

2022年度国内玩具市場規模(主要10品目)

(単位:百万円)

分類	主な商品	2021年度	2022年度	2021vs2022
01 ゲーム	一般ゲーム(含 ミニ電子ゲーム)、立体パズル、その他(含 パーティ、ジョーク、手品)	18,151	18,028	99.3%
02 カードゲーム、トレーディングカード		177,646	234,891	132.2%
03 ジグソーパズル		14,644	12,965	88.5%
04 ハイテク系トレンド玩具	インタラクティブ玩具、ロボット、パソコン関連	9,037	10,507	116.3%
05 キャラクター	TVキャラクター玩具、映画キャラクター玩具など	68,734	62,883	91.5%
06 のりもの玩具	ミニカー、レール玩具、トイR/C、電動、その他(レーシング、ゼンマイ、金属玩具ほか)	47,973	50,291	104.8%
07 ドール、ままごと	着せ替え(人形、ハウス)、ままごと、アーツ&クラフト、コレクション玩具、抱き人形、その他(含 アクセサリー、女児化粧品)	38,031	35,230	92.6%
08 めいぐるみ	キャラクターめいぐるみ、ノンキャラクターめいぐるみ	28,331	32,041	113.1%
09 知育・教育	ブロック、木製、ブリスケール、幼児キャラクター、ベビー(ベビートイ、バストイ、ベビー用品)、その他(含 楽器、電話、絵本、遊具、キッズビデオ、電動動物)	127,988	128,048	100.0%
10 季節商品	玩具花火、スマートイ・サマーグッズ、小物玩具、スポーツ玩具、スポーツ用品、アウトドア	49,618	49,874	100.5%
合計(主要10品目)		580,153	634,758	109.4%

①各年度はそれぞれ4月1日～3月31日までを当該期間としています。

②玩具市場の範囲は以下の通りです。

・原則として(一社)日本玩具協会の会員企業(傘下団体の会員企業)ならびに東京おもちゃショーに出展している企業のオリジナル商品、自社ブランド商品が創出する市場で流通は問いません。

・ただし「知育・教育」の中のベビー、乗用は独自の市場を築いている面もあり、ドラッグストア流通などは除外してあります。

・ホビーは模型流通も含まれます。

③金額は上代価格(メーカー希望小売価格ベース)です。