



第5回 卒業生 職場訪問

卒業生の職場訪問シリーズ第5回は、メディアコミュニケーション学部マス・コミュニケーション学科を2015年3月に卒業した黒田真璃亜さんに登場していただく。黒田さんは日本出版販売株式会社で、4月まで仕入部書籍仕入課で実用書を担当し、5月から商品開発部に異動している。(撮影: 池谷明日香、取材・文: 佐藤 耀)

仕入部から、商品開発部 パッケージ開発課へ チャレンジは続く

日本出版販売株式会社 黒田真璃亜さん

仕入部は、いわば「本の新刊の窓口」だ。まず日本出版販売株式会社(日販)の本社にある窓口で出版社から新刊の情報を得る。新刊は、書籍と雑誌とコミックの三つに大きく分類される。さらに書籍のなかで文庫・新書、学習参考書、児童書、一般書、専門書、そして実用書に分類される。黒田さんは実用書、いわゆる料理書やスポーツ書、そして写真集などを担当していた。各ジャンルの担当が、窓口に来た出版社の営業担当と過去の売り上げ実績や配本データを参考に相談しながらどのくらいの部数を仕入れるのか、それを全国の各書店に何冊割り当てるのかを決める。

仕入数は基本的には完成した見本をみてから決めているが、有名アイドルや、人気作家など、注目度の高い本は数か月前から商談が始まる。

他にも既刊の販売促進業務を行っている。例えば3月になるのと料理書の中でお弁当に関する本が売れる。そこでベストセラーのお弁当本を出版社に発注をする。また、テレビや雑誌などで紹介された場合も同様、書店に在庫がないといけない。事前に日販の倉庫から書店へ商品を納品する作業も必要だ。

いままでの仕事のなかで、とくに黒田さんの印象に残っているのが、お茶の水で毎年秋に行われている野外アートイベント「お茶の水アートピクニック」に、昨年はお茶の水で参加したことだという。ふだん書店に向かない人へ、少しでも「本」の良さを知ってもらおうと、お茶の水の各書店に何冊割り当てるのかを決める。本が売れるのは、出版社の協力を得て依頼してイベントを企画、運営した。

事前にSNS上で告知はしていたものの、反応はいまひとつで心配したが、蓋をあけてみるとイベントは盛況で終わること

ができた。自分が関わった仕事で成功したことで、職業人としての自信を得られ、次の仕事へのモチベーションも高まった。

黒田さんは「仕入部は川上の部署だから自分がやっていることの影響範囲が広い。自分の企画が通れば出版社や書店を巻き込むことができる」とやりがい

を語る。

今年の5月から黒田さんは、商品開発部パッケージ開発課に異動した。この部署では雑貨メーカーと主にやりとりをし、書店に卸す雑貨を仕入れる。また、キャラクターとコラボしたカフェの企画、運営も行う。雑貨とイベントを書店と掛け合わせることで書店に来てもらうきっかけをつくる。

「女性向けの雑貨を担当することになったので、仕入部で料理書や手芸書などを仕入れていた知識を活かしてよりよい売場を提案したい」と意気込んで



手前の長い机が仕入部の窓口。右側の椅子は出版社の営業担当者用。ここで書籍の仕入部数を決めている。

黒田さんへの、3つの質問

これから就職活動をして、社会に出て行く江戸川大学生にとって大切な、3つの質問に答えてもらった。

Q1 学生時代に、ゼミで学んだことは仕事に生かされているのか

A1 Yes

地元の長崎から関東に出た、この思いから江戸川大学に入学した。1年のときはテレビ関係の授業を学んでいたが、2年後期のゼミ選びでは清水一彦教授のゼミを選んだ。

のメンバーと喧嘩になりそうになりながらも、やる気のある人が集まったので楽しかったと懐かしんだ。

きないような社会で役立つ経験を江戸川大学では積める、と太鼓判を押す。

清水教授からは、知らないことをそのまましておかない、存在意義を自ら生み出すなど、マスコミ魂を学び、チャレンジ精神やリーダーシップが身についたという。小さい大学だが実践重視の教育で、他大学では

大切なことは、これだけは負けないと言える経験や知識を得ること、興味がでたら、周りの目を気にせず行動に移すことだという。

3年次には64ページあるムック本を制作するため横浜へ3泊4日の取材旅行を敢行。事前に下調べやアプ取りもした。ゼミ

「自分はこの程度」と自分で自分の価値を決め込まないように、アドバイスしてくれた。

Q2

日販の面接で質問されたこと

A2

「社会人として一番大事なことは？」

「夢を持ち続けること」と答えた。学生までは「こんなことがしたい」といった夢をいくつでも言えるが、社会人になって色いろなことを経験した後にも「まだやりたいことがある」と夢を持ち続けるのは難しいからだ。

Q3

黒田さんの考える日販が求める人物像とは

A3

「固定観念にとらわれない人」

常識にとらわれず自分のアイデアを周りに発信し、自分だけでなく人を巻き込む行動力がある人。出版業界は縮小しているにも関わらず、まだまだ閉鎖的で古い慣習もある。だが、もはやこれまでのやり方では通用しない。



鍛えられた文章力で日販が運営するWEBメディア「ほんのひきだし」の記事も30分で書き上げる。

日販は未来志向

業界の状況が厳しいからこそ、新しい挑戦が必要

日本出版販売株式会社は、1949年に創業された。全国にある3,200社の出版社等と、5,000店の書店等及び32,000店のコンビニエンスストア等と結び、書籍や雑誌などの円滑な流通を担っている。

出版業界において、この取次会社が果たす役割はと

ても大きい。出版社が出版物を作る際、どのくらいの部数を発行するかを相談しながら決める。書店からはどんな本が売れているのかといった市場動向などの情報を得ることで流通や取引をスムーズにしている。さらに、より良い出版物作りや書店作りもサポートする。

また、書店で売れ残った出版物は、委託販売制度によって返品も可能だ。この

場合、取次会社を経由して出版社に戻り、再販売の機会を待つか再生紙へと加工される。

このように、書店が出版社から書籍を仕入れる際も、書店が出版社に対して返品を行う際にも取次会社を経由するため、取次会社は不可欠な存在なのだ。

日販は「先見性と創造性を持って未来に挑戦する」を経営理念に掲げている。挑戦を体現する制度の一つ

が「ジョブローテーション制度」だ。

20代をキャリア形成期間と位置付け、2～3部署を経験するよう人材配置を行う。本人の適性やビジョンを考慮した上で、最適な配置をすることができる。その場しのぎではなく、未来に向けた投資は惜しまない。

日販には、やりたいたいことに挑戦できる環境が整っている。



日本出版販売株式会社

