

市場の変化に負けず、楽天とともに 書店のための新しい仕組みを創出

「大阪屋栗田」
新体制
スタート

（株）大阪屋栗田
代表取締役社長
服部 達也



大阪府書店商業組合の皆様の平素からのご支援・ご協力に対し厚く御礼申し上げます。

弊社は5月25日に株主各位より増資を受け、楽天のグループ会社として新たなスタートを切りました。これに伴い経営も新たな布陣となり、書店の皆様にとって今まで以上に役に立てるよう邁進してまいります。

さて、今回の増資及び楽天グループ入りの目的は大きく三つございます。一つ目は取次業として皆様にご定して役務をご提供させて頂いたため、財務基盤の強化、二つ目はシステム開発、物流機能拡充への投資による書店様向けサービスレベルの向上、三つ目が楽天グループやDNPグループとのより深い協業による書店様支援インフラメニューの拡充になります。書籍流通に限らず、小売業界はマーケットの変化や急激な技術進化の波に晒さ

れ、大きな変革期を迎えようとしています。新しい技術による顧客/商品管理、キャッシュレス決済、ネット連携などの進化により、2020年代に向け、我々の業界においても様々な変革がもたらされるのが予測されます。楽天グループの持つ様々な経営資源を最大限に活用し、楽天と一体になって、新しい小売業のインフラを開拓すると同時に、書店様にとって導入しやすい仕組みをご提供することを使命として、大阪屋栗田一丸となって取り組んでまいります。

新しい組織ゆえに最初はとも多いかと思いますが、社員一同熱い思いで取り組んでまいりますので何卒よろしくお願いたします。

（株）大阪屋栗田
専務取締役
川村 興市



大阪府書店商業組合加盟店の皆様には、日頃からお世話になり、大変ありがとうございます。この度、当社MD本部と流通本部を担当することになりました。MD本部では、仕入れ業務

及び配本業務を見直し、必要な本をタイミング良く、効率的にお届けできる仕組みに改善する所存です。流通本部では、運賃高騰に対応して社内業務を見直し、コスト削減に取り組んでまいります。なかなか厳しい市況ですから、今までのやり方を踏襲するだけでなく、筋肉質の会社が変わらなければいけません。加えて、楽天サービスをメニュー一化して書店様との協力を構築することや、楽天の会員データや販促インフラを利用して、情報発信や売り伸ばしを演出していくことも模索したいと考えています。増資いただいた株主様と共に、新しい風を吹かせるべく、これからも精進してまいりますので、大阪エリアの書店様には、ご指導ご鞭撻の程、よろしくお願申し上げます。

（株）大阪屋栗田
取締役
金田 徹



大阪府書店商業組合加盟店の皆様には日頃から格別のお引き立てを賜り、厚くお礼申し上げます。この

度、取締役を選任され営業本部を管掌することになりました。

私は1962年東京で生まれ、出版業界は1985年から携わり、今年で34年となります。その中で営業は12年、関西には縁があり、4年間兵庫県の書店様にお世話になりました。当時は明石海峡大橋がまさに建設中で、開業も見ることができませんでした。趣味の一つに神社・寺社・仏閣巡りがあり、「西国三十三所巡礼」をすでに始めているところです。

さて、当社は五月から新体制となり、営業本部は大阪営業部・東京営業部・取引部の3部制へとスリム化。変化の激しい市場に対応する為、書店様目線での意思決定スピードを速める体制へと変化させました。重ねまして、出版流通は厳しい局面にありますが、取次事業の再構築に向け、これまで蓄積してきた販売データ・楽天ポイント・スマホアプリ等の武器をシンクロさせ、書店様の店頭売上上の創出と収益改善を実現して参ります。私の今期のキーワードは「挑戦」です。これまでの経験値を踏襲しつつ「ゼロ」からスタートする気構えで、大阪エリアの書店様と共に、何事にも取り組んで参ります。



大阪屋栗田が推進する 楽天ポイントカードとは？

大阪屋栗田が推進する楽天ポイントカードとは、会員数9690万人、日本最大級の会員基盤を持つ共通ポイントサービスです。大きな特徴は他社のポイントサービスに比べて発行されているポイント数が圧倒的に多いことです。2016年に楽天が会員に発行した楽天スーパーポイントは、年間2000億ポイントにものぼりました。また、すべての楽天会員がネットで購入しているため、インターネットを活用した販促活動ができ、その効果も非常に高いのが特徴です。

——楽天ポイントカードを導入するメリット

楽天会員の特徴として、楽天市場、楽天トラベル、楽天カード、楽天モバイルなどの楽天サービスを利用することで、すでにたくさんのお客さまが保有しているということがあります。楽天が会員に発行した楽天スーパーポイントは、以前はインターネット上の楽天サービスでしか使えませんでした。2014年から提携する書店舗でも利用できる「楽天ポイントカード」のサービスを開始しました。これにより、ネットで購入した楽天スーパーポイントを使って書籍や雑誌を購入する楽天会員の比率が非常に高く、店頭で付与するポイント（コスト）の平均4〜5倍のポイントが購買に利用（還元）されています。一例としては、商品購入時に普段は買わない雑誌、コミック、文庫などを貯まったポイントで「ついで買い」するお客さまが多く、結果、楽天会員でないお客さまの通常時の客単価に対して楽天会員の客単価は平均で350円程度、毎月大阪屋栗田

——書店販促アプリ
Readee PLUS+

が企画している販促キャンペーン時では600円程度高くなっており、客単価の高い楽天会員の集客と会員による購買が売上アップに貢献しています。また、楽天ポイントカードを導入することで、お客様の購買傾向を分析して販促施策につなげられるというメリットもあります。導入店舗には詳細な会員分析資料を定期的にご提供するとともに、大阪屋栗田が販促本部の役割を担い分析結果や今後の販促についてフィードバックを行っています。

う、楽天が提供するサービスを活用し書店販促アプリ Readee PLUS+を開発し、楽天ポイントカード導入店様に活用いただいております。アプリの機能としては、ポイントカード機能に加え、本の書評や、楽天会員や書店員によるブックレビュー、気になる本のブックマーク機能のほか、キャンペーンなどのお得情報をお客様のスマートフォンに直接プッシュ通知することにより、来店頻度が高くないお客様に対しても販促を強化し、集客を可能にしています。

——ポイントサービスの目的とは何か？

書店業界では、ポイントサービスを値引きと捕らえる傾向が強く、導入に積極的になれない書店様もまだ多いかもしれません。ポイントサービスの本来の目的は、お客様の年齢、性別、住所、来店頻度、購買商品情報といった顧客情報を管理し、お客様の嗜好を理解することにあります。こういったお客様情報を活用して販促を行い、集客をして売上をあげていくのがポイントサービスの導入する目的であるため、単なる値引きツールではなく、顧客情報と購買履歴を活用した販促ツールであると言え

スマートフォン普及にともない、小売業ではチラシやメルマガに代わり、アプリによる販促が主流となりつつあります。アプリに登録された顧客情報を利用することで年齢、性別、住所、購買履歴などをとくに対象者を絞った来店促進が可能で、大阪屋栗田では、一般書店様でもアプリを使った販促ができるよ

Readee PLUS+



楽天ポイントが
使える!貯まる!

Rakuten