

クロムウェル社製「ディレクター」パーペチュアルカレンダー 雑誌広告企画書

序論：新時代の夜明けに立つ英国

本企画は、1950年代の英国市場を対象とした、貴社製メカニカルカレンダーの雑誌広告キャンペーンを提案するものです。この10年間は、英国が歴史的な転換点を迎えた時代でした。空襲の記憶、長年にわたる配給制度といった戦争の影が色濃く残る一方で、新たな消費時代の幕開けを告げる明るい兆しが見え始めていました¹。この二重性こそが、我々の製品、すなわち永続的な品質と秩序の象徴を市場に投入するための、またとない土壌となります。

残存する緊縮財政の記憶

1950年代初頭の英国社会は、依然として戦後の緊縮財政の影響下にありました。肉や砂糖といった基本的な食料品の配給は1954年まで続き、国民は「戦争には勝ったが、平和には負けた」という感覚を共有していました¹。深刻な住宅不足も続いており、戦時中の儉約と忍耐の精神は、人々の生活に深く根付いていました⁴。この欠乏の時代を基準点として設定することで、後に続く消費ブームがいかに革命的であったかを理解することができます。

「黄金時代」の到来

しかし、この灰色の風景の中から、着実な繁栄の芽が吹き始めていました。経済は拡大し、実質所得は増加、失業率は低水準を維持しました⁵。1951年の「フェスティバル・オブ・ブリテン」は、戦後の復興と未来への楽観主義を象徴するイベントとなり、国民に明るい展望を示しました⁷。そして1957年、ハロルド・マクミラン首相による「我々の国民のほとんどは、これほど豊かな暮らしをしたことがない」という有名な宣言は、この時代の空気を的確に捉えた言葉として、文化的な試金石となりました⁷

自己変革を遂げる国家

この経済的繁栄の裏で、英国は国際社会における自らの立ち位置を再定義する必要に迫られていました。大英帝国の解体が進み²、1956年のスエズ危機は国家的な屈辱となり、冷戦構造の中で英国は米国の「ジュニア・パートナー」という新たな現実を受け入れざるを得ませんでした⁴。このような地政学的な変化は、国民の間に、明確に「英国製」であることの卓越性を再確認したいという欲求を生み出しました。

この時代の英国の消費者が抱えていた中心的な心理的葛藤は、戦時中に深く刻まれた儉約の習慣と、物質的な豊かさを受け入れるよう誘う新たな時代の呼び声との間にありました。これは単なる経済的な変化ではなく、道徳的、文化的な地殻変動でした。したがって、高級製品の広告は、単に贅沢や浪費を煽るものであってはなりません。その製品が、一過性の流行を超越し、消費者がすでに大切にしている永続的な価値観を体現する「賢明な投資」であることを示すことで、この心理的なギャップを埋める必要があったのです。それは、消費者が新た得た購買力を、古き良き価値観に照らして正当化する行為に他なりません。

第1章：戦後消費者の心理

この章では、1950年代の英国人消費者の内面に深く分け入り、当時の消費主義を駆動した社会的・心理的要因を分析します。国家統制による配給経済から市場主導経済への移行が、個人のアイデンティティと社会的地位の認識をいかに再構築したかを明らかにします。

解放の象徴としての配給制度の終焉

1954年7月の食料配給制度の完全撤廃は、単なる政策変更以上の意味を持つ、大きな心理的解放の出来事でした³。日常生活における選択の自由が回復したことで、人々はあらゆる消費領域において選択肢を求めるようになりました。この新たな自由は、消費意欲の爆発的な高まりの起爆剤となったのです。

「割賦販売」と消費者信用の台頭

1954年の信用規制緩和は、人々の願望を民主化しました⁸。「ハイヤー・パーチェス(HP)」と呼ばれる割賦販売制度の普及により、それまで富裕層の特権であったテレビや洗濯機といったステータスシンボルが、中間層や労働者階級の家庭にも手の届くものとなりました。これにより、「需要の増加が価格の低下を招き、それがさらなる需要を喚起する」という好循環、すなわち「消費者サイクル」が生まれました⁸。

「隣人に見劣りしないように (Keeping up with the Joneses)」

郊外にマイホームを持つという夢が広がるにつれ、目に見える消費に基づいた新たな形の社会的競争が始まりました。近代的な家電製品、特に冷蔵庫(1955年の所有率8%)、洗濯機(同18%)、そして何よりもテレビ(同35%)を所有することが、自らの成功と近代性を示す公的な宣言となったのです⁸。この現象は、個人の消費行動が社会的地位と密接に結びついたことを示しています。

アメリカ文化の影響と英国人の両義的感情

ハリウッド映画や光沢のある雑誌が描き出す、気楽で豊かなアメリカのライフスタイルは、英国人の消費意欲を強力に刺激しました¹¹。しかし、その一方で、知識層の間ではアメリカ文化に対するある種の警戒心や、英国独自のアイデンティティを維持したいという願望も存在しました¹¹。英国企業がアメリカ製品を国内の嗜好に合わせて修正することが多かったという事実は、英国市場がアメリカに憧れつつも、自らの文化的基盤を完全に放棄するつもりはなかったことを示唆しています¹³。

新時代の不安

繁栄の表面下では、社会的な不安も渦巻いていました。「テディ・ボーイズ」に代表される若者文化の台頭や、若年層による犯罪の増加は、一部の人々から伝統的な秩序の崩壊であり、「粗野な物質主義」の帰結であると見なされていました¹。

このような時代背景を理解するため、以下の表に1940年代の緊縮の価値観と1950年代の豊かさの価値観を対比させます。

| 生活領域 | 緊縮の40年代 | 豊かさの50年代 |
|------------|-----------------------------|-------------|
| 経済 | 配給制度／国家統制 | 消費者の選択／信用経済 |
| 家庭生活 | 修繕して長く使う (Make Do and Mend) | 近代的な利便性 |
| 社会的願望 | 共同体での犠牲 | 隣人への対抗意識 |
| 国家アイデンティティ | 存続する帝国 | ポスト帝国時代の再調整 |

この表が示すように、1950年代の消費行動は、単に物を手に入れること以上の意味を持っていました。それは、ますます混沌としていると感じられる世界において、自らの手でコントロールと秩序を獲得する行為でした。人々は、二つの世界大戦、世界恐慌、そして国家による配給制度といった、個人の力ではどうにもならない大きな力に翻弄されてきました¹。1950年代に入っても、冷戦や核の脅威、若者文化の台頭、移民の増加といった新たな不確実性が次々と現れました⁷。このような状況下で、自らの書斎や仕事場を、品質と精巧さを備えたオブジェで整えるという行為は、深い意味を持つようになります。スエズ危機をコントロールすることはできなくても、自分のデスクの上はコントロールできるのです。年、月、日、曜日をダイヤルで合わせるメカニカルカレンダーは、まさにこの秩序への渴望を体現した製品です。それは所有者が文字通り、時間と構造をその手に掌握することを可能にし、外部の混沌に対する心理的な防波堤となるのです。

第2章：ターゲットペルソナ：見識ある英国紳士

ここでは、我々の理想的な顧客像を多角的に構築します。彼は単なる人口統計上の存在ではなく、戦後の専門職階級の男性を代表するアーキタイプであり、時代の好機と不安の両方を乗り越えようとしています。

職業生活

彼は企業の重役、高級官僚、建築家、法廷弁護士、あるいは大学教授といった職業に従事しています。彼は「灰色のフランネルスーツの男」を体現しており、その服装は控えめで、秩序と手順を重んじます¹⁶。彼の仕事は知的であり、先見性と計画性を要求されます。彼のオフィスや書斎は聖域であ

り、彼の地位と知性を反映する空間です。

価値観と嗜好

彼は見せかけの派手さよりも、実質を重んじる人物です。若い世代がロックンロールや「テディ・ボーイ」のスタイルに惹かれる一方で、彼は仕立ての良いスーツが持つ静かな権威を好みます。そのスタイルは、流行し始めていたシャープで細身のコンチネンタル・カットの要素をさりげなく取り入れているかもしれません¹⁷。彼は『タイムズ』紙を読み、BBC放送に耳を傾け、その住まいを、一過性のデザインではなく、堅牢で丹念に作られた家具で満たしています。

テクノロジーとの関わり

彼は決して機械文明を否定しているわけではありません。ジェット旅客機や製造技術の進歩といった、時代の真の発展を正しく評価しています⁷。しかし、大量生産される使い捨ての製品には警戒心を抱いています。彼はテレビを情報源や家族の娯楽として捉えるでしょうが、1955年以降に登場し始めたコマーシャルには懐疑的かもしれません¹¹。彼が求めるのは、永続性を感じさせる、長年にわたって使える技術です。

彼の聖域：書斎

彼の書斎は、彼の内面世界を映し出す鏡です。そこは秩序の空間であり、革装の本、重厚な木製のデスク、上質な万年筆、そしておそらくは地球儀が置かれています。ここで彼は読書し、物書き、そして意思決定を行います。この空間こそ、我々の製品がその真価を発揮すべき舞台です。それは単なる部屋ではなく、彼のアイデンティティと知的権威の表明なのです。

このターゲットとなる紳士は、彼が何を受け入れるかと同時に、何を拒絶するかによっても定義されます。彼は、戦前の旧体制が持つ古臭い伝統と、台頭しつつある若者文化が象徴する混沌としたアメリカナイズされた大衆文化との間で、自らの進むべき道を探っています。彼は、戦後の経済成長の中で専門職としての成功を収めるほどには現代的で先進的ですが⁵、新たな若者文化に見られる快樂主義や実質の欠如には不安を感じるほどには伝統的です¹。

したがって、このメカニカルカレンダーは彼にとって完璧なオブジェとなります。そのデザインは華美なヴィクトリア朝様式ではなく、クリーンでモダンです。しかし同時に、その機械的な構造、ずっしりと

した重み、そして英国の職人技は、彼が重んじる品質と永続性という伝統に繋がっています。これにより、彼は伝統的な実質への信念を犠牲にすることなく、「現代人」であることが可能になるのです。それはまさに、「進歩的伝統主義」の象徴と言えるでしょう。

第3章：製品の物語とブランディング：「クロムウェル・プレジジョン・インストゥルメンツ」

この章では、架空のブランドと製品のアイデンティティを創造します。その目的は、ターゲットペルソナの価値観と完璧に合致する、真に英国的で信頼性の高い名前と物語を構築することです。

メーカー名：Cromwell Precision Instruments (クロムウェル・プレジジョン・インストゥルメンツ)

- 命名理由：「クロムウェル」という名は、英国史における重要人物を想起させます。彼は剛健さ、秩序、そしてある種の清教徒的な禁欲主義で知られています。この名前は、堅実で、歴史を感じさせ、深く英国的な響きを持っています。「プレジジョン・インストゥルメンツ(精密機器)」という言葉は、この製品を単なる「カレンダー」や「ガジェット」から、気圧計や六分儀、クロノメーターといった科学的な道具の域へと高めます。これは、我々のターゲットが持つ知的で専門的な性質に訴えかけるものです。

「Made in England」という刻印

これは単なる注釈ではなく、ブランドの根幹をなす柱です。大英帝国の力が衰退しつつあった時代において、「Made in England」の刻印は、国家的な誇りと、「世界の工場」としての英国の伝統に対する強力なアピールとなります⁹。広告コピーでは、この製品が匿名の大量生産品ではなく、英国の由緒あるエンジニアリングと職人技の結晶であることを強調します。

ブランド価値としての製品特性

- 素材(重厚な金属、銀色)：永続性、耐久性、そして真摯さを伝えます。これは一生ものであり、

次世代に受け継がれる家宝にさえなり得るオブジェです。消費ブームの中で現れた新しいプラスチック製品や使い捨て商品とは一線を画します。

- 機構(手動ダイヤル): 毎日、意図的にダイヤルを回すという触覚的な行為は、欠点ではなく、むしろ特徴です。これは、テレビのようなメディアの受動的な消費とは対照的に、時間との主体的で意図的な関わりを象徴します。それは、コントロールを取り戻すための儀式なのです。
- 機能(パーペチュアルカレンダー): これは先見性と長期的な思考を物語ります。今週の予定だけでなく、数年先、数十年先まで計画する人物のための道具です。それは野心の計器です。

製品名: The Cromwell "Director" Perpetual Calendar (クロムウェル「ディレクター」パーペチュアルカレンダー)

- 命名理由: 「ディレクター」という名称は、使用者の専門的な地位と、指導者・意思決定者としての役割に直接的に語りかけます。これにより、このカレンダーは指揮と統制に不可欠な道具として位置づけられます。

この製品の「欠点」、すなわち手動で非自動であるという性質は、実は最大のマーケティング上の強みとなります。それは、自動化された新しい「ガジェット」が飽和し始めた時代における、「アンチ・ガジェット」なのです。1950年代には、電気調理器、掃除機、冷蔵庫、洗濯機といった新しい家庭用電化製品が普及し始めました³。これらの製品は、労働を節約し、日々の作業を自動化することを売りにしていました。我々のカレンダーは正反対です。それは、毎日一瞬の手作業による対話を要求します。知性と意図的な行動を重ねる我々のターゲットにとって、この手動の儀式は雑用ではなく、精神を集中させるための時間となります。新しいテクノロジーと気晴らしによって世界が加速していく中で、物理的に日付を設定するという行為は、地に足をつけ、心を落ち着かせる経験となるのです。したがって、マーケティングはこの手動性を隠すのではなく、むしろ称賛すべきです。これは、人生の受動的な観察者ではなく、能動的な参加者である人物のための道具です。時間に管理されるのではなく、時間を支配する人物のためのものなのです。

第4章: 広告戦略: 「現代紳士の尺度」

ここからは、これまでのリサーチと分析を具体的な広告コンセプトへと昇華させる、本企画の戦略的な核心部分です。中核となるメッセージを定義し、クリエイティブな言葉を開発し、ビジュアルの実行計画を概説します。

中核となるメッセージ

クロムウェル「ディレクター」は、単なるカレンダーではない。それは、重要な地位にある人物のデスクに恒久的に置かれるべき備品である。彼の時間、環境、そして未来に対するコントロールの象徴である。英国の職人技への投資であり、彼自身の成功を日々確認するための証である。

キャッチコピーの開発

持続性、コントロール、そしてステータスというテーマに焦点を当て、いくつかの選択肢を検討します。

- 選択肢A(伝統に焦点を当てる): *A Lifetime of Days, Mastered.* (刻を制する、生涯の相棒。)
- 選択肢B(ステータスに焦点を当てる): *The Desk of a Director Demands It.* (重役の机には、風格が宿る。)
- 選択肢C(コントロールと現代性に焦点を当てる): *Order for the New Age. Crafted for a Lifetime.* (新時代に、揺るぎない秩序を。英国の叡智を、その手に。)
- 最終選定と理由: 選択肢Cを推奨します。このコピーは、繁栄という「新時代」を認めつつ、それを「生涯にわたって作られた」という伝統的な価値観に根ざさせることで、この時代の二重性を完璧に捉えています。

セールスコピーの構成

コピーは、フォーマルで自信に満ちたトーンで、構造的、論理的、かつ説得力のある文章で構成します。

- 導入部: この新しく、ペースの速い時代において、読者を洞察力と責任感のある人物として直接的に語りかけます。
- 問題提起: 書類、約束、そして絶え間ない邪魔といった、日常の儚さを認識させます。
- 解決策の提示: クロムウェル「ディレクター」を、持続性と明晰さの錨として紹介します。
- 特徴を便益へ転換:
 - 「ソリッドアロイ構造」は、「デスクの上に置かれた、持続性の確かな重み」へ。
 - 「精密設計のダイヤル」は、「一日一日が過ぎていく確かな手応え。すべてはあなたの意のままに」へ。
 - 「Made in England」は、「英国の計器職人が受け継ぐ不朽の技術の証。その伝統を、あなたの手の中に」へ。
- 行動喚起: 購入を「出費」ではなく「獲得」として位置づけます。「貴方のデスクに、クロムウェル『ディレクター』を。高級文具店および百貨店にてお求めいただけます。」

ビジュアルコンセプト

- 媒体：白黒写真。これにより、真摯さと時代を超えたエレガンスが醸し出されます。カラー広告も普及し始めていましたが、高級で本格的な製品は、モノクロームが持つ重厚感を維持することが多かったのです。
- 設定：磨き上げられたマホガニーかオーク材のデスクの隅に置かれたカレンダーの、ローアングルからのクローズアップショット。このアングルは、オブジェを英雄的で実体のあるものに見せます。
- 構図：カレンダーが明確な主役です。背景には、革装の本の角、重厚なガラスのインク壺と万年筆、そして暖かく焦点の合った光を投げかけるデスクランプの土台といった、ペルソナを象徴する品々が、芸術的にぼかされて配置されます。決定的に重要なのは、散らかったものが一切ないことです。この光景は、絶対的な秩序とコントロールを表現しています。
- タイポグラフィ：本文には、Times New RomanやBaskervilleのような、クラシックで力強いセリフ体フォントを使用します。ブランド名「Cromwell」は、より太く、堂々とした書体で表現するかもしれませんが。レイアウトは、1950年代の質の高い印刷広告のスタイルを反映し、クリーンでバランスが取れ、テキストを重視したものになります²¹。

最も効果的な説得術は、製品そのものではなく、製品に付随する儀式を売ることです。この製品の中核機能である日付の表示は単純です。より安価な多くの製品が同じことをできます。その独自のセールスポイントは、物理的、機械的、そして触覚的な性質にあります。したがって、セールスコピーは、それを使用する体験に焦点を当てるべきです。毎朝ダイヤルを回す儀式、そのひんやりとした金属の重みの感触、満足のいく機械的なフィードバック。これにより、製品は静的なオブジェから、所有者の成功に向けた日々のルーティンの一部へと変わります。それは、その日一日を掌握するための個人的なセレモニーとなるのです。この体験への焦点こそが、製品を単なる実用品の域をはるかに超えたものへと昇華させ、そのプレミアムな価格設定を正当化するのです。

第5章：最終広告案

これまでのすべての分析の集大成として、グラフィックデザイナーへの引き渡しを想定した、完成版の広告コピーと詳細なレイアウト指示を以下に提示します。

- 最終メーカー／製品名：Cromwell Precision Instruments / The "Director" Perpetual Calendar
- 最終キャッチコピー：Order for the New Age. Crafted for a Lifetime. (新時代に、揺るぎない秩序を。英国の叡智を、その手に。)

完成版セールスコピー

(ここから広告本文)

新時代に、揺るぎない秩序を。英国の叡智を、その手に。

目まぐるしく変化する時代。成功を収める人物は、自らの時間を支配する術を知っています。日々の喧騒の中に確固たる基準点を持ち、未来を見据えるための道具を手にかけています。

クロムウェル社がお届けする「ディレクター」パーペチュアルカレンダーは、単に日付を示すためのものではありません。それは、あなたのデスクの上に置かれた、永続性の確かな重みです。冷間鍛造された合金のボディに刻まれたダイヤルを回すたび、一日一日が過ぎていく確かな手応えが、あなたの指先に伝わります。すべてはあなたの意のままに。

この精密機器は、英国の計器職人が何世代にもわたって受け継いできた、不朽の技術の証です。大量生産の時代にあって、我々はあえて時間のかかる伝統を選びました。その伝統を、今、あなたの手の中に。これは、次の世代へと受け継がれるべき投資なのです。

(広告本文ここまで)

詳細レイアウトおよびタイポグラフィ指示

- ヘッドライン: キャッチコピーを、大きくエレガントなセリフ体フォントで配置。
- 画像: 第4章で構想した白黒写真の詳細な説明に基づき制作。デスクの木目、インク壺の反射、そしてカレンダーの金属の質感がリアルに伝わるように撮影する。
- ボディコピー: 3つの短い段落からなる、両端揃えのテキスト。可読性の高いセリフ体フォントを使用。
- ロゴ／ブランドマーク: 下部に「Cromwell Precision Instruments」のシンプルで力強いロゴタイプを配置。その隣に、不可欠な「MADE IN ENGLAND」のマークを明記する。
- 行動喚起／販売店情報: 最終行に、イタリック体で「高級文具店および百貨店にてお求めいただけます。」と記載。

掲載推奨媒体

本広告の掲載媒体としては、教養ある専門職階級が購読する雑誌が最適です。具体的には、『The Illustrated London News』、『Punch』、あるいは『The Times』紙のビジネスセクションなどが挙げられます。商業テレビ放送が完全に飽和状態になる前の1950年代のメディア環境を考慮すると、これらの印刷媒体はターゲット層に的確にリーチするための最も効果的な手段です¹⁹。

引用文献

1. 1950年代のファンタジー文学 - 伝統の象徴としてのカントリー・ハウス, 10月30, 2025にアクセス、
<http://katozemi.yokohama/wp-content/uploads/2018/02/29%EF%BD%9E62%E9%A0%81.pdf>
2. Britain in 1950 - University of Leicester, 10月30, 2025にアクセス、
<https://www.le.ac.uk/ur/emoha/community/resources/postwar/Britain%20in%201950.pdf>
3. Life in 1950s Britain - The National Archives, 10月30, 2025にアクセス、
<https://www.nationalarchives.gov.uk/education/resources/platinum-jubilee/life-in-1950s-britain/>
4. Social history of post-war Britain (1945–1979) - Wikipedia, 10月30, 2025にアクセス、
[https://en.wikipedia.org/wiki/Social_history_of_post-war_Britain_\(1945%E2%80%931979\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Social_history_of_post-war_Britain_(1945%E2%80%931979))
5. The UK economy in the 1950s - House of Lords Library, 10月30, 2025にアクセス、
<https://lordslibrary.parliament.uk/the-uk-economy-in-the-1950s/>
6. Never having it so good in the twenty-first century? - History & Policy, 10月30, 2025にアクセス、
<https://historyandpolicy.org/policy-papers/papers/never-having-it-so-good-in-the-twenty-first-century/>
7. Living in 1950s Britain Timeline - The National Archives, 10月30, 2025にアクセス、
<https://www.nationalarchives.gov.uk/education/resources/platinum-jubilee/life-in-1950s-britain/living-in-1950s-britain-timeline/>
8. AUSTERITY, AFFLUENCE AND DISCONTENT: BRITAIN ... - AWS, 10月30, 2025にアクセス、
http://resource.download.wjec.co.uk.s3.amazonaws.com/vtc/2016-17/16-17_2-43/part2-never-had-it-so-good.pdf
9. 1950年代イギリスの移民政策における新コモンウェルス諸国との協力関係 (特集 近現代ヨーロッパ), 10月30, 2025にアクセス、
https://tohoku-gakuin.repo.nii.ac.jp/record/25043/files/20230322_haradamomoko.pdf
10. Post-World War II economic expansion - Wikipedia, 10月30, 2025にアクセス、
https://en.wikipedia.org/wiki/Post%20World_War_II_economic_expansion
11. Designing Britain - Cultural Revolution 1950–1970 - VADS, 10月30, 2025にアクセス、
https://www.vads.ac.uk/customizations/collection/DCADB/pages/html/crd_cultrev.html
12. Post War Cultural Revolution in the UK | UKEssays.com, 10月30, 2025にアクセス、

- <https://www.ukessays.com/essays/history/the-emergence-of-the-teenager-consumer.php>
13. Americanisation in British consumer markets, 1950-2000 - OpenEdition Books, 10月 30, 2025にアクセス、<https://books.openedition.org/irhis/1943>
 14. 岐路に立つイギリス 歴史から読み解く現在(いま), 10月 30, 2025にアクセス、<https://www.let.hokudai.ac.jp/cafe/15563>
 15. British subcultures and fashions primer (1950-1980) : r/malefashionadvice - Reddit, 10月 30, 2025にアクセス、https://www.reddit.com/r/malefashionadvice/comments/wip7c/british_subcultures_and_fashions_primer_19501980/
 16. 1950s Men's Fashion History for Business Attire - Vintage Dancer, 10月 30, 2025にアクセス、<https://vintagedancer.com/1950s/1950s-mens-fashion/>
 17. Style Through the Decades: Men's 1950's - The Linc, 10月 30, 2025にアクセス、<https://thelinc.co.uk/2017/02/style-through-the-decades-mens-1950s/>
 18. 1950 in Britain - MEN'S STYLE BLOG, 10月 30, 2025にアクセス、<https://www.carlthompson.co.uk/1950-in-britain>
 19. 1950年代の英国における商業放送の導入とBBC独占体制の終焉, 10月 30, 2025にアクセス、https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/download.php/AA1121824X-20130300-0107.pdf?file_id=114962
 20. Economic history of the United Kingdom - Wikipedia, 10月 30, 2025にアクセス、https://en.wikipedia.org/wiki/Economic_history_of_the_United_Kingdom
 21. キャドバリー (Cadbury) カップチョコレート 1950年代 イギリス ヴィンテージ広告 0387, 10月 30, 2025にアクセス、<https://www.mycomfy-shop.com/?pid=178338111>