

2022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2022年上半期（1-6月）の玩具*1販売動向を発表した。

【概要】

- ・2022年上半期の玩具販売額は前年比8%増。大分類ゲーム、特にトレーディングカードゲームが市場拡大をけん引
- ・大分類ゲームの金額構成比が3割強に拡大し、基礎玩具に代わり最大金額の分類となる

【玩具販売動向】

2022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8%増となった（図1）。

大分類ゲームに含まれるトレーディングカードは、コロナ禍において2020年以降需要が急増した。2022年上半期も「ポケモンカードゲーム」を中心に販売好調が継続していることで、玩具市場全体の押し上げにつながった。

前年に比べると旅行や飲食の行動制限が緩和される中にも、知育玩具などが含まれる基礎玩具やぬいぐるみ・人形は、子どもの家ナカ時間を豊かにするアイテムのひとつとして一定の需要を獲得した。基礎玩具に多く商品が展開されている「それいけ！アンパンマン」、「すみっコぐらし」、「パウ・パトロール」のキャラクター別販売金額は、前年同期に比べ5%以上の伸長を見せた。

一方で、テレビキャラクターなどの玩具が多く含まれる男児玩具と女児玩具の金額前年比はそれぞれ5%の微減となった。2020年に一大旋風を巻き起こした「鬼滅の刃」の盛り上がりが一服したことが背景にある。遊びながら知的好奇心や創造力の向上が期待される商品はゲームや基礎玩具に多いこと、また、世の中のジェンダーレスの動きに伴い、玩具市場においても性別の垣根を感じさせない商品への関心が徐々に高まっていることも要因のひとつと推測される。

【大分類別販売金額構成比の変化】

玩具の大分類別の金額構成比は、金額が大きく伸長したゲームが前年同期から7%ポイント拡大し3割強を占めた（図2）。知育玩具などの販売が伸びていた基礎玩具に代わって、最大金額の分類となった。ゲームの構成比拡大に伴い、金額が減少した男児玩具や女児玩具だけではなく、プラス成長であった基礎玩具も構成比はやや縮小した。

*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. 2022年上半期 大分類別 金額前年比

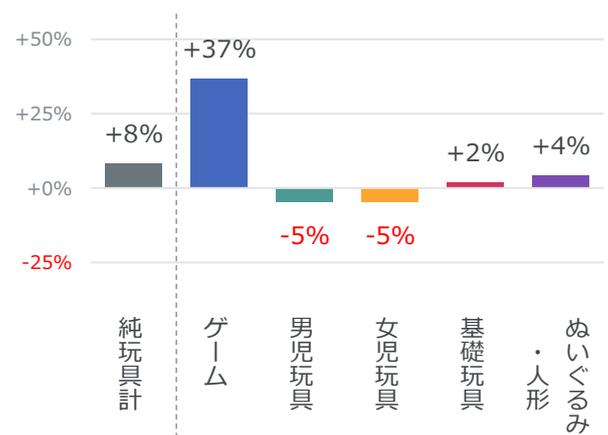


図2. 2022年上半期 大分類別 金額構成比

