



慶應義塾大学ビジネス・スクール

株式会社ヴィレッジヴァンガードコーポレーション

5

僕たちの名前はヴィレッジヴァンガード。

店の名前はN.Y.にあるジャズクラブから取ってある。

もし社長が落語好きだったら

大須演芸場になっていたところだ。

10

名古屋の片隅でテキトーに盛り上がっていたら、

いつのまにかこんなになってしまった。

目指すのは日本で一番おもしろい本屋。

EXCITING BOOK STORE

遊べる本屋『ヴィレッジヴァンガード』

15

(ヴィレッジヴァンガードのホームページ <http://www.vvvnet.com> より)

ヴィレッジヴァンガード

1986年12月、菊地敬一は念願の「自分の本屋」を愛知県名古屋市天白区に開店する。売場面積は70坪。中古の農業倉庫を使った店舗は、一見何の店だか全く分からぬ。とりあえず店の外壁に大きく「本屋」と書くことにした。内装は前から考えていたように、壁に沿って天井まで届く書棚を配置、高いところにある本が取れるよう梯子をつけ、また良く見えるように双眼鏡も置いた。平場となる中央には、ビリヤードの台やジューク・ボックス、その周りに本、CD、そして雑貨（ヴィレッジヴァンガードではグッズと呼ぶ）を所狭しと並べた。しかも、乱雜にならないように気を使つた。

20

商品となる書籍や雑誌の中に、発行部数の多いコミック雑誌や一般誌、またベストセラーや話題の本など、ふつうの本屋にとっての「売れ筋」商品は、ほとんどない。作家、ジャンルには大きな偏りがある。そのため顧客が理解しやすいように、本やグッズにはできるだけ面白いコメントを書いたPOP(ポップ)をつけた。

30

開業当時、この店は同業者から「趣味の店」、あるいは「道楽」と揶揄された。ところが、こんな店がいつのまにか多店舗展開をはじめる。創業してから15年たった現在、この遊べる本屋、「ヴィレッジヴァンガード」は、全国に直営店とフランチャイズ店合わせて100店舗を展開する。その売上規模は53億3,100万円（2001年度）、従業員も80名にまでなる。（付属資料1）

35

現在、出版物市場全体は減少傾向にあり、書店業界は大型書店の出店、ネット書店や新古書店などの新業態も誕生し、競争が激しくなっている。このような状況の中で、成長を続ける「ヴィレッジヴァンガード」の存在は、書店業界の中でも異色なものとして映る。

本ケースは、慶應義塾大学大学院経営管理研究科博士課程における特別実習の成果としてまとめられたものであり、経営管理に関する適切あるいは不適切な処理を例示することを意図したものではない。

40

ケース作成は慶應義塾大学大学院経営管理研究科和田充夫教授の指導のもとに、同研究科博士課程駒田純久が行った。（2002年4月作成）