

店頭試し読みシステム「ためほんくん」

◎システム概要

端末：18.5インチタッチパネルワイド液晶モニター一体型

方式：インターネット常時接続によるASP方式。試し読み用、サイネージ用データは端末に置かず、全てサーバ内に暗号化して収納。



※筐体の外観および仕様は変更になる可能性があります。

◎主機能

1. コミック試し読み機能

登録作品の1巻の内容(12P～50P程度)を試し読みできます。

拡大や縮小の操作が不要な大画面での両面見開きサイズによる表示。

画面に表示されている表紙画像から、または検索画面から試し読み作品の選択ができます

2. デジタルサイネージ機能

サーバに登録してあるストリーミング動画を時間帯ごとに繰り返し再生します。

流す内容を時間帯毎、端末毎に制御可能です。

◎その他の機能

1. 新刊情報表示機能

当月、翌月の新刊情報がそれぞれ表示されます。

「予約」ボタンによる予約受付が可能です。

試し読みコンテンツに登録されている作品の新刊情報がある場合、一覧表の作品名の横に「試し読み」のボタンが表示されますので、作品に触れてもらう機会が増えます。

2. 売れ筋ランキング表示機能

月間、週間の売れ筋ランキングがそれぞれ表示されます。

試し読みコンテンツに登録されている作品がランクインしている場合、一覧表の作品名の横に「試し読み」のボタンが表示されますので、作品に触れてもらう機会が増えます。

3. キャンペーン情報表示機能

静止画による告知画面。動画では伝えきれないキャンペーンの応募要項など、文章の多い情報の告知に役立ちます。最大でA4サイズ5枚分の情報を1件として登録できます。

ためほんくん筐体寸法



ためほんくん筐体設置に必要なもの

1. ブロードバンド回線(実効速度8Mbps以上)

端末に流れる映像は全てサーバから受信する形式ですので、通信を高速に行うための回線が必要になります。既にブロードバンド回線がある場合は新たに引いていただく必要はありません。また、安定した通信を行うために回線から筐体には有線で接続する必要があります。

2. 電源(コンセント)

端末はバッテリー式ではなくAC電源で電源供給をします。

3. 筐体設置場所

上記の筐体を置くことのできるスペースが必要になります。設置場所に応じた転倒防止措置は店舗様側でお願いいたします。

ためほんくん設置効果の事例

○ためほんくん 運用前後のアクセス数と売上比較実験データ (Data.1)
運用前28日間(09/10/06～09/11/2) 運用後28日間(09/11/03～09/11/30)

作品名	出版社	アクセス数	運用前	運用後	増減
いぬまるだっし	集英社	309	8	15	▲
青空エール	集英社	159	7	15	▲
ちはやふる	講談社	149	12	17	▲
赤髪の白雪姫	白泉社	144	1	8	▲
LOVE SO LIFE	白泉社	111	17	33	▲
ソラニン	小学館	110	9	13	▲
羽虫ペダル	秋田書店	101	2	10	▲

↑アクセス数の多い作品

↑アクセス数の少ない作品

<売上合計の比較>

↑アクセス数の多い作品は売上増加の傾向が見られますが、アクセス数の少ない作品は売上に変化が見られません。この実験データから、しっかりと「試し読み」させることが売上増、特に1巻の売上増につながる事がわかります!!

つまり、**試し読みは新規読者の獲得に効果的**

○サムネイル掲載作品のアクセス数と運用前後の売上比較(1巻) (Data.4)
期間:運用前59日間(09/09/05～09/11/2) 運用後59日間(09/11/3～09/12/31)

順位	作品名	著者	出版社	アクセス数	運用前	運用後	購入率	増減
1	いぬまるだっし	大石圭一	集英社	601	13	30	5.0%	17
2	ふんばり	田村謙平	集英社	479	65	37	3.6%	▲28
3	ちやふる	藤次由希	講談社	324	46	72	22.2%	▲11
4	赤髪の白雪姫	赤坂伊緒	白泉社	259	3	48	18.6%	▲11
5	ソラニン	阿部浩之	小学館	259	5	6	2.4%	1
6	赤髪の白雪姫	あまつき麗太	白泉社	227	4	13	5.7%	9
7	青空エール	河原和音	集英社	238	28	35	14.7%	9
8	ソラニン	松本健吾	講談社	221	18	4	1.8%	▲12
9	神のみぞ知るセカイ	香月長雄	小学館	208	15	13	6.3%	▲2
10	きのおり	よしながみみ	講談社	208	29	39	18.8%	▲10
11	星のいる町	藤原会	講談社	218	6	6	2.8%	0
12	ソラニン	遠野いお	小学館	188	19	36	21.4%	17
13	とろける職工	野村夢弘	講談社	183	15	14	7.7%	▲1
14	LOVE SO LIFE	こさちん	白泉社	168	59	54	32.1%	4
15	羽虫ペダル	藤原会	秋田書店	160	5	19	11.9%	14
16	ソラニン	宮下真樹	講談社	162	4	5	3.1%	1
17	とろける職工	ろびこ	講談社	159	43	46	29.5%	3
18	神のみぞ知るセカイ	香月長雄	小学館	142	5	5	3.5%	0
19	星のいる町	藤原会	講談社	128	8	20	15.6%	12
20	へうたもの	山田芳樹	講談社	109	8	1	0.9%	▲7
21	ふんばり	大石圭一	集英社	114	3	6	5.3%	3
22	SEEDS	田村謙平	小学館	110	3	4	3.6%	1
				合計	423	513		90

売上増加率: 21.3%
平均購入率: 11.0%

○ためほんくん サムネイル作品変更前後のアクセス数と1巻の売上比較実験データ (Data.3)
変更前12日間(09/12/05～09/12/16) 変更後12日間(09/12/17～09/12/28) 変更後12日間(09/12/29～10/1/9)

作品名	出版社	変更前		変更後		変更後	
		アクセス数	売上	アクセス数	売上	アクセス数	売上
ソラニン	小学館	30	11	9	7	17	13

↑サムネイルから外して、その後再びサムネイル表示させた作品

↑アクセス数 ↑売上

↑サムネイルから外した後アクセス数、売上ともに減少しましたが、サムネイルに戻した後は再び上昇に転じています

つまり、**新規読者の獲得に効果的**

○ためほんくん サイネージ効果について 1巻売上比較実験データ (Data.6)

①「ソラニン」
放映前28日間(09/12/01～09/12/28) 放映後28日間(09/12/29～10/01/25)の比較

作品名	出版社	放映前	放映後
ソラニン	集英社	2	15

※十分に商品展開できていない実験店舗があったため展開できていなくても伸びていたと推測されます。

②「聖痕のクェイサー」
放映前20日間(09/12/23～10/1/11) 放映後20日間(10/1/12～10/01/31)の比較

作品名	出版社	放映前	放映後
聖痕のクェイサー	秋田書店	1	16

↑サイネージ放映前は売上は僅かでしたがサイネージ放映開始後は売上が飛躍的な増加傾向が見られます。この実験データから、サイネージで映像を流すことが売上増、特に1巻の売上増につながる事がわかります!!

つまり、**サイネージは新規読者の獲得に効果的**