



『2010년 27호 ‘주간 심층이슈’』



『 콘텐츠 심층지역 분석 : 아키하바라 』

○ 작성 취지

- 아키하바라는 전자상가라는 기존의 하드웨어의 이미지에서 1990년대 후반에 들어오면서 애니메이션, 게임즈, 카이요도 안테나숍, 동경애니메이션센터 등 캐릭터상품 등의 전문매장이 들어서면서 소프트웨어의 이미지가 높아지기 시작
 - 이와 더불어 해외 관광객들에게는 Cool Japan으로 대변하는 애니메이션, 게임 등을 중심으로 한 콘텐츠 메카로서 대외적으로 주목을 받고 있음
 - 관광지로서 콘텐츠 특화지역이 주목을 받는 가운데, ‘아키하바라’의 발전모습을 재조명하여 참고자료로 활용하고자 함
- ※ 출처 : 주간 다이아몬드 제98권(2010년 9월 25일자(다이아몬드사 발행)) 등

○ 작성 순서

1. 「아키하바라 개요」
 - 개요 및 연혁
2. 「아키하바라 콘텐츠비즈니스 현황」
 - 매니아 시장규모, 매니아 비즈니스 성공 5법칙, 재개발로 탄생한 오피스가
3. 「시사점」

1. 『아키하바라(秋葉原) 개요』

□ 개요 및 연혁

○ 개요

- 아키하바라는 2차 세계대전 종전 이후, 고동경제성장과 더불어 수많은 전자관련 기기, 부품 및 소프트웨어를 취급하는 상점들이 늘어서는 한국의 용산전자상가와 같은 전자상가로서 발전해 왔음
- 전자상가로서의 초기에는 정품외 상품 등을 취급하면서 발전해 온 가전 중심의 전자상가였으나, 대중음악의 유행에 힘입어 레코드와 CD를 취급하는 전문점이 생겨났으며, 전자게임이 유행하면서 이런 게임전문숍으로 변영해 왔음
- 최근에는 게임과 애니메이션을 중심으로 한 대형 캐릭터 매장 외에, UDX 등 복합건물과 츠크바익스프레스 아키하바라역 등이 건설되면서 다양한 연령층이 방문하는 지역으로 발전해 오고 있음

○ 연혁

연도	내 용
1890	일본철도(도호쿠본선)이 우에노에서 아키하바라까지 연장, 화물역으로서 시작
1912	코우부(甲武)철도의 만세바시(萬世橋)역이 개업
1925	아키하바라역-도쿄역간 개업에 따라 도호쿠본선이 도쿄역까지 개통
1932	오차노미즈역-료코쿠역간이 개업, 아키하바라가 환승역이 됨
1935	간다(神田)청과물시장이 설치됨
1936	철도박물관(현, 교통박물관)이 도쿄역에서 만세바시역내로 이전
1943	만세바시역이 휴업(사실상 폐지)
1945	2차세계대전후 암시장에서 당초 전기학교(현, 동경전기대학) 학생들에게 판매하고 있던 진공관, 라디오부품 등 전자부품을 다루는 점포가 전철(소부선(總武線)) 가드 밑에 모였으며, 현재의 전자상가의 기초가 됨
1948	만세바시경찰서 설치
1960~	공도성장과 함께, TV, 세탁기, 냉장고 등 가전제품 판매점이 증가, 전자상가로서의 지위를 구축
1962	아키하바라지역 첫고층빌딩인 '아키하바라 라디오회관'이 개업 지하철 히비야선 아키하바라역 개업
1970~	컴퓨터, 전자제품의 비품 등을 취급하는 점포가 등장하였으며, 수입음반 등을 다루는 전문점이 증가. 이때부터 외국인 관광객 대상의 면세점이 등장
1973	휴일 중앙거리에 '보행자 천국' 제도 실시

1975	화물취급량 감소와 더불어 아키하바라역 화물영업을 폐지
1979	아키하바라전선상진흥회(秋葉原電氣街振興會)가 설립
1980~	'패미콤' 보급에 따라 각종 PC게임소프트를 취급하는 점포가 늘기 시작, 게임관련 전문점도 등장
1980	'아키하바라 전기 축제'가 개시
1989	간다청과물시장이 오오타구로 이전(오오타시장), 부지는 주차장 및 역전 광장이 됨
1990~	가전매장의 경쟁 격화로 매출이 감소, 대신하여 PC 및 관련상품을 취급하는 매점이 증가
1990	일본 최대PC전문점 LAOX The Computer관 개점
1993	가전 판매 부진으로 가전대리점 도산이나 폐업 등이 이어짐
1994	PC 부품 취급점이 증가
1994	T-ZONE 등 대형 PC 전문점이 개점
1995~	미소녀캐릭터, 애니메이션 등의 인기가 높아감에 따라 '오타쿠'가 주목을 받음
1996	아키하바라지역의 PC관련 매출이 가전 매출을 처음으로 상회
1997	PC관련 전시회 'Internet Show in 아키하바라' 개최(~2001)
1998	피규어 제조 판매사 '카이요도'가 라디오회관에 입점
2000~	애니메이션, 동인지 등을 취급하는 '매니아숍'이 증가
2001	재개발을 위한 전자상가 북측 역전광장이 폐쇄
2001	최초의 메이드 카페라 불리는 피규어 메이드 카페 개점
2002	T-ZONE 본점 폐점
2002	치요다구(千代田區)에 쾌적한 생활환경 정비를 위한 조례가 제정되어, 아키하바라 전역이 금연지구로 지정
2002	T-ZONE 본점 부지에 일본최대 하비숍 Asobit City(LAOX 운영)가 개점
2003	일본최대 운수회사 일본통운(日本通運) 본사가 아키하바라에서 시오도메로 이전
2004	Asobit City 폐점
2004	Asobit Cuty 부지에 대형 저가쇼핑몰 '돈키호테'가 개점, 대중화 가속
2005	'전차남', '미소녀캐릭터' 붐등의 영향으로 아키하바라가 주목을 받음
2005	츠쿠바익스프레스 아키하바라역이 개업
2005	아카하바라역 구화물역 부지에 대형가전매장 '아키하바라멀티미디어Akiba'와 대형레코드숍 'Tower Record' 아키하바라점이 개점
2005	'아키하바라 엔터테인먼트 축제' 개최(이후 매년 실시)
2005	아키하바라發 아이돌유닛 'AKB48' 데뷔
2006	아키하바라역전광장 및 주차장(구, 간다청과물시장) 부지에 아키하바라크로스필드 및 아키하바라 UDX빌딩이 개업
2006	도쿄애니메이션센터 개관
2006	교통박물관이 사이타마시로 철도박물관으로 개칭 이전
2006	일본동화협회 사무국이 다카다노바바에서 아키하바라 UDX내로 도쿄국제애니메이션페어(TAF) 사무국과 함께 이전
2007	LAOX The Computer관이 폐점

2007	CoFesta 공식행사인 'Japan Animation Contents Meeting'과 'ASIAGRAPH'가 개최
2008	무차별살상사건 발생으로 '보행자천국' 제도 중지
2009	일본통운 부지에 스미토모부동산 아키하바라빌딩이 완성
2009	PC전용 선불카드인 WebMoney사 주최 일본 최대 라이브이벤트 'ONLINE GAME messe.2009' 개최
2010	일본 최대 PC게임 종합이벤트 '아키하바라PC게임페스타' 개최

2. 『아키하바라 비즈니스 현황』

□ 매니아 시장규모

○ 개요

- 오타쿠와 모에(*)를 일부 매니아들만의 문화라 말하는 시대는 지났으며, 2000년대에 들어와서 여성과 일반 소비자들도 애니메이션과 피규어등에 흥미를 갖게 되었음
- 한 분야를 깊이 파고드는 매니아 정도는 아니지만 보편적으로 폭넓게 소비하는 라이트 오타쿠가 증가하고 있으며, 현재 아키하바라의 매니아 잠재 시장은 4000억엔 규모로 보고 있음

<장르 및 시장규모>

장르	시장규모(억엔)
가전/PC	1500
프라모델	268
철도모형	152
관절구동인형	135
모형총	53
피규어	260
등인지(만화)	553
전자만화	250
코스튬플레이의상	360
메이드/코스튬플레이관련 서비스	105
아이돌	505
카드게임/트레이딩카드	800
성인게임	341
합계	5,282

주1) 상기 수치 중 PC는 다이아몬드사 취재에 의한 집계이며, 나머지 수치는 일본전역 집계수치임
주2) 카드게임/트레이딩카드는 일본오나구협회 집계 수치로 점두 매출 합계 수치임
주3) 기타 수치는 야노경제연구소의 '오타쿠시장' 관련조사 2008에서 집계한 07년도 수치이며, 메이드/코스튬플레이관련 서비스는 매출 합계, 아이돌은 소비금액 합계, 기타 수치는 일본 출하 금액 베이스임

* 모에(萌え) : 만화나 애니메이션, 비디오 게임 등의 여성 캐릭터에 대한 사랑이나 호감을 말하는 신조어

☐ 매니아 비즈니스 성공 5법칙

① 라이트 오타쿠 < 오타쿠

【건담 카페】

- 로봇 애니메이션에 특별히 흥미가 없는 사람들도 '건담'을 한번쯤은 접해본 적이 있을 정도로 일본에서 '건담'은 친숙한 이미지를 가지고 있음
- 올 4월 건담을 테마로 한 '건담 카페'가 개점 이후 4개월간 이용객이 **10만 명을 돌파**하는 예상을 뛰어넘는 결과를 냈음
- 건담 캐릭터는 DVD, 소설, 프라모델 등 셀 수 없을 정도로 많은 상품으로 생산되어 **건담시장은 1000억엔 시장**이라고도 불리우고 있음
- 내부의 디자인과 벽에 적힌 문자를 건담 바디에 적힌 문자와 같은 폰트를 사용하고 화장실을 '자쿠'(적 로봇의 일종)의 조종석처럼 꾸미는 등 원작을 충실히 재현해 **매니아층의 구미를 만족시키고 있음**

- 하지만 원작 애니메이션의 팬들만 만족시키는데 그치지 않고 누구라도 쉽게 즐길 수 있도록 '건담','과 '샤아 아즈너블(적군 대표 캐릭터) 전용 자쿠'처럼 일반인들에게 익숙한 캐릭터 위주로 등장 시켜 친숙한 분위기를 만들어 내고 있음
- 그 결과 이용객은 건담 팬 뿐만 아니라 인근 샐러리맨에서부터 패밀리층에 이르기까지 다양하며, 매니아층과 일반인을 동시에 잡은 전략이 성공한 케이스임



【파세라(가라오케)】

- '에반게리온', '몬스터 헌터' 같은 인기 애니메이션, 게임 속의 공간을 재현한 오피셜 룸과 특정 룸에서만 주문이 가능한 한정 메뉴로 **콘텐츠 속 가상 체험이 가능**
- 보통 룸의 요금보다 30분당 250엔이 더 비싸지만 매니아들로 부터 완성도가 높다는 평가를 받으며 연일 예약이 꽉 차고 있음
- 2008년 5월 개점한 이후 야후 토픽으로 화제가 되면서부터 이용객이 늘기 시작
- 아키하바라점의 이용객 대다수가 애니메이션 매니아이기 때문에 애니메이션 테마송을 다른 체인점보다 더 많이 준비해 아키하바라 이용객들의 지지를 받고 있음
- 이용객들의 비율을 살펴보면 애니메이션 매니아만 찾는 것이 아니라 여성과 가족, 외국인 관광객도 다수 차지하고 있어 아키하바라가 더 이상 '오타쿠'들만의 성지가 아님을 확인할 수 있음



에반게리온 룸
(www.pasela.co.jp/shop/akihabara/index.html)

② 1000만명 < 1000명

【부키야(武器屋 : 모형 무기 판매점)】

- 언뜻 보기엔 진짜 무기를 판매하는 곳으로 보일 정도로 섬세하게 만들어진 모조품을 판매
- 최근 코스튬플레이를 즐기는 여성들 사이에서 전국시대 무사나 사무라이 의상이 유행함과 동시에 이용객들이 늘어나고 있음
- 매장 운영사 대표는 드라마나 영화에서 쓰이는 무기 감수와 시대 고증을 해온 전문가로서 일본 자위대에도 모조 도검을 제공할 정도로 유명
- 세계의 왕실이나 황족의 행사에 도검을 만들어 제공하는 독일 유명 무기 제조회사인 WKC와 제휴를 맺어 매니아들이 찾는 진귀하고 값비싼 무기까지 갖추고 있음
- 무도 관계자와 수집가들은 물건이 비싸더라도 품질이 확실하게 보장되기 때문에 절대적인 지지를 보내고 있음



부키야 매장 전경
(www.wbr.co.jp)

【카이요도(海洋堂武 : 피규어 제조·판매점)】

- 아키하바라가 오타쿠의 성지라 불리우게 된 데에는 카이요도 도쿄점인 'Hobby Lobby' 입점의 역할이 컸음
- 피규어 제조 업계의 선구자였던 카이요도는 80년대에 **특촬물이나 애니메이션 캐릭터의 gatage kit(소수 주물 모델)로 제작**하여 매니아들에게 큰 인기를 누렸음
- 오사카에 본사를 두고 있지만 1986년 시부야에 입점하면서 도쿄 진출을 시작, 1997년 시부야점을 아키하바라로 이전하면서 판매량이 급증
- 당시 아키하바라엔 게임관련 구매자가 많음에도 불구하고 피규어를 판매하는 매장이 하나도 없었음
- 그 시기에 만화 캐릭터에 색깔을 입힌 완성품인 액션 피규어와 식품완구(완구를 보너스로 부속 판매하는 과자류)의 붐을 일으킴
- 대히트한 식품완구인 '쇼코에그'는 일본 국내 편의점에서만 **3년간 1억 3000만개를 판매**
- 호비로비 매장 판매도 1개월간 5000만엔의 매출을 올렸음
- 1998년에 아키하바라 라디오회관에 입점, 이후 같은 빌딩에 **Volks, Yellow Sub Marine** 등 동종의 경쟁사가 차례로 입점하면서 아키하바라는 피규어 업계의 격전지가 됨



카이요도 매장 전경
(www.kaiyodo.co.jp)

③ 인터넷 < 리얼

【Hobby Station(카드게임 판매점)】

- 2001년도 유희왕 카드게임을 계기로 시작된 카드게임 붐으로 카드게임 시장은 1200억엔까지 불어나지만 일시적인 붐이 지나간 후에 시장은

다시 축소

- 2~3년 전부터 다시 카드게임 붐이 일고 있는데, 기본적으로 1대1로 마주 앉아 각각의 카드에 적힌 수치나 속성 등의 여러 가지 요소에 따라 승부가 정해지고 게임의 룰 또한 다양해 두터운 팬층을 확보하고 있음
- 카드는 인터넷 통신 판매보다 전문점에 직접 구매하러 오는 손님이 많은데, 이는 카드게임에 쓰이는 카드의 60%가 중고 카드로 작은 흠집이나 종이의 상태에 따라 가격이 달라지므로 사진보다는 육안으로 직접 상태를 확인하고 사고 싶어 하기 때문임
- 점포내에는 카드를 판매할 뿐만 아니라 유저들끼리 게임을 즐길 수 있도록 대전을 할 수 있는 장을 마련하고 있어, 카드 구매와 더불어 이용객들의 발길이 끊이지 않고 있음

※ Hobby Station은 아키하바라 지역에 5개점이 운영되고 있음

【아키하바라 가챠퐁회관(캡슐완구)】

- ‘가챠퐁’이란 동전을 넣고 레버를 돌리면(‘가챠’라는 소리가 들림) 플라 스틱 캡슐 속에 든 완구가 (‘퐁’하고) 나오는 의미에서 ‘가챠퐁’이라는 일본식 조어로 **캡슐완구 전용 판매게임**
- 여러 가지 종류의 캡슐완구 중에서 임의로 한 개가 나오기 때문에 어떤 완구가 나올지 모른다는 점에서 도박을 하는 듯한 느낌도 줌
- 레버를 돌릴 때의 스릴과 돌린 후에 캡슐이 나올 때까지의 기다리는 설레임은 인터넷 판매가 줄 수 없는 재미이기 때문에 많은 사람들이 직접 아키하바라 가챠퐁회관을 찾고 있음
- 고연령층에게는 어린 시절의 향수를 자극하고 아이와 여성 이용객들에겐 단순한 게임 방식이 사랑 받는 이유로 꼽고 있음
- 어린 시절 구멍가게 앞에서 많아야 10대 정도 놓여있던 이 판매기가 아키하바라 가챠퐁회관에는 **430대가 진열**되어 있음
- 대량의 판매기가 한곳에 모여 있는 것 만으로도 불거리로 유명세를 얻어 점포내를 걸으며 구경하는 외국인 관광객도 자주 눈에 띄



아키하바라 가차풍회관 매장 내부 전경
(www.akibagacha.com)

【유린도(有隣堂) 요도바시 Akiba점(서점)】

- 하루 만화책 판매량이 많은 날은 2000권에 이르기도 하는 유린도 요도바시 아키바점은 아키하바라의 만화팬들에게 만족스런 서비스를 제공함으로써 신뢰를 얻고 있음
- 20년간 이곳의 만화코너를 담당하고 있는 관계자에 따르면, 인터넷 판매로 집에서 간단히 구매가 가능한 책을 서점으로 끌어들이는 데는 인터넷 공간이 제공할 수 없는 서비스를 제공해야 한다고 말하고 있음
- 즉, 만화의 진열을 매일 바꿔줌으로써 서점에 올 때마다 새로운 느낌을 받을 수 있도록 하며, 매달 인기작가의 원화전이나 강연회 등의 이벤트를 열어 이용객들의 발길을 사로잡고 있음
- 아키하바라의 특성상 만화 판매에 주력을 기울이고 있기는 하나 퇴근길에 혹은 전기 제품을 사러왔다 들리는 손님들도 있기 때문에 다양한 종류의 서적을 구비해 놓고 있음



유린도 아키하바라 매장 내부 전경
(www.yurindo.co.jp)

④ 본류 < 아류

【메이리쉬(메이드 카페)】

- 메이리쉬는 메이드 카페의 유행이 시작되기 전인 **2001년부터 개점**
- 개점 당시엔 지금 유행하는 미소녀 비즈니스가 아닌 정식 메이드 교육을 받은 점원들이 메이드 복을 입고 전문적인 접객을 하는 컨셉으로 만들어진 카페였음
- 하지만 메이리쉬의 성공으로 주변에 비슷한 형태의 메이드 카페가 생겨나기 시작하고 경쟁하는 과정에서 서비스의 형태도 점점더 다양화하고 있음
- **메이드 정체원, 전국시대 장군 코스튬플레이의 메이드 카페, 악기를 연주하는 메이드, 좀비 코스튬플레이의 메이드, 메이드와 함께 거리를 걷는 서비스 등 다양한 형태로 발전해 초기의 메이드 카페의 모습을 이젠 찾아보기 어려움**
- 아류가 본류의 수를 훨씬 넘어서고 지금도 새로운 형태의 아류가 계속 나오고 있으며, 이런 변화에 대응하지 못한 메이드 카페는 도태되기도 함

【토라노아나(동인지 전문판매점)】

- **창업이래 14년 연속으로 수익이 증가하고 있는 기업으로, 만화, 애니메이션계의 동인지 판매에서 일본 최대의 취급량을 자랑함**
- 1994년 창업 당시엔 아키하바라는 매니아를 대상으로 판매하는 상품 보다는 전기 상가의 이미지가 강했음
- 동인지는 컴퓨터 하드웨어 구매를 위해 아키하바라를 찾는 이과계열 종사자들의 취향과 맞아 떨어져 대성공을 거둠
- 창업시 4억엔이었던 매출은 메이저 출판업계가 어려움을 겪고 있는 가운데 현재 **180억엔을 돌파**
- 흔히들 동인지는 상업지의 아류로 취급하고 있지만 토라노아나에선 **동인지를 본류로 매년 끊이지 않고 수익을 올리고 있음**
- 토라노아나에서 활동하던 스텝이 프로로 데뷔하는 일도 있어 만화가 등 용문으로서의 역할도 하고 있음



토라노아나 아키하바라점 외관 전경
(www.toranoana.jp)

⑤ 싸다 < 빠르다

【오뎅캔 등(오뎅 통조림 등 패스트푸드)】

- 보통 자동 판매기하면 음료수 만을 판다고 생각하기 쉬우나 아키하바라에선 오뎅, 라면, 파스타 등을 판매하는 특이한 자판기들을 흔히 볼 수 있음
- 아키하바라를 찾는 매니아들은 바쁘게 돌아 다녀야 하기 때문에 자리잡고 천천히 하는 식사보다 가볍게 먹거나 음식을 들고 먹으면서 걷는 스타일을 즐김
- 이런 이유로 아키하바라를 찾는 사람들에게 걸으면서 가볍게 식사를 할 수 있게 해주는 **오뎅캔**이 인기를 얻고 있음
- 맛과 가격 면에서 만족스럽지 못하다는 평가도 있으나 간편하게 식사를 해결할 수 있다는 점 때문에 여전히 사랑받고 있음
- 아키하바라에 **카레집**이 많은 것도 주문하면 빠르게 음식을 받을 수 있다는 점이 가장 크게 작용하고 있다고 봄



오뎅캔 자동판매기

□ 재개발로 탄생한 오피스가

○ 중견 기업의 집적화

- 2005년 3월 '다이비루', 2006년 3월 '아키하바라UDX'라는 아키하바라역 앞 오피스빌딩이 오픈하면서, 히다치계열의 회사들이 입주
- 선로를 끼고 건너편 2007년 4월에 오픈한 '후지소프트빌딩' 등을 중심으로 신규 중견 기업 참여로, 중견 기업 집적화의 면모를 갖추어 나가고 있음

<아키하바라에 본사를 설치하고 있는 주요 기업>

회사명	매출액(억엔)	종업원수	설립연도	특징
카이지루시(貝印)	413	2,615	1908	칼, 키친용품, 뷰티케어용품, 제고용품 등 판매
카가(加賀)전자	2,393	4,885	1968	전자부품관련 상사로, 애니메이션 비즈니스에도 참여
KNT (Kinki Nippon Tourist)	3,723	3,537	1947	일본 3대 여행대리점
돗판(凸版)인쇄	15,067	47,650	1908	일본 최대 인쇄회사
후지소프트	706	6,142	1970	소프트웨어 개발, 판매
야마자키(山崎)제빵	8,856	16,060	1948	제빵회사
용각산(龍角散)	42	75	1928	창업은 1871년으로 200년이 넘는 약품제조회사로 단일제품명으로 회사 설립
YKK	5,564	39,000	1934	일본 최대 비철금속 제조사로서 '지퍼' 제품으로 유명

3. 『시사점』

- 아키하바라는 2000년대 전만해도 오사카 니혼바시의 덴덴타운과 더불어 일본의 최대 가전거리로 유명하였으며, 가전제품을 등을 취급하는 면세점 등이 대거 밀집하고 있어 외국인들이 자주 찾는 명소로 각광을 받았음
- 2000년대에 들어와서는 전자제품 외에 게임, 애니메이션 등이 인기를 끌면서 이와 같은 상품을 취급하는 매장이 증가하였고, 해외에서도 일본의 게임, 애니메이션 등이 인기를 모으면서 해외 관광객들의 필수 관광지로 손꼽히고 있음
- 아키하바라 지역이 화물역에서 광장, 주차장 등으로 활용이 되다가 동경도의 재개발계획에 따라 IT특화 건물(다이비루, UDX 등)을 건축하면서, 산학공동연구를 위한 IT전문기업, 학교 연구소 등을 유치하고 있는 상황임
- 이렇듯 아키하바라는 환승역이 위치하고 있는 교통의 편리성과 더불어, 시대에 맞춰 변화해 가는 하드웨어와 소프트웨어가 혼존하는 거리로, 콘텐츠 특화도시로서의 아키하바라의 모습을 재조명하여 참고자료로 활용하고자 함