



タイでは、ブラインドボックス（おもちゃの福袋）に入っているアトトイが、若者の間で人気を博している。アトトイとは、アーティストがデザインしたおもちゃのこと、生産数が少なく希少価値が高いと言われている。韓国の女性音楽グループ「BLACK PINK」のタイ人メンバーが交流サイト（SNS）に投稿したことが引き金となり、人気が急上昇した。

タイでおもちゃの福袋 人気

喚起したほどだ。知り合いのタイ人に、おもちゃブームについて聞いてみた。「これはインフルエンサーだけの影響ではない。若者たちは、ブラインドボックスの中に何が入っているのかというスリル感とワクワク感を楽しんでいる」

ブラインドボックスは、日本の福袋やカプセルトイが由来と言われている。首都バンコクのショップで、日本アニメキャラクターのブラインドボックスを購入してみた。

確かに、何が入っているのだろうというワクワク感がある。価格は380バーツ（約1600円）。キャラクターは全12種でレア物が一

若者のワクワク感刺激

つ入っている。レア物が高い値で転売できると当事務所のスタッフが教えてくれた。現在、おもちゃ以外に、アクセサリー、コスメな



ブラインドボックスとアトトイ
＝タイ・バンコク

どがあり、種類は増えているという。

世界のブラインドボックス市場は2027年までに125億米ドル（約2兆円）まで拡大すると、民間の調査機関が発表した。今後、市場の拡大は見込められると思われるが、購買意欲が旺盛でブームの火付け役となる若者のトレンドや嗜好（しこう）を探ることが必要である。

海外に販路を求め、日本からさまざまなモノがタイにも売り込まれている。インフルエンサーに頼ることも一つの手法ではある。何がきっかけでブームが巻き起こるか分からないが、一つ言えることは、その国の国民性やトレンド、嗜好をしっかりと把握すること、これを欠かすことはできない。

（岐阜信用金庫バンコク駐在員事務所長 高橋英孝）