

医学書販売 マニュアル 2023



一般社団法人

日本医書出版協会

はじめて医書を販売する人のためのガイドブック（冊子体） 1963 年
医学書販売ガイドブック（冊子体） 1973 年
医学書販売に携わる人々のために ― 医学書販売マニュアル（冊子体） 1988 年
医学書販売マニュアル（冊子体・改訂版） 1997 年
医学書販売マニュアル（冊子体・改訂版） 2004 年
医学書販売マニュアル（電子媒体・改訂版） 2012 年
医学書販売マニュアル（電子媒体・改訂版） 2016 年
医学書販売マニュアル（電子媒体・改訂第 2 版） 2023 年
©JMPA 1963, 1973, 1988, 1997, 2004, 2012, 2016, 2023

もくじ

「医学書販売マニュアル」をお読みになる貴方へ ～ 医学書を扱うということは ～ 04

1 医学専門書

- 1) 医学専門書の特徴 — 05
- 2) 一般書との違い — 06
- 3) 医学専門書の流通 — 06
- 4) 知っておきたい基礎知識 — 07

2 医学専門書市場

- 1) 医学従事者数 — 08
- 2) 医療施設に従事する診療科別医師数 — 08
- 3) 医師・看護師・理学（作業）療法士の
資格を取得するまで — 09

3 医学専門書の店頭展開

- 1) 書店の棚とその役割を知ろう — 11
 - ① 元棚 — 11
 - ② 平台 — 12
 - ③ エンド台 — 12
 - ④ 企画（フェア）コーナー — 12
 - ⑤ 雑誌コーナー — 13
- 2) 医学書担当者の日常業務を知ろう — 14
 - ① 整理 — 14
 - ② 雑誌品出し — 14
 - ③ 新刊の棚入れ — 14
 - ④ 新刊配本・注文 — 15
 - ⑤ 補充品の棚入れ — 15
 - ⑥ 補充注文 — 15
 - ⑦ 返品 — 16
 - ⑧ 販促活動 — 16
 - ⑨ 常備入れ替え — 16

最後に — 17

医学書販売マニュアルを お読みになる貴方へ

～ 医学書を扱うということとは ～

「医学書」を扱う方は、「とっつきにくい」「私にできるのかな?」「お客様の対応が難しそう」そんなイメージをお持ちの方も多いかもかもしれません。馴染みのない名前の医学書や雑誌を探しにいらっしゃるお客様は医療従事者なので、いわばその道の「プロ」です。ですが、医学書と言っても、読者のニーズを把握し的確に情報をお伝えすれば、難しいことは何もありません。むしろ、その特性やルールさえ覚えてしまえば、他ジャンルと比べても例外的な対応は少ないことも多く、棚作りに時間をかけられるようになります。

2020 年来コロナ禍の影響もあり、全国的に書店の店頭で足を運ばれるお客様の減少傾向が続いています。そこで、今回のマニュアルは 2016 年版「医学書販売マニュアル」からのアップデートを含めた内容へ改め、いわば「店頭における」医学書販売マニュアルとしました。お店の規模にもよるかもしれませんが、医学書の経験が浅い（あるいは初めての）ご担当者がお一人で、しかも相談できる先輩もいない、という状況を想定して作成してあります。医学書販売に携わる書店の方々にとって、少しでもお役に立てれば嬉しい限りです。

また、店頭だけでなく外商や学会販売、洋書なども含めた医学書販売を網羅したマニュアルについては、引き続き「医学書販売マニュアル 2016」をご活用いただければ幸いです。

2023 年 8 月

一般社団法人 日本医書出版協会
販売委員会

※「医学書販売マニュアル 2023」「医学書販売マニュアル 2016」は、いずれも自由にダウンロードできますので、プリントアウトしてご活用ください。

1 医学専門書



1) 医学専門書の特徴

医学・看護など医療の領域で、医師や看護師、またはそれらの職業に就くために勉強している学生が手に取って読む本を「医学専門書」といいます。

「医学専門書」には、最新の医学的知見や臨床研究の報告などが医療関係者によって執筆されています。もちろん読者も医療関係者ですので、読者対象は限定されています。また、心臓外科、消化器科、といったように専門領域ごとに小ロットで発行されています。医療の特徴として、日々進歩していることから、定期的に見直され改訂版がよく発行されます。

さらに専門領域によってはX線や手術・解剖図など、写真や絵を詳細に表現しているため、鮮明な画像を高品質な紙に印刷していることも多々あります。テキストとしての利用など、頻回使用に耐えるよう丈夫に作られていることも多く、総じて本が重くなっています。

小部数、高品質な紙などによって、定価も一般書と比較して高めです。また、翻訳書も多く、翻訳書は原書出版社へのロイヤリティも必要となることから、高価格本が多くなっています。

医学書担当者は、医学領域の専門用語や知識をある程度知っておく必要があります。お客様は医療関係の専門職者であり、質問や注文への対応、商品の説明、棚陳列などに的確さが求められます。専門知識を習得するために、各出版社の雑誌特集タイトルや新刊の書名、売れ行き動向などに留意してください。また、長期的に専門書を担当すると、1年間の流れや出版傾向、さらには購入傾向や同時購入された関連書の特徴も把握できるようになります。



2) 一般書との違い

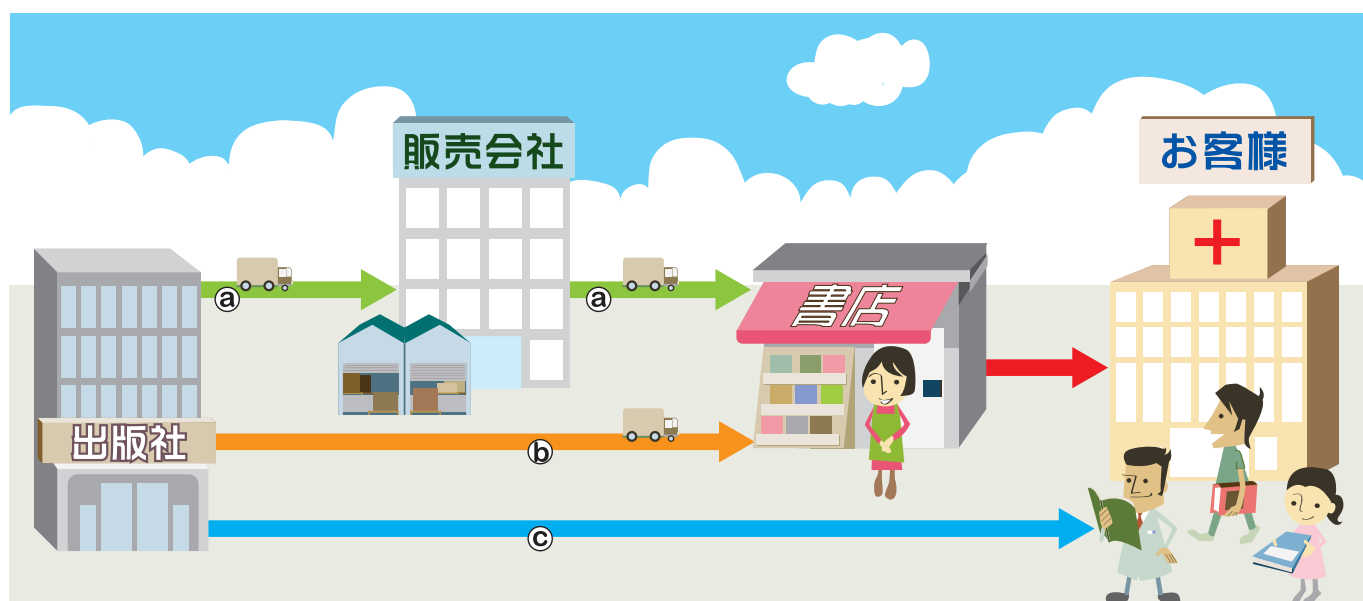
医学・看護・薬学および医療関連領域において、「専門の知識」を医療従事者や医療系学生に提供する出版物を、総称して「医学専門書」といいます。

腰痛対策、美容、安眠、子育て、ダイエットなど、一般読者を対象にして平易な表現と内容で書かれた一般健康書は医学専門書とは呼びません。したがって、通常は一般健康書の類は店頭では一般実用書という分類のなかで対応され、専門書棚には陳列されません。



3) 医学専門書の流通

医学専門書の流通には、いくつかのルートがあります。



① 出版社 → 販売（取次）会社

出版社から販売（取次）会社を経由して書店に書籍・雑誌が届けられるルート。

販売（取次）会社とは本の問屋さんです。書籍は販売（取次）会社を経由して、全国の書店に送品され、代金決済を行います。出版社は販売会社という窓口を通じて全国多数の書店に送品し、取引代金は販売会社が各書店から回収して出版社に支払います。書店は、販売会社を窓口にして注文を出して、各出版社の商品を入手することになります。

主な販売会社 トーハン 日本出版販売 楽天ブックスネットワーク 中央社 など

医学関連専門販売会社 西村書店 鎌谷書店

② 出版社 → 書店

出版社が書店と直接取引するルート。

医学書専門店は医学書出版社と直接取引を行うことがあります。医学専門書は読者や購入先などのターゲットを絞った出版物であるため、直接取引がしやすく、効率的なことが理由です。直接取引を行うと、注文・送品がスムーズであり、商品情報も入手しやすいといったメリットがあります。

医学書専門店は、全国の大学医学部・附属病院がある主要都市にあります。また医学の専門書コーナーを設けている総合書店もあります。

③ 出版社 → お客様に直接販売

出版社のホームページにある販売サイトから読者が直接購入することができます。

4) 知っておきたい基礎知識

① 再販売価格維持制度（再販制度）

出版社が定価を決めて、書店で定価販売できる制度です。読者は全国であらゆる出版物を地域格差なく同一価格で購入できるメリットを享受できます。再販維持契約に基づく出版物は「定価」表示し、定価を遵守して取引することとされています。

＊詳しくは（社）日本書籍出版協会 HP「再販制度」をご参照ください。

<https://www.jbpa.or.jp/resale/#q1>



② 委託販売制度

商品（書籍・雑誌）を書店に一定期間委託する制度です。期間内に販売し、残った商品は返品します。業界では一般的な販売形態で、新刊委託は委託販売制度の一つです。委託期間内は返品が可能となるため、柔軟な店頭陳列が可能となります。

③ 買切制度

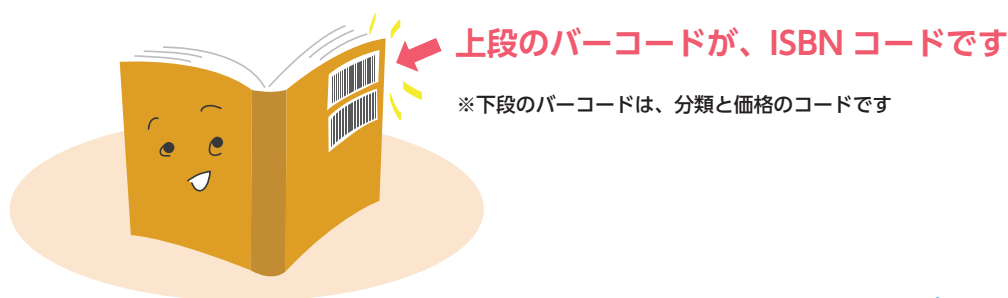
委託販売とは対照的に、書店が商品を買切り、原則返品が不可能な取り引きです。

④ 常備寄託

出版社が商品のセットを組んで1年間書店に預ける仕組みです。商品が売れた場合、注文で補充します。結果、常に出荷時の品揃えが維持されます。

⑤ ISBN

International Standard Book Number（国際標準図書番号）の略。書籍の国際規格コードで、1点1点に付された世界で唯一無二の識別コードになります。本は酷似する書名が多数ありますので、お客様から注文を受けた際には、著者名・書名の他に、ISBNを確認しておくことで間違いがありません。



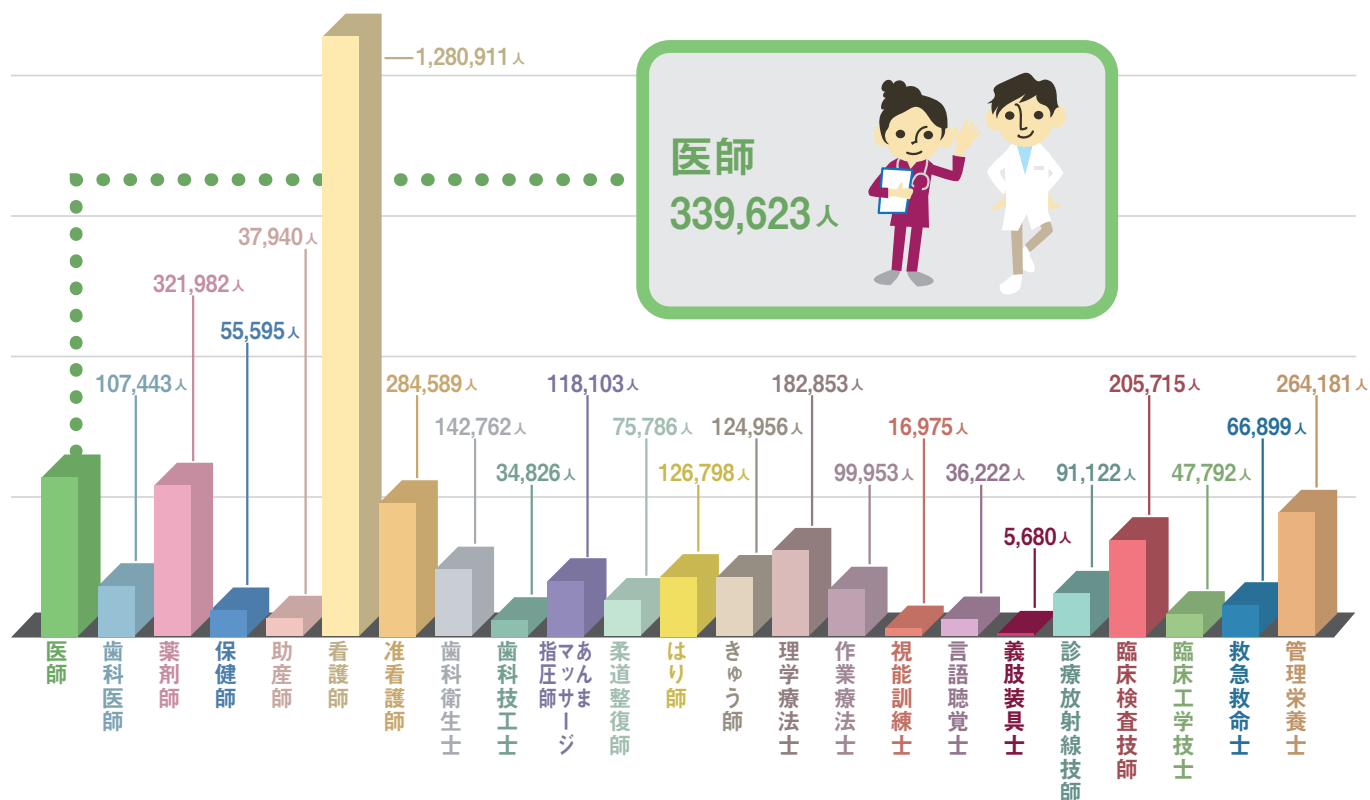
⑥ 奥付

本の最後には、本のタイトル・著者名・発行者・発行所・発行年月日などが記載されています。版数・刷数などの記載もありますので、売れているかどうかなど、重要な情報が得られます。出版社によっては、本の最初の部分に記載されていることもあります。

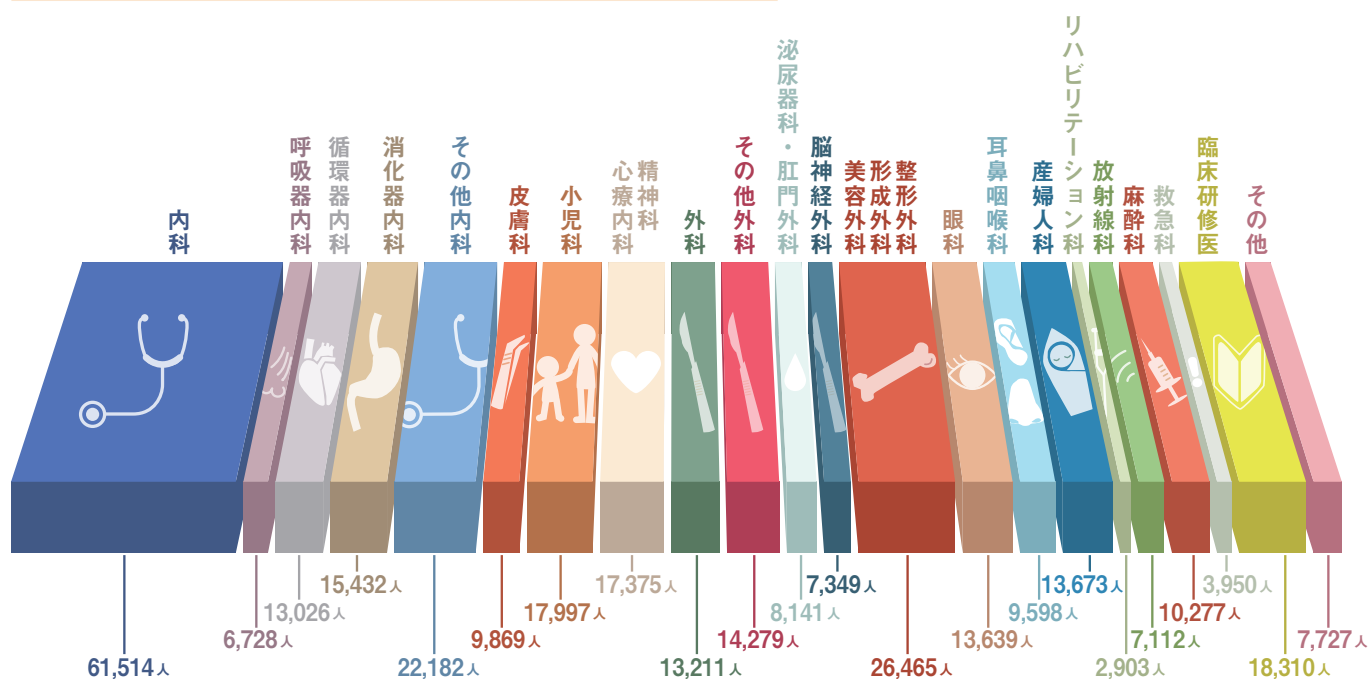


2 医学専門書市場

1) 医療従事者数



2) 医療施設に従事する診療科別医師数

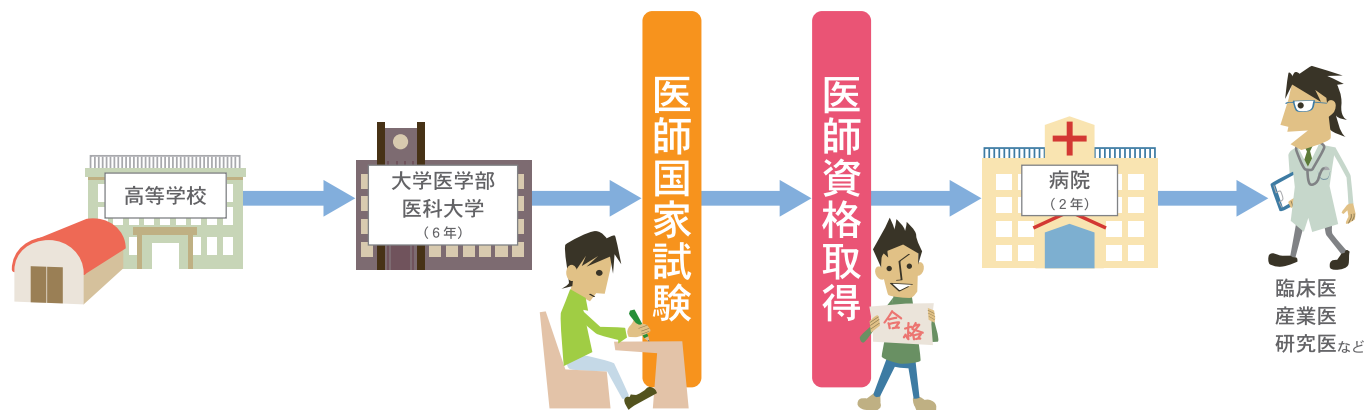


3) 医師・看護師・理学（作業）療法士の資格を取得するまで

資格取得ルートについて医師、看護師（准看護師）、理学（作業）療法士の例を以下に記します。

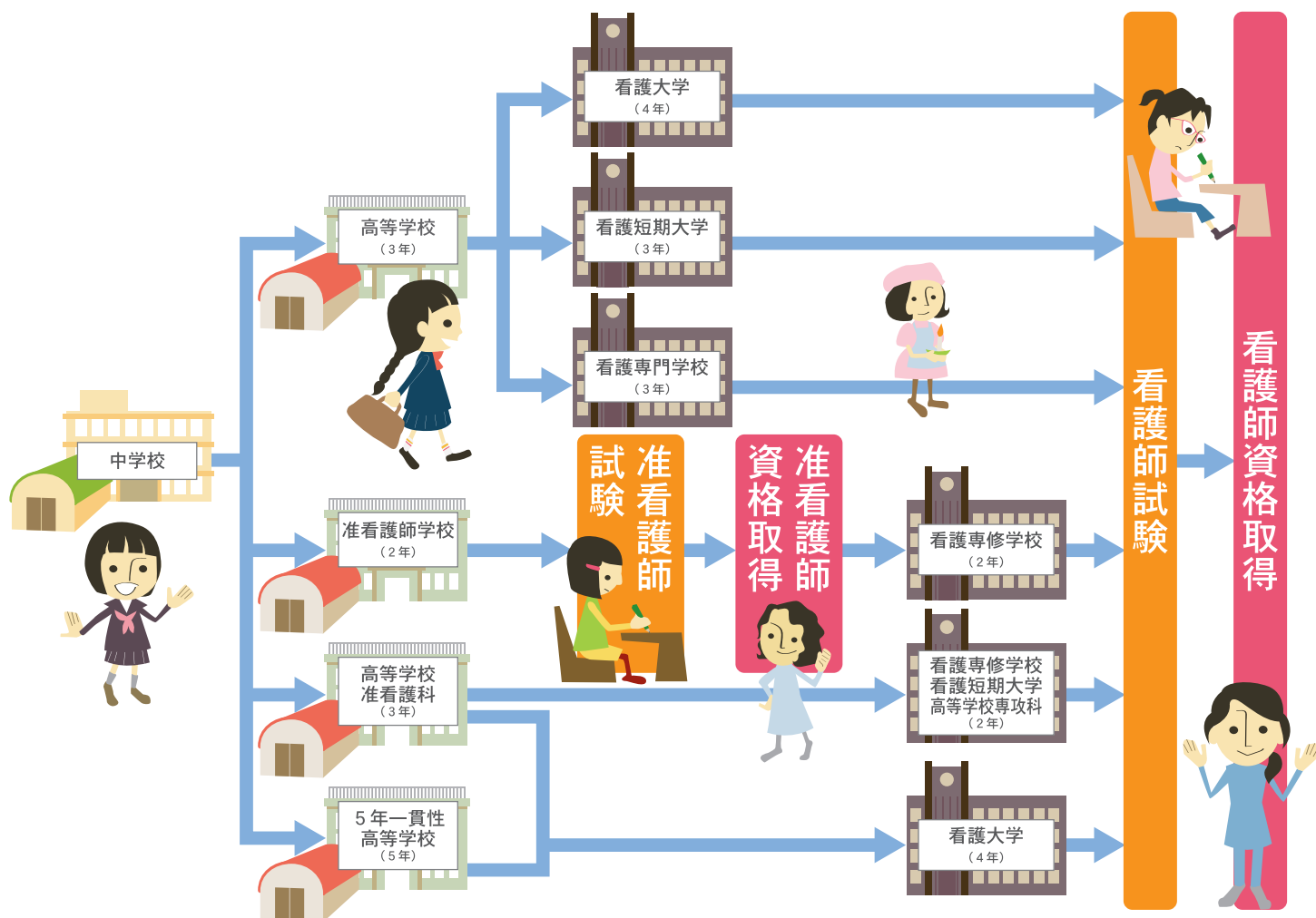
① 医師になるまで

医師国家試験は例年2月上旬に実施され、3月中旬に合格発表があります。毎年10,000人前後が受験し、約90%が合格する試験です。合格後は速やかに医師免許を取得し、2年間の臨床研修を受ける必要があります。これが、毎年3月中旬から書店店頭で「研修医フェア」が開催される理由です。



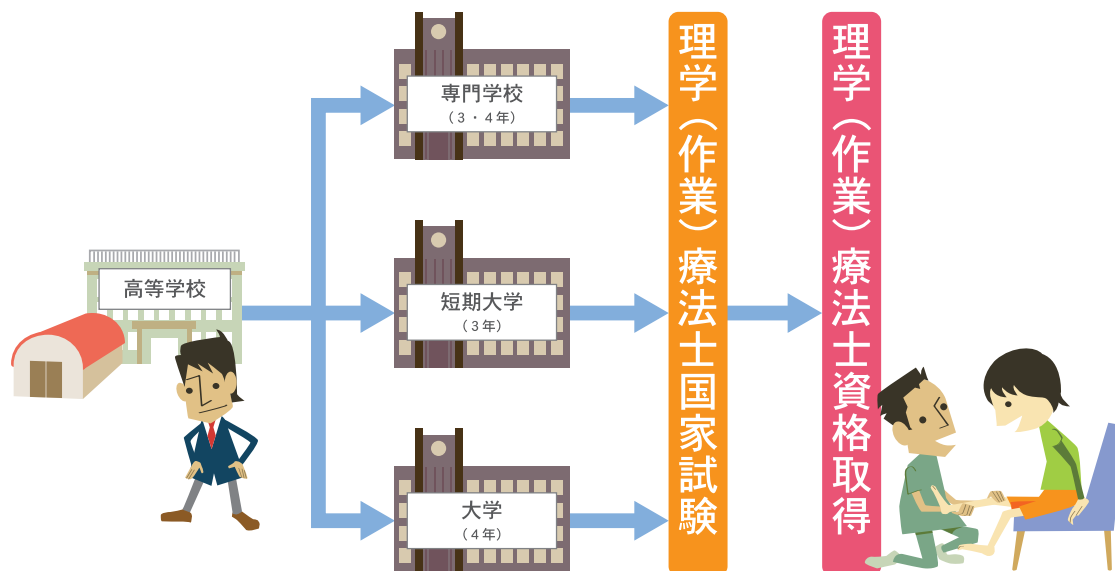
② 看護師（准看護師）になるまで

看護師国家試験は例年2月中旬に実施され、3月下旬に合格発表があります。毎年、65,000人前後が受験しています。看護師も、国家試験に合格し、看護師免許を取得して初めて実務に携われるようになります。



③ 理学（作業）療法士になるまで

理学療法士および作業療法士国家試験はともに例年2月中旬に実施され、3月下旬に合格発表があります。受験者数は理学療法士が12,000人前後で、作業療法士は6,000人前後です。



*この他にも、様々な医療関係の国家資格があります。詳細は、各資格関連団体のホームページなどを参照してください。

3 医学専門書の店頭展開



1) 書店の棚とその役割を知ろう

① 元棚

売り場の一番のメインで、書店の品揃えそのものを体現しています。棚差しを充実させることで専門職お客様の幅広いニーズに応えることができ、医学書販売店舗としてお客様の認知度も上がり、固定客を作ることができます。

棚は分野ごとに構成されており、新刊、既刊、常備などの定番書を棚に並べることでお客様の選択肢が増え、棚の内容も充実し、専門書として棚ができます。新刊、既刊、定番書のどれか一つが欠けても成立しません。

また、棚差しをきちんと回転させるために、同じ分類や関連本、シリーズなどでまとめて並べることで、お客様にわかりやすく選びやすい棚になります。なお、棚の中で、表紙を前面にして並べる方法を面陳といいます。お客様の目につきやすいよう、だいたい目線の高さに合わせると効果的です。

棚差しのルール

- ✓ 本の分類、読者対象が合っているかを常に確認しましょう。
- ✓ 書籍の高さを揃え、類似した内容の書籍をまとめて並べると、見やすい棚になります。
- ✓ 表紙や中身の折れや破れ、キズのある書籍を見つけたら、抜き出してから、表紙カバーだけを注文するか、交換のための返品処理と再発注をしましょう。
- ✓ 常に見た目を意識して、スリッパの飛び出し、表紙カバーや帯のずれを直しましょう。

② 平台(面陳)

新刊・売れ行き良好書・定番書などを、表紙を見せた状態で複数冊積む場所。同じ分類、関連書籍、シリーズなどを隣同士や前後で並べることでまとまりを作ることができ、見やすい平台になります。

平台に元棚がついている場合は、平台に一番売りたい書籍を複数冊積んで、元棚に置いてある書籍の内容やジャンルが一目で分かるようにします。また、その月に発売された新刊やその棚の定番書を並べたりします。売上が上がるように、売れ筋の既刊を組み合わせたり、新刊のシリーズの前の巻を組み合わせたりと、常に入れ替わりが激しい場所になります。

平台(面陳)のルール

- ✓ 見やすいように、一番上の書籍の表紙は、常に通路側を向いているようにしましょう。
- ✓ 売り切れて穴があくと、非常に見栄えが悪いので、常に在庫数を意識して、売り切らさないように注意しましょう。
- ✓ あまりに高い平積みは、後ろの書籍や棚の書籍が取りづらいので、積み過ぎないようにしましょう。

③ エンド台

並んだ棚の通路側にある小さな企画台をエンド台(エンドコーナー)と呼びます。エンド台のある棚の表裏両サイドのジャンルの書籍の中から、季節ごとのおすすめ商品や、注目の新刊などを置きます。

また、特にメイン通路沿いにあるエンド台はお客様の目に止まりやすいので、エンド台の書籍を定期的に入れ替えすることで、売り場の新鮮さを演出することも可能です。また、おすすめ書籍を多面展開する時にも使うことがあります。

エンド台のルール

- ✓ 各棚の導入としての台なので、その棚の代表的な商品を置くようにしましょう。
- ✓ メイン通路沿いの台は、お客様から一番良く見える台なので、POP・看板(パネル)・ポスターなど販促物を飾って、展開を目立たせましょう。



④ 企画(フェア)コーナー

季節ごとのフェアや国家試験関連の書籍など、その時期に売れそうな書籍をまとめて展開するコーナー。

医療関連の学会や、次のフェア展開を意識して、事前に書籍を揃えておきましょう。一つのジャンルの書籍や、話題の新刊と関連書をまとめても良いです。お客様の来店頻度をあげるためにも、常に新しい企画を展開していきましょう。



企画(フェア)コーナーのルール

- ✓ 企画(フェア)コーナーには看板(パネル)やPOPを掲示しましょう。
- ✓ 1～2ヶ月を目安にして、次の企画に入れ替えましょう。同じ企画が続くとお客様が飽きてしまいます。長期間、同じ企画を実施する場合には、開催期間の途中で書籍の追加や入れ替えをすることで新鮮な企画(フェア)コーナーを維持することができます。
- ✓ 自分一人で毎月の企画を考えるのはとても大変です。出版社合同フェアや学会情報(学会に合わせて新刊や改訂本がよく出ます)を参考にして、1年間の企画を計画してみましょう。



医学書 出版社合同 フェア カレンダー

■社名下段は幹事社

4月 6月 8月 10月 12月 2月

循環器フェア 7 社 金芳堂・金芳堂・中外医学社・南江堂・ 文光堂・メジカルビュー社・羊土社	数値・バグテン! お薬フェア 6 社 金芳堂・照林社・中外医学社・ 南江堂・南山堂・羊土社	消化器内科フェア 7 社 医学書出版・金芳堂・東京医学社・ 南江堂・文光堂・へるす出版・羊土社
リハビリテーションフェア 7 社 Gakken・協同医学出版・金日本病院出版会・ 文光堂・三輪書店・メジカルビュー社・羊土社	画像診断医学書フェア 8 社 Gakken・金原出版・診断と治療社・南江堂・ 文光堂・メジカルビュー社・MEDSI・羊土社	感染症フェア 7 社 金芳堂・診断と治療社・中外医学社・ 南江堂・南山堂・MEDSI・羊土社
小児科フェア 10 社 金原出版・金芳堂・診断と治療社・中外医学社・東京医学社・ 中山書店・南山堂・文光堂・メジカルビュー社・羊土社	看版会フェア 9 社 医学書出版・協同医学出版・Gakken・照林社・南江堂・ 日本看護協会出版会・文光堂・へるす出版・メジックメディア	ピンクリボンフェア 4 社 Gakken・金原出版・中外医学社・南江堂
医療統計+論文フェア 6 社 金原出版・金芳堂・中外医学社・南江堂・南山堂・羊土社		

■各フェアについてのお問い合わせをお待ちしております!

循環器フェア 羊土社 TEL-03-5282-1211	ピンクリボンフェア 金原出版 TEL-03-3811-7184	数値・バグテン! お薬フェア 南山堂 TEL-03-5689-7855	画像診断医学書フェア Gakken TEL-03-6431-1234	医療統計+論文フェア 金芳堂 TEL-075-751-1111	小児科フェア 診断と治療社 TEL-03-3580-2770
消化器内科フェア 南江堂 TEL-03-3811-7239	感染症フェア 南江堂 TEL-03-3811-7239	看版会フェア へるす出版 TEL-03-3384-8035	リハビリテーションフェア 三輪書店 TEL-03-3816-7796		

■書店様向けに医学書出版社がご案内している合同フェアをまとめました。2023年3月の情報をもとに作成しましたが、今後変更が生じる場合もありますのでご了承ください。

2023年3月現在(作成:南江堂)

⑤ 雑誌コーナー

週刊・月刊・季刊などの定期的に刊行されている、医学・看護系の専門誌をまとめて展示するコーナー。お客様にわかりやすいように、医学・看護・薬学といったそれぞれの分野ごとに並べましょう。

3ヶ月～1年分ぐらいのバックナンバーを常設している書店もあります。バックナンバーを常設することで、他の書店との差別化を図ることができます。

また、お客様が買い逃した号や過去の号に掲載された論文を探しに来られることもあり、需要が十分に見込めるためです。

雑誌コーナーのルール

- ✓ 増刊号や増大が年に1～2回発行され、通常号よりも売れる場合が多いので、平台に置くなど積極的に展開しましょう。
- ✓ バックナンバーを常設している場合は、欠号がないか定期的にチェックするようにしましょう。

2) 医学書担当者の日常業務を知ろう

① 整理

開店前、売り場の1日は整理から始まります。特に棚整理は、お客様が見やすく取り出しやすくするために毎日行いましょう。

棚の隙間を埋め、大きさを揃え、スリッパ・帯・表紙カバーの飛び出しやズレを直します。また、平積みも乱れを直し、表紙の向きを揃えましょう。

整理をしていると帯やカバーの破れなど傷んだ本、汚損本が見つかります。帯は店舗で廃棄、カバーの破れや傷みがあり、本そのものは傷んでいない場合は、カバーのみを出版社から取り寄せることも可能です。

本自体が傷んでしまった場合は交換できることもありますので、出版社に相談してみましょう。



② 雑誌品出し

最新号が入荷したら、バックナンバーで販売する分を除き、前月号を返品します。抜きもれ、返品もれが無いよう、雑誌は並べる場所を決めておく和管理がしやすいです。

ほとんどの医学雑誌は、取引条件が「買い切り」「返品条件付き」となっています。そのため、返品には了解書が必要となることが多いので、確認しておきましょう。出版社の担当者名を聞いておくのも良いでしょう。

また、雑誌でもISBNコード付きの「書籍扱い」のものがあるので、返品の際には気を付けてください。

③ 新刊の棚入れ

新刊が入荷したら、正しい分類の棚に入れましょう。間違った棚に入れてしまうと、その本を必要としているお客様の目に届かず、売り逃すことになります。

読者対象を考える

「この本は誰向けに書かれたものか？」

医師・看護師・薬剤師など、医療従事者はそれぞれ読む本が異なります。

例えば、本のタイトルに「医師のための～」と入っていたら医師が対象の本ですし、「看護師のための～」と入っていたら看護師が対象の本です。

しかし、対象が書かれたタイトルの本ばかりではありません。誰向けに書かれた本なのか分からないときには、本の中の「はじめに」や「序文」、目次、著者の肩書きなどを確認して判断しましょう。

分類（ジャンル）を考える

「この本はどのジャンルについて書かれたものか？」

医学書と一口に言っても、内科・外科・小児科・眼科・皮膚科など、様々な診療科に分類されます。なかには複数ジャンルに分類される医学書もあります。

そこで参考になるのがスリッパです。スリッパには、出版社が書店員のために分類やジャンルを記載していることが多いです。また、出版社のHPでも確認することができます。

ある程度分類が分かるようになってきたら、「医学書総目録」（日本医書出版協会発行）を活用し、照らし合わせて分類を確認するとよいでしょう。

このように、本のタイトル・序文（はじめに）・目次・著者の肩書き・スリッパなどを見ても、どこに棚入れしたらよいかわからない時は、遠慮なく出版社に聞いてみましょう。

④ 新刊配本・注文

店舗の規模や取次店によって、新刊配本がある出版社とない出版社があります。自身の店舗はどの出版社の新刊配本があるのかを把握しておきましょう。

新刊情報は、出版社のFAX・HPやSNS、取次店からの情報、JMPA新刊情報、Amazonなどのネット書店でも知ることができます。また、新刊配本がない場合、事前に発注しておくとお荷もれが防げます。



⑤ 補充品の棚入れ

売れた書籍が補充品として入ってきたら、棚に入れましょう。

一度売れた書籍は、また売れる可能性が高いです。新刊と同様に大事なことは、該当分野・分類の棚に入れることです。間違った場所に入れたら、お客様は探すことができません。

⑥ 補充注文

棚から売れた書籍は、売りっぱなしにはせずに補充注文をしましょう。また、入荷したばかりの新刊が複数冊売れた場合は、売り伸ばしを図るためにも補充注文しましょう。

補充注文のやり方は書店ごとに異なりますし、書籍か雑誌か、取次店ごと、出版社ごとにも異なりますが、大きく分けて以下のようなやり方があります。

電話注文

出版社に直接電話して注文します。在庫状況や搬入日がある場合で分かるので、客注や急ぎの注文などでよく使用します。

FAX注文

通常の補充注文だけでなく、新刊の指定配本や雑誌バックナンバーの補充注文など、直接出版社にFAXで注文するやり方です。搬入日などが文書で残るので、後で確認するときに便利です。

取次店への注文

トーハンのTONETS（トーンネット）、日販のNOCS（ノックス）など、取次店ごとに注文サイトを用意していて、補充注文などで使用します。

各出版社への補充注文をまとめて発注できるので便利です。

MedGate

医学書独自の注文方法として、医学書出版社の書籍が注文できるサイト「MedGate」があります。MedGateは、医学、看護学をはじめとする医学関連領域の出版物、およびそれらを発行する出版社の商品をまとめて注文できる、書店向けのWebサイトです。

参加出版社

医学書院 南江堂 メディカル・サイエンス・インターナショナル
医歯薬出版 文光堂 南山堂 羊土社 メジカルビュー社
中山書店 総合医学社 克誠堂出版 へるす出版 東京医学社
全日本病院出版会

⑦ 返品

医学書は、一般書とは異なり、出荷条件が「買い切り」や「返品条件付き」で出荷している出版社が多く、返品作業時には注意が必要です。

各出版社の出荷条件について分からなければ、各書店、各取次店によって異なりますので、取次店に確認しましょう。

「返品条件付き」出荷の書籍や雑誌を返品する場合は、出版社の了解が必要となります。返品の了解は、出版社に FAX で申請しましょう。返品可否が FAX で返信されてきます。また、電話でも交渉することができます。返品で困った時は、出版社に電話で相談してみてください。

雑誌の返品も書籍と同様です。医学雑誌は、先月号の返品であっても「返品了解書」の添付が必要となるものが多いので、気を付けてください。毎号のことなので、あらかじめ出版社に返品の了解をもらっておくことができないか、交渉してみましょう。

⑧ 販促活動

店頭で医学書売るためには、正しく分類された見やすく探しやすい棚を作ることが大切ですが、それ以外にも、工夫することで売り伸ばしを図りましょう。

POP

自分が売りたい、おすすめしたい商品があったら、POP を書いてお客様にアピールしてみましょう。

出版社の HP や新刊案内にはおすすめポイントが簡潔に書かれているので、POP 作成の際に参考になります。出版社によっては、HP から POP をダウンロードできる場所もあります。

「売れています!」「注目の新刊!」などだけでも、お客様へのアピールにつながりますので、積極的に活用しましょう。

SNS

書店も医学書出版社も、SNS で様々なアピールをしています。

医学書の紹介、フェアの告知など、店舗の魅力を発信することができます。思わぬところで著者の先生や出版社などつながりができるかもしれません。

⑨ 常備入れ替え

毎日行うような業務ではありませんが、「常備寄託」として入荷する書籍を、棚に入っている同じ書籍と入れ替える作業が発生します。

常備品の内容は出版社や書店によって異なりますが、原則、書籍 1 点につき 1 冊となっており、出版社がはじめからラインナップを決めてセットを組んでいる場合や、書店が自ら置きたい本を選択することもあります。

契約期間は、1 年間が多く、入れ替え時期は出版社によって異なります。常備の契約更新をするたびに、書籍の入れ替えを行います。書籍の入れ替えを行うことで、棚の書籍が整理され、欠本や汚損本などが無くなり棚が綺麗な状態になります。

常備が入荷したら、昨年入荷した常備を棚から抜き、今年入荷した常備を棚に入れます。昨年入荷したが、今年入荷していない常備もあるため、昨年の常備リストや自社のデータ等で棚にある在庫がいつの常備かを確認すると、抜きもれがありません。

また、常備スリップが入っている場合は、入れ替え年月が記載してありますので、そこでも確認ができます。

前年の常備品は、まとめて返品してください。

常備寄託とは？



一定期間、出版社の書籍を借りた状態で棚に並べること。



期間中、常備品が売れたら必ず補充注文を行い、常に書籍が揃っている状態にしておく必要があります。

最後に

医学書をお買い求めになるお客様は、知識を豊富に持っています。日常の業務が多く大変だと思いますが、お客様の期待に応えられるように、書店の皆さんも知識のアップデートや情報収集を欠かさないようにしましょう。

医学書出版社も書店をバックアップしますので、何か困ったことがあれば相談してください。

