

# 加速する出版流通システム

# 先手のマーケティングでケータイ小説の市場を確立

## ▷▷ゴマブックス◁◁

### 注目を集める前からケータイ小説

まだケータイ小説がそれほど注目されていなかった 2005 年 12 月に、初めて刊行した「魔法のいらんど」のケータイ小説『ケータイからあふれた LOVE STORY』は、初版 1 万部で「そこそこの売れ行き」(営業統轄部営業四部・小澤美香部長)だったが、昨年 7 月に初版 1 万部で刊行した『teddybear～ケータイからあふれた LOVE STORY2～』は、携帯サイトでの仕掛けで火が着き、毎日重版をかけるほどの売れ行きとなり 30 万部を突破した。

ケータイ小説は初速が早いという特徴があるが、こ

こまでは「まだケータイ小説の売り方を把握できていなかった」(営業統轄部・丸山敏生部長)といい、売れ方の傾向をつかんだことで、受注、販売、返品データを日々分析しながら売り伸ばすスタイルを確立、昨年 12 月に出した『もしもキミが。』は初版 10 万部以上を発行し、満を持して送り出した『赤い糸』の大ヒットに結びついた。

### マーケティング重視で販管システム

同社が以前導入していたシステムは、取次への請求書を発行するため

ケータイ小説やファンタジーシリーズ「レインボーマジック」などで成長著しいゴマブックスは、発売前からのプロモーションに力を入れ、ブームに乗る、のではなく「ブームを作る、マーケティングを展開している。同社は昨年から 10 点余のケータイ小説を発行してきたが、今年 1 月に刊行した『赤い糸』上下と『赤い糸 destiny』上下は 2 点で 150 万部に達し、取次各社の今年上半期ベストセラー文芸部門トップに輝いた。この背景には、人気ケータイ配信サイト「魔法のいらんど」との強い協力関係と、販売データの分析に基づくマーケティング戦略がある。



ケータイ小説を前に丸山敏生さん(右)と小澤美香さん(左)

のもので、細かいデータ分析は出来なかつたため、1 年半ほど前に光和コンピューターの販売管理システムを導入していた。

それ以来、受注の内容も電話、FAX、営業が集めたのかまで分類して管理しており、受注の目標管理も行うようになっていた。

営業の幅を広げるために外部の販売代行会社も活用して、自社の書店担当 3 人のほか、全国で 100 人ほどのスタッフが書店促進と受注を行っているが、データによって目標

の達成状況を管理しているという。そうしたデータも含めた分析結果を毎日出して、経営陣と確認しながら対策を立てる営業体制を整えることが出来た。

これは、嬉野勝美社長のマーケティング重視の出版戦略を反映している。同社の規模では珍しいプロモーション専門のマーケティング部を置き、書店、メディア、読者への事前の仕掛けに取り組んでいる。この体制と日々詳細に集計されるデータが結びつくことで、ヒット作を生

み出しているのだ。

例えばケータイ小説は、初速が早いという以外に、土曜、日曜に売れ行きが伸びるという傾向があるため、発売日をそれに合わせて設定し、宣伝活動も合わせている。また、受注データを分析すると、特定地域の反応が早いとか、ピンポイント的に売れる店も見えてくる。こうしたデータを活かすために編集、マーケティング、営業の各部署が集まって常に仕掛けを練っている。

### ゴマブックス株式会社

所在地  
〒107-0052 東京都港区赤坂 1-9-3  
日本自転車会館 3 号館 8F  
社員数 60 人  
URL  
<http://www.gomabooks.com>

### 店頭プロモーションを重視

特に同社が重視しているのは、書店店頭でのプロモーションとイベントだ。事前に POP など販促物を提供したり、主要書店とは話し込みによって仕掛ける。また、7 月 4 日に第 3 シリーズ 7 点が発売された『レインボーマジック』シリーズは、毎週のように書店での読み聞かせイベントを実施、こうした地道な作業が幅広い認知に結びついているという。

また、来年 3 月に映画が公開される『ライラの冒険』の児童版を

10 月に刊行するが、既に取次、書店への働きかけを初めて良い感触を得ているという。このように先手先

### 良質コンテンツの確保にも効果

さらに、こうしたマーケティングを提案することで、ケータイ小説の供給元である「魔法のいらんど」からも高い評価を得ることにつながり、その結果、良いコンテンツを出版することが出来るという相乗効果もある。

丸山部長は今後のケータイ小説について、『赤い糸』などは OL や男

手を打てるのも、マーケティングを重視する戦略による。

子中学生にも読者が広がっており、ケータイでは読んだことはないが書籍になったことで手に取っている読者もいる。もはや一過性のブームではなく、文芸作品として捉えていく段階に来ている」と見ており、今後は新聞広告なども活用しながら市場を拡大していくという。そのためにもますますデータの収集と分析は重要な業務になってくる。