



# 出版流通改革レポート

---

NIPPAN Progress Report

Vol.08

2023.12.25

# エグゼクティブ・サマリー

## 総括と展望

- ・3か年計画のなかで、出版流通改革で目指した世界を実現するための基盤を構築することができました。
- ・しかしながら、各種施策は目標通りに進めるには至らず、最大限の効果を発揮することができておりません。
- ・2024年度以降はこの基盤を活用しながら、日販から新たな価値を提供することで、業界全体の「流通の最適化」を実現してまいります。

## ▼ステークホルダー別の提供価値

### 書店様

- ・店頭売上向上にむけて、集客・増売施策をご提案いたしました。（p.6~12）
- ・収益を改善し経営の持続に寄与するスキームとして「PPIプレミアム」「雑誌買切」を確立しました。（p.13~19）
- ・発注業務の負荷軽減として、書店様向けプラットフォーム「NOCS 0」のご提供を開始しました。（p.21~22）

### 出版社様

- ・書店粗利改善施策を通じて、書店店頭での売場シェアを確保し、売上向上・返品減少の一助となりました。（p.13~19）
- ・同時に営業機能を日販がサポートすることで、業務省力化にも寄与しています。（p.13~19）
- ・仕入受付・部数契約業務の負荷軽減として、出版社様向けプラットフォーム「BookEntry」のご提供を開始しました。（p.22）

### 流通・社会

- ・配送コース再編により、トラック走行距離の削減、積載率の改善に効果を上げました。（p.24~25）
- ・トラック走行距離の削減に伴い、CO<sub>2</sub>排出量も削減し、環境負荷を低減しました。（p.26）

## 日販が目指す未来

ESG経営を掲げる日販グループにおいて、祖業・日販が届け続けるものは、

# 人々の心を豊かにする文化との出会い

そのために、取次を持続可能なものに変え、さらに未来の取次の姿を描いていきます。

① 持続可能な出版ビジネスモデルの構築 = 出版流通改革

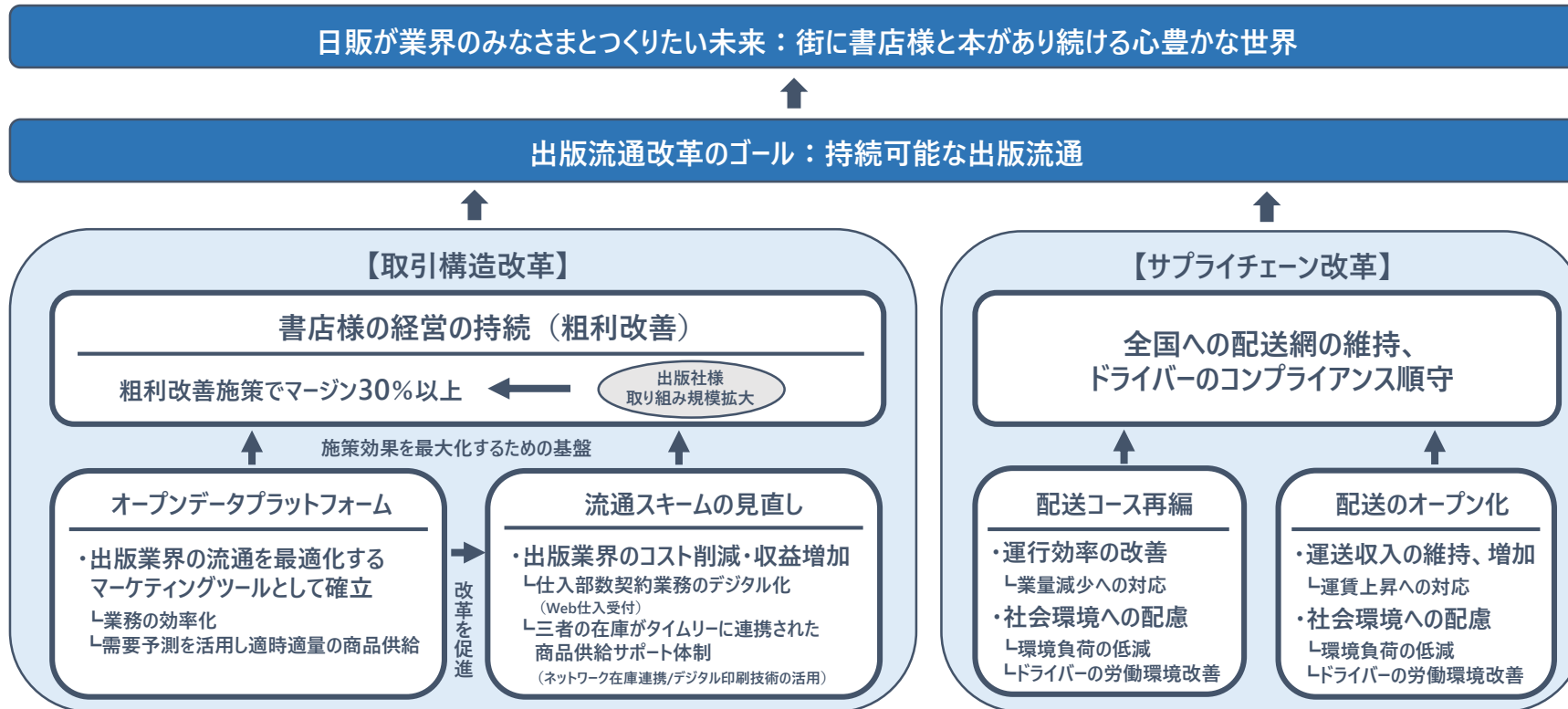
② グループ連携で書店価値向上

③ 豊かさを届ける新しい取次への挑戦

本レポートでは、①の領域の取り組みについて進捗をご報告いたします。

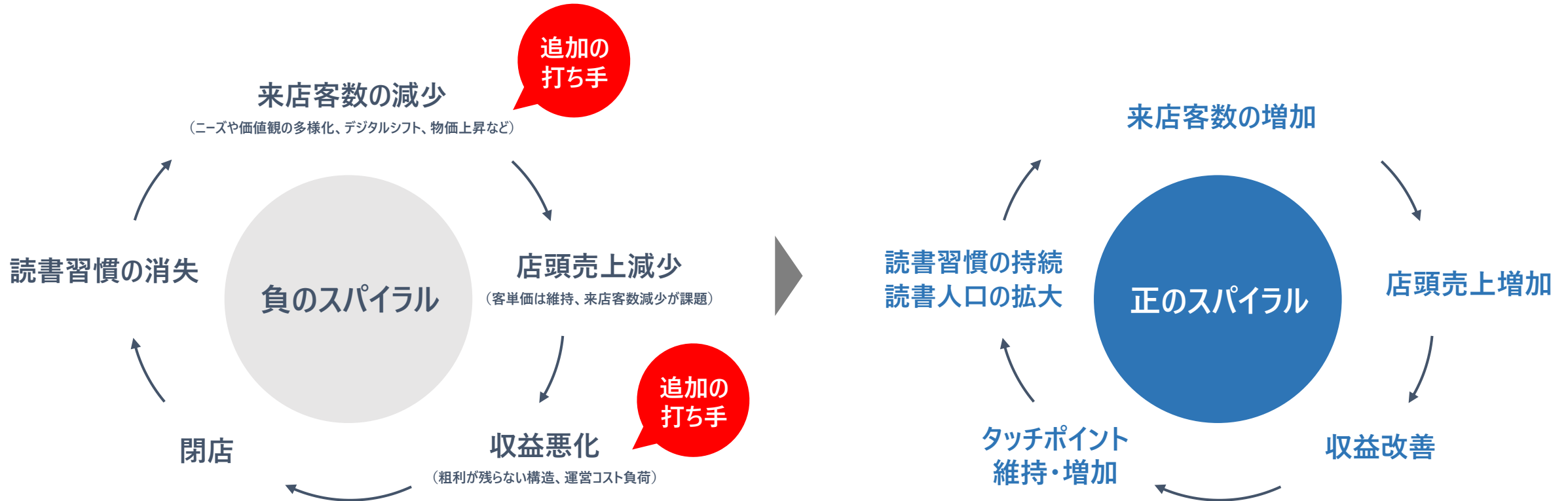
## 出版流通改革の概要（当初計画）

現在の出版業界は、人口減少・高齢化・労働者不足・価値観の多様化といった一般的な社会環境変化だけでなく、業界内での課題を数多く抱えています。なかでも、書店様における厳しい経営環境や物流コストの上昇は特に大きな課題です。そこで日販は、これらの業界課題を解決する策として、出版流通改革に取り組んでおります。書店様の経営の持続を実現するための取り組みを「取引構造改革」、全国への配送網を維持するための取り組みを「サプライチェーン改革」と位置付け、この2つの軸で持続可能な出版流通の構築を目指してまいりました。



## 出版流通改革の概要（現在の状況）

2021年4月から2024年3月までの3か年計画のなかで、各テーマごとに進捗状況に差はあるものの、出版社様・書店様・運送会社様など各方面からご協力をいただき、一定の成果が表れています。しかしながら、書店店頭の上は、2021年5月以降前年割れが続いております（当社調べ）。今起きている負のスパイラルを断ち切り、正のスパイラルに変えていくためには、粗利改善や配送の持続への取り組みだけでなく、来店客数の減少や書店運営コスト負荷に対しても打ち手を講じていくことが重要です。



# 出版流通改革のテーマ一覧

「取引構造改革」と「サプライチェーン改革」を軸としてきた当初計画に加え、書店経営の持続と流通の持続に向けて、前頁の課題認識の通り、集客・増売施策や運営コスト負荷軽減など、さらなる打ち手を加えて出版流通改革を進めております。

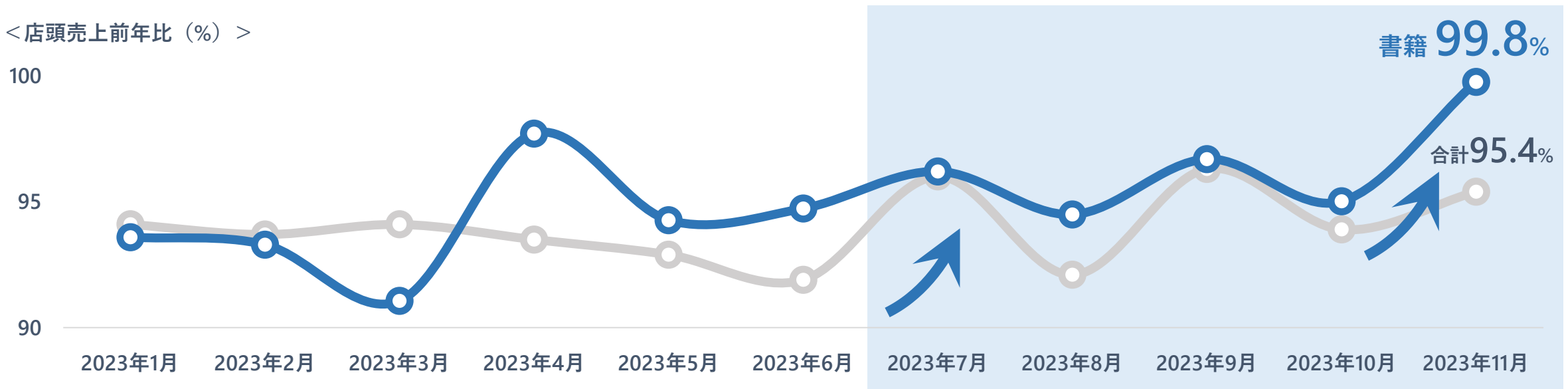
	大テーマ	中テーマ	
書店経営の持続	生活者に選ばれる“勝ち残る書店” をお取引先書店とともにつくる	集客・増売	} 当初の取引構造改革
		書店粗利改善（書籍・雑誌）	
		オープンデータプラットフォーム	
		流通スキームの見直し	
		書店運営コスト負荷軽減	
流通の持続	本を全国に届けられる 環境にも働く人にもやさしい 持続的な流通をつくる	配送課題の解決（コース再編・オープン化）	} 当初のサプライチェーン改革
		物流最適化（物流再編プログラム）	

## 【集客・増売】施策一覧

本レポートでは、集客・増売施策として以下をご紹介します。これらの継続的な取り組みが、書籍を中心に店頭売上に結果として表れてきています。

大分類	中分類	施策
集客	キャンペーン	「バズコレ」によるライトユーザー誘引
	キャンペーン	BOOK MEETS NEXTでの取り組み
	社会貢献との連動	ブックサンプラプロジェクトの推進
増売	講演会	書店参加型の著者講演会による店頭施策の展開促進
	企画・売場	新たな客層にリーチする売場づくり
	企画・売場	書店文具売場の展開サポート

<店頭売上前年比（％）>



## 【集客・増売】「バズコレ」によるライトユーザー誘引

### ■ 店頭集客企画「バズコレ」の継続実施

2022年より、ライトユーザーを集客するための店頭販促企画として、「バズコレ」を実施しています。これまで、「文豪とアルケミスト」など、人気IPコンテンツとコラボレーションし、2023年12月まで、計13回にわたり「バズコレ」を実施してまいりました。来店客数増加を目指し、2023年からは月ごとにコンテンツを変え、書店に馴染みのないライトユーザーへ継続的にアプローチを続けています。

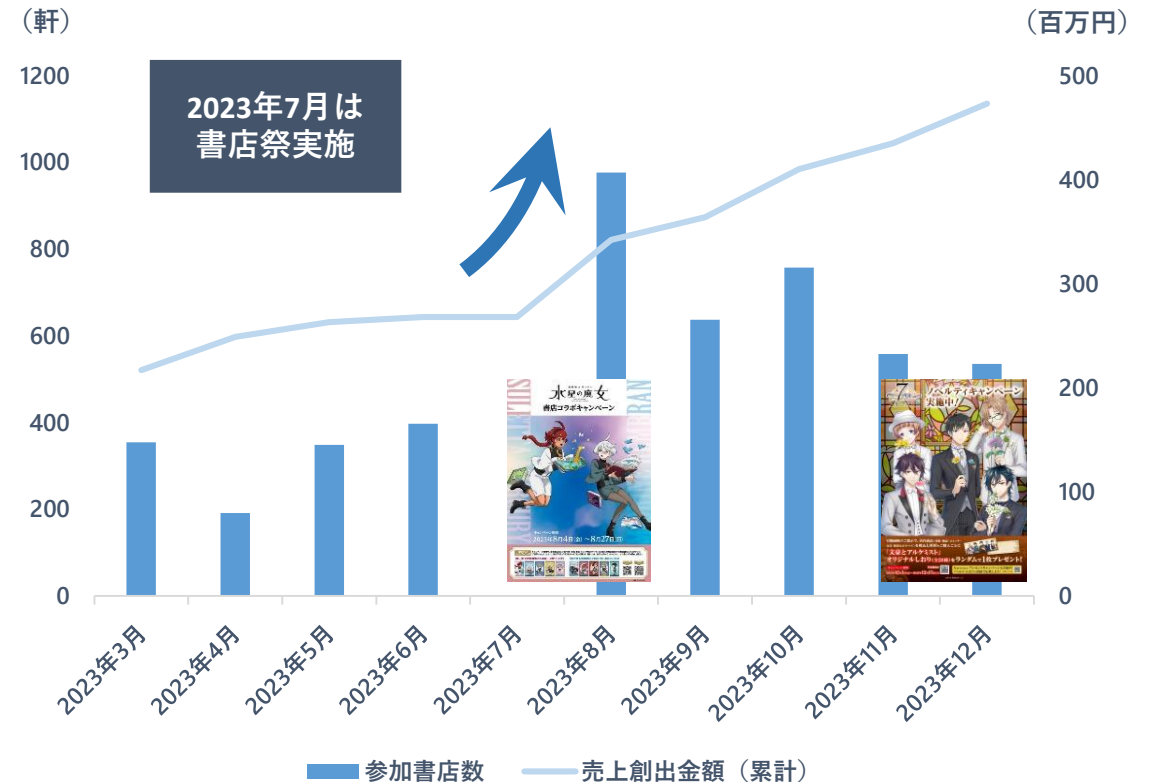
### ■ 参加書店数の増加、継続的な売上創出を実現

継続的な企画実施によって、2023年の夏以降、バズコレ参加書店が大きく増加。計13回の企画実施により、累計で約40万名のお客様を書店に誘導、約4.7億円の売上を創出しました。今後もIPホルダーをパートナーとして集客企画を実施し、絶えず店頭の売上創出に寄与してまいります。

<バズコレ実施による実績>

計**13**回にわたり店頭企画を実施

約**40万**名のお客様を書店に誘導、約**4.7億**円の売上を創出





## 【集客・増売】BOOK MEETS NEXTでの取り組み

### ■ 業界一丸となって取り組む「BOOK MEETS NEXT」

書店・出版社・取次など、本に関わる人たちが一丸となって読書の秋を盛り上げる出版業界の一大キャンペーン「BOOK MEETS NEXT」に、日販も取り組みました。2023年10月27日～11月23日の期間中、書店の店頭企画やSNS発信企画など様々な企画が実施されています。

### ■ 全国1,100書店で取り組み、売上も伸長

来店してポイントを集める「BOOKスタンプラリー」、映画「屋根裏のラジャー」公開記念書店フェアなど、多数の店頭企画が日販の取引書店1,100店で展開されました。また期間中には京都で「KYOTO BOOK SUMMIT」も開催され、業界を盛り上げました。スタンプラリーに加えて他企画も実施した書店の売上前年比は期間前後差+1.6ptとなりました。日販も業界のさらなる活性化に向け、今後も継続して取り組んでまいります。

#### <店頭イベント展開の様子>

BOOK MEETS NEXT×映画「屋根裏のラジャー」公開記念書店フェア



精文館書店 荒尾店



TSUTAYA BOOKSTORE重信

## 【社会貢献を通じた集客】ブックサンタプロジェクトの推進

### ■ ESG経営のもと「ブックサンタ」を推進

日販は、グループを挙げて推進しているESG経営のもと、文化の普及と企業の成長が両立している姿を目指しています。現在、2017年の発足当初から社会貢献として参加してきた、全国の大変な境遇にある子どもたちに本を届けるプロジェクト「ブックサンタ」を、読書文化の普及につながる新たな書店来店動機と捉えて、積極的な展開を行っています。

### ■ 「ブックサンタ」拡大に向けた施策

NPO法人チャリティーサンタ主催の「ブックサンタ」は店頭やオンライン書店で書籍を購入することで子どもたちへの寄付ができるプロジェクトで、誰もが気軽に社会貢献に参加できます。日販は運営メンバーとして、推薦図書リストに基づいた商品の店頭展開を送品面でサポート。その他、作家の知念実希人先生を巻き込んだブックサンタ広報や、レシート印字によるプロジェクトの宣伝など、ブックサンタの拡大に寄与しました。

### ■ 1,683書店が参加、8万冊の寄付目標を達成

結果として、参画書店は昨年の2倍以上の1,683店に増え、寄付冊数は、12月17日時点で84,412冊。寄付終了まで数日を残し、昨年の75,813冊を超え、目標としていた8万冊も達成することができました。より多くの子どもたちに本を届けるとともに、出版業界の活性化に貢献しました。



写真右上：知念実希人氏（左）、NPO法人チャリティーサンタ 代表理事 清輔夏輝氏（右）



## 【集客・増売】書店参加型の著者講演会による店頭施策の展開促進

### ■ 今村翔吾氏によるトークイベントの開催

著者と書店をつなぎ、店頭における企画展開の活性化を後押しすることを目的に、書店参加型の著者講演会を開催しています。2023年11月には、今村翔吾氏を招いたトークイベントを実施しました。同年12月に発売された著書『戦国武将伝 東日本編・西日本編』の説明をいただくとともに、業界内で様々な取り組みをされている今村先生から業界の“イマ”と“ミライ”についてもお話いただきました。

### ■ 店頭企画の活性化を目指し、業界をつなぐ

『戦国武将伝』出版記念トークイベントと題し、今村先生自ら自身の新刊について説明いただいたことで、その後のサイン本企画展開の後押しへとつながりました。イベントでは、業界に向けた今村先生からの熱いメッセージも発信。業界全体で今の危機を乗り越えていかなければならないと、三者が一丸となって業界の変革に取り組む必要性を熱弁いただきました。

### ■ 参加者の想いを熱くするイベントに

参加した書店からは「業界を良くしようという強い思いと行動力に心を打たれた」といった声があがり、店頭販売への注力のみならず、業界の発展に向けた三者の想いを一層熱くするイベントとなりました。



今村翔吾氏



## 【集客・増売】新たな客層にリーチする売場づくり

### ■ 市場が拡大する海外BL作品の常設コーナー化

近年、国内の商業BL市場規模は拡大を続けており、今後ますますの市場拡大が見込まれています。こうした背景を受け、グループ会社である日販アイ・ピー・エスは、世界的人気を誇る中華BL『千秋』の日本語版を刊行しました。人気海外BL作品とともに常設コーナー化し、105書店で店頭フェアを実施しております。

### ■ インバウンド向け商品展開による売上創出

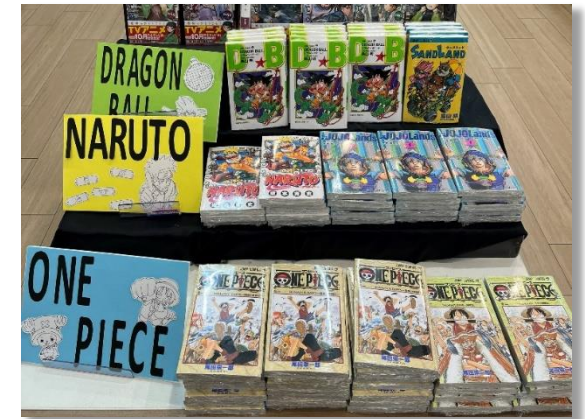
昨今のインバウンド需要を背景に、書店におけるインバウンド売上創出のサポートとして、海外のマンガ・アニメ人気に合わせた「コミック1巻」施策を展開しております。実際に海外からのお客様の購入につながっており、今後は本以外にも、文具・雑貨等の商材を絡めた展開を進めるなど、さらなる売上創出に貢献してまいります。

海外BLの常設コーナー



文教堂湯ノ川店

「コミック1巻」施策



ブックスタジオ 姫路店



## 【集客・増売】書店文具売場の展開サポート

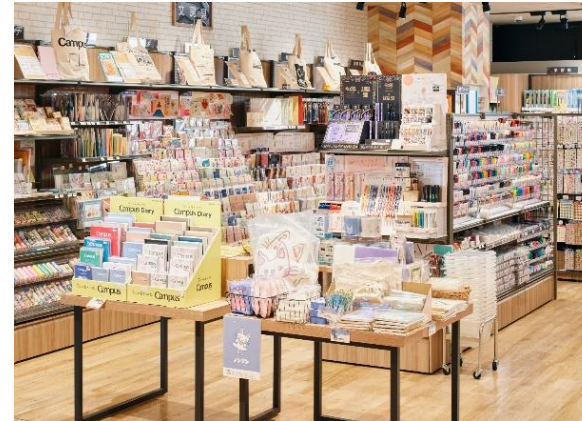
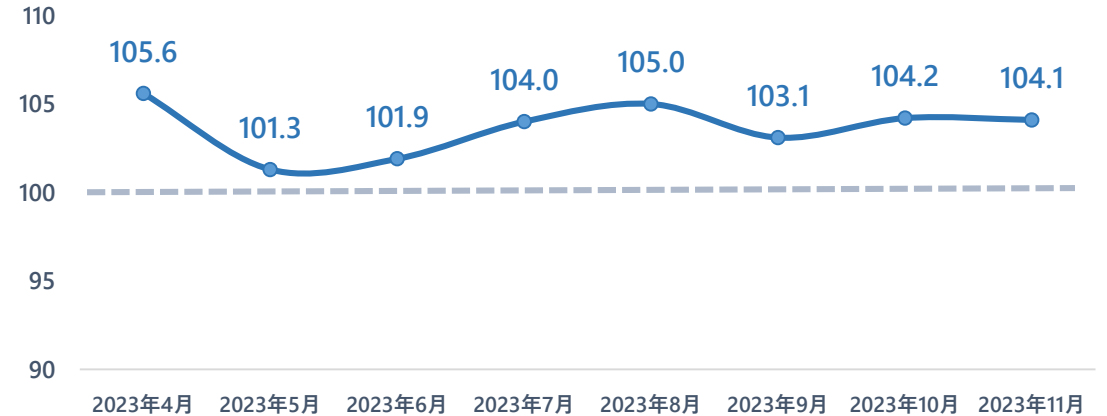
### ■ 集客に向けた「売場起点」の改革

日販はかねてより本を取り巻く様々な環境変化に合わせ、書店における文具・雑貨など生活の中の多様なニーズを満たすアイテムの取り扱いを拡充してまいりました。売場の質を集客の重要なファクターと捉え、店頭文具売場をより質の高いものにするため、営業担当を対象に「文具営業トレーニング」を開始しました。

### ■ 文具の店頭売上が継続して前年超え

トレーニングは、売れ筋商品の抜け漏れのない売場をつくるための基礎編から、マーケットを加味した新鮮な売場をつくるための応用編まで、各個人のレベルに合わせて実施。その成果もあり、2023年4月以降、文具の店頭売上は継続して前年を上回っています。また、知的好奇心を刺激する売場づくりとして、2023年7月より日販グループの連結子会社となった学研ステイフルの知育玩具を導入し、書店店頭の集客力向上に寄与しています。

< 2023年度 文具店頭売上前年比 >



リブロ南町田グランベリーパーク店

## 【書店粗利改善】全体概況

### ■ PPIプレミアム (書籍粗利改善施策) 概況ダッシュボード

PPIプレミアム参画書店様 平均マージン

**27.6%/30%**

(施策開始前から+1.0ptのマージン改善)

POS売上前年比

**99.3%**

(全国動向差+2.4pt)

返品率

**28.0%**

(全国動向差-5.3pt)

出版社様参画シェア

**44.9%**

(対2023年3月期 +6.9pt)

書店様参画シェア

**49.4%**

(対2023年3月期 +0.2pt)

契約銘柄シェア

**30.8%**

(対2023年3月期 +2.6pt)

書店様参画シェア

**39.0%**

(対2023年3月期 +3.5pt)

### ■ 雑誌買切 (雑誌粗利改善施策) 概況ダッシュボード

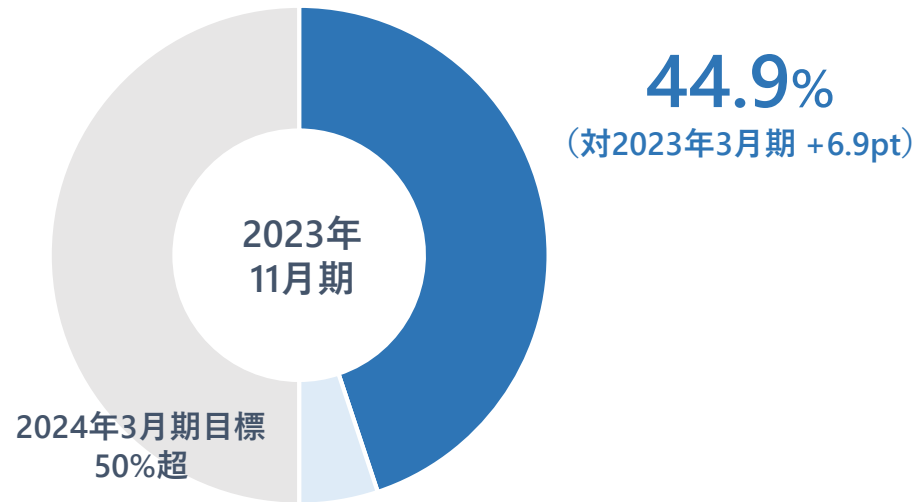
雑誌買切参画書店様 平均マージン改善率

(実績/2024年3月期目標)

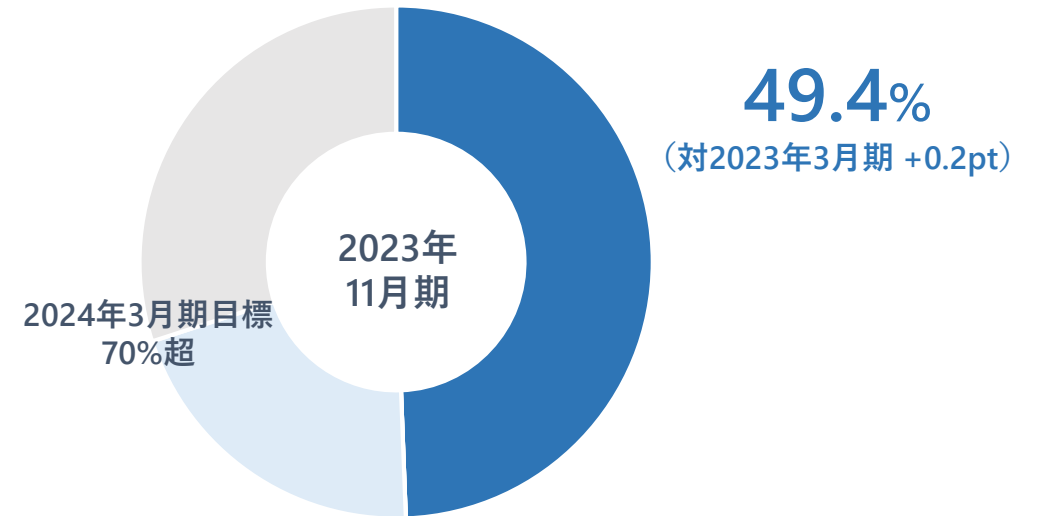
**+1.4%/+2.5%**

## 【書店粗利改善】PPIプレミアム（書籍粗利改善施策）

### ■ 出版社様参画シェア（TSUTAYA様7掛けスキーム含む）



### ■ 書店様参画シェア（TSUTAYA様7掛けスキーム含む）



- ・2023年11月期でPPIプレミアム参画出版社様は計36社（シェア26.9%）、TSUTAYA様7掛けスキームを含む参画シェアは44.9%となりました。2023年7月以降、新たに河出書房新社様、主婦の友社様、日経BPマーケティング様にご参画いただきました。
- ・参画書店様は2023年11月期で計34法人、参画シェアは49.4%となりました。2023年10月以降、新たに14法人にご参画いただきました。（飯田書店様、一清堂様、大阪水嶋書房様、沖縄教販様、カサモ関口商店様、恵文社様、SASYU様、白沢書店様、タロー書房様、西日本書店様、平柿文仙堂様、ブックス平沢様、山三ふじや様、ローソンエンタテインメント様）

引き続き、お取り組み書店様拡大に向け、ご提案を行っております。

## 【書店粗利改善】PPIプレミアム（書籍粗利改善施策）

### ■ POS売上・返品率実績（PPIプレミアム取り組み対象銘柄）

集計期間：2022年11月～2023年11月

	対象 出版社様	POS売上前年比		返品率	
		実績	全国 動向差	実績	全国 動向差
①グループ書店 (3法人)	36社	93.8%	-0.6pt	26.9%	-6.3pt
②2021年度先行法人様 (6法人)	23社	106.4%	+6.3pt	29.8%	-5.1pt
③2022年度以降開始法人様 (10法人)	20社	100.7%	+1.3pt	27.9%	-8.2pt

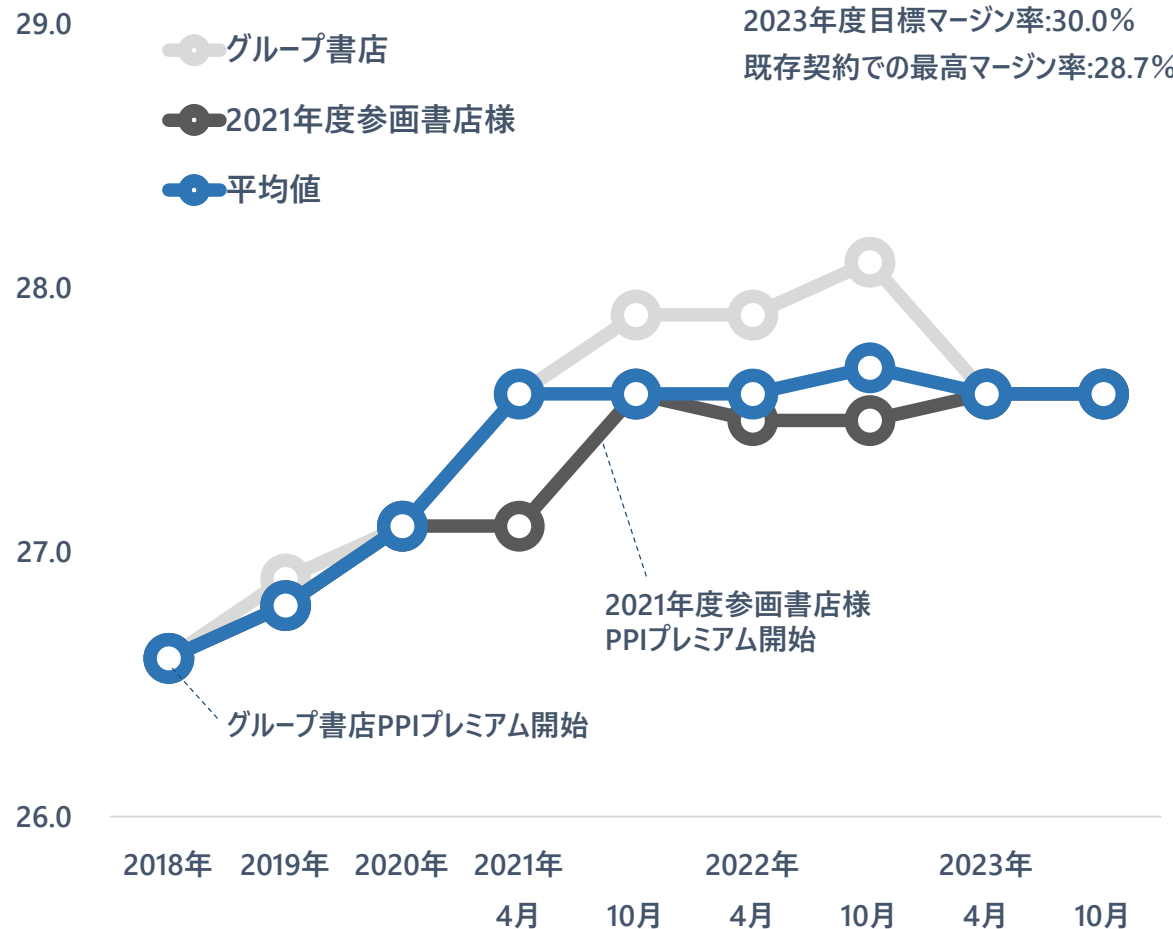
※法人様一覧はp.31に記載

- ・グループ書店では前年の取り組み拡大による影響から、売上は全国動向と同水準ですが、返品率は低水準を維持しています。
- ・その他の参画書店様では売上前年比、返品率ともに全国動向よりも好調に推移しています。
- ・参画書店様、参画出版社様、日販の三者で売上拡大と返品減少の目標を共有し、対象銘柄の仕入強化や在庫コンディションの見直し、優先展開を進めています。



## 【書店粗利改善】PPIプレミアム（書籍粗利改善施策）

### ■ PPIプレミアム参画書店様の平均マージン推移



・PPIプレミアム施策の開始前に比較して、平均では1pt以上のマージン改善効果は継続しております。

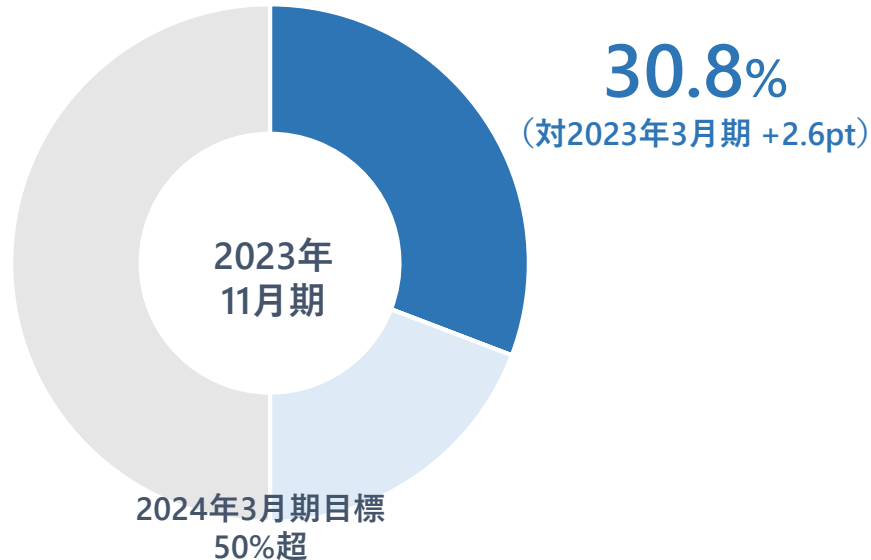
・グループ書店は前年の取り組み効果の影響から売上増加分のインセンティブが伸び悩み、現時点のマージン改善率は前年を下回っており、課題となっています。

・既存契約では最大で約29%までの改善余地があるため、お取り組み出版社様ごと・店舗ごとの仕入の適正化と店頭展開に取り組んでいます。

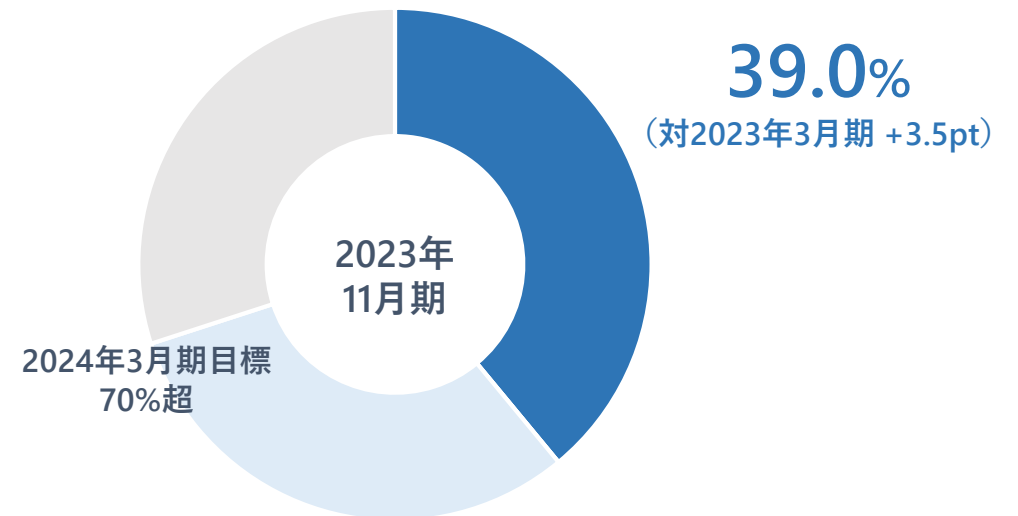
・2024年4月以降の施策拡大に向けて引き続き協議を進めていくとともに、ブックセラーズ&カンパニーやカルチュア・エクスペリエンスを通じた粗利改善にも取り組んでまいります。

## 【書店粗利改善】雑誌買切（雑誌粗利改善施策）

### ■ 契約銘柄シェア（CX契約含む）



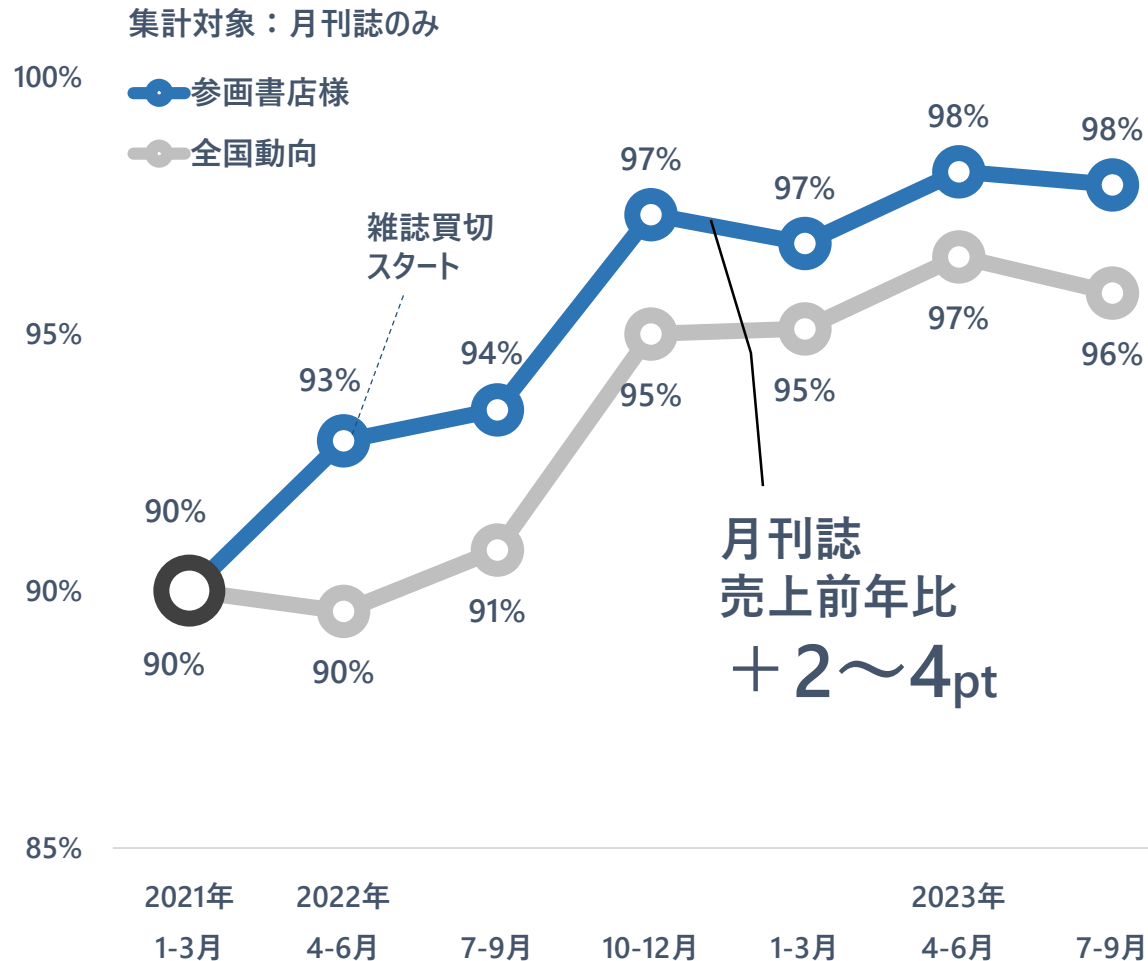
### ■ 書店様参画シェア（TSUTAYA様含む）



- ・契約点数は2023年11月期で計226誌、シェアは30.8%となりました。2023年8月以降、講談社様「栗原はるみ」など契約点数は14誌増えています。取り組みの売上効果、参画書店様の広がりなどをご説明し、各社様へのご提案を進めてまいります。
- ・参画書店様は、2023年11月期で計22法人、参画シェアは39.0%となりました。2023年9月以降、計14法人にご参画いただきました。  
(大阪水嶋書房様、啓文社様、JR東日本クロスステーション様、中日興業様、長倉書店様、西日本書店様、久美堂様、平柿文仙堂様、ふたば書房様、ブックス平沢様、ブックTOWN様、文学館様、本のがんこ堂様、有隣堂様)
- ・引き続き書店様に取り組み参画のご提案を行うとともに、参画済み書店様内でもお取り組み店舗拡大のご提案を行ってまいります。

## 【書店粗利改善】雑誌買切（雑誌粗利改善施策）

### ■ 雑誌買切参画書店様の月刊誌売上金額前年比の推移



・雑誌買切開始後の参画書店様の月刊誌売上金額前年比は、全国動向よりも平均して2~4pt上回って推移しております。

・ご参画いただいた出版社様からも「新しい読者の開拓に繋がっていると感じる」とお声をいただいております。

・Gakken様では、特にパズル誌と相性が良いことから、参画以降、書店様での販売期間に合わせて懸賞の応募締切日を変更いただきました。「店頭での延長販売により目に触れる機会が増え、これまでよりも多くの読者に手に取っていただけている」と効果を実感いただいております。

・今後も更なる契約点数拡大に向けて、引き続き出版社様と協議を進めて参ります。

## 【書店粗利改善】ご参画いただいた書店様の事例

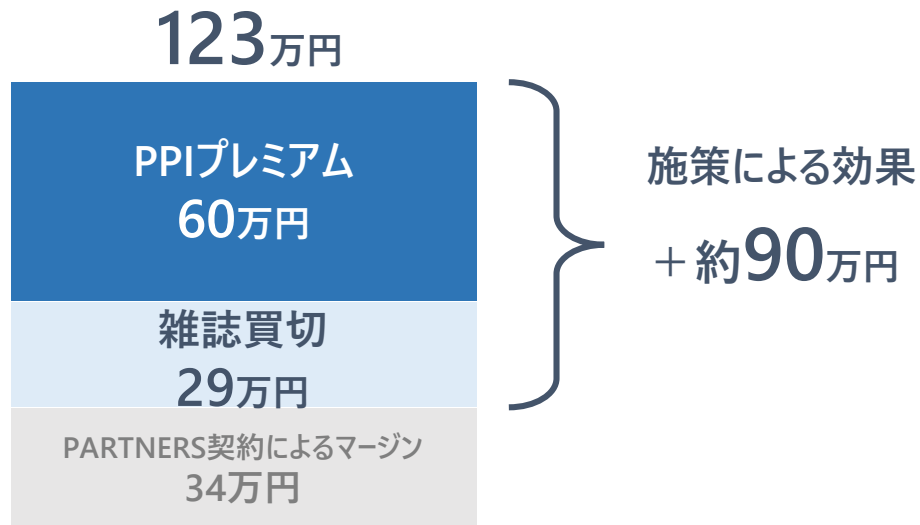
### ■ 書店粗利改善施策による効果

書籍マージン改善率(PPIプレミアムによる効果)	+ 0.9pt
雑誌マージン改善率(雑誌買切による効果)	+ 0.6pt

・PPIプレミアムおよび雑誌買切の両方にお取り組みいただいている書店様の場合、PPIプレミアムにより書籍マージンが+0.9pt、雑誌買切により雑誌マージンが+0.6pt改善しております。

### ■ 1店舗あたりの年間粗利改善額

月商1,000万円の書店様の場合



・取り組みによる改善効果を金額に換算すると、月商1,000万円の書店様の場合では、年間の粗利改善額が約90万円増加したことになります。

・更なる書店様の粗利改善に向けて、引き続き店頭施策のご提案、および出版社様との協議を継続してまいります。

## 【書店運営コスト負荷軽減】完全無人書店「ほんたす」による実証実験

### ■ 無人運営で人件費を抑えた書店モデルに挑戦

2023年9月、持続可能な新しい書店モデルとして完全無人書店「ほんたす ためいけ 溜池山王メトロピア店」をオープンいたしました。生活者と本とのリアルなタッチポイント創出に向けて、無人運営で人件費を抑えた書店モデルの確立に挑戦しています。将来的にはお取引先の書店様にもソリューションとして提供してまいります。

### ■ 会員数は6,000人超、ロスやトラブルはゼロ

LINEを活用した入退店管理システムを採用しており、現在会員数は6,000人を超えています。入退店管理に加え、非常時のサポート体制の構築により、営業時間中の完全無人運営を実現。防犯面においてもオープンから3か月で商品のロスはゼロ、無人に起因するトラブルも発生しておりません。入店されたお客様の買上率は5割を超えており、順調なスタートとなっております。

### ■ お客様のニーズをタイムリーに反映

より“ふらっと”立ち寄りたくなる店舗を目指し、お客様のニーズに合わせてタイムリーに改良を重ねています。狭小店舗ならではの機動力を活かし、売場構成や品揃えを定期的に変え、アイテム数は800点から4,000点まで拡大。サービス面でも、来店ポイント制の導入や、店頭在庫検索・取寄機能の実装など、顧客視点でより利便性を高める改良を実施しております。





## 【書店運営コスト負荷軽減】NOCS 0 の利用促進

### ■ 書店向け発注プラットフォーム「NOCS 0」を提供

各種運営コストの上昇が書店経営を逼迫させている現状を受け、運営コストの負荷軽減を目指し、2023年9月に“誰でも・どこでも・無料で”利用できる書店向け新発注プラットフォーム「NOCS 0（ノックス・ゼロ）」の提供を開始いたしました。導入いただいた書店様からは好評の声をいただいております。現在、1,600を超える書店様にご利用いただいております。

### ■ 導入いただいた書店様からの声

今まで発注は電話やFAXで行っていた書店様やPC操作に慣れない書店様からは、「スマホでの発注も可能なので、紙で保留することなく、すぐに発注ができ大変便利になった」という声をいただいております。また、既存サービスである「NOCS 7」を利用している書店様からも「PCのあるレジから遠い棚で欠品を発見したときその場で発注でき、作業効率が上がった」、「お客様から問い合わせをいただいたらその場で店着日の目安を回答できサービスの向上につながっている」といった声をいただいております。

< NOCS 0 導入実績 >

計 **1,600** を超える書店様が導入

スマホでの発注も可能なので、紙で保留することなく、すぐに発注ができ大変便利になった  
(東京都・駅前書店)

お客様から問い合わせをいただいたらその場で店着日の目安を回答できサービスの向上につながっている  
(新潟県・外商店)

PCのあるレジから遠い棚で欠品を発見したときその場で発注でき、作業効率化につながっている  
(長野県・郊外書店)

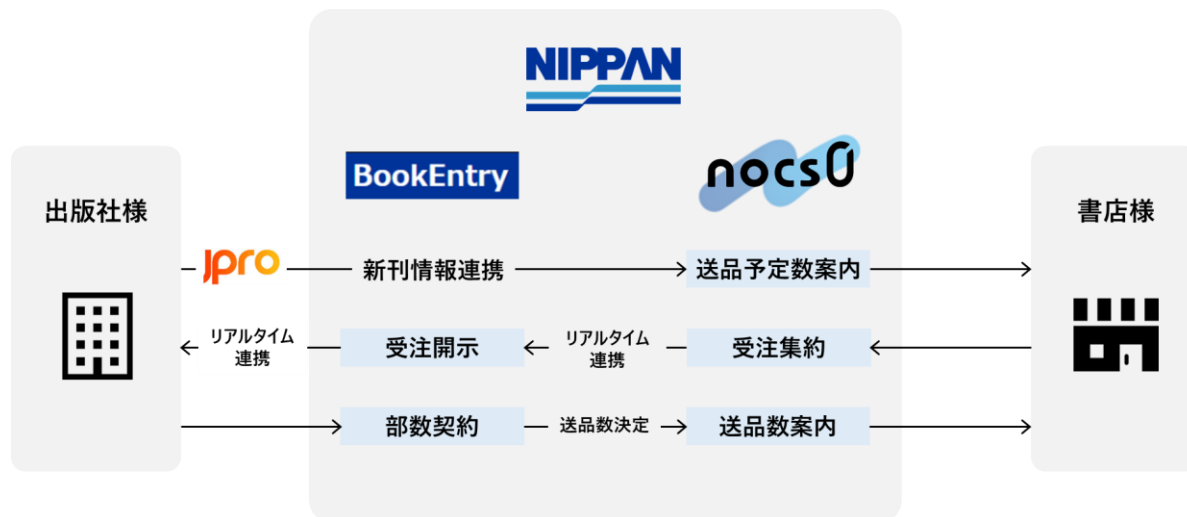


## 【流通スキームの見直し】NOCS 0の新機能開発

### ■「NOCS 0」で新たに「事前申込」機能を開発

書店向け発注プラットフォーム「NOCS 0」を更なる業務効率化にお役立ていただきたいという思いから、新たに「事前申込」機能を、2024年夏に稼働いたします。将来にわたって出版流通を持続させるための取り組みとして、出版業界の業務DXを進めることで、業界三者の業務負荷軽減と売上向上に一層貢献してまいります。

<「事前申込」機能>



### ■「事前申込」機能のポイント

① すべての商品(※)の事前申込が可能に

“誰でも・どこでも・無料で”ご利用いただける「NOCS 0」から、すべての書店様が、発売前のすべての商品を事前にお申し込みできるようになります。

※書籍、雑誌、コミックス、開発品。流通販路が限定された商品、情報解禁日が設定されている商品等は除く。

② 発注業務がさらに簡易に

新刊の店頭在庫分と客注分のお申し込みが「NOCS 0」で完結。発売前に送品予定数を確認できることにより、書店様の業務を効率化します。電話やFAXでのお申し込みをデジタル化することで、出版業界全体のDXにも貢献。

③ 書店様からのお申し込みを出版社様へリアルタイムで連携

書店様が「NOCS 0」からお申し込みすると、出版社様は「BookEntry」からリアルタイムで確認いただけます。これにより、発売前の需要を確認しながら、宣伝や広告、売場での販売促進に力を入れることも可能になります。

## 【書店経営の持続】サマリー

### 集客・増売

- ・各種取り組みの積み重ねにより、2023年夏頃から店頭売上は書籍を中心に回復基調となってきています。
- ・計13回の「バズコレ」で40万名のお客様を書店に誘導、約4.7億円の売上を創出しました。
- ・日販の取引書店における「BOOK MEETS NEXT」取り組み店は、売上前年比の期間前後差が+1.6ptとなりました。
- ・ESG経営のもと「ブックサンタ」を推進し、参画書店は昨年の上2倍以上に、寄付冊数は目標としていた8万冊超えを達成しました。
- ・店頭での企画展開の活性化を目的に、書店参加型の著者講演会を実施。直近では今村翔吾氏のトークイベントを開催しました。
- ・新たな客層にリーチする売場づくりとして、海外BL作品やインバウンド需要を狙った「コミック1巻」施策の展開を実施しています。
- ・文具売場をより質の高いものにするため、社内で「文具営業トレーニング」を実施。文具の店頭売上好調につながっています。

### 書店粗利改善

- ・PPIプレミアム参画書店様の平均マージンは、目標30%に対して27.6%となりました。
- ・雑誌買切参画書店様の平均マージン改善率は、目標+2.5%に対して+1.4%となりました。
- ・施策による改善効果を金額に換算すると、月商1,000万円のお店の場合、年間の粗利改善額が約90万円増加したことになります。

### 書店運営コスト 負荷軽減

- ・「ほんたす」で無人運営による人件費を抑えた書店モデルに挑戦。会員数は6,000人超え、ロスやトラブル発生はゼロとなっています。
- ・NOCS 0 は1,600を超える書店様にご利用いただいております、多数の好評の声を頂戴しています。

### 流通スキームの 見直し

- ・NOCS 0 とBookEntryを連携し、新たな「事前申込」を2024年夏に稼働いたします。



## 【配送課題の解決】 配送コース再編

### ■ ダッシュボード

トラック走行距離  
(取り組みコースにおいて)

▲1,550km/日

2022年度 ▲1,196km/日 +  
2023年度10月累計 ▲354km/日

トラック積載率

+10%

2023年3月比 +2%

CO<sub>2</sub>排出量  
年間削減効果  
(累計)

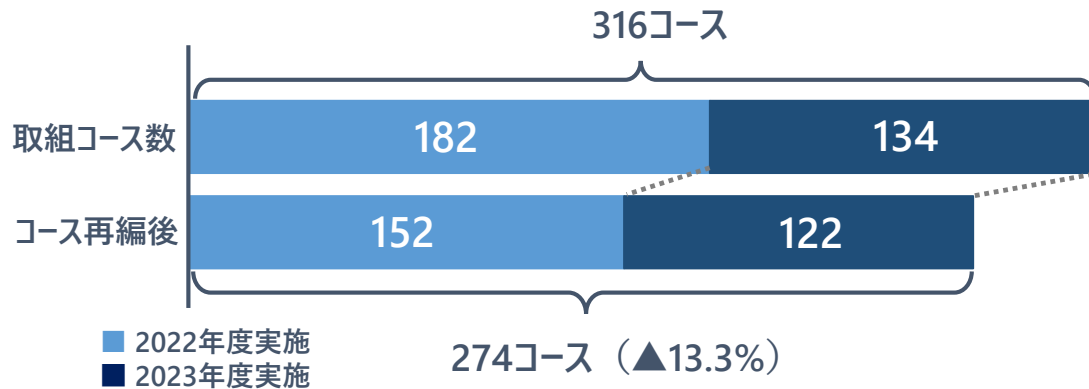
▲612t-CO<sub>2</sub>

2022年度 ▲413t-CO<sub>2</sub> +  
2023年度10月累計 ▲199t-CO<sub>2</sub>

- ・2023年度は10月までに、自家配エリアで9コース（首都圏6、名古屋2、兵庫1）、共配エリアで3コースの計12コースを削減しました。
- ・削減コース数は、2022年7月の第一弾から今年度10月までの累計で42コースとなりました。
- ・その結果、自家配エリア全体での累計実績は左記のようになり、今年度も効果の積み上げを図っています。
- ・今年度末までにあと数コースの削減を見込み、取り組んでおります。

## 【配送課題の解決】 配送コース再編

### ■ 配送コース削減状況



### ■ 自家配エリアの走行距離・積載率の実績（取り組みコースにおいて）

	再編前	再編後	改善幅
トラック走行距離（km/日）	19,126	17,576	▲1,550
積載率	30%	40%	+10%

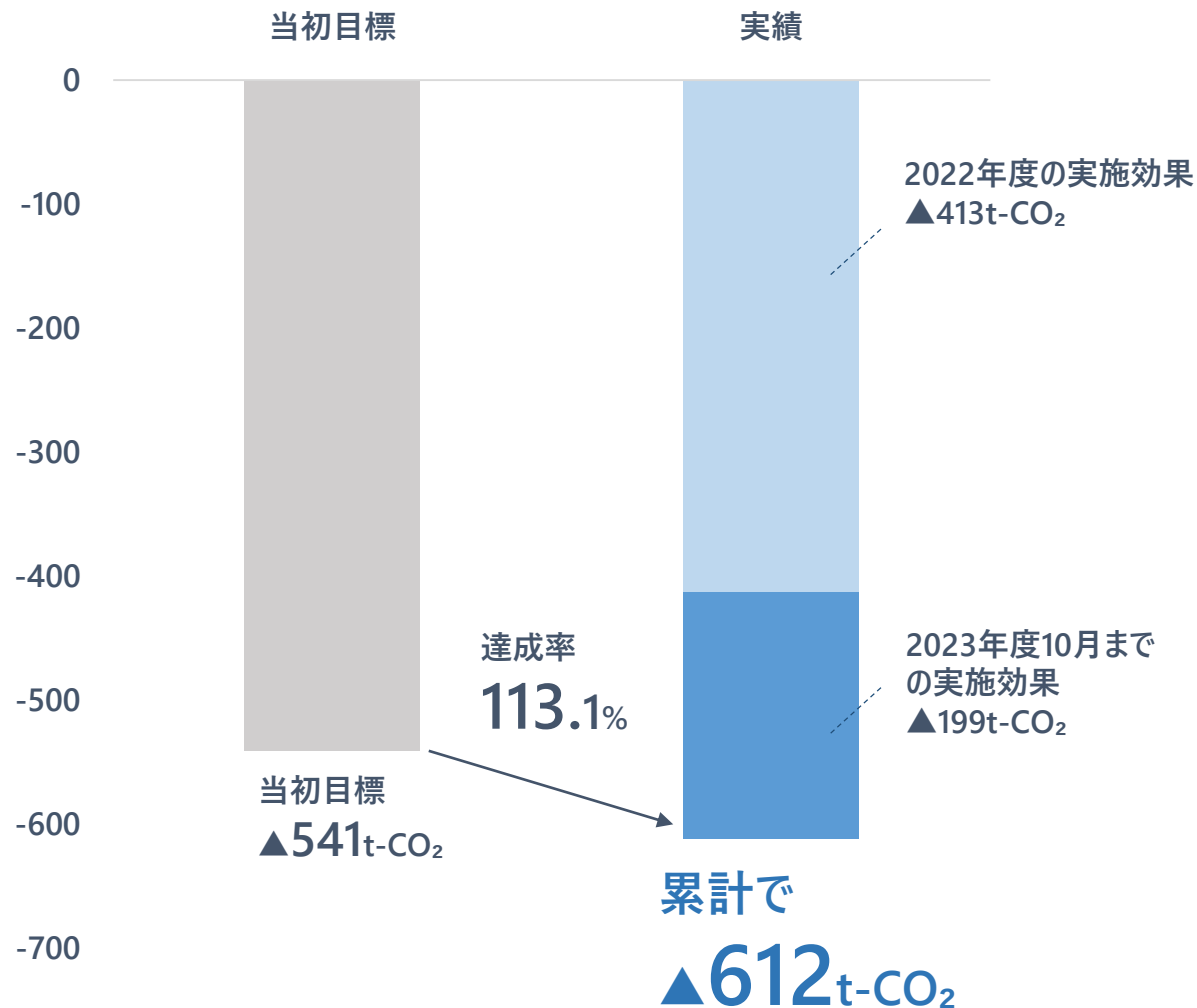
・両指標とも「業量減少」と「1台当たり配送軒数の限界」がある中で、納品時間指定等の緩和により、コース削減や配送経路見直しによる効果が出ています。

・一般的な営業用トラックの積載率は平均41%（※）で、これと比較しても一定の水準になったと考えます。※国土交通省 自動車輸送統計月報（2022年12月）

- ・左表は2022年7月～2023年10月の累計実績となりますが、316→274コースのうち、首都圏自家配エリアは235→199コース（▲15.3%）となっています。
- ・名古屋・関西及び共配エリアにおいては、今期81コースで取り組み、計6コースの削減（▲7.4%）を実行しました。
- ・業量減少によって配送効率が悪化する中で、運送会社様と共に効率向上を目指した結果、人件費や燃料費など上昇する社会コストの一部を抑制することができています。
- ・トラック走行距離は▲1,550km/日、積載率は+10%の改善効果となりました。
- ・今後も効果が見込めるエリアの調査・実施に、引き続き取り組んでいきます。

## 【配送課題の解決】 配送コース再編

### ■ 自家配エリアコース再編による CO<sub>2</sub>排出量年間削減効果



- ・2022年度に実施した配送コース再編によるCO<sub>2</sub>排出量年間削減効果は▲413t-CO<sub>2</sub>となりました。
- ・上記に加え、2023年度は10月までの実施効果で▲199t-CO<sub>2</sub>となり、累計で▲612t-CO<sub>2</sub>となりました。
- ・当初目標▲541t-CO<sub>2</sub>に対する達成率は113.1%です。2022年度1年間で掲げた目標を約1年半で達成したことになります。
- ・ドライバーの労働時間内に配送できる軒数の上限、あるいはその他の配送上の制約等の関係で時間を要しましたが、多くのお取引先様にご協力をいただき、一定の成果を上げることができたと捉えております。

## 【物流最適化】物流再編プログラム



所在地：埼玉県新座市中野1丁目13-20

延床面積：7,670坪

主要業務：文具雑貨商品等の保管および仕分・出荷  
出版社様からの物流受託事業の拡張  
他社からの物流業務受託（3PL）

物流再編プログラムの第一弾として2024年秋に埼玉県新座市に新拠点を開設します。  
新拠点の詳細は弊社ホームページの[プレスリリース](#)をご確認ください。

### ■ 新拠点の特徴

- 1. 出版物のみならず様々な商材の物流業務が可能**  
文具・雑貨など様々な商材の物流機能を拡張・効率化します。併せて、グループで行っている出版社様の在庫保管・出荷業務や他社の物流受託など、幅広い物流ニーズに応えることができます。
- 2. ロボティクスを導入し生産性を飛躍的に向上**
- 3. グループ共通の倉庫管理システムにより柔軟な物流サービス提供を可能に**
- 4. 拠点集中による効率化と出版社様倉庫との連携**  
半径3km圏内に拠点集中することで拠点間輸送の短縮、人員の融通などが可能になります。また出版社様の倉庫にも多く近接し、将来的な物流連携の検討を開始しています。
- 5. 耐震性や遮熱性、遮音性に優れた拠点、災害時には近隣住民への支援も**



## 【物流最適化】物流再編プログラム

今回開設する新拠点においては、ラピュタロボティクス株式会社が提供する最新鋭の自動倉庫「ラピュタASRS」を導入予定です。



自動倉庫「ラピュタASRS」

### ■ 導入の背景

ラピュタロボティクスは、「ロボットを便利で身近に」をビジョンに掲げ、世界でも最先端の制御技術および人工知能技術を活用した次世代クラウドロボティクスプラットフォームの開発と、ロボットソリューションの開発・導入・運用支援を行っている企業です。

新拠点の検討で、物流プロセスの最適化と効率化への期待から、同社が提供する自動倉庫「ラピュタASRS」に着目しました。複数台のロボット群制御による圧倒的な生産性の実現や、ブロック工法による需要に合わせた倉庫の拡張・ロボットの追加が可能であり、日販とラピュタロボティクスがお互いに物流（倉庫）現場における課題解決に向けて、「共創」を目指していく点において両社のコンセプトがマッチしたこともあり、このたびの導入に至りました。

日販とラピュタロボティクスは、自動倉庫「ラピュタASRS」を活用し、今後出版物をはじめとした様々な物流の高度化に向けて積極的に取り組んでまいります。

## 【流通の持続】サマリー

### 配送課題の解決 （配送コース再編）

- ・2023年度は10月までに、自家配エリアで9コース（首都圏6、名古屋2、兵庫1）、共配エリアで3コースの計12コースを削減しました。
- ・削減コース数は、2022年7月の第一弾からの累計で42コースとなりました。
- ・人件費や燃料費など上昇する社会コストの一部を抑制することにつながっています。
- ・トラック走行距離は▲1,550km/日、積載率は+10%の改善効果となりました。
- ・CO<sub>2</sub>排出量年間削減効果は、累計で▲612t-CO<sub>2</sub>となり、当初目標▲541t-CO<sub>2</sub>に対して達成率は113.1%となりました。

### 物流最適化 （物流再編プログラム）

- ・物流再編プログラム（※）の第一弾として、2024年秋に埼玉県新座市に新拠点を開設します。
- ・新拠点では、出版物のみならず様々な商材の物流業務を可能にし、幅広い物流ニーズに応えていきます。
- ・物流プロセスの最適化と効率化への期待から、ラピュタロボティクスが提供する最新鋭の自動倉庫「ラピュタASRS」を導入予定です。
- ・ロボティクスの導入により、生産性を飛躍的に向上させます。

※[「出版流通改革レポート vol.7」](#)のp.22,23を参照

## 当初計画進捗

	テーマ	2023年11月期（対2023年3月期）	2024年3月期目標	今後の動き
取引構造改革	書籍粗利改善 ※TSUTAYA様7掛けスキーム含む	<ul style="list-style-type: none"> <li>・出版社様シェア 44.9% (+6.9pt)</li> <li>・書店様シェア 49.4% (+0.2pt)</li> <li>・マージン（平均） 27.6% (+0.0pt)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・出版社様シェア 50.0%超</li> <li>・書店様シェア 70.0%超</li> <li>・マージン 30.0%超</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・マージン増加に向けて参画書店様でのお取り扱い拡大について出版社様にご提案中</li> </ul>
	雑誌粗利改善 ※CX契約含む	<ul style="list-style-type: none"> <li>・契約銘柄シェア 30.8% (+2.6pt)</li> <li>・書店様シェア 39.0% (+3.5pt)</li> <li>・マージン（平均） +1.4%（-）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・契約銘柄シェア 50.0%超</li> <li>・書店様シェア 70.0%超</li> <li>・マージン +2.5%超</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・お取り扱い銘柄と参画書店様拡大についてご提案中</li> </ul>
	オープンデータプラットフォーム	<ul style="list-style-type: none"> <li>・CANTERA 23年10月に日販店定期誌データを追加し分析対象範囲が拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・CANTERAご利用出版社様、対象データ、サービス拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・分析メニューの追加、改善により分析精度、利便性の向上を図る</li> </ul>
	流通スキームの見直し ・既存業務デジタル化による効率化 ・マーケットニーズに対応した失注の抑制	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Web仕入受付「BookEntry」雑誌・コミックメニューの開発完了</li> <li>・ネットワーク在庫 10月から新たに8社が参画し、計15社稼働に</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・精度の高い商品供給と業務コストを抑えた運用体制の実現</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「BookEntry」利用率100%に向けた促進</li> <li>・24年夏の「事前申込」稼働のための開発</li> <li>・24年1月より、新たに3社様と取組開始予定</li> <li>・取り組み拡大に向けてご提案を継続</li> </ul>
サプライチェーン改革	配送コース再編 配送のオープン化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・2023年度は、自家配エリアで9コース（首都圏6、名古屋2、兵庫1）、共配エリアで3コースの計12コースを削減</li> <li>・削減コース数は、2022年7月の第一弾からの累計で42コースとなった</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コース再編の一定の成果を振り返り、今後の持続可能な配送網の姿を提示</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・首都圏・関西の自家配エリアは、2023年度中の追加実施を目指して進行中</li> </ul>
	物流再編プログラム	<ul style="list-style-type: none"> <li>・2024年秋に開設する新拠点について発表</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・2024年新拠点が提供するお客様への価値について提示する</li> <li>・経年劣化が進む出版流通を高度化された物流へと進化する計画を提示する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今回導入するロボティクスや管理システムをこの先5年程度をメドとして順次、他のグループ拠点に展開して物流機能を整理、統合、進化させていく計画</li> </ul>

# 【データ集】PPIプレミアム 参画社一覧

## < 出版社様（36社） >

社名	開始時期	社名	開始時期
ポプラ社様	2019年4月	フランス書院様	2022年4月
TAC様	2019年10月	ベレ出版様	2022年4月
翔泳社様	2020年4月	三笠書房様	2022年4月
童心社様	2020年4月	池田書店様	2022年7月
インプレス様	2020年10月	三省堂様	2022年10月
SBクリエイティブ様	2020年10月	サンマーク出版様	2022年10月
新星出版社様	2020年10月	TOブックス様	2022年10月
スターツ出版様	2020年10月	主婦と生活社様	2023年2月
平凡社様	2020年10月	小学館様	2023年3月
PHP研究所様	2021年1月	誠文堂新光社様	2023年4月
徳間書店様	2021年4月	幻冬舎様	2023年4月
KADOKAWA様	2021年10月	河出書房新社様	2023年7月
光文社様	2021年10月	主婦の友社様	2023年9月
サンクチュアリ・パブリッシング様	2021年10月	日経BPマーケティング様	2023年10月
世界文化社様	2021年10月		
東洋経済新報社様	2021年10月		
扶桑社様	2021年10月		
フレーベル館様	2021年10月		
実業之日本社様	2021年12月		
講談社様	2022年2月		
明日香出版社様	2022年4月		
アルク様	2022年4月		

## < 書店様（34法人） >

法人名	開始時期	法人名	開始時期
リプロプラス（グループ書店）	2019年4月	飯田書店様	2023年10月
Y・space（グループ書店）	2019年10月	一清堂様	2023年10月
積文館書店（グループ書店）	2019年10月	大阪水嶋書房様	2023年10月
オー・エンターテイメント様	2021年10月	沖縄教販様	2023年10月
啓文社様	2021年10月	カサモ関口商店様	2023年10月
三省堂書店様	2021年10月	恵文社様	2023年10月
八文字屋様	2021年10月	S A S Y U様	2023年10月
ふたば書房様	2021年10月	白沢書店様	2023年10月
文教堂グループホールディングス様	2021年10月	タロー書房様	2023年10月
有隣堂様	2022年1月	西日本書店様	2023年10月
ザ・本屋さん様	2022年7月	平柿文仙堂様	2023年10月
ジェイアール西日本デイルーサービスネット様（ブックスキヨスク様）	2022年7月	ブックス平沢様	2023年10月
須原屋様	2022年7月	山三ふじや様	2023年10月
多摩興産様（天一書房様）	2022年7月	ローソンエンタテインメント様	2023年10月
都野書店様	2022年7月		
長倉書店様	2022年7月		
成田本店様	2022年7月		
本のがんこ堂様	2022年7月		
リアリアル様	2022年10月		
京王書籍販売様（啓文堂書店様）	2023年4月		



## 【データ集】用語一覧

語句	意味
PPIプレミアム	日販が取り組む低返品・高利幅スキームの名称。売上拡大・低返品・コスト削減により得られたプロフィットを書店様に還元することで、取り組み書店様の書籍マージン30%を実現する。日販は書店様へのプロフィット還元へ責任を持つリスクを負って、目標達成に向けてスキームの舵取りを行う。
雑誌買切施策	時限再販、非再販の雑誌を返品不可、買切扱いとし、書店様マージンを高めるスキーム。取り組み書店様は、取り組み銘柄を最新号発売以降も、バックナンバー販売し、獲得したマージンを原資に割引販売し、売り切りを目指す。
オープンデータプラットフォーム	「流通量の最適化」「出版社様の業務/取次コストの縮減」を実現するための基盤となるもので、出版業界のマーケティングツールとして普及・標準化を目指す。
流通スキームの見直し	業界全体のコスト削減・収益改善を図る取り組みのこと。具体的には、仕入部数契約業務のデジタル化や、店頭への最適な商品供給体制の構築に取り組む。
BookEntry	出版社様の搬入情報の登録や部数契約などの一連の業務をオンラインで完結できるプラットフォーム。これにより出版社様と日販の業務コストを削減する。
ネットワーク在庫	ネットワーク上で出版社様・書店様・取次の三者の在庫をリアルタイムに連携すること。お客様の注文にタイムリーにお応えできる状態の実現を目指す。
デジタル印刷技術（POD）を用いた取り組み	市場在庫が僅少な商品を対象として必要数を事前に予測して製造と供給を行う取り組み。
バズコレ	ゲームやアニメなどのコンテンツとのコラボレーションを通じて書店から「バズ」を生み出し、集客につなげるシリーズ企画。コンテンツのファンを書店に誘導することで、ライトユーザーの獲得を目指す。
書店祭	日販が展開する書店の店頭販促企画のひとつ。出版社のコンテンツとコラボレーションし、書店への来店頻度が比較的高い既存のお客様のさらなる来店頻度向上にアプローチする。
BOOK MEETS NEXT	一般財団法人 出版文化産業振興財団が運営事務局となり、書店や出版社・販売会社など、本に関わる人が一丸となって「読書」を盛り上げる出版業界の一大キャンペーン。
ブックサンタ	NPO法人チャリティーサンタが全国の大変な境遇に置かれた子どもたちに本を贈るため書店と連携してスタートした社会貢献プロジェクト。本を贈りたいと思った人が書店などで本を買くと、チャリティーサンタをはじめとした全国数百のNPOを通じて、子ども達へ本のプレゼントが届く。2017年に、NPOチャリティーサンタと日販との間で企画が誕生し、日販は発足当初から運営メンバーとして参加。

## 【データ集】用語一覧

語句	意味
ほんたす	日販が運営する完全無人書店。2023年9月に、1号店となる「ほんたす ためいけ 溜池山王メトロピア店」をオープン。LINEを活用した入退店管理システムの採用や、サポートセンターの設置などにより、防犯トラブルのない完全無人運営を実現。持続可能な新しい書店モデルの構築を目指す。
NOCSO	書店様向けの新しい発注システム。機械操作に慣れない人にも操作しやすい使用感や商談先でも使える仕様にする事で、書店運営コストの負荷軽減を目指す。
配送コース再編	現地配送の効率の悪さを改善し、出版配送を持続可能な形にするため、運送会社様とともにお取引先様のご協力を仰ぎながら、最も効率が良くなる配送コースへと組み替える取り組み。
自家配送	各取次会社ごとに個別で配送を行うこと。
共同配送	取次会社共同で同じトラックに荷物を載せて配送を行うこと。
ラピュタASRS	「ロボットを便利で身近に」をビジョンに掲げる、ラピュタロボティクスが提供する自動倉庫。複数台のロボット群制御による圧倒的な生産性の実現や、ブロック工法による需要に合わせた倉庫の拡張・ロボットの追加が可能。

過去の出版流通改革レポートは、以下よりご確認ください。

[Vol.1](#)

[2021年9月1日発行](#)



[Vol.2](#)

[2021年12月1日発行](#)



[Vol.3](#)

[2022年3月1日発行](#)



[Vol.4](#)

[2022年7月13日発行](#)



[Vol.5](#)

[2022年10月19日発行](#)



[Vol.6](#)

[2023年1月25日発行](#)



[Vol.7](#)

[2023年8月25日発行](#)



日販は今後も、定期的に出版流通改革レポートを発信予定です。この先の未来にも、街に書店様と本があり続ける世界をつくるため、出版流通改革へのご理解ご協力のほど、何卒宜しくお願い申し上げます。

日本出版販売株式会社 社長室広報課 吉野  
TEL.03-3233-3829 FAX.03-3233-6045  
E-mail:press@nippan.co.jp