

Pod 41

Vol.

Success

Print On Demand Success

RICOH Pro Case Study 【お客様ご活用事例】

【出版/メディア/イベント・セミナー運営/
ラーニング】

株式会社翔泳社



書店限定のオリジナル帯で売上が2倍に 営業・書店担当者の意識改革にも大きく貢献

課題

解決

- | | |
|--|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> 書籍プロモーションの起爆剤の創出 | <input type="checkbox"/> 書店限定のオリジナル帯をオンデマンドで制作 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 書店の販売員への商品アピール | <input type="checkbox"/> 書店限定のアプローチが販売意欲を向上 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 編集・営業担当者の意識改革 | <input type="checkbox"/> 自らのアイデアを形にした提案が可能に |

「プロモーションでは、トライ&エラーを繰り返せるスピード感が重要です」

出版業界に新風を巻き起こす書籍プロモーションの起爆剤



株式会社翔泳社 EC&ビジネス出版事業部編集長 泉勝彦氏

背景と経緯

書籍販売プロモーションの起爆剤として「書店限定のオリジナル帯」を企画

SE H&Iグループの一員として、最新のテクノロジー、エディケーション、パーソナルコンピューティング&デザイン、そしてビジネス&カルチャーという4つの分野で積極的に事業を展開する翔泳社。IT関連の書籍、雑誌などのペーパーメディアを数多く手がける同社の商品は、多くの書店のITコーナーやビジネスコーナーで手にすることができる。

こんな会社にとって、「出版不況」とも呼ばれる書籍販売の低迷をいかにして打開するかは最優先の経営課題だった。翔泳社EC&ビジネス出版事業部編集長の泉勝彦氏は、「他の業界と同様、出版の世界でも景気の横ばい、もしくは実質マイナス成長が続いています。書籍の出版点数は増え続けるものの、1点当たりの売上は減少傾向にあり、年々厳しさを増しています」と話す。こうした中、書籍の拡販のためには、読者のニーズに応える編集内容はもちろんのこと、売れるためにはどうあるべきかという販売に関わるプロモーション面でも何らかの起爆剤が必要となる。泉氏が自ら編集を手がけた臼井由妃氏の著書『できる人はなぜ、本屋で待ち合わせをするのか?』のプロモーションを模索する中で、他社との差別化のための施策として浮上るのが、書店ごとに異なるオリジナルの帯を書籍の本体にかけるという、これまでにはないアイデアだった。

「この書籍のタイトルは、『過去20年間、私が人と待ち合わせをする場所の多くは書店です』という臼井先生の言葉からインスピレーションを得たものです。それならいっそのこと、書店そのものを差別化要素にできないかというのが最初でした。売れる本へ昇華させるためには、商品自体が自己主張するような企画が理想です。何気なく手にした本の帯に『〇〇書店がお届けするこの1冊』と、まさに今いる書店からのメッセージがあったら、お客様がビックリして、興味を持ってもらえるの

■ 書店限定のオリジナル帯でプロモーションを促進

- ✓ 書籍プロモーションの起爆剤の創出
- ✓ 書店の販売員への商品アピール
- ✓ 編集・営業担当者の意識改革



解決

- 書店限定のオリジナル帯をオンデマンドで制作
- 書店限定のアプローチが販売意欲を向上
- 自らのアイデアを形にした提案が可能に

ではないかと考えました」

こうして固まったアイデアだったが、実際にオリジナルの帯を作ろうとした場合、その印刷手段が問題となってくる。本書籍の初版は8,000部。その25%にあたる初回流通分の2,000部にオリジナル帯を付けて100店舗に配ろうと考えると、約20部の帯が100種類必要になってくる。これほど小ロット・多品種の印刷は、従来の印刷工程ではコスト的にも時間的にも実現は困難だった。新たな方法を模索する中、泉氏は同じSE H&Iグループ内のSEデザインが導入していたリコーのプロダクションプリンターのことを耳にする。顧客に向けたオリジナルカレンダーの制作といった用途にも活用されている「凄いいプリンターだ」との話が伝わってきたのだ。

■ RICOH Pro C5100Sでアイデアの即時具現化が可能に

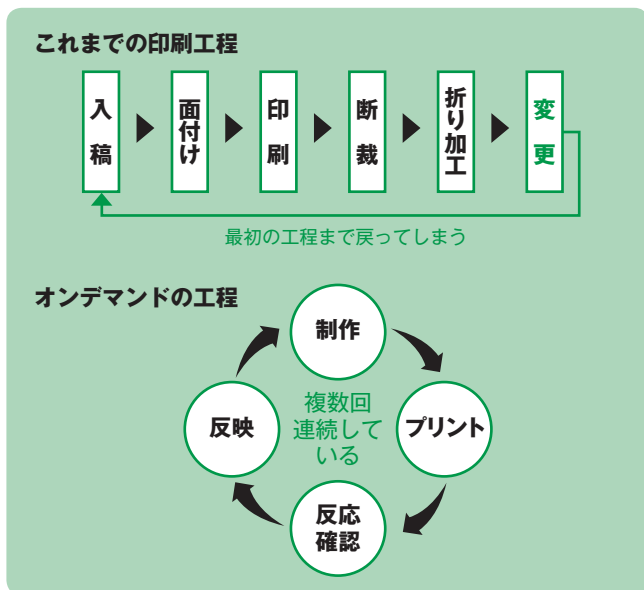
IT業界の顧客から多くの制作案件を受託するSEデザインでは、従来からオンデマンド印刷振興のための業界団体セミナーに参加するなど、顧客サービスに関わる最新の技術、製品情報を収集してきた。その中で、プロ仕様でありながら通常のオフィスに設置でき、さらに各販促ツールの仕様に適した用紙設定など、多彩な機能を備えたりコーのプロダクションプリンターの存在を知り、RICOH Pro C5100Sの導入を決定。これにより顧客に提示する校正出力の内製化という当初の目的を満たすだけでなく、同製品に多くのメリットを見いだした代表取締役社長の篠崎晃一氏は、自らオリジナルカレンダーを作り、グループ内に配布するなどの啓蒙活動を続け、期せずして今回の企画の仕掛け人となった。

実際にRICOH Pro C5100Sを使用してオリジナル帯を制作した泉氏は、「オフィス内のすぐ手が届く場所にあるため、アイデアが浮かんだ段階で試作をして、改善点もすぐに反映することができます。このスピード感はどうしても試行錯誤が避けられないプロモーション

では非常に重要です」と、そのパフォーマンスを評価する。

こうして100店舗分のオリジナル帯は大きな時間とコストを費やすことなく、短期間で完成に至り、翔泳社から各店舗に直送された。数百冊におよぶ仕入部数の多い店舗については、翔泳社の営業担当者が個別に店舗に出向いて帯を付けるなどの対応を行ったという。

〈アイデアをすぐに試して、評価結果を反映できるオンデマンド印刷のサイクル〉



導入効果

■ 書店限定のオリジナル帯で売上が2倍に。関係者の意識改革にも貢献

RICOH Pro C5100Sを活用した書店限定オリジナル帯の効果は、予想を大きく上回るものだった。泉氏は「この“書店限定”というオリジナリティを込めた帯は、来店されたお客様の目にも新鮮に映ったようです。その結果、平均して従来と比べて2倍、つまり10割増しの売上を達成することができました」と語る。

さらに泉氏は、単なる生産性や効率性といった尺度では測れない効果も明かす。それは版元(翔泳社)、書店双方の営業担当者の意識向上だった。特に書店を訪れた泉氏が驚いたのは、今回の本を扱う書店の販売員の方々の表情だ。平積みで本を並べる販売員は「この書店オリジナル帯付きですよ。さあご覧ください」とも言わんばかりの表情でテキパキと作業を進める。こうした状況からも、今回のオリジナル帯の企画が書店サイドの販売意欲の向上にはっきりとつながっていることがわかる。

一方、翔泳社の営業担当者も、オリジナルの帯がもたらす効果を説明し、書店側の反応に耳を傾けることで、こうした企画がこれまでにないコミュニケーションのきっかけになることに気付く。「こちらの店舗だけのために作りました」と自信を持ってアピールし、よく目に留まる場所に商品を

置いてもらうことで、来店客にちょっとした驚きを与えられたら、きっと楽しみに違いない。こんな意識が芽生え始めた。

RICOH Pro C5100Sのスピード感を表す典型的なトピックとして、泉氏は「ある書店様では、併設された某有名コーヒーショップのカウンターのそばに今回の本を平積みしていただきました。そこで、帯の色をコーヒーショップのキーカラーにして後日お持ちすると、大変喜ばれました。こうしたスピーディな対応は、自社内にオンデマンドプリンターがなければ到底実現できないことです」と話す。

オリジナル帯は書店関係者の間でも話題を呼び、初版の流通以降、毎週1,000部程度の注文が入り、現在では累計30,000部を超えるヒット商品となっている。これまで、ビジネス書、技術書などの出版物が多かったため付き合いがなかった書店からも引き合いが来るなど、新たなビジネス機会の創出にもつながった。



売り場のキーカラーなどを使った帯のパリエーション。この商品については、プロモーションの最新情報を紹介するFacebookも公開されている (<https://www.facebook.com/HonyaMachi>)。こうしたSNSの有効活用は書店からの引き合いにつながっているという。

今後の展望

■ よりパーソナライズされたプロモーションにRICOH Proを活用

RICOH Pro C5100Sを使って自らのアイデアを具現化することで、大きな成果を生み出すことに成功した泉氏だが、その視線はすでに次の施策に向けられている。「書籍であれば、著者の出身地や出身大学限定のオリジナル帯、またクリスマスカラーなど季節で変化させる期間限定帯など、アイデアはまだまだ考えられます」

さらに新たな試みとして、RICOH Pro C5100Sのバリエーション印刷を活用したプロモーション印刷の検討を開始している。オンデマンド印刷の1つであるバリエーション印刷は、共通のデザインレイアウトの中に、データベースなどから可変データを読み込みながら、異なる内容を印刷できる機能だ。泉氏は「限定1,000冊の書籍でユニークなシーケンス番号付き!といった商品を作ることもできます。これもオリジナリティを追究した企画として面白いと思っています」と期待を寄せる。

とかく「単価がいくらか?」といったコスト重視の視点で捉えがちな印刷物。しかし、今回の成功例が示す通り、プロモーション用途においては、その効果を前提にした俯瞰的な視点で考えるべきだろう。最後に泉氏は「リコーが掲げる“経費を投資に”というキーワードは、ビジネスにおいてオンデマンドプリンティング創出するメリットを意味しています。今回の施策はまさにこの考え方から導き出された成功例と言えるのではないのでしょうか」と締めくくった。

【現場から見た RICOH Pro】

新たなビジネスモデルを実現するプラットフォーム

RICOH Proで新たな可能性を追求する



株式会社SEデザイン代表取締役社長
篠崎晃一氏

翔泳社と同じく、SE H&Iグループの一員として、主にIT業界の顧客に向けたマーケティング支援サービスを展開するSEデザインでは、各種の受託案件において印刷物を扱う機会が多い。これまでは定型のリーフレットやカタログの色校正にRICOH Proを活用するケースが多かったが、翔泳社での企画の成功を受け、自社の顧客に提案するプロモーション案件においても、

RICOH Proのパフォーマンスがもたらす価値に大きな可能性を感じている。

同社の代表取締役社長を務める篠崎晃一氏は、「印刷を内製する理由は、コスト面というよりも、アジリティ＝俊敏性の追求です。少ロット・多品種でプロモーションアイテムを制作する際、外部委託という手段ではオーバーヘッドという問題が不可避になります」

と話す。外部の協力会社に制作内容を伝え、ドラフトにフィードバックを加え、修正版を再度確認するというサイクルを経て、

ようやく完成した最終データの印刷を手配する一連の流れは、時間とともに多くの確認・承認作業を要する。この時間が「アイデアが浮かんだらすぐ試してみる」という俊敏性を阻害するのだ。アジリティはクオリティを高める。

今後、翔泳社およびSEデザインでは、各種プロモーションのためのアイデアの中から、オンデマンド印刷に特化した要件を集約し、RICOH Proを使って試行を繰り返す予定だ。軽いネットワークでさまざまなアイデアを具現化できるRICOH Proは「新たなビジネスモデルを実現するプラットフォーム」として大きな期待がかえられている。



SEデザインで内製したカレンダー



株式会社翔泳社

- 本 社 〒799-0405 東京都新宿区舟町5
- 資 本 金 50百万円
- 創 業 平成18年10月2日
- 従業員数 90名(平成25年3月1日現在)
- 設 備 RICOH Pro C5100S

■主な事業内容

最新のテクノロジーを中軸に、エデュケーション、パーソナルコンピューティング&デザイン、そしてビジネス&カルチャーという4つのテーマで事業を展開。書籍、雑誌などのペーパーメディア、電子書籍やeラーニング、Webマガジン、ソフトウェア、イベント、セミナー、通信教育等を実施

RICOH
imagine. change.

株式会社 リコー

〒143-8555 東京都大田区中馬込 1-3-6

<http://www.ricoh.co.jp/pp/pod/>

リコー製品に関するお問い合わせは下記のダイヤルで承っております。

リコーテクニカルコールセンター

0120-892-111

- 受付時間：平日(月～金)9時～17時(祝祭日、弊社休業日を除く)
- ※お問い合わせの内容は対応状況の確認と対応品質の向上のため、録音・記録をさせていただきます。
- ※受付時間を含め、記載のサービス内容は予告なく変更になる場合があります。あらかじめご了承ください。
- <http://www.ricoh.co.jp/contact/>
- リコーにご提供いただいたお客様の個人情報の取り扱い方針については、当社ホームページでご確認いただけます。

●お問い合わせ・ご用命は・・・