

新文化

出版界唯一の専門紙

株式会社 新文化通信社
郵便番号 170-0005
東京都葛飾区南大塚2-39-7 ヤマモト大塚ビル
電話 03-3942-5561
FAX 03-3942-5568
振替東京00170-7-56511
発行人 丸島 基和
本誌購読料金
半年...15,000円(税込)
年...30,000円(税込)
www.shinbunka.co.jp/

教育と文化の創造のために
専門のサービスをいたしております

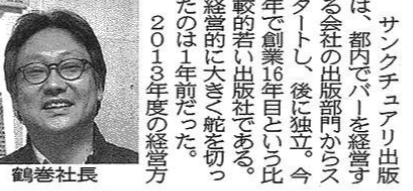
株式会社 日教販
http://www.nikkohan.co.jp/
本社 東京都中央区東銀座1-4-25
電話 (03) 3814-2111
東京支社 東京都中央区東銀座1-4-25
電話 (03) 3814-2111
大阪支社 大阪市東区東横堀町4-2-33
電話 (048) 441-9311

書店を元気に！サンチュアリ出版の挑戦

出版社や取引会社の中には粗利の1%前後の書店を元気にするため、少なからず割増の利権を確保してきている動きも。それにより書店の販売意欲を高め、増進するよう好循環を創出する狙い。だが、多くの出版社は本体価格の1割近い報奨金を書店に還元する仕組みが現状だ。そこに改めて挑戦している出版者がサンチュアリ出版（鶴巻謙介社長）である。制作コストを見直し、著者の協力と還元原資を捻出する。また、時限再販を導入する（このうち、店頭寿命を延ばす試みも実践している）同社の取組みを紹介する。

売上増・返品減少を拡大 委託依存「体質を変革」

「出版業界を元気にするプロジェクト」

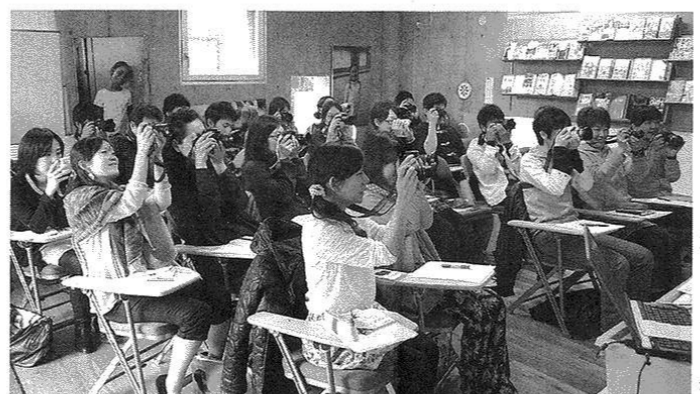


鶴巻社長

サンチュアリ出版は、都内都外を営業する全社出版部からスタートし、後に独立。今年で創業16年目という比較的若い出版社である。経営的に大きく舵を切ったのは1年前だった。2013年度の経営方針で策定した「出版業界を元気にするプロジェクト」では、フェア展開など指定された期間中の売込に「1報奨金の支払」や「時限再販の導入」、返品率を25%以下に抑制すると、最大で12%の報奨金が書店に還元される「日版」(High Profit 企画)への参加などの具体策が打ち出された。

報奨金や時限再販導入 原資は制作・返品コスト削減

原資は制作・返品コスト削減



MPDと時限再販契約 15%・返品率0.4%の条件で売り伸ばし、契約期間中(13年5月22日～14年3月31日)に3万部強の売込を達成。MPDの売込予測は約5000部だが、約5000部を積み増した計算。

伸ばし効果を最大化し、返品を抑制し、販売努力をした書店に対し、報奨金という形で報い、時に変化をもたらし、旧来を刷新してきている。MPDと、売上げインセンティブを併用して延長販売時には、それを割引原資に充当して、MPDにある。

MPDと時限再販契約
サンチュアリ出版は2014年1月以降、新刊書籍を「時限再販」で発行している。この取組は、13年5月22日の発行分をスタートとし、14年3月31日まで、3万部強の売込を達成。MPDの売込予測は約5000部だが、約5000部を積み増した計算。
売上げインセンティブは、15%を値引き原資に充当し、自由価格で販売できるようにした。MPDと、売上げインセンティブを併用して延長販売時には、それを割引原資に充当して、MPDにある。

過去の最高益を更新
サンチュアリ出版は、「本を眺まない人のための出版社」を創業理念に掲げ、1000冊で設立された実用書系の出版社。年間発行部数は平均12万部、会社を定都で運営している。13年10月、サンチュアリ出版は「本を眺まない人のための出版社」を創業理念に掲げ、1000冊で設立された実用書系の出版社。年間発行部数は平均12万部、会社を定都で運営している。

有料イベントやブッククラブで読者との接点作り
加した飲食のデザート、トノ山博史氏が編集者にもつた。結果、家事、料理、時金、冠婚葬祭などの結婚を契機に必要となる知識を伝授する1冊が人気。2007年10月刊。同書もユニークな発想からヒットに続いた。
自身も結婚1年目という無名のインストラクターをネット上で探し出し、著者と編集者がタッグを組み、門家に取材する形式の「プロジェクト」が読者の共感を呼び、約7年かけて45刷・33万6000部まで積み上げた。年間購読契約で新作を読者に届ける「ブッククラブ」(年間費1万2000円)も運営し、会員は300人以上に達した。

のあらゆるコストを見直し、外注先の編者や印刷会社、紙会社などの協力を得て、制作原価を3%削減した。また、中長期的な販路施策による売上の向上などで、返品率を前年比8.7%改善させた。この出版倉庫会社に支払っていた在庫保管料や返品送料など、返品関連コストを0.5%削減し、それらを報奨金の原資に転換させた。
著者も増売の印税半額提供
さらに著者にも多大な協力を仰いだ。報奨金キャンペーンの期間中に増売した部数の著者印税の半額を提供して、MPDと時限再販契約の効果を如実に表す結果となった。
また、別の書籍は、著者と出版契約を交わす際、印税率を8%に設定する一方、販売部数拡大のために、印税率を7%に引き下げ、著者印税を1400万円の印税を報奨金の原資として提供した。

大に反比例して、印税率を7%に引き下げ、著者印税を1400万円の印税を報奨金の原資として提供した。
加した飲食のデザート、トノ山博史氏が編集者にもつた。結果、家事、料理、時金、冠婚葬祭などの結婚を契機に必要となる知識を伝授する1冊が人気。2007年10月刊。同書もユニークな発想からヒットに続いた。
自身も結婚1年目という無名のインストラクターをネット上で探し出し、著者と編集者がタッグを組み、門家に取材する形式の「プロジェクト」が読者の共感を呼び、約7年かけて45刷・33万6000部まで積み上げた。年間購読契約で新作を読者に届ける「ブッククラブ」(年間費1万2000円)も運営し、会員は300人以上に達した。