

報道関係各位

2020年10月16日

デジタルネイティブ世代の子どもたちが、より楽しめるカタログに進化

「トミカ&プラレールカタログ」が動くのりもの図鑑にパワーアップ！

デジタルカタログ配信開始のお知らせ

「リカちゃんカタログ」も動画とリンクしたデジタル版を公開中

株式会社タカラトミー

株式会社タカラトミー（代表取締役社長：小島一洋／所在地：東京都葛飾区）は、2020年10月16日（金）から紙のカタログに加えて「トミカ&プラレールカタログ」のデジタル版を公開いたします。また、2020年10月1日（木）から「リカちゃんカタログ」のデジタル版を公開しております。

「トミカ&プラレールカタログ」及び「リカちゃんカタログ」は、玩具専門店、百貨店・量販店の玩具売り場等で無料配布しているフリーペーパーで、近年「トミカ&プラレールカタログ」は年間200万部以上発行するなど、商品同様長年にわたり多くの方々に愛され続けています。

おもちゃのカタログとしてはもちろん、「トミカ&プラレールカタログ」は車や電車などのりもの図鑑として、「リカちゃんカタログ」はファッションやライフスタイルが分かるファッション雑誌のように、振り返ればその時代の“今”がわかるカタログとして子どもたちに親しまれてきました。時代とともに変遷してきたカタログは、この度子どもだけでも楽しめる操作性と、動画やGIF画像でめくるたびにわくわくするギミックで、**デジタルネイティブ世代の子どもたちにより楽しんでいただけるカタログ**を目指しました。

トミカ&プラレールカタログ：www.takaratomy.co.jp/products/tomica/digitalcatalog

リカちゃんカタログ：licca.takaratomy.co.jp/catalog



歴代の「トミカ&プラレールカタログ」

走る姿がカッコいい！「トミカ&プラレールカタログ」は“動くのりもの図鑑”にパワーアップ！

「トミカ&プラレールカタログ」は、1994年に「トミカカタログ」と「プラレールカタログ」が合体し、2002年から「トミカ&プラレールカタログ」という名称になりました。「トミカ&プラレールカタログ」は、街を走る車や電車がたくさん載ったのりもの図鑑としても親しまれていることから、紙では表現しきれない、動く姿が楽しめる“動くのりもの図鑑”をコンセプトにデジタル化しました。

店頭配布のカタログとレイアウトを変更し、カタログ内に動画を埋め込んだり、ページをめくると同時にのりものが動き出すGIF画像を取り入れるなど、読み物として楽しく、直感的に商品の特徴や遊び方がわかる仕様になっています。また、子どもだけでも簡単に操作できるよう、動画や、多くの公式サイトへのリンクを同一画面上で表示させるなど、機能性と楽しさを両立させました。さらにデジタルカタログならではの機能として、付箋や手書きメモ機能を搭載しています。気になる商品に付箋やメモを書き込んだり、スクリーンショット等で画面を手軽に共有することも可能です。何度読み返しても形が崩れず、いつでもどこでも気軽に楽しめる点も、デジタルカタログならではの特徴です。



1994年の「トミカプラレールカタログ」(左)と、2020年10月配信の「トミカ&プラレールカタログ」(右)



動画が埋め込まれたレイアウト



ページをめくるとGIFが動き出すレイアウト

トミカについて

1970年、日本初の手のひらサイズの国産車ダイキャスト製ミニカーシリーズとして発売された「トミカ」(発売元：タカラトミー)は、今年で発売50周年を迎えました。外国製のミニカーが全盛だった当時、「日本の子どもたちに、もっと身近な国産車のミニカーで遊んでもらいたい」という熱い想いのもと誕生、今では親子3世代にわたって愛されています。現在までに累計1,050種以上の車種が発売され、累計販売台数は6億7,000万台を超えます(2020年1月時点)。

近年では定番商品に加え、人気キャラクターやコンテンツとコラボレーションした「ドリームトミカ」シリーズや、ハイディテールコレクションモデル「トミカプレミアム」シリーズなどラインナップを拡大しています。また、2016年から大人向けブランド「tomica」のライセンス展開を本格始動し、年齢・性別に関わらず幅広い方に興味を持っていただけるブランドを目指し、アパレルや、文房具、日用品などにもライセンスを展開しています。トミカ50周年特設サイト：www.takaratomy.co.jp/products/tomica/sp/50th

プラレールについて

「プラレール」(発売元：株式会社タカラトミー)は、2019年に発売60周年を迎えたロングセラーの鉄道玩具で、3世代にわたって愛されているブランドです。「プラレール」の原型は、金属や木の玩具が主流であった1959年に、当時の最新素材であったプラスチックの玩具として発売された「プラスチック自動車・レールセット」です。

象徴的な青いレールは、当時家族が団らんの時を過ごした「ちゃぶ台」の上で遊ぶサイズで設計されました。この規格は60年経った今でも変わっておらず、当時のレールと最新のレールを繋げて遊ぶこともできます。

今後も、身近であり憧れでもある“鉄道”をテーマに、子どもたちが社会を学び、創造力等の子どもたちの成長を促し、また親子のコミュニケーションを育むブランドとして展開していきます。日本国内ではこれまでに、累計約1,570種類、1億7,500万個以上を販売しています(2020年6月末時点)。プラレール公式サイト：www.takaratomy.co.jp/products/plarail

細部までじっくり読みたい！「リカちゃんカタログ」は“お手軽ズーム”で隅々まで楽しめる！

「リカちゃんカタログ」は、1967年の「リカちゃん」発売当時の商品に同封される1枚のリーフレットからはじまり、2007年から現在の「リカちゃんカタログ」となりました。子どもたちの興味や憧れを「リカちゃん」を通じて叶えてほしいとの想いを込め、リーフレットは商品の説明だけでなく、プロフィールや占い、ファッション用語など、読んで楽しい情報を詰め込んだカタログに変わり、子どもたちにとってはファッション雑誌のように親しまれ愛され続けています。

そんな「リカちゃんカタログ」をデジタル化するにあたり、ドレスや小物のディテールを細部まで確認できるよう、ズーム機能の使いやすさにこだわりました。カタログをタップするだけで、子どもだけでも簡単にページを拡大したり、元のサイズに戻すことができます。そのほか、ごっこ遊びの世界観を広げる動画へのリンクなど、読むたびに新しい発見がある、想像を膨らませながらじっくりとお楽しみいただけるように企画しました。



2007年の「リカちゃんカタログ」(左)と、2020年10月配信の「リカちゃんカタログ」(右)



紙のカタログより大きく拡大し、小物の細部まで確認できる

リカちゃんについて

1967年の誕生から50年以上愛され続けている「リカちゃん」(発売元：株式会社タカラトミー)は、常に時代や流行を反映しながら、子どもたちの憧れや夢を形にした商品を発売してきました。近年では「リカちゃん」とともに時代を歩んできた大人にも愛されるブランドを目指した展開や、タレントとしても活躍の場を広げているほか、「リカちゃん」自身のツイッターやインスタグラムも大きな話題となっています(※2020年10月時点のフォロワー数：合計約22万人)リカちゃん公式サイト：licca.takaratomy.co.jp

リカちゃん公式SNS [@bonjour_licca]

Twitter：twitter.com/bonjour_licca Instagram：www.instagram.com/bonjour_licca

<報道各位から本件に関するお問い合わせ先>

株式会社タカラトミー 広報課 TEL：03-5654-1280 FAX：03-5654-1380

<読者から商品に関するお問い合わせ先>

株式会社タカラトミー お客様相談室 TEL：0570-041031 (ナビダイヤル)