

しんばんけいざい 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  
お い まどぐち しょうい か なら ま てま  
下ろしたり、入れたりするのに窓口で書類を書いて並んで待つてという手間  
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、相当広く使えるもののがあ  
ります。クレジットとは信用ということですが、「信じて用立てる」、つまり  
しゃっきん ほか  
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  
なんかいぶん りょうきん まえばら りょう げんきん はら す  
何回分かの料金を前払いしておき、利用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と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  
らせることです。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。メーカー  
が宣伝してくれると、小売店は独自の宣伝費や、人手を省くことができる、  
などです。

だいよん かかく じょうげ きのう こうこくひ う あ かいしゅう  
第四は、価格を上下させる機能。かけた広告費は売り上げから回収され

こうこくひ ぶん たか たほう こうこく たいりょうはんばい たいりょうせいさん  
る。広告費の分だけ高くなる。他方、広告のおかげで大量販売、大量生産

ぶん やす はんたん たいせつ  
ができる分だけ、安くもなる。そのかねあいをどう判断するかが、大切です。

みんぽう じゅしんりょう と おも すぽんさ  
民放は受信料を取らないからただと思うのはまちがいで、スポンサーの

しょうひん か けっきょくじゅしんりょう はら  
商品を買えば、結局受信料を払っているのですね。

きしもしげるちん しんばんけいざい わ いわなみしよてん  
岸本重陳『新版経済のしくみ100話』岩波書店より