

宝島社 コンビニ商品強化！

**セブン-イレブン & セブンネットショッピングにて
19万部突破の人気ブランドリュック 限定パッケージで発売！**

～空前の透明ブーム！出版物にも！？～

ファッション雑誌販売部数トップシェア(※1)の株式会社宝島社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:蓮見清一)は、マルチメディア商品『moz BIG BACKPACK BOOK special package』を7月3日(火)、コンビニエンスストア「セブン-イレブン」と「セブンネットショッピング」限定パッケージで発売します。

本誌は、2018年1月に発売した『moz BIG BACKPACK BOOK』を、コンビニエンスストアの売り場に合わせたパッケージにリニューアルした商品です。オリコン月間BOOKランキング「ファッション」ジャンルにて、**1位を獲得(※2)**。さらにグッズ「評価雑誌」『LDK』では、「付録批評」連載史上No.1リュックとして紹介され、現在累計19万部を突破しています。

これまで宝島社は、全国約6万8千店舗の書店・コンビニエンスストアを販路に持つ出版流通の強みを活かし、より幅広い層のお客様に、身近な売り場でお求めになりやすい価格で商品をお届けしてまいりました。美容グッズ、調理器具、玩具、健康・ダイエットグッズなど、従来の出版物の枠にとらわれない様々な商品を、出版流通で販売することで、ヒットを生み出しています。

今回、「陳列しやすいパッケージにしてほしい」というコンビニエンスストアさんや、「箱型だと実際の商品が見えないので不安」という読者からの声を受け、陳列しやすく、付録が実際に見えるパッケージを開発。スケルトンのスマホケースやペンケース、クリアバッグ、メイソンジャーなど、今、若者の間で透明ニーズが高まっていることから、オシャレな透明のパッケージに仕上げました。

宝島社は、「人と社会を楽しく元気に」を企業理念に、コンテンツメーカーとしてお客様に喜ばれる良質なコンテンツを企画・提供し、強みである組織的なマーケティング力を活かして、様々な業界の活性化に尽力してまいります。

(※1)日本ABC協会 雑誌発行社レポート2017年下半期(7～12月)より
(※2)オリコン2018年2月度月間BOOKランキングファッションジャンル1位

**透明のパッケージ“バックバッグ”で
商品が見えるようにしました！**



『moz BIG BACKPACK BOOK』



『moz BIG BACKPACK BOOK special package』

- ★異例の重版 **19万部突破！**
- ★セブンネット5段階評価 **4.7獲得！**
- ★オリコン2018年2月度月間BOOK
ランキングファッションジャンル **1位**
- ★グッズ評価雑誌「LDK」にて「付録批評」
連載史上**No.1リュック**として紹介

取り扱い:セブン-イレブン・セブンネットショッピング

※一部、取り扱いのない店舗があります

**シリーズ累計
79万部突破！**



『よく見える！よく読める！
ルーペメガネ BOOK』



『出版社が作ったよく見える！よく読める！
ルーペメガネBOOK 拡大鏡』

ルーペメガネは書店では積み上げやすいB5
サイズから、コンビニの売り場に合わせた縦型
ボックスへリニューアルし、6/4より発売中！

取り扱い:ローソン、ファミリーマート、サークルKサンクス、セイコーマート、ポプラ

※一部、取り扱いのない店舗があります

美大出身
マルチメディア編集部

新人女性編集長 お仕事のひ・み・つ

美大出身・新人編集長！子どもの頃の夢“絵描き”も実現！

物心ついた頃から絵を描くことが大好きで、**将来の夢は「絵描きさん」**でした。ある日、自分の顔を落書きでぐちゃぐちゃにしていた私に母が声をかけると、「もう描くところがないの・・・」と悲しそうにつぶやいたそうで「落書きしていいふすま」を与えられました。美大生時代は、4年間常に睡眠不足で制作に没頭。卒業後すぐに宝島社にアルバイトとして入社しました。2015年にお笑い芸人のどぶろっくさんの書籍を担当した際、ラフで描いたイラストを気に入っていただき、そのまま本の中で採用されたんです。その時は、幼少期の夢が叶ったと思いました。その後も、ミュージックビデオ「言いたい事がある」のイラストを担当させてもらい、良い思い出です。



書籍『〇〇な女』より 2015年3月4日発売

地方もリサーチ！毎日バッグの形・ロゴを数える！



外出が多いので、毎日移動しながらひたすら**人のバッグを見て数を数えています**。流行をつかむのが比較的早い都内でよく見るものを商品化することが多いですが、**地方の人たちの声も大切**。ロゴの大きさの好みや柄など、都内と地方ではまるで違うんです。付録は必ず、ターゲット層に近い20名以上に意見を聞くようにしています。ひとりよがりにならないよう**“地方在中の友達”からもリサーチ**することが大切なんです。

編集部員に「お題」を出して企画の精度アップ！

元々制作に没頭タイプだったので、新人の頃は本作りに時間を費やしてしまい、**週1の会議に全然アイデアが出せなかった**んです。その反省を活かし、今は**毎週部員に“お題”を出す**ことにしています。「ランキングTOP100の本から発想した企画」「60代ミセス向けの企画」など。会議の内容を具体的にすることで、企画の精度が上がったように感じます。また、時間の使い方を変えたんです。編集長になったばかりの頃はデスクワークで1日が終わっていたんですが、いろんな人に積極的に**“直接会う”**ことをはじめました。人に任せられる部分はお願ひして、自分は手を動かさない。堀江貴文さんの著書がヒントになったんですけどね。

SNSも駆使！“ほぼ日刊 皆川新聞”の配信も！？

S N Sを積極的に活用しています。2014～2015年にふなっしーの本を計10冊担当した際は、**ツイッターで「ふなっしームック制作隊」というアカウントを作って、5,000人のファンと毎日やりとり**をしていました。交流することでわかることがたくさんあって、企画のヒントになりました。現在は**誌面と連動させたInstagramキャンペーン**を実施し、付録写真の拡散を狙ったり。編集長になってからは特に、部員に共有することを意識しています。専門誌などの切り抜きをファイリングし、ふせんとマーカーを付けて回覧したり、狙い目のジャンルや他社の宣伝方法など、参考になりそうなことを短文で**「ほぼ日刊 皆川新聞」**というタイトルで部員にメールしています。



アジョリー ディレクター 阪田亜希さん コメント

皆川さんから本のお話をいただいたときは飛び上がるほど嬉しかったです。全国の書店で発売していただくことで、「世間に認められたんだな」という実感がありました。Instagramでの反響がとてつもなく、新規のお客様もたくさんお店に足を運んでくださいました。ブランドの商品とはまた一味違う、キャッチィさのある付録はお見事です！

マルチメディア局編集長 皆川祐実(みなかわ・ゆうみ)

栃木県生まれ。多摩美術大学美術学部情報デザイン学科にてデザインを学び、21歳42名の遺言書を集めた卒業制作「21歳の遺言」で、銀賞を受賞。2008年4月宝島社入社、マルチメディア編集部配属。2017年2月より現職。

