

2025年3月12日

各位

会社名 株式会社ハピネット
代表者名 代表取締役社長 榎本 誠一
(コード番号 7552 東証プライム)
本件問合せ先 取締役最高財務責任者
石丸 裕之
電話番号 03-3847-0410

【カプセルトイの需要実態調査】
20歳以上の3割、19歳以下の7割がカプセルトイの購入経験あり、
20～30代男女ではカプセルトイ専門店の認知が9割を突破！
～カプセルトイ専門店利用者の6割以上が商品の購入意思を持って来店していることが明らかに～

株式会社ハピネット（本社：東京都台東区、代表取締役社長：榎本 誠一、証券コード：7552、以下当社）は、全国の15歳未満の子どもから60歳以上の大人まで、男女770名を対象に、カプセルトイの需要動向に関する調査を実施したことをお知らせします。本調査では、2023年度の国内市場規模が前年度比5%増の640億円（※）と拡大が続くカプセルトイ市場における、幅広い年代層のカプセルトイの購入経験やカプセルトイ専門店の利用状況と来店動機などの需要動向の詳細が明らかになりました。

※ 出展：“2023年度の日本の玩具市場規模が初の1兆円超え 前年度比107.1%の1兆193億円で過去最高を更新”，一般社団法人 日本玩具協会，2024-07-09，https://www.toys.or.jp/toukei_siryou_data.html

◆ 調査結果のまとめ ◆

1) 大人になってからカプセルトイを購入したことがある人の割合は 35.0%

19歳以下でカプセルトイを購入したことがある人の割合は 68.7%

中でも20～30代女性は半数以上が大人になってからの購入経験がありました。当社として初めて19歳以下の男女にも調査を実施し、男性（62.1%）に対し、女性（74.8%）の方が購入経験がある人の割合が高いことが判明しました。

2) 2人に1人がカプセルトイ専門店の利用経験あり、20～30代男女における認知度は90%超え

中でも20～30代女性のカプセルトイ専門店の利用経験者の割合が、[昨年の調査](#)と比較して、それぞれ69.6%から78.6%、50.0%から67.3%と大きく増加しました。

3) 商品の購入意思を持ってカプセルトイ専門店に来店する人は65%以上

特に20代男女の60%以上の人は、「欲しい商品が決まっている」状態で専門店を訪れていることが判明しました。

4) カプセルトイ専門店を利用する人は利用しない人よりも一度の購入機会で使用する金額が大きい傾向あり

一度の購入機会で使用する平均金額は「400円～1,000円未満（49.7%）」が最も多くなりました。カプセルトイ専門店の利用の有無で結果を比較すると、利用したことがある人では「400円～1,000円未満（58.3%）」、利用したことがない人では「400円未満（52.4%）」がそれぞれ最多でした。

5) カプセルトイの魅力は男女ともに「クオリティの高さ」が最多となる中、20代女性では「SNS映え」需要が増加

15歳未満の男女に限定すると、「機械を回す楽しさ」に魅力を感じる人の割合がそれぞれ男性35.8%と女性38.9%と、他世代よりも割合が高い結果になりました。カプセルトイ専門店の利用経験の有無で結果を比較すると、利用したことがある人では「クオリティの高さ（57.8%）」、利用したことがない人では「何が出るかわからないドキドキ感（41.6%）」がそれぞれ1位になりました。

6) よく購入するカプセルトイは「キャラクター×フィギュア（38.7%）」が最多

よく購入するカプセルトイについて「ジャンル×形態」別に聞いたところ、「キャラクター×フィギュア（38.7%）」が最多となりました。女性に限定すると「キャラクター×キーホルダー」が1位という結果になりました。

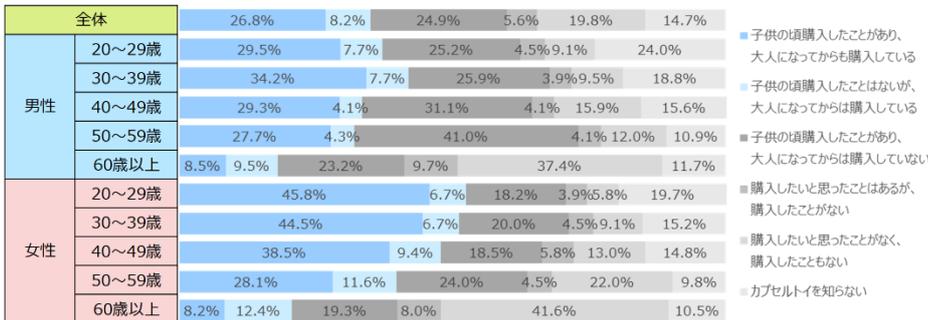
1) 大人になってからカプセルトイを購入したことがある人の割合は 35.0%

19 歳以下でカプセルトイを購入したことがある人の割合は 68.7%

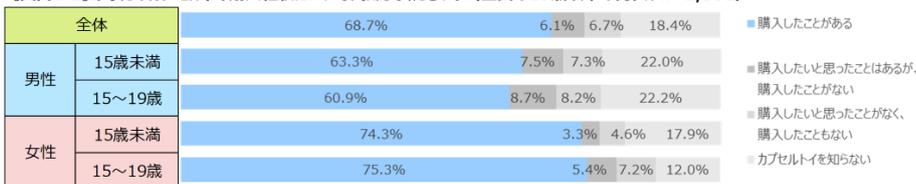
全国の 20 歳以上の男女（4,405 名）にカプセルトイの購入経験を聞いたところ、大人になってからカプセルトイを購入している人の割合は 35.0%となり、[昨年の調査結果（35.6%）](#)からはほぼ横ばいでした。性年代別にみると、「20 代女性（52.5%）」「30 代女性（51.2%）」と 20～30 代女性の 2 人に 1 人以上が大人になってからカプセルトイを購入したことがあるという結果となりました。さらに、すべての年代で男性よりも女性の方が大人になってからカプセルトイを購入している人の割合が高いことが明らかになりました。

また、全国の 19 歳以下の男女（2,051 名）にもカプセルトイの購入経験を聞いたところ、カプセルトイを購入したことがある人の割合は 68.7%となりました。性別で比較すると男性（62.1%）に対し、女性（74.8%）の方がカプセルトイの購入経験がある人の割合が高いことがわかりました。

【質問 1-1】あなたのカプセルトイ購入経験について、教えてください。（全国の 20 歳以上の男女、n=4,405）



【質問 1-2】あなたのカプセルトイ購入経験について、教えてください。（全国の 19 歳以下の男女、n=2,051）



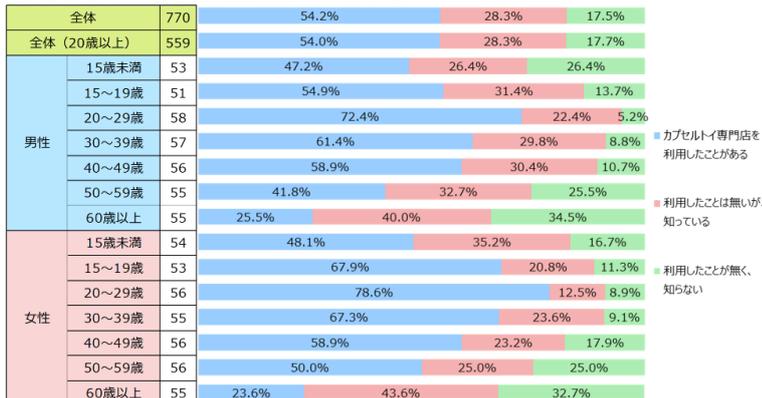
※【質問 2】以降は【質問 1】で 20 歳以上の「大人になってからカプセルトイを購入している人（559 名）」と 19 歳以下の「カプセルトイを購入したことがある人（211 名）」の計 770 名に調査を実施しました。

2) 2 人に 1 人がカプセルトイ専門店の利用経験あり、20～30 代男女における認知度は 90% 超え

カプセルトイ専門店の利用経験を調査したところ、全体（770 名）の 54.2%の人が「カプセルトイ専門店を利用したことがある」と回答しました。中でも 20～30 代女性でカプセルトイ専門店を利用したことがある人の割合が、[昨年の調査](#)と比較して、それぞれ 69.6%から 78.6%、50.0%から 67.3%と大きく増加しました。

また、「利用したことは無いが、知っている（28.3%）」と合わせると全体の 80%以上の人が、特に 20～30 代男女では 90%以上の人カプセルトイ専門店を知っているという結果になりました。

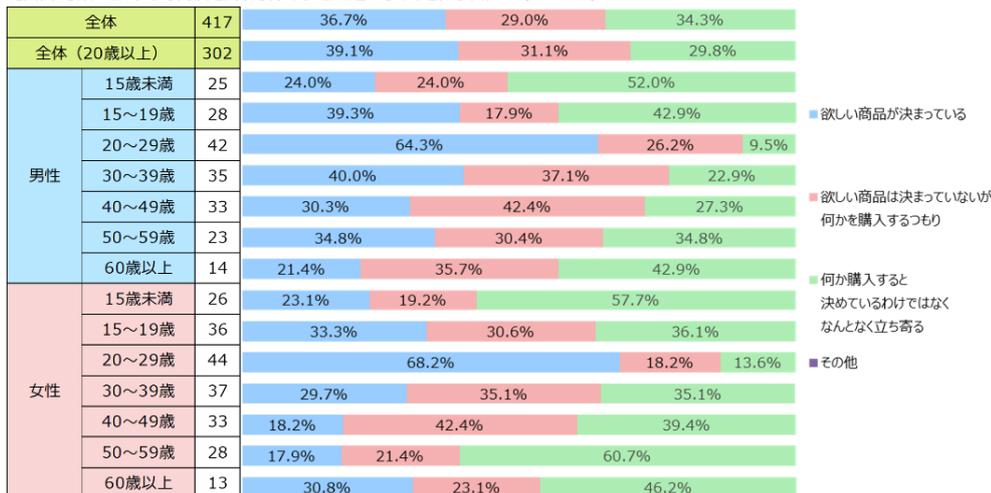
【質問 2】カプセルトイ専門店を利用したことがありますか？（n=770）



3) 商品の購入意思を持ってカプセルトイレ専門店に来店する人は 65%以上

【質問2】で「カプセルトイレ専門店を利用したことがある」と回答した人（417名）のうち、「欲しい商品が決まっている（36.7%）」「欲しい商品は決まっていなくても何かを購入するつもり（29.0%）」と65%以上の人が商品の購入意思を持ってカプセルトイレ専門店に来店していることが判明しました。特に20代男性の64.3%、20代女性の68.2%の人は、「欲しい商品が決まっている」状態、いわゆる目的買いのために、カプセルトイレ専門店を訪れていることがわかりました。

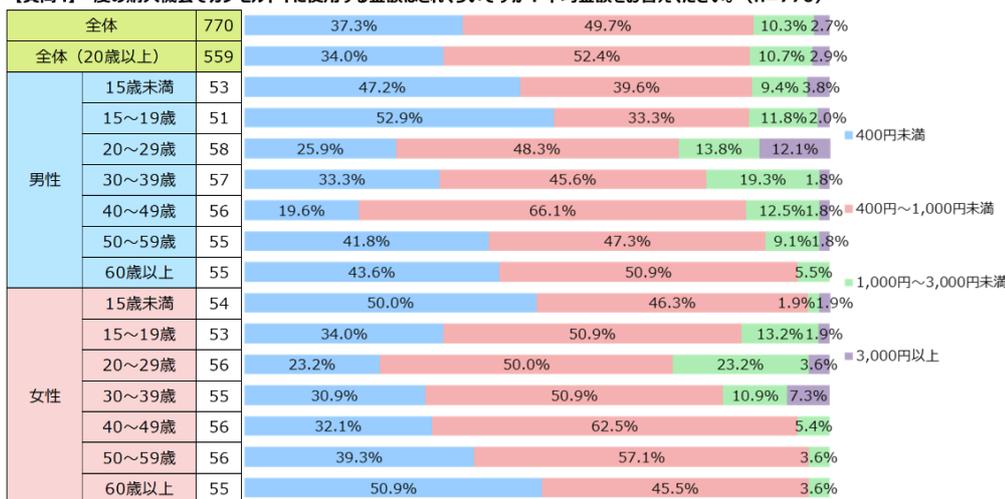
【質問3】カプセルトイレ専門店を訪れる際の状態に近いものはどれですか？（n=417）



4) カプセルトイレ専門店を利用する人は利用しない人よりも一度の購入機会で使用金額が大きい傾向あり

一度の購入機会で購入金額を聞いたところ、全体（770名）では「400円～1,000円未満（49.7%）」の割合が最も多くなりました。20代男女では「1,000円以上」使用する人の割合が25%を超えており、他の世代と比較して一度に複数個のカプセルトイレを購入するユーザーが多いと考えられます。

【質問4】一度の購入機会で購入金額はどれくらいですか？平均金額をお答えください。（n=770）



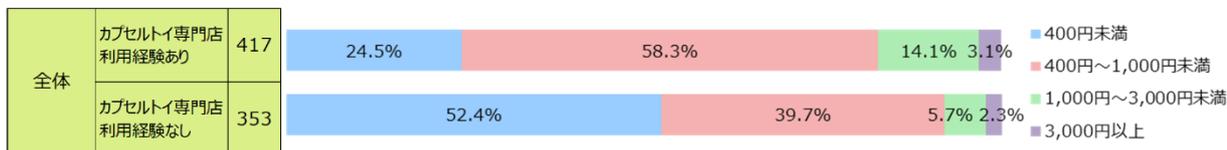
また、20歳以上を対象にした[昨年の調査結果](#)と今回の20歳以上の調査結果（n=559）を比較すると、「400円～1,000円未満」の割合は47.1%から52.4%に5%以上増加していました。

【質問4：参考①】一度の購入機会で購入金額（昨年調査と今回の20歳以上の調査結果の比較）



さらに、カプセルトイ専門店の利用経験の有無で結果を比較すると、利用したことがある人は「400円～1,000円未満（58.3%）」が最多なのに対し、利用したことがない人は「400円未満（52.4%）」が最多となりました。専門店を利用する人の方が高価格帯のカプセルトイを購入する、または一度に複数個のカプセルトイを購入する傾向があることが推測されます。

【質問4：参考②】一度の購入機会でのカプセルトイに使用する平均金額（カプセルトイ専門店の利用経験の有無で比較）



5) カプセルトイの魅力は男女ともに「クオリティの高さ」が最多となる中、20代女性では「SNS映え」需要が増加
 昨年の調査から引き続き、カプセルトイの魅力として「クオリティの高さ（49.2%）」を選択する人が最も多いという結果となりました。男女別で見ても男性49.5%、女性48.7%とどちらにおいても最多となりました。

20代女性では、「SNS映えする」を選択した人の割合が12.5%と突出しており、昨年の調査結果（7.1%）から5%以上増加していました。集めたカプセルトイを写真に撮り、ソーシャルメディアにアップして楽しむ人が増えていると考えられます。

15歳未満の男女に限定すると、「（カプセルトイの）機械を回す楽しさ」に魅力を感じる人の割合が男性35.8%、女性38.9%と他世代よりも高く、カプセルトイはもちろんのこと、自動販売機のハンドル部分を回す操作自体を楽しんでいる人が多いと推測されます。

【質問5】あなたにとってのカプセルトイの魅力は何ですか？（n=770）※複数回答可

※各世代で最も割合が多い回答（「その他」を除く）を黄色く色付け

		低価格で 買いやすい	クオリティの 高さ	品揃えが 豊富	何が出るか わからない ドキドキ感	（カプセル トイの） 機械を 回す楽しさ	SNS映え する	その他	
全体	770	41.2%	49.2%	41.2%	38.8%	18.7%	4.3%	2.7%	
全体（20歳以上）	559	40.6%	50.3%	41.7%	37.7%	14.8%	3.9%	2.5%	
男性	全体	385	43.4%	49.5%	41.2%	37.7%	17.0%	4.4%	3.4%
	全体（20歳以上）	281	42.6%	49.7%	42.2%	38.2%	13.1%	3.9%	2.1%
	15歳未満	53	41.5%	56.6%	39.6%	43.4%	35.8%	3.8%	7.5%
	15～19歳	51	49.0%	41.2%	37.3%	29.4%	17.6%	7.8%	5.9%
	20～29歳	58	55.2%	65.5%	48.3%	29.3%	15.5%	6.9%	1.7%
	30～39歳	57	35.1%	47.4%	45.6%	31.6%	19.3%	3.5%	1.8%
	40～49歳	56	42.9%	44.6%	50.0%	41.1%	14.3%	5.4%	1.8%
	50～59歳	55	36.4%	52.7%	30.9%	47.3%	10.9%	0.0%	1.8%
	60歳以上	55	43.6%	38.2%	36.4%	41.8%	5.5%	3.6%	3.6%
女性	全体	385	39.0%	48.7%	41.0%	40.1%	20.6%	4.2%	2.1%
	全体（20歳以上）	278	38.5%	50.7%	41.0%	37.4%	16.5%	4.0%	2.9%
	15歳未満	54	35.2%	48.1%	50.0%	46.3%	38.9%	7.4%	0.0%
	15～19歳	53	45.3%	39.6%	32.1%	47.2%	22.6%	1.9%	0.0%
	20～29歳	56	37.5%	60.7%	48.2%	39.3%	23.2%	12.5%	0.0%
	30～39歳	55	30.9%	49.1%	45.5%	34.5%	23.6%	5.5%	5.5%
	40～49歳	56	46.4%	48.2%	48.2%	30.4%	19.6%	0.0%	1.8%
	50～59歳	56	35.7%	53.6%	35.7%	35.7%	7.1%	1.8%	1.8%
	60歳以上	55	41.8%	41.8%	27.3%	47.3%	9.1%	0.0%	5.5%

また、カプセルトイ専門店の利用経験の有無で結果を比較すると、利用したことがある人では「クオリティの高さ（57.8%）」が、利用したことがない人では「何が出るかわからないドキドキ感（41.6%）」がそれぞれ1位となりました。カプセルトイ専門店を利用する人はカプセルトイ自体に、利用しない人はカプセルトイを購入することで味わえる期待や緊張という感覚に魅力を感じる傾向があると考えられます。

【質問5：参考】あなたにとってのカプセルイの魅力は何ですか？（カプセルイ専門店の利用経験の有無で比較）※複数回答可

			低価格で 買いやすい	クオリティの 高さ	品揃えが 豊富	何が出るか わからない ドキドキ感	（カプセルイの） 機械を 回す楽しさ	SNS映え する	その他
全体	カプセルイ専門店 利用経験あり	417	46.3%	57.8%	49.9%	36.5%	22.5%	5.3%	2.2%
	カプセルイ専門店 利用経験なし	353	35.1%	39.1%	30.9%	41.6%	14.2%	3.1%	3.4%

6) よく購入するカプセルイは「キャラクター×フィギュア（38.7%）」が最多

よく購入するカプセルイについて「ジャンル×形態」別に聞いたところ、全体では「キャラクター×フィギュア（38.7%）」が最多となりました。男女で比較すると、男性では「キャラクター×フィギュア（43.8%）」が女性では「キャラクター×キーホルダー（41.1%）」が最も多く、「好きなキャラクターを飾りたい」男性と「好きなキャラクターを身近に置きたい」女性が多いと推測されます。

【質問6】よく購入するカプセルイは何ですか？（n=770）※複数回答可

キャラクター	n	フィギュア	リアルミニ チュア	ぬいぐるみ・ スクイーズ	キーホル ダー	アクセサリ	実用品 （ポーチな ど）	音もの	平面（下 敷きなど）	その他	該当なし
全体	770	38.7%	22.5%	21.7%	34.2%	14.8%	13.8%	4.2%	3.8%	3.4%	20.3%
男性	385	43.8%	24.3%	18.8%	27.5%	17.2%	10.1%	5.4%	3.6%	3.9%	19.2%
女性	385	33.3%	20.5%	24.4%	41.1%	12.4%	17.3%	2.8%	3.9%	2.8%	21.5%

【質問6：参考】よく購入するカプセルイの全ジャンル回答一覧 ※複数回答可

※各ジャンルにおいて、性別ごとに最も割合が多い回答（「該当なし」を除く）を黄色く色付け

ジャンル	形態	n	フィギュア	リアルミニ チュア	ぬいぐるみ・ スクイーズ	キーホル ダー	アクセサリ	実用品 （ポーチな ど）	音もの	平面（下 敷きなど）	その他	該当なし
	キャラクター	全体	770	38.7%	22.5%	21.7%	34.2%	14.8%	13.8%	4.2%	3.8%	3.4%
	男性	385	43.8%	24.3%	18.8%	27.5%	17.2%	10.1%	5.4%	3.6%	3.9%	19.2%
	女性	385	33.3%	20.5%	24.4%	41.1%	12.4%	17.3%	2.8%	3.9%	2.8%	21.5%
アニマル・生き物	全体	770	19.9%	15.8%	12.6%	13.2%	7.3%	5.5%	3.4%	4.3%	2.5%	49.0%
	男性	385	20.3%	15.7%	12.3%	11.4%	8.3%	4.4%	3.9%	4.6%	2.6%	46.8%
	女性	385	19.2%	15.8%	12.7%	15.1%	6.3%	6.5%	2.8%	3.9%	2.4%	51.7%
企業コラボ	全体	770	11.8%	12.9%	7.7%	16.9%	8.7%	10.1%	4.8%	3.8%	3.0%	52.3%
	男性	385	14.5%	15.2%	8.4%	12.3%	12.2%	9.0%	5.6%	4.6%	2.6%	51.2%
	女性	385	9.1%	10.4%	6.8%	21.6%	5.2%	11.1%	3.9%	2.9%	3.4%	53.8%
ネタ・オモシログッズ	全体	770	9.0%	9.4%	7.3%	14.5%	8.1%	7.4%	5.5%	3.6%	3.1%	57.9%
	男性	385	12.6%	11.4%	8.2%	15.8%	9.2%	7.2%	6.2%	4.6%	3.7%	51.5%
	女性	385	5.2%	7.2%	6.2%	13.3%	6.7%	7.5%	4.7%	2.6%	2.6%	64.6%
食べ物	全体	770	8.8%	15.3%	6.2%	15.7%	7.5%	6.8%	3.8%	3.1%	1.8%	57.0%
	男性	385	9.3%	13.6%	6.6%	11.2%	10.4%	7.4%	4.1%	3.9%	1.8%	58.2%
	女性	385	8.3%	16.9%	5.7%	20.4%	4.7%	6.0%	3.4%	2.3%	1.8%	56.0%
乗り物	全体	770	10.8%	15.7%	5.2%	8.8%	7.0%	6.5%	4.3%	3.2%	1.7%	61.6%
	男性	385	16.3%	20.4%	5.3%	12.0%	10.4%	8.5%	5.7%	4.4%	2.0%	50.4%
	女性	385	5.2%	10.9%	4.9%	5.8%	3.6%	4.4%	2.8%	2.1%	1.3%	73.0%
ご当地	全体	770	8.4%	10.1%	8.7%	14.0%	9.6%	7.5%	5.2%	3.2%	2.5%	60.0%
	男性	385	11.1%	12.9%	9.2%	14.9%	13.2%	8.1%	6.0%	4.7%	2.1%	55.6%
	女性	385	5.7%	7.2%	8.1%	13.2%	5.9%	7.0%	4.4%	1.8%	2.9%	64.8%
アイドル （K-POPなど）	全体	770	7.0%	6.0%	5.2%	11.9%	7.8%	4.9%	4.3%	3.6%	1.7%	71.6%
	男性	385	8.5%	6.7%	4.8%	10.1%	9.0%	5.7%	4.6%	3.6%	1.6%	70.1%
	女性	385	5.5%	5.2%	5.5%	13.8%	6.5%	4.1%	3.9%	3.7%	1.8%	73.1%
その他	全体	770	6.4%	6.8%	6.2%	9.2%	7.8%	6.9%	4.8%	3.1%	2.7%	70.9%
	男性	385	8.5%	7.8%	7.9%	9.8%	10.4%	8.0%	5.2%	3.4%	2.6%	68.3%
	女性	385	4.2%	5.7%	4.4%	8.6%	5.2%	5.7%	4.4%	2.9%	2.9%	73.7%



■ハピネットグループのカプセルトイ事業について

業界 1 位のシェアを誇る当社子会社の株式会社ハピネット・ベンディングサービスは、全国に約 37 万面のカプセルトイ自動販売機を設置・運営し、新たな顧客層とロケーションの開発に力を入れています。



2019 年 12 月からは、「ころおどる、ガココにある」をコンセプトにカプセルトイ専門店『gashacoco（ガシャココ）』を出店しています。幅広い品ぞろえと、毎週新商品が店頭に並ぶことで、いつ来てもドキドキとワクワクを感じ、ちょっとした喜びを体験できます。商業施設などを中心に、全国で 127 店舗（直営店 105 店舗・フランチャイズ 22 店舗、2024 年 12 月末時点）を展開しています（ショップリスト：<https://gashacoco.jp/shop-list/>）。

また、2024 年 10 月には海外子会社の Happinet America Inc.がアメリカテキサス州にて『GASHAPON BANDAI Official Shop US Grapevine Mills』の店舗運営を開始することで、アメリカのカプセルトイ市場へ進出しました。

[調査概要]

調査期間	: 質問 1-1…2025 年 1 月 24 日～28 日 質問 1-2…2025 年 1 月 24 日～31 日 質問 2～6…2025 年 2 月 6 日～2 月 13 日
調査対象者	: 質問 1-1…全国 20 歳以上の男女 質問 1-2…全国 19 歳以下の男女 質問 2～6…全国 15 歳未満～60 歳以上の男女（性年代均等割付）
有効回答数	: 質問 1-1…4,405 名 質問 1-2…2,051 名 質問 2～6…770 名
調査委託先	: Fastask（株式会社ジャストシステム提供）
調査方法	: インターネット調査

【株式会社ハピネット 会社概要】

<https://www.happinet.co.jp/>

東証プライム・証券コード 7552

代表者：榎本 誠一

設立：1969 年 6 月 7 日

資本金：27 億 5,125 万円

所在地：東京都台東区駒形 2 丁目 4 番 5 号 駒形 CA ビル

事業内容：玩具・遊戯用具の企画・製造・販売/映像・音楽ソフト等の企画・製作・販売/ビデオゲームハード・ソフト等の企画・制作・販売/玩具自動販売機の設置・運営/アミューズメント施設用商品等の販売

玩具を中心に、映像・音楽ソフト、ビデオゲーム、アミューズメント関連商品を、いずれもトップクラスのシェアにて取り扱うエンタテインメント総合商社。人々に感動を提供するエンタテインメント事業を通して多くの方の心を豊かにし、「夢のある明日づくり」によって社会的価値を生み出せる企業を目指しています。

