

2024年4月5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

【カプセルトイの大人需要実態調査】
大人の3割以上がカプセルトイの購入経験あり、
中・高価格帯商品の人気の高さが明らかに
～今年の調査では、大人男性ユーザーが拡大傾向、カプセルトイ専門店の認知は8割を突破～

玩具や映像・音楽ソフト、ビデオゲーム、アミューズメント関連商品などエンタテインメント商材の流通及び企画販売事業を展開する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20代から60代以上の560名を対象に、カプセルトイの大人需要に関する調査を実施しました。

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カプセルトイ専門店「gashacoco」を全国で105店舗(直営94店舗、FC11店舗)運営しており、カプセルトイの大人人気の高さを改めて実感する結果となりました。



◆総括

20代・30代女性の2人に1人が、大人になってからカプセルトイを購入したことがある、ということが明らかになりました。男性も含めた全年齢(20代～60代以上)平均でも、購入経験者は3割を超えており、カプセルトイの大人人気の高さが裏付けられました。昨年の調査と比較すると、男女問わずほとんどの年代で購入経験者の割合は増加していますが、特に「30代男性」は昨年の32.4%から42.0%と大きく増加しました。

また、近年増加しているカプセルトイ専門店の認知度は8割を超えていることが分かりました。カプセルトイ購入経験者の5割以上の人々が専門店を利用したことがあると回答しており、カプセルトイ専門店の増加がカプセルトイ市場の拡大に貢献していることが推測されます。

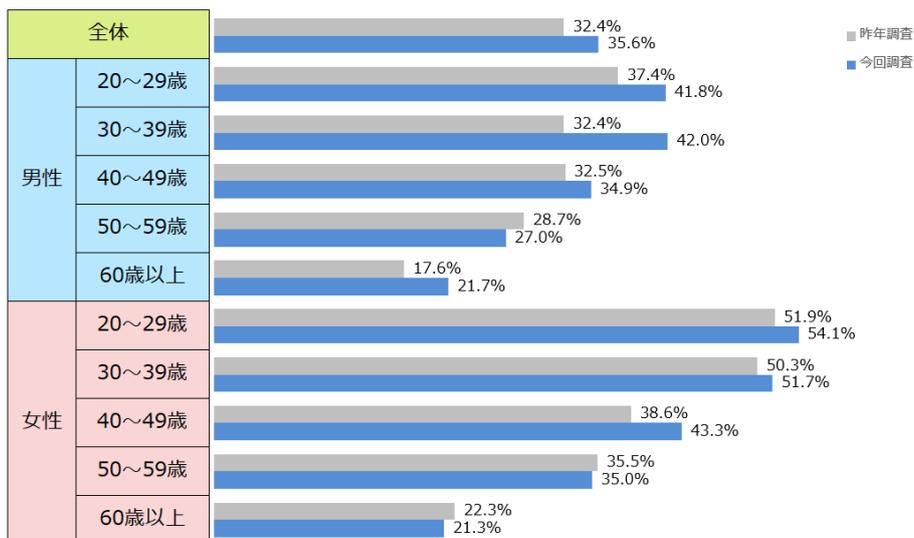
■ 調査結果トピックス

1)20代から30代女性の2人に1人(52.9%)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回答。大人になってからカプセルトイを購入したことがある30代男性は、昨年の調査から+9.6%と大きく増加。

全国の20歳以上の男女(4,597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35.6%となりました。

性年代別にみると、「20代女性(54.1%)」「30代女性(51.7%)」と20～30代女性の2人に1人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。男性は「20代男性(41.8%)」「30代男性(42.0%)」となり、昨年の調査と比較すると、「30代男性」で+9.6%と大きく増加していました。

【参考】大人になってからカプセルトイの購入経験がある人の割合（昨年調査との比較）



2)一度の購入機会でもカプセルトイに使用する平均金額は「400～1,000円未満(47.1%)」が最多。

購入するカプセルトイの1個あたりの平均価格帯は「400～700円未満(30.7%)」の中・高価格帯商品が伸長。

大人になってからカプセルトイを購入している人(560名)に、一度の購入機会でもカプセルトイに使用する平均金額を聞いたところ、「400～1000円未満(47.1%)」が最も多くなりました。年代によって差はあるものの、多くの年代で15～20%程度の方が1000円以上使用すると回答しており、一度に複数個購入するユーザーも少なくないようです。

また、購入するカプセルトイの1個あたりの平均金額は、「100～400円未満(60.2%)」が最も多くなりましたが、昨年の調査と比較すると、「100～400円未満」の割合は7.1%減少し、「400～700円未満」の割合が6.2%増加しました。ハイクオリティで高単価な商品の増加の影響により、平均価格帯が上昇していることが推測されます。

3)カプセルトイの魅力は男女ともに「クオリティの高さ(53.6%)」が最多。

大人になってからカプセルトイを購入している人(560名)に、カプセルトイの魅力聞いたところ、「クオリティの高さ(53.6%)」が最も多く、男女別でも、男性回答55.3%、女性回答51.8%とどちらも最多となりました。昨年の調査においては、女性回答の中で「クオリティの高さ」は「何が出るかわからないドキドキ感」に次ぐ2位でした。カプセルトイのクオリティの進化を実感している人も多いのではないのでしょうか。

4)よく購入するカプセルトイは「キャラクター×フィギュア (37.9%)」が最多。

大人になってからカプセルトイを購入している人(560名)に、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 (37.9%)」が最多となりました。性年代別にみると、20代、30代、60代の女性回答では「キャラクター×キーホルダー」が最も多く、「好きなキャラクターは飾るよりも身近に置きたい」という女性も多いのかもしれませんが。

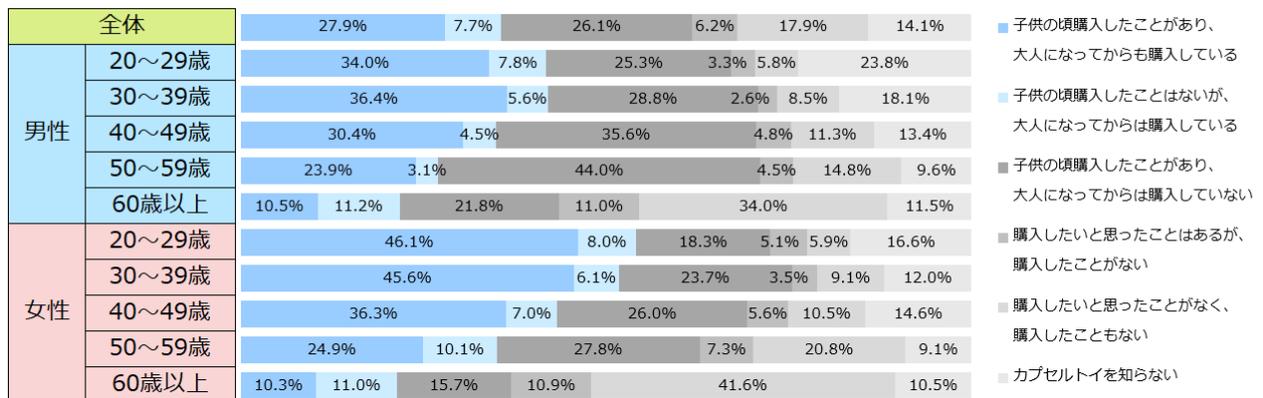
5)大人になってからカプセルトイを購入している人の8割以上がカプセルトイ専門店を利用したことがある、または知っていると回答。

大人になってからカプセルトイを購入している人(560名)に、カプセルトイ専門店の利用経験を聞いたところ、全体の53.2%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代の男性・女性は7割近くの方がカプセルトイ専門店を利用したことがあるという結果となりました。

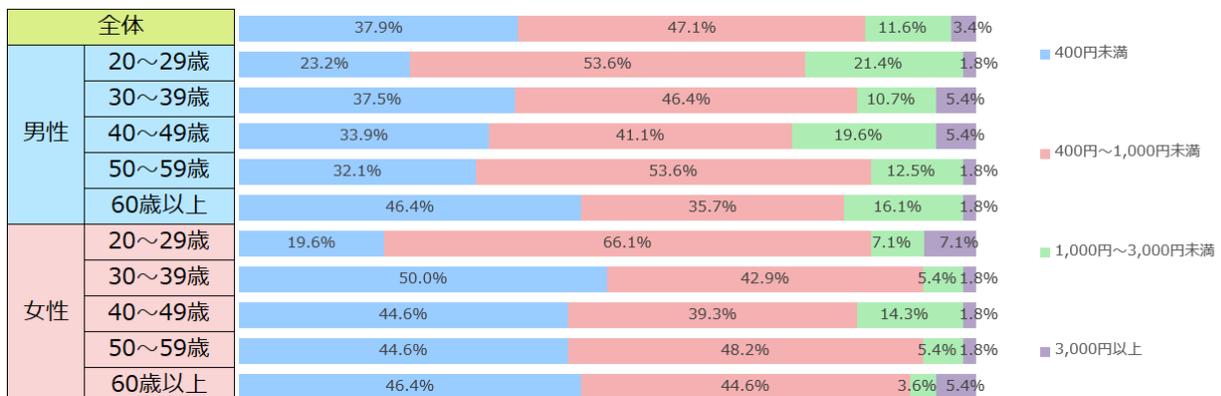
また、「利用したことは無いが、知っている(28.6%)」と合わせると、8割以上の方がカプセルトイ専門店を知っているという結果となりました。昨年の調査と比較すると、5.5%増加し、カプセルトイ専門店の存在感が高まり、幅広い世代で利用・認知されていることが分かりました。

《アンケート結果 詳細》

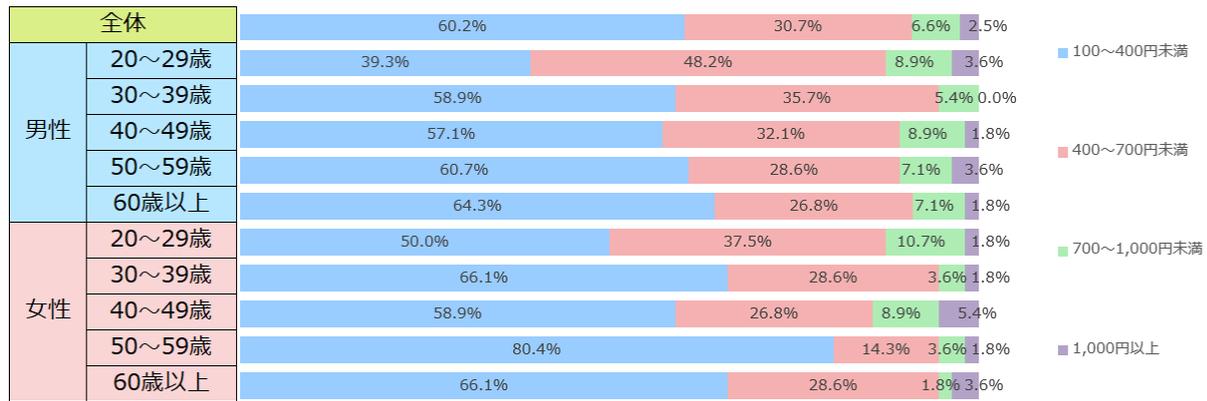
【質問1】あなたのカプセルトイ購入経験について、教えてください。(n=4,597)



【質問2】1度の購入機会でのカプセルトイに使用する金額はどれくらいですか？平均金額をお答えください。(n=560)



【質問3】購入するカプセルトイの1個あたりの価格帯はどれくらいですか？ 平均金額をお答えください。(n=560)



【質問4】あなたにとってのカプセルトイの魅力は何ですか？(n=560) ※複数回答可

		クオリティの高さ	何が出るかわからないドキドキ感	品揃えが豊富	低価格で買やすい	(カプセルトイの) 機械を回す楽しさ	SNS映える	その他
全体		53.6%	39.8%	37.0%	38.2%	14.5%	3.2%	3.8%
男性	男性平均	55.3%	31.8%	34.3%	39.7%	11.8%	3.6%	5.4%
	20~29歳	57.1%	39.3%	48.2%	35.7%	23.2%	7.1%	1.8%
	30~39歳	57.1%	37.5%	33.9%	41.1%	17.9%	3.6%	3.6%
	40~49歳	58.9%	28.6%	33.9%	42.9%	10.7%	3.6%	1.8%
	50~59歳	58.9%	19.6%	26.8%	37.5%	3.6%	1.8%	7.1%
	60歳以上	44.6%	33.9%	28.6%	41.1%	3.6%	1.8%	12.5%
女性	女性平均	51.8%	47.9%	39.6%	36.8%	17.1%	2.9%	2.2%
	20~29歳	57.1%	55.4%	46.4%	39.3%	25.0%	7.1%	3.6%
	30~39歳	46.4%	48.2%	35.7%	30.4%	23.2%	1.8%	1.8%
	40~49歳	53.6%	39.3%	35.7%	25.0%	10.7%	3.6%	0.0%
	50~59歳	60.7%	50.0%	37.5%	33.9%	12.5%	0.0%	1.8%
	60歳以上	41.1%	46.4%	42.9%	55.4%	14.3%	1.8%	3.6%

【質問5】よく購入するカプセルトイは何ですか？(n=560)

※各年代で最も割合が多い回答(「特にない」を除く)を黄色く色付け

キャラクター	フィギュア	リアルミニチュア	ぬいぐるみ・スクイズ	キーホルダー	アクセサリ	実用品(ポーチなど)	音もの	その他	特にない	
全体	37.9%	18.4%	18.0%	28.2%	12.0%	13.0%	3.9%	3.4%	22.3%	
男性	20~29歳	39.3%	26.8%	25.0%	33.9%	19.6%	8.9%	7.1%	3.6%	5.4%
	30~39歳	48.2%	19.6%	19.6%	37.5%	17.9%	14.3%	7.1%	1.8%	14.3%
	40~49歳	53.6%	16.1%	17.9%	12.5%	10.7%	5.4%	7.1%	7.1%	19.6%
	50~59歳	42.9%	16.1%	10.7%	23.2%	14.3%	3.6%	1.8%	1.8%	30.4%
	60歳以上	39.3%	10.7%	7.1%	10.7%	5.4%	5.4%	5.4%	1.8%	44.6%
女性	20~29歳	30.4%	19.6%	25.0%	42.9%	17.9%	16.1%	1.8%	1.8%	7.1%
	30~39歳	25.0%	19.6%	30.4%	32.1%	10.7%	23.2%	1.8%	3.6%	16.1%
	40~49歳	33.9%	26.8%	17.9%	26.8%	10.7%	23.2%	3.6%	5.4%	28.6%
	50~59歳	42.9%	16.1%	17.9%	30.4%	7.1%	17.9%	0.0%	1.8%	19.6%
	60歳以上	23.2%	12.5%	8.9%	32.1%	5.4%	12.5%	3.6%	5.4%	37.5%

アニマル・生き物	フィギュア	リアルミニチュア	ぬいぐるみ・スクイズ	キーホルダー	アクセサリ	実用品(ポーチなど)	音もの	その他	特にない	
全体	22.7%	17.0%	11.2%	12.9%	8.4%	7.9%	4.6%	3.4%	43.2%	
男性	20~29歳	12.5%	16.1%	14.3%	19.6%	17.9%	17.9%	14.3%	10.7%	23.2%
	30~39歳	28.6%	21.4%	10.7%	12.5%	12.5%	5.4%	7.1%	3.6%	37.5%
	40~49歳	33.9%	12.5%	10.7%	12.5%	10.7%	7.1%	7.1%	3.6%	37.5%
	50~59歳	28.6%	28.6%	10.7%	7.1%	7.1%	1.8%	0.0%	0.0%	37.5%
	60歳以上	21.4%	19.6%	1.8%	16.1%	8.9%	5.4%	1.8%	0.0%	48.2%
女性	20~29歳	19.6%	17.9%	14.3%	14.3%	16.1%	10.7%	3.6%	1.8%	44.6%
	30~39歳	17.9%	16.1%	19.6%	7.1%	3.6%	14.3%	5.4%	3.6%	50.0%
	40~49歳	26.8%	12.5%	8.9%	16.1%	3.6%	8.9%	0.0%	1.8%	50.0%
	50~59歳	19.6%	12.5%	12.5%	12.5%	0.0%	1.8%	1.8%	1.8%	50.0%
	60歳以上	17.9%	12.5%	8.9%	10.7%	3.6%	5.4%	5.4%	7.1%	53.6%

企業コラボ	フィギュア	リアルミニチュア	ぬいぐるみ・スクイズ	キーホルダー	アクセサリ	実用品(ポーチなど)	音もの	その他	特にない	
全体	8.4%	11.4%	8.4%	14.8%	8.9%	12.1%	5.5%	2.9%	54.3%	
男性	20~29歳	7.1%	8.9%	19.6%	23.2%	21.4%	8.9%	5.4%	28.6%	
	30~39歳	10.7%	14.3%	10.7%	25.0%	12.5%	8.9%	10.7%	44.6%	
	40~49歳	19.6%	12.5%	7.1%	8.9%	8.9%	8.9%	14.3%	3.6%	48.2%
	50~59歳	7.1%	8.9%	5.4%	16.1%	8.9%	7.1%	3.6%	1.8%	71.4%
	60歳以上	7.1%	12.5%	3.6%	7.1%	1.8%	8.9%	1.8%	0.0%	67.9%
女性	20~29歳	8.9%	10.7%	16.1%	17.9%	10.7%	12.5%	3.6%	7.1%	41.1%
	30~39歳	3.6%	5.4%	5.4%	10.7%	12.5%	12.5%	3.6%	3.6%	55.4%
	40~49歳	3.6%	14.3%	5.4%	19.6%	1.8%	25.0%	3.6%	0.0%	53.6%
	50~59歳	8.9%	12.5%	3.6%	12.5%	5.4%	10.7%	0.0%	3.6%	64.3%
	60歳以上	7.1%	14.3%	7.1%	7.1%	5.4%	5.4%	5.4%	1.8%	67.9%

ネタ・オモシログッズ		フィギュア	リアルミニチュア	ぬいぐるみ・スクイズ	キーホルダー	アクセサリ	実用品(ポーチなど)	音もの	その他	特になし
全体		9.1%	9.8%	5.9%	12.1%	9.5%	8.9%	6.6%	3.2%	60.5%
男性	20~29歳	7.1%	19.6%	12.5%	26.8%	19.6%	17.9%	16.1%	10.7%	26.8%
	30~39歳	16.1%	12.5%	10.7%	19.6%	19.6%	12.5%	12.5%	3.6%	46.4%
	40~49歳	14.3%	14.3%	1.8%	10.7%	8.9%	8.9%	5.4%	1.8%	55.4%
	50~59歳	8.9%	7.1%	1.8%	10.7%	14.3%	8.9%	7.1%	1.8%	62.5%
	60歳以上	16.1%	10.7%	0.0%	7.1%	10.7%	3.6%	3.6%	3.6%	64.3%
女性	20~29歳	5.4%	12.5%	7.1%	14.3%	10.7%	10.7%	7.1%	0.0%	60.7%
	30~39歳	5.4%	3.6%	5.4%	3.6%	5.4%	12.5%	1.8%	5.4%	66.1%
	40~49歳	7.1%	8.9%	5.4%	17.9%	1.8%	3.6%	7.1%	0.0%	67.9%
	50~59歳	5.4%	3.6%	7.1%	5.4%	1.8%	7.1%	3.6%	1.8%	76.8%
	60歳以上	5.4%	5.4%	7.1%	5.4%	1.8%	3.6%	1.8%	3.6%	78.6%

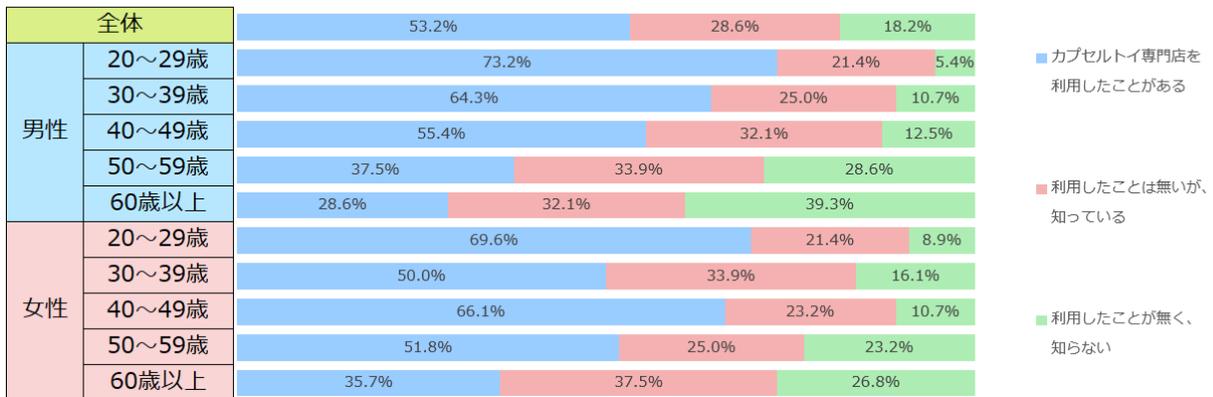
食べ物		フィギュア	リアルミニチュア	ぬいぐるみ・スクイズ	キーホルダー	アクセサリ	実用品(ポーチなど)	音もの	その他	特になし
全体		10.5%	18.2%	5.7%	13.8%	7.7%	6.4%	3.8%	1.4%	55.9%
男性	20~29歳	14.3%	19.6%	12.5%	19.6%	25.0%	10.7%	14.3%	3.6%	28.6%
	30~39歳	10.7%	21.4%	8.9%	21.4%	10.7%	5.4%	5.4%	1.8%	50.0%
	40~49歳	14.3%	10.7%	5.4%	8.9%	14.3%	5.4%	8.9%	0.0%	53.6%
	50~59歳	7.1%	16.1%	1.8%	14.3%	3.6%	3.6%	0.0%	1.8%	62.5%
	60歳以上	5.4%	19.6%	1.8%	3.6%	3.6%	1.8%	0.0%	0.0%	67.9%
女性	20~29歳	8.9%	23.2%	7.1%	14.3%	5.4%	8.9%	5.4%	1.8%	46.4%
	30~39歳	8.9%	8.9%	5.4%	14.3%	8.9%	10.7%	1.8%	3.6%	55.4%
	40~49歳	14.3%	25.0%	7.1%	26.8%	1.8%	10.7%	0.0%	0.0%	57.1%
	50~59歳	8.9%	17.9%	3.6%	5.4%	1.8%	5.4%	0.0%	0.0%	71.4%
	60歳以上	12.5%	19.6%	3.6%	8.9%	1.8%	1.8%	1.8%	1.8%	66.1%

乗り物		フィギュア	リアルミニチュア	ぬいぐるみ・スクイズ	キーホルダー	アクセサリ	実用品(ポーチなど)	音もの	その他	特になし
全体		11.8%	16.1%	5.5%	9.1%	6.6%	6.2%	4.3%	2.5%	60.0%
男性	20~29歳	16.1%	14.3%	17.9%	25.0%	14.3%	16.1%	10.7%	5.4%	33.9%
	30~39歳	21.4%	28.6%	5.4%	10.7%	10.7%	16.1%	5.4%	1.8%	42.9%
	40~49歳	16.1%	16.1%	8.9%	5.4%	12.5%	5.4%	7.1%	1.8%	48.2%
	50~59歳	8.9%	26.8%	7.1%	12.5%	5.4%	5.4%	1.8%	5.4%	51.8%
	60歳以上	14.3%	21.4%	0.0%	5.4%	3.6%	3.6%	1.8%	1.8%	55.4%
女性	20~29歳	10.7%	8.9%	3.6%	5.4%	7.1%	5.4%	5.4%	1.8%	66.1%
	30~39歳	5.4%	8.9%	5.4%	1.8%	8.9%	5.4%	1.8%	3.6%	69.6%
	40~49歳	10.7%	12.5%	3.6%	14.3%	1.8%	3.6%	3.6%	1.8%	71.4%
	50~59歳	5.4%	10.7%	1.8%	1.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	87.5%
	60歳以上	8.9%	12.5%	1.8%	8.9%	1.8%	1.8%	5.4%	1.8%	73.2%

ご当地		フィギュア	リアルミニチュア	ぬいぐるみ・スクイズ	キーホルダー	アクセサリ	実用品(ポーチなど)	音もの	その他	特になし
全体		10.9%	12.0%	8.2%	14.6%	7.3%	8.6%	3.9%	2.5%	57.9%
男性	20~29歳	10.7%	14.3%	19.6%	21.4%	12.5%	16.1%	14.3%	3.6%	26.8%
	30~39歳	16.1%	25.0%	7.1%	25.0%	14.3%	10.7%	1.8%	5.4%	50.0%
	40~49歳	14.3%	10.7%	10.7%	14.3%	10.7%	8.9%	5.4%	1.8%	53.6%
	50~59歳	8.9%	5.4%	5.4%	17.9%	7.1%	3.6%	1.8%	3.6%	60.7%
	60歳以上	12.5%	12.5%	7.1%	10.7%	0.0%	5.4%	1.8%	0.0%	66.1%
女性	20~29歳	8.9%	16.1%	8.9%	12.5%	10.7%	7.1%	5.4%	3.6%	51.8%
	30~39歳	8.9%	5.4%	3.6%	7.1%	7.1%	5.4%	5.4%	1.8%	66.1%
	40~49歳	7.1%	8.9%	1.8%	16.1%	1.8%	12.5%	1.8%	0.0%	67.9%
	50~59歳	10.7%	8.9%	10.7%	12.5%	7.1%	8.9%	0.0%	0.0%	71.4%
	60歳以上	10.7%	12.5%	7.1%	8.9%	1.8%	7.1%	1.8%	5.4%	64.3%

その他	フィギュア	リアルミニチュア	ぬいぐるみ・スクイズ	キーホルダー	アクセサリ	実用品 (ポーチなど)	音もの	その他	特になし	
全体	8.0%	8.4%	7.0%	9.1%	7.3%	7.0%	3.6%	2.9%	67.1%	
男性	20~29歳	7.1%	12.5%	21.4%	21.4%	17.9%	14.3%	7.1%	5.4%	41.1%
	30~39歳	17.9%	16.1%	10.7%	12.5%	12.5%	3.6%	8.9%	1.8%	51.8%
	40~49歳	14.3%	14.3%	8.9%	7.1%	7.1%	5.4%	3.6%	3.6%	55.4%
	50~59歳	5.4%	7.1%	7.1%	10.7%	7.1%	1.8%	0.0%	7.1%	73.2%
	60歳以上	7.1%	1.8%	0.0%	3.6%	3.6%	1.8%	1.8%	0.0%	87.5%
女性	20~29歳	5.4%	10.7%	7.1%	12.5%	10.7%	14.3%	3.6%	0.0%	53.6%
	30~39歳	8.9%	7.1%	10.7%	5.4%	10.7%	10.7%	3.6%	0.0%	67.9%
	40~49歳	8.9%	5.4%	1.8%	7.1%	1.8%	7.1%	1.8%	0.0%	76.8%
	50~59歳	3.6%	3.6%	0.0%	5.4%	0.0%	5.4%	0.0%	1.8%	83.9%
	60歳以上	1.8%	5.4%	1.8%	5.4%	1.8%	5.4%	5.4%	8.9%	80.4%

【質問6】カプセルトイ専門店を利用したことがありますか？(n=560)



【当社運営のカプセルトイ専門店『gashacoco』について】

<公式 X> [@gashacoco](https://twitter.com/gashacoco)
 <公式 Instagram> [gashacoco_official](https://www.instagram.com/gashacoco_official)
 <公式サイト> <https://gashacoco.jp/>

「こころおどる、ガココにある」をコンセプトに 2019 年 12 月に立ち上げたカプセルトイ専門店。全国に約 33 万面のカプセル玩具自動販売機を設置、運営しているハピネット・ベンディングサービスが運営を行っており、大型商業施設を中心に、2024 年 3 月末時点で全国に 105 店舗(直営 94 店舗、FC11 店舗)を出店しています。幅広い品揃えと、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感できます。





【調査概要】

アンケート実施日 : 質問 1 …2024年2月20日～27日
質問 2～6 …2024年2月29日～3月6日
対象者 : 20歳以上の男女
有効回答数 : 質問 1 …4,597名
質問 2～6 …560名 ※性年代均等割付
居住地 : 全国
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。

