

伊藤實啓の「今、この人の話が訊きたい」



みちしたまさあき / 昭和46年1月4日、福井県生まれ。平成6年12月1日、春うららかな書房入社。平成16年7月に同社代表取締役社長に就任。趣味は読書、マラソン、温泉旅行。座右の銘は「常在戦場」。

株式会社春うららかな書房 代表取締役社長

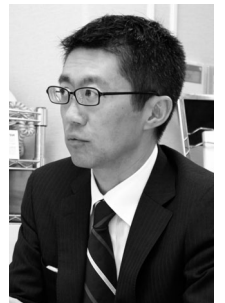
道下昌亮

伊藤 春うららかな書房は、「マンガ喫茶やレンタル店への書籍供給」というビジネスモデルで大きなシェアを持っているとお聞きしています。道下社長がこのお仕事を始めたきっかけはなんだったのでしょうか。

道下 当社の創業時の業態は、私の父が福井県で設立した古本の小売業でした。ピーク時は8店舗にまで拡大したのですが、大手の進出などで競争が激しくなってきたことを受けて、マンガ喫茶などに本を卸すというビジネススタイルに転換しました。現在は、複合カフェ（マンガ喫茶・インターネットカフェ）の取引シェア85%以上、コミックレンタル店の取引店舗シェアも業界トップクラスの規模を持っています。

伊藤 マンガ喫茶というビジネスは、いつくらいからあるのですか。

道下 1970年代に、喫茶店にマンガを置くというスタイルが登場します。発祥は名古屋といわれていますが、その際に課金制の営業を行う店舗もあったようです。その後、沖縄などにも店舗ができ



いとう・みつひろ
1970年生まれ。北海道大学大学院経済学研究科経営学専攻修士課程修了。株式会社遊技通信社 代表取締役

はじめると全国各地に広がり、現在のようなブース型の店舗が増えてくるのは、2000年に入ってからです。

伊藤 ホールも名古屋が発祥と言われています。こうしてみると、名古屋の人は新しいビジネスに対する嗅覚が優れているのかも知れませんね。では、御社がホール向けにマンガの供給をスタートした時期やきっかけは、どういったものだったのでしょうか。

道下 以前からホールにマンガや雑誌が置かれていたのは認知していましたが、ごく一部の店舗でした。また、当初はほとんどが自分達でマンガを購入していたようなので、レンタルというニーズがあると考えました。積極的にアプローチを開始したのは、2013年からです。

伊藤 ホールの休憩所という以前は、新聞や雑誌が数冊置いてある程度だったと思いますが、最近では御社とのお付き合いも含めて、ホールにマンガを置くというスタイルが定着している印象を受けます。ホール向けにビジネスを開始した当初は、すぐに受け入れられたのですか。



道下 当初はあまり注目されなかったのですが、ラッキーなことに全国展開の大手ホール企業から注文があり、一気に100店舗単位で導入していただきました。このホールは一年ほどで解約されたのですが、その実績を受けて業界企業からの引き合いが徐々に増えはじめ、契約件数は現在も伸び続けています。

伊藤 マンガを置いている店舗数だけでなく、一店舗あたりの冊数も以前に比べて増えている印象があります。

道下 そうですね。当社の案件では大きいところで2万冊以上、少ないところでも10000から2000冊単位のご契約が多いです。一店舗で6万冊という本家のマンガ喫茶を凌駕する規模の冊数を置いているホールもあります。このホールのマンガのプロデュースも当社が担当しました。

伊藤 御社は温浴施設や美容院、マンガ喫茶などにもレンタルや販売を行っています。そのような業種とホールでは扱うタイトルや導入目的、サービスに違いはありますか。

道下 温浴施設など宿泊型の業種は、滞在時間を延ばすのが目的なので、幅広いジャンルをカバーして欲しいというニーズが高いです。一方、ホールは遊技機に採用されている版権マンガなど、「タイトル重視型」の傾向が強いですね。顧客サービスとしてはもちろんですが、ホールの場合、設置機種とリンクしたマンガを置くことで、遊技機のプロモーション的な利用も可能です。当社としては、そうしたニーズにも柔軟に対応できるように、パチンコやパチスロに特化した作品の選定やアドバイスも行っています。

伊藤 業界では今後、規則改正で遊技機のスペックが大幅に変わっていくことになるので、店舗によっては、遊技機の減台やコーナーの縮小などに対応せざるを得ないところも出てくると思います。その際に、遊休スペースの有効活用として「マンガ」を使った休憩コーナーの拡充や強化は、ローコストで実現できる施策としても非常に魅力的だと思います。

道下 当社のサービスをご利用いただいている店舗からは、パチンコに興味のない層に向けたブックとしてマンガや雑誌が重宝している、というご意見もいただいています。6万冊を導入した店舗は

規則改正を踏まえた減台やコーナー縮小にも対応 「戦略的マンガ活用」を積極的に提案

業界内だけでなく多方面で話題になりました。外から入りやすいように、店舗の入口に喫煙ルームを設けて、その動線上にカウンター型のコピーサービスやマンガコーナーを設置することで入店時の敷居を下げ、だれでも入りやすい環境をアピールしているホールもあります。

伊藤 たしかに、「6万冊のマンガが無料で読める」となれば、パチンコに興味がなくとも一度は覗いてみたいという気持ちになりますね。また、喫煙ルームを起点に動線を作って店内に誘導するという取り組みもユニークです。広告宣伝の規制などもあってホールは過度なアピールができない現状にあります。射幸性とは違う部分でユーザーの来店動機を刺激することができるマンガは、使い方によってはまだまだ可能性を秘めているアイテムだと感じました。そこで改めてお聞きしたいのですが、ホールに御社のサービスをどのような形で活用して欲しいとお考えですか。

道下 コーナーの大小に限らず、書棚の作品を定期的に入れ替えることが重要だと思います。POPなども活用して置いてある作品をアピールするのも効果的です。当社では、店舗のニーズに合わせて購入、レンタル、両方の併用も可能なのですが、定番作品や連載物は購入し、入れ替わりの激しい話題作やパチンコ、パチスロの新作導入などに合わせた版権作品はレンタルといった使い方をすれば、



【対談を終えて】
ここ何年かはホールを視察した際に、「休憩コーナーのマンガ」が、標準装備になっていると感じていたが、こうした流れを作ったのは春うらかな書房だといっても過言ではないだろう。今後は、規則改正を受けた遊技機スペックの大幅な変化に合わせて、減台やコーナーの縮小などに対応する動きが出てくることも予想されるが、遊休スペースを有効活用するための現実的な施策として同社のサービスは、今まで以上に注目を集めそうだ。

安価に書棚の鮮度を保つことができるので、是非参考にして欲しいです。

伊藤 では最後に、今後の展望をお聞かせ下さい。

道下 当社は単にマンガを設置するだけでなく、導入から継続した運用を通じて店舗の課題解決を図る手段の一つとしてマンガを戦略的に活用して欲しいと考えています。今後も当社の持っているノウハウや導入実績を活かしながらホール特有のニーズや利用目的にもマッチする最適なプランを積極的に提案させていただきます。と思います。

本サービスの運営業務は、春うらかな書房の子会社の株式会社スマートコミックに委託しています。