

本報告書の要約

1 アミューズメント産業界の市場規模

平成28年度の日本経済は、雇用・所得環境の改善が続く中で、各種政策の効果もあって大手企業を中心に企業業績が緩やかな回復基調で推移した。しかし、企業の設備投資や、個人消費など支出面への波及は不十分な状況が続いている。

また、経済の回復基調の中で、パート・アルバイトなどの人手不足感の高まりも顕在化した年度となった。

世界経済においては、中国を始めとするアジア新興国経済の諸リスクや資源価格の急激な低下は一服したものの、中国の過剰生産や不良債権の問題、英国のEU離脱問題などの要因が世界経済へどのように波及するのか警戒されるなど不確実性が高まり、先行き不透明な状況で推移することとなった。

このような環境の中、平成28年度(平成28年4月から平成29年3月)の本実態調査によるアミューズメント産業界の市場規模全体額は、6,194億円、前年比104.9%となり、アミューズメント業界の業況回復を実感できる一年となった。

分野別にみると業務用機器製品販売高は1,574億円(前年比100.3%)と前年の売り上げを維持した。ゲームセンター等、アミューズメント施設の売上であるオペレーション売上高では平成28年6月に風俗営業適正法の規制が緩和され、年少者の施設への立ち入り時間を延長できたことや新規顧客層をアミューズメント施設へ動員できるヒット機種の出現が来場者の増加につながり、前年比106.5%の4,620億円となった。

(単位:億円)

		平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
業務用ゲーム機	販売高	9,262	8,972	7,693	6,739	6,689	6,723	6,491	6,314	5,833	5,908	6,194
	前年比	105.1%	96.9%	85.7%	87.6%	99.3%	100.5%	96.6%	97.3%	92.4%	101.3%	104.9%
AM機製品	販売高	2,234	2,191	1,962	1,696	1,732	1,848	1,791	1,750	1,611	1,569	1,574
	前年比	112.1%	98.1%	89.5%	86.5%	102.1%	106.7%	97.0%	97.7%	92.0%	97.4%	100.3%
オペレーション	販売高	7,029	6,781	5,731	5,043	4,958	4,875	4,700	4,564	4,222	4,338	4,620
	前年比	103.0%	97.1%	84.5%	88.0%	98.3%	98.3%	96.4%	97.1%	92.5%	102.8%	106.5%

2 業務用AM機の製品販売高

製品販売高は国内向け1,490億円(前年比102.0%)、海外向け83億円(前年比77.0%)、合計1,574億円(前年比100.3%)となった。

平成28年度は新型のクレーンブームやブームを生んだカード型テレビゲームの販売が好調だったこと、景品類の販売が引き続き拡大したことなどがメダルゲーム、アミューズメントベンダーなどの減少をカバーして、国内向け販売高は微増となった。国内向け製品販売高が前年に比べ増加したのは5年ぶりのことである。

各メーカーは施設への機器導入を進めるため、販売方法の多様化を進めている。販売額を低廉化し、その分1プレイあたりの課金額を増やすシステム等、1機種の販売に数パターンの販売方法が選択できるようになっており、製品販売高にオペレーターの実質的な機械購入額が反映されないケースも増えている。

〈国内向け製品販売高の種類別状況〉

		平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
テレビゲーム (筐体+基盤ソフト)	販売高(億円)	502	497	484	377	384	435	211	254	189	183	174
	前年比(%)	103.6%	98.9%	97.5%	77.9%	101.6%	113.4%	48.6%	120.2%	74.6%	96.6%	95.1%
音楽ゲーム	販売高(億円)	34	47	42	40	42	53	61	63	45	43	83
	前年比(%)	101.9%	136.0%	89.9%	95.6%	104.5%	126.8%	115.1%	104.1%	70.2%	96.6%	192.6%
クレーン +他景品提供機	販売高(億円)	140	127	103	78	82	78	49	49	58	59	81
	前年比(%)	99.7%	90.5%	81.2%	76.3%	104.5%	95.6%	62.3%	100.0%	119.1%	101.6%	137.3%
メダルゲーム	販売高(億円)	484	440	371	289	306	362	349	245	169	148	113
	前年比(%)	105.4%	90.9%	84.2%	78.0%	105.8%	118.3%	96.5%	70.2%	69.1%	87.3%	76.0%
アミューズメント ベンダー	販売高(億円)	184	169	121	102	110	140	140	133	100	94	87
	前年比(%)	95.3%	91.5%	71.6%	84.1%	108.0%	127.7%	100.0%	95.0%	75.1%	94.0%	92.6%
景品類	販売高(億円)	281	275	259	223	247	240	309	366	416	418	469
	前年比(%)	87.7%	97.9%	94.1%	86.0%	110.6%	97.3%	128.7%	118.4%	113.6%	100.5%	112.1%
ゲーム用 カード・チップ類	販売高(億円)	324	276	244	192	170	172	212	214	237	215	184
	前年比(%)	280.5%	85.2%	88.4%	78.9%	88.5%	100.9%	123.7%	100.6%	110.8%	90.8%	85.4%
その他AM機	販売高(億円)	151	141	131	87	80	75	104	106	105	113	78
	前年比(%)	109.3%	93.2%	92.5%	66.7%	91.7%	93.5%	139.3%	101.6%	99.0%	107.9%	69.0%
コンテンツ課金・シェア モデルなどの売上	販売高(億円)	-	84	74	177	197	183	239	205	192	188	217
	前年比(%)	-	-	88.6%	238.8%	111.0%	93.2%	130.6%	85.8%	93.5%	97.9%	115.4%
国内全体 (合計)	販売高(億円)	2,012	2,055	1,828	1,566	1,616	1,738	1,675	1,635	1,511	1,461	1,490
	前年比(%)	111.4%	97.8%	89.0%	85.7%	103.2%	107.5%	96.4%	97.6%	92.4%	96.7%	102.0%

●テレビゲーム・・・販売高174億円(前年比99.8%)

		平成18 年度	平成19 年度	平成20 年度	平成21 年度	平成22 年度	平成23 年度	平成24 年度	平成25 年度	平成26 年度	平成27 年度	平成28 年度
筐体	販売高(億円)	287	286	281	227	237	252	116	152	104	101	105
	前年比(%)	115.2%	99.5%	98.2%	80.9%	104.2%	106.3%	46.1%	131.2%	68.3%	97.3%	104.0%
基盤・ソフト	販売高(億円)	215	211	203	150	147	183	85	90	76	73	69
	前年比(%)	91.3%	98.1%	96.6%	73.8%	97.8%	124.9%	46.5%	105.3%	85.1%	95.8%	94.1%
テレビゲーム・計	販売高(億円)	502	497	484	377	384	435	201	242	180	174	174
	前年比(%)	103.6%	98.9%	81.2%	77.9%	101.6%	113.4%	46.3%	120.3%	74.5%	96.7%	99.8%

テレビゲームは、「艦これアーケード」、「三国志大戦」など有力タイトルの発売により、筐体販売の製品は対前年比104.0%の伸びを示した。これらの製品は、新規客を施設に誘導したり、店舗間オンラインマッチングシステムが搭載されるなどアミューズメント施設で人気を博し、施設の売り上げ増加にも大きく貢献した。アミューズメント施設で待機列ができるということも、久しぶりの現象となった。

なお、最近のテレビゲームは、ネットワーク接続の利点を生かし、機種毎にイベント等を数多く実施するなどして、プレイヤーニーズに答えている。このためバージョンアップが頻繁に行われており、基盤ソフトの売り上げ減少(69億円、前年比94.1%)につながっている。

●音楽ゲーム・・・販売高 83億円(前年比166.4%)

筐体販売、基盤ソフトともに大きく伸長した。このジャンルの施設売り上げは堅調に推移しており、製品販売高においても新製品、バージョンアップ版ともに好調を維持している。特にアプリで人気を博した「ラブライブ！」を業務用にアレンジした製品は、当該ソフトファン層のアミューズメント施設への導入に繋がった。

●クレーン+他景品提供機・・・販売高 82億円(前年比137.3%)

	クレーン	他景品提供機	計
平成28年販売高(億円)	75	6	82
前年比(%)	133.7%	229.8%	137.3%

クレーンゲーム機は定番製品の新機種「UFOキャッチャー9セカンド」が市場に導入されたこともあり、大幅に売り上げを伸ばす結果となった。これまでの製品に比べ、LED照明を多用したことで筐体を明るく目立たせるだけでなく、提供する景品の見栄えも良くする工夫、小型から大型まで幅広い景品に対応できる設定が功を奏した。また、これ以外にもコストパフォーマンスに優れた海外生産の機種が人気となっている。

クレーン以外の景品提供機についても、いくつかの機械が市場に投入されており、景品提供機の多様化に貢献した。これらクレーン機以外の景品提供機は、様々な工夫を凝らした新機種が企画されており、クレーン以外の機械も遊びたいというプレイヤーニーズに対応し、今後も種類・台数ともに伸びていくものと思われる。

景品提供機による営業は施設売り上げにおいて、より大きな割合を占めることとなっており、他のジャンルのコーナー、特にメダルゲーム機コーナーを縮小して景品提供機を増設する施設が増えており、これに伴って製品販売高の拡大が続いている。

●メダルゲーム…販売高113億円(前年比77.0%)

		平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
メダルゲーム	販売高(億円)	484	440	371	289	306	362	339	243	168	146	113
	前年比(%)	105.4%	90.9%	84.2%	78.0%	105.8%	118.3%	93.8%	71.5%	69.2%	87.1%	77.0%

平成28年度 メダルゲームの内訳	販売高 (億円)	構成比
4号転用機以外	86	76.2%
4号転用機	27	23.8%

平成27年度に続き、メダルゲーム機の販売高は減少した。背景は数年来続いているアミューズメント施設におけるメダル貸し単価の大幅な下落のためである。

メダル貸し単価の下落はメダルゲーム機器の償却を遅らせるため、これまでこのジャンルの販売高に大きく貢献していた大型製品販売が振るわない状況となっている。

しかし、設備投資が十分に行われていないにも関わらず、一定の売り上げが立っていることもあり、一部の施設運営会社ではメダル貸し単価を値上げする動きも出てくるなどメダルゲームジャンルの立て直しを図る試みが見られるようになってきた。

メーカーにおいても、更新の進んでいないメダルゲームコーナーに向け、新たな楽しみ方を提案する「バベルのメダルタワー」や、海外で生産され、安価に導入できる「ギョー転がっほりすし」など新機種が発売されており、追加生産が続くなど人気を博す機械も出てきている。

また、メダル大量消費型ゲームにあわせ、他のメダルゲームとは単価の異なるメダルでの運営が多くの店舗で行われるようになっており、成果を挙げている。

一方、4号転用メダルゲームはパチンコ・パチスロ業界でのヒット作の減少によりアミューズメント施設に導入されるタイトルが少なく、昨年度に引き続き大きく販売高を落としている。また、転用メダルゲーム機では機械を販売するのではなく、レンタルする営業形態が増えていることも販売高の減少につながっている。

●アミューズメントベンダー…販売高87億円(前年比92.3%)

	筐体	基盤ソフト	用紙用品類	計
平成27年販売高(億円)	31	3	53	87
前年比(%)	87.1%	345.6%	92.0%	92.3%

スマートフォンアプリとの競合により、施設営業における売り上げが漸減しており、製品販売も振るわない状況が続いている。

バージョンアップのためのキット販売が多くの製品で行われたこと、部品のリユースによる低価格の製品もラインナップされていることも、販売高の減少した背景となっている。

このジャンルでは、一昨年より不自然な「盛り(画像加工)」の反動から、「写りのナチュラルさ」が重視されてきたが、平成28年度に発売された機種では「自然な加工ができる製品」に人気が集まっている。

●景品類・・・販売高469億円(前年比111.2%)

	平成28年度	前年比
(1)景品類の販売高(億円)	469	111.2%
(2)景品類の購入高(億円)	677	108.8%
(1)／(2)	69.2%	—

※(1)・・・景品メーカーの国内向け製造販売高

※(2)・・・クレーン+他景品提供機のオペレーション売上高に景品代の割合を掛けた数値

平成28年度のクレーン+他景品提供機のオペレーション売上高(2,096億円)に対する景品代割合は32.3%で、そこから算出される景品購入高(アミューズメント施設事業者が購入した景品の総額)は677億円(前年比108.8%)だった。

景品販売高はアミューズメント景品メーカーの販売高にあたるもので、使用景品の全体額を示す景品購入高(677億円)の69.2%だった。景品販売高と景品購入高の差異は調査非対象者からの購入品、菓子等の現地購入品、仕入れ販売品(物販品)などと考えられる。

平成28年度はテレビゲームや音楽ゲームでヒットしたゲームキャラクターが売り上げに大きく貢献した。これはプレイヤーの目的ゲームの待ち時間で景品提供機が利用されたことが影響している。また、大型景品はキャラクターの有無を問わず、プレイヤーの人气が高く売り上げに貢献した。

●ゲーム用カード・チップ類・・・販売高184億円(前年比85.3%)

ゲーム用カード・チップ類はテレビゲーム、メダルゲーム用とキッズカードゲーム用に大別することが出来る。キッズカードゲーム用は「ポケモン」、「ドラゴンクエスト」などのキャラクターを活用したゲーム機が発売されたことで売り上げを伸ばし、138億円(対前年比116.0%)となった。

テレビゲーム、メダルゲーム用は46億円(対前年比47.9%)と大きく売り上げを落としたが、これは「艦これアーケード」や「三国志大戦」など本年度人気を博したゲームにおいて、機械内部でカードを印刷するシステムが導入されたことで、カード自体の販売高が縮小したためと思われる。

なお、キッズカードゲームは、機械は販売されずレンタルで提供されるため、製品販売高にキッズカードゲーム機のジャンルはない。

●乗り物・・・販売高5億円(前年比68.5%)

乗り物は、ファミリー向けアミューズメント施設が増加していることを受けて幼児用の機械には一定のニーズがあるものの、海外からの低価格製品の輸入販売が中心となっているため販売額の規模は、小さいものとなっている。

●その他AM機、付帯機器など・・・販売高78億円(前年比74.3%)

その他AM機の販売高は34億円(前年比80.3%)。このジャンルには、モグラたたき、バスケットボールゲーム、エアホッケー、占い機等が含まれるが、平成28年度には大きな需要変化がなく、製品の導入にはつながらなかったと思われる。

付帯機器は、一部のアミューズメント施設において、電子マネーシステムの導入が始まったものの、昨年度の販売額には至らなかった。付帯機器の販売高は44億円(前年比70.0%)。

●ネットワークゲーム機の販売高・・・330億円(前年比84.6%)

ネットワーク対応・オンライン使用のすべての業務用ゲーム機(バージョンアップや改造キットを含む)が対象。大型メダルゲーム機の落ち込みがこの販売高に大きく影響している。

ネットワークゲーム機(ソフトを含む)の製品販売高の種類別構成は次の通り。

	テレビゲーム	音楽ゲーム	メダルゲーム	その他
構成比(%)	57.1%	24.8%	15.6%	7.9%
販売高(億円)	171	82	51	26

テレビゲーム、音楽ゲームでは販売高のほぼすべてをネットワークゲームが占めることとなり、さらなるネットワーク化が進んでいることが明らかになった。

テレビゲーム、音楽ゲームともにソフトやコンテンツの提供、バージョンアップがネットワーク配信により行われていることからこのような結果となっている。

●コンテンツ課金、シェアモデルなどの売上・・・販売高217億円(前年比115.5%)

ネットワークゲーム機において、機器の販売以外で、機器の使用やエンドユーザーへのサービスの提供に応じて生じる売上のこと。

このジャンルの販売高はネットワークゲームのエンドユーザーの利用に応じて発生するため、オペレーション売上高の増減に比例して金額が変動する。

ゲーム機器のシェアモデル化は、AM施設営業者にとっては製品の導入価格を抑えられることで市場への新製品の導入が進み、施設営業の活性化が期待できること、メーカーにとっては販売時に機器を売り切るのではなく、エンドユーザーの利用に応じて長期的に売上を確保できることから、業界全体が利益を享受できるようなシステムの確立が求められている。

機器の導入価格を大幅に下げたり、課金額の段階的設定、課金期間の調整を行うなどして、運営会社ごとの設定ではなく、個々のアミューズメント施設の運営にあつた課金方法を選択できる販売方法も導入されている。

また、プレイヤーニーズに合わせ、頻繁にバージョンアップを実施し、イベントなど追加、変更要素をリリースするゲーム運営スタイルが一般的になっている。

	平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
販売高(億円)	-	84	74	177	197	183	239	205	192	188	217
前年比(%)	-	-	88.6%	239.2%	111.3%	92.9%	130.9%	85.8%	93.5%	98.0%	115.5%

3 オペレーションの売上高

平成28年度のオペレーション売上高は、4,620億円(前年比106.5%)となり、前年度に続き売上高が増加する結果となった。設置台数は44万5千台(前年比95.9%)、店舗数は1万4,154店(前年比95.2%)と減少が続いている。

平成28年は、6月23日に改正風俗営業適正法が施行され、ほとんどの都道府県において、保護者同伴の未成年者について立ち入り時間規制が緩和された。これによって、家族とのコミュニケーションの場としてアミューズメント施設が活用されることとなり、地域、店舗形態によっては10パーセント以上の売り上げ増加につながった。

また、4月に導入されたテレビゲーム「艦これアーケード」は、これまでアミューズメント施設を利用していなかった新規ユーザー層の来店を促し、待ち時間での景品提供機利用などの需要を喚起することとなり、売り上げ増につながった。

夏休みの需要期は、7月に「ポケモンGO!」がリリースされたこと、好天が続いたこと、オリンピックが開催されたことなどの影響で、施設利用ニーズが一服したものの、9月以降は年少者立ち入り規制緩和、艦これブームがプラス要因となって、売り上げの好調を年度末まで維持することにつながった。また、年末商戦前に「三国志大戦」、「ラブライブ!」などの集客力の高い製品が相次いで導入されたことも好影響を与えた。

なお、前年度売り上げに好影響を与えたインバウンド需要は一段落したものの、年間を通して景品提供営業は高水準を維持し売上高の拡大に貢献した。

店舗数は、多くのアミューズメント施設運営企業で、不採算店を閉店するなどして経営の効率化を図る傾向が続いていることや、事業の撤退廃業をする企業があったことから減少が続いているものの、好立地、好採算の店舗に集約されつつあることで、平成28年度の1店舗当たりの年間売上高、1台当たりの年間売上高は、ともに前年比で10%を超える増加となった。

店舗の形態別に見ると以下のような特徴が見られる。

①直営店舗の減少数は284店舗、レンタル店舗の縮小数は424店舗となっており、それぞれ対前年比で約5%の減少となっている。

なお、直営店舗での1台あたりの年間売上高は、対前年比111.3%、1店舗当たりの売上高は対前年比112.1%となっており、昨年度に続き、直営店舗の売り上げは好調に推移している。

②5号営業許可の対象店舗と非対象店舗では、対象店舗の落ち込みがやや大きくなっている。(対前年比93.5%)非対象店舗は対前年比約96.1%。従来同様の不採算店舗の閉店の他、SC等商業施設の撤退による閉店や、施設運営業者の事業撤退、廃業、業態転換などが影響していると予想される。

なお、5号営業許可対象店舗では一店舗あたりの売上や設置台数が増加しており、店舗規模のさらなる大型化が進んでいることを表している。

		平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
オペレーション 売上高	売上高(億円)	7,029	6,781	5,731	5,043	4,958	4,875	4,700	4,564	4,222	4,338	4,620
	前年比(%)	103.0%	96.5%	84.5%	71.7%	98.3%	98.3%	96.4%	97.1%	92.5%	102.8%	106.5%
店舗数	店舗数(万店)	2.4	2.3	2.2	1.9	1.9	1.8	1.7	1.6	1.6	1.5	1.4
	前年比(%)	98.8%	96.2%	95.4%	80.1%	97.0%	97.2%	93.8%	94.6%	97.2%	96.1%	95.2%
設置台数	台数(万台)	71.6	69.6	67.6	59.8	58.7	57.4	54.7	52.5	48.6	46.4	44.5
	前年比(%)	102.4%	97.2%	97.2%	83.5%	98.1%	97.8%	95.2%	96.1%	92.5%	95.5%	95.9%
1店舗当たりの 設置台数	台数(台)	30.3	30.6	31.2	31.1	31.5	31.7	32.2	32.7	31.1	33.6	31.4
	前年比(%)	103.7%	101.0%	101.9%	102.6%	101.3%	100.6%	101.6%	101.6%	95.2%	107.8%	93.7%
1店舗当たりの 年間売上高	販売高(万円)	2,977	2,984	2,643	2,625	2,660	2,691	2,766	2,840	2,704	2,919	3,264
	前年比(%)	104.2%	100.3%	88.6%	88.2%	101.3%	101.2%	102.8%	102.7%	95.2%	107.9%	111.8%
1台当たりの 年間売上高	販売高(万円)	98.2	97.4	84.7	84.3	84.5	84.9	86.0	86.9	86.9	93.4	103.8
	前年比(%)	100.6%	99.3%	86.9%	85.8%	100.2%	100.5%	101.3%	101.0%	100.0%	107.5%	111.1%

〈店舗種類別状況〉

主要業種別(ゲームセンター専業、飲食、ホテル、SC・デパート、ボウリング)の売上高については、ゲームセンター専業店(前年比106.7%)、SC・デパート(前年比106.5%)の売り上げ増加が目立っている。
台数ではボウリング場との兼業店舗に設置されている機械の減少が大きくなっている。(対前年比91.8%)

〈設置台数規模別店舗数の状況〉

	平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	構成比	前年比
	店舗数	23,613	22,723	21,688	19,213	18,638	18,114	16,991	16,069	15,611	14,862	14,154	100.0%
20台以下	11,302	10,667	9,619	8,059	7,932	7,656	7,534	6,643	6,880	6,242	6,093	43.0%	97.6%
21-50台	2,339	2,059	1,957	1,541	1,262	1,142	841	807	1,043	1,085	981	6.9%	90.4%
51-70台	1,513	1,341	1,176	1,113	1,054	949	649	596	601	550	498	3.5%	90.5%
71-100台	2,069	1,938	2,051	1,747	1,839	1,673	1,506	1,488	1,389	1,382	1,319	9.3%	95.4%
101-200台	5,119	5,267	5,424	5,303	5,144	5,271	5,049	5,056	4,168	4,191	4,005	28.3%	95.6%
201台以上	1,271	1,451	1,461	1,451	1,407	1,423	1,410	1,479	1,530	1,412	1,258	8.9%	89.1%

アミューズメント施設の設置台数による規模別構成に関しては、201台以上の大規模店舗の減少が対前年比89.1%と大きくなっている。これは中堅施設運営企業の廃業やSC運営会社の統合・経営戦略見直しにより、SC内設置店舗の統廃合が行われたことが影響していると思われる。

なお、アミューズメント施設では、他のサービス産業業種と同様にパート・アルバイト等労働力の需給バランス悪化が顕在化しており、人員の確保および雇用コストの問題が経営に影響し始めている。

〈オペレーション売上高の主要な種類別状況〉

		平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
テレビゲーム (筐体+基盤ソフト)	オペレーション売上高(億円)	1,121	1,246	1,128	930	887	866	700	626	639	656	724
	設置台数(万台)	13.4	13.9	13.5	11.4	11.5	10.5	9.5	9.2	8.5	8.1	7.9
音楽ゲーム	オペレーション売上高(億円)	120	156	115	90	85	117	150	185	165	196	217
	設置台数(万台)	1.4	1.7	1.6	1.5	1.4	1.5	1.7	2.3	2.0	1.9	1.9
クレーン +他景品提供機	オペレーション売上高(億円)	2,567	2,314	1,990	1,822	1,904	1,771	1,839	1,886	1,794	1,896	2,096
	設置台数(万台)	19.3	17.9	17.1	15.8	15.6	15.7	13.3	14.7	13.2	12.3	12.3
メダルゲーム	オペレーション売上高(億円)	1,998	1,951	1,670	1,513	1,469	1,395	1,207	1,052	919	919	903
	設置台数(万台)	25.7	24.9	24.3	21.6	21.7	21.3	21.3	16.9	16.3	15.9	14.8
アミューズメント ベンダー	オペレーション売上高(億円)	343	307	254	238	247	325	266	267	227	225	226
	設置台数(万台)	2.0	2.0	1.9	1.6	1.5	1.7	1.3	1.3	1.2	1.2	1.1
キッズカード ゲーム	オペレーション売上高(億円)	461	370	234	227	176	192	244	296	274	278	272
	設置台数(万台)	3.7	3.0	2.8	2.5	2.2	2.5	3.0	3.6	3.6	3.4	3.1

●テレビゲーム…売上高724億円(前年比110.5%)、設置台数7万8,857台(前年比96.8%)

テレビゲームのオペレーションについては、設置台数は減少したものの売上は10%を超える伸びを示した。

このジャンルでは、「艦これアーケード」、「鉄拳シリーズ」、「三国志大戦」などの新製品が高稼働したことが売り上げ伸張につながった。特に「艦これアーケード」は、これまでアミューズメント施設を利用していない層をアミューズメント施設に誘導した功績は大きい。待機プレイヤーが景品提供機や他のゲーム機を利用するなど、他のジャンルへの好影響をもたらした。

設置台数の減少は、ここ数年の傾向と同様で、コンテンツ配信に対応できない旧型の筐体撤去が進んでいることが一因と思われる。

テレビゲーム売上高のうち、カード・チップ類を使用する機種は51.8%と割合を増やしている。また、テレビゲーム売上高のうち、体感シミュレーションゲームは19.4%となっており、前年より微増となっている。

このジャンルでは新規ユーザーを増やすことが課題となっているが、新規ユーザー向けに専用台を用意したり、施設での初心者向け講習会の実施など、メーカー、オペレーターともに様々な取り組みが行われている。

また、マニア層に向けても、ゲーム大会を定期的に開催するなどして顧客の囲い込みが行われている。

専用筐体

		平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
オペレーション 売上高	億円	786	919	854	729	677	654	568	452	467	491	561
	前年比(%)	108.2%	117.0%	92.9%	92.8%	92.8%	96.6%	86.9%	79.5%	103.3%	105.2%	114.2%
設置台数	万台	7.0	8.1	8.0	7.6	7.3	7.0	6.2	5.7	5.4	5.1	5.0
	前年比(%)	105.6%	116.3%	98.3%	108.2%	96.9%	94.7%	88.6%	92.1%	94.9%	94.7%	97.1%

汎用筐体

		平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
オペレーション 売上高	億円	335	327	274	201	210	212	131	174	173	165	164
	前年比(%)	122.2%	97.5%	83.8%	59.9%	104.6%	101.2%	61.9%	132.7%	99.0%	95.6%	99.3%
設置台数	万台	6.4	5.8	5.5	3.9	4.1	3.5	3.3	3.5	3.1	3.0	2.9
	前年比(%)	108.8%	90.4%	94.7%	60.5%	106.8%	85.6%	94.1%	105.3%	88.2%	97.0%	97.7%

●音楽ゲーム…売上高217億円(前年比110.7%)、設置台数1万9,079台(前年比98.9%)

音楽ゲームは、売上高が110%を超える売り上げ増となった。

スマートフォンアプリで人気を博した「ラブライブ！」が業務用で投入されるなど、このジャンルでも新たな顧客層をアミューズメント施設に取り込む動きが出てきており、この試みが奏功している。

また、定番の機種も頻繁にバージョンアップが施され、プレイヤー向けのイベントを定期的実施することで、ユーザーを飽きさせない工夫が行われている。

●クレーン+他景品提供機…売上高2,096億円(前年比110.5%)、設置台数12万3,352台(前年比99.9%)

		クレーン	他景品提供機	計
オペレーション 売上高	億円	1,885	211	2,096
	前年比(%)	110.9%	107.4%	110.5%
設置台数	万台	11.0	1.4	12.3
	前年比(%)	100.2%	97.5%	99.9%

クレーン+他景品提供機は設置台数は横ばい、売上は伸長した。

施設によっては売り上げの6割以上をこのジャンルが占めるようになっており、まさにゲームセンターの柱といえるジャンルとなっている。

風適法の改正に伴う、未成年者の入場規制緩和によるファミリー客の利用増を見込み、景品提供機コーナーの増床が多くの店で実施されたことが設置台数の維持、売り上げ増加につながった。

明るく、景品の見栄えも良い新型のクレーン機も数多く導入され、このコーナーは他のゲームジャンルのコーナーに比べひととき華やかに演出されている。

テレビゲームや音楽ゲームへ有力キャラクター関連製品が導入されたことにあわせ、これらのキャラクターを活用した景品が数多く導入され、プレイヤーニーズにうまく対応した。有力なキャラクターを利用していないものでも、見栄えがして獲得した際の満足度が高い大型景品は多くの店舗で活用され好評を博した。

また、アミューズメント専用の味付けを施した定番菓子や、プロ野球やサッカーチームのグッズが景品として人気を博すなど、個々の店舗や地域性を特色として打ち出す営業も多く見られ、ユーザーに受け入れられた。

●メダルゲーム…売上高895億円(前年比98.2%)、設置台数14万8,164台(前年比92.9%)

		4号転用機以外	4号転用機	計
オペレーション 売上高	億円	604	299	903
	前年比(%)	99.0%	96.7%	98.2%
設置台数	万台	7.5	7.3	14.8
	前年比(%)	92.2%	93.7%	92.9%

メダルゲーム機は前年に続き、売上高、設置台数ともに減少したが、売上高は微減となっており、このジャンルの落ち込みに歯止めがかかりつつあると思われる。

設置台数では4号転用機以外の一般メダルゲーム機、4号転用メダルゲーム機ともに減少が続いている。(対前年比92.9%)

テレビゲーム、音楽ゲームでのヒット機の出現や好調な景品提供営業ジャンルの影響を受け、メダルゲームコーナーの縮小が依然として続いていることがうかがえる。

しかしながら、貸し出しメダル単価が下落した状況は継続しているものの、機械の特性に応じて単価の異なるメダルにより運営するシステムを導入したり、貸し出しメダルを値上げするなど適正な単価設定を模索する運営面での試み、工夫を凝らした製品や大型多人数用ゲーム機が新規に販売されるなど、ようやくメダルゲームジャンルを見直す動きが業界内で起こり始めており、メダルゲームジャンルの復調を実感する声も聞かれる。

このジャンルの低迷が始まって以降、新規機械の導入などの設備投資を絞った施設が多いが、それにもかかわらず、一定の売り上げが計上されていることもあり、メダルゲームコーナーの設置面積バランスを考えながら、より効率的なメダルゲームコーナーを運用することが模索されはじめている。

●アミューズメントベンダー…売上高226億円(前年比100.5%)、設置台数1万0,417台(前年比95.7%)

アミューズメントベンダーの売り上げは昨年度に比べほぼ横ばい、台数は減少となっている。

スマートフォンアプリとの競争が激しく、画像処理や撮影アングルで様々な工夫を凝らして差別化を図っているものの、苦戦が続いている。

なお、本年度のアミューズメントベンダージャンルの売り上げは、主にプリントシール機の売り上げで構成されている。

●ネットワークゲーム(オンラインゲーム)…売上高1,196億円(前年比108.6%)

ネットワークゲームは、テレビゲーム、音楽ゲーム、メダルゲームでネットワークにつながっているゲーム機器のこと。オンライン対戦や協力プレーなどを活用できるようになることでゲーム内容を深化させる他、バージョンアップやプレイ単価への課金対応など、施設側のメリットも大きい。

ネットワークに対応したゲームの売り上げは、前年度に比べ、増加。

オペレーション売上高に占める割合は25.9%と微増になっており、テレビゲームと音楽ゲームの売上のほとんどは、ネットワークゲームによる売上となっている。

店舗間での対戦システムの提供や対戦相手のマッチングシステムも一般化しており、多くのプレイヤーに支持されているほか、各メーカーはイベントや大会を積極的に活用して、プレイヤーの満足度を上げるとともに飽きのこない工夫を凝らしている。

なお、メダルゲーム機の売上や比率は、メダル貸し機などの売上から案分したものであり、推計値である。

		平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
オペレーション 売上高	億円	1,111	1,262	1,083	1,009	852	916	872	1,153	1,098	1,102	1,196
	前年比(%)	147.1%	113.6%	85.8%	93.2%	84.4%	107.5%	95.2%	132.2%	95.2%	100.4%	108.6%

売上高に占めるネットワークゲーム機の種類別構成は以下の通り。

		テレビゲーム	音楽ゲーム	メダルゲーム	その他
オペレーション 売上高	構成比(%)	51.5%	18.0%	27.8%	2.8%
	売上高(億円)	616	215	332	33