

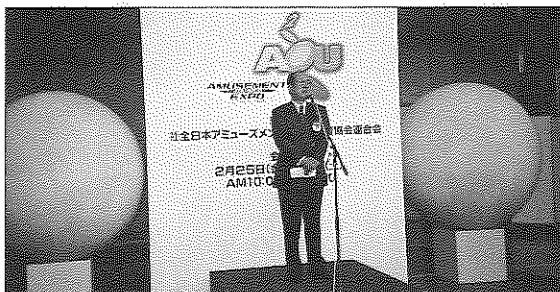
AOU ニュース

愛されるゲーム場・親しまれる業界

エー・オー・ユー
AOU ニュース 3月号
発行人 社団法人全日本アミューズメント
施設営業者協会連合会
〒101-0041 東京都千代田区神田須田町 1-4-1
TSI須田町ビル 6F
TEL. 03(3253)5671~2 FAX 03(3253)5688
http://www.nekonet.ne.jp/AOU/
Eメール aou@nekonet.ne.jp
編集人 AOU広報委員会
発行日 平成12年 3月15日



▲出展機種は、およそ2000台。急速な技術の進化は相変わらず。また、11モード対応機をはじめとするインターネット利用のマシンもあらわれるなど、高度情報化・ネットワーク社会への対応も見せつけた。



▲初日、開場に先立って9時45分から行われた開会式では、AOU入江昭造会長が挨拶(写真上)、続いて永井明エキスポ実行委員長の開会宣言とともに仕掛けられた風船が宙に舞った(写真下)。

(単位:人)

	第1日目 25日	第2日目 26日	合計
受付入場者数	11,226 (10,102)	7,802 (7,714)	19,028 (17,816)

(カッコ内は前年実績を表す)

※今回初の試みとなった一般入場者の割引引換券の利用は大人1,196、小中高生526で、一般入場者全体の約30%。なお、割引引換券を利用しない一般入場者は昨年とほぼ同数であり、数字だけで見ると、引換券利用の一般入場者がそのまま乗せられたかたちとなった。

「AOU 2000 アミューズメントエキスポ」が2月25日、26日の2日間、千葉コンベンションセンター(幕張メッセ)の2・3ホールで開催された。本エキスポは例年、水曜と木曜に行われてきたが、今年は金曜土曜を会期として一般来場者へのPRを意識。加えてエキスポ告知ポスターを製作し、全国の会員店舗に掲示するとともに一般入場者の入場割引引換券(大人1500円↓1000円、小中高1000円↓700円)を配

布するなど、初の試みに意欲的に取り組んだ。

小間装飾を原則として自由としたことも特徴。これによりアドバリンや応接室の設置等も可能となり、より賑わいのある会場づくりが実現した。

出展社数58社、出展小間数768。長引く不況の影響で小間数は昨年対比81.3%となったが、入場者は初日が111.1%、2日目が101.1%。2日間を通して106.8%という増を見せた。

なお、エキスポのプロモーションとして読売新聞、少年マガジン、週刊宝石など23紙誌で一般入場券のプレゼントを実施(計199組398名を招待)。その他、東京ウォーカー、夕刊フジなど8紙誌で情報告知が行われた。また、フジテレビ、日本テレビ、TBSをはじめとするテレビ局各社、新聞、雑誌等取材媒体は合計114にのぼり、アミューズメント業界に対する関心の高さをうかがわせていた。

「AOU2000アミューズメントエキスポ」開催

エキスポパーティー

初日の25日、エキスポパーティー運営委員会が東京・港区の赤坂プリンスホテル「五色の間」において懇親パーティを開催。560名の参加があった。懇談のなか午後7時より、AOU会員が選出した「平成11年度年間優秀機械」に対し、AOU入江会長がメーカーの担当者ひとりひとりに記念の楯を手渡しした他、「ゲームの日」のイベントに力を尽くした各県協会・協議会に同じく入江会長（ゲームの日実行委員長）が感謝状を贈呈した。

平成11年度 年間優秀機械表彰

〈アーケードゲーム部門〉

ダンスダンスレボリューション2nd MIX

(コナミ(株))

ファンシーリフター

(株)カトウ製作所

鉄拳タッグトーナメント

(株)ナムコ

バーチャストライカー2 Ver. 2000

(株)セガ・エンタープライゼス

ザ・キング・オブ・ファイターズ'99

(株)エス・エヌ・ケイ

ハイキーショット

(オムロン(株))

ジョジョの奇妙な冒険

(株)カプコン

バトルギア

(株)タイトー

デッドオアアライブ++

(テクモ(株))

レインボースロットⅢ

(株)ユウビス

スタイルコレクション

(株)アトラス

〈乗物部門〉

にこにこピカチュウ

(株)バンプレスト／(株)ホープ

はたらく消防車

(株)トーゴ



中 締 め

エキスポ実行委員長

永井 明氏



乾杯挨拶

JAPEA副会長

山田 数夫氏



来賓挨拶

JAMMA会長

柿原 彬人氏



主催者挨拶

エキスポパーティー運営委員長

眞鍋 勝紀氏

第5回「ゲームの日」感謝状贈呈協会

北海道アミューズメント施設営業者協会
栃木県アミューズメント施設営業者協会
東京都アミューズメント施設営業者協会
神奈川県アミューズメント施設営業者協会
静岡県アミューズメント協会
(社)全日本アミューズメント施設
営業者協会連合会 近畿地区協議会

広島県アミューズメント施設営業者協会
山口県アミューズメント施設営業者協会
香川県アミューズメント施設営業者協会
福岡県アミューズメント施設営業者協会
大分県アミューズメント施設営業者協会
長崎県アミューズメント施設営業者協会
鹿児島県アミューズメント施設営業者協会



第46回運営委員会

1月25日午後2時～5時、東京YMCAホテルにおいて第46回運営委員会を開催、次の議事を審議した（出席委員20名、事務局2名）。

◎AOUEキスポの進捗状況について
・事務局からAOUの組織と運用（試案）についての説明があり、承認。平成12年4月1日から実施することを決めた。なお、この試案の施行にともない常任運営委員会及び特別委員会は廃止することになった。

◎組織運営に關連して専門部会（研究会等）に若い人材を登用することとし、当面今後のAOUを担っていく世代にインターネットに關しての活用を探索する研究会を担当してもらうことを確認した。

◎平成12年度の役員改選に伴い、地区協議会からの運営委員の推薦は3月末までにすること

をきめた。
◎ロゴ及びシンボルマークについて
・前回の運営委員会でロゴマークのデザイン変更を決めたが、それを受け赤を基調とした案が提案され、これを了承した。
・シンボルマーク（キャラクター）に關し、既にエキスポのポスターに使用しているキャラクターをAOUのキャラクターとして育てていきたいとの提案があり、これを承認した。
・キャラクターの名前を募集したところの意見をうけ、健全営業推進委員会で検討することとした。

◎理事会、運営委員会、総会の日程について
・今年度の通常総会（5月19日午後2時～5時30分、赤坂プリンスホテル）をはじめ、運営委員会、理事会の日程および場所を決定した。

◎平成11年度優秀機械表彰について
・事務局から投票集計結果の報告があり、アーケードゲーム11機種および乗物2機種に關し、そのメーカーをエキスポパーティーの席上で表彰することを決めた。

第28回健全営業推進委員会

2月3日午後2時～4時30分、AOU事務局会議室において第28回健全営業推進委員会が開催された（出席7名、事務局3名）。

◎AOUの協会名について
・現名称が長いということから

特別委員会が話題となった協会名の改正意見に関し、名称を変更するより、略称の「AOU」を協元に打ち出していくことで結論を得た。

◎ロゴマークについて

運営委員会での審議をもとに、ロゴの最終選考を中嶋委員に一任することとした。

◎啓蒙ポスターの作成

前回の健全営業推進委員会決定していた啓蒙ポスターにも

新ロゴマークを採用し、2月末までに完成させ3月に配布することを決定した。

◎AOUステッカーについて

新ロゴマーク及びキャラクターを使用したAOUステッカーを早急に作成することとした。

◎キャラクター意匠登録について

キャラクターとロゴマークの意匠登録についての手続きを進めることにした。

平成12年「遊戯施設の運行管理者・運転者等講習会」 4月に東京、大阪で開催

遊戯施設の日常の維持・運行管理面での安全性の確保に寄与することを目的に、(財)日本建築設備・昇降機センターでは今年も「遊戯施設の運行管理者・運転者等講習会」を開催する。対象は、遊戯施設に携わる関係者及び遊戯施設の運行管理・運転に関心を持つ者。開催地、日程、内容等は次の通り。

＜東京会場＞

日時 4月13日(木)
9時20分～17時
会場 自治労第一会館6F
(東京都千代田区六番町1)
03-3263-3739

定員 150名
申込み締切 4月7日

＜大阪会場＞
日時 4月20日(木)
9時20分～17時
会場 大阪証券会館9F

定員 150名
申込み締切 4月7日

(大阪市中央区北浜1-1-16)
06-6203-3471

定員 150名
申込み締切 4月14日

＜内容＞
遊戯施設概論、遊戯施設に関する法令・規格等、遊戯施設の維持・運行管理と安全対策、運転者心得

●受講料
協賛団体会員・
「昇降機検査資格者等名簿」登録者・・・9000円
それ以外
昇降機及び建築設備検査資格者の両資格者で、両名簿同時登録者・・・8000円

●お申し込み先
(財)日本建築設備・昇降機センター 遊戯施設講習係
TEL03-3591-2423

会長 [第11回] インタビュー

目先の利益だけを考えず、
ゲームの面白さをアピールする工夫を！
先細りにならないためには、
客単価より入客数

東北地区協議会の会長もつめてらっしゃいますよね。この地区協議会の制度は羽生会長が提案されたものがあって、

羽生 私が宮城県の副会長だった当時のことですが、東北各県の会員が少なかつたことから県の協会として大きな事業ができなかつたんですね。それでAOUの会議で東北連合をつくることを提案しまして、結局、現在の地区協議会の制度ができたんです。

もともとは江戸っ子だそうですが、仙台でビジネスを始めた経緯は？

羽生 昭和16年、両国生まれです。昭和40年にタイに入社しまして、本社勤務から熟海の営業所を経て、44年にゲームコーナー専門のセクションである東京事業所に移りました。その後46年に仙台的の営業所長となったのが縁。2年後には退社して、「仙台アミューズメントサービス」という名前でシングルロケ中心の商売を始めました。(機)ハニウウとして法人化したのは58年です。

現在の店舗数は？

羽生 宮城県内に直営店舗5つ。加えて、旅館、ホテル、ボウリング場などレンタル店舗が5つ、その他シングルロケとなつています。店舗の特徴は？

羽生 サラリーマン主体の1店舗を除き、5店舗中4店舗で女性店長を起用していることです。25歳の女性店長もいますが、他はいわゆる「おばちゃん」店長。お客様の相談に乗ったり、「テストどうだった？」など親しみを込めて話しかけるなど、母親のように接するように指導しています。「おばちゃん」であれば不良客にポンポンとモノを言っても喧嘩になりませんし、また、万が一トラブルになった時でも社会が味方になつてくれるんですよ。ですから当社の店舗では未成年の喫煙は皆無に等しいです。我々は青少年不良化防止運動を生業としてい

るわけではありませんが、地域住民と融合を図らなければ生きていけない商売。ですから母親役の女性性は重要ですし、しかも女性というのは掃除をこまめにしてくれま

すから店内はいつも清潔です。この他、スタッフに強く指導しているのは、「自分の会社の都合を優先させるのではなく、常にお客様の目線で接する」ということです。

具体的に？

羽生 例えばビデオゲームはイージーに、クレールは取りやすく、という。更に2つのロケでは、10円ゲーム機や無料ゲーム機

を数台ずつ設置しています。要するにこれは長く滞在していただく工夫。通常、ゲームセンターで30分遊ぶには500～600円必要ですが、この不況下、お客様としては200～300円で済ませたいというのが心情でしょう。ところがその金額で20分しか遊べないとなれば、いっそのこと最初から行かないとなる。でも私は所持金が200円のお客様でも充分ゲームを楽しんでいただきたいんです。実際、現状で売上げが下がっているのは客単価のダウンというより来店客数の減少によるものが大きい。各種のサービスで、ゲームの面白さを理解していただき、「ゲームセンターはお金がかかる」「クレールゲームは景品がとれない」などといった認識を少しずつ変えていきたいと思っています。

利益を最優先させないことが結局は利益につながるということ？

羽生 ええ。女子中高生を対象にしたロケを1店舗運営していますが、この店舗の場合、中央に駄菓子屋とアイスクリーム屋を設けています。駄菓子は1つ10円で、それから利益は出ません。しかし、雰囲気づくりになり、またお客様が小腹がすいた時には安くて便利

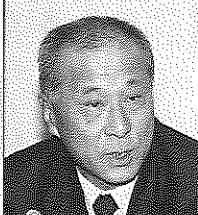
というわけ。こんな年寄りでもアイデアをいろいろ考えなくてはね(笑)。ただ、利益を最優先させないといつても、同時に経費の削減は不可欠であり、この店舗の場合、パートのおばちゃん3人(平均年齢53歳)で朝10時～夜8時までと営業時間を短くしています。ちなみに、駄菓子は電気代がかからないというのも魅力で選んでいます。

経費削減といえば、最近ボーンスカットなど人件費を削る会社もあるそうですが、

羽生 当社はボーンスカットの支給時期を2月と9月というように一般とずらしているんですが、それに加えて一般のボーンスカット時期、つまり12月には「餅代」、7月には「レジャー代」という名目で、私が各店舗を回ってひとりひとりに現金を手渡しています。スタッフのやる気を損なうてしまつたらお客様によりよいサービスができませんからね。

最後に今回のAOUエキスポを見ての感想は？

羽生 インターネットや携帯電話など、早急にニューテクノロジーに対応できる体制をつくらなければと痛感しました。



宮城県アミューズメント
施設営業者協会
羽生 勲 会長(58)
専任取締役

平成11年度「ゲームセンター」についてのアンケート」集計結果

「ゲームの日」にあわせて実施した利用者調査の集計結果がまとまった。

この調査は平成2年から行っているものだが（ただし開始当初はアンケートハガキをゲーム雑誌に綴じ込むなど調査方法が異なる）、今回は、家庭用ゲーム機や携帯電話の普及などといった時代の流れに鑑み、新たな設問項目を設けている。

以下、集計結果のダイジェストを掲載する。なお、詳しい調査結果については平成7年より毎年小冊子にまとめており、今回も例年通り、会員に配布する予定となっている。

各地区協議会合計				
	配布枚数	回収枚数		合計
		男性	女性	
北海道	7,500	613	632	1,245
東北	37,500	936	789	1,725
関東	58,000	810	800	1,610
東京	115,000	377	314	691
東海	34,000	1,368	860	2,228
中部北陸	76,500	917	594	1,511
近畿	55,000	972	1,101	2,073
中国	43,500	548	379	927
四国	20,000	97	82	179
九州沖縄	46,000	1,710	1,786	3,496
AOU 他	7,000	-	-	-
合計	500,000	8,348	7,337	15,685

□学校・職業別

	男性	女性	合計	構成率
小学校	822	807	1,629	10.4%
中学校	1,052	560	1,612	10.3%
高校	1,207	1,104	2,311	14.7%
大学	763	423	1,186	7.6%
その他学校	207	202	409	2.6%
アルバイト	566	429	995	6.3%
サラリーマン	2,431	-	2,431	15.5%
OL	-	950	950	6.1%
自営業	429	79	508	3.2%
主婦	-	1,992	1,992	12.7%
その他	753	721	1,474	9.4%
無回答	118	70	188	1.2%
合計	8,348	7,337	15,685	
男女比率	53.2%	46.8%	100.0%	

□男女構成比の推移

	男性	女性
平成11年11月 (15,685)	53.2%	46.8%
平成10年11月 (15,239)	55.8%	44.2%
平成9年11月 (14,409)	52.7%	47.3%
平成8年11月 (13,312)	61.8%	38.2%
平成7年11月 (21,834)	66.1%	33.9%
平成6年12月 (15,544)	71.4%	28.6%
平成5年12月 (10,474)	73.9%	26.1%

() 内は回答数

「回答者から見る利用者層」

年齢構成を見ると、20歳までがほぼ半数（49.6%）を占めた。昨年は43.3%であり、これは過去のデータと比較しても最も高い割合である。ちなみに、学校・職業別構成比率では、表の通り、小学校、中学校、高校で全体の35.4%となり、これも

昨年の30.6%と比べて高い数字。いずれにしても、ゲームセンターが青少年に深く関わる場であることを再認識させられる。

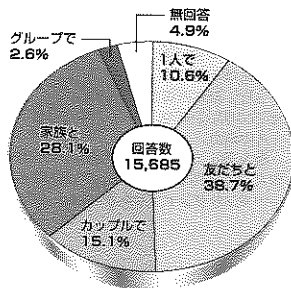
一方、今回の調査で減少したのはOL層。昨年の10.9%からは4.8%減の6.1%。OL、サラリーマンと合わせると全体の21.6%を占めるが、これについても昨年の30.3%より低く、今後、OL層の取り込みが大きな課題となるが見てとれる。

それとは逆に、微増傾向にあるのは主婦層（12.7%で、OL層の倍以上）。これはゲームセンターがファミリー向けエンターテイメントとして認知されてきたことの裏付けか。また、ゲーム世代が成長したことによるものか。男女構成比がこの数年で大差がなくなってきたのは、1つにこうした主婦層の増加が背景にあると思われる。

「調査結果」アンケート方法

平成11年11月1日～平成11年11月30日
アンケート用紙50万枚を各都道府県協会を通じて会員店舗に配布し、郵送回収した。
回収枚数 1万5,885枚（回収率3.2%）
うち有効枚数1万5,685枚（有効率98.7%）
うち無効枚数200枚（無効率1.3%）

Q.1-2 主に誰と行きますか。



ゲームセンターに一人で行くという回答は全体の1割。他は友達や家族、カップルなど複数で来店するという。つまりゲームセンターは多くの人にとって、家庭用ビデオゲームでの遊びとは異なり、コミュニケーションの場として位置づけられていると言える。

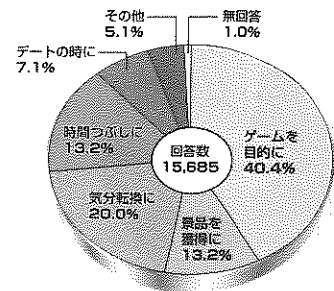
- ちなみに、学校・職業別でそれぞれ最も多かった回答は次の通り。
- 小学校・・・「家族で」 61.9%
 - 中学校・・・「友達と」 72.3%
 - 高校・・・「友達と」 75.0%
 - 大学・・・「友達と」 45.6%
 - その他学校・・・「友達と」 41.6%
 - フリーアルバイター・・・「友達と」 33.9%
 - サラリーマン・・・「友達と」 27.0%
 - OL・・・「カップルで」 40.0%
 - 自営業・・・「家族で」 27.0%
 - 主婦・・・「家族で」 75.3%

Q.1-1 ゲームセンターに行く目的は

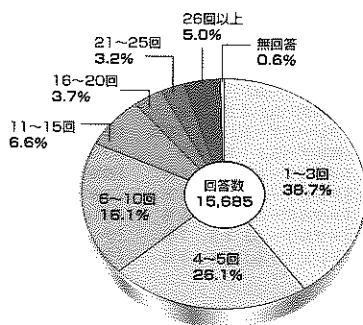
「ゲームを目的に」「景品を獲得に」という目的客は、53.6%と過半数。それに対し、「気分転換に」「時間つぶしに」「デートのときに」という回答は、あわせて40.3%。

この割合は、学校・職業別に見ると、次のようになり変わってくる。

- 小学校・・・「ゲームを目的に」57.8%
「景品を獲得に」18.4%
「気分転換に」12.2%
「時間つぶしに」6.6%
「デートで」0.2%
- 中学校・・・「ゲームを目的に」52.2%
「景品を獲得に」5.7%
「気分転換に」23.5%
「時間つぶしに」13.5%
「デートで」2.3%
- 高校・・・「ゲームを目的に」42.2%
「時間つぶしに」16.1%
「景品を獲得に」7.3%
「気分転換に」17.7%
「デートで」5.0%
- 大学・・・「ゲームを目的に」38.4%
「時間つぶしに」21.8%
「景品を獲得に」7.2%
「気分転換に」12.6%
「デートで」17.6%
- その他大学・・・「ゲームを目的に」43.3%
「時間つぶしに」14.7%
「景品を獲得に」9.3%
「気分転換に」10.3%
「デートで」15.4%
- フリーアルバイター・・・「ゲームを目的に」37.5%
「時間つぶしに」14.6%
「景品を獲得に」8.9%
「気分転換に」15.3%
「デートで」18.3%
- サラリーマン・・・「ゲームを目的に」37.5%
「時間つぶしに」15.1%
「景品を獲得に」17.0%
「気分転換に」20.2%
「デートで」5.5%
- OL・・・「ゲームを目的に」23.6%
「時間つぶしに」11.7%
「景品を獲得に」14.3%
「気分転換に」27.2%
「デートで」20.4%
- 自営業・・・「ゲームを目的に」25.2%
「時間つぶしに」6.3%
「景品を獲得に」34.3%
「気分転換に」14.8%
「デートで」6.9%
- 主婦・・・「ゲームを目的に」29.4%
「時間つぶしに」9.1%
「景品を獲得に」19.5%
「気分転換に」31.2%
「デートで」1.5%



Q.2 1ヶ月にゲームセンターに行く回数の平均

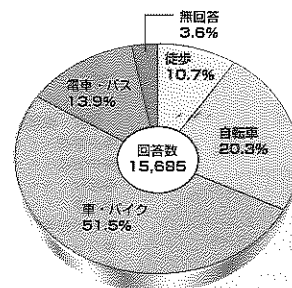


全体を通して「1~3回」という回答が最も多いが、学校・職業別に見てみると、必ずしも「1~3回」が1番というわけではなく、自営業は「1~3回」25.0%に対し「6~10回」37.6%、主婦は「1~3回」40.0%に対し「4~5回」41.0%となっている。

ちなみに、「26回以上」と回答したヘビーユーザーの割合は学校・職業別に見ると次のようになる。

- 小学校・・・2.2%
- 中学校・・・5.4%
- 高校・・・9.2%
- 大学・・・6.4%
- その他学校・・・4.6%
- フリーアルバイター・・・7.2%
- サラリーマン・・・3.5%
- OL・・・2.8%
- 自営業・・・7.7%
- 主婦・・・1.4%

Q.1-3 交通手段は何ですか？



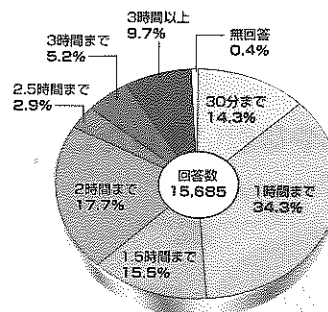
徒歩でゲームセンターを訪れるという回答は、わずか1割。このことから、多くの人が近所の店舗にふらりと入るといふより「(特定の)ゲームセンターに行く」という目的意識を持って来店していることがうかがえる。

電車・バスなど公共交通手段を使うという回答も、平均では表のように13.9%だが、学校・職業別では高校生23.8%、大学生30.0%と高い。

なお、それぞれの層で最も割合が高い交通手段は次の通り。小学校で「車・バイク」の回答が過半数を占めるのは、家族連れでの利用が多いためと思われる。全体的に最も多い交通手段は「車・バイク」であり、ゲームセンターにとって駐車場の充実も大切な要素ということになる。

- 小学校・・・「車・バイク」50.8%
- 中学校・・・「自転車」54.0%
- 高校・・・「自転車」42.4%
- 大学・・・「車・バイク」40.0%
- その他学校・・・「車・バイク」48.4%
- フリーアルバイター・・・「車・バイク」57.7%
- サラリーマン・・・「車・バイク」73.9%
- OL・・・「車・バイク」73.1%
- 自営業・・・「車・バイク」57.7%
- 主婦・・・「車・バイク」79.0%

Q.3 1回の店舗滞在時間

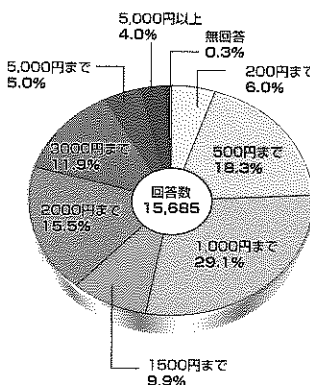


全体としては「30分以上1時間まで」が最も多く34.3%、更に「30分以上2時間まで」になると67.5%を占める。

また、「30分まで」という回答は小中高生に多く、小中高生の合計で21.3%。特に小学校では24.7%にのぼった。

逆に、「3時間以上」となるとフリーアルバイターの14.8%が最も多く、次いで中学校の10.6%、高校10.3%という結果になった。中高生においては、気軽に短時間楽しむケースが多い一方で、ゲームセンターで長い時間を消費するファンが少なからず存在することがわかる。

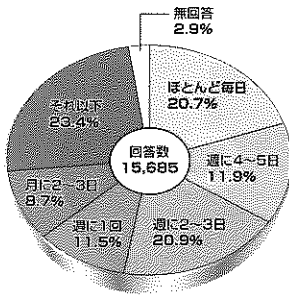
Q.4 1回の消費単価



1回に使うゲーム代は、「2000円まで」「5000円まで」「1000円まで」を合わせ、1000円以下が全体の53.4%を占める。細かく学校・職業別に見ると、ほとんどの層で「5000円以上1000円まで」という回答が比率的に最も高くなっているが、それより低い消費単価を示しているのは小学校で、「2000円以上5000円まで」がダントツの31.7%（ちなみに「2000円まで」は16.1%）。

逆に、自営業および主婦は「1500円以上2000円」がもっとも高い割合を占め、それぞれ自営業は38.0%、主婦25.6%。

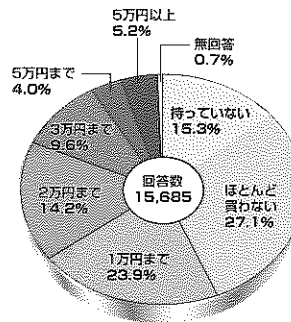
Q.6 家庭用ゲームを週に何日プレイする？



学校・職業別に見ると、小中高生の回答で一番多かったのが「ほとんど毎日」。小学校33.5%、中学校29.3%、高校22.8%を占めている。また、大学、その他学校でも、一番多くはないにせよ、それぞれ16.2%、22.2%を示すなど高い割合。

この他、特徴的なのは主婦。27.1%が「それ以下(月に2~3回もプレイしない)」と回答している反面、28.9%が「ほとんど毎日」と答えて両極端に分かれている。

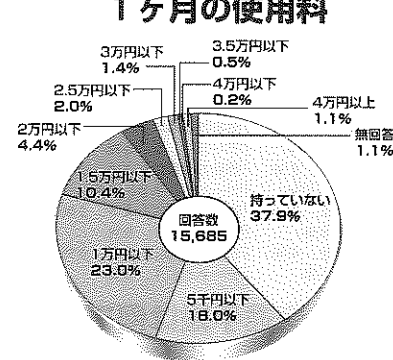
Q.5 家庭用ゲームソフトの購入費(年間)



「持っていない」という回答は、表のように全体として15.3%となっているが、学校・職業別に見ると、中学校ではわずか6%とほとんどの人が所有している結果になった。最も所有率が低いのはOLで、「持っていない」率は31.7%とほぼ3人に1人の割合。

購入費については、サラリーマンが最も高く「5万円以上」購入しているのもサラリーマンがダントツである。(9.8%)

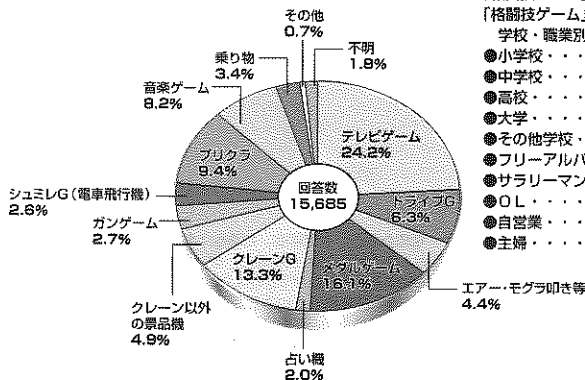
Q.7 携帯電話・PHS・ポケベルの1ヶ月の使用料



学校・職業別に、所有率を見ると次のようになる。

- 小学校・・・16.0%
 - 中学校・・・21.3%
 - 高校・・・65.0%
 - 大学・・・84.2%
 - その他学校・・・84.4%
 - フリーアルバイター・・・83.7%
 - サラリーマン・・・73.7%
 - OL・・・89.3%
 - 自営業・・・91.3%
 - 主婦・・・54.0%
- また、所有者の月平均使用料の推計を学校・職業別に見ると次の通りとなる。
- ※参考までに、所有していない人も含めた平均使用料を()内に加えた。
- 小学校・・・8600円(1392円)
 - 中学校・・・1万2007円(2598円)
 - 高校・・・1万55円(6513円)
 - 大学・・・9452円(8147円)
 - その他学校・・・1万571円(8916円)
 - フリーアルバイター・・・1万2439円(1万435円)
 - サラリーマン・・・9286円(6873円)
 - OL・・・9364円(8394円)
 - 自営業・・・1万2700円(1万1786円)
 - 主婦・・・6943円(3761円)

Q.8 好きなゲーム



全体を通して、テレビゲームは根強い人気を誇っていることがわかる。なお、テレビゲームのなかでは特に「格闘技ゲーム」が好きとの回答が多かった(「パズルゲーム」と回答したOLと主婦を除き、他の層はすべて「格闘技ゲーム」が人気ナンバー1)。

学校・職業別に、好きなゲームのベスト3を集計すると次のようになる。

- 小学校・・・「テレビゲーム」37.9% 「メダルゲーム」24.6% 「フリクラ」8.0%
- 中学校・・・「テレビゲーム」34.2% 「メダルゲーム」13.0% 「フリクラ」11.6%
- 高校・・・「テレビゲーム」26.2% 「音楽ゲーム」23.9% 「メダルゲーム」12.7%
- 大学・・・「テレビゲーム」25.4% 「クレーンゲーム」14.2% 「音楽ゲーム」10.9%
- その他学校・・・「テレビゲーム」17.4% 「音楽ゲーム」15.4% 「フリクラ」13.2%
- フリーアルバイター・・・「テレビゲーム」24.6% 「メダルゲーム」17.8% 「音楽ゲーム」11.7%
- サラリーマン・・・「クレーンゲーム」22.5% 「テレビゲーム」22.3% 「メダルゲーム」12.0%
- OL・・・「クレーンゲーム」20.7% 「メダルゲーム」19.5% 「フリクラ」11.7%
- 自営業・・・「クレーンゲーム」36.0% 「メダルゲーム」16.7% 「テレビゲーム」13.8%
- 主婦・・・「メダルゲーム」22.9% 「テレビゲーム」19.8% 「クレーンゲーム」18.4%

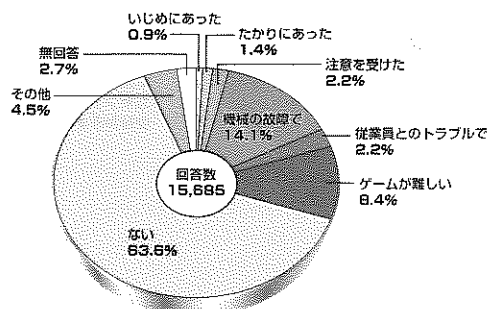
テレビゲームを選んだ方は、どのタイプのゲームが好きですか？(複数回答)

シューティングゲーム	格闘技ゲーム	スポーツゲーム	クイズゲーム	パズルゲーム	麻雀ゲーム	その他	合計
1,517	2,438	1,122	836	935	749	426	8,023

Q.9 あなたの遊びにいくゲームセンターは、何を基準に選びますか？(複数回答)

料金	景品が良い	家に近い	最新機種がある	トイレがきれい	雰囲気が良い	友人が集まる	機械がよく整備されている	従業員が親切である	イベントが多い	来場サービスがある	ゲームが充実している	駐車場が整備されている
2,637	4,244	3,682	3,479	1,429	3,768	1,188	1,144	1,713	554	513	2,824	908

Q.10 最近1年間でいやな思いをしたことがありますか？



中国地区協議会

地域懇談会開催

2月1日午後2時～4時、広島市のメルパルク広島5F桃の間において、中国地区協議会主催の「地域懇談会」が開催された。AOU広報委員会所管のこの地域懇談会は、一昨年の仙台、昨年の大阪、栃木に続いて4回目。ゲーム場と社会との相互理解を目的としており、今回も特別なテーマを設定せずフリートーク形式で進行した。

懇談会では主催者を代表して平本会長が「地域の皆さんの意見を店舗運営に活かしたいので、忌憚のないご意見をお聞かせ願いたい」と挨拶。業界側の自己紹介の後、地域代表がそれぞれ自己紹介と平素ゲームセンタリーについて感じていることを発言した。その主なものをあげると、

- ・業界との連携を強化し、情報交換をしたい。
- ・灰皿が置いてあるのは若者のたばこを容認しているように感じる。

・店長など社員教育は徹底されているが、アルバイトの教育をしてほしい。

- ・立ち寄った際、うさんくさげな顔をせず、気持ちよく立ち寄れる雰囲気づくりに配慮してほしい。
- ・どこをもっと目立たせようとしているのか疑問。
- ・住宅地帯等の本屋などの前にあるシングルロケは、子供の金銭浪費を助長して好ましくないという住民運動で2カ所が撤退した。

などがあり、厳しい意見も少なくなかった。

また、業界と地域代表者とのディスカッションのなかでは、少年に対する声掛けの要領について業界へのアドバイスがあった他、「午前9時頃から営業している店があるが、サボリ学生を助長しているようなのでせめて10時頃からにして欲しい」「こうした懇談会は今後も継続してやって欲しい」といった要望もあった。最後に、青少年指導員養成講座の受講者が感想レポートを披露、業界の努力をアピールして定刻通り終了した。

なお、当日の様子は、NHK広島テレビ、新広島テレビ、中国新聞、山陽新聞、毎日新聞にも紹介され、AOUのPRと業界の知名度アップに貢献した。

(社) AOJ中国地区協議会 会長 平本将人
(社) AOJ専務理事 谷本彰
島根県アミューズメント施設営業者協会 会長 福田照三
鳥取県アミューズメント施設営業者協会 会長 前田達人
岡山県アミューズメント施設営業者協会 副会長 山本貴一
広島県アミューズメント施設営業者協会 副会長 近藤秀夫
山口県アミューズメント施設営業者協会 会長 萩田雅重
繁華街店 ナムコ「プリズ広島店」 店長 小松智
繁華街店 セガ「ハイテクセガ ミス2」 店長 赤沢英晃
郊外店 プロパックス
「ブラックジャック安古市店」 店長 守山照輝
オブザーバー (広島県協会役員等) 7名

COLUMN

機械を使うのは人、という当たり前の感想を抱いた2000年問題

午前〇時、テレビが映すカウントダウンを観ながら、一瞬身構えていた。ミレニアムの年を迎えるのであるから、もう少し違った気持ちで新年に入ってもよさそうなものだが、理由はいうまでもなくY2Kの問題である。わが家もある程度は覚悟を決めており、非常時に備える準備はしていた。

機械を使うのは人間だということではないかと思われる。テレビのニュースでも、懸念された基幹産業で、何事もなかったと伝えてきた。その時思い出したのは、ある専門家が雑誌で述べていたことである。要するに大したことはおこらない、コンピュータのトラブルなど日常的におこっていることだ、というのである。

機械を使って遊びを提供する先端業種である我が業界はどうだったのだろうか。二一世紀を目前にして、「人と機械との関係」をいま一度、見直してみる必要もあるだろう。そこからまた新たな展開も開けてくると思える。

(N)



地域代表者

広島県教育委員会指導第二課 専門員 加藤博時氏
広島市青少年総合相談センター 広島市教育委員会青少年育成部 課長補佐 加藤容子氏
広島県少年補導員連絡協議会連合会 少年補導員 近藤幸典氏
(広島県少年指導委員連絡協議会副会長)
広島県PTA連合会 会長 佐々木正之氏
広島県警察本部生活安全部 生活安全企画課 営業係長 塩崎英悟氏
広島県校外教育連盟 (元広島県警少年補導員) 主事 鈴木松枝氏
広島県民生活部青少年女性課 青少年指導係長 中山敬路氏
広島県警察本部生活安全部 少年課 少年補導相談係長 堀靖子氏
(社) 青少年育成広島県民会議 同県民会議理事
(広島県青少年育成アドバイザー協議会会長) 山元利成氏
コーディネーター (有)クリエイティブ・Y2 山根芳美氏

業界代表

MAP 山形県(天童市の郊外店舗)

(株)ニチエイアミューズメント

小堀徳司店長

ビデオゲームからアーケード、プライズ機まで幅広いラインナップ。特に、人気のサウンドゲームの充実が自慢の1つ。また、ビリヤードコーナー併設でポケット12台を設置している。ちなみに、このビリヤードコーナーでは用品販売も実施。ビリヤード初級者から上級者まで気軽にプレイできる雰囲気をつくっている。

各コーナーとも、スタッフが常に心がけているのは、「目配り、気配り」そして「手配り」。実際に自分の手で、遊樂植物の葉に埃がついていないか触ってみる、ゲーム機を拭く時には側面や裏面まで触ってチェックするなど、「お客様第一主義」の立場で行動するというのがスタッフ教育の基本となっている。

接客面のスローガンは「Smile」。新人スタッフは、教育の徹底ができるまで胸のネームプレートに初心者マークをつけている。



メガマシツク天童店



模範優良店が語る「当店の特徴・店自慢」!!

～優良店から店舗運営のヒントを探ろう～

〈第5回〉

平成11年度の模範優良店が昨年10月21日のAOU全国大会で表彰された。AOUニュースでは、それら90店舗についてアンケートを実施、「優良店」ならではの特徴や店自慢を聞いた。「他店には負けない」工夫等について各店舗からの回答が次々に寄せられているが、この連載ではそれらの「声」を順に紹介していく。

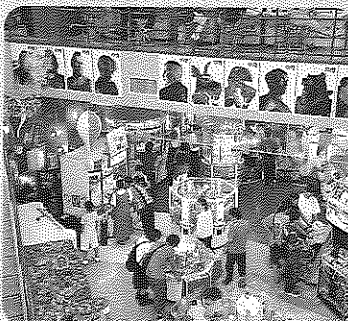
MAP 群馬県(伊勢崎市内の県道・伊勢崎～前橋線のロードサイド)

(株)ナムコ経営

天田日登己店長

同じ敷地内に、輸入雑貨用品店、健康ランド、カジュアルショップなどがあり、ロケの客層もフルターゲット。

2フロア構成で、1階約197坪、2階約156坪。お子様からファミリーをメインターゲットにした1階は、コックピットゲームやプライズゲーム、その他キティライドを中心に構成。ヤングアダルトを意識した2階は、約60%をメダルゲームで構成し、大型の競馬ゲーム、ピン



コゲーム、プッシャー機など自社、他社の最新機器を揃えている。

なお、ビデオゲームゾーン(2階)には対戦格闘ゲームをプレイする人がたくさん集まることが特徴。特に、鉄拳タッグトーナメントの対戦台を7セット設置しており(北関東最大級)、日曜日などは大会もあるためか異常なほどの盛り上がりを見せる。

伊勢崎ナムコランド

セガワールド船堀

MAP 東京都(都営新宿線・船堀駅前交差点角)

(株)セガ・エンタープライゼス経営

古井祐二店長

2フロア構成で計230坪。1階にはプライズゲームやその他他感ゲーム等、2階にはメダルゲームが設置されている。ファミリー、カップルがメインのロケーション。

メダルゲームおよびプライズゲームの充実が特徴の1つ。メダルゲームに関しては、ファミリー向けにキッズメダルやプッシャー等、カップルやアダルト向けにスロットやブラックジャック等と、各種様々な機種を配し置かれている。また、プライズゲームでは、大人気のディズニー商品が常にブースを埋めており大好評。



MAP 北海道(札幌市の中心街 地下鉄東豊線・豊水すすきの駅1番出口徒歩30秒)

(株)スガイ・エンタテインメント経営

松本和也支配人

アミューズメント複合ビル。3フロア構成で計750坪。1階(210坪)は音楽系ゲーム、ガンシューティング系、ドライブ系、プライズ機。2階(270坪)はビデオゲーム、シール系、地下1階(270坪)はメダルゲーム、スポーツ体感ゲーム系。

客層については、強いて言えば大学生くらいからサラリーマンが中心だが、土日は中高生も多く訪れ、全体的に幅広い。

どんな人でものんびり遊べる空間づくりが目標。流行のゲーム機についても、寄をてらわず、あくまでも空間を意識したレイアウトを心がけている。

パワープラント
フルフル

ブラボ仙台店

MAP 宮城県(仙台市で最も賑わいのある繁華街に位置)

(株)ナムコ経営

渡辺正道店長

ゆったり遊べる店舗。店舗面積345坪で、グループやカップルで楽しめる大型ゲーム機が充実していることは自慢の1つ。更にスケールメリットを生かしてスポーツアーケードゲームを3台設置しており、これは近隣の他店にはない特徴となっている。

中心客層はヤングアダルト。繁華街ということもありシールプリント機も充実させ、女性のお客様に好評。



大阪府 (大阪市東住吉区 長居公園通り 阪神高速喜連瓜破出口すぐ)

(株)ユニバース経営

秋田店長

1階約142坪、2階約167坪の2フロア。飲食店「びっくりドンキー」との併設のため、その待ち時間を利用して来店するお客様も多い。メイン客層はファミリー。

ゲーム目的でないお客様も退屈することがないようイベントに力を入れていることが特徴。毎週日曜日はヨーヨーつり、サイコロ投げ大会、巨大ダルマ落とし、夏にはスイカ割り大会など様々な内容のイベントを実施している。モットーは「お客様に楽しんでいただける」こと。



G-SPOT 瓜破



愛知県 (名古屋市熱田区、国道19号線沿いのロードサイド店舗)

(株)ナムコ経営

石坂敏幸店長

ナムコがディベロッパーとなる複合施設「ナムコワンダーシティ」(約1000坪)内のロケーション。同ロケ(約450坪)の他、ファミリーレストラン、ビデオレンタル店、書店がテナントとして入店している。

「デジタル」をコンセプトに、「五感で楽しめる快速空間の演出」をテーマとして運営。特に力を入れているのはメダルゲームで、「バーチャルカジノ」風の空間づくりを行っている。

新規スタッフについては、入社時3時間×3日間の導入研修を実施。VTR等のツールを用い、運営ノウハウ、接客ノウハウの基礎学習の後、フロア運営に入るといったことを行っている。



また、朝礼、終礼で挨拶の基礎訓練を毎日行い、お客様に失礼のない接客ができる体制づくりを徹底。

なお、イベントに関しては店内スタッフの頭脳を結集し常に細心のアイデアを盛り込んだ提案をできるようにしている。

ナムコワンダーシティ
PLABOON 名古屋店

岡山県 (倉敷市の複合施設 国道2号線バイパス笹井交差点を北へ400m、倉敷市役所西へ徒歩1分)

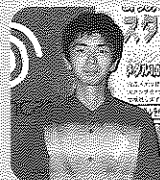
(株)セガ・エンタープライゼス

加納尚起店長

ダイヤモンドビザカフェ、カラオケ、吉野屋との複合施設。2フロアで計307坪。1階はプライズ、体験、メイキング倶楽部(プリントシール機等)、ビデオゲームコーナー、2階は「ダービーオーナーズクラブ」&メダルコーナー。

なかでも「ダービーオーナーズクラブ」(岡山県では初登場)は、実況アナウンスで熱いレースが展開され、大人気。また、カップルやアダルトのみならずファミリーでも楽しめる店舗を目指し、毎週日曜日の午後4時~5時、マジックパルーンのサービスを実施している。

なお、同ロケは「電脳戦機バーチャロンオラトリオタングラム」の大会でも有名。このイベントは、「バーチャロン」ファンのお客様からの要望で開催に至ったもので、昨年8月の第1回の大会の際は、遠くは仙台、鹿児島、福岡からの参加があり、計114名が熱戦を繰り広げた。



セガワールド倉敷

三重県 (津市の地域密着型複合施設内)

(株)セガ・エンタープライゼス経営

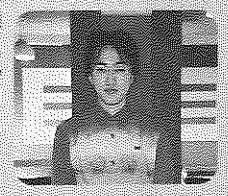
河合智行店長

飲食(すかいらーく、王将等5店舗)、書店、スポーツクラブとの複合施設。ロケは2フロアで計263坪。

ロケ全体としての機種構成は、キッズ、メイキング倶楽部(プリントシール機等)、ビデオ、プライズ、メダルなど幅広く取りそろえ、フルラインナップであらゆるお客様に対応できるようにしている。ただし、1階は明るいイメージ、2階(メダル中心)はアダルト向けの照明と赤を基調にした色使いで落ち着いた雰囲気というように、フロア毎に異なるイメージの内装を施している。

特に力を入れているのは、POP、装飾。POPは一般のお客様にわかりやすいゲーム説明をはじめ、ゲーム紹介、各種案内等多数を掲示している。

また、BGMは年配のお客様への配慮もあり、控えめを心がけている。

セガワールド
サウスウエスト杉乃井ホテル
ナムコランド

大分県 (別府市のホテル施設内)

(株)ナムコ経営

山崎卓臣店長

別府市のホテル「杉乃井ホテル」に併設する施設「杉乃井パレスU-ZONE」内のロケ。400坪。地元のヤングアダルトおよび観光客のファミリーが主客層。

基本としているのは、お客様が楽しめることを常に考え、会社の利益だけにとらわれない運営を行うということ。「空間の演出」「機械1台1台の宣伝」「見て楽しめる装飾」「参加している人以外も楽しめるイベント」

「取りやすい設定のプライズコーナー」には特に気を配っており、トータルで「使った時間を無駄と感じさせない」店舗づくりを心がけている。なお、大分県下では一番景品が取りやすい店舗だと自負している。

ベルシティ
ナムコランド

三重県 (鈴鹿市のSC内 近鉄名古屋線・白子駅よりバスで20分、鈴鹿サーキットより車で3分)

(株)ナムコ経営

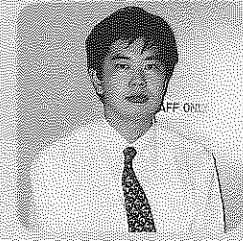
小林泰孝店長

「イオン鈴鹿SC」の2階に位置、面積約573坪のSCロケ。

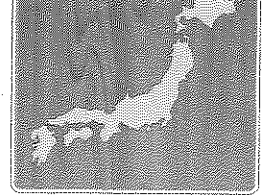
三重県下では最大級のアミューズメント施設で、フルターゲット。今では少なくなった「ギャラクシアンシアター6」「リッジレーサーブルスゲール」を設置。また、プリントシール機のコーナーには15台を設置し、県下最大規模を誇る。

毎週土日および祝日には必ずイベントまたは各種サービスを実施。例えば、ぬりえ大会、着ぐるみとのジャンケン大会、ビンゴ大会などのファミリー向けのものから、鉄拳タッグトーナメント大会、500GP大会をはじめとするゲーム大会、また、パル

ーンラッピングサービス、風船プレゼント、ボールプール無料開放などを様々な形で提供している。



会協地協 各だよ



福岡 新年例会 1月19日

福岡県アミューズメント施設
営業者協会(長友隆典会長)は
1月19日、新年例会を開催した
(アークホテル博多ロイヤル、
午後3時30分〜5時30分)。主
な内容は次の通り。
・平成11年度AOU全国大会報
告
・ゲームの日報告
・第3回九州沖縄地区店舗管理
者研修会について(3月9・10
日に開催)
・平成12年度AOU全国大会に
ついて(11月16・17日、佐賀の
嬉野温泉「和多屋別荘」にて予
定、10年ぶりの九州開催となる
ため各会員に協力依頼があった)
・平成11年度模範優良店舗表彰
・退会者報告
・AOU2000エキスポにつ
いて
・福岡県風営協解散について
・その他情報交換
なお、午後6時より九州沖縄
地区協議会と合同で懇親会を行
った。

静岡 通常総会他 1月26日

静岡県アミューズメント協会
(星谷清重会長)は1月26日、
通常総会ならびに1月の例会を
開催した(伊豆長岡温泉「ホテ
ル天坊」)。役員会(午後3時30
分〜4時、総会(4時〜4時50
分、例会(4時55分〜5時50分、
出席17社+賛助会員3社4名)。
通常総会では、昨年の入退会
状況報告、会長挨拶に続き、平
成11年度の事業報告および収支
決算報告と監査報告、平成12年
度の事業計画案および収支予算
案が審議され承認。平成12年度
の役員業務担当に関しても昨年
度と変更なしで承認された。
また、1月の例会の主な内容
は以下の通りだった。
・AOU報告
・東海地区協議会開催の件(今
年度の東海地区店舗管理者講習
会は静岡県が担当。3月16日に
静岡市もしくはその周辺で開催
すべく計画中)
・親睦旅行の候補地と日程につ
いて



福岡 活動報告の会合 1月28日

福岡県アミューズメント施設
営業者協会(松川稔会長)は1
月28日、活動報告のための会合
および新年会を行った(猪苗代
湖レイクサイドホテル警光、出
席6名)。
主な議題は平成10年、11年度
の活動報告とこれからの活動方
針について。各会員の協力を得
て積極的な活動を再開すること
を確認した。

島根 理事会 2月4日

島根県アミューズメント施設
営業者協会(福田照三会長)は
2月4日、理事会を開催した
(松江ステイックビル、午後3
時〜4時30分、出席10社)。
主な内容は次の通り。
・AOU2000エキスポにつ
いて
・第5回中国地区店舗管理者研
修会について(3月7日午後1
時〜8日正午、島根県松江市の
「松江ニューアークホテル」
別館において開催)
・その他情報交換

NAOMI™

CAPCOM™

MARVEL™
VS. CAPCOM™
New Age of Heroes

マーベル VS. カプコン2 ニューエイジオブヒーローズ

すべてが進化した。
これが
ヴァリアブルヒーローバトル
超進化形態!!

3ON3 TEAM BATTLE

総勢28+α人!! ヒーロー達が
激突するVS.シリーズ最新作!!

●今度は3人!! 3ON3チームバトル!!

3人のヒーローとシンクロ!! 2ON2を凌駕する、高次元のバトルが待っている。

●ハイパーコンボを連続発動。驚愕!! デュレイドハイパーコンボ!!
強力無比の最大3連続ハイパーコンボを使いこなし、勝利をその手につかめ。

●3タイプから選択できる。新生、ヴァリアブルアシスト!!
3人のキャラを各々どのタイプにするか? いつパートナーを呼び出すか?

全ての選択がプレイヤー次第の今、まさに無限のバトルシーンが展開する!!

●ドリームキャストと運動! さらに広がるVS.ワールド!

MARVEL: TM & © 2000 MARVEL CHARACTERS, INC. ALL RIGHTS RESERVED. ©CAPCOM CO., LTD. 2000 ALL RIGHTS RESERVED. STRIDER: ©MOTO KIKAKU ©CAPCOM CO., LTD. 2000 ALL RIGHTS RESERVED. This video game has been produced under the license from Marvel Characters, Inc. "Dreamcast" is a trademark of Sega. "Enterprize" is a trademark of Sega.

株式会社カプコン

<AM事業部>

●西日本販売部: 〒540-0037 大阪市中央区西平野町3丁目1番3号 TEL:(06)6920-3633 FAX:(06)6920-5133

●東日本販売部: 〒163-0411 東京都新宿区西新宿2丁目1番1号(新宿三井ビル11階) TEL:(03)3340-0730 FAX:(03)3340-0701