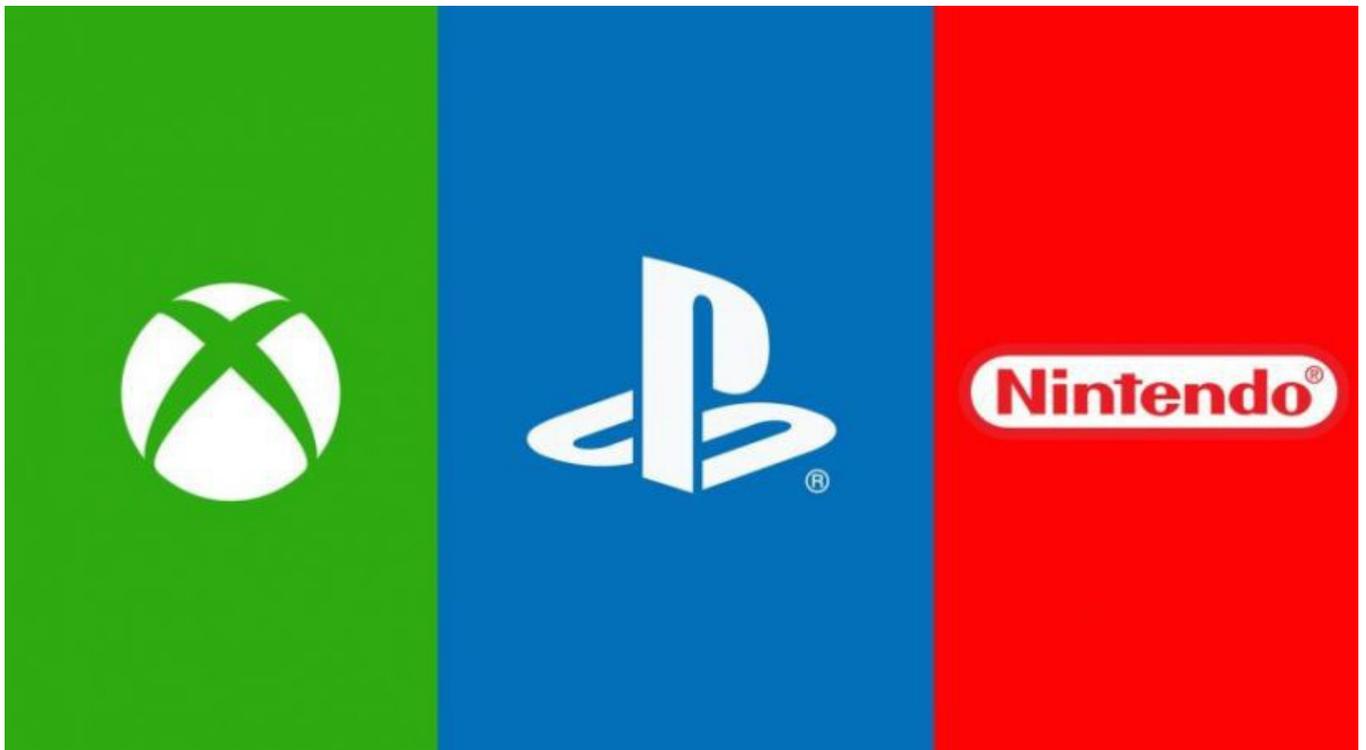


日本矢野经济研究所调查 关于日本国内游戏以及玩具市场的现状

矢野经济研究所2023年1月11日发表了关于日本国内玩具市场的调查结果。虽然整体的出货金额基数减少了，但是根据领域的不同可以看到不同方面的增加，根据玩具的不同领域的现况，对将来展望越来越明确。



2022年10月~12月，矢野经济研究所的专门研究员通过直接面谈(包括在线调查)、电话和电子邮件的征询调查以及文献调查同时进行。调查对象为玩具、模型玩具、电视游戏相关制造商、批发商、零售商等。

调查结果显示，2021年度日本国内玩具市场规模(以厂商出货金额为准)主要包括9种商品(电子玩具、模型·玩具、男孩角色·男孩玩具、女孩

角色·女孩玩具、模拟游戏等，季节性玩具·杂玩玩具、基础玩具、布娃娃、电视游戏)方面，与上年度相比减少1.5%，达到7,153亿日元，除电视游戏之外的主要8个品种增加12.0%，达到3,823亿日元。

主要品种9种商品减少的原因是，虽然新冠疫情在持续，并由于外出自肃认知渐渐较少，“窝在家里”、“在家时间”等为了提高在家时间质量的需求和消费也趋于稳定。特别是，去年大幅增长的拼图市场比之前年度减少了15.1%，电视游戏市场也减少了13.5%。

另一方面，模型及hobby市场持续向好，同比增长9.7%。其中，桌游卡片游戏比前一年增加了59.0%，出现了大幅增长。其中一个原因可能是新企业的相继加入。

预计2022年日本国内玩具市场规模将略有增加。即使在人流有恢复倾向的情况下，模型·玩具市场的需求也持续扩大，再加上新加入桌游片游戏市场的人接连不断，以牵引男孩角色·男孩玩具市场的形式进一步扩大同市场。

本文链接：<https://dqcm.net/zixun/16736086856285.html>