

平成 30 年度 事業報告

平成 30 年 4 月 1 日から平成 31 年 3 月 31 日まで

一般社団法人 日本玩具協会

1. 会員の推移

平成 30 年度中に正会員 9 社の入会、7 社の退会、賛助会員 1 社の退会があり、年度末の会員数は、正会員 200 社、賛助会員 2 社、合計 202 社となった。

会員種別	平成 30 年 3 月 31 日	平成 31 年 3 月 31 日	期間中異動	
			入 会	退 会
正会員（団体会員）	11	11	0	0
（企業会員）	187	189	9	7
賛助会員	3	2	0	1
計	201	202	9	8

入会 9 社

(株)アイジュ、(株)BANDAI SPIRITS、四国団扇(株)、(株)キャッチアップ、(株)SO-TA、ハペ・ジャパン、(株)SOOTANG HOBBY、KEAK JAPAN(株)、(株)バンダイナムコアミューズメント（以上 9 社、正会員）

退会 8 社

(株)ルミカ、(株)パピー、(株)フォーカート、(株)ティーアイ、(有)新井田商店、(株)ヨコタ、(株)明治チューインガム（以上 7 社、正会員）、(株)大日精化工業(1 社、賛助会員)

(参考) 最近の入退会状況

	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
入会	4 社	4 社	6 社	7 社	4 社	3 社	9 社
退会	7 社	13 社	7 社	14 社	5 社	12 社	8 社

(注)平成 31 年 4 月にハズプロジャパンが入会

2. 役員・規程関係

(1)平成 30 年 6 月 29 日開催の総会において、退任理事・監事の補充に係る新任理事・監事が選任された。(任期は平成 31 年度総会終結時まで)

新任理事： 鈴木 篤理事 鈴木 剛理事

新任監事： 内田 守監事

退任理事： 鈴木 恵太理事 高橋 善之理事

退任監事： 竹下 昭二監事

3. 会議の開催

総会 1 回 (定時総会)

理事会 7回
委員会 15回 (総務委員会 2回、 組織委員会 1回、 安全環境委員会 2回、
見本市委員会 10回、 産業向上・振興委員会 1回)
部会 61回 (知的財産部会 6回、 データ部会 2回、 研修部会 2回、
ST 制度検討部会 2回、 ST 基準判定部会 11回、
ST 検討チーム(作業部会) 11回、 共遊玩具部会 15回、
アフターサービス部会 11回、リスクマネジメント部会 1回、日本おもちゃ大賞分科会 3回)
業界活性化プロジェクトチーム会合 8回

4. 一般社団法人関係

(1) 平成 29 年度公益目的支出計画実施報告書提出 (内閣府)

平成 29 年度決算の総会の承認 (平成 30 年 6 月 29 日) を受け、6 月 29 日に、整備法第 126 条及び第 127 条に基づき、内閣府に対し「平成 29 年度公益目的支出計画実施報告書」を提出した。

5. 主な事業の概要

1. 玩具安全事業

(1) 玩具による乳幼児の気道閉塞事故への対策について (ST 基準・ST マーク制度における対象

年齢設定等への取組)

平成 29 年 11 月に消費者庁 安全調査委員会の事故調査報告書が公表された。

同報告書では、「経済産業大臣に対する意見」として、安全な玩具の設計・製造・販売に関して、要請があった。更に、これを踏まえ、経済産業省から当協会に対し、平成 30 年 2 月 7 日付文書にて「適切な対象年齢の設定・表示の促進」等について要請があった。同要請を踏まえ、当協会は、5 月 30 日開催の理事会で下記を決定し実施した。

- ① ST 基準を改定し、「対象年齢」に関する要求事項を追加
- ② 「誤飲・誤嚥防止のための、「3 才」前後の玩具における適切な対象年齢表示を推進するための指針 (ガイドライン)」の策定
- ③ 「玩具の使用開始最低年齢のガイドライン」(ST ISO TR8124-8) の策定

東京及び大阪において、計 3 回、玩具関連事業者を対象とした、玩具による乳幼児の気道閉塞事故等原因調査報告・対策に関する説明会を開催した (参加数 計 121 社・238 名)。

東京開催 平成 30 年 7 月 17 日・18 日 会場 KFC ホール アネックス(3 階)

大阪開催 平成 30 年 7 月 27 日 会場 大阪国際交流センター 小ホール 2 階

改定 ST 基準 (対象年齢表示に係る要求事項) の ST マーク制度における適用は、平成 31 年 1 月から開始した。

(2) WTO・TBT 委員会でのインドネシア玩具安全規制への対応

平成 26 年 4 月 30 日施行のインドネシア玩具規制に関し、米国玩具協会 (TA) と連携の上、経産省に WTO・TBT 委員会で取り上げることを要請した。

経産省は、米国・EU と協調して、平成 26 年 3 月から TBT 委員会で発言・指摘を行っている。

なお、インドネシアは、平成 30 年 10 月に玩具規制の改定を公表・施行、11 月に WTO 通報を行った。改定規制には、玩具の適合性認証スキームの選択肢として、生産プロセスでの品質管理システムを組み入れた新たなスキームが導入された。

平成 31 年 3 月開催の WTO・TBT 委員会において、日本 (経産省) から、この新スキームは、工場監査手続などの実施ルールが重要なため、合理的な実施ガイドラインの作成方を要請する旨を発言して頂いた。

(3) 海外 ST 検査機関との連絡・指示

海外 ST 検査機関からの当会への照会 (回答) CMA 8 件

- ① 当会から海外 ST 検査機関への照会 CMA 4 件、STC 4 件、Intertek 1 件

(主に、対象年齢表記に係る ST 基準改定に伴い、欧州での運用について確認した。)

- ② 海外検査機関 (香港 STC) 担当者を招き、ST 基準適合性に関し疑義のある案件について、ISO 規格での判断を確認した。(6 月 7 日開催。参加者は判定会議委員)

海外 ST 検査機関

香港 : CMA、HKST、Intertek、SGS タイ : SGS ベトナム : Intertek

(4) 玩具安全 (ST) 基準に関する対応について

ST マーク適正表示調査実施計画を企画し、6 月 21 日に、「夏物玩具 (浮輪、ビーチボール等)」を購入して調査を実施し、9 月 27 日・28 日に本格的に本調査を実施した。

不適正なマーク表示はなく、ST マークの適正使用は 100%であった。

(5) ISO・TC181 年次会合への出席、及び ISO 国際規格案への対応

- ① TC181 (玩具安全規格の技術委員会) のデンマーク・ベルンで開催された第 21 回 TC181 年次会合に出席した。(平成 30 年 9 月 24 日(月)~28 日(金))

- ② TC181 が作成した規格原案 (下記) について、ST 基準判定会議で審議を行い、投票を行った。

8124-1 (機械的・物理的特性) DIS(国際規格原案) 飛行玩具 (トイ・ドローンを含む)
 8124-1 (〃) DIS(国際規格原案) 曲げ強度試験、大人による組立 等
 8124-3 (化学的特性) PWI (予備的作業項目) ホウ素 (ボロン) の基準値の設定
 Rev. TR8124-9, DTR (テクニカルレポート案) 8124-9
 ASTM F963-11, EN71-1, 8124-1(機械的・物理的特性)との比較
 8124-10 FDIS(最終国際規格原案)「実験セット」
 8124-11 FDIS(最終国際規格原案)「実験セット以外の化学玩具」
 8124-12 NWIP(新規業務項目)「微生物学的観点からの玩具の衛生管理」

- (6) 香港玩具見本市での「玩具安全セミナー」に参加し、欧米の玩具安全の最近の動向について情報収集した。欧州からは、2019年に玩具安全指令の点検(レビュー)を行うこととなった旨、結果によっては、来年以降に同指令の大幅な見直しを開始する可能性がある旨の報告があった。欧州での酸化チタンの規制強化(CMR カテゴリー2に分類する)、風船のプラスチック・スティックを禁止する動き等について報告があった。
- また、SEATA(東南アジア玩具協会)の第2回セミナーに参加し、インドネシア玩具規制の動向等の情報を収集した。セミナーでは、東南アジアでの玩具産業の最近の動向として、生産拠点の分散化(diversification)がテーマであった。

2. 見本市事業

「東京おもちゃショー2018」の実施

平成30年6月7～10日に「東京おもちゃショー2018」を開催した。

平成30年度の開催は、会場が東京ビッグサイト西館に戻り、ステージショーやキッズパークなどのイベントが復活した。開催規模は一昨年の開催と同等となった。出展社は前回は上回り、来場者も前々回(一昨年)とほぼ同数の来場者にお越し頂いた。出展社アンケート調査でも成功であった旨の評価を頂いた。

開催日：平成30年6月7日～10日	
開催場所：東京ビッグサイト 西館全館	
出展社数：196社(うち海外51社) 1,160小間 (前回159社(海外29社) 1,077小間)	
来場者：	
商談日(6月7・8日)	18,981名(前年比1.5%増)
一般公開(6月9・10日 入場無料)	141,209名(前年比10.0%増)
合計	160,190名(前年比8.9%増)
メディア露出：テレビ・ラジオで45媒体(2時間24分34秒)の報道があった。 (広告値換算 16億6百万円)	

(1) キッズライフゾーン：

異業種からの出展企業勧誘の一環として、引き続きキッズライフゾーンを設け、子ども文化の発展にご賛同頂いた企業24社に出展して頂いた。チェッカーキャブ無線協同組合、Wonder LAB Osaka、テレビ東京、あにてれ、日本動画協会「アニメNEXT_100」の新規出展があった。

- (2) 開会式は日本おもちゃ大賞 受賞者を称揚する「オープニングセレモニー」として催行した。
- (3) 2013 年からコミュニティゾーンを設置し、6 社 6 区画の出展があった。
- (4) 会期 2 日前に「記者発表会」を開催し、マスコミを通じた来場促進を図った。
また、記者発表会の機会を活用して「日本おもちゃ大賞 2018」授賞式を開催した。
- (5) 日本おもちゃ大賞 2018 (第 11 回)
7 部門の 7 作品に「日本おもちゃ大賞」、同 28 作品に「優秀賞」を授与した。
なお、第 7 回から販売実績で業界に貢献した商品に「ヒット・セールス賞」を決定した。
また、玩具業界に貢献し、顕彰に値する商品に「特別賞」を授与した。
見本市の会場内に受賞作品の特設ブースを設け PR に努めた。
- (6) 商談活性化策として下記の来場促進策を実施した。
- ① 会場での商談環境の充実のため、アトリウムの商談スペースに仕切りを施し、展示ホール内に「商談スペース」を設置した。
 - ② 商談促進キャンペーンを実施する出展社については、公式ホームページやカタログに掲載して案内・PR した。
 - ③ 特別招待状を流通企業の経営上層部に積極的に配布した。
 - ④ メールアドレス登録者に対し、会期前に開催案内等を 2 回メール配信した。
- (7) 一般公開日の来場促進のため、キャラクターショーの充実を図った。

「東京おもちゃショー2019」の企画・準備

「東京おもちゃショー2019」について、下記の企画での開催を決定し、出展募集を行った。
現段階の出展等の状況は次のとおり。

開催日：2019 年 6 月 13～16 日	
商談見本市	13 日(木) 10:00～17:30
	14 日(金) 10:00～17:00
一般公開	15 日(土) 9:00～17:00
	16 日(日) 9:00～16:00
開催場所：東京ビッグサイト西館全館	
出展者数：181 社 (うち海外 35 社)	
来場者目標：	商談日 (2 日間) 2 万名
	一般公開 (2 日間 入場無料) 14 万名
	合計 16 万名

出展誘致と並行して、イベント企画等の開催準備を進めた。

- (1) 第 12 回「日本おもちゃ大賞 2019」を実施する。

審査部門は、7 部門とする。優秀賞にも副賞を贈る。

開会式を日本おもちゃ大賞 受賞者を称揚する「オープニングセレモニー」として催行する。
異業種からの出展企業勧誘の一環として、キッズライフゾーンを設け、子ども文化の発展に賛同頂いた企業に出展を頂く。

また、新規出展しやすい環境を作るため、コミュニティゾーンを実施する。

なお、様々な商品にスポットライトが当たるよう、多様な視点から評価を行うなど、「特別賞」の活用方法を検討した。また、ヒット・セールス賞の複数受賞を認めることとなった。

(2) 広報対策：

- ① 会期 2 日前に「記者発表会」を開催し、マスコミを通じた来場促進を図る。
- ② 記者発表会の機会を活用して「日本おもちゃ大賞 2019」授賞式を開催する。
- ③ 日本おもちゃ大賞」第 3 次審査をメディア公開し、取材の拡大を図る。

(3) 商談活性化策：

- ① 商談促進キャンペーンを実施する（キャンペーン実施の出展社を、公式ホームページやカタログに掲載して案内・PR するとともに、商談キャンペーンのアイコンをデータで配信する。）
- ② 流通企業の経営者層を対象に、特別招待状を積極的に配布する。
- ③ 過去の来場者でメールアドレスを登録した者に対し、会期前に開催案内等を配信する。

3. 国際関係

- (1) 平成 30 年 6 月 18～20 日、米国ナッシュビルで開催された玩具産業国際協議会 (ICTI) の年次会合に出席した。世界の玩具市場動向、各国の玩具産業を取り巻く課題、遊びの価値、CARE プロセス等について情報交換を行った。

(2017 年の玩具市場は主要 12 ヶ国（日本・中国などは含まず。）で 2.3% 拡大。Collectibles（収集性の玩具）の売上が急伸長した。米国での玩具販売に占めるオンラインの割合は、長期予測で 50% に達する見込み。その他、トイザらスの破綻が世界の玩具市場にもたらす影響などについて報告があった。)

また、玩具業界トップツアーに参加し、スペイン玩具協会と会合(平成 30 年 10 月 25 日：マドリード)を行い、スペインの玩具市場の動向、玩具企業の状況等、幅広い範囲の情報交換・交流を行った。

- (2) 2019 年香港見本市の際に開催された ACTI（玩具産業アジア協議会）年次会合に参加し、アジア各国の状況に関し情報交換を行った。

SEATA（東南アジア玩具協会）の第 2 回セミナーに参加した。セミナーでは、東南アジアでの玩具産業の最近の動向として、生産拠点の分散化 (diversification) がテーマであった。(米国の対中報復関税リスク等の事態に起因して、特に米国玩具企業に、生産を中国から他の地域に移す動きが表面化している。)

6. 組織活動事業

- ① 賀詞交歓会を開催した。

(開催：平成 31 年 1 月 18 日、会場：浅草ビューホテル、参加者：153 名)

- ② 平成 30 年 11 月 30 日に各部会・合同懇談会を開催し意見交換を行った。

7. 教育情報事業

① 新入社員研修

会員企業の新入社員に対し、玩具産業の業界人としての基礎的な素養を函養するために、平成30年6月26日に新入社員セミナーを開催した。(会場 TOC 有明 参加 32社 175名)

② 役員研修 平成30年7月3日に役員研修会を開催した。

③ 平成29年度玩具市場規模調査を実施し、プレス発表・ホームページ等で公開した。

調査結果は、平成29年度国内玩具市場は、店頭価格ベースで8,000億円であった(前年度比99.7%)。4年連続で8,000億円を超えた。

④ 会員専用ホームページ・メールマガジンにより、各種案内・通知や各事業の報告を行った。

8. 産業向上事業

① 日玩協取纏めによる取引信用保険について、平成31年の契約取り纏めを行い平成30年12月に保険契約を締結した。(18社 保険料 95百万円)

② リスクマネジメント活動を実施した。

・国内・海外企業の信用情報調査サービスを提供

・「サイバーセキュリティ対策」をテーマにセミナーを開催した。(「平成30年の玩具売上分析」と併せて会員及びSTマーク使用許諾契約者を対象に開催)

(開催：平成31年2月27日、会場 両国KFCホール115 Room、参加 78名)

③ 知的財産部会において、玩具企業の社員等を対象としたセミナーを開催した。

本セミナーは今回で22回目となり、講師及び知財部長による「特許」「意匠」「商標」「著作権」等の知的財産権を学んで頂くセミナーを実施した。

(開催：平成30年10月10日、会場 浅草橋ヒューリックカンファレンス

講師 水野清コスモ国際特許事務所所長弁理士、

新藤剛当会知的財産部会部長、参加 128名)

④ 共遊玩具推進部において、共遊玩具の普及に向け、次の活動を行った。

・共遊玩具カタログの更新・配布(作成：12,000部)

・共遊玩具セミナーの開催(アフターサービス・セミナーと共催)

全盲のお母さんから「おもちゃから得たもの、おもちゃに望むこと」について講演

「おもちゃ大賞」(共遊玩具部門)受賞商品の共遊玩具としての配慮や工夫等を紹介

(開催：平成30年11月20日

会場：両国KFCホール 参加者数：106名)

・平成28年から国際福祉機器展にブース出展、共遊玩具のPRを推進した。

(開催：平成30年10月10日(水)～12日(金)

会場：東京ビックサイト東館)

⑤ アフターサービス部会において、合同セミナーを開催した。

同部会員による「パネルディスカッション」を通して、「各社のサービスセンターに寄せら

れた電話対応の実例」等を紹介するとともに、冊子「お客様相談室の運用例」「電話対応マニュアル」の紹介を行った。

(開催：平成 30 年 11 月 20 日)

会場：両国 KFC ホール 参加者数：106 名)

- ⑥ 玩具産業国際競争力強化事業として、平成 31 年 1 月 30 日～2 月 3 日開催のニュルンベルク国際玩具見本市に、3 社が参加してグループ出展（「Japan Pavilion」）を行った。
- ⑦ 平成 30 年 12 月、東京玩具人形協同組合の実施するクリスマス・キャンペーンを支援した。（雑誌・新聞広告を全国的に展開、月刊誌「懸賞なび」及び携帯電話サイト「懸賞なび」におけるプレゼント告知）

9. 玩具活性化プロジェクトチーム

第 1 期の玩具業界活性化プロジェクトの成果を踏まえつつ、新プロジェクトチーム（PT）を中心に、5 項目に集約したテーマについて更に検討を進め、企画の具体化を推進している。

第 2 期 PT チームが取り組むテーマ

- (1) 年間を通じた戦略的広報事業とそのスキーム構築
- (2) 魅力あるリアル店舗・売り場の創出と玩具専門店問題
- (3) クリスマス商戦の需要拡大と新しい商戦期の創出
- (4) 業界内外の次世代育成及び環境整備
- (5) 今後の被災地復興支援

- (1) クリスマス商戦での玩具 PR の拡大を目指し、こどもユーチューバーによるタイアップ動画を制作した。なお、本動画で、「日本おもちゃ大賞」及び「おもちゃ屋が選んだクリスマスおもちゃ」からこどもユーチューバーが選んだ商品を取り上げた。

■ Kan&Aki チャンネル（チャンネル登録者数 230 万人）

動画タイトル：何もらう？サンタさんからのプレゼント！おもちゃをみに行こう♪

上映時間：14 分 13 秒

公開日時：11 月 22 日（木）16:30（初週に You Tube 急上昇ランキング第 1 位）

■ がっちゃんねる（チャンネル登録者数 68 万人）

動画タイトル：僕が決めたよ！勝手におもちゃ大賞 2018

上映時間：12 分 52 秒

公開日時：11 月 22 日（木）19:00