

——創業の経緯をお聞かせください。

道下 地元の福井県で父親が経営していた漫画を中心とした古書店が、当社の前身になります。創業した1980年代後半は、似たタイプのライトな古書店が多く誕生した時期で、社名の「春うららかな書房」も、当時の屋号を受け継いだものです。

——古書の道に進まれたのは、ごく自然な成り行きだったわけですね。

道下 いえ、むしろ「古書販売なんか絶対やるものか」と、反発ばかりしていましたね。古書の道に進むきっかけは、とある方との出会いでした。学生時代、地元で月に一度、開催していた古書売りの市で、東京の業者の方と知り合いました。実は、この業界では名の知られた方で、人間的な魅力にふれ、手伝いをするうちに、すっかり古書の虜とらになってしまいました。

その方のすすめもあり、高校卒業後、東京都新宿区にある老舗しほの古書店で修行することになり、約6年間、勤務しました。一流の古書店で多くの一流の商品に触れたこと。それは今の事業に直接、かかわるものではありませんが、古書ふるしよに携たずわる者として、私のベースになっている貴重な経験でした。

——修行を終えた後は、福井に？

道下 営業として、父の会社に入社したのが1994年。当時は、中古マンガの販売が好調で、店舗販売だけでもかなりの収益がありました。それを事業発展に生かすべく、思いついたのが、1996年から展開した漫画喫茶への卸売り事業でした。

600万冊の圧倒的な在庫力 漫画が変えた集客のカタチ

いまやパチンコホールにとって、レストスペースの充実是集客の必須課題。

その“充実”の鍵として、コミックコーナーがますます重要性を増す中、

600万冊の在庫を武器に、レンタル事業のシェアを拡大するのが「春うららかな書房」だ。

中古本一筋に30年。多様な事業を展開する同社の変遷について、道下昌亮社長に聞いた。



株式会社春うららかな書房
代表取締役社長

道下昌亮

PROFILE

1971年、福井県大野市生まれ。県立大野高校卒業後、東京都新宿区の古書店に約6年間勤務。24歳で退社し、父親の経営する越美資源（1994年、春うららかな書房へ商号変更）に入社。2004年に、代表取締役社長に就任。趣味は温泉めぐり。モットーは「常在戦場」。



そのころは、中古マンガの卸売りを事業として確立している企業はなく、あっても個人のブローカーが直接、売れ残りの本を買い付けに来るといったレベルでした。それまでの企業は、余った在庫は他店舗に回し、「自社で仕入れた本は自社で売る」のが基本でしたが、当社はあえて「外に売る」ことで中古マンガの卸売りという新規分野を開拓していきました。

店舗事業は、8店舗まで増えましたが、1997年に大手中古本チェーンが福井県に進出したのを境に、利益が減少。3、4年かけて撤退しました。その間も卸売業の方は好調で、それを基幹事業に、1997年にインターネットによる通信販売、2007年にレンタルビデオ店を対象にしたレンタル用コミックの卸売り、2010年に美容室向け雑誌配送サービスといった事業を展開、今に至ります。

ミックレンタルも開始しました。**道下** 他社が先行開拓していた事業ですが、市場のシェア率から判断するに、まだまだ需要があるのではない、参入しました。

実際、やってみると、想像以上に外注化の意識がホールさまに浸透しているなど感じます。自前でコミックコーナーを運営していたにもかかわらず、中には自社のコミックを当社に売ってから、レンタルに切り替える企業さまもあります。多少のコストが掛かる程度ならば、「餅は餅屋に」という意識なのでしょうが、それがコミックレンタルとうまくマッチしている印象。まだまだ伸びしろを感じます。

——御社の強みは？

道下 商品の調達力でしよう。まず、レンタル用コミックにはR R A C（出版物貸与権管理センター）が発行する貸与権シールを貼る必要がありますが、シールを貼る権利を持つのは、指



定代行制度で許可を受けた限られた企業だけ。これだけでもかなりの武器になっていきます。

加えて、仕入れ方法も、提携する古書販売企業や閉店する漫画喫茶から在庫を買い取ったり、個人経営店の商品を直接購入したりと、他社でまねできないほど、あの手この手を尽くしています。さらに、これを社員一人でも管理できるようにシステム化することで、常時、約600万冊の中古マンガを在庫として保持しています。

——これらを武器に、パチンコ店でも順調にシェアを拡大していったわけですね。

道下 はい、と言いたいところですが、初導入した大手ホール企業さまとの契約が1年半後に打ち切りに。店舗数もかなりあったので、さすがに気持ちが悪くなりましたが、訪問営業による地道な努力が実を結び、開始5年で500店舗までシェアを伸ばしてきています。

一気に導入店が広がったのは、3年目。これは、今まで近隣他店との差別化の手段だったコミックサービスが、どの店にもあつて当たり前の標準設備になってきていることが理由だと思います。また、店舗の大型化により、1店舗当たりの導入冊数も増える傾向にあります。当社のシステムは最低100冊からレンタルできますが、現在、ホールさまの平均導入冊数は約1000冊。お世辞を抜きに、同サービスの主力業態に成長しています。

——今後、サービス内容はどのように変化していくのでしょうか？



道下 現在、当社ではソフトバンクの子会社と提携して、無料の電子書籍サービス「ビューン読み放題スポット」を展開しています。レンタル事業では依然として紙媒体の需要が高いですが、美容室など、店内置き雑誌をすべて電子書籍にする業態も始めています。レンタル事業でもいずれ、紙媒体と電子書籍の併用が本格化していくでしょう。

——パチンコ店のレストスペースで、コミックが果たす役割をどう捉えていますか？

道下 長年、中古マンガに携わる中で感じる他メディアとの違いは、そのリピータ性です。何度、同じ漫画を読んでも同じ場面で笑い、涙できる。これは漫画だけが持つ優れた特性で、それが集客につながる理由ではないかと。規制により、派手な広告宣伝が打てない中、さり気なく、でも確実に人を引き付ける漫画は、今後も、ホールさまにとつての心強い縁の下の力持ちであり続けていきます。