

フリューがカプセルトイ市場に参入を決定

「世界観ビジネス」のIP獲得力・商品開発力を活用し事業を拡張、12月発売開始

10代～30代女性の利用頻度は「1カ月に1日以上」が半数超え！カプセルトイの調査結果も公開

フリュー株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:榎本雅仁、以下フリュー)は、自社のさらなる成長・発展のため、市場規模が約1,960億円*1に達し急拡大しているカプセルトイ市場へ参入することを決定いたしました。「ころんと、カプセルチャージ。」をスローガンにカプセルトイ商品を開発し、2026年12月より発売を開始いたします。

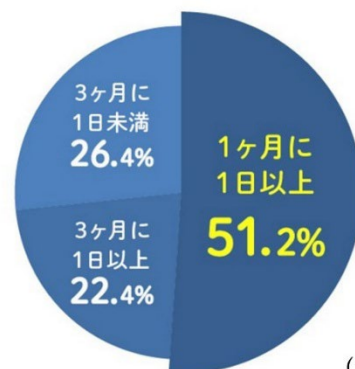
この度手掛けるカプセルトイ事業では、「世界観ビジネス」におけるプライズ(クレーンゲーム景品)やホビー物販、オリジナルくじに次ぐ、新たな柱の創出を目指します。なお、フリューでは、「世界観ビジネス」の新たな柱の創出・事業の強みの横展開を今後も検討してまいります。

*1…2025年度カプセルトイ市場動向調査結果報告(一般社団法人日本カプセルトイ協会)

<https://www.japan-cta.org/news/jacta20260219/>



10代～30代女性に聞いた
カプセルトイの利用頻度(単一回答)



(n=772)

10代から30代の女性を対象に行ったカプセルトイの自社調査では、「カプセルトイを“1カ月に1日以上”利用する」と答えた方が半数(51.2%)を超え、多くの方がカプセルトイを身近なエンタテインメントとして楽しんでいることが分かりました。「世界観ビジネス」との相乗効果が高くさらなる拡大が見込まれるカプセルトイ市場に参入することで、キャラクターの魅力を表現する事業を拡張し、成長を加速させてまいります。参入にあたってはIP獲得力や商品開発力、プライズで人気のオリジナルシリーズなどこれまで培ってきた実績やノウハウを集結させ、ユーザーニーズをとらえた商品展開やオリジナルシリーズの立ち上げも行ってまいります。

なお、今回実施した10代から30代を対象にしたカプセルトイに関する調査結果については、本リリース後半にて公開いたします。

■ 「世界観ビジネス」で培った強み、「IP獲得力」「商品開発力」「プライズの人気オリジナルシリーズ」を活用

「世界観ビジネス」の強みは、フィギュアや“かわいい”ぬいぐるみをはじめとする様々なアイテムでの“世界観表現力”やクオリティ、約250件*2にのぼる幅広い取り扱いIP数だと考えています。さらに、独自のコンセプトを持たせたオリジナルプライズシリーズ『もちぴこ』、『ミルクキーボア』、『ぬーどるストッパーフィギュア』なども制作。「絶妙なバランス」「顔が良い!」「クオリティ高すぎ」「まさか商品化されるなんて!」などのご好評の声をいただいております。多くのキャラクターファンの方から支持されています。

IPの獲得力やキャラクターの魅力を表現する商品開発力、プライズのオリジナルシリーズの展開といった、これまでの「世界観ビジネス」で培った強みを活かし、ユーザーニーズの高いバリエーション豊かな商品をお届けしてまいります。

*2…2026年3月末時点 フリュー調べ(現在商品化しているIP、商品化予定IPを含む)

<10代から30代女性を対象にした、カプセルトイに関する調査結果>

フリーでは、カプセルトイの利用実態の把握のために15歳から39歳の女性を対象にしたカプセルトイに関する調査を実施しました。本リリースでは、調査結果の中からその一部を抜粋してご紹介します。

調査結果の詳細や考察については、フリー『ガールズ総合研究所』のWEBサイトにて公開しております。

■カプセルトイに関する調査結果詳細と考察(ガールズ総合研究所)

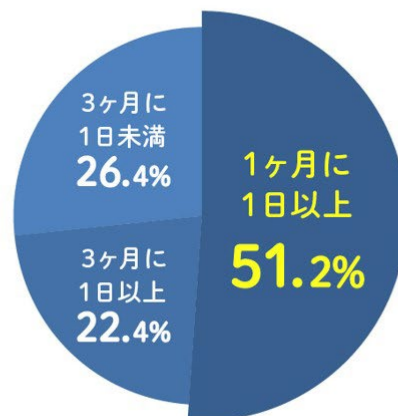
<https://gri.furyu.jp/0000000304>

《トピックス》

- ・15歳～39歳の女性の半数以上(51.2%)が、「1か月に1日以上」カプセルトイを利用すると回答
- ・来店動機1位は「目的のアイテムを獲得するため」、好きなキャラクターや作品のアイテムを探す派も

■カプセルトイの利用頻度

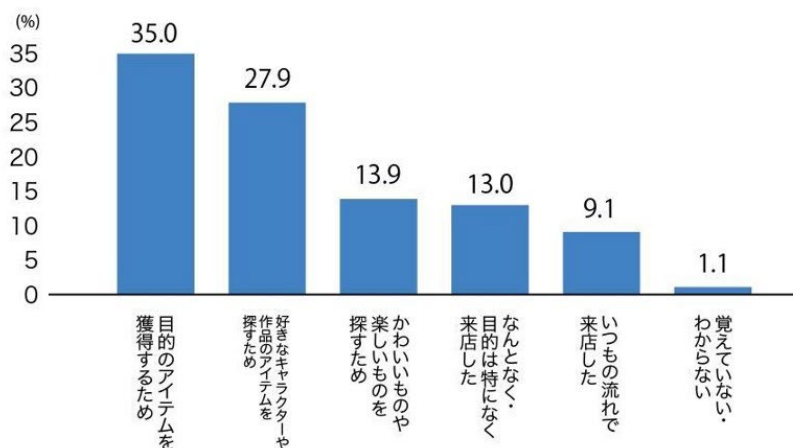
あなたが直近、カプセルトイで実際に回した頻度を教えてください。(単一回答)



(n=772)

■カプセルトイ店舗への来店目的

あなたが直近でカプセルトイを回した時の来店目的を教えてください。複数回来店してる人は直近のことを教えてください。(単一回答)



(n=560)

<調査概要>

■カプセルトイに関する調査

調査機関 : フリュー『ガールズ総合研究所』
調査対象者 : 15～39歳の女性 772名
調査方法 : ウェブアンケート
調査時期 : 2026年2月10日(火)～2026年2月12日(木)

<フリュー株式会社について>

フリュー株式会社は、人々のこころを豊かで幸せにする良質なエンタテインメントを創出する！という企業理念のもと、“かわいい”のプロデュースができるという強みを活かし、キャラクター商品、プリントシール機、ゲーム・アプリなど様々な事業を展開。ステークホルダーのみなさまにかけがえのない毎日“Precious days”をお届けしています。2007年4月にオムロングループからMBOによって独立。2015年12月に東証一部上場、2022年4月に市場区分見直しに伴いプライム市場に移行しました。

≪フリュー株式会社 <https://www.furyu.jp/>>

FuRyu

※本リリースに記載の内容は予告なく変更・中止となる場合がございます。

※『もちびこ』、『ミルキーボア』、『ぬーどるストッパーフィギュア』は、フリュー株式会社の商標、または登録商標です。

※その他会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

【報道関係者の方からのお問い合わせ】

フリュー株式会社 広報部

TEL: 03-5728-1765 / メールアドレス: furyu-press@furyu.jp