

# 玩具市場に関する調査を実施（2016年）

## 【調査要綱】

矢野経済研究所では、国内の玩具・ゲームコンテンツ関連市場に関する調査を実施した。

1. 調査対象:玩具・ゲームコンテンツ関連メーカー、卸問屋、小売事業者等
2. 調査期間:2016年10月～12月
3. 調査方法:当社専門研究員による直接面談、電話によるヒアリング、ならびに郵送アンケート調査、文献調査併用

### <玩具市場とは>

本調査における玩具市場とは、①電子玩具、②模型・ホビー、③男児玩具、④女児玩具、⑤ゲーム類(アナログゲーム等)、⑥季節物・雑玩具、⑦基礎玩具(知育・乳幼児玩具、ジグソーパズル、ブロック類等)、⑧ぬいぐるみ、⑨テレビゲームの主要9品目をさす。

## 【調査結果サマリー】

### ◆ 2015年度の国内玩具市場規模(主要9品目)は前年度比1.3%減の6,407億円と縮小

2015年度の国内玩具市場規模(メーカー出荷金額ベース)は、主要9品目で前年度比1.3%減の6,407億円、テレビゲームを除いた主要8品目では同1.3%増の3,467億円であった。

主要9品目における縮小の要因はテレビゲーム専用機用ソフトウェアの不振が挙げられるが、主要8品目については一部に大ヒットキャラクターの勢いが沈静化したことの影響が出ているものの、全般的には定番商品に支えられて堅調に推移した。

### ◆ 2016年度の国内玩具市場規模(主要9品目)は前年度比0.7%減の6,364億円、

主要8品目(テレビゲームを除く)では前年度比1.4%増の3,514億円を予測

2016年度の国内玩具市場規模(メーカー出荷金額ベース)は、主要9品目で前年度比0.7%減の6,364億円、テレビゲームを除いた主要8品目では同1.4%増の3,514億円を予測する。

テレビゲームは縮小基調とみるが、主要8品目の玩具に関しては、全般的に定番商品が好まれる傾向が続いていることから、拡大推移を予測する。

### ◆ 資料体裁

資料名:「玩具産業白書 2017年版」  
 発刊日:2016年12月28日  
 体裁:A4判 646頁  
 定価:120,000円(税別)

### ◆ 株式会社 矢野経済研究所

所在地:東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長:水越 孝

設立:1958年3月 年間レポート発刊:約250タイトル URL: <http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先(当社HPからも承っております <http://www.yano.co.jp/>)

(株)矢野経済研究所 マーケティング本部 広報チーム TEL:03-5371-6912 E-mail:press@yano.co.jp

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。  
 本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報チーム迄お問合せ下さい。

## 【 調査結果の概要 】

### 1. 市場概況と予測

2015年度の国内玩具市場規模(メーカー出荷金額ベース)は、主要9品目で前年度比1.3%減の6,407億円、テレビゲームを除いた主要8品目では同1.3%増の3,467億円であった。

主な縮小要因は玩具市場全体の中で約45%を占めるテレビゲーム市場において、スマートフォン向けゲームの台頭による、テレビゲーム専用機用ソフトウェアの不振が続いていることが挙げられるが、主要8品目玩具に関しても、前年度に出現した大ヒットキャラクターの勢いが沈静化したことが全体的に影響を及ぼしており、なかでもぬいぐるみ(前年度比8.4%減)や男児玩具(同5.3%減)は縮小した。

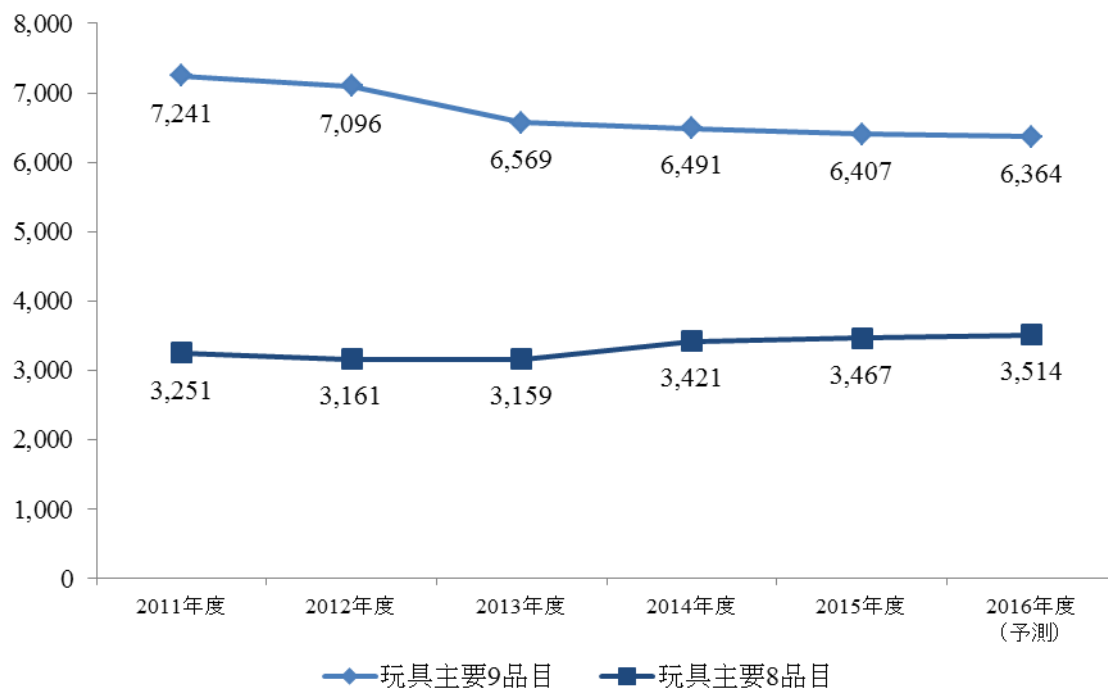
その一方で、全般的に定番商品が堅調に推移し、女児玩具(前年度比8.5%増)では編み物関連の玩具が引き続き好調であり、ゲーム類(同8.7%増)ではアナログゲームの定番商品のリニューアルが好影響を与え、基礎玩具(同10.1%増)では定番といわれるブロック類におけるインバウンド(訪日外国人客)需要が寄与した。こうしたことから、2015年度の国内玩具市場規模(メーカー出荷金額ベース)は、テレビゲームを除く主要8品目で前年度比1.3%増の3,467億円と拡大した。

2016年度の国内玩具市場規模(メーカー出荷金額ベース)は、主要9品目で前年度比0.7%減の6,364億円、テレビゲームを除いた主要8品目の市場では同1.4%増の3,514億円を予測する。

テレビゲーム市場は前年度比3.1%減と縮小基調を予測するが、玩具に関しては、全体的に引き続き定番商品が堅調に推移すると見られることから、国内玩具市場全体(主要9品目)の縮小は続くものの、その縮小幅は緩やかになると考える。

図1. 国内玩具市場規模推移

(単位:億円)



矢野経済研究所推計

注1. メーカー出荷金額ベース

注2. 玩具主要8品目は、「電子玩具」、「模型・ホビー」、「男児玩具」、「女児玩具」、「ゲーム類(アナログゲーム等)」、「季節物・雑玩具」、「基礎玩具(知育・乳幼児玩具、ジグソーパズル、ブロック類等)」、「ぬいぐるみ」の8品目を合わせた市場規模、玩具主要9品目はそれに「テレビゲーム」を加えた市場規模をさす。

注3. 2016年度は予測値

表 1. 主要 9 品目別玩具市場規模推移

(単位:億円)

主要9品目	2014年度	前年度比	2015年度	前年度比	2016年度 (予測)	前年度比
		構成比		構成比		構成比
①電子玩具	394	100.3%	403	102.3%	413	102.5%
		6.1%		6.3%		6.5%
②模型・ホビー	515	106.2%	535	103.9%	544	101.7%
		7.9%		8.4%		8.5%
③男児玩具	1,140	120.9%	1,080	94.7%	1,090	100.9%
		17.6%		16.9%		17.1%
④女児玩具	317	107.8%	344	108.5%	356	103.5%
		4.9%		5.4%		5.6%
⑤ゲーム類 (アナログゲーム等)	115	96.6%	125	108.7%	122	97.6%
		1.8%		2.0%		1.9%
⑥季節物・雑玩具	277	96.2%	272	98.2%	270	99.3%
		4.3%		4.2%		4.2%
⑦基礎玩具	544	103.8%	599	110.1%	605	101.0%
		8.4%		9.3%		9.5%
うち知育・乳幼児玩具	490	104.3%	550	112.2%	560	101.8%
		7.5%		8.6%		8.8%
うちジグソーパズル	54	100.0%	49	90.7%	45	91.8%
		0.8%		0.8%		0.7%
⑧ぬいぐるみ	119	105.3%	109	91.6%	114	104.6%
		1.8%		1.7%		1.8%
⑨テレビゲーム	3,070	90.0%	2,940	95.8%	2,850	96.9%
		47.3%		45.9%		44.8%
主要9品目市場規模(合計)	6,491	98.8%	6,407	98.7%	6,364	99.3%
		100.0%		100.0%		100.0%

矢野経済研究所推計

注4. メーカー出荷金額ベース

注5. 2016年度は予測値

注6. 各品目の詳細については参考資料を参照

表 2. 注目すべき玩具 品目別市場規模推移

(単位:億円)

	2014年度	2015年度	前年度比	2016年度 (予測)	前年度比
ハイターゲット玩具	941	974	103.5%	978	100.4%
トレーディング カードゲーム	398	415	104.3%	422	101.7%
玩具菓子	450	430	95.6%	440	102.3%
カプセル入り玩具	214	209	97.7%	211	101.0%
フィギュア	316	320	101.3%	320	100.0%

矢野経済研究所推計

注7. メーカー出荷金額ベース

注8. 2016年度は予測値

注9. ハイターゲット玩具は、成人をターゲットとした玩具全般をさし、テレビゲームを除く主要 8 品目にそれぞれ含まれる。

注10. トレーディングカードゲームは、男児玩具、ゲーム類(アナログゲーム等)に含まれる。

注11. 玩具菓子、カプセル入り玩具、フィギュアは、本調査における国内玩具市場規模には含まれないが、注目すべき玩具として、別途、市場規模を算出している。

参考資料. 玩具市場主要9品目別詳細

分類	詳細
①電子玩具	電子ゲーム、電子ぬいぐるみ類、キッズパソコン、スマートフォンを模した玩具、体感ゲームなど(ハイターゲットイ含む)
②模型、ホビー	プラモデル、ホビージャパン、モデルガン、その他ホビー(ハイターゲットイ含む)
③男児玩具	男児キャラクター玩具、トイラジコン、その他男児玩具(トレーディングカードゲームの大半、ハイターゲットイ含むスマートフォンを模した玩具のうち、キャラクターをモチーフとしたものも含む)。
④女児玩具	女児キャラクター玩具、きせかえ、その他女児玩具(ハイターゲットイ含む)、スマートフォンを模した玩具のうち、キャラクターをモチーフとしたものも含む。
⑤ゲーム類	ボードゲーム、アナログゲーム、一般ゲームなど(トレーディングカードゲームの一部、ハイターゲットイ含む)
⑥季節物、雑玩具	節句人形、花火、水物、その他の玩具
⑦基礎玩具	知育・ベビー玩具、ブロック類、乗物、その他基礎玩具、ジグソーパズル(ハイターゲットイ含む)
⑧ぬいぐるみ	ぬいぐるみ、人形、その他ぬいぐるみ類(ハイターゲットイ含む)
⑨テレビゲーム	テレビゲームハード、携帯型ゲーム機、テレビゲームソフト(一部オンラインゲーム含む)

矢野経済研究所作成