

加速する出版流通システム

受注から出庫までの流れが改善 積極的な出版活動のため物流・システム変更

映画関係の雑誌、書籍を刊行するキネマ旬報社は、新ジャンル開拓のため、今期から書籍の刊行点数を増やすなど積極的な出版活動を展開しているが、それを支えるための物流とシステムを見直した。

キネマ旬報社

同社は 1919 年に「キネ旬ベスト」で知られる雑誌『キネマ旬報』を創刊し、1923 年に会社として創業。その後、太平洋戦争で一旦終刊したが戦後再建され、映画専門の出版社として営業を続けてきた。

2008 年にはビデオレンタル店などを対象にした業界専門誌を発行するフットノートを吸収合併

し、現在は一般市場向けの映画雑誌、書籍の発行と、業界向け専門誌『VIDEO INSIDER JAPAN』、『DVD ナビゲーター』の発行を行っている。

物流とシステムを見直し

システムは、今回の導入まで 10 年ぐらひは自社開発のソフトを利用してきたが、物流委託先の

変更に伴って、新たに光和コンピューターの販売管理、定期購読者管理、印税原稿料支払管理システムを順次導入している。

物流業務は、昭和図書の子会社「出版ネット&ワークス (出版 N&W)」に委託した。これまでは、「改装したものが見つからなくなったり、在庫数が合わないなど課題があった」ためだと、清水勝之取締役営業本部長はいう。

また、物流委託先を変更した理由には、書籍の刊行点数が増加して、これまで以上に迅速で正確な入出庫、在庫管理が必要になってきたという背景もある。

◀左から、清水勝之氏、平野豊氏、加藤幸子氏、泉雅子氏



韓国コンテンツなど積極的な出版活動

同社は業界向け専門誌を発行しているが、2008 年秋のリーマンショック以降、多くの雑誌と同様に広告は厳しい状況が続いている。そのため、2009 年に 32 ~ 33 点だった新刊書籍の発行点数を今期は月間約 5 点、計 52 点に増やし、事業のシフトを進めている。

具体的には、伝統的な映画関係書籍に加え、韓国ドラマ・韓国ポップス (K-POP) 系の書籍及びムックを今年は 10 点、来年は 20 点の刊行を予定しているという。

韓国ドラマは一時の熱狂的なブームは沈静化した。CS で専門チャンネルがいくつも成立するなど一定のファンを抱えるジャンルとして定着。同社ではこのジャンルを「早い段階から出してい

ました」といい、今でも「それぞれ 2 ~ 5 万部に達しており、1 万部未満ということはまずありません」(出版営業部・平野豊マネージャー) と手堅いジャンルとなっている。

さらに、今年 11 月からは、K-POP の専門媒体を季刊ペースで刊行する。「定期刊行物と単行本をセットにして新しいマーケットに参入していく」(清水取締役) という戦略だ。

物流とのシステム連携を重視

このような積極的な出版活動を支えるために、物流とシステムの改善に取り組んだ。出版 N&W を選んだのは「クオリティーとコストを勘案して決めました」(清水取締役) といい、システム会社は、出版 N&W とのシステム連携が容易な光和コンピューターを選択したという。

8 台で利用できるため、作業も効率化できている。また在庫管理についても、出版 N&W でほぼリアルタイムに管理したデータを、出版社側が Web を通して随時チェックできる。改装済みと未改装の在庫も正確に把握できるようになったため、「書店さんから問い合わせがあれば、その

場ではっきり答えることができるようになりました」(出版営業部カスタマーリレーション・泉雅子さん) という。

電話受注も、これまでは用紙に記入して 1 日 1 回 FAX で出庫指示をしていたが、営業担当者が自分で入力するようになった。

書店からの問い合わせ、正確に答えられるように

「在庫・販売管理などシステムの機能が向上し、前よりも精度が向上している」と清水取締役はシステム導入の効果を表現する。以前のシステムは決まった担当者が 1 台の端末で管理していたため、「人に依存する仕組みでした」(清水取締役) というが、今は営業と営業管理の担当者 6 人に対して、端末は営業部 5 台と別部署に 3 台の計

リードタイムを 1 日でも減らしたい

このように同社の受注から出庫までの流れは改善されているが、清水取締役は、さらにシステム化のメリットを活かす物流体制が必要だと考えている。「今でも受注データを夕方まとめて出版 N&W に送っていますが、翌日作業して出荷まで中 1 日かかってしまいます。今のような時代には、1 日でも減らせれば大きなメリットがあると思います」という。

に対しても、購読開始時期を入力しておけば、自動的に正確な請求書が出力できる。郵便振替、銀行振り込みなど多様な入金方法への対応も容易になったという。

印税・原稿料計算は、まだ導入 2 カ月だがというが、既に「編集部員が自分でエクセルに入力し、プリントアウトしたものを経理で再入力していましたが、いまは編集で従来と同じ書式で入力したデータを取り込んでいるのでミスが減りました」(経営管理部マネージャー・加藤幸子さん) という効果が現れているようだ。

預かり金の計算など自動化

定期購読管理は、『キネマ旬報』の定期購読に利用している。購読期間が 3 カ月、6 カ月、3 年間で多様で、しかもそれぞれ割引率が違うため、これまで預かり金の計算は、決算前に 1 人の担当者が 1 日かけて行っていた。しかし、新システムでは自動計算が可能になった。

既に出てしまった雑誌に遡っての購読申し込み

直販サービスのサポートが課題

同社は今年 11 月に読者サービスの一環として直販サイトを開設するが、清水取締役は今後の課題として、「開始時点では社内倉庫から出荷しますが、今後のクロスマーケティングを考えると、こういう業務をサポートしてくれるサービスがあればと思います」と話した。

キネマ旬報社

本社 = 〒 107-8563

東京都港区赤坂 4-9-17 赤坂第一ビル

創業 = 1923 年

資本金 = 1 億円

代表取締役 = 小林光氏

年商 = 約 17 億円

従業員数 = 51 人