

## 2017年の玩具販売動向 販売額は前年から7%拡大

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玩具※の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、雑貨等を含まない純玩具。

### 【概要】

- ・ 2017年の玩具は金額前年比7%増。主要分類がいずれも販売を伸ばす。
- ・ クリスマス商戦は同1%増にとどまる。

### 【2017年の販売動向】

2017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7%増となった(図1)。男児玩具、女兒玩具、基礎玩具と市場への影響が大きい分類が堅調に推移した。玩具の平均販売価格は上昇を続けており、少子化が進む中で子供に対する投資熱は高いことがうかがえる。また、同チャネルにおける玩具販売はここ数年プラス成長が継続しているが、この一因にはインバウンド需要の増加があると考えられる。

### 【分類別販売動向】

玩具市場の35%(金額ベース)を占める男児玩具は金額前年比6%増となった。2017年玩具全体のキャラクター別金額ランキングで4位となった「ベイブレードバースト」の好調が年間を通して目立った。さらに「仮面ライダー」や、2017年に製品投入が始まった新キャラクターの「ドライブヘッド」や「スナックワールド」も市場を押し上げた。

玩具市場の20%を占める女兒玩具は金額前年比8%増となった。「リカちゃん」が年間を通じて好調に推移した。また、メーカー参入によりアイテム数が前年から1割弱増えた女兒ホビーでは、下半期に発売された新シリーズ「ウーニーズ」の押し上げが見られた。

市場の25%を占める基礎玩具は金額前年比11%増となった。定番の知育玩具が安定して推移したことに加え、下半期には比較的高価格なブロックや電子トイが市場を押し上げた。

ぬいぐるみ・人形は市場における金額構成比こそ4%にとどまるが、金額前年比は41%増と大きく成長した。「うまれて！ウーモ」の好調が寄与した。

### 【年末商戦の動向】

年間では好調といえる2017年の玩具販売であるが、最大の商戦期である12月の5週間(11/27-12/31)においては、金額前年比1%増にとどまった。商戦のピークは前年同様に12月第4週(12/18-24)であったが、祝日が土曜と重なり休日が前年より1日少なかったことなどにより販売金額は前年同週を下回った(図2)。結果、現場では17年クリスマス商戦は期待値に届かなかったという声もきかれた。そのような状況でも「ベイブレードバースト」、「リカちゃん」、「うまれて！ウーモ」などの商品は、一部品薄になるなど人気が高かった。なお、17年のクリスマス商戦は特に男児キャラクターの販売が振るわなかったが、これは「Nintendo Switch」に需要が奪われたことも大きかったと考える。

図1. 2017年 純玩具金額前年比

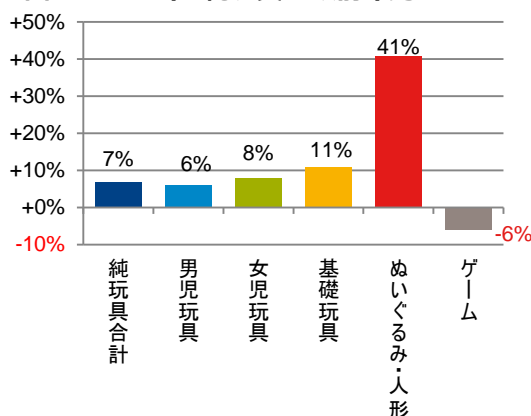


図2. クリスマス商戦期の週別販売金額推移

