



日本おもちゃ大賞
2014

募集要項

1. 日本おもちゃ大賞2014について

(一社)日本玩具協会は、この「日本おもちゃ大賞」を通じて玩具産業の活性化を促進し、日本中の、そして世界中の消費者にアピールする事によって、玩具の素晴らしさをより深く理解していただけることを願っております。

第7回目となる今回は部門設定を一部改訂し、賞のプレゼンスと精度向上のために、審査方法や広報活動についても詳細に見直しを図りながら準備を進めて参ります。是非、積極的にご参加ください。

日本おもちゃ大賞2014の目的



1

開発力への刺激
良質で市場性のある
玩具開発の活性化



2

業界からの発信力の強化
玩具に対する消費者の
評価と関心の向上

3

消費者への価値創造
消費者の生活をより豊かにする
「楽しさ」の追求

これら三つの目的を果たすことによって、玩具業界全体の活性化を目指します。

2. 募集部門

1社からの応募数に制限はありません。また、開発主旨が複数の部門に該当する場合に限り、1つの商品を2部門まで応募することができます。

※ただし、共遊玩具部門への応募を含む場合は3部門まで応募できます。

【今回からの部門改定について】

- ・「キャラクター・Toy部門」は、本来であれば競合しないあらゆるカテゴリーの商品が審査対象となり、審査基準が一元化しにくくなってきたことにより廃止いたしました。
- ・ボードゲームやパズルなど、他部門に該当しにくいカテゴリーの商品を評価する場として「コミュニケーション・Toy部門」を新設いたしました。

エデュケーション・Toy部門 ～こどもの知育・教育に特に貢献する玩具

【着眼点】

- ・豊かな情操の発育、知識・知恵の発達、丈夫で健康な体作りに効果的に寄与することが期待できるか。
- ・読み書きや音感、リズム感など、表現する力を育て、豊かな創造力の成育に寄与することが期待できるか。

コミュニケーション・Toy部門 ～世代、性別を問わず楽しめる娯楽性の高い玩具

【着眼点】

- ・世代、性別を問わずに楽しみ、コミュニケーション形成に寄与する工夫や、癒し、豊かな時間を提供することができるような工夫がなされているか。

ボーイズ・Toy部門 ～主に男の子向けの優れた玩具

【着眼点】

- ・主に男の子が興味や関心を持っている事柄や夢、憧れを素材に、遊びを通して想像力や創造力、あるいはコミュニケーション力などを育むことができるかどうか。

イノベティブ・Toy部門 ～素材・技術的に優れたもの、新規性のある玩具

【着眼点】

- ・仕様、素材、製造技術などにおいて、他に類のない工夫がされているか。
- ・企画の着眼点からデザイン・設計・製造、流通にいたるプロセスの中で、今までにない工夫がなされているか。

ガールズ・Toy部門 ～主に女の子向けの優れた玩具

【着眼点】

- ・主に女の子が興味や関心を持っている事柄や夢、憧れを素材に、遊びを通して想像力や創造力、あるいはコミュニケーション力などを育むことができるかどうか。

ハイターゲット・Toy部門 ～大人が楽しめる玩具

【着眼点】

- ・使う(遊ぶ)者のイメージネーションを刺激し、与えられた楽しみ方だけではなく、自分から遊び方や楽しみ方を発展させ、広げて行けるような要素をもっているか。

共遊玩具部門 ～障害がある子どももそうでない子どもも「共に遊ぶ」ことができるための、様々な配慮が施された玩具

【着眼点】

- ・「小さな凸をつける」など、視覚や聴覚に障害があっても他の子どもと変わらず楽しめる配慮がなされているか。
- ・豊かな情操の発育、知識・知恵の発達、丈夫で健康な体作りに効果的に寄与することが期待できるか。

※共遊玩具とは・・・

目や耳が不自由な子供たちもそうでない子供たちも、共に遊ぶことができるよう配慮されている玩具。

特別に作られたものではなく、より多くの子供たちが楽しく遊べる玩具のことです。



目の不自由な子供たちに配慮した玩具には「盲導犬マーク」



耳の不自由な子供たちに配慮した玩具には「うさぎマーク」

この他に、「特別賞」を設定しています。

特別賞は、特に玩具業界に貢献し顕彰に値する商品があった場合などに贈られます。

※業界貢献度等を基に、全応募品の中から選出いたします。

3. 応募条件

応募資格と対象品(以下の条件をすべて満たすもの)

- ①応募者は、東京おもちゃショー2014出展社であること(国内・海外企業は問いません)。
- ②対象品は現在市場に出ている玩具もしくは平成26年9月末日までに発売を予定している玩具で、過去に本大賞への応募を行なったことがないもの。
- ③STマーク対象品にあつては、STマーク合格品であること。発売予定のものについては、STマーク取得手続を行うものであること。
- ④知的財産権が第三者に属するものを使用する場合は、当該使用について適法な許諾を受けた商品であること。

応募方法と締切り

- ①応募商品と、添付の応募用紙1枚に必要な事項を記載したものを同梱の上、平成26年4月11日(金)までに(一社)日本玩具協会までお送りください。
- ②STマーク対象品の場合は、合格通知書のコピーも同梱してください。

※STマーク申請中の場合は申請受付番号を、今後申請予定のものについてはその旨を申込用紙にご記入ください。

【送付先】 〒130-8611 東京都墨田区東駒形4-22-4
(一社)日本玩具協会「日本おもちゃ大賞2014」係

【E-mail】 toyshow2014@toys.or.jp

【応募締切】 平成26年4月11日(金)必着

※応募商品は、東京おもちゃショー2014終了後にご返却いたします

応募時のご注意

- ①応募の際は、商品と応募用紙以外の補足資料(企画書や販促DVDなど)を添付することはできません。
- ②応募用紙は審査時にA4サイズで閲覧します。説明文や画像添付欄などは、情報量が多すぎると判読しにくくなりますのでご注意ください。
- ③電池で動作する商品には必ず電池をセットまたは同梱していただきますようお願いいたします。
- ④試作段階の商品は、第1次審査までは審査対象としますが、必ず第2次審査までに販売商品又はそれに準ずるサンプル品をご用意ください。

4. ヒット・セールス賞について

おもちゃ大賞の目的の一つである、「消費者への価値創造」の観点から、ヒット商品、定番商品として販売実績で国内の玩具市場をリードした商品に贈られます(大賞他部門との重複受賞はありません)。

2013年度ヒット・セールス賞 ～2013年度の国内玩具市場を牽引し、売場に大きく貢献した玩具

ヒット・セールス賞の応募対象品

- 平成25年4月1日～平成26年3月31日までの販売売上実績が、下記①②のどちらかに該当するもの。

①販売額(上代換算) 3億円以上

②販売個数30万個以上

※国内での販売売上実績のみ対象です。

※シリーズ商品・周辺商品をまとめてご応募いただくことはできません。

※カラーバリエーションは1商品として応募可能です。

- その他の応募条件は前述7部門に準じる。

※但し応募制限の「1商品2部門まで」には含まれません(重複応募が可能です)。

応募方法と締切り

添付の「2013年度ヒット・セールス賞」応募用紙に必要事項を記載し、(一社)日本玩具協会までお送りください。商品は不要です。

【送付先】 〒130-8611 東京都墨田区東駒形4-22-4
(一社)日本玩具協会「日本おもちゃ大賞2014」係

【E-mail】 toyshow2014@toys.or.jp

【応募締切】 平成26年4月11日(金)必着

5. 授与物について

日本おもちゃ大賞7部門

大賞(各部門1商品)には盾と表彰状及び副賞として30万円が贈られます。

優秀賞(各部門4商品)には表彰状が贈られます。

なお、全受賞商品に「受賞マーク」を付与します。受賞マークは、商品パッケージや販促物に掲載することができます。

※使用時における配置やデザインについては(一社)日本玩具協会の確認・承認が必要です。

【受賞マーク】



【マーク使用イメージ】



〈商品パッケージ〉



〈受賞社Webサイト〉

特別賞

盾と表彰状が贈られます。

2013年度ヒット・セールス賞

盾と表彰状 及び 副賞30万円が贈られます。

6. 審査の流れ

「その年の玩具業界を代表するにふさわしいかどうか」を軸に、第1次から第3次まで3段階に渡って審査します。

第1次審査

(4月下旬)

各部門ごとの「着眼点(2P参照)」を念頭に置きながら、2日間かけて全品を手に取り、動くものは動かしながら審査。
最終的には全部門共通の「審査基準」に照らし合わせて評価を数値化し、各部門10商品程度に絞り込みます。

おもちゃ大賞小委員会(見本市委+流通各社から選出)による、

玩具作り手の
プロの目線で審査



第2次審査

(5月中旬)

選出された商品すべてを手に取りながら、各部門5商品にまで絞り込みます。その際、どういった点が優れていて選出されたのかを整理し、文章化します。ここで初めて、出品者に進出が知らされ、第3次審査に向け、選出理由も開示されます。

日玩協理事役員+見本市委による、
大賞の目的に立ち返り
経過を吟味する審査



第3次審査

(5月下旬)

現品確認に加え、出品者による2分間のプレゼンテーションを行なっていただき、各部門から大賞を1商品、優秀賞4商品を決定します。ここでも各部門ごとの「着眼点(2P参照)」と全部門共通の「審査基準」を用いて評価を数値化します。

審査委員会(北原委員長+流通、小売、メディアなど)による、

玩具売場や
消費者の目線で審査



授賞式は2014年6月10日(火)「東京おもちゃショー2014記者発表会(東京国際フォーラム)」の中で行ない、
受賞商品は東京おもちゃショー会場内で展示・公開します。

7. 最後に

●全部門共通の「審査基準」について

玩具という商品は多種多様で、一言で「〇〇玩具」といってもそのカテゴリーの商品は多岐に渡ります。「男児(女児)玩具とはこうあるべき」、「知育玩具とはこうでなくてはならない」といった基準を設けることが困難な特性があるのです。また、定番を突き抜けた新しい発想こそ評価したいという、おもちゃ大賞の本質を鑑みると、部門ごとに「こうあるべき」という基準を細かく設けて積み上げるほどに、そこにあてはまらない優れた商品を見たときに矛盾が生じてしまいます。

そこで、一定の尺度として2Pに挙げた「各部門の着眼点」を定め、判断に迷った時には常にここに立ち返る指標としてこれを採用すると同時に、最終的には工業製品全般にあてはまるであろう一般論から精査した以下の5項目に集約し、これを数値化することで審査の客観性を保つよう努めております。

基準① 市場性、話題性、発信力……………その年の玩具業界を代表するにふさわしいか(1～5点)。

基準② オリジナリティ、新規性……………企画の着眼点、仕様、素材などのどこかにおいて独自の工夫や新規性があるか(1～5点)。

基準③ プレイバリュー……………自分から遊び方や楽しみ方を発展させ、広げていけるような要素があるか(1～5点)。

基準④ デザイン……………見た目のよさや斬新さとともに、使う(遊ぶ)者にやさしい、分かりやすくする工夫があるか(1～5点)。

基準⑤ プレゼンテーション(3次審査のみ)……商品の長を分かりやすく説明できていたか(1～5点)。

●審査委員会

作り手や売り手の目線でいいと思ったものと消費者のそれとは必ずしも一致しません。また、玩具の消費者は乳幼児から大人まで、性別も年齢も関係なく非常に幅広いのも大きな特徴です。そういった中で「誰が」応募商品を審査するのかが重要な要素になります。

日本おもちゃ大賞では、できる限り様々な立場のメンバーが審査に関わるよう留意しながら審査しております。そんな中で、最終判断を下す第三次審査の審査委員会を、以下の方々に要請しております。

【審査委員長】 北原照久 / (株)トイズ代表取締役

【審査副委員長】 伊藤博之 / (株)博品館代表取締役専務

【審査委員】(予定・順不同) [百貨店](株)高島屋、(株)三越伊勢丹、(株)福田屋百貨店 [専門店]日本トイザラス(株)、(株)白牡丹、(有)ヤマシロヤ
[GMS]イオンリテール(株)、(株)イトーヨーカ堂、ユニー(株) [家電量販店]上新電機(株)、(株)ヨドバシカメラ、(株)ビックカメラ
[その他流通](株)ホンダ産業、アマゾンジャパン(株) [玩具業界誌]トイジャーナル、日本トイズサービス
[その他メディア]週刊アスキー、Yahoo!、モノ・マガジン、小学館、講談社 [研究機関]葉佐商品研究所