

朝夕満員電車でゆられて通勤するわれわれサラリーマンにとって、通勤時間をいかに有効に利用するかは人生を豊かにするうえでも、企業内競争に勝ち残るためにも重要なことであるとしてその利用法を説いた本も出ているようである。しかしそれらに興味をもたない私などは窓外の景色の移り変りを眺めたり、フジサンタローの態度を見習ってみたり、車内広告を見たりして時間をすごしている。車内のぶら下り広告のおかげで、週刊誌のゴシップ記事については内容はわからないまでも、どのようなことが取りあげられているかくらいは知ることができ、飲んだ時の話題にはついていける。最近の車内広告を見ていて、気のついたことを1、2紹介してみよう。

まず、車内広告の掲示個所について……私の住んでいる地区では、地下鉄の広告は他の私鉄、国鉄に比べて圧倒的に多く、1車両86カ所にわたっている。これを大きさ、あるいは形状で分類してみると、ぶら下りが24枚、窓ガラス大で、ドアの戸袋にあたる所にあるのが12枚、ドアはりつけが6枚、窓ガラスはりつけが8枚、ドアの上が12枚、窓の上に並んでいるのが24枚となっている。各車両別にみると、当地区のものは、どの車両も同じ場所には同じ広告がかかっている。おそらく、掲示場所の優劣、すなわち乗客の目によくつく場所、つかない場所があるので、同じ大きさ、形状の広告であっても、場所による料金差があるだろうと思って、当局へ問い合わせしてみた。やはり差があり、一番枚数の多い窓の上に並ぶ広告についても、料金は数段階に分れているということであった。そうであれば、どの車両でも同じ広告が同じ場所に掲示されていることが納得できる。同じ料金の中でも、場所による優劣は若干あるが、それには目をつむることとしよう。広告によって掲示場所が決まるとなると、それを同定する手段が必要で、それらを示す符号がどこかについているのだろうか。と考えていたら、今ちょうど地方選挙の真最中で、立候補者の集中掲示板が目についた。この板には、当初1から適当な番号(予想される最大立候補者数であろう)が各掲示面に書いてあり、立候補届けが終わると、順次埋められていく。これも掲示個々によって目につきやすい所、つきにくい所があるが、まさか掲示個所によって料金が異なることはない。それではくじでも引いて決めるのだろうか。掲示面の数字を見ると一定の順序で並んでいるのではな

く、掲示板によって並び方が異なるところを見ると、各掲示板ごとにランダムに数字が書いてあり、各候補者が固有の番号(届け出順だろう)をもって、その番号のついている所にはりつけることによって公平を保っているのであろう。これは私の想像で、確かめてみたわけではないので正確かどうか保証できない。車内広告についても同一料金にして、各車両ごとにランダムな位置に掲示してみてもはどうだろう。いや掲示者が番号を同定することが面倒で、ネを上げることになりそうだ。今やっているように、同じ広告は同じ場所に掲示するのであれば、何枚も重ねた長い広告を印刷してしまえば、掲示の手間は相当省けるのではあるまいか。掲示の期間が広告によって異なっている場合はそれもだめだろうか。ところで、各車両同じ広告が同じ場所にあることを知るには通勤時間帯では困難なため、昼間会社を抜け出して、電車の中をずっと歩いてみて初めて知った。知人にどうなっているか聞いてみたが、それを知っている人はいなかった。とすると掲示個所の正確さについては、少々さぼってもよいのかもしれない。

次に広告文について……ある銀行の広告文に、

年々歳々花相似
歳々年々税金増

：

というのがあった。ただし、上文の中の「税金」は私が書き替えたもので、本文ではその銀行のある銘柄となっていた。これは有名な漢詩をもじったもので、原文については私も昔学校で習ったものである。その記憶があるせいか、「ねんねんさいさいはなあいにたり さいさいねんねんぜいきんふえず」と読んでしまい、これはおかしいなど、もう一度読み直すことになった。読み直すまでもないのだが、この文の第2行は肯定文で、否定文ではなかったのだ。原文のもじり方については種々あるのだろうが、私はここでつまづいたおかげで、全文を興味をもって読むこととなり、銀行の名前とその銘柄までおぼえ、そのうえに、その後の広告も注意して読むこととなった。この広告の作者には1本とられたことになるのだろう。われわれの作る報告書についても、このようにまず読者の興味をひきつけ、最後まで読んでみようかなと思わせることが必要であるが、そのテクニックには思わぬものもあるようだ。(M.M.)