

2018年 玩具の販売動向

GfK ジャパン(東京:中野区)は、全国の家電量販店、GMS、インターネット販売における2018年の玩具*1 販売動向を発表した。

【概要】

- ・ 2018年の玩具は金額前年比3%増。基礎玩具・女兒玩具・ゲーム分類がいずれも同6%増と成長をけん引
- ・ クリスマス商戦はスロースタートながら後半に需要が盛り上がり、前年並みの販売を維持

【2018年の分類別販売動向】

2018年の全国の家電量販店、GMS、インターネットにおける玩具販売は金額前年比3%増となった(図1)。

販売金額の37%を占める男児玩具は、前年比1%減となった。アニメ放送が開始された「シンカリオン」がレールトイの販売増に大きく貢献したが、一方で「ベイブレードバースト」「スーパー戦隊シリーズ」「ドライブヘッド」など男児キャラクター関連の販売減が響いた。また、販売金額の4%を占めるぬいぐるみ・人形分類も、前年比5%減と前年を下回った。「うまれて！ウーモ」シリーズの前年の盛り上がり落ち着いたことを見せたことが背景にある。

一方で、販売金額の28%を占める基礎玩具は金額前年比6%増と好調であった。「ディズニー&ディズニーピクサーキャラクターズ ワンダフルドリームパソコン」や「ドラえもんステップアップパソコン」など平均価格1万円以上の液晶画面を搭載した電子トイが成長をけん引した。クリスマス商戦期にはこれらの人気商品が品薄状態となっていた売り場もみ

られた。2020年度からの小学校プログラミング教育必修化を前に、玩具に対しても知育・情操教育の要素が求められる傾向にあることから、今後も製品ラインナップの拡大が続くとみられる。また、販売金額の24%を占める女兒玩具は金額前年比6%増となった。「L.O.L. サプライズ！」シリーズなどのサプライズトイが動画投稿サイトやSNSで話題となり、幼児や小学生にとどまらず幅広い層の需要も取り込んだとみられる。さらに、玩具販売金額の8%を占めるゲームでも金額前年比6%増のプラス成長となった。中でも小型の液晶ゲーム機の販売が好調で、「すみっコあつめ」「たまごっちみーつ」「もっちまるず」といった2018年発売の人気商品がクリスマス商戦期に市場を賑わせた。その結果12月のゲーム全体の販売金額は前年比15%増と急伸し、年間の金額規模の押し上げに寄与した。

【クリスマス商戦の動向】

2018年のクリスマス商戦(11月-12月第5週の計9週)は金額前年比1%増となった。11月から12月第3週までの全ての週で前年の販売金額を下回るスロースタートとなった。注目ソフト発売が相次いだ「Nintendo Switch」の影響を受け玩具販売がやや停滞したことに加え、男児キャラクターのヒット商品が前年に比べて少なかったためとみられる。クリスマス直前の12月第4週に入るとプラス成長に転じて金額前年比7%増、第5週には同34%増を記録した。第5週にクリスマス当日や祝日が重なったことで、クリスマス需要がより後半に集中した短期商戦となった。

*1. テレビゲーム関連商品、シミュレーション・カードゲーム、ホビー関連商品、雑貨等を含まない純玩具

図1. 2018年 分類別金額前年比

