## ◇ 『 日 2008 이벤트・테마파크 시장 동향 』

○ 작성 취지

- 콘텐츠를 기획제작 후 **거래처 확보 및 자사 콘텐츠 상품의 적극적인 홍보**를 하는 장으로 활용하는 것이 이벤트임
- 특히, 애니메이션을 중심으로 한 **캐릭터, 게임** 등의 가족단위를 대상으로 한 비즈니스가 **테마파크**이며 이러한 콘텐츠를 중심으로 한 오프라인 활동을 중심으로 이벤트테마파크 시장을 정리 참고자료로 활용하고자 함

※출처 : ①「정보미디어백서 2010」(덴츠총연 편집/다이아몬드사 발행, 2010)
②「피아라이브엔터테인먼트백서2009」(피아종합연구소 발행, 2009)

○ 작성 순서

1. 「**이벤트시장 동향**」
2. 「**유원지・테마파크시장 동향**」
3. 「**시사점**」

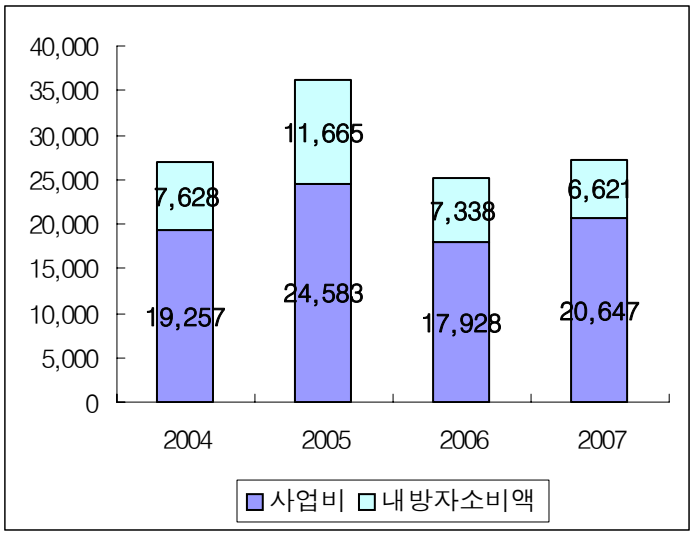
## 1. 『이벤트시장 동향』

### ❑ 「이벤트시장 축소 경향」

○ **일본 이벤트산업진흥협회(JACE)** 발표에 따르면,

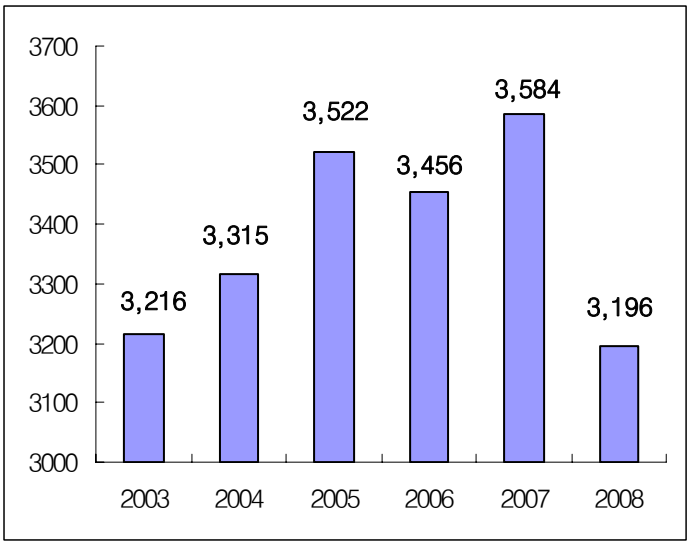
- '06년, '07년 시장규모는 **약 2.5조엔 규모**로 추이하고 있는데, **2005년의 3.6조엔**은 이해 개최된 **아이치 EXPO**의 영향으로 3조엔을 돌파한 것임
- '06년 시장규모는 2.5억엔으로 EXPO 반등으로 축소되었음을 알 수 있으며, **'07년 시장규모는 2.7억엔**으로 약간 늘어났음
- **'08년**의 시장규모는 덴츠 '**일본의 광고비**'의 '전시·영상 외 광고비'부문에서 볼 때 감소하고 있음

<도표 1-1 일본 이벤트 시장규모>




(단위 : 억엔)

<도표 1-2 전시·영상 외 광고비(덴츠 '일본의 광고비2008')>



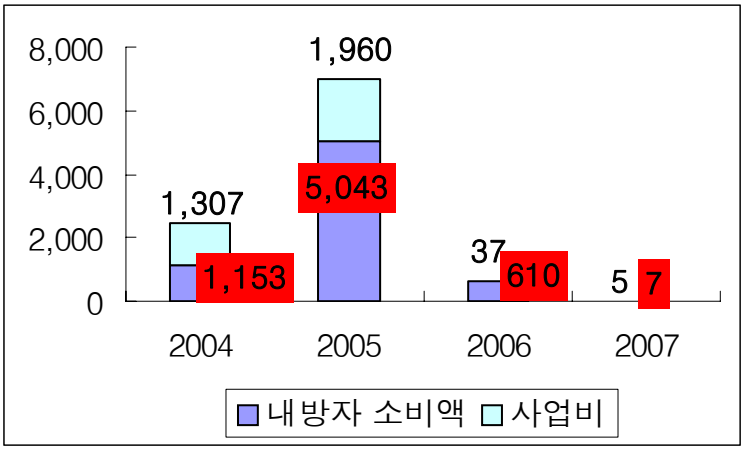

(단위 : 억엔)

## ❑ 「가장 점유율이 높은 장르는 판촉이벤트」

### ○ 장르별 이벤트 시장규모 분석

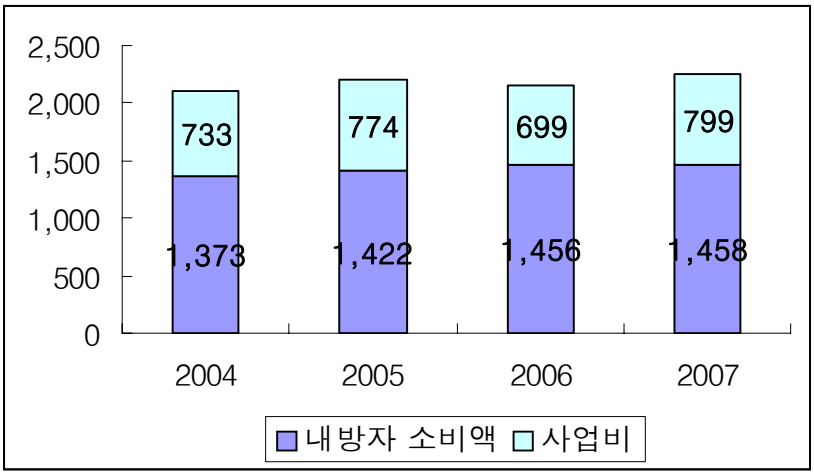
- 가장 시장규모가 높은 이벤트는 판촉이벤트로, **'07년 시장규모는 1조 6,034억엔**으로 전년대비 증가
- JACE 조사 분석으로는 '페스티벌'을 복합형 이벤트, 지자체 주최 문화제, 박람회 등의 명칭으로 진행되는 중소규모 이벤트, 축제・퍼레이드・경관 등에 관한 주최행사, 지자체 주최 물산전 등도 포함

<도표 1-3 일본 박람회 시장규모>



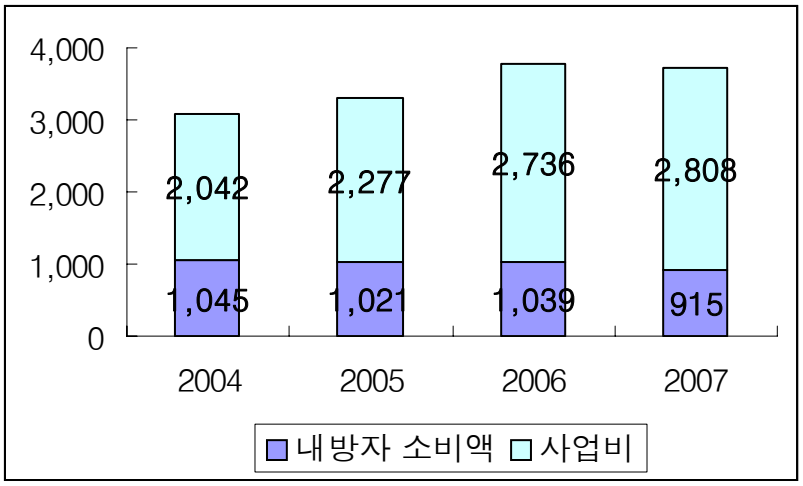

(단위 : 억엔)

<도표 1-4 일본 페스티벌 시장규모>



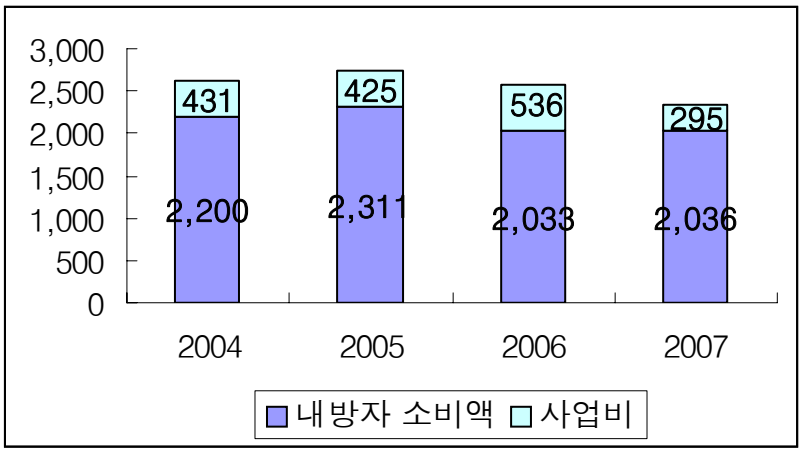

(단위 : 억엔)

<도표 1-5 일본 견본시전시회 시장규모>



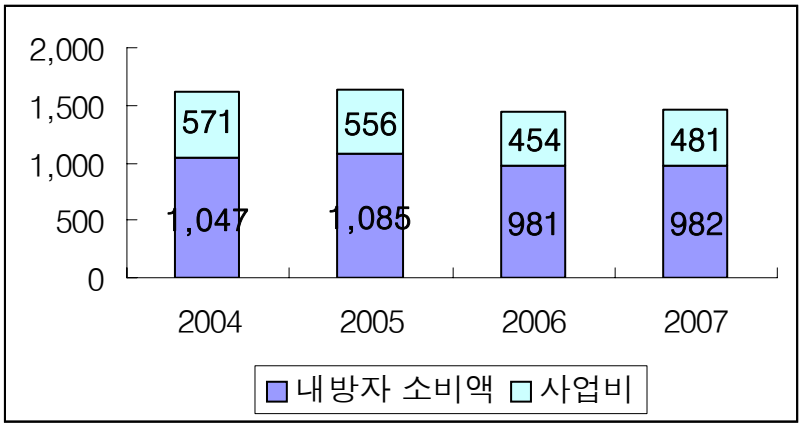

(단위 : 억엔)

<도표 1-6 일본 회의이벤트 시장규모>



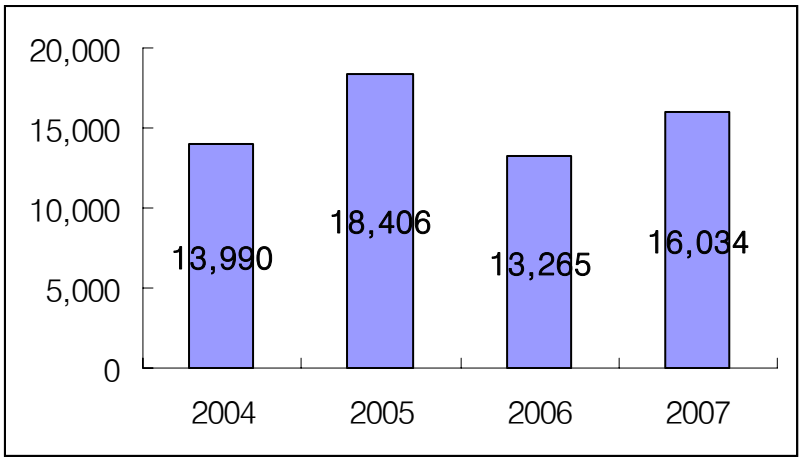

(단위 : 억엔)

<도표 1-7 일본 문화이벤트 시장규모>




(단위 : 억엔)

<도표 1-8 일본 판촉이벤트 시장규모>



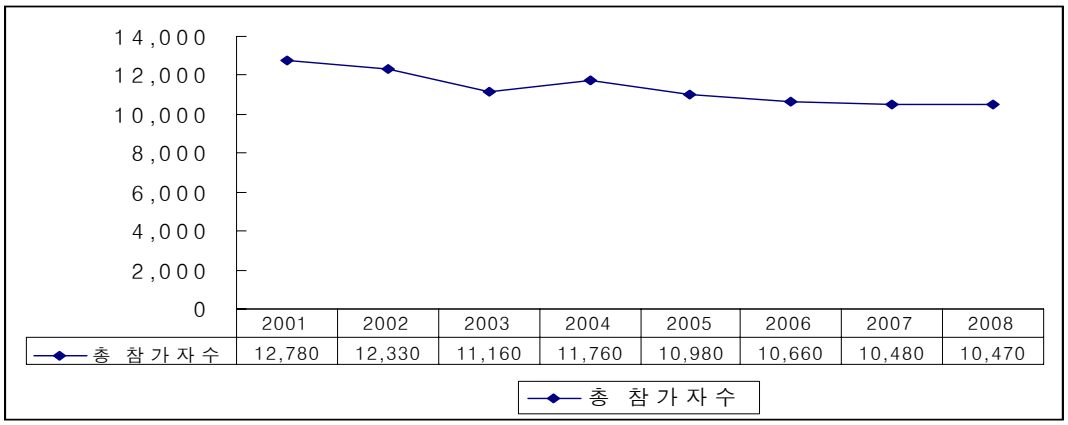

(단위 : 억엔)

## ❑ 「이벤트 참가 인구는 축소 경향」

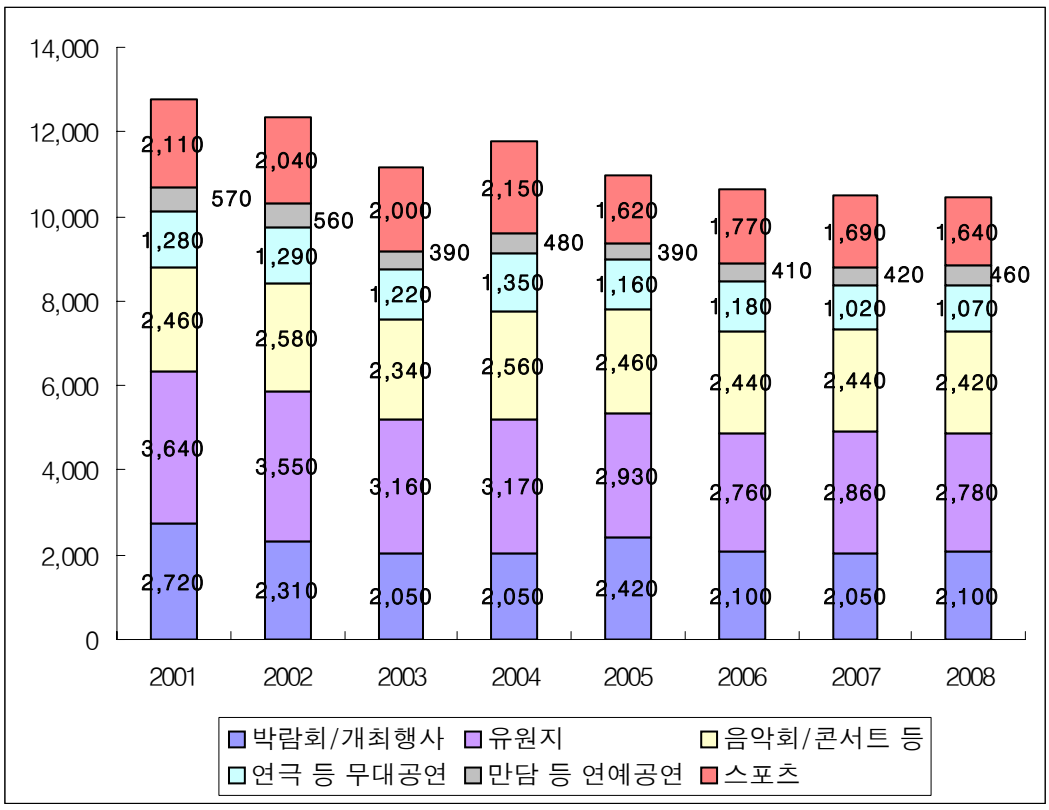
### ○ 이벤트 참가인구 증가율 분석

- '08년도 이벤트 참가인구는 1억470만명으로, **전년대비 99.9%**로 '05년 이후 **4년 연속 감소 추세**
- 1인당 지출액이 가장 높은 곳은 **유원지**로 평균 25,300엔, 그 다음이 **음악회, 콘서트** 등으로 18,900엔을 지출하고 있음

<도표 1-9 주요 이벤트 참가자 수(전체)>




<도표 1-9-1 주요 이벤트 참가자 수(장르별)>




<표 1-1 주요 이벤트 참가자 1인당 연간지출액>

(단위 : 엔)

| 이벤트 | 2004년 | 2005년 | 2006년 | 2007년 | 2008년 |
|---|---|---|---|---|---|
| 스포츠 | 13,500 | 15,500 | 15,600 | 14,000 | 12,600 |
| 만담 등 연예공연 | 10,700 | 16,100 | 11,100 | 11,200 | 16,900 |
| 연극 등 무대공연 | 18,800 | 23,600 | 20,000 | 16,700 | 18,300 |
| 음악회/콘서트 등 | 15,200 | 18,100 | 16,200 | 18,300 | 18,900 |
| 유원지 | 21,200 | 23,400 | 21,900 | 23,200 | 25,300 |
| 박람회/개최행사 | 14,500 | 19,100 | 13,800 | 12,200 | 11,800 |

## ❑ 「음악공연은 팝이 압도적」

### ○ 음악공연 증가율 분석

- '08년 음악관련 공연 수는 **전년대비 1% 증가**한 47,668회로, 4년 만에 전년을 상회하고 있음
- 장르별로 보면 전년도보다 상회하고 있는 것은 **팝 공연**뿐으로 전년대비 1,062회를 넘는 큰 폭으로 증가

- 이는 일본 국내외 아티스트들의 **공연이 돔이나 스타디움** 등 큰 행사장에서의 개최와 공연회수를 늘린 결과로, 세계적인 음반판매 불황을 공연으로 대처하고자 하는 의지를 엿볼 수 있음
- 한편, 해외 아티스트로는 **한국의 류시원, 동방신기**의 분투가 돋보이며, 타 해외 아티스트보다 많은 공연을 실시하고 있음

## <표 1-2 음악관련 공연회수 추이>

(단위 : 회)

| 장르 | 2003년 | 2004년 | 2005년 | 2006년 | 2007년 | 2008년 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| POP | 32,125 | 32,159 | 31,861 | 31,325 | 31,342 | 32,404 |
| 클래식 | 10,594 | 10,853 | 11,307 | 11,156 | 11,020 | 10,767 |
| 엔카(演歌) | 1,381 | 1,234 | 1,093 | 1,204 | 1,314 | 1,247 |
| JAZZ | 2,706 | 3,331 | 3,048 | 3,084 | 2,797 | 2,672 |
| 기타 | 868 | 833 | 847 | 864 | 711 | 578 |
| 합계 | 47,674 | 48,410 | 48,157 | 47,632 | 47,184 | 47,668 |

## <표 1-3 흥행규모 랭킹(POP)('08)>

| 일본 국내 아티스트 | | | | 해외 방일 아티스트 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| No. | 아티스트명 | 공연회수 | 동원수(만명) | No. | 아티스트명 | 공연회수 | 동원수(만명) |
| 1 | B'z | 59 | 74.9 | 1 | 류시원 | 32 | 21.0 |
| 2 | SMAP | 16 | 70.7 | 2 | 동방신기 | 14 | 19.4 |
| 3 | 오다 카즈마사 | 56 | 63.9 | 3 | BON JOVI | 4 | 18.5 |
| 4 | Kinki Kids | 33 | 67.5 | 4 | Celine Dion | 4 | 18.3 |
| 5 | 아라시 | 12 | 51.5 | 5 | Avril Lavigne | 11 | 14.7 |
| 6 | EXILE | 19 | 42.7 | 6 | POLICE | 3 | 14.6 |
| 7 | L'Arc~en~Ciel | 17 | 40.5 | 7 | F4 | 7 | 11.1 |
| 8 | 유즈 | 32 | 36.5 | 8 | Backstreet Boys | 2 | 11.0 |
| 9 | 하마사키 아유미 | 29 | 35.1 | 9 | The WHO | 5 | 8.4 |
| 10 | 케츠메이시 | 28 | 31.8 | 10 | Radiohead | 6 | 7.0 |

## 2.『유원지・테마파크시장 동향』

### ❑ 「유원지・테마파크 입장자수는 1억명」

○ **유원지・테마파크 시장규모 분석**

- '08년도 유원지・테마파크시장은 **5,420억엔**으로 전년도 대비 28억엔 증가
- 입장자수는 **'05년 이후 감소경향**을 띄고 있는데, 그러한 시장 분위기에도 굴하지 않고 호조를 띄는 곳은 Tokyo Disney Resort임
- Tokyo Disney Resort를 운영하는 Oriental Land사의 경우, '08년도 **최고수익 및 최다입장객수**를 기록
- 그 외 각 지자체별 행사장 시설수를 보면, **도쿄, 나고야, 오사카순**으로 이 3도시를 합친 점유율을 보면 **19.6%** 정도로, 일본 전국에 일정수의 행사장 시설이 존재하고 있음을 알 수 있음
- 행사장 운영기업으로 대표적인 기업으로는 **Tokyo Big Sight, Makuhari Messe, 요코하마국제평화회의장** 등이 있음

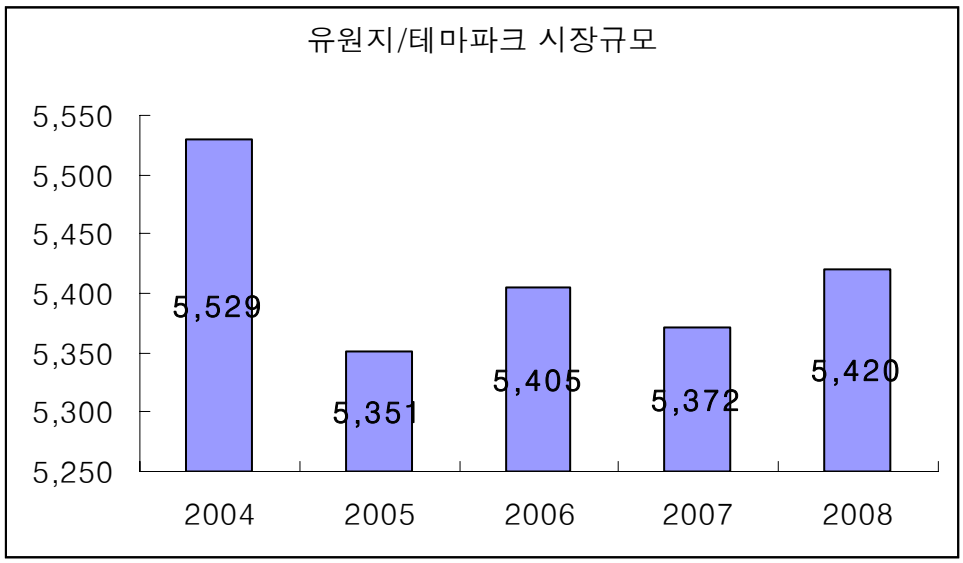
<표 2-1 유원지・테마파크 입장객 수>

(단위 : 만명)

| 구분 | 2004년 | 2005년 | 2006년 | 2007년 | 2008년 |
|---|---|---|---|---|---|
| 입장객 수 | 11,516 | 10,903 | 10,960 | 10,761 | 10,488 |

<도표 2-1 유원지・테마파크 시장 규모>

(단위 : 억엔)



## <표 2-2 주요 유원지 입장객 수('08)>

(단위 : 천명)

| | 나가시마 리조트 | 도쿄돔시티 어트랙션즈 | 요코하마 코스모월드 | 스즈카 서킷 | 히라카타 파크 |
|---|---|---|---|---|---|
| 입장객 수 | 5,034 | 4,790 | 3,000 | 1,914 | 1,025 |

## <표 2-3 주요 테마파크 입장객 수('08)>

(단위 : 천명)

| | 도쿄디즈니시/ 도쿄디즈니랜드 | 유니버셜 스튜디오재팬 | 남코난쟈타운 | 하우스텐포스 | 시마스페인촌 파르케스파냐 |
|---|---|---|---|---|---|
| 입장객 수 | 27,221 | 8,138 | 2,053 | 1,870 | 1,630 |

## <표 2-4 日 지자체별 행사장 시설 수('07)>

| 도쿄도 | 오사카부 | 아이치현 | 후쿠오카현 | 홋카이도 | 카나가와현 | 시즈오카현 | 코우치현 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 37(10.5) | 17(4.8) | 15(4.3) | 14(4.0) | 11(3.1) | 11(3.1) | 11(3.1) | 10(2.8) |
| 아키타현 | 기후현 | 효고현 | 히로시마현 | 미야기현 | 사이타마현 | 이시카와현 | 후쿠이현 |
| 9(2.6) | 9(2.6) | 9(2.6) | 9(2.6) | 8(2.3) | 8(2.3) | 8(2.3) | 8(2.3) |
| 시마네현 | 카가와현 | 이와테현 | 니이가타현 | 교토부 | 기타 | 총 합계 | |
| 8(2.3) | 8(2.3) | 7(2.0) | 7(2.0) | 7(2.0) | 121(34.4) | 352 시설 | |

※ ( )안은 구성비율 : %

## <표 2-5 주요 이벤트 시설·테마파크 운영기업 매출액>

(단위 : 백만엔)

| 구분 | 회사명 | 결산기 | 2007년 | 2008년 | 2009년 |
|---|---|---|---|---|---|
| 행사장 시설 | Tokyo Big Sight | 3월 | 23,059 | 22,552 | 24,730 |
| | Makuhari Messe | 3월 | 3,939 | 4,787 | 3,841 |
| | 요코하마국제평화회의장 | 3월 | 7,659 | 7,587 | 7,685 |
| 테마 파크 | Oriental Land | 3월(연계) | 344,082 | 342,421 | 389,242 |
| | | 3월(단독) | 284,528 | 282,525 | 318,467 |
| | USJ | 3월 | 72,062 | 73,158 | 68,530 |

※ 동양경제신보사 '회사사계보 상장회사판 2010년판 상반기'를 기초로 작성

## ❑ 「日 최대 테마파크는 Tokyo Disney Resort」

### ○ Tokyo Disney Resory 분석

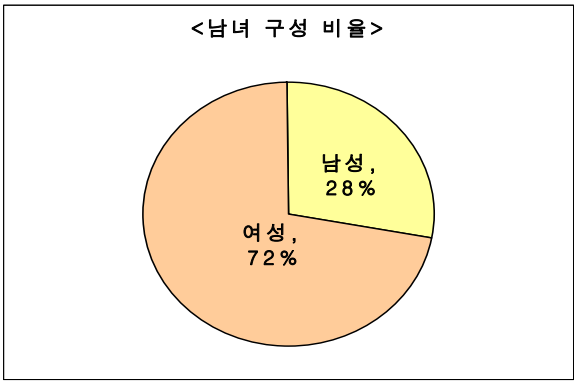
- '08년도 Tokyo Disney Resort는 동원 수 과거최고인 **2,684만명**(전년대비 **4.7% 증가**)으로 **시장규모는 전년대비 7.6%** 증가한 2,942억엔으로 호조
- '08년 기록은 **Tokyo Disney Resort 설립 25주년**인 해로, 당해 4월부터 여러 이벤트를 실시, 동원 수 증가에 기여한 결과임
- 한편, Tokyo Disney Resort내 25주년 **관련 상품의 매출**도 호조로, 방문객 1인당 평균단가도 전년대비 200엔을 상회하는 **10,963엔**을 기록
- '08년 10월에는 서커스 상설극장인 '실크 두 소레이유 시어터'를 오픈, '체류형 리조트'로의 면모를 도모하고 있음

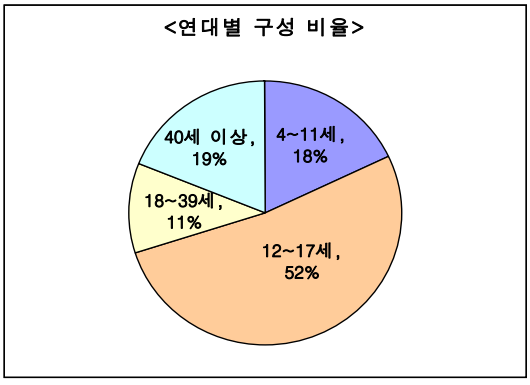
<표 2-6 Tokyo Disney Resort 동원수・시장규모 추이>

(단위 : 만명/억엔)

| 구분 | 2003년 | 2004년 | 2005년 | 2006년 | 2007년 | 2008년 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 입장객 수 | 2,535 | 2,509 | 2,472 | 2,554 | 2,564 | 2,684 |
| 입장수입 | 1,237 | 1,215 | 1,212 | 1,258 | 1,284 | 1,333 |
| 상품매출 | 928 | 894 | 888 | 925 | 921 | 1,034 |
| 음식매출 | 510 | 504 | 503 | 516 | 523 | 566 |
| 기타 매출 | 3 | 3 | 6 | 6 | 6 | 9 |

<도표 2-2 Tokyo Disney Resort 내방자 속성('08)>



## 3. 『시사점』

- 상품의 PR의 대표적인 행사가 이벤트로, 콘텐츠 분야에 있어서 이벤트는 **저작권물에 대한 홍보**뿐만 아니라 경제불황, 저출산 등 수익의 저해요소를 타파할 수 있는 공연 등의 대처로 각광받고 있음

- 본 보고서는 각 이벤트·테마파크의 시장규모 및 우수 기업의 매출 등의 분석자료를 제시, 일본 **이벤트·테마파크 시장**을 검토할 수 있는 기초자료제공

- 특히, 이벤트 내용 中, 음악공연은 '한류'를 대변하는 우리 대중음악의 일본진출을 도모하는 필수 창구로 볼 수 있으며, 최근 이와같은 수요가 증가하고 있음에 주목할 필요가 있음

- 한편, 테마파크 시장에 있어서 불황을 반영하듯 **매년 입장객 수가 줄어**들고 있는데, '08년 최대수익을 올린 Tokyo Disney Resort의 각 매출기록을 파악, 향후 콘텐츠관련 테마파크 구성시 참고자료로 활용하고자 함