

本報告書の要約

1 アミューズメント産業界の市場規模

2018年度の日本経済は、アベノミクス政策の進捗や堅調な企業収益を背景に緩やかな回復が続いている。輸出はおおむね横ばいとなっているものの、企業における設備投資が増加するとともに、雇用・所得環境の改善により個人消費の持ち直しが続くなど、経済の好循環が続く状況となった。

ただし、夏に相次いだ自然災害により、個人消費や輸出を中心に経済が停滞する局面も生じた。

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。特に労働力不足に関しては、アミューズメント業界が風適法対象業種ということで外国人の労働力を利活用できないこともあり、人件費の高騰が施設運営に影響を与えており、このような経済動向の中、アミューズメント業界は2017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アミューズメント施設立ち入り時間の延長が引き続き追い風として作用しており、また、クレーンゲームを中心としたプライズマシンが好調に推移したことから2018年度のゲームセンター等、アミューズメント施設の売上げを示すオペレーション売上高は5,201億円で前年度比7.0%の増加となった。

一方、アミューズメント機器の販売高は、テレビゲーム機で有力タイトルが数多く発売されたことやプライズマシンの堅調により、1,617億円となり、前年度に比べ5.7%の増加となった。

オペレーション売上げ、アミューズメント機器販売を合計したアミューズメント産業の市場規模は前年度に比べ6.7%増となる6,817億円となった。

(単位: 億円)

		2008 年度	2009 年度	2010 年度	2011 年度	2012 年度	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度	2018 年度
業務用ゲーム機	販売高	7,693	6,739	6,689	6,723	6,491	6,314	5,833	5,908	6,194	6,388	6,817
	前年度比	85.7%	87.6%	99.3%	100.5%	96.6%	97.3%	92.4%	101.3%	104.9%	103.1%	106.7%
AM機製品	販売高	1,962	1,696	1,732	1,848	1,791	1,750	1,611	1,569	1,574	1,529	1,617
	前年度比	89.5%	86.5%	102.1%	106.7%	97.0%	97.7%	92.0%	97.4%	100.3%	97.2%	105.7%
オペレーション	販売高	5,731	5,043	4,958	4,875	4,700	4,564	4,222	4,338	4,620	4,859	5,201
	前年度比	84.5%	88.0%	98.3%	98.3%	96.4%	97.1%	92.5%	102.8%	106.5%	105.2%	107.0%

2

業務用AM機の製品販売高

アミューズメント機器の製品販売高は国内向け1,523億円(前年度比105.9%)、海外向け94億円(前年度比102.6%)、合計1,617億円(前年度比105.7%)となり、増加となった。

2018年度は、Fate/Grand Order Arcade、機動戦士ガンダムエクストリームバーサス2、ポンバーガーなどの有力大型タイトルの新規発売や大型クレーンゲームなどプライズマシンの販売好調が続いたこと、そして景品そのものの販売高が大きく増加したことなどにより、国内向けの製品販売高は増加に転じた。

〈国内向け製品販売高の種類別状況〉

(単位:億円)

		2008 年度	2009 年度	2010 年度	2011 年度	2012 年度	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度	2018 年度
テレビゲーム (筐体+基盤ソフト)	販売高	484	377	384	435	201	242	180	174	174	107	197
	前年度比	97.5%	77.9%	101.6%	113.4%	46.3%	120.3%	74.5%	96.7%	99.8%	61.3%	184.2%
音楽ゲーム	販売高	42	40	42	53	71	73	52	50	83	52	48
	前年度比	89.9%	95.6%	104.5%	126.8%	134.0%	103.5%	70.9%	95.6%	166.4%	62.8%	92.2%
プライズゲーム	販売高	103	78	82	78	49	49	58	59	81	119	144
	前年度比	81.2%	76.3%	104.5%	95.6%	62.3%	100.0%	119.1%	101.6%	137.3%	146.6%	120.9%
メダルゲーム	販売高	371	289	306	362	339	243	168	146	113	88	87
	前年度比	84.2%	78.0%	105.8%	118.3%	93.8%	71.5%	69.2%	87.1%	77.0%	78.3%	99.0%
アミューズメント ベンダー	販売高	121	102	110	140	140	133	100	94	87	95	103
	前年度比	71.6%	84.1%	108.0%	127.7%	100.0%	95.0%	75.1%	94.0%	92.6%	109.6%	107.9%
景品	販売高	259	223	247	240	319	370	419	421	469	570	625
	前年度比	94.1%	86.0%	110.6%	97.3%	132.9%	116.1%	113.1%	100.6%	111.2%	121.6%	109.6%
ゲーム用 カード・チップ類	販売高	244	192	170	172	212	214	237	215	184	145	77
	前年度比	88.4%	78.9%	88.5%	100.9%	123.7%	100.6%	110.8%	90.8%	85.4%	78.8%	53.0%
その他AM機	販売高	131	87	80	75	104	106	105	113	78	81	12
	前年度比	92.5%	66.7%	91.7%	93.5%	139.3%	101.6%	99.0%	107.9%	69.0%	103.4%	34.7%
コンテンツ課金・シェア モデルなどの売上	販売高	74	177	197	183	239	205	192	188	217	179	184
	前年度比	88.6%	238.8%	111.0%	93.2%	130.6%	85.8%	93.5%	97.9%	115.4%	82.5%	102.7%
国内全体 (合計)	販売高	1,828	1,566	1,616	1,738	1,675	1,635	1,511	1,461	1,491	1,437	1,523
	前年度比	89.0%	85.7%	103.2%	107.5%	96.4%	97.6%	92.4%	96.7%	102.0%	96.4%	105.9%

●テレビゲーム…販売高197億円(前年度比184.2%)

(単位:億円)

		2008 年度	2009 年度	2010 年度	2011 年度	2012 年度	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度	2018 年度
筐体	販売高	281	227	237	252	116	152	104	101	105	83	155
	前年度比	98.2%	80.9%	104.2%	106.3%	46.1%	131.2%	68.3%	97.3%	104.0%	78.9%	187.3%
基盤ソフト	販売高	203	150	147	183	85	90	76	73	69	24	41
	前年度比	96.6%	73.8%	97.8%	124.9%	46.5%	105.3%	85.1%	95.8%	94.1%	34.4%	173.4%
テレビゲーム・計	販売高	484	377	384	435	201	242	180	174	174	107	197
	前年度比	81.2%	77.9%	101.6%	113.4%	46.3%	120.3%	74.5%	96.7%	99.8%	61.3%	184.2%

テレビゲームは、「Fate/Grand Order Arcade」や「機動戦士ガンダムエクストリームバーサス2」、「ボンバーガール」、「WCCF FOOTISTA」など期待される有力タイトルが数多く販売開始されたこと、また、発売タイトルが少なかった前年度の反動もあり、販売高が大幅に増加した。

製品の大規模なバージョンアップ多くのタイトルで行われたことから基盤ソフトジャンルの販売高も伸びた。

●音楽ゲーム…販売高48億円(前年度比92.2%)

アミューズメント施設での稼働は堅調に推移している音楽ゲームだが、新製品の発表が「オングキ」など数機種にとどまったため、例年に比べ少なく、また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、販売高の減少につながった。

●クレーンゲーム…販売高117億円(前年度比116.3%)

クレーンゲームは大型景品が好調なアミューズメント施設での動向を受け昨年販売開始された機種のリピート販売が好調で売上げを伸ばした。

アミューズメント施設におけるプライズマシンの増台が続いていることから製品販売高の拡大が続いている。

●クレーン以外のプライズゲーム…販売高27億円(前年度比145.9%)

クレーン機構を使わない「トライポッド」の大ヒットにより、このジャンルの販売高は大幅な伸びが続いている。この機種の成功で、多くのメーカーがこのジャンルの新製品の開発に挑戦し始め、販売が開始されている。クレーンゲーム以外のプライズゲームも遊びたいというプレイヤーニーズに対応し、クレーンゲーム中心だったプライズゲームが多様化していくことが予想され、今後も種類・台数ともに伸びていくものと思われる。

●メダルゲーム…販売高87億円(前年度比99.0%)

(単位:億円)

		2008 年度	2009 年度	2010 年度	2011 年度	2012 年度	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度	2018 年度
メダルゲーム	販売高	371	289	306	362	339	243	168	146	113	88	87
	前年度比	84.2%	78.0%	105.8%	118.3%	93.8%	71.5%	69.2%	87.1%	77.0%	78.3%	99.0%

2018年度 メダルゲームの内訳	販売高 (億円)	構成比
一般メダルゲーム	71	81.3%
4号転用メダルゲーム	16	18.7%

メダルゲームの販売高は長期に亘り減少傾向が続いてきたが、本年度「4号転用機以外のメダルゲーム」の販売高は6年ぶりに増加に転じた。メダルゲーム低迷の要因の一つであったアミューズメント施設におけるメダル貸し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始めていた。その結果、ようやく新たなメダルゲーム導入という設備投資に繋がったものと思われる。

2018年度は4人用から6人用のマスメダルゲームに人が集まり、多くの新製品がリリースされた。この状況に対し、メダルゲームに携わるメーカーの開発意欲は旺盛で今後も多くの新製品が販売される予定となっている。

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、4号転用メダルゲーム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き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103億円(前年度比107.9%)

	筐体	基盤 ソフト	用紙 用品類	計
2018年度販売高(億円)	23	6	75	103
前年度比(%)	62.8%	100.5%	138.9%	107.9%

筐体販売は売上が減少したものの用紙類の販売が大きく伸びたことで、前年度に比べ販売高が拡大した。フォトシール機を取り巻く環境の変化で、製造メーカーは、フリュー株式会社のみという状況になっているが、SNSとの連動を図るなどユーザーニーズを的確につかみ取り、アミューズメント施設での売上も堅調を維持している。最新機種「アオハル」においては被写体スペースを大型化し、移動型カメラを導入したこと、15名を超えるユーザーを一度に撮影できるモードが人気となっているなど、フォトシール機の新たな利用方法が生み出されたといえる。

●景品…販売高625億円(前年度比109.6%)

	2018年度	前年度比
(1)景品の販売高(億円)	625	109.6%
(2)景品の購入高(億円)	875	109.1%
(1)/(2)	71.4%	—

※(1)… 景品メーカーの国内向け製造販売高

※(2)… クレーン+他プライズゲームのオペレーション売上高に景品代の割合を掛けた数値

2018年度のクレーン+他景品提供機のオペレーション売上高(2,813億円)に対する景品代割合は、31.1%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875億円(前年度比109.3%)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(875億円)の71.4%だった。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。

2018年度は大ヒット人気キャラクターや一昨年のハンドスピナーのような人気アイテムはなかったものの、映画やアニメ関連のキャラクターが安定して好まれたほか、ぬいぐるみ、クッションなどの大型景品、アミューズメント専用大型菓子景品にもプレイヤーの人気が集まった。

●ゲーム用カード・チップ類…販売高77億円(前年度比53.0%)

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。

テレビゲーム、メダルゲーム用は35億円(前年度比112.9%)と前年度に比べ売上は伸びたものの販売額自体は低迷している。これは最新型テレビゲームにおいてカードの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したためと思われる。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、「スーパードラゴンボールヒーローズ」と「ポケモンガオーレ」が通期にわたり人気を博したもの、新製品の投入がなかったこと、旧型の筐体を使用した定番商品のサービス終了が影響し販売額を減少させる結果となった。キッズカードゲーム用の販売額は42億円(前年度比36.8%)。

なお、キッズカードゲームは、機械はアミューズメント施設等に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。

●乗り物…販売高2億円(前年度比107.7%)

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、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傾向が続いているため、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57億円(前年度比70.6%)

その他AM機の販売高は12億円(前年度比34.7%)。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、製品寿命の長いジャンルであることや中古機の流通も増えていることから、販売高減少に繋がったものと思われる。

付帯機器は、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ほか、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始まっているものの、前年度に比べ需要が一段落したことから販売高の減少につながったと思われる。付帯機器の販売高は45億円(前年度比96.0%)となった。

●ネットワークゲームの販売高…374億円(前年度比105.9%)

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。ネットワークゲーム(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	49.2%	12.8%	9.5%	27.7%
販売高(億円)	184	48	36	104

テレビゲーム、音楽ゲーム、アミューズメントベンダー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く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ほか、プレイヤーの嗜好を反映させたゲーム内容の修正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184億円(前年度比102.7%)

ネットワークゲームにおいて、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げのこと。

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、アミューズメント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げ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、課金期間の調整をおこなうなどして、運営会社毎の設定ではなく、個々のアミューズメント施設の運営にあっ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、変更要素をリースするゲーム運営スタイルが一般的になっている。

2018年度は発売されたテレビゲームのオペレーション売上げの増加があったものの、ゲーム機器シェアモデルの多様化、期待された新作が人気を得られなかつことなどから、このジャンルの販売高は微増にとどまった。

(単位:億円)

	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度
販売高	74	177	197	183	239	205	192	188	217	179	184
前年度比	88.6%	239.2%	111.3%	92.9%	130.9%	85.8%	93.5%	98.0%	115.5%	82.4%	102.7%

3 オペレーションの売上高

2018年度のオペレーション売上高は、5,201億円(前年度比107.0%)となり、4年連続で売上高が増加する結果となった。しかしながら、消費者の嗜好や余暇活動の多様化からゲームセンター数、設置台数は調査開始以来ほぼ一貫して減少が続いているが、設置台数は43万2千台(前年度比99.2%)、店舗数は12,167店(前年度比92.9%)となっている。売上げについては2018年度においても、2017年6月に施行された改正風俗営業適正化法による、保護者同伴の未成年者に対する立ち入り時間規制の緩和による好影響が続いたことにより、堅調な売上げを維持した。

2018年度は8月まではサッカーワールドカップや猛暑や豪雨などの天候不順、大阪北部地震の影響で、前年度の売上げを割る月が多くたものの、9月以降はプライズゲームの牽引もあり売上げを伸ばす結果となった。売上げ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クレーンゲームが特に好調だった。提供される景品もコアユーザー向けのフィギュア製品のほか、人気キャラクターの大型ぬいぐるみやクッション、アミューズメント施設向けに提供される大型お菓子景品の需要が高かった。このような売上が増加する状況下においても、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、アミューズメント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から、2018年度の1店舗当たりの年間売上高は前年度比115.3%、1台当たりの年間売上高は前年度比108.0%と、ともに好調な結果となった。

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203店舗(前年度比96.2%)、レンタル店舗の縮小数は733店舗(前年度比90.6%)となっており、レンタル店舗の大幅な減少が続いている。

なお、直営店舗での1台あたりの年間売上高は前年度比108.1%、1店舗あたりの売上高は前年度比111.2%、レンタル店舗での1台あたりの年間売上高は前年度比109.9%、1店舗あたりの売上高は前年度比123.5%となっており、前年度に続き、直営、レンタルともに店舗の売上は好調に推移している。

②5号営業許可の対象店舗数と非対象店舗数では、非対象店舗数の落ち込み(前年度比91.4%)が大きくなる傾向が続いている。対象店舗は前年度比95.7%。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。

		2008 年度	2009 年度	2010 年度	2011 年度	2012 年度	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度	2018 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	5,201
	前年度比	84.5%	88.0%	98.3%	98.3%	96.4%	97.1%	92.5%	102.8%	106.5%	105.2%	107.0%
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	1.2
	前年度比	95.4%	88.6%	97.0%	97.2%	93.8%	94.6%	97.2%	96.1%	95.2%	92.6%	92.9%
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	43.2
	前年度比	97.2%	88.4%	98.1%	97.8%	95.2%	96.1%	92.5%	95.5%	95.9%	97.8%	99.2%
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	35.5
	前年度比	101.9%	99.7%	101.3%	100.6%	101.6%	101.6%	95.2%	107.8%	93.7%	105.7%	106.8%
1店舗当たりの 年間売上高	売上高(万円)	2,643	2,625	2,660	2,691	2,766	2,840	2,704	2,919	3,264	3,708	4,274
	前年度比	88.6%	99.3%	101.3%	101.2%	102.8%	102.7%	95.2%	107.9%	111.8%	113.6%	115.3%
1台当たりの 年間売上高	売上高(万円)	84.7	84.3	84.5	84.9	86.0	86.9	86.9	93.4	103.8	111.6	120.4
	前年度比	86.9%	99.5%	100.2%	100.5%	101.3%	101.0%	100.0%	107.5%	111.1%	107.5%	108.0%

〈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・旅館、SC・デパート、ボウリング場)の売上高については、ホテル・旅館併設店舗(前年度比175.5%)、SC・デパート(前年度比114.4%)の売上げ増加が目立っている。ホテル・旅館併設店舗については対象母数が少ないため、調査対象の変動などが大きな変化に繋がったものと予想される。一方、飲食店との兼業店舗(前年度比41.5%)、ボウリング場併設店舗(前年度比73.5%)は売上げが減少している。

店舗数ではボウリング場併設店舗(前年度比30.0%)の減少が目立つ結果となった。

〈設置台数規模別店舗数の状況〉

	2008 年度	2009 年度	2010 年度	2011 年度	2012 年度	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度	2018 年度	構成比	前年度比
店舗数	21,688	19,213	18,638	18,114	16,991	16,069	15,611	14,862	14,154	13,103	12,167	100.0%	92.9%
20台以下	9,619	8,059	7,932	7,656	7,534	6,643	6,880	6,242	6,093	5,603	6,647	54.6%	118.6%
21-50台	1,957	1,541	1,262	1,142	841	807	1,043	1,085	981	951	1,085	8.9%	114.1%
51-70台	1,176	1,113	1,054	949	649	596	601	550	498	468	232	1.9%	49.5%
71-100台	2,051	1,747	1,839	1,673	1,506	1,488	1,389	1,382	1,319	1,202	563	4.6%	46.8%
101-200台	5,424	5,303	5,144	5,271	5,049	5,056	4,168	4,191	4,005	3,605	1,841	15.1%	51.1%
201台以上	1,461	1,451	1,407	1,423	1,410	1,479	1,530	1,412	1,258	1,274	1,799	14.8%	141.2%

台数では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26.9%)。

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」の大規模店舗が大幅に増加(前年度比141.2%)し、50台以下の設置店舗も増加が目立つ結果となった。

「71-100台」の規模の店舗減少が目立っている(前年度比46.8%)。

アミューズメント施設の運営課題としては、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いることが問題となっている。他の業態と異なり、風適法対象業種ということで外国人労働者を雇用できないことから、他業界に増して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。続いて、ゲームジャンルごとの売上動向について要約する。

〈オペレーション売上高の主要な種類別状況〉

(単位:億円、万台)

		2008 年度	2009 年度	2010 年度	2011 年度	2012 年度	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度	2018 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	1,128	930	887	866	700	626	639	656	724	653	686
	設置台数	13.5	11.4	11.5	10.5	9.5	9.2	8.5	8.1	7.9	7.5	7.1
音楽ゲーム	オペレーション売上高	115	90	85	117	150	185	165	196	217	185	189
	設置台数	1.6	1.5	1.4	1.5	1.7	2.3	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8
プライズ ゲーム	オペレーション売上高	1,990	1,822	1,904	1,771	1,839	1,886	1,794	1,896	2,096	2,540	2,813
	設置台数	17.1	15.8	15.6	15.7	13.3	14.7	13.2	12.3	12.3	13.4	14.4
メダルゲーム	オペレーション売上高	1,670	1,513	1,469	1,395	1,207	1,052	919	919	903	863	855
	設置台数	24.3	21.6	21.7	21.3	21.3	16.9	16.3	15.9	14.8	13.5	12.7
アミューズメントベンダー	オペレーション売上高	254	238	247	325	266	267	227	225	226	221	239
	設置台数	1.9	1.6	1.5	1.7	1.3	1.3	1.2	1.2	1.1	1.1	1.0
キッズカード ゲーム	オペレーション売上高	234	227	176	192	244	296	274	278	272	232	243
	設置台数	2.8	2.5	2.2	2.5	3.0	3.6	3.6	3.4	3.1	2.7	2.6

●テレビゲーム … 売上高686億円(前年度比105.1%)
設置台数70,678台(前年度比94.6%)

テレビゲームのオペレーションについては、例年なく大型タイトルが投入されたこともあり売上げが大きく増加した。大型タイトルである「Fate/Grand Order Arcade」、「機動戦士ガンダムエクストリームバーサス2」などの新製品が高稼働したことが貢献している。

設置台数は特に汎用筐体で減少(前年度比92.8%)しており、ここ数年の傾向と同様で、ネットワーク対戦や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。

テレビゲーム売上高の内、カード・チップ類を使用する機種の売上げは420億円と微増(前年度比100.7%)となっている。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175億円でこちらも微増(前年度比101.7%)であった。

専用筐体

		2008 年度	2009 年度	2010 年度	2011 年度	2012 年度	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度	2018 年度
オペレーション 売上高	億円	854	729	677	654	568	452	467	491	561	508	540
	前年度比	92.9%	85.3%	92.8%	96.6%	86.9%	79.5%	103.3%	105.2%	114.2%	90.6%	106.3%
設置台数	万台	8.0	7.6	7.3	7.0	6.2	5.7	5.4	5.1	5.0	4.9	4.7
	前年度比	98.3%	94.6%	96.9%	94.7%	88.6%	92.1%	94.9%	94.7%	97.1%	99.5%	95.5%

汎用筐体

		2008 年度	2009 年度	2010 年度	2011 年度	2012 年度	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度	2018 年度
オペレーション 売上高	億円	274	201	210	212	131	174	173	165	164	145	146
	前年度比	83.8%	73.2%	104.6%	101.2%	61.9%	132.7%	99.0%	95.6%	99.3%	88.2%	100.9%
設置台数	万台	5.5	3.9	4.1	3.5	3.3	3.5	3.1	3.0	2.9	2.5	2.4
	前年度比	94.7%	70.8%	106.8%	85.6%	94.1%	105.3%	88.2%	97.0%	97.7%	86.8%	92.8%

●音楽ゲーム … 売上高189億円(前年度比102.0%)
設置台数18,137台(前年度比97.9%)

音楽ゲームでは設置台数は減少する結果となったものの、新規製品の発売や定番のヒット機種が貢献したことで売上は増加した。

丁寧なバージョンアップを繰り返し行うことで陳腐化を防ぎ、顧客のニーズに応えているジャンルといえる。

●プライズゲーム … 売上高2,813億円(前年度比110.8%)
設置台数144,352台(前年度比107.7%)

		クレーン	他プライズゲーム	計
オペレーション 売上高	億円	2,474	339	2,813
	前年度比	109.6%	120.4%	110.8%
設置台数	万台	12.6	1.8	14.4
	前年度比	107.6%	108.2%	107.7%

プライズゲームの設置台数及び売上げは引き続き伸長した。このジャンルの売り上げはアミューズメント施設における総売上げの54.1%に至っている。

施設によっては売上げの8割以上をこのジャンルが占めるようになっており、まさにアミューズメント施設の売上の中心といえるジャンルとなっている。

2017年の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の恩恵が続いており、設置台数、売上げの増加につながった。

また、売上げが低下している他ジャンルのゲーム機コーナーを減らし、プライズゲームのコーナーを増床、増台する動きが続いている。

景品では、特に大型サイズの景品が人気を博したほか、この年に上映された映画やアニメのキャラクター景品にも人気が集まる結果となった。

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たなタイプのプライズマシンが市場で存在感を増し、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855億円(前年度比99.1%)
設置台数127,107台(前年度比94.2%)

		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	595	260	855
	前年度比	100.2%	96.6%	99.1%
設置台数	万台	6.5	6.3	12.7
	前年度比	95.7%	92.7%	94.2%

メダルゲームは、売上高、設置台数ともに減少したものの、減少幅は小さくなっています。これまでの低迷に対し、ようやく下り止まりの実感を得られる状況となった。

特に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(前年度比95.7%)したものの、売上高は2010年度にメダルゲーム内で4号転用機とそれ以外にジャンルを別けて以降、初めての増加(前年度比100.2%)となった。

一方で、4号転用メダルゲームは売上げ、設置台数ともに減少が続いている。

売上げ低迷の原因であった貸し出しメダル単価の下落に歯止めがかかったことで、新規に機械導入施設も増えており、メダルゲームジャンルを見直す機運が業界内で起こっている。

このジャンルの低迷が始まって以降、新規機器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、一定の売上げ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はじめている。

●アミューズメントベンダー… 売上高239億円(前年度比108.3%) 設置台数9,899台(前年度比93.3%)

アミューズメントベンダーの売上げは増加、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なっているものの、多人数での撮影や画像処理、撮影アングル、照明方法など様々な工夫を凝らして差別化を図っており、SNSでの見映えを意識した画像が提供できる機種が人気となった。女性専用コーナーを設けたり、化粧スペース、コスプレ衣装を充実させるなど顧客ニーズに応える営業が行われている。

なお、本年度のアミューズメントベンダージャンルの売上げは、すべてプリントシール機の売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1,256億円(前年度比104.7%)

ネットワークゲームは、テレビゲーム、音楽ゲーム、メダルゲームなど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イ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、バージョンアップの省力化やイベントの実施など、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上げは、前年度に比べ、微増となつた。

オペレーション売上に占める割合は、24.2%と前年度に比べ微減となっているが、テレビゲームと音楽ゲームの売上げのほとんどは、ネットワークゲームによる売上げとなっている。

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来ない工夫をネットワーク化により実現している。

なお、メダルゲームの売上げや比率は、メダル貸し機等の売上げから按分したものであり、推計値である。

		2008 年度	2009 年度	2010 年度	2011 年度	2012 年度	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度	2018 年度
オペレーション 売上高	億円	1,083	1,009	852	916	872	1,153	1,098	1,102	1,196	1,199	1,256
	前年度比	85.8%	93.2%	84.4%	107.5%	95.2%	132.2%	95.2%	100.4%	108.6%	100.3%	104.7%

売上高に占めるネットワークゲームの種類別構成は以下の通り。

(単位:億円)

		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	47.4%	14.0%	28.5%	10.1%
	売上高	595	176	358	127