

アキバから世界へ!

時代とともに変わる秋葉原



《ひだまり》の每一期、都将通过图片和文章来介绍日本年轻人的生活以及当今日本文化为中心题材的《今日日本》，并介绍以《今日日本》为题材的教学设计，既可供教师教学时作参考，还可将《今日日本》贴在教室里，为学生了解日本提供帮助。



アキバはどんな所?

アキバとは秋葉原の通称で、一般的に JR 秋葉原駅（東京都千代田区）周辺約 500m 四方をさす。JR 秋葉原駅は、総武線、山手線、京浜東北線が通っており、東京駅から山手線で約 5 分のところにある。また、秋葉原は JR のほかにも東京メトロ日比谷線、2005 年に開通したつくばエクスプレスが通るなど、交通の要衝である。

歴史

1945-1954（昭和 20 年代）

□ 戦後、秋葉原には価格の安い電子部品の総合問屋があり、交通の便の良さなどもあって、地方から仕入れにくる小売業者などでにぎわっていた。組立て式ラジオが人気を呼び、真空管がヒット商品になると、ラジオ部品を専門に扱う露天商が集まった。1949 年の GHQ（占領軍総司令部）による露店撤廃例により、露天商が秋葉原駅のガード下や周囲の建物へ移動。現在のような街並みの原形ができた。

1955-1964（昭和 30 年代）

□ 1953 年にテレビ放送が開始されると、白黒テレビ、電気冷蔵庫、電気洗濯機が「三種の神器」と呼ばれ、それらを持っていることが豊かな生活の象徴となる。家電製品の売れ行きが急激に伸びる。昭和 32 年と昭和 40 年の白黒テレビ、電気冷蔵庫、電気洗濯機の所有率を見ると、それぞれ、7.8 → 95.0%、20.2 → 78.1%、2.8 → 68.7% と大幅に伸びている。秋葉原にも、家電の卸売店や小売店が増えた。1962 年に、秋葉原では初めての 8 階建てのビルであるラジオ会館が建設される。

1965-1974（昭和 40 年代）

□ カラーテレビが登場し、クーラー、自動車とともに「新三種の神器」と呼ばれる。高度経済成長期で、大量生産・大量消費の時代になった。消費者のニーズが多様化しはじめ、それに対応すべく秋葉原の家電販売店が急速に大型化し、ビルが次々に立っていく。

1975-1984（昭和 50 年代）

□ 二度のオイルショック（1973、1979 年）や環境問題の悪化を受け、「節約

JR 秋葉原駅を出てすぐの秋葉原電気街には、家電製品、音響機器、パソコン、電子部品などを扱う大小約 600 の店舗が集い、免税店も多いことから、国内外を問わず、たくさんの人で賑わっている。また最近では、ゲームソフトや DVD 販売店のほか、アニメ関連グッズ、フィギュア専門店などのマニア向けの店が目立つ。

省エネルギー」の時代になる。一方、「Made in Japan」が高品質の証となり、日本へ観光やビジネスで訪れる外国人の多くが、ウォークマンなどの家電を購入するため、秋葉原を訪れるようになる。

1976 年、日本第一号のマイコンショップが秋葉原にオープン。その後、コンピュータを扱う店が増え始める。

1985-1989（昭和 60 年代）

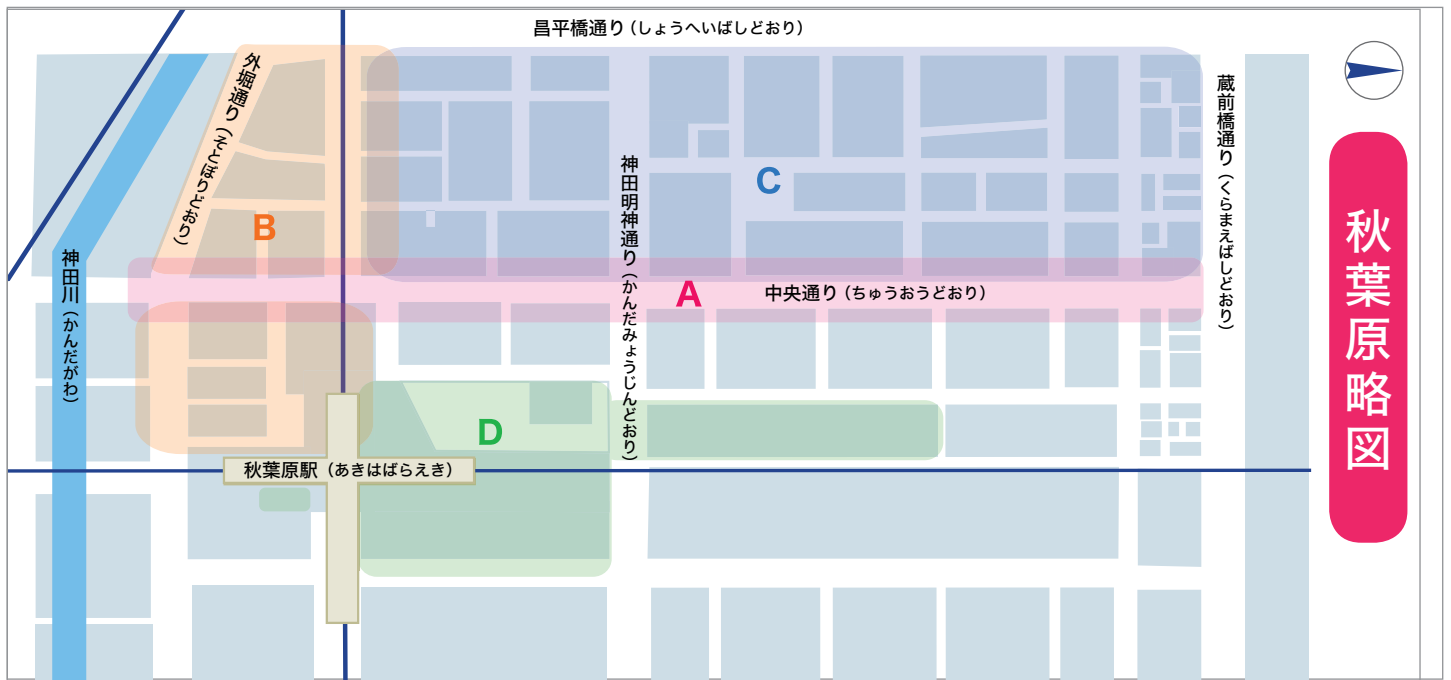
□ ビデオデッキや CD プレイヤーなどの AV 機器、ワープロやコードレス電話などの情報家電が人気の的に。バブル経済の隆盛とともに、高額の商品が飛ぶように売れた。

1990-2005（平成）

□ Windows が登場し、パソコンブームに。秋葉原にパソコン専門店がオープンした。1994 年にはパソコン関連の売上が家電を上回り、秋葉原がパソコンの街になった。しかし、パソコンも家庭にひととおり行き渡ると売上の伸びは鈍化した。

□ 家電やパソコンの売上が頭打ちとなる中、ゲームソフトや漫画・アニメの関連グッズの売上は好調だった。そして、1997 年頃からゲームソフト、マンガ同人誌、フィギュアなど、マニア向けの専門店が相次いで開店した。ゲームやアニメのキャラクターの絵を描いた看板やポスターが、街のいたるところに並ぶようになる。秋葉原がオタクの街に。

□ JR 秋葉原駅周辺の再開発を機に、秋葉原が日本の IT 産業の拠点となり、世界へ向けて最先端技術や日本製ソフトを発信していくことが期待されている。



秋葉原略図

B. 電気街エリア

JR 秋葉原駅 電気街口改札を出てすぐの場所。JR のガード下には、戦後間もない頃の面影を感じさせる電子部品店が集まっている。海外からの観光客向けに家電を販売する免税店も多い。外国人が増えていることもあり、英語、中国語、韓国語を話せるスタッフを配置するなどしている。



D. 再開発エリア

日本の IT 産業の拠点を目指す「秋葉原クロスフィールド」をはじめ、2005年8月に開業したつくばエクスプレス「秋葉原駅、新設された JR 秋葉原駅中央改札口、9月に開業した家電量販店「ヨドバシカメラ」などがある。



A. 中央通りエリア

アキバのメインストリート・中央通りの両側には、家電やパソコンの販売店、ゲームソフト・DVD 販売店の他、マンガやアニメ関連グッズを販売する大型店舗が並ぶ。日曜祝日には、歩行者天国になる。



C. 裏通りエリア

雑居ビルと狭い路地からなるこの場所には、パソコンの周辺機器や部品、ゲームソフト、マンガ・アニメ同人誌などを売る小規模店がひしめきあっている。飲食店も多い。



いろいろな顔をもつ街

1950年代半ばから、さまざまな家電製品が家庭に普及するようになると、秋葉原は家電が安く買える街として活況を呈した。1990年代に入り、Windowsが登場し、パソコンブームが起こると、秋葉原でもパソコンを多く扱うようになり、パソコン関連の売上が家電製品の売上を上回った。しかし、この頃、新宿や池袋、郊外に大型量販店やディスカウントストアが次々と登場し始めると、わざわざ秋葉原に行かなくとも安く良い商品が手に入るようになり、市価より安く販売している電気街という秋葉原の特徴が薄れ、秋葉原の集客力は低下した。

一方、家電製品やパソコン関連の売上が頭打ちとなる中、好調だったのはゲームソフトやマンガ・アニメの関連グッズの売上だった。パソコン愛用者にはゲームファンが多く、同時にアニメやマンガのファンであることも多かったのである。そして、ゲームソフトやマンガ・アニメの関連グッズなどを販売する店が増えいき、「オタクの街」と呼ばれるようになった。とはいえ、依然として、電気街としての秋葉原も健在だ。「街のイメージに関する調査」*によると、秋葉原のイメージは何かという質問に対して、約8割の人が「オタクの街」、約9割の人が「電気街である」と回答している。

* (MDB ネットサーベイが16歳以上の男女516名を対象に2005年に行った調査)

オタク

オタクとは何だろうか。本来、「おたく(お宅)」とは、あまり親しくない相手に対する軽い敬意を込めた呼びかけの言葉だった。それが、1980年代初頭にアニメファンやSFファン同士が、互いを「おたく」と呼びあっていたことがきっかけで、主にアニメ、マンガ、ゲームなどの熱狂的な愛好家を「オタク」と呼ぶようになった。オタクと呼ばれる人々は、内向的、性格が暗い、社交性に欠けるなどといった偏ったイメージで捉えられることが多い。しかし、アニメやマンガなどは、若者を中心に趣味のジャンルとして確立しており、オタクと呼ばれる人々は決して特殊なわけではない。現在、世界規模で活躍す

る日本のアニメやマンガのクリエイターには、いわゆるオタクが多い。彼らは、自分自身がオタクという、厳しい目を持った消費者であったからこそ、現在の消費者が求めているものを的確に感じとり表現できるのだ。オタクとは「とことんこだわって物事に取組むことができる人」のこともである。

進む再開発

東京都は、JR秋葉原駅に隣接する旧神田青果市場跡地(約16,000平方メートル)を民間に払い下げて再開発し、秋葉原を電気街からIT産業の一大拠点へと発展させることを目指している。再開発地域は「秋葉原クロスフィールド」と呼ばれ、産学連携と情報ネットワークの拠点となる秋葉原ダイビルと、コンベンションホールやイベントスペースを備える秋葉原UDX(2006年3月完成予定)の2つの高層ビルから構成されている。ダイビルには、東京大学や筑波大学などのサテライトキャンパス、ベンチャー企業への投資などを行う企業が入居し、産学連携をめざす。また、同ビル内に、2005年4月、デジタルハリウッド株式会社が、株式会社が設立する日本初の大学として、デジタルハリウッド大学を開校した。同大学は、IT、英語、クリエイティブ教育をテーマとして、デザイナー、プロデューサー、エンジニア、ゲームクリエイターなどデジタルコンテンツのクリエイターを育成する。デジハリ大学の設立により、秋葉原は、「教育の街」としても注目されている。

さらに、2005年8月に、研究学園都市の茨城県つくば市*と秋葉原を直結する「つくばエクスプレス」が開業し、産学提携の拠点となることがより期待されている。そのほかにも、日本国内最大の売り場面積24,000平方メートルを有する家電量販店「ヨドバシカメラ 秋葉原店」がオープンするなど、秋葉原駅周辺は様変わりしている。

電気機器などのハードに加え、ソフト面、つまりデジタルコンテンツ発信の拠点になることをめざし、秋葉原はますます魅力的な街になりつつある。

*つくば市は、約40年前から建設が始まり、現在、官民併せて300に及ぶ研究機関・企業、約13,000人の研究者を擁する日本最大の科学技術の集積地である。

レンタルショーケース

アクリル製の透明な商品陳列箱を借りて自由に商品を販売できる、「レンタルショーケース」というユニークなシステムが人気を集めている。

JR秋葉原駅電気街口を出てすぐのラジオ会館7階には、老舗模型メーカー・(株)ボックスが2001年にオープンしたレンタルショーケース店がある。この店には、800個のショーケースがあり、フィギュア、トレーディングカード、アンティークのおもちゃ、手作りの人形、カメラ、昆虫標本などなど、実にさまざまな品物が並んでいる。ショーケース1つの賃料はひと月2,000～5,000円と、大きさや場所によって値段が変わる。ショーケース内の商品の販売価格は、借主が自由に設定できる。商品の管理・販売を、店が代行してくれるかわりに、商品が売れた際には、

代金の15%を販売手数料として店に支払う仕組みになっている。18歳以上であればショーケースを借りることができる。

レンタルショーケースの魅力は、借主にとっては、少ない費用で「自分の店」を開業できることだ。また、こだわりのコレクションを披露する場としてショーケースを利用したり、手作りの品を並べてミニギャラリー的に利用したりと、自己表現の場としても楽しめる。一方、店を訪れる人々にとっては、雑多で混沌とした商品の中から、おもわぬ掘り出し物や長年探し続けていた品が見つかったりと、宝探的な楽しさを味わうことができる。

取材協力：株式会社ボックス お宝クラブ「夢の国」

<http://www.volks.co.jp/>

