

2020年度アミューズメント産業界の実態調査

第29回目となるアミューズメント産業界の動向調査が実施され発表となった(実施＝JAIA統計調査特別委員会、内田慎一委員長)。1993年度から実施している同調査は、今回、コロナ禍で回収率が伸びず、発表がずれこんだ形。2022年4月号で速報した通り、2020年度の市場規模は5,260億円。前年度比で74.6%に減少した。以下、調査結果を抜粋して紹介する。

なお、実態調査報告書の冊子は、JAIA会員に送付予定(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。【TEL03-6272-9030】

調査目的／2020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業務用アミューズメントに携わる企業

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)

※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、メールで返信いただく形式とした

回収結果／回収数83(回収率23.1%)。うち有効回収数80(22.2%) ※発送数360

調査期間／2021年11月26日～2022年1月21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〉

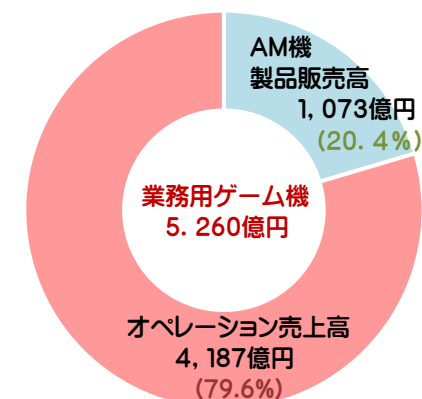
◎集計対象数……AM機製品販売 39社 オペレーション 49社

◎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した。

◎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、加算した。「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34万2,211台(100%) 〈2020年12月時点の数値〉

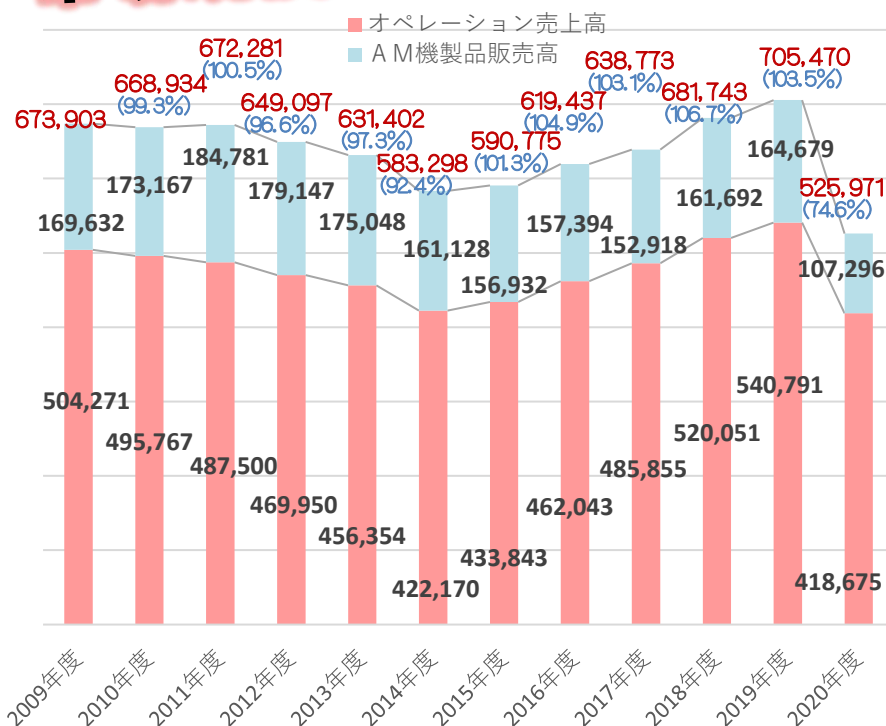
調査結果・集計値19万5,566台(57.1%) 〈2021年3月末時点の数値〉



前年度比
74.6%

市場規模全体額5,260億円

アミューズメント産業界の市場規模



2019年12月に中国・武漢で新型コロナウイルスが発生し、2020年に入ってアジア、欧州、米国などでも急速に感染が拡大してパンデミックに陥った。

日本にも感染が広がったことを受け、政府は水際対策として海外からの渡航者の入国を厳しく制限し、「緊急事態宣言」を発出した。それを受けて学校をはじめ商業施設や娯楽施設も休業を余儀なくされ、東京オリンピック2020をはじめとしたイベント・コンサートも延期や自粛することになった。

日本の景気は非常に厳しい状況に陥ったため、政府は緊急措置として特別定額給付金、持続化給付金、雇用調整助成金などの支給を決めた。

このような社会状況の中、アミューズメント業界も行政や地方自治体からの「休業要請・時短要請」や「インバウンド需要の喪失」の影響を大きく受け、ゲームセンター等アミューズメント施設からの売上を示すオペレーション売上高は4,187億円で前年度比77.4%となった。

また、アミューズメント機器の販売高においても、1,073億円、前年度比65.2%大幅減少となった。アミューズメント産業の市場規模(オペレーション売上高とアミューズメント機器販売高の合計)は前年度比74.6%となる5,260億円となった。

2020年度 オペレーション売上高 4,187億円 (前年度比77.4%)

2020年度のオペレーション売上高は、コロナ感染症による外出制限や営業自粛が大きく影響し、4,187億円 (前年度比77.4%)と大幅な減少となった。設置台数は41万4千台 (前年度比96.0%)と小幅な減少にとどまったものの、店舗数は9,998店 (前年度比81.9%)と大きく減少した。

売上については、緊急事態宣言による社会・経済活動の自粛の強化や解除による緩和で増減はあったが、総じて厳しい状況となった。特に繁華街に設置されている店舗では外出制限が売上の大きな落ち込みを招いた。一方、生活に密着したSC内に設置された店舗では、繁華街店舗ほどの落ち込みは見られなかったと思われる。

総店舗数は2019年度に微増となったものの、本年度は対前年比81.9%と大幅に減少した。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減少したことが影響していると思われる。

店舗の形態別特徴

①直営店舗は1,041店舗の増加 (前年度比120.5%)、レンタル店舗は3,254店舗の減少 (前年度比54.3%)となった。レンタル店舗の直営店舗化が進んだとみられる。

なお、直営店舗での1台あたりの年間売上高は平均104.1万円で前年度比78.8%、1店舗あたりの売上高は平均6,756万円で前年比64.6%。レンタル

店舗での1台あたりの年間売上高は平均28.7万円で前年度比95.5%、1店舗あたりの売上高は平均123万円で前年度比101.0%となっており、店舗数は大幅に減ったもののレンタル店舗の売上は前年度を維持した形になっている。レンタル店舗でのプライズマシンの売上が伸びているのではないかと考えられる。

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6,067店となり、減少幅が大きくなっている (前年度比74.1%)。

一方、対象店舗は3,931店と前年度比97.7%。

コロナ禍の影響を受け、不採算店舗の閉店の他、施設運営業者の事業撤退、廃業、業態転換などが一層進展したと考えられる。

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、各業態とも減少しているもののゲームセンター専業店舗 (前年度比81.0%)、SC・デパート兼業店舗 (前年度比78.0%) などが下落率の低い業態となっている。

一方、ホテル旅館併設店舗 (前年度比43.1%) は外出制限の影響を受けて売上が大きく減少している。

店舗数についても各業態で減少しているがボウリング場との兼業店舗 (前年度比97.7%)、物販等その他業種との兼業店舗 (前年度比92.1%) が下落率の低い業種となった。

年 度		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
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	4,187
	前年度比(%)	98.3	98.3	96.4	97.1	92.5	102.8	106.5	105.2	107.0	104.0	77.4
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	1.0
	前年度比(%)	97.0	97.2	93.8	94.6	97.2	96.1	95.2	92.6	92.9	100.4	81.9
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	41.0
	前年度比(%)	98.1	97.8	95.2	96.1	92.5	95.5	95.9	97.8	99.2	99.9	96.0
1店舗あたりの 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	41.4
	前年度比(%)	101.3	100.6	101.6	101.6	95.2	107.8	93.7	105.7	106.8	99.5	117.3
1店舗あたりの 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	4,187
	前年度比(%)	101.3	101.2	102.8	102.7	95.2	107.9	111.8	113.6	115.3	103.6	94.6
1台あたりの 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	101.0
	前年度比(%)	100.2	100.5	101.3	101.0	100.0	107.5	111.1	107.5	108.0	104.2	80.6

設置台数規模別店舗数の状況

台数については飲食店との兼業店舗 (前年度比21.3%) が大きく落ち込んだが、SC・デパート (前年度比103.7%) およびホテル・旅館 (前年度比102.9%) との兼業店舗にお

ける設置台数は微増となった。AM施設の設置台数による規模別構成に関しては、「21-50台」「51-70台」の規模が増加。設置面積の大きいクレーンゲーム中心の営業へのシフトが進んでいることも関係していると考えられる。

年度	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020		
												構成比	前年度比
店舗数	18,638	18,114	16,991	16,069	15,611	14,862	14,154	13,103	12,167	12,212	9,998	100.0%	81.9%
20台以下	7,932	7,656	7,534	6,643	6,880	6,242	6,093	5,603	6,647	5,205	4,650	46.5%	89.3%
21～50台	1,262	1,142	841	807	1,043	1,085	981	951	1,085	482	609	6.1%	126.4%
51～70台	1,054	949	649	596	601	550	498	468	232	277	308	3.1%	111.4%
71～100台	1,839	1,673	1,506	1,488	1,389	1,382	1,319	1,202	563	895	539	5.4%	60.1%
101～200	5,144	5,271	5,049	5,056	4,168	4,191	4,005	3,605	1,841	3,579	2,201	22.0%	61.5%
201台以上	1,407	1,423	1,410	1,479	1,530	1,412	1,258	1,274	1,799	1,775	1,692	16.9%	95.3%

2020年度におけるアミューズメント施設はコロナ禍による外出制限やインバウンド需要の消失によって大きく落ち込んだが、特に繁華街に立地する店舗が大きく落ち込むこととなった。

このような状況の中でアミューズメント業界においては「ゲームセンターにおける新型コロナウイルス感染拡大予防ガイドライン」を策定し、これを遵守しながらウィズコロナを模索しながらの運営を強いられた年度となった。

2020 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407億円(前年度比64.5%)
設置台数54,752台(前年度比82.8%)

密を避けるために左右の筐体を停止させて営業する間引き稼働などが行われたこともあって、全体の減少よりも大きな落ち込みとなった。

設置台数は、専用筐体(前年度比100.5%)は前年横ばいだったものの、汎用筐体(前年度比46.3%)は大きく減少した。プライズゲームへの置き換えや間引き稼働の際に撤去が進んだことが原因と考えられる。

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種の売上は133億円(前年度比33.7%)と大幅に減少した。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の売上高は91億円(前年度比52.9%)でほぼ半減となった。

音楽ゲーム

売上高146億円(前年度比74.3%)
設置台数19,580台(前年度比109.5%)

売上高は減少する結果となったものの、設置台数は増加する結果となった。

メダルゲーム

売上高589億円(前年度比68.0%)
設置台数118,416台(前年度比103.4%)

設置台数は増加したものの売上高は落ち込んだ。メダルを介して遊ぶことがコロナ禍ではマイナスに作用したとも考えられる。

ネットワークゲーム(オンラインゲーム)

売上高419億円(前年度比33.1%)

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、前年度に対し大幅な減少(前年度比33.1%)となった。

オペレーション売上高に占める割合は10.0%と前年度(23.4%)に比べ大幅に落ち込んだが、テレビゲームと音楽ゲームの売上の大部分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。

プライズゲーム

売上高2,425億円(前年度比81.2%)
設置台数160,032台(前年度比99.9%)

プライズゲームの設置台数は前年度並みを維持したが、売上は減少する結果となった。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57.9%(前年は55.3%)に至っている。

プライズゲーム専門店や物販店舗に多くのクレーンゲームを設置するタイプの店舗が増えるなど、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。コロナ禍においても利用者のニーズは高く、他のゲームジャンルに比べ落ち込みも少ないジャンルとなった。

景品では、特に大型サイズの景品が人気を博したほか、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能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、多くのユーザーが楽しんだ。

アミューズメントベンダー

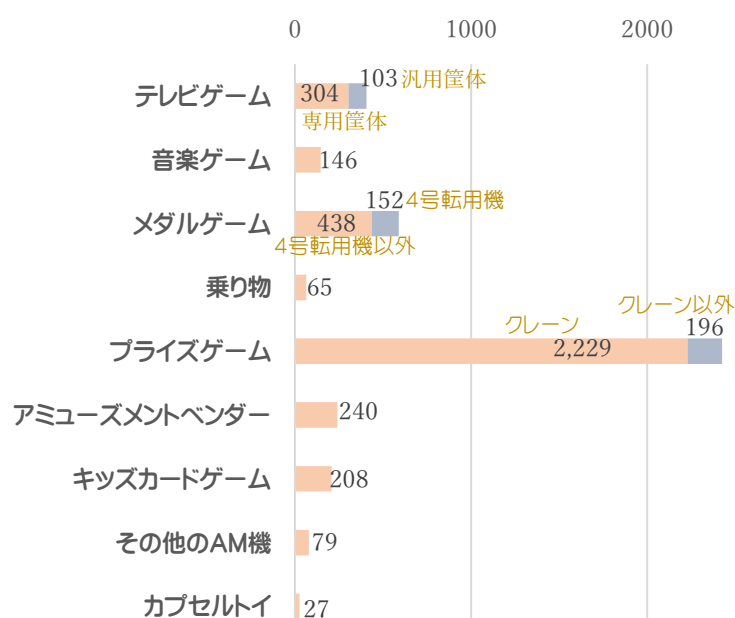
売上高240億円(前年度比93.1%)
設置台数6,011台(前年度比59.6%)

台数は大幅に減少したものの、売上は他のゲームジャンルに比べると小幅な減少となった。

新たに機器を提供するメーカーが増えたことで、新たなユーザーの獲得が期待されているジャンル。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



ゲーム種類		テレビ	音楽	メダル	その他
オペレーション売上高	構成比	57.9%	24.9%	14.7%	2.5%
	売上高	243	104	62	10

2020年度 業務用AM機製品販売高 1,073億円(前年比65.2%)

アミューズメント機器の製品販売高は国内向け1,031億円(前年度比66.0%)、海外向け42億円(同49.4%)、合計では1,073億円(前年度比65.2%)と大幅に減少した。

2020年度は、コロナ禍による需要低迷を受けて、多くの機器メーカーで新製品の開発中止や延期などの判断がなされたとみられ、機器販売高は低迷した。

中国など海外に生産を委託している商品や輸入品も半導体不足や物流の混乱などで日本への輸入が予定通り進まない状況が生じ、販売高の減少に繋がった。

なお、アミューズメント機器販売においては、販売方法の変革が進んでおり、本体価格を安くして、コンテンツ課金やシェアモデルとして、店舗に設置してから代金を回収する販売方法が増えたことも製品販売高の減少に影響していると思われる。

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	2020
テレビゲーム (筐体+基板ソフト)	販売高	384	435	201	242	180	174	174	107	197	54	65
	前年度比	101.6%	113.4%	46.3%	120.3%	74.5%	96.7%	99.8%	61.3%	184.2%	27.5%	119.7%
音楽ゲーム	販売高	42	53	71	73	52	50	83	52	48	65	16
	前年度比	104.5%	126.8%	134.0%	103.5%	70.9%	95.6%	166.4	62.8%	92.2%	134.4%	24.8%
プライズゲーム	販売高	82	78	49	49	58	59	81	119	144	154	73
	前年度比	104.5%	95.6%	62.3%	100.0%	119.1%	101.6%	137.3%	146.6	120.9%	107.2%	47.4%
メダルゲーム	販売高	306	362	339	243	168	146	113	88	87	124	43
	前年度比	105.8%	118.3%	93.8%	71.5%	69.2%	87.1%	77.0%	78.3%	99.0%	141.9%	34.9%
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	39
	前年度比	108.0%	127.7%	100.0%	95.0%	75.1%	94.0%	92.6%	109.6%	107.9%	132.8%	28.7%
景品	販売高	247	240	319	370	419	421	469	570	625	640	327
	前年度比	110.6%	97.3%	132.9%	116.1%	113.1%	100.6%	111.2%	121.6%	109.6%	102.4%	51.2%
ゲーム用 カード・チップ類	販売高	170	172	212	214	237	215	184	145	77	104	55
	前年度比	88.5%	100.9%	123.7%	100.6%	110.8%	90.8%	85.4%	78.8%	53.0%	135.5%	52.8%
その他AM機	販売高	80	75	104	106	105	113	78	81	12	21	29
	前年度比	91.7%	93.5%	139.3%	101.6%	99.0%	107.9%	69.0%	103.4%	34.7%	177.3%	141.1%
コンテンツ課金・ シェアモデルなどの売上	販売高	197	183	239	205	192	188	217	179	184	215	372
	前年度比	111.0%	93.2%	130.6%	85.8%	93.5%	97.9%	115.4%	82.5%	102.7%	117.0%	172.9%
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	1,031
	前年度比	103.2%	107.5%	96.4%	97.6%	92.4%	96.7%	102.0%	96.4%	105.9%	102.6%	66.0%

テレビゲーム

販売高65億円(前年度比119.7%)

有力タイトルがバージョンアップしたことに伴い、基板ソフトの販売額が伸びたことから売上が増加した。

	年度	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
筐体	販売高	237	252	116	152	104	101	105	83	155	28	16
	前年度比	104.2%	106.3%	46.1%	131.2%	68.3%	97.3%	104.0%	78.9%	187.3%	18.2%	56.9%
基板ソフト	販売高	147	183	85	90	76	73	69	24	41	26	49
	前年度比	97.8%	124.9%	46.5%	105.3%	85.1%	95.8%	94.1%	34.4%	173.4%	63.0%	188.0%
テレビゲーム・計	販売高	384	435	201	242	180	174	174	107	197	54	65
	前年度比	101.6%	113.4%	46.3%	120.3%	74.5%	96.7%	99.8%	61.3%	184.2%	27.5%	119.7%

音楽ゲーム

販売高16億円(前年度比24.8%)

2019年に複数の新製品発売があり、この反動もあって販売高が大幅に減少した。

クレンゲーム

販売高55億円(前年度比40.6%)

新製品の販売が少なく既製品のリピート販売が中心だったことから売上が落ちた。

クレン以外のプライズゲーム

販売高18億円(前年度比97.5%)

このジャンルにおいても2020年度は新製品の販売が少なかったことから売上は微減となった。

メダルゲーム

販売高43億円(前年度比34.9%)

2019年度に大型メダルゲーム機種の新製品が販売され、販売額が大幅に増加した反動もあって「4号転用機以外のメダルゲーム」の販売高は対前年度比34.7%と大きく落ち込んだ。

「4号転用メダルゲーム」においてもパチンコ・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を販売するのではなく、ゲームセンター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。

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	39	91.0%
4号転用メダルゲーム	4	9.0%

2020年度 業務用AM機製品販売高 種類別状況

アミューズメントベンダー

販売高39億円(前年度比28.7%)

再参入する企業が現れたことで、今後の展開に期待ができるジャンル。

筐体(6億円)、ソフト(2億円)、用紙用品類(31億円)のいずれも販売高が大きく減少。これは、プリントシール機の販売方法が「売り切り」から「レンタル方式」や「リベニューシェア方式」へ変更されたことが大きく影響しているものと思われる。

景品

販売高327億円(前年度比51.2%)

2020年度のクレーン+他景品提供機のオペレーション売上高(2,425億円)に対する景品代割合は、前年度31.1%から33.2%までアップした。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806億円(前年度比86.8%)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当たるもので、使用景品の全体額を示す景品購入高(806億円)の40.6%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。

2020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、アミューズメント専用大型菓子景品にも人気が集まった。

ゲーム用カード・チップ類

販売高55億円(前年度比52.8%)

テレビゲーム、メダル用とキッズカードゲーム用に大別。

このジャンルもコロナ禍の影響で販売高を落としている。テレビゲーム、メダルゲーム用は21億円(前年度比70.0%)と前年度に比べ売上は減少している。コロナ禍の影響の他にも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、コロナ禍が大きく影響し売上を大きく落としている。キッズカードゲーム用の販売高は34億円(前年度比28.4%)。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。

乗物

販売高0.4億円(前年度比9.2%)

海外からの輸入が止まってしまったことが影響し、販売高が大幅に落ち込んだ。

その他AM機、付帯機器など

販売高40億円(前年度比61.0%)

その他AM機の販売高は29億円(前年度比141.1%)。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。新製品の販売が開始されたことで売上が大きく伸びた。

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、コロナ禍での設備投資の削減により売上が大きく落ち込んだ。付帯機器の販売高は11億円(前年度比24.7%)。

ネットワークゲーム

販売高91億円(前年度比36.1%)

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下表の通り。

	テレビ	音楽	メダル	その他
構成比	64.7%	15.5%	13.3%	6.6%
販売高(億円)	59	14	12	6

テレビゲーム、音楽ゲーム、AMベンダーでは販売高の大部分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。

各ジャンル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372億円(前年度比172.9%)

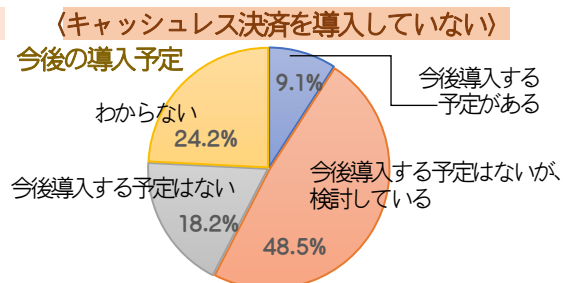
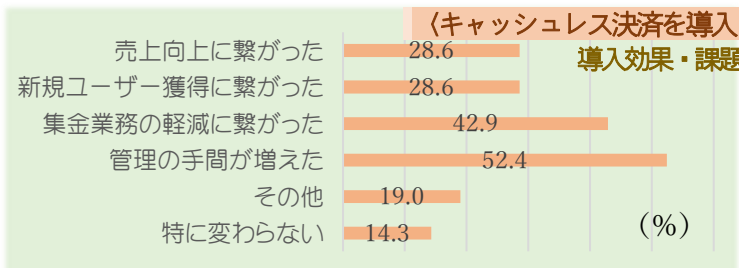
ネットワークゲームにおいて機器の販売以外で機器の使用やエンドユーザーへのサービスの提供に応じて生じる売上。

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AM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、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。

2020年度はゲーム機器のシェアモデル化やコンテンツ課金が一層進展したことで販売高が大きく増加したと思われる。

キャッシュレス決済の導入状況

全店舗のうち、キャッシュレス決済を導入している店舗の割合……41.6%
全設置台数のうち、キャッシュレス決済を導入している台数の割合……12.9%



ジャパン アミューズメント エキスポ2023 第1回実行委員会



日時／2022年7月1日(金) 15時～16時30分

場所／JAIA会議室

出席／山下滋JAIA会長、岩屋口治夫実行委員長はじめ委員11名、事務局5名、ADK4名



第1号議案 実行委員会の構成について

事務局から、今回の実行委員会の構成メンバーが報告され、了承された。【※次ページに実行委員会メンバー】

第2号議案 コロナ後の運営方法について

(1) 開催のための要件について

新型コロナウイルス感染症拡大後、国や地方自治体、業界団体や展示会場において大規模イベントの開催に関する種々のガイドラインが設けられていることを受け、事務局から今回の開催に際し留意すべき要件について資料に基づき説明があり、了承された。

(2) 人数上限を定員100%までとする手続きについて

千葉県において現在実施されているイベント開催制限について事務局が説明。「感染防止安全計画」を県に提出し確認を受けることで人数上限を収容定員までとすることができることから、今回JAPEPOとしても当該手続きを行い、人数制限を収容定員までとして実施することが提案され、了承された。

(3) 来場者事前登録制度の導入について

大規模イベントの開催ガイドラインに準拠し、来場人数の事前把握、来場者名簿の作成、分散入場を促す仕組みづくりを実施するため、従来実施してきた招待券(実券)配布ではなく、来場者がウェブサイト上で事前登録する方法に改めること(出展社が顧客を招待する方式は継続)が事務局より提案された。

また、2日目の一般来場者へのチケット販売については、オンライン予約サイト「アソビュー」での販売に一本化。現金のやり取り等による感染リスクを避けるため会場での当日券の販売を行わないことも事務局が併せて提案。いずれも了承された。

(4) 実務者意見交換会で出された意見について

6月23日に開催された実務者意見交換会で出された意見について事務局から報告。これを受けて審議し、以下の通りとした。

◎プライズフリープレイイベントの実施について

実施について検討した結果、実施を前提に、有料化も視野に入れてプライズフェア側と協議していくこととした。

◎一般来場者の動員について

出展社が従来同様、一般来場者に動員をかけてよいものか審議。行政のガイドラインに従い、その範囲内での動員であれば問題はなく、ブレーキをかけることはしないとの結論になった。

いとの結論になった。

◎物販コーナーについて

実施するのであれば早めに案内して欲しい、感染対策でキャッシュレス決済だけになるなら手数料のこともあり出店は考える、等の意見があったことが報告され了承された。

第3号議案 「出展のご案内」記載項目について

JAPEPO2020実施時の項目と対比し、「出展のご案内」の記載項目についての修正点、これまで記載のなかった中止に関する規定の新設が事務局より提案された。

これを受けて審議を行い、一般入場料金については次回以降の継続審議とする(「小学生以下無料」については継続)、「開催趣旨」を明文化して掲載すること等を決め、他は原案通り承認された。

第4号議案 海外出展社の受け入れ体制について

従来実施されてきた海外企業の出展受け入れ体制について事務局が説明を行うとともに、今回も同様の体制で受け入れることを提案。併せて、海外出展社がそれほど多くない現状から、別途海外担当分科会は設置せず、出展品検査担当分科会の担当とすることを提案し、承認された。

第5号議案 今後のスケジュールについて

事務局から今後の準備スケジュールについて説明があった後、次回実行委員会の開催日程について提案があり、下記の通り決定した。

日時／8月1日(月) 16:00～17:30

場所／JAIA会議室(リモート併用)

第6号議案 その他

(1) 将来のJAPEPOを考える会(仮称)の設置について

5月25日に開催した正副実行委員長会議において、2年後のJAPEPOを考える会の設置が提案されたことを受け、会長・正副実行委員長会社から担当者を出していただき、第1回の会合(7月5日14時～)を実施することが事務局より報告された。なお、プライズ関連の意見も必要とのことから、田村委員の参加が提案され、了承された。

(2) 説明会の会場について

山下会長から出展説明会の会場としてセガ会議室を使用してはどうかとの提案があり了承されたため、日程が確定次第、調整することとした。

JAEP02023実行委員会メンバー

JAIA会長	山下 滋	(株)セガ 常務取締役	特別参加
委員長	岩屋口 治夫	(株)バンダイナムコエンターテインメント 常務取締役	
副委員長	沖田 勝典	(株)コナミアミューズメント 代表取締役社長	
副委員長	田村 雅壽	(株)タイトー 取締役常務執行役員	
委員	大久保 純	(株)バンダイナムコエンターテインメント	広報宣伝分科会座長
委員	山本 健	(株)セガ・ロジスティクスサービス 代表取締役社長	出展品分科会座長
委員	畦田 在隆	(株)アムジー 営業部部長	主催者事業分科会座長
委員	日達 健	(株)日達遊戯 代表取締役	
委員	堀井 隆寿	(株)ジーエム商事 相談役	
委員	竹内 正樹	加賀アミューズメント(株) 営業本部営業一部部長	
委員	千手 昭彦	(株)コナミアミューズメント 商品PR部部長	
委員	田村 宗弘	システムサービス(株) 代表取締役社長	
委員	照井 慎一	(株)マーベラス 執行役員アミューズメント事業部事業部長	
委員	田邊 嗣	(株)セガ アミューズメントコンテンツ事業部戦略本部コミュニケーション・デザイン部第3プロモーション課	プライズフェア派遣委員

遊園施設事業部

第133回技術委員会 近畿ブロック昇降機等検査協議会・第96回技術委員会

1. 令和4年度遊戯施設安全管理講習会の開催について

前回に引き続き、「遊戯施設安全管理講習会」の講習テーマ(技術概論)について検討。候補として3点が上がり、次回委員会でこのうちの2点を最終決定することとした。

2. 維持保全関係の新告示に伴う「遊戯施設セーフティダイジェスト」の改訂について

3月31日に国土交通省告示第412号「遊戯施設の維持保全に関する準則又は計画の作成に関し必要な指針」が公布・施行されたことに基づき、当協会作成の「遊戯施設セーフティダイジェスト」の見直しが必要となることを確認、資料を元に次回以降検討することとした。なお、改正が必要な箇所等があれば事前に事務局へメールで連絡することを申し合わせた。

3. 最近の報道記事について

遊戯施設関係の報道記事について事務局から報告があった。

4. 次回委員会の開催について

次回委員会は7月22日(金)、近畿ブロック会議室(大阪)において開催。遊戯施設安全管理講習会の最終検討を行う。

日時/2022年5月12日(木)15時~16時30分

場所/近畿ブロック昇降機等検査協議会

会議室(大阪)

出席/森田栄二委員長はじめ委員4名、事務局3名



第10回 研修委員会 (対面+リモート)

施設営業事業部

日時/2022年7月8日(金)16時~17時30分

場所/各委員拠点(大見商事事務所・リモート)

出席/内田慎一委員長はじめ委員7名、事務局1名
+オブザーバー1名

1. 青少年指導員養成講座について

◎開催案内(案)について

開催案内の内容について討議を行った。(※9Pに案内)

◎感染症対策について(座席レイアウト、ガイドライン)

◎講師について

新たな講師となる井口氏は、東京会場での内山講師の

講義を視察後、大阪会場から講義を行うことを確認。

◎会員受講者人数アンケート・ヒアリング状況について

◎青少年指導員養成講座支出見込みについて

2019年とほぼ同じ支出であることを確認、承認された。

◎グループ討議課題(案)について

◎スケジュール(案)及び役割分担について

◎修了試験について

◎ローププレイ用プレート入れについて

新型コロナウイルス拡大防止のため、ローププレイ用のプレート入れを人数分(約60個)用意することとした。

第32回 店舗活性推進委員会 (対面+リモート)

施設営業事業部

日時/2022年7月14日(木)16時~17時

場所/JAIA 会議室

出席/畦田在隆委員長はじめ委員8名、事務局2名
+オブザーバー2名

1. アミューズメントスタッフ検定について

JAEP02020での検定を振り返って、今後の方針を検討した。

2. JAEP02023主催者事業について

例年実施しているイベントは行わず、キャッシュレスデモンストラーションのサポートを検討することとした。

3. 情報交換会について

JAIAオペレーター会員の次世代の若手等を対象に、テーマを決めて(今回は「メダルゲーム運営について」)会費制情報交換会の開催を検討することとした。

4. 音ゲサイトについて

動画をYouTube等にアップすることも含め、検討していくこととした。

5. その他

店舗データベースについて、キャッシュレス推進特別委員会との連携が必要なことが共有された。

新講義を追加し、3年ぶり開催

2022年度「青少年指導員養成講座」

JAIA施設営業事業部研修委員会所管の「青少年指導員養成講座」が下記の通り、東京(9月14日～15日)・大阪(11月9日～10日)の2会場において開催されます。コロナ禍で2020年度、2021年度は中止としており、3年ぶり。

本講座は、「施設を健全に管理運営するためには、青少年の健全育成の立場から青少年問題についての知識を深め、適切に対応することが重要」との観点で実施しており、累計受講者数は、およそ4600人に達しています。受講修了者には「青少年アドバイザーの証」、「青少年アドバイザー名刺」が渡され、それぞれの地域における青少年対策の中核としての活躍が期待されています。

なお、新型コロナウイルス感染症拡大防止、三密を避けるため、今年度は受講者を制限。定員(先着)は東京75名、大阪60名とし(申込者多数の会員様には人数調整をいただくことがあります)、また、感染症対策として、入所時の体温測定、3回目のワクチン接種証明書(または3日以内のPCR検査・抗原検査等の陰性証明書)の提示、マスク着用のご協力をお願いします。

会員各位には7月11日付でご案内をお送りしています。受講申込締切は7月29日(金)。お申込みはJAIA事務局へ申込用紙をメール送信ください。

主催／一般社団法人日本アミューズメント産業協会(JAIA)

共催／公益財団法人全国防犯協会連合会

会費／会員1名 28,000円(税込)

非会員1名 120,000円(税込)

(宿泊費、改訂版『実務風適法』教本・定価4,800円含む)

※会費は銀行振込となります(振込手数料はご負担下さい)。

※申込書到着後、申込責任者へ振込口座をご連絡します。

※申込締切後のキャンセルについては、キャンセル料金(会員15,000円、非会員60,000円)、受講者変更については受講者変更料(会員・非会員とも5,000円)が発生しますのでご注意ください。また、受講開始日の8日前以降にキャンセルの場合、受講料は返還致しません。また、新型コロナウイルス感染等による病欠の場合も受講料は返還いたしません。受講者の変更は上記変更料で可とします。

※入金確認後、申込者の所属する会社申込責任者宛に「受講確認書」をお送り致します。各受講者に配布して下さい。

受講申込締切
7月29日(金)



「第53回青少年指導員養成講座」

開催日／2022年9月14日(水)～15日(木)

会場／国立オリンピック記念青少年総合センター
センター棟1F 102号室

〒100-0001 東京都渋谷区代々木神園町3-1

TEL03-3467-7201

宿泊施設／東横イン新宿歌舞伎町

東京都新宿区歌舞伎町2-20-15

TEL03-5155-1045

「第54回青少年指導員養成講座」

開催日／2022年11月9日(水)～10日(木)

会場／ホテルプリムローズ大阪 2F「鳳凰東」
大阪市中央区大手前3丁目1番43号

TEL06-6941-1231

宿泊施設／東横イン大阪谷四交差点

大阪市中央区谷町4-11-1

TEL06-6946-1045



講師プロフィール

柴田 健(しばた けん)

東京大学法学部卒業後、警察庁入庁。岡山県警察本部警備部長、警視庁生活安全部長、科学警察研究所副所長等を歴任。2019年より(一社)JAIA専務理事。

内山絢子(うちやま あやこ)

東京教育大学教育学部心理学科卒業後、警察庁(科学警察研究所)入庁。元・目白大学人間学部教授。

井口由美子(いのぐち ゆみこ)

東京大学教育学部教育社会学科卒業後、警視庁入庁。生活安全部少年育成課世田谷少年センター心理技術主査。

保坂真民(ほさか まみ)

一橋ビジネススクール卒業。米国B.B.S.H大学3学年中退。(株)電通、(株)PISAを経て、人材業界・アウトクチュールブランドへのコンサルタントとして独立。

岩松 正史(いわまつ まさふみ)

(一社)日本傾聴能力開発協会代表。東海大学政治経済学部卒業。2006年、横浜でカウンセラーによる無料悩み相談会を立ち上げ、多くの人をサポートしマスコミにも取り上げられる。2010年から傾聴ボランティア養成講座に関わり、2015年、(一社)日本傾聴能力開発協会を設立。

第1日目

12:20～ 集合(受付は12時開始)

12:25～ オリエンテーション

12:30～ 開講式(主催者挨拶)

12:40～ 講義「JAIAの事業活動及び養成講座の意義と狙い」
(講師/JAIA 内田慎一理事)

13:00～ 講義「風適法について」

(講師/JAIA 柴田健専務理事)

14:30～ レポート作成・休憩

14:50～ 講義「青少年育成と大人・社会の役割」……東京会場
(講師/元・目白大学人間学部教授 内山絢子氏)

講義「非行少年について」……大阪会場
(講師/警視庁 少年育成課 井口由美子氏)

15:50～ レポート作成・休憩

16:10～ 講義「カウンセリングマインドで良好な人間関係を」
(講師/日本傾聴能力開発協会 岩松正史氏)

17:20～ レポート作成

17:40～ グループ討議の進め方について

(前回のグループ発表 DVD 上映)

18:00～ 宿泊施設へ移動

第2日目

8:50 集合(班長がメンバー確認)

9:00～ 講義「クレーム接客」

(講師/(株)日本コンサルタントグループ 保坂真民氏)

11:00～ レポート作成・休憩

11:20～ グループ討議(途中、昼食)

13:00～ グループ研究発表(RP形式で、指定された課題を発表)

15:30～ 閉講式

アンケート提出後、解散

【お申込・お問い合わせ先】

JAIA施設営業事業部 担当:羽田

TEL 03-6272-9401

Email haneda@jaia.jp

7月は、全国強調月間です

主唱 / 法務省

小さい頃から、私と世界を隔ててきた“生きづらさ”。
世界は私の全てを拒絶した。

独りでもがいて、自分も周りも傷つけた私が
保護観察になったのは、高校をやめたとき。

言葉にならない思いは、あふれて、止められない。
その人は、私の“生きづらさ”に触れることなく
でも包み込むように言った。

——大丈夫、世界は広くて、温かくて、
私もいるんだから。きっと大丈夫。

“生きづらさ”の向こうにあった世界が、
少しだけ近く見えた。
私を拒んでいた世界は、私が拒んでいた世界。
その人の言葉が、世界と私をつないでくれた。

だから今、今度は、君に伝えている。

——大丈夫、世界は広くて、明るくて、
私もいるんだから。きっと大丈夫。

#生きづらさを
生きていく。

犯罪や非行を防止し、立ち直りを支える地域のチカラ
第72回 社会を明るくする運動

7月は“社会を明るくする運動”強調月間・
青少年非行防止月間です。

法務省 ホームページ

相談・通報窓口
少しでも悩んでいたら
インターネット上の
トラブル・いじめ・
器物乱用など

SNSを
利用した
誘い出し

自撮り
被害

7月は **青少年の
非行・被害防止
全国強調月間**です。

最重点課題
ペアレンタルコントロール等による
インターネット利用に係る子供の犯罪被害等の防止

ペアレンタルコントロールとは
フィルタリングの機能や親子のルール
づくり等により、子供のインターネット利用に
応じてインターネット利用を保護者が
適切に管理することです。

青少年の非行・被害防止対策リモート講演会・座談会

テーマ インターネット利用に係る
犯罪被害等から子供を守るために 一大人にできること

講師
● 主催者 野田 聖子 内閣府特命担当大臣
● 基調講演 坂元 章 氏 (法務省法科大学院 副学長)
● 講演 羽石 千代 氏 (警察庁生活安全局人身安全・少年課長)
例田 佳江 氏 (福岡県立赤松小学校校長)
松田 透子 氏 (NPO法人 Lunch 理事長)
山口 穂也 氏 (一般社団法人ソーシャルメディア利用促進協議会 理事)
● コーディネーター・講師による座談会

詳しくは、内閣府ホームページをご覧ください。
<https://www8.cao.go.jp/youth/kankyou/hikouhigai/gekkan.html>
リモート講演会・座談会の様子は、万博中にホームページに掲載します。

第72回“社会を明るくする運動”

～犯罪や非行を防止し、立ち直りを支える地域のチカラ～

“社会を明るくする運動”は、「すべての国民が、犯罪や非行の防止と犯罪や非行をした人たちの更生について理解を深め、それぞれの立場において力を合わせ、犯罪や非行のない安全で安心な明るい地域社会を築く」ことを趣旨として展開する全国的な運動で、毎年7月を協調月間としています。

この運動は、中央推進委員会並びに都道府県推進委員会及び市区町村等を単位とする地区推進委員会により推進。中央推進委員会は、官公庁（最高裁判所、内閣府、警察庁、経済産業省、国土交通省など18機関）をはじめ、各種団体等で構成されており、JAIAも加わっています。

なお、広報用ポスター（上）は法務省ホームページからダウンロードとなります。店舗への掲示にご協力ください。

https://www.moj.go.jp/hogo1/kouseihogoshinkou/hogo03_00103.html

令和4年度

「青少年の非行・被害防止全国強調月間」

毎年7月は内閣府主唱の「青少年の非行・被害防止全国強調月間」です。昭和54年以来実施されているこの啓蒙活動には、JAIAも協賛団体として名を連ねています。

令和4年度の最重点課題は昨年度に引き続き、「ペアレンタルコントロール等によるインターネット利用に係る子供の犯罪被害等の防止」。ネットに潜む犯罪やトラブルの危険から子供を守るため、子供のスマートフォン利用に関し、フィルタリングの利用促進、利用時間等を管理するペアレンタルコントロール機能の積極的な活用、「親子のルールづくり」等について積極的な啓発が行われます。

なお、啓発ポスター（上）は内閣府のホームページからダウンロードとなります。各位におかれましては7月末まで店舗に掲示し青少年の非行・被害防止にご協力ください。

https://www8.cao.go.jp/youth/kankyou/hikouhigai/sympo/s_6/pdf/r04-poster.pdf

埼玉県本部、“社会を明るくする運動”「非行・被害防止」合同キャンペーンに参加

施設営業事業部・埼玉県本部では、「第72回“社会を明るくする運動”」及び「青少年の非行・被害防止全国強調月間」の合同キャンペーンに参加。泉谷享本部長以下5名が7月20日、浦和駅周辺のパトロールを実施し、併せて啓発品（パンフレット3種、ウェットティッシュ、折り紙、マスク、ティッシュペーパー、消しゴム、ボールペン、付箋で1セット）を配布した。

埼玉県県民生活部青少年課主催。埼玉県本部では県の依頼を受け、恒例の参加となった。

なお、同キャンペーンは毎年行われているが、コロナ禍で縮小されており、通常開催されるのは3年ぶり。

参加した埼玉県本部のメンバー5名



