

JAI A PRESS

Japan Amusement Industry Association

発行／一般社団法人日本アミューズメント産業協会
〒102-0074 www.jaia.jp
東京都千代田区九段南3-8-11 飛栄九段ビル8F
TEL03-6272-9030(代表) info@jaia.jp

【今号の主な内容】

年頭ご挨拶

- ・JAIA 田村雅壽会長
- ・警察庁生活安全局保安課 永山貴大課長
- ・経済産業省製造産業局 産業機械課 須賀千鶴課長

JAIA2025年新春賀詞交歓会

2022年度AM産業界の実態調査

1月
2025



年頭ご挨拶

一般社団法人 日本アミューズメント産業協会
会長 田村 雅壽

新年あけましておめでとうございます。

旧年中は皆さまより格別のご協力、ご支援を賜り厚くお礼申し上げます。

昨年6月に開催されました2024年度定時総会にて、一般社団法人日本アミューズメント産業協会(JAIA)の会長を拝命いたしました。山下滋前会長より、JAIAの収益事業(ショー事業、キャッシュレス事業)を正常化し、JAIAを将来も続くことができる協会にするとの方針を引き継ぎ、取り組んでまいりました。本年も少しでも業界の発展に貢献したいとの思いで取り組んでまいりますので、引き続き、皆様のご指導、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

さて、昨年は、新年早々に地震が発生したり、巨大地震注意の臨時情報が発せられたり、線状降水帯などによる記録的豪雨が多発したり、自然災害の怖さを改めて感じた年でありました。

また、世界的な視野では、ウクライナや中東など不安定な状況が続きました。

経済面では、マイナス金利が解除され、バブル期につけた日経平均の最高値を更新し、日本経済は持ち直していると感じる一方、我々企業人としては、円安、物価高、人件費上昇とコスト増が気になる一年だったと感じます。

我々の業界においては、2022年度のアミューズメント産業界の市場規模が6,855億円と前年比114%との速報値が出ました。そして、直近では、コロナ禍の非常に厳しかった状況から回復し、施設売上がコロナ禍以前を上回ったとの報告も聞かれるようになりました。

実際、昨年11月に開催いたしました、アミューズメントエキスポ2024では、2013年のJAPEO始まって以来、最多の出展社数を記録し、ビジネスデーの入場者数もコロナ禍前のJAPEO2020を上回る結果で幕を閉じました。会員の皆さまも施設の売上は好調に推移しているものと感じており、アミューズメントエキスポ2024の後の懇親会も明るい雰囲気で開催されました。

しかしながら、我々の業界に課題が多くあるのも事実です。前述の通りコスト増です。

例えば、東京都の最低賃金は昨年10月に改定され1,163円となりました。5年で14%、10年で30%上昇し、人件費の圧迫が顕著です。また、円安による資材費の高騰や、新紙幣発行に伴う設備投資も経営を圧迫しています。

さらに、有効求人倍率の高止まりにより人手不足も深刻化し、人件費上昇に拍車をかけています。

このような状況で我々業界が注力すべき事項は、店舗運営事業の省力化・効率化です。JAIAでは、DX化の取組みを推進し、将来的には、JAIAコードを軸に、発注データや納品データのフォーマットを統一し、発注から入庫処理までを電子データで処理可能となるよう検討しており、現在も、データベースの改修等を行っておりますし、JAIAコードデータベースの登録状況も大手プライズメーカーを中心に登録が進むなど、徐々に増えております。

政府は、本年2025年6月までにキャッシュレス決済比率を4割程度にする目標を立て、2023年3月時点で、キャッシュレス比率39.3%と堅調に上昇してきておりますが、我々業界でのキャッシュレス比率は、そこまで追い付いていないのが実態と考えます。

100円玉でのコインオペレーションを変えていくこと、そして、オペレーションを省力化することが、このコスト増、物価高、採用難の時代に必要だと考えておりますので、今一度、JAIAのキャッシュレス事業にご理解、ご協力のほど、よろしくお願い申し上げます。

2025年は、EXPO2025大阪・関西万博が春から開催され、ますます世界から日本が注目されることとなります。

日本が海外の方から人気の旅行先である理由として安全性の高さや、親切でおもてなしの心ある人々が魅力との調査結果があります。これは、我々サービス業にとって、腕の見せどころではないでしょうか。そして、人気IPの世界売上ランキングは、あのミッキー・マウスやくまのプーさんを抑え、日本の人気コンテンツが1位と2位になるほど、日本にはパワーがあります。

このような状況から、本年も、当業界は堅調に推移していくものと考えております。私は、我々が運営するアミューズメント施設のような人々が楽しく交流することができる場を提供することが日本経済を活性化させると考えており、今後、新ジャンルや既存機種がさらに進化した機器がでてくることを期待しております。

前述の通り、課題はあるものの、本年も市場環境は明るいと考えております。引き続き、明るく、前向きに業界改革を行いながら、業界発展に寄与してまいりたいと考えますので、ご協力、ご支援のほど、よろしくお願い申し上げます。皆様と共に、より良い未来を築き上げていきましょう。

令和7年 年頭ご挨拶



警察庁生活安全局
保安課長
永山 貴大

新年明けましておめでとうございます。旧年中は警察行政の各般にわたり、格別の御理解と御協力を頂き、誌面をお借りして厚く御礼申し上げます。

貴協会におかれましては、昨年会長に就任された田村会長の下、アミューズメント業界の中核組織として、ゲームセンター等営業の適正化を図る活動はもとより、青少年の健全育成を目指した活動のほか、児童養護施設の子供達をゲームセンターに招待する活動を展開されるなど、社会貢献活動にも積極的に取り組まれていると承知しており、こうした業界を挙げた取組を大変心強く感じています。

近年、ゲームセンターは、家族連れでも楽しく交流することができる国民的なレジャーの場となっており、引き続き、誰もが安全に安心して楽しむことができる健全な営業が行われるよう、会員に対する法令遵守に関する継続的な研修等を実施していただくとともに、地域社会に根ざした憩いの場となるアミューズメント施設づくりに一層力を発揮していただくことを期待しています。

最後になりますが、貴協会会員の皆様の御健勝、御多幸を心より祈念申し上げ、年頭の御挨拶とさせていただきます。

年頭所感



経済産業省 製造産業局

産業機械課 課長 須賀 千鶴

令和7年の新春を迎え、謹んでお慶び申し上げます。

昨年は、年始の能登半島地震をはじめとして、台風や豪雨など、多くの予期せぬ自然災害が発生した一年でした。被災された方々に、改めて心よりお見舞いを申し上げます。特に能登半島地震で被害を受けた地域では復旧・復興はいまだ半ばです。経済産業省として、引き続き復旧・復興に全力を尽くしてまいります。

世界が激動する中で、我が国の経済と社会の安定をいかに守り抜くかが問われた一年でもありました。依然として中東やウクライナにおける戦争は収束の兆しを見せず、我が国のエネルギー政策や産業政策も大きな影響を受けています。また、アメリカではトランプ新政権が発足しようとしており、経済・外交政策がどう変化するか、その一挙一動に世界が注目しています。

こうした中、産業政策については、近年のDXやGXなどの成長分野への積極的な国内投資が実を結び始めています。実際、30年ぶりとなる水準の賃上げ、100兆円を超える積極的な設備投資、史上最高水準の株価、そして名目GDPが初めて600兆円を超えるなど、顕著な成果が現れました。しかし、現在の物価高の影響を受け、消費は依然として力強さを欠いています。このような状況を踏まえ、長年続いたコストカット型経済から「賃上げと投資が牽引する成長型経済」への確実な転換を実現するためには、物価高に負けない持続的な賃上げの実現と、これをさらなる消費と投資へと結びつけていく必要があると考えています。

大企業だけではなく、地元の中小企業においても「稼ぐ力」をつけるため、イノベーション促進のための量子や宇宙分野への大規模投資や、スタートアップの事業化、海外展開への支援をしていきます。また、人手不足という社会的課題に対処するため、ロボット等で省力化や生産性向上を実現する技術の開発を促進するオープンな環境を整備し、産業のDXを推進していきます。

取引適正化に向けて、「価格交渉促進月間」における取組をはじめ、産業界の皆様には多大な御協力を賜り、感謝申し上げます。今後もサプライチェーン全体で適正

な価格転嫁を定着させるため、様々な取組を進めてまいります。

GXでは、昨年末にとりまとめた「GX2024ビジョン」と「エネルギー基本計画」にもありますように、電力需要が増加する中、徹底した省エネに加え、再エネや原子力などの脱炭素電源の最大限の活用を進めてまいります。GXの推進にあたっては、アジアの同志国との連携も強化していきます。昨年の第2回AZEC首脳会合では、日本のリーダーシップのもとで「今後10年のためのアクションプラン」が合意され、今後、ルール形成を含む政策協調とプロジェクトの実施が進んでいきます。

経済安全保障の確保に向け、技術革新への投資や需要側の取組を含めたサプライチェーンの強靱化といった政策により、我が国の製品や技術力の優位性を確保してまいります。そのために、技術流出対策や重要物資の安定供給のための支援にも引き続き取り組んでまいります。

日本の製造業は、急速に変化し続ける環境の中で、複雑で困難な課題に多く直面しています。しかし、それらに果敢に取り組みイノベーションを続けることで、成長を続けられると確信しています。引き続き、皆様の現場の生の声をお伺いし、それらを政策に活かしてまいります。

福島復興と東京電力福島第一原子力発電所の安全かつ着実な廃炉は、引き続き経済産業省の最重要課題であり、今後もこれらに全力で取り組みます。

さて、大阪・関西万博の開催までいよいよ3ヶ月を切りました。「未来社会の実験場」のコンセプトにふさわしい最先端分野の技術が国内外から集結いたします。ぜひ、会場まで足を運んでいただき、新たな産業の誕生と成長の可能性とそれがもたらす未来社会を間近で感じていただきたいと思っています。

本年が、皆様方にとって実りの多い一年となりますよう祈念して、新年の挨拶とさせていただきます。



(一社)日本アミューズメント産業協会
2025年新春賀詞交歓会

2025

新春賀詞交歓会



一般社団法人日本アミューズメント産業協会(JAIA)は、1月17日(金)、東京・港区の東京プリンスホテル2F「マグノリアホール」において、「2025年新春賀詞交歓会」を開催した。コロナ禍を経て3年ぶりに実施した昨年につき、244名と多くの業界人が集い、今年も会場は熱気に包まれた。

定刻の17時30分、JAIA田村雅壽会長の主催者年頭挨拶でスタート。田村会長は、参集した多くの会員に謝意を表すとともに、業界DX化、増加する訪日外客などの話題に触れ、アミューズメント業界が日本全体の経済活性化に寄与できるようにとの抱負を語った。

今年は「EXPO2025 大阪・関西万博」が開催される。ご来賓挨拶をいただいた経済産業省の須賀千鶴課長が挨拶の最後に「引き続き前売券発売中。企業で購入いただき、社員に配布して『家族で大阪へ』と送り出していただければ」とユーモアたっぷりに語って参加者の笑いを誘うと、その直後に乾杯挨拶を行ったJAIA川崎寛副会長は早速「万博の前売券、既に会社でたくさん購入しました」と報告して再び笑いを誘い、和やかな雰囲気での歓談が始まった。

中締めは、JAIA山下滋常任理事。「今年も1年間、元気にやりましょう」と、関東一本締めでしめくった。
(※挨拶の概要は次ページ)



主催者挨拶



(一社)日本アミューズメント産業協会 会長 田村 雅壽

日本経済は、昨年、日経平均株価が市場最高値を更新するなど少しずつ回復傾向を実感するところですが、一方で、円安による原価高、最低賃金が過去最高の引き上げ幅になる等、企業側にとってより一層の経営手腕が問われている状況です。

アミューズメント産業界の実態調査によると、2022年の市場規模は前年比14%アップの6856億円。コロナ禍から回復し、直近ではコロナ禍前の過去最高を記録している会社もあります。そのような中、JAIAでは店舗のDX化を進め省力化を図ることが重要との認識でキャッシュレス決済事業を推進しており、JAIAコードデータベースの登録、活用を会員の皆様をお願いしております。コスト高対策としてもスリムな店舗運営を考える必要があり、ご理解ご協力いただきたく思います。

昨年の年間訪日外客数はおよそ3700万人で、今年は大阪万博が開催されることもあり、それ以上になると予想されます。日本が注目されているわけで、これは我々にとってのチャンスです。日本のおもてなしの心に魅力を感じる海外の方々に、アミューズメント業界のエンターテインメントを提供する。そして、地方を含め日本全体の経済を当業界が活性化するような形でできればと考えます。また、そのために協会としてしっかりと横をつなぐ役割を果たしていく所存ですし、私も皆様のお役に立てればと思っておりますので、引き続き、ご協力をお願いいたします。

ご来賓挨拶



経済産業省 製造産業局 産業機械課 須賀 千鶴 課長

本日は、お招きいただきありがとうございます。

昨年は自然災害に多く見舞われた1年でしたが、一方、マクロの経済市場を見ますと30年ぶりの高水準の設備投資と賃上げ、過去最高水準の株価、名目GDPが600兆円を超えるなど非常に明るい待望の兆しがきかれる1年となりました。2025年は、日本政府としてこの兆しを確かなトレンドにするための施策を総動員してまいりたいと思います。引き続き官民一体となり、経済を上向きに乘せていくため、アミューズメント業界におかれましてもご一緒いただければありがたく存じます。

アミューズメント業界は、スマホや家庭用ゲーム機と異なり、実機のマシンだからこそできるリアルな体験や体感を可能とし、家族や友人と過ごす時間を豊かにするという生活に付加価値を与える産業だと認識しています。昨年のアミューズメントエキスポ2024においては、最新のプライズマシン、ゲームマシンが展示され、まさにアミューズメント産業を牽引する国内最大級の展示会として成功をおさめられました。今年11月に予定されているアミューズメントエキスポ2025も大変楽しみにしています。より多くの方に触れて頂き、AM機器もAM施設もより発展するきっかけとなりますよう期待しています。

いよいよ今年4月13日、大阪・関西万博が開幕します。万博成功のため、こちらの動員に関してもご協力いただければ幸いです。

乾杯挨拶



(一社)日本アミューズメント産業協会 副会長 川崎 寛

皆様の挑戦とがんばりのおかげで、昨年は、アミューズメント業界が発展した年になったと思います。おかげさまで良い年が迎えられました。ありがとうございます。

私事ですが、昨年12月31日で後任が終わりました。今年は益々、業界の発展を進めていきたいと思っております。

「乾杯のご挨拶とんんとかは短い方がいい」ということで、その“んんとか”を毎回探すのは大変なんですけれども(笑)、最近、イントロが短い方が曲が売れるということ。サブスク、ストリーミングの時代で、そういった曲が大ヒットすると聞いております。ということで、ご挨拶もここまで。それでは皆様、声高らかにお願い致します。

中締め

(一社)日本アミューズメント産業協会

常任理事 山下 滋

最近、若い人たちが昭和回帰しているという話を聞きます。今年は、昭和が続いていけば100年。20代前半が昭和大好きだそうで、まさかそんな時代が来るとは思っていませんでした。

AM業界は昭和の時代が一番良かった。メーカー各社も素晴らしいIP (Intellectual Property の略、知的財産権)をお持ちだと思います。新しい商品もいいですが、これから過去の優良IPもまた生き返る時代が来ると思います。そうしたものが投資に回っていけば、業界も1兆円産業目指していける産業になるかと。実は会社で今日、「これからは前向きな発言をする」と約束したばかりなので、1兆円(笑)。中期的な未来の1兆円に向けて、みんなで元気に一緒にがんばっていきましょう。「締めましておめでとうございます！」





2022年度

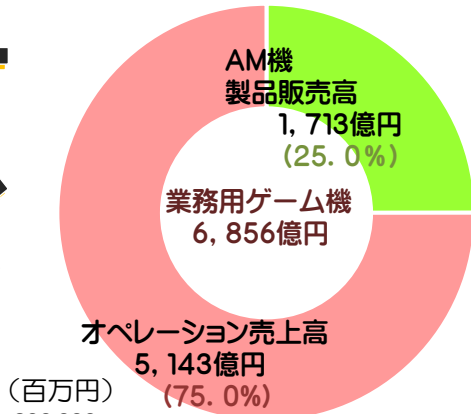
アミューズメント産業界の実態調査

1993年度から業界3団体(AOU、JAMMA、NSA)の事業として実施され、2008年度に統合JAIAの事業となった業界動向調査「アミューズメント産業界の実態調査」。その第31回目(2022年度)が発表された。

以下、調査結果を抜粋して掲載する。なお、実態調査報告書の冊子は、JAIA会員に2月送付予定(追加希望は会員1,000円、非会員2,000円で頒布、税込)となっている。お問合せは、JAIA事務局まで(TEL/03-6272-9030 Email/info@jaia.jp)

市場規模全体額6,856億円(前年比114.0%)

AM機製品販売高 1,713億円(前年比112.7%)
オペレーション売上高 5,143億円(前年比114.5%)



【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)

【調査実施期間】

2024年3月11日~2024年4月5日

【調査対象】

JAIA会員を中心に、非会員の業務用アミューズメントに携わる企業360社

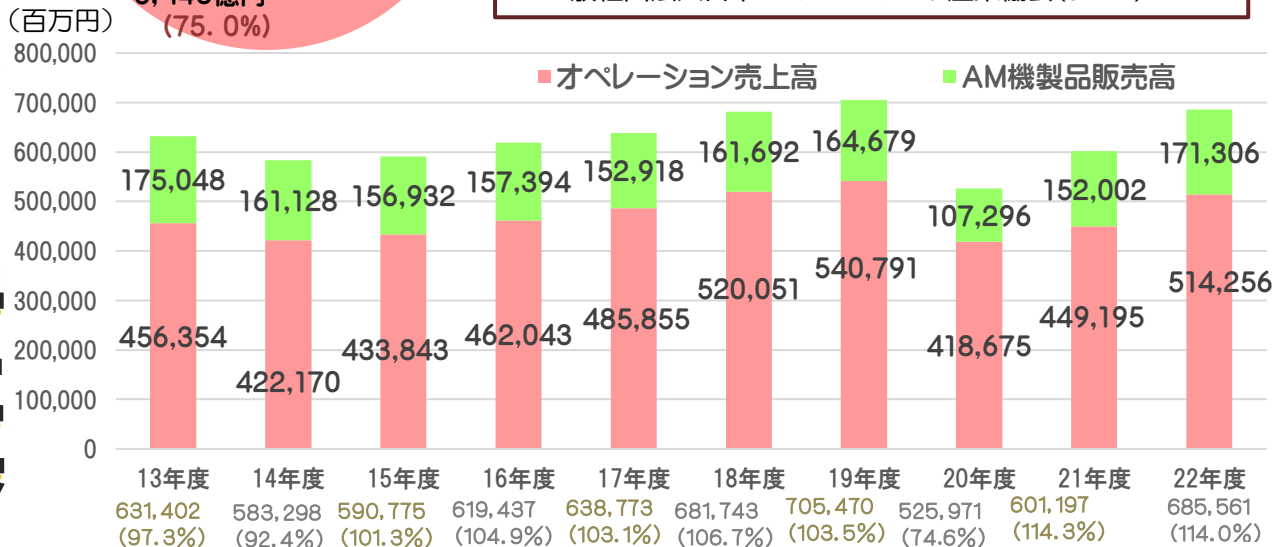
【回収数】

108社(うち有効回収数96)

・AM機製品販売 51社 ・オペレーション 58社

【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)



アミューズメント産業界の市場規模

2022年度の日本経済は、2022年3月に新型コロナウイルス感染症に対するまん延防止等重点措置が全て解除され、ウィズコロナの中で消費と設備投資が前期比プラスで推移するなど、緩やかに持ち直し、多くの需要項目でコロナ禍前水準を回復した。

一方、ロシアのウクライナ侵略等による原材料価格の上昇や円安による輸入物価の上昇は国内物価を上昇させ、家計・企業の活動に影響を与えることとなった。

また、世界的な金融引き締め動き等により、海外の経費減速も懸念された。

個人消費は、コロナ禍により抑制されてきたサービス消費を中心に緩やかな回復が続けたものの、消費者物価指数が約40年振りの大幅上昇となっており、物価上昇に賃金上昇が追いつかず、実質賃金は前年比マイナスが続いて個人消費の腰折れが懸念されることとなった。

このような状況の中で、アミューズメント施設ではゴールデンウィーク前後から利用者が増えだし、夏休み以降はファミリー客の利用が回復するなど、徐々にコロナ前の業況に近づくこととなった。

10月には外国人旅行者の入国者数制限の撤廃や個人旅行の解禁が実施され、都市型店舗ではインバウンド需要も戻ることとなった。

オペレーション売上高は5,143億円で前年度比14.5%の増加となった。

また、AM機製品販売高は1,713億円で前年度に比べて12.7%の増加となった。

両方を合計したアミューズメント産業の市場規模は14.0%増加して6,856億円となった。これは、コロナ禍以前の2019年度と比べると97.2%となっており、順調に市場規模を回復することができた。

2022年度 オペレーション売上

5,143億円(前年度比114.5%)

年 度		2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
オペレーション 売上高	売上高(億円)	4,875	4,700	4,564	4,222	4,338	4,620	4,859	5,201	5,408	4,187	4,492	5,143
	前年度比(%)	98.3	96.4	97.1	92.5	102.8	106.5	105.2	107.0	104.0	77.4	107.3	114.5
店舗数	店舗数(万店)	1.8	1.7	1.6	1.6	1.5	1.4	1.3	1.2	1.2	1.0	1.0	0.9
	前年度比(%)	97.2	93.8	94.6	97.2	96.1	95.2	92.6	92.9	100.4	81.9	100.6	84.5
設置台数	台数(万台)	57.4	54.7	52.5	48.6	46.4	44.5	43.5	43.2	43.1	41.4	42.5	43.7
	前年度比(%)	97.8	95.2	96.1	92.5	95.5	95.9	97.8	99.2	99.9	97.0	102.7	102.8
1店舗当たり 設置台数	台数(台)	31.7	32.2	32.7	31.1	33.6	31.4	33.2	35.5	35.3	41.4	42.3	51.4
	前年度比(%)	100.6	101.6	101.6	95.2	107.8	93.7	105.7	106.8	99.5	117.3	102.1	121.7
1店舗当たり 年間売上高	販売高(万円)	2,691	2,766	2,840	2,704	2,919	3,264	3,708	4,274	4,428	4,187	4,465	6,050
	前年度比(%)	101.2	102.8	102.7	95.2	107.9	111.8	113.6	115.3	103.6	94.6	106.6	135.5
1台当たりの 年間売上高	販売高(万円)	84.9	86.0	86.9	86.9	93.4	103.8	111.6	120.4	125.4	101.0	105.7	117.7
	前年度比(%)	100.5	101.3	101.0	100.0	107.5	111.1	107.5	108.0	104.2	80.6	104.5	111.4

2022年度のオペレーションは新型コロナウイルス感染症による影響から徐々に抜け出し、外出制限や営業自粛の制限を被ることなく、営業を行うことができた。また、10月には外国人旅行者の入国者数制限も撤廃された。

このような状況の中でゴールデンウィークの頃からアミューズメント施設の利用者が増加し始め、夏休み商戦以降はコロナ前の水準に売上を戻す店舗も増え始めた。

10月以降はインバウンド客の利用も回復し始め、大都市の繁華街に設置されている店舗では、外国人旅行者の利用による恩恵を受ける店舗が増えていった。

2022年3月には風通適正化法の解釈運用基準における景品の上限価格がそれまでの800円から1,000円に引き上げられたことで、景品の高品質化やサイズの向上につながり、売上の増加につながった。

キャラクターやアイドルへの「推し活」がプライズゲームに作用したこともあり、プライズマシン専門店やキャラクターを中心に据えたアミューズメント施設が増えている。

また、全身を使っている体感型アトラクションを設置する施設など、新しいコンセプトによる施設が開業している。

ユーザーに向けた店舗アプリを提供する運営会社が増えており、クーポンの提供や景品情報の提供などで店舗の差別化やユーザーの囲い込みを図る動きもある。

オペレーション売上高は5,143億円(前年度比114.5%)となり、コロナ前の2019年度売上高の95.1%まで回復した。

設置台数は43万7千台(前年度比102.8%)と微増となったものの、店舗数は8,500店(前年度比84.5%)と大きく減少した。

店舗数に関しては、直営店舗が減少(4,657店、前年度比68.5%)したものの、レンタル店舗は増加(3,843店、前年度比117.9%)する結果となった。

なお、直営店舗での1台あたりの年間売上高は平均122.9万円で前年度比111.6%、1店舗あたりの売上高は平均10,884万円で前年度比167.4%。

これに対し、レンタル店舗での1台あたりの年間売上高は平均30.2万円で前年度比101.7%、1店舗あたりの売上高は平均19.2万円で前年度比89.2%となった。直営店舗では店舗数は減少したものの、売上高は前年度を上回った。

5号営業許可の対象店舗と非対象店舗の数については、5号対象店舗が12店増えた3,894店となり前年度比100.3%となった。5号対象店舗が増加に転じたのは1986年以来。

一方、非対象店舗は4,606店と大幅に減少した(前年度比74.5%)。コロナ禍の影響を受けて、オペレーション事業会社の事業撤退、廃業や統合が進んだこと、不採算店舗の閉店や業態転換など事業の見直しが進んでいることが影響していると考えられる。

■設置台数規模別構成比

年度	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022		
											構成比	前年度比	
店舗数	16,991	16,069	15,611	14,862	14,154	13,103	12,167	12,212	9,998	10,061	8,500	100.0%	84.5%
20台以下	7,534	6,643	6,880	6,242	6,093	5,603	6,647	5,205	4,650	5,219	3,613	42.5%	69.2%
21~50台	841	807	1,043	1,085	981	951	1,085	482	609	546	417	4.9%	76.3%
51~70台	649	596	601	550	498	468	232	277	308	205	179	2.1%	87.3%
71~100	1,506	1,488	1,389	1,382	1,319	1,202	563	895	539	556	468	5.5%	84.1%
101~200	5,049	5,056	4,168	4,191	4,005	3,605	1,841	3,579	2,201	1,733	1,658	19.5%	95.7%
201台~	1,410	1,479	1,530	1,412	1,258	1,274	1,799	1,775	1,692	1,803	2,168	25.5%	120.2%

「201台以上」の規模の店舗が増加した背景には店舗の大型化が進んだこと以外にも、ミニクレーンゲームの導入拡大が進んだことが理由として考えられる。ミニクレーンゲームは通常のクレーンゲームの1台のスペースに2台程度の台数を設置できることから設置台数の増加に大きく寄与することとなった。

■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、ポウリング場)の売上高については、飲食店併設店舗(前年度比13.5%)を除いて、各業態とも売上が増加している。

ホテル・旅館併設店舗(前年度比161.1%)、SC・デパート併設店舗(前年度比134.2%)の売上の増加が目立つが、これはコロナ禍を経て消費者の購買活動、余暇活動が回復したことが理由と考えられる。

店舗数については、いずれのジャンルも減少する結果となった。特に飲食店併設店舗(70店舗、前年度比47.3%)は

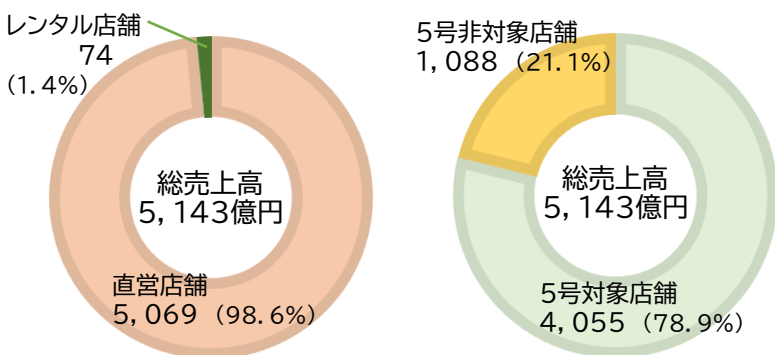
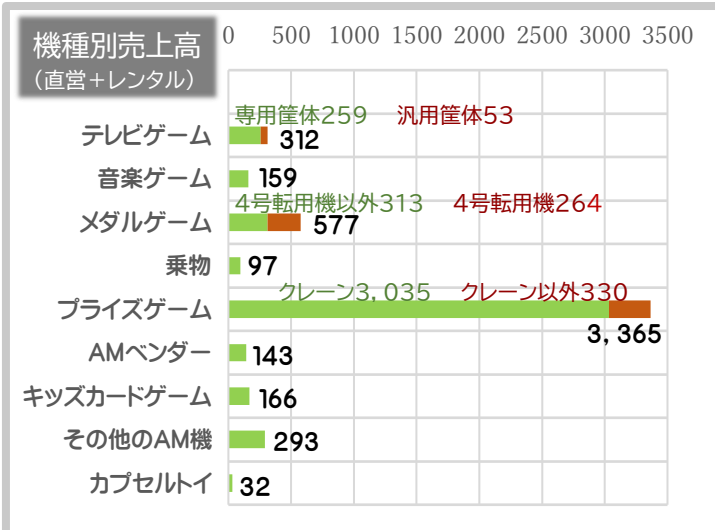
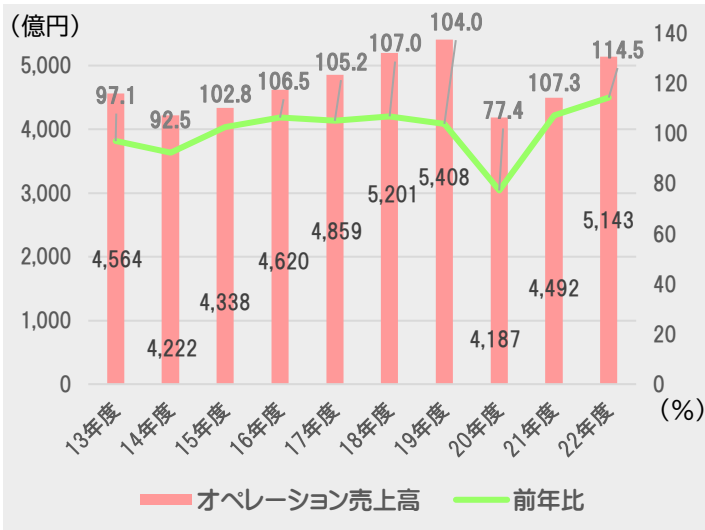
大きく減少している。各併設店舗の減少はオペレーターの運営方針の見直しが影響していると思われる。

また、設置台数の増加についてはミニクレーンゲームの設置が増えている影響によるものと思われる。飲食店併設店舗では店舗数自体の減少もあり大幅に台数を減らしている(前年度比18.6%)。

ショッピングセンター併設店舗については、商業施設自体が減少傾向にあるものの、今回の調査ではゲームセンター運営会社の事業統合の影響により、調査結果にブレが生じている可能性がある。

2022年度 オペレーション売上

5,143億円(前年度比114.5%)



【売上高の算出方法】

- 「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。
 ※警察庁調べ34万454台(100.0%)
 (2022年12月時点の数値)
 調査結果・集計値24万7,808台(72.8%)
 (2023年3月末時点の数値)
- 「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。

ジャンル別売上状況

テレビゲーム

売上高 312億円(前年度比100.0%)
 設置台数 41,829台(前年度比89.0%)

昨年とほぼ同額の金額となった。

専用筐体の設置台数は30,253台(前年度比82.6%)となり、前年から減少したが、売上高は259億円(前年度比103.9%)と増加した。前年度末に発売された数機種のカードゲームは人気を博したものの、大型の専用筐体がプライズゲームへ置き換えられたことが要因と思われる。

汎用筐体の設置台数は11,576台(前年度比111.7%)と増加したが、売上は53億円(前年度比84.6%)と減少した。アミューズメント施設ではコロナ禍で開催できなかった大会などのイベントを復活させる動きが始め、集客に結び付けようとしている。

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の売上は114億円(前年度比79.6%)となった。

人気のある新製品もあるものの、市場全体としては台数が減少したことで売上の減少につながったと思われる。また、テレビゲーム売上高のうち、下表の通り、体感シミュレーションゲームの売上高は96億円(前年度比152.2%)で大幅な増加となった。

	割合	売上高	前年度比
ビデオマスゲーム	18.8%	59億円	62.6%
体感シミュレーション	30.8%	96億円	152.2%
スポーツ関連ゲーム	12.5%	37億円	242.1%

プライズゲーム

売上高 3,365億円(前年度比109.9%)
 設置台数 216,450台(前年度比106.0%)

設置台数、売上高ともに増加し、調査開始以来最高の売上高となった。このジャンルの売上はAM施設における総売上の65.4%に達し施設の中心ジャンルになっている。

プライズゲーム以外は設置していない、いわゆる「プライズゲーム専門店」の出店が目立ってきた。また、物販店舗に多数のクレーンゲームを設置するタイプの運営が増えている。好きなキャラクターやアイドルのグッズを収集する「推し活」のブームがプライズゲームにも波及して売上を伸ばした。機械も筐体の大きさや取り方の異なる様々なタイプのプライズマシンが設置されているが、ミニクレーン機が多く設置されるようになってきたことは見逃せない変化。

ミニクレーン機はプレイヤーの目と景品までの直線距離が非常に近く、子どもにも見やすい高さ・場所に景品が陳列されているので、子どもを含め幅広い顧客層に対して景品の魅力をアピールすることができたことも売上が伸びた要因として考えられる。加えて、ミニクレーン機は設置面積が小さいので、余ったスペースにも気軽に設置することができ設置台数を増やすことにつながった。

プレイヤーは様々なテクニックを駆使して景品を獲得する過程を楽しんでいる。景品では、各種グミなどの菓子類や映画・ゲーム・アニメのキャラクター製品に人気が集まった他、定番のキャラクターがプレイヤーの心を捉えた。コロナ禍以降のクレーンゲームの盛り上がりの背景には、ゲームユーザーが従来型メディア(TVや雑誌)に加え、インフルエンサーの発信する動画やSNSに影響を大きく受けるようになった社会変化があるものと推察している。

2022年度 オペレーション売上

5,143億円(前年度比114.5%)

音楽ゲーム

売上高 159億円(前年度比121.2%)
設置台数 19,466台(前年度比99.1%)

設置台数が微減となったものの、売上高は増加した。コロナ禍での様々な制限がなくなり、また、新規製品は投入されていないものの、多くの既存機種に対しバージョンアップが行われ、商品の新鮮さを保つ工夫が施されたことで売り上げ増に影響している。

メダルゲーム

売上高 577億円(前年度比129.4%)
設置台数 84,466台(前年度比103.4%)

一般メダルゲームにおいては売上(313億円/前年度比89.9%)、台数(41,272台/前年度比93.7%)ともに減少したものの、4号転用メダルゲームの復調により、メダルゲームは設置台数、売上とも増加に転じた。

4号転用機の売上は264億円(前年度比270.4%)、設置台数は43,195台(前年度比114.8%)。

パチンコ・パチスロ業界で規制基準に変更があり、パチスロでは「6.5号機」や「スラスロ」と呼ばれるジャンルの製品が発売されたことで市場が活性化している。この状況を受け、4号転用メダルゲームにおいては利用者が増えた。

一般メダルゲームは売上が減少してはいるものの、新作の投入やバージョンアップが重ねられていることから、今後の動向に期待をしたい。

メダルゲームは、コロナ禍でのマイナス要因(プレイヤーが直接メダルを手にとって遊ぶこと)が意識されなくなったことで、今後の売上増が期待される。

アミューズメントベンダー

売上高 143億円(前年度比82.9%)
設置台数 6,521台(前年度比81.1%)

売上高、設置台数ともに減少することとなった。

売上高については、機械の買い取りからレンタルへ販売形態の変更が進んでおり、プレイヤーの利用金額が店舗の売上に直接つながらない状況になっていると思われる。

アミューズメントベンダーは、スマートフォンのカメラ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サービスを提供しており、機種によって異なる演出を提供することで利用者のニーズを満たしている。

ネットワークゲーム
(オンラインゲーム)

売上高 468億円(前年度比98.4%)

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、プレイヤーだけでなく施設側にもメリットが生じる。

ネットワークに対応したゲームの売上は、前年度に対し微減となった。

オペレーション売上に占める割合は、9.1%と前年度(10.6%)に比べ、やや比率を下げている。

テレビゲームと音楽ゲームの売上の過半は、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。

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。

	テレビゲーム	音楽ゲーム	メダルゲーム	その他
構成比	36.7%	20.6%	28.0%	14.6%
売上高	172	97	131	68

その他AM機

売上高 293億円(前年度比222.5%)
設置台数 29,270台(前年度比143.9%)

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、パンチングマシン等が含まれる。売上が大きく増加した背景として、アミューズメント施設ではこのジャンルには時間貸施設の利用料が含まれていると考えられる。

カプセルトイ

売上高 32億円(前年度比99.2%)
設置台数 17,766台(前年度比234.8%)

このジャンルに関しては、設置台数の捉え方が統一されておらず、調査回答企業によって回答内容が異なっていることを把握している。今後、正確なデータを把握できるよう調査方法を改善したい。

ご協力をお願いします

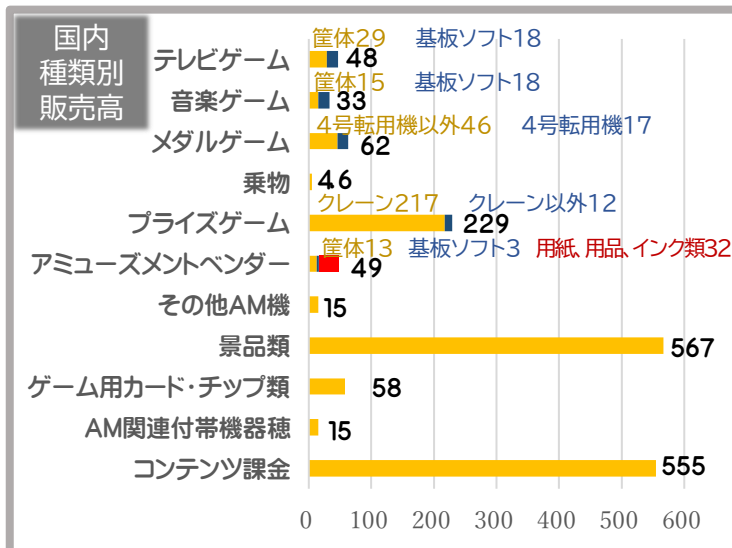
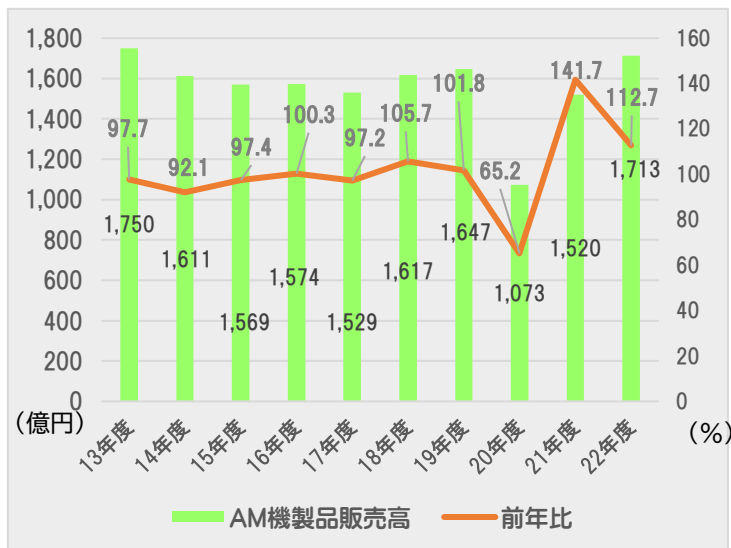
JAIAでは「2023年度アミューズメント産業界の実態調査」のため、JAIAの会員企業はじめ業務用アミューズメントに携わる企業を対象に、2023年度の実態に関するアンケートへのご協力を1月24日(金)を締切として、お願いしております。ご多忙のこととは存じますが、ご回答くださいますようお願い申し上げます。

2022年度 業務用AM機製品販売高

1,713億円(前年度比112.7%)

アミューズメント機器の製品販売高は、国内向け1,635億円(前年度比114.0%)、海外向け78億円(前年度比91.2%)、合計では1,713億円(前年度比112.7%)と増加した。

2022年度は、プライズゲームの販売高が前年度の過去最高額を大幅に更新したものの、コロナ禍以前の2019年度の水準に達していないジャンルが多くなっている。



国内向け販売高の種類別内訳

テレビゲーム

販売高 48億円(前年度比44.7%)

専用筐体の製品は、カードを利用した新製品が発売され、販売高を牽引したものの、前年度、複数の有力タイトルが発売され、販売高が大幅に増加した反動で2022年度は減少した。

汎用筐体向けの新製品も新規発売が少なく販売高が減少している。

音楽ゲーム

販売高 33億円(前年度比67.2%)

このジャンルも、新規タイトルが少なかったことから販売高は減少した。

メダルゲーム

販売高 62億円(前年度比138.8%)

一般メダルゲームでは、数機種の新製品の販売やバージョンアップが行われ、売上を伸ばすこととなった。

一般メダルゲームの販売高は、46億円で、前年度比109.5%となった。人気ゲームのIPを活用した新製品が販売高を伸ばす結果となった。

「4号転用メダルゲーム」においては、パチンコ・パチスロ業界で規制基準に変更があり、パチスロでは「6.5号機」や「スマスロ」と呼ばれるジャンルの製品が発売されたことで市場が活性化している状況を受け、販売高が大幅に改善した。4号転用メダルゲームは、前年度比539.9%となる17億円の売上となった。

構成比は、一般メダルゲーム73.5%、4号転用メダルゲーム26.5%。

クレーンゲーム

販売高 217億円(前年度比166.3%)

2022年度はコロナ禍により、既存のアミューズメント施設の休業要請、営業自粛の影響もあり、実際の店舗で遊ぶのではなく、オンラインクレーンゲーム(インターネット回線を通して実際のクレーン機を操作して遊ぶ)が増えていった。

また、ゲームセンターにおいても、設置面積が少なくてすむミニクレーン機が市場に大量に出回るようになり「クレーンゲームブーム」とも言える状態になった。

新品だけではなく、中古機市場においてもクレーン機の需要が大幅に増え、販売高が大きく伸びることにつながった。

クレーンゲーム以外の
プライズゲーム

販売高 12億円(前年度比45.7%)

2022年度はこのジャンルの新製品の販売が少なかったため、販売高は減少した。

アミューズメントベンダー

販売高 49億円(前年度比89.8%)

レベニューシェアによる機械販売など販売方法の変更が影響し、このジャンルは売上を減少させている。

2022年度は数機種の新製品が発売されたが、各機種ともに特色を変えて利用者のニーズをつかもうとしている。

景品

販売高 567億円(前年度比 161.3%)

2022年度のプライズゲームのオペレーション売上高(3,365億円)に対する景品代割合は33.6%(前年度33.0%)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業者が購入した景品の総額)は1,130億円(前年度1,011億円、前年度比111.8%)だった。

この報告書での景品類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(1,130億円)の50.2%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。

2022年度は、アニメからのヒットは少なかったものの定番のキャラクターが高い人気を維持して販売高を牽引した。ぬいぐるみ、クッションなどの大型景品に加えて、ミニクレーン向けの小型景品やグミなどの菓子類も数多く活用され、ユーザーの利用要望に応じた多様なアイテムが投入された。

2022年3月から提供する景品の価格上限がそれまでの800円から1,000円に引き上げられたことは、販売高にもある程度影響を与えたと推測される。しかしながら、アミューズメント専用景品に関しては、商品の企画、製造にタイムラグがあるため、2022年度全体での貢献にはならなかったものと思われる。

ゲーム用カード・チップ類

販売高 58億円(前年度比 34.7%)

ゲーム用カード・チップ類は、キッズカード用とテレビゲーム用に大別することができる。

キッズカードゲーム用の販売額は、48億円(前年度比32.7%)と大幅に減少した。新規タイトルの投入がなかったこと、サービス継続タイトルの減少が原因となっている。

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。

テレビゲーム、メダルゲーム用の販売額は、10億円(前年度比49.4%)と前年度に比べ売上は減少した。テレビゲーム用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ている。

乗物

販売高 4.6億円(前年度比 166.7%)

前年同様にコロナの影響で開発製造がストップしていた企画が、アフターコロナに向け商品化されたことから、販売高が増加した。

その他AM機

販売高 15億円(前年度比 115.3%)

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、パンチングマシン等が含まれる。ポストコロナに移行して、子ども向けのゲーム機の需要が増えていると思われる。

AM関連付帯機器他

販売高 15億円(前年度比70.6%)

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。

販売高減少の原因は、新型紙幣導入に向けた両替機の買い控えやメダルゲームジャンルの不振が影響していると考えられる。

ネットワークゲーム

販売高 103億円(前年度比 70.3%)

ネットワーク対応・オンライン使用の全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。

テレビゲーム、音楽ゲーム、アミューズメントバンダーでは販売高の過半をネットワークゲームが占めることとなり、ゲーム機械を単体で使用するのではなくインターネット回線に接続して運営する方式が増加している。

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。

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いるため、通信回線への接続が必須となっている。

	テレビゲーム	音楽ゲーム	メダルゲーム	その他
構成比	29.7%	15.2%	19.6%	35.5%
売上高	30	16	20	36

コンテンツ課金、シェアモデルなどの売上

販売高 555億円、(前年度比 118.7%)

コンテンツ課金とは、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、AM施設営業者にとっては製品の導入価格が抑えられることで市場への新製品の導入が進み、営業の活性化が期待される。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。メーカーとオペレーター双方のメリットが成立するシェア率の設定が非常に重要で、双方が利益を享受できるような設定が重要になる。

課金額の段階的設定や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AM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。

2022年度は様々なジャンルでのゲーム機器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このジャンルの販売高が大きく増加したと思われる。

また、2022年度はクレーンゲームをPOS管理するサービスや、消費者に景品情報や優待サービスを提供して好きなキャラクターに対する「推し活」をサポートするサービスが始まった。今後は多くの機械に対応していくことが予定されており、動向を注視したい。

第143回技術委員会

近畿ブロック昇降機等検査協議会・第106回技術委員会



日時/2024年12月13日(金) 15時30分~16時40分
 場所/近畿ブロック昇降機等検査協議会 会議室(大阪市)
 出席/森田栄二委員長はじめ委員4名+事務局4名
 【議長/森田栄二委員長(三精テクノロジーズ(株))】

1. 令和6年度遊戯施設安全管理講習会の結果報告

標記講習会に関し、事務局が結果報告書に基づき、開催日時、開催場所、対象者、開講挨拶及び講師、受講者数(91名)等を報告・説明した。

☆「令和6年度遊戯施設安全管理講習会」はJAIAプレス2024年12月号に掲載。

2. 「遊戯施設 安全管理マニュアル」の改訂について

前回委員会からの継続審議である「遊戯施設の注意看板マニュアル」に関し、前回最終まとめとして検討した内容を含め事務局が作成した最終原案を説明。次回委員会にて、これについて確認した後、続いて「参考資料」に関する検討に入るとした。

3. 昇降機センター「定期検査業務基準書」の改訂作業状況報告

11月19日開催の『昇降機定期検査業務基準書2025年版改訂委員会』『遊戯施設定期検査業務基準書2025年版改訂委員会』第1回合同委員会(両委員会及び作業部会合同)にて配布された資料(抜粋)に基づき、森田栄二委員長と事務局酒井三朗部長から委員会での遊戯施設関連の審議内容について次の説明がなされた。

◎遊戯施設の委員会委員長は日本大学の青木教授で、作業部会主査は昇降機センターの金田副部長が担当する。(※委員会構成は下表)

◎細部については作業部会で検討することとなり、12月18日に第2回作業部会が昇降機センターの会議室で開催予定。

◎意見等ある場合は、同作業部会の委員である北野巧副委員長か野本雄一委員に連絡のこと。

なお、本件については次回開催の本委員会までに基準書改訂委員会・作業部会が予定されていることから、各委員に対して随時その内容と問題点等を事務局からメール等で連絡することとした。

4. 最近の報道記事から

前回委員会から本日までの遊戯施設関係の報道記事について事務局が報告。

5. 次回委員会の開催について

次回(第144回&第107回)委員会は、2025年3月14日(金)15時~近畿ブロック会議室(大阪市)において開催予定。

遊戯施設定期検査業務基準書2025年版改訂委員会

委員会

委員長	青木 義男	日本大学理工学部精密機械工学科教授
委員	羽多野正俊	日本大学理工学部教授
	寺田 祐宏	東京都都市整備局市街地建築部建築指導課課長代理(日本建築行政会議設備部会長)
	金田 宏	(一財)日本建築設備・昇降機センター認定評価部副部長
	酒井 三朗	(一社)日本アミューズメント産業協会遊園施設事業部長
	森田 栄二	(一社)日本アミューズメント産業協会技術委員長
	大谷 康博	(一社)東京都昇降機安全協議会常務理事
	出口 仁司	(一社)近畿ブロック昇降機等検査協議会専務理事
協力委員	竹村 好史	国土交通省国土技術政策総合研究所建築研究部基準認証システム研究室長
	前田 亮	国土交通省住宅局参事官
	田中 翔	国土交通省住宅局参事官(建築企画担当)付課長補佐
	柿崎麻希子	国土交通省住宅局参事官(建築企画担当)付動力・設備係長
	酒井 悠里	国土交通省住宅局参事官(建築企画担当)付動力・設備係



<委員会設置の目的>

令和6年28日付で平成20年国土交通省告示第283号(昇降機定期検査告示)及び平成20年国土交通省告示第284号(遊戯施設定期検査告示)の改正に係る告示(令和6年国土交通省告示第974号)が交付され、令和7年7月1日より施行されることとなった。

これを受けて、改正内容の解説検討と併せて、追補版の内容や講習会Q&A意見等を踏まえて改訂を行うべく、「昇降機定期検査業務基準書2025年版改訂委員会」及び「遊戯施設定期検査業務基準書2025年版改訂委員会」を設置し検討を行う。

また、「昇降機・遊戯施設定期検査業務基準書」は厚みがあり重い、読者の使い勝手を考慮し、今般の規定に際し、昇降機と遊戯施設を分冊として発行することを目指す。

作業部会

主査委員	金田 宏	(一財)日本建築設備・昇降機センター認定評価部副部長
	井口 丈弘	東京都都市整備局多摩建築指導事務所建築指導第二課課長代理(日本建築行政会議設備部会委員)
	北野 巧	(一社)日本アミューズメント産業協会技術委員会副委員長
	野本 雄一	(一社)日本アミューズメント産業協会技術委員
	朝比奈桂一	東日本遊園地協会
	井澤 孝文	西日本遊園地協会
	三海 正春	日本ウォータースライド安全協会特別顧問
協力委員	田中 翔	国土交通省住宅局参事官(建築企画担当)付課長補佐
	柿崎麻希子	国土交通省住宅局参事官(建築企画担当)付動力・設備係長

【事務局】(一財)日本建築設備・昇降機センター 企画部

業界DX化に向けたJAIAの諸活動について

JAIAコードデータベースの登録状況について

データベースの登録、活用は業務のDX化に向けた最初の一步です。各登録ジャンルともに少しずつ登録件数が増えている状況です。なお、景品登録に関しては、大手プライズメーカーを中心に登録が進んでおり、登録商品は大幅に増えております。



事業者登録／54社
店舗登録／381店
AMマシン登録／108商品
景品登録／45,624商品

キャッシュレス決済推進特別委員会の活動状況について

特別委員会事務局全体会及びメーカー分科会の付置機関である受発注システム要件検討会において、受発注におけるデータベースの活用に向けた取り組みを検討しています。

第96回事務局全体会

日時／2025年1月16日(木)16:00～17:15 開催方法／Teamsによるオンライン開催 参加者／36名

<受発注システム要件検討会の報告>

受発注システム要件検討会で検討されている受発注におけるJAIAコードデータベースの活用について報告があり、活動の方向性について審議が行われた。

今後も引き続き、検討会で実現に向けた取り組みを進めることとなった。

第3回受発注システム要件検討会

日時／2024年12月26日(木)16:00～17:15
開催方法／Teamsによるオンライン開催
参加者／31名

受発注システム要件検討会ではAMプライズ商品の受発注においてデータベースを活用するための方策が検討されている。

受発注のタイミングで活用できるようにするためには、データベースへの商品登録タイミングを発売の5ヶ月前に行うことが必要だが、メーカーとしてはデータの修正などによる工数の増大、オペレーターとしては少ない確定情報の中、発注をしなくてはならないなど多くの課題があることが分かっている。

メーカーとしてのデータ管理の負担増を避けながら、オペレーターの求めるタイミングで必要な情報を提供するための方策を検討している。

第4回受発注システム要件検討会では、データベース登録方針案が提案され、この運用の実現に向け継続して検討を行うこととしている。

第4回受発注システム要件検討会

日時／2025年1月9日(木)16:00～17:15
開催方法／Teamsによるオンライン開催
参加者／29名

第5回受発注システム要件検討会

日時／2025年1月23日(木)16:00～17:15
開催方法／Teamsによるオンライン開催
参加者／28名

セーフティネット保証制度 5号業種指定のお知らせ

(中小企業信用保険法第2条第5項第5号)

中小企業庁によるセーフティネット保証制度における指定業種の申請を経済産業省ならびに警察庁を通して行ってまいりましたところ、認可がおりましたのでお知らせします。ご活用ください。

指定期間／令和7年1月1日～令和7年3月31日

(指定期間とは、市町村長又は特別区長に対して認定を申請することができる期間をいう)

https://www.chusho.meti.go.jp/kinyu/2024/241213_5gou.pdf

対象業種

ゲームセンター(通番514 日本標準産業分類8065)
娯楽用機械製造業(通番295 日本標準産業分類2722)
その他の産業用機械器具卸売業(通番395 日本標準産業分類5419)

<セーフティネット保証制度とは>

全国的に業況の悪化している業種に属することにより、経営の安定に支障を生じている中小企業者への資金供給の円滑化を図るため、信用保証協会が通常の保証限度額とは別枠で80%保証を行う制度。

<対象中小企業者>

- ①指定業種に属する事業を行っており、最近3か月間の売上高等が前年同期比で5%以上減少。
- ②指定業種に属する事業を行っており、製品等原価のうち20%以上を占める原油等の仕入れ価格が20%以上上昇しているにも関わらず製品等価格に転嫁できていない中小企業者。(売上高等の減少について、市区町村長の認定が必要)

冬季の省エネルギーの取組について

省エネルギー・省資源対策推進会議省庁連絡会議決定

https://www.enecho.meti.go.jp/category/saving_and_new/saving/government/data/r6fy_touki_shouene.pdf

パチンコ・パチスロ機 4号転用リスト

「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。
 なお、JAIAでは会員が4号転用メダルゲーム機を製造・販売・オペレーション使用の際に「アミューズメント適合機」マークの表示を義務付けています。

提出会社	4号メーカー	機別	筐体	機種名	発行日
(株)東プロ	京楽産業.	パチンコ	プロハンター	e ぱちんこソードアート・オンライン	2024/11/29
(株)サクシード	山佐	パチスロ	ベガズラックA	L パチスロ転生したらスライムだった件 CD	2024/12/2
(株)サクシード	大都技研	パチスロ	ベガズラックA	L 押忍！番長4 A3	2024/12/2
(株)サクシード	サミー	パチスロ	ベガズラックA	L スマスロ北斗無双FS	2024/12/2
(株)サクシード	三共	パチスロ	ベガズラックA	L パチスロ マクロスフロンティア4	2024/12/2
(株)マインズ	オリンピア	パチスロ	ブレイクIIシリーズ	L 主役は銭形4	2024/12/3
(株)マインズ	オリンピアエステート	パチスロ	ブレイクIIシリーズ	L バンドリ！	2024/12/3
(株)マインズ	ジェイベー	パチスロ	ブレイクIIシリーズ	L パチスロ戦姫絶唱シンフォギア 正義の歌	2024/12/3
(株)マインズ	オリンピアエステート	パチスロ	ブレイクIIシリーズ	L ToLOVEるダークネス	2024/12/3
(株)マインズ	サポハニ	パチスロ	ブレイクIIシリーズ	スロット 冴えない彼女の育て方	2024/12/3
(株)マインズ	サミー	パチスロ	ブレイクIIシリーズ	交響詩篇エウレカセブン HI-EVOLUTION ZERO TYPE-ART	2024/12/3
(株)マインズ	サミー	パチンコ	ブレイクIIシリーズ	P 頭文字D 2nd	2024/12/3
(株)マインズ	三共	パチンコ	ブレイクIIシリーズ	PF 機動戦士ガンダムSEED	2024/12/3
(株)マインズ	平和	パチンコ	ブレイクIIシリーズ	P ToLOVEるダークネス	2024/12/3
(株)マインズ	サミー	パチンコ	ブレイクIIシリーズ	e 北斗の拳10	2024/12/3
(株)マインズ	京楽産業.	パチンコ	ブレイクIIシリーズ	スマートぱちんこソードアート・オンライン	2024/12/3
(株)東プロ	大都技研	パチスロ	ハイパースロット	L ソードアート・オンライン	2024/12/6
(株)東プロ	北電子	パチスロ	ハイパースロット	S アイムジャグラーEX-TP	2024/12/6
(株)マインズ	アムテックス	パチンコ	ブレイクIIシリーズ	P ピンク・レディー	2024/12/9
(株)三田商事	サミー	パチスロ	REACHαシリーズ	S パチスロ甲鉄城のカバネリZR	2024/12/9
(株)東プロ	アムテックス	パチンコ	プロハンター	P ニュートキオ	2024/12/10
(株)マインズ	北電子	パチスロ	ブレイクIIシリーズ	スーパーミラクルジャグラー	2024/12/18
(株)マインズ	大都技研	パチスロ	ブレイクIIシリーズ	L 押忍！番長4	2024/12/18
(株)サクシード	大都技研	パチスロ	ベガズラックA	L 押忍！番長4 A3	2024/12/18
(株)サクシード	山佐	パチスロ	ベガズラックA	L パチスロ転生したらスライムだった件 CD	2024/12/18
(株)サクシード	大都技研	パチスロ	ベガズラックA	L スロット ソードアート・オンライン	2024/12/18
(株)サクシード	サミー	パチスロ	ベガズラックA	L スマスロ真・北斗無双FS	2024/12/18
(株)東プロ	京楽産業.	パチンコ	プロハンター	e 仮面ライダー電王	2024/12/18
(株)東プロ	三共	パチスロ	ハイパースロット	L 革命機ヴァルヴレイヴ	2024/12/18
(株)東プロ	JFJ	パチンコ	プロハンター	P リング 呪いの7日間2	2024/12/19
(株)アップワード	アムテックス	パチンコ	APRECIVE	P バキ	2024/12/19
(株)アップワード	JFJ	パチスロ	APRECIVE	L とある魔術の禁書目録	2024/12/19
(株)アップワード	JFJ	パチスロ	APRECIVE	L ゲゲゲの鬼太郎	2024/12/19
(株)アップワード	オリンピアエステート	パチスロ	APRECIVE	L バンドリ！	2024/12/19
(株)アップワード	パオン・ディーピー	パチスロ	APRECIVE	L HEY！エリートサラリーマン鏡	2024/12/19
(株)アップワード	大都技研	パチスロ	APRECIVE	L 押忍！番長4	2024/12/19
(株)JIN	ビスティ	パチンコ	JIN	P コードギアス反逆のルルーシュ 3V	2024/12/19
(株)三田商事	ジェイベー	パチスロ	REACHαシリーズ	S 炎炎ノ消防隊JS	2024/12/25
(株)マインズ	ビスティ	パチンコ	ブレイクIIシリーズ	新世紀エヴァンゲリオン 未来への咆哮	2024/12/26
(株)マインズ	三共	パチンコ	ブレイクIIシリーズ	PF機動戦士ガンダムユニコーン 再来 白き一角獣と黒き獅子	2025/1/7
(株)マインズ	銀座	パチンコ	ブレイクIIシリーズ	P真・北斗無双第4章下剋上闘	2025/1/7
(株)マインズ	ビスティ	パチスロ	ブレイクIIシリーズ	パチスロ 炎炎ノ消防隊	2025/1/7
(株)マインズ	ユニバーサルプロス	パチスロ	ブレイクIIシリーズ	ファミスタ回胴版！！	2025/1/7
(株)マインズ	三共	パチスロ	ブレイクIIシリーズ	パチスロ 革命機ヴァルヴレイヴ	2025/1/8
(株)マインズ	三共	パチンコ	ブレイクIIシリーズ	PF からくりサーカス2 運命ver.	2025/1/8
(株)マインズ	ビスティ	パチンコ	ブレイクIIシリーズ	P宇宙戦艦ヤマト 202 2-ONLYONE-	2025/1/8

※2024年12月～2025年1月8日の期間に発行されたものを掲載。すべて盤面販売。

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 2022年3月1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1,000円以下のものとする。

小売価格とは、景品専用に関された物品を除き、一般市場における価格とする。

なお、景品専用に関された物品であっても1個あたりの価格はおおむね1,000円以下とする。

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、食品衛生法の遵守及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

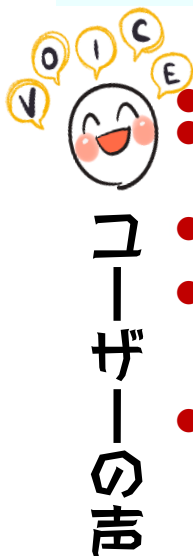
- iv 青少年の健全な育成や公序良俗を阻害する内容が印刷または記録された各種メディア（図書、写真、フィルム、ビデオテープ、CD-ROM・DVDなどの記録メディア等）
- v 性的な行為の用に供する物品および性器を模した物品
- vi ショーツ、ブラジャー等の下着類
- vii 金券類および類似品
- viii 食品衛生法に抵触する材料を使用した物品
- ix 偽造ブランド品や偽造キャラクターを使用したもの等、他者の知的財産権を侵害している物品
- x 心身に危害を与える恐れのある物品（レーザーポインター、刃物類）
- xi 動物愛護の精神に反する恐れのある生物

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1,000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ぬ。
- 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景品が手渡して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、景品の取扱いをおこな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場合においては、景品を提供してはならない。

5. 附則

このガイドラインは、2022年3月1日から適用する。



- Wi-Fiが弱い。(静岡・18歳・♀)
- ビンゴ大会を子どもが楽しみにしています。なので家族でゲームセンターに通っています。(静岡・34歳・♀)
- ゲームもガチャガチャも、どっちもだいすき。(静岡・7歳・♀)
- 子どもがボタンに届かなくて一生懸命せのびしてるのを見て、女性スタッフが優しく声かけて抱っこしてボタンを押させてくれました。優しい心遣いに感謝です。(静岡・34歳・♀)
- ちっとも景品が取れずに子どもがぐずっていたところ、店員さんが優しく話しかけてくれて、景品の取り方を教えてくれました。それで、欲しかった景品が取れました。大喜びで今泣いたカラスがもう笑いました。このお店の常連になります。(静岡・30歳・♀)
- 長くいることが結構あります。自動販売機が色々あると良いですね。(兵庫・58歳・♂)
- 100円でメダル大当たりしました。うれし～。(兵庫・38歳・♂)

- 体を動かすことが日頃ないので、ゲームセンターで体を動かしたいと思っている。そういうゲームが好きです。(兵庫・41歳・♂)
- 夏は冷房が効きすぎ？ 歳なので、寒く感じるのかも知れないが、トイレが近くて困ります。それにしても、メダルをたくさん使ってしまう、、、。(兵庫・70歳・♀)
- 子どもが楽しめた。良かった。それが親として一番ですから。(神奈川・38歳・♀)
- 音がうるさすぎると感じることもある。少し音量をさげてほしい。(東京・70歳代・♂)
- とてもにぎやかで、店員さんがやさしいところがこのお店の良いところだと思います。(埼玉・12歳・♂)
- とにかくナニゴトにも対応が早いのがこの店のいいところだと思います。(兵庫・30歳・♂)
- 機械がよく止まる。呼びに行くのがじゃまかさい。(兵庫・53歳・♂)
- 店員さんはみんながみんな笑顔。とても気持ち良いです。(兵庫・44歳・♂)

電子マネー・QRコード決済を1端末で実現!

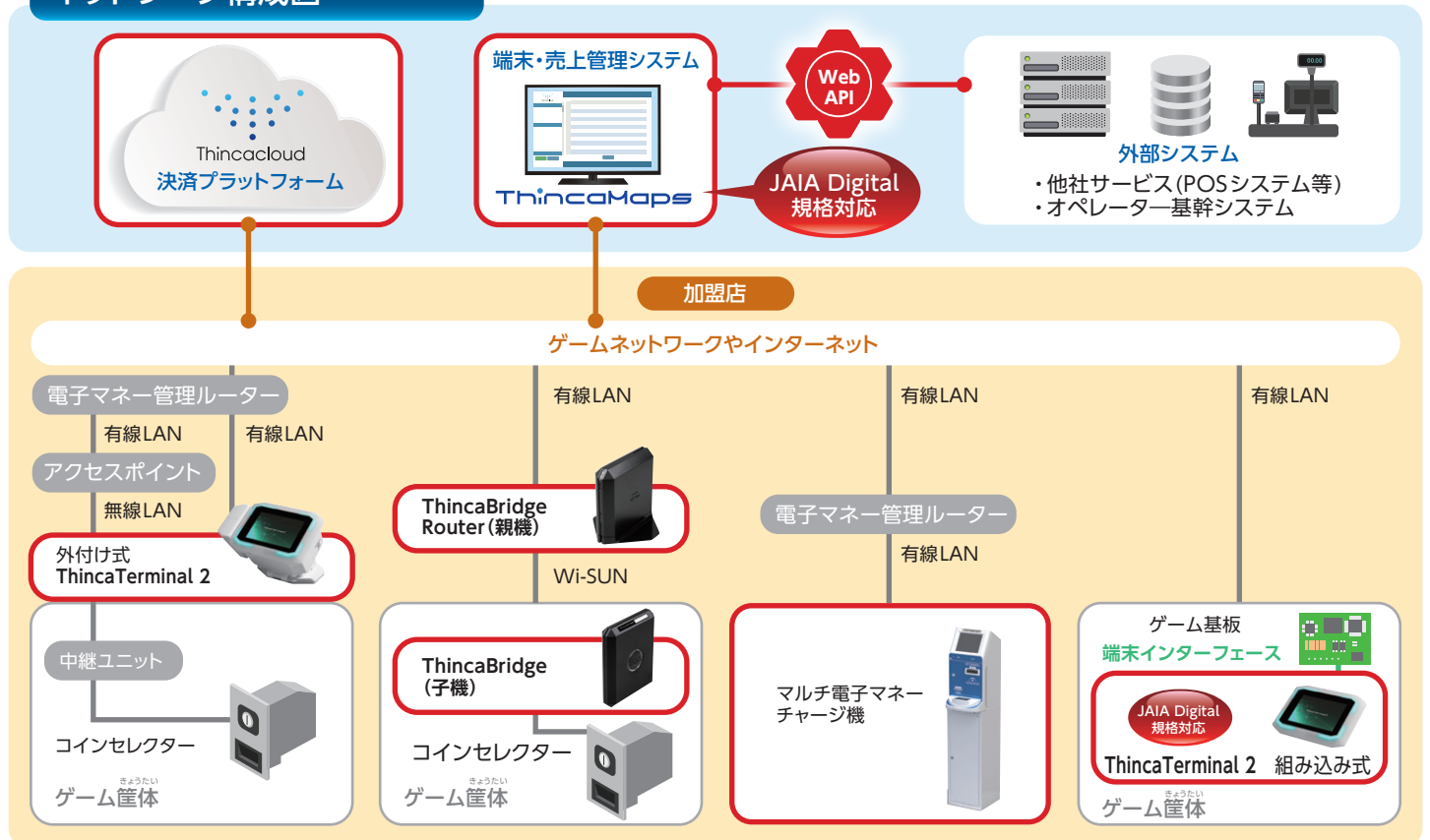
JAIA 推奨端末! ThincaTerminal 2



- 特徴 1 JAIA デジタル規格に対応
- 特徴 2 既設のゲーム機に後付け可能
- 特徴 3 キャッシュレス決済・硬貨決済
両方の売上データを取得可能
- 特徴 4 プライズアウト情報を
リアルタイムで把握可能

ネットワーク構成図

□ …TOPPANエッジ製品・サービス



※記載された製品名などは、各社の登録商標登録商標あるいは商標です。