

マクラ・メガネ・リュックが
書店＆コンビニで大人気！



宝島社、コンビニ商品強化！ 専用パッケージ続々開発！

ファッション雑誌販売部数トップシェア(※)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『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』(2018年6月4日発売)と、『moz BIG BACKPACK BOOK special package』(2018年7月上旬発売予定)を、コンビニエンスストア専用パッケージで販売します。

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からの声や、「箱型だと実際の商品が見えないので不安」という読者の声を受け、陳列しやすく、付録が実際に見えるパッケージを開発しました。

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。

※日本ABC協会 雑誌発行社レポート2017年下半期(7~12月)より

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！



『よく見える！よく読める！
ルーペメガネBOOK』

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



『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』

リュックは透明のパッケージで
商品が見えるようにしました！



『moz BIG BACKPACK BOOK』『moz BIG BACKPACK BOOK special package』

※セブンイレブンPB商品



2枚目では
新人編集長紹介！



宝島社
マルチメディア局
編集長 清水弘一

お年寄りの方がお布団を買い替えたいけど購入するのが大変という声を聞いて書店やコンビニで簡単に買えればと考えお布団つきに本を企画！圧縮技術が進んでいるのでいけると思ったのですが、サンプルが1mを超えてしまい失敗したこと…。お布団のリベンジとして、お医者さんと一緒に低反発マクラを開発しました！サンプルを10個以上首にフィットする硬さを試行錯誤し作成しました。購入の方から、たくさん感謝のお手紙が届いてます！
(お布団も、あきらめています！)

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年にお笑い芸人のぶる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。



『OOな女』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ィ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”を出すことになっています。「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いして、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”的配信も！？

SNS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り、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インスタグラム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。専門誌などの切抜きをファーリングし、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 阪本亜希さんコメント

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つたです。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。インスタグラムでの反響がとてもなく、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、キャッチー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。

