

## 2018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	2017年度	2018年度	2017vs2018
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)	18,209	17,782	97.7%
02 カードゲーム、トレーディングカード		87,611	108,580	123.9%
03 ジグソーパズル		9,851	10,071	102.2%
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、カメラ、アプリ系	7,374	7,162	97.1%
05 男児キャラクター		74,304	75,928	102.2%
06 男児玩具	ミニカー、レール玩具、玩具R/C、電動 その他(レーシング、ゼンマイ、金属玩具ほか)	50,230	50,550	100.6%
07 女児玩具	着せ替え(人形、ハウス)、ままごと、女児ホビー、女児キャラクター、女児コレクション、抱き人形、その他(含 アクセサリー、女児化粧品)	62,036	70,847	114.2%
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	24,999	26,269	105.1%
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、キッズビデオ、電動動物)	121,878	124,902	102.5%
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	51,635	51,493	99.7%
<b>合計(主要10品目)</b>		<b>508,127</b>	<b>543,584</b>	<b>107.0%</b>

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。