

平成29年度 アミューズメント 産業界の実態調査

前年度比
103.1%

市場規模全体額 6,388億円

調査対象/JAIAの会員企業および非会員のAM業界企業。計 382 社。
調査方法/自記式による郵送調査(宛先は企業代表者またはJAIA施設営業事業部)
回収結果/回収数176(回収率46.1%)。うち有効回収数158(41.4%)、無効18(4.7%)
調査実施期間/平成30年5月18日~平成30年8月14日
調査機関/一般社団法人 日本アミューズメント産業協会
〈販売高・売上高の算出方法〉
◎集計対象数...AM機製品販売 59社 オペレーション 121社
◎業務用AM機の製品販売高については、調査結果・集計値をそのまま使用。
◎オペレーション売上高については、「5号対象店舗」の売上高と「非対象店舗」の売上高をそれぞれ推計し、加算。「5号対象店舗の売上高」の推計は、警察庁調べの「5号対象店舗の設置台数」に、調査結果・集計5号対象店舗・1台当たり売上高を掛け合わせて求めた。「非対象店舗の売上高」も同様に、調査結果・集計値の1台当たりの売上高から求めた。(警察庁調べ35万4,463台・100%←←調査結果・集計値19万6,192台・55.3%)

国内のアミューズメント産業界の規模を把握することを目的として、AOU、JAMMA、NSAの3団体事業として平成5年度にスタート、平成20年度からJAIAの事業となった業界動向調査の第26回目が実施され、発表となった。

前号にて既報の通り、市場規模全体額は平成27年度より回復基調に転じ、平成29年度は、業務用AM機製品販売高1,529億円、オペレーション売上高4,859億円で市場規模全体額は6,388億円。前年度比103.1%の伸びを示した。

なお、実態調査報告書の冊子は11月下旬、JAIA会員に送付予定。追加購入の際は会員1,000円、非会員2,000円となっている。
<お問合せ>03-6272-9030(JAIA)



アミューズメント産業界市場規模・概要

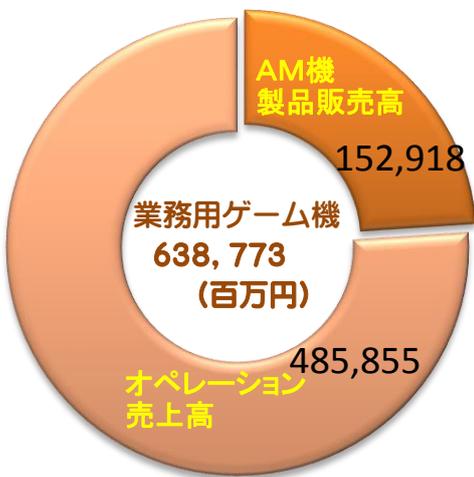
平成29年度の日本経済は、アベノミクス政策の推進や堅調な海外経済を背景に、大手企業を中心に企業収益が過去最高水準となり、生産年齢人口が減少する中でも就業者数が増加するなど雇用・所得環境が改善し、経済の好循環が見受けられるようになった。

中小企業においても業況は好転しているものの、大企業に比べると基調は緩やかであり、人手不足、労働生産性の伸び悩み等を原因とする先行き不透明感という課題も懸念されている。

人手不足に関してはAM産業においても問題が顕在化しており、これに伴う人件費の高騰が施設営業の収益力に影響を与えている。

このような経済動向の中、AM業界は平成28年6月に施行された改正風俗営業適正化法による年少者のAM施設立入時間の延長が引き続き追い風として作用し、ゲームセンター等AM施設の売上を示すオペレーション売上高は4,859億円で前年度比5.2%の増加となった。

一方、アミューズメント機器の販売高は1,529億円で、大ヒット機種がリリースされた前年度に比べ2.8%の減少となった。



AOU、JAMMAが残した軌跡をこれからはJAIAが、新たな未来に向かい繋いでまいります。

オペレーション売上高 4,859億円 (前年度比105.2%)

		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	平成29年度
オペレーション売上高	売上高(億円)	5,731	5,043	4,958	4,875	4,700	4,564	4,222	4,338	4,620	4,859
	前年比(%)	84.5	88.0	98.3	98.3	96.4	97.1	92.5	102.8	106.5	105.2
店舗数	店舗数(万店)	2.2	1.9	1.9	1.8	1.7	1.6	1.6	1.5	1.4	1.3
	前年比(%)	95.4	88.6	97.0	97.2	93.8	94.6	97.2	96.1	95.2	92.6
設置台数	台数(万台)	67.6	59.8	58.7	57.4	54.7	52.5	48.6	46.4	44.5	43.5
	前年比(%)	97.2	88.4	98.1	97.8	95.2	96.1	92.5	95.5	95.9	97.8
1店舗当たりの設置台数	台数(台)	31.2	31.1	31.5	31.7	32.2	32.7	31.1	33.6	31.4	33.2
	前年比(%)	101.9	99.7	101.3	100.6	101.6	101.6	95.2	108.0	93.7	105.7
1店舗当たりの年間売上高	販売高(万円)	2,643	2,625	2,660	2,691	2,766	2,840	2,704	2,919	3,264	3,708
	前年比(%)	88.6	99.3	101.3	101.2	102.8	102.7	95.2	107.9	111.8	113.6
1台当たりの年間売上高	販売高(万円)	84.7	84.3	84.5	84.9	86.0	86.9	86.9	93.4	103.8	111.6
	前年比(%)	86.9	99.5	100.2	100.5	101.3	101.0	100.0	107.5	111.1	107.5

3年連続で売上高が増加。設置台数は43万5000台(前年度比97.8%)、店舗数は1万3,103店(前年度比92.6%)と調査開始以来ほぼ一貫して減少が続いている。

平成29年度は、平成28年6月に改正風俗営業適正化法が施行され、ほとんどの都道府県において、保護者同伴の年少者について立入時間規制が緩和された好影響が続き、堅調な売上を維持した。

平成29年7月までは前年度に発表された機械稼働の落ち着きなどにより、前年度の売上を割る月が多かったものの、8月以降はプライズゲームの牽引もあり売上を伸ばす結果となった。

売上に大きく貢献したプライズゲームだが、大型景品に対応した3本爪のクレーンゲームが特に好調だったとされている。提供される景品も人気キャラクターの大型ぬいぐるみやコアユーザー向けのフィギュア製品の他、ハンドスピナー、デジタル機器の需要が高かった。

また、店舗数は多くの不採算店舗の撤退、業態転換が進んでいることや、AM施設運営企業の廃業、事業譲渡が進んだことにより減少が続いている。しかしながら、現存する店舗は好立地、好採算の施設に集約されつつあることで、平成29年度の1店舗当たりの年間売上高は前年度比113.6%、1台当たりの年間売上高は前年度比107.5%と、ともに堅調な結果となった。

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、人員の確保及び雇用コストの問題が経営に影響を与えている。

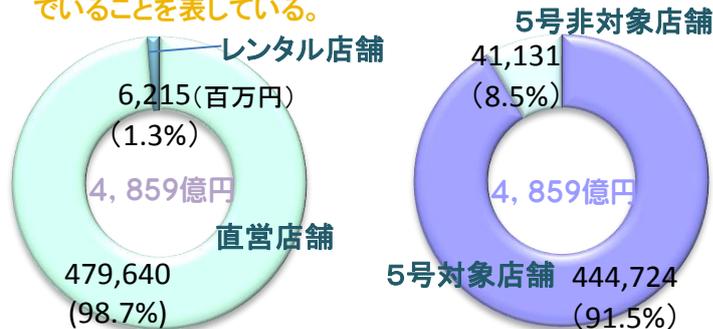
店舗の形態別特徴

①直営店舗の減少数は154店舗、レンタル店舗の縮小数は897

店舗となっており、レンタル店舗は10%を超える減少。なお、直営店舗での1台当たりの年間売上高は前年度比107.7%、1店舗当たりの売上高は前年度比108.2%、レンタル店舗での1台当たりの年間売上高は前年度比102.4%、1店舗当たりの売上高は前年度比114.0%。

②5号営業許可の対象店舗と非対象店舗では、非対象店舗数の落ち込みがやや大きくなっている(前年度比90.7%)。対象店舗は前年度比97.2%、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1店舗当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。



「201台以上」の大規模店舗のみが増加(前年度比101.3%)、これより小規模な店舗はすべて減少となった。特に「101~200台」の規模の減少がめだっている(前年度比90.0%)。

設置台数規模別構成

	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	平成29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	13,103	100.0%	92.6%
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	5,603	42.8%	92.0%
21~50台	2,339	2,059	1,957	1,541	1,262	1,142	841	807	1,043	1,085	981	951	7.3%	97.0%
51~70台	1,513	1,341	1,176	1,113	1,054	949	649	596	601	550	498	468	3.6%	94.0%
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	1,202	9.2%	91.1%
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	3,605	27.5%	90.0%
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	1,274	9.7%	101.3%

オペレーション売上高の主要な種類別状況

テレビゲーム

売上高 508億円(前年度比 90.6%)
設置台数 74,729台(前年度比 94.8%)

売上げが大きく減少した。

このジャンルでは、前年度「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が、平成29年度においてはこれらの機械の稼働が落ち着き、また、新規にリリースされた製品の売上げが期待に達しなかったことが要因である。

設置台数は特に汎用筐体で減少(前年度比86.8%)。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63.9%と前年に比べ割合を増やしている。また、体感シミュレーションゲームは26.4%となっており、前年度より増加した。VR機器の導入が体感シミュレーションゲームの拡大につながったと考えられる。

音楽ゲーム

売上高 185億円(前年度比 85.4%)
設置台数 18,530台(前年度比 97.1%)

このジャンルでも、前年ヒットした機種の稼働の落ち着きによる反動減があり、売上高が減少。バージョンアップを行うなど対策も施されたものの、前年の売上を維持することはできなかった。

熱狂的な顧客を抱えるゲームジャンルなので、今後の新製品の出現に期待したい。

プライズゲーム

売上高 2,539億円(前年度比 121.1%)
設置台数 133,071台(前年度比 108.7%)

設置台数、売上ともに伸長。このジャンルの売上はアミューズメント施設における総売上の52.3%に至っている。施設によっては、売上の7割以上をプライズゲームで占めるようになっており、まさにアミューズメント施設の大黒柱といえるジャンルとなっている。

平成28年の風適法改正に伴う年少者入場規制緩和によるファミリー客増の恩恵を受け、設置台数、売上の増加につながったと見られる。売上が低下しているテレビゲームやメダルゲームのコーナーを減らし、プライズコーナーを増床、増台する動きが続いている。

景品では、大型サイズの景品が数多く投入され人気を博した他、この年に映画が公開された「ミニオンズ」のキャラクターぬいぐるみやグッズ、定番のキャラクターなどがユーザーを引きつけた。ハンドスピナーやドライブレコーダーなどの雑貨にも人気が集まった。

また、設置機器に関してもクレーンゲームの新製品やクレーン機構を使用しない新タイプのプライズマシンが市場に投入されたこともあり、多くのユーザーがプライズゲームを楽しんだ。

メダルゲーム

売上高863億円(前年度比 95.6%)
設置台数 134,923台(前年度比 91.1%)

4号転用機以外の一般メダルゲームでは、設置台数は減少(対前年度比90.2%)したものの、売上高は微減(前年度比98.3%)となっており、低迷に歯止めがかかりつつあると思われる。他方、4号転用メダルゲーム機は売上、設置台数ともに減少が続いている。

売上低迷の原因は貸出メダル単価の下落とこれに伴った新規機械導入絞り込みによるメダルコーナーの陳腐化であるが、平成29年度になってメダル単価に見直しの動きも出ており、これまでの1000円で500~800枚の貸出設定から200~300枚設定の施設が中心となり始め、メダル単価の適正化が試みられているところである。

また、新しい楽しみ方を提案するメダルゲームが新規に販売された他、機械の特性に応じて単価の異なるメダルで運営するシステムを導入する等運営面での工夫が進んでいる。このジャンルの低迷が始まって以降、新規機器導入などの設備投資を絞った施設が多いが、それに関わらず一定の売上が計上されていることもあり、メダルゲームの台数や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始めている。

アミューズメントベンダー

売上高 218億円(前年度比 97.8%)
設置台数 10,608台(前年度比 95.9%)

スマートフォンアプリとの競争が激しくなっているものの、顧客ニーズに応えるべく、画像処理や撮影アングル、照明方法など様々な工夫を凝らしたり、女性専用コーナーの設置、化粧スペース、コスプレ衣装を充実させるなどして差別化を図っている。なお、本年度のこのジャンルはすべてプリントシール機の売上で構成されている。

ネットワークゲーム(オンラインゲーム)

売上高 1,199億円(前年度比 100.3%)

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機器。オンライン対戦や協力プレイなどの活用でゲーム内容を深化させる他、バージョンアップやイベントの実施など施設側のメリットも大きい。(メダルゲームの売上や比率はメダル貸機等の売上からの推計値)

このジャンルの売上は前年度に比べ横這い。オペレーション売上に占める割合は24.7%と微減となっているが、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ものとなっている。

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多くのプレイヤーに支持されている他、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ネットワーク化で実現している。

主要業種別売上高(ゲームセンター専業、飲食、ホテル・旅館、SC・デパート、ボウリング場)

ゲームセンター専業店(前年度比103.8%)、SC・デパート(前年度比106.9%)の売上増加が目立っている。一方、飲食店との兼業店舗(前年度比92.3%)、ホテル・旅館併設店舗(前年度比92.2%)が減少している。店舗数では飲食店との兼業店舗(前年度比79.0%)の減少が目立つ結果となった。台数でも飲食店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(前年度比80.6%)。

業務用AM機製品販売高 1,529億円 (前年度比97.2%)

アミューズメント機器の製品販売高は、国内向け1,437億円(前年度比96.4%)、海外向け92億円(前年度比110.1%)となり、合計で前年の売上を割り込んだ。

平成29年度は、3本爪のクレーンゲームの新規販売やLEDの多用で明るく見栄えのする製品の販売が続いたこと、またクレーン構造を有さないプライズマシンのヒット、そして景品そのものの販売高増加など、プライズゲーム関連の販売高が引き続き拡大した。

しかしながら、テレビゲーム、音楽ゲーム、メダルゲームなどのジャンルが大きく減少したことを受け、国内向けアミューズメント機器の販売高は減少した。

ゲーム機ジャンル別の特徴

テレビゲーム

販売高 107億円(前年度比 61.3%)

有力タイトルが少なく、また大ヒット機種がリリースされた前年度の反動もあり販売高を大きく落とした。大型タイトルの導入も行われたが、AM施設での苦戦が続き、リピート販売が不調となったこともあり、期待した結果が得られず。他のジャンルに比べ層販システムが多様化が進んでいることから初期の販売額が益々減少する傾向にある。

また、最近のテレビゲームはネットワーク接続の利点を活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添っており、このため基盤・ソフトの販売が発生しないバージョンアップが頻繁に行われ、基板ソフトの販売高減少(24億円、前年度比34.4%)につながっている。

音楽ゲーム

販売高 25億円(前年度比 62.8%)

前年度は人気アプリゲームの業務用ゲーム版が販売高拡大に貢献したが、平成29年度は新製品の発売タイミングの端境期となったこと、バージョンアップされた製品が少なかったことが影響して、大幅な減少につながった。

クレーンゲーム

販売高 100億円(前年度比 133.7%)

大型景品好調の流れを受け「UFOキャッチャートリプル」が市場に導入されたこと、中堅メーカーからの新製品発売、定番製品のリピート販売が堅調に続いたことなどにより、昨年に引き続き大きく販売高が伸長した。

平成29年度はプライズゲームを増台する施設が増える傾向にあり、これに伴い販売高拡大が続いている。

クレーンゲーム以外のプライズゲーム

販売高 18億円(前年度比 283.2%)

クレーン機構を使わない「トライポッド」の大ヒットで、このジャンルの販売高は大幅な伸び。この成功により、今後、プレイヤーニーズに対応したクレーンゲームの多様化が予想され、種類・台数ともに伸びていくものと思われる。

アミューズメントベンダー

販売高 95億円(前年度比 109.6%)

SNSなどスマートフォンアプリとの連携を強化するといったユーザー層に寄り添う開発が進められている。平成29年度はタイプの異なる複数の機種が新規販売されたことに加え、既設機種のバージョンアップも積極的に行われたことから製品販売高拡大につながったものとみられる。

プリントシールの大きさに工夫を凝らしたり、証明写真モード設定で新たな需要を掘り起こす試みも行われている。

メダルゲーム

販売高 88億円(前年度比 78.3%)

前年度に続き減少。数年来続いたメダル貸出単価の低迷は少しずつ改善されてきており収益構造にも変化が生じているはずだが、設備投資には波及していない模様。

平成29年度は定番の競馬ゲームのバージョンアップが売上の中心となったが、新しい楽しみ方を提供して今後の展開に期待できる新タイプのメダルゲームもリリースされている。

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でアミューズメント施設に導入されるタイトルが少なく、昨年度に続き大きく販売高を落としている。また、4号転用メダルゲームではレンタルする営業形態が増えてきていることも販売高の減少につながっている。

景品

販売高 570億円(前年度比 121.6%)

平成29年度のクレーン+他景品提供機のおペレーション売上高(2,507億円)に対する景品代割合は31.6%で、そこから算出される景品購入高(AM施設事業者が購入した景品の総額)は、792億円(前年比117.0%)だった。

景品類販売高はAM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(792億円)の72.0%。景品販売高と景品購入高の差異は、調査の対象となっていない業者からの購入品、菓子等の現地購入品、仕入れ販売品(物販品)等と考えられる。

乗り物

販売高 2億円(前年度比 44.1%)

ファミリー向けアミューズメント施設の増加を受け、幼児用の機械には一定のニーズがあるものの、長期間にわたり営業使用できることから入れ替え需要が少なく、また、海外から輸入した低価格製品の販売が中心となっているため販売額規模は小さい。

その他AM機、付帯機器など

販売高 81億円(前年度比 103.8%)

その他AM機の販売高は33億円(前年度比97.8%)。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29年度には大きな需要変化がなく、前年とほぼ同じ販売額となった。

付帯機器の販売高は47億円(前年度比107.7%)。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進んだ他、投入した代金に従ってチケットを提供するチケットベンダーの設置がはじまったことから売上を伸ばすことにつながったと思われる。

業務用AM機製品販売高 国内向け1,437億円+海外向け92億円

ゲーム用カード・チップ類
販売高 145億円(前年度比 78.8%)

テレビゲーム、メダル用とキッズカードゲーム用に大別。テレビゲーム、メダルゲーム用は31億円(前年度比67.4%)。最新型カードゲームではオンデマンド印刷機構を採用し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、このための大幅減と思われる。この傾向は今後も続くことが予想される。

キッズカードゲーム用は、前年度に投入された新型筐体の製品「スーパードラゴンボールヒーローズ」が通期にわたり人気を博したものの、旧型の筐体を使用した定番商品のサービス終了が相次いだため販売額を減少させる結果となった。販売高114億円(前年度比82.6%)。

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項目は設けていない。

ネットワークゲーム機
販売高 353億円(前年度比 107.0%)

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。大型メダルゲームの販売高低迷が影響している。

ネットワークゲーム機(ソフト含む)の製品販売高の種類別構成は下表の通り。

	テレビゲーム	音楽ゲーム	メダルゲーム	その他
構成比	59.8%	25.2%	9.5%	5.5%
販売高(百万円)	21,125	8,902	3,356	1,943

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、バージョンアップの他、プレイヤーの嗜好の管理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。

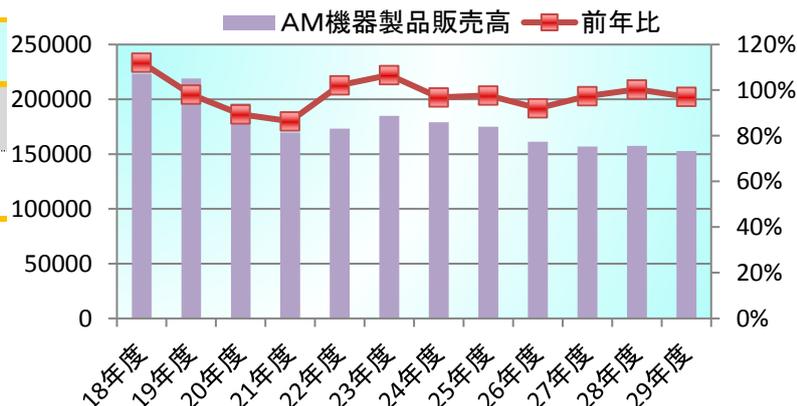
コンテンツ課金・シェアモデルなどの売上
販売高 179億円(前年度比 82.4%)

ネットワークゲームにおいて、機器販売以外で、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。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や販売時に定められるアミューズメント施設側との課金比率に応じて金額が変動する。

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、運営会社毎の設定ではなく、個々のAM施設の運営に合った課金方法を選択できる販売方法も導入されている。

平成29年度は前年度に発売されたテレビゲームのオペレーション売上減少に加え、期待された新作が人気を得られなかったことなどコンテンツ課金を行うゲーム機器のオペレーション売上が振るわなかったことで販売高減少に。



平成30年12月13日(木)～
12月14日(金)

滋賀県 施設視察会

Information

お申込締切は、
平成30年11月29日(木)
※定員40名まで先着順

- <日程>平成30年12月13日(木)～12月14日(金)
1日目:アミューズメント施設、商業施設
2日目:情報交換会(参加されない方は朝食後解散)
- <集合>12月13日AM11時、「京都駅新幹線中央口 改札外」
<参加費>30,000円(一泊夕朝食、現地観光バス含む)※税込
(個室希望の場合、追加15,000円)
- <宿泊>おごと温泉「琵琶湖グランドホテル」
〒520-0101 滋賀県大津市雄琴6-5-1
TEL077-579-2111
- ☆1日目/「ラ・コリーナ近江八幡」(昼食・視察・社長講演聴講)
「ピエリ守山」視察(ゲームフィールド他予定)
SC施設事業部会 ※視察先1カ所追加を検討中
- ☆2日目/瀬田ゴルフコース(大津市瀬田橋本町12)
※別途会費28,000円/プレー代、昼食、パーティ、交通費含む

毎回好評の「施設視察会」をJAIAの事業として左記の通り開催します。

今回の視察では、スウィーツの製造販売事業を営む「たねやグループ」が「自然と人がつながる場所」として世界に発信していくことを目標に設置したテーマパーク「ラ・コリーナ近江八幡」を中心に滋賀県内のAM施設・商業施設を対象に行います。JAIA会員各位が知見を広め、懇親を深める絶好の機会。是非、ご参加ください。

【お問合せ】JAIA

担当:片岡 kataoka@jaia.jp 03-3556-5522
担当:羽田 haneda@jaia.jp 03-6272-9401



「ラ・コリーナ近江八幡」

第117回技術委員会 (近畿ブロック昇降機等検査協議会・第80回技術委員会)

1 遊戯施設安全管理マニュアルの改訂について

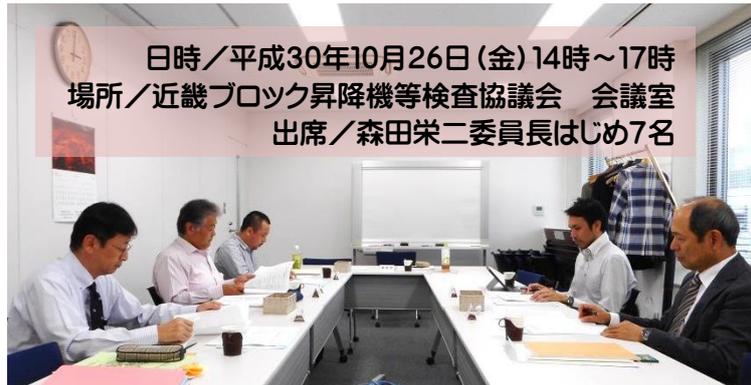
現在の实情にあうよう見直しを検討している同マニュアルの「遊戯施設の機種別維持・運行管理対策」に関し、各委員に割り当てる検討項目を事務局で次回までに一覧表にまとめ、全体を見ながら検討を行うこととした。

2. 遊戯施設の維持保全計画書・運行管理規程の見直しについて

遊戯施設の維持保全管理、運行管理規程についての国土交通省の意向を事務局が説明。また、本件に関し今後、(一財)日本建築設備・昇降機センターにおいて委員会が設置され検討される予定であり、技術委員会においても、委員会が設置された際には並行して検討することとした。

3. 「新たな形態の遊戯施設の安全性確保に必要な規制のあり方に関する調査検討委員会」について

国土交通省の要請で新設予定の標記委員会について、事務局が説明。JAIA技術委員会から森田委員長、北野副委員長がメンバーとして参加予定、委員長には日本大学の青木教授が就予定と報告された。また、標記委員会の主旨の1つとして遊戯施設分類についての検討があることから、今後、本件について本技術委員会も並行して検討を行うこととした。



日時/平成30年10月26日(金) 14時~17時
場所/近畿ブロック昇降機等検査協議会 会議室
出席/森田栄二委員長はじめ7名

4. 遊戯施設の安全離隔距離について

国土交通省から資料提供のあった遊戯施設の安全離隔距離について協議。資料内容については、概ねこれまで本技術委員会において検討を重ねてきたものとなっているが、3点の要望・確認事項をあげることにした。なお、本件については今後、新告示が施行された後、再度検討を行うこととした。

5. その他

次回委員会は12月7日(金)の開催予定とした。

「平成30年度 遊戯施設安全管理講習会」

主催/一般社団法人日本アミューズメント産業協会
後援/国土交通省、東京都
協賛/(一財)日本建築設備・昇降機センター
東日本遊園地協会
西日本遊園地協会
日本ウォータースライド安全協会
(一社)東京都昇降機安全協議会

受講対象者/遊戯施設の運行管理者、運転者及び技術者などすべての関係者

開催期日/平成30年12月4日(火) 10時~17時
開催場所/家の光会館 7Fコンベンションホール
(東京都新宿区市谷船河原町1-1 03-3260-4791)

定員/120名

受講料(「遊戯施設定期検査マニュアル2017年版」含む)

- ◎(一社)日本アミューズメント産業協会会員.....6,000円
- ◎建築行政担当、東日本遊園地協会、西日本遊園地協会、日本ウォータースライド安全協会会員及び定期検査報告書提出会社.....9,000円
- ◎上記以外の方.....13,000円

申込締切
11/27(火)

最近の遊戯施設は、利用者の要求とともに多種多様となり、運動形態も多様化・高度化が進み、それに伴い大型化する機種も増えてきております。

当協会では、設立以来、遊戯施設の安全をテーマに「遊戯施設安全管理講習会」を開催しており、本年も左記の通り実施します。催しており、本年も左記の通り実施します。昨年10月に施行された遊戯施設の定期検査に関する告示第284号の解説も含めて講習を行います。遊戯施設に携わる関係者及び遊戯施設の運行管理者・運転者など幅広くご参加下さい。



【お問合せ】

JAIA遊園施設事業部(担当:酒井) 東京都千代田区九段南3-8-11飛栄九段ビル8F
sakai@jaia.jp TEL03-6272-9071 FAX03-3556-5524

施設営業事業部・埼玉県本部

いじめ撲滅・青少年育成合同キャンペーンに参加・・・11月1日

埼玉県本部(泉谷享本部長)は、埼玉県県民生活部青少年課主催の浦和駅パトロール合同キャンペーンに参加。浦和駅の街頭から青少年健全育成・非行防止を呼びかけ、いじめ撲滅のチラシ配布等を行った。



▼キャラクターたちも集合。法務省のマスコット「人KENまもる君」(左)も駆けつけた。



平成 30 年度 アミューズメント施設管理者のための 青少年指導員養成講座

期日/平成30年11月7日(水)~8日(木)

会場/プリムローズ大阪

主催/(一社)日本アミューズメント産業協会<JAIA>

共催/(公財)全国防犯協会連合会

第50回
大阪会場

9月の東京会場に続き大阪会場において開催された青少年指導員養成講座。今回で50回という節目を迎えることとなり、35年という歴史の中で誕生した「青少年アドバイザー」はのべ4600名を数える。

大阪会場の受講者は62名。カリキュラム等は東京会場と同様(9月号参照)で、以下の通り優秀なグループ・個人への表彰(副賞=クオカード)も。

なお、本講座は地域懇談会等でも高く評価されており、次年度も東京・大阪の2会場で開催予定となっている。

(株)タイトー 坂本聡仁

(株)プロボックス 三宅美恵子

(株)セガエンタテインメント 田中惣一

(株)バンダイナムコアミューズメント 小川哲治

グループ発表★1位

8班

(株)ラウンドワン 島田隆大

(株)レジャラン 船橋優治

大見商事(株) 横瀬友佑

(株)バンダイナムコアミューズメント 中村俊博

修了試験満点賞



(株)バンダイナムコアミューズメント 牧野美佳

(株)バンダイナムコアミューズメント 水沼真一

(株)セガエンタテインメント 清野英人

(株)タイトー 西崎圭治

グループ発表★2位

6班

(株)共和ローポーション 朝日電

(株)コミュニケーション・ワークス 平河輝光

(株)ラウンドワン 渡邊崇

(株)ラウンドワン 松本慎也

(株)バンダイナムコアミューズメント 牧野美佳

優秀レポート賞



(株)ラウンドワン 伊山佳男

各講義を受けてのレポート(計4枚)を研修委員会で審査し、優秀者3名を選出。

(株)共和ローポーション 宮下拓也

(株)バンダイナムコアミューズメント 亀谷侑佳

グループ発表★3位

7班

(株)コミュニケーション・ワークス 浦田知佑

(株)タイトー 野口賢太郎

(株)セガエンタテインメント 眞湊雅洋

(株)ラウンドワン 伊山佳男

(株)ラウンドワン 井上敬章

(株)バンダイナムコアミューズメント 井上雄介



(株)プレジャーキャスト 大塚洋樹



(株)ラウンドワン 井上敬章

- 開講式 (12 時 30 分～)
主催者挨拶 / JAIA 内田慎一 理事 (研修委員会委員長)
- 講義「JAIAの事業活動及び養成講座の意義と狙い」 (12 時 40 分～)
講師 / JAIA 内田慎一 理事
- 講義「風適法について」 (13 時～14 時 30 分)
講師 / JAIA 鈴木剛夫 常勤顧問
- レポート作成・休憩 (14 時 30 分～)
- 講義「青少年育成と大人・社会の役割」 (14 時 50 分～15 時 50 分)
講師 / 元・警察庁科学警察研究所犯罪行動科学部 元・目白大学人間学部教授 内山絢子氏
- レポート作成・休憩 (15 時 50 分～)
- 講義「実技と接し方」 (16 時 10 分～17 時 20 分)
講師 / 前 (社) 青少年育成国民会議事務局 森田廣氏
- レポート作成・休憩 (17 時 20 分～)
- グループ討議の進め方について
- 講義「クレーム対応について」 (9 時～11 時)
講師 / 日本コンサルタントグループ 保坂真民氏
- レポート作成・休憩・グループ討議・昼食 (11 時～)
- グループ研究発表 (13 時～15 時)
- 修了試験・各種表彰
- 閉講式 (15 時 30 分～)
閉講挨拶・修了証書授与 JAIA 石井光一 副会長



2 班

警察とのやりとり

オープンしたばかりの新店を警察官が巡回。不慣れで不備がないかと、従業員名簿や見通しをチェック。従業員名簿に本籍地記載がないことが指摘されるが、記載の必要がなくなったことを改めて確認する。その後、クレーンゲームの景品として時計が入っていたことから高価で射幸心をあおるのではないかと問われ、店長が納品書で景品上限価格の 800 円を超えておらず問題ないことを説明。続いて、警察官に『実務風適法』をお見せしてスタッフが風適法を勉強していることをアピールし「しっかり運営している店」との評価を受ける。

<鈴木顧問より>かつては従業員名簿に本籍地の記載が必要だったが、運転免許証にも記載されていないことから5号でも不要となった。おかしいと思ったことはJAIAにあげてほしい。



8 班

メダル貸機・両替機トラブル

①両替機と間違えてメダル貸機にお金を投入した客が返金を求める。対応したスタッフはメダルバンクについて説明、プレイの仕方もあるとメダルコーナーに誘導、客がメダルゲームの楽しさを知る。

②両替機に500円入れたのに100円しか出てこないと女の子が同伴の父親に訴える。スタッフがしゃがみ、女の子と目線の高さを同じくして事情を聞いた後、両替機の周りや中を確認。500円を投入した形跡がないことを伝えると、父親は自分の娘を嘘つきよばわりしたと激怒。呼ばれた店長は、まず不快な思いをさせたことを詫言、父親の了解を得て、警察官立ち会いの下、両替機を開けて金額を確認。その作業の間、女の子が自分の勘違いだったこと(500円ではなく100円を投入)に気づく。

<鈴木顧問より>店舗の新規オープン時をはじめ普段から交番のお巡りさんなどと人間関係を築いておくことで、困ったことがあった時にかつてくれる。



6 班

年少者の入場規制

SCロケに夜9時、小学生、中学生、両親の家族4人が来店。母親は父親に子どもを頼んで買い物に行き、しばらくすると父親も喫煙のためいなくなる。年少者だけで遊んでいるのを見たスタッフが二人から話を聞き、保護者がいないと遊べないことを伝えると、そばにいた常連が保護者がわりになると申し出る。それに対しスタッフは、子どもに何かあった時に責任がとれるのが保護者であり、同じSC内にいたとしても声が届く範囲が同伴の定義であることを説明。間もなく両親が戻ってきたため、保護者同伴であれば10時までOKであること、その時間まで4人で楽しんでくださいと笑顔で話す。

<鈴木顧問より>2～3分で帰ってくるからと同伴者が店舗から出て離れた場所に行くのはNG。



1 班

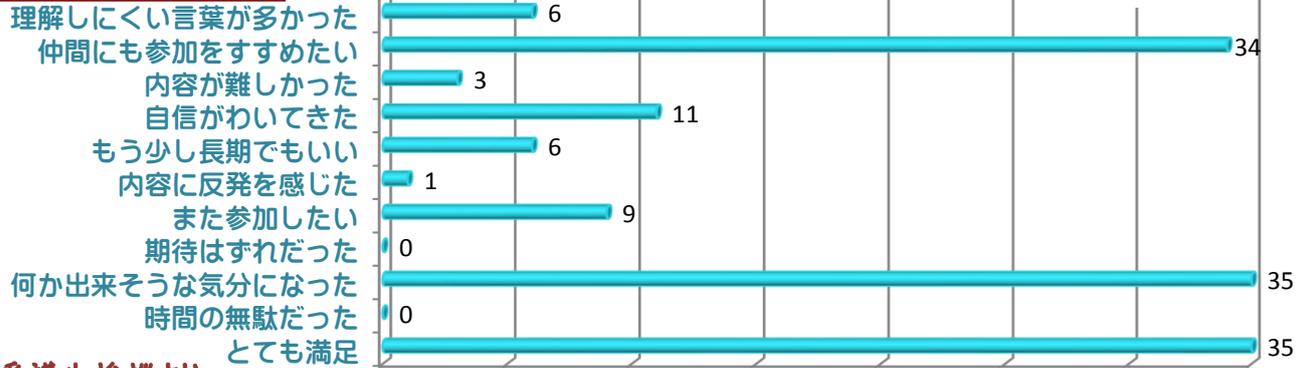
クレーンゲーム機

①景品をゲットした客が、カラーの景品の方が良いからとスタッフに交換を求める。法律でできない旨を説明しても納得してもらえず、困ったスタッフは店長を呼び。店長はまず景品をゲットに対し「おめでとうございます」と喜び、取った景品(色のついていない)は色を塗る楽しみがあること、そしてレアであることを強調し、持ち帰って飾って欲しいとお願い。獲得した景品を褒めちぎられ、カラーの景品を欲しがっていた客も満足。

②店舗ルールで「お一人様1つ」と表示しているにも関わらず何個も取ろうとしている客。スタッフが「たくさんのお客様に楽しんでいただきたい」とルールを守るようお願いするが、「クレジットが残っているし、あと1個だけ」との答え。そこで、スタッフはクレジット移動ができることを説明、入荷したばかりの景品があり、かなり人気が出そうだと話すと客は興味を持って別のブースへ移動。



受講生アンケート結果



受講生挨拶より
(グループ発表入賞者)

- 実は参加することに疑問を持ちながら会場に来たが、今、参加して本当に良かったと心から思っている。会社をまたいで色々な知識を得たことは私にとっての1番の財産になった。現場に戻り、学んだことを皆で共有したい。
- 1つの目標に向かってチームで真剣に話し合い、楽しく充実した2日間。AM業界発展に役立ちたいと思った。
- 全国の色々な地域の人と情報交換できる珍しい機会だった。この縁を大切に業界全体で頑張っていきたい。
- 食べて飲んで語り、楽しめて学べた。未熟なので心配しながらの参加だったが少し自信が持てるようになった。
- 自店は風営対象外なので参加に意味があるのかと思っていたが、青少年の健全育成のことなど改めて勉強になった。青少年アドバイザーとして、これからも積極的に学んでいきたい。

5 班

子どもへの声かけ

それぞれ学校で嫌なことがあった中学生のカップルが学校に行く気にならず、二人で昼からゲームセンターで気分を晴らすことに。制服で遊んでいる二人を見てスタッフが声かけするが、二人の反抗的な態度に店長を呼ぶ。店長は、「ゲームセンターは地域の交流の場。青少年健全育成のための一翼を担っている」と心から相談に乗ってあげ、カップルの心を開かせる。その後、女の子の父親が偶然ゲームセンターに来たことから、店長は父親にこっそり「悩みがあるようなので、今日は叱ることなく相談ののってあげてください」と話す。

<鈴木顧問より>地域懇談会に参加された地域・行政側の方より、子どもをゲームセンターから無理に追い出さないで欲しいとのご意見をいただくことも少なくない。子どもにも色々な事情があり、見守るという立場で接することは大切なこと。



4 班

メダル貸機・両替機トラブル

①父子で来店。1000円札を両替したところ900円しか出てこなかったためスタッフを呼び。スタッフは、両替機を開けて一緒に確認することを提案。すぐに確認作業を行うが両替機の金額に誤りはない。父子がウソをついている様子もないことからスタッフは「返金はできないので、その分、遊びたい台に100円クレジットを入れる」ことを申し出て、解決。感謝される。

②小学生が両替機と間違えてメダル貸機にお金を投入。子どもにメダルはやらせたくないとして親が返金を求める。たまたまスタッフがお金を入れるところを見ていたことから、店長は「法律上、本来は返金できないが今回は特別に」と返金。併せて、客がメダル貸機と両替機を間違えないよう策を施すことを約束する。

<鈴木顧問より>確実に間違えて投入したことがわかり、かつメダルで遊んでなければ返金可能だが、その証拠は人の証言でなく、防犯カメラの映像が望ましい。



3 班

20歳未満の喫煙

ゲームセンター内で喫煙二人組を見つけた常連客が「未成年かも知れない」として新人スタッフに確認を求める。スタッフが身分証の提示を求めたところ、ひとりには20歳だったものの、もうひとりには身分証がなく確認できず。退店を促すスタッフの横柄な態度に険悪ムードとなり店長が呼ばれる。店長は、成人を証明するものがないので喫煙はできないことを丁寧に説明し、ゆっくり遊んで欲しいという気持ちを伝えると、「タバコを吸わなければ遊べるんだね」と納得。店長は、新人スタッフを注意、今後しっかりと教育することを二人に約束する。

<鈴木顧問より>未成年と疑われる少年には、タバコを吸わせないだけでなく、灰皿を提供してもダメ。喫煙をやめるよう注意しても聞かないようであれば、当局に連絡するなどの措置を。その際、説得した記録(時刻)をとっておくと良い。喫煙少年は単に店外に追い出すのではなく、この子のためという気持ちで。



7 班

クレーンゲーム機

簡単に景品をゲットした客を見て、別の客がプレイするが取れず、新人スタッフを呼んで取り方のコツを教わる。しかし10回以上挑戦しても失敗。イライラが募り、別のスタッフに「アドバイス通りにやったのにダメだった」と怒る。苦情を受けたスタッフは、まず来店いただいたことに対して感謝の言葉を述べた後、「今、やめたらもったいないので、私が取れるまでアドバイスさせていただきます」と申し出、取りやすく置き直すなどして景品ゲットにつなげる。

そこへ先ほど景品をゲットした客が戻ってきて、「やっぱり茶色が欲しい」と景品の交換を求めてくる。スタッフは、まず、取った景品は茶色よりもレアであることを説明。それでも納得してもらえないことから、ゲームセンターのルールとして法律(風適法)をわかりやすく話した後、茶色の景品も取って一緒に持ち帰ることを提案する。



アミューズメント施設における景品提供のガイドライン

1. 目的

アミューズメントマシンにより提供される景品についてその種類、内容および営業方法を規定することにより、公正な競争秩序を確立するとともに、景品提供営業さらにはアミューズメント業界の将来に向けた健全な発展に資することを目的とする。

2. 定義

本ガイドラインで規定する景品とは風俗営業適正化法第2条第1項第5号で規定されるゲームセンター等における営業において使用される「遊技の結果が物品により表示される遊技の用に供する遊技設備」で提供される物品をいう。

3. 景品の内容

①景品の価額

景品1個の価格は、風俗営業適正化法解釈基準で定められた価格を超えてはならない。

市販価格とは、景品専用に開発された商品を除き、一般市場における価格とする。

なお、景品専用に開発された商品であっても1個あたりの価格は風俗営業適正化法解釈基準で定められた価格を超えてはならない。

②景品の種類

善良な風俗の保持、清浄な風俗環境の保持および青少年の健全な育成に障害を及ぼす行為を防止する観点から、ゲームセンター等における正常な商習慣に照らし適合すると認められる景品に限る。また、食品衛生法の遵守および他者の知的財産権を侵害することがないようすべきである。以上の点を踏まえ、次に掲げる物品等をゲームセンター等に設置されるアミューズメントマシンにおいて提供される景品として製造・販売・流通してはならない。

- i たばこ、喫煙器具類およびこれらをモチーフにした商品
- ii 酒類、および酒をモチーフにした商品
- iii 医薬品、興奮・めまい・幻覚等の作用を目的とする有機溶剤や成分を含有する物品類

- iv 青少年の健全な育成や公序良俗を阻害する内容が印刷または記録された各種メディア(図書、写真、フィルム、ビデオテープ、CD-ROM・DVDなどの記録メディア類)
- v 性的な行為の用に供する物品および性器を模した物品類
- vi ショーツ、ブラジャー等の下着類
- vii 金券類および類似品
- viii 食品衛生法に抵触する材料を使用した物品類
- ix 偽造ブランド品や偽造キャラクターを使用したもの等、他者の知的財産権を侵害している物品等
- x 心身に危害を与える恐れのある物品等(レーザーポインター、刃物類)
- xi 動物愛護の精神に反する生物

4. 景品提供の方法

- ①1回の遊技結果に提供する景品は、複数個提供する場合にも上限は800円を超えてはならない。
- ②景品は、あらかじめ表示されている景品と同一の景品でなければならない。
- ③景品と異なる高額なものをデモンストレーションとして展示してはならない。
- ④カプセル内に品名や記号を記したチケットなどを入れ、これを景品と交換してはならない。
- ⑤提供した景品をもって他の景品と交換してはならない。
- ⑥景品が手渡しで提供される仕組みの遊技の場合においても、本要領の定めるところにより、景品の取り扱いを行わなければならない。
- ⑦風営適正化法に定めるいわゆる4号営業に用いられるパチンコ機、パチスロ機に類する遊技機、メダルゲーム、ビデオゲーム、フリッパーゲーム機等の遊技機を用いる遊技においては、景品を提供してはならない。

5. 附則

このガイドラインは、平成26年4月1日から適用する。



JAIA
2019アミューズメント産業
新春賀詞交歓会

とき/平成31年1月11日(金)17時30分~19時
ところ/東京ドームホテル 地下1階「天空の間」
東京都文京区後楽1-3-61
03-5805-2111(代表)

会費/前売11,000円 当日12,000円(税込)

※会員宛に10月下旬、「開催のご案内」を送付しています。
前売券購入申込みは同封の申込書にてFAXにて。
(会費は同時に指定銀行口座にお振り込み下さい)

申込締切 12月21日(金)

<お問合せ先>
JAIA事務局内 アミューズメント産業
賀詞交歓会事務局
(担当:酒井)
TEL03-6272-9030
FAX03-6272-9411

- 禁煙コーナーがあるので安心して遊ぶことができる。(東京・64歳・♂)
- ①おしぼりが切れている時が多いので補充をしっかりと。②トイレの石けんが出づらく、よく飛び散る(ゲームで手が汚れるので石けんは使いやすくしてほしい)。③大雪の後、車椅子側の駐車場の雪が何日も残っていた。自転車置き場も含め、そこは雪かきした方が良かったかもね。④雨の日など外に出たくない時に困るのでスナックコーナーの充実を。⑤携帯電話の充電器を置いて欲しい。⑥ロッカーが欲しい(100円が返金されるタイプ。荷物を置けないゲーム機もあるから)。(埼玉・30~40代・♂♀カップル)
- 店の入口付近で掃除をしていた男性スタッフ(新人らしい)が笑顔で頭を下げて「いらっやいませ」と挨拶してくれた。良い気持ちになった。一方、アルバイトスタッフの中に、態度があまり良くない(常連客に対し友だちのように振る舞っている)者が混じっていて不愉快な気持ちになる。(大阪・67歳・♂)
- メダルの貸出の上限が1万円なので、2万円以上を作ってほしいです。それから、メダルポイントもっと増やしてほしいです。(大阪・43歳・♂)
- よくパチンコ・スロットタイプで遊びながらメダルを増やしています。最新台やすごく古い台など頻繁に入れ替えてもらえると、もっと楽しいです。(北海道・38歳・♂)
- 音ゲーの音が大きくて聞こえやすいのは良いと思った。(大阪・21歳・♂)

ユーザーの声... 全国のAM施設の
ご意見箱に寄せられた声