

■ 일본 캐릭터 상품의 소매시장 비중 추이(2006~2010)

(단위: %)

구분	2006	2007	2008	2009	2010
완구	36.56	32.32	32.12	34.59	34.91
비디오 게임	12.38	12.07	12.11	11.16	10.98
문구	7.32	6.34	6.12	6.02	6.45
가정용품	11.16	10.54	10.54	10.75	10.17
의류	12.09	11.77	12.56	12.68	12.84
액세서리	9.85	8.88	9.70	9.19	8.86
생활용품	1.31	2.21	2.74	2.67	2.67
과자/식품	1.72	2.94	2.59	2.47	3.37
출판	7.46	12.90	11.53	10.47	9.74
기타	0.15	0.03	0.00	0.00	0.00

※출처: Charabiz(2011) 재구성

- 2010년 기준 일본 캐릭터 상품의 소매시장 가운데 가장 높은 비중을 차지하는 상품군은 완구로 전체의 34.91%를 차지하였고 이어 의류(12.84%), 비디오 게임(10.98%), 가정용품(10.17%), 출판(9.74%), 액세서리(8.86%), 문구(6.45%), 과자/식품(3.37%), 생활용품(2.67%) 등의 순으로 나타남
- 지난 5년간 일본 캐릭터 상품의 소매시장의 비중은 큰 변동이 없었으며 특히, 2010년 기준 완구류와 의류, 비디오 게임이 전체 시장의 58.73%를 차지하는 것으로 나타남