

## 第3回「BANDAI SPIRITS 大人アンケート調査」 「ランダムグッズ\*」に関する実態調査」を実施

魅力は“ワクワク感”45.7%

月に1回以上購入する人は63.3%

ランダムグッズは大人世代にも広がる新しい楽しみ方に

バンダイナムコグループでハイターゲット向けトイホビー事業を展開する株式会社 BANDAI SPIRITS（代表取締役社長：榊原博、本社：東京都港区）は、第3回「BANDAI SPIRITS 大人アンケート調査」として、近年人気広がるランダム形式で販売されている商品をテーマに、18～59歳の男女1,032人を対象に「ランダムグッズに関する実態調査」を実施しました。（調査期間：2026年2月20日～2月21日）

\*「ランダムグッズ」とは“何が当たるかわからない形式で販売されている商品”を総称します。

今回調査の対象とした「ランダムグッズ」の具体的な商品は後述。

### 調査結果 TOPIC（サマリー）

#### TOPIC①：ランダムグッズの魅力と購入理由

- ランダムグッズの魅力は「ドキドキ・ワクワク感」、「目当てを引けたときの嬉しさ」がトップ2に。グッズ自体の購入の目的に加え、体験としての楽しみなど“感情”に魅力を感じているという結果が見られた。
- 購入の目的や理由では「好きなキャラクターグッズが出たとき」が最も高く、目的意識のある購入行動が見られる一方で、「店頭でたまたま見かけた」や「運試し」が次点に続き、気軽なコンテンツとしても親しまれている。

#### TOPIC②：ランダムグッズ購入実態

- 直近1年以内でランダムグッズを月1回以上購入している人は全体の63.3%。年代別に見ると30代が最も高く、69.8%と約7割に。
- 直近1年以内で月1回以上購入したランダムグッズでは、カプセルトイが48.2%で最も多く、次いでキャラクターくじ(24.5%)、中身がわからない食玩(19.2%)、トレーディングカードゲーム(18.5%)と続く。
- 一回当たりの購入個数は1～5個の回答が全体の81.7%に。

#### TOPIC③：ランダムグッズの楽しみ方／購入後の利用方法

- 購入したランダムグッズの使い道は「部屋に飾る」が52.4%と最も多い結果に。購入時の体験として楽しめた後もランダムグッズは“生活の一部”として楽しまれていることがうかがえる。
- 開封時のワクワク感や周囲と楽しさを共有する体験、子どもの頃にはできなかった大人買いの楽しみ方など、商品そのものに加えて体験価値も含めて楽しまれていることがうかがえる。

### ■ランダムグッズについて

近年、カプセルトイやキャラクターくじ、クローズド仕様のグッズなど、何が当たるかわからない“ランダムグッズ”の人気広がっています。キャラクター商品を中心に専門店の増加や新商品の登場が続き、コレクションや推し活の一環など楽しみ方の一つとして注目されています。

本調査では、内容物はそれぞれ異なるものの「何が当たるかわからない体験」を提供する商品として、カプセルトイ／キャラクターくじ／クローズド仕様のグッズ／トレーディングカードゲーム／中身がわからない食玩／中身がわからない入浴剤の6カテゴリーを「ランダムグッズ」と定義し、実態を調査しました。

本調査における「ランダムグッズ」の定義（BANDAI SPIRITS）	
区分	概要
カプセルトイ	ハンドルを回してランダムで商品が出てくるカプセル型商品
キャラクターくじ	くじを引いてキャラクターグッズが当たる抽選型商品
クローズド仕様のグッズ	中身が見えない状態で販売されるランダム仕様の商品
トレーディングカードゲーム	ランダム封入されたカードを集めて対戦や収集を楽しむ商品
中身がわからない食玩	お菓子とランダムの玩具がセットになった食品付き商品
中身がわからない入浴剤	入浴剤が溶けると中から景品が出てくるランダム商品

## ■ TOPIC①ランダムグッズの魅力と購入理由

ランダムグッズの魅力は1位の「ドキドキ・ワクワク感」が45.7%、2位が「目当てを引けたときの嬉しさ」40.3%となり、グッズ購入の目的に加えて、体験として得られる「感情」の部分に魅力を感じているという結果になりました。また、3位の「手頃な価格で手に入るお得感」(26.3%)と4位の「買うこと自体が遊びになっている」(26.0%)からも気軽に楽しめるコンテンツとして親しまれていることがわかり、人気の背景が読み取れる結果になりました。

ランダムグッズの魅力TOP5 (複数回答／n=1,032)		
1位	ドキドキ・ワクワク感	45.7%
2位	目当てを引けたときの嬉しさ	40.3%
3位	手頃な価格で手に入るお得感	26.3%
4位	買うこと自体が遊びになっている	26.0%
5位	何が当たっても嬉しい	23.5%

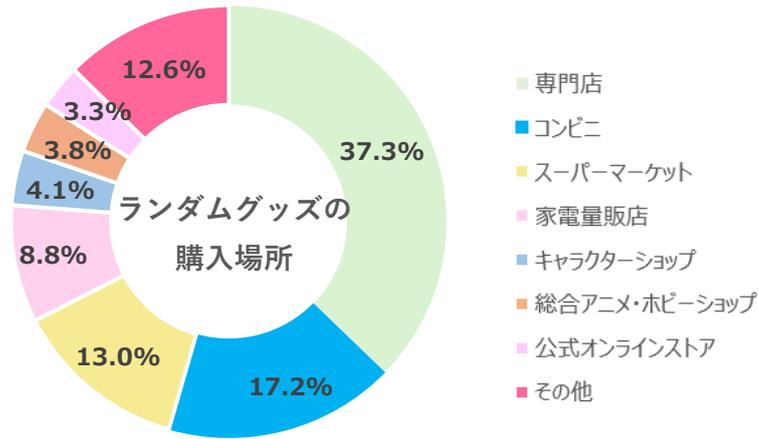
ランダムグッズを購入する目的や理由については、「好きなキャラクターグッズが発売されたとき」が47.3%で最多となりました。次いで「店頭でたまたま見かけた」(28.4%)、「運試しをしたい」(24.4%)が続きました。この結果から、好きなキャラクターの情報を収集し、目的を持って購入する人と、店頭などで偶然見かけたことをきっかけに衝動的に購入する人の、主に2つの購買タイプが存在することがうかがえます。

また、ランダムグッズの情報に触れる際に利用している情報源については、「店頭（商品陳列・ポスターなど）」が44.1%で最も多く、次いで「X（企業や店舗の投稿）」(39.4%)、「X（個人の投稿）」(32.6%)が続く結果となりました。こうした結果からも、SNSなどで事前に情報を収集する層と店頭で商品を見かけたことをきっかけに購入する層の存在が示されており、先の購買理由の結果とも一致する傾向が見られました。

ランダムグッズを購入する目的や理由TOP5 (複数回答／n=1,032)		
1位	好きなキャラクターグッズが発売されたとき	47.3%
2位	店頭でたまたま見かけた	28.4%
3位	運試しをしたい	24.4%
4位	レア度もありコレクト欲がわく	24.1%
5位	自分への「ご褒美」をあげたい	23.7%

ランダムグッズの情報に触れる際の情報源TOP5 (複数回答／n=1,032)		
1位	店頭（商品陳列・ポスターなど）	44.1%
2位	X（企業や店舗の投稿）	39.4%
3位	X（個人の投稿）	32.6%
4位	Instagram（個人の投稿）	24.8%
5位	Instagram（企業や店舗の投稿）	19.4%

直近の購入場所では、トップ3が「専門店」(37.3%)、「コンビニ」(17.2%)、「スーパーマーケット」(13.0%)の結果になり、購入目的で2位、3位にあがった、「店頭でたまたま見かけた」「運試しをしたい」の結果にも関連して、日常でふらっと見かけて気軽に楽しめるコンテンツとして親しまれていることがわかりました。



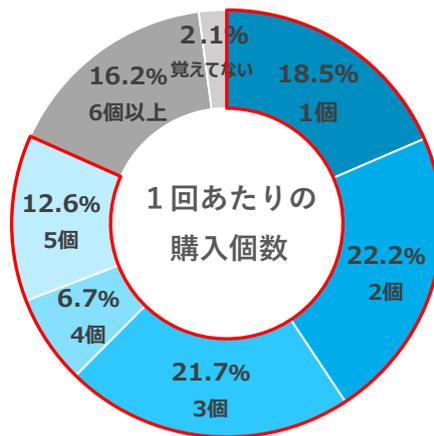
### ■ TOPIC②ランダムグッズ購入実態

各ランダムグッズの購入頻度について、いずれかのグッズを月に1回以上購入するという回答が63.3%におよびました。年代別でみると30代が複数のカテゴリーにおいて購入頻度が高いという結果がみられました。30代の購入グッズとしては特にキャラクターくじ、トレーディングカードゲーム、中身がわからない入浴剤が多いことがわかりました。

直近1年以内で月に1回以上購入したランダムグッズのカテゴリーの割合では、カプセルトイが48.2%で最も多く、次いでキャラクターくじ(24.5%)、中身がわからない食玩(19.2%)、トレーディングカードゲーム(18.5%)と続く結果になりました。

順位	カテゴリー	割合
1位	カプセルトイ	48.2%
2位	キャラクターくじ	24.5%
3位	中身がわからない食玩	19.2%
4位	トレーディングカードゲーム	18.5%
5位	クローズド仕様のグッズ	12.2%
6位	中身がわからない入浴剤	9.5%

また、1回あたりの購入個数については、1～5個の回答が全体の81.7%に上り、気軽に楽しまれていることがわかりました。



### ■ TOPIC③ランダムグッズの楽しみ方／購入後の利用・エピソード

ランダムグッズの購入後の楽しみ方について、「部屋に飾る」が52.4%と最も多い結果になりました。次いで「コレクションする（きれいに保管する）」が39.4%、「カバンやスマートフォンなどに身につける」が26.5%と、使用用途に合った利用が9割弱にのぼり、体験として楽しまれた後もランダムグッズは“生活の一部”として楽しまれていることがわかりました。

ランダムグッズの購入後の利用方法TOP5 (複数回答／n=1,032)		
1位	部屋に飾る	52.4%
2位	コレクションする（きれいに保管する）	39.4%
3位	カバンやスマートフォンなどに身につける	26.5%
4位	プレゼントする	24.2%
5位	動画・写真を撮影/投稿する	21.9%

### 「ランダムグッズに関するエピソード」

ランダムグッズに関する思い出やエピソードを自由回答で尋ねたところ、開封する瞬間のワクワク感や非日常感を楽しむ声のほか、家族や友人と中身を開けて喜びを共有した体験、子どもの頃にはできなかった“大人買い”を楽しむ声などが寄せられました。ランダムグッズならではの「何が出るかわからない楽しさ」が、印象的な思い出として残っている様子がうかがえます。

当たったものを友達とみんなでみせっこして交換したりするのがとても楽しかった思い出  
(50代男性)

開封する瞬間のドキドキが楽しくて、同じものが出て「また仲間が増えた！」と並べて飾っていた。  
(20代男性)

いつも推してない同じキャラが当たる。推しが出ないのは残念だがそれも含めて友人と笑い話に出来るのが楽しい。  
(50代女性)

何が出てくるかわからないという楽しさを味わうことができるためランダムのグッズを買うことがある。ランダムで手に入れた希望のものは特別感もより増して大切に扱うことが多い。  
(20代女性)

妻が目当ての商品があり2回回したけど出なくて、私が1回回したら欲しいのが出て大喜び。人を一瞬で笑顔にできる遊びはあまりほかにはない。  
(30代男性)

子どもの頃はくじを複数回引くことはなかったが、大人になって、自分で支払えるようになり、大人買いして複数回引けたのが嬉しかった。  
(20代女性)

#### 【調査概要】

調査期間：2026年2月20日～2月21日

調査地域：全国

調査方法：インターネット調査

調査対象：18歳～59歳の男女1,032人

(市場の構成比に近づけるため、各年代の出現比に合わせて重みづけをしている。)

	年齢別／集計詳細	サンプル数	【重みづけ(WB)後】
1	【直近 1 年以内ランダムグッズ購入層】18-29 歳	258	349
2	【直近 1 年以内ランダムグッズ購入層】30-39 歳	258	297
3	【直近 1 年以内ランダムグッズ購入層】40-49 歳	258	274
4	【直近 1 年以内ランダムグッズ購入層】50-59 歳	258	111

### ■ BANDAI SPIRITS 大人アンケート調査

BANDAI SPIRITS が、令和の大人世代の趣味実態やライフスタイルを把握することを目的として 2024 年に立ち上げたアンケート調査です。過去に実施した第 1 回、第 2 回「BANDAI SPIRITS 大人アンケート調査」の結果は以下よりご覧いただけます。

第 1 回「BANDAI SPIRITS 大人アンケート調査」 「プラモデル・フィギュアユーザーの実態調査」

<https://www.bandaispirits.co.jp/press/2024/240220.php>

第 2 回「BANDAI SPIRITS 大人アンケート調査」 「大人のぬいぐるみユーザー実態調査」

<https://www.bandaispirits.co.jp/press/2025/250220.php>

BANDAI SPIRITS 公式サイト : <https://www.bandaispirits.co.jp/>