

変革の時代

昭和60年～平成22年

バブル経済の隆盛と崩壊、 そしてマルチメディア社会 の到来

秋葉原電気街振興会様資料より抜粋

昭和48年のオイルショックに端を発するエネルギー危機の昭和50年代を乗り越え、日本経済、世界経済は新しいパラダイムを迎えつつあった。

通信の発達によって、世界の経済は、為替相場・証券市場を通じて相互に影響しあい、日本は常に世界の変化と共に生きていかざるを得ない時代になった。

日本国内は、表面的には、円高不況、バブル経済の隆盛と崩壊と、かつてない好不況を繰り返したが、その一方で、マルチメディア社会への変質が確実に進んでいった10年であった。

昭和60年代～平成8年の秋葉原

昭和60年代に入っても、繁栄を続けた秋葉原ではあったが、その一方で黒い影が忍び寄っていた。

日本の流通業の進展の中で、家電量販店でチェーン展開する量販店が50年代後半～60年代に急増した。内需振興を唱える低金利政策と、NTT株放出を含め、株式市場の充実が資金調達を容易にし、関東近隣へ多くの家電チェーン店が出店してきた。また、ディスカウントストアが台頭し、新宿・池袋・渋谷にカメラルートのディスカウントストアが濫立し、若者のファッションタウンの集客力を生かし急成長した。

自動車の普及も、秋葉原には「逆風」となった。即



現在の秋葉原、中央通り

日持ち帰れるという魅力と、駐車場無料という魅力で、「自動車で郊外の家電量販店・ディスカウントストアで買い物を済ます、わざわざ秋葉原にまで行かない…」という層が増加した。

さらに、宅配便などの物流システムが急成長したため、冷蔵庫・洗濯機などの大型家電製品の配送も、秋葉原以外のお店で買っても、配送までのスピード・コストに差が無くなり、秋葉原の魅力の低下が囁かれた。

そして、秋葉原の集客力の低下がマスコミでも囁かれるようになり、平成5年、老舗のヒロセムセン、シントクが閉店した時点でピークを極めた。

変貌を遂げた秋葉原

平成7年、Windows95が発売されると、パソコンブームに拍車がかかった。秋葉原電気街の売り上げもパソコン関係が家電関係を上回るようになり、秋葉原はパソコンの街へと変化していった。同時に、アニメ・ゲームマニア向けのソフトウェアを取り扱う店が急増した。こうした秋葉原に集うアニメ・ゲームマニアは「アキバ系」と呼ばれ、秋葉原は彼らの聖地として世界的に再び注目を集めることとなる。

平成17年、つくばエクスプレスの開業と「ヨドバシカメラマルチメディアAkiba」の開店により、秋葉原にはより多くの人が集まってくるようになった。またその翌年には、産学連携プロジェクトやオフィス機能をもった秋葉原クロスフィールド(UDXビル)が誕生した。

秋葉原はエレクトロニクスに特化したビジネス街としてまた学究都市として新たな変貌を遂げようとしている。



神田市場跡に建ったダイビル、秋葉原クロスフィールド

秋葉原ラジオストア の歩み

変革

ネットの時代に入り、秋葉原全体の街並みも急速に変貌してきた。アニメ、コミック等の趣味の街としての側面、UDXビルを中心とする大規模再開発によるビジネス街としての側面である。また電子材のネット通販専門の企業も規模を拡大、宅配業者間の熾烈な競争により物流費が激減したことも重なりネット販売の比重も年々高まってきている。それとは対象的に高架下店舗への来店数は次第に縮小している。このような状況にラジオストアとしてどう対応していくのか。今も進んでいる駅前再開発をにらみながら電子材店舗としてどう変化していくべきなのか、また何を守っていくべきなのか重要な分岐点となっているのは間違いない。

- 平成 2年 6月 40周年記念
ホテルニューオータニ
- 平成 3年 3月 代表取締役役に小泉良一就任
- 平成 8年 1月 増資 資本金 1000万円
- 平成 9年 10月 空調、店頭ディスプレイ、ビル看板
の大改修実施 ロゴの変更
- 平成 11年 3月 代表取締役役に成田昌隆就任
- 平成 12年 9月 50周年記念 パレスホテル
- 平成 13年 3月 代表取締役役に小泉良一就任
- 平成 21年 3月 代表取締役役に竹村元秀就任
- 平成 22年 6月 60周年記念 東京ドームホテル

平成9年
新しいロゴ
に変更



看板のロゴも
新しくなった

