

NOU ニュース

明るく 楽しい アミューズメントの創造

エーオーユー
AOUニュース 10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.aou.or.jp/>

編集人 AOU広報委員会

発行日 平成12年10月16日

第42回 理事会開催

AOUは10月3日午後2時~5時、東京・YMCAホテル303号室において、第42回理事会を開催。事業活動の推進状況と下半期の活動計画について審議した。出席13名+事務局2名。



〈議題〉

- ◎展示会事業(AOU2001アミューズメントエキスポ)について
- ◎AOU創立10周年事業について
- ◎第6回「ゲームの日」について
- ◎マスコットキャラクターのネーミングについて
- ◎研修事業等について(青少年指導員養成講座、店舗管理者研修会、地域懇談会)

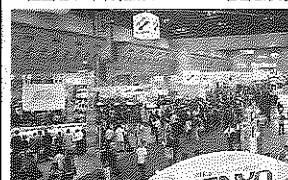
- ◎全国大会の開催について
- ◎賛助会員の入会承認について
- ◎その他

- ・「業界活性化」のためのJAMMA幹部との懇談会について
- ・平成11年度「アミューズメント産業界の実態調査」について
- ・AOU案内パンフレットについて
- ・「青少年の非行問題に取り組む全国強調月間」(7月)、「全国青少年健全育成強調月間」(11月)への協賛について

第38回 アミューズメントマシンショー



▲テープカット。左から真鍋勝紀ショー実行委員長、山田三郎JAPEA会長、柿原彬人JAMMA会長、亀井静香衆議院議員、通産産業省担当官、建設省担当官、中村雅哉JAMMA名誉会長。



平田ユエ子氏に、アミューズメント業界に感謝の言葉を述べた。

(社)日本アミューズメントマシン工業協会(JAMMA)ならびに全日本遊園施設協会(JAPEA)が主催する「第38回アミューズメントマシンショー」が9月21日(木)~23日(祝)の3日間、東京ビッグサイト(東展示場4・6ホール)で開催された。

テーマは「遊から生まれる豊かな心」。後援は通産省、建設省、(財)自由時間デザイン協会、日本経済新聞社。2万5690㎡の展示会場に、昨年と同様79社が1

088小間(昨年は1084)を出展した。今回のショーは、20世紀最後というところで、20世紀後半に生まれた業務用ゲームマシンを振り返る「テーマ展示コーナー」が設けられたことが1つの特徴。初の国産ビデオゲーム「エレポン」をはじめ、50年代に普及しはじめたジュエボックス、その他「インベーダーゲーム」等エポックメイキング的なマシンが並べられ、来場者実際に体験させた。

来場者は、4日間の会期で開催された前回(5万254名)から減少し、3日間で3万4463名(ビジネス来場者2万2159名、一般1万1434名、報道関係870名)。

なお、初日21日午後6時~8時、ホテルオークラ「平安の間」において合同パーティが行われた。

業界活性化のためのAOUとJAMMA幹部との懇談会

アミューズメントマシンショー

1初日の9月21日、業界活性化のためのAOUとJAMMA幹部との懇談会が開催された。場所はショー会場からほど近い東京・港区台場の「ホテル日航東京」。AOU、JAMMAからそれぞれ11名ずつが出席し、正午~午後2時までの2時間、①業界活性化のための問題点の抽出、②今後の具体的な案件のスケジュール、③その他、を議題として各種意見交換した。

この懇談会は全国オペレーターの意見を聞いて新規遊戯機やソフトの開発に反映させていくことを目的にJAMMAから開催の申し出があったもので、AOUとしてもかねてから同様の意見が出ていたこともあり、主旨に賛同し開催の運びとなったもの。今後、若手メンバーを中心に各段階での積極的な意見交換を行い業界活性化につなげていく方針。

〈AOU出席者〉

入江昭造会長 真鍋勝紀副会長 長友隆典副会長 畑晴夫理事
橋正裕理事 田中亀雄政策委員 永井明政策委員
中嶋豊彦政策委員 羽生勲政策委員 谷本彰専務理事
桐谷克己事務局長

〈JAMMA出席者〉

柿原彬人会長 金沢義秋副会長 里見治副会長 木村雅三理事
熊谷俊範理事 林隆理事 本田重正理事 吉田昌隆理事
高橋和治専務理事 相田進監事 長田延孝会長補佐

九州・沖縄地区協議会で計画した開催要領を大筋で了承。新たに次の事項についてを決めた。

・10周年記念と銘打つこともあり参加者に参加記念タオルを贈る。

・永年功労者の表彰について検討した結果、退職時にすることとして、在職者の表彰は行わないこととした。その際、都道府県会長を8年以上つとめた者を対象とする。

・模範優良店の表彰は例年通り実施。なお、昨年初めて実施した会場での表彰店の写真展示については、期待したほどの効果が見られなかったことから取りやめることとした。

(2)「第6回ゲームの日」について

本年度の「ゲームの日」について次の事項を確認した。

・「ゲームの日委員会」を中心に検討した結果、例年実施してきた「アミューズメントラブ・エイド」に加えて「ファン感謝イベント」を充実させ、これらをゲームの日の二本の柱として業界の健全性と社会貢献に対する姿勢をアピール、また営業の活性化につなげていくことにする。

・「ファン感謝イベント」の内容についてはAOUとしての統一イベントを計画するまでには至らなかったが、地区協議会、府県協会あるいは各企業に対し創意あるイベント開催をお願いすることとする。なお、ゲー

ムの日委員会では、開催したイベント等の結果を集約して会員にフィードバックするとともに、来年度に向けての資料として活用する。

・来場者アンケート調査に併せてマスコミキャラクターのネーミング募集を行うこととする。

(3) マスコットのネーミング募集について

アンケート調査に掲載するネーミング募集の候補名について、次のような報告があり了承した。

・広報委員会及び政策委員会の委員等を中心に46の名前を候補としてリストアップしていたが、これらについて両委員会の委員に一人4～5点を目処に投票を依頼した結果、上位10の候補名を確定した。

・上位10の候補名について既存の商標登録の有無等を調査中。調査結果を踏まえて4つの候補名を決め、AOUが商標登録を行って権利関係を確定しアンケート用紙に掲載する手順をとる。

(4) AOUSTETCAの申込み状況について

AOUSTETCAの配布状況についての説明があり、未だ申込みのない県協会が18あることから、再度主旨の徹底を図り、協会員に対する周知徹底と申込みのとりまとめを文書で依頼することとした。また、地区協議会長にも協力依頼を行う。

◎その他

(1) 地域懇談会について

地域懇談会の目的と開催方式を確認。昨年度までに実施した地域懇談会の出席者一覧表も添付して、地区協議会会長会議において各地区協議会長に開催を依頼することとした。

(2) 3団体実態調査について

第7回「アミューズメント産業界の実態調査報告書」が9月21日に完成するとの報告があり、報告書から主要な資料を抜粋してホームページに掲載することとした。

地区協議会会長並びに政策委員 合同会議

日時／9月5日午後2時～4時30分

場所／東京YMCAホテル3F 303号室

出席／15名事務局長2名

＜主な審議内容＞

◎青少年指導員養成講座について

研修委員長から本年度の開催要領に基づいて説明があり、併せて昨年度参加者が少なかった地域に対し強い参加要請があった。

なお、昨年度と今年度の異なる点について次のように説明された。

年アドバイザーの証」に変更。これは、カウンセラーの言葉がゲームセンターの管理者の役割になじみにくいこと、地域での「青少年育成アドバイザー」との交流をより緊密にするため。

・会費は5000円から1万円に変更。また、北海道地区協議会の交通費一部補助の増額について提議があり、協議の結果、3万円×4地域に改めることとした。

◎店舗管理者研修会について

各地区協議会から次のように開催予定の報告があった。

・北海道地区 11月8日～15日の間で調整中

・東北地区 11月上旬(仙台)

・関東地区 平成13年1月20日～2月10日の間で1泊2日(栃木)

・東京地区 11月28日(四谷)

・東海地区 平成13年3月頃(神奈川)

者については、府県協会主催で府県単位、あるいは地域を絞って市町村単位、警察署単位、通学区単位での開催も考えられる。

◎全国大会について

九州・沖縄地区協議会主催で行われる今年度の全国大会の開催要領とともに、10周年記念品として全国大会参加記念タオルを作成し、参加者へ贈ることが報告された。

◎模範優良店表彰について

全国大会の席上にて行う表彰は例年通り実施するが、表彰店の写真展示は取りやめるとの報告があり、これを了承。また、表彰状とともに贈っているマル優マークステッカーを店名を入れたものにできないかという提案があり、今後、健全営業推進委員会が検討することとした。

◎「第6回ゲームの日」について

AOU創立10周年記念行事の1つと位置づける本年度のゲームの日について、報告があった。

(※詳細は第3回政策委員会。)

◎マスコミキャラクターのネーミング募集について

0枚(広域3社は1345枚)の申込みがあることが報告され、まだ申込みのない18県の協会に対し、各県協会長に再度文書連絡するとともに地区協議会

長からも地域ごとに連絡するよう協力依頼し、ステッカーの掲示を徹底させることの確認があった。なお、ホームページにおいても会員への掲示徹底をアピールする。

◎地区協議会からの問題提起について

セガの会社分割に関し、広域オペレーターの定義から外れるのではないかと意見があったが、従来と同じ扱いとするとの意見が大勢を占めた。

◎その他

「特例風俗営業者の認定」の制度で「期間についての要件」を満たす営業者が今年から出てくるが、それに関し、公安委員会が「申請」によって認定する「特例風俗営業者」の「優遇措置」について説明があった。



報告書によると、アミューズメント産業界の市場規模は、前年調査(平成10年度)より1兆9,999億円に比べ、2.4%減少の1兆8,745億円。昨年に続き2年連続前年を下回る厳しい結果となった。

売上げ低迷の理由として、長引く不況問題以外のものとしてあげられているのは、「業務用においてはアミューズメントベンダー、音楽ゲームに続く新ジャンル、音楽ゲームに続く新ジャンル、音楽ゲームに続く新ジャンル」の家庭用テレビゲームの高品質化により、いわゆるゲームの業務用テレビゲーム機離れを起した点。「消費税の増徴によるレイト金への転嫁不能による目減り分の影響がボディブローのように効いていること」「家庭用において大ヒット作品の減少や平成12年3月に発売となったプレイステーション2の購入のために既存ハード・ソフトの買い控え減少が起ったこと」「業務用・家庭用を問わず、爆発的に増加が続く携帯電話市場に若者の消費を奪われたこと」など。

しかし、必ずしも悲観的な見解のみといつてはならず、「個々に企業を見た場合、増収・増益を続けている企業が存在しているのも事実であり、いよいよ幕

平成11年度 アミューズメント産業界実態調査

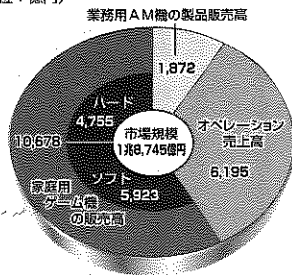
**オペレーション売上高6195億円。
対前年伸び率マイナス1.5%で、2年連続の減少**

AOU、JAMMA、NSAの業界3団体が行った平成11年度「アミューズメント産業界の実態調査」の報告書が9月2日、発表された。これは、アミューズメント産業の発展を期するためにはその実態の諸データを整備することが重要と考えて、3団体は同事業の一環として平成5年度から実施しているもの。今回で7回目を数える。

調査実施期間は、平成12年5月10日～7月25日。平成11年3月末時点での実態を自記式による郵送調査という方法で回収した。調査対象は、AOU、JAMMA、NSA各団体の全会会員を中心に、その他、いずれの団体にも加盟していないアミューズメント業界の企業、家庭用ゲーム機のハード・ソフトのメーカー、対象とした計1,004の企業から、335(有効回答率33.1%)の回答を得た(AM機販売74社、オペレーション228社、家庭用ゲーム機55社)。

なお、調査機関として例年通り、財団法人デザイン協会(平成12年5月に財団改組後センターから名称変更)に調査実務を委託した。

AM産業界市場規模
(単位: 億円)



開けとなる21世紀へ向けて、業界各社の更なる創意工夫に期待したい」とまとめられている。調査内容の詳細については報告書をご覧いただきたいが、ここでは一部抜粋して紹介する。なお、AOUで一括購入して各都道府県協会には一部ずつ送付済み。追加購入は会員1000円、非会員2000円となっている。販売の窓口はJAMMA事務局(03-3343-3812)である。

■オペレーション売上高
2年連続して前年を下回った。設置台数及び1台当たりの年間売上高が共に前年割れになったことがその理由。平成11年度の設置台数は86.6万台(対前年伸び率▲0.1%)、1台当たりの年間売上高は71.6万円(対前年伸び率▲1.4%)。

主な業種(6分種)：専売店舗、飲食店、ホテル、旅館等、スーパー・デパート等、ボウリング場、その他。別に見ると、専売店舗は売上高4,102億円(対前年伸び率▲2.3%)、売上高構成比64.8%、SC店舗は売上高1,600億円(対前年伸び率▲1.2%)、売上高構成比25.8%となっている。また、総設置店舗数は3万9,672店舗(対前年伸び率▲10.4%)。前年より4,502店舗減少、調査を開始して以来過去最大の落ち込みになった。規模別に見ても、各規模店舗ともいずれも大きく減少しており、店舗のスクラップ化がかなり行われたことを示している。主だった種類のオペレーション売上高については次の通り。

■テレビゲーム
売上高(132.1億円)は設置台数減と比例して依然として低落傾向が続いているものの、専用筐体の売上げ減に歯止めがかかった。逆に汎用筐体の落ち込みは年々ひどくなっており、止まる気配が見えない。

■音楽ゲーム
前年に引き続き製品販売高と直結する形で平成11年度34.4億円の売上高となった。平成12年3月末時点で約2.6万台が市場に設置されており、前年割れしたオペレーション売上高の中で最も貢献した新ジャンル。引き続き12年度も成長が見込まれるものの、1台当たりの売上高が下がってきており、ユーザーの動向に要注意。

■クレーン+他景品提供機
平成11年度2,373億円(対前年伸び率2.8%)。前年に比べ伸び率は大幅に鈍化した

■オペレーション売上高

年 度	平成7年度	平成8年度	平成9年度	平成10年度	平成11年度
オペレーション売上高(単位: 億円)	6,240	6,423	6,434	6,289	6,195
設置台数(単位: 万台)	87.6	89.1	88.1	86.7	86.6
1台当たりの年間売上高(単位: 万円)	71.2	72.1	73.1	72.6	71.6

■主な種類別オペレーション売上高

年 度		平成7年度	平成8年度	平成9年度	平成10年度	平成11年度
テレビゲーム	売上高（単位：億円）	2,303	1,990	1,880	1,529	1,321
	設置台数（単位：万台）	42.5	39.5	39.0	34.8	29.9
音楽ゲーム	売上高（単位：億円）	—	—	9年12月～	247	344
	設置台数（単位：万台）	—	—	設置開始	1.3	2.6
クレーン+ 他景品提供機	売上高（単位：億円）	1,710	1,948	1,917	2,309	2,373
	設置台数（単位：万台）	19.2	19.5	19.5	20.7	23.3
メダルゲーム	売上高（単位：億円）	1,309	1,146	1,148	1,235	1,176
	設置台数（単位：万台）	11.8	13.6	14.6	16.6	18.3
アミューズメント ベンダー	売上高（単位：億円）	7年6月～	604	1,103	418	395
	設置台数（単位：万台）	設置開始	3.5	5.0	4.7	4.0

■アミューズメント産業界の市場規模(単位: 上段 百万円/下段 構成比% ▲=マイナス)

	AM産業界 市場規模(計)	業務用AM機 製品販売高	オペレーション 売上高	家庭用ゲーム機販売高		
				小 計	ハード	ソフト
平成11年度	1,874,518	187,166	619,545	1,067,806	475,480	592,326
	100.0	10.0	33.1	57.0	25.4	31.6
伸び率	▲2.4%	▲5.6%	▲1.5%	▲2.3%	0.8%	▲4.7%
平成10年度	1,919,946	19,204	628,892	1,092,850	471,631	621,219
	100.0	10.3	32.8	56.9	24.6	32.4
伸び率	▲1.8%	▲9.7%	▲2.3%	0.1%	▲7.8%	7.1%
平成9年度	1,954,487	219,465	643,400	1,091,622	511,499	580,123
	100.0	11.2	32.9	55.9	26.2	29.7
伸び率	11.9%	▲2.2%	0.2%	24.1%	28.0%	20.7%
平成8年度	1,746,609	224,361	642,288	879,960	399,502	480,458
	100.0	12.8	36.8	50.4	22.9	27.5
伸び率	7.7%	6.4%	2.9%	11.7%	41.9%	▲5.1%
平成7年度	1,622,481	210,802	624,033	787,646	281,601	506,045
	100.0	13.0	38.5	48.5	17.4	31.2

注) 伸び率=当該年度÷前年度-1

COLUMN

秋祭り、このままでは日本の将来は危ないのか？

猛暑の夏もようやく終わりを告げようとして、秋祭りが盛んに開催されている。祭りと聞くと、都会の喧噪のなかで、慌ただしい日常生活を送っている身でも、どこか物悲しく、郷愁を誘う響きを感じずにはいられない。

筆者の仕事場にも、時々、祭りの笛や太鼓の音が聞こえてくる。九月の初め、ある神社の祭りの宵宮だった。自転車で通りかかると、ちようど子供御輿が繰り出してきた。お囃子の子供たちを乗せた山車を引いた列を見送った時、ちょっと異な感じがしたのは、引手の子供たちの数が

少なかったからである。十数年前、娘を連れて参加した時、引手の綱に取りつかせるのがやつの親子が参加していた記憶があった。列の後ろを見ると、御輿が戻っていく。しかも子供御輿を数人の大人が担いでいるのだ。追いついて、聞くとはなしに耳にした話では、担いでいた子供たちが、「皆、逃げてしまった」ということである。

確かにその日は暑かった。三七・八度、この夏一番の暑さで、九月としては史上三番目の記録という。

だが、暑いばかりではなかったような気がする。東京都

ものの、引き続きプラス成長となった(前年は20.4%の伸び率)。一方、景品販売高は下落しており、それとあわせて考えると、景品の使い方に創意工夫を凝らすなどのオペレーター「メダルゲーム」

平成11年度売上高1,176億円(対前年伸び率▲4.8%)、平成12年3月末時点の設置台数約18.3万台(対前年伸び率10.3%)。1台当たりの売上高は下がったことになる。台数の増大については、中古パチスロ・パチンコ改造メダル機の導入増が要因として考えられるが、前年よりは伸び率が鈍化している(前年は13.8%の伸び率)。

「アミューズメントベンダー」平成11年度売上高395億円(対前年伸び率▲5.4%)。平

成10年度の大幅な売上上げ減(同▲58.8%)から見れば、まだマイナス成長ではあるが、低落傾向は鈍化している。

■業務用AM機の製品販売高製品販売高は、国内向け1,452億円(対前年伸び率▲3.0%)、海外向け419億円(同▲13.4%)で国内外共に前年を下回る結果。

種類別で見ると、ここ数年来後退の一途を辿っていたテレビゲーム(国内販売高431億円)がプラスに転じたこと、景品販売高(同382億円)が下落した事が特徴。また、2回目の調査となった音楽ゲーム(同162億円)は既に約2.6万台(平成12年3月末)が市場に設置されており、新規のユーザーの掘り起こしに貢献しているものの、アミューズメント

ベンダー(同104億円)のゲームと比較すると、金額ベース及び伸び率とも劣っており、今後の市場動向に充分留意をする必要がある。

■家庭用ゲーム機の販売高過去6回の調査で唯一、対前年比のプラス伸び率を連続して示し、活況を呈してきた家庭用ゲーム機市場の平成11年度の販売高は、初めて2.3%の減少となった。その内訳を「国内向けVS輸出」で見ると、国内向けは対前年伸び率で9.6%の減少を示しているのに対し、輸出は同3.8%の増加となっている。「ハードVSソフト」で見ると、「ハード」の対前年伸び率が0.8%の増加を示しているのに対し、「ソフト」は4.7%の減少となっている。

インフォメーション研究会(イクラブ)、会員の情報交換掲示板をHP上に開設

インターネットの有効活用等を目的に組織されたインフォメーション研究会(イクラブ)は、7月下旬、HPにAOU会員専用ページを開設した。

会員同士の情報交換を通してAOU会員の声を収集するとともに、メーカー側とオペレーター側の意見・情報交換をすることで製品開発等に関する新しい提案を投げかけ、これからのアミューズメント業界の進歩に役立てようという目的。

この専用ページはインフォメーション研究会が直接担当するもので、URL(HPアドレス)は左記の通りとなっている。利用の際は、ユーザーIDおよびパスワードが必要。専用ページを開き、HP管理人にメールで問い合わせた上でアクセスできるようにになっている。



<http://www2.dcn.ne.jp/~sky2/aou/>

プリッツ田辺店

- 和歌山県(田辺市のSC・パビリオンシティ田辺店内)
- 備ナムコ経営
- 齊藤克己店長

オークワショッピングセンターゾーン別館2Fに位置するSCロケ。面積約520㎡。近隣にアミューズメント施設が少ないこともあり、地域一番店を自負しているフルターゲットのロケ。実際、話題のマシンが揃う大阪に行くためには、車、鉄道を利用して所要時間2時間以上。そのため、近隣に限らず商圏は広い。

ただ、競合がないからといっても、激戦区にあるナムコロケと遜色のない運営、接客を行っているのは当然のこと。新製品はどんどん投入、パレンラッピング等イベントにも力を入れ、お客様に喜ばれている。



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～

- 愛知県(名古屋の夜の繁華街に位置)
- 徳大和経営
- 松井孝好店長

コンセプトは「地中海のリゾートホテル」。内外装のモチーフもそれに基いており、高級感溢れる雰囲気の特徴となっている。店舗面積825㎡。サラリーマンとカップルが主客層。

アミューズメントカルチャーを販売している、との経営理念の下、新しいエンターテインメントを演出してお客様に提案するよう心掛ける。文化の元になる思想、新しい価値観をアミューズメントマシンで提案する、という考え。目指しているのは「アミューズメントの情報発信基地」。

また、重視しているのはスタッフ教育。お客様にとって「お値打ち感」のある接客を心掛けている。



地区協議会

北海道
理事会開催
9月26日

■北海道地区協議会(田中亀雄会長)は9月26日午後3時~6時、理事会を開催した(札幌南1条・松崎ビル会議室、出席8名)。

主な審議内容は次の通り。

◎店舗管理者研修会について
11月8日(水)、札幌ロイヤルホテルにおいて実施する。

◎「ゲームの日」のイベントについて
老人ホーム施設へゲーム機を出前することを決め、各社の役割分担について相談した。

・恒例となっている抽選会(AOUアンケートを本部に送る前に北海道地区協議会でいったんとりまとめ、独自にプレゼントの抽選を行う)を今回も実施する。

なお、今回の理事会は10月13日午後2時から実施、店舗管理者研修会、ゲームの日について話し合う予定。

各地協
会だより栃木
理事会開催
9月25日

栃木県アミューズメント施設営業者協会(入江昭造会長)は9月25日午後3時、理事会を開催した(宇都宮駅東サンシャインホテル、出席10名)。

主な審議内容は次の通り。

◎「ゲームの日」のイベントについて(佐野市の街安佐エースのロケに身障者を招待する。また、スタッフとして会員全員が参加することを決めた)

◎全国大会について(出席者を決めた)

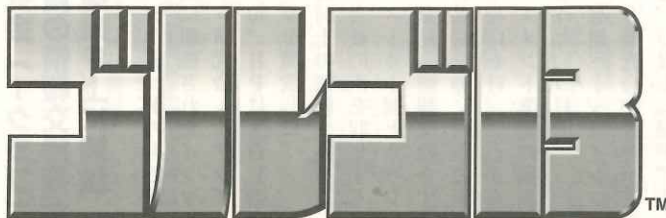
◎青少年指導員養成講座について(受講者を決めた)

◎店舗管理者研修会について
(関東地区は、鹿沼厚生年金センターにおいて1月20日~2月10日の間に開催する)

沖縄
理事会開催
9月25日

沖縄県アミューズメント施設営業者協会(仲順利治会長)は9月25日午後2時~4時、理事会を開催した(沖縄ペンダース会議室、出席6名)。

当日は、「ゲームの日」のイベントを中心に審議、今回の「ゲームの日」はAOU創立10周年の記念行事として位置づけられていることから、沖縄県としても各企業で創意あふれるイベントを実施することを申し合わせた。



奇跡の弾道

©さいとう・プロ / 小学館
©1999, 2000 NAMCO LTD., ALL RIGHTS RESERVED

「成功率99.8%」に挑む者達へ



10話を新作に入れ替えて、お得な改造キットをご提供。

倍精度演算モジュール搭載。

新開発プログラムで、銃の精度が大幅アップ。
ハイスコア競争に不可欠なピンポイント狙撃がより正確に。

SPEC 寸法: W800 x D1800 x H2000(mm) 重量: 195Kg 消費電力: 140w POP装着時: W900~1070 x D1800 x H2362(mm)

「遊び」をクリエイトする
株式会社ナムコ



本社 〒146-8655 東京都大田区矢口2-1-21
販売一部(東京) 〒146-8656 東京都大田区多摩川2-8-5
(名古屋) 〒461-0001 愛知県名古屋市中区泉1-2-8
販売二部(大阪) 〒564-0063 大阪府吹田市江坂町1-21-26
(福岡) 〒812-0006 福岡県福岡市博多区上牟田2-12-24
TEL 03(3756)2311 (大代)
TEL 03(3756)2311 (大代)
TEL 052(962)3343 (代)
TEL 06(6338)3511 (代)
TEL 092(474)5605 (代)