

加速する 出版流通 システム

雑誌の販売業務移管で導入 1 カ月でのスピード稼働

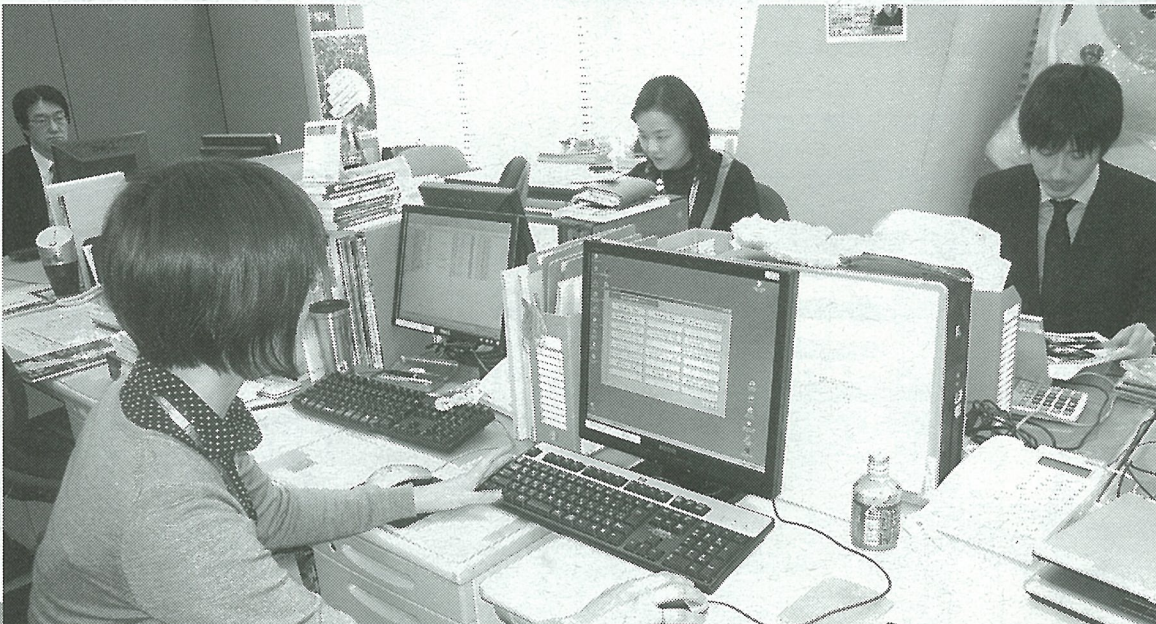
産経新聞東京本社雑誌局は昨年、それまで扶桑社に販売委託していた雑誌の販売業務を直接行うことになり、販売管理システムを導入した。極めて短い期間での導入だったというが、大きなトラブルもなく業務を行っているという。

産経新聞東京本社 雑誌局

月刊誌 17 誌を発行

同社はオピニオン誌『正論』（9 万部）と、テレビ番組情報誌『TVnavi』（100 万部）、クラシック音楽誌『MOSTLY CLASSIC』（10 万部）、昨年 11 月に創刊した『デジタルTVナビ』（20 万部）の月刊誌を発行している。このうち『TVnavi』は 12 誌、『デジタルTVナビ』は 3 誌の地域版に分かれていて、それぞれ別コードで発行しているため、全国で月刊誌 17 誌を発行していることになる。

このほかに、『別冊正論』、隔月刊『日本映画navi』やドラマ誌『相棒オフィシャルガイドブック Vol2』などのムックを刊行している。



▲販売管理システムを導入した産経新聞東京本社雑誌局のオフィス

昨春から販売業務を担当

これまで、これらの発売元は扶桑社で、販売業務もすべて委託してきたが、昨年 5 月から関連会社の日本工業新聞新社を発売元にして、雑誌局が各誌の営業窓口として販売業務を担当することになった。

この発売元の変更について同社雑誌局・大倉明局長は「当社の将来展望の中で、雑誌事業の強化を図るため、自らの手で販売を行っていくことになりました」と説明する。それまでは広告営業と扶桑社との窓口業務を担当してきた雑誌局だが、営業窓口を務めることになったため、5 月に急速、販売システムの導入を行った。

約 1 カ月で選定から稼働まで

1 カ月という短期間での導入だったが、複数のシステム会社を比較。「出版業務システムを専門にしている、業界の仕組みについて詳しく、そして何よりも短期間での導入に対応してくれた」との理由で光和コンピューターの販売管理システムを導入したと、アドバイザーとしてシステム導入に関わった佐野正孝氏は説明する。

導入に当たっては、「売り掛け、入金といった取引管理を優先してもらい、販売データ管理などはその後、順次整えました」（佐野氏）という。

専門用語の解説から対応

ハードは PC サーバー 1 台とクライアント 1 台の最小構成で、販売管理のパッケージを導入した。それまで雑誌の販売業務を行ったことがなかった担当者でも扱えるように「出版取引の専門用語など分からないこともありましたが、対応してもらえました」と平野淳子さんは述べるように、ゼロからの導入だったため、かえって短期間での稼働が可能だったとも言える。

ムックの在庫管理など物流業務は工藤出版サービスに委託しており、納・返品による在庫の動きはインターネットで取り込んでいる。また、販売データを取り込んで、1 号ごとの実売管理も行っている。

現在、システムでの入力作業などは、平野さんと佐野氏の 2 人で担当しているが、平野さんは今後「局内のメンバーが扱えるようになること」が課題だという。



産経新聞東京本社雑誌局
所在地：〒 100-8077
東京都千代田区大手町
1 丁目 7 番 2 号