

出版社・取次会社のための
書籍返品減少対策マニュアル

1982年1月

社団法人 日本書籍出版協会

社団法人 日本出版取次協会

まえがき

出版、取次、小売業界の流通改善諸施策は、企業本来のたてまえから考えれば、企業個々の知能を結集し、自己の手腕、力量において解決の道をさがすことが本筋であると思う。

しかし、この業界は明治20年代から取次業を中心として出版、小売業が成立してきたという、あまり例のない経過をたどり、今日的发展をむかえている。したがって問題は常に三者の合議によって、解決が図られてきたという経緯がある。その結果ややもすれば出版社、小売書店は取次店に強く依存し、取次店は両者の間にあって商品仕入、配送、集金といったパイプ役を果たし、通常の企業が果たす以上のサービスを提供するという重責をこなしてきたのである。このような三者の血の通った交流があったからこそ、日本の出版業界は世界に誇る成果をあげてきたのであり、このことは万人の認めるところである。しかし、現在の出版業界は消費の沈滞に加え、諸コストの高騰等により、在来の経営基盤の変革を図らなければ対応できない時代となった。今こそ三者は本来の企業の初心に戻り、自らの襟を正した経営を考え、流通の改善にも積極的にとりくまねばならない。当面業界三者共通の問題点である過剰返品に対する減少対策こそ、流通改善の基本であるとの結論を得て、下記の通りの諸施策を実施したい。

記

- (1) 当面、出版社、取次会社二者間で改善可能な問題点を抽出し、返品減少対策マニュアルを作成する(出版社・取次会社別、取引形態別)。
- (2) 出版社、取次会社はこのマニュアルにもとづいて、各企業毎に返品減少の諸施策を積極的に実行するとともに、一定基準を超える出版社に対しては出版・取次二社間における改善協議を随時行なっていく。この際ただ単に両者窓口だけの話し合いにとどめず、責任者を交えての協議が望ましい。
- (3) 出版社は、取次会社に商品を搬入したことで、販売がなされたとは考えず、その商品の効率販売が果たせるよう責任ある促進活動を行なうべきであり、また取次会社は出版社に責任を転嫁するような仕入を行なうべきではない。仕入れた以上は取次会社にも責任の一端があると考えるのが、返品減少の基本姿勢であろう。

Web2 「出版社・取次会社のための書籍返品減少対策マニュアル」(1982年1月)
社団法人日本書籍出版協会, 社団法人日本出版取次協会

I 出版社のための返品減少対策マニュアル

〔1〕 委託について

1. 新刊委託について

- (イ) わが国出版流通の特色である委託制度の一層の発展を前提として、これの健全な活用に留意する。
- (ロ) 新刊委託は見本配本を基調とし、十分な市場分析の結果により適正量の配本を行う。
- (ハ) 市場調査・分析の強化を図り、競合商品の過剰流通を回避する。
- (ニ) 内容・特性など類似の商品の書店における販売データを収集し、活用する。
- (ホ) 自社の配本パターン(または指定配本)を検討し推進する。
- (ヘ) 事前に書店の送本希望数を調査し、取次との協議により過剰送本を避ける。
- (ト) 同一商品の常備、長期等による重複配本を避ける。
- (チ) 「委託期限後入帳可能」などのスリップは使用しない。
- (リ) 新刊搬入は、ピーク時期をできるだけ避けて、返品を早期化を防ぎ販売効率を高める。
- (ル) 分野別の搬入日を検討するなど、流通量の均等化を図り、書店店頭での作業効果をたかめる。

2. 重・再版委託について

重版・再版委託等は原則として行なわない。

〔2〕 注文・買切・延勘について

1. 客注・書店の見込み注文等について

- (イ) 注文・買切・延勘品は返品不能が原則であることを書店に徹底する。
- (ロ) 注文の状況を勘案し、出版社の自主的な判断により送品する。
- (ハ) 取次の店売在庫の状況や流通の状態を把握しつつ、受注に対応する。
- (ニ) 書店の販売力を超えた、過度な受注のための販売促進活動は自粛する。
- (ホ) 客注専用スリップについては優先的に出荷する。

2. 教科書・採用品について

- (イ) 教科書・採用品は原則として返品不能であることを徹底する。
- (ロ) 的確な販売予測を行い、過剰送本を避けるよう努力する。
- (ハ) 同一地域における競合書店・生協間の調整を行い、過剰送本を避ける。

〔3〕 長期委託について

- (イ) 書店の販売力を的確に把握して販売計画をたてる。
- (ロ) 書店に商品内容を明示し、申込みを受けて取次と協議をする。
- (ハ) 補充スリップは使用しない。
- (ニ) 同一書店における常備品との重複を避ける。
- (ホ) 在庫処分に関連する出品は自粛する。

Web2 「出版社・取次会社のための書籍返品減少対策マニュアル」(1982年1月)
社団法人日本書籍出版協会, 社団法人日本出版取次協会

〔4〕 常備寄託について

- (イ) 常備店ならびに常備寄託品を厳選し、展示品の販売効率をたかめるよう努力する。
- (ロ) 常備寄託店とは、契約書を取り交わす。
- (ハ) 常備セットの画一化を避け、書店の状況に適応した出品内容とする。
- (ニ) 常備入替直前の補充送品をコントロールする。
- (ホ) 状況に応じて2年間の常備寄託の実施を検討する。
- (ヘ) 常備品についての展示義務の遵守を徹底する。
- (ト) コミック、ムック等は常備品の範囲から除外する。
- (チ) 送品運賃は申込者の負担とする。

Ⅱ 取次会社のための返品減少対策マニュアル

〔1〕 委託について

1. 新刊委託について

- (イ) 販売効率をたかめるため自主性ある仕入を行う。
- (ロ) 返品率が極度に高い版元に対し、協議のうえ部数の調整を行う。
- (ハ) 販売のためのE D Pシステムの開発をさらに研究し、販売データを出版社に提供する。(有料)
- (ニ) 配本データの補正を出版社と協議し、適正配本につとめる。
- (ホ) 類似商品の配本事例のデータを積極的に活用する。
- (ヘ) 出版社、書店との力関係による不適正な配本を回避する。
- (ト) 金融的要因による早期返品をチェックし、送本調整を行う。
- (チ) 搬入量の平均化に積極的に取り組む。

〔2〕 注文・買切・延勘について

1. 客注・書店の見込注文について

- (イ) 注作品は本来返品不能であることを、書店に対し徹底し、規制を図る。
- (ロ) 販売量に見合った補充・注文をするよう書店と協議する。
- (ハ) 注作品の書店配送の時間短縮を研究する。
- (ニ) 注文顧客への販売機会を失わないため、客注専用スリップ等の一層の活用を図る。

2. 教科書・採用品について

- 同一地域における競合書店・生協間の状況を把握し、過剰送本を避けるよう努力する。

〔3〕 長期委託について

- ㊦ 企画販売・フェアについては、市場分析を十分に行い、出版社と協議して、重複や非効率的なものは避ける。
- ㊧ 長期委託は申込店にのみ配本する。

〔4〕 常備寄託について

- ㊦ 常備寄託の契約書の締結の有無を確認する。
- ㊧ 常備寄託先書店の状況をよく把握し、出版社に情報を提供する。
- ㊨ 新規開店時の常備申し込みを厳選する。

〔5〕 その他

- ㊦ 書店別・単品別返品データの収集を徹底し、出版社へフィードバックするよう研究する。(有料)
- ㊧ 書店に対して私製返品伝票を使用しないよう要請する。
- ㊨ 取次間における重複送本等の競争を自粛する。

あ と が き

このマニュアルは、最近における出版流通の混乱や非効率的な流通コストの増大化の主要因となっている過剰返品状況の改善を図るため、出版社と取次会社がそれぞれの実際活動のなかで、実行すべき返品減少の諸対策のために作成した。

また、問題の性格上、当面3年程度の有効性を考慮して検討したが、その実施により総体の返品量が概ね30%以内に止ることを目標とし、期待するものである。