

# 講談社文庫 傑作宣言とは？

1. 全国の書店員が講談社文庫の作家24人の候補から好きな作家を指名
2. その代表作から本当に面白いと思う本を「傑作宣言」しプロモーションする
3. 各作家の「代表作」だけではなく、その次に読んで欲しい「次の一冊」もご紹介し著者買いを促し、棚からの購買につなげる



# 講談社文庫 傑作宣言で目指したこと<sup>2</sup>

- ・平台で「代表作」を展開するだけでなく、棚にある「次の一冊」までお客様へ提案
- ・平台と棚を連動させ、棚の活性化を目指した



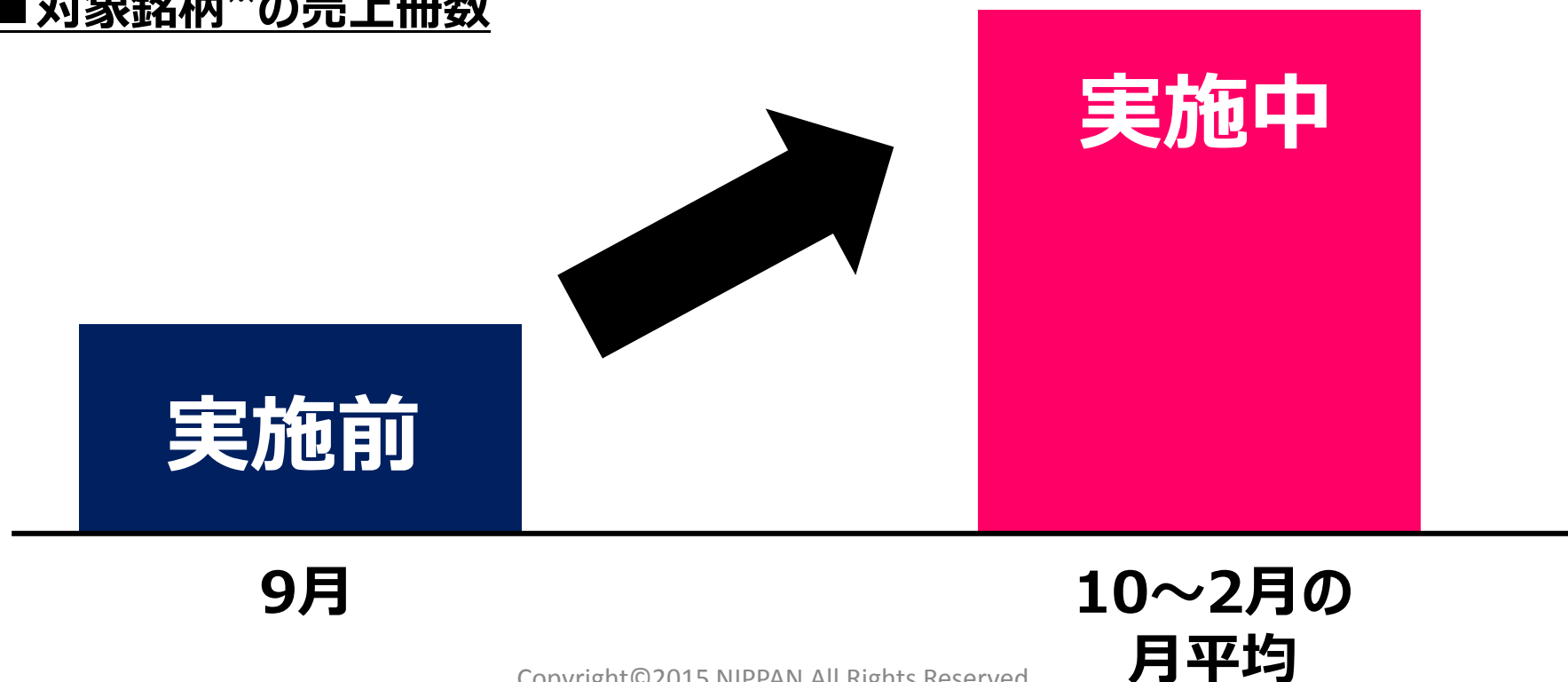
▶ 棚の売り方を変え、売れ方を変える

# 劇的な売り伸ばしに成功

対象銘柄※の売上冊数は  
実施前と比較して、**2.6倍**に

※実施前・実施中にドラマ放送のあった  
「ST(今野敏)」「流星ワゴン(重松清)」を除く、46点

## ■ 対象銘柄※の売上冊数



# 劇的な売り伸ばしに成功

作家のファンになるために重要な最初の一冊  
 =代表作の売上冊数は**2.7倍**に

## ■「代表作」実施前後比較 売上冊数伸び率トップ7

※2015年1月からドラマ放送中の「流星ワゴン(重松清)」を除く。  
 含めると、売上は4.5倍。

作家名	書名	実施前後比較
恩田陸	三月は深き紅の淵を	14.4倍
薬丸岳	天使のナイフ	7.2倍
大沢在昌	氷の森	7.3倍
五木寛之	親鸞(上)	7.0倍
真保裕一	奪取(上)	5.9倍
西尾維新	クビキリサイクル	4.9倍
奥田英朗	邪魔(上)	4.9倍



▶作家のファンを増やすための土台づくりに成功

# 次の一冊へとつなげた

## 代表作の後に読んで欲しい作品

### =次の一冊 の売上冊数は、**2.3倍**に

※実施前にドラマ放送中だった「ST(今野敏)」を除く

#### ■作家別 実施前後比較 売上冊数伸び率

作家名	実施前後比較	
	代表作	次の一冊
綾辻行人	2.3倍	3.1倍
大沢在昌	7.3倍	5.0倍
奥田英朗	4.9倍	2.8倍
恩田陸	14.4倍	3.7倍
島田荘司	3.3倍	3.7倍
辻村深月	1.9倍	1.5倍



代表作



次の一冊



代表作



次の一冊

▶ 代表作から次の一冊へ  
つなげることに成功

# 次の一冊へとつなげた

## 作家のファンをつくることができた

### ■ Honya Club購買履歴より

※集計期間：企画開始2015年10月1日～2015年1月12日  
※各作家をエントリーされている書店様での購買を抽出

綾辻行人を選んだ書店様で、代表作「十角館の殺人」を購入されたお客様のうち…



**6人に1人** が  
綾辻行人の他の文庫を  
購入しています！



辻村深月を選んだ書店様で、代表作「凍りのくじら」を購入されたお客様のうち…



**7人に1人** が  
辻村深月の他の文庫を  
購入しています！



# 棚の“売り方”に変化が生まれた

## 通常の文庫の棚



背挿しで  
著者名あいうえお順に並んでいる



## 専用拡材を参加書店様へ送付



▲作家紹介、  
代表作・次の一冊の紹介を  
するパネル



▲作家ごとの棚プレート



▲代表作を紹介するPOP

▶ 棚の“売り方”は変わったか？

# 棚の“売り方”に変化が生まれた

訴求力の高い  
棚プレート



◀未来屋書店  
金沢フォーラス店 様

棚一面を使って、  
代表作&次の一冊を  
10作家分を並べて展開



▲西日本書店OAP店 様

▼BOOKSあんとく あらお店 様



オリジナル棚プレートを設置

# 棚の“売り方”に変化が生まれた

棚の最上段に、ずらっと展開



▲八重洲ブックセンター京急百貨店上大岡店様

オリジナルシールを棚板に貼ることで目立つ売場に

◀すばる書店六高台店 様



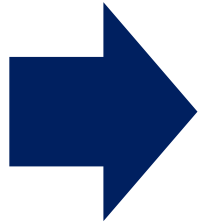
書店様のロゴ入り  
オリジナル帯で  
訴求力アップ!

◀西村書店 様

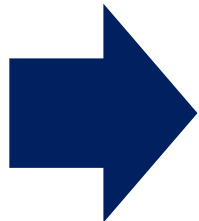
# 自由度の高い企画ゆえに実現したこと<sup>10</sup>

書店様が推したい銘柄を選ぶことができる、  
自由度の高い企画であった

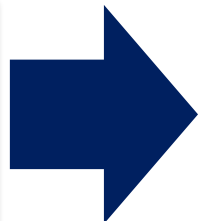
その結果、



展開方法も自由に選べた！



モチベーションが  
上がった！



オリジナルな  
取り組みが生まれた！

# 書店様が自由に展開方法を選べた

## 展開方法の例

棚にある各作家の  
コーナーで展開

棚一面を使って  
10人の作品を並べて展開

イチオシの作品を  
集中仕掛け販売

イチオシの作家の  
代表作と次の一冊を  
集中仕掛け販売



## イチオシの1点を 集中仕掛け販売



▲三省堂神保町本店 様

## イチオシの作家の 代表作と次の一冊を 仕掛け販売



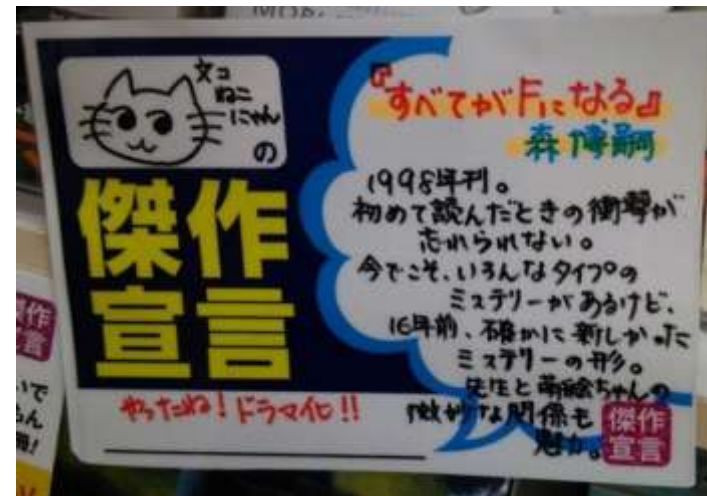
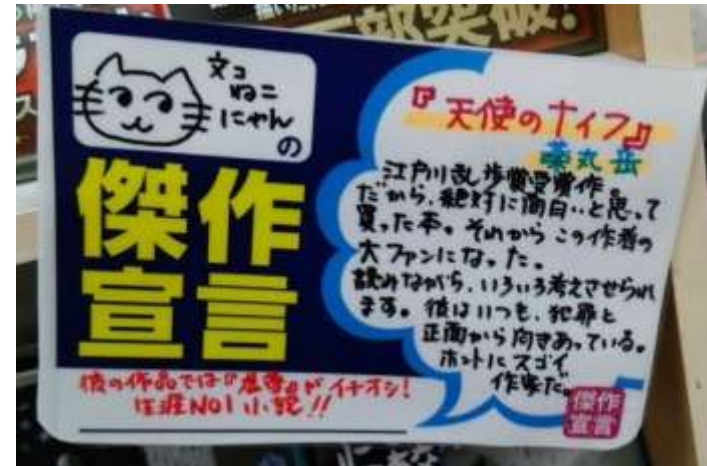
▲精文館書店新豊田店 様

# 書店様オリジナルの取り組みが生まれた<sup>12</sup>

オリジナル特大パネル



手書きコメント入りオリジナルPOP



# 書店様オリジナルの取り組みが生まれた<sup>13</sup>

## 「ボクのワタシの傑作宣言！！文庫担当者ダービー」

in 大阪・奈良・和歌山・兵庫

「てっぺん」  
とつたる宣言。

オリジナル  
コメントPOP  
づくりました！  
たくさん売ります！

日販 大阪支店にて実施した本企画では、  
書店様の「文庫担当者様」に意気込みを宣言していただいた。

当店ならではの  
展開で挑みます！

一冊入魂！  
目標目指して  
頑張ります。

文庫売上  
前年比100%  
以上を目指します

この勝負  
いただきました！

実施前と比較した売上冊数の伸長率で競う企画。  
のべ109名のご担当者様にご参加いただき、  
参加書店様では売上冊数が**3.9倍**に伸長。

笑顔で、  
力をあわせて、  
店一丸となって  
頑張ります！

隠れた作品に  
日の目を見せる。  
そんな思いで  
展開しています

# 書店様オリジナルの取り組みが生まれた<sup>14</sup>

## リブロ新大阪店 様

### 文庫ご担当：野村 様

毎週の実績メールで、全国1位のプレッシャーをずっと感じてました・・・。  
文庫エンド台では、代表作を面展開。棚では、代表作・次の1冊を  
全銘柄を面展開。また、メディア化作品は多面展開しました。  
新刊・話題書でなくとも、展開で売上は変わることを実感しました。

ベストを尽くします！



## 全国1位!!

※日販POS店調べ

ご指名いただいた銘柄の  
売上冊数は実施前と比較して...

## 29.4倍 に!!

# 書店様オリジナルの取り組みが生まれた<sup>15</sup>



目指せ！  
全国一位！

## TSUTAYA WAYガーデンパーク 和歌山店 様

文庫ご担当：岩瀬 様

ご指名いただいた銘柄の  
売上冊数は実施前と比較して...

**4.1倍** に!!



## TSUTAYA 堺プラットプラット店 様

文庫ご担当：石橋 様

ご指名いただいた銘柄の  
売上冊数は実施前と比較して...

**5.4倍** に!!



# 書店様オリジナルの取り組みが生まれた<sup>16</sup>



## 水嶋書房 くずはモール店 様

文庫ご担当：田中 様

枚方地区で  
一番を目指します!!

ご指名いただいた銘柄の  
売上冊数は実施前と比較して...

**4.5倍** に!!



## TSUTAYA あべの橋店 様

文庫ご担当：谷 様

ご指名いただいた銘柄の  
売上冊数は実施前と比較して...

**5.3倍** に!!

どんどん仕掛けて  
300冊売ります!



# 書店様オリジナルの取り組みが生まれた<sup>17</sup>



## 文学館玉造店 様

文庫ご担当：岸 様・脇谷 様

ご指名いただいた銘柄の  
売上冊数は実施前と比較して…

**17.2倍** に!!



## TSUTAYA WAY オーシティ前田辺店 様

文庫ご担当：市川 様

ご指名いただいた銘柄の  
売上冊数は実施前と比較して…

**4.2倍** に!!

# 2015年4月より2ndタームがスタート<sup>18</sup>

## ・2ndタームでは“棚”での展開に注力



- ・平台に比べて、お客様への訴求が弱くなりがちな棚に対して、新たな拡材を投入
- ・棚での商品アピールを強化していきます

▶ 代表作、次の一冊、さらにその先へ

# 2015年4月より2ndタームがスタート<sup>19</sup>

代表作、次の一冊、  
さらにその次の一冊への誘導をめざし、

「最も楽しめる

ベストな読み順」を

ナビゲートします

