

## 2014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	2013年度	2014年度	2013vs2014
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)	13,447	12,891	95.9%
02 カードゲーム、 トレーディングカード		83,574	78,656	94.1%
03 ジグソーパズル		11,176	11,468	102.6%
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・パソコン関連、アプリ系	3,564	3,882	108.9%
05 男児キャラクター		44,732	79,907	178.6%
06 男児玩具	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)	41,393	40,783	98.5%
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)	44,708	47,456	106.1%
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	17,597	19,637	111.6%
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)	92,138	95,926	104.1%
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	50,490	49,556	98.2%
<b>合計(主要10品目)</b>		<b>402,819</b>	<b>440,162</b>	<b>109.3%</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金額は実売価格(店頭実勢価格)です。