

食玩に関する生活文化学的研究 I 食玩情報の所在および調査方法に関する覚書

横川 公子, 延藤久美子, 岡田 春香, 北村 薫子
櫻谷かおり, 西田 徹, 森田 雅子, 山本 泉
(武庫川女子大学生生活環境学部生活環境学科)

Research about the cult product *shokugan* (prizes collectables) Part 1 Research methods and information analysis

Kimiko Yokogawa, Kumiko Endo, Haruka Okada, Shigeko Kitamura
Kaori Sakuratani, Toru Nishida, Masako Morita, Izumi Yamamoto

*Department of Human Environmental Sciences,
School of Human Environmental Sciences,
Mukogawa Women's University, Nishinomiya 663-8558, Japan*

Shokugan Research Project Team conducts research on the sociocultural phenomenon of *Shokugan* with a subsidy from the Suntory Foundation. The present article discusses the objectives and methods of our research.

Shokugan, has its origins in *omake*, an ancient method of sales promotion. *Omake* meant either sales discount or giveaways, accompanying all sorts of goods. *Shokugan*, which is high quality miniature figure collectables, mainly designed in Japan and produced in China, has become a Japanese cult product and typical of the cosmopolitan lifestyle of a generation nurtured on massmedia and comics.

1. はじめに

いまや食玩は、商品の単なる販売促進のための「おまけ」とか、子供や特定の愛好者の愛玩物という枠を超えて、ごく普通の人々までも巻き込んだ独自の存在感を持つようになっている。さらに戦前にはグリコの豆玩が天津で、現在は海洋堂によるミニチュア製作が上海で展開しているというように、国際的な規模で製造されているのみならず、アニメやコミックの世界と重なるフィギュアの世界的な認知も食玩の領野に重なり、日本文化の波及のひとつとして無視できないものになっている。

以上のような現実認識に基づいて、われわれは、一見、取るに足りない非現実的で矮小かつ非正統的気分が漂う食玩が、自由主義経済の販売促進の論理を支えるのみならず毎日の生活の中に根付き、生活文化の形成の上でも、また日本文化に通底する価値付けやその国際的波及という側面でも無視しがたい存在になっているという仮説に到達している。そのことはまた、食玩が子供の生活やマニアックなおたく文化のうちに閉鎖的にあるだけでなく、普通の生活空間の中で息づき始めているのではないかということでもある。本プロジェクトでは、以上のような生活美学的仮説に基づき、それらの解明と検証を通して、日本の生活文化の未来に関するひとつの展望を提案することを目的とする。

本プロジェクトは、平成 17 年度はじめから、上記のような問題意識に基づいて、「現代日本の生活文化

における食玩(おまけ)の位置—食玩を通してみる時代と生活文化—と題して、生活環境学科有志によって立ち上げられた課題の発端に位置する。本プロジェクトでは、今までに5回の打ち合わせ研究会を開き、①拠り所となる食玩情報の確認と、それらについての②調査方法の模索や、③中間的成果の検討を重ねてきた。

本報告では、今までの経過を中心に食玩情報を整理して、今後の調査研究に資することを目指している。

なお本稿は、「現代日本の生活文化における食玩(おまけ)の位置—食玩を通してみる時代と生活文化—」(代表 横川公子)(2005年度サントリー文化財団「人文科学・社会科学に関する研究助成」採択課題)の一部をなすものである。

2. 調査方法について

以下では、本プロジェクトで今までに実施した調査を中心にまとめる。

- 1) 玩具および食玩のフィールドワークにより実物を観照し、それらのモノの広がりや関係者のかかわりを調査。
 - (ア) コンビニ、スーパーでの玩菓の購入、計測、描写、ウォッチング
 - (イ) 企業家、あるいは製作者の自伝や記念館の調査(グリコ記念館、豆玩舎ズンゾなど)
 - (ウ) 代表的な玩具、フィギュアにまつわるコレクション熟覧(日本玩具博物館、有馬玩具博物館、加藤祐三のグリコのおまけ博物館、海洋堂フィギュアミュージアム、「造形集団海洋堂の軌跡展」見学など)
 - (エ) インタビュー
玩具・玩菓関係者のヒアリング・ディスカッションの実施
- 2) 雑誌記事検索(31件)による多面的な食玩動向抽出
 - (ア) 広域114号事件前後に毎日グラフのグリコのおまけ特集が発売される。そしてグリコのおまけが紹介される。2000年からはペットボトル、さらにチョコエッグが注目できる。以後2002年までの雑誌記事の数は二十五件。郷愁を秘めた記事は影を潜め、そのかわりに食玩がマニアック化していく。¹⁾
 - (イ) 陳列方法、おまけ商法や玩菓の種類を取り扱う流通業界誌が頻出。
 - (ウ) 一般的な雑誌、広告業界誌の記事。ホノボノする郷愁の広場をつくるための記事、社会現象としてのおまけやフィギュアの評論、玩菓(特にフィギュア)製作の舞台裏披露など。
- 3) 研究会内でのセッション—多面的・総合的な食玩調査を展開する。「オタク」論を中心に展開されてきた先行評論や記事とは一線を画する生活文化学的研究として、食玩ブームという社会現象により総合的に注目する。現在、プロジェクトで取り上げている課題は以下のとおりである。
 - (ア) モニターを対象とする各家庭における食玩の所在悉皆調査の実施
 - (イ) インターネット検索による食玩情報の収集と分析
 - (ウ) 典型的食玩の収集
 - (エ) 典型的食玩の外観的特性およびテクスチャーに関する工学的測定
 - (オ) 食玩における着衣表現の分析と製作による再現
 - (カ) 食玩のアイテム分類とマップの作成
 - (キ) 食玩の表象的・意味的特徴の分析とその概念的マッピング
 - (ク) 食玩の歴史の発掘

3. 現在までの調査結果に見られる食玩の位相

1) オマケ商法

オマケ商法は、太古の昔よりの全人類共通の普遍的な手法でもある。購入した客に感謝を表す社会的コ

コミュニケーションツールとしてオマケは使われてきた²⁾。巧妙な商品の抱き合わせ販売や雑誌の付録、抽選プレミアなど類似する現象はいくらでもある³⁾。ペットの雑誌にさえ、心をくすぐるグッズがついている。フリーペーパー、通販雑誌など他にも類する現象はある。食玩は、こうしたオマケ商法の一つとして位置づけられる。

2) 教育と食育のグリコのオマケ

〈子供の天職は遊ぶことと食べること〉、これが現代オマケの元祖、江崎利一氏の持論であった。彼はもともと生菓の訪問販売をする菓屋であったが、牡蠣の煮汁に含まれるグリコーゲンという栄養素を庶民の口に運ぶために、キャラメルに混入して販売することを思いついた。お菓子そのものが食事の主食・副食に対する食後や間食の慰みの〈オマケ〉である。元は果物で、甘み成分が主体であるのと、清涼感を与える食感などが特徴であろう。その菓子の価値をさらに高めるための商法が、教育的内容を持つオマケであった。発育盛りの子供たちにとって必要な栄養の補完と、子供たちの情操教育に必要な玩具とが結び付けられた。キャラメルと豆玩具の二つでひとつの商品という発想があった。但し社内的にも、豆玩具のほうは、「オマケ」という通称で通っていたという。

しかし現在は、〈食玩に至って主格転倒⁴⁾〉という状況になり、グリコの豆玩具の位置づけでも、タイムスリップ・グリコシリーズ(海洋堂製作)では、食玩が主体になっているといえなくもない。にもかかわらず食玩には、「食玩はオッパイへの郷愁⁵⁾」すなわち現代人の幼稚化を象徴するという指摘がある。グリコの豆玩具における〈子供の天職は遊ぶことと食べること〉の主張と、それを拠り所とする豆玩具の確立は、食玩の本質的価値付けの可能性のひとつを示唆する。

3) コンビニ

コンビニがどこの街角にでも出現するようになった。コンビニの普及は、食玩の流行や浸透と切り離せないようである。コンビニでは、発注されたロットが売切れれば再び店頭にださないというコンビニ商法⁶⁾が徹底している。そのため、オマケとはいえ売れ行きを左右するかぎり、魅力的な食玩の発信が必須条件となる。こうしてオマケ商法の食玩は、飲料水の販促、雑誌の付録というように裾野を拡大し、乱発されている。しかし完結した魅力的なシリーズものでなければ、オマケ収集癖はくすぐらない。

またこうしたコンビニという流通システムでも、開けてみるまで正体不明、覆面食玩の「バクチ性」も大量買いを刺激する要素として不可欠⁷⁾だといわれている。

4) サイズ

食玩は、パッケージ自体も含めて咫(5寸)⁸⁾を超えることは稀だ。身辺に保持し、整理し、携帯することのできる食玩は、1寸~3寸までのものが大半だという。こうしたサイズの上での特徴が、さまざまな食玩の様態に反映する。実物の模型、キャラクター、おもちゃ、ゴッコおもちゃなど、人差し指と親指で楽に掴んで、手のひらの上、目と鼻の先で点検できる寸法である。安心感・安定感・安堵感と同時に、一口大の〈カワイイ〉イメージの切り売りでもある。本来の玩具ではないミニチュア・アイコンとして保持されるのが、初期の豆玩具なのだ。このように考えると、小さいものに対する慈しみは、日本民族の特徴と言いつつよいのか改めて問い直す課題だろう。

5) 食玩のイメージ性とディスプレイ性

食玩コレクションは、魚は切り身で海を泳いでいると思っっているオタク世代の博物学の役割を担っている。スーパーやコンビニの店頭ディスプレイからマスコミ、インターネットを通じた消費を通じて、芸術的・情操的生活も成り立つ。

高度情報化の下、嗜好や感覚はより高度化し、差別化されていく。感性がより自己中心的な、頼りなげな、イメージ本位のものとなっていくなかで、食玩は、ジオラマによって完結した自己のイメージ集合の世界、安定感を消費することで再現する欲求に応える。ジオラマは、既に消費した漫画世界やCGバーチャルの二次元世界のイメージ群を立体にバージョンアップして提供してくれる。かくして世界観の再現、模倣、認識の転換に参画する食玩は、芸術的要素の役割を担う。

マスメディアの提供するイメージの破片は、造形師の個性に頼って立体化され、コレクションにグルーピングしようとする「大人買い」を誘導する。コレクターや提携食品メーカーの意向よりも、「自分達の造

形やモチーフを大切に」し、衣食住に根ざした職業は、いずれ飽和していく宿命にあるが、「フィギュアはちがう」⁹⁾と造形師軍団は信念をもって語っている。

6) 食玩は時代とともに変化

その時々、話題性のあるものの小型の模型が登場してきた。家電製品、乗り物、生き物、携帯電話など。あるいは農具、ままごと、銃などゴッコ遊びの玩具や、キャラクター、フィギュアのヒーローが次々と登場した。食玩のモチーフは、時代の夢を映す鏡である。

4. 生活文化としての可能性—まとめにかえて—

本稿はあくまで中間的な展望である。しかしながら食玩ブームは、オタクという閉鎖的かつマニアックな表象にとどまらず、生活文化に通底する価値付けの可能性をはらんでいる、という認識にわれわれは達している。「…ですからこのブームからは生まれ変わろうという予兆を感じさせます。卵は再生のシンボルなんです…」¹⁰⁾という秋山真人の直感は、それを巧みに語っている。食玩に耽る人とは、コンビニに行って食欲を簡単に満たすように、オマケに囲まれることで存在の実感も満たされる。マスメディアに供給された断片的なイメージ群をより漫画的なものから、より完結した、リアルなイメージ群にして、イメージの星座をつくり、自分のインテリア装置に空間的に配置してゆく、ともいえる。インテリア化する食玩から、今後さらなる生活の中への浸透が予感される。

「オタク」論を中心に展開されてきた先行評論や記事とは一線を画して、生活文化学的研究として、食玩ブームという社会現象に、より総合的に注目するわれわれの立場が、ここに浮上する。サービス精神というコミュニケーションツールの普遍的な価値、そのサイズやグリコのおまけに集約される食べることも切り離せない身体感覚、子供のみならず拡大する遊びの感覚とその価値付け等々、変動しつつある生活文化にアプローチする上で、食玩は豊かな方法を提示してくれる。翻って、それは食玩の生活文化としての可能性を提示しているといえるだろう。

Table 1. 【食玩関連雑誌情報一覧 1984/3～2004/6】

日付け	出典	論題	
1984/3/4	毎日グラフ 37巻9号 1984年3月4日 3-17頁	大特集・グリコのおまけ	カタログ風に時代別に一覧する
1985/12/1	NHK サラリーマンライフ 2巻2号 1985年12月 8-9頁	おまけの域を超えたおまけ： 高感度の玩具づくり—江崎グリコ・菓子開発部 女の子向け玩具製作チーム	
1987/6/20	週刊ダイヤモンド 75巻 24号 1987年6月20日 70頁	実感景気：おまけ商品企画 ロッテ・ビックリマンチョコ 反後四郎さん(談)	
2000/8/1	コンビニ 3巻4号 84-87頁	売れる「棚割づくりと立地対応」最新セオリー	500ml ペットを中心としたおまけ付きアイテム…おまけ自体の出来、おまけの商品の相性、コレクション性などを、写真案内の段階できちんと考えること(87頁)
2000/9/7	週刊宝石 20巻32号 2000年9月7日 174-177頁	父子で楽しめる「お菓子のオマケ」お宝大鑑定	“オマケが主役”の大逆転…今やオマケは芸術だ、爆発ダ…(174頁)…主軸は“2世代キャラクター”(176頁)
2000/11/16	サライ 2000年22号 12-13頁	面白博物館：グリコのおまけ	懐古、宮本順三
2000/11/17	週刊朝日 105巻51号 2000年11月17日 162頁	模型：チョコエッグ千三百万 個笑いが止まらぬ売れ行き	伊丹市昆虫館では学習室にミニチュアを展示している。自らもファンだという学芸員の奥山清市さん(30)は、こういう。「都会の子供が本物の生物に興味を持つきっかけになれば、と思っています」という。

食玩に関する生活文化学的研究 I 食玩情報の所在および調査方法に関する覚書

2000/11/19	葉青 サンデー毎日 79 巻 54 号 2000 年 11 月 19 日 55 頁	おまけもすごい…	日本は自動販売機大国…この中味を選べないとい うのは、当然、購買意欲をそそる(55 頁)
2001/1/3	「ダカーポ」 21 巻 1 号 2001 年 1 月 3 日 68-71 頁	大人がハマるおまけフィギュ アの世界	何種類買えば…揃うか?(69 頁), 誕生日(70 頁), 海 外ではコミュニケーションツール(71 頁), 「…です からこのブームからは生まれ変わろうという予兆を 感じさせます。卵は再生のシンボルなんです…おま けのバクチ的要素…疑似セックス…疑似育児的楽し み方…(秋山真人)(71 頁)」
2001/3/1	泉麻人 東京人 16 巻 4 号 2001 年 3 月 122-125 頁	オマケはあたり前?21 世紀の お菓子を探せ	ノスタルジアと収集癖
2001/6/9	週刊東洋経済 2001 年 6 月 9 日 48 頁	分類:自己表現・生活演出型 ヒット 楽しみ方が変わる おまけつき菓子	生活演出型
2001/6/27	井上章一 SPA! 50 巻 24 号 2001 年 6 月 27 日 58-59 頁	グリコと同じオマケ戦略?最 新関西ラブホテル考	サービス精神 楽しませ方
2001/8/5	白井理浩 Yomiuri Week- ly 60 巻 32 号 21-23 頁	おまけで客釣る「ダイヤ商法」 の罠	
2001/9/1	Softnomics 17 巻 9 号 2000 年 9 月 4-11 頁	特集「おまけ」ビジネスを検証 する!~商品が売れるにいた るストーリー~	おまけの元祖は菓売り(5 頁), 主客転倒現象(5 頁), 抽選で当るおまけ(7 頁,)シリーズ雑誌(8 頁)おまけ 商品の企画, 株式会社 エスケイジャパン(9 頁), おまけがイノベーションの原動力…携帯電話と i モード…元の商品の性質を変容させる…(10-11 頁)
2001/10/31	SPA! 50 巻 41 号 2001 年 10 月 31 日 46-51 頁	今秋新アイテムが続々登場! 大人がハマる最新おまけフィ ギュア事情	代表的オタク事例紹介
2002/1/17	週刊新潮 47 巻 2002 年 1 月 17 日 165 頁		
2002/1/26	週刊現代 44 巻 4 号 2002 年 1 月 26 日 203-205 頁	大人も夢中, 海洋堂「おまけ フィギュア」大研究	「大人買い」…飲料水の販売促進キャンペーン…コレ クターや提携食品メーカーの意向より(自分達の造 形やモチーフを大切に)…衣食住に根ざした職 業は、いずれ飽和していく宿命に有るが…(フィギュ アはちがう)(205 頁)
2002/6/1	ASCII 26 巻 6 号 2002 年 6 月 56 頁	お菓子のオマケにインター ネットゲームがついてきた!!	江崎グリコ発売卵型チョコキングダーサプライズにつ いて
2002/6/1	日販通信 754 巻 2002 年 6 月 14-29 頁	特集:おまけ・付録付き商品を 上手に売ろう	付録・おまけは増売のチャンス 小学館マーケティ ング局 エグゼクティブマネージャー 黒木重昭 コミックス販売課課長 佐藤隆哉(14-18 頁)販売促 進の強力な材料:店頭で大きなアピールを 講談社 雑誌販売局 局長 小此木孝夫 雑誌第二販売部 部長 永田周一郎(20-23 頁)「オマケ付き」コミック の今後の展開について 講談社 コミック第二販売 部(24-25 頁)〈付録付き雑誌?店頭事例〉お店の規模 や事情に合った方法でアピール 神奈川県横須賀 市・平坂書房 MORES' 店 雑誌担当 寺谷直子氏 店長 三橋秀行氏の声
2002/6/1	保険展望 49 巻 3 号 2002 年 6 月 66-68 頁	あなたもいかが?インター ネット:大人も夢中になるお まけ付きお菓子の世界	

2002/7/1	月刊 消費者 586 巻7号 2002年7月 24-27頁	集めて楽しい!!コレクターズ・トイ:おまけ付菓子大集合	昔ながらのコレクターズアイテム(24頁), テレビヒーローコレクション(25頁), 自然動物コレクション(25頁), ゴジラシリーズ(26頁), かわいいキャラクターズアイテム(27頁)
2002/9/1	宇川直宏 広告批評 263巻 2002年9月 114-117頁	ほくのおまけ文化史	北陸製菓のハムスターフィギュアと「ひま種」(ひまわりの形態の柿の種)が絶妙でバランスよい食玩 子供とのコミュニケーション, オッパイへの郷愁, 授乳と遊び
2002/9/1	切通理作 広告批評 263巻 2002年9月 118-121頁	ミニチュア 20世紀博覧会	室内飼いの飼い猫にとっては虫や獲物の擬似餌か? フィギュアをフェッチする
2002/9/1	エチエンヌ・バラール 広告批評 263巻 2002年9月 122-123頁	オタクパワーが生み出したもの	蓋然性 収集すること自体がゲーム
2002/9/1	荒俣宏 広告批評 263巻 2002年9月 124-130頁	おまけ解体新書	教育的発想なし 「たまごっちと似たような, あのチョコエッグという仕かけが本体…(127頁)…「抱き合わせ」販売×127頁)…複数「ルート」を結びつける:女性雑誌とグッチの付録(128ページ)…ライデン博物館のシーボルトコレクション江戸期のおもちゃに言及, 携帯性, 賞玩性(129頁)
2002/9/22	渡辺理雄 Yomiuri Weekly 61巻40号 2002年9月 22日 81頁	コンビニで増殖中, 郷愁のガンダム, ベルばら付き菓子	シークレットアイテムも…次は何がフィギュア化されるのか
2002/10/1	横堀 肇 市街地再開発 2002年 第390号 57-61頁	ちょっと覗いた世界の街と人 その67:トルコ人の生活の一端とオマケ文化	日常生活の消費行為に際して感謝を表す社会的コミュニケーションツール
2002/10/1	SPA! 51巻38号 2002年 10月1日 81-86頁;91-93頁	超保存版発売即売り切れ続出!不況知らずのリアルフィギュア再新情報	独裁国家だからできる過剰品質…(81頁), 海洋堂は“造形真理教”という名の宗教(85頁), …造形家の個性がヒットの条件(91頁), …フィギュア王編集長(額田久徳氏)に聞くリアルフィギュア一問一答! …食玩というものは, コンビニやスーパーの仕入れ担当者が, メーカーに発注した数量が売り切れた時点で終わりなんです.
2002/12/1	竹内オサム PACKPIA 46巻12号 28-30頁	「商品開発」おまけの常識を超えたハイクオリティなフィギュアへの自信の“Q”-海洋堂製作フィギュア入りタマゴ型チョコレート「チョコQ」シリーズ	新発売の製品のコンセプト, 「大人買い」, 中国での生産
2003/9/9	森川嘉一郎 SPA! 52巻 36号 2003年9月9日 26-31頁	“趣都”アキハバラ徹底攻略ガイド	アキバマニアックショップ地図(27頁)…世界一のオタク都市…
2004/6/1	佐々木文博 コンビニ 7巻 6号 84-87頁 2004年6月 102-104頁	コンビニチャンネルで成功するモノづくり手法:ヒットの方程式を解く:第2回北陸製菓の「食玩」	食玩の80%はコンビニチャンネルで販売(102頁)…商品開発のターゲット層を20代から50代の男性にしている…商品開発…フィギュアの精度…事前発信…パッケージデザイン…先行発売…分かりやすさ…夢や思い出を立体的造形物に託す楽しさを, コンビニに行く新しい目的にしている消費者がいることを忘れずにいたい.

Table 2¹⁾. 【近現代における玩具材料の推移】

玩具の材料		玩具関連事項
ブリキ製金属玩具の輸入はじまる	明治 5	
	明治 18	トランプの発売
	明治 26	教育玩具出現
セルロイド製キューピー人形の誕生	大正 6	
絵カード(販促品)入りグリコ菓子発売	大正 11	
	昭和 1	めんこ, ベーゴマブーム こども博覧会開催
おもちゃ入りグリコ発売	昭和 2 頃	
	昭和 6	紙芝居「黄金バット」ブーム
	昭和 8	「のらくろ」玩具面ブーム
内地向けブリキ玩具製造禁止	昭和 13	
おもちゃ入りグリコ生産中止	昭和 17	
セルロイド, ゼンマイ玩具等国産玩具輸出開始	昭和 22	
おもちゃ入りグリコ生産再開(紙, 粘土が主実用小物)		
	昭和 23	フリクション自動車玩具登場
アンチモニーのおもちゃ増えはじめる	昭和 24	人形陳列展(国立博物館), 人形文化資料展(国会図書館) 開催
国産プラスチック製玩具製造開始	昭和 25	
	昭和 26	日教組の戦争おもちゃ追放運動
電動玩具(自動車と飛行機)登場	昭和 27	風船ガム(食用玩具)流行
グリコのおもちゃはミニチュアコレクション中心(木とブリキが主, セルロイド登場し色彩鮮やかに)	昭和 28 頃	
	昭和 29	ミルク飲み人形ブーム
	昭和 30	ラジコン(無線操縦玩具)登場
	昭和 31	ホッピングブーム
セルロイドに代わりプラスチック登場(単色)	昭和 32 頃	
国産プラモデル玩具登場	昭和 33	フラフープブーム
	昭和 34	国産ミニチュアカー登場
ダッコちゃん人形(ビニル)ブーム	昭和 35	
	昭和 36	プラレール発売
	昭和 37	第 1 回日本玩具国際見本市(現東京おもちゃショー)開催 歩行人形, 着せ替え人形登場
	昭和 39	「鉄腕アトム」「鉄人 28 号」登場
	昭和 41	「オバケの Q 太郎」ブーム
グリコはプラスチックが主流に	昭和 42	日本玩具協会設立 着せ替え人形「リカちゃん」登場
	昭和 43	「人生ゲーム」発売
	昭和 44	ママレンジ登場
	昭和 45	タイガーマスクブーム
	昭和 46	玩具安全マーク制度実施
	昭和 47	「仮面ライダー」ブーム
	昭和 48	「マジンガー Z」ブーム
グリコのおもちゃは大きくカラフルに	昭和 49	「モンテッチ」登場
	昭和 51	「およげ!たいやき君」ブーム
	昭和 52	スーパーカーブーム・自販機によるカプセル玩具発売
	昭和 53	「バービー」日本発売

	昭和 54	ウルトラマンブーム
	昭和 56	「機動戦士ガンダム」ブーム 「チョコロQ」「アラレちゃん」登場
	昭和 60	「シルバニアファミリー」登場
グリコは手作り感のあるおもちゃへ	昭和 62頃	
	昭和 63	「ファイナルファンタジー」「ドラクエ」ブーム
	平成 2	ぬいぐるみがクレーンゲームでブーム
	平成 4	トイザラスオープン
グリコは紙やスポンジの組立ておもちゃが主流	平成 5頃	
	平成 8	たまごっち登場
	平成 9	ポケモンブーム
グリコ「木のおもちゃ」シリーズ	平成 10	
	平成 11	だんご3兄弟ブーム、チョコエッグ(H11発売)ブーム から食玩が注目されはじめる
	平成 12	東急ハンズ渋谷店に食玩コーナー登場
	平成 14	食品衛生法に定めるおもちゃの規格基準改定に伴い、新 玩具安全基準 ST2002 実施
グリコ「絵本」シリーズ	平成 17	

引用文献

- 1) 「大人がハマるおまけフィギュアの世界」, 「ダカーポ」, 21 巻 1 号, 2001 年 1 月 3 日, 68-71 頁
- 2) 横堀 肇, 「ちょっと覗いた世界の街と人 その 67:トルコ人の生活の一端とオマケ文化」, 『市街地再開発』, 2002 年, 第 390 号, 57-61 頁
- 3) 「特集:おまけ・付録付き商品を上手に売ろう」, 日販通信, 754 巻, 2002 年 6 月, 14-29 頁
- 4) 「特集「おまけ」ビジネスを検証する!~商品が売れるにいたるストーリー~」, Softnomics, 17 巻 9 号, 2000 年 9 月, 4-11 頁
- 5) 宇川直宏, 「ほくのおまけ文化史」, 広告批評, 263 巻, 2002 年 9 月, 114-117 頁
- 6) 「超保存版発売即売り切れ続出!不況知らずのリアルフィギュア再新情報」, SPA!, 51 巻 38 号, 2002 年 10 月 1 日, 91-93 頁
- 7) 秋山真人, 「大人がハマるおまけフィギュアの世界」, 「ダカーポ」, 21 巻 1 号, 2001 年 1 月 3 日, 71 頁
- 8) 箕口建築制作設計所 <http://www.migupy.com/top.htm>, (2005 年 9 月検索)によれば, 「…親指と人さし指を直角に開いた時につくられる親指から人さし指の長さを「咫, あた」と呼び 5 寸と決めました。咫は「寸法をあたる」のあたです。尺, 寸は人間の指先から決められたヒューマンスケール寸法なので」とある。
- 9) 「大人も夢中海洋堂「おまけフィギュア」大研究」, 週刊現代, 44 巻 4 号, 2002 年 1 月 26 日, 203-205 頁
- 10) 7 に同じ。
- 11) 表 2 の参考サイト, いずれも 2005 年 9 月検索
 - 日本玩具協会: <http://www.toys.or.jp/>
 - 玩具の歴史 http://www.toys.or.jp/history/History_Top.htm
 - 食玩流通研究所: <http://www5f.biglobe.ne.jp/~shokugan/main.html>
 - 「食玩とは?」 <http://www5f.biglobe.ne.jp/~shokugan/syokugan.html>
 - 食玩市場のここ数年の概況 <http://www5f.biglobe.ne.jp/~shokugan/doukou.html>
 - FOODRINK: <http://www.foodrink.co.jp/>
 - 玩具付き菓子の魅力に迫る
<http://www.foodrink.co.jp/backnumber/200310/news1012g-3.html>

参考文献

- 宮本順三：ほくは豆玩(オマケ)，1991年12月，山三化学工業株式会社。
江崎グリコ編集発行：創意工夫－江崎グリコ70年史－，1992年5月。
加藤祐三：加藤祐三グリコのおもちゃ箱，2002年1月，アムズ・アーツ・プレス。
浅井俊裕，工藤健志，松本教二，他編集：造形集団海洋堂の軌跡展カタログ，2005年，株式会社アート
プランニングレイ
金田理恵：グリコのおまけ，1992年11月11日，筑摩書房
酒井雅康：グリコのおまけ型録；2003年1月26日，八重州出版
別冊太陽 子供の昭和史 おまけと付録大図鑑，1999年2月20日，平凡社
朝日亜火ソノラマ編集部：おまけフィギュア海洋堂全カタログ，2001年10月10日，朝日ソノラマ
広瀬晃編集：海洋堂フィギュアコレクション，2002年10月15日，日本文芸社
あさのまさひこ：海洋堂クロニクル「世界最凶造形集団」の過剰で過敏な戦闘哲学，2002年11月，太田出版
北原照久：「おまけ」の博物誌，2003年8月25日，PHP新書
宮脇 修：創るモノは夜空にきらめく星の数ほど無限にある 海洋堂物語，2003年5月20日，講談社