



元氣とタイムリーな情報を提供する

五十嵐レポート

発行:「町コン」五十嵐 勉 2026年10月05日 第1287「週刊五十嵐レポート」

トイザらス、民事再生

9月30日付日経新聞、「トイザらス、日本撤退へ」という記事。

玩具販売大手「トイザらス」が年内にも日本の店舗運営から撤退する方針。少子化で郊外を中心に展開する専門店の経営環境は厳しい。日本トイザらス(川崎市)は直近まで8期連続で最終赤字。1991年の日本1号店開業以来、35年にわたる日本の店舗運営から撤退。

小型店舗の出店などを進めてきたが、家電量販店の玩具販売やネット通販の台頭で業績が振るわず、25年12月期の最終損益は37億円の赤字。

玩具市場は拡大基調。日本玩具協会によると25年度の玩具市場は、24年度比6%増の1兆1664億円と5年連続で過去最高を更新。カードゲームなどを楽しむ大人が増加、インバウンド(訪日外国人)需要も高まっている。

「ドン・キホーテ」を運営するパン・パシフィック・インターナショナルホールディングス(PPIH)は10月1日、玩具大手「トイザらス」の日本事業を取得すると発表。トイザらスを運営する日本トイザらス(川崎市)が1日付で東京地裁に民事再生法の適用を申請、PPIHがスポンサーに。負債総額は約132億円。PPIHは従業員の雇用を維持しつつ、国内で展開するトイザらスやベビー用品店「ベビーザらス」全店舗の取得を目指す。

ドンキが獲得する経営資源は、大きく四つ。1. 顧客:乳幼児、子ども、親世代への接点。2. 立地:大型商業施設の販売拠点。3. ブランド:玩具専門店としての認知度。4. 取引先:バンダイナムコ、タカラトミーなどとの関係。

気になる点。日本の玩具市場が1兆1,664億円で成長した一方で、トイザらスは民事再生を申請。「市場が成長していること」と「その市場に参加している企業が成長すること」は別。日本の玩具市場を成長させているのは、子どもだけではなく、自分の趣味のために玩具を買う大人と訪日外国人。

3つの市場の組み合わせ。1. 従来の子ども向け市場:トイザらスが得意とする親子・ファミリー層。2. 国内の大人市場:ガンプラ、カード、フィギュア、キャラクター商品などの趣味消費。3. 訪日客市場:日本のアニメ・ゲームなどのIPを目的にした買い物需要。「何を」「誰に」「どこで」「売る」か。です)

ちょっと
気になる出来事

10月4日付朝日新聞、「声」より「より良い社会へ『ナッジ』の工夫」という中学生の投稿。

みなさんは「ナッジ」という言葉をご存じだろうか。行動経済学の理論の一つで、「ひじでそっと後押しをする」という意味を持つ。禁止や命令で人を動かすのではなく、人間の心理に働きかけ、自発的な行動を促す方法である。学校の探究活動で興味を持ち、ナッジをいかせないかと思ったのが、何度注意されても放課後には乱れてしまう「清掃用具入れ」だった。

用具入れの壁にはドラえもん、ほうきにはのび太のシールを貼るなどしたところ、「ぴったり合わせたい」という心理が働いたようで、多くのクラスメートが楽しみながらきれいに戻してくれるようになった。

規則や罰則で縛る社会は窮屈になりがちだが、ナッジの工夫で、誰も嫌な思いをせず、大きな費用もかけずに課題を解決できるかもしれない。

中小企業経営にも応用できる。(経営上の問題)社員が日報を提出しない。(ナッジを使った改善策)入力項目を3つに減らし、スマホで簡単に提出できるようにするなど。



一口メモ
知識

強みを知る唯一の方法

何かをすることに決めたら、何を期待するかを書き留める。9ヶ月後、1年後に結果と照合する。私自身これを50年続けている。そのためびに驚かされる。こうして自らの強みが明らかになる。自らについて知りうることのうち、この強みこそ最も重要である。

(「明日を支配するもの」より) ドラッカー名言集 仕事の哲学 (ダイヤモンド社)より

ドラッカーが提唱したフィードバック分析

1. 何かを始めるとき、期待する成果を記録する。
2. 9か月後、1年後に実際の結果を確認する。
3. 期待と結果の違いから、自分の強みを発見する。
4. 発見した強みを、次の仕事に生かす。

自分が得意だと思っていることと、実際に成果を出せることは必ずしも同じではないという点。

●「戦略社長塾東京」小岩校 毎週日曜日・水曜日 午前10時～12時

●「戦略社長塾東京」銀座校、武蔵村山校、豊岡校 開講中。

㈱五十嵐コンサルティングオフィス 〒133-0051東京都江戸川区北小岩6-21-5

TEL03-3659-7703 Fax03-3659-7077 info@igarashireport.com

