

DAIWA LETTER

ダイワレター

28

特集1

第17回

東京国際ブックフェア徹底レポート

—— 沢山のご来場誠に有難うございました！ ——

OPEN! (オープン!) 第2回

大垣書店 京都駅前店

全国の気になるお店をチェック!

コーチャンフォー 旭川店

professional (プロフェッショナル)

すばる書店 七光台店

店長 北田 竜太 さん

特集2 Made from paper のゆくえ →

有隣堂アトレ恵比寿店

「紙の本だから良い!!」フェアに込めた思い



コミックジョーリンカー RAP01400

コミックジョーリンカー NICO800S

コミックジョーリンカー PIKO300S

DAIWA LETTER 28号 ダイワレター

2010年9月発行 / 株式会社ダイワハイテックス 〒174-0061 東京都板橋区大原町36-18

TEL: 03-3558-8131 FAX: 03-3558-8132

年4回発行/発行部数7,000部

書店の
みなさまへの
お願い

「COP10おりがみプロジェクト」 参加者募集にご協力ください。

「COP10おりがみプロジェクト」とは、生物のおりがみを折って“地球のこと”や“命のつながり”について考えてもらい、おりがみと共に「10年後の未来」へのメッセージを募集する企画です。国際自然保護連合日本委員会が主催、JALが協賛しております。つきましては、同封のチラシを店頭や店内に掲示していただき、小中学生を中心としたお客さまに「COP10おりがみプロジェクト」を広めるため、ご協力をお願いいたします。



優秀作品受賞者をご紹介いただいた書店さまには
JAL国内線往復航空券(任意区間・ペア)をプレゼントいたします。

プロジェクト詳細のお問い合わせ・チラシの追加をご希望の場合は下記までご連絡ください。

(株)ダイワハイテックス 03-3558-8131

プロジェクトにご協力いただける書店さまへは、店頭POPや生物多様性おりがみ等をご用意いたします。

主催 / IUCN 日本委員会 | 2010 | COP10/MOP5 国連生物多様性条約第5回締約国会議 | 地球のいのち、つながり、未来へ | JALは生物多様性の取り組みに賛同しています

「想いでつなごう! COP10おりがみプロジェクト」は環境省地球いきもの委員会の公認プロジェクトです。

JALは「想いでつなごう! COP10おりがみプロジェクト」を応援しています。



社長のつぶやき

代表取締役
大石 孝一



今年の夏の猛暑には本当に閉口しました。沖縄より札幌の気温が高かったり、ロシアでエアコンが飛ぶように売れたり、世界中で異常気象に悩まされました。地球温暖化の原因に二酸化炭素の排出量の増加が叫ばれ、その削減を義務として課せられています。

一方で、世界人口の増加という問題があります。当然、食糧の確保や工業生産の需要拡大、石化資源の枯渇が環境問題となります。我々を取り巻く環境の変化を注視する必要があります。

今年は「COP10」会議が10月に名古屋で開催されます。

COP10とは生物多様性条約の第10回目の締結国会議のことです。私たち人間や動物や植物などが自然環境の中で仲良く生命を維持していくためには、どうしたら良いか考えましようということです。

弊社でも国際自然保護連合日本委員会が主催する「COP10おりがみプロジェクト」を応援したいと考え、本誌に掲載しました。小中学生が動物の折り紙を折るという「行動」を通じて、地球環境や「いのちのつながり」を考え「10年後の未来」にメッセージを発信してもらいたいと思います。

この趣旨にご理解頂き、書店様に是非とも参加・ご協力をお願いいたします。



株式会社 ダイワハイテックス

ダイワハイテックス

検索

東京本社: 〒174-0061 東京都板橋区大原町36-18
TEL 03(3558)8131(代) FAX 03(3558)8132
大阪支店: 〒564-0062 大阪府吹田市垂水町3-2-1
TEL 06(6190)5731(代) FAX 06(6190)5732

DH大抽選会も大好評でした！



癒し Goods 当選！



おめでとう
ございます！

ダイワハイテックス
大抽選会2010 景品表

1	アロマで癒し リラクゼーション シート×2枚	9	ダイワオリジナル 景品セット	17	貼ってひんやり シート×2枚
2	貼ってひんやり シート×2枚	10	アロマで癒し リラクゼーション シート×2枚	18	ダイワオリジナル 景品セット
3	貼ってひんやり シート×2枚	11	ダイワオリジナル 景品セット	19	貼ってひんやり シート×2枚
4	ダイワオリジナル 景品セット	12	アロマで癒し リラクゼーション シート×2枚	20	アロマで癒し リラクゼーション シート×2枚
5	貼ってひんやり シート×2枚	13	アロマで癒し リラクゼーション シート×2枚	21	貼ってひんやり シート×2枚
6	ダイワオリジナル 景品セット	14	ダイワオリジナル 景品セット	22	アロマで癒し リラクゼーション シート×2枚
7	ダイワオリジナル 景品セット	15	貼ってひんやり シート×2枚	23	アロマで癒し リラクゼーション シート×2枚
8	ダイワオリジナル 景品セット	16	貼ってひんやり シート×2枚	24	ダイワオリジナル 景品セット

Shrinker Space

今年も新機種が誕生しました！卓上・自動型で処理冊数1,000冊/hのハイスピークシュリンカーNIC01000(仮)が初お披露目！



▶RAP01400フルオプション
▼NIC01000(仮)



今年も7月に東京ビックサイトで開催された「第17回 東京国際ブックフェア」。電子書籍を始めとするデジタル・IT部門が規模を増す中、弊社ダイワハイテックスも例年通り大型ブースでの出展となりました！今年度のテーマは、「原点にかえる」。ダイワハイテックスの製品やサービスを、来場されたお客様にしっかり理解して頂き、満足して帰って頂けるよう、様々な見どころポイントを設置。また、毎年恒例の大抽選会や、ノベルティプレゼントも行い、4日間とも沢山のお客様にご来場頂くことが出来ました。本誌では、開催当日のブースの様子を隔々までお見せいたします！

Variety Goods Space2

こちらのスペースでは、一般読者のお客様を中心に「ひんやりクール商品」と、「透明ブックカバー ブッカー君」全6サイズを特別価格で販売。沢山のお客様にお買い求めいただき、完売の商品も出るなど、大盛況となりました！



▶ひんやりクール商品
▼透明ブックカバー ブッカー君



sold out

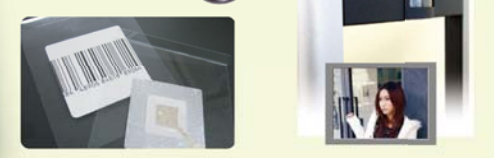


Security Space

従来の性能をさらにパワーアップさせた防犯ゲートシリーズには、カメラ埋め込み型のものやプレート装着が出来るモデルが登場！よりカスタマイズ性の高い仕様に！

WAVE シリーズ

- ・防犯カメラ
- ・レコーダー
- ・防犯タグ 各種



実際に稼働させて
デモンストレーション

Variety Goods Space

今回最も力を入れた雑貨スペースには、キャラクター雑貨や書店店頭販促ツールを豊富に展示。さらなるニーズにお応えできるよう、ご来場者アンケートも実施しました！



▲お掃除グッズ



▶ブーツ
キーパー



▲販促用シール

開催後記



来年度も皆様のご来場
心よりお待ちしております！
ダイワハイテックス社員一同

今年度の東京国際ブックフェア、いかがでしたか？開催期間がワールドカップと重なったこともあり、会場でもプロゼラの音が鳴り響き、例年以上に活気づいていたように感じます。毎年足を運んで頂いている書店様はもちろん、まだお越し頂いたことのない書店様も、是非、来年度のブックフェアでお会いできれば幸いです！

【写真：ブックフェア初日スタッフ】
後列左から：上西(お客様相談係)・坂上(経営戦略室)・松本(お客様担当)・嶋田(大阪支店長)・森岡(お客様担当)・日名(大阪支店防犯担当)前列左から：石川(お客様担当)・岡田(お客様担当新人)・小林(お客様担当新人)・中嶋(お客様担当)

★掲載商品に関するお問い合わせは…(株)ダイワハイテックス
■東京本社 03-3558-8131 ■大阪支店 06-6190-5731 まで！

2010のノベルティは…？！

2008年、2009年に引き続き、今年も「暴れん坊」本屋さんで大人気の久世番子先生にイラストを描いていただき、特製クリアファイルをご用意いたしました！毎年このノベルティを楽しみに来られる方も多く、ダイワハイテックスの目玉プレゼントとなっております★年々グレードアップする「番子デザイン」に、今後も目が離せません！



オモテ

ウラ



2010秋冬の新作です。



番子さん大好き！



アンケートにも
ご協力頂きました。



新商品提案中！

特集2 Made from paper のゆくえ

有隣堂 アトレ恵比寿店

「紙の本だから良い!!」フェアに込めた想い



アトレ恵比寿店
店長 出川 由夫氏
※現在は八王子店勤務

同社各店の店長を経験後、アトレ恵比寿店へ。顧客のニーズを的確に掴む企画で最新の情報発信を行っている。

“黒船の来襲”とも言われるiPadの発売が5月28日、日本において始まった。出版業界内では書籍の電子配信の影響を不安視する声も少なくない。こうした状況の中、東京恵比寿に店を構える「有隣堂アトレ恵比寿店」では、「紙の本だから良い!!」フェアを開催。“リアル書店”としてフェアに込めた想い。また「紙」の行方は・・・店長（※現八王子店 店長）の出川氏にお話を伺った。

電 子書籍が巷で話題になっていますよね。そこでiPadの発売日（2010年5月28日）が事前に分かっていたので、マスメディアもそちらに注目すると予想し、“書店も頑張っている”“工夫してやっています”という事をアピールする良い機会だと思いました。今回の企画は、2ヶ月くらい前からiPad発売に合わせて何かできないか、と毎週行っている社内ミーティングで持ち上がったのがきっかけです。

Q2 新聞各紙にフェアの内容が掲載されましたが、どのようにして告知を行ったのですか？

こ ちらから、業界紙の「新文化」に、このようなフェアを行う予定なので取り上げて欲しいと事前企画書を送ったことがきっかけで、各紙に掲載される経緯となりました。やはり今回の企画は業界全体でもっとこのテーマについて考え、またこういった取り組みをしている書店があると言ったことを知って欲しかったので、その思いが通じて取り上げられることになり、本当に良かったと感じています。

Q1 今回「紙の本だから、良い!!」フェアを行ったきっかけを教えてください。

Q3 “紙媒体の良さ”とは、どのようなものだとお考えになられますか？

紙 の良さは、やはり“5感”で感じられることだと思います。例えば、装丁全体を目でみることから始まり、手に取ることで紙の質感や重みを感じ、ページをめくる音を聞きながら読む：など、5感を養えるのは紙の本ならではの特性ではないでしょうか。ギフト性も高いですね。結婚された方をお祝いする「祝婚歌」という本があるので、これは本の形態をしているからこそ気持ちと一緒に贈ることができるものだと思います。デジタルの本をギフトで：というのは、なかなか想像しづらいですね。

「五感」とは・・・
目・耳・舌・鼻・皮膚を通して生じる五つの感覚。視覚・聴覚・味覚・嗅覚(きゅうかく)・触覚。また、人間の感覚の総称としてもいう。分類の発端は古代ギリシャのアリストテレスによるものといわれている。

見る 聞く 触る
嗅ぐ 味わう

◀「祝婚歌」 谷川 俊太郎 編

本は能動的な関わりが全てです。自らが読もうと思わなければ感じることは出来ません。でもデジタルは見ようと思わなくても情報が目に入ってきます。そういった能動的な行為自体が、紙の良さに繋がっているのかもしれない、と感じています。

紙の原料は？

紙は、植物の繊維で作られています。原料の大部分には、木材の製材時に出る残材、細い木や曲がった木などの天然林低質材、間伐材、廃材を利用しています。近年になって、環境対応用紙としても注目を浴びようになってきた非木材（ケナフ・パガスなど）も使用されるようになりました。



ケナフ



パガス

Q4 今後、紙と電子の共存共栄は可能でしょうか？

「も し高校野球のマネージャーがドラッカーの『マネジメント』を読んだら」という本が、現在紙で100万部超、電子書籍で4万部以上売れています。普通3万部売ればベストセラーと言えるのですが、それが電子書籍で4万部売れているということは、新たな読者は増えているということになります。先日、電子書籍に関するアンケートを店頭で行いましたが、皆さん電子書籍への関心は高いのですが、購入したことがある方は少ないのです。そこで浮かんできた仮定が、

普段書店に来ない人が電子書籍を読む傾向が高いのでは？ということですね。もちろん本に触れる間口は広い方が良いと感じます。今まで全く本を読んだことがない人が、電子書籍をきっかけにさらにこの作者の本に興味を持って、書店に来てくれる嬉しきことですね。



▲「もし高校野球のマネージャーがドラッカーの『マネジメント』を読んだら」 岩崎 夏海 著

電子書籍の需要が今後増えていくことは必至です。我々書店はそのメリットを上手に利用していかなければならないと感じています。

本の歴史

【起源】
古代中国の亀甲文字や獣骨文字、金石文字、メソポタミアの粘土上に記した文字など、文明化した世界の各地で様々な書写材料が試みられた。（※写真1）



写真1



写真2

【パピルス書物】
古代エジプトでナイル川河畔に自生するパピルスという植物の髄から書写に適した薄手の材料を作り、葦で作ったペンで文字を書き写した。（※写真2）

【羊皮紙本】
小アジアのベルガモンで、羊や山羊の皮を利用し、両面に書くことできる羊皮紙を誕生させた。パピルスの「巻く本」から綴る本へと本の体裁を根底から覆した。（※写真3）



写真3

【紙本の登場】
印刷術の発明により、15世紀半ば、ドイツのヨハネス・グーテンベルグがブドウ絞り機を利用した印刷機を操作し、紙の本を出版。以降、印刷技術が画期的な発展を遂げる。（※写真4）



写真4

【和書の歴史】
日本での本の歴史は、いきなり紙の本から始まる。現在残っている最古の本は、聖徳太子の自筆といわれる法華義疏と言われている。（※写真5）



写真5

恵

Q5 売り場の様子から、様々な企画に合わせたディスプレイが印象的ですが、次々に企画を具現化する秘訣は何ですか？



▶名作が数多く出版された昭和20年代後半〜30年代を背景に、各年代ごとの児童書を多数展示。

比寿店は立地柄、新刊の出足が早く、新鮮なものを絶えず取り入れ、途切れないように店頭で提案していかないとお客様に飽きられてしまいます。

フェアの企画というものは、自分たちで何もしなければ、出版社が用意してくれたものに頼ってしまおうという状態に陥りやすいのも現状です。出来る限り、自分たちでオリジナリティのある企画を立ち

Q6 今後の展望をお聞かせ下さい！

リアル書店としての面白みを出していくということが恵比寿店の展望です。随時行っていることとして、サイン・握手会を年に15〜6回程行っています。作者と読者をつなげていくのもリアル書店としての面白みのひとつだと思います。デジタルでは不可能な、リアル書店ならではの取り組みを通して、本や色々な商品の面白さを発信していければと思っています。



▲2010年5月掲載 東京新聞

上げ、いち早く売り場へ展開するよう心掛けています。そのため、毎週社内企画ミーティングを行い、スタッフ全員が常に「面白い企画はないか」考える環境を作るようにしています。

店舗DATA

有隣堂 アトレ恵比寿店

〒150-0022 東京都渋谷区恵比寿南1-5-5
アトレ恵比寿 5F
営業時間：10:00〜21:30
総書籍数：20万冊
売り場総面積：書籍/208坪 文具/53坪

▶書籍売り場の隣に、セレクト雑貨の売り場も併設し、多様化するニーズに対応。



▶恵比寿ガーデンプレイスをはじめとする商業施設が立ち並ぶ。



全国の気になるお店をチェック！

コーチャンフォー 旭川店

【店舗データ】
北海道旭川市宮前通西4155
TEL/書籍：0166-76-4000 Music：0166-76-4002
文具：0166-76-4200 ドトール：0166-76-4700
営業時間：9：00～24：00（年中無休）



asahikawa
JR旭川駅周辺の
北彩都地区に
2010.9.13
open!

常務取締役 藤原氏にお話を伺いました！



株式会社リリアブル
常務取締役 藤原氏

Q. 今回の旭川店のオープンに向けて、最も注力された部分はどこでしょうか？

旭川市の人口は35万人。30キロ圏内では、50万人の方がお住まいになられております。地域の方々がコーチャンフォーのオープンを心待ちにしていると聞いておりました。その期待に応えるべく、コーチャンフォーのコンセプト、ご家族三代でお越しいただけるよう、4つのセクションが、全国最大級の品揃え、コーチャンフォー独自の企画性・利便性を徹底して意識いたしました。地域の皆様に愛されるお店づくりに邁進いたします。

★ 店名の由来について ★

コーチャンフォー
Coach&Four
＝4頭立ての馬車

店名の由来にもなっている「4つ」の柱は、書籍・文具・ミュージック・カフェの分野で成り立っている。それぞれが独自の売り場展開、圧巻のスケールで構成されている。

書籍 文具
ミュージック カフェ

書籍コーナー 900坪

ワンフロアの巨大な売り場に 膨大な書籍100万冊

一般書・専門書・実用書の驚異的な書籍量はもとより、コミックも10万冊以上の品揃えで大人まで楽しめる売り場展開になっている。さらに、全国どこにもない驚きのランキングコーナーには、各ジャンル300位までの本が面陳される。「あえて1つの商品を多面展開せず、様々な商品を多く見せる売り場にしました。」と藤原常務は語る。



音楽・映像コーナー 250坪

全国で類を見ない、大人のための 超大型ミュージックショップ



店内の至る所に配置された、バーコード試聴機で店内全てのCDを聴くことができる。圧倒的な品揃えはもちろん、映画・カルチャー・スポーツ・ドキュメンタリーまで驚愕の品揃えのDVDコーナーも必見。

文具コーナー 510坪

優雅で洗練された 全国最大の文具のデパート！

“本物志向”の文具コーナーには、世界各国の輸入文具、趣向品を数多く取り揃える他、ヨーロッパ調の美しい雑貨も豊富。さらに文具コーナーでは銀座鳩居堂をはじめとする一流和文具、雑貨も並ぶ。道内にありながら一流品が買える売り場は男女共に人気。



カフェコーナー DOUTOR 70坪

全国最大席数138席！ コーヒーショップ「ドトール」が併設。

全国の中で最大規模となる138席のコーヒーショップ「ドトール」が店内に併設。新デザインと落ち着いた木の目調の内装で、来たる人の心を癒します。



★公式HP★
<http://www.coachandfour.ne.jp/>

総面積2140坪！

駐車スペースは
620台のスペースを完備。



news!
新製品情報
今秋発売予定の新製品をいち早くお知らせ！

NEW! コミックシュリンカー NICO1000(仮)
今秋発売予定

NEW! 書籍の卓上研磨機 B-Bright-4
今秋発売予定

NEW! 同人誌用クリアケース どーじん君
今秋発売予定

B5サイズの同人誌がピッタリ収納。
ソフトクリアケースで持ち運び・観賞用に最適！

コミックシュリンカーもここまで進化！
1,000冊/hできてコンパクトな自動型は革命です。

本を挿し込むと自動で研磨スタート！
超コンパクトな自動研磨機誕生

秋から順次発売開始！
下記までお問い合わせ下さい！

製品詳細・お見積りは
随時受付中です！
是非、ご相談下さい★

製品カタログ
ほか、各種詳細資料など
☐ 資料を希望
さらに担当者からの連絡を
☐ 希望する ☐ 希望しない
→ ☐ NICO1000 ☐ B-Bright4 ☐ どーじん君

コメント欄 ※特に興味のある商品、ご不明な点がございましたらご記入ください。

貴店名
TEL
ご担当者名

★このページをコピーし、FAX用紙としてお使い下さい！

FAX送信先（フリーダイヤル）
0120-056-740

新製品の詳細は順次HP上で
公開していきます。
是非、チェックしてください！

<http://www.daiwa-book.jp/>

梅垣店長に聞く！ 京都駅前店5つの売り場づくりポイント

細かい分類で、「分かりやすい」「見やすい」「探しやすい」を徹底



梅垣店長イチ押しの鉄道コーナーには、関連書籍がぎっしり！鉄道だけでも、時刻表・新幹線・私鉄・廃線関連など、10以上のジャンル分け。車窓DVD（※写真右下）の前には、気づくと人だかりが！

真剣に学びたい人を応援するための専門書コーナー



今回最も品揃えに力を入れた専門書コーナーには、他店では置かれていない書籍まで幅広く展開。「本を置かせてもらえるように、東京の出版社まで足しげく通い、交渉しました。」と梅垣氏。

京都駅前店 店長 梅垣 直茂氏



書店である以前に小売店ですから、“買う”という喜びを味わってもらえる売り場づくりを目指しています。イベントをやっていると、“お客様はいろんなことで喜んでいただけるんだなあ”と価値観が広がります。人が集まる賑やかな事が好きなので、日々楽しく働いています！

イベント常時開催、京都ゆかりの著名人も多数来店！



売り場内にイベント専用スペースを設け、常時イベントが開催できる仕組みに。開店イベントでは、イラストレーター中村佑介氏のサイン会&トークショーを実施。コラボレーションしたブックカバー（※写真右下）は超レアもの！

コミックためし読みコーナーにためほんくん設置で集客力UP！



入口正面には、京都エリアで初めての試みとなる電子情報端末「ためほんくん」のモニターを設置。「予想以上の反応の良さ」で、設置期間を延長するほど。「売上貢献に繋がっていると感じています。」と梅垣氏。

社内研修・勉強会で常に質の高い接客応対を目指す



売り場づくりは商品だけではなく。月1回ペースで行われるアルバイトスタッフ勉強会では、社員がローテーションで講師を務め、接客品質の向上を目指す。

◆店舗データ◆

大垣書店 京都駅前店

京都府京都市南区八条通西洞院下ル
イオンモールKYOTO Kaede館2F
TEL：075-692-3331 FAX：075-692-3370
営業時間：10：00～20：00 年中無休
HP：http://www.books-ogaki.co.jp/

新規開店・リニューアル店 情報募集中！

詳しくは東京本社 03-3558-8131まで！

ここもイチ押し！



「売り場で一番お勤めの場所を教えてください！」とお願いしたところ、真っ先にこちらの「読書マラソン」のポスター前に立たれた大垣専務。小中学生から寄せられた感想文は、店頭で展示される他、京都新聞にも掲載されるそう。「子どもたちにもっと紙の本に親しんでもらいたい」と語る。

感想カードは文字がびっしり入ったものや、挿絵のあるものなどさまざま★

OPEN! 第2回

大垣書店 京都駅前店

2010/06/04 グランドオープン！

新店・リニューアルオープンのお店をレポート！



面積1000坪、70万冊の品揃え。1フロア面積では関西最大級となる大型書店が京都に誕生。老舗大垣書店が新コンセプト“グランドデザイン支援型総合書店”という名の次のステップへ

大垣専務にインタビュー！

株式会社 大垣書店 専務取締役 大垣全央氏

Q 京都駅前店のコンセプトを教えてください。

今回京都駅前に出店するにあたって、「グランドデザイン支援型総合書店」というコンセプトを採用しました。つまり、多くのお客様の生活のお役に立てるようフルラインの品揃えを目指す、という意味です。それと、やはり京都で一番の書店になりたい、という思いがありました。全店での売上げは京都一ですが、単店では他書店さんに負けていますので、今回特に力を入れた専門書コーナーと、品揃え、単店売上でも、一番の店を目指しています。

Q 開店後、どのような変化を感じていますか？

これまで京都の人は、京都駅の南側にはあまり来なかったのが、立地は出店前の懸念材料でした。しかし、イオンモールが出来たことで人の流れが確実に変わりつつあると感じています。まだまだこれから様子を見て、集客面をどうしていくか考えていきたいですね。

Q 大垣書店のスタッフに求める事は？

うちのスタッフは優秀ですよ。アルバイト

Q 電子書籍の台頭する書店業界ですが、今後の動向をどのようにご覧になりますか？

これからは本屋はますます減るでしょう。でも、紙は無くならない。本も無くならない。そして、一部の書店が残っていくと思います。呉服屋しかり、桶屋しかり、本質を持った店がそうであるように。我々も本質を持った店を目指したい。そのためには、電子の波に対抗するのではなく、情報端末も有効に使っていくことが必要だと思っています。

Q 本屋は委託販売に慣れていて、“売る”という感覚が薄いと感じます。優秀な人材が多いのだから、その才能をもっと活かせるような環境や教育方法を、仕組みとして考えていく必要があると思います。貴重なお話、有難うございました！

さんも各店の店長がしっかりと面接をして入ってきますから、会社の方針や理念は理解してくれていると思っています。

また、月に1度研修を行っており、次のような話をします。『お客様の立場からすれば、社員もアルバイトも関係ない。あなたがたが大垣書店の全てです。人はお腹にいるときから死ぬまで本と関わりを持っています。お客様の人生に関わる仕事なのです。パッケージを売っていると思いがちだけれど、常に“本の中身”を売っている”という気持ちを忘れずに、仕事に向かってほしい。』

professional [プロフェッショナル]

すばる書店 営業部 次長
兼 カスタマー 次長 兼 七光台店 店長

第8回 北田 竜太

すばる書店 営業部 次長
兼 カスタマー 次長 兼 七光台店 店長

北田 竜太さん

千葉県出身。昭和48年生まれ。大学卒業後、信用金庫に勤めるが、「純粋な物販がしたい」との思いで現在の株式会社すばるへ入社。松戸栄店でのセルCD業務をはじめ、せんげん台店での店次長経験を経て七光台店の店長へ。現在は本部営業グループ部門、カスタマー部門を兼任。

“スタッフの満足度（ES）は、お客様の満足度と同じくらい大切だと思います。”

千葉県下に約30店舗を構える株式会社すばる。同社は「世界一の地域密着型店舗の実現」をビジョンとし、独自の商品展開・組織運営を構築してきた。今回そのビジョンを明確に受け継ぎ、様々な商品展開とイベント企画で地域の活性化を担っている七光台店で店長、さらに本部営業・カスタマー部門の次長を務める北田さんにお話を伺った。



金融機関での勤務を経て、他業種である書店へ転職されたきっかけは何ですか？

金融機関（信用金庫）時代は、お金が商品なのであまりモノを売るといった感覚が根付かなかったんですね。労働条件も厳しく、休み中も仕事のことを考え、自分の時間なかなか持てない中でふと思ったのが、「自分は純粋にモノを売ってお金を得る仕事がしたいんだ」ということ。すばる書店で求人を見ていたのを知ったのもちょうどその時でした。普段から通っていた馴染みのあるお店だったので、思い切って面接を受けに行きました。

入社後数年で店長を経験されていますが、当時の様子をお聞かせください。

入社後すぐにセルCD担当として配属され、数店舗を経験した後、せんげん台店で店次長、20世紀店で店長を任せられました。会社の風土として色々な仕事、環境の中で働くことが本人の成長につながるの考えがあり、入社直後から様々な業務を担当、兼任していました。僕には、すばる書店の「自分がやりたいと思ったことをやらせてくれる」「チャレンジする場がある」という会社風土が一番合っていたのだと思います。店長に任命されてからは、あらゆる業務の一つ一つに決断を下さなければならなくなりました。今考えれば当然のことなのですが、当時は様々なプレッシャーを感じ、悩んだこともありましたが、しかし、他店舗の先輩や上司からアドバイスをもらい、自分なりに動けるようになった頃、「失敗したら自分が責任を取らばいい」と吹っ切れることが出来たんです。そこからまた、仕事が楽しいと思えるようになりました。

これまで経験した中で、最も印象に残った出来事や企画はありますか？

会社として販促活動を強化し始めた4年前に、現副社長の宮崎（当時専務）からの提案で年間で最も売上げを上げる「Xデー」を作ろうといった企画が持ち上がり、見事目標達成したんです。その翌年には僕が販促リーダーに任命され、前年の企画を進化させた「7デイズワンダー」という販促企画を実施する事になりました。

前年度が「Xデー」1日のみの販促イベントだったのが、今度は販促商品の部門毎にXデーを設定し、全部門の最大売上達成目標日を最終日の「EXデー」に設定し、1ヶ月間の長期戦でいこうと考えました。

1ヶ月間、3〜4日で売り場を変えていくスケジュールに、はじめは「出来るはずがない」との声も多かったのですが、イベント初日のブック部門で予算達成をしてからスタッフ間の意識の流れも変わり、全部門とも必死で販促活動を行いました。その結果、全ての部門で前年度の売上金額を超えるという功績を収めることができました。

※左ページ写真参照

このイベントの企画前と後で、社内の雰囲気に変化はありましたか？

そうですね、現在の各店を見渡してみると、それぞれが独自に販促計画を立てて、売り場を盛り上げています。長い目で見たら、あの時の企画をやった意味が反映されてきているのかなと思います。一番嬉しかったのは、後日スタッフから集めた感想文に「きつかったけれど、楽しかった」と書かれていたこと。僕の中では、スタッフの満足度（ES）はお客様の満足度と同じくらい重要だと感じています。このイベント中も全店参加型の賞金

付き「ディスプレイコンテスト」を実施するなか、スタッフ間のモチベーションが高められるような企画も考えました。

とにかくこの企画は、成功する・しないの前に、全社を挙げて同じ目標に向かって動く体制を作ったかったという思いがあったので、本部スタッフを含め、全ての人間が一丸となる感覚を持てたことがとても嬉しく、良い経験となりました。

周りを巻き込んで行動を起こすために、最も重要なポイントは何か？

間違いなくコミュニケーションだと思います。思ったことはどんなことでも口に出して伝えます。それと、自分の熱意を聞いてくれる人に協力を仰ぎ、実行に移すこと。一人で考えているだけでは、いつまでたっても実現しません。まずは目の前のことに全力で取り組むことです。そういうのは、よくスポーツ選手が口にする「結果は後からついてくる」という言葉が、最近自分の中でとてもしっくりくるようになったんです。これはひょっとすると、自分自身がそういった経験を重ねてきた証なのかもしれないなあと感じています。

ネット書籍などの話題も尽きない現在、リアル書店として今後あるべき姿とは？

正直、「モノ」はどこでも買えます。逆に、買えないものは実際の売り場では生み出せません。それはオリジナルの陳列によって新しい本を発見したときの喜びであったり、その地域のお客様に合わせたオリジナルのイベントやキャンペーンであったり、絵本の読み聞かせ会であったり。そこに僕たちが求めているものがあるような気がします。「モノを買う+α」を提案していくために、今よりもっとお客様が喜ぶ企画を考え、売り場を作っていくことが、今後求められるのではないのでしょうか。

すばる書店 冬販促企画

Seven Days Wonder ~商品部 奇跡の7日間~ の様子を大公開！

各部門ごとに、X-Dayを設定 → 総決算の『EX-Day』を最大売上げ目標日に

BOOKS DVD パラエティ
セルCD レンタル GAME + 全部門 EX-Day

★開催中の様子★ 七光台店 入口正面平台の変化



12/1
初日のブックの日には、おすすめ本をメインにクリスマスのアレンジを加えて陳列。



12/4
バイレツオブカリビアン発売に合わせ店内を統一。各レジカウンターでもトークで商品提案を実施。



12/8
DVDプレーヤー等の家電製品から、飲料水の新商品試飲会まで、各店独自のイチ押し商品を陳列。

ポイント！
各部門リーダーが全店舗を巡回！
開催日当日には各部門のリーダーが各店にまわり、売り場全体を盛り上げる徹底ぶり！



12/11
EXILEのアルバム発売に合わせたこの日、全国のTSUTAYAの中でCD販売数が第8位を記録！



12/15
レンタルデー当日はレンタル棚と正面口平台に設置し、半額レンタルと入会を促進。



12/20
提案商品をファイナルファンタジーに絞り、他部門での平台提案や店内放送告知、コスプレで盛りだ。



12/22
今年度 目標金額 125.6% 達成！

七光台店スタッフの皆さん



“スタッフ全員の笑顔が自分のモチベーションに繋がっています”と語る北田店長。企画成功の裏にはスタッフとの強い信頼関係が不可欠！

七光台店 年間販促企画

お店に行くのが楽しくなる！七光台店季節のイベント&ディスプレイ★



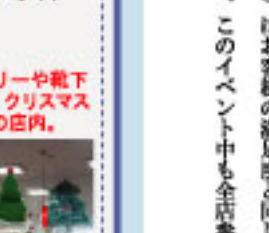
春
▲こどもの日に行われた絵本の読み聞かせ会。



夏
▼涼・祭を感じさせる夏の装飾。



秋
▲ハロウィンには、店内装飾からイベントまで盛りだくさん！



冬
▼ツリーや靴下など、クリスマス一色の店内。