

2023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	2022年度	2023年度	2022vs2023
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)	18,156	18,937	104.3%
02 カードゲーム、 トレーディングカード		234,906	277,429	118.1%
03 ジグソーパズル		12,883	12,309	95.5%
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	10,578	12,853	121.5%
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	62,993	64,693	102.7%
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)	50,262	54,741	108.9%
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)	35,048	31,570	90.1%
08 ぬいぐるみ	キャラクターぬいぐるみ、ノンキャラクターぬいぐるみ	32,358	39,060	120.7%
09 知育・教育	ブロック、木製、プリスクール、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、電動動物)	127,719	127,590	99.9%
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	49,729	49,153	98.8%
合計(主要10品目)		634,632	688,335	108.5%

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。