

しんぱんけいざい わ  
新版経済のしくみ 100話

1.

テレホンカードをはじめ、各種のカードがあふれています。今やカード  
がいしゃ よ  
会社とも呼ばれるほどです。

まず、銀行や郵便局でCDを利用するためのカードがあります。預貯金  
を下さしたり、入れたりするのに窓口で書類を書いて並んで待つと  
てま まどぐち とりあつかいじかん お げんきん だ い  
いう手間がないし、窓口の取扱時間が終わってからも現金の出し入  
れができて便利です。次に、買い物のときに使えるカードがあります。

いわゆるクレジットカードです。デパートなどが発行して特定の店だけで  
つか  
使えるものと、クレジット会社が発行し、たくさんの加盟店があり、

そうとうひろ つか しんよう  
相当広く使えるものがあります。クレジットとは信用ということですが、

しん ようだ しゃっきん ほか  
「信じて用立てる」、つまり借金させてくれるカードです。この他テレホ  
ンカード、JRのオレンジカードなどプリペイドカードと呼ばれるものがあり

ます。これは回数券のように何回分かの料金を前払いしておき、利用  
げんきん はら す  
のたびに現金を払わなくても済

むようにしたものです。

ほか しゅるい きほんてき しゃっきん ぼうえい  
また他にも種類がありますが、基本的にはカードは借金、ガード(防衛  
かんよう  
)が肝要です。

2.

民放のテレビ、ラジオで「ではお知らせをどうぞ」と聞くたびにわたしは腹が立ちます。「何がお知らせだ。コマーシャルと言え」とか「日本語で広告と言え」とか、心の中でどなっています。しかし、広告は現代社会では、なくてはならない存在です。重要な機能を担っています。だから堂々と「わたしは広告です」と名乗って、その機能をきっちり果してほしいのです。

広告の機能の第一は、ほんとの「お知らせ」機能です。情報機能ともいえます。売り手がこんな商品、こんな店があるよということを、人々に知らせる事です。ここでご注意を。知らせる内容は2つありますね。

「あるよ」と「こんな」です。だが、今の広告、前者には一生懸命ですが、後者にはいいかげん。

第二は、選択誘導。「あの品はすばらしい」とか「あの店はよさそう」という印象を作り出せます。事前に選択を誘うのです。店で初めて商品に出会ってから選択のための情報を手に入れるのではなく、広告で事前に情報を手に入れて、選択の心づもりをするのですね。

そのことから、第三の機能が出てきます。流通の効率化です。メーカ

一が<sup>せんでん</sup>宣伝してくれると、<sup>こぼいてん</sup>小売店は<sup>どくじ</sup>独自の<sup>せんでんひ</sup>宣伝費や、<sup>ひとで</sup>人手を<sup>はぶ</sup>省くことができる、などです。

第四は、<sup>だいよん</sup>価格を<sup>かかく</sup>上下させる<sup>じょうげ</sup>機能。<sup>きのう</sup>かけた<sup>こうこくひ</sup>広告費は<sup>う</sup>売り上げから<sup>あ</sup>回収<sup>かいしゅう</sup>される。<sup>こうこくひ</sup>広告費の<sup>ぶん</sup>分だけ<sup>たか</sup>高くなる。<sup>たほう</sup>他方、<sup>こうこく</sup>広告のおかげで<sup>たいりょうはんばい</sup>大量販売、<sup>たいりょうせいさん</sup>大量生産ができる<sup>ぶん</sup>分だけ、<sup>やす</sup>安くもなる。<sup>はんだん</sup>そのかねあいをどう判断するかが、<sup>たいせつ</sup>大切です。<sup>みんぼう</sup>民放は<sup>じゅしんりょう</sup>受信料を<sup>と</sup>取らないから<sup>おも</sup>ただと思うのはまちがいで、<sup>すぽんさ</sup>スポンサーの<sup>しょうひん</sup>商品を買えば、<sup>か</sup>結局<sup>けっきょくじゅしんりょう</sup>受信料を<sup>はら</sup>払っているのですね。

<sup>きしもとしげちん</sup>岸本重陳 <sup>しんぱんけいざい</sup>『新版経済のしくみ100話』<sup>わ</sup>岩波書店 <sup>いわなみしよてん</sup>

より