



# MAKE DIFFERENT

## 我々にとって”付加価値”とは何か？ 我々にとって”差別化”とは何か？

付加価値の提供、競合との差別化。聞き慣れたこの言い回しが具体的に意味するところはなんなのか？”何が”付加価値の提供となり得るのか？”何が”競合との差別化になるのか？そしてこれらの言葉を体現せねばならない現場の我々は、これをどう考え、行動せねばならないのか？…

大手2社の寡占化・超低価格レンタル料金・商品の独占流通を背景に、地方のロードサイド店は窮地に立たされている。我々の店舗もそうした渦中にある。特に、日々感じるのは、現場にいる我々では如何ともしがたい商品投入量の差、販促コストの差を見せつけられていることである。商品の回転率を細目に追跡していても、大量投入の前では、あまり意味をなさなくなりつつあるのが現状である。同商圈内の在庫過多で、商圈内1回転での視聴人数が、視聴希望者を簡単に満たしてしまう。販促活動におけるO2Oのサービスも構築されたシステム故の利便性があり、太刀打ちできないのが現状だ。

前述の現状は、中枢機能(本部機能)の差として表面化している。では、お客様をお迎えする売場ではこのような圧倒的な差があるのか？個人的見解としては、”差はない”と考えている。これは競合他社をMRしての実感だ。計量化できない感覚ではあるが、”売場”という一点で言えば、大手にも引けをとらないものを構築できる。末端機能(現場機能)を担う我々がいる売場にこそ、冒頭の2つの言葉を体現する解があるのだ。

## MAKE DIFFERENT

今回コンテスト参加に当たりひとつのコンセプトを示した。上記文書中でも触れた”差”つまり”異なる”を作り出したいという意味が込められている。”異なる”というややネガティブに捉えられる概念であるが、ここではポジティブなものとして捉える。今回はさらにここで提起した2つの言葉の意味について売場レベルで、スタッフにも考えてもらった。根本的な部分から見つめ直し、そこからの発想で、今までにない”異物”を売場に挿入してもらいたい。彼らの現在での”DIFFERENAT”が明日の売場の”STNDAR D”になることを願う。



### MAKE DIFFERENTのロゴマークについて

青の球体は”我々”を、黄色の球体は”我々の創るDIFFERENT”を、赤色の球体は”お客様”を表しています。我々が創るDIFFERENTをお客様にお届けしたい、また、お客様とともに育んでいきたい。そうした想いがこの図柄に込められています。

# MAKEDIFFERENT



担当者名 中島隆裕  
担当分野 洋画・韓流  
オススメ作品 フードインク

Q. あなたにとって差別化とはなんですか？

A. お客様から見て、“他店では見たことがない”・“体験したことがない”と思わせる売場・サービスが構築されていれば、差別化が実現できていると考えます。

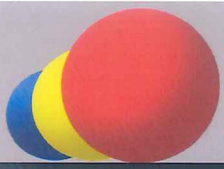
Q. あなたにとって付加価値とはなんですか？

A. “差別化”で実現されたことが、お客様に届く時、それが“付加価値”となるのだと思います。差別化も付加価値もそれを決めるのはお客様目線であると考えます。

## 私が、“差別化”と“付加価値”を売場で表現すると…

私の答えは“映画史コーナー”で結実しました。どんな映画でも結局はその魅力を語らねば手にとっていただけないと思います。そこでその魅力を映画史として紹介し、歴史的意義のある作品を知ってもらい、旧作の回転に結びつける意図があります。書店でもありレンタル店でもあるので教養として映画の根本を問う棚があってもいいと思います。また、こうした棚な他店には絶対がないと思いますので、是非この棚で映画のお客様に映画の奥深さを体験してもらいたいです。





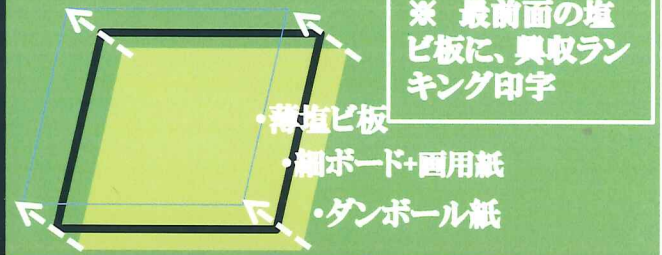
# MAKEDIFFERENT



棚上部、棚横に大きくアイコンになる文字をデザイン。手創り感がでないよう丁寧に加工しました。以前、使用していた売場の大型スチレンボードやダンボールを使用。

→ 上段2段は歴代興収ランキング

< 棚内A4POP構造 >



### 3段目には自信で作成した映画史

- ・映画とう動く映像
- ・サイレントからトーキーへ
- ・映画という文明
- ・映画の復権 ニューハリウッドから世界へ
- ・多メディア時代の映画

上記5つカテゴリで作成。

### 4段目にはオススメ名作紹介

名作からピックアップ。紹介映画に関する映画史的意義なども説明したPOPを作成し、横に展開



### 5段目以下はその他名作紹介

ここでは、映画ジャケット表面を差し替え、新たにデザイン。写真を排し、その映画に関する映画史的意義や事実、評価などを表記。映画の内容本位でお客様には手にとっていただきたい。





# MAKEDIFFERENT



担当者名 坂田直樹  
担当分野 アニメ  
オススメ作品 蟲師(アニメ)

Q. あなたにとって差別化とはなんですか？

A. 物量に勝る競合店との差異を生み出すには、「オリジナリティがあり、かつ自分たちで実現可能なアイデアの熱と量」しかない。それらをいかに実際の売場づくりや接客に落とし込んでいけるか、が勝負どころだと思います。

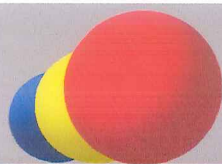
Q. あなたにとって付加価値とはなんですか？

A. アニメの場合、ただ「どれを借りるか選ぶ」だけでなく、選ぶ対象の中に、子供たちの好奇心をくすぐる要素を盛り込み、「そこにいること自体が楽しい」売場を提供していくことが、これからのリアル店舗では重要になってくる、と確信しています。

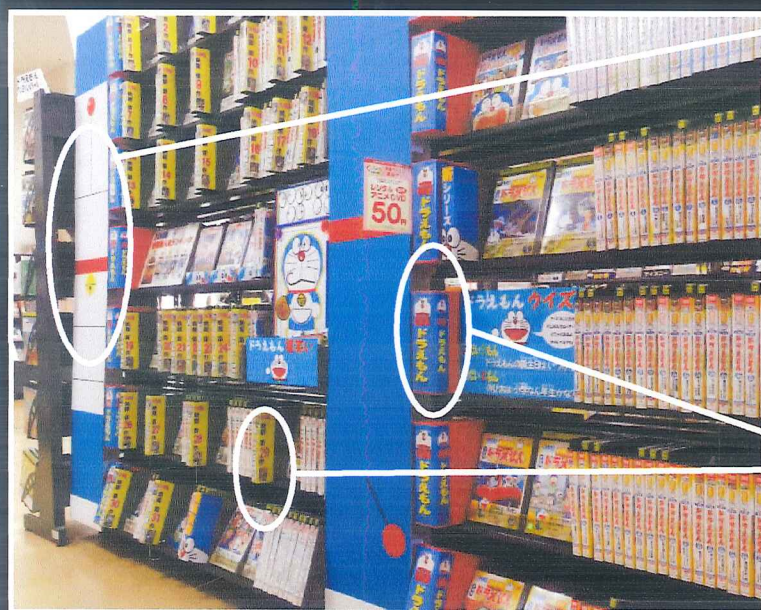
## 私が、“差別化”と“付加価値”を売場で表現すると…

「ドラえもん」は2013年、原作者の生誕80周年、TV放送開始40年、映画動員1億人突破などアニバーサリーイヤーを迎え、今年は、初の3DCG映画公開が控えている。こうした潮流を捉え、旧作棚での展開方法を、従来型から一歩進め、いわば、アニメ旧作棚の“NEW STANDARD”を構築した。(ポイント1)単なる文字情報でなく、キャラクターを抽象化することで、イメージタイプかつ、子供から大人まで一見してすぐそれとわかる案内ボードとした。(ポイント2)棚内に、オリジナルの「ドラえもん福笑い&クイズ」を、子供の目の高さに合わせて設置した。福笑いは表情のバリエーションを増やし、クイズの回答はアニメDVD棚内に散在させ、遊びとしての手応えUPと滞在・回遊の促進を図っている。





# MAKEDIFFERENT



→ 向かって左側が劇場版、右側がTVシリーズという2スパン構成。棚の高さと同じ全長180cmのシンボリックボードは、子供の目の高さから見上げると、かなりの大きさとなっている。

→ 既存のPOP (仕切りケース類)もフル活用したうえで、棚全体で統一感が得られるよう、新設部分を設計・配置している。

A2サイズのホワイトボードと、自動車・バイク用のマグネットステッカーキットを使って作成した「福笑い」は、パーツの組み合わせにより、いろいろな表情が再現できる。こだわりのパーツとして、「食べかけのどら焼き」も用意した。

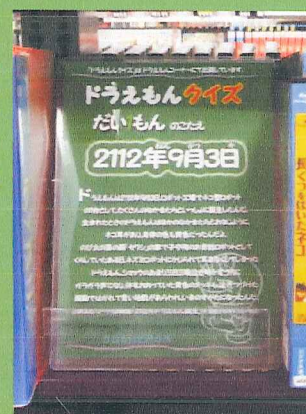


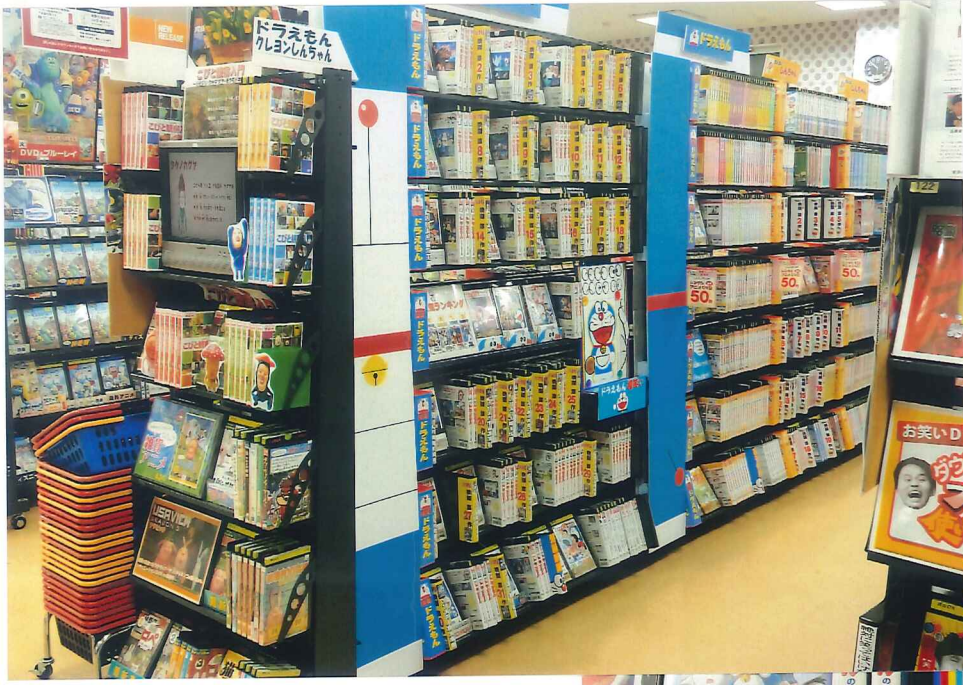
設置直後から、子供達が遊んでいた。親子で触れる姿も見受けられた。



クイズは今回二問を出題。今後、月2回程度の更新を予定している。

回答は、ドラえもん以外のアニメDVDの棚のいずこかに置いてあり、売場を回遊してもらう仕組みになっている。





**ドラえもん**

クイズのこたえは  
アニメDVDコーナーの  
どこかにあるよ。  
さがしてみてね!

**だい1もん**  
たんじょうび  
ドラえもんの誕生日はいつかな?

**だい2もん**  
しょうがく ねんせい  
のび太は小学なん年生かな?

ドラえもん

買出 OK DVD



**クイズ**

**だい1もん**のこたえ  
ねん がつ 日  
**2112年9月3日**

ドラえもんは2112年9月3日、ロボット工場でおネコ型ロボットの台としてたくさんのお客さんたちと一緒にお誕生したんだ。生まれたときのドラえもんはほかのお客さんたちとおなじように、ネコ耳があり、身体の色も黄色だったんだよ。

のび太の孫「セア」の家で子守用のお世話ロボットとしてくらししていたある日、ネズミロボットにさらわれて耳をなくしてしまったドラえもん。ショックのおまじり三日三晩泣きながら、ガラガラ声になり、体をあつめていた黄色のネズミも泣きつづけた。振動ではがれて青い地肌があらわれないままのネズミになった。

この絵本は「ドラえもん 2112年ドラえもん誕生 3日三晩泣きつづけたネズミ」の付録です。

DRAGONAR

長くつをばいたネコ

45470 45483 45469 45469 45461 45462



# MAKEDIFFERENT



担当者名 佐藤信吾  
担当分野 コミック  
オススメ作品 キングダム

Q. あなたにとって差別化とはなんですか？

A. 他店ではできないことをやる。他の店舗で思いついても実行しづらいことをお客様に喜んでいただけるような形で展開すること。

Q. あなたにとって付加価値とはなんですか？

A. 個人的にはお客様一人一人にあったサービスを行うこと。現状のようにサービスがマニュアル化されつつある販売店ではこういったことは難しいが個人店のような気が利くサービスができたらいいなと思います。

## 私が、“差別化”と“付加価値”を売場で表現すると…

文字だけではお客様は読みにくい、目にもつかない事が多々あると思ひもともとあったPOP、新しくインパクトのある画像を使い文字の情報プラス目でも楽しんでいただける売場作りを目指した。特に人気のあるワンピースに着目し、他店が扱わないような情報とはなにかを考え、インターネットで噂されているものを集め美術館のように展示した。お客様の滞在時間を増やすべく文字情報は多く、色々な場所に展開した。

### 噂の美術館



※ 提出種類中の写真でこの写真のみ縮尺が変更されています。正しいスケールは規定のエントリーホームのもの





# MAKEDIFFERENT



”噂の美術館”の雰囲気を出すため、絵画風に仕上げました。材料は段ボール箱です。

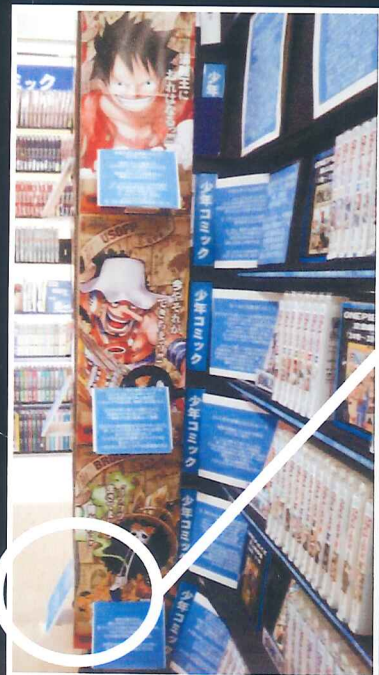
物語の進行上、重要になる可能性の高い3人のキャラクターを選び、噂を列挙しました。ワンピース好きなお客様なら必ず興味のあるであろうことを上げています。

ワンピースにまつわる”噂”をあらゆる箇所に展示しました。お客様が読んでいただけるよう色使い、文字の大きさには注意を払いました。仕切りや棚の淵まで”噂”で満たし、レンタルせずとも情報を持ち帰れます。

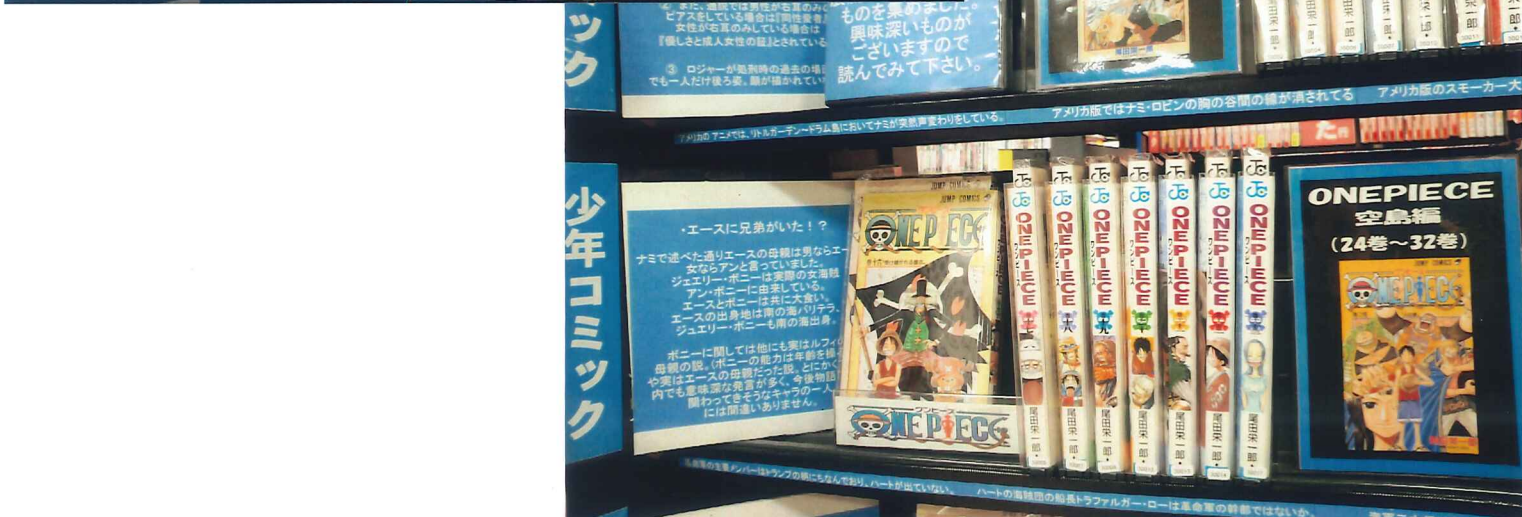


主要キャラクターの噂は、ポスターを使用し、そこに”噂”を添付。読みやすいよう角度をつけてました。

※真横から見るとこんな感じ



# 噂の美術館





観る！「本屋大賞」

第1回 本屋大賞 2004年受賞	第2回 本屋大賞 2005年受賞	第3回 本屋大賞 2006年受賞	第4回 本屋大賞 2007年受賞
主演: 長瀬智也 監督: 佐々木康 原簿: 長瀬智也 脚本: 長瀬智也 音楽: 長瀬智也 衣装: 長瀬智也 美術: 長瀬智也 編集: 長瀬智也 効果: 長瀬智也 録音: 長瀬智也 監督補: 長瀬智也 制作: 長瀬智也	主演: 長瀬智也 監督: 佐々木康 原簿: 長瀬智也 脚本: 長瀬智也 音楽: 長瀬智也 衣装: 長瀬智也 美術: 長瀬智也 編集: 長瀬智也 効果: 長瀬智也 録音: 長瀬智也 監督補: 長瀬智也 制作: 長瀬智也	主演: 長瀬智也 監督: 佐々木康 原簿: 長瀬智也 脚本: 長瀬智也 音楽: 長瀬智也 衣装: 長瀬智也 美術: 長瀬智也 編集: 長瀬智也 効果: 長瀬智也 録音: 長瀬智也 監督補: 長瀬智也 制作: 長瀬智也	主演: 長瀬智也 監督: 佐々木康 原簿: 長瀬智也 脚本: 長瀬智也 音楽: 長瀬智也 衣装: 長瀬智也 美術: 長瀬智也 編集: 長瀬智也 効果: 長瀬智也 録音: 長瀬智也 監督補: 長瀬智也 制作: 長瀬智也

本屋大賞とは

2012年 本屋大賞受賞!

舟を編む

告白

観る！「本屋大賞」

第5回 本屋大賞 2008年受賞	第6回 本屋大賞 2009年受賞	第7回 本屋大賞 2010年受賞	第8回 本屋大賞 2011年受賞	第9回 本屋大賞 2012年受賞	第10回 本屋大賞 2013年受賞
主演: 長瀬智也 監督: 佐々木康 原簿: 長瀬智也 脚本: 長瀬智也 音楽: 長瀬智也 衣装: 長瀬智也 美術: 長瀬智也 編集: 長瀬智也 効果: 長瀬智也 録音: 長瀬智也 監督補: 長瀬智也 制作: 長瀬智也	主演: 長瀬智也 監督: 佐々木康 原簿: 長瀬智也 脚本: 長瀬智也 音楽: 長瀬智也 衣装: 長瀬智也 美術: 長瀬智也 編集: 長瀬智也 効果: 長瀬智也 録音: 長瀬智也 監督補: 長瀬智也 制作: 長瀬智也	主演: 長瀬智也 監督: 佐々木康 原簿: 長瀬智也 脚本: 長瀬智也 音楽: 長瀬智也 衣装: 長瀬智也 美術: 長瀬智也 編集: 長瀬智也 効果: 長瀬智也 録音: 長瀬智也 監督補: 長瀬智也 制作: 長瀬智也	主演: 長瀬智也 監督: 佐々木康 原簿: 長瀬智也 脚本: 長瀬智也 音楽: 長瀬智也 衣装: 長瀬智也 美術: 長瀬智也 編集: 長瀬智也 効果: 長瀬智也 録音: 長瀬智也 監督補: 長瀬智也 制作: 長瀬智也	主演: 長瀬智也 監督: 佐々木康 原簿: 長瀬智也 脚本: 長瀬智也 音楽: 長瀬智也 衣装: 長瀬智也 美術: 長瀬智也 編集: 長瀬智也 効果: 長瀬智也 録音: 長瀬智也 監督補: 長瀬智也 制作: 長瀬智也	主演: 長瀬智也 監督: 佐々木康 原簿: 長瀬智也 脚本: 長瀬智也 音楽: 長瀬智也 衣装: 長瀬智也 美術: 長瀬智也 編集: 長瀬智也 効果: 長瀬智也 録音: 長瀬智也 監督補: 長瀬智也 制作: 長瀬智也



DVD-フル

1巻2巻	180円
新作	180円
準新作	
旧作	

観る！「本屋大賞」





# MAKEDIFFERENT



担当者名 小泉明洋  
担当分野 アダルト・邦画  
オススメ作品 SPEC

Q. あなたにとって差別化とはなんですか？

大手2社との差別化を図るには、2社に比べ商品投入量の少なさを逆手にとって、見やすく分かりやすい売場作りを心がけてます。

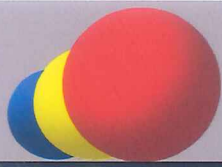
Q. あなたにとって付加価値とはなんですか？

弊社は書店なのを有効に活用し、書籍とレンタル商品とのメディアミックス展開やレンタル内でのDVD、CD、コミックとのメディアミックス展開も積極的にやっていきたい。

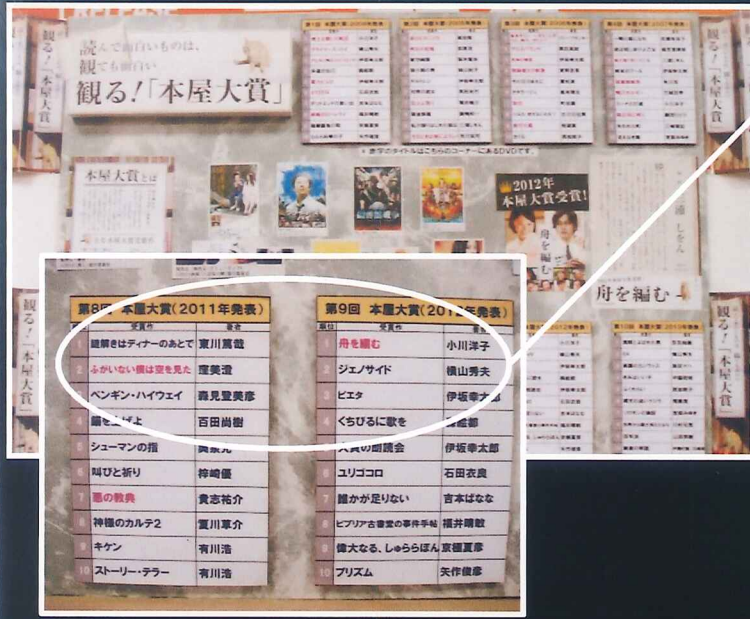
私が、“差別化”と“付加価値”を売場で表現すると…

今までの本屋大賞のDVD化された商品と書籍とのメディアミックス展開。





# MAKEDIFFERENT



年度ごとの、TOP10をPOP化。POP内の文字色が在庫のあるなしをわかるようにしました。

「本屋大賞」だけでなく他の賞にも対応するためボードは取り替え可能。書店の強みを生かし、今後他の賞でも展開予定。ボードは倉庫にあった廃材使用

本の同陳ということ、木の棚をイメージ。イメージそのままに棚を創りました。ちなみに木は端材を調達。なので材料費0円。さらに簡単に脱着可能



本屋の特性を生かし、書籍担当者の協力のもと本を調達。見栄えの良さを考慮してハードカバーで揃えた。

基本的にDVDは面陳、本はブック陳列で統一

