

2012年(平成24年)5月28日(月曜日) 増刊  
第4006号 (1)

出版業のシステムとマーケティング情報  
文化通信  
bBB  
Bankokushin Book Business

12年5月28日号

■トリア別書店地図……………3  
●新潟県新潟市 JR新潟駅周辺  
●写真で見る出版業界の潮流……………4  
●「プレミアムエッジ」に向けた  
新コンセプト  
住友山崎書店  
●加速する出版流通システム……………6  
●創刊50年迎えたクルマ雑誌のブ  
ランド力  
光和コンピューターの広告・販売

システムを利用 カーグラフィック  
●日本最大規模の増刊雑誌  
コーナーを展開……………7  
●コンビニが書店の雇手をサポート  
Book Yard (CBAT) 様  
●HonyaClubで見る市場……………8  
●速刊現代・ポスト・アサヒ芸能  
が大躍進した秘密は？  
総合書店の購買者動向を読み解く

## 加速する出版流通システム 創刊50年迎えたクルマ雑誌のブランド力 光和コンピューターの広告・販売システムを利用

### ■株式会社 カーグラフィック

創 立 2010年4月16日  
本社所在地 〒153-0063  
東京都目黒区目黒1-6-17  
目黒プレイスタワー10階  
代 表 者 代表取締役社長 加藤哲也  
事業内容 雑誌出版および販売

自動車専門月刊誌『CAR GRAPHIC (CG)』を発行する株  
カーグラフィックスは、2010年に二玄社から独立し、今年創刊50  
周年を迎えた『CG』の発行を続けている。自動車不況といわれ  
る中であっても、『クルマ』にこだわりを持った読者層に支えられ  
た強いブランド力で、順調に事業を進めているという。



### ■販売元になり販売管理システム必要に

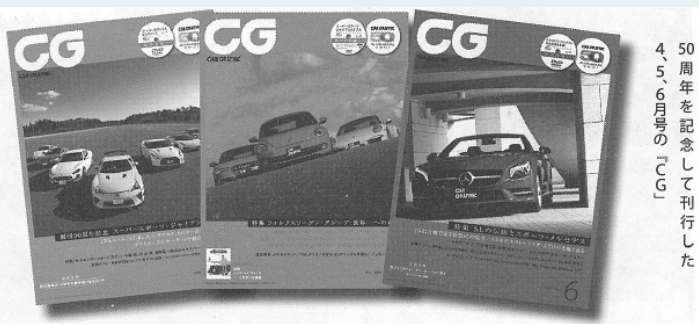
『CG』は1962年に自動車専門誌として二玄社から創刊され、以  
来、50年にわたって日本を代表する車雑誌として国内外で高い評  
価を受けている。同誌のスタッフなどが2010年4月に新会社を設立  
し、二玄社から同誌の権利の譲渡を受け、同年7月号から発行を  
開始。当初、二玄社に発売元を委託していたが、翌年4月からは自  
社で取次の取引口座を取得して、発行・発売元となった。

広告管理は、過去の実績を引き継ぐ必要があったため、二玄社  
で使っていた光和コンピューターのシステムを、顧客マスタごと譲り  
受け、請求書の社名を変更するといった小さな手直しのみで、その  
後も使い続けている。

一方、販売管理については、当初は発売元を委託していたため  
必要なかったが、自社発売に移行することになって、光和コン  
ピューターのパッケージを導入した。

二玄社で10年以上、同誌の広告営業に携わってきた工藤孝俊取  
締役広告・販売担当は、「発売を委託していた頃は、毎月いただく  
レポートの数字を計上するだけでよかったのですが、取次各社との  
取引が始まると、発行と請求時期のズレや、各社によってやり方が  
違うなど独自で、システムがなければ対応できませんでした」と述  
べる。

現在は同誌1誌だけの管理だが、今後の拡張性を持たせつつ、  
シンプルなシステムに若干のカスタマイズを加えて利用している  
という。



### ■バックナンバーの需要にも応える

また、同誌はバックナンバーの需要が多いが、定期購読と  
バックナンバーの対応は、定期購読エージェンシーの対応  
は、定期購読エージェンシーの富士山マガジンサービスに  
全て痛めている。

「実は二玄社時代は1~2年分しか保管しておらず、バック  
ナンバーも特に本紙等で紹介せず、販売する仕組みもあり  
ませんでした。しかし、今の体制になってからは、欲しい人が  
簡単に買うことができる仕組みが必要だと考え、完売号以外  
は在庫を持ち、本誌やオフィシャルサイトで紹介しています。  
ただ、小規模な出版社で定期購読やバックナンバーを社内  
で対応するのは大変なので、業務委託しました」と工藤取締  
役は話す。

誌面では過去の雑誌の特集内容などを紹介するバックナ  
ンバーのページを設け、QRコードなどで富士山マガジン  
サービスに誘導する一方、『CG』を常備している各地書店リ  
ストも掲載している。オフィシャルサイトでは、検索を利用す  
る読者に向けて、さらに詳しく目次まで載せている。

### ■改めて特集主義に戻る

現体制になっても、『CG』の基本的なコンセプトなどに大き  
な変更はないが、以前より深掘りした特集を掲載するようにな  
った。「創刊当初は1号1ブランドの特集主義でしたが、新  
体制になったことで、我々にしかできない特集を作ろうと、改  
めて今の読者に合わせた特集主義を強めています」と工藤  
取締役。

読者からの反応も上々で、「しばらく離れていた読者から  
『最近面白い』という声をいただくこともあります」という。

国内の自動車市場は縮小傾向にあり、若者が運転免許証  
を取得しないなど「移動離れ」ともいわれているが、工藤取  
締役は「確かに国内の自動車輸入車市場は縮小傾向にあり  
ますが、今年1~3月は輸入車市場がここ数年で最高の売り  
上げを記録しており、元気を取り戻しつつあります。『CG』の  
読者は単にこだわる人が多く、今の流れは当社にとっては  
良い傾向です。決して悲観していません」と述べる。

### ■600号と50周年で読者底上げ

『CG』は同社が発行元になった翌日2011年の3月に通巻  
600号、今年3月には創刊50周年という節目を迎え、600号、  
601号、そして今年4、5、6月にDVDの付録を付けるなど機  
年号を発行した。

もともと走行シーンやエンジン音などを見聞きできる動画コ  
ンテンツは自動車雑誌との相性がよく、DVD付録を付けた  
号は完売しているケースが多い。これら記念号が読者の底  
上げに結びついているという。

「独立した後にこのような記念号を出せたことは、『CG』を  
再認識していただくために、とても良いプロモーションになり  
ました」と工藤取締役。

今後は、自動車関連の書籍の刊行やブランドを活かしたカ  
スタム出版など、本誌に並ぶ経営の柱を模索していくという。