

2015年の玩具販売動向 基礎玩具および女兒玩具が市場を牽引

ジーエフケー・ライフスタイルトラッキング・ジャパン株式会社(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2015年の玩具販売動向※を発表した。

※ テレビゲーム関連商品、ホビー関連商品(プラモデル、フィギュア等)、雑貨等を除いた純玩具

【概要】

- ・2015年の玩具販売金額は前年より6%増加。上半期は同9%増、下半期は4%増。
- ・クリスマス商戦は12月20日(日)と12月23日(水・祝日)がピーク。商戦は前年より後ろ倒しに。

【玩具販売はプラス成長が継続】

2015年の玩具販売金額は前年比6%増となった(図1)。上半期は同9%増と、「妖怪ウォッチ」関連製品を含む男児玩具がけん引したことに加え、「ファンルーム」や「アクアビーズ」に代表される女兒ホビー製品の伸びが寄与した。下半期は、前年の大ヒット製品である「妖怪ウォッチ」製品の発売時期と重なるため前年比としては落ち込む懸念があったものの、基礎玩具や女兒玩具が市場を底上げし、同4%増となった。中でも「レゴ」等のブロックや「それいけ!アンパンマン」関連製品、「メルちゃん」、「シルバニアファミリー」、「リカちゃん」といった定番製品が需要を喚起した。さらに女兒ホビー製品においても編み物系玩具やヘアアレンジができる玩具等、新しいコンセプトの商品が登場し下半期の成長を下支えた。

2015年のキャラクター別販売金額TOP3は「妖怪ウォッチ」、「それいけ!アンパンマン」、「仮面ライダーシリーズ」の順となり、2位と3位が入れ替わったものの、顔ぶれは変わらなかった。また、12月に映画が公開された「STAR WARS」は前年の22位から12位に急上昇した。

【2015年のクリスマス商戦は後半に加速】

12月は単月の販売金額が年間の約4分の1を占める最も重要な時期である。2015年のクリスマス商戦を振り返ると、終盤への短期集中と売れ筋の分散化が特徴的であった。週別の販売金額前年比をみると、12月第1週までは前年に届かなかったものの、第2週では9%増、第3週では11%増、第4週では32%増と後半になるにつれ販売を伸ばした(図2)。例年、販売のピークは第3週であるが、2015年は第4週も第3週と同程度の金額規模を維持した。暦の関係上、第4週におけるクリスマスまでの日数が前年より1日多かったこともこの一因である。日次データで見ても、購入のピークは第3週の12月20日(日)と第4週の23日(水・祝日)に二分されていた。また、売れ筋商品は、販売金額TOP10商品の占有率が、市場全体では前年12月の14%から9%へ、男児玩具では33%から22%へ低下するなど分散する傾向が見られた。クリスマスを迎える直前まで、プレゼント選びに翻弄する親の姿が垣間見える商戦であったとも言える。

図1. 2015年販売金額前年比推移

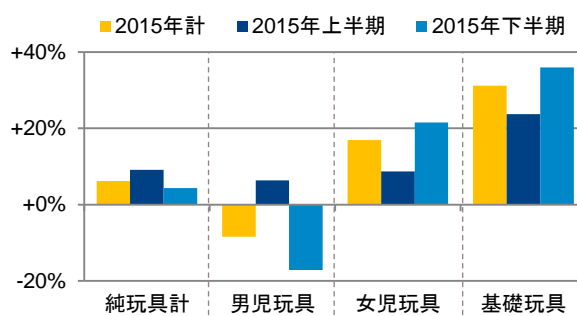


図2. 12月の週別販売金額・前年比推移

