PMコース　矢吹研究室 1142104 松本併太

1.研究の背景

1.1.玩具業界の縮小

玩具業界は現在，少子化の影響や大ヒット商品の不在といった状況から市場縮小に直面している．2012年度の国内における玩具市場規模は店頭価格ベースで6,730億円となり，前年度比97.5％と減少している．このような減少が続き，2008年から2012年にかけて5年連続で縮小している状態である．市場をけん引する商品が目まぐるしく変わり，ヒット商品の有無が大きく市場を左右する業界であるため，近年，大きなヒット商品が登場していないことが，縮小の原因の一部となっている．例えば，最も市場規模が大きい「男児キャラクター・男児玩具」は，1999 年以降シェアを拡大し続けており，2003 年には玩具市場全体の24.1％を占めている．しかし，2001 年にタカラから発売された「ベイブレード」以来目立ったヒット商品がなく，市場は縮小している．また，プラモデル・ラジコンは玩具市場において10％以上のシェアを占める有力な分野であり，20～30 代の成人男性を中心に安定した顧客を持つことから，現在注目を集めている産業であるが96 年前後の「ミニ四駆」ブーム以降，最近はスマッシュヒットと呼べるものがなく苦戦しており，急激な伸びは期待できない状況にある．

1.2. 玩具の範疇

「玩具」とは，社団法人日本玩具協会により範疇が定められている．以下の10分野に分類するものは玩具の中核を占めるものであり，主要10分野と定められている．①ゲーム（テレビゲーム関連を除く）②トレーディングカードゲーム，③ジグソーパズル④ハイテク系トレンドトイ⑤男児キャラクター⑥男児玩具⑦女児玩具⑧ぬいぐるみ⑨知育・教育（ベビーカー・チャイルドシート・三輪車などの乗用関連を除く），⑩季節商品の10分野である．[1]

2.研究の目的

玩具の範疇に定められている主要10分野でヒットした商品を解析することで，玩具にどのような推移があったか，どのような要因があってヒットしたのか，調査する．このデータからその先どのようになるか予測し，次世代売れる可能性のあるおもちゃはどのようなものかわかることが期待される．

3.研究の方法

　以下の手順で研究を進める計画である．

1. 現在の玩具状況を把握する．
2. 主要10分野でヒットした商品を調査する．
3. 主要10分野でヒットした商品を解析する．
4. 結果から推移と要因を考察する．
5. 次世代ヒットする玩具はどのようなものか考案する．

4.PMとの関連性

　解析結果を用いることによって，玩具業界の品質が上がり，リスクが軽減されることが見込まれる．また無駄なコストが抑えられることも見込まれる．

5.現在の進捗状況

6. 今後の計画

|  |  |
| --- | --- |
| 日程 | 研究内容 |
| 2013年1月 |  |
| 2月～3月 |  |
| 4月～7月 |  |
| 8月～9月 |  |
| 10月～ |  |

7.参考文献

[1]社団法人日本玩具協会ホームページ http://www.toys.or.jp/