
アイデアの定着法とかいつたものが問題
になるのですが、ここでは一応化粧品店
の広告のあり方という原則的な面から考
えてゆくことにしてみます。

二、最近の「広告」

商店経営の雑誌などに「よく効くチラ
シの作り方」とか、いろいろな思ひつき
の広告の新しいやり方などが載せられて
います。いつも熱心に広告のことを考え
ておいでの方々には、ヒントを与えられ
て、それを生かして自店の広告を創り出
してゆく上に参考になります。新聞を
見ても、ラジオを聞いても、あるいは街
を歩いても、どこにも広告が溢れている
ような現在、単なる思ひつきや、よそ
でやつているから自店でも……といつ
た安易な考え方では追いつかないようにな
つてきています。

殊にデパート相互間の販売競争から必
然的に派生してきた広告合戦の、あの規

模と力の前には、少ない予算の中から、
無理をしてきた小売店の広告予算では
あまりにも微力でありすぎます。その少
ない費用も、最大限有効に使わなければ
効果のあがらない、経費のかけ損といつ
た結果になってしまうおそれがあるの
です。そのために、科学的な広告のあり
方の基本的な研究が、小売店にも絶対に
必要になってきます。特に化粧品の場合
は、メーカー側が新しい科学的な広告理
論をどしどしとり入れて、広告活動に充
大なエネルギーをかけているのですから
メーカー側と密接な協力態勢をとらなけ
ればならない小売店側としても、それに
即応した行き方を考えて、計画性のある
広告をしなければますます立ち遅れてし
まいます。

三、化粧品店の 広告費

中小企業庁の調べによると、昭和卅一
年度の数字で、化粧品店の広告費が売上
高の中で占めている比率は平均で、二・
三%となつています。(この数字は、業
態がかなり錯綜している化粧品店の場合
正確なものではないかも知れませんが、
小売業総平均が一・四%ですから、化粧
品店は広告費がかかる商売であり、それ
だけ他の小売店に比較して広告に対する
関心も深くなければならないわけです)
化粧品店の年間売上げを考えると、こ

有名品揃い

石鹸・歯磨き・線香・燭寸
和紙・炭物・雑貨・問屋

是非一度御立寄りと御問合せを御願ひ申上げます

株式会社 多喜屋

東京都新宿区下落合1の491 振替東京109785番
電話(95)0192(代表)0191・0193・0194番

取引銀行 (富士・協和・各目白支店) (三和・三井・各池袋支店) (勸銀・三高・田馬場支店)

四、印刷物広告(チラシ)

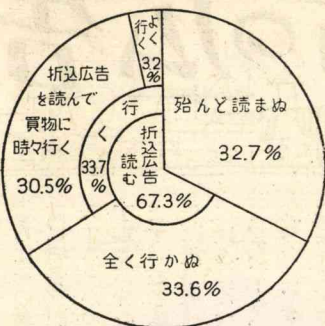
されて、化粧品店の得意先の地理的分布
の狭少なこと、女性が多いことなどの特
性から、現在チラシ、宛名広告、浴場ポ
スター広告などが通常利用されています

ほかの小売店と同様、チラシ広告が、
化粧品店でもつとも多く使われているよ
うです。普通、新聞に折込みする方法で
配布され、特売日のお知らせなどが主
になつています。最近の新聞折込チラシは
デパート、銀行などで、チラシという概
念から飛躍した立派なものがでていま
すし、また、宛名広告にそのまま利用でき
るような、豪華な内容のものでなければ
効果が薄い程、毎日、新聞に多数の折込
チラシが挿入されています。殊に中元、

広告宣伝

記載する内容も、極力簡潔に、ポイントを出したものにします。広告はすべて、読まれるより見られる傾向が強くなつてきていますから、値段のようなものを除いて、抵抗なしに読者の頭に

新聞折込広告の効果



年末時には、平時に数倍する数量になるのですから、余程考えていただかないと無駄な出費になりかねません。年に二回位しかできない予算では、デパートや銀行、その他の大企業なみに大きなもの、変型もの、多色刷、切抜もの、などはなかなか望めませんから、かりに色をかけたも、二色程度でスツキリした、化粧品店にふさわしいエレガントな感じで、女性に訴える色調のものにすることが肝要です。一瞬見た感じで捨てられないものにするのが第一なのです。新聞折込にした場合の広告の効果を調査した結果をグラフにしたものを掲げてみますから、参考にしていただきたいと思います。

スツと入つてしまふような広告文でなければいけません。理想的にいえば、チラシ全体の感じが店の特徴を表現していることつまり店の雰囲気



上げをあげる最善の道ではなく、消費者と結びついた小売店のあり方をもつと考えることも大切なのです。店内に美容相談室や化粧品室を設けたり、地道なサービスに力を注いでいる店が、成績をあげていますし単なる値引きだけでは固定客はつかないのです。

経費の点で二回を一回にしても、印刷費を減らしても、得心のいくまでいいものを作るべきです。化粧品の場合、値段もそうですが雰囲気も客を誘引する有力な要素なのです。ですから、クリスマス、歳末の広告にしても、包装紙、リボンに工夫を凝らしてそれをテーマに広告を作るのも一方法です。「美しい包装紙で心のこもった贈物を」といった具合に、店の販売や、サービスのポイントを、そのまま広告にうたいあげるのが、効く広告を生み出すコツです。新しい販売科学といわれる「マーケティング」の研究からひき出された広告も、そういった販売と直結した広告を指向しているのです。特売だけが売

地理的な見込客分布や、交通の便、同業店の分布などを考慮に入れば、自然無駄のない配布区域が設定できます。折込に使う新聞の選定にも、化粧品関係の新聞広告の多少、新聞読者層の研究も必要です。新聞販売店の配布区域や取扱い部数の正確な調査なども、合理的な折込広告をするために欠くことのできないことです。折込は指定した小区域の家庭にチラシを配布するためには最良の手段ですが、新聞販売店の配布区域が、店の購買客の分布地域とマッチしない場合と場合と重点的に配布する場合にはほかの

カモー化粧品

安心して推売できる品質
近代的センスと品格のあるデザイン
そして.....
販売店の利潤を保証する制度品

香椎化学工業株式会社 TEL (33) 2055・8980・8897

手段、それには、戸別配布、宛名広告の方法がとられていきます。
戸別配布は、店員を使うなり、アルバイトを使うなり、各戸毎にチラシを郵便受などに配るわけですが、この場合には

小売店の広告

チラシを封筒に入れるとかさらにその封筒に宛名を記入するとかか、丁重さが肝心です。宛名広告は近年急速に盛んになって、デパート、証券会社、薬品関係に頻繁に利用されていますが、小売店でもやつてしかるべきところがあるようです。ただ都会での宛名広告の効果は、電力会社などのPR的

広告宣伝

なものとは別ですが、再検討される必要がある段階にきていて、そのあらわれとして、宛名印刷機を使わないで、ペンや筆で宛名を書いたり、折込広告に転化

したりする工夫が行われています。地方へゆく程、宛名広告の効果が高いといわれるのも、数量の多寡が大きな原因でしょう。

化粧品店の場合は、顧客一人当りの売上高と宛名広告のコストの比率を考えると、メーカーとタイアップのものや、上得意に対する継続的なPRものとか、年頃の女性の誕生日をねらった場合とかに限って使うべきで、さもないと、採算が合わない広告になってしまいます。クリスマスや年末の贈物に、化粧品の詰合せものをすすめるような場合も、宛名広告の対象を厳選してかからないといけません。宛名広告による来客に景品をつけるという方法も、化粧品店では無理なものではないかと思われまます。

これらのほかにやり方によつては折込広告や宛名広告よりも、有効で身近な配布方法があります。それは見込客に直接手渡す方法です。予算の少ない店ではこれだけが唯一の広告手段であるのに、案外活用されていないのではないかと気がもします。クリスマス、年末の場合には、ほかの方法より、この方法が広くて、手元にわたる雰囲気もビツタリで、かえつて効果的であるともいえます。

五、その他の広告

浴場のポスター広告もよく使われているようです。浴場は、はつきり男女別に分れているし、美しくあらうとする女性

の気持が充滿しているような雰囲気は、化粧品の広告に、ズバリ、そのままの場を提供してくれています。店の名前を印象づける格好な場所なので、もつと利用してもいい媒体なのではないでしょうか。ただ、一般的にいつて、浴場の広告は、映画館のポスター等が巾をきかせていて、化粧品店などの手画きポスターは印象が薄くなるおそれがありますから、デザインに神経を使つていただく必要があります。条件によつてはポスターだけでなく、塗り広告などほかの浴場広告も研究する価値のある媒体です。またチラシ、パンフレット、ポスターなどの印刷物についてもいえることですが、メーカーから配布される店頭ディスプレイ

広告用品なども最大限に活用すべきです。クリスマスや歳末になると、衣料関係の小売店は、平常とは比較にならない程、デパートに喰われる傾向が強いのですが化粧品の場合はそれ程でもないのです。化粧品メーカーの小売対策も、他の商品より以上に強力なものですから、メーカーの方針に同調して店内装飾やモビールの配列に留意するなど、少ない予算をカバーするようによつてゆきたいものです。

六、おわりに

いまちよつとふれた、メーカーと小売店の関係ですが、化粧品は薬品とともにメーカーの消費する広告費は他商品に比較して、遙かに大きなパーセントを占め

オパレスク 美爪液 香水



料 顔 洗 素 醇
人 美 膚

株式会社 品箱 化粧品 株式会社
東京・日本橋 箱崎町 2-1

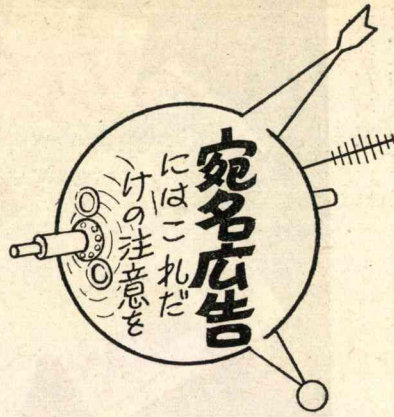
100円

ています。その点、小売店のなかでは、化粧品店は有利な立場にあるのですし、また小売店にしてみれば、メーカーが利潤の一部を広告に廻しているとみればいいわけです。一円を争う利潤がそれに使われている以上、小売店としては、メーカーの行っている広告、特に对小売店向けの広告、補助を有効に利用しなければウソです。もし小売店がメーカーの広告に協力しなければ、その広告は効果のないものになってしまう。ということは、結局、小売店が自分の利潤を捨てているようなことになるわけです。歳末といわず、年間を通じて化粧品店がまず考えなければならぬ広告は、メーカーの広告に対する積極的な協力であるといえます。

宛名広告の効果は、今さらいうまでもないが、そのポイントを心得ていないと、その効力を失うということにもなりかねない。

① 時期

まず覚えておかなければならない最も大切な事柄である。小売店では、デパートのように催しがあるたびに出すというわけにも行かない。少ない回数で、タイ



ムリに行うという時期選定が肝要。ヒナ祭や卒業、就職期、七五三そして普遍的な年末とか中元とかの行事あるいは、その土地土地の祭礼などもキツカケとなる。

② 対象

時によつては、これがかはつきりしていないと何の効果もない場合がある。化粧

品、装粧品店を出す宛名広告なら、対象は殆ど女性ということになるのだが、その女性顧客の家族構成を調べてみるとはつきりさせる狙いはいくつかに分れる。
新しい客(卒業生、新就職者、新居住者) 古い客(広く一般的なこれまでの消費層) その他(七五三の時の母親を含む幼児、就職時の男性など)と、時期とのかみ合わせで対象は非常に変わってくる。
できれば、顧客名簿もこうした見地から家族構成等細かい分類が必要である

③ 範囲

地域をどの範囲に区切つて送付するかも考えなければならぬ。自分の店の立地条件を考えて、もし有名商店街にあれば、交通費片道廿円位の地域までは送付して効果があるといわれる。つまり、あまり遠距離では効果がない。チラシを配布する範囲と必然的に同じになるものである。

④ 内容

宛名広告を受け取つた顧客へ何を主体に知らせるかという問題。これは、当然(イ)商品を送り込む(ロ)店を送り込む(ハ)その両方を送り込む(ニ)その他に分れる。

これらは、その時期、対象によつて細心の工夫が必要だが、主として(イ)は、ヒナ祭、七五三などに新製品ないしは主力商品(ロ)は新しい客にたいして、な

いしは母の日、中元、年末などにおいて(ハ)は、普遍的に時期、対象にかかわらず行うのが普通である(ニ)は、結果は店を印象づける目的をもつが、表面は他の事柄(例えば、百科辞典的な珍らしい事象の知識やニュースなど)を知らせる方法である。

⑤ 費用

チラシと違つて五通に一通の実効果を期待するのが通例であるから、それだけにズサンなものをつくれない。大体は葉書広告であるが、官製はがきはやめたいもの。多少色の入つた商業用の私製はがきに、二色刷り位がよい。(例えば、黄色地に紺と赤の活字組み)三百枚刷つて一枚三円から三円五〇銭が相場である。

⑥ 景品

宛名はがき持参者に贈る景品は、なるべくくしないですませるものならぬ方がいい。宛名はがきともども、コスト高になつて実利が伴わないからである。景品、値引きなどは、宛名広告の本来の目的からすれば邪道ということになる。要は、顧客の親近感、虚栄心、優越感をとらえるのが目的。

仮に卅円の石けんをサービスに出したとしても五通(五分の一の回収率)のはがき代四十円(一枚八円)を加えれば二百円のクリーム一個位買つてもらつても経費が出ないことになる。



大きくてなく
品質も一番!

¥30

玉の肌石鹼本舗株式会社 芳誠舎





販売店の場合、一口にサービスといつても、ただ店頭において「儲けるため」のみに直結したサービス精神で接客しているのでは、商売を通じての人生の喜びも、生甲斐もないわけで、全くそれは無意味なものである。

「お客は常に正しい」という言葉があるが、店舗もお客様のためのものであり商品もお客様の預りものである。だから一日も早く手入れのよくゆきとどいた商品をお客様にお返しすべく努力をしなければいけないのだが、どうも自分本位の



商売になり勝ちの場合が多い。

店舗をきれいにし、美しく飾りつけることもお客様に対する大切なサービスであるのだが、店舗改装の場合など、自分の好みを満足させた上より一層儲けるためにのみ努力が払われる。しかし、これでは真のサービス精神は生れてこない。まず、店構えよりも心構えを変えてゆかなければいけない時代である。

確かに、戦争中から戦後四、五年の間は「売手市場」で「主権在店」

店頭サービスの方法

心の置きどころをハッキリ決めた上で具体的なサービス方法を次にのべて見よう。先にのべたように、店舗自身もお客に対するサービスのためにあるのだが、ここでは店頭における一つの面のサービス方法にのみ焦点をしばつて考えてみた

一、サービス券

ということもいえたかも知れないが、次第に復興が進み品物が豊富になつて出廻つてくると「買手市場」になり、顧客も店を選び商品を選ぶ、いわゆる選ばれる時代に切り変つて来たわけである。従つて普段からの努力の現れであるサービス精神が、この時に販売店の優劣を決定するといつても決して過言ではない。

「どうしたらお客様へ幸福と利益を差し上げられるか」という努力に結びついたサービスほど強いものはない。これこそ選ばれる時代の選ばれる店であろう。

まず、現在行われているサービス券の種類をあげて、新しいアイデアを附加してみよう。

(1) 友の会又は謝恩手帳形式のサービス券
 百円又は二百円買上げ毎にスタンプをおし、一定量に達すると景品を出すもので、大抵の小売店は実際に行つている。景品率は五分から一割程度までで、ため

自信を持つてお奨め出来る

**ルブル
レモン
ミルク**



¥ 200

東京・ルブル化粧品株式会社

る興味を刺戟するし、客の固定化が狙いだが、景品に問題があり、利用者が多くなるとカード処理が複雑になつてくる。このサービス券に対する新しいアイデアとしては

- ① カードの図案や色彩も包装紙と同一にして店としての特色を押し出す。
- ② 一枚目のサービスカードが満らんになつた場合、又は買上げ単価の高いお客には、色も紙質もさらにいいカードを使用してクラスをわけ、シルバリー会員、ゴールド会員などを作るのも効果的である
- ③ 満らんを二千四百円のように半ばにし、満らんになれば二百五十円の品物を途中を三段階にわけ、景品率をぐんと引下げておく、宣伝には一割以上とうたえらるわけ。

④カードの有効期間は普通では無いのだが、これを一年とし、十二カ月中に買物をしていただくようお願いする。店の営業に関してはずきりした一年の数字がつかめるようになる。

⑤これと関連して、一月に引換える時に、一年分のカレンダーを印刷して利用価値をたかめる。

⑥最近では、景品として店内の商品を選んでいただく傾向が強くなつて来たが、景品にはなるべへ自店の名前は入れない

⑦カードに特典を記入する。一例！美容雑誌の送付、会員には美容室の開放など

⑧会員番号により抽せんを行い、ダブルサービスをする。

⑨映画館入場サービス券 普段近映画館とタイアップして宣伝を行つてると入場券がもらえるので、これを利用するのが一番いいが、普通十枚から十五枚で入場券引換券をわたす。これは若い層には好評で、お客を固定化するいい方法だが、二、三割の割引券ではあまり意味がない。アイデアとしては

⑩出来たら入場券交換券より入場券にする。

⑪友の会カードと結びつけ景品のかわりに映画の入場券をわたす

⑫顧客によつて洋画、邦画の好みが違うので、出来れば二位と契約して二種類は出した

サービス

⑬有効期間も半月はほしいが、これは映画館側との話し

で可能である。

⑭レシートサービス券 サービスカードの代りにレシートを差し上げる方法で、お客にサービス券の代りであることを徹底させれば効果がある。レジスターさえあれば、経費と手間ははぶけるが、友の会式のカードには劣る。保管中紛失する場が多く、景品率は下る可能性はあるが、少しミミツチイ。アイデアとしては

⑮毎度ありがとうございます、とのゴ



⑯印位は押すべきである

⑰保管用のキレイな袋をサービスする
⑱金券 殆ど利用されていないと思うが二分から三分位の歩引金券をあげて、次の買物の時に歩引する方法であるが、あまり効果的ではない。この他に

⑲サービスカードの代りに包装紙や袋を代用することも考えられるが、買物度数が増す代りにお客の買上げ単価が落ち

る逆作用も起る可能性がある。

⑳バス会社とタイアップしてバスの回数券をサービスする。これは若いサラリーガールには効果があると思われる。都電の回数券、地下鉄のものでも立地条件によつていろいろ考えられる。これらをサービスする場合、必ず自店名が入つた袋に入れて渡すようにしたい

㉑一寸対象が難しいが、入浴券も考えられる。しかし、顧客のプライド。種類も考えた上でお渡ししなければならぬこれは立地条件による。

二、その他のアイデア

サービスカードの他に

㉒電話注文の場合には電話代として袋に入れた十円をつけておとどけする方法がある。しかし、これはわざわざ店に来ていただいたお客に対していかがかと思われる。

㉓車代サービスも考えられる。

㉔これから冬に向つて日に日に寒さを増してゆくわけだが、温度によるサービスも出来る。これは「この寒さのなかをよく御来店下さいました」という意味合いで行うものだが、温度が一度下つたら一分、二度下つたら二分引きという方法で、これは店内に掲示しなければならぬ。

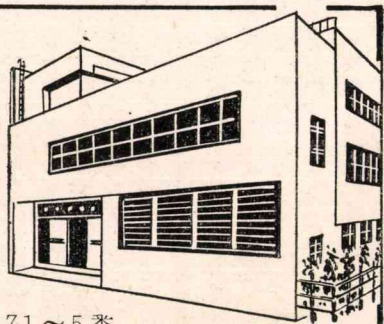
㉕サンプルサービス 現在どの店でも実行していることだが、そのまま手渡ししている場合が多い。これを二、三点ま



有名化粧品石鹸問屋

株式会社 蛭子商店

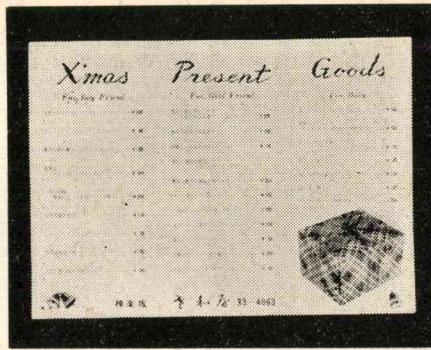
大阪市東区北久宝寺町一丁目四・大阪 (26局) 3271 ~ 5番



めてビニールの袋に入れることも考えられるが、もつと経費をかけて、前頁の写真のようにケースに入れてサービスするのも非常に効果的である。このビニールのケースは特別に注文する訳だが、これは友の会サービスの景品にも利用出来るし旅行用セットとして販売することも可能である。

十二月のサービス

これらは総て普段のサービスであるがこれらの結集が十二月に現れるわけで、以上のべた事柄にもとづいて十二月に行うサービス方法もいろいろと考えられる



まず十二月に入つたら普段の月よりも客数がグンと増加するのが当然であるから、まず商品を豊富にすること、お客を待たせないことがサービスの第一条件で

⑥彫刻万年筆の利用 最近万年筆型彫刻器が発売されているが、これでコンパクトに名前を彫みこむとチョツとしたサービスになる。同器は筆で字を書く調子でかけばいいのであるから、簡単に出来て顧客を待たせる心配もなくこれからのクリスマスプレゼントにも気のきいたサービスになる。

あり、この点今から準備しておいて決して早過ぎはしない。それでは十二月に利用出来るサービスのアイデアを記してみよう。

④お供餅セール 買上げ高に応じてお供餅を包んで差上げる。これは暮も迫つた廿五日ころからでないかと効果がない。

⑤年越しそばセール 十二月卅、卅一日には買上げ三百円毎に一枚でかけそば、四百円毎にキツネうどんなど、あるいは三百円毎に一枚ずつ家族向に何枚も券を出す方法も考えられる。

⑥ラツキー・セブンセール 一人で丁度七点七十円、七百円などになつた時に景品を出す。

⑦クリスマスカードの利用 外側は美しいクリスマスカードで、内側には十二月の自店の特選商品の目録を印刷して店頭で手渡すか、宛名広告で添附する方法である。(写真参照)

もう一つのクリスマスカードの利用法は

宛名広告でカードを塗り、そのカードを持参すれば粗品呈上か五分位値引きする方法で、これにより宛名広告の効果もある程度知ることが出来る。また地方の小都市では電話帳を利用して宛名広告を行うのも効果がある。

⑧お楽しみ袋サービス 一つの景品を出すのではなく、適当な大きさの袋にそれぞれ内容の違った安気のきいた品物をつけてサービスに差し上げる方法。開けて見るまでがお楽しみ」というのがミソである。

⑨男子客に景品のタバコ進呈 家庭の主婦の場合にも利用出来る。

⑩アベックサービス 映画館で行つているところもあるが、(この場合は割引)十二月にはアベックで来店したお客にはクリスマスカードその他景品を差上げるのも面白いアイデアである。

以上サービス方法の一例に過ぎないが利用の仕方によつては新しい効果も生れてくると思う。

では次に、有力販売店を廻つて十二月のサービス法、その他を聞いてみよう。

▼包装紙・リボン・新聞折込み

物質的サービスはしないが、所属業者の会で作つた包装紙を使い、リボンに注意したい。また宣伝面では四〇〇〇枚の新聞折込みを毎年やつているが、今年も宣伝面に力を入れたい。利益をあげることに目的だから、この年末にはお互いに乱売で押しまくるようなことはやらない

いようにしたい(東京・緑ヶ丘 S化粧品店)

▼景品サービスに重点をおく

商品の量を豊富にしてサービスに万全を期す。安売りをさけて実用品的な景品サービスに重点をおきたい。景品としてはフロシキ、ヘヤーブラシ、旅行用化粧セット、財布、ビニールテールかけなどを考えている。十二月対策としては仕入れ、サービスとも早めに準備することである。(東京・亀戸 化粧品店)

▼点数制のサービスカード

点数制のサービスカードをそのまま利用、特に変つたことはやらない。(大阪・桜川 B化粧品店)

▼商品を豊富に、楽しい買物

近代感覚を盛つたディスプレイ法をと

マルホンマルセル本舗
石鹼・歯磨・雑貨 卸
御用命は当店へ!

株式会社 本格商店

台東区浅草橋1丁目2番地
TEL (85) 1997・6449

り、特に若い層のお客の欲求にこたえられるよう、商品もつとめて豊富にそろえお客に楽しい雰囲気でお客をして満足して帰ってもらうようにしたい。これが最大のサービスである。(大阪・今里 K 化粧品店)

▼人形、小型ランプ、おしやれ籠

サービス景品には人形、小型ランプ、灰皿などを出す、仕入れに工夫して特に人形など一寸変わったものを選びたい。この他普段も藤あみの買物カゴを「おしやれ籠」と名づけて進呈しているが、なかなか好評である。(茨木市 T 化粧品店)

▼お客に珍らしい景品を物色

自分の店のサービスと商店街でやるサービスとがダブル、その上に本舗のサービスが重なってわずらわしくなるので大変だ。サービスの方法にしても新しく効果的なものがなかなか見当らず実際悩んでいる状態だ。いまやつていのはカードによる買上点数制の景品進呈だが、景品を出来るだけ独自のもの、お客が簡単にそのへんで買えないものを仕入れるように努力している。三面鏡や洋裁の小物など生産地から安くとりよせて景品にするなど工夫している。(大阪・千林商店街・K化粧品店)

サービス

【五七ページからつづく】

結局「仕入研究」がその主題となりますが、計画を実践に移された時には、その「確かめ」をやつておかねばなりません。このためのうつつ手としては例えば試験販売(品種別、価格別、単位量別、セツト別などについての)とか、デモンストレーション(実演)販売とか、管理販売(回転数を見定める販売)をするとか貸与販売(一定日お客に貸して差上げる)などよいと思います。

三つ目のカン所は(セールスプロモーション)であります。

…この重点は…商品の使用価値

(実質的の価値)と精神的の価値(色、柄、匂い、デザインなどの価値)をよくお客にお示して差上げ、納得して頂くという所に置きたい。このためには

①販売基点—セリングポイント(例えば商品の適合性、融通性、耐久性、快適性、使用便性、スタイル、魅力性、価格性、所有自負性—プライド・オブ・オーナーシップ—などの諸点)を強く示し

大企業まかせは聞えませぬ

マーケティングは、とかく大企業のやるもの、などと思つてられるのでしたら、そりや聞えませぬ伝兵衛さん。学者の中には小企業はマーケティングをやつてる大企業の系列に進んでとび込めといつてる方もあります。

逆に、お客様に最も近い小企業が、主

て差上げる販売方法

②利用用途を拡大して差上げる販売方法
③商品名と品質をつよく訴える販売方法(シヨーカードやネーム・カードや品質表示票の徹底)

④正量販売方法(たまには店の品物の容器に書いてある量目が中味とピタリかどうか調べて御覧なさい。随分と不足がありますよ)

⑤正価販売方法(正価とは、あなたの仕入値段に適正な荒利益を加えた値段ではありません。標準市価を調べ、それをもととして仕入をなさらないと正価になりません。)

⑥正札販売(プライス・カードは美しくつけるのが原則です)

⑦フオロー・サービスの励行(アフター・サービスでは遅すぎます。化粧品屋さんはいつも、「先日お願いしましたクリムを如何でしたでしょうか」位のことは、お客に

…いわれぬ先…に承るべきです。)

…いわれぬ先…

となつてよい問屋を選び、よいメーカーを求めるといつた方向の系列をおつくりになることも考えられます。

何れにしても、もうこんにちでは小企業といえどもマーケティングを採上げねばならない時代とはなりました。大いにマーケティングを御研究下さい。



都すみれ

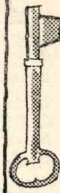
品質と香りて
売れる逸品揃い



八丈 本島椿油・びん付・香油・パーマオリーブ

都すみれ株式会社
本舗 東京都台東区浅草向柳原1の88
TEL (85) 5952・5953 番

アンケート



- ① 昨年はこれで少った
- ② 昨年はこれが失敗した
- ③ 今年はこの手で

小売店の知恵

三島市 柳屋 本店

①最近本舗直送荷物が多く、小売店では商品が重複するので、いくつか返品になります。そこで特売の規定書だけお見せして、口約束だけでなく注文書に認印をいただくよう努力しましたところ、返送が少くなりました。

【四九ページからつづく】

かといつて、大事な客に、ことごとく猜疑の目をむけるのはよくない。どうしたら被害を最少にし、犯罪をなくすることが出来るか？

一言にしていえば、そういう状況を作らないことである。手つとり早い話、客の求めに応じて商品を並べるが、その置き具合、配列の仕方をキチンとして、一つでも移動があつたら判然するようにしておくのが第一要件である。価格に高低があれば高級ものを手前に、また大きい

②本舗から派遣される専属美容宣伝員だけでは小売店の要求が多いので手が廻らず、現地採用をして教育し、やつと一人前になつたところ他に行つてしまつて、失敗でした。

③直接お客様に接する小売店様の知識を拜借し、当店で組む特売催物等を小売店様に、アンケートし、その答を尊重し実施しています。(この項のみ卸の場合)

無料特別包装

白石市 紅屋

別に当りとか失敗とかはありませんでしたが、十二月に入るとすぐチラシ広告をやり、また別製包装紙、包装箱、リボン掛け包装を無料でやつて非常に好成绩を得、支店設置と相まつて前年度の十割増の売上げを得ました。クリスマスはまだ一年最高の売上げ時に、地方ではまだ

ものは前に、小さいものを手前にして一目瞭然とした態勢をとる。商品を客に近づけないようにするのもコツである。化粧品小間物店はその店舗構造上、平台を使つているのが多いが、これを二段か

三段

にはゴムバンドでとめるかして、商品の整頓に心がける。とも角、雑然とさせるのは禍いのもとである。

もし、客に不審の点があれば「それはお買いはずみでしようか」「その商品はおいくらでしたか」

年末に重点をおいていますが、この盲点をついて自店独得の商品と店頭裝飾で案外客寄せの秘訣があると思います。今年の計画としては、昨年通りにやつて店頭裝飾及び商品包装に重点をおくつもりです。

流行つかんで

神戸市 イクシマヤ

①これで当つたというものはありません。ただ流行の主流を的確に把握することだけです。

②年末は贈答品が半数以上を占めますので、特に包装に意を用います。

高級品揃えて

四日市市 加賀屋商店

①昨年は天候に恵まれましたが、特にこれに当つたという点はありません。

と大きく。不幸にして被害を認めたら「あら、この商品が足りないけど、貴女のお手元に間違つて入つていませんか」などどうまくもつてゆく。

こうしたところからして、売上げの商品は必ず自分のところの包装紙で包んでやるよう、シツカリした認印を使うとか万全をつくすのが商店の本当の防止策である。

石鹼・雑貨卸

(歯磨・歯刷牙・マツチ・チリ紙)

誠実・勉強・迅速

保美商事

株式会社

中央区日本橋橋町10番地
TEL (66) 0944・6335・7474・9180番

化粧品で補う

和歌山県湯浅町

マルフク小間物店

①宛名広告、サービスカード、美容宣伝等を強力に実施し、化粧品の売上げ低下を化粧品品の充実で補う。

②再販が実施されてから、正価販売に協力し、周辺の乱売にも屈せず戦つてきたが、そのため売上げが低下してきた。

雰囲気盛る

鳥取市 美粧堂

どこでもやつてゐる友の会をやつています。百円で一らん捺印、廿らんで記念品進呈。現在この会員が千五百名あります。会員にはクリスマス・プレゼントを差上げます。金額は五十円―百五十円程度を三種にわけ、無条件でプレゼントします。昨年は石膏細工を大中小三つ造り、ピンボン玉(赤・白・青)の色わけくじ引で大中小をきめました。売らんかなの広告案内はできるだけやめ、クリスマス雰囲気強調するよう心掛け、今年も、プレゼントの景品はまだきめていませんがこれで行きます。うまくいけばボーナスを全部私の店で使つてくれるでしょう。

専門店化へ

長岡市 青松堂

当地も有力パートの進出でいよいよ商戦激化を再認識しております。従つて今後の経営方針としては、専門化により極力資本力の集中、回転をはかりたい。小売店の持つ独自の性格、店風を發揮して固定客獲得をはかり、経営合理化による利益増進の積極政策をとりたい。

店舗改装で

藤枝市 あぶらや

①従来卸を重点にしましたが、これを小売重点にかへ店舗の改装をしたのが

よかつた。
③第一に商品の充実、第二に接客態度、第三にサービス。

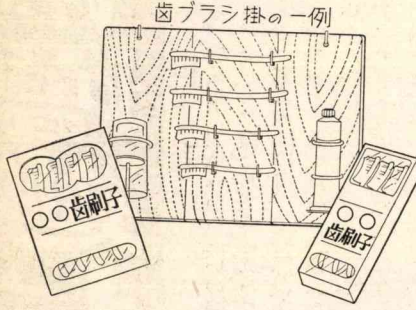
熱心にP・R

藤沢市 いすずや

①顧客一人ひとりPR運動を熱心に行

【七三ページからつづく】

飾りに出来る。紙の箱でも、スツキリしたのや、ベツチンの内貼りしたものもあつてジュエリーボックスの代用にするとか、蒐集切手の入れものになる。特に若い女性は小箱が好きだから、アフターユーズを結構考えてくれる。
以上のことは、陳列ケースの中にあつて「いいナイ」と思わせる商品であることと同時に関連して考へべきことだろう



つて固定客がふえた。
②無名品は面白味もあるが失敗が多い。今後無名品は取扱わない。
③神武以来の好景気とうわさされたが、字で書いただけで逆に神武以来の不景気だ。他力本願でなく、自店の充実を力を入れ、百年の計を立てるつもりだ。

④包装紙がモノをいう 包装紙の大切なことももちろん、アブストラクトの図柄で話題になつたものがある位だ。クリスマスセールのために作る包装紙は、それらしい雰囲気を出すことが必要ではあるが、だからといって何でも盛り込んだらイヤ味になり、特に店名、電話番号などデカデカと書かれては、たまらない。(ブックカバーにも使えない)
この時期位は、少し紙質をよくし、店名も入れず(贈られた物を交換に行く不心得者がいるといけないし、値段がわかつてまずい場合もあるから)アツさりした趣味のアクセサリを思わせる図案にしたい。

⑤シールを工夫する 包みを開く時これを普通なら破つてしよう。これをもし、切手の蒐集と同じに考え保存するくらいに楽しいもの出来ないだろうか。
例えば、いろいろな花や、宝石とかをシリーズにして印刷する。そうすれば、変つた図案を集めようと買気を起させ、楽しみにするだろう。
以上趣味的な装身具を例にしたが、な

お歯ブラシのような実用品についても同じことがいえよう。ハンドル(柄)の色によつて家族の各々にふさわしいものを三本、五本と、鉛筆のダース箱のようなものに入れ、保存出来るハンガーや、ホルダーと一緒に(フアミリーセット、ホームセットなどと名づけ)プレゼントにしたものも面白い。新年には早速家族揃つて新しい歯ブラシを使うことになる。買つても贈つても喜ばれよう。

このように平常パッケージは、余り問題にされないようだが、考えようによつて、店の雰囲気や、設備などともパッケージ一つで結構買ひものが楽しくなり売上増進にも大きな関係をもつといえよう。カットはパッケージの工夫一例(参考資料 デザイン大系四(タウツド社))

かみぞりは 蝶 〇 鈴 金
替刃は サラサ

年売上増加進捗の力

店員をフルに使う法

事業は人なりという如く、商売における店員は、ライターにおける石のように重要な存在。店員のセールの努力如何で

左右される売上げは、一般には約二〇%にも達するといわれる位だから、いかに重要かということがうなずかれる。

では、同じ店員でも何故努力したり、しなかつたりするのであるのか。それは、その店員の努力に報いる精神的、物質的要素のあるなしが大きな要因といえようつまり、店員が、その店に尽そうとする気持は、それに報いるものの多少によつて大きく左右される。

① 店員をフルに使う法
「自分のための苦勞」という言葉で、店員の努力を店員自身の精神の問題だけで責任をもたせるやり方は、今ではあてはまらない。少くとも近代的経営における店員管理としては、そこには明らかな時代感覚のズレ

がある。店員も、住込みから通いの時代である。そして社員として遇されるこの頃である。東京の横山町、橋町界隈問屋街の週休制実施、最低賃金制の確保などは、いまや時代の要求である。そこにはもうデッチ奉公時代の主従関係は存しない。のれんを分ける式の関係もない。基本は合理的な契約関係で結ばれるのである。心と心の結びつきはそのあと。契約が店員にとつて励み甲斐のあるものならずと人間関係はよくなるというもの。

▼意欲は物質で買え その意味で、店員がその店に誠を尽して働こうとする意欲は、まず物質で買わねばならぬという時代に來ている。しかし、初めから、能力以上の高給を与えるというのではない。要は、店員が現状の所遇から推して、努力すればもつと報われるという希望を常に前途にもつようにすることである。

▼十二月の店員待遇 店員が前途に抱く希望は必ず意欲となつて現在に現われる。およそ働く人の最大の夢は盆や暮の臨時給与であろう。いわば、このボーナスを前途の夢として、働く人は現在に意欲を燃やしているのだといつてもいい。

そこで考えなければならぬのは、年末のボーナスである。店員が楽しみにしているこのボーナスを、いかにして、店員の現在の意欲に結びつけるかが、ひいては売上げの増進にも重大影響のあることを忘れてはならない。

▼「ボーナスの二回分割」 東京商工会議所商工相談所長高橋重一氏は、一つの案として、ボーナスの分割支給を推奨している。

分割は二回、一回目は十二月の廿日までに、残りは年末の商戦が終えたところとていう。しかし、これは分割したところに効があるのではない。ただ分割しただけなら、まとまつてこそ価値のある金銭のことゆえ逆効果も招きかねない。

▼「販売懇談会」 これは、まず何故分割支給するかということと店員自身に理解させなくてはならない。すなわち、第一回は（普通予定支給額の半分）年末の成績如何によつては増給もできるのだという話を話して、二回目には期待をもたせる。しかも、ただ第一回に半分を支給するといふのではなく、廿日前の比較的暇な日の夜にでも店員を集め、店主が司

会となつて販売懇談会を開くという形をとり、その後で会食でもしながら渡すというようにする。すると、全店員が、分割の意味を知り、次に希望を抱いて、明日からの仕事に意欲を燃やすようになるだろう。

この販売懇談会及び会食というのはこれだけを目的にしても、十二月の最盛期を迎えた店員達にとつては、販売技術についての討議などを通して、以後の商戦に抱負を抱かせることにもなり、一つの英気を養うふんざりともなり、精神面にも非常なプラスになることが報告されている。こうした懇談を通じて、店員が責任を自覚するようになるのは殆んど例で確認されている。

この販売懇談会及び会食というのはこれだけを目的にしても、十二月の最盛期を迎えた店員達にとつては、販売技術についての討議などを通して、以後の商戦に抱負を抱かせることにもなり、一つの英気を養うふんざりともなり、精神面にも非常なプラスになることが報告されている。こうした懇談を通じて、店員が責任を自覚するようになるのは殆んど例で確認されている。

小間物・洋品・雑貨・袋物
ビニール製品卸
カタログ送呈申上げます
丸屋商店
東京都中央区日本橋馬喰町3の4
電話 茅場町 (66) 8 6 6 7 番

一般に景品といえば、サービス券によるもの、売出し期に買上げ毎に出すものとの二種類がある。

② 気のきいた景品を出す

前提条件が必要。
効果的な景品としては、なるべく市販されていらないものということになるのだ

サービス券による景品は、規定の内容によつては、高額買上客を考慮に入れなくてはならない。そのため趣向や種類はもとより、金額的にもある程度以上ものが要求される

多くは、記念品として後に残るようなもの。例えばコンパクト、財布などが考えられているが、売出し期間に出す景品としては、金額を張り込むわけにはいかない。

かといつて、マツチの類いでは、もうお客を喜ばせることができない。そこで当然「気のきいたもの」が要求されるが、これは飽くまでも「安くて」という

が、それだけに品定めは容易でない。定期的に問屋街を仕入れに歩き廻るときに目についたものの中に「安くて気のきいたもの」はなかつたであろうか。できるなら、景品を選挙するためにだけ、一日や二日は費やすだけの熱意がほしい。

▼景品のいろいろ 従来、一般に利用されている景品は、マツチ初め、手ぬぐいタオル、ハンケチ、風呂敷、ビニール風呂敷、茶ぶきん、茶器、菓子袋、キャラメル等、化粧品サンプル、手鏡、おもちゃ、絵本、ノート、鉛筆、ゴム消、パケツ、はし、はさみ、糸、針、シヤンプー、物指、巻尺、洋裁曲尺、おしやれノート、カレンダール、団扇、扇子、石けんタオル入、ブラシ、ハンガー、靴ベラ、レンズふき、小刀、靴みがきラシヤなど
▼注意したい店名の印刷 以上あげた品物の中でも、品質によつては喜ばれるものがある。例えば、洋服のハンガーにしても、これまでの木製のものを止めてビニールをかぶせた針金製のもの、ビニールと針金の組合せのもの、同じ木製にしても、舶来型といわれるものなどにすれば「安くて気のきいたもの」になるだろう。

う。しかし、注意しなければならぬことは、店名の印刷である。

もらつたものに、店名が大きく印刷してあつたら、折角「気のきいたもの」が「気のきかない」ものに変つてしまふおそれがある。なるべくなら店名などない方が、お客にとつては本当のサービスをしたことになる。

▼景品の新しい試み 比較的効果のある景品に、風鈴、植木鉢、こけし、趣味のれん、雑誌購読券、入浴券などがある。雑誌購読券や入浴券は、近所の本屋、浴場とのタイアップによるものだが週刊誌二週分、入浴三回分などというのは実利本位で、お店の立地条件（工場地帯など）の如何によつては非常に喜ばれる。

さらに、共同仕入れによるコストの切下げが考えられる。これは、業種によつては、同業同志でなくても差支えないが同業同志で行う場合には、地域の異つた店とのタイアップがよい。

タイアップによつて、注文が大量になれば、交渉如何によつては、三割以上も安く仕入れることができる。

さて、このほかに共同仕入れという一

つの方法をさらに有効に利用するアイデアを御紹介しよう。

▼産地との直取引 効果的な景品の中にこけしが入っているが、これなど、産地との直取引によつて仕入れることができれば、一層「気のきいたもの」として喜ばれる。

地方の名物となれば、安いものでも価値がある。こけしに限らず、他の木工品、土器を初め食品類など数があり、値段もピンからキリまでである。

これらの産物見本は、各県の物産館（東京、大阪など主要都市には各県の出張所があり、物産の陳列、パンフレットの贈与を行っている）にあるから、県庁へ問い合わせると、それらのパンフレットを送ってくれる。

年刊 売上げ増進七ツのノウハウ



誠実・勉強・迅速

化粧品なら何でも揃う

東京 日本橋 馬喰町三丁目

有限会社 朝日商会

TEL (66) 2863・5365・6884・9820・9822

年刊売上げ増進ヒツの効手

十二月は、特に売り出しやいろいろの企画が多い月なので、チラシ、折込みも多くなる。そこで普段通りの考えで広告を出していたらば消費者は読んでくれない。そこで特に、十二月の

目立つ広告を 折込み広告の場合など十数枚のチラシが一部の新聞から出てくる場合もある。そのような時、平凡なチラシであつたら、そのまま消費者は見のがして捨ててしまふ勝ちである。チラシ広告も紙片を大きくして(広告が小さいスペースよりも大きいほど刺戟が強い)のだから、歳末は広告の文案や図案、それに構成、色彩なども一層目

③ 12月の効果的広告

立つように工夫してみたい。そのためには他業種又は同業者とのタイアップ(軒数が多くなると商店街連合売出しと同じになり効果がないので、二、三店)広告

も考えられる。効果を相殺されないように、考慮すべきだが、二、三店の資力を合わせて、できるだけ良質の紙を使い、大きなチラシ広告を作つてみるのも一つの方法であらう。

また、思い切つて変型(タテ長や三角型など)にしてみるのもいい。かといつてこれもあまり珍奇な型になるといや味が

▼目立てわる特色を これは普段の月からの延長であるが、形は変つても店名だけでなく、店のマークも必ず入れておき、チラシと目を通したついで「○○化粧品店のチラシだ」ということがすぐわかるようにしておきたい。

色も十二月だからといつて赤にしたりする必要はなく、カラーは統一されたチラシにしたい。例えば外側の模様や店名、店のマークなどは印刷しておき、中央の空白な部分にその時期時期の店の商品、美容講習会の御知らせ、クリスマスセール

の要領などを後からすりこんで配布すれば、時間もかからず、同一調子のチラシをいつも出すことが出来る。

▼廉価品より主力製品を 十二月には十

二月の主力製品があり、贈答品の見本写真などをそえて、これらの品目を強調する。値段が安いということをいうよりも豊富な商品と良質であることを強調すべきである。そして、購買決意と行動を促進するような言葉を広告文の結びとしてつけ加えておきたい。「誠意ある奉仕」という言葉、「返品お取りえもお気軽に」という親切なサービス精神もチョコッ

▼狙う層をハッキリさせること 十二月といつても、ピークは廿四、五日のクリスマス贈答期と年末卅、卅一日なのであるから、広告宣伝も序盤、中盤、終盤にわけて考え、クリスマス期には若い層を対象とし、スマートなチラシを考えた

い。宣伝文句も「お若い方向きの商品」「クリスマスプレゼントに最適の商品」「若いご婦人方にご満足いただける」などと、若い層にアツピルする。

某メーカーの宣伝文句である「廿五才以下は使つてはいけません」ではないが、「若い方以外はご遠慮願います」位の気持で宣伝をしぼつてみるのも面白い。そして年末は中年の婦人層に焦点を合わせ

お顔のシ三抜き

ポピュラー

オーデー

1000円、1500円

東京台東区・ポピュラー化粧品KK

て和装品、日本髪用品などの宣伝をするわけである。

▼文案は分り易くすること 忙しいときや、気ぜわしいときは、長たらしい文案は読んでもらえない。そこで不必要な形容詞は最少限度に止めて、わかり切つた時候の挨拶も抜きにして、簡潔で要領よく、ポイントをはっきりさせた文体に

する。そのためには、文章のセンテンス(句切)を短くして、歯切れのよいにする。

結局、一般によい広告、効目のある広告といわれるものは「注意を引く」ことが第一の要因であるといわれているが、そのためには①奇抜なこと②きれいなこと③誠実さがあること、の三点を忠実に守つた広告が一番効果がある。

▼連合広告 歳末になると、どこの商店街でも「年末大売出し」をはじめめる。いわゆる連合売り出しというやつである。各小売店でもこの連合売り出しにタイアップするわけであるが、どうしても自店の特色を強調出来ないために、ただおつき合いとして同調するに止まる場合が多い。これも年末売上げ増進に巧みに利用すべきである。商店街にまかせつきりてただ福引き券を買うというのではなく福引き券の出し方も、上得意のものも、二百九十円で進呈はんばな金額の買物でも本券をサービスしたり、福引き券一枚出す場合でも化粧品のサンプルを添えるなど予算のゆるす範囲内で連合売り出しを最大限に活用しようというわけなのである

④ さい さい 三つの配慮

▼シヨーカード これは陳列の部類に属するの、宣伝部門に入るのかとよくいわれるが、無言のまま展示されていれば化粧品をいかに美しく陳列しても全然効果

果はないといえる。特に年末にはお客の購買意欲が普段の月に比較して強いのであるから、シヨーカードの活用によつて大いにお客の購買意欲を刺激すべきである。その商品の価格、特長用途、効用、流行などを記入する他「これはこの店の特選です。自信を持つておすすめ出来ませす」などとキヤツチフレイズを書き加えて、消費者にアツピールする。ただ並べておくと「御贈答にはこの商品を」と一書き加えてあるのでは、客の吸引力に大きな差違が生じ、売上に想像以上の影響を及ぼして来るのである。一般的にいえばシヨーカードとプライスカードとの違いは、前者は商品のグループにつけ、これに特長、用途など客をひきつける文案を記入したものであり、後者は個々の商品につけるものであるが、シヨーカードの注意、作り方を記してみよう。シヨーカードは価格に権威をもたせ、顧客の興味をもたせるためのものであるから、十分に自分の創意工夫を生かすべきで、これからの季節には赤、オレンジ、ピンク、黄色などを使用すると暖い感じを与えて効果的である。りんかくや模様

などの点については同一のものに様子をそろえ、スツキリしたデザインにする必要がある。文案はあまり誇張したものはさけるべきで、出来るだけ簡潔に、自然な文体で、具体的に表現してゆく。お客の立場に立つて考えて見ると案外にいいアイデアも浮ぶものである。また、業界紙や婦人雑誌、日刊紙に出たメーカーの広告などを切り抜き、ケースにはつて「これ程盛んに宣伝をしている立派なメーカーです」と顧客にアツピールするやり方もある。

▼プライスカード 商店コンクールなどの場合にもいわれることだが、プライスカードが商品に附されていると、いなどでは大分点数が違ってくる。実際に商売上からいっても、お客に安心感をもたせ商品に対する信頼感をもたせる意味合いからも絶対に必要である。特に年末には汚れたもの、つけ落ち、裏返しのもの商品の下敷きになったものを再調査して整備しておくべきである。出来得れば新しい値札にかきかえておきたい。価格と大きさを反比例させ、高価なもの程カードは小さくしておくのがコツである。

化粧品の増進七ツのカギ



そり心地から
ちがいます..



フェーザー剃刃

両及一赤函・青函
緋函片及一赤函・青函



年売上増加進捗の力

クリスマス、年末となると、必ずといってよいほど、どの店でも、クリスマスツリーや、モール、金糸、銀糸でゴデゴ

⑤ 店の色彩効果を考えよ

品をシヨウケースや、棚に種別にガラツと並べて、量感で押すといった、ごくありふれた方法だが、これでは、新鮮味も又面白さもない。そこで、商品が一つ一

つ立派に生き、しかも、特性が十分、顧客の目にあらわされる方法が要求されるわけである。

「店内の商品を豊富にみせる」ことは、余分なものを除き、無駄をすてて重点的に扱い、品目をとりあげることが第一主眼である。とりわけ、化粧品、アクセサリーなどは細いものであるし、その細かさをおくのように目立たせるかにポイントゴチャゴチャしたものをスツキリみせる色彩効用は

マス・デイスブレイの応用
バックの利用
色彩による店舗の統一

に要約されよう。例えば、いままでのやり方だと、各品種に分けてあるのはいいとして、並べ方が余りにも単純であつた。そこで一ダースを基準にするとか、数量に一定の枠をもたせ、しかも、色別（各商品のバックケディングの色）にコントラストを持たせた並べ方をする。例をあげると、ピンク色のキャップのクリムを置いたら隣りはブルーのキャップのものにするとか、グリ

ーン着色のローションの隣りには、レモン乳液をおくとかである。口紅、ほほ紅アクセサリーすべてこれである。また紅なら紅、ブローチならブローチを一つのブロック（マス）としてつくりこれをさらに色彩別によつて、その効果を大きくするマス・デイスブレイだが、この場合、ポイントとなるのは、マス相互のコントラストであつて、各マス別の色彩濃淡の対比が、この方法を一層効果づけ、店の特性を明朗化する。もう少し具体的にいうと、ブルー系の色合のブローチを一つかため置いたら、隣り合せてグレー系のブローチといった具合である。色彩別による品目の取合せも同様である。

バックについては、何分年末の多忙の客を迎えるだけに、商品が一目瞭然と目につくようにしなければならぬが、これをバックの色調によつて出す。もちろん、バックの色は商品とコントラストをなすもので、棚も、各段毎にそれぞれ違った色をバックにするのも一方便でありケースの台ガラスに各種色合いの布を敷く。パールのネックレスをおいてあるケースなら黒布とか、商品が明るいもので

あれば暗い、深みのある色をもつてゆく等、配色には注意されたい。一方、色彩のある商品、繊維類を他の商品とからみ合せて生かす方法も利用点が高い。これは商品相互を大きく生かし、しかも効果が大きいので、正に一石二鳥といえるのである。

このように、商品による色彩効用を、さらに店舗全体という観点に立脚してみると、色彩による統一性に結論づけられるのである。壁面の色、ウインドのバック等にもその店のカラー、これをハッキリ打出すことによつて顧客に対する店の個性を認識せしめることになる。しかしいくら個性的なものだからといって、そう乱暴な色彩は求めるものではない。（日本色彩研究所設計部長細野尚志氏）

化粧品問屋

明るく朗らかなお仕入を

株式会社 茂木商店

東京都千代田区神田鍛冶町1の6
電話神田(25) 4870・4518・9674

顧客名簿を一応完全なものに作りあげるのは、三カ月なり四カ月の期間がかかる。普段の心掛けと努力がなければ、商店にプラスになる顧客名簿は作れない。従つて、これは十二月だけに限つた問題ではないのだが、ここでは普段のお客の調査法と年末の利用法をおのべてみよう。まず顧客名簿の作り方と在り方について書いてみよう。

⑥顧客名簿の利用

(一) サービスカードの利用
販売員の店頭における応待電話の応答によつて、一寸注意すれば顧客名簿に必要な事項を知ることが出来る。しかし、名前と住所だけでは商品仕入れの参考にならないし、どうせ手間と時間をかけるのなら大きく備考らんを設けてお客一人一人の嗜好、家族平均買上げ単価、化粧品の種類(メーカ別にも)を調べ記入しておく、将来いろいろ利用価値が生れてくる。この

他 (二) 店構え、照明サービス、電話の応接などに關する質問書をお客に配布するものも一つの顧客名簿を作る方法で、住所と氏名がわかる他、店自体の経営方針の一助にもなるわけである。この場合には住所と氏名年令、職業だけは記入するようにするが、他は「良い」「悪い」「普通」などの文字に○印をつけるようにすべきで、質問書は特に簡単かつ明瞭に回答できるように工夫することが大切である。この「然り」「否」で回答を求める方法は後に集計ならびに統計化することも容易である。質問の条項はなるべく一般的な事項から個人的な事項へと配列するのがいい。

(三) 顔なじみで今更名前を聞くのがテレくさいようなお客には「御紹介カード」を手渡すようにすればいい。これは本人の名前住所と「新しく紹介頂ける方」の名前、住所を記入するようになったもので、需要層拡張の意味合いが強いものだが、一石二鳥の結果が得られる。

(四) その他、区役所、学校の卒業名簿などから潜在需要者を探し出し、宛名広告を出してからその結果によつて顧客名簿を埋めてゆく方法がある。

(五) これらのように、普段の努力によつて着々顧客名簿が完成するわけであるが、顧客名簿といえるものは、住所、氏名の他に愛用している化粧品名、推定月収、略図、勤務先、大体の好み、家族内訳は記入されていなければならない。この上欲をいえば、大体の数字でいいのだが「買上げ単価別の客数」「パーセンテージ」「顧客の月給日別のパーセンテージ」「顧客の職業別のパーセンテージ」を出しておくと、顧客名簿とあわせて見た場合、店の経営方針がと了解出来る。また、顧客多簿の裏面には月日、買上化粧品、金額を記入するらんを設けておけば便利である。

これらの資料をもとにして、化粧品がなくなつた時分を見計つて「新しい化粧品が入りました」「もうおなじみの時分ですが、お待ち申し上げております」などの宛名通知、また、P本舗の化粧品を使つているお客にはP本舗の美容講習会に招待状が出せるわけである。その他資料さえそろえば工夫によつていくらでもその利用法はある。

十二月に顧客名簿を利用するのは、やはり廿四、五日に動く贈答用品のお知らせ、卅、卅一日に動く日本髪用品や和装品、その店の特選品を宛名広告によつて前々から通知することであろう。午前中來客数が少ければ、デパートでよくやつている内覧会をやつてみるのも面白い。特選品やお買徳品を特定の上得意の顧客に通知して、一般売出しの前にみてもらう方法もある。この場合にも売上げ単位が大分分つれば、通知することも出来て、効果があるわけである。

クリスマスカードを作成して宛名広告で配布するのも面白い。顧客名簿の片隅に大体のお客の好みの傾向が記入してあると、贈答用品も一人一人のお客に適合したセツトに組み、來店の折にすすめてみると成績もあるがう。

年売上が増進セツの力ギ



TRADE MARK
"SHELL"
爽やかな切味!
カミソリ
御用命は各地代理店へ

販売上げ増進七ツの力

地方都市を廻つてみても、いまでは六〇％は美容室を備えている販売店があるほど、美容サービスに関心がよせられて

美容室も活用すること

いる。二、三年前からいわゆる美容室ブームとでもいふか、店舗の改装などの機会に、または、わざわざ美容室を新設したもののだが、現在これをフルに活用している販売店は極く少いのが現状である。

メーカーの美容部員が来た時に使用するだけで、それ以外はデッド・ストック置場になつたり、応接間になつたりしている場合が多いのである。このスペースを売場面積の一部として考えた場合、これをフルに活用しなければ、何ともつたない。特に年末におい

ておや、である。

しかし、美容室は大抵の場合店の奥にあり、外部からあまり見えないようにな

つているので、これを一〇〇％利用するというわけにはいかないだろう。

普段の利用法としては、友の会形式のサービスカードに「会員の方は御自由に美容室を御利用下さい」と書き加えたりお客様によつてはお客様の使っている化粧品をお預りして、名前をハッキリ記入して美容室にしまつておく。もう一歩進めて、固定客の一部の人のためにタオルをサービス戸棚に入れて、お客様の名前を記入、清潔に保管しておくことなど考えられ、出入口のカーテンなども、半月に一度位はカーテンの色もとりかえて見るなどのサービスも考えられる。

自店としてのPRの意味合いで、特殊な化粧、例えばマニキュアの仕方などを美容室を利用して教えるのもいい方法である。

年末の売上げ増進と結びつけて考えてみた場合、洋品を扱っている販売店ではますます更衣室としての利用価値が高まるだろうと思われるが、明るい雰囲気でも気軽に利用出来るように、「更衣室を御利用下さい」などとサインボードをかか

げておく。

室内には下着類や関連商品をディスプレイしておくのもいい。もはや十二月に入つてしまつたら、宛名広告をして美容講習をやる暇もないし、せつかく店に来てもらつたお客様に、忙しきにかまけ、かえつて失礼する場合も起り得るので、希望者のみに美容講習を行うようにもつてゆきたい。美容室の前には「メイクアップの御相談」とか、「パーティ用のお化粧をします」などと書いて、特別にメーカーにでも依頼して、クリスマス前後には美容室で、アイシャドーとかメイクアップ化粧の相談、パーティ用のお化粧のPRをやつてみるのも思いつきであらう。

また、店内は十二月に入れば売場のスペースを少しでも広くして、販売行動をスムーズにしなければいけないので、テナヤワンの店内で包装し、リボンをかかけたりするよりも、美容室を利用してここに包装に関する一切の材料を集めておき、包装専門室に切替えてしまうのも、能率をあげる意味からいい方法ではないかと思われる。

年末はアクセサリなども店頭に出さなければならぬ商品であり、美容室を開放してこれらを陳列したり、贈答用品を並べてみても意味がない。それよりも多忙な店員さんの休憩室にするとか、別な角度から利用すべきである。店内を最大限に活用したいというとき、美容室に對しても消極的に構え過ぎて、そこが、ただのデッドストックの置場になつたり空のまま置いてあつてはいけない。要は十二月体勢に入つた店内において、一カ所でもムダな面があつてはならないわけ、どんなに有効に利用するか、前もつて、いろいろと工夫しておくべきである。

優秀有名石鹼の御仕入は

配達迅速丁寧

誠実本位の

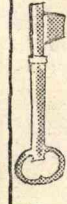
株式会社 関野商店

社長 関野次郎

杉並・天沼1の207・TEL (39) 0538・1603

アンケート

- ① 昨年はこれで良かった
- ② 昨年はこれが失敗した
- ③ 今年はこの手で



屋外にラッパ

鶴岡市 かもじや

- ① 数年前から十二月一日からクリスマス装飾をし、屋外にラッパを出してクリスマス音楽を流したら予想外に当りました
- ② 陳列ケースを二本しかクリスマス用として使用しなかつた点は一考を要すると思つた。
- ③ 中央正面(奥)と側面ウインド及びケースを大巾に利用、重点的に装飾し、今年はず田台のセット式にして見たらと考えている。もちろん店頭には思い切つた大きい装飾をしたいと思います。

店に楽しさを

岡谷市 マサヤ化粧品店

- 別に新しい手はございませんが、次のようなことを考えています。
- ① クリスマスにふさわしい商品を店内に充実させる。
- ② クリスマス用品の充実ぶりをお客様に十分知つていただけるよう宣伝する。

③ クリスマスの楽しさを、店にまでも出す。

④ クリスマスを十分に楽しんでいただけるような奉仕をする。

美容室の利用

長崎市 しをや化粧品店

- ① 美容室利用による美顔術とパック、これに伴う精神的美容法—ポピュラーレコード演奏により美しく和やかな雰囲気をつくる。
- ② 店がせまくてお客様に不便をかけ、また従業員不足によるサービスの不行届。
- ③ 今年は店内の拡張と従業員の充実をはかりたい。

サービス券

石巻市 若月化粧品店

当店の販売策としては、お客様の指定通りの品を差上げております。初めて化粧品を使う方には親切に使用法を指導してさし上げます。また、百円買上げごとにサービス券を出し、十枚、廿枚、五十枚と率をきめてお客様希望の品をさし上げ好感を持たれています。この手で売上げも上昇してきましたので、今後もこれで行こうと思つています。

X マスを強調

石巻市 サウラ化粧品店

クリスマス特売、クリスマスカード、クリスマスデコレーションなどを昨年より

り強調して女性のロマンチックな心に訴え、また私ども店全体もそんなふんいきになつて、いわば夢うつつの中売上げを昨年倍以上に増やすつもりです。要するに商売をしながらクリスマス気分をひたることです。

【六九ページからつづく】

らぎ、星、ベル、とながいろいろそく、燭台、松笠等大体きまつておりますが、これら月並の素材も、色や形の扱い如何によつては、どんなにも生き生きと個性的な感じを打ち出すことが出来ます。ただクリスマスだからといつて、これらの素材に捉われることなく、もつと広さがし求めるべきで、中世の絵画、彫刻もよいでしょうし、気のきいたアブストラクトや構成風なものも面白いでしょう。

要はあくまで美しく、モダンで個性的であるべきです。季節感も度外視しても、余り寒々と淋しいのは困ります。例えば白地を用いても、デザインは、ある場合には金銀等を入れて、豪華な、又、エレガントな感じを盛り上げるべきでしょう。賑やかにしようとし、ただ色を豊富につかつても、全体的に統一がなければただうるさく汚なく見えます。特に主張する色をはつきりさせて全体的にリズムを持たせた配色が肝要です。黒地、白地、濃い牡丹色、赤、緑等鮮明な地色に、大胆に又は繊細巧緻なデザインを考へるべきでしょう。写真に挙げたのはアメリカや

フランスのデザインですが、例えばアメリカの Davison のもの等一色ですが、何か賑やかに豊富な色を感じます。
Chas. V. Weiser, Co. も同じで、これらは色変りのものを出して店に豊富な変化をつけております。これらを見ると、店名等がまことに謙虚に扱われていることと、字体が実にうまいことです。

美しい包み紐を：

クリスマス包装紙には是非とも包み紐やリボンの美しいのをあしらいたいものです。折角出来栄えのよい包装も、それに適しない紐では画竜点睛を欠く結果になります。服装にしても、帯やベルトが全体を引締めるのに役立つことと同じ理由と思ひます。

化粧品問屋

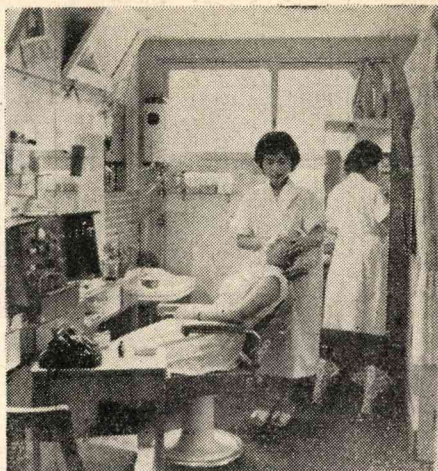
独特のお取引で益々皆様の御利用を頂戴しております

有限会社 谷亀商店

台東区浅草橋2の21番地
TEL (85) 8644・8744番

「すぐに役立つ美容知識」と申しましたも、最近では皆さまよく御存知でいらつしやいますので、一般概論的なものでなく、基礎美容の一つである（主としてメイクアップの）色彩配合のポイント、ちか頃問題となっております薬効化粧品についての注意点をポイントを合せて申上げること致します。

美容の基調は第一に基礎化粧品、第二に



季節の美容知識

ている能書、これに伴う販売店側の理論のウラづけが大切でです。しかも、これだけでは十分ではありません。その特性が人の性質によつてもたらす別々の結果、つまり各自の体質との不調和。この面を販売店側は消費者の体質なり、特質なりを同時に十分知っておかなくてはならぬのです。人によつてみられるアレルギー、I 症は鉱物油、植物油、動物油、石油、アルコール、香料、粉末等、あらゆる種類のものがあるわけですから、これら体質についてのいろいろな角度からの分析、体質把握が必要となつてくるわけです。つまり、ニキビにはこれが一番いいという商品ではあつても、その人の体質がこれに伴わなければその効果は求められません、逆の結果を招くおそれがあります。

ソレすらあるのです。ですから、幾分時間的にも面倒はあつても、販売者側はその人の体質に関するデータ収集に力を惜しむことがあつてはなりません。少くとも、こうすることによつて、どの商品がいけなかつたとか、これは悪かつたということは半減され、お店自体、それによつて信用をなし、損害を蒙ることもなくなるものと存じます。

仕上化粧品と大別されますが、基礎化粧品は一般品と公定書外医薬品の二つに分けることが出来ます。一般化粧品については論外と致しまして、公定書外医薬品につきましては種々、その障害の目立っている時だけに販売店は慎重な態度と、これら商品に対する完全な知識の把握と理解が求められると思われます。その商品の特性、使用法がハツキリ書添えられ

適確な商品を間違ひなくお客様に差上げるのが、いわば商売繁昌のコツというわけでございます。仕上化粧品につきましては、いわゆる色がそのポイントになることは御存知の通りでございますが、その色合は普通の場合、大気的光線、服装の色調に合せることが大事なことです。同じ光線とはいひましても、冬場、夏場また春や秋では違つてまいります。夏は紫外線が強うございますので、当然これに合致した色を考慮しなくてはなりません。光線を主体に色の濃、淡を配慮してさしあげるのが、お客へのサービスと申せましよう。

- その基本は、夏は強烈ですから、オレンジ系統、秋口から冬へはピンク、赤系といつたところでございましょう。これをシーズン別に見てみますと
- ▼オレンジ系（夏）
 - ①ベイス||黄色味をおびた色合のもの
 - ②口紅他||オレンジ系
 - ③アイシャドウ||グリーン系
 - ▼ピンク系（秋）
 - ①ベイス||ピンク系
 - ②口紅他||ピンク系
 - ③アイシャドウ||ブルー系
 - ▼赤系（冬—春）
 - ①ベイス||肌色（各人の）
 - ②口紅他||赤系
 - ③アイシャドウ||グリーン系
- ということになります。もちろん、これ

有名化粧品石鹼問屋
 お仕入れは是非当店へ!!
浅草橋駅前
株式会社京屋商店
 東京都台東区浅草橋2丁目1番地
 電話 (85) 1963-8770

は一つの基調ですので、これが絶対というわけではございません。これなら無難といえる範囲のものでございませう。これに加えて、さらに服装との調和が配慮されるのですが、大体次のベースでゆかれて間違ひはございません、これは服装の色と前記の光線の色系統を結びつけたものでございます。

- 茶色系||オレンジ系
- グリーン系||オレンジ系
- グレイ系||ピンク系
- ブルー系||ピンク系
- 赤系||赤系

この基本配色を十分生かして戴き、お客様との美容相談に応じられるよう、参考していただければ幸甚でございます。||資生堂美容部主任高賀富士子

エアゾール



十二月といえは、贈答用品が一番動く月である。しかし、この贈答用品の内容を見ると、その殆んどが化粧品関係の、ハンカチーフ、人形、コンパクトや洋品になつてしまい、化粧品は使

われないのが現状である。化粧品は嗜好的傾向の強い商品であり、好みに対する個人差が大きく、デリケートな物品であるからであるが、PRのやり方によつては、贈答用化粧品も希

望がもてる。その現れとして、化粧品セットの箱詰めが「贈答用品」として店頭陳列されているのも、ポツポツみかけるようになって来た。化粧品といへば、まず考えられるのは香水やオーデコロン(石けんその他にシャンプーの美しい詰合せセットも最近出来ている)などが考えられるが、百貨店あたりでも宣伝しているように、瓶型も安全性も外容、内容共に大きな進歩をとげつつあるエアゾール製品も、贈答用化粧品の有力な候補にあげられる。エアゾール製品と一口にいつても、化粧品はじめ、殺虫剤、塗料から包帯代りに傷口をふさぐもの、クロロフォルム様のものを入れた護身用エアゾール、食料品関係とその用途は極めて広いが、化粧品ではヘヤーラッカーをはじめ、オーデコロン、香水(シミをつけない、一定量以上出ない定量噴射装置付エアゾール製品もある)、ヘヤーローション、シエービングクリーム、体臭止め、日やけ止めなど最近では品種も増加している。特にオーデコロン、香水など将来性のある商品と見られているし、贈答用品としても利用出来る。

キャップをとつてボタンを押すだけで、内容液がガスの圧力で霧状になつて噴出するので、便利、簡単。スピードアップされた近代生活にマッチした商品といえるだろう。ガスが高いためコスト高なのが難点だが、贈答用品として見た場合エアゾールの目新しさ、容器の美しさ、便利さで十分カバー出来るものと思われる。容器について見ても、ブリキ板のサイドシーム(合せ目のあるもの)から、鉄製のシームレス(合せ目のないもの)プラスチック、ガラス(ビニールコーティングしたもの)アルミニウム(研究中)など、それぞれ製品の性質によつて適材適所、その研究も進んでおり、化粧品容器としての美的感覚も、他製品と比較して決して見劣りしないところまで来ている。

エアゾール製品がはじめてわが国に入つたのは、終戦直後、連合軍の進駐に伴うもので、白い粉末のDDTが日本中にバラまかれていたころ、連合軍では強力なエアゾールDDTが害虫、悪疫の駆除、防止に使われていた。大体が第二次大戦中、南方地域のマラリア蚊駆除に使用さ

化粧品問屋

つるや

有限会社

東京都中央区日本橋横山町5
電話 茅場町(66) 5962番

れたのがそのはじまりでその後活発に研究が進められ、多くの用途を得るに至つたのである。エアゾール製品が安全であるといつてもフレオンガスやその他のガスを使用する場合もあり、使用法にも一定のルールは従つて作られているがその使用法、注意はラベルに記入しなければならぬので、まずその注意を守ること。また店頭での取り扱い注意事項として次のことは守つてほしい。

- ①火中に投じないこと
- ②容器を破損しないこと
- ③一二度F以上のところに貯蔵しない
- ④顔料以外の製品は顔にむかつて噴射しない。

などで、バルブがつまつた時火にあぶつてみたり、容器をこわしたり、また、面白がつて瓶を逆にしてボタンを押すとガスばかり出て内容が出なくなつてしまふ。これから多場にむかう場合には特に季節的な注意はないが、夏場では店頭に出して日光の直射にさらしたり、日当りのいいシヨウウインドウに陳列しないようにしたい。

このエアゾールをセットにして贈答用品とする場合は瓶の色自体が赤、黄、緑など殆どが原色で華やかなので、組合せ方によつては効果的であろう。店内ディスプレイの時に配置と配色の調子を考慮すれば華やかな雰囲気が生れる。

贈答用品には瓶のネックのところにはリボン(配色を考慮して)を結んだり、香水とオーデコロン香水とハンカチーフ、エアゾール製品一品に普通の化粧品三品など或は化粧品と組合せたり、普通の化粧品とセットにしたりしてみると面白い。

日本髪用品



たような実情で、日常の一般生活からは遊離している。それだけに淡い憧憬のオブラートに包まれて何か一段と貴重なもののように取られ、改まったおりにこれをつけてふだんの装いとけじめをつけたいという心理が強い。

日本髪とくならず、かつら、付け鬘などの普及につれて歳末から新春にかけての日本髪のはんらんは物すごい。

日本髪は本来の髪形である。高島田の通称で知られているが、これを結うにはかもしを一そろい用意しなければならぬ。髪型を形成するための補強材である。すなわち根かもし、前がみ、びんみの、つり田保、バラ毛等がそれで、これらを地毛に混えて元結で結びながら輪廓を形成し、くし、つまみ、平打などをアクセサリとして優艶な日本の伝統美を発散する。結婚式の花嫁の髪がその一番顕著な例証であるが、廿歳めぐりの若い娘達が好んで正月に結う髪である。日本調の優雅を代表するものの一つ。かもしは一揃い小売で千五百円から二

千円が標準である。くし、平打などの付属品は安いところで三百五十円から千円ぐらゐまでが売り易いところである。島田を結うほどの年令には達しないが、日本髪がほしいというティーン・エイジャー向きには可憐な桃割れがある。初めて日本髪を結う場合はたいがいこの桃割れから入る。いわば初歩入門の髪であつて、その愛らしさがつきない魅力の源泉である。下地をつくるかもしの一つに横毛が入り、前がみ、びんみの、つり田保、バラ毛等が入用なことは島田の場合と同じである。桃割れの特徴は結綿をかけることで、鹿の子の結綿はかつては生娘の象徴であつた。桃割れの時もその下地に使うかもし類の値段は島田の時と大同小異で千円から二千円めぐり。鹿の子の結綿は八十円から百五十円ぐらゐであり平均百円というところが既婚女性の日本髪で知られているのは丸鬘である。明治から大正にかけて家庭の主婦はたいがいこの丸鬘を愛用し、その濃艶な情緒は年増美の代表的な表現であつた。かもしの根には小枕を用い、前がみ、びんみの、つり田保、バラ毛等は島田や桃割

れと同様である。丸鬘の魅力は手柄によつてきまる。その年令によつて赤、ピンク、紫などの色彩をつかい分ける。若妻の赤い手柄の初々しさは過去の日本の青年男女の憧れのまゝとであつた。これには中差し、玉かんざし、くし等のアクセサリがつき、一セット三百五十円から千円ぐらゐが値頃品である。手柄は安いところで百円、三百円も出せばいいものがある。次に、逸することのできないのはかつらおよび付け鬘の流行普及である。最近の二、三年における日本髪の流行も簡易な付け鬘に負うところが少なくない。かつらの技術工夫向上から、この頃のものは既製品でも頭も鉢に合せてその寸法を加減することができるようになっていた。


婚礼の島田は殆どがこのかつら組である。新調の場合の値段は一万五、六千円から二万円程度。化粧品店でもこれを陳列して客の希望に応じているところが多くなつてきている。このかつらは本風の娘に転向できる。

かつら頭に似合う簡易な付け鬘の出現が、成人後の日本髪讀みの温床となつていゝのを見逃すことはできない。

中でも人気のあるのは桃割れの付け鬘で、これを頭の上のピンで止め、まわりの髪をなでつければ簡単に日本髪的情緒にびたることのできる。専ら少女幼女向きであるが、このような年令層にまで手軽に日本髪の喜びを味わせることができるようになったのは業界の進歩である。前髪につまみをつければ、一層その情緒は濃くなる。三百円位

からあるので簡単に可愛い日本風の娘に転向できる。

からあるので簡単に可愛い日本風の娘に転向できる。

お化粧パフの  お仕入れは!

品質・技術 包装の優秀な

ひまわりパフを

価格・適正・出荷・迅速 全国各地代理店で

大阪：ひまわりパフ本舗：東京



ハンドバッグ

から参考までに記して見た先ず、袋物業界恒例の第五回袋物展を見てわかつたように、皮に、皮ビニル、裂地共に異常な進歩を見せたことである。

時代がエレガント調といわれるだけに、婦人の身の廻りは、万事豪華で、繊細なものづくめといつてよく、多少のレジスタンスのあることは否めないが、モノの数ではない。
ハンドバッグも、ご多分にもれず、ヨーロッパ調を思わせるやわらかな感じ、素材の上にも色調にも、型にもあらわれている。

皮製品

これは加工技術が優れた点に負うところ大であろう

シリケンといい、エルクといい、ハーフトーンのマット仕上げが季節の感覚にピッタリして、製品が非常にフツクラと、やわらか味を見せ、落つた感じを出して、色調も自らダイクグリーンとか、ブルー、金茶などの茶系統といつた、大體グレーがかつたり、黒みを帯びて来たことで、服装との調和がよく考えられている。原色調が全くかけを潜め、戦後十二年の進歩、伝統、技術の復活を如実に物語っていると見えよう。

型も模倣から脱し、無理のない型に仕上げ、概してビダなどエトリアのある、そしてヒダなども大きくなつて来た。中にはマチのないアチラ風に見えるものもある。
口金なども濼く、余り目立たぬよう出来ているのは、飽くまでソフト調を壊さぬ配慮によるものと思われる。
大型といえども訪問用、外出用にふさわしく出来ているのが目立つた点である。従つて皮製品には、大型でもシヨツピング用が少いことだ。これは、シヨツピングが網手提に可なり喰ひ込まれたからではなからうか。
値段は、小売二〇〇円前後が大體常識の線らしく、よいものは、三〇〇円以上五〇〇円位の高いものもあるが、やはり今年度は牛皮を主体に、買い易い値段で良心的な加工を施した処が特長のようなのである。

皮製品には、羊皮、山羊、オーストリッチ、ワニ、トカゲ、変つたところでは、ジャングルシイというのもあるが、勿論特殊製品に属する。皮製品では、そのほか小物が日本古来の技術で非常に出て来たことで、これは五千円札、五〇円硬貨の影響に

よるものであろう。

ビニル製品

本来なら、このシーズンには、ツヤものが出るのが常識であるが、今年度はこれが非常に少くなり、皮ものに似たソフトなツヤ消しものが多い、一時ビニル本来の味を出そうとした時代から、再び皮の味に近いエレガントな調子をねらつているところがうかがわれる

(勿論ツヤものにも、優れたものはある)。色調はやはり皮製品と同様、原色調でなく、ミツクス調になつていっている。値段は一五〇〇円位までが一般的。

裂地製品

これは和装流行の影響か、ますます伸びることだろう。単に裂地だけのものではなく、皮をあしらひ、打紐を使つたものもあり、好みがなかなか濼く、タバコ入、オペラバッグの手法が入つて来ているのも見受けられる。

下着は

フピ

スリッパ

ブラジャー

コルセット

ウエストニツパー

カミソール

パニエ

発売元・大阪

寺内

「みのりの秋」

コンクール

一等 本舗

二等 生協

三等 乱売店

問屋

(福島・近太)

べ、異常な進歩を遂げ、頂点に達した観があるが、伝統、技術が今やモノをいつて来た時代だから来年は更に優れたものが出来ようと、袋物業界は意気軒昂たるものがある。

和服のアクセントは附属の小物類でできる。この世界もナイロンが登場してから手軽に買える値頃品が増えたこと、色彩の上りがいいこと、洗濯が利くなどの利点によつて品種が賑やかになり、品数が増えてこれからの盛り上りが期待できる。

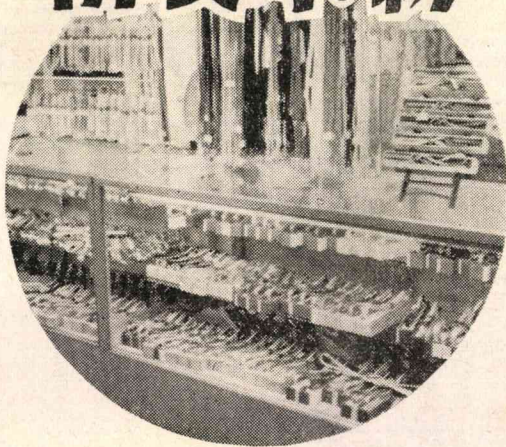
和装小物の大きなごひいき筋は花柳界方面で、これは四季を通じての大切なお客様である。次は生活の安定した中年層の奥様方で年齢でいえば卅才から五十才めぐりというところ、和服の好さを理解し、これに愛着を覚えている階層である。第三のお客様が若い娘さん達で、暮から正月にかけて殺到し歳末景気をおおりに上げるのが、この層である。全体の比率からいって花柳界六〇%、中年層二〇%、廿代二〇%というくらいの割合になる。

半衿 男のネクタイに匹敵するといわれてきた。昨年頃までは絹七割にナイロン三割の組合せであったが、今年に入つてからナイロンが伸びて秋口には半々というところまで進出してきている。品質も年々向上して一掛け百円前後が普通、これが正絹となると二百円から三百円めぐり

になり、花柳界向けには三百円から五百円ぐらゐの塩瀬が歓迎される。値段の上下を問わず色の淡い無地物が主流をなしている。

帯揚 高級品は相変わらず正絹のしぼりで、申級品として人絹の交織品が幅を利かせていたが、

和装小物



最近ではナイロンが進出して交織物を押し気味である。交織の普通品は二百円から二百五十円ぐらゐ。色はピンク、その他は白っぽい無地で、羽二重が四百五十円、錦紗六百円、リンスしぼり千五百円というところである。

帯締め 帯との調和をはかつて装い全体にしめくくりを見せる肝心なポイントである。巾のせまいのが一般的、色は白と黒若しくは紫といった取合せが流行よく、茶系統も強い。帯の中の

羽織紐 水引が多く、選び方は羽織と同系統の色というのがかんどころである。銀色は色

機械編みが多くなつてきたので、従来主体となつていた手編みは高級品視されるようになつたが、本絹物でも値頃品があり、結局機械編みの本絹製品に人気が集つて

いるといえる。色合は淡いものが圧倒的である。細目流行の反動から、これからは太目のものが出るだらうという予想も動いている。正絹ものは落つてい

るので年輩の方に好まれ四百円から千五百円ぐらゐ。高級品は

五千円からする。正絹でも機械編みは三百円から六百円程度。ナイロン製の下値は三百円ぐらゐ、人絹は二百円ぐらゐからある。

百万人の美容料

新発売
ナリシグクリーム 55G. 200円

総合制度品

A. 荒性

B. 脂性



シーマン

東京都葛飾区青戸1の201 TEL (03) 6139

裂地袋物 和装に合う袋物として裂地の抱え型が一般向きで、き横長の抱え型も出回つている。凝んちやく型も出回つている。凝つた細工のものが多く、使用する裂地の面白さで色々な味を出している。千円ぐらゐから。

風呂敷 実用品からアクセサリに転化し、最近ではネツカチーフにも兼用するというモチ方である。勢い柄色も近代感覚にマッチした新しいセンスの抽象模様が目立つてきた。特にこの傾向は交織ものや昨年から進出急のナイロン製品に認めることが

最近では和服の地味、派手の区別が、着物や帯については非常にうすれてきて好みの傾向や年齢の差を附属の小物で見せるようになつてきている。小物の選び方、用い方でその人柄が分るといふものである。しかし暮から正月にかけての和装ファンには臨時の若い人達が多いから、派手好みと解しバツと見た目に効果的なものを奨めるのが得策である

合成樹脂の知識

合成樹脂はプラスチックと同じ意に使用されている。プラスチックとは可塑性を持つているものすなわち、そのものに力を加えるとその力の加わった方向

に変形が生じて力を抜いた後もその変形の状態が残っている性質を帯びているものである。例えばウ

ドン粉に適當の水をまぜると思いのままの形をつくることができるようになる。これは水によつて

可塑性ができたというわけである。天然に生ずる樹脂—松脂、セラックなどは、熱を加えると種々の形にすることができ

る。これにたいする合成樹脂とは比較的簡単な化合物からつくる高分子（物の組成の単位で比較的大きいもの）化合物で、一般に熱によつて軟化し可塑性が生じる。よつて、たいがいの合成樹脂はプラスチックであり、プラスチックスル合成樹脂ということになる。合成樹脂のあるものはそれ自身には可塑性がないが、可塑性を帯びてくるので、広い意味では合成樹脂はプラスチックといつてよい。

合成樹脂は天然樹脂の代用を目的として発生したのであるが、だんだんそれ自身の存在理由によつて発展し、その間に競争が行われて新しいものが古いものに取つて代りつつある。半合成樹脂ともいふべきセルロイドの現状を見ても、戦前の盛況は再現しそもない。ペークライト

また然りというべきである。合成樹脂の原料は石炭酸、ホルマリン、尿素、アセチレンなどであるがさらにそれらの原料を求めていくと、石炭、石油、農産製品の小範囲にしろることが出来る。最近その生産の急向上したものはポリスチレン（スチ

ロール樹脂）とビニル樹脂であり、これについて新しい用途のため飛躍的發展を約束されているものにポリエチレンがある。ビニル樹脂 ビニルが最初市場に出たのは一九三一年でビニル溶液として売出された。電気的絶縁と熱抵抗の大きいこと、それに水をよくはじくことを利用したものである。一九四〇年にはこの樹脂を硬シートとして利用していたが、そのころから可撓性のあるフィルムをつくるようになった。

品質の改良と共に打出され、品物としては家庭用器具の各種、玩具、壁材、ラジオ、テレビのセット、冷凍装置部分品などに応用されている。

ポリエチレン初めイギリスで発達し絶縁物ことにレーダー装置の部分品に使用された。これが電気絶縁体として利用されたのは大部分ケーブル被覆用としてであり、ついで電話線、テレビ装置その他の高周波の絶縁物に用いられた。しかし今日ではポリエチレンの魅力はその薄い膜にあり、包装用として珍重されている。低い温度でも可撓性があり、ひびがはいらないので冷凍用品包装用の袋になり、また碗類として利用され、家庭用品としてはテーブル掛にもなればイスカバーのようなものにもなる。成型物としてはこわれないビン類として長足の進歩をとげた。化学薬品に耐えるという特色が高く評価されているのである。こわれないことから玩具類にも進出し、農業用の道も開けその前途ははかり知れないほどの希望をはらんでいる

アクリル樹脂 透明であることが第一の特性としてあげられている。その製品は美しくなかなか風化を受けない。用途としては厚物のシートとしてガラスの用途の代替になる。コストが高いらみがあるが、価格が下ればその用途は一層拡大しよう。わが国の合成樹脂の生産はビニル系が第一で、これについて尿素系、石炭酸系のもものが多く生産されている。その他のを合せて年間約廿トン、米国の百数十万トンにははるかに及ばず西独卅万トンに次いで世界第三位である。

その前途ははかり知れないほどの希望をはらんでいる

若さと熱意の溢れる……

有名化粧品問屋

大粧堂

東京都千代田区神田猿樂町2の9
電話 (29) 0205・5587・9303・9307番

索引

ライオン 歯磨 100頁

問屋

堂店	23頁
生商	30
村岡	40
田	43
志井	47
大武	52
倉山	57
助大	61
中野	63
野勝	64
多	69
蛭本	70
保丸	72
朝茂	74
関谷	79
京	80
つ	82
大川	84
野	85
立	88
志	90
堂	91
堂	92
堂	93
堂	97
堂	98

化粧品・雑貨

紙	34頁
サン	38
式	41
ト	48
東	60
裕	62
末	73
サ	83
フ	87
貝	89
ひ	94
寺	95

陳列ケース

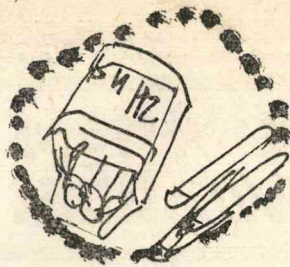
新藤 ケース 10頁

化粧品本舗

6頁
7
8
9
12
13
16
17
18
20
25
26
29
31
33
35
37
42
45
46
49
51
53
55
56
59
65
66
67
68
71
75
76
78
81
86
96
99

石鹸・歯磨

2頁
4
19
27
36
77



編集後記

今度の「歳末の商策特集」は、非常に焦点をしばって、しかも具体的プランやアイデアを集めて見た。とかく、近ごろの記事や講義は、抽象的で、それを読んだり、聞いたりしている時には、一応、もつとも得心がいつ

ているのだが、さて現実には立ち帰って、それを実際に応用して見ようとすると、なんだか一向にとりまともめがつかないという悩みをよく聞かされる。そこで、なるべく、実際の、直ぐ応用が出来、早速の歳末・Xマスの商機に活用し、大いに成績をあげるといような事例を集めて編集した次第である。とはいっても、店の立地条件なり、店のカラー・雰囲気というものは千差万別である。この一冊によつて得られたアイデアなり、計画は、そのまま直ぐ利用出来るとは限らない。どうか、各お店の状況にあわせて、取捨選択して、活用して頂きたいものである。

それは例のトラファルガル海戦の仏西連合艦隊と、東郷艦隊が、同じ陣型で戦いながら、一方は敗れ、一方はあの大勝を博した理と同じである。

日本粧業 (六〇〇号)

臨時増刊(通巻二八〇三号)

昭和卅二年十一月三日発行

編集印刷 竹内 孝
発行人 竹内 孝

東京都千代田区内幸町二ノ一八
印刷所 電通印刷所

東京都中央区日本橋馬喰町三ノ三
発行所 財団法人 日本粧業会

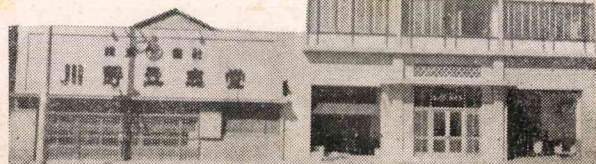
電話(兜町(87)九一四六(代表))
通刊登連土曜日発行

皆様の化粧品問屋!! 完備した安全倉庫
・特殊化粧品の公開指導

株式会社

川野 立志堂

・豊富な取扱商品
・都内一流小売店様確保



本社 東京都江東区深川清澄町1の3 支店 東京都中央区日本橋馬喰町3の2
電話(64)8131~5番 電話代表(66)0887・6.83・(67)8819番

(弊店全景)

ジャスミンの香り

美しく便利な罐入ポマード



¥ 100. ¥ 200.

良品廉価をモットーとして
みなさまにご好評をいただ
いただいているエーワン製
品は安いからといって品
質が劣るわけではありま
せん。
どんなに良心的であるか
ぜひ一度エーワン製品を
扱っている良心的な販売
店でおききになってくだ
さい……

品質は値段だけでは買えません

エーワンポマード

雪村いづみ



「こんなには
ホラ
キレイで…」



100エン
50エン
20エン

グリーンライオン のすがすがしい
アワがお口のスミズミまでゆき
わたつて、歯をピカツとキレイ
にします。オシャレな人はみんな
使っています。

グリーン **ライオン**

発売元 ライオン歯磨株式会社

お客さまに……とくに少量ですむ点をご強調下さい!