

～ 2003年バンダイのクリスマス&年末年始商戦について～
商品の傾向キーワードは『コミュニケーション』
「美少女戦士セーラームーン」「メガブロック」新規投入で売上拡大

株式会社バンダイ

玩具業界にとって12～1月のクリスマス&年末年始商戦は、年間の30%近くを売り上げる年間最大の商戦です。クリスマス&年末年始商戦の前哨戦ともいえる夏休み商戦は、冷夏の影響で季節商品などが落ち込んだこともあり、業界全体では前年対比95%となりました。バンダイは「仮面ライダーファイズ」「爆竜戦隊アバレンジャー」「機動戦士ガンダムSEED」の主力男児キャラクターや、おしゃべりするぬいぐるみの「プリモプエル」などが貢献し、ほぼ前年並みという結果となりました(バンダイ調べ)。

当社はクリスマス&年末年始商戦に向けては『コミュニケーション』をテーマに商品展開を行います。単に商品がコミュニケーション機能を持つというだけではなく、商品を媒介に子ども同士が、また親子など2～3世代がコミュニケーションできる要素を盛り込むことで、商品を通じて元気になって欲しい、癒されて欲しいという願いをこめています。

商品カテゴリーでは、既存ラインナップに加え、女兒向けに実写版「美少女戦士セーラームーン」関連商品、低年齢層向け定番商品「メガブロック」シリーズを新たに投入することで前年対比120%の売上を目標としています。

**親子で楽しめるキャラクター人気男女とも継続
女兒2世代キャラクター「美少女戦士セーラームーン」復活!**

バンダイの男児向けクリスマス&年末年始商戦の主力となるのは、「爆竜戦隊アバレンジャー」「仮面ライダーファイズ」「機動戦士ガンダム」シリーズなど幅広い年齢層に親しまれている“2世代キャラクター”と呼ばれるキャラクター達です。これら長きに渡って親しまれているキャラクターは、子どもだけでなく親世代にも親しまれ、親子と一緒に番組や商品を楽しむ傾向はますます強くなっています。クリスマス&年末年始商戦向けには新タイプの合体ロボット(爆竜戦隊アバレンジャーDX3号ロボ)や変身ベ

ルト(仮面ライダーファイズ DXデルタドライバー)などを投入し夏休み商戦の好調な流れを継続していきます。

女兒に向けた新しい2世代キャラクターとして、1992年にTVアニメーション第1弾が放映開始され大人気となった「美少女戦士セーラームーン」が実写番組として今秋スタートします(10月4日～毎週土曜朝7:30 CBC/TBS系列)。

美少女戦士セーラームーンはアニメ放送終了後もテレビ再放送やミュージカル公演の継続で女兒の間で高い人気を保ち続けており、ミュージカルや商品を昔ファンだったという母親と娘と一緒に楽しむ姿が見られるなど、すでに2世代キャラクターとしての基盤が確立されつつあります。バンダイでは、戦士達の攻撃アイテム「ムーンライトスティック」(3,200円/税別)や変身アイテム「ハートムーンブローチ」(2,980円/税別)、通信アイテム「変身携帯テレティアS」(3,500円/税別)にも、コスメや携帯電話など現代の女の子ならではのファッションやお洒落の要素も取り入れ、女の子達の憧れ心を満足させ親子で楽しむことができる仕様やデザインの商品展開を強力に行います。

親子のコミュニケーション商品の年齢層を拡大 キャラクターブロック「メガブロック」シリーズでブロック市場参入

バンダイは世界第2位のブロックメーカーであるカナダのMEGA BLOKS INC.と事業提携し、戦隊シリーズや仮面ライダーファイズ、アンパンマンなどの人気キャラクターと、ブロック玩具をコラボレーションさせた「メガブロック」シリーズでブロック市場に参入します。8月22日より小さいブロックサイズの「メガブロック マイクロサイズ」(700円~/税別)、大きいブロックサイズの「メガブロック マキシサイズ」(1500円~/税別)の2タイプ(24種類)の商品の発売を開始しました。

これまでバンダイではブロック市場に向けた商品展開を行っていませんでした。この「メガブロック」シリーズの投入で低年齢層向けの定番商品市場を開拓し、玩具事業の新たな柱の1つに育成していきます。

大人数で楽しめるコミュニケーションアイテム

若者層に向けた新コミュニケーションアイテムとして、携帯電話で撮影した写真を赤外線で送信しその場でプリントしシールにすることができる小型プリンター「ポケットシールプリンター プリンセル」(12,000円/税別)を11月下旬に発売します。このほかにもたこ焼き焼き器型のアクションゲーム「くるくるタコボン!」(2,980円/税別)やカードゲームのUNOを盛り上げるマシン「ウノアタック」(2,980円/税別)、インターネットで曲をダウンロードできるカラオケマイク「カラオケステーション」

(9,800円/税別)など大人数で集まる機会が多いクリスマス&年末年始向けに様々な商品を投入します。

女兒玩具市場はコミュニケーション型ホビー商品が人気

昨年4月発売以来100万個を販売しているオリジナルのキャンバッチを作ることができる「Can バッチ good!」シリーズの人気もあり、女兒玩具市場では手作りホビー商品人気が続いています。「Can バッチ good!」に続く新たな手作り商品として、羊毛と発泡ボールでかわいいフェルトマスコットを手作りできる「フェルキャン」(3,600円/税別 9月下旬発売予定)を発売します。女兒TVキャラクター商品でも子供向けのミシン玩具にした玩具「明日のナージャ アンティークミシン」(7,980円/税別)など手作りを意識した商品の展開を行います。

クリスマス&年末年始商戦の女兒向け定番商品として例年人気を集めているパソコン玩具などのデジタル商品カテゴリーでは、写真が撮れて通信遊びができる携帯電話型玩具「ハムメッセンジャー メールケータイ メルプチ shot」(7,980円/税別 12月発売予定)を発売します。

癒し系コミュニケーション商品

1999年の発売以来、“癒し系商品”として人気を獲得しているおしゃべりするぬいぐるみ「プリモブエル」は、ユーザーの皆さんの意見を取り入れ、持ち主の音声を認識する機能がついたバージョンアップ版「ハートたっぷり プリモブエル」(9,800円/税別)を開発中です。このほかにも、触ると動いて鳴く小型犬のぬいぐるみや、携帯型の液晶画面の中でペットを飼うことができる「リストわんこ」シリーズ(2,500円/税別 10月発売予定)などペットをモチーフにした「ハッピーペット」シリーズを展開します。

この資料の商品名、価格、発売予定日は8月26日時点のものにつき、変更の可能性があることをご了承ください。

売上、話題両面でクリスマス&年末年始商戦を盛り上げます

2003年前半は、バンダイは男児キャラクター玩具や定番玩具で着実な実績をあげることができました。クリスマス&年末年始商戦に向けては、「爆竜戦隊アバレンジャー」「仮面ライダーファイズ」「機動戦士ガンダムSEED」など主力男児キャラクターを引き続き強力に展開します。またややラインナップが少なかった低年齢層女兒に向けては、新たな強力キャラクター 実写版「美少女戦士セーラームーン」関連商品を投入。幼児向けの新しい定番商品ラインとして「メガブロック」シリーズを発売します。

このようにクリスマス&年末年始商戦では既存の商品ラインナップは着実にシェアを獲得し、従来手薄だったカテゴリーにはセーラームーンとメガブロックの新規ラインナップを投入し、売上をプラスオンしていきます。また携帯電話で撮影した画像をプリントすることができる「ポケットシールプリンター プリンセル」の発売、玩具としては異例の幅広い年齢層に受けている「プリモプエル」など話題面でも業界をリードしていきたいと考えています。

株式会社バンダイ

常務取締役 トイホビーカンパニープレジデント

上野和典

【報道関係者からのお問合せ先】

(株)バンダイ 広報チーム 田上、山崎

TEL : 03-3847-5005 FAX : 03-3847-5067

URL <http://www.bandai.co.jp>