

時代の変化を力に変え、玩具の可能性を広げる企業を選定

玩具産業企業 20選

新たな世界を切り開く

事例集

令和8年6月

新たな世界を切り開く玩具産業企業20選 目次

新たな世界を切り開く玩具産業企業 20 選とは	P.2
選定項目について	P.3
選考委員長 総評	P.4
選定企業一覧	P.5
企業紹介（グローバル展開部門）	P.6
企業紹介（多様なファン層の獲得部門）	P.18
企業紹介（消費者とのタッチポイント強化部門）	P.30
企業紹介（大企業・中堅企業部門）	P.42

新たな世界を切り開く玩具産業企業 20 選とは

選定項目について

玩具は、遊びを通して発達段階の子どもの成長に大きな影響を与るとともに、現代の大人には人生の中でのゆとり、楽しみなど、より豊かな人生を送るための文化的価値を提供する、文化大国の日本を支える重要な産業の一つです。しかしながら、近年、国内で急速に少子化が進行するとともに、スマートフォンの普及、インターネット取引の拡大など、玩具産業を取り巻く環境が大きく変化しました。これらの環境変化に対応しながら、日本の玩具産業が将来にわたり競争優位性を維持しつつ、持続的な発展を遂げるためには、海外市場の開拓、新たなファン層へのアプローチ、消費者との接点の強化といった取組が重要です。

この度、時代の変化に応じた先進的・独創的な取組を行う玩具関係企業を、「①グローバル展開」、「②多様なファン層の獲得」、「③消費者とのタッチポイント強化」の3項目において、「新たな世界を切り開く玩具産業企業 20 選」として選定しました。選定にあたっては、各項目における評価軸をもとに複数の審査委員で総合的に勘案し、選考委員会を経て決定いたしました。

あわせて、選定企業の優れた取組を紹介する事例集をとりまとめました。選定企業の創意工夫あふれる取組が、我が国玩具関係企業の刺激となり、玩具産業全体の活性化につながるとともに、海外において日本の玩具企業の魅力をお伝する一助となることを期待しています。

ロゴマーク

玩具産業の新たな可能性を切り開く企業として認められた証を象徴的に表現しました。特に、王冠と月桂樹の伝統的な意匠に、未来を切り開く決意を込めました。真摯に玩具と向き合う企業の姿勢を称え、その魅力を伝える心強いシンボルとして、選定企業に活用いただきます。



【日本語版】



【英語版】

新たな世界を切り開く玩具産業企業 20 選は、以下3つの観点で、企業の先進的・独創的な取組を総合的に評価し選定しています。また、共通項目として、優れた技術や企画開発力を発揮していることも評価しています。これらの観点は、今後の日本の玩具産業の更なる発展に向けて、大変重要な要素です。

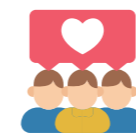
グローバル展開



海外市場への展開状況

- 独自の方策で、効果的・効率的な海外展開を実施
- 海外との取引実績を生かした、販売チャネル構築やマーケティング戦略等の立案等

多様なファン層の獲得



多様な活用方法

- 子どものみならず、多様な利用者に向けた活用方法の提供

プロモーションの強化

- 積極的な商品認知・プロモーションの実施

消費者とのタッチポイント強化



新規性のある事業・サービスの展開

- 新たな技術や発想を用いた、優れたサービスや商品の創造
- 既存の商品開発ノウハウを生かした新たな消費者へのアプローチを実施

新規ユーザー確保

- 新しいユーザー確保のための取組

共通項目

優れた技術や企画開発力

- 優れた技術力や感性を生かし、付加価値を創出している
- 時代を超えてスタンダードであり続ける商品やサービスを提供している
- ユーザーイノベーションを通じた商品開発
- 素材等の工夫による環境配慮の取組
- 企画開発力を維持するための取組の実施等

選考委員長 総評

玩具は、遊びという身体的な体験を通じて、身体・脳・心の成長過程にある子どもに大きな影響を与えます。さらに現代社会においては、成人にとっても玩具は日常にゆとりや楽しみをもたらし、人生の豊かさを高める存在となっています。すなわち玩具は、「文化大国・日本」の価値を、心身の健康の側面からも支える重要な産業の一つであると言えるでしょう。

一方で、スマートフォンやタブレット端末の普及により、子どもたちがゲームなどに没頭し、実際に玩具に触れ、体感する機会が減少しているのも事実です。こうした状況を踏まえ、優れた技術力や企画開発力を有し、多様な観点から魅力的な取組を展開している玩具関連企業を後押しすることが重要であると考えました。その思いが、「新たな世界を切り開く玩具産業企業 20 選」の実施へと結実しています。

本選考にあたっては、全国の玩具関連企業の皆様より多くのご応募をいただきました。各社の取組はいずれも独創性と魅力に富み、すべてを選定したいと思えるものばかりでした。そのため選考は容易ではなく、選考委員による時間をかけた慎重かつ厳正な議論が重ねられました。その結果、22 社を「新たな世界を切り開く玩具産業企業 20 選」として選定いたしました。

今回の選考を通じて改めて確信したのは、日本の玩具が今後さらに大きな可能性を秘めているということです。本取組が、日本の玩具業界のさらなる発展に寄与する一助となることを心より願っております。

選考委員長

京都大学 大学院教育学研究科 教授

明和 政子



選定企業一覧

各項目で選定された企業は以下のとおりです。製造業や卸売業、小売業など、様々な業種の企業が選定されました。次ページから、選定の背景となった各企業の取組内容について、ご紹介させていただきます。

中小企業部門

グローバル展開部門

株式会社アーテック	P.6 - 7
株式会社エポック社	P.8 - 9
株式会社サンスマイル	P.10 - 11
株式会社テンヨー	P.12 - 13
株式会社ハナヤマ	P.14 - 15
有限会社山形工房	P.16 - 17

多様なファン層の獲得部門

株式会社アークライト	P.18 - 19
株式会社アガツマ	P.20 - 21
株式会社カワダ	P.22 - 23
株式会社セキグチ	P.24 - 25
株式会社タカラトミーアーツ	P.26 - 27
株式会社メガハウス	P.28 - 29

消費者とのタッチポイント強化部門

株式会社エド・インター	P.30 - 31
株式会社おもちゃ王国	P.32 - 33
株式会社くもん出版	P.34 - 35
株式会社セガフエイブ	P.36 - 37
ビーブル株式会社	P.38 - 39
ヨシリツ株式会社	P.40 - 41

大企業・中堅企業部門

株式会社タカラトミー	P.42 - 45
株式会社パイロットコーポレーション	P.46 - 49
株式会社ハピネット	P.50 - 53
株式会社バンダイ	P.54 - 57

楽しさで学びを大好きになってもらいたい

株式会社アーテック

かぶしきがいしゃ あーてっく

会社情報

所在地 大阪府八尾市北亀井町 3-2-21

設立 1960年

電話 072-990-5514

代表者 藤原 悦

URL <https://www.artec-kk.co.jp/>

従業員数 307名

会社概要

学校教材専門メーカーとして 1960 年に創業。以来 65 年以上に渡って教育の一端を担ってきた。現在では、全国約 3,000 社の代理店を通じて 10,000 種類以上のオリジナル教材や知育玩具を販売。子供たちの「創造力」を引き出し、育むお手伝いをしている。同社は、日本国内だけでなく世界 70 カ国以上でロボットプログラミングキット等のアーテックブロックシリーズやサイエンストイ、粘土、幼児向け知育玩具などを販売している。



ふじわら えつ
藤原 悦

代表取締役社長



弊社は学校教材のリーディングカンパニーとして社内一貫体制で企画・開発を行い、玩具や世界市場にも幅広く展開しています。今回の選定は、私たちの挑戦と努力が認められた証であり、大変光栄に思います。

選定項目における取組内容

教育現場で使われる アーテックロボシリーズ



同社は、長年にわたり学校教材のトップメーカーとして、時代のニーズに応じた多様な教材開発を続けてきた。近年では、プログラミング教育や ICT 活用といった先進的な教育分野にも力を入れ、子どもの創造力と論理的思考力を育む新しい教材や知育玩具の開発に取り組んでいる。これにより、同社は日本のみならず世界中の教育現場で高い評価を得ている。特にアーテックブロックを活用したプログラミングロボットキット「アーテックロボ」シリーズは、40 の国や地域で採用されており、各国の教育事情に最適化されたプログラミング学習コンテンツと、地域ごとのニーズに合わせたパッケージで提供している。各地の代理店との連携を通じて、グローバル規模での拡販を推進している。また、アーテックロボを活用した国際ロボットコンテスト「UNIVERSAL ROBOTICS CHALLENGE」を毎年夏に開催しており、2025 年は第 9 回を迎えた。本大会には 9 つの国と地域から小・中学生が参加し、各国での予選を含めると 2,700 名を超える規模にまで成長している。参加者は年々増加しており、国際的な認知度の向上・普及のための活動を行っている。

優れた技術や企画開発力

アプリとの連携・付加価値コンテンツの強化

同社は、商品企画・設計・デザイン・アプリ開発まで一貫して社内でも対応できる強みや、優れた技術力と感性を活かしアナログとデジタルを融合した付加価値の高い玩具の開発を推進している。これらの企画開発力については、同社独自の社員教育の取り組みがあり、新入社員は入社後 9 か月間にわたり商品の企画開発にとりくむ「商品開発研修」を行っている。すべての社員がものづくり・商品開発に携わることで企画開発力を高めている。

①うごくたびだす！日本地図パズル

パズルを完成させると AR 空間上にパズルと連動して様々な情報やイベントが表示される。都道府県各地の情報は、株式会社 JTB パブリッシング所有の「るるぶ DATA」のコンテンツを採用している。



②ArtecLinks

アプリで各種センサーやスピーカーなどを連携させ、子供がプログラミングをしながらスマートホームや IoT、各種システムを開発できる学習玩具。作例集やサンプルプログラムも WEB で提供しており、現在ではロボットや生成 AI と連携したキットも開発中。



子どもに夢と感動 大人に遊び心を

株式会社エポック社

かぶしきがいしゃ えぼっくしゃ

会社情報

所在地 東京都台東区駒形 2-2-2

設立 1958 年

電話 03-3843-8814

代表者 小野田 和央

URL <https://epoch.jp/>

従業員数 196 名

会社概要

1958 年の創業以来、「野球盤」をはじめアナログゲームを中心に数々のヒット商品を展開。その中でも 1985 年に発売された「シルバニアファミリー」は大きな反響を呼び、発売から 40 周年を迎えた現在も看板ブランドとして親しまれている。2008 年以降は海外展開を本格化し、2025 年までに国内外 30 社のグループ企業を擁するに至った。近年は日本文化人気や SNS 活用によるキダルト需要も取り込み、シルバニアファミリーは世界 80 以上の国と地域で高い認知度と販売実績を誇る。



おのだ かつひろ

小野田 和央

代表取締役社長



「国境を越えてエンターテインメントを届けたい!」と、常にグローバル思考を意識してきました。今後も世界中のお客様一人ひとりの感性に寄り添い、『子供に夢と感動 大人に遊び心を』という使命を大切に、商品づくりを進めてまいります。

選定項目における取組内容

自社ブランドと IP コンテンツを活かした展開



2008 年にアメリカのディストリビューターを買収し、自社販売会社として展開を開始したことを皮切りに、自社ブランドの海外展開を本格化。生産から販売までをグループ内で一括管理する「垂直統合モデル」を基本戦略として推進し、2025 年までに北南米、ヨーロッパ、アジアに 10 社の販売会社など、計 30 社に及ぶグループ企業を展開した。

現在、シルバニアファミリーは世界 80、アクアビーズは 45 以上の国と地域で販売されている。今後はジグソーパズルやトレーディングカードなど新たな分野での海外展開を進める。さらに、日本で 70 年近く培った成功事例や開発ノウハウを各国の市場データと組み合わせ、グローバル需要に適応させることで、海外売上の上昇を図る。

また、同社はアクアビーズやゲームなど、キャラクターライセンスと相性の良い自社ブランドを複数保有し、メーカーとしての商品哲学と開発努力により長年ライセンサーからの信頼を獲得している。その結果、数多くのキャラクター玩具を商品化し、日本のキャラクター市場を支えてきた。こうした取り組みに加え、近年のアニメ・マンガを中心とした日本発 IP の世界的ムーブメントも、グローバル展開を後押ししている。

優れた技術や企画開発力

国や世代を越えて愛される玩具を世界へ

同社の玩具は、高い品質と遊びの付加価値により、世代や性別、文化を越えて世界各国で広く受け入れられている。近年ではアニメ・マンガなど日本発 IP の海外でのブームを背景に、国内キャラクターの商品化実績を数多く持つ同社もグローバル展開において大きな追い風を受けている。

こうした普遍的な価値は多様なファン層の獲得にもつながっている。シルバニアファミリーや野球盤をはじめとするロングセラーは、子どもだけでなく大人にも支持される 2 世代玩具として定着し、キダルト層の取り込みにも成功している。また、自社販売会社での各国市場での展開により、地域やチャネルに応じた柔軟な価格戦略や商品導入が可能となった。それにより、ブランド価値を維持しながら幅広い消費者への浸透を実現している。

さらに、同社ブランドは「定番」でありながら、常に新たなアイデアや技術を取り入れ革新的な新商品を創出。メーカーとしての商品哲学を持ち、世界中の市場動向、潜在的な需要を的確に捉え、自ら変化し続ける姿勢が優れた技術や企画開発力の向上を支えている。



健全で活気ある社会を産み出すべく邁進

株式会社サンスマイル

かぶしきがいしゃさんすまいる

会社情報

所在地 千葉県松戸市松戸 1306-2 鈴木ビル 2F

設立 2011 年

電話 047-711-9877

代表者 金子 喜一

URL <https://www.sunsmile2.co.jp>

従業員数 6 名

会社概要

「遊びを通じて子どもの創造力を育む」ことを理念に、知育玩具の企画・開発・販売を行っている。主力商品「レールキューブ」は、安全性と独創性を兼ね備え、日本国内のみならず海外市場でも展開。また、展示会や地域イベントへ積極的に参加し、子どもたちが実際に触れて体験できる機会を大切にしている。今後も品質を第一に、世界中の子どもたちに笑顔をお届けるものづくりを続けていく。



かねこ きいち
金子 喜一 代表取締役社長



「新たな世界を切り開く玩具産業企業 20 選」選定に感謝いたします。
国内・海外の連携を強みに、みんなを笑顔にするオンリーワンの商品を「広く長く」販売するために、今まで以上に商談会や SNS を活用して、更なるビジネス拡大を目指します。

選定項目における取組内容

商談会と SNS による 海外展開の拡大



同社は米と仏にエージェンタがあり、海外での玩具展示会への出展や SNS での情報発信等を通じてグローバルな販路拡大に取り組んでいる。また海外販売を前提にした検査やローカライズを念頭に置いて企画開発している。

ニューヨーク近代美術館の MoMA ストアで取り扱われた「おしゃべりどろぶつボール」は「Jabber Ball」という名称で海外でも 100 万個販売され、2021 年のコロナ禍でロックダウンした NY を中心に TikTok で関連動画が 5500 万回視聴され、バズって笑いを振りまいた。

2024 年末にはニューヨーク/センター地下街にて、アンテナショップ「RAIL CUBE WORLD」を開店し、プロモーションと実体験による販売を実施。

2025 年 2 月には世界最大級のおもちゃの展示会「ニューヨークトイフェア」にも出展し、アメリカだけではなく EU やアジアの国への販路拡大のきっかけを作った。

2025 年 6 月には「Rail Cube」も MoMA ストアに認められ、取り扱い開始となっている。

優れた技術や企画開発力

有りそうでなかった商品の開発

同社が目指すのは、「有りそうで、実はなかった」と驚かれる玩具。消費者が直感的に受け入れ、違和感なく、しかし新しく、長く夢中になれる。そのコンセプトを軸に、企画・開発を行ってきた。

革新的でありながら自然に受け入れられる商品。それを生み出す発想力、企画力、形にする技術力。同社はその総合力において、世界トップレベルであると自負している。全ての同社製品は新技術が評価され特許を取得。「今までなかった！」と感じさせながらも、ずっと手に取れる完成度を追求している。

主力商品「レールキューブ」は、アメリカ玩具協会が認定する STEAM トイにも選定され、創造性・思考力・学習性など、子どもの成長に寄与する要素で高い評価を得ている。

また、同社では、企画・開発・設計をすべて自社で完結。3D 設計環境と試作体制を社内に持ち、開発者自身が試行錯誤を重ねることで、外注では踏み込めない“限界ギリギリの設計”を実現している。

その積み重ねこそが、「有りそうでなかった究極玩具」を生み出している。



独自の発明と感動を、信頼と共に世界へ届ける

株式会社テンヨー

かぶしきがいしゃ てんよー

会社情報

所在地 東京都江東区千石 2-8-11

設立 1960年

電話 03-3647-0361

代表者 鹿島 俊男

URL <http://tenyo.jp/>

従業員数 53名

会社概要

同社は、マジックグッズやジグソーパズルを通じて、世代を超えた驚きと感動を提供する玩具メーカー。創業以来続く自社開発の独創的なマジックグッズや高品質なジグソーパズルは国内外のファンより、常に高い評価と新製品への期待を集めている。最近ではメッキや複合加飾を施した「金バジ」を国内外の有名キャラクターで展開。累計販売数が120万個を超えるなど、常に新しいものへの挑戦と努力を続けている。



かしま としお
鹿島 俊男 代表取締役社長



この度はグローバル展開部門での選定、誠に光栄です。独自の製品開発力と、世界に広がるファンとの絆が弊社のグローバル戦略の核となっております。この度の受賞を励みに、次なる飛躍への重要なステップとさせていただきます。

選定項目における取組内容

ニッチ市場から グローバル・マス市場へ飛躍



同社のグローバル展開のポイントは、前身の天洋奇術研究所の創設から約90年の歴史の中で築き上げた「マジック業界における圧倒的な地位」。マジックというニッチかつ専門性の高い分野において、世界中の愛好家、プロマジシャン、販売店等と直接つながる独自のネットワークを保持。そのブランド力は数字にも表れ、毎年発売するマジック新製品の約半量が海外市場へと輸出。アジア、欧州、北米と、同社のマジック新製品を待つファンは世界中に存在し、新製品を発表するたびに世界各地でレビューが発信。こうした支持を背景に、現在はアメリカ市場への再展開も成功。

①北米市場での展開：過去に全米テレビCMまで展開した実績と知見を土台に、2025年には現地企業との強固なパートナーシップのもと、全米最大手の小売チェーン「ウォルマート」等での発売を実現。また、本商品は世界的有名YouTuberであるZach King氏コラボ商品となっており、実際に彼が動画でマジックを実演するなど、宣伝方法も時代に合わせてアップデートしている。

②ユーザー体験の共通化：世界中のユーザーが日本国内と同様のクオリティでマジックを楽しめるよう、英語説明書と解説動画のデジタルダウンロード対応など、言語の壁を取り払うインフラも完備。

優れた技術や企画開発力

独創的な原理の発明と量産化ノウハウの確立

同社のマジック製品が米国をはじめとするグローバル市場で高く評価されている背景には、「独自の開発思想」と「高度な製品化能力」がある。「多少の練習でプロを凌駕する効果を実現する」という極めて難易度の高いコンセプトを掲げ、企業として独自の研究開発体制を構築している。

マジックの企画開発には、膨大な歴史的背景の理解や高度な専門性が不可欠。古今東西のマジックを網羅的に把握した上で、既存手法の模倣を排した完全オリジナルの仕組みを構築する資質が必要。

また、自社開発のみならず、海外の様々なマジシャンとも協力体制を敷いており、彼らの独創的なアイデアを、同社の「誰もが失敗なく演じられる製品概念」へと昇華させ、量産可能な工業製品へと最適化する共同開発スキームは、世界中のマジシャンから厚い信頼を寄せられている。

こうした独創的なアイデアを、コンマ数ミリ単位の精度が求められるギミックへ落とし込む具現化力も、同社の核心的な技術。わずかな誤差が成功を左右するマジックにおいて、高い品質精度を維持しつつ、玩具として適切なコスト構造を実現する製造ノウハウは、長年の経験に裏打ちされたもの。

「独創的な原理の創出」から「高精度な量産化」までを一貫して完遂するこの開発力が、同社のブランド価値の根幹となっている。



わからないをおもしろく。

株式会社ハナヤマ

かぶしきがいしゃ はなやま

会社情報

所在地 東京都千代田区神田佐久間町 1-25
秋葉原鴻池ビル 6 階

電話 03-5298-2244

URL <https://www.hanayamatoys.co.jp/>

設立 1933 年

代表者 小林 邦広

従業員数 25 名

会社概要

同社は 1933 年から、子供だけでなく大人も楽しめる、立体パズルとボードゲームの専門メーカーとして製造販売を行ってきた。2025 年 12 月に 93 周年を迎え、今ではグローバル展開が進んでいる。主力の「はずる」シリーズは、世界 56 の国と地域で、累計 2,600 万個以上を販売。今後も年齢、性別、国籍など、さまざまな違いを超えて、“考え悩む楽しさ”を感じることができる商品ラインナップを送り出していく。



こばやし くにひろ
小林 邦広

代表取締役社長



グローバル展開への長年の取り組みを評価いただき大変光栄です。1933 年の創業以来、年齢、性別、国籍などを問わず楽しめるおもちゃを送り出してきました。今回の選定を糧に更なる挑戦を続けてまいります。

選定項目における取組内容

「はずる」の累計販売数は
2,600 万個以上



同社は秋葉原の本社と香港拠点（HIT）を軸に、アナログの魅力を追求した玩具を世界展開するメーカー。

主力商品の金属製立体パズル「はずる（HUZZLE）」は、世界中の作家によるギミックと同社の精密鑄造技術を融合させた逸品で、誕生から 40 年以上愛されている。累計販売数は 2,600 万個を突破し、2024 年には日本おもちゃ大賞「グローバル・サクセス賞」を受賞した。近年は「ゼルダの伝説」や「ポケットモンスター」とのコラボ商品が好評で、現在ではシリーズ売上の約 70% を海外が占めるまでに成長している。

ボードゲーム領域でも、「スリルボム」や「ミスターダイヤモンド」といった名作の復刻版が欧米やアジア諸国で高く評価され、世界各国からオファーが相次いでいる。

販路においては、本社の海外営業と HIT の連携、各地域の協力メーカーとのネットワークに加え、世界最大級の玩具見本市「シュピールヴァーレンメッセ」への継続出展を通じて、世界 56 の国と地域へ高品質なパズルやアナログゲームを届けている。今後もグローバル展開をさらに加速させていく。

優れた技術や企画開発力

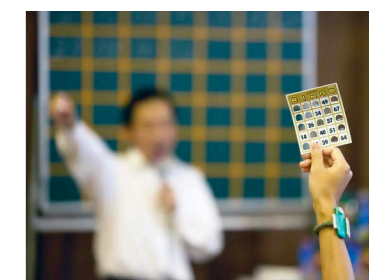
外部と社内の共創、スタンダードへのこだわり

同社は、長年培った社内エンジニアの製造技術と外部クリエイターとの共創を軸に、時代を超えて愛されるスタンダード製品を生み出し続けている。

主力製品「はずる（HUZZLE）」は、世界中のパズル作家が考案したパズルギミックを、同社のエンジニアが精密鑄造技術を用いて製品化する「共創」によって生まれている。「解法はただ一つ」という極めて高い精度の実現のため、アイデアと技術的制約をすり合わせる開発プロセスを徹底。持ち込まれたアイデアのうち商品化されるのは 5% 程度にとどまる。毎年世界で行われているパズル愛好家とパズル作家による、メンバーと招待者のみの集い IPP に参加を許されており、そこでのパズル作家たちとの交流から新しいアイデアが商品化につながることも多い。

その他、小学生が学校の自由研究で作った本格ボードゲームをベースに、同社の製造ノウハウで量産した「TAKUMI ZOO」は、様々なメディアで取り上げられ、大きな話題に。

また、トップシェアを誇る「穴あけ式ビンゴカード」は同社の先代社長が考案したと言われている。同時ビンゴ（同着）による興奮を大人数であってもできる限り防げるように 6,000 通りもの配列を用意し、お客様の体験価値を高めている。「日本ドミノ協会公認ドミノ牌」は、しっかりとした重さで並べやすさを考慮して設計されており、倒れる瞬間の美しさと安定性を実現している。



世代を越え世界で愛される生涯スポーツ“KENDAMA” 有限会社山形工房

ゆうげんがいしゃ やまがたこうぼう

会社情報

所在地	山形県長井市寺泉 6493-2	設立	1973年
電話	0238-84-6062	代表者	梅津 雄治
URL	https://kendama.co.jp/	従業員数	16名

会社概要

1973年の創業以来、木地玩具等の製造販売業を営む。日本けん玉協会認定の競技用けん玉の生産量は日本一を誇り、50年以上にわたり国産の高品質なけん玉を供給。関係団体とともに、伝統玩具として親しまれてきたけん玉を SNS やアプリ等を活用し、世界中に情報発信し、大人や高齢者までも楽しめる生涯スポーツとして定着させた。現在は、世界大会も各地で開催され、50ヶ国以上に輸出実績を持ち、世界での累計販売個数は300万個以上に達する。



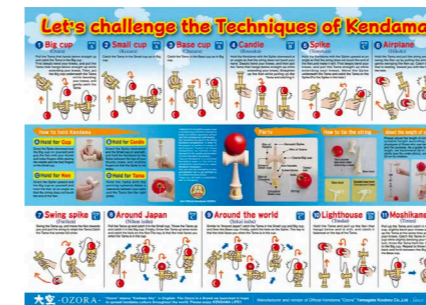
うめつ ゆうじ
梅津 雄治 代表取締役社長



けん玉をこよなく愛し、普及にご尽力された愛好家や関係者の皆様の方で「KENDAMA」が世界に広がりました。これからも日本の伝統文化「けん玉」の魅力が伝わり、世界中に感動が生まれますよう、日本の製造現場から一層努力していきます。

選定項目における取組内容

海外への販売体制を構築し、 文化の普及にも注力



21世紀初頭のグローバル化社会と情報化社会の到来に合わせ、けん玉と文化の輸出に力を入れ、世界中で通用する「KENDAMA」の地位を確立した。世界中に文化と商品を発信すべく、約30回にわたり国内外の国際展示会に出展し、現地商社や海外販売の国内商社へのPRを重ね、販路拡大を図ってきた。米国や欧州の安全認証試験も通過させ、欧州向けにはCEマーク添付商品を開発した。情報発信の分野では、YOUTUBEやInstagram、Facebook等を駆使し、文化紹介や新商品のプロモーション動画などを発信。さらに、国内外のけん玉の世界チャンピオンをプロやアンバサダーとして起用し、積極的にけん玉の奥深さも伝えてきた。

現在では、累計の輸出国数は50ヶ国を超え、プレミアムブランドの地位を確立している。また、日本・米国・欧州・中国等の国々で世界大会が行われ、この日本由来の一本のけん玉で技を競い合い、交流が深められている。けん玉が稀有なコミュニケーションツールであることや技を決めて簡単に動画を作ることができる手軽なものであることが普及に寄与した。同社はそのほとんどの世界大会のパートナーとなり、文化普及の後押しをしている。

優れた技術や企画開発力

生産日本一のプライドを持ったモノづくり

同社は、半世紀以上にわたり日本けん玉協会公認の競技用けん玉を山形県で製造し続け、競技用けん玉「生産日本一」に認定されている。創業当時より「絶対に良品以外は市場に出さない」という信念を貫き、木工製品にとっては厳しい誤差0.5mm以内の範囲を守り抜いてきた。2008年の競技用けん玉「大空」発売以来、技術も進化させ、0.01mm単位で寸法を管理し、塗装は10,000回打撃しても剥がれないレベルの耐久性を全商品の基準としている。幅広い技を繰り出すけん玉競技には、木材の見極めと精度の高さが必要不可欠で競技者には圧倒的なリピート率を誇る。2017年にはけん玉の効用が健康維持や認知症予防に役立つことに着目し、お皿を大きく、軽量設計とし、高齢者向けに福祉けん玉を発売した。これらの取組もあり、けん玉を子どもだけでなく「家族3世代で楽しめる生涯スポーツ」として進化させた。また、2018年には大人向けのけん玉「大空REShape」を発売。高難易度の技まで到達できる仕様の世界トップクラスの性能を持つ至高のけん玉で世界中のプレイヤーから人気だ。その他、発想を変えた10連けん玉などユニークなけん玉も開発し、常にけん玉の楽しさの奥行を広げてきた。環境配慮の取組としては、けん玉製造で出る端材は燻製チップ、乳牛等の家畜の敷布や薪燃料として活用させ、木材の有効活用を行っている。



成長を続けるボードゲーム業界の牽引者

株式会社アークライト

かぶしきがいしゃ あーくらいと

会社情報

所在地	東京都千代田区神田小川町 1-2 風雲堂ビル 2 階	設立	1998 年
電話	03-6260-9962	代表者	青柳 昌行
URL	https://www.arclight.co.jp/	従業員数	148 名

会社概要

“電源を使用しない” アナログゲームを「人と人が出会い良好なコミュニケーションを形成するツール」として捉え、ボードゲーム・TRPG（テーブルトークロールプレイングゲーム）・TCG（トレーディングカードゲーム）を主な商材に、ゲーム制作・卸売・店舗経営・イベント運営（ゲームマーケット：年2回／3万人規模）など幅広く展開。ヒューマンコミュニケーションの拡大を通して、より活力のある世界を創造。



あおやぎ まさゆき
青柳 昌行 代表取締役社長



弊社はボードゲームを多くの人に遊んでいただくため、誰でも楽しめるゲーム作りと、そのルールの伝え方に努力してきましたが、それが国境の枠を超え、ゲーミフィケーションとしても広く評価されることを嬉しく思います。

選定項目における取組内容

"ゲーム化"で広がる ボードゲームの教育的活用



2025年7月発売の『タイムボムQ』は、「文部科学省 光・量子飛躍フラッグシッププログラム」協力、量子研究の権威 藤井教授の監修を受けたゲームとして制作され、大阪・関西万博ではステージへ登壇。日本科学未来館とも連携し、量子力学の世界への招待状として機能。

優れたコミュニケーションツールとしてのゲームを通じた社会貢献の一環として、2022年11月岡山操山中学校の企業訪問・2024年12月横浜市立新鶴見小学校の出張授業、教員へのゲームレクチャーなど教育の場での協力も精力的に実施。そうした活動を背景に、内田洋行社発行の教育機関向けカタログにもボードゲームが掲載される運びに。また、東京大学のサークル支援を切っ掛けに、教育支援や社会貢献活動用フォームをHPへ設置し、継続的に支援先を募集。企業研修の分野においても、2024年2月に丸紅フォレストリンクス社と協力し、研修プログラムにて、入社時の研修へ会話型ボードゲームを試験導入。同期社員の仲間意識強化と定着率向上を達成。

上記の市場開拓と同時に、流入層に対する普及へのハードルとなる「説明書を読むのが大変」「ルール説明の負担が大きく、正しく遊べているか不安」といった問題を解決すべく、ルール解説動画をオフィシャルで作成し、商品本体にQRコードを貼り付ける施策を継続的に運用。

優れた技術や企画開発力

国内制作と海外ローカライズの2本の柱

ボードゲームでは2016年以降最も成功したといえる年間10万個以上・シリーズ累計100万部を誇る『ito』を筆頭に、国内ユーザーのニーズに寄り添い「分かりやすく・遊びやすく・長く遊べるもの」を目指し、年間5〜6本ペースで開発・製造。ボードゲーム発のIP展開として『ito』『ラブレター』はGAKKENから小説、『ボルカルス』は小学館から漫画化に至る。海外展開においても『レイルウェイブーム』を契機に、日本主導で市場を切り開く試みに挑戦し、大きな成功を収める。

一方で、28年前の創業当初より事業の柱としていた海外最新ゲームのライセンス獲得にも引き続き注力しており、世界的コンテンツである『ウイングスパン』『ザ・マインド』などを筆頭に、年間30程の日本語ローカライズ化を行う。この2つの相乗効果により、国内有数のメーカーという立場を確立。加えて、近年では製造受託として他社商品の製作や販売も請け負い、ボードゲーム文化露出の幅を拡大。

いまや日本を代表する一大産業ともなったトレーディングカードゲーム業界においても、国内有数の開発会社として、デジタル・アナログ問わず開発を受託。数十名に及ぶテストプレイチームを有し、プレイヤー側に生じるプレイ体験の機微を見抜き、きめ細やかなフィードバックをお返しすることで、長期コンテンツ化に貢献。



夢育 – 夢ミルチカラで、未来を育てる –

株式会社アガツマ

かぶしきがいしゃ あがつま

会社情報

所在地 東京都台東区浅草橋 3-19-4

設立 1962年

電話 03-5820-1172

代表者 戸所 正信

URL <https://www.agatsuma.co.jp/>

従業員数 60名

会社概要

同社は1962年に設立。各種キャラクターを活かした乗用玩具、遊具、知育教育玩具、ゲーム、雑貨全般、ぬいぐるみ、木製玩具、ベビーグッズ、楽器、スポーツ玩具、キダルト商品などの企画開発・製造・販売まで幅広く手掛けている玩具メーカーである。子どもたちに夢を与え、創造力を育みながら、親とのコミュニケーションを深められるものづくりを進めている。



とどころ まさのぶ
戸所 正信

代表取締役社長



この度「多様なファン層の獲得」で選定いただきました。2026年で65周年を迎える弊社が取り組んできた事業が世の中に認められた証と捉えています。今後も子どもたちが夢を育める商品を開発・製造し、世に届けられるように邁進してまいります。

選定項目における取組内容

成長を育む ロングライフデザイン商品



50年以上の歴史を持つ「乗用玩具」



日本最古のミニカーブランド「ダイヤペット」

同社は、「子どもの成長段階や発達課題は時代が変わっても本質的には変わらない」という発達心理学の考え方を基盤に、遊びを通して夢ミルチカラを育む体験を提供してきた。好奇心を大切に、挑戦を応援し、成長を実感できる体験こそが、人の成長の原動力になると考えている。変わらない発達課題に真摯に向き合い、玩具に求められる社会的役割と本質的な価値を追求し続けてきたことが、同社の商品が2世代・3世代にわたり支持されてきた理由。

発達課題は子どもだけのものではなく、老年期に至るまで人の一生を通じて存在する。同社は、エリク・エリクソンの発達段階理論に代表される発達心理学に基づき商品開発を行い、各段階に向き合うことを多様なファン層に向き合うことだと捉えている。乳幼児向け知育玩具による世代を超えた認知拡大と、キダルト向け玩具による年齢に縛られないファン層拡大の両軸で活動を展開している。

その結果、「ダイヤペット」や乗用玩具、「あいうえお教室シリーズ」など、世代を超えて親しまれるロングライフデザイン商品が生まれてきた。変わらない普遍的な玩具だからこそ、遊びの楽しさが世代を超えて受け継がれ、成長体験をつなぎ続けている。

優れた技術や企画開発力

夢ミルチカラ育む体験を提供

キャラクター（IP）は、子どもたちが発達課題に主体的に取り組むための「動機」を育てる手段であり、成長の過程を楽しく併走する存在であると考えている。同社は、キャラクターと、発達心理学に基づく企画力と実現させるための技術力を掛け合わせることで、「あいうえお教室シリーズ」や「らくがき教室シリーズ」、「ダイヤペット」など、長く愛されるロングセラー商品を生み出してきた。これらは、言語発達や運動機能、因果関係の理解など、成長に欠かせない体験を遊びの中で自然に育む設計となっている。

さらに同社は、誰一人取り残さない社会の実現に向け、ハンディキャップの有無に関わらず、一緒に遊べる共遊玩具の開発や、遊びを未来につなぐための環境配慮にも積極的に取り組んでいる。視覚や聴覚に配慮した玩具や、食育につながる体験設計、自然由来素材を活用した商品開発などを通じて、夢育体験の価値を広げている。不変の理念である「発達課題に向き合う姿勢」を軸に、技術や表現を進化させながら、同社はこれからも夢ミルチカラを育む遊びの体験を未来へとつなげていく。



©やなせたかし/フレーベル館-TMS-NTV

アンパンマン あいうえお教室シリーズ



©やなせたかし/フレーベル館-TMS-NTV

アンパンマン らくがき教室シリーズ

学び・遊び・楽しさ・癒しで心豊かな社会を創造

株式会社カワダ

かぶしきがいしゃ かわだ

会社情報

所在地 東京都新宿区大久保 2-5-25

設立 1952 年

電話 03-5291-0011

代表者 小林 正和

URL <https://www.diablock.co.jp>

従業員数 353 名

会社概要

1952 年の創立以来、日本国内のおもちゃの間屋業、製造業、輸入代理店業として事業を継続してきた。「学び・遊び・楽しさ・癒し」を事業コンセプトとし、玩具を総合的に提案していく企業。これからは子ども達に限らず、幅広い世代におもちゃやホビーの素晴らしさを提案し続けていくことが、同社の使命。また、グローバル化の中で、国内同様のコンセプトに基づき、海外の市場にも果敢に挑戦している。



こばやし まさかず
小林 正和 代表取締役社長



この度は、新たな世界を切り開く玩具産業企業 20 選「多様なファン層の獲得部門」に選定頂き、誠にありがとうございます。これからは子ども達ばかりでなく、大人に至るまで男女を問わず世界中の人々におもちゃを通じて感動を与えて参ります。

選定項目における取組内容

再現性・多様性を最大限活かしたブランド戦略



同社オリジナルブランド「nanoblock」の強みである「再現性と仕上りのクオリティ」「多様性=バリエーションの豊富さ」を最大限に活かし、様々な趣味・趣向の面で共通の興味・関心を持つ集団（TRIVE=〇〇好きな人達）にアプローチする戦略を実施中。「ブロック好き」ファンは勿論のこと、「〇〇好きな人達」を通じて多様なファン層を獲得する戦略。nanoblock を中心とした「TRIVE の輪」を拡げることで認知拡大を図る。上記戦略コンセプトの下、アニメやゲームのキャラクターのほかスポーツ（野球・バレーボール他）等の領域における IP を取得。IP とコラボした「nanoblock」の提供により、当該 IP のファン層を獲得。また、神社仏閣等の文化財建物・楽器・船舶・車両などの商品化や、有名アーティストのコンサートツアーとのコラボ、他業種との OEM コラボも多様なファン層の獲得に貢献。

「nanoblock」は初心者から大人のホビーユーザーまで幅広い層を獲得できるように、組立難易度別に商品シリーズを展開している。

自社 EC サイト「Kawada Base」を通じたファンとのコミュニケーション、「nanoblock AWARD」開催によるロイヤルカスタマー戦略・ファン文化の育成等の取組も、多様なファン層獲得に貢献。

優れた技術や企画開発力

高度な自社技術と流通を支える問屋ノウハウ

メーカー事業（オリジナル商品の企画・開発事業）としては、「日本製（made in japan）」だからこそ出来る、きめ細かいブロックの品質、及び海外協力工場に対する品質の伝承・教育を行っている。

「世界最小級ブロック」を可能とする精密金型技術と高い成形技術を持ち、独自設計による高度な再現性が可能。またロングセラーを支える「使い易いブロック」を可能とする二重バネ構造や環境に配慮した新素材の開発・導入も図っている。

玩具卸売事業としては、メーカーと小売の双方を結び付ける強い絆を実現する「創業以来培ってきたノウハウ」と「豊富な商品提供力」を持つ。

約 340 社にものぼる取引メーカーの商品約 3 万アイテムを常時取り揃え、消費者の多種多様なニーズに対応すると共に、日本全国約 4,700 ヶ所の業態が多岐に亘る小売店に玩具を提供している。

また、各メーカーと協力して販促提案等のプロデュースも実施。一方で、商品の売れ筋動向を踏まえた小売店への商品提案も行っている。

具体的には、玩具の可能性を引き出すべく「年末受注会 in Kawada」等の玩具展示会や商談会の毎年開催、「玩具問屋ならではの」自社商品・他社商品を問わぬ「売り場作り」に関わる企画・開発力を提供している。



愛と夢で世界を結ぶぬいぐるみのセキグチ

株式会社セキグチ

かぶしきがいしゃ せきぐち

会社情報

所在地	東京都葛飾区西新小岩 5-3-27	設立	1918 年
電話	03-3692-1001	代表者	吉野 壽高
URL	https://www.sekiguchi.co.jp/	従業員数	40 名

会社概要

同社は 1918 年創業のぬいぐるみ・人形メーカー。モンチッチをはじめとしたオリジナルキャラクターやライセンスキャラクターの、ぬいぐるみ・雑貨等を製造販売している。愛と夢にあふれたぬいぐるみやお人形を世界中の人々に届けることを使命とし、ひとつひとつの商品に愛情をこめて企画から販売までを一貫して行っている。同社が届ける商品が、どんなときも家族のように寄り添ってしてくれる、そんな存在であってほしいと願い大切に届けている。



よしの 吉野 壽高 代表取締役社長



モンチッチは今、世界中で大人気です。
 私たちの企画室から生まれたモンチッチは世代と国境を超え、たくさんの人々の心をとらえています。
 私たちはこれからも時代の感性に寄り添いながら、人々に愛されるぬいぐるみをお届けしてまいります。

選定項目における取組内容

世代と国を超えて支持されるモンチッチ



モンチッチは大人を主なターゲットとしながら、近年はティーン層にも人気を博し、年齢やライフステージ、さらには国を超えたファン層の広がりをみせている。発売から 50 年以上にわたり親子三世代に支持されてきたことに加え、近年では従来の課題であった若年層への認知も獲得した。これは今後のキャラクターの育成において重要なポイントと捉えている。

プロモーションにおいては、周年施策や記者会見イベント、商業施設・駅構内での展開などリアルな接点を重視するとともに、SNS 等を活用したオンライン上での情報発信を強化している。

特にモンチッチ 50 周年の際には、「株式会社モンチッチ」を設立しモンチッチを CEO に就任させ、一貫したプロモーションを展開。アニメや漫画といった背景を持たないキャラクターであるからこそ、企画性の高いプロモーションが重要であると考えている。

また、モンチッチに限らず同社では複数の公式 SNS アカウントを運用し、それぞれの特性に応じた発信を行うことで、多様なファン層との継続的なコミュニケーションを実現している。芸能人やインフルエンサー、一般の方まで様々な方が PR ではなくオーガニックな投稿として同社商品を紹介しており、そういった SNS からのムーブメントを活用することで、共感を軸とした商品認知の拡大と新たなファン層の獲得に繋がっている。

優れた技術や企画開発力

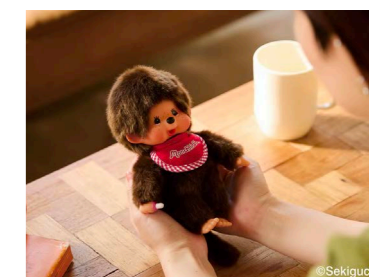
100 年の技術と感性が支えるものづくり

同社では、若い世代に向けた商品企画のみならず、年齢やライフステージ、さらには国を超えて愛されるものづくりをおこなっている。そのため常に国内と海外、各地域のマーケットを意識し、世界に通用する商品を志向している。

これらの企画開発のベースとなるのは、100 年を超える歴史の中で培った技術力と企画力だ。キャラクターを立体で表現するデザイン力を強みとし、ミリ単位まで妥協しない造形や表情づくりにこだわっている。

特に、ソフトビニールと布生地を組み合わせた独自の「モンチッチ製法」は、他社では再現が難しい品質と温かみを実現する同社ならではの技術である。

また、流行に左右されない普遍的な価値を重視し、長く大切に使用される商品づくりを通じて、結果的に環境負荷の低減にもつながる持続可能なものづくりを実践している。そういった「セキグチらしさ」を守りながらも、同社に寄せられるお客様の声や、SNS 等での反応を積極的に商品企画に活かし、ブランド価値の継続的な向上に取り組んでいる。



「ドキドキ・ワクワク」をお届けする、プロ集団！ 株式会社タカラトミーアーツ

かぶしきがいしゃ たからとみーあーつ

会社情報

所在地 東京都葛飾区青戸 4-19-16

設立 1988年

電話 03-5680-4901

代表者 近藤 歳久

URL <https://www.takaratomy-arts.co.jp/>

従業員数 226名

会社概要

玩具メーカーの株式会社タカラトミーのグループ会社で、主にガチャ®（カプセル玩具）やアミューズメントゲーム、ぬいぐるみや雑貨系商品などを企画・製造・販売しているメーカー。年齢・世代を問わず、幅広い消費者に驚きやワクワク感を届けられるような商品作りを目指している。

主な事業内容：玩具・カプセル玩具・雑貨・ぬいぐるみ・玩具菓子・アミューズメント筐体・キャラクターアパレルの企画、製造、販売

※「ガチャ」は株式会社タカラトミーアーツの登録商標です。



こんどう としひさ
近藤 歳久 代表取締役社長



栄誉ある選定を賜り、大変光栄に存じます。弊社のガチャは子供から大人まで多くの皆様に愛され多様なファンを獲得してきました。その「ドキドキ・ワクワク」は世界中の皆様にも共感していただけると確信し、グローバル展開も強化してまいります。

選定項目における取組内容

ガチャ®のリブランディングと豊富なラインナップ



時代の変化が著しく、消費者のニーズが変化・多様化している中でも、同社はしっかりとニーズを捉え、お客様に「クスク」と笑ってもらえるような物作りに邁進し、皆様に「ドキドキ・ワクワク」を届けたいと考えている。主力商品である「ガチャ（Gacha）」は毎月40～60アイテム、年間約600アイテムの新商品を発売。人気のキャラクターやIPを活用し、同社ならではの独創的でユーモアがある豊富なラインナップでの商品展開により、お子様だけでなく20～30代の大人やファミリーに至るまで、幅広いファン層を獲得。2025年のガチャ日本上陸60周年では、「ガチャ」のロゴをはじめとするデザインを一新してリブランディングを行った。「ガチャをまわすきっかけは、いつだってじぶんの「ドキドキ！ワクワク！」。ちいさなカプセルの中には、懐かしいあの日や、新しい世界がまっている！じぶん次第で、出会いは無限にひろがっていく。ほんとうは、ガチャに失敗なんてないんだ。まわせ、じぶんガチャ！」このようなコンセプトのもと、「ガチャ」からはじまる出会いをよりたくさんの人に届けるために、同社ではこれからもバラエティあふれる商品展開を行っていく。

優れた技術や企画開発力

ガチャの省資源化活動について

タカラトミーグループでは、おもちゃのライフサイクルの各シーンで考えた環境配慮の自社基準を満たしているおもちゃを「エコトイ」として認定している。エコトイ基準の設定は、グリーン購入ネットワーク（GPN）事務局からのアドバイスを参考に、タカラトミーグループの安全品質、生産技術、環境等それぞれの専門部員から構成される「エコトイ委員会」が中心となって行っている。

また、同社では、商品サイズにあわせてカプセルを小さくすることでプラスチック樹脂の使用量を削減。2023年からは通常のサイズを保ちながらもプラスチック樹脂を削減できるメッシュ形状の新軽量化カプセルを開発し、2026年3月より順次採用を開始している。さらに、カプセルがゴミにならないよう、カプセルのパーツを商品の一部としてそのまま使って遊んだり、カプセルそのものが宝石箱などの商品となったりしている「カプセルレス商品」を販売するなど、様々な取り組みを進めている。



<新軽量化カプセル>



<通常カプセル>

好きを極めるファンクリエイト

株式会社メガハウス

かぶしきがいしゃ めがはうす

会社情報

所在地	東京都千代田区外神田 3-13-8	設立	1962 年
電話	03-3847-1721	代表者	佐藤 明宏
URL	https://www.megahouse.co.jp/	従業員数	124 名

会社概要

同社の事業内容はキャラクター IP を活かしたフィギュアや、パズル、ボードゲームなどのトイ、玩具菓子など幅広い商品の企画・開発および製造・販売。自分たちの『好き』やユーザーの『好き』にことん向き合っ、商品・サービスをクリエイトし、遊びの発想と精密な造形技術で世界中の多様な世代に楽しさと感動を提供し、環境配慮や知的財産の保護、コミュニティとの共創などサステナブルな取り組みも推進していく。



BANDAI NAMCO

さとう あきひろ
佐藤 明宏 代表取締役社長



「玩具産業企業 20 選」へのご選定、大変光栄に存じます。多様な「好き」に寄り添い、皆さまに楽しさと感動を届けてきた取り組みをご評価いただいたことを、大きな励みと感じております。今後も玩具の可能性を広げる挑戦を続けてまいります。

選定項目における取組内容

「キダルト × 推し活」で世代を超えて



©吾峠呼世晴/集英社・アニプレックス・ufotable



©岸本斉史 スコット/集英社・テレビ東京・びえろ

玩具を子ども向けに限定せず、子どもから大人まで幅広い年齢層に向けた商品展開により、多様なファン層の獲得を進めてきた。定番商品についても、時代に合わせた工夫を重ねながら展開することで、世代を超えて楽しめる商品として支持を広げている。

中でも、「るかつぶ」シリーズは、可動する首による独自の“見上げる”ポーズでキャラクターと目が合う仕様が特長。約 11cm のコンパクトサイズで飾りやすく、持ち運びにも便利であることや、約 60 種に及ぶ豊富な IP ラインナップにより、自分だけの推しキャラクターを身近に感じられる点が高い支持を獲得している。SNS では、カフェや旅行先で撮影した写真投稿が広がり、推し活グッズとして女性層を中心に人気を拡大している。

また、人気キャラクターを猫化したコレクションアイテム、「MEGA CAT PROJECT」は、オリジナルのデフォルメデザインと幅広いキャラクターラインナップにより、ライト層や女性ファンにもアピールし、SNS でも話題を集めた。これらの取り組みにより、嗜好や世代の異なる多様なファン層の獲得につながっている。

優れた技術や企画開発力

体験と学びで広がるファン接点

独自の造形技術と企画力を活かした商品展開に加え、商品やコンテンツに直接触れる体験の場を通じて、ファンとの接点拡大に取り組んできた。

TV アニメ『ONE PIECE』のフィギュアシリーズ『Portrait.Of.Pirates (P.O.P)』は、精密造形技術によりキャラクターの魅力や世界観を忠実に再現した高品質フィギュアとして、発売から 20 年以上にわたり国内外で展開、世界累計出荷数 500 万個を突破している。

また、同社主催イベント「メガホビ EXPO」をはじめとしたリアルイベントでの新作発表や展示、オンライン配信や SNS を通じた情報発信により、国内外のファンとの継続的な接点を創出している。

さらに、『ルービックキューブ』と『オセロ』は競技としての側面も持ち、世界大会が開催されるなど、競技者や観戦者といった新たなファン層との接点を生み出している。加えて、視覚障がいのある方でも一緒に遊ぶことができるユニバーサルデザインを取り入れたオセロを活用した学校教育向けの無償プログラムの展開や、環境に配慮した素材やパッケージの工夫などサステナブルな取り組みも進めることで、体験や学びを通じたファン接点の拡大につなげている。



©尾田栄一郎/集英社・フジテレビ・東映アニメーション



TM&©Othello,Co. and MegaHouse

知育玩具で笑顔あふれる未来を創造する

株式会社エド・インター

かぶしきがいしゃ えど・いんたー

会社情報

所在地 兵庫県尼崎市長洲西通 1-13-1

設立 1988 年

電話 06-6488-1100

代表者 梶井 貴博

URL <https://www.ed-inter.co.jp/>

従業員数 35 名

会社概要

1988 年の創業以来、幼児教室発祥という背景を活かした知育玩具メーカーとして、日本国内における知育玩具市場の発展に注力してきた。近年ではベトナムに日本の木製知育玩具メーカーとして初の自社工場を設立し、日本品質の知育玩具を世界へ展開する拠点となっている。また、自社 EC サイトや SNS の運営も行い、時代の変化へ柔軟に対応しながら、より良い商品を世界の子どもたちへ届けられる企業を目指している。



ならい たかひろ
梶井 貴博

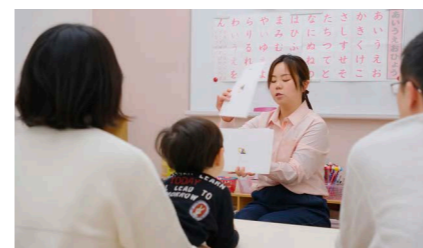
代表取締役社長



この度の選定に心より感謝申し上げます。幼児教室の運営を原点に、木製知育玩具メーカーとして歩んできた弊社の取り組みが評価され、大変光栄です。今後も消費者との接点を深め、日本の子どもたちと未来を創る企業へ成長してまいります。

選定項目における取組内容

教育と直営拠点を活かした顧客接点の深化



同社は、消費者との直接的な接点を重視し、体験価値の提供を通じた新規ユーザーの獲得と顧客理解の深化に取り組んでいる。その代表的な取組が、同社子会社による幼児教室事業。1988 年と 1989 年にそれぞれ開設した 2 店舗に加え、2026 年 4 月には新たに 1 店舗を開設した。胎教から小学生までを対象とし、創業期から在籍するベテラン講師を含む指導体制により、多くの子どもたちの成長を支援してきた。この幼児教室は教育の場であると同時に、商品開発における重要なタッチポイントでもある。新商品開発時には講師の知見を企画に反映するとともに、試作段階で保護者や子どもへのヒアリングやテストプレイを実施している。実際の使用環境で得られた意見を取り入れることで、知育効果が高く、子どもたちが主体的に夢中になれる商品の開発につなげている。

さらに同社は、自社 EC サイトの運営に加えて自社運営の実店舗を構え、エンドユーザーと直接対話できる販売拠点を展開している。これらの直営チャンネルで得られる顧客の声を、商品改良や新商品企画に反映し、教育現場・販売現場・オンラインを横断した顧客接点の強化を図っている。

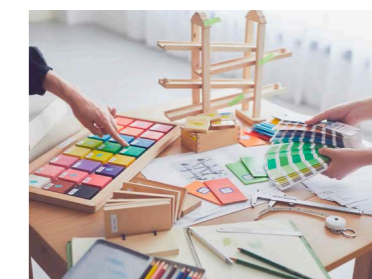
優れた技術や企画開発力

教育と製造を循環させる一貫通貫の企画開発

同社の技術力および企画開発力の強みは、玩具や教育に関わる複数の事業を同社で一貫して展開している点。幼児教室、海外自社工場、直営店舗、自社 EC といった事業を通じて、教育現場、製造現場、販売現場、消費者の声を多角的に収集し、商品企画・開発へ継続的に反映している。

商品開発においては、幼児教室で蓄積された教育現場の知見を活用し、子どもの発達段階や行動特性を踏まえた設計を行っている。試作段階では、保護者や子どもによるテストプレイや意見聴取を行い、使用体験を起点とした改良を重ねることで、知育効果と遊びの楽しさを両立した商品づくりを実現している。

また、海外の自社工場では、企画意図を正確に反映できる製造体制を構築し、安全性や品質を重視したものづくりを行っている。素材選定や設計段階から安全性を考慮するとともに、木製玩具を中心とした製品構成により、環境負荷の低減にも配慮している。企画・設計から製造、品質管理までを一貫して担うことで、高い付加価値を安定的に提供している。



見て触れて体験できるおもちゃのテーマパーク 株式会社おもちゃ王国

かぶしがいしゃ おもちゃおうこく

会社情報

所在地 岡山県玉野市滝 1640-1

設立 1995 年

電話 0863-71-4488

代表者 高谷 昌宏

URL <https://www.omochaoukoku.co.jp/>

従業員数 90 名

会社概要

1996 年に玩具のテーマパークを開園して以来、メーカーと提携して玩具で自由に遊べるパビリオンと体験型物販を行っている。その取り組みはフランチャイズを含めて全国 4 ヶ所に広がり、年間約 130 万人に玩具の実演を行っている。2019 年より玩具 IP を使ったイベントを開発し全国の商業施設、遊園地に提供している。大学との産学共同研究により「遊びは最高の学び」というコンセプトを樹立し、玩具を通して子どもの成長を支援している。



たかや まさひろ
高谷 昌宏 代表取締役社長



この度の選定は、玩具メーカー並びに業界団体の皆様のご支援の賜物と深く感謝申し上げます。2026年に30周年を迎えたおもちゃ王国は、今後も「遊びは最高の学び」という理念のもと、子ども達の明るい未来のために、玩具の魅力と価値を発信してまいります。

選定項目における取組内容

自由に遊べるパビリオンと体験会イベント



同社が運営するおもちゃ王国（岡山）では玩具メーカー 20 社以上と連携し、玩具で自由に遊べるパビリオンを 20 種類常設している。トミカやプラレールなどの大手玩具 IP のみならず、木製玩具や知育玩具、外遊び玩具なども豊富に取り揃え、子どもを中心にさまざまな玩具体験を提供している（年間約 35 万人）。また、ペイブレードなどのバトルトイ、ヨーヨーなどのスキルトイ、アクアビーズなどのメイキングトイなどは体験会イベントを年間で 50 回以上開催している。そして常設パビリオンや体験イベントで得られたお客様の声や、運営中の気づきは玩具の発展に役立てて欲しいという思いで、各メーカーにフィードバックしている。

また、リカちゃん、メルちゃん、シルバニアファミリーといった玩具 IP を使ったイベントパッケージを各メーカーの協力のもと企画制作し、おもちゃ王国がないエリアの遊園地や商業施設にレンタルし、そこでも玩具の普及活動を行っている。

2025 年度からホテルでの玩具 IP の活用をメーカーに提案し、ライセンスとして「メルちゃんなかよしルーム」を企画し、ホテルグリーンプラザ軽井沢で営業を開始した。

そして日本玩具協会の業界活性化プロジェクト「アソポーフェスタ」において、東京おもちゃショー等でのイベント会場設営と運営の協力をしている。

優れた技術や企画開発力

おもちゃパビリオンのノウハウで魅力発信

同社では上記のとおり、消費者とのタッチポイントの強化において、多種多様な玩具体験を日本全国で 3 世代に提供し、その活動は 1996 年以降、30 年に渡り継続している。子どもたちに玩具の魅力や楽しさを伝え、安心して夢中になって遊んでもらうために、玩具遊びの環境のあり方について、日々検証と実践を続けている。その玩具に最適な「プレイ仕器」や「遊び方の説明」はどうあるべきか、演出方法とはなにか、同社主導で企画し、玩具メーカーに監修を受け、独自の遊び空間を創出してきた。

また、大学との産学共同研究を通じて、幼児期における玩具遊びの重要性を教育的観点から検証し、その成果を遊び場づくりに活かしている。さらに 2018 年からは、災害時の避難所における玩具の役割や遊びの運用方法について、鳴門教育大学と継続的に共同研究を行っている。

時代とともに消費者の生活環境や価値観は変われども、変わらずあり続ける玩具の価値を同社は発信し続けている。「遊びは最高の学び」というコンセプトのもと、玩具を通して喜びと楽しさを提案し、日本中の子どもたちに笑顔があふれる未来を創造していく。



すべての人に「できた！」の喜びを

株式会社くもん出版

かぶしきがいしゃ くもんしゅっぱん

会社情報

所在地 東京都品川区東五反田 2-10-2
東五反田スクエア 11F

電話 03-6836-0301

URL <https://www.kumonshuppan.com/>

設立 1988年

代表者 泉田 義則

従業員数 123名

会社概要

同社は、公文式学習のフランチャイザーとして教材開発・指導法研究、教室設置・運営事業を主に展開する株式会社公文教育研究会のグループ会社。同社は、公文式学習の実践と経験をいかしたオリジナリティの高い知育玩具・文具（KUMON TOY）、学習教材、絵本、児童書などの出版物の制作、販売を行い、すべての人が意欲的に、自ら学び、描く未来を実現できるよう、一人ひとりの成長への貢献を目指す企業。



いずみだ よしのり
泉田 義則

代表取締役社長



知育玩具とドリル・カード・絵本を組み合わせ、「できた！」という一貫したコンセプトで子どもたちの成長に寄り添えるのは、弊社の強みの一つです。今回の選定を励みに、売場と商品の価値向上に、さらに努めて参ります。

選定項目における取組内容

体験型売場「KUMON PARK・KUMON すくえあ」の設置



同社は、「見て・触れて・体感できる」をコンセプトとし、知育玩具・文具・出版物を1か所に展開し、体験コーナーを併設する体験型売場づくりを販売店と連携して推進している。

子どもの「できた！」という達成感や学ぶ意欲を引き出すだけでなく、保護者が我が子の可能性を実感できる知育空間となっている。売場における実体験は、顧客と商品との良質なタッチポイントとして機能。商品価値に対する納得感を伴う購買を促すことで、顧客満足度の向上を実現している。さらに、この体験価値は、一過性の効果に留まらず、継続的な来店を促す集客効果やリピート購買の促進、販売店の売上向上にも貢献している。

2016年開設の直営店「KUMON PARK」を起点に、「KUMON すくえあ」として書店を中心に設置を開始。2026年3月には500店舗超にまで拡大した。設置店舗は週末を中心に家族連れで賑わい、多くの店舗で前年実績を上回る売上を記録している。また、国内に留まらず、2026年3月現在、タイの4店舗でも設置されるなど、海外へも広がっている。

2025年には「KUMON すくえあ」向けのLINEアカウントも開設。商品の選び方ガイドや新商品情報、来店スタンプ等の施策をリアル売場と連動させ、ユーザーとの接点強化や関係性維持の場としても機能させている。

優れた技術や企画開発力

KUMON グループの一員として一人ひとりの成長に貢献

同社は、KUMON グループが培ってきた教育理念と共通の価値観をすべての事業活動の基盤に据えており、以下に示す公文式の考え方を具現化すべく商品開発力の向上を追求している。

子どもから学ぶ：教室事業を展開する公文式学習では、子どもたちの学習状況や進度をもとに、絶え間なく教材や指導方法の改善を行っている。一方、同社の知育玩具においても、開発段階でのモニターや発売後の顧客のフィードバックを活かした改善に重きを置いている。生後10か月から遊べるボール玩具『くるくるチャイム』は、「子どもから学ぶ」姿勢を具現化した商品である。安全設計の追求やデザイン変更など改善を積み重ね、現在の仕様で5代目。37年を迎えるロングセラーとして顧客から選ばれ続けている。

スモールステップ：らくにできることから始め、少しずつ難易度を上げていくことで無理なく力をつけられるという知見に基づき、「できた！」の達成感を原動力として次のステップに自発的に挑戦できる仕組みを組み込んでいる。『くもんの日本地図パズル』は、ピースの地方別色分けやひらがな表記による導入から、1色統一、漢字表記、最終的には都道府県名なし、形状のみへと移行。レベルに合わせて段階的にステップアップしながら着実に都道府県の位置と名前を覚えらるる設計がなされている。

KUMON

くもん出版



「お気に入り」で共感を創造する Craft Fan Favorites, Wow the World!

株式会社セガフェイブ

かぶしきがいしゃ せがふえいぶ

会社情報

所在地	東京都品川区西品川一丁目 1-1 住友不動産大崎ガーデンタワー	設立	2024 年
電話	03-5736-7111	代表者	杉野 行雄
URL	https://www.segafave.co.jp/	従業員数	860 名

会社概要

同社は、玩具やアミューズメントゲーム機器、プライズ製品の開発・製造・販売を通じて、グローバルで“モノづくり”“場づくり”“体験づくり”の提供価値を追求している。「アンパンマンこどもミュージアム」のベーカーリーやぬいぐるみショップの運営をはじめ、世界中のリアルな場を通じ、IP や玩具の生み出す感動体験を提案するとともに、様々な形で人々の“Fave (Favorite=お気に入り)”を提供することで皆様のライフスタイルを応援していきたいと考えている。



すぎの ゆきお
杉野 行雄 代表取締役社長



弊社は 2024 年にアミューズメント部門と玩具部門の統合により設立いたしました。今回の選定を光栄に受け止め、強みである「モノづくり」「場づくり」「体験づくり」を通じて、Favorite (お気に入り)=Fave を世界中に届けてまいります。

選定項目における取組内容

消費者との距離が近い SNS や場づくり



認知をしても使ってみないとわからない商品は、試遊いただくことが大変重要なタッチポイントとなる。また、体験と共に知っていただく場合はより深い認知を醸成することが可能なため、体験会の場づくりを、玩具流通をはじめ、様々な企業と協業して行っている。アンパンマンのぬいぐるみの売り場を単純な棚やフックにおいて並べるだけではなく、アンパンマンのキャラクターを模した巨大な店舗用の棚を設置し、そこにぬいぐるみ商品を並べるなど、購入時にワクワクするような体験型売場を主要店舗にて展開を始めている。

2025 年は東京、名古屋、大阪のアミューズメント施設で電子玩具の試遊イベントを 6 日間実施したり、フィットネス企業の運営施設全国 5 店舗にて、フィットネス知育玩具の体験会を実施した。

また、世界的に有名な同業他社のキャラクターを宣伝大使として起用したことで異例のコラボが SNS 上で話題となった。新商品のコンセプトと、同業他社のキャラクターのメッセージが合致したことで実現した先鋭的な取り組みは、ブランドの枠を超えた消費者とのタッチポイントを生み出した。

優れた技術や企画開発力

ユーザーニーズを押さえた商品開発と技術開発

15 年前に登場したタッチペン対応絵本型知育玩具は、今でもベストセラー。アンパンマンが教えてくれる言葉を子どもが真似し、親が教えない言葉まで自然に習得することで、驚きと感動を提供している。英語、二語文や『ありがとう』や『お手伝いします』などの感情表現のシーンを定期追加し、優れた技術力と感性で時代を超えるスタンダードを築いている。利用者の声を反映する継続的なブラッシュアップで常に付加価値を高め続けている。

また、寝る前の読み聞かせ絵本をゆったり動く映像で天井に投影する画期的プロジェクターであるドリームスイッチは、子育ての「寝る前の時間」問題を解決する商品。二児の親である企画者が 1 年かけ 100 組の親子検証を経て、収録本数・映像時間・リモコン操作を最適化し、心地よい寝る前の時間を提供。コスパ・タイパ・スベパ重視で、子どもの趣向に応えるコンテンツ差し替え機能を拡充し、時代のニーズを傾聴。常に改良を重ねることで時代を超えるスタンダードを実現している。



好奇心を丸出しに遊ぶを当たり前前の社会へ！

ピープル株式会社

ぴーぷる かぶしきがいしゃ

会社情報

所在地	東京都中央区東日本橋 2-15-5 VORT 東日本橋	設立	1977 年
電話	03-3862-2768	代表者	桐渕 真人
URL	https://www.people-kk.co.jp/	従業員数	40 名

会社概要

「子どもの好奇心がはじける瞬間をつくりたい！」をパーパスに掲げ、玩具の企画開発・販売を行っている。1982 年の玩具事業創業から 40 年以上、「子どもが本能的に飛びついて、ものすごくよく遊ぶ」という玩具の本質的性能を追究し続けている。キャラクターや競争優位性にリソースを割くのではなく、まだうまく言葉で主張できない小さな子どもを、一人ひとり丁寧に観察して生まれ持った好奇心を見つけ出し、それに応える玩具を時間をかけてつくっている。



きりぶち まさと
桐渕 真人 / 取締役兼代表執行役



ご選定いただき誠に光栄に存じます。「赤ちゃんをあじわうワークショップ」は当社の玩具開発における姿勢を外部的の方と共有する特別な取り組みです。素直に目の前の子どもたちを観察することや、そこで得られる気づきの価値をお届けしております。

選定項目における取組内容

赤ちゃんをあじわう ワークショップ



同社は、玩具を通じた価値提供を「購入体験」にとどめず、乳幼児の好奇心を研究・観察する視点そのものを消費者と共有する接点づくりに取り組んでいる。その代表的な取り組みが、同社社員が運営する「ピープル赤ちゃん研究所」による『赤ちゃんをあじわうワークショップ』。

本ワークショップでは、赤ちゃんの行動や反応を参加者自身が観察・体験する場を提供し、同社が日々行っている研究や玩具開発の視点を体感的に理解できる設計としている。

SNS などが普及し情報過多な社会において、子育ての正解を外部情報に求めがちな状況に対し、ワークショップでは目の前の子どもの好奇心を同社社員と共に観察する時間を大切にしている。

気になっていた赤ちゃんの行動への理解が深まったり、肯定しおもしろがったりすることで「子育てが楽になった」などの口コミも広がっており、これまで延べ 555 組（※）の親子が参加した。

ワークショップを通じて、子どもたちの好奇心そのものや、それを発見したり分析したりすることのおもしろさを伝えていくことで、消費者は単なる利用者ではなく「好奇心研究」を共有する共感者・理解者となり、継続的で深い関係性の構築に繋がっている。

※集計期間：2022 年 10 月 14 日～2026 年 1 月 9 日

優れた技術や企画開発力

子どもの好奇心をおもちゃに落とし込む技術

同社は、玩具事業創業当時から 40 年以上にわたって、乳幼児の「好奇心」を理解するために、ビッグデータや効率性を重視した分析ではなく、企画開発者自身が目の前の赤ちゃんや子どもとじっくり向き合って観察することを大切にしてきた。

一見すると非効率とも受け取られかねないこの姿勢に、あえて時間・人材・コストを投じているのは、子どもたち一人ひとりの個性あふれる行動や反応、その変化などは、直接向き合うことでしか捉えられないと考えているためだ。

同社の製品は、こうした観察と試行錯誤の積み重ねから生まれるからこそ、文化や言語、国境を越えて子どもたちに自然と受け入れられ、購入した利用者などからも「ピープルのおもちゃは本当によく遊ぶ」という評価を多数受けている。

同社は今後も、玩具を通じて子どもたちの好奇心を引き出し育てることで、効率性だけでは測れない価値創出のあり方を提示し、玩具産業のみならず、子どもを取り巻く社会全体の持続的な発展に寄与していきたいと考えている。



創造力を世界へ広げる日本発 LaQ ヨシリツ株式会社

よしりつかぶしきがいしゃ

会社情報

所在地 奈良県吉野郡大淀町越部 1563

設立 1983年

電話 0747-52-2369

代表者 吉條 宏

URL <http://www.yoshiritsu.com/>

従業員数 121名

会社概要

1983年10月の設立以降、同社は知育玩具の企画・開発・製造・販売を行っている。主力商品である組み立てブロック「LaQ」は1994年に発売開始し、少ないパーツで多様な形を表現できる独自構造を特長とする。全国約2,000店舗の書店を中心に流通を確立し、体験イベントやコンテスト、SNSを通じて消費者の声を商品開発に反映してきた。近年は海外展開にも注力し、日本発の知育玩具として教育分野を含めた価値発信を進めている。



きちじょう ひろし

吉條 宏

代表取締役社長



「新たな世界を切り開く玩具産業企業20選」の選定、大変光栄に存じます。製品化に10年以上を費やした『LaQ』を通じてこのような評価をいただけたこと、感慨深いです。これからも、世界中の子どもたちに愛される玩具づくりに邁進いたします。

選定項目における取組内容

体験を重視した リアル接点強化



LaQでは、幼児期の学びは日常の遊びの中で、楽しみながら手指を使って体験することが重要であると考えている。幼児算数における「かず」「かたち」「すいり」の要素は、すべてLaQの遊びの中で自然に身につけることが可能である。

書店や教育施設で実施する体験イベントでは、まずパーツを繋げる動作を通じて集中力を高め、数の概念や数量感、規則性、論理的思考力、空間認識力を育成している。試行錯誤しながら自分のイメージを形にすることで、創造力や想像力も養われ、子どもたちは楽しみながら算数の基礎を身につけていく。また、書店・玩具店・幼稚園・保育園・学童施設へ、指導役である社員「LaQハカセ」を派遣し、毎週継続的にリアルイベントを実施している。単なる販売促進ではなく、直接指導と対話を通じて遊び方や創造の楽しさを伝えることで、子ども・保護者・教育現場との長期的な関係構築を図っている。LaQの体験活動は、単なる玩具の遊び方紹介ではなく、子どもが「楽しい」「もっとやりたい」と感じる体験を通じて、学びの土台を育てることを目的としている。遊びと学びを切り離さず、家庭や教育現場と連続した体験価値を提供している。

優れた技術や企画開発力

独自構造と企画力が生む高い創造自由度

LaQは、日本の伝統的な生活文化の発想を基に開発された組み立てブロック玩具である。限られたパーツから多様な形を生み出す構造は、成長やライフスタイルの変化に合わせて道具の使い方を変えてきた日本の暮らしの知恵に着想を得ている。

一枚の布を着物として仕立て、体型の変化に応じて仕立て直し、最終的には座布団やお手玉として再利用するように、資源を無駄なく使い続ける思想を玩具に落とし込み、独自構造と企画開発力により、少ないパーツで高い創造自由度を実現している。またLaQは平面・立体・曲線表現を可能にする独自パーツ構造を基盤に、高い創造自由度を実現している。この技術を活かし、書店、玩具店、幼稚園保育園向け、水族館、動物園などの販売チャンネルごとに商品を企画し、さらに他社のキャラクターコンテンツとのコラボ商品、さらに難易度別モデルやテーマ性のある商品を継続的に開発。遊びながら考える力を育む設計思想と、現場の声を反映した企画開発力が大きな強みとなっている。



創業 100 年を超える “総合アソビメーカー” 株式会社タカラトミー

かぶしきがいしゃ たからとみー

会社情報

所在地	東京都葛飾区立石 7-9-10	設立	1924 年
電話	0570 - 041031 (お客様相談室 ナビダイヤル)	代表者	富山 彰夫
URL	https://www.takaratomy.co.jp/	従業員数	連結 2,496 名 単体 578 名

会社概要

同社は1924年に創業し、2024年に創業100周年を迎えた。鉄道玩具「プラレール」、ダイキャスト製ミニカー「トミカ」、着せ替え人形「リカちゃん」、現代版ベゴマ「ペイブレード」、変形ロボットキャラクター「トランスフォーマー」など、年齢や性別にとらわれない多様な“アソビ”を世界に提供する総合アソビメーカー。年齢軸の拡大（キダルト層の拡大）と地域軸の拡大（海外市場拡大）を成長戦略の柱としている。



とみやま あきお
富山 彰夫 代表取締役社長 CEO



「アソビ」という体験を通して、社会性や倫理観、想像力や冒険心、感性や人との絆まで届けられるものこそわたしたちが目指すべき“品質”です。タカラトミーグループの“アソビへ懸ける品質”が、世界中の人を健やかに、社会を賑やかにしていくことに繋がると信じています。

選定項目における取組内容

グローバル展開

ダイキャスト製ミニカー「トミカ」の世界展開



「トミカ」は1970年、日本初の手のひらサイズの国産車ダイキャスト製ミニカーシリーズとして発売。外国製ミニカーが主流だった当時、「日本の子どもたちに、もっと身近な国産車のミニカーで遊んでもらいたい」という想いのもと誕生し、今では三世代にわたって愛されるブランドへと成長している。これまでに国内外で累計1万種以上の車種を発売し、累計販売台数は10億台を突破。約55年間でおよそ1.8秒に1台売れている計算となる。近年は世界的にダイキャストミニカーへの関心が高まっており、注目市場の一つとなっている。

商品ラインアップは、スタンダードシリーズに加え、人気キャラクターやコンテンツとコラボレーションした「ドリームトミカ」シリーズ、“大人のためのトミカ”として展開する「トミカプレミアム」シリーズなど、多様化を進めている。



さらに、大人向けブランドとしてのライセンス展開や、イベント「トミカ博」の開催、専門店「トミカ・プラレールショップ」の展開に加え、海外ではアジアを中心にオフィシャルショップ「TOMICA BRAND STORE (トミカブランドストア)」を展開している。同店舗は、トミカのパッケージをモチーフにした外観を特徴とし、店内には2,000台以上のトミカを展示する「TOMICA WALL」や「ジオラマ」、「アソビ心を持つ大人」に向けた商品を集約した「トミカキダルトエリア」などを設置している。日本生まれのミニカー「トミカ」の魅力を発信する拠点として、ブランドメッセージ「ホンモノは、ときめく」を体感できる体験型店舗を目指している。



選定項目における取組内容

多様なファン層の獲得

世代や言語の違いを超えて世界に広がる「ベイブレード」



現代版ベゴマ「ベイブレード」の最新シリーズ『BEYBLADE X (ベイブレードエックス)』として初となる世界大会「BEYBLADE X WORLD CHAMPIONSHIP 2025」を、2025年10月11日(土)・12日(日)の2日間、東京タワー内にて開催。世界21地域で実施された予選には6歳から67歳まで総勢15,000名がエントリーし、予選を勝ち抜いた33名のブリーダーが、ベイブレード発祥の地である日本に集結した。

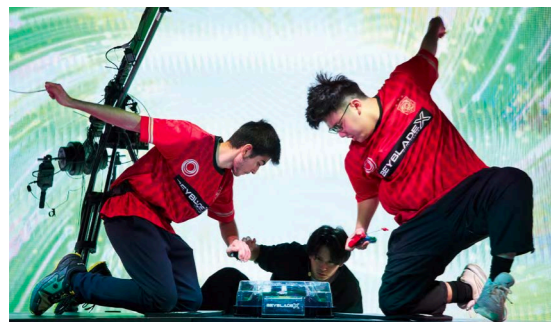
ベイブレードは、世界80以上の国と地域で累計5.6億個以上(2025年9月時点)が出荷されているグローバルブランド。

本大会は、世界中のブリーダーたちの国際交流の場としても位置付けられ、東京タワーからのライブ配信は2日間で累計約19万回視聴された。レギュラークラス(6歳以上12歳以下)では、メキシコシティ大会代表のLeobardo(レオバルド)選手が優勝。世界大会として初めて設置した大人も参加可能なオープンクラス(6歳以上)では、イスタンブール大会代表のFahreddin(ファーレディン)選手が初代世界チャンピオンに輝いた。

大会初日の10月11日(土)にはレギュラークラス19名、オープンクラス14名が出場。初戦では緊張した面持ちだった選手たちも、試合前から互いを鼓舞し合い、勝ち進んだ選手を称えたり、惜しくも敗退した選手を励ましたりする姿が見られ、言語や世代を越えた友情が生まれる場面もあった。

なお、2026年には没入型プラットフォーム「Roblox(ロブロックス)」のバーチャル会場と、タイ・バンコクのリアル会場の両方で、国際大会を開催する。

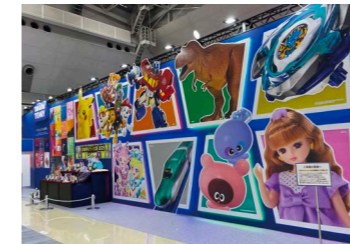
「Roblox」は『BEYBLADE X』公式タイトル「BEYBLADE X-BATTLES(ベイブレードエックスバトルズ)」が、2025年3月の公開から約11か月で世界累計ユーザー訪問数1億回突破(2026年2月時点)したことを記念して実施した大会である。



©Homura Kawamoto, Hikaru Muno, Posuka Demizu, BBXProject, TV TOKYO © TOMY

消費者とのタッチポイント強化

リアルイベント、SNS等でのタッチポイント強化



【専門ショップ】

玩具売場に加え、「トミカブランドストア」や「トミカ・プラレールショップ」などを展開し、ブランドの世界観をより深く体感できる場を提供している。

【タカラトミープラネット】次世代トイ&プレイパーク「タカラトミープラネット」は、同社のおもちゃの世界観に「リトルプラネット」のXR技術を融合させた体験型アトラクションを楽しめる。

【イベント】

東京おもちゃショーをはじめとする国内のさまざまなイベントに加え、北米最大級のアニメコンベンション「Anime Expo®」に出展するなど、国内外のイベントを通じてアソビの魅力を世界へ発信している。

また、「トミカ博」「プラレール博」を国内外で展開し、幅広い世代にブランドの世界を楽しんでいただいているほか、「トミカ」は自動車メーカーの大型イベント「ジャパンモビリティショー」に出展し、世代を超えてクルマの魅力を伝えている。さらに、2025年12月には55周年ファン感謝祭「TOMICA OWNERS MEETING」を開催し、ファンとの交流の場を設けた。

【SNS】同社公式のYouTube、X、LINE、リカちゃん公式コミュニティサイトなどSNSを通じて、直接消費者とつながり、同社からの情報発信に加え、ファン同士のUGC創出やコミュニティ形成の促進につなげている。

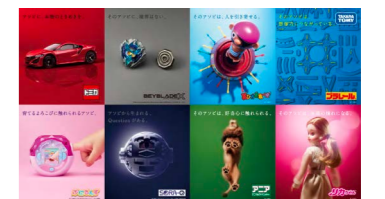
優れた技術や企画開発力

ロングセラー商品と最新のトレンドおもちゃ

ダイキャスト製ミニカー「トミカ」(1970年～)、鉄道玩具「プラレール」(1959年～)、着せ替え人形「リカちゃん」(1967年～)をはじめ、パーティーゲーム「黒ひげ危機一発」(1975年～)、変形ロボットキャラクター「トランスフォーマー」(1984年～)、現代版ベゴマ「ベイブレード」(1999年～)など、同社には二世帯、三世帯にわたり親しまれてきた多くのロングセラー玩具がある。長い歴史の中で、変わらない価値を大切にしながら、時代に合わせた進化を重ねてきた。

“日本の玩具発”のコンテンツ「トランスフォーマー」はハリウッド映画化も実現し、世界中にファンを持つグローバルブランドへと成長している。また、2025年に50周年を迎えた「黒ひげ危機一発」は、海外では「Pop-Up Pirate」の名称で47の国と地域で展開され、累計出荷数2,000万個を超えるロングセラー商品となった。

さらに、同社がJAXA等と共同開発した超小型の変形型月面探査ロボット「SORA-Q」は、2024年1月20日に日本初の月面着陸および撮影に成功し、世界最小・最軽量の月面探査ロボットとなった。また、LEV-1とともに、世界初の完全自律ロボットによる月面探査、また世界初の複数ロボットによる同時月面探査を達成している。その開発には、玩具づくりで培った小型化・軽量化や変形機構の技術が活かされている。



©JAXA/タカラトミー/ソニーグループ(株)/同志社大学



© TOMY

「人と創造力をつなぐ。」

株式会社パイロットコーポレーション

かぶしきがいしゃ ぱいろうとこーぽれーしょん

会社情報

所在地 東京都中央区京橋二丁目 6-21

設立 1918 年

電話 03-3538-3700

代表者 藤崎 文男

URL <https://www.pilot.co.jp/>

従業員数 1,092 名

会社概要

万年筆をはじめ、ボールペンやシャープペンシルなどの筆記具を製造・販売する総合筆記具メーカー。筆記具づくりの技術を応用し、玩具や宝飾、セラミックス製品も展開している。玩具事業では、温度や水で色が変化する独自技術を活用し、お世話人形「メルちゃん」や「スイスイおえかき」などの知育玩具、おふうのおもちゃを開発・販売している。パーパス「人と創造力をつなぐ。」のもと、安心・安全に配慮したもののづくりを通じ、子どもの創造力と学びを育む製品を提供している。



ふじさき

ふみお

藤崎 文男

代表取締役社長



弊社は筆記具メーカーとして長年培ってきたインクや樹脂加工の技術を玩具開発にも応用しています。色変化などの独自技術を通じ、遊びの中に驚きと学びを生み出してきました。今後も玩具を通じて創造力を育む価値創出に取り組んでいきます。

選定項目における取組内容

グローバル展開

日本の玩具を世界へ



2003年に「スイスイおえかき (AQUA DOODLE)」を、主にパートナー企業の OEM 商品として海外展開を開始した。現在では 45 以上の国と地域で展開し、各地の文化や子育て環境に配慮した商品展開を行っている。現地パートナーと連携し、使用シーンやニーズに応じた商品設計やプロモーションを展開することで、継続的な市場定着を図っている。

「メルちゃん」シリーズは 2006 年より香港、中国を皮切りに海外展開を開始。日本同様に人形と共にお世話遊びを楽しめる周辺グッズの人気も高い。着ぐるみイベントや店頭施策など、日本国内で好評の体験型販促を各地で実施している。近年は台湾やタイでの需要拡大が顕著であり、今後もアジアを中心に販売地域の拡大を進める方針である。

選定項目における取組内容

多様なファン層の獲得

ロングセラー玩具発の IP でファン層拡大



「メルちゃん」シリーズは、1992年の発売以来30年以上にわたり親しまれているロングセラー商品である。長期にわたる展開により、親子二世代で遊ぶケースも増加している。近年は出版社や手芸メーカーと連携し、メルちゃん用の手作り衣装の書籍販売やワークショップを実施することで、親世代のみならず祖父母世代への訴求も強化している。人形本体の累計出荷数は1,000万体制を超え幅広い世代に支持されているが、玩具製品のみならず、メルちゃんの世界に入り込めるアトラクションを通じて体験価値の提供や、服飾・日用品など玩具とお揃いで楽しめるグッズの拡大も多様な企業との協業により実現しており、ブランド価値向上に努めている。

また、2025年にはショートアニメ化を行い、かつてメルちゃんで遊んでいた20代を中心とした卒業層への情報発信を開始した。SNSでは、未就学児のいる家庭向け、過去ユーザーである10代から20代向けなど、媒体特性に応じた継続的な発信を行い、新たなファン層の獲得につなげている。

さらに、2026年に25周年を迎えた「アヒル隊長」シリーズでは、「浴育」をテーマにした活動を展開している。温浴施設や関連企業との協働、入浴剤とのコラボレーションを通じ、乳幼児のみならず大人へもファン層を拡大し、日本の入浴文化への関心喚起にも寄与している。



消費者とのタッチポイント強化

体験を通じた消費者接点の強化

オンライン・オフライン双方での継続的な情報発信を通じ、消費者との接点強化に取り組んでいる。特に各種SNS施策の強化により、フォロワー数は合計約32万人まで拡大している。SNSを活用したイベント告知の効果も顕在化しており、2025年度に実施した着ぐるみショーやワークショップでは、1,000名超の集客を記録した事例が5件と、前年を上回る実績を上げている。また、「メルちゃん8大都市ツアー」と題した全国13店舗での店頭催事では、当日の売上が前年同日比330%となるなど、体験型施策による購買促進効果も確認された。加えて、主要都市4か所の店頭を設置した「メルちゃんポスト」には、半年で1,000通を超える手紙が寄せられ、消費者との双方向の関係構築にも寄与している。メルちゃんを着ぐるみショーでは毎回子どもたちが自分のメルちゃんを連れて観覧する姿が多数見られ、玩具を通じての新たな体験や思い出づくりの場を継続的に提供している。2025年春にはメルちゃん初のテレビアニメとして『ゆるかわメルちゃん』を制作し、1クール放送を実施した。これにより、従来の未就学児層に加え、かつてメルちゃんですごしていた卒業層の関心喚起にもつなげており、今後はWEBを中心に展開を広げていく。



優れた技術や企画開発力

色変化技術が生む驚きの体験

筆記具メーカーとして培ってきたインク技術を玩具分野に応用した商品展開を行っている。温度によって色が変化する「メタモカラー」を活用し、「メルちゃん」シリーズや「かえちゃ Oh!!」「おふる DE ミニカー」など、お湯や氷水による色の変化を楽しめる玩具を開発している。これらの製品は、室内遊びに加え、入浴時にも使用できる点を特長としている。

また、水で色が変わるインクを用いた「スイスイおえかき」は、ペンに水を入れて描くことで周囲を汚すことなく遊ぶことができる。幼児期の描画体験を支える製品として、初めてのおえかき用途を中心に支持を得ている。近年では、色変化がもたらす「驚き」に着目し、脳波測定による数値化を行っている。こうした実験に基づく色選定を商品開発に反映し、より魅力的な製品づくりにつなげている。



人々に感動を提供し、夢のある明日をつくります

株式会社ハピネット

かぶしきがいしゃ はぴねっと

会社情報

所在地	東京都台東区駒形 2-4-5	設立	1969 年
電話	03-3847-0410	代表者	水谷 敏之
URL	https://www.happinet.co.jp/	従業員数	521 名

会社概要

玩具の中間流通としてトップクラスのシェアを誇り、ビデオゲーム、アミューズメント関連商品も取り扱う、エンタテインメント商品の総合商社。「販売支援」「物流」のノウハウと中間流通ならではの「情報」の活用により、販売店には最適な販売方法・販売数を提案、メーカーには最新の消費者動向・売れ筋情報を提供するなど、多くの皆さまにエンタテインメントを届けるための重要な役割を担っている。



みずたに としゆき
水谷 敏之 代表取締役社長



選定いただき大変光栄に存じます。これからも人々に感動を提供するエンタテインメント事業を通じて、人々の心を豊かにし、夢のある明日づくりという社会的価値を生み出せる企業グループとして、存在価値を発揮していきたいと思っております。

選定項目における取組内容

グローバル展開

カプセルトイが生み出す体験価値を世界へ



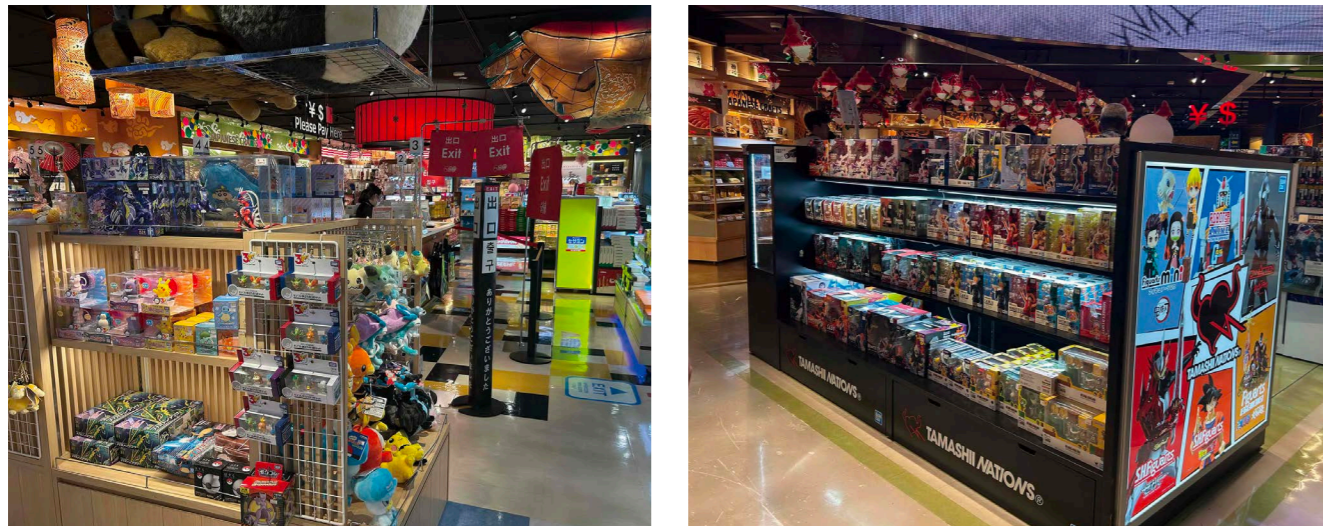
海外子会社 Happinet America Inc. と協業し、カプセルトイショップのアメリカ展開を行っている。(株)バンダイのオリジナルカプセルトイブランド「ガシャポン®」の専門店『GASHAPON BANDAI Official Shop』の店舗運営を開始することで、アメリカのカプセルトイ市場へ進出した。国内のカプセルトイ市場は、2024年の市場規模が1,200億円(前年比150%、バンダイ調べ)とインバウンド需要も取り込みながら拡大が続いている。市場で流通シェア60%(同社調べ)を占める同社グループのノウハウをベースに、店舗展開を加速し、2028年3月末までに60店舗の出店を計画している。日本で培ったカプセルトイ専門店の運営・集客ノウハウを駆使し、アメリカでも質の高い店舗運営を実現している。具体的には、季節ごとの店内装飾や商品イメージを伝えるサンプル品の展示、スタッフによる声掛け等、初めて来店するお客さまからリピートで訪れるお客さままで、誰もが楽しめる空間づくりに注力している。また、店舗の魅力をより多くの方に届けるために、SNSを活用し、現地の文化や好みに合わせた情報を発信している。さらに、現地で開催される様々なイベントにも出展することで、消費者とのタッチポイントを増やし、カプセルトイの楽しみ方を広くアピールしている。

※「ガシャポン®」は株式会社バンダイの登録商標。

選定項目における取組内容

多様なファン層の獲得

多様なチャネルの開拓によりファン層を拡大



中間流通業として、多様なチャネルの開拓を行ってきた。

専門店やGMS、家電量販店などの一般的な玩具売場だけでなく、コンビニエンスストア、ドラッグストアなどにも売場を広げることで、幅広い年代の方々にエンタテインメント商材に触れていただく機会を増やし、多様なファン層の獲得に貢献してきた。

特にコロナ禍においては、外出が制限されるなか、身近なエンタテインメント商材としてコンビニエンスストア向けのくじの売上が拡大した。また、コロナ後には、観光地付近や空港内のチャネルを中心に、フィギュアなどのインバウンド向け商品も好調に推移した。

近年、子どもの頃に親しんだ玩具やキャラクター、ホビーを大人になっても趣味として楽しむ「キダルト（「Kid（子ども）」と「Adult（大人）」を組み合わせた造語）需要や、好きなアイドルやキャラクターなどを応援する推し活市場が拡大しているが、販売チャネルの多様化もその一助になっていると考えている。

2025年3月期においては、コンビニエンスストア向けのくじやトレーディングカードなど、大人需要を取り込んだ商品が好調に推移し、同社グループの玩具事業における売上高は、1,694億6千5百万円（前期比13.0%増）と過去最高額を達成した。

消費者とのタッチポイント強化

イベントの実施により タッチポイントを拡大



小売店、メーカー支援策として、お客さま参加型の店頭イベントを実施している。「トレーディングカードゲーム」や「プラモデル」の初心者向け体験会、「低年齢・ファミリー向けの玩具系イベント」など、同社の主体的な提案によりお客さまとの接点を増やし、新たなファン獲得の機会創出に取り組んでいる。

加えて、東京おもちゃショー、東京ゲームショウへの出展により、自社制作の玩具やゲームを多くの方へ訴求している。

さらに、他社メーカーの商品も含めた最新ゲームを体験できる、同社主催のイベント「ハピネットゲームフェス！」を毎年秋葉原で開催している。2025年3月の開催時は10,000人を超えるゲームユーザーが参加し、消費者との接点を拡大、各ゲームの魅力を多くの方が知る機会となった。



優れた技術や企画開発力

玩具市場を支える中間流通最大手

玩具部門だけでも170社以上のメーカー、250社以上の販売店との取引があり、様々な商品を仕入れ、それぞれに適したチャネルに流通することで、エンタテインメント商材を消費者へ届けている。同社が中間流通として介入することにより、メーカー・販売店間のトランザクションを減らし、作業量やコストの削減、それに伴う環境負荷の低減にも貢献している。

また、メーカーには販売状況や消費者ニーズなどの商品開発・生産に役立つ情報を、販売店には売場づくりやイベント企画等の販売支援を提供している。加えて、玩具のようなサイズ差のある商品を効率的にお届けする物流機能をグループ内に備えており、この「情報 × 販売支援 × 物流」の掛け合わせによる「最適流通システム」が同社ならではの付加価値となっている。

さらに、同社グループではメーカー700社、販売店1,200社との取引がある。映像音楽事業など、他事業とのシナジーを発揮できることも強みである。



夢・クリエイション ～楽しいときを創る企業～

株式会社バンダイ

かぶしきがいしゃ ばんだい

会社情報

所在地	東京都台東区駒形 1-4-8	設立	1950 年
電話	—	代表者	竹中 一博
URL	https://www.bandai.co.jp/	従業員数	886 名 (2026 年 3 月 1 日時点)

会社概要

1950 年創業の同社は、「夢・クリエイション～楽しいときを創る企業～」を企業スローガンに掲げ、IP※を軸に玩具、ガシャポン、カード、菓子・食品・食玩、アパレル、日用雑貨などの企画・開発・製造・販売を行う。現在は、世界中のファンとより広く、より深くつながるための中長期ビジョン「Connect with Fans」のもと、子どもから大人まで幅広い世代に向けた多様なエンターテインメントをグローバルに展開している。

※IP：キャラクターなどの知的財産



たけなか かずひろ
竹中 一博 代表取締役社長



1950年の会社設立から、世代を超えて愛される玩具づくりに取り組んでまいりました。この度の選定を励みに、IPを軸に世界中のファンと深くつながり、『楽しいとき』を届け続ける挑戦を続けてまいります。

選定項目における取組内容

グローバル展開

多彩な商品・サービスを生かした海外展開

■海外展開のあゆみ

会社創立から 8 か月後の 1951 年 3 月に輸出販売を開始。その後も常に海外を視野に入れながら今日まで歩みを続けている。海外のグループ会社を通じて世界中に流通網を展開。国内外での展開を見越した企画・開発、製造、販売、宣伝を行っている。また、世界各地でイベントを開催・出展し、直接お客様とつながること、世界中のファンが IP や商品・サービスを通してつながることを大切にしている。



■ファンとのタッチポイントの拡大

IP 商品とファンの身近なタッチポイントとなるカプセルトイの直営店「ガシャポンバンダイオフィシャルショップ」は、バンダイナムコグループの協業事業として運営しており、アジア・北米・欧州を中心に展開を加速させ、現在 17 の国と地域に 150 店舗以上を展開中。(2026 年 5 月現在)

世界的ブームとなっているトレーディングカードゲームでは、製品の多言語展開を行うとともに、世界 11 都市でカードイベントを実施。昨年には北米のダラスに拠点を設置し、カード大会等の運営も強化。2025 年 7 月発売のガンダムカードゲームは 54 の国と地域で発売。生産面では、地産地消の体制づくりの検討を進めている。



■オリジナル IP の展開拡大

同社のオリジナル IP 「たまごっち」は、1996 年の展開スタートから誕生 30 年を迎え、国内外でのシリーズ累計出荷数が 1 億個を突破 (2025 年 7 月末)。新商品「Tamagotchi Paradise」は全世界で発売し、各地域でのライセンスビジネスを通じて、現地企業とのコラボも多数展開予定。



■安全安心の提供

商品のグローバル展開においては、各エリアでの玩具規格に加え、独自の品質基準を策定。品質関連書類では、システムでの一元管理により各エリアからの問合せに迅速な対応ができる環境が整っている。



選定項目における取組内容

多様なファン層の獲得

世界中のファンに IP の魅力を生かした商品・サービスを



©BANDAI
©尾田栄一郎/集英社
©尾田栄一郎/集英社・フジテレビ・東映アニメーション
©やなせたかし/フレーベル館・TMS・NTV

■幅広い事業領域

ライトな IP ファンに向けた IP を身近に感じられる生活雑貨などの商品や、IP の世界観に浸れるなりきり玩具まで、幅広いカテゴリ展開により、多様なファンのニーズに対応している。

■多彩な取り扱い IP

TV アニメキャラクターにはじまり、アーティスト・YouTuber・VTuber・スポーツ選手など、時代に合わせた旬な IP や、企業キャラクターなどの他社コラボ商品など、バラエティ豊かな IP 商品を拡大し、現在、年間の IP 取り扱い数は、約 620 に上る。ウルトラマン、仮面ライダー、ガンダム、たまごっちなど、古くは 1970 年代から展開をスタートした IP の商品を継続して商品化することで、今や、商品の購入者は 2 世代・3 世代と広がっている。

■共遊玩具の企画開発

多くの子供たちに楽しい玩具を届けたいという願いのもと、目や耳の不自由な子もそうでない子も、障害の有無にかかわらず、楽しく遊べるよう「配慮」が施された共遊玩具の開発を推進している。

◀盲導犬マーク認定玩具一例
「たのしい音と指先あそび♪パンがころがる!アンパンマンはじめてハウス」
©やなせたかし/フレーベル館・TMS・NTV

■さらなるファンの創出に向けて

マスコット入り入浴剤「びっくらたまご」に代表される親子で楽しめる商品、トレーディングカードゲームに代表される対人の遊び、ガシャポンの「スイング」などに代表される「魅せる」商品など、人と人をつなぐコミュニケーションツールとして、ファンの輪が広がる商品を展開している。

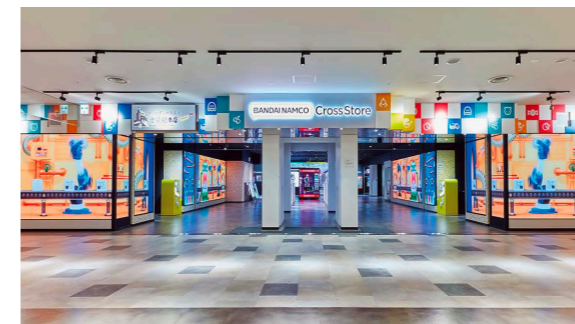
IP ホルダーとの連携により、世界各国でのイベントに出展。日本発 IP の認知拡大と、さらなるファンの創出に貢献している。

消費者とのタッチポイント強化

お客様のあらゆる生活動線で商品・サービスを展開



※運営：BANDAI SPIRITS



グループ横断ショップ「バンダイナムコ Cross Store」
※企画・プロデュース：バンダイナムコエクスペリエンス
※運営：バンダイナムコアミューズメント

玩具売場、ホビー売場、衣料品売場、食品売場、雑貨売場、ドラッグストア、コンビニエンスストアなど、幅広いお客様の生活動線上で、多岐に渡る売場展開をしている。

公式通販サイト「プレミアムバンダイ」では、今ここでしか買えないメーカー公式の限定品、グッズなどを多数取り揃えている。グループ会社が展開する体験型リテール施設「バンダイナムコ Cross Store」に各事業やブランドのオフィシャルショップを出店し、様々なコンテンツを通じて新たなエンターテインメント体験を提供している。

TV、ストリーミング配信、映画、ゲーム、雑誌など多くのメディア媒体により世界中の人々に向けて商品・サービスの魅力を発信している。

日本をはじめ、欧米、アジア、中国内地など現地の国・地域でイベントやポップアップストア・店舗の展開を行い、現地のお客様へダイレクトに商品・サービスを通じた「夢・遊び・感動」を届けている。

優れた技術や企画開発力

楽しさや新たな驚きを追求した新商品は年間約 12,000 点!

IP の世界観や特性を活かし、最適なタイミングで、最適な商品・サービスを、最適な地域に向けて提供することで IP 価値の最大化をはかる「IP 軸戦略」を強みとし、「IP 軸戦略」の進化と浸透・拡大に取り組むことで、事業および長期的な IP 価値の最大化を目指している。

原作者・TV 番組制作会社などの「著作権元」から IP の商品化権を取得し、「開発・生産パートナー」とともにキャラクターを持つ“世界観”や“魅力”を生かした商品・サービスの企画・開発に取り組むビジネスモデル「キャラクターマーチャンダイジング」を強みとする。生まれた商品・サービスは、TV・映画・出版・WEB などの「メディア」との連動により、キャラクターの魅力を多面的に訴求しながら、「店舗・Eコマース」などの流通を通じて世界中のお客様へ幅広い商品・サービスを届けている。

企画開発部門と知財部門が密に連携し、事業ごとの新たな技術発掘とともに、継続的な特許化を行っている（2025 年度：320 件の特許を出願、225 件を登録）。特許・意匠・商標の海外出願にも力を入れ、知財を起点に独創的な商品を世界に広げることに注力し、令和 3 年度には「知財功労賞 特許庁長官表彰」も受賞。





玩具産業企業
20選

新たな世界を切り開く