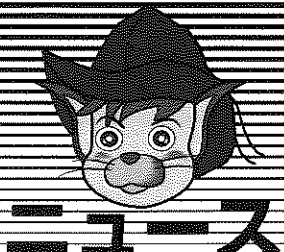


now



ニュース

明るく楽しいアミューズメントの創造

AOUニュース 7月号

発行人 社団法人全日本アミューズメント
施設設営者協会連合会

〒101-0041 東京都千代田区神田須田町1-4-1
TS1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15年 7月15日

第21回政策委員会・第8回財政研究会 (合同会議)

—会費改定のための具体的作業に入る—



AOUは6月3日午後2時~4時30分、AOU事務局会議室において、第21回政策委員会・第8回財政研究会の合同会議を開催した。先月号で速報したが、この会議は、第14回通常総会(5月16日)において会費の改定と財政研究会を中心に実施に向けた作業を進めることを決定したことを受け開催したもの。

出席は、両委員会の委員13名中12名+事務局2名。

1. 設置機械台数の調査について

◎調査は、前回の調査に準ずる方法で実施。AOUから都道府県協会加盟会員に調査票を直接送付し、直接回収する方法とする。

◎6月4日に都道府県協会に調査票送付先の名簿の整備を依頼、折り返しFAXで回答を求めることとし、回答のあった順に都道府県協会加盟会員に調査票を送付する。

◎調査票は6月16日より発送を開始し、回答締切日を7月15日とする。

◎調査票は前回の調査票に次のような変更を加えて作成する。

①機械台数を数える基準日(平成15年3月末日現在)を示す。

② 設置機械の所有形態(自己所有、レンタル、リース等)を区別せず、合計の台数を記入することを明記する。

③対象機(通称ガチャガチャは含まない)を明確にする。

④前回の調査票にあった「この資料は、部外には一切公表いたしません。」の文章は、後日都道府県協会にフィードバックする必要等が生じることから削除する。

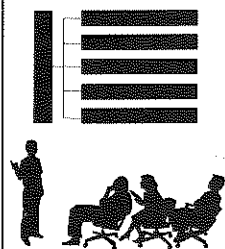
◎第14回通常総会で財政研究会にオブザーバーの出席を認めてはとの意見があったことを受け、7月15日の財政研究会に広く都道府県協会加盟会員の参加を求めることとする。

2. その他

◎永井委員から、JAMMAでは行政当局の指導を仰ぎながら、JAMMAとしての景品提供機のガイドラインを作成中であるとの報告があった。

◎位田委員から、都道府県協会加盟会員が享受できるメリットがないか模索しており、盗難保険への加入や飲料水自販機の設置について、具体化に向けての検討を続けているとの報告があった。

今月の委員会



第48回 広報委員会

日時/6月13日(金)

午後4時~5時30分

場所/AOU事務局会議室
出席/3名+事務局3名

AOUニュースの編集方針について、次の内容の審議を行った。

◎アンケートの継続について

6月号で「景品について」のアンケートを掲載したが、今後「売上げアップのためのサービス」をテーマに継続。都道府県別にアンケートを依頼することとし、その第1回は東京都および北海道の協会会員のなかから無作為で抽出してアンケート用紙を送付することを決めた。

◎ゲームの独り言について

5月号からスタートした同コーナーについて、今後そのテーマを持ち回りで各委員から出してもらうこととした。

◎4小間マンガについて

若い感性を取り入れるという観点から、当面6ヶ月間、川島委員にストーリーの構成を依頼することとした。

第10回地域 活動委員会

日時/7月4日(金)

午後2時~4時30分

場所/AOU事務局会議室
出席/7名+事務局3名

◎AOU「ゲームの日」の活性化について

AOUニュースでのキャンペーン等により浸透に努めているが、必ずしも定着しているとは言えない現状を確認。ただし、セガアミューズメント、アドアーズなど大手を中心に徐々に形になりつつある状況も見られることから、今後それらを軸に「ゲームの日」活性化のためにさらなる検討を重ねていくことを申し合わせた。なお、その一環として、全国的なイベント展開を推進すべく具体的なイベント内容を紹介する「イベントハンドブック」の製作について検討した。

◎3団体「ゲームの日」への協力体制について

3団体ゲームの日実行委員会の平本委員長が特別出席。3団体「ゲームの日」は来年10周年を迎えることから今回グッズ販売により潤沢な資金を確保し10周年に向け弾みをつけたいとの説明があった。今回その中心となるのは「お年玉つきカレンダー」で、AOUとしても同委員長からの協力依頼を受け、地域活動委員会を中心に販促に努めることとし、その対策を協議した。



掲示してありますか?「AOUステッカー」!

～AOUの会員証・・・店舗の見やすい場所に～



地域懇談会 北海道地区協議会

北海道地区協議会(岸塚静雄会長)は6月12日(木)午後1時15分～3時15分、札幌市の「かでる2・7」において、第4回地域懇談会を開催した。

【テーマ】

青少年の健全育成とゲーム場

【参加者】

行政・地域

北海道警察本部生活安全企画課 許可指導統括官

八戸金雄氏

北海道警察本部生活安全少年課 事務吏員(少年警察補導員) 吉本眞智子氏

北海道教育庁生涯学習部参事(生徒指導) 主幹 佐々木順一氏

北海道環境生活部生活文化・青少年室参事(青少年) 主幹 松橋一生氏

札幌市教育委員会指導室 指導主事 和田悦明氏

札幌市保健福祉局児童家庭部少年活動課(少年アシストセンター) 少年育成担当 栗田俊一氏

札幌市保健福祉局児童家庭部少年活動課(少年アシストセンター) 少年育成担当 係長 松山修造氏

札幌市PTA協議会 会長 福本雅行氏

札幌市PTA協議会 井川美里氏

札幌市PTA協議会

事務局 藤原せい子氏

(財)北海道防犯団体連合会 事務局次長 松田利正氏

業界

AOU 入江昭造会長

AOU 谷本彰事務理事

北海道地区協議会 岸塚静雄会長

(株)マキシム北海道 山井武男副会長

(エイト・レジャー物産(株)) 有賀英雄事務局長

(株)ナムコ 澤口聡会計担当

(三井遊園企画(株)) 宮内和士監事

(株)スガイ・エンタテインメント 富山雅弘理事

(株)タイトー 須藤聡理事

(株)セガアミューズメント 田中博徳理事

(株)ダイワ貿易 和田徳氏

北海道地区協議会の地域懇談会は今回で4回目を数え、行政側の認知度も高まってきていることもあり、全体的にアミューズメント施設に対し大きな問題は指摘されなかった。要望としてあがったのは「店内で恐喝がないように」「非行少年が入りづらい店づくりを」「家出人は通報してほしい」など。

特筆すべきは、今回初参加の札幌市PTA協議会・橋本会長から、こうした地域懇談会を機に、逆に業界(AOU)側がPTAの会合へ出席するなどして相互の交流を深めていってはどうかとの提案が出たこと。

北海道地区協議会事務局では、「AOU」といっても一般にはまだ認知度が低い。ため地域の会合に積極的に参加すること。また、それによって、ゲームセンターにどうして欲しいかなど、父母の細かな意見を直接聞くことができる。今回の地域懇談会で、行政、地域といった横の連絡を密にするきっかけができた」としている。

(※後日実現した地域の会合への出席については、協会だより参照)



関東地区協議会 第6回店舗管理者研修会

関東地区協議会(菅原幸夫会長)は5月7～8日、埼玉県春日部市の「国民年金健康センター 春日部エミナース」において第6回店舗管理者研修会を開催した。受講者数48名。業績アップにつながるゲームセンターの基本的なあり方をテーマに、次の内容で進行した。

【1日目】

●開講式 午後1時30分～2時

司会/茨城県 大野圭一 会長

挨拶/関東地区協議会

菅原幸夫会長

AOU近況活動報告/広報委員会

中嶋豊彦委員長

●講演Ⅰ(2時～3時20分)

「店舗をピカピカにする清掃のコツを指導します」

講師/㈱ネクサスサービス(総合ビルメンテナンス)常務取締役 大野道雄氏

※クリーンネスの基本について説明。不快を感じるポイントを列挙し、誤った洗剤や道具を用いて洗浄を行うと十分に汚れが除去できなかったり材質を傷めてしまうケースもあるとして、洗剤の正しい使い方、サンタリートイレクリーニングの必要性等を解説した。

●講演Ⅱ(3時20分～4時40分)

「業績アップにつながるゲームセンターの基本的な業務」

講師/山ビジネス総合研究所所長 山本照夫氏

※「惚れられるしくみ」こそ店の繁盛がテーマ。お客様が惚れて大繁盛の店には「店力」があり、そんな店はお客様の心をワクワク、ウキウキさせる。お客様を「誠心誠意」喜ばせることができればお金は後からついてくるとして、「ワクワク、ウキウキの種をまいて育てる」ための数々の具体例を紹介しながら、講演し

た。

●グループディスカッション(5時～5時45分)

※6名8組に分かれ、予め用意された6項目①好感度な接客態度ときめ細かいサービス、②店内環境の整え方、③店内で働く仲間の意識高揚を図るには?④当店で売上増に成功したこんなアイデア、⑤小さなゲームセンターでも企画力があれば伸びる⑥客が長時間いたくなるゲームセンターはここが違う)について、これまでの講演の内容を踏まえながら意見交換。

●懇親夕食会(6時40分～8時)

※受講者同士の名刺交換、店舗情報やりとりを含めた夕食会で、有意義な親睦を図る。

【2日目】

●レポート作成(午前9時～10時)

※各グループ毎に、前日ディスカッションした内容を踏まえ「私がオーナーだったらこんな店作りをしてみたい」というテーマでレポート作成。

●発表(10時15分～11時)

※作成したレポートの内容を各グループの代表が発表するとともに、今回の講習会に参加しての感想を3名が発表。

●閉講式(11時)

修了証書授与/関東地区協議会 挨拶/AOU研修委員会

菅原幸夫会長

三上洋正委員



東京都区協議会

情報交換会

東京都地区協議会(永井明会長)は6月5日午後3時30分、夢科グランドホテル「滝の湯」会議室において情報交換会を開催。次のような報告、情報提供等があった。出席29名。

◎7月15日開催のAOU財政研究会について、出席が呼びかけられた。

◎業界挙げて推進している健全営業に関連し、JAMMAでは道法意識の高揚を図るため、景品提供機のガイドラインを作成中である。

◎自主規制に反する景品を排除する運動を積極的に進めるべきである。

◎消費税対応策の一つとして自社店舗にエディカード(JRスイカカード)の導入を検討している会員から、同システムについての説明があり、外税や時間別料金設定等が可能で適切なシステムと考えられるものの、未だコスト高との状況が報告された。

◎この4月5月は全般的に売

上げが低下(関西5%、関東2~3%くらい)。
◎ゲームセンターの魅力は広くPRして顧客層の拡大や店舗の活性化を図るため、業界挙げてのテレビ番組提供は効果的ではないだろうか。現在、費用の分担等の実施面での問題を検討中である。

◎台湾でのゲームセンターは、SARSを恐れて人の集まる所には人が来なくなったため、売上は70%ダウンしている。

◎TAMOAの理事会が地域を分担してロケーション巡回を行い、健全営業の実情を把握する必要があるとの提案があり、早速検討することにした。

東北地区協議会

通常総会

東北地区協議会(松田修会長)は6月11日午後3時、秋保温泉「岩沼屋」において平成15年度(第13回)通常総会を開催した。出席21名+委任状2社。主な内容は次の通り。

◎平成14年度事業報告について(承認)

◎平成14年度収支報告について(承認)

◎平成15年度事業計画案について(承認)

※9月下旬、秋田において



て秋期理事会を開催し次期役員改選について意見をもち寄る他、平成16年春の理事会の開催時期および場所を決定する。店舗管理者研修会については、11月18~19日にサンピア仙台において開催するより充実した内容で実施。

◎平成15年度収支予算案について(承認)

※AOUからの補助金(活動費)が減額になることから縮小予算を組む。

◎AOU桐谷事務局長が財政基盤整備に関する現況を説明するとともに、設置機械台数調査へ協力依頼。また、7月15日開催のAOU財政研究会はオープン参加であることから、各会員に積極的な参加が呼びかけられた。

関東地区協議会

通常総会

関東地区協議会(菅原幸夫会長)は6月19日午後3時30分、新潟県月岡温泉「ホテル華鳳」において第9回通常総会を開催した。出席会員27名。

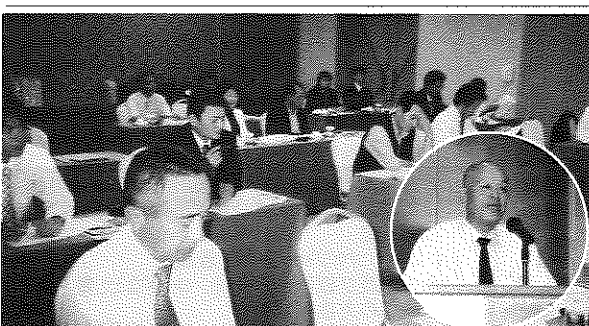
今回の総会は、新潟県アミューズメント施設業者協会の尽力により、関東地区協議会が始まって以来初の新潟県開催となった。新潟県の平山昭治副会長の司会により、同・吉田典夫氏(新会長に内定)の開会の辞で始まった総会では、AOU入江会長の挨拶に続き、関東地区の菅原会長が新潟での総会に臨んで「この機会をもって関東6県の連帯意識が高まることに感謝している」との挨拶を行い、次の審議に入った。

◎平成14年度事業報告について(承認)

◎平成14年度収支報告について(承認)

◎平成15年度事業計画案について(承認)

※8月、群馬県で地域懇談会を開催。10月、第2回



役員会議を栃木県で、12月第3回役員会議を茨城県で実施。明けて平成16年は、1月に会員有志による新春賀詞交歓会を栃木県で、3月、年度最終の役員会を埼玉県でそれぞれ予定する。

◎平成15年度収支予算案について(承認)

◎AOU桐谷事務局長が財政基盤整備に関する現況を説明するとともに、設置機械台数調査へ協力依頼。また、7月15日開催のAOU財政研究会はオープン参加であることから、各会員に積極的な参加が呼びかけられた。

総会終了後、午後4時30分、メーカーによる新製品紹介。6時30分懇親会を実施した。

- ***** 関東地区協議会 第6回店舗管理者研修会 (受講者) *****
- 【埼玉県】 里原雅(関和研) / 松尾一城(関和研) / 小林勝(関和研) / 川野二(関和研) / 門脇立憲(関和研) / 清水大広(関和研) / アミューズメント / 石光貴(関和研) / 佐藤彰(南佐藤無線電機音響研究所) / 福島健二(アドアーズ)
 - 【新潟県】 鈴木健司(関和研) / 小林弘幸(関和研) / 遠藤隆幸(関和研)
 - 【群馬県】 沢目隆(関和研) / センター / 大竹光雄(関和研) / センター / 本間久士(関和研) / センター / 石上淳子(関和研) / センター / 石射崇(関和研) / 横田敬之(関和研) / 和南城修(関和研) / 小真也(関和研) / パーティンセンター
 - 【千葉県】 安達慎見(関和研) / 飯田裕介(関和研) / アミューズメント / 川原和則(関和研) / アミューズメント / 横直也(関和研) / 京葉リーズ / 福田元康(関和研)
 - 【茨城県】 小泉品(関和研) / アミューズメント / 柳生和元(関和研) / アミューズメント / 小島勝治(関和研) / 竹内裕二(関和研) / 横須賀清(関和研) / 高橋集(関和研)
 - 【栃木県】 高橋保典(関和研) / アミューズメント / 篠崎芳宏(関和研) / 茂岡悠(関和研) / 藤村昭彦(関和研) / 富田繁雄(関和研) / 山形一郎(関和研) / 堀内敦子(関和研) / 須藤芳実(関和研) / 笠井厚(関和研) / 阿久津和夫(関和研) / 佐伯好(関和研) / 小倉章治(関和研) / 太田隆行(関和研)



～総会こぼれ話～

特別寄稿

栃木県アミューズメント施設営業者協会・入江昭造

先日の栃木県総会でのご来賓（県警生活安全課）挨拶には大いに元気づけられた。

「ゲームセンターは昔と全然変わってビックリした、感心した」というものである。お子さんを連れて行かれたそうで、その際、実際に遊んだ印象についてが「家族のコミュニケーションの場はゲームセンターにあった！」。

最近、遊園地の閉園が相次ぐなど家族揃って楽しめる場が減っている。こんな時こそ本来ゲームセンターが持っている役割（ファミリーエンターテインメント性など）を存分に発揮し、さらなる客層の拡大に努めるべきと考えていた矢先、「これからも客が望むゲームセンター、明るいゲームセンターを」との激励の言葉には、自らのビジネスへの誇りを強め、また、実に励まされた次第。

これまでの地道な努力で、アミューズメント業界は確実に社会の認知度がアップしている。そうは思っているが、警察の方からもこのようなお話をいただくと、改めてゲームセンターに対する地域社会の見方が変わってきたことを再認識させられる。

だからこそ、我々はより一層気持ちをひきしめて、健全営業、魅力あふれる空間づくりに向け精一杯力を尽くしていかなければならない。そして、会員ひとりひとりが、社会に貢献しているという大きな自信を持って営業していかなければならないと痛感した。



「ファミコンのがあるという。ームのことではなく、の略。そこのスタッフたち

言葉」なるも家庭用ビデオゲームファミレス・コンビニ

の話を奇妙な日本語の話を「以上でよろしかったでしょうか」「ご署名のほう、お願いします」「1000円からお預かりします」などなど。しかも、多くの若者がそれをヘンだと感じないというから、慣れは恐ろしい。

考えてみれば、郵便番号が7桁になった時、余分な仕事が増えたなあと思いつつ郵便番号簿を引っ張り出し律儀に7桁を調べたわけ……と語った某氏は「自販機が120円になった時、最初はとまどったけど、もう当たり前って感じだね」

1コインを健気(?)に守ってきたアミューズメント業界。近い将来、消費税が引き上げられるのが現実になっている状況の昨今、様々な声が聞こえてくる。消費税10%になったら1プレイ100円維持は厳しすぎる……1プレイ百数十円になっても、自販機と同様そのうち慣れるよ……消費税が倍になったらAOUの会費改定の比ではない……AOU全体で知恵をしぼって対応策を考えよう……プリペイドカードシステムはどうか普及できないのか……否、やっぱりポケットの1コインを使って遊ぼうというのがゲームセンターだよ……。

確かに、政府も財政的に苦労していると思う。少子高齢化は加速、女性が一生のうちに生む子どもの数の平均は昨年1.32人と過去最低を更新してるし(ちなみに、データ集計を開始した昭和22年は4.65人だったとか)。

でも、やっぱり消費税はひきあげてほしくないなあ。そうそう、小泉さんは自分が首相の間は消費税アップはないと言ってるけれど、それならお願い。小泉さん、あと50年。いいえ100年くらい首相を続けてください。

**AOUのゲームの日にあわせ
全国のセガ店舗が毎月23日を「セガの日」に!**

**売上げ5%～最大50%アップ
客数7%～最大90%アップ
スタッフのモチベーションアップ**

(株)セガ アミューズメント(永井明社長)は今年2月、AOUの「ゲームの日」にあわせ、全国の同社ロケ(約500店舗)において毎月23日を「セガの日」とし、イベント展開をスタートさせた。

昨年9月号で既報の通り、昨年5月から東日本支社単独で「セガの日」を設定していたが、イベント実施前と比較すると、東日本支社はリピーターの増加、入店客数約115%など売上げ・集客ともに好調な結果を出したことから他支社が一部で実施。ここでも同様に成果が上がったことから、全社的な実施に至った。

「セガの日」のサービス・イベント例は右記の通り。法令内で各店舗ごとに自由な内容を企画することになっており、毎月、それぞれが店舗の特徴にあわせて様々なイベントを行っている。また、東日本単独で行っていた頃からのセガの日のイメージソング(「セガって行こう!!」)に加え、ポスタービジュアル(同社イメージキャラクターのグラビアアイドルMEGUMIを起用)も統一。全国統一感を強め、お客様からの認知度アップや社内認識の高まりにつながった。



現在、全国展開をスタートさせてからの効果は、売上げで5%～最大50%アップ、客数で7%～最大90%アップ(実施店舗、実施月度により異なる)。

もっとも、セガでは、こうした数字のアップというより「セガの日」を全国展開したことで最も大きな効果は、スタッフのモチベーションアップであると考えている」としている。

「サービス内容の決定を各店舗にまかせることで、くお客様にいかにして楽しんでいただくか」というエンターテインメントを提供する側として最も基本的な部分を各店舗が考えるいいきっかけになっています。数字は後からついてくるというスタンスで実施しています」(AM施設パブリシティチーム)

【サービス・イベント内容例】

- メダル貸出枚数アップサービス
- 通常1プレイ200円のゲームを100円に
- 通常100円で1プレイのゲームを100円2プレイに
- フォトプリント機100円値引き
- スクラッチカード抽選会実施

オペレーターエッセイ

～縁を大切に～

7行政17団体が構成する「やまなし青少年社会環境健全化推進会議」の会長を引き受けて2年が過ぎてしまった。振り返ってみると、会長の責任を果たせたかどうか反省しきりである。

外部の機関の一員として業界を違った角度から見る機会を得られたことは確実に自分の成長に役立ったが、果たして社会に貢献できたかは定かでない。業界人として営業の中から青少年とどのように関わっていけばいいのか悩めるところではあるが、しよせん自分は自分であり、格好をつけるよりも肩の力を抜いて自分を出していくしかないのである。

店舗の中に入ると作業服でも普通の格好でもスーツ姿でバリッとしていても、「機械が壊れた、直してよ」とお客様から話しかけられる。考えてみれば、いくら店にいるのが短い時間だけとはいえ22年間も通い続けているのだから、ゲームセンターの人として認識されているのは当たり前だ。

ふと、逆に自分がお客様として認識できる人は何人くらいいるか考え、恐ろしくなった。お客様を不特定多数として十把一絡げ的に扱っていたのではないかと気づいたのだ。

しかし、不特定多数という考えは間違いで本来お客様の数だけ人間関係は既に存在しているのであり、我々がそれに気づいていないだけなのである。例えば、青少年関係の会合に出ると「若い子を注意するのが怖い」という話をよく耳にする。しかし、実際、店

舗で不良行為少年に注意すると意外に素直に聞き入れてくれて、まったく恐くはない。それは、ゲームセンターの人である私を彼らが以前から見知っているといういわば「つながり」が存在しているからだと思う。

ところで最近、某ロケーションのマニュアルを拝見する機会があった。そこには、①お客様には最初に「いらっしゃいませ」と挨拶②次からは目礼…とあった。

これでは従業員がかわいそうだ。目礼では会話ができない。お客様にはゲームをアドバイスしたり新製品情報をいち早く伝えたりと、人間関係を築いていくべきではなからうか。従業員とお客様との溝を敢えてつくるようなマニュアルは考え物。既にマニュアルという考え方が一般に定着した今(マニュアルの元祖?であるマクドナルドの日本上陸から早32年!)、人間の心と心のつながりを重視した新たなマニュアルづくりの必要性を感じる。

そういえば、この7月1日から、マクドナルドは高級路線を打ち出し、59円のハンバーガーも元の80円に戻した。ひとりの超低価格スタイルを改めることで全体の売上げダウンを招いたと伝えられたが、価格を変えて売上げが変化するのは、客との人間関係がなくなっているからではなからうか。

お客様とのひとつひとつの出会いを大切に。縁って、楽しいもの。縁を大切にしていくことで仕事が楽しくなり、生き生きと働けると思う今日この頃だ。

(H.H)



ガーディアンストラップ

Guardians trap™

シンプルな操作で幅広い客層にアピール!

迷宮に眠る財宝を手に入れる! アドベンチャーメダルゲーム!

●筐体サイズ: W810XD910X1640mm (POP含まず) ●重量: 約150kg

あそびがた!

とっとこハム太郎

発売元: 角川エポック社 監製元: (株)タイヨー 企画: 河井リナ子/小学校・SMDE・テレビ東京

子供～ファミリー向けゲームの新定番!

専用景品が必ずもらえて大満足! ミニゲームがなんと23種類!

●筐体サイズ: W834XD925X1365mm (POP含まず) ●重量: 120kg