

## 『2011년 9호 ‘주간 심층이슈’』



### 『 日 여성 아이돌 현황과 트렌드 』

#### ○ 작성 취지

- 10대 여성아이돌그룹인 AKB48과 남성아이돌그룹인 아라시, 그리고 K-POP 아이돌 붐으로 ‘아이돌 전성시대’를 맞이하고 있음. 일본음악계는 ‘아이돌 띄우기’를 통해 음악산업의 회생을 도모하고 있음.
- 특히 여성아이돌 그룹이 최근의 엔터테인먼트와 음악시장을 주도하고 있음. 대중문화 핵심아이콘인 여성아이돌 그룹이 어떻게 성장해왔고 아이돌그룹의 출현으로 일본음악업계에 어떤 변화가 있는지를 살펴봄
- 일본의 여성아이돌 시장구조와 최근 트렌드를 살펴함으로써 한국연예산업의 일본시장진출시 참고자료로 활용하고자 함.

※ 출처 : 닛케이엔터테인먼트 2011년 3월호, 오리콘 엔터테인먼트백서 2010, 트렌드 2010년 12월호등

#### ○ 작성 순서

1. 「AKB48의 등장과 아이돌시장 변화」
2. 「여성아이돌의 변천사」
3. 「시사점」

### 1. 『AKB48의 등장과 아이돌시장 변화』

#### 정상급 여성아이돌그룹 현황

- 일본을 대표하는 여성아이돌그룹 ‘AKB48’

- 'AKB48'은 2005년에 데뷔해 2009년부터 정상급 인기를 구가하고 있는 여성 아이돌그룹으로 정식 멤버는 48명으로 구성되어 있음.

※AKB48은 소속사가 다른 멤버들을 모아 구성했음.

- 오리콘 스타일의 차트에 따르면, **싱글판매 순위 Top10에서 AKB는 1위, 2위, 5위, 8위를 차지했음(표-1 참조)**. 2010년 싱글판매량은 총 400만장을 넘었을 정도로 인기가 뜨거웠음.

- 지금은 **국민적 아이돌그룹의 위상**을 갖고 있으며, 그룹 가운데 인기가 높은 **중심멤버는 그들의 개성을 활용한 멀티 프로모션 전략을 전개**

※솔로활동은 멤버가 소속된 연예기획사를 중심으로 전개

- AKB48 가운데, '와타리로카하시리타이', '프렌치키스', 'Not yet'과 같은 **별도의 유니트(아래 표-3 참조)**를 만들어 음악활동을 하거나 드라마, 버라이어티, 영화 등에서 **솔로로 활동하는 멤버도 등장하고 있음(표-2 참조)**.

- 이타노도모미는 섹시노선, 시노다마리고는 여배우, 토크력을 트레이닝하는 다카하시 미나미 등



<AKB멤버 이타노도모미>



<AKB멤버 시노다마리고>



<AKB멤버 다카하시미나미>

[표-1] 2010년 싱글 판매 Top 10

순위	아티스트	싱글타이틀	판매량
1	AKB48	Beginner	954283
2	AKB48	헤비 로테이션	713275
3	아라시	Troublemaker	698542
4	아라시	Monster	696022
5	AKB48	포니테일과 슈슈	659959
6	아라시	끝없는 하늘	656343
7	아라시	Love Rainbow	620057
8	AKB48	찬스의 순서	596769
9	아라시	Dear Snow	591207
10	아라시	To be free	516142

출처: 오리콘 엔터테인먼트 백서 2010

[표-2] AKB48멤버의 방송 및 영화 출연현황

이름	출연작품 수	이름	출연작품 수
오오시마 유코	드라마 4편, 영화 3편	나카가와 하루카	영화 1편
마에다 아츠코	드라마 2편, 영화 1편	오오다 아이카	영화 1편
시노다 마리코	드라마 2편, 영화 1편, 버라이어티 6편	기쿠치 아야카	영화 1편
이타노 도모미	드라마 2편, 영화 2편	고바야시 가나	영화 1편
가사이 도모미	드라마 1편, 영화 2편	사토 나츠키	영화 1편, 버라이어티 1편
아키토 사야카	드라마 2편, 버라이어티 1편	나카타 치사토	영화 1편
미야자키 미호	드라마 1편, 버라이어티 1편	나카야 사야카	영화 1편
마츠타 유카	드라마 2편, 버라이어티 1편	다카하시 미나미	버라이어티 1편
우메다 아야카	드라마 1편, 버라이어티 1편	가시와키 유키	버라이어티 1편
마츠바라 나츠키	드라마 1편	기타하라 리에	버라이어티 1편
미야자와 사에	영화 1편	사시하라 리노	버라이어티 1편
미네기시 미나미	영화 1편	구라모치 아스카	버라이어티 1편

출처: 닛케이엔터테인먼트 2011년 3월호

[표-3] AKB48멤버의 유니트 활동현황

유니트명	참가자	데뷔일	음반사	발매실적
호네구미 from AKB48	4명	2007.2.21	DefSTAR	싱글 1
Chocolove from AKB48	3명	2007.6.6	유니버설	싱글 2, 앨범 1
노슬리브스	3명	2008.11.26	에픽	싱글 5, 앨범 1
와타리로카하시리타이	5명	2009.1.28	포니캐니온	싱글 6, 앨범 1
낫토앤젤	3명	2009.8.22/8.23	호리프로	싱글 1
퀸&엘리자베스Z	2명	2010.3.31	에이벡스	싱글 1
팀드래곤 from AKB48	7명	2010.7.21	일본콜롬비아	싱글 1
프렌치 키스	3명	2010.9.8	에이벡스	싱글 2
이타노도모미	1명	2011.1.26	킹	싱글 1
와타리로카하시리타이7	7명	2011.2.2	포니캐니온	싱글 1
Not yet	4명	2011.3.16	일본콜롬비아	

출처: 닛케이엔터테인먼트 2011년 3월호

- 'AKB48 스타일'(전용극장에서 상설공연, 인기투표 등)은 성인판 AKB48(SDN 48)과 더불어 지역판 AKB48(오사카, 나고야)을 만들어 냈음.

[표 4] 'AKB48' 아류 그룹의 개요

NMB48	SDN48	SKE48	AKE48	그룹명
오사카시/ 난파센이치마에 NMB48극장 (233석)	도쿄/아키하바라 AKB48극장 (약 250명)	나고야시/ 사카에SKE48극장 (약 250명)	도쿄/아키하바라 AKB48극장 (약 250명)	활동거점
2011.1.1	2009.8.1	2008.10.5	2005.12.8	첫 공연일
25명	36명	58명	56명	멤버수(연수 생 포함)
15세	23.7세	17.2세	18.6세	평균연령

거의 매일	주 2~3일	주 3~4일	주 3~4일	공연빈도
	싱글 1장	싱글 4장 앨범 3장	싱글 19장 앨범 3장	CD발매
980엔	3000엔	1000~3000엔	2000~3000엔	입장료

출처: 닛케이엔터테인먼트 2011년 3월호

<제작자가 보는 AKB 48 평가>

- 간치쿠유리 영화감독
  - AKB48는 'Cute'한 매력과 더불어 화려한 무대의 이면에서 10대 소녀들의 삶에 대한 강한 의욕에 매력
  - 피나는 연습과 살인적 스케줄로 몸이 녹초가 되더라도 먹고, 자고, 다시 일어서는 순수하고 강인한 에너지
- 가토다타시 무대연출가
  - 집단속에서 끊임없이 경쟁하고 있는 만큼, 가혹한 상황에 대한 대처능력이 매우 뛰어남.
  - 대량생산되는 상품으로 충분히 자각하고 있는 만큼, 나이스한 강인함을 갖고 있음.
  - 극장 및 악수회에서 팬과 1대 1의 관계를 구축함으로써 자신이 어떤 퍼포먼스가 어떤 상대를 즐겁게 하는지 확실하게 의식하면서 표현력을 길러가고 있음.
- 기요가와 아사미 아트디렉터
  - 대규모 집단이라서 완전하게 프로듀스되지 않은 부분이 있는 부분, 이 부분은 표현자가 자유롭게 연출할 수 있는 부분임.

○ 10년 넘게 정상급 아이돌 그룹 인기 유지하는 모닝무스메.

- 여성아이돌그룹인 모닝무스메.는 업프론트 워크스 소속으로 1997년 결성된 후 멤버를 교체하면서 10년 이상 정상급 인기를 유지하고 있음. 여성아이돌이 장기간 인기를 유지한 것은 일본 연예계 역사에서도 유례가 없음.
- 싱글 200만장을 기록했던 시절과 비교하면 최근 인기는 다소 시들해졌지만, 작년 콘서트 동원관객이 약 15만명에 달해 여전히 건재함을 과시했음.
- 작년 12월에 3명이 졸업하고 금년 1월에 신인 4명이 9기 멤버로 가입해 현재 9명 체제로 활동중임.
- 모닝무스메. 올드그룹 11명이 결집해 '드림 모닝무스메.'란 이름으로 금년 봄과 가을에 투어 개최 예정임.



<AKB48>



<모닝무스메.>

## □ 신인 여성아이돌그룹 현황

### o 포스트 AKB48을 목표로 신예 아이돌그룹이 데뷔 러시

- 여성아이돌그룹시장이 확대되면서 지금까지 소극적이었던 레코드회사 및 연예기획사가 프로듀스하는 아이돌그룹의 진출이 잇따르고 있음.
- CD판매가 매년 줄어들고 있는 가운데, '아이돌'은 로열티가 높은 팬들로 구성되어 있어 비즈니스적인 매력도가 높은 시장임.
- 2010년 12월 데뷔한 'SUPER☆GIRLS'는 대형음반사인 에이벡스가 최초로 선보이는 여성아이돌그룹임.
- 감미로운 악곡 및 악수회 개최 등을 축으로 한 정통파 아이돌 노선을 유지한다는 전략임
- '사쿠라학원'은 토이즈팩토리에서 음반을 발매하고 어뮤즈가 프로듀싱하는 여성아이돌그룹임.
- KARA 및 소녀시대를 프로듀스하는 유니버설도 금년 봄에 '파스포☆'라는 이름의 여성아이돌그룹을 데뷔시킴. 플래티넘 프로덕션 계열사가 음반을 담당
- 배우 및 모델 이미지가 강했던 대형연예기획사가 아이돌시장에 진출하고 있는 것도 최근의 특징임.
- 작년 12월 '모모이로 클로버'가 스타 더스트 프로모션에서 'bump.y'는 스위트파워에서, '사쿠라학원'은 어뮤즈에서, '파스포☆'는 플래티넘 프로덕션의 계열사에서 데뷔했거나 할 예정임.

## 0 신예아이돌 그룹의 컨셉과 전략

- '일본에서 제일 스커트가 짧은 아이돌그룹'은 '스마이레이지'
- '9nine'은 '동성으로부터도 지지받는 퍼포먼스걸즈 유닛'를 표방하며 주요 타깃인 남성만이 아닌 여성도 겨냥한다는 전략임.
- '사쿠라학원'은 의상 및 멤버 호칭을 통해 독특한 스타일을 강조하는 그룹임.
- '학원'의 이름대로 리더는 학생회장, 멤버는 학생, 이벤트는 학원축제라고 부르며 신문부, 밴드부 등의 서클에 가입해 유닛도 결성하고 활동함.

- '사쿠라학원'은 15세 이하 연예인이 소속하는 어뮤즈의 '키즈 사업실'이 시작한 프로젝트임.  
- "과거에 모델이나 연기활동을 해온 어린이들에게 '노래'를 배우게 해 성장시키려는 목적으로 기획"(사업실 담당자)  
- 어린 여자아이들에게 친숙한 '학교'라는 모티브를 선택했고 '육성'이 첫 번째 목표로 중학교 졸업과 함께 그룹을 졸업하는 '성장기 한정 유닛'임

- '파스포☆'는 여행을 테마로 멤버를 '크루', 팬을 '패신저', 라이브는 비행기 이륙시를 연상시키는 아나운스를 함. 팬클럽은 라이브 참가시 마일리지제도도 운영함.
- 'JK21'은 '간사이지역에 활력을'이란 컨셉으로 오사카, 교토, 나라 등 지역별로 담당을 정하고 코미디 요소도 가미해 활동을 전개함.
- AKB 48이 전용극장에서 거의 매일 공연을 하면서 인기를 얻었던 전략을 활용해 최근에는 아이돌이 팬과 직접 만날 수 있는 라이브 및 이벤트 등에 힘을 쏟는 경향이 강화되고 있음.
- 'JK21'은 매주 목요일과 주말에 오사카 시내 스튜디오에서 유료 라이브를 개최하며 도쿄에선 한 달 주기로 라이브활동
- '모모이로 클로버'는 작년 CD발매 프로모션 차원에서 전국의 쇼핑센터를 순회하고 투어를 실시
- 스마이레이지는 작년 1년 동안 200회가 넘는 스테이지를 경험
- 라이브보다 미디어 노출을 선호하는 아이돌그룹은 '9nine', 'bump.y' 등은 TV와 잡지 매체 중심으로 프로모션 활동, 특히 bump.y는 인터넷 라디오를 정기적으로 전송하고 9nine는 애니메이션 프로그램과 타이업 통해 팬층 확대를 시도중

## 0 아이돌그룹의 음악과 댄스노선분석

- 사쿠라학원, 'SUPER☆GIRLS', '스마이레이지', '모모이로 클로버' 등의 악곡은 일반 J-POP보다 조금 빠른 템포로 메탈풍 기타 및 코미컬한 신서사이저 효과음을 곳곳에 삽입한 '엔터테인먼트성'을 중시
- 'Tomaton'Pine', '9nine', 'bump.y'은 개성보다 그룹이미지의 통일성을 강조하면서 청순함과 '반짝거림'을 연출
- '도쿄여자류', 'Happiness'의 악곡은 본격적인 댄스팝과 더불어 성인용 악곡에 가까움. 아이돌 팝을 거부하는 여성 팬을 흡수하기 위한 전략
- '파스포☆'와 'JK21'은 개성적인 사운드로 승부를 거는 독자노선임. '파스포☆'는 파워풀한 아메리칸 록 노선, JK21은 일본의 지방색을 반영한 사운드임

[표-5] 신인 아이돌그룹 현황

그룹명	멤버수	평균연령	공연회수	사무소	음반사	데뷔연월	캐치프레이즈
사쿠라학원	10	12.5	12	어뮤즈	토이즈팩토리	2010.12	성장기한정 유닛
JK21	6	17.0	약250	ACT-21	데이치쿠	2010.12	간사이 출신 '재밋고 귀여운' 아이돌 유닛
SUPER☆GiRLS	12	15.9	약 40	에 이 벡 스 매니지먼트	에 이 벡 스 엔터테인먼트	2010.12	모두가 키우는 아이돌!
마이레이지	4	15.3	185	업프론트에이전시	업 프 론 트 워크스	2010.5	일본에서 가장 스커트가 짧은 아이돌그룹
도쿄여자류	5	비공개	113	에이벡스매니지먼트	에 이 벡 스 엔터테인먼트	2010.5	일본발, 아시아에서 세계로 발신하는 걸스 그룹
Tomaton'Pine	3	19.3	15	포스포링스 / M ' s Produce	소니레코즈	2010.3	이것이 '귀여움'의 신절대치
9nine	5	16.6	7	레프로엔터테인먼트	SME레코즈	2010.12	동성으로부터도 지지받는 퍼포먼스 걸스 유닛
파스포☆	10	17.4	약150	플래티넘패스포트	유 니 버 설 뮤직	2011.4	하늘과 여행을 테마로 한 10인조 걸스 록 유닛
Happiness	7	14.3	74	LDH	유 니 버 설 뮤직	2011.2	모두를 해피스타로 만드는 걸스 퍼포먼스그룹
bump.y	5	15.0	23	스위트파워	소니레코즈	2010.8	액터레싱어그룹
모모이로클로버	6	15.3	238	스타더스트 프로모션	킹레코드	2010.5	지금 만날 수 있는 주말 히로인

출처: 닛케이엔터테인먼트 2011년 3월호

[표-6] K-POP과 J-POP 아이돌비교

	AKB48	소녀시대& KARA
아이돌 스타일	미완성의 육성/성장형 아이돌	완성형 아이돌
주요 팬층	남성중심	여성중심

비주얼 이미지	Cute	Cool(멋있다!
매력	- AKB는 내가 키운다!는 응원하고 싶은 심리, 모심(母心)을 자극	- 가창력, 댄스, 퍼포먼스등 프로다운 매력을 갖춘 정통파 아이돌
팬과의 거리감	만나러 갈 수 있는 아이돌	일본인 팬에 있어 신비주의적 요소가 강함

\* 트렌디 2010년 12월호

## 2. 『여성아이돌의 변천사』

### o 본격적으로 여성아이돌이 등장한 1980년대부터

- 1980년대는 정상급 아이돌 야마구치 모모에의 결혼 및 연예계 은퇴로 시작되었음
- 그 후에 80년대 전반(83~85)을 풍미한 아이돌은 마츠다 세이코와 나카모리 아키나가 쌍벽을 이루며 아이돌시장을 이끌어감.
- 1986년 ‘오난코 그라브’가 크게 히트해 싱글전체 판매고는 600만장에 이름. 그러나 이듬해 해산.
- 1988년에는 미나미노요코, 나카야마미호, 구도시즈카 등이 치열한 경쟁 구도를 확립했음. 이듬해인 1989년에는 구도시즈카와 ‘웃지않은 청순파 아이돌 윙크의 2파전으로 발전
- 1980년대는 아이돌시장이 크게 성장한 10년이었음. 솔로아이돌의 활약이 두드러졌으나 오난코 그라브와 같이 아이돌그룹이 인기도 나타남.

### o 1990년대는 아이돌 전성시대

- 1990년대 전반은 기존 아이돌인 고이즈미교코 및 나카야마미호가 아이돌프로그램이나 잡지가 아니라 트렌디 드라마와 그 주제가 덕분에 재부상
- 1990년대 후반엔 아무로 나미에, MAX, SPEED, 치넨리나 등 오키나와 액터즈 스쿨 출신이 하이레벨의 보컬과 댄스로 각광을 받았음.
- 1990년대 아이돌은 타이업 및 프로듀스 등의 ‘브랜드력’에 의지하기 시작한 10년이었음.

### o 2000년대는 아이돌 칠체기

- 1999년말에 ‘러브 머신’이 대형 히트. 다양하게 유니트를 결성해 히트를 양산했음. 그룹 전체의 싱글 판매량은 650만장을 넘어섰음.
- 2002년엔 K-POP의 선구자인 BoA도 브레이크



- 2003년부터 2009년까지 밀리온 히트를 낸 아이돌은 부재함
- 2010년은 AKB48과 K-POP 붐이 일어 그룹아이돌 시대에 돌입
- 1980년대와 1990년대에 비해 미디어가 다양해졌고 악곡의 매력이 널리 침투한 케이스는 소수에 불과하며 비주얼과 캐릭터 중시 경향

[표-7] 2001년 이후 일본의 여성아이돌 인기순위

년도	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1	모닝무스메.	모닝무스메.	모닝무스메.	모닝무스메.	BoA	사와지리에리카	모닝무스메.	오하시노조미	AKB48	AKB48
2	ZONE	마츠우라아야	BoA	BoA	모닝무스메.	BoA	BoA	Perfume	모닝무스메	Perfume
3	hiro	ZONE	마츠우라아야	마츠우라아야	다마키나리미	모닝무스메.	사와지리에리카	아라가키유이	Perfume	SKE48
4	아우로나미에	시마타니히토미	ZONE	다마키나리미	스즈키아미	기구루미	리어디존	모닝무스메.	Berryz고보	소녀시대
5	컨트리무스메	hiro	다마키나리미	ZONE	우에토아야	나가자와야사미	나가자와쇼코	나가자와쇼코	미나미아키나	KARA
6	이마이에리코	BoA	고토마키	우에토아야	시마타니히토미		Perfume	AKB48	사토다마미	모닝무스메
7	시마타니히토미	아우로나미에	SPEED	아베나츠미	마츠우라아야			SPEED	마나카나	아이돌링!!!
8	마츠우라아야	고토마키	아베나츠미	시마타니히토미				다니무라나나	나가자와쇼코	SDN48
9	키타카마유	Y e l l o w Generation	시마타니히토미					Berryz고보	오하시노조미	아구치마리
10	Folder5	소닌						* C-ute	아구치마리	기타노기이

\*싱글앨범판매량을 기준으로 랭킹



<1980년대 아이돌 마츠타세이코>



<1990년대 아이돌 아우로나미에>

### 3. 『시사점』

- 음반사 및 연예기획사까지 아이돌시장에 본격적으로 뛰어들면서 아이돌시장은 치열한 경쟁이 예상됨.

- 아이돌시장에의 쏠림은 새로운 수익원을 모색하려는 일본 음악시장 회생책의 일환이라 보임
- 아이돌그룹의 데뷔러시는 악곡보다 상대적으로 캐릭터나 이미지, 퍼포먼스 등을 중시하는 노선 강화를 의미
- 메가 히트가 나오기 어려운 다채널 다매체 상황, 아직은 소규모시장인 디지털 음원시장 등을 고려할 때 아이돌그룹과 팬과의 접점을 확대하는 라이브 시장은 뜨거워질 것으로 보임
- AKB48의 상설공연은 성공모델로 평가되는 만큼 신인아이돌의 연예활동에도 널리 침투할 것으로 보임
- 실력주의의 K-POP도 일본내에서 강한 도전에 직면하게 될 것임
  - 일본어, 자국 프리미엄과 외국적 요소에 대한 배타성, 시간적 제약 등의 불리함 속에서 어떻게 K-POP를 어필해나가느냐가 당면한 과제임
  - 우리에게 부족한 Cute 등의 캐릭터 및 이미지노선의 강화, 여성팬 중심에서 남성팬 확대, 장기 프로모션 전략 부재, 음악적 다양성 확보 등도 일본내 K-POP시장 확대를 위해 정치한 고민이 필요한 숙제임