

各位

2017年4月20日
一般社団法人日本出版取次協会
一般社団法人日本雑誌協会

【12月31日特別発売、年末年始キャンペーンの総括】

平素は、私どもの雑誌 書籍に多大なお力添えをいただき、心より感謝を申し上げます。

さてこのたび、(一社)日本出版取次協会と(一社)日本雑誌協会では、合同で12/31特別発売日についての総括会議を開催いたしましたので、ここにご報告いたします。

当キャンペーンには、業界初の試みとはいえ、書店様をはじめとした小売店様、輸送会社様、製紙・印刷・製本会社様など、出版関連業界の様々な皆様の並々ならぬご協力を賜りまして実現いたしました。改めまして、いただいたご尽力に御礼を申し上げます。

【目的】

客数が多い年末年始により多くのお客様を書店に呼び込み、流通の空白期間を少しでも減らすことで売上に貢献。

【12/31特別発売の概要】

- ・雑誌…お正月用に特別編集された臨時増刊号、ムック、コミックスなど、約130誌が発売。計800万部
- ・書籍…単行本、文庫、書籍扱いコミックスなど、新刊約70万部
- ・12月31日(土)全国一斉発売 ※沖縄を除く

【協賛】日本製紙連合会 大日本印刷株式会社 凸版印刷株式会社 日本図書普及株式会社

■おみくじしおりキャンペーン

- ・キャンペーン名…『おせちもいいけど、雑誌もね』
- ・おみくじしおり…雑誌(合計500円以上)をお買い上げいただくと、もれなくもらえる特典として「おみくじしおり」を配付。お客様がシリアルコードで応募すると抽選で図書カードが当たります。
表は2種のおみくじコメントと雑誌協会ツイッターアカウント。裏面にシリアルコードと説明書き。
- ・軒数…全国2,200軒 枚数…500枚/軒

■カレープレゼントキャンペーン

- ・キャンペーン名…『おせちもいいけど、カレーもね×おせちもいいけど、雑誌もね』
- ・雑誌お買い上げの方に、『ハウス食品レトルトカレー』を先着順で配布。
- ・全国130書店。
- ・配付個数…240個/1店

【宣伝告知ほか】

- ・12月31日付、読賣新聞朝刊全国版で3頁に渡り、お正月・雑誌書籍特集記事を掲載。
- ・デジタルPRとして、日本雑誌協会公式ツイッター、特設サイトを開設。
- ・NHK「お昼のニュース」では、八重洲ブックセンター本店でのデモ販売映像。
- ・日本テレビ「news every.」へ「次世代雑誌販売戦略会議」の井上直議長が出演。

【年末年始実績】(2016/12/29～2017/01/04)

2016年-2017年 年末年始増売企画実績 取協POS店（書店のみ）売上前年比

ジャンル	店舗区分	店舗数	キャンペーン実施前		キャンペーン実施期間				年末年始計	
			20161229	20161230	20161231	20170101	20170102	20170103		20170104
雑誌計	POS店計	4,069	105.2%	103.7%	117.3%	105.1%	103.3%	101.5%	77.8%	101.5%
書籍計	POS店計	4,069	100.1%	99.7%	105.3%	102.0%	101.3%	99.8%	88.8%	99.2%
コミック計	POS店計	4,069	77.3%	82.3%	113.5%	98.3%	96.2%	95.5%	69.7%	88.5%
開発品計	POS店計	4,069	105.4%	105.4%	109.5%	104.0%	104.3%	104.0%	79.9%	101.4%
総計	POS店計	4,069	96.8%	97.4%	110.1%	101.9%	100.7%	99.5%	81.5%	97.5%
客数	POS店計	1,710	92.5%	93.6%	106.9%	98.8%	97.9%	96.8%	74.3%	93.1%

■全体売上動向

12/31 当日は大きく前年比を上回る結果となったが、1/4 に発売日が設定されなかったことにより、12/29～1/4の年末年始7日間の合計では前年比97.5%という結果に。ただし1/4の売上前年比が極端に悪いのは、前年は発売日設定がされていた影響が大きい。また雑誌だけを見れば、前年比を越えており、平常時に大幅なマイナスが続く市場環境を考えると、一定の効果があったことを証明する実績と言える。

■2016年12月31日発売銘柄売上動向(雑誌協会加盟社)

2016年12月31日発売銘柄のうち、雑誌協会加盟出版社発売の **105点**(雑誌46点、ムック59点)の実績を集計した。発売日～2月28日までの売上率は合計 **49.8%**(雑誌55.6%、ムック39.0%)。売上率が60%を超えた商品は **36点**(雑誌23点、ムック13点)。

《雑誌》

- ・2/28までの売上率上位には、「ザ・テレビジョン」各地区版が並んだ。
- ・この他にも本誌もしくは本誌扱い増刊が、売上率が比較的高く、特に週刊誌増刊が売上率上位の多くを占めている。「週刊朝日増刊サザエさん」「週刊大衆増刊ヴィーナス」「週刊ポスト増新春SP」「週刊現代増刊日本人の幸せ」など
- ・売上数上位は「小一準備号」「ジャンプSQ」「ジャンプ流」と既存銘柄が中心。「両さん特別パック」は、前年発売のない新規銘柄だが、話題性の高さから売上数最大となった。

《ムック》

- ・2/28までの売上率上位銘柄は、「あんさんぶるスターズ! Magazine」「日経エンタテインメント! アイドルSpecial」「StarCreators!」など芸能、ゲームジャンルの定期刊行シリーズ。

【キャンペーン結果】

■『おせちもいいけど、雑誌もね』おみくじしおり配布キャンペーン

- ・雑誌購入500円ごとに「おみくじしおり」1枚配布。
- ・配布枚数:約115万枚
- ・配布軒数:全国約2200書店
- ・読者特典:図書カードプレゼント、創刊号閲覧(全29誌のうち1誌)

■応募総数:50,992件(応募期間12/31～1/16)

- ・図書カード応募数:50,845件
- ・創刊号閲覧応募数:2,002件

- ・両方に応募した数:1,841 件
- ・制作枚数 115 万枚に対する応募率は 4.4%。
- ・同様のキャンペーンでは一般的に 3%程度と言われているため、比較的多数獲得できたと思われる。
- ・応募方法がデジタル媒体であることや、誘導方法が QR コードを使用するという不安はあったが、大きなトラブルはなかった。
- ・一方、創刊号閲覧数は思ったより少なかった。原因としては、コンテンツのパワーが足りなかったこともあるが、どちらでも応募可能であることがうまく認知できていたかどうかとも考えたい。

【書店アンケート(販売会社 4 社合計 916 店)】

■好意的な意見

- ・はっきりした成果は出ていないが客数が多い時期に商品を投入するのは当たり前。継続すべき。
- ・元旦以外毎日発売日があってもよい。
- ・売り場が新鮮。
- ・1日以降の売上が見込める。
- ・新刊だけでなく休配期間に店頭在庫が少なくなり売り上げに影響していた。休配期間の在庫補充をすることで入荷量は多かったが売上に繋がり良かった。
- ・正月に新しい商品が入るので、その発売日の目的買いが増える。
- ・年始期間の売上や視覚的な品薄を考慮すると品があった方がよい。
- ・まだ浸透していないので続けた方がよい。

■改善を求める意見

- ・帰省のお客様が来られないので 29 日や 30 日の方がよい。
- ・12/27 に新刊が出るはずが 12/31 に後ろにずれただけだから。
- ・商品不備等あっても連絡が取りづらい。
- ・入れ替え作業が難しく、売りに集中したい。
- ・九州は 2 日ずれのイメージがあるのでお客様がそのコミックを買いに来ていない。
- ・取次会社、出版社が通常営業していない。
- ・発売されるタイトルの情報が伝わらない。運送会社がかわいそう。 年末くらいゆっくりさせてほしい。
- ・特別発売日の特別感がない。

【出版社アンケート(雑誌協会加盟社)】

■好意的な意見

- ・おかげさまで、弊社発売の増刊、ムック、書籍それぞれ好調な動きで喜んでいきます。年末年始に書店店頭を盛り上げよう、お客さん呼び込もう、ということが最も大事なことです。他の業界は普通にやっています。
- ・業界内で様々な意見があることは承知していますが、厳しい販売環境の中、それを乗り越えることが第一義と考えます。売上の数字が上昇したのは事実です。一方で準備が不足していたこと、説明が足りていなかったこともあったと思います。成功した出版社、流通、小売店の事例をどしどし発表して、改善に好転つなげる。それが仕事だと思います。失敗は成功の素！なんでも初めから上手くいくことなんかありません。どんなことも先ずは一歩から。
- ・ニュースにも多く取り上げられ、集客効果は非常に大きかったと思う。2 回目は今回ほどにはメディアの取り上げはないと思われ、告知をいかにするかが課題であると考えます。
- ・「売り場を盛り上げる」「話題を作って集客をあげる」という意味合いでは今後も特別発売日はあつて

もよいが、2年目以降は初年度ほどの注目度は見込めないため、商品力に頼るところが大きくなってしまおうと思います。

- ・今まで出していたものを特別発売日にあわせてずらすのでは結局トータルでみた売上は変わらず、書店にとってはメリットがないため、年末年始にみあった新たな商品を出すことが必須。発売日は31日にこだわらず、29日などにあげ、販売期間を延ばす方がよいと思う。
- ・弊社はムック1点でしたが、初週1週間の出足もよかったので「大晦日に発売」と事前に告知できればより書店にも足を運んでもらえると感じました。

■改善を求める意見

- ・フェア（カレー、おみくじを含め）を継続していくことは有意義と考えているが、特別発売日設定は課題の多さに対しメリットが小さいと感じる。特定の発売日にフォーカスせず、年末年始期間全体で、来店促進・読者推進を訴求する方が効果的と考えている。
- ・2016年の12/31発売日は例年以上の集客、書店店頭における年末年始商品の充実が売上増に繋がり、画期的な販促施策であったと認識しております。しかしながら、書店、運送会社の負担を考えると12/31が最良かは調整が必要で、年末の買い物客が最も見込める12/29、30あたりに発売日を前倒しすることも検討する必要がありそうです。特に2017年年末は12/30（土）、31（日）のため、12/30（土）もしくは、年末の最終発売日を12/29あたりまで後ろ倒しすることにより、対応することも可能ではないでしょうか。いずれにしても年末年始商戦を意識した業界の販促施策は必要だと考えます。また、最大の課題は読者にどう告知するかに尽きるのではないのでしょうか。認知度を上げる施策もさらに強化が必要だと感じております。
- ・減少が続く業界の中で一石を投じたと思うが、出版社以外（輸送・書店）の負担をどう軽減するかを考えなければならない。
- ・今回は12/31という設定は効果的だったと思いますが、2回目以降は必ずしも31日に設定することにこだわらなくともよいのではないかと？
- ・12/31当日何軒かの書店を回ってみたが、お店によって、取り組み方に差異があった。今年も特別発売日設定をするなら、この日を盛り上げるという全体の意思統一が改めて必要では？大晦日という性格上、人員配置をはじめ、クリアすべき課題は多いと思う。

【反省点】

- ・最大の反省点は、書店への告知が11月半ばになり、早期に企画概要を周知徹底出来なかったこと。
- ・NHK「お昼のニュース」、日本テレビ「news every.」等のテレビパブはあったものの、読者に対しての事前告知が足りなかった。
- ・書店への告知方法にも課題が残った。
- ・定期誌の発売日の繰上げ等の試みは一部にとどまった。

【2017年度の発売日設定について】

- 今年12月31日が日曜日に当たることや、昨年度のキャンペーン結果や反省点を踏まえて、早期に発表します。

（本件に関するお問合せ）

一般社団法人日本出版取次協会 事務局 電話03-3291-6763
一般社団法人日本雑誌協会 事務局 電話03-3291-0775