FH誌を読む 176

FH誌ひろい読み　【番外編】

この世は全てマーケッティング

永井荷風の「濹東綺談」は、男性の老人の為の小説の傑作である。人生を半ば諦めた世代だと今読んでも、大きな慰めとなる。荷風本人らしい主人公が、夏になると自宅近辺のラジオの音がやかましく聞こえてくるのが嫌で、毎夕外出する。六十近くでも独身だから、個人営業の売春婦が多いという玉ノ井あたりに散歩に出る。そこで雪という気立ての良い娼婦に出会って、短期間の情事と恋愛の中間のような関係を持つ。何だそれだけの事かと言わずに、老境に入った男性には是非読んで欲しい。

この作品が朝日新聞に掲載されたのは昭和十二年で、私の生年に重なる。四年後には、米国との戦争に突入する。アメリカなんか恐れるに足らんという戦意高揚が叫ばれ、それが世論となっていった時代であった。当然私も軍国少年として育った。

そんな時代にこのように不埒な物語が大新聞に「一億火の玉、撃ちてし止まん」の大合唱の記事に並んで掲載されたのが不思議でならない。用心深い荷風の事だから、作品の中には反戦的な言辞は一切ない。ところが、ごく最近に読んだ本から、荷風がラジオから逃走して散歩に出ると書いたのは、国家がラジオを通じ戦意高揚をいつもがなり立てていた事への密かな抗議ですよと教えられた。そういえば、この作品は「私はほとんど活動写真を見に行ったことがない」で始まっている。ラジオと映画は、国家のプロパガンダを周知徹底させる最強の手段であった。荷風は、あえて活動写真というすでに死語になりつつあった言葉を微妙に選んで批判したに違いない。俺はラジオや映画が主張することは容易に信じないから、耳や目をふさいでいるよと。

ヒットラーはラジオと映画というメディアをナチズムの宣伝に最大限利用したマーケッティングの天才だった。ヒットラー主催ともいえるベルリンのオリンピックは、昭和十一年にあった。前畑頑張れ！のラジオ放送で日本中が沸いたように、世界中に実況の音声が流された。記録映画の監督にはレニー・リーフェンシュタールという偉大な女性が起用され、世界中で放映された。その「民族の祭典」は今でもネット動画で見ることが出来る。実は「ナチス・ドイツ民族の祭典」であった。それは別として、オリンピックの国家主導的商業主義はこの時に始まったと言える。

人間の集団は、原始時代でも家族を中心として、安全のためにグループ化する本能を持っている。その傾向を利用して、多くの人をひとつのことに関心を寄せさせ、一つの方向を目指すようにするのが、マーケッティングと言って良い。元々マーケットとは、商品が販売される市場のことである。貨幣経済になってからは、市場で販売されているあらゆる物品は、現金化される。生産されて、あるいは刈り取られて、現金化されるまでの過程は、必要悪のごたごたに過ぎない。理想は作っている現場に買い手が来て、全部買い上げてくれることだが、現実はそうはいかない。いかにしてこの状態に持っていき、かつ発展するかがマーケッティングの肝要と言って良い。投資をいかに早く回収するかの手段ともいえる。同時に如何により多く金を使わせるかに尽きる。マーケッティングの手法は、商品相手だけでなく興行、政治、選挙、宗教、思想といったモノでない世界に及んでいる。

第二次大戦が終わり、世界の先進地域で人々の生活が豊かになり、消費に関心が集まるようになってマーケッティング手法が多様化し、発達するようになった。貧しい国では、商品のマーケッティングは要らない。生活必需品を作っておけば勝手に売れる。「消費は美徳である」という言葉の出現に倹約がそうであった私たちの世代は、驚いたが、今や個人消費が経済発展の鍵になっている。「欲しがりません勝つまでは」が「欲しがろう、経済戦争に勝つために」になっている。いかに欲しがらせるかが、商品に関してのマーケッティング戦略の中核で、各社がしのぎを削っている。

これまでは、資金的に恵まれた企業が順当に優位性を保つことが出来た。消費者を洗脳するために、新聞、雑誌、テレビといった中央集中的でお金のかかるメディアに力を注げばよかった。ところが、突然ネットというゲリラのようなメディアが力を得てきたせいでややっこしくなった。私のようなアナログ人間が、必要にせまられネットを見る時、横に出てくる広告が、何の役に立っているのか判断に苦しむ。ところが今年になって、テレビに使われる広告費の総額とネットの総広告費が同じになったと言われる。ネットの出現によって、小企業が大企業と対等に渡り合えるようになることは否めない。大企業のアキレス腱がいよいよ露わになる。

近年ウナギの稚魚が減少して蒲焼の値が高騰している。個人的な判断だがウナギを食べなくても死ぬことはないのだろうから、皆食べなければいい。そうすれば時間が経てば安くなっていつでも食べられるようになるはずである。松茸であろうが、キャビアだろうが同じである。

車でも、パソコンや時計でも普及していない時は大きな成長が望めた。自然の収穫ではなく大量に生産されるから、皆が所有するようになって市場は満杯に必ずなる。あとは買替え需要しかなく行きづまる。しかしたとえ松茸が安くなり、食べたいと思う時に手に入っても、何処産のものは旨いという優劣は出来るだろう。商品のブランド化もそのカテゴリーの製品が容易に売れなくなった時に発揮される。「FH誌」にエルメスの時計の若い最高責任者の談話が載っていて興味深かったので紹介しようと思ったが、前段で字数が尽きてしまった。次の機会にしたい。

ただ言えるのは、現代社会の全ては、マーケッティング理論によって操作されていると言える。時には荷風のように、自然に入ってくるように見える情報を拒否して、世間に背を向け自分自身の眼でみることも必要ではないかと思い、番外編となってしまった。

（栄光ホールディングス株式会社会長　小谷年司）

小売の十字路 159

暑中お見舞い申し上げます。

酷暑の折皆様のご健康をお祈りいたします。
来年のカレンダーの申込み用紙が届いています。
本当に一年は速いものですね。

現場から
最近当店で起きた小さな事件。

《Aさんの場合》　腕時計の電池交換を受けるときは、お客さんに「だいたい10分くらいかかりますが、店内でお待ちになりますか」と聞くのだが一回りしてくるという人が多い。

その場合は名前だけ聞いておく。日をまたぐ場合は必ず預かり引換券を渡すことにしている。ご婦人のAさんが来店して一週間前の○日に電池交換で預けた時計2個を取りに来たとおっしゃる。さて覚えがない。すぐに戻るつもりが預けたことを忘れて後日取りに来る人もいるが、その場合は必ず帳簿に記載して管理してあるが、その記載もない。とりあえずは調べてみるということでその場はお さめたが、無いものはないわけでその旨をAさんに伝えたが頑として納得しない。

次の日から何度も電話がかかってきて、預けた時計を返せの一点張りでこちらの説明は一切聞かない。ついには店に来て、まるでこちら側が盗んだかのような言葉まで投げつけられた。

《Bさんの場合》　夕方に来店されたご婦人のBさんは18金の細いネックレスが切れてしまったから直してほしいとの依頼であった。見てみると切れたのではなく留め金の丸環が外れていただけなので10分程度の時間を貰うことにした。私が受け私が直した特段問題のない修理のはずであったが、Bさんが戻られてダイヤのペンダントが付いていないという話になった。もちろん受けた時に一目なにもなかったので、そのように説明して帰ってもらった。

次の日の朝やはりダイヤを返してもらってないという電話がかかってきた。私が外出中ということもあって昨日の事情がよくわからずスタッフは大混乱。ひと騒動になってしまった。

《Cさんの場合》　クレームではないのだが、やはりご婦人のCさんが腕時計のバンドがどうもおかしいので直してほしいと来店された。拝見したが三つ折りタイプ形式で、何処にも問題はなさそうなので、「このままお使いになれます、特にどこかが壊れているようには思えませんが」と答えたがCさんが言うにはバンドにもともと小鎖が付いていたはずだが、それが取れてしまったという。「いや、この時計のバンドには小鎖はつかない形のものですからこれで正常です」とバンドのあり方を含めて説明した。これで話は一段落したのだが、ご婦人は帰り際に「いや、私が自分で使っていたから小鎖が付いていたことは間違いがない」とおっしゃられた。AさんもBさんもCさんも,ともに高齢者なのだが、共通しているのはこちら側の説明がほとんど頭に入らないというところである。頭から思い込んでいて、ちょっと冷静になって考えれば理解できそうなところがそうならない。それは年齢に関係ないヒューマンエラーの話なのかもしれないし、高齢者特有の思い込みの話かもしれない。

ただ小売の現場ではやはり高齢者に対するにいささか身構えていたほうが無難だろうとは思うのである。

貧骨
cosmoloop.22k@nifty.com

お店とお客様の橋渡しができる!!
販売員さんご紹介します！
BICO・GHI株式会社
エムシージーマネキン紹介事業部
東京　TEL:03-3409-6954
札幌　TEL:011-219-0758
大阪　TEL:06-6348-1020

金工技術の豊かな作品を広く募集

「第13回全日本金銀創作展」

締め切りは10月10日

金工に携わる学生、アマチュアなど広範に応募を募る「第13回全日本金銀創作展」の応募締切は10月10日と、まだ間に合う。指輪やアクセサリー、ブレスレットなど、伝統工芸だけに重きが置かれた創作展ではなく、創作性豊かで優秀な作品を募集しているのが特長で、経済産業大臣賞（10万円）や関東経済産業局長賞（3万円）、東京都知事賞（3万円）など、大きな賞が獲得できるチャンスともいえる。

応募基準は、現在の感覚に即し、技術・デザイン・実用性・市場性に優れ、多くの人びとの賞賛と求めに適合するもの。和洋器物、置物などの第1部門と、和洋装身具、携帯小物（帯留め、指輪など）などの第2部門がある。詳細は、東京銀器のホームページからダウンロードできる申込用紙等で確認を。

ザ・クロックハウス本部が8月13日から築地に移転

㈱クロックワークホールディングスと㈱ザ・クロックハウスは、8月13日付で、本部を下記へ移転する。

移転先＝〒104-0045 東京都中央区築地4-1-1東劇ビル14階。なお移転作業のため、8月9日より休業となる。

クロックワークホールディングスの電話番号は、代表・総務部＝03-3544-7310。経営企画部＝03-3544-7311。事業推進部＝03-3544-7312。経理部＝03-3544-7313。FAXは全て、03-3544-7314。

ザ・クロックハウスの電話番号は、代表・販売本部＝03-3544-7320。商品部＝03-3544-7321。FAXは、ともに03-3544-7322。

佐藤英昭弁理士による『特許の哲学』　其の38

訴訟のIT化を目指す 商標の審査期間を短縮

～知的財産推進計画2019～

政府の知的財産戦略本部は，2019年の知的財産推進計画を決定した。「知的財産推進計画2019」では，知財訴訟をはじめとした民事訴訟手続きなどのIT化に向け，年度内にも法制審議会（法相の諮問機関）へ諮問する方針を打ち出した。

民事訴訟手続きのIT化は，裁判の迅速化や利便性の向上が狙いで，昨年3月の有識者会議の提言を受け，法務省を中心に検討を進めている。具体例として，訴訟記録の全面電子化，オンラインでの書面提出やウェブ会議による手続きを可能とするなどを挙げた。2019年度中の法制審議会への諮問を目指し，具体的検討を引き続き進めるとしている。

近年，商標出願件数の大幅な増加で商標の審査期間が長期化していることを踏まえ，2022年度末までに一次審査通知までの期間を6.5ヶ月とすることにより，権利化までの期間を国際的にそん色のないスピードである8ヶ月にできるよう，商標審査体制を強化する方針。

（特許業務法人共生国際特許事業所所長）

宝石・時計・眼鏡の小売店の明日を考える
株式会社　ジュエラーズジャパン
全国250店舗の【宝石・時計・眼鏡】の専門店が加盟するボランタリーチェーンです。

●主な事業・活動の特色
・創業62年の歴史を持つ専門店グループ。
・お客様の求める価値ある商品企画開発、商品提案。
・お客様の感動をプロデュースする催事企画、共同販促。
・公開経営方針に基づく効率経営指導とリテールサポート。
・各分野の専門講師を招いての全体会議 。
・大変革期を勝ち抜く経営戦略戦術の研究。

★新会員・入会募集★
専門店が抱える様々な問題を共に解決します。
会員の繁栄発展が私達の使命です。

〒110-0015 東京都台東区東上野 1-26-2 オーラムビル 2F
TEL.0120-979-495（03-5812-0811） 営業時間 10:00～18:00（平日）
FAX.03-5812-0818 http://www.jewelersjapan.co.jp/

Since 1910
株式会社 水溪
MIZUKEI
Viva La Vida, Bella Figura
fonte d'oro
jewelfan
Aurorb/tA

本　社：〒460-0008名古屋市中区栄3-27-25 ミズケイビル
TEL. 052-261-2641　FAX. 052-261-7093
東京支社：〒110-0005 東京都台東区上野3-17-11 コーワビル2
TEL. 03-3836-0541　FAX. 03-3836-0754
関西支社：〒542-0081 大阪市中央区南船場3-6-3 南船場DSビル
TEL. 06-6245-6556　FAX. 06-6245-6557
http://www.mizukei.co.jp

Premium Croco
プレミアムクロコは、今まで困難とされてきたクロコダイルの防水加工を実現。
その製造方法において特許を取得しました。

[PATENT NUMBER] 特許 第6314385号
株式会社 バンビ　〒110-0016　東京都台東区台東 4-32-1　TEL 03-5688-0112　bambi.jp