

媒体名	産経新聞
掲載日	2005年6月2日(木)

暗くて、入りづらい。そんなオタクっぽい。そんなマンガ喫茶のイメージを吹き飛ばそうと、内装やサービスにこだわった、マンガ喫茶経営、アクロス(大阪府吹田市、原田健一社長)の「コミックバスター」フランチャイズ店が注目を集めている。ここ数年、店舗数が増えて競争が激化していることから、サービスや環境などの独自性で集客を図ったもので、今後もテーマ性の強い店舗の展開を続ける方針だ。

天然木の本棚に、ベルベット張りのソファ。インテリア雑誌の一ページのような「コミックバスター・カシュカシュ北堀江店」(大阪市西区)

コミックバスター 若い女性ターゲット

は、若い女性がメインターゲット。女性が入りやすいよう窓を大きくして

明るさを確保し、インテリアにこだわった。同店の松下由佳マネジ

ャーは、「カフェの感覚で女性に利用してもらえよう、カジュアルで明

るい雰囲気を演出した」と話す。女性向けコミックスのコーナーを設置。マンガ以外にも女性雑誌やインテリア、料理関係の洋書など、約二万冊のライン

カフェ感覚のマンガ喫茶



インテリアなど工夫を凝らした女性向けマンガ喫茶「コミックバスター・カシュカシュ北堀江店」＝大阪市西区

テップは女性の好みを重視して集められた。一日約百三十人の同店利用客のうち、十一、二十歳代を中心に、45%が女性。食べ物などの持ち込みもOKで、お弁当持参で昼休みを過ごす人も少なくない。

全国で七十二店のマンガ喫茶を経営する同社は、「全店舗で違う内装、違う経営形態を目指す」(原田社長)。シャワールームがある東京駅地下の店、ビリヤードやカラオケ施設を備えた郊外型の店なども展開し、「アイデアを絞って、各店の特徴を打ち出していけば、マンガ喫茶の客層はさらに広がる」ともている。