

2023年上半期 玩具の販売動向

GfK Japan（東京：中野区）は、全国の家電量販店、総合量販店、インターネット販売における2023年上半期（1-6月）の玩具*1販売動向を発表した。

【概要】

- ・2023年上半期の玩具販売額は前年比13%増。2022年に引き続きトレーディングカードの販売が大きく伸びた大分類「ゲーム」が市場拡大をけん引。「男児玩具」「ぬいぐるみ・人形」も金額増加に貢献。
- ・低単価商品構成比の高まりから、玩具全体の平均価格は前年に比べて15%低下。

【玩具販売動向】

2023年上半期（1-6月）の全国の家電量販店、総合量販店、インターネットにおける玩具販売は金額前年比13%増となった（図1）。

大分類別にみると、2022年に引き続きトレーディングカードの販売が伸びた「ゲーム」の金額は34%増と、今期も純玩具全体の金額拡大をけん引した。大分類ゲームが玩具全体に占める金額構成比は、前年同期から6%ポイント拡大し約4割に達した（図2）。「ぬいぐるみ・人形」は、純玩具に占める構成比は4%と小さいながらも、「ポケットモンスター」や「ちいかわ」のアイテムが好調に販売を伸ばしたことなどにより、金額が21%増となった。「男児玩具」は、上半期としては2019年以来4年ぶりのプラス成長となった。「仮面ライダーシリーズ」や「ウルトラマン」などの男児キャラクター関連では、テレビ連動商品やソフビ人形の販売が好調に推移した。ガンダムや仮面ライダーとのコラボレーションが話題となった「トミカ」や映画コンテンツとのコラボレーション商品を多く展開する「ホットウィール」などが含まれる「ミニカー」は、金額前年比が23%増となるなど、男児玩具の金額拡大を後押しした。

一方で、やや厳しさがうかがえる大分類もある。「基礎玩具」においては、2020年3月以降の巣ごもり需要によって販売が拡大したプレスクール知育玩具やブロック玩具の金額が前年割れとなっている。女兒玩具は、上半期としては2020年から4年連続のマイナス成長が続いている。2018年から19年にかけて盛り上がりが見られたサプライズトイのような、市場を大きく動かす女兒玩具の登場が待ち望まれる。

【平均価格の動向】

トレーディングカードなど単価の低い商品が占める比率が拡大し、大分類ゲームの平均価格は9%低下した（図3）。それにより、純玩具全体の平均価格も前年比15%減と大きく低下した。ただし、「男児玩具」「女兒玩具」「ぬいぐるみ・人形」については、2022年に比べて単価上昇幅が拡大している。特に「男児玩具」「ぬいぐるみ・人形」においては、各社の価格改定によって単価が上昇しながら、販売数もプラス成長を維持したことで、市場拡大に繋がっている。

*1. テレビゲーム関連商品、ホビー関連商品、雑貨等を含まない純玩具

図1. 2023年上半期 大分類別 金額前年比

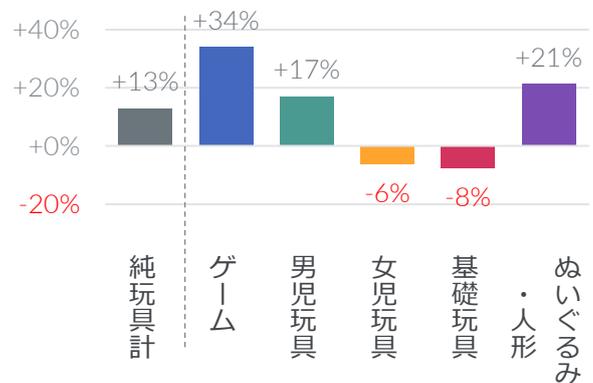


図2. 大分類別 金額構成比



図3. 2023年上半期 平均価格変化率（2022年同期比）

