

加速する出版流通システム

雑誌定期改正と書籍の発注 本部一括で返品減と売り上げ増を目指す

宮脇書店

宮脇書店は昨年、商品本部を設置して本部仕入を強化している。これまで雑誌の返品削減や、出版社との信頼関係を構築するための取り組みを進めてきたが、雑誌の定期改正や書籍の発注を一元的に行うことで、返品を減少と売り上げ増加を目指すという。

全国に約 300 店舗を展開

同書店は全国に約 300 店舗を展開しているが、このうち直営店とフランチャイズがほぼ半数ずつを占める。取引取次は主要なところだけでも日本出版販売、トーハン、大阪屋と多様で、POS レジなど店舗システムも複数の業者のものが入っている。

こうした店舗のうち直営店の入荷、販売、在庫データを一元管理して、本部一括発注を行うために、このほど光和コンピューターの本部システムを導入した。商品本部は本店店長も兼ねる渡辺三千代取締役が本部長を務めるほか、6 人で構成する。



全店の定期改正を一括で

雑誌の一括定期改正は、売れ行き上位 30 銘柄について、直営店の直近 10 日分のデータから、返品が多いものと売り切れになっている店舗をチェックし、定期購読誌を除き、商品本部が一括で定期改正を行うことを計画。

「まずは取次単位で現在の総部数を基準において、過剰な返品が出ているところを減らし、品切れになっているところを増やすことで、売り上げの向上と返品率の低下を目指します」と宮脇範次社長はその目的を話す。

かつて、POS レジがなかった時代にも、店舗から FAX で入荷数、在庫数を集めて雑誌の返品減少に取り組んだこともあったが、今回、電子データが収集できるようになったことから、継続的な実施が可能になると判断し、改めて実施することにした。

全国の状況や季節要因などから判断

渡辺取締役は、本部で定期改正を行う利点について、「本部では全体がみえるので季節や特集などに応じて思い切った増加などもできます。また、全国の状況を見ているので地域性などから銘柄別に判断して部数を決めることができます」と話す。

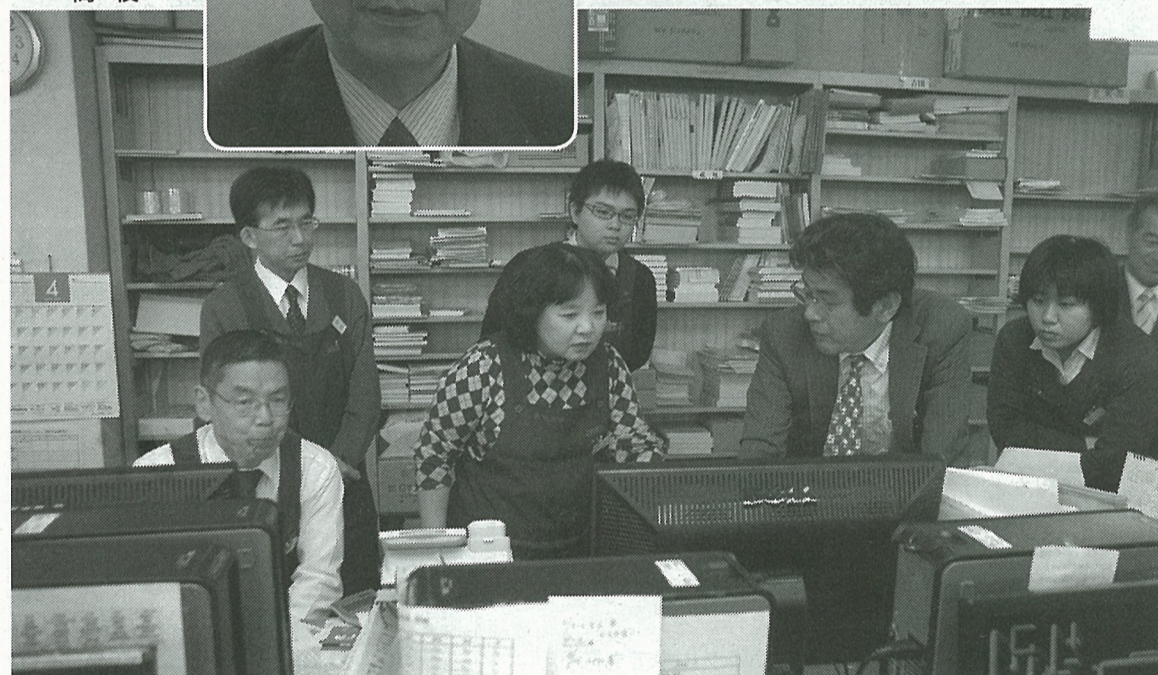
また、本部から受賞作品掲載号などの長期販売や他商材との併売を指示した場合も、本部でデータをみることで店頭現場の対応を確認することができ、販促の効果を高めることが可能だという。

また、渡辺取締役はもともと発行部数の少ない商品については、無理に各店舗の数字は入れず、主要店のみ配本を依頼し、あとは客注対応するなどメリハリの利いた注文を行っている。さらに、店舗に陳列場所や継続販売を指示するなど、発注した商品は売り切るという姿勢が、出版社から信頼されているといえるようだ。

まだ、一部に POS 未導入店があるが、早期導入を予定しており、そうなればさらに精度の高いデータを出版社に提供できるようになる。

「返品減少を図るが、本質的には売上増を目指す。そういう基本を実現したい。そしてなにより若い人に本の魅力を味わってもらいたい」と話している。

宮脇範次社長
渡辺三千代取締役
(左から 3 人目) と商品本部の皆さん



売れ行き良好書の発注にも

書籍の一括発注は銘柄別に各店の入荷数、在庫数、販売数をみながら発注する仕組みだが、今後、直営店の定番商品の補充に加え、発売直後の売れ行き良好単品の発注にも力を入れていくという。

これまで毎週、取次の POS 上位 500 銘柄のリストを各店にメールで送り、これに在庫数を入れて返送してもらう作業を行ってきたが、店舗の作業負担が大きく、また、このリストには刊行されたばかりの商品が入っていないということもあるためだ。

入した発注シートを出版社に送っており、「データをつけて発注し、頂いた商品は消化するよう努力していますので、発行部数が少ないといった理由を除き、減数されることはほとんどありません」という。

「かつて書店はサバを読んで注文し、出版社もそれを見越して減数していたので、4、5 冊の注文なら入るのに、10 冊注文すると 1 冊しか来ないといったことがありましたが、いまはデータをお見せしているのではほぼ満数いただけるようになりました」と宮脇社長も話す。

メリハリ利いた発注で信頼を

渡辺取締役は以前から売れ行き良好書については、店舗ごとの入荷数と販売部数、注文部数を記

効率化と同時に売上増を目指す

市場が拡大しない中で、効率化を求めるとどうしても縮小均衡に陥りがちになるが、宮脇社長は