



『 체험형 테마파크 성공사례 : 장난감 왕국 』

○ 작성 취지

- 콘텐츠 비즈니스에 있어서 **상설전시장은** 권리자가 1년 365일 자사 콘텐츠를 홍보할 수 있는 장으로서 각광을 받고 있으나,
 - 초기비용이 많이 들고, 완구 등의 **소매용품은 주로 양판점**을 통한 판매가 주력이며, 일부 게임형 완구에 한해 **완구게임대회**를 한정적으로 개최하는 등 홍보에 난점이 있음
 - 이에 테마파크의 기능을 살린 **체험형 테마파크**를 성공적으로 운영하고 있는 **장난감 왕국**의 주요 사례를 분석, 한국의 머천다이징사업자들에게 참고자료로 제공하고자 함
- ※ 출처 : 「장난감왕국」 홈페이지 등 종합

○ 작성 순서

1. 「테마파크, (주)장난감왕국 개요」
2. 「테마파크, 장난감왕국 운영내용」
3. 「테마파크, 장난감왕국 사업비전」
4. 「시사점」

1. 『테마파크, (주)장난감왕국 개요』

□ 「회사 개요」

| 구분 | 주요 내용 |
|-------|--|
| 회 사 명 | Omochaoukoku(株式会社おもちゃ王国) / 1640-1, Taki, Tamano-shi, Okayama-ken |
| 설 립 | 1995년 9월 |
| 대 표 자 | 다카야 마사히로 대표이사(그룹대표이사 겸임) |
| 종업원수 | 69명 |
| 주요사업 | 테마파크 「장난감왕국」 운영, FC전개, 이벤트기획, 인재양성사업 |
| 자 본 금 | 5,000만엔 |
| 모회사 | SANYO PLEASURE ^(*) |
| U R L | www.omochaoukoku.co.jp |

- 장난감왕국(おもちゃ王国)은 다카야 시게오(高谷茂男)씨에 의해, 1995년 당시 ‘타마노 레크레이션종합개발’이 운영하였으나, 운영난으로 폐관하고 있던 ‘왕자 팬시랜드’를 매수하면서, 테마파크인 ‘장난감왕국’을 설립, 운영

※ 설립자는 그룹 대표이사를 퇴임, '05년 오카야마 시장출마/당선으로 현재 시장 재임 중

○ 「중요 시사포인트」

- 이미 폐관한 테마파크를 재활용함으로써 막대한 초기비용 없이 운영에 성공, 이를 바탕으로 폐쇄된 유원지나 테마파크의 재건에 대한 노하우를 가짐

○ 「'장난감왕국'의 주제(Theme)」

- 기업 명에서 알 수 있듯, 세계의 모든 장난감을 갖춘 「완구박물관」을 겸한 유원지로서, 향수어린 장난감부터 최신 장난감까지 세대를 넘어 즐길 수 있는 어트랙션도 많이 갖추고 있음

○ 「주요기업 협력 운영」

- ‘TAKARA-TOMY’(리카/토미카/프라레일 등), ‘KAWADA(다이와블록)’, TAMIYA, SANRIO 등 일본 유명 완구회사의 협력을 얻어 전시나 어트랙션을 운영하는 것으로 유명

- 현재, 일본 전역에 7개의 ‘장난감왕국’이 있으며, 테마파크형과 도심 체험형 2종류로 운영되고 있음

□ 참고 : 모회사 「SANYO PLEASURE GROUP」

○ 「회사 개요」

| 구분 | 주요 내용 |
|-------------|---|
| 그룹명 | SANYO PLEASURE GROUP / 715-4, Oouchida, Kita-ku, Okayama-shi, Okayama-ken |
| 설립 | 1964년 (창업 : 1946년) |
| 대표자 | 다카야 마사히로(高谷昌宏) 대표이사 |
| 종업원수 | 300명(남 60, 여 240('08년 9월)) |
| 그룹회사 및 사업내용 | (주)SANYO PLEASURE : 완구, 인형 도소매 및 직영점포 전개 (주)장난감왕국 : 장난감왕국 브랜드의 유원지 전개(FC점), 기타 이벤트 기획/운영 (주)레오마유니티 : New Reoma World 유원지 운영 (주)비트하트 : 상품기획, 개발, 제조 장난감종합연구소 : 그룹 전체 Think Tank, 다양한 시설 공간 프로듀스 등의 컨설팅 |
| 매출액 | 50억엔('08년 9월) |
| URL | http://sanyopleasure.co.jp |

○ 「주요 연혁」

| 연도 | 내용 |
|------|--|
| 1946 | 고도모야(こどもや) 본점 창업 |
| 1964 | 산요(山陽)완구 주식회사 설립 |
| 1985 | 주식회사 SANYO PLEASURE로 상호변경 |
| 1986 | 주식회사 SANYO PLEASURE내 크리에이티브부문 'SPC사업부' 발족 |
| 1995 | 주식회사 장난감왕국 설립 |
| 1996 | 오카야마현 타마노시에 '장난감왕국' 개원 |
| 1999 | 군마현에 '가루이자와(軽井沢) 장난감왕국' 개원 |
| 2000 | 효고현에 '도죠코(東条湖) 장난감왕국' 개원 |
| 2001 | 오이타현에 '키지마(城島) 장난감왕국' 개원 |
| 2003 | 도쿄 'Tokyo Dome City 장난감왕국' 개원 주식회사 비트하트 설립 / 주식회사 레오마유니티 설립 |
| 2004 | 가카와현에 '레오마 장난감왕국' 개원 |
| 2005 | 동경학예대학과 공동연구조직 '동경학예대 어린이 미래 프로젝트' 설립 ※ 동경학예대학(국립)은 교원을 양성하는 사범대학 |
| 2006 | 아이치현 '미나미치타(南知多) 장난감왕국' 개원 |
| 2007 | 동경사무소 개설 |

2. 『테마파크, 장난감왕국 운영내용』

□ 「이용 개요」

- 인형제작 및 판매회사의 경험을 살려, 직접 보고, 만지고, 체험할 수 있는 놀이동산을 만들기 위해 ‘장난감왕국’으로 설립
- 도시화가 되면서 어린 아이들이 환성을 지르면서 놀 수 있는 공간이 줄어드는 가운데, 장난감은 세대를 넘어 아이들에게 있어서는 ‘보물’
- 이런 장난감을 매개로 한 놀이장소를 만들어서, ‘아이들의 환성을 다시 돌려놓자’라는 것이 장난감왕국의 기본 미션임

○ 운영 기준

| | |
|-------|---------------------------------|
| 이용시간 | 10:00~17:00 (매주 화요일 휴무) |
| 입 장 료 | 어른 : 700엔 어린이(2세~초등학생) : 500엔 |
| 시설이용료 | 테마파크 내 놀이기구는 별도 1회당 요금체제(200엔~) |
| U R L | www.omochaoukoku.co.jp |

※ '장난감왕국' 본점 기준 정보

□ 「시설 특성」

○ '장난감왕국' 설치 지역

| No. | 명칭 | 장 소 |
|-----|------------------------------|------------------------|
| 1 | 장난감왕국 | 오카야마현 타마노시 |
| 2 | 가루이자와 장난감왕국 | 군마현 가루이자와(軽井沢) |
| 3 | 도죠코 장난감왕국 | 효고현 도죠코(東条湖) |
| 4 | 키지마 장난감왕국 | 오이타현 키지마(城島) |
| 5 | Tokyo Dome City 장난감왕국 | Tokyo Dome City |
| 6 | 레오마 장난감왕국 | 가카와현 레오마 장난감왕국 |
| 7 | 미나미치타 장난감왕국 | 아이치현 미나미치타(南知多) |



- 최초 개관
 - 오카야마현 타마노시에 최초로 등장한 ‘장난감왕국’은 당시 운영란으로 폐관하고 있던 ‘왕자 팬시랜드’를 매수하면서, 테마파크인 ‘장난감왕국’으로 개원
- 시설 구성
 - 장난감시설, 놀이동산, 레스토랑, 쇼핑센터 등 총 4개 시설로 구분
 - 특히 장난감시설에는 직접 만들고, 해체하고, 체험할 수 있는 공간으로 구성 가장 인기를 모으고 있음
- 특히, 완구소매점으로 출발한 회사 노하우를 살려, 완구메이커와 협력 하에 완구회사이름을 걸고 놀이공간을 구성, 간접적인 홍보효과도 있어, 유아/초등학생 대상 완구메이커에서 적극적으로 협력하고 있음

| 구역명 | 내용 |
|------------------------|---|
| 다이아 블록 월드 | ·일본 블록완구인 다이아 블록으로 자유롭게 조립하면서 놀 수 있는 공간 |
| 토미카 프라레일 월드 | ·일본 대표 미니카브랜드인 토미카의 거대 디오라마를 전시한 체험 공간 |
| 마이 베어 공방 | ·자기만의 곰 인형을 만드는 공방 |
| 다이아 블록 그라운드 | ·다이아 블록으로 만든 건물, 동물, 자동차 등 오브제 전시, 기념촬영장으로 쓰임 |
| 피노치오관 | ·호빵 맨 캐릭터를 메인으로 제작하고 있는 유아용 완구 브랜드 피노치오 장난감을 전시, 놀 수 있는 공간 |
| 타미야 월드 | ·미니사륜구동자동차 완구의 3레인코스를 상설 전시. 제품 전시 및 레이스를 즐길 수 있음 |
| 리카짱 하우스 | ·일본 판 ‘바비인형’인 Takara-Tomy사의 리카 인형을 가지고 놀 수 있는 공간으로, 역대 리카 인형 등도 전시 |
| 실바니아패밀리관 | ·Epoch사의 주력상품인 실바니아 인형의 대형 디오라마를 전시. 직접 만지며 즐길 수 있는 공간 |
| 헬로 키티의 집 | ·인기 캐릭터 ‘키티’관련 상품등을 전시 놀 수 있는 공간 |
| 임금님 성 | ·‘장난감왕국’ 메인캐릭터인 임금님을 메인으로 스텝과 같이 놀거나, 인형극, 종이연극 등을 즐길 수 있는 시어터 파빌리온 |
| 그림책 집 | ·세계 동화나 일본 전래동화 등의 그림책 전시 |
| 나무 장난감 집 | ·촉감이 좋은 목재 장난감 전시 |
| 배움 하우스 | ·그림그리기, 글자배우기, 볼 낙하 등 즐기면서 배울 수 있는 장난감을 전시 |
| 피코피코 하우스 (현 비나 하우스) | ·어린이교육PC 'Pico'(현, Beena)로 그림그리기, 게임 등을 할 수 있는 공간 |
| 액션 돔 월드 | ·야구, 축구, 볼링, 파칭코 등 부모와 자녀가 즐기는 액션게임과 체험형 게임 등을 전시 |
| 플레이모빌 컬렉션 | ·독일제 인형 playmobil을 300개 이상 전시 |
| 리틀타익스의 숲 | ·미 little tikes사 제품의 대형 놀이도구를 야외에 레이아웃, 인공잔디 위에서 놀 수 있음 |
| 더 가차 | ·80종류의 캡슐완구머신을 갖추며 캡슐완구의 역사를 알 수 있음 |
| 고에다짱과 나무집 | ·역대 고에다짱 전시와 자유롭게 놀 수 있는 플레이코너 |

- **놀이동산**은 각 지역별 테마파크 운영사업자가 다른 상황에서 '장난감왕국'을 프랜차이즈로 운영하고 있어, 어트랙션별로 별도 요금을 내고 놀 수 있는 시설과 자유이용권을 구매 후 놀 수 있는 시설 등으로 지역별 차이가 있음
- **쇼핑센터**는 '장난감왕국' 오리지널 캐릭터 완구도 판매를 하며, 장난감 시설에서 직접 가지고 놀았던 제품 들을 구매할 수 있으며, 이 시설에서만 한정으로 판매하는 제품도 있어 인기를 모으고 있음

□ 「지역별 특징」

○ 특징별 구분

- 상기와 같이 테마파크를 겸한 ‘장난감왕국’ : 전국 4개소
- 기존 테마파크 내 ‘장난감왕국’ 입주 : 1개소(도쿄돔시티)
- ‘장난감왕국’을 특성화한 지역 : 키지마
- 수족관과 같이 운용되는 지역 : 미나미치타

○ 지역별 세부 내용

| 명 칭 | 내 용 | 입장료 |
|--------------------------|--|---|
| 장난감왕국 | 테마파크+장난감왕국 | 어른 : 700엔, 어린이 : 500엔 어트랙션 별도 요금제 운영 |
| 가루이자와 장난감왕국 | 테마파크+장난감왕국 (낚시, 자연체험 등 별도 프로그램 운영) | 어른 : 2,800엔, 어린이 : 2,600 엔 (자유이용권) |
| 도쿄코 장난감왕국 | 테마파크+장난감왕국 (별도 수영장(여름) 운영) | 어른 : 2,800엔, 어린이 : 2,500 엔 (자유이용권) |
| 레오마 장난감왕국 | 테마파크+장난감왕국 (별도 온천탕 운영) | 어른 : 3,000엔, 어린이 : 2,700 엔 (자유이용권) 어트랙션 별도 요금제도 있음 |
| 키지마 장난감왕국 | 장난감왕국(실외형) | 어른 : 1,500엔, 어린이 : 500 엔 |
| Tokyo Dome City 장난감왕국 | 장난감왕국(실내형) | 어른 : 1,000엔, 어린이 : 700 엔 (3시간제 운영으로 이후 30분 마다 연장요금제) |
| 미나미치타 장난감왕국 | 수족관+장난감왕국 | 어른 : 1,600엔, 어린이 : 800 엔 |

- 장난감왕국의 시설 컨셉은 같으나, 이를 관련 테마파크나 주변 공간들과 잘 어울려 시설을 운영하고 있고, 프랜차이즈점(FC)의 특성에 따라 지역 차별화를 주고 있음
- 미나미치타 장난감왕국은 해변가에 위치하고 있어 기존의 놀이동산 개념이 아닌 수족관과 병행 운영하는 점이 특이

3. 『테마파크, 장난감왕국 사업비전』

□ 「사업① : 유원지 사업」

- 당시 오카야마현 타마노시에 위치하고 있던 '왕자 팬시랜드'(지자체+민간 공동 운영)가 경영 악화로 폐관하고 있던 것을 매입, 일본 최초로 '완구 종합놀이장' 컨셉으로 '장난감왕국'(직영점)으로 재탄생

| 마이 베어 공방 | 다이아블록 그라운드 | 타미야 월드 | 더 가차(캡슐완구) |
|---|---|--|---|
|  |  |  |  |

□ 「사업② : 프랜차이즈(FC) 사업」

- 직영점 구축 후, 지방의 경우 인구 감소 및 기존의 테마파크만으로는 운영 적자를 면치 못하기 때문에 다각적인 '장난감왕국'의 프랜차이즈 사업을 확대시키고 있음
- 프랜차이즈 규모
 - 전국에 6개 FC점을 진행시키고 있음
 - 그 중 1개(레오마 장난감왕국)는 그룹회사가 운영



※ FC점 전개도(현재 동북 및 홋카이도 지역은 없음)

□ 「사업③ : 실내형 파크 사업(장난감 대사관)」

- '장난감왕국'의 축소판으로 쇼핑센터를 중심으로 소규모 실내형 놀이장을 전개, 현재 오카야마현 츠야마시 소재 쇼핑센터 '아루네츠야마'에 1호점 ('06년 12월 오픈) 운영

| | |
|-------|---|
| 이용시간 | 10:00~19:00 |
| 입 장 료 | 어린이(1세~초등학생) : 500엔, 어른 : 400엔 (1시간 제한) |
| 연장요금 | 이후 20분마다 연장요금(150엔(어린이)/100엔(어른)) |
| 회원요금 | 어린이 : 500엔(3시간 제한) 어른 : 200엔(프리타임) |



☞ 현재 쇼핑센터 내 실내형 놀이장 운영사업은 가장 주목 받고 있는 사업 중 하나로 많은 업체들이 이 사업에 참여하고 있는 상황임

- 기타 대형 판매장 자체에서 부모들의 편안한 쇼핑을 위해 시간제한적으로 어린이 놀이장 운영하는 곳도 늘어나고 있는 추세임



※ 대형쇼핑센터 이온이 운영하고 있는 '이온 판타지 월드'는 게임센터 및 놀이장 등으로 운영(유료)

※ 대형 홈쇼핑센터 IKEA는 무료 어린이 놀이장 제공

□ 「사업④ : 이벤트 사업(놀자! 랜드)」

- 100평~200평의 이벤트 행사장에서 개최하는 패키지 이벤트부터 놀이코너 전개까지 다양한 이벤트 개발, 판매, 운영
- '장난감왕국'내에 코너로 운영하는 경우가 많으며, 에어 미끄럼틀, 고무공 등의 소재로 놀이공간 구성(300엔/20분)

| 랜드 입구 | 고무공 코너 | 에어 등벽 코너 |
|---|---|---|
|  |  |  |

□ 「사업⑤ : 인재양성사업(학예대 어린이 미래 프로젝트)」

- (주)어린이왕국과 동경학예대학과의 산학공동 연구 조직으로 'codomode' 구성 (현재 NPO법인 신청 중)
- 어린이 관련 일을 하는 어른 대상의 인재교육 시스템 개발을 주축으로, 어린이들을 둘러싼 환경 연구가 메인
- 'codomode'(어린이 모드라는 조어)라는 표제로, 어른도 어린이 시선이 되어 어린이들의 세계를 이해하기 위해 같이 놀고 같이 배우며 그 속에서 가치 있는 관계성을 구축할 수 있는 인재 육성



[cocomode HP : www.u-gakugei.ac.jp/~codomo/]

□ 「사업⑥ : 완구회사와의 협력」

- '장난감왕국'사업에 있어서 가장 중요한 사항이 놀이장 안에 코너를 구성하기 위한 각 완구회사와의 협력임
- 완구회사의 대표 완구를 한 곳에 모아 코너를 구성하고, 이들 코너를 한 곳에서 즐길 수 있으며, 마음에 들면 상품 매장에서 구매할 수 있도록 '체험→홍보→구매'로 이어지는 가장 대표적인 Win-win Business의 사례
- 원래 완구는 소비자 대상으로 판매만을 하는 아이템으로, 타사가 놀이장을 구성, 별도 요금을 징수하면 안 되는 사업이지만, 일찍이 완구회사와의 협력을 통해 비즈니스화 하였다는 점에서 가장 눈여겨볼 만한 사업모델임
- 완구회사 협력사례

| 협력 완구회사 | 시설 내 코너별 상품 및 브랜드 |
|---|---|
|  |    |
|  |  |
|  株式会社アガツマ |  |
|  株式会社 エポック社 |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

4. 『시사점』

- 실 소비자(부모와 아이) 입장에서는 직접 만져 보며 놀 수 있는 장점과, 완구회사 입장에서는 상설 홍보관의 이점을 살린 장소 운영이 틈새시장이 된 대표적인 케이스가 장남감왕국임
- 완구라는 특성 때문에, 완구 고유의 교육이나 발육을 위한 아이템뿐만 아니라 애니메이션, 캐릭터 상품의 대표적인 아이템으로도 제작되고 있어, 특정 완구회사뿐만 아니라 캐릭터 권리를 가진 기획회사 입장에서도 참여 가능
- 도심 속에서 아이들이 놀 수 있는 장소가 줄어들고 가족 단위로 즐길 수 있는 장소가 대형 쇼핑센터로 바뀌고 있는 것은 일본이나 한국이나 공동의 소비형태로, 이 공간 안에서 어린이들이 뛰어 놀 수 있는 공간 제공 사업이 늘어가고 있는 추세임
- 한편 최근 기업홍보관 역할도 겸한 직업체험 테마파크 '키자니아'가 인기를 끌고 있는데, 소비자 입장에서는 저비용으로 충분히 놀 수 있다는 장점과 완구회사 입장에서는 홍보 및 판매가 한자리에서 제공되는 장점이 있어 이런 형태의 비즈니스도 고려해 볼 필요가 있음

※키자니아 (<http://www.kidzania.co.kr/>) 참조