



棚管理のキホン。書店の市口から学ぶこと、そこから考えたこと



ベレベレ通信では書店様に役立つ情報を発信しようと創業以来努めてきました。その中で、棚管理や棚作りなどのヒントになればと様々な提案もしてきました。昨今の書店現場の厳しい環境の中で、いろいろな制約が出たり、合理化されたりして、棚管理においても以前はできたことが難しくなっています。それでも、基本的な考え方は変わらないのではと思います、改めて棚管理に必要な基本的なことをまとめてみました。業界の事情はお客様には関係のないことです。まずは、お客様の需要に応え、地域の方に文化的な発信をすることが最も大事です。書店業務に関しては素人ではありますが、書店の皆さまとお客様のためにも、今後も努力していきたいと思えます。

1 売り場環境を整えましょう。つねに整理整頓！



開店前に棚整理、帰る前も棚整理。お客様が心地の良い売り場を保ちます。カバー、帯がズレていたら直します。ズレたままだと、カバーが破けてしまいますよね。カバーが破れていたら返品して再発注します。帯は破れていたら外して捨てます。スリップが飛び出していたら中に入れます。分野ごとに分けた上で、その中でなるべく判型は揃えます。きれいに揃えると見栄えが良くなります。棚の並べ方は左から右、上から下が基本です。選びやすいように関連ジャンルを順に並べます。巻数や上中下、レベルなどに気をつけます。人の目線が左から右に流れることから、エンド台、フェア台の一番手前の左が良い場所なので、最も売りたい本をそこに並べると効果的です。

棚下ストックは常に整理が必要です。返品率の問題やお店によって管理の仕方は違いますが、基本は余計なストックは持たず、常に整理整頓しておきたいものです。棚回転の良いものを複数冊で回したり、よく品切れする出版社の本を押さえたりといった攻めのストック活用は良いと思えます。

2 回転率至上主義ではお客様の満足は得られません！



回転率の良いものだけ揃えていれば売上は上がるのでしょうか？驚かれる方もいらっしゃるかもしれませんが、回転率だけで品揃えをしては、売り上げは下がります。回転率が良いものを揃えること自体は良いことですが、大事なのは棚全体で商品バラエティを富ませながら、バランスよく品揃えすることです。同じような本ばかりではつまらない棚になってしまいます。そんなに売れないけれど需要のある本が重要です。そうした本があるから棚の魅力が出るのです。

定価の高い本、分厚い本、レベルが高そうな本は売れないから置かないという方がいます。本当にそうでしょうか？読者のニーズを捉えた本は売れます。近年では、『独学大全』（ダイヤモンド社）が売れました。語学書でも900ページを超える『真・英文法大全』（KADOKAWA）が売れています。ベレ出版でも『語りかける中学数学』（三訂版は856ページ）は累計20万部を超えています。こうした高価格の厚本は、単価が高いので売上に貢献するだけでなく、お店への信頼感を生み、お店のファンを増やすことにつながります。

ジャンルプレートはぜひ活用したいものです。お客様が選びやすくなるように、適量な量のプレートが良いですね。品出しも迷わず効率が上がりますし、発注者以外の方が棚入れをする時にも作業がしやすくなります。また、ジャンルプレートは、変化するものです。その時々、話題のカテゴリーを用意するのも良いでしょう。



3 関連書を並べましょう。



売れる本、売れるテーマがあったら、一緒に並べる本は類書ばかりではだめです。関連書を並べることが大事です。よくあることですが、ヒット作が出ると似たような本が続けて出版されます。元の本を超える良い本が出たら読者のためになりますが、実際には、内容を薄めただけの本だったり、急ぎで作った特徴の無い本だったりします。こうした似た本ばかりを並べてもお客様のためにはなりません。

同じテーマを別の観点、別の立場から書いている本や、そのテーマの内容理解につながる隣接分野の本を並べるとまとめて買ってくれる可能性が高まります。また、展開にバリエーションが出て魅力が増します。例えば、決算書の読み方の本を集めて展開するとします。社長が読む本、経理が読む本、常識として知っておこうという入門者が読む本は違います。いろんな用途の本を並べたら良いでしょう。

4 仮説からテーマ設定、コーナー作り 展開から検証まで



その時々世間の方の関心に合うテーマを決めます。最近でしたら、ウクライナ・ロシア関連でしょうか。自店の客層を分析した上で、どこでも売れている本をまず揃えます。これに自店の客層と購買動機を考えながら肉付けします。入門、初級者、中上級者では、求める内容は違いますし、趣味で読みたい方と専門家でも、一般大衆層と教養人も求める本は違います。

例えばウクライナ・ロシアについて、テレビやネットのニュースから関心が広がりました。歴史、政治経済、地域事情書、旅行書などはまず思い浮かぶところですが、『てぶくろ』のようなウクライナ民話の絵本や、語学書、料理書なども売っていましたし、地政学への関心にもつながりました。エリアとしてもベラルーシ、モルドバ、ポーランドに加え、NATO の話からフィンランドやスウェーデンにも関心が広がりました。そして、地図帳も一緒に置かれて売っていました。ニュースを見ながら確認したくなるのでしょね。

仮説からテーマを設定したら、コーナーを提案し、なぜそれを必要とするのか、どのように置くのが良いのかを考えて読者に提案する売り場を作り、売れるかどうかで実際に仮説が正しかったのかどうかを検証します。こうした考え方は、フェアの考え方にもつながります。売れる本からテーマを決めて関連書を並べれば立派なフェアになりますよね。

5 平積みはこまめに見直しましょう！ 平積みの考え方 既刊本の掘り起こしをしましょう！

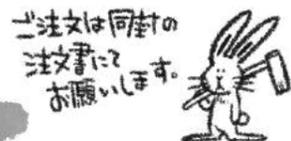


平積みは「お客様を飽きさせない」ことが大事です。商品構成の見直しも大事ですが、置き場所を変えるだけでも見え方が変わります。商品構成の見直しではぜひ既刊本の掘り起こしをしてください。

個々のお客様にとっては「出会った時が新刊」です！ロングセラーはたくさんの方に支持されてきた実績のある本です。トレンドが変わって時代遅れにならなければ、まだまだ売れます。特に語学書のような実用的な需要のあるジャンルでは、一部のベストセラーになる新刊を除けば、新刊よりもロングセラーの方が売れます。いざという時に入れ替えをするための信頼できるロングセラーリストを作っておけば、売上が上がるとともに、お客様に棚への信頼感も与えることができます。

平積みの本が売れて減った時はどうするのが良いのでしょうか？棚に差して新刊を積みますか？こうした場合、まだ売れるのではと考えて、補充の検討をします。売れ方がゆっくりだったから売り切ろうとか、話題に上らなくなったから外そうということももちろんあります。でも、まずすべきことは、売れていない、売れる見込みの少ない本の方を返品することです。まだ売れそうな本は、補充して平積みを継続しましょう。

9月新刊インフォメーション



音声 DL 付 3語でネイティブ英会話 なにげなく使うひとこと表現 1000

小野田博一 四六並製 1,600円
978-4-86064-703-2

ドラマ、映画、小説で、ふつうによく使われているひとこと表現。Break it up! やめなよ! Don't what? なにがダメなの? That was it! そういうことだったんだ! Where to? どこ行く? どこかで耳にしたことのある表現に意味、使い方のコメント付きで紹介。短い表現ほど逐語訳では出にくく、覚えていくしかありませんが、2語、3語なら覚えるのはカンタン。ネイティブが普段頻繁に口にする3語表現をたくさん覚えて行けば、あとは4語、5語でも自然と覚えれるようになるはず。英語がしゃべれないのは「道具」として使えていないだけ、ならばどんどん使える表現を増やしてネイティブに近づきましょう!

日本の自然風景ワンダーランド 地形・地質・植生の謎を解く

小泉武栄 A5並製 2,200円
978-4-86064-701-8

日本列島の自然は、極めて多彩な景観を作り出しています。山や海岸を歩けば、美しい風景や険しい風景、そして不思議な地形や植物の群生に出会えます。それらはいったいどのようにしてできたのでしょうか? 本書では海岸、山、火山、渓谷、植物、遺跡など6つのカテゴリーに分け、全国53か所の名勝や注目すべき自然を取り上げています。そして地理学者が実際に現地を訪れて目にした地形や植物の不思議な光景について、推理しながらその成り立ちを解き明かしていきます。いわば「プラタモリ」の地形・地質にさらに植生を加えたより広い分野の“自然観察歩き”です。オールカラーで写真も満載、自然観察ガイド・観光ガイドとしても楽しめる一冊です。

音声 DL 付 英語スピーキング大特訓 自分のことを論理的に話す技術とトレーニング

植田一三 他 A5並製 2,200円
978-4-86064-700-1

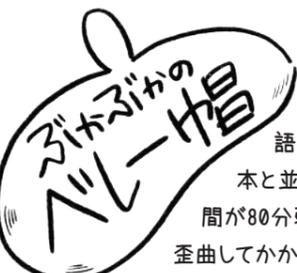
英語で人生経験や哲学、自分の仕事や学校のことなど様々なパーソナルなトピックを論理的に話すことは、ネイティブと友好関係を深めるためにも、また英検・TOEFL・IELTSなど様々な検定試験のスピーキング力アップのためにも必要です。本書では相手からの質問に瞬時に分かりやすく答えることができるための技術と幅広い表現を紹介しています。相手からの投げかけに素早く返答できるように文の組み立て方のひな型である「テンプレート」を提示して、テンプレートを使ったスピーキング力アップの特訓を行います。自分の考えを論理的に相手に伝えたい、分かりやすく丁寧に伝えたいと願う中上級者のスピーキング対策の決定版です。

「空の科学」が一冊でまるごとわかる

白鳥敬 A5並製 1,600円
978-4-86064-702-5

「自家用操縦士」という小型機パイロットの資格をもった著者が、「空」についてのさまざまなことを科学的な目で解説した入門書。操縦桿を握り、自身の操縦で上空にいるからこそ、風も雲も前線も、肌で感じ、立体的にとらえることができます。本書では、空気の基本、性質、力学に始まり、風や気圧、雲や雨などの気象現象の基礎知識を学んでいきます。コラムでは「飛行機が異常な姿勢になったときの対処の方法」など、実際に空を飛んでいるときのエピソードも満載です。空が好きで、飛行機やドローンに興味のある人、天気・気象を学びたい人などに、上空の風を感じながら「空の科学」について学んでいただける一冊です。

付属音声の変遷 〈ワタヒキ〉



語学書では音声付きの書籍が数多くあります。昔々は別売カセットテープでした。マッチ箱式のケースに入って、本と並売されていました。次に来たのがCDです。薄いため、すぐに本に貼り付けるかたちが定着しました。1枚に入る時間が80分弱と決まっているため、2枚組、3枚組、4枚組と付属する枚数が増えました。ここから増えたクレームは盤面が歪曲してかからない、傷がついている(?)など。CD交換の対応を毎週数件していました。そして次に来たのが、それらを1枚に入れられるMP3-CDです。どんなに長くなっても1枚に入れられるのが最大のメリットで、デメリットは扱いがわかりにくいこと。CDプレイヤーにかけてもかからない(無理)、パソコンに読み込めないというクレームが結構ありました。年配の男性からパソコンに入れられないという電話がかかってきて、パソコンにCD-ROMを入れるところから一緒に進めて、あとは読み込みをすれば、というところで男性がギブアップ。「なんでこんなものにしたんだ!」と怒鳴られました。次は、今やスタンダードになった音声ダウンロード式です。これのクレームは、ダウンロードコードが違う、ダウンロードができない、アプリの会員登録や操作がわかりにくい、などなど。やはり以前、やり方がわからないという女性と一緒にやって行くと「できないじゃないー!!」「もー——っ!!」と絶叫されたことがあります。一緒に叫びたい気分でした。語学担当者のうちの2人で対応しているのですが、電話をかけてくる方はできなくてイライラしていることが多いので、当たり散らされて心が削られることがあります。うまく行ったときは嬉しくなります。付属音声の提供方法はどんどん進化してきているのですが、誰でも使えて、長時間収録できて、耐久性もある、結局カセットが一番シンプルだったようです。

6 置き場所の例外

分類は基本だがターゲットが大事!

お客様が探しやすいように分類をしますが、置き場所は分類だけでは決まりません。分類にこだわりすぎると、ターゲットに届かないことがあります。そうした場合、分類は違ってターゲットの近い本の隣に置くことが大事です。特に平積みでは積極的にターゲットを意識して組み合わせたいものです。わかりやすい例では『一億人の英会話』(ナガセ)はベストセラーの『一億人の英文法』(ナガセ)の隣に置きたいですね。小分類では別になります。わかりにくくてもターゲットの近い本はあります。ビジネス書の『2030 半導体の地政学』(日経 BP)の隣に理工書の『半導体のことが一冊でまるごとわかる』(ベレ出版)が置かれてよく売れているのですが、これも分類よりターゲットということです。



7 目的買いと衝動買い

もう1冊買ってもらいましょう!

お客様が本を買う時には、目的買いと衝動買いがあります。目的買いの中には、そのものずばりの目的買いもあれば、テーマの中で本を選びに来店するという、テーマ目的買いもあります。衝動買いはぶらぶら店内を眺めていたら、魅力的な本に出会って買ってしまおうというようなものです。



こうした衝動買いを誘うようにコーナー作りをしたり、各ジャンルの中で入門書や魅力的な本を前に置いたりして、目立つ展開をします。書店が新たな関心の出発点になったり、考え方や人生まで変えてしまったりするきっかけになるかもしれません。目的買いで来店した方に、もう1冊、もう数冊、衝動買いしてもらえように工夫したいですね。

8 配本数と本のポテンシャルは別物

配本数が多い本が売れるとはかぎりません。

流通事情とお客様の需要は別です。配本が多いから良いところに置いたけどイマイチということは多々あります。中には効果的な広告とセットで販売するという出版社もあり、実際によく売れるということもあります。でも、とにかく大事なことは、自店のお客様にマッチしているかどうか、本当にその本が魅力的な本かどうかです。配本が少なかったけど、魅力のある、光る本はぜひ売りたいものです。他店のベストと自店のベストは違うことがありますので、自店のお客さんに品揃えを合わせましょう。日々、一冊一冊考えながら陳列し、一人一人のお客様との出会いを演出することが大事でしょう。



9 POPについて

効果的に活用、売り場の活性化に

POPを立てると後ろの本が見えにくく、取りにくくなります。そうしたデメリットがあっても、それ以上に売上を上げるために立てるのです。無駄なPOPの濫用は避けて効果のあるPOPを立てましょう。上手い下手よりも、注目させたり、本の良さをお客様に伝えたりするようなPOPが良いですね。POPによって売り場の活性化にもつながります。

