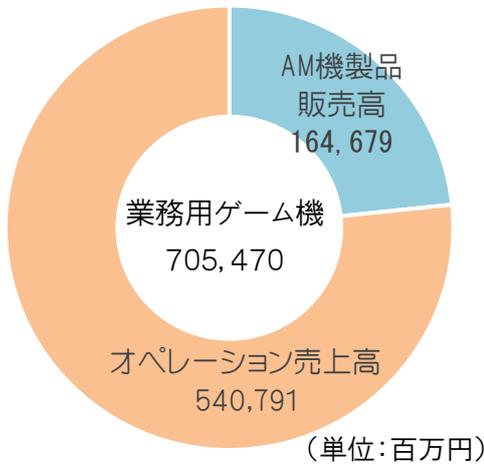


2019年度アミューズメント産業界の実態調査



調査目的/2019年度の実績をもとに国内のAM産業界の規模を把握すること
 調査対象/JAIAの会員企業および非会員のAM業界企業。計365社。
 調査方法/自記式によるメール調査(宛先は企業代表者及び担当者)
 ※昨年までは郵送調査だったが、今年度は新型コロナウイルスの影響もあり、調査票をメールで送信して返信いただく形式とした
 回収結果/回収数116(回収率31.8%)。うち有効回収数101(27.7%)
 調査期間/2020年7月21日~2020年9月29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(JAIA)
 <販売高・売上高の算出方法>
 ◎集計対象数...AM機製品販売 46社 オペレーション 68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・集計値の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34万383台(100%) <2019年12月時点の数値>
 調査結果・集計値20万2,293台(59.4%) <2020年3月末時点の数値>

前年度比
103.5%

市場規模全体額7,055億円

第28回目となるアミューズメント業界の動向調査が実施され、1月28日に発表となった。2020年10月号で速報した通り、2019年度の市場規模は前年比103.5%の7,055億円。
 なお、実態調査報告書の冊子は、JAIA会員に送付済み(追加希望の場合は会員1,000円、非会員2,000円で頒布)。お問い合わせはJAIA事務局まで。

アミューズメント産業界の市場規模

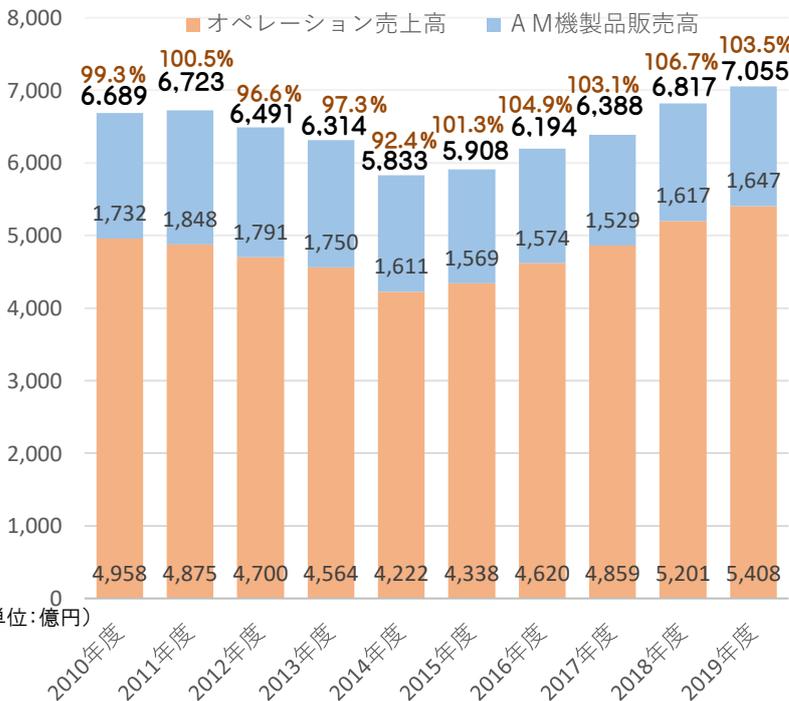
2019年度の日本経済は、制裁関税の応酬などによる米中貿易摩擦の激化や欧州経済の減速など世界経済にマイナス要因を抱える中、個人消費の拡大や高い労働需要が続いたことなどを受け堅調に推移した。10月には消費税の増税が実施され、駆け込み需要の反動減による消費落ち込みが顕在化したものの、年末に向けては個人消費持ち直しの動きが出始めた。

しかし、1月以降新型コロナウイルスの感染拡大が始まったことにより、2020年2月末には安倍首相による自粛要請が発出され、3月には経済が大きく落ち込むこととなった。

このような経済動向の中、アミューズメント業界は2016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ようやく利用者全体に浸透したと考えられ、引き続き追い風として作用した。クレーンゲームを中心とするプライズマシンの売上も好調に推移したことから、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5,408億円で前年度比4.0%の増加となった。

アミューズメント機器の販売高においても、メダルゲーム、音楽ゲーム、アミューズメントベンダーの販売が好調だったことから1,647億円で前年度に比べ1.8%の増加となった。

オペレーション売上、AM機器販売を合計したAM産業の市場規模は前年度に比べ3.5%増となる7,055億円となった。



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。

2019年度 オペレーション売上高 5,408 億円 (前年比 104.0%)

オペレーション売上高は、下表の通り、5,408億円
で5年連続の増加。2019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入時間規制の緩和による好
影響が依然続いており、堅調な売上を維持した。秋に
台風や大雨の影響を受けたものの、夏の高温など天
候の恩恵を受けたことやプライズゲームが市場全体
を牽引したこともあって売上を伸ばす結果となった。

設置台数は43万1千台(前年度比99.9%)で微減
となったが、総店舗数は12,212店(前年度比100.
4%)でわずかではあるが増加した。店舗数が増加し
たのは1998年度の調査以来のことである。これは、
本格的なゲームセンターではなくレンタルしたゲー
ム機を数台設置したゲームコーナーや他業態との複
合店舗が増えていることが影響していると思われる。

本格的なゲームセンター数(主にゲームセンター専
業店舗数)は不採算店舗の撤退、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、2019年度の全施設
の1店舗当たりの年間売上高は前年度比103.6%、ゲ
ームセンター専門店で見ると137.9%と好調な結
果となった。1台当たりの年間売上高は前年比104.1%
となっている。

店舗の形態別特徴

①直営店舗は18店舗の減少(前年度比99.6%)。レンタル
店舗は63店舗の増加(同110.9%)。直営店舗での1台当
りの年間売上高は前年度比103.8%、1店舗当たりの売上高
は同104.1%、レンタル店舗はそれぞれ124.9%、123.3%。
レンタル店舗の売上の伸びが大きくなっており、プライズ
マシンの売上が伸びているのではないかと予想される。

②5号営業許可の対象店舗数と非対象店舗数では、非対象
店舗数が増加(前年度比102.7%)。一方、対象店舗は前年
度比95.9%。従来同様の不採算店舗の閉店の他、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、許可対象店舗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。

店舗種類別状況

主要業種別(ゲームセンター専業、飲食店、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、飲食店
との兼業店舗(前年度比229.7%)、物販等その他業種との
兼業店舗(同173.5%)の売上増加が目立っている。飲食店
併設店舗については対象母体が少ないため、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、ホテル旅館併設店舗(同72.0%)は売上が減少。
店舗数では物販等その他業種との兼業店舗(124.9%)、飲
食店との兼業店舗(123.8%)の増加が目立つ。ゲームセン
ター専門店店舗は前年度比71.5%と大きく減少した。

年 度		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
オペレーション 売上高	売上高(億円)	4,958	4,875	4,700	4,564	4,222	4,338	4,620	4,859	5,201	5,408
	前年度比(%)	98.3	98.3	96.4	97.1	92.5	102.8	106.5	105.2	107.0	104.0
店舗数	店舗数(万台)	1.9	1.8	1.7	1.6	1.6	1.5	1.4	1.3	1.2	1.2
	前年度比(%)	97.0	97.2	93.8	94.6	97.2	96.1	95.2	92.6	92.9	100.4
設置台数	台数(万台)	58.7	57.4	54.7	52.5	48.6	46.4	44.5	43.5	43.2	43.1
	前年度比(%)	98.1	97.8	95.2	96.1	92.5	95.5	95.9	97.8	99.2	99.9
1店舗当たりの 設置台数	台数(台)	31.5	31.7	32.2	32.7	31.1	33.6	31.4	33.2	35.5	35.3
	前年度比(%)	101.3	100.6	101.6	101.6	95.2	107.8	93.7	105.7	106.8	99.5
1店舗当たりの 年間売上高	販売高(万円)	2,660	2,691	2,766	2,840	2,704	2,919	3,264	3,708	4,274	4,428
	前年度比(%)	101.3	101.2	102.8	102.7	95.2	107.9	111.8	113.6	115.3	103.6
1台当たりの 年間売上高	販売高(万円)	84.5	84.9	86.0	86.9	86.9	93.4	103.8	111.6	120.4	125.4
	前年度比(%)	100.2	100.5	101.3	101.0	100.0	107.5	111.1	107.5	108.0	104.2

設置台数規模別店舗数の状況

年度	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019		
										構成比	前年対比	
店舗数	18,638	18,114	16,991	16,069	15,611	14,862	14,154	13,103	12,167	12,212	100.0%	100.4%
20台以下	7,932	7,656	7,534	6,643	6,880	6,242	6,093	5,603	6,647	5,205	42.6%	78.3%
21~50台	1,262	1,142	841	807	1,043	1,085	981	951	1,085	482	3.9%	44.4%
51~70台	1,054	949	649	596	601	550	498	468	232	277	2.3%	119.5%
71~100台	1,839	1,673	1,506	1,488	1,389	1,382	1,319	1,202	563	895	7.3%	159.0%
101~200台	5,144	5,271	5,049	5,056	4,168	4,191	4,005	3,605	1,841	3,579	29.3%	194.4%
201台以上	1,407	1,423	1,410	1,479	1,530	1,412	1,258	1,274	1,799	1,775	14.5%	98.7%

台数についてはどの店舗種別においても大きな変動は見受けられない。AM施設の設置台数による規模別構成に
関しては「101~200台」の大規模店舗が大幅に増加するなど、71台以上の設置店舗の増加が目立つ結果となった。

2019年度 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631億円(前年度比92.1%)
設置台数66,103台(前年度比93.5%)

大型タイトルが数多く市場に投入された前年度の反動により減少した。

設置台数は専用筐体(前年度比94.6%)、汎用筐体(前年度比91.3%)ともに減少する結果となった。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の上は395億円と減少(前年度比94.0%)した。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172億円で微減(前年度比98.3%)となった。

プライズゲーム

売上高2,988億円(前年度比106.2%)
設置台数160,184台(前年度比111.0%)

設置台数及び売上は引き続き伸長。このジャンルの売上はAM施設における総売上の55.3%に至っている。プライズゲーム専門店も出現するなど、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。

2016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、売上の増加につながった。また、売上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他、例年同様に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。

ネットワークゲーム(オンラインゲーム)

売上高1,265億円(前年度比100.7%)

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は、前年度比微増。

オペレーション売上高に占める割合は23.4%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や比率(下表)は、メダル貸機等の売上から按分したものであり、推計値である。

ゲーム種類		テレビ	音楽	メダル	その他
OP 売上高	構成比	45.3%	14.7%	29.2%	10.8%
	売上高	573	186	369	137

音楽ゲーム

売上高197億円(前年度比104.3%)
設置台数17,888台(前年度比98.6%)

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。

定期的なイベントや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。

メダルゲーム

売上高867億円(前年度比101.5%)
設置台数114,574台(前年度比90.1%)

昨年度売上高、設置台数において、これまでの低迷に対し、ようやく下げ止まりの実感を得られる状況となった。

2019年は設置台数は減少したものの売上高は増加に転じ、特に4号転用機以外の一般メダルゲームでの売上は641億円(前年度比107.9%)と大きく増加した。

一方で、4号転用メダルゲームは売上、設置台数ともに減少が続いている。

売上低迷の原因であった貸出メダル単価の下落に歯止めがかかったことで、新規に機械を導入する施設も増えており、メダルゲームジャンルの復活が期待され始めている。

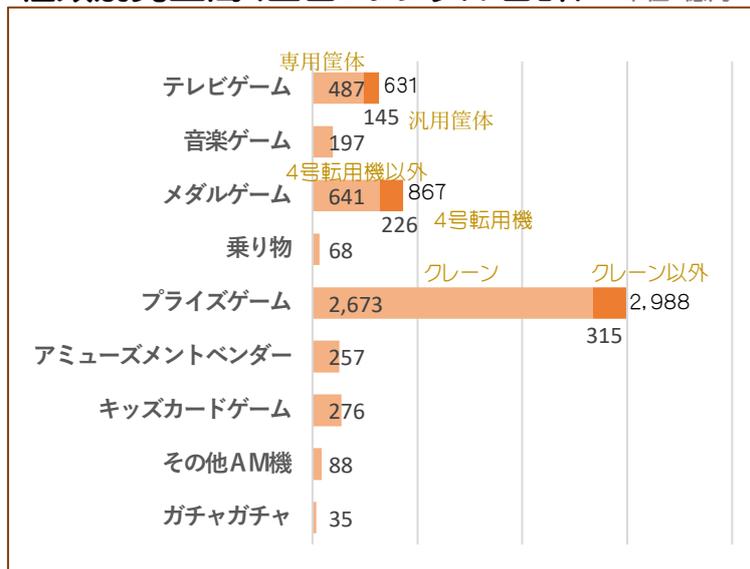
アミューズメントベンダー

売上高257億円(前年度比107.7%)
設置台数10,080台(前年度比101.8%)

売上は増加、台数は微増。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は、すべてプリントシール機の売上で構成されている。

種類別売上高(直営、レンタル合計) 単位:億円



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。

2019年度 業務用AM機製品販売高 1,674億円(前年比101.8%)

アミューズメント機器の製品販売高は国内向け1,562億円(前年度比102.6%)、海外向け85億円(同90.2%)、合計では1,674億円(前年度比101.8%)とわずかに増加した。

2019年度は、テレビゲームの販売が大きく落ち込んだものの、メダルゲームの新製品の発売や音楽ゲーム、アミューズメントベンダーの販売が回復したことなどにより、国内向けの製品販売高は前年度に引き続き増加となった。

国内向け製品販売高の種類別状況

年度		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
テレビゲーム (筐体+基盤ソフト)	販売高	384	435	201	242	180	174	174	107	197	54
	前年度比	101.6%	113.4%	46.3%	120.3%	74.5%	96.7%	99.8%	61.3%	184.2%	27.5%
音楽ゲーム	販売高	42	53	71	73	52	50	83	52	48	65
	前年度比	104.5%	126.8%	134.0%	103.5%	70.9%	95.6%	166.4%	62.8%	92.2%	134.4%
プライズゲーム	販売高	82	78	49	49	58	59	81	119	144	154
	前年度比	104.5%	95.6%	62.3%	100.0%	119.1%	101.6%	137.3%	146.6%	120.9%	107.2%
メダルゲーム	販売高	306	362	339	243	168	146	113	88	87	124
	前年度比	105.8%	118.3%	93.8%	71.5%	69.2%	87.1%	77.0%	78.3%	99.0%	141.9%
アミューズメント ベンダー	販売高	110	140	140	133	100	94	87	95	103	137
	前年度比	108.0%	127.7%	100.0%	95.0%	75.1%	94.0%	92.6%	109.6%	107.9%	132.8%
景品	販売高	247	240	319	370	419	421	469	570	625	640
	前年度比	110.6%	97.3%	132.9%	116.1%	113.1%	100.6%	111.2%	121.6%	109.6%	102.4%
ゲーム用 カード・チップ類	販売高	170	172	212	214	237	215	184	145	77	104
	前年度比	88.5%	100.9%	123.7%	100.6%	110.8%	90.8%	85.4%	78.8%	53.0%	135.5%
その他AM機	販売高	80	75	104	106	105	113	78	81	12	21
	前年度比	91.7%	93.5%	139.3%	101.6%	99.0%	107.9%	69.0%	103.4%	34.7%	177.3%
コンテンツ課金・ シェアブルなどの売上	販売高	197	183	239	205	192	188	217	179	184	215
	前年度比	111.0%	93.2%	130.6%	85.8%	93.5%	97.9%	115.4%	82.5%	102.7%	117.0%
国内全体 (合計)	販売高	1,616	1,738	1,675	1,635	1,511	1,461	1,491	1,437	1,523	1,562
	前年度比	103.2%	107.5%	96.4%	97.6%	92.4%	96.7%	102.0%	96.4%	105.9%	102.6%

テレビゲーム

販売高54億円(前年度比27.5%)

前年度に有力タイトルが数多く販売開始されたことの反動が生じ大幅に売上が減少した。アミューズメント施設での稼働は約8%の減少にとどまっていることから、利用者の需要が大きく落ち込んだわけではないと思われる。

年度		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
筐体	販売高	237	252	116	152	104	101	105	83	155	28
	前年度比	104.2%	106.3%	46.1%	131.2%	68.3%	97.3%	104.0%	78.9%	187.3%	18.2%
基盤ソフト	販売高	147	183	85	90	76	73	69	24	41	26
	前年度比	97.8%	124.9%	46.5%	105.3%	85.1%	95.8%	94.1%	34.4%	173.4%	63.0%
テレビゲーム・計	販売高	384	435	201	242	180	174	174	107	197	54
	前年度比	101.6%	113.4%	46.3%	120.3%	74.5%	96.7%	99.8%	61.3%	184.2%	27.5%

クレーンゲーム

販売高135億円(前年度比115.8%)

アミューズメント施設での高稼働が続いていることから新製品の投入や既製品のレポート販売が好調で売上を伸ばした。

プライズマシン専門店の出現など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19億円(前年度比69.4%)

前年度まで大幅な伸びが続いていたこのジャンルだが、2019年度においては新製品の発売が少なかったことから売上を落とすこととなった。

しかし、多くのメーカーがこのジャンルの新製品の開発を行っており、クレーンゲーム中心だったプライズゲームの多様化は今後とも続いていくと思われる。

2019年度 業務用AM機製品販売高 種類別状況

音楽ゲーム

販売高65億円(前年度比134.4%)

AM施設での稼働は堅調に推移しており、これに対応して複数の新製品発売があり、販売高が大幅に増加した。

メダルゲーム

販売高124億円(前年度比141.9%)

一般メダルゲームの販売高は長期に亘り減少傾向が続いていたが、2018年により販売高の下げ止まりとなり、微増となった。2019年度においてはメダルゲーム市場を支えてきた大型メダルゲーム機種の新製品が販売されたことで「4号転用機以外のメダルゲーム」の販売高は、前年度比159.9%と大幅に販売高を増やした。

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が続いていることから、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の販売をするのではなく、AM施設へのレンタル営業が一般的になっており、この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137億円(前年度比132.8%)

筐体販売、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大きく拡大した。タイプの異なるプリントシール機を複数種類販売することで利用者のニーズをカバーする戦略により、筐体販売高も伸長していると思われる。

景品

販売高640億円(前年度比102.4%)

2019年度のクレーン+他景品提供機のオペレーション売上高(2,988億円)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(AM施設事業者が購入した景品の総額)は929億円(前年度比106.2%)だった。

景品販売高はAM景品メーカーの販売高に当たるもので、使用景品の全体額を示す景品購入高の68.9%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。2019年度は、映画やアニメ関連のキャラクターが安定して好まれた他、前年度同様、ぬいぐるみ、クッションなどの大型景品、AM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104億円(前年度比135.5%)

「テレビゲーム、メダルゲーム用」は30億円(前年度比85.7%)と前年度に比べ売上は減少。これは数年前からテレビゲームにおいては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ていることから、用紙のみの販売となり印刷されたカード自体の販売高が縮小したためである。

「キッズカードゲーム用」は、新たなキッズカードゲームが投入されたことで売上を大きく伸ばした。販売額は74億円(前年度比176.2%)。なお、キッズカードゲームは、機械はAM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4億円(前年度比174.9%)

年少者のAM施設立ち入り時間の延長を受けファミリー向けAM施設が増加していることから、幼児用の機械需要が高まっているものと思われる。しかしながら、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66億円(前年度比115.8%)

その他AM機の販売高は21億円(前年度比177.3%)。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。人気のある海外製品の導入が進んだことで売上が伸長した。

付帯機器とは、両替機やメダル預け払いシステム、電子マネーシステムが該当するが、今年度は売上がほぼ横ばいとなった。付帯機器の販売高は45億円(同100.1%)。

ネットワークゲーム

販売高252億円(前年度比67.3%)

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	21.3%	25.6%	39.8%	13.3%
販売高(億円)	54	64	100	34

テレビゲーム、音楽ゲーム、AM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ることが明らかになった。

テレビゲームの販売高が大きく減少したため、ネットワークゲーム全体の販売高が減少することとなったが、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おり、これらのゲームジャンルではネットワーク化が必須となっている。

コンテンツ課金、シェアモデルなどの売上

販売高215億円(前年度比117.0%)

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、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、変更要素をリリースするゲーム運営スタイルが一般的になっている。

2019年度は発売されたテレビゲームのオペレーション売上が減少したものの、ゲーム機器シェアモデル化の進展、新規メダルゲーム機の販売などにより、このジャンルの販売高が大きく増加したと思われる。

【お問合せ】

(一社)日本アミューズメント産業協会 事務局
TEL 03-3556-5522

緊急事態宣言に伴う催物の開催制限、施設の使用制限等に係る留意事項等について

(令和3年2月4日付け内閣官房新型コロナウイルス感染症対策推進室長事務連絡)

**警察庁生活安全局
保安課長より
周知依頼です**

今般の緊急事態宣言の期間延長等及び基本的対処方針の変更に伴い、内閣官房新型コロナウイルス感染症対策推進室長より、再度、緊急事態宣言に伴う催物の開催制限、施設の使用制限等に係る留意事項等について、別添のとおり通知(下記 URL)がありましたので、御連絡します。

事務連絡の内容に留意しつつ、感染拡大防止に向けて、適切にご対応いただきますよう、よろしくお願いたします。

https://corona.go.jp/news/pdf/ikoukikan_taiou_20210204.pdf

あなたのおかげで感染拡大防止に。

新型コロナウイルス接触確認アプリ
COCOA 2,000万ダウンロード

もし自分が感染してしまったら——。大切な人や地域や社会、そして自分を守るため、新型コロナウイルス接触確認アプリ「COCOA」を活用することで、感染拡大防止につながります。ぜひご協力をお願いいたします。

3つのポイント

- 何ができるの?** 新型コロナウイルス感染症の陽性者と接触した可能性があることを通知します。
- メリットは?** 通知を受けた場合、検査の受診等につながるサポートを迅速に受けられます。概ね1メートル以内、15分以上接触した可能性がある場合に通知をします。
- 個人情報?** 個人情報収集しません。GPSなどの位置情報の利用や記録もありません。

厚生労働省 内閣官房

接触確認アプリ(COCOA)のインストール・活用について

(令和3年1月19日付け内閣官房新型コロナウイルス感染症対策推進室事務連絡)

**警察庁生活安全局
保安課長より
周知依頼です**

「新型コロナウイルス接触アプリ(COCOA)」につきましては、昨年6月にも連絡をしているところですが、今般緊急事態宣言が発令され、出勤等の際の感染拡大防止策を講ずる観点から、同アプリのインストール・活用等について、内閣官房新型コロナウイルス感染症対策室より周知依頼(※下記に概要)がありましたので御連絡します。感染拡大防止に向けて、適切に御対応いただきますよう、よろしくお願いたします。

緊急事態宣言が発出され、「職場への出勤は、外出自粛等の要請の対象から除かれるものである」と位置付けられている中でも、出勤等の際の感染拡大防止策を講ずる観点から、本アプリをインストール・活用していただくことが重要です。また、既にインストールいただいたアプリが適切かつ有効に動作するよう、

- ◎外出時には常にスマートフォンを携帯すること
 - ◎Bluetooth及び接触通知機能をOnに設定すること
 - ◎アプリの利用者が新型コロナウイルス感染症の陽性となった場合には、感染拡大防止のため、本アプリに陽性登録を行うこと
- についてご留意いただくようお願いいたします。

消費税の適格請求書発行事業者の登録申請の受付開始に関する周知等について

警察庁、国税庁より周知依頼です

令和5年10月から消費税の適格請求書等保存方式(いわゆるインボイス制度)が導入されます。それに先立ち、本年10月から適格請求書発行事業者の登録申請の受付が開始されます。

事業者の方が、インボイス制度の導入される令和5年10月からインボイスを交付するためには、原則、令和5年3月末までに登録申請を行う必要があります。

国税庁においては、この登録申請の周知のため、国税庁ホームページに特設サイトを開設するとともに、別添の広告を作成し(右)、専門紙等に掲載しているところです。

○インボイス制度に関する詳しい情報については、国税庁ホームページ内の「インボイス特設サイト」を御参照ください。(※下記URL)

○インボイス制度に関する一般的なご相談は、専用ダイヤルで受け付けております。

【専用ダイヤル】 0120-205-553

【受付時間】 9:00~17:00 (土日祝日除く)

<https://www.nta.go.jp/taxes/shiraberu/zeimokubetsu/shohi/keigenzeiritsu/invoice.htm>

事業者のみなさまへ

令和5年10月1日から消費税の仕入税額控除の方式として「**適格請求書等保存方式**」(いわゆるインボイス制度)が導入されます。

インボイスを交付する事業者となるには事前に登録申請が必要です!

[登録申請受付開始:令和3年10月1日~]

登録申請は、**e-Tax**をご利用いただくと手続きがスムーズです。

インボイス制度について

専用ダイヤル

【フリーダイヤル】 0120-205-553
【受付時間】 9:00~17:00(土日祝日除く)

詳しくお知りになりたい方は
国税庁ホームページ(<https://www.nta.go.jp>)の「インボイス制度特設サイト」をご覧ください。

第18回遊園企画委員会ならびに第12回遊園国際委員会



開催日時／2021年1月22日(金)15時～15時50分

開催場所／JAIA事務局 WEB会議

出席者／高島省吾企画委員長、藤井靖彦国際委員長はじめ9名

1. 「令和2年度遊園施設安全管理講習会」結果報告

新型コロナウイルス感染症によりオンライン形式となった標記講習会について、事務局が結果報告書に基づき説明を行った。今回の受講者数は90名。

2. 2021年度遊園施設事業部会の事業計画(案)

事務局が2021年度重点事業計画案について説明。検討の結果、全会一致で承認された。なお、内容は昨年度とほぼ同様であるが、「昨年4月1日施行の遊園施設安全距離関係の新たな告示の普及を行う」、「IAAPAとのミーティング・交流支援活動の充実を図る」等が加えられている。

3. 2021年度遊園施設事業部会の予算(案)

事務局が2021年度事業別予算案(全体的には概ね前年度を踏襲)について説明。検討の結果、全会一致で承認された。

4. 2021年度部会懇談会・懇親会の開催計画について

3月25・26日に予定されている2020年度懇談会・懇親会の中止を決めた後、2021年度は以下の通り、2020年度の開催予定地となっていた大阪にて実施することで決定した。

開催場所／2021年10月21日(木)15時～

開催場所／リーガロイヤルホテル(大阪市北区)

※翌日は「茨木カントリー倶楽部 西コース」にて親睦ゴルフコンペ(9時52分OUTスタート)を予定

5. 国土交通省関係報告事項

(1) 国土交通省令の一部を改正する省令等の施行について

国の規制改革実施計画に基づき本年1月1日に施行された「押印を求める手続きの見直し等のための国土交通省関係省令の一部を改正する省令等の施行について(技術的助言)」に関し事務局が説明を行った。

(2) 定期報告のデジタル化について

国交省住宅局建築指導課「定期報告のデジタル化について」の資料を基に事務局が説明。これまで紙で行ってきた定期検査報告書の提出に関し、本年4月以降

の実施を目標としてデータ(PDF等)で行う計画であることを確認。本格実施に備え技術委員会で検討することとした。

6. 国際委員会報告事項

2021年の「IAAPA EXPO」について藤井国際委員長から次の通り説明がなされた。

◎「IAAPA EXPO Asia」は昨年からのキャリーオーバーで6月にマカオで開催予定であったが、コロナ感染症の影響が最も少なく、また、より多くの展示社と来場者が見込める上海にて8月11～13日の実施に変更。中国市場の相対的な大きさとコロナからの復活の速さが決め手となった。

◎「IAAPA EXPO EUROPE」は9月28～30日にスペイン・バルセロナで開催予定。

◎「IAAPA EXPO」は11月16～19日にアメリカ・オランダで開催予定。

◎IAAPAではコロナ禍でのパークとベンダー(メーカー)の共通の情報交換の場として、「Workplace from Facebook」を利用している(下記URL)。これはいわば企業版のSNSで、現在では各地域、各業態、コロナ感染症対策といった多数のグループが立ち上がり、パークもベンダーも同じ掲示板で情報交換、他社の対処方法を参考にしたり、いろいろな提案を出し合ったりしている。日本でもこのような形でもっと迅速かつ堅苦しくない形での情報交換の場を立ち上げてはどうか。

(https://ja-jp.workplace.com/)

7. 遊園施設事業部の業務執行状況報告

「遊園施設事業部の業務執行状況報告」(2020年4月1日～2021年3月31日)に基づき、事務局が関係官庁及び関係団体も含めた活動状況について報告を行った。

8. その他

次回(第19回遊園企画委員会ならびに第13回遊園国際委員会)は、8月6日(金)、近畿ブロック会議室において開催することとした。

パチンコ・パチスロ機 4号転用リスト

※2020年12月11～20日の期間に発行されたものを掲載。いずれも盤面販売。

届出会員	4号メーカー	機別	筐体名	機種名	発行日
(株)マインズ	三洋	パチスロ	ブレイクIIシリーズ	パチスロ聖闘士星矢海皇 覚醒 Special	2020/12/11
(株)三田商事	メーシー	パチスロ	REACHαシリーズ	SLOT劇場版魔法少女まどか☆マギカ「新編」叛逆の物語	2020/12/11
(株)東プロ	三洋	パチンコ	プロハンター	CR大海物語4	2020/12/15
(株)東プロ	三洋	パチスロ	ハイパースロット	パチスロ聖闘士星矢 海皇覚醒	2020/12/15
(株)東プロ	ミズホ	パチスロ	ハイパースロット	ミリオンゴッド～神々の系譜～	2020/12/15
(株)東プロ	JFJ	パチンコ	プロハンター	P地獄少女四	2020/12/18
(株)東プロ	サミー	パチンコ	プロハンター	ぱちんこCR北斗の拳 転生	2020/12/18
(株)東プロ	三洋	パチンコ	プロハンター	CRスーパー海物語IN JAPAN	2020/12/18
(株)東プロ	ニューギン	パチンコ	プロハンター	CR真・花の慶次2 漆黒の衝撃	2020/12/18
(株)東プロ	スパイキー	パチスロ	ハイパースロット	BLACK LAGOON 4	2020/12/18
(株)東プロ	北電子	パチスロ	ハイパースロット	ニューアトムジャグラーEX	2020/12/18
(株)東プロ	タイヨーエレクト	パチスロ	ハイパースロット	Sパチスロ北斗の拳 天昇	2020/12/18
(株)東プロ	メーシー	パチスロ	ハイパースロット	SLOT劇場版魔法少女まどか☆マギカ「新編」叛逆の物語	2020/12/18
(株)東プロ	大都技研	パチスロ	ハイパースロット	S押忍!サラリーマン番長2	2020/12/18
(株)東プロ	高尾	パチンコ	プロハンター	P沼	2020/12/18
(株)三田商事	三洋	パチスロ	REACHαシリーズ	パチスロ聖闘士星矢 海皇覚醒KH	2020/12/18
(株)アップワード	ベルコ	パチスロ	APRECIVE	スーパービンゴギャラクシー	2020/12/18
(株)アップワード	三洋	パチスロ	APRECIVE	パチスロ笑ッせえまん3	2020/12/18
(株)アップワード	三洋	パチスロ	APRECIVE	パチスロ聖闘士星矢 海皇覚醒 Special	2020/12/18
(株)アップワード	エキサイト	パチスロ	APRECIVE	サラリーマン金太郎～MAX～	2020/12/18

「4号転用メダルゲーム機に係る倫理基準の運用規定」に基づき、各メーカーから届出のあった機械をJAIA事務局で実査。転用に際し改造が正当に行われているとJAIAが承認した機械を掲載します。

アミューズメント施設における景品提供営業のガイドライン

2014年3月27日制定
2019年9月26日改正

(一社) 日本アミューズメント産業協会 [JAIA]

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

景品として提供する物品は小売価格でおおむね800円以下のものとする。

小売価格とは、景品専用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、景品専用開発された物品であっても1個あたりの価格はおおむね800円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にすべきである。

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物品
- ii 酒類、および酒をモチーフにした物品
- 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

- 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
- 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
- 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
- x 心身に危害を与える恐れのある物品(レーザーポインター、刃物類)
- xi 動物愛護の精神に反する恐れのある生物

4. 景品提供の方法

- ① クレーン式遊技機等の遊技設備によりクレーンで釣り上げるなどした物品で小売価格がおおむね800円以下のものを提供すること。
- ② 景品は、あらかじめ表示されている物品と同一のもの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、本ガイドライン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 風俗営業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、2019年9月26日から適用する。

- 子どもだけの入店にもう少し目を配ってほしいです。(大阪・18歳・♂)
- 会員のサービスをもっと考えてほしい。ドリンクバーが無料など。(大阪・50歳・♂)
- いつも店内が良い温度に保たれていて子どもも楽しんでいます。欲を言えば、ふたりで座れる椅子があるとうれしいです。親がゲームをしなくても一緒に座って子どものプレイを見ていたいです。(大阪・44歳・♀)
- 少ないメダルでちょっとだけ遊べるゲームがあったらなあー。でもいつも楽しませてもらってます☺(大阪・25歳・♀)
- 安心できる荷物の置き場所を確保してほしい。(大阪・68歳・♀)
- メダルが汚れているのでウェットタオルでなしに手洗い場で手をきれいにしたいのですが遠い。カウンターでメダル貸出の時に三角クジがあるのがうれしい。1等でメダルがたくさん当たった。(大阪・76歳・♂)
- トラブル時にスタッフが親切に対応してくれたのが良かったです。(大阪・35歳・♂)
- 喫煙ブースはないですか。それが唯一の困る点です。(広島・?・♂)

子 ザ ー の 声



- アーケード台近くにドリンクバーが欲しい。交流会をしてほしい。(大阪・21歳・♀)
- 1回当たると多くのメダルが出るのは良いと思いますが、こまかく増やせるゲームもあったらいいなと思います。(大阪・16歳・♂)
- よくこのお店にプレイしに来るのですが、時々ネットワーク(通信)が安定してなくて、プレイ記録が保存されないこともあります。この筐体はレバーやタッチパネルのメンテナンスが行き届いて私もかなりお気に入りの場所です。ですから、ネットワークの不安定さはどうしても改善してほしいと感じています。(大阪・25歳・♂)
- ここのお店ほどピカピカにメンテナンスされているところは見たことがありません。本当に楽しく遊べます。(大阪・18歳・♂)
- 窓ガラスがいつもきれいに清掃されているのには感心します。(京都・21歳・♂)
- 今日メーカーが来てゲーム機のLEDを直していた。いつもメンテナンスがていねいにされていて、ゲーム機がキレイなのが良い点。悪い点は前にプレイした人のゴミが残ってたりすること。がんばれ。(京都・18歳・♂)