

特集・POS データを活かした販売促進!!

辰巳出版

“受注実績”から“実売実績”への移行

不定期刊行物は 2000 年以來 2 桁成長

□ 販売データが出版営業の鍵に □

辰巳出版は販売データを活用した書店促進によって、ここ数年、不定期刊行物の売り上げを毎年 2 桁のペースで拡大することに成功した。今では書店実売管理システムを使った促進用のツール作成は、営業に欠かせない作業となっている。

出版傾向の変更で威力

同社は定期刊行物を中心に、年商 166 億円、従業員 164 人の中堅出版社。不定期刊行物はムック、写真集、さらには蒼竜社・綜合図書・富士美出版・スコラマガジンのグループ 5 社がコミックス、成人コミックスなどを出版し、合わせて月間でムック約 10 点、コミックス約 7 点、書籍と写真集は年間約 8 点を刊行している。

かつては成人向けの雑誌、コミックスというイメージが強かった同社だが、2000 年から実用系、趣味系の不定期刊行物の出版活動を強化。「それまで訪問していなかった総合書店への促進を始めるために、個別書店の販売実績をみた上での提案営業が必要と判断しました」(穂谷竹俊販売促進部長兼広報宣伝室長)。このときから市場開拓に、販売データが大きな力を発揮したという。

書店の POS データ配信組織 P-Net に参加したのが 2001 年の春当初は市販データベースソフトで分析を行ったが、より簡便に利用するため、その年の暮れに光和コンピューターと「書店実売管理システム」を開発した。

それまで促進していなかった書店

日常的に個店の販売実績を活用

同社が共同開発した「書店実売管理システム」は、パソコンサーバーに販売データ、書店データ(共有書店マスタ)、書誌情報を蓄積し、LAN でつながったパソコンで各種の分析処理を行うことができる。

名古屋、大阪の支社を含めた販売促進部員 12 人は、日常的にパソコンを使って、訪問書店の実売データ

を訪問するときには、同様の商圏と顧客層を持つ書店の実売データを分析した品揃えや陳列方法を提案したり、チェーン店には本店ならびに基幹店の実績から提案営業を行ったりして、「ある大手チェーン書店の実売実績は、3 年間で 5 倍になりました」(穂谷部長)。その結果、出版傾向を

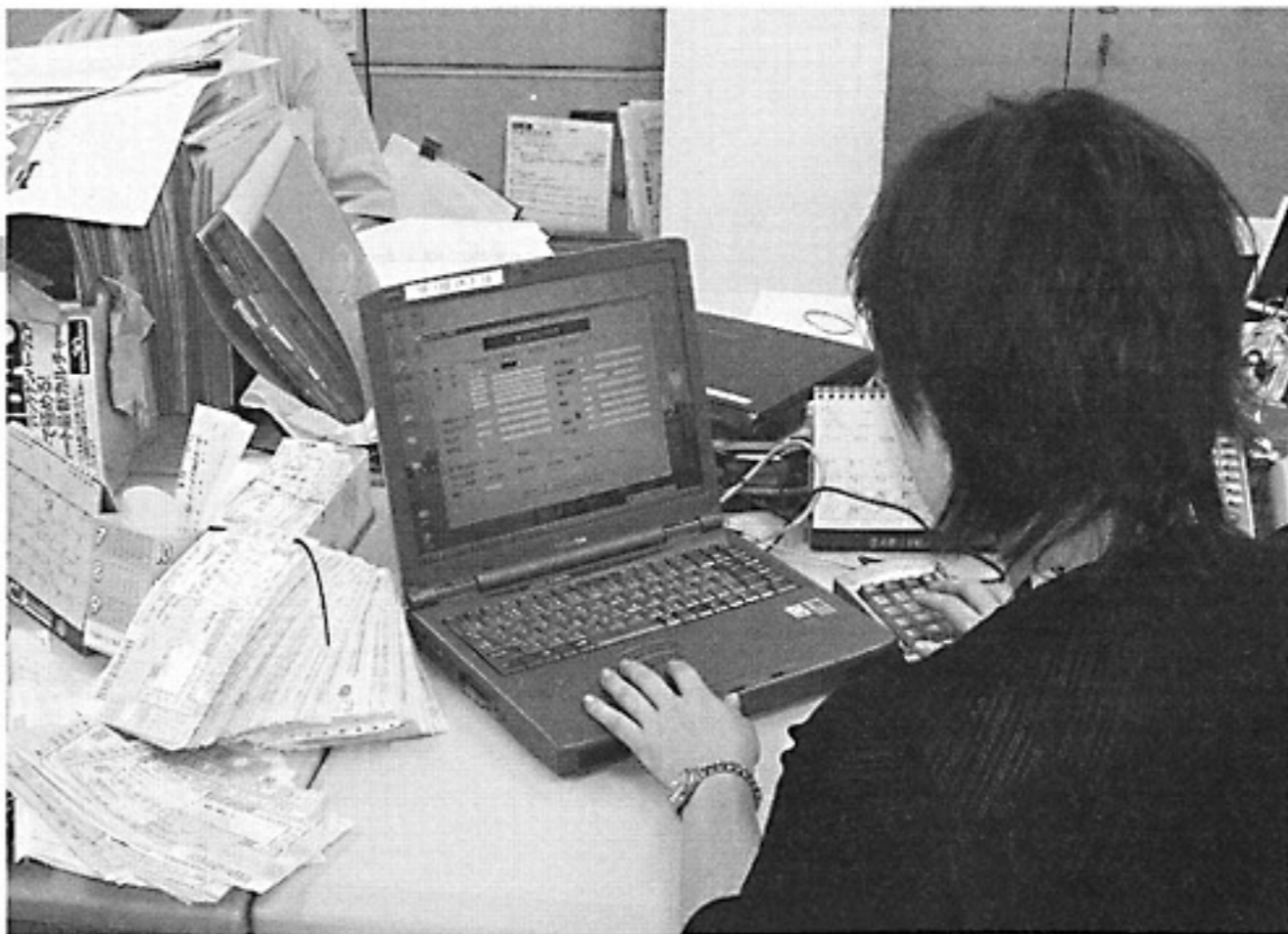
書店訪問の前には PC で営業ツールを出力▲
▼穂谷竹俊販売促進部長兼広報宣伝室長

変えて以降、不定期刊行物は毎年 2 桁の成長を続け、後半落ち込んだ昨年でも前期比 102% と伸びを維持した。

また、申告所得ランキングや売上ランキングで現れる一般的な上位書店と、自社の実績データを並べて、取りこぼしている書店はその年の課題として取り組むことで、売り上げの拡大を持続している。

を参照し、共通の営業ツールを個別書店ごとに出力している。

システム構築にあたっては、「売る立場で当方からの要望を伝えて作ってもらった」(穂谷部長)ため、「初めてパソコンに触ったという部員もいますが、簡単な操作でデータを作成できています」(小粥健吉メディア推進室長兼情報システム室チーフディスク)という。



4000 書店の個別実績を把握

販売データは、P-Net を月次で受けているのに加え、紀伊國屋書店 PublineWeb、文教堂 BIGNET2、三洋堂書店 SPN2、ストアコンソーシアムジャパン WEBRAIN、明屋書店 OpenNet のデータを収集。重版予測には、こうした日次データを発売 7 日目、実績で確認している。

さらに、同社は実用ムックから成人コミックスまで幅広い商品ラインを持つため、P-Net 未加盟の専門書店からの電子データ、POS 未導入の一部書店からのスリップも回収。全体で 4000 の個別書店のデータを把握している。

こうした多様なデータも、システムには「共有マスタコード、ISBN コード、冊数というフォーマットのデータな

ら、そのまま取り込むことができます」(小粥室長)。

管理帳票は日付、単店、チェーン、エリア、担当者などさまざまな角度から抽出できる。新刊の指定配本表や、書店向けベスト商品注文書なども、このシステムで作成している。

また、部員の訪店回数を日報から入力しており、個別部員の実売実績、訪店回数、伸び率といった数字をみることもできる。「営業管理者とし



▲小粥健吉メディア推進室長兼情報システム室チーフディスク

ても役立ちます」(穂谷部長)。

プレゼン能力が必要

こうした販売促進の変化を穂谷部長は「受注評価から実売評価への変化」と呼ぶ。とにかく書店から受注すればよいというかつての促進手法が、実売データを把握することで、無駄を生まない方法に変化している。

一方、書店側も人間関係だけで発注を出すことは少なくなっており、本部発注制をとるチェーン書店

では、バイヤーとの交渉がカギになる。「短時間で説得するプレゼンテーション能力が要求されます。そのための材料となるデータと分析システムは欠かせません」(穂谷部長)と、今後ますますデータの重要性が増すとみている。

このシステムを構築するためには、これまでに約 500 万円のコストをかけたが、同社では十分に効果を上げているという。