

2025 年 7 月 31 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 水谷 敏之
(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

【トレーディングカードゲームの大人需要実態調査】
**20 代・30 代男性の約 3 割、20 代女性の約 2 割が
トレーディングカードゲームの購入経験あり
大人になってからの購入者の 2 人に 1 人が 3 年以内の新規参入！
～購入の目的上位は「コレクション」「好きなコンテンツ」「開封が楽しい」～**

株式会社ハピネット（本社：東京都台東区、代表取締役社長：水谷 敏之、証券コード：7552、以下当社）は、全国の 20 歳から 59 歳以下の男女 450 名を対象に、トレーディングカードゲーム（以下 TCG）の大人需要に関する調査を初めて実施しました。TCG 市場は、2024 年度には過去最高となる 3,024 億円を突破し（※）好調が続いています。これまで消費者の実態はあいまいなものでしたが、本調査により需要動向が見えてきました。

※ 出典：“2024 年度の日本の玩具市場規模は前年度比 107.9%の 1 兆 992 億円で過去最高を更新”。一般社団法人 日本玩具協会、2025-06-25、https://www.toys.or.jp/toukei_siryou_data.html

■ 総括

TCG のメインユーザーは20代・30代の男女、特に男性ユーザーの方が多いたことが明らかになりました。また、大人になってからの購入者のうち3割が2～3年前からの購入、直近1年以内からの購入も含めると約5割が3年以内の新規参入であることが明らかになりました。市場の盛り上がりが目立った2021～22年頃から新規ユーザーが増加し、継続的な市場拡大につながっていることがうかがえます。さらに、「好きなコンテンツのカードが発売された」ことをきっかけに TCG を購入し始めた人が半数以上存在し、購入の理由・目的としては「コレクションしているから」が最も多く、「好きなコンテンツのカードだから」「開封が楽しいから」が続く結果となりました。その他、TCG 購入にかかる金額や、友人・知人や子どもとのコミュニケーションツールとしても重宝されている点など、消費者の需要動向の詳細が明らかになりました。

◆ 調査結果のまとめ ◆

1) 大人になってから TCG を購入したことがある人の割合は 20 代・30 代男性で約 3 割、20 代女性で約 2 割
大人になってから TCG を購入したことがある人は全体の 8.5%という結果になりました。20 代・30 代男性では「子どもの頃購入したことがある」と回答した人が約半数にのぼり、1990 年代の TCG 普及期に彼らが主要なターゲット層だったことが背景にあると考えられます。

2) 2 人に 1 人が子どもの頃から継続して TCG を購入

50 代を除くすべての年代で、「子どもの頃から継続して購入している」割合が最も大きくなりました。さらに、年齢層が高くなるほど「大人になってから購入した」割合が増える傾向もみられました。

3) 大人になってから TCG を購入し始めた人の約 5 割が直近 3 年以内の新規参入者

3 割が「2～3 年前」、次いで「直近 1 年以内」「4～5 年前」に購入し始めた層が多いという結果になりました。コロナ禍のイェナカ需要や、市場の盛り上がり社会的に注目された 2021～22 年頃に新規ユーザーが増加し、継続的な市場拡大につながっているとうかがえます。

4) 全体の半数以上が好きなコンテンツをきっかけに TCG を購入

「子どもの頃購入したことがない」層では他者（知人・友人、子ども）が購入のきっかけに、「子どもの頃購入したことがある」層では好きなコンテンツが購入のきっかけになることが多いという傾向の違いも明らかになりました。

5) TCG を購入する理由・目的は男女ともに「コレクションしているから」が最多、

男性では「好きなコンテンツのカードだから」、女性では「開封が楽しいから」が多い傾向

他者（知人・友人、子ども）きっかけで購入を始めた層では、購入理由・目的として「コレクション」「好きなコンテンツ」「開封が楽しい」の割合が大きく、継続的な購入に移行している傾向がみられました。

6) ひと月あたりの使用金額は「1,000 円～5,000 円未満」が最多、

40 代男性、30 代女性では「30,000 円以上」使用する人も多いという結果に

ひと月で拡張パックを複数～1 ボックス相当購入する層が多いと推測されます。

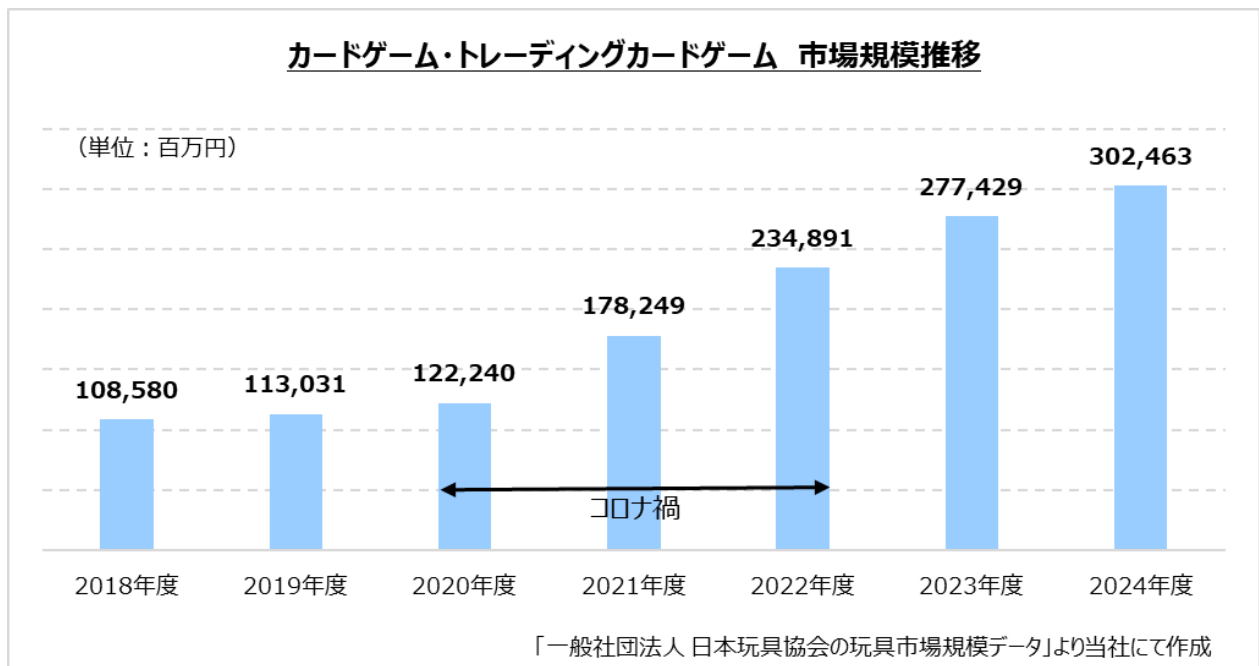
7) 購入しているタイトル数は 1～2 タイトルが 7 割、40 代男性のみ 3 タイトル以上が半数

購入タイトル数は「1 タイトル」が最多で、全体の約 7 割が 1～2 タイトルに集中するという結果になりました。

■ TCG 市場概況

一般社団法人 日本玩具協会の発表によると、TCG 市場は年々拡大しており、2024 年度には過去最高となる 3,024 億円を突破しました（※）。この盛り上がりの背景には、コロナ禍のイエナカ需要をはじめ、2021～22 年頃から人気商品の購入をめぐる行列や店頭での売り切れなどが社会的に注目され、TCG の認知度が急速に高まったことが考えられます。

本調査結果からも、こうした社会的な動きが新規ユーザーの獲得につながり、現在に至るまで継続的な市場拡大を後押ししていることがうかがえます。



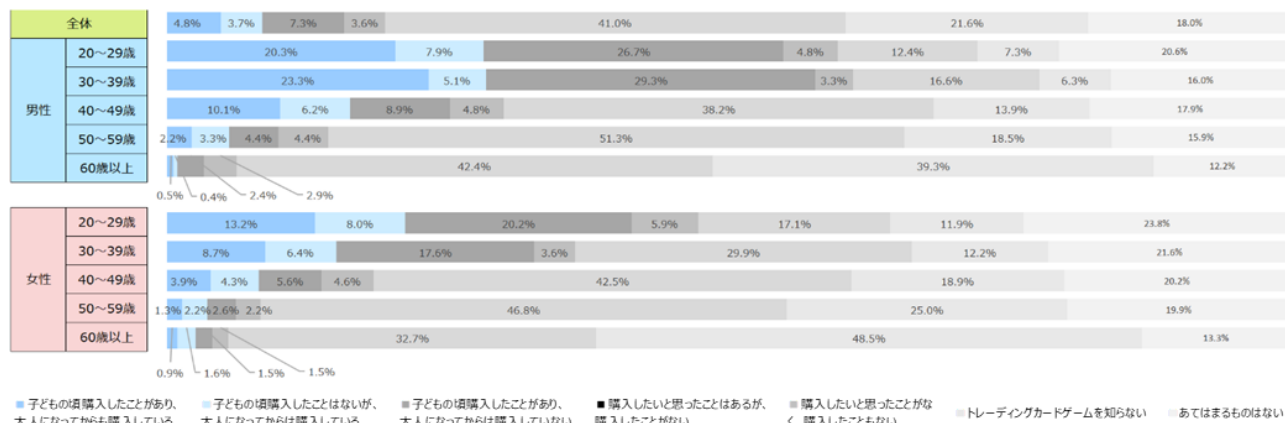
※ 出典：“2024 年度の日本の玩具市場規模は前年度比 107.9%の 1 兆 992 億円で過去最高を更新”。一般社団法人 日本玩具協会。2025-06-25. https://www.toys.or.jp/toukei_siryou_data.html

1) 大人になってから TCG を購入したことがある人の割合は 20 代・30 代男性で約 3 割、20 代女性で約 2 割

全国の 20 歳以上の男女（8,640 名）に TCG の購入経験を聞いたところ、大人になってから購入している人の割合は 8.5%でした。性年代別にみると「30 代男性（28.4%）」の割合が最も大きく、次いで「20 代男性（28.2%）」「20 代女性（21.2%）」の割合が大きいという結果となり、若年層ほど TCG を購入している割合が高いことが明らかになりました。

さらに、購入経験のある 20 代・30 代男性では「子どもの頃購入したことがある」と回答した人の割合が、それぞれ 47.0%・52.6%といずれも約半数にのびりました。これは、1990 年代以降に TCG が国内で展開され始めた時期と、現在の 20 代・30 代男性が TCG のメインターゲットである小学生から中学生だった時期が重なることが背景にあると考えられます。

【質問1】あなたのトレーディングカードゲームの購入経験について、教えてください。（全国の20歳以上の男女、n=8,640）



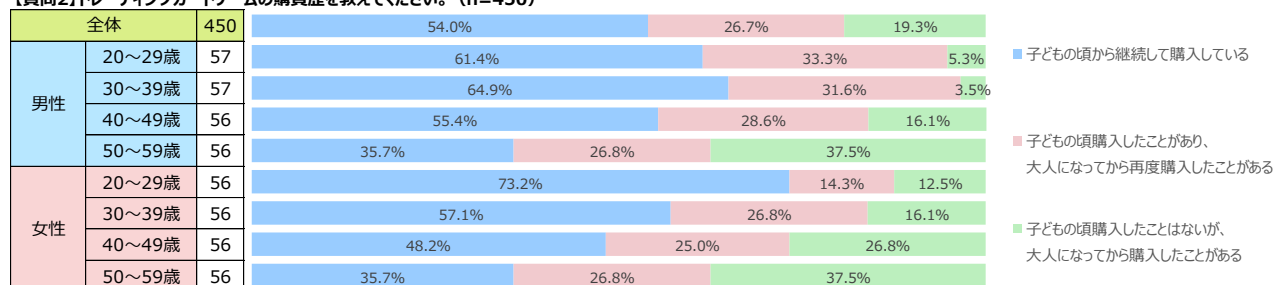
※以降の質問は【質問 1】で「大人になってから TCG を購入している」と回答した全国の 20 代から 50 代の男女 450 名に調査を実施しました。

2) 2 人に 1 人が子どもの頃から継続して TCG を購入

TCG の購買歴を調査したところ、全体（450 名）の 54.0%、半数以上の人が「子どもの頃から継続して購入している」と回答しました。「50 代男性」「50 代女性」以外の全ての年代で「子どもの頃から継続して購入している」割合が最も大きいという結果になりました。

また、年齢層が高くなるほど子どもの頃からの継続購入ではなく、大人になってから購入した割合が大きくなる傾向がみられました。

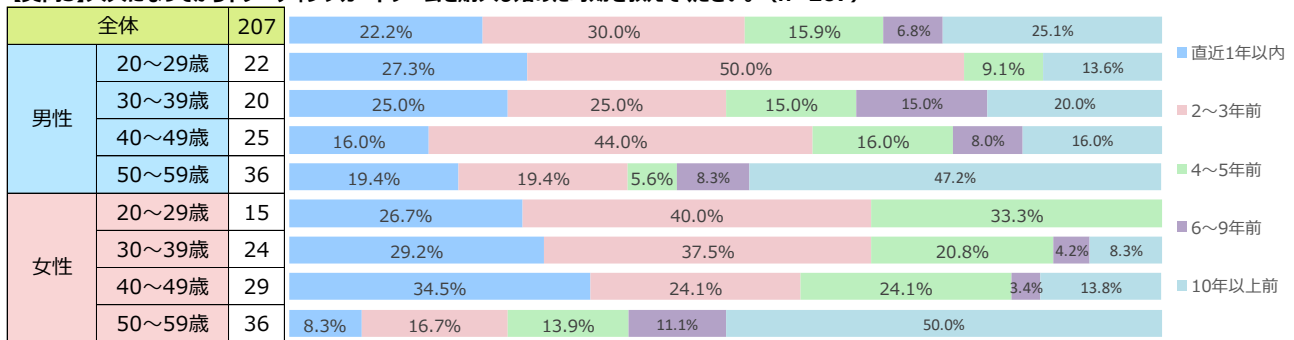
【質問2】トレーディングカードゲームの購買歴を教えてください。（n=450）



3) 大人になってから TCG を購入し始めた人のうち約 5 割が直近 3 年以内の新規参入者

【質問 2】で、「子どもの頃購入したことがあり、大人になってから再度購入したことがある」「子どもの頃購入したことはないが、大人になってから購入したことがある」と回答した人（207 名）のうち、約 3 割が「2~3 年前」に購入を始めた と回答しました。次いで「直近 1 年以内（22.2%）」「4~5 年前（15.9%）」と続いており、全体の約 5 割が直近 3 年以内、約 7 割が 5 年以内に新規に購入していることが分かりました。冒頭でも述べた通り、2021~22 年頃から人気商品の購入をめぐる行列や店頭での売り切れなどが社会的に注目され、TCG の認知度が急速に高まったことが考えられます。こうした社会的な動きが新規ユーザーの獲得につながり、現在に至るまで継続的な市場拡大を後押ししていることがうかがえます。

【質問3】大人になってからトレーディングカードゲームを購入し始めた時期を教えてください。（n=207）



4）全体の半数以上が好きなコンテンツをきっかけにTCGを購入

TCGを購入し始めたきっかけを聞いたところ、「好きなコンテンツのカードが発売されたから（50.2%）」の割合が最も多くなりました。次いで男性では「知人・友人に誘われたから（38.9%）」、女性では「子どもと遊ぶため（45.5%）」が多いという結果となりました。

年代別で見ると、20代・30代男性、20代女性では「知人・友人に誘われたから」の割合が高いのに対し、40代以上の男性、30代以上の女性では「子どもと遊ぶため」の割合が高いという差がみられました。

【質問4】あなたがトレーディングカードゲームを購入し始めたきっかけを教えてください。（n=450）※複数回答※

※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

			知人・友人に誘われたから	好きなコンテンツのカードが発売されたから	子どもと遊ぶため	流行にのってなんとなく	CMなどの広告をみて	店頭で見かけて	その他
全体	450		33.3%	50.2%	38.2%	24.9%	15.8%	15.8%	2.9%
男性	全体	226	38.9%	50.0%	31.0%	24.3%	16.4%	17.7%	2.7%
	20歳～29歳	57	42.1%	49.1%	29.8%	26.3%	12.3%	22.8%	3.5%
	30歳～39歳	57	45.6%	56.1%	15.8%	26.3%	15.8%	19.3%	0.0%
	40歳～49歳	56	37.5%	62.5%	42.9%	25.0%	30.4%	14.3%	3.6%
	50歳～59歳	56	30.4%	32.1%	35.7%	19.6%	7.1%	14.3%	3.6%
女性	全体	224	27.7%	50.4%	45.5%	25.4%	15.2%	13.8%	3.1%
	20歳～29歳	56	30.4%	64.3%	28.6%	28.6%	12.5%	5.4%	1.8%
	30歳～39歳	56	39.3%	57.1%	53.6%	35.7%	25.0%	19.6%	3.6%
	40歳～49歳	56	23.2%	39.3%	53.6%	17.9%	16.1%	10.7%	1.8%
	50歳～59歳	56	17.9%	41.1%	46.4%	19.6%	7.1%	19.6%	5.4%

また、TCGの購買歴で購入し始めたきっかけを比較すると、「子どもの頃購入したことはないが、大人になってから購入したことがある（87名）」人は、「子どもと遊ぶため（41.4%）」「知人・友人に誘われたから（27.6%）」と他者が購入のきっかけとなることが多く、「店頭で見かけて（11.5%）」「CMなどの広告をみて（5.7%）」と自発的な購入きっかけは少ないという傾向がみられました。この結果から、子どもの頃にTCGに触れていなかった層は、大人になってから自ら売場に足を運んだり、情報収集を行う機会が少なく、他者からの働きかけが購入のきっかけになるケースが多いと考えられます。

さらに、この 87 名の結果を性別で比較すると、男性では「知人・友人に誘われたから（40.0%）」が最も多く、女性では「子どもと遊ぶため（50.0%）」が最多となっており、性別による違いがみられました。加えて、子どもの頃に購入した経験がある層では、「好きなコンテンツ」を購入のきっかけと回答する割合が大きい（継続購入層：63.4%、回帰購入層：47.5%）ことが分かりました。

【質問4】あなたがトレーディングカードゲームを購入し始めたきっかけを教えてください。（購買歴と性年代で比較）※複数回答※

※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

			知人・友人に 誘われたから	好きなコン テンツのカードが発 売されたから	子どもと遊ぶ ため	流行にのっ てなんとなく	CMなどの 広告をみて	店頭で みかけて	その他	
全体			450	33.3%	50.2%	38.2%	24.9%	15.8%	15.8%	2.9%
【継続】 子どもの頃から 継続して購入し ている	全体		243	40.3%	63.4%	37.9%	25.5%	20.2%	16.0%	1.2%
	男性	全体	123	47.2%	61.0%	32.5%	22.8%	20.3%	19.5%	0.8%
		20～29歳	35	48.6%	54.3%	40.0%	20.0%	14.3%	22.9%	0.0%
		30～39歳	37	51.4%	62.2%	13.5%	27.0%	16.2%	16.2%	0.0%
		40～49歳	31	48.4%	77.4%	45.2%	25.8%	38.7%	19.4%	3.2%
		50～59歳	20	35.0%	45.0%	35.0%	15.0%	10.0%	20.0%	0.0%
	女性	全体	120	33.3%	65.8%	43.3%	28.3%	20.0%	12.5%	1.7%
		20～29歳	41	34.1%	68.3%	34.1%	31.7%	12.2%	2.4%	0.0%
		30～39歳	32	40.6%	68.8%	50.0%	28.1%	28.1%	18.8%	6.2%
		40～49歳	27	29.6%	55.6%	48.1%	25.9%	22.2%	7.4%	0.0%
50～59歳		20	25.0%	70.0%	45.0%	25.0%	20.0%	30.0%	0.0%	
【回帰】 子どもの頃購入 したことがあり、 大人になってか ら再度購入した ことがある	全体		120	23.3%	47.5%	36.7%	30.8%	14.2%	18.3%	4.2%
	男性	全体	68	23.5%	51.5%	29.4%	30.9%	11.8%	14.7%	4.4%
		20～29歳	19	26.3%	47.4%	15.8%	42.1%	0.0%	26.3%	10.5%
		30～39歳	18	33.3%	50.0%	22.2%	27.8%	16.7%	16.7%	0.0%
		40～49歳	16	18.8%	62.5%	37.5%	25.0%	25.0%	6.2%	6.2%
		50～59歳	15	13.3%	46.7%	46.7%	26.7%	6.7%	6.7%	0.0%
	女性	全体	52	23.1%	42.3%	46.2%	30.8%	17.3%	23.1%	3.8%
		20～29歳	8	12.5%	62.5%	25.0%	12.5%	25.0%	12.5%	12.5%
		30～39歳	15	46.7%	60.0%	53.3%	60.0%	26.7%	33.3%	0.0%
		40～49歳	14	21.4%	28.6%	57.1%	14.3%	21.4%	21.4%	7.1%
50～59歳		15	6.7%	26.7%	40.0%	26.7%	0.0%	20.0%	0.0%	
【新規】 子どもの頃購入 したことはない が、大人になっ てから購入した ことがある	全体		87	27.6%	17.2%	41.4%	14.9%	5.7%	11.5%	5.7%
	男性	全体	35	40.0%	8.6%	28.6%	17.1%	11.4%	17.1%	5.7%
		20～29歳	3	66.7%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	0.0%	0.0%
		30～39歳	2	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
		40～49歳	9	33.3%	11.1%	44.4%	22.2%	11.1%	11.1%	0.0%
		50～59歳	21	38.1%	9.5%	28.6%	19.0%	4.8%	14.3%	9.5%
	女性	全体	52	19.2%	23.1%	50.0%	13.5%	1.9%	7.7%	5.8%
		20～29歳	7	28.6%	42.9%	0.0%	28.6%	0.0%	14.3%	0.0%
		30～39歳	9	22.2%	11.1%	66.7%	22.2%	11.1%	0.0%	0.0%
		40～49歳	15	13.3%	20.0%	60.0%	6.7%	0.0%	6.7%	0.0%
50～59歳		21	19.0%	23.8%	52.4%	9.5%	0.0%	9.5%	14.3%	

5) TCG を購入する理由・目的は男女ともに「コレクションしているから」が最多、男性は「好きなコンテンツのカードだから」、女性は「開封が楽しいから」が多い傾向

TCG の購入理由・目的を聞いたところ、全体では「コレクションしているから（51.3%）」が最も多く、次点が「好きなコンテンツのカードだから（42.2%）」「開封が楽しいから（42.2%）」という結果となりました。

次点の購入理由・目的を性別で比較すると、男性は「好きなコンテンツのカードだから（50.9%）」の割合が大きいのに対し、女性は「開封が楽しいから（38.8%）」の割合が大きいことが分かりました。

【質問5】あなたがトレーディングカードゲームを購入する目的・理由は何ですか？（n=450）※複数回答※

※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

			好きな コンテンツの カードだから	コレクション しているから	開封が楽しい から	大会へ参加 するため	家族や友人と 遊ぶため	子どもにせが まれるから	投資のため	その他
全体		450	42.2%	51.3%	42.2%	20.4%	24.2%	17.1%	6.7%	1.1%
男性	全体	226	50.9%	53.5%	45.6%	19.5%	26.1%	12.4%	8.0%	0.9%
	20歳～29歳	57	49.1%	49.1%	54.4%	24.6%	14.0%	8.8%	7.0%	1.8%
	30歳～39歳	57	57.9%	59.6%	42.1%	19.3%	22.8%	8.8%	10.5%	0.0%
	40歳～49歳	56	51.8%	57.1%	51.8%	25.0%	44.6%	17.9%	10.7%	1.8%
	50歳～59歳	56	44.6%	48.2%	33.9%	8.9%	23.2%	14.3%	3.6%	0.0%
女性	全体	224	33.5%	49.1%	38.8%	21.4%	22.3%	21.9%	5.4%	1.3%
	20歳～29歳	56	32.1%	62.5%	33.9%	17.9%	12.5%	12.5%	3.6%	1.8%
	30歳～39歳	56	30.4%	51.8%	46.4%	33.9%	37.5%	26.8%	10.7%	0.0%
	40歳～49歳	56	30.4%	41.1%	39.3%	23.2%	28.6%	25.0%	5.4%	0.0%
	50歳～59歳	56	41.1%	41.1%	35.7%	10.7%	10.7%	23.2%	1.8%	3.6%

また、【質問 4】で TCG を他者きっかけ（「友人・知人に誘われたから」「子どもと遊ぶため」）で購入し始めたと回答した人の購入目的・理由を比較すると、「友人・知人に誘われたから（150 名）」と回答した人は「コレクションしているから（68.0%）」「好きなコンテンツのカードだから（60.0%）」の割合が大きいことがわかりました。このことから、友人・知人をきっかけとした購入からコレクションなど自身の趣味へ変わっていったユーザーが多いことが推測されます。

さらに、「子どもと遊ぶため（172 名）」と回答した人は「開封が楽しいから（54.7%）」の割合が最も大きく、子どもと一緒に開封することを楽しんでいるユーザーが多いのではないかと考えられます。

どちらのユーザーも他者をきっかけとした購入から継続的な購入へと繋がっていることが推測されます。

【質問5'】あなたがトレーディングカードゲームを購入する目的・理由は何ですか？（購入し始めたきっかけで比較）※複数回答可

※各集団で最も割合が多い回答（「その他」を除く）を黄色く色付け

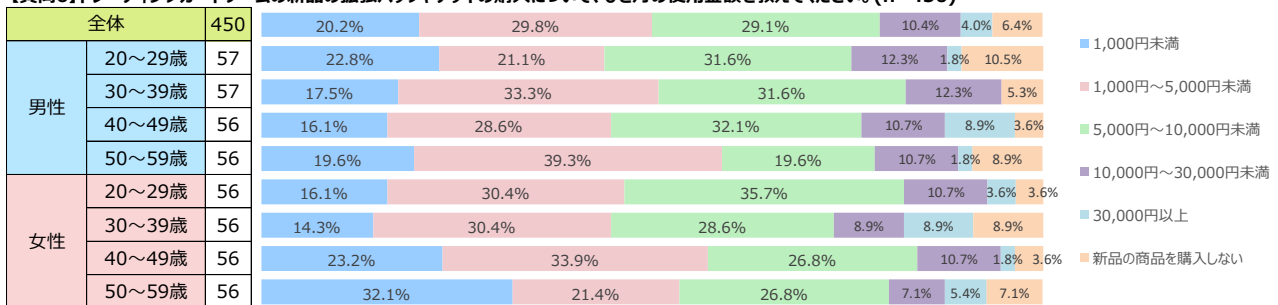
			好きな コンテンツの カードだから	コレクション しているから	開封が楽しい から	大会へ参加 するため	家族や友人と 遊ぶため	子どもにせが まれるから	投資のため	その他
全体	450		42.2%	51.3%	42.2%	20.4%	24.2%	17.1%	6.7%	1.1%
知人・友人に 誘われたから	150		60.0%	68.0%	52.7%	29.3%	39.3%	20.7%	14.7%	0.7%
子どもと 遊ぶため	172		33.1%	45.9%	54.7%	30.2%	37.2%	37.2%	8.7%	1.2%

6) ひと月あたりの使用金額は「1,000 円～5,000 円未満」が最多、40 代男性、30 代女性では「30,000 円以上」使用する人も多いという結果に

TCG の新品の拡張パックやデッキの購入について、ひと月の使用金額を聞いたところ、「1,000 円～5,000 円未満（29.8%）」が最も多く、僅差で「5,000 円～10,000 円未満（29.1%）」が多いという結果となりました。この結果から、ひと月で複数の拡張パックを購入しているユーザーや、拡張パックを 1 ボックス相当（1 ボックスは平均 5,000 円ほど）購入しているユーザーが多いことが考えられます。

また、「30,000 円以上」と回答した割合について、男性では「40 歳～49 歳（8.9%）」、女性では「30 歳～39 歳（8.9%）」が他の年代と比べて大きく、全体平均（4.0%）を大きく上回る結果となりました。

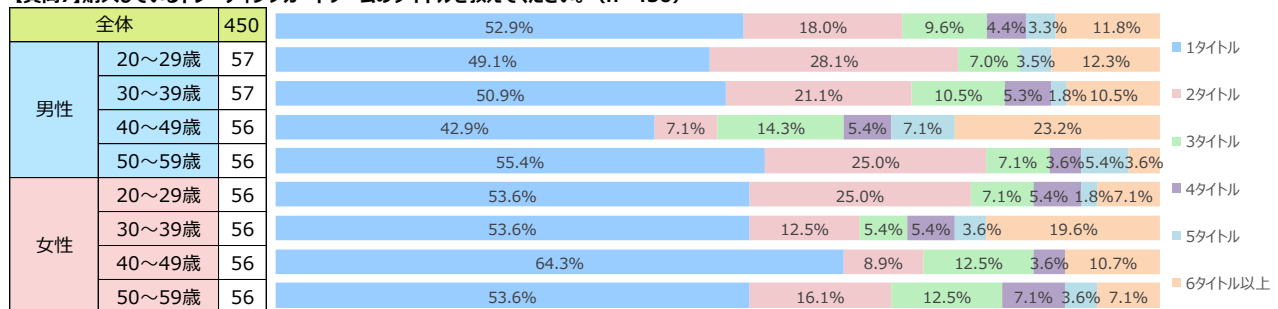
【質問6】トレーディングカードゲームの新品の拡張パックやデッキの購入について、ひと月の使用金額を教えてください。（n=450）



7) 購入しているタイトル数は 1～2 タイトルが 7 割、40 代男性のみ 3 タイトル以上が半数

購入している TCG のタイトルを聞いたところ、「1 タイトル（52.9%）」「2 タイトル（18.0%）」が全体の約 7 割という結果となりました。ほぼすべての年代で 1～2 タイトルが 7 割近くを占めているなか、40 代男性は 3 タイトル以上と回答した割合が 50.0%と突出して大きく、より多くのタイトルを購入し、幅広く楽しむユーザーが多いことがわかりました。

【質問7】購入しているトレーディングカードゲームのタイトルを教えてください。（n=450）



8) TCG に関するエピソードがあれば自由に記入してください

<自分の趣味に関するエピソード>

- ・やっぱりカードを開けるときのドキドキ感がたまらないです
- ・子どもの頃できなかった大人買いをたまにしよう
- ・綺麗なレアカードが出てきて嬉しかったので、ずっと大事にしている
- ・絵柄が豊富で集めたい
- ・発売日に行列に並んで買った
- ・大人になってから小さい頃にコレクションしていたカードを見返したときに、当時の懐かしい記憶が戻ってきたこと



<コミュニケーションに関するエピソード>

- ・20 年前に遊んでいたカードが今も甥っ子たちや子どもたちに認識してもらえ、話の輪が広がることに感動しています
- ・子どもとのコミュニケーションの一つになったなと思います
- ・カードを集める人とつながりができたこと
- ・子どもと開封するのが楽しい
- ・子どもがやりたいと言って買い始めたが、今では家族全員ではまるほど楽しんでいる
- ・友人たちと一緒に公式大会に出場したこと
- ・友達と仲直りのしるしに 1 番のお気に入り交換

[調査概要]

調査期間	: 質問 1 …2025 年 6 月 13 日～20 日 質問 2～8…2025 年 6 月 20 日～23 日
調査対象者	: 質問 1…全国 20 歳以上の男女 質問 2～8…全国 20 歳～59 歳以下の男女（性年代均等割付）
有効回答数	: 質問 1…8,640 名 質問 2～8…450 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：水谷 敏之

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。

