

2016年の玩具販売動向 女兒玩具が2年連続の二桁成長で成長を牽引

GfK ジャパン(東京: 中野区)は、全国の家電量販店、GMS、インターネット通販における2016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】

- ・2016年の玩具販売金額は前年より7%増加。
- ・12月の販売はクリスマス3連休を含む第4週に3割強が集中する短期戦に。

【キャラクター製品の販売が貢献】

2016年の玩具販売金額は前年比7%増と、キャラクター製品の好調により全ての純玩具分類が前年を上回った(図1)。特に下半期の玩具販売は男児玩具が成長路線を取り戻したことで、上半期より大きな伸び率となった。

16年通年の結果を分類別にみると、市場成長に最も貢献したのは一年通じて好調だった女兒玩具で、金額前年比13%増と2年連続の二桁成長となった。女兒玩具は、「リカちゃん」、「メルちゃん」、「ヒミツのここたま」といったキャラクター製品が好調に推移した。玩具市場の中で最大カテゴリーである男児玩具は前年のマイナス成長から一転し、同4%増となった。「ベイブレードバースト」と「仮面ライダーシリーズ」が人気を集め成長の原動力となった。近年右肩上がりの成長が続く基礎玩具も同7%増となった。最大キャラクターである「それいけ! アンパンマン」が同11%増と成長をけん引した。更に、ゲームも金額構成比の約6割を占めるシミュレーション・カードゲームが好調に推移し、金額前年比6%増となった。中でも「遊戯王」、「デュエル・マスターズ」の伸長が顕著だった。

2016年の販売金額TOP3キャラクターは、「それいけ! アンパンマン」、「仮面ライダーシリーズ」、「ベイブレードバースト」の順となった。アンパンマンは2年連続の首位、「ベイブレードバースト」は前年の18位からの急上昇となった。また、4位には「リカちゃん」が入り、女兒玩具の好調を印象付けた。

【2016年のクリスマス商戦はクリスマス3連休に集中】

クリスマスを含む12月は年間販売金額の約4分の1を占める最大商戦期であるが、2016年は第4週(19日~25日)に12月の販売の3割強が集中する短期戦となった。週別の金額前年比をみると、12月第2週(5日~11日)は前年並み、第3週(12日~18日)は前年割れと盛り上がり欠いたものの、3連休のクリスマスとなった第4週は32%増と大きく伸長した(図2)。結果、12月全体でみると金額前年比10%増と好調な商戦期だったといえる。今回のクリスマス連休はプレゼントを選びに買い物をした家族も多かったのではないだろうか。なお、クリスマスが3連休にあたる2016年の暦は2011年と同じであるが、2016年第4週への販売集中度は2011年と酷似していた。クリスマス商戦に関しては、特に暦の影響度が大きいことがうかがえた。

図1. 主要玩具分類の2016年販売金額前年比

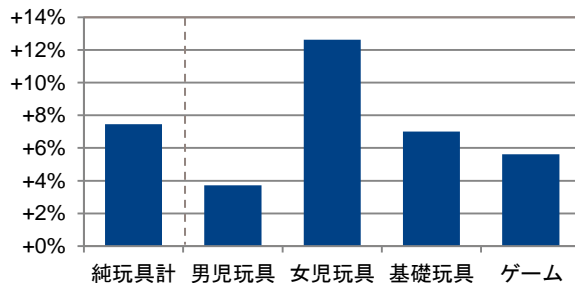


図2. 12月の週別販売金額・前年比推移

