販促に選ぶ楽しさ

4人のおじさん 1ヵ月で重版に

ンスタ映え」ならぬ「書店映え」を狙った取り組みが広がったりして少しでも店頭で目立たせようという試みだ。キャンをあしらったデザイン性の高い帯を複数用意したり、アイ

る従来の帯とは異なり、同じ本でも選ぶ楽しさも提供する。月で重版につなげるケースもある。

柏書房の「パリのすてきなおじさん」は4種類の帯を用意した（大阪府高槻市）

社は文庫の創刊46記念し、人気アイループ「乃木坂46」アを全国の書店2店で11月から実施46人のメンバーの1人ずつ帯に印刷い読者向けの既刊本に巻き付けたところ、売り切れる書店が続出した。46冊の文庫の売上高は10月に比べて10倍に伸びた。「選んだ文庫は良書のロングセラーばかりだが、ここまで効果があるとは思わなかった」（担当者）という。

帯で注目を集めようという販売手法は広がっている。出版不況下であっても年に7万点の本が発行されるなか、まずは手に取ってもらうことが欠かせないからだ。

柏書房（東京・文京）は10月下旬に単行本「パリのすてきなおじさん」を発売した。著者がパリの街角で出会ったおじさんをスケッチし、「人生で大切なこと」を尋ねたインタビューをまとめた。

書店の目立つ位置に置いてもらいたいが、あまり宣伝費をかけられない。そこで本の表紙の3分の2以上を黄色の帯で覆った。4種類の帯を作り、それぞれに異なるおじさんのスケッチと印象的な言葉を印刷し、おじさんの多様性を表現したという。

りた先でも周辺の観光スポットがスマホで検索できる

月間100万人が利用

▼コミュニティーウェブサイト クックパッドのおでかけ投稿サービスとして2014年9月にサービスを開始した。15年3月にはスマホ用アプリも配信し、出かけた先でのプラン作成も容易になった。16年12月にMBO（経営陣が参加する買収）という形でクックパッドから独立し、新会社ホリデーが設立された。海外のおでかけプランも投稿できる。現在は月間100万人がホリデーを利用しているという。

すると、サイトにその情報が投稿される。サービスは無料で利用できるが、プランの作成や投稿をするには

ンを考えたという。

「はじめてのTHE 中崎町デート」（大阪市）「1

という人向けにお薦めプラ

ジャーの体験予約サービスを開発した。利用者のニーズの分析や利用者が抱える課題の検証、投稿してもらうためのノウハウを学ぶため、仲間と一緒にクックパッドに同年春に入社した。

ホリデーではクックパッドのように利用者が投稿することで情報が増えていく。消費者の価値観が多様化し、一人旅と家族旅行、年齢、収入などによって旅行の楽しみ方も全く異なる。

た。パンフレットも作り、地域の魅力の発信に悩む自治体を支援する。

ホリデーでできるのは旅行先の計画作りまで。だが、実際に旅行に行くとなるとそれからいろいろな作業をしなければならない。いずれは、移動の料金や交通手段の違いによるプランの作成などができるよう「一気通貫サービスを提供したい」（友巻氏）と考えている。

（松田崇）

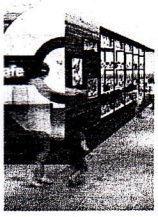
文芸春秋と中央公論新社は隣に並べると主人公が背中合わせとなるオビを採用

つ効果を狙った」と話す。オビは画像データを4種類そろえるだけで済む。手間はかかるが、帯の製作費用は通常とさほど変わらない。

岩波書店は11月下旬に発売した児童書「口ひげが世界をすくう?!」で、5種類の帯を作った。ひげの世界大会に出場するおじいちゃんを応援する孫との友情を描いた。5種類の帯を本に付けると、表紙のおじいちゃんのヒゲが変わるといった仕掛けになっている。

文芸春秋と中央公論新社は今秋、池井戸潤氏の文庫「銀翼のイカロス」と「花咲舞が黙ってない」をそれぞれ同時に発売した。2冊の帯に付いている応募券を集めると肉や万年筆などが当たるフェアを実施した。異なる出版社が帯を使って共同キャンペーンを実施するのは珍しい。

ポケモンカフェ 日本橋に決めた！



20年ぶり「誕生の地」へ

ポケモン（東京・港）は2018年3月に東京・日本橋でポケモンのカフェを併設したグッズ専門店を開く。日本橋は20年前に初めてポケモンセンターがオープンした縁（ゆかり）の場所で、初めて常設のカフェを開く。訪日外カフェ」を来年3月14日に開く。ポケモンセンターの中で最も広い約1300平方メートル。カフェではポケモンのキャラクターにちなんだメニューを提供する。

ポケモンはこれまで期間限定のカフェを開いてきたが、ニーズの高まりを受けて常設にする。ポケモンセンターは多いときで来店客に占める訪日外国人客の割合が約4割に

ミューチュアル・エイド・セオリー 備蓄品 災害時すぐ配送

10時間以内

防災支援のミューチュアル・エイド・セオリー（東京・千代田）は災害時に必要な備蓄品を、発生から10時間以内をメドに配送するサービスを始める。2018年4月にも全国で開始する。主に自治体や企業の購入を想定する。

食料や生活用品を自宅に備蓄している人は少なくない。だが、地震や津波で自宅が壊滅的な被害を受け、体一つで避難所へ駆け込んだ場合には、食料などに事欠く場合がある。

ミューチュアルは救援物資が行き渡りにくい災害発生後の3日間（72時間）に最低限必要な備蓄品を1箱に詰め込み、届ける。全国約150カ所の倉庫で約5万箱を保管する予定。避難所や滞在施設にいる人の数に応じて、保管拠点から備蓄品を送る。商品名は「ガーディアン72」で、1箱当たりの料金は2万円（税別）とする。企業にまとめ買いしてもらい、災害時に自治体へ寄付する取り組みも提案する。

秩父の魅力をアニメで発信

西武鉄道

【さいたま】西武鉄道は秩父地域の魅力を伝え