

ของเล่นสำหรับ“Kidult”: กลุ่มผู้บริโภคใหม่และความต้องการใหม่ในตลาดของเล่นเด็กในญี่ปุ่น

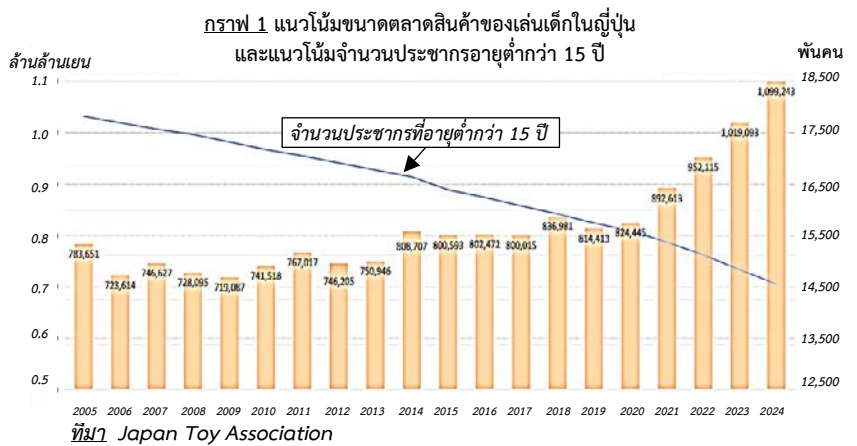
สศท. ณ เมืองฮิโรชิม่า

เป็นที่ทราบกันดีว่าญี่ปุ่นได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุระดับสุดยอด หรือ Super-Aged Society โดยมีสัดส่วนของผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นในขณะที่จำนวนเด็กเกิดใหม่ลดน้อยลง สภาพสังคมที่มีโครงสร้างประชากรในลักษณะดังกล่าว ทำให้ตลาดสินค้าบางประเภทเริ่มมีความไม่มั่นคง ซึ่งเป็นผลจากปริมาณความต้องการที่มีแนวโน้มลดลง เช่น สินค้าเสื้อผ้าสำหรับเด็ก อาหารสำหรับทารก ฯลฯ อย่างไรก็ตาม สำหรับสินค้าของเล่นเด็ก พบว่าตลาดได้เกิดการพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการในทิศทางใหม่ของผู้บริโภคปัจจุบัน

สถานะตลาดของเล่นเด็กในญี่ปุ่น

จากผลการสำรวจตลาด โดยสมาคมของเด็กเล่นญี่ปุ่น (Japan Toy Association) ¹ ขนาดของตลาดของเล่นเด็กในประเทศญี่ปุ่นในปีงบประมาณ 2024 (กราฟ 1) มีมูลค่า ² 1.02 ล้านล้านเยน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 7.9 นับเป็นครั้งที่สองที่ตลาด

มีมูลค่าสูงเกินกว่า 1 ล้านล้านเยน หลังจากเมื่อครั้งแรกในปี 2023 อีกทั้งยังมีมูลค่าสูงขึ้นกว่าปี 2023 ด้วย เมื่อพิจารณามูลค่าตลาดของเด็กเล่นในระยะ 5 ปีที่ผ่านมาตั้งแต่ปี 2019 พบว่ามีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องมาในปี 2024 จึงเป็นสถิติสูงสุดใหม่ นับตั้งแต่เริ่มมีการสำรวจขนาดตลาดในรูปแบบปัจจุบันเมื่อปี 2001



นอกจากนั้น กลุ่มสินค้า 10 กลุ่มหลัก (ตาราง 1) ก็ได้ทำสถิติสูงสุดใหม่ในปี 2024 เช่นกัน โดยมีมูลค่า 7.45 แสนล้านเยน เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.2 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

ตาราง 1 มูลค่าตลาดสินค้าของเล่นในญี่ปุ่น แยกตามกลุ่มสินค้า ปี 2023 และ 2024						
กลุ่มสินค้า	มูลค่า (ล้านเยน)		% เพิ่ม/ลด Y 24/23	สัดส่วน (%)		สินค้าที่อยู่ในกลุ่ม
	Y2024	Y 2023		Y2024	Y 2023	
1 Card games/Trading Cards	302,463	277,425	9.0%	27.5	27.2	
2 Educational Toys	128,122	127,503	0.5%	11.7	12.5	บล็อกต่อ ของเล่นทำด้วยไม้ ของเล่นเด็กทารก เครื่องใช้เด็กเล่น (เช่น โทรศัพท์ตัวสัตว์ขยับได้ ฯลฯ)
3 Characters toys	78,510	64,707	21.3%	7.1	6.3	ของเล่นตัวการ์ตูนรถมอเตอร์ไซด์หรืออากาศยาน ฯลฯ
4 Car toys and the like	56,631	54,783	3.4%	5.2	5.4	mini-car รถไฟของเล่น รถบังคับด้วยรีโมทของเล่น กลไกไฟฟ้า ฯลฯ
5 Seasonal toys	48,430	49,101	-1.4%	4.4	4.8	ดอกไม้ไฟ ของเล่นขยายขนาดของเล่นเครื่องกีฬา ฯลฯ
6 Stuffed Toys/Pulse Toys	45,082	39,092	15.3%	4.1	3.8	ตุ๊กตาดัดหุ่น รูปสัตว์ ตัวการ์ตูน ฯลฯ
7 Dolls and toys for girls	35,361	31,531	12.1%	3.2	3.1	
8 Games	18,998	18,889	0.6%	1.7	1.9	เกมส์ที่วางไป 3D puzzle games ฯลฯ
9 High-tech trendy toys	18,303	12,853	42.4%	1.7	1.3	Inter-active toys หุ่นยนต์ แอปพลิเคชัน ฯลฯ
10 Jigsaw & Puzzles	12,735	12,291	3.6%	1.2	1.2	
Total Top Ten	744,635	688,175	8.2%	67.7	67.5	
Others	354,458	330,918	7.1%	32.3	32.5	
Total	1,099,093	1,019,093	7.9%	100.0	100.0	

ที่มา Japan Toys Association

¹ เป็นการสำรวจในระหว่างวันที่ 31 มีนาคม ถึง 1 เมษายน 2025 โดยความร่วมมือของสมาชิกรัฐสภาและบริษัทที่เข้าร่วมงานแสดงสินค้า Tokyo Toy Show จากรายงานเรื่อง “The overview of the size of toy market” (玩具市場規模の概況) 25 มิ.ย. 2025 (https://www.toys.or.jp/toukei_siryou_data.html)

² เป็นมูลค่ารวมของราคาจำหน่ายปลีกที่แนะนำ (Suggested Retail Price) ซึ่งเป็นราคามาตรฐานที่ผู้ผลิตหรือเจ้าของแบรนด์สินค้าแนะนำให้ร้านค้าปลีกจำหน่ายให้กับผู้บริโภค โดยผู้ค้าปลีกสามารถกำหนดราคาจำหน่ายจริงให้สูงหรือต่ำกว่าราคานี้ได้

ปัจจัยสำคัญที่สุดที่ทำให้ตลาดในปี 2024 มีขนาดใหญ่เป็นประวัติการณ์คือ การขยายตัวของสินค้าเกมไพ่ และการ์ดสะสม (Card Games/Trading Cards) มีมูลค่าตลาด 3.0 แสนล้านเยน ซึ่งได้เพิ่มขึ้นถึง 2.5 หมื่นล้านเยนหรือร้อยละ 9 จากปีก่อนหน้า โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 27.5 ของตลาดโดยรวม ลำดับรองลงมาคือ ของเล่นเพื่อการศึกษา มูลค่า 1.3 แสนล้านเยน เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.5 และสินค้าตัวการ์ตูนหรือคาแรกเตอร์ (Character toys) มูลค่า 7.85 หมื่นล้านเยน ซึ่งเพิ่มขึ้น 1.38 หมื่นล้านเยนหรือร้อยละ 21.3 ของปีก่อนหน้า

นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบอัตราการขยายตัวของแต่ละกลุ่มสินค้า พบว่าในปีงบประมาณ 2024 ตลาดของเล่นเด็กมีการขยายตัวอย่างมีนัยสำคัญในกลุ่มดังนี้ คือของเล่นประเภทไฮเทค (อัตราขยายตัวร้อยละ 42.4), ตัวการ์ตูนหรือคาแรกเตอร์ (ร้อยละ 21.3), ตุ๊กตาผ้ายัดนุ่น (Stuffed toy) (ร้อยละ 15.3), และตุ๊กตา/ของเล่นของเด็กหญิง (ร้อยละ 12.1%) ตามลำดับ

กลุ่มสินค้าที่แสดงการขยายตัวที่โดดเด่นเป็นพิเศษ เช่น เกมไพ่ ของเล่นไฮเทค คาแรกเตอร์ และตุ๊กตาผ้าล้วนเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคที่เรียกว่า “Kidaruto” หรือ ผู้ใหญ่ที่ยังคงมีจิตใจเหมือนวัยเด็ก” การสำรวจครั้งนี้เผยให้เห็นว่าความต้องการของผู้บริโภค Kidaruto นี้กำลังกระจายไปยังกลุ่มสินค้าที่กว้างขึ้นกว่าเดิม

ของเล่นสำหรับ “Kidult”

“Kidult” เป็นศัพท์บัญญัติใหม่ที่เกิดจากการผสมผสานของคำว่า “Kid” กับคำว่า “Adult” Kidult จึงหมายถึง “ผู้ใหญ่ที่ยังมีหัวใจเหมือนวัยเด็ก” หรือ ผู้ใหญ่ที่ยังหลงใหลและมีความสุขกับของเล่น ของสะสม หรือสื่อบันเทิงที่มักถูกมองว่าเหมาะกับเด็ก โดยเฉพาะความนิยมหรือสนใจในของเล่นที่ตนเองเคยชื่นชอบในวัยเด็ก และยังมีความรู้สึกต้องการของเล่นนั้นแม้จะไม่ใช้เด็กอีกแล้วก็ตาม สินค้าที่มุ่งเป้าไปที่ผู้ใหญ่กลุ่มนี้ เช่น เกมไพ่และการ์ดสะสม และสินค้าที่ดึงดูดความต้องการของผู้ใหญ่ให้หวนคิดถึงของเล่นที่เคยได้รับความนิยมในวัยเด็ก เช่น โมเดลพลาสติกและฟิกเกอร์³ สินค้าสำหรับ Kidult จึงถูกออกแบบมาให้เหมาะสำหรับผู้ใหญ่ และบางอย่างมีราคาสูง ผู้ซื้อมักจะหวนคิดถึงวัยเด็กที่ไม่อาจซื้อได้แต่ปัจจุบันมีความสามารถที่จะจ่ายได้จึงมักไม่ลังเลที่จะซื้อ

บริษัท Happinet ได้ทำการสำรวจตลาดสินค้า Kidult ซึ่งมีผลสำรวจที่น่าสนใจ 4 ดังนี้

- (1) ภายในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา ผู้ที่เคยซื้อของเล่นให้ตนเองมีสัดส่วนร้อยละ 15.8 โดยในจำนวนนี้ร้อยละ 8.3 เป็นของเล่นประเภท Kidult ซึ่งเมื่อนำมาคำนวณจากจำนวนประชากรของญี่ปุ่น ประมาณการได้ว่ามีผู้บริโภคที่ซื้อของเล่นประเภท Kidult ประมาณ 5.35 ล้านคน
- (2) มูลค่าของเล่น Kidult ที่ซื้อโดยเฉลี่ยต่อปี คือ 14,574 เยน เมื่อคำนวณโดยใช้ตัวเลขประมาณการผู้ซื้อ Kidult ข้างต้น ก็อาจประมาณการขนาดตลาดของเล่น Kidult ได้ว่ามีมูลค่าราว 7.8 หมื่นล้านเยน โดยเมื่อเปรียบเทียบตามกลุ่มอายุและเพศ พบว่ามูลค่าที่ซื้อโดยเฉลี่ยมียอดสูงในกลุ่มผู้ชายอายุระหว่าง 30-39 ปี คือ 18,214 เยน และไม่ว่าในกลุ่มอายุใด มูลค่าที่ซื้อของกลุ่มผู้ชายสูงกว่าผู้หญิง

³ โมเดลพลาสติก (Plastic Model) คือ โมเดลจำลองที่ผลิตจากพลาสติกในรูปแบบแบ่งชิ้นส่วน ที่ผู้เล่นต้องตัดและนำมาประกอบทำสี และตกแต่งด้วยตนเอง เช่นโมเดลหุ่นยนต์ รถยนต์ เครื่องบิน และตัวละครจากการ์ตูนหรืออนิเมะ ส่วนฟิกเกอร์ (Figure) คือ หุ่นที่จำลองตัวละครจากการ์ตูน อนิเมะ หรือเกม ฯลฯ

⁴ อ้างอิงจากรายงานการสำรวจตลาดเรื่อง “A research on kidult” (キダルトに関する実態調査) โดยบริษัท Happinet 15 ตค.2025 (<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000002416.000031422.html>)

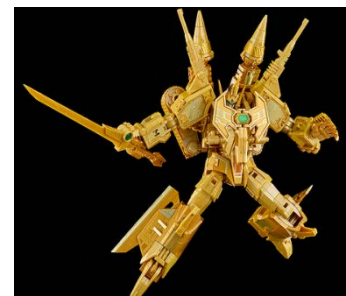
- (3) เหตุผลที่ซื้อของเล่นประเภท Kidult คือเพราะทำให้หวนคิดถึงวัยเด็ก หรือ เป็นของเล่นที่อยากได้เมื่อตอนเป็นเด็ก โดยประมาณครึ่งหนึ่งหรือร้อยละ 48.6 ของผู้ซื้อเหล่านี้ระบุว่า อดใจไม่ได้ที่จะต้องซื้อเมื่อไปเห็นของเล่นเหล่านี้ และอีกร้อยละ 27.6 ระบุว่าเพราะในวัยเด็กอยากได้แต่ซื้อไม่ได้
- (4) ของเล่น Kidult ที่นิยมกันมากที่สุด คือ Stuffed toy (ตุ๊กตาผ้ายัดนุ่น) โดยมีสัดส่วนร้อยละ 48.5 รองลงมา คือ Collection toy ร้อยละ 35
- (5) ผู้ซื้อ Kidult ร้อยละ 93.9 พอใจที่ได้ซื้อ และร้อยละ 91.6 ยังคิดที่จะซื้ออีก

จากผลการสำรวจดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าผู้ซื้อของเล่นประเภท Kidult มีจำนวนไม่น้อยและเป็นผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อ โดยสินค้าของเล่นสำหรับ Kidult เป็นของเล่นที่เคยเล่นหรืออยากได้ในสมัยวัยเด็ก จึงเป็นสินค้าที่เกิดจากการพัฒนาสินค้าของเล่นเด็กที่เคยผลิตจำหน่ายมาแล้ว และเพิ่มคุณสมบัติและระดับคุณภาพที่กลุ่มผู้ใหญ่ต้องการ รวมทั้งปรับเปลี่ยนให้เหมาะกับยุคปัจจุบัน

บริษัท Bandai Co., Ltd. (<https://www.bandai.co.jp/en/>) ผู้ผลิตของเล่นเด็กรายใหญ่ของญี่ปุ่นเป็นผู้บุกเบิกตลาดสินค้า Kidult โดยเมื่อปี 2018 ได้จัดตั้งบริษัท Bandai Spirits Co., Ltd. (<https://www.bandaispirits.co.jp/>) เป็นบริษัทลูก เพื่อผลิตจำหน่ายสินค้าของเล่นสำหรับผู้ใหญ่โดยเฉพาะ สินค้าของ Bandai Spirits ส่วนใหญ่เป็นประเภทโมเดลพลาสติกสำหรับประกอบ (Plastic model) และฟิกเกอร์ (Figure) ⁵ ในปี 2025 ได้ผลิตจำหน่ายโมเดลพลาสติกของหุ่นยนต์ยักษ์กันดั้ม (Gundam หรือที่รู้จักกันในชื่อเรียกว่า Gunpla) รุ่น RX-78-2 โดยใช้วัสดุเป็นโลหะผสม (Alloy) ซึ่งทำให้ดูสมจริงและมีความสลักซับซ้อนมากขึ้น ซึ่งมีราคาสูงถึง 220,000 เยน นอกจากนั้นโมเดลพลาสติกที่ผลิตจำหน่ายสำหรับ Kidult ยังสามารถออกแบบให้มีส่วนแหลมคม ซึ่งไม่อาจทำได้กับของเล่นสำหรับเด็ก เช่น MODEROID Full Power Gridman Gold Ver. ของบริษัท Good Smile Company (<https://www.goodsmile.com/en>)



RX-78-2 Gundam



MODEROID Full Power Gridman Gold Ver.



Photogenic Licca

ตุ๊กตา Rica-chan ซึ่งดั้งเดิมเป็นตุ๊กตาสำหรับเด็ก เริ่มผลิตจำหน่ายตั้งแต่เมื่อปี 1967 และได้รับความนิยมอย่างมากต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน บริษัท Takara Tomy ซึ่งเป็นผู้ผลิตจำหน่ายได้พัฒนา Rica-chan เป็นตุ๊กตาซีรีส์ใหม่ใช้ชื่อว่า Photogenic Licca โดยเป็นตุ๊กตาที่สามารถตัดส่วนของร่างกายเช่น แขน ขาให้วางท่าทางต่างๆได้เพื่อถ่ายรูปนำไปลงในโซเชียลมีเดีย จนกลายเป็นกระแสนิยมของกลุ่มผู้ซื้อที่เป็นสาววัยทำงาน

มีของเล่นอีกประเภทหนึ่งที่มีความนิยมมากขึ้นในกลุ่มผู้ใหญ่และพบเห็นได้บ่อยขึ้นในชีวิตประจำวันคือ "ของเล่นแคปซูล" หรือ Capsule toys ซึ่งเป็นของเล่นที่ถูกบรรจุในแคปซูลและซื้อได้จากเครื่องจำหน่าย

⁵ Plastic Model คือ โมเดลจำลองที่ผลิตจากพลาสติกในรูปแบบแผงชิ้นส่วน ที่ผู้เล่นต้องตัดและนำมาประกอบ ทำสี และตกแต่งด้วยตนเอง เช่นโมเดลหุ่นยนต์ รถยนต์ เครื่องบิน และตัวละครจากการ์ตูนหรืออนิเมะ ส่วน Figure คือ หุ่นที่จำลองตัวละครจากการ์ตูน อนิเมะ หรือเกม ฯลฯ

อัตโนมติแบบหยอดเหรียญ ก่อนหน้านี้ของเล่นแคปซูลมักจะวางจำหน่ายอยู่หน้าร้านขายขนมและร้านขายของเล่น แต่ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ร้านขายของเล่นแคปซูลโดยเฉพาะได้เกิดขึ้นมากมาย จากการสำรวจในปี 2024 โดยบริษัท Happinet ซึ่งเป็นผู้ดำเนินกิจการร้านขายของเล่นแคปซูลโดยเฉพาะ พบว่าหนึ่งในสองของผู้หญิงอายุ 20-30 ปีเคยซื้อของเล่นแคปซูลเมื่อเป็นผู้ใหญ่แล้ว ซึ่งเป็นการยืนยันถึงความต้องการจากกลุ่มผู้ใหญ่ที่มีมากขึ้นตามลำดับ ของเล่นที่บรรจุอยู่ในแคปซูลซึ่งเป็นที่นิยม คือ Figurine หรือ หุ่นจำลองตัวการ์ตูนหรือคาแรคเตอร์ (Character) จาก อนิเมะ (Anime) หรือมังงะ (Manga)⁷ ฯลฯ

- สินค้าของเล่นเด็กสำหรับ Kidult ยังขยายขอบเขตไปยังของเล่นประเภทอื่นๆ ได้อีกมาก บริษัท Bandai มีการจัดกิจกรรมประจำปีชื่อ “Narikiri World” ที่กรุงโตเกียว เพื่อแสดงและจำหน่ายสินค้าที่เรียกว่า “Narikiri Toy” คำว่า “Narikiri” เป็นภาษาญี่ปุ่นมีความหมายว่า การแปลงตัวให้เป็นอย่างใดอย่างหนึ่งอย่างสมบูรณ์ Narikiri Toy คือ สินค้าของเล่นซึ่งเป็นสิ่งของที่ฮีโร่หรือตัวเอกในการ์ตูนใช้ในการแปลงตัว เช่น เข็มขัดสำหรับแปลงตัวของคาเมนไรเดอร์ (Kamen Rider) (หรือที่คนไทยเรียกว่า “ไอ้มดแดง”) หรือ กระจกส่องหน้าของสาวน้อยเวทมนตร์พริตตี้เคียว/พรีเคียว (Pretty Cure or Precure) โดยของเล่นเหล่านี้ได้ผลิตแบบเสมือนจริงมาก มีเสียงหรือแสงปรากฏขึ้นเมื่อใช้เล่น ในงานมีสินค้าประเภทเหล่านี้มากกว่า 200 รายการ ได้รับความสนใจอย่างมากโดยเฉพาะผู้ใหญ่วัยทำงาน ซึ่งเคยนิยมชมชอบอยากเป็นฮีโร่เหล่านี้ตั้งแต่สมัยวัยเยาว์

นอกจากนั้น จะเห็นได้ว่าร้านค้าปลีกของเล่นเด็กในญี่ปุ่นในปัจจุบันขนาดใหญ่แทบทุกแห่ง มีการจัดมุมจำหน่ายสินค้าสำหรับ Kidult โดยเฉพาะ โดยมักเป็นร้านหรือสาขาที่อยู่ในตัวเมืองหรือย่านธุรกิจการค้าซึ่งมีลูกค้ายที่เป็นคนวัยทำงานแฉะเยื่อนในตอนเย็นหลังเลิกงาน ตัวอย่างเช่น ร้าน Toys R Us สาขา Sunshine City ในกรุงโตเกียว ซึ่งมีขนาดพื้นที่ 165 ตร.ม. มีมุมจำหน่ายของเล่นสำหรับ Kidult กว่า 1,700 รายการ ร้านค้าของเล่นเด็กปัจจุบัน จึงไม่ได้มุ่งเป้าเพียงแต่เด็กหรือพ่อแม่ผู้ปกครองของเด็ก แต่มีกลุ่มเป้าหมายใหม่คือ Kidult หรือผู้ใหญ่วัยทำงานที่ยังมีความต้องการของเล่นด้วย

บทสรุปและคำแนะนำสำหรับผู้ผลิตผู้ส่งออกไทย

แม้ว่าญี่ปุ่นจะมีจำนวนประชากรเด็กกลดน้อยลง แต่ตลาดสินค้าของเล่นเด็กยังคงมีแนวโน้มขยายตัวที่ดี ส่วนหนึ่งเนื่องจากการเกิดความต้องการและตลาดใหม่สำหรับของเล่นสำหรับผู้ใหญ่ หรือกลุ่ม Kidult ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ซื้อที่พร้อมที่จะจ่ายสำหรับของเล่นที่ตนเคยชื่นชอบหรือต้องการในวัยเยาว์ ดังนั้น การพัฒนาของเล่นเด็กให้มีความแปลกใหม่ มีคุณสมบัติเพิ่มขึ้น และเหมาะกับผู้ใหญ่ เป็นโจทย์สำคัญของผู้ผลิตของเล่นเด็กที่จะตอบสนองความต้องการใหม่นี้ จะเห็นได้ว่าของเล่นสำหรับ Kidult มักมีการใช้ตัวการ์ตูนหรือคาแรคเตอร์ซึ่งส่วนใหญ่เป็นที่รู้จักกันดีในไทยด้วย เช่น โดราเอมอน ไอ้มดแดง ฯลฯ โดยหากจะนำมาใช้ จะต้องระวังเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ ซึ่งผู้ผลิตผู้ส่งออกไทยจะต้องศึกษาและปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมาย เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ในภายหลัง

พฤษภาคม 2569

⁶ อ้างอิงจาก Press Release ของบริษัท Happinet Co., Ltd. “A research on the demand of capsule toys” (カプセル玩具の大人需要実態調査) เมื่อวันที่ 5 เม.ย. 2024 (<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001614.000031422.html>)

⁷ อนิเมะ (Anime) หมายถึง การ์ตูนที่ทำเป็นภาพเคลื่อนไหวมักจะใช้เฉพาะเจาะจงเพื่อหมายถึงการ์ตูนของญี่ปุ่น ส่วนมังงะ (Manga) หมายถึง ภาพการ์ตูนที่วาดเล่าเรื่องแบ่งใส่เป็นช่องๆ

ที่มาข้อมูล

- (1) รายงานเรื่อง “The overview of the size of toy market” (玩具市場規模の概況) โดย Japan Toys Association 25 มิ.ย. 2025 (https://www.toys.or.jp/toukei_sinyou_data.html)
- (2) รายงานการสำรวจตลาดเรื่อง “A research on kidult” (キダルトに関する実態調査) โดยบริษัท Happinet Co., Ltd. 15 ต.ค. 2025 (<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000002416.000031422.html>)
- (3) Press Release ของบริษัท Happinet Co., Ltd. “A research on the demand of capsule toys” (カプセルトイの大人需要実態調査) เมื่อวันที่ 5 เม.ย. 2024 (<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001614.000031422.html>)
- (4) รายงานเรื่อง “Despite of the declining birthrate, the market size of toys has passed 1 trillion yen because of the Narikiri Toys that fascinate KIDULT” (少子化なのに玩具市場初の1兆円超え「キダルト層」魅了、なりきり玩具) ในเว็บไซต์ Nikkei Cross Trend 15 ม.ค. 2025 (<https://xtrend.nikkei.com/atcl/contents/watch/00013/02559/>)
- (5) รายงานเรื่อง “KIDULT pulls the toys market” (キダルトが牽けん引する玩具市場) โดย Tokyu Research Institute 23 ธ.ค. 2024 (<https://www.triinc.co.jp/post/g4xb1cUB>)
- (6) รายงานเรื่อง “Toys market has reached 1 trillion yen pulling by toys for adults, one after another, such as card games and plastic models etc. (おもちゃ市場1兆円に カードゲームけん引も プラモデルなど大人狙いのおもちゃも続々) ในเว็บไซต์ NHK ONE 10 ก.ย. 2024 (<https://news.web.nhk/newsweb/na/na-k10014577051000>)
- (7) รายงานเรื่อง “The toys market supported by KIDULT, still growing in spite of the declining birthrate” (キダルトが支える玩具市場 少子化でも成長続く ในเว็บไซต์ Jiji dot com 17 ก.ค. 2024 (<https://www.jiji.com/jc/v8?id=20240717keizai159>)