

第8巻 2025.8月号 通巻 89号

JAIAPRESS

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

8月
2025 August

【今号の主な内容】
アミューズメント エキスポ 2025
小間位置決定
2023年度
アミューズメント産業界の実態調査
SC営業委員会 視察会(長崎)報告

小間位置 決定！

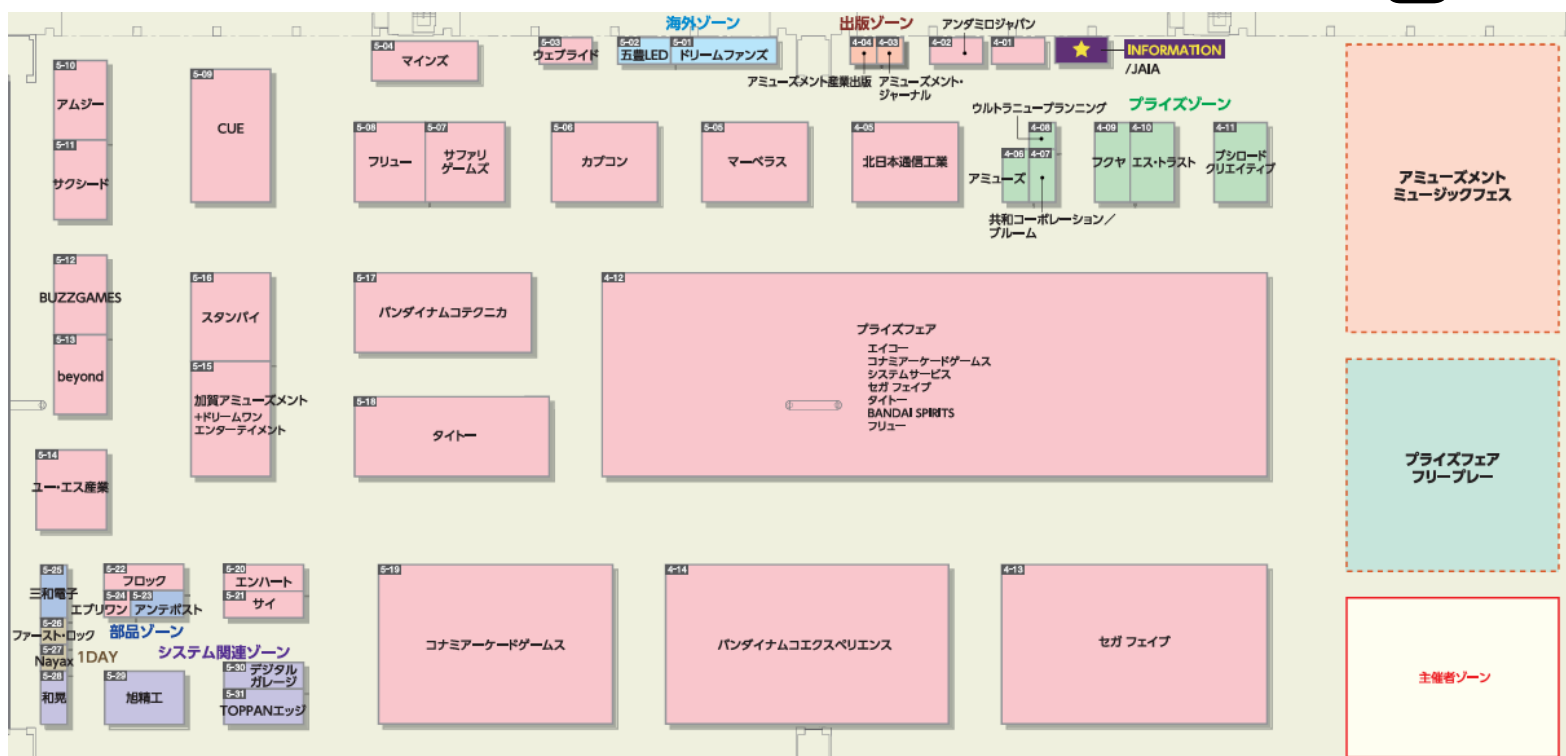
アミューズメント エキスポ 2025



◀ポスターに使用されるメインビジュアル

先月号で速報の通り、「アミューズメント エキスポ 2025」の出展社募集が締め切られ、48社(プライズフェアの計7社を1社としてカウント)597小間の規模で開催される予定となった。ちなみに、過去10年程の展示会の出展規模をみると、「JAEP02015」(2015年2月13～14日、幕張メッセ ホール4・5)の開催規模が42社600小間。以降いずれも600小間に届かなかったが、今回はそれに迫る勢いで、盛況を呈した昨年(584小間)を上回ることとなった。

開催概要は次ページの通り。8月1日にはセガサミー本社において出展説明会(次ページ)が行われ、下図のように小間位置が決定した。



AMUSEMENT EXPO

アミューズメント エキスポ
2025

JAIA 2025. 8③

<開催概要>

名 称/アミューズメント エキスポ 2025
会 場/東京ビッグサイト 東4・5ホール
会 期/2025年11月14日(金)~15日(土)
ビジネスデー:11月14日(金)10:00~17:00
ユーザーデー:11月15日(土) 9:00~17:00

主 催/(一社)日本アミューズメント産業協会(JAIA)

入場料/ビジネス関係者…有料
(オンライン事前登録制)
(出展社からの招待者は無料)
一般(土曜日のみ)…有料
(入場料金未定・小学生以下無料)

ユーザーデー

●AMUSEMENT MUSIC FES 2025
メーカーの枠を超えた夢の競演による音楽フェス。今年もユーザーデーの入場と音楽フェスの観覧がセットになったチケットを販売。ライブ配信は、基本有料で一部無料も検討中。

ビジネスデー

●業界研究セミナー
昨年好評だった学生向けの就活セミナー。ステージにて実施。
●風適法セミナー
業界関係者向けに実施する新たな企画。講師は『注釈風俗営業法』の著者・大塚尚弁護士。ステージにて実施。
●青少年指導員養成講座に関するセミナー
昨年に引き続き、ステージにて実施。
●アミューズメントスタッフ検定
昨年も実施したアミューズメントスタッフ向けの検定。
●JAIA デジタル規格のパネル展示

「クレーンゲーム60周年」イベント

1965年、日本初の国産クレーンゲームが3社より発売されてから今年で60年。それを記念し、筐体メーカー、景品メーカーが一丸となって実施する企画。

●スタンプラリー
クレーン筐体の販売企業にスタンプ台を設置し、この日限りのオリジナルスタンプを用意。全て集めると60周年記念キーホルダープレゼント(数量限定)。
●クレーンゲーム検定
昨年実施し好評を博した検定の60周年スペシャルバージョン。
●未来のゲーム・接客機能を備えたAIクレーン
日本工学院がHEROZ(株)と産学連携協定のもと開発したAIおもてなしクレーンゲームの展示・体験会。

出展社説明会 8月1日(金)
14時~15時30分



JAIA 田村雅壽会長 山下滋実行委員長



田村会長の挨拶に続き、エキスポ実行委員会の山下委員長が挨拶。「3年前に開催スタイルを一新、一般ユーザーが楽しめることに軸足を置いた展示会へと舵を切ったが、ファンサービスをはじめユーザーデーがより充実したものとなるよう進めていき、ショーを通じてAM業界の参加人数を増やしていきたい」として、出展社に協力を呼び掛けた。

アミューズメント エキスポ 2025 懇親パーティのお知らせ

アミューズメントエキスポ実行委員会では、アミューズメントエキスポの初日、下記要領にて懇親パーティを開催します。業界関係者が一堂に会すこの機会を情報交換や懇談の場としていただきたく、多数のご参加をお待ちしています。



日 時/2025年11月14日(金)18時~19時30分

会 場/オークラ東京

東京都港区虎ノ門2丁目10-4
TEL03-3582-0111

会 費/会員 1名につき24,200円(税込)

お申込
締切
10/15(水)

【お申込み】(一社)日本アミューズメント産業協会事務局 expo@jaia.jp TEL03-6272-9030

2023
年度

アミューズメント産業界の実態調査

国内のアミューズメント産業界の規模把握を目的に、1993年度からAOU、JAMMA、NSAの3団体事業として実施、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32回目(2023年度)がまとまった。

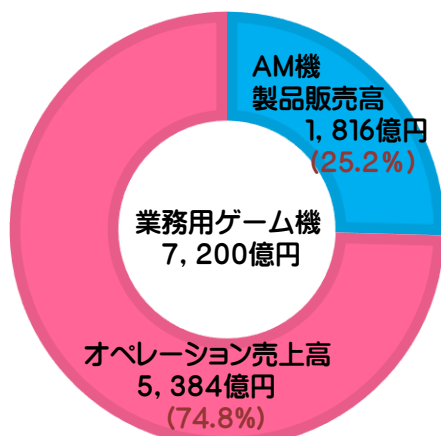
以下、調査結果を抜粋して掲載する。なお、実態調査報告書の冊子は、JAIA会員に9月送付予定(追加希望は会員1,100円、非会員2,200円で頒布、税込)となっている。

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7,200億円(前年比105.0%)

AM機製品販売高 1,816億円(前年比106.0%)

オペレーション売上高 5,384億円(前年比104.7%)



【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)

【調査対象】

JAIA会員企業を中心に、非会員の業務用アミューズメントに携わる企業360社

【調査実施期間】

2025年1月8日～2025年1月24日

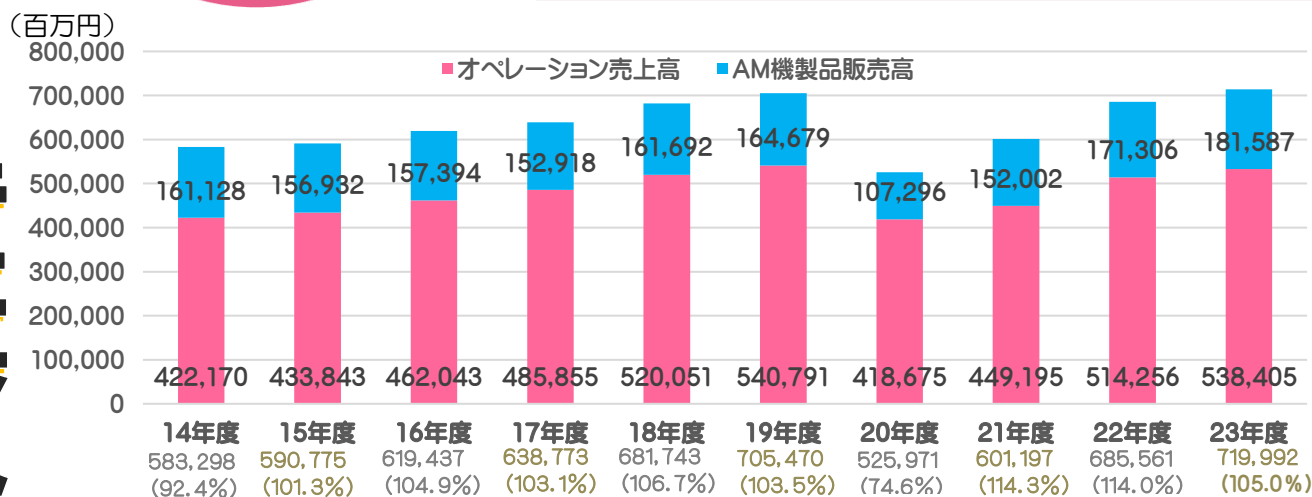
【回収数】

111社(うち有効回収数88)

※回答期限後の回答分は2月17日到着分まで集計対象に含まれた。集計対象企業は、AM機製品販売45社、オペレーション57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

2023年度の日本経済は、新型コロナウイルス感染症の影響から完全に脱却した初めての通年であり、個人消費や観光需要の本格的な回復が進展した年となった。インバウンド需要も急速に復調し、訪日外国人数はコロナ禍前水準に迫る勢いで増加。都市部の観光地や商業施設はかつての賑わいを取り戻した。

一方で、エネルギーや原材料価格の高止まりに加え、円安の継続が輸入物価を押し上げ、企業のコスト負担や家計の実質購買力に影響を与えた。また、物価上昇に対して賃金の伸びが追いつかない状況が続く、消費者心理には依然として慎重さが残るなど、経済回復の足取りにはまだばらつきが見られた。

このような環境の中、アミューズメント産業では引き続き回復傾向が続き、施設利用の活性化が見られた。特にプライズゲーム(クレーンゲーム)やキャッシュレス対応設備の導入が進み、ファミリー層や若年層を中心とした幅広い来店客層を取り込むことに成功した。

オペレーション売上高は5,384億円で前年度比4.7%増となり、堅調な伸びを示した。また、アミューズメント機器販売高は1,816億円(同6.0%増)と、こちらも引き続き拡大基調を維持した。両者を合計したアミューズメント産業の市場規模は7,200億円に達し、前年度比では5.0%の増加となった。これは、2019年度の水準を明確に上回るものであり、市場が完全回復したことを象徴する結果となった。

2023年度 オペレーション売上高

5,384億円(前年度比104.7%)

年 度	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
オペレーション 売上高	売上高(億円)	4,700	4,564	4,222	4,338	4,620	4,859	5,201	5,408	4,187	4,492	5,384
	前年度比(%)	96.4	97.1	92.5	102.8	106.5	105.2	107.0	104.0	77.4	107.3	104.7
店舗数	店舗数(万店)	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(%)	93.8	94.6	97.2	96.1	95.2	92.6	92.9	100.4	81.9	100.6	100.6
設置台数	台数(万台)	54.7	52.5	48.6	46.4	44.5	43.5	43.2	43.1	41.4	42.5	55.1
	前年度比(%)	95.2	96.1	92.5	95.5	95.9	97.8	99.2	99.9	97.0	102.7	126.0
1店舗当たり 設置台数	台数(台)	32.2	32.7	31.1	33.6	31.4	33.2	35.5	35.3	41.4	42.3	64.4
	前年度比(%)	101.6	101.6	95.2	107.8	93.7	105.7	106.8	99.5	117.3	102.1	125.3
1店舗当たり 年間売上高	販売高(万円)	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(%)	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)	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(%)	101.3	101.0	100.0	107.5	111.1	107.5	108.0	104.2	80.6	104.5	111.4

2023年度のアミューズメントオペレーション事業は、アフターコロナにおける回復基調が継続し、外出機会の増加や「推し活」需要の高まり、インバウンドの回復などを背景に、堅調に推移した。特に、プライズゲームを中心とした施設稼働の向上が売上を後押しした。

また、施設側では、来店促進を目的とした店舗アプリの導入や、景品情報・クーポン配信、リアルイベント連携など新たな取り組みも進展。ユーザーとの継続的な関係性を強化する方向性が見られた。

このような動向のもと、オペレーション売上高は5,384億円(前年度比104.7%)となり、コロナ禍以前の2019年度水準の99.5%まで回復した。

設置台数は550,597台(前年度比126.6%)と大幅に増加し、店舗数も8,548店(前年度比100.6%)と微増した。

内訳では、直営店舗が4,684店(前年度比100.6%)、レンタル店舗は3,864店(前年度比100.5%)

■店舗種類別状況

0 2023年度の主要業種別店舗数において、ショッピングセンター・デパート併設店舗は3,072店舗(前年度比103.6%)と増加し、構成比においても引き続き最多を占めた。これは、来店客の回復とプライズゲームの需要拡大を背景に、商業施設内へのアミューズメント機器導入が進んだためと見られる。

一方、ゲームセンター専門店舗は2,113店舗(前年度比86.0%)と大きく減少。特に人材確保の難しさやコスト増、業態転換の遅れなどにより、専門形態の持続が困難となっている施設の撤退が続いている。

■設置台数規模別店舗数の状況

年度	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	構成比	前年度比
店舗数	16,069	15,611	14,862	14,154	13,103	12,167	12,212	9,998	10,061	8,500	8,548	100.0%	100.6%
20台以下	6,643	6,880	6,242	6,093	5,603	6,647	5,205	4,650	5,219	3,613	3,770	44.1%	104.4%
21~50台	807	1,043	1,085	981	951	1,085	482	609	546	417	359	4.2%	86.2%
51~70台	596	601	550	498	468	232	277	308	205	179	188	2.2%	105.4%
71~100台	1,488	1,389	1,382	1,319	1,202	563	895	539	556	468	496	5.8%	106.1%
101~200	5,056	4,168	4,191	4,005	3,605	1,841	3,579	2,201	1,733	1,658	1,735	20.3%	104.7%
201台~	1,479	1,530	1,412	1,258	1,274	1,799	1,775	1,692	1,803	2,168	2,000	23.4%	92.3%

設置台数による規模別構成をみると、2021年度からの推移では「101~200台」の中規模店舗が横ばいで推移している一方、「201台以上」の大型店舗は増加傾向にあった。これは、ミニクレーンゲームの導入拡大や、施設の大規模化が進んだことによるものと考えられる。

しかし、2023年度は、2022年度と比較して「201台以上」の店舗数が減少し、「101~200台」の中規模店舗

と、いずれも前年をわずかに上回った。

売上効率に関しては、直営店舗の1店舗あたり年間売上高が1億1,306万円(前年度比103.9%)、1台あたり100.7万円(前年度比82.1%)となった。

一方、レンタル店舗では1店舗あたり228万円(前年度比118.8%)、1台あたり36.0万円(前年度比119.2%)と、それぞれ前年を大きく上回る伸びを見せた。

さらに、風適法第5号営業許可対象店舗は3,915店(前年度比100.5%)と微増となった。近年まで減少傾向が続いていたが、2022年に増加に転じ、2023年度もその傾向が継続している。

非対象店舗は4,633店(前年度比100.6%)と、こちらもわずかながら増加している。ただし実態としては小型クレーンゲーム機の導入が急増し、プライズジャンルへの依存度が一層強まっている。プライズ中心の商品構成にシフトできなかった店舗の閉店やM&Aも相次いでおり、業態再編の動きが引き続きみられる。

他方で、風適法第5号営業許可を取得した店舗は3,915店舗(前年度比100.5%)と、前年から増加しており、これは2014年以降で2年連続の増加となる。この背景には、専門のゲームセンターが減少する一方で、ショッピングセンター内の許可店舗や、その他異業種との併設による許可店舗が増加している構造変化がある。近年では、リユース業(古物商)を含む異業種によるプライズゲーム機の導入も進んでおり、風適法の遵守が求められている。

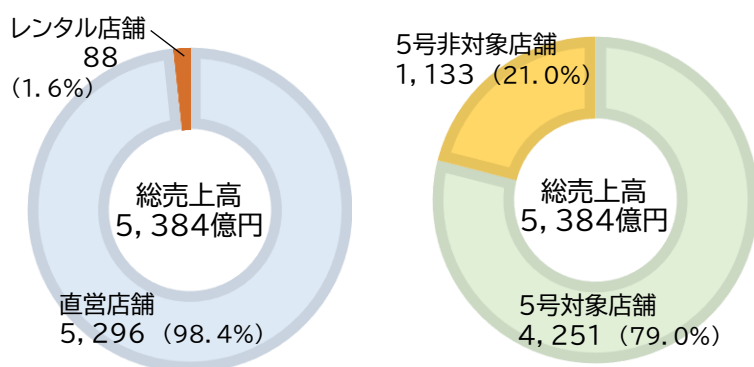
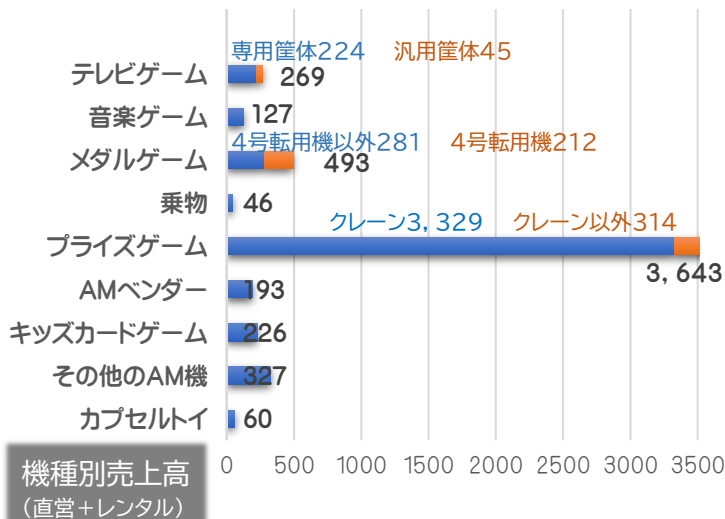
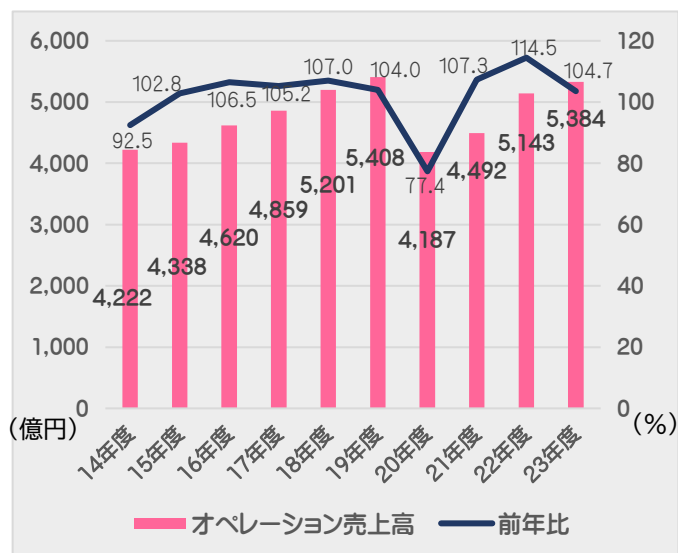
プライズゲームの売上がアミューズメント施設営業の中心となる中で、こうした異業種の併設展開は業界規模の把握を困難にしている。

が増加する結果となった。

この変化には、動線の確保などのために、調整が行われたことが背景にあるとみられる。今後は「300台以上」の超大型店舗や「20台以下」の小型店舗の動向にも注目が集まることから、次年度以降の調査では設置台数区分の見直しも含め、分析の精度の向上を図りたい。

2023年度 オペレーション売上高

5,384億円(前年度比104.7%)



【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34万3,186台(100.0%)

〈2022年12月時点の数値〉

調査結果・集計値23万9,951台(69.9%)

〈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 269億円(前年度比86.3%)

設置台数 41,501台(前年度比113.9%)

前年度比86.3%と減少し、近年の低下傾向を引き継ぐ結果となった。「ストリートファイター6 アーケード版」(カプコン/タイトー)や「英傑大戦 六極の煌剣」の稼働が開始され、プレイヤー人気を集めた。

結果、専用筐体の設置台数は35,250台(前年度比116.5%)と増加したが、売上にはつながらず、利用率の低下や運用効率の課題が影響したとみられる。

一方、汎用筐体の設置台数は6,251台(前年度比54.0%)と大きく減少した。

音楽ゲーム

売上高 127億円(前年度比80.2%)

設置台数 18,020台(前年度比92.6%)

売上高・設置台数とともに減少。特に売上高は前年から大きく落ち込み、127億円にとどまった。

アミューズメントベンダー

売上高 193億円(前年度比135.0%)

設置台数 7,441台(前年度比119.0%)

売上高・設置台数ともに前年を大きく上回り、回復基調が鮮明となった。特に、プリントシール機市場では、主要メーカーから複数の新機種を投入し、ユーザーの多様なニーズに応える製品展開が奏功した。

プライズゲーム

売上高 3,643億円(前年度比108.3%)

設置台数 248,133台(前年度比92.6%)

設置台数、売上高ともに前年を大きく上回り、引き続きアミューズメント施設における主力ジャンルとして高い存在感を示した。売上高は過去最高を更新し、アミューズメント施設全体の売上の中でも圧倒的な比率を占める。

特に、プライズゲーム専門店の出店が進み、物販店舗に多数のクレーンゲームを導入する運営形態も広がりを見せた。こうした動きは、「推し活」需要の高まりと連動し、アニメやゲーム、アイドル関連のグッズ収集を目的としたユーザー層を呼び込んでいる。

TV番組、SNSや動画投稿サイトを通じた情報発信の影響が来店動機につながっていると思われる。

筐体面では、ミニクレーン機の導入が引き続き拡大。視認性と操作性に優れたこのタイプの機器は、子どもから大人まで幅広い層に訴求し、カラフルなLEDへの切り替えにより照度が上がり、景品の魅力をより効果的に伝えやすくなっている。

さらに、設置面積が小さいため、空きスペースを有効活用できる点も事業者側にとって導入の後押しとなっている。

景品の傾向としては、ミニクレーンの増台により景品単価の安い商品の導入が増え、景品獲得がしやすくなった。また、推し活ブームの後押しもあり「自社オリジナル専用景品」の導入や「キャンペーン」の展開が増えている。

景品原価率は2018年以降、上昇が続いている。

2022年度 オペレーション売上

5,143億円(前年度比114.5%)

メダルゲーム

売上高 493億円(前年度比85.5%)

設置台数 76,771台(前年度比90.9%)

メダルゲームは、コーナーの機器老朽化や人員配置の見直しといった運営上の課題を背景に、一部店舗でメダルコーナーからプライズコーナーへの転換を行う動きが見られた。この影響から、2023年度の売上高および設置台数はいずれも前年を下回る結果となった。

区分別に見ると、4号転用メダルゲームの売上高は211.5億円(前年度比80.2%)、設置台数は41,719台(前年度比96.6%)となり、前年に急増した反動でやや落ち着いた推移を示した。一方、一般メダルゲームは売上高281.4億円(前年度比89.9%)、設置台数35,052台(前年度比84.9%)と、こちらも減少傾向が続いている。

他方で、コナミアミューズメント「桃太郎電鉄～メダルゲームも定番!～」や「フォーチュントリニティ時空のダイヤモンド」、セガ「ホリアテール「BINGO THEATER」」など、メダルゲームの主要メーカーから新製品が複数リリースされ、継続稼働している施設では一定の回復傾向が見られた。加えて、IPとの連動や多人数参加型の演出を取り入れた新たなゲーム性が訴求力を持ち、引き続き動向が注目されるジャンルである。

キッズカード

売上高 226億円(前年度比135.7%)

設置台数 17,326台(前年度比152.3%)

2023年度のキッズカードゲームは、売上高226億円(前年度比135.7%)、設置台数17,326台(前年度比152.3%)と大幅な伸びを示した。2022年2月に発売した「機動戦士ガンダム アーセナルベース」の売上高が年間を通して反映され、「仮面ライダーバトル ガンバレジェンズ」へのソフト交換が市場を活性化。「ポケモンメザスタ」の継続稼働も安定的な集客に寄与し、ファミリー層を中心に支持を集めた。

カプセルトイ

売上高 60億円(前年度比185.6%)

設置台数 108,490台(前年度比610.7%)

前年比で大幅な増加となり、売上・設置台数ともに急成長を見せた。とりわけ小規模施設や商業施設内での大量設置が進み、ブース形式や専門コーナー化された事例が多く見られる。

ただし、設置台数については調査対象企業間でカウント基準の違いがあることが判明しており、実数との乖離の可能性もある。今後は調査方法を見直し、より実態に即した統計の整備が求められる。

ネットワークゲーム

(オンラインゲーム)

売上高 414億円(前年度比88.4%)

ネットワークゲームは、テレビゲーム、音楽ゲーム、メダルゲームなどのカテゴリー売上に内包されているネットワーク接続を前提としたゲームジャンルのことである。

オンライン対戦や協力プレイ、ランキングイベント、バージョンアップの省力化など、プレイヤーと施設運営双方にメリットをもたらす仕組みが確立されている。

2023年度は前年度比88.4%と減少傾向を示したが、依然として多くの人気タイトルにおいてネットワーク接続は不可欠な要素となっており、運営面でもイベント活用やマッチング機能の拡充が進んだ。また、ネットワーク対応製品の構成比は、テレビゲームや音楽ゲームの売上高の中でも引き続き高い比率を占めている。

なお、メダルゲームにおけるネットワーク収益分は、メダル貸出機等の売上高からの推計値である。

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	42.4%	28.1%	21.6%	7.9%
売上高 (百万円)	17,534	11,638	8,924	3,288

その他AM機

売上高 327億円(前年度比111.9%)

設置台数 22,484台(前年度比76.8%)

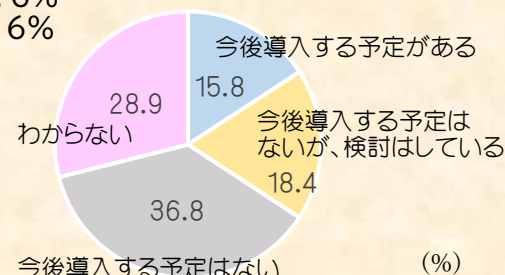
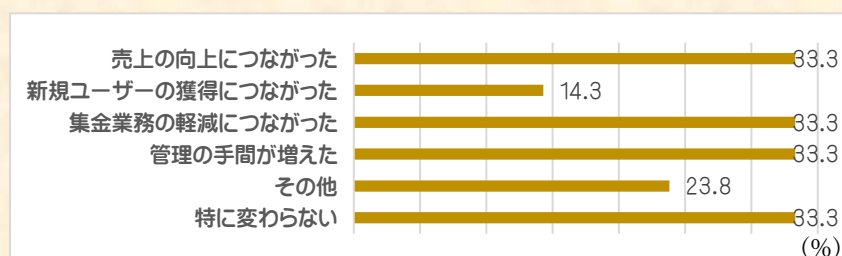
その他AM機には、モグラたたき、バスケットボールゲーム、エアホッケー、パンチングマシンなど、体感型・対戦型の定番製品が含まれる。2023年度は売上高が前年度比で増加した一方、設置台数は減少している。

これは、一部施設において時間貸し型のスペース「VS PARK」「ブートバース」など利用料がこのジャンルに含まれており、売上面では好調な運営を反映したものと考えられる。設置台数減少の背景には、筐体の老朽化やスペース効率の観点から他ジャンルへの転換が進んでいる可能性がある。

■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」 22.6%

「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」 16.6%



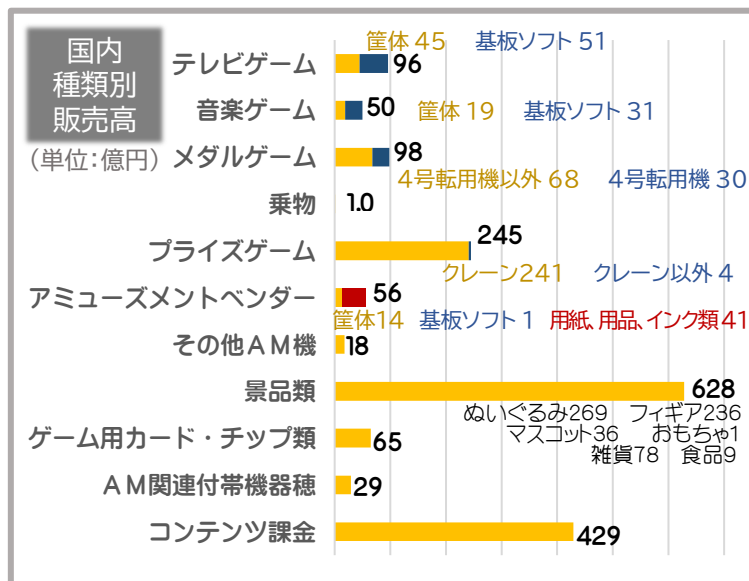
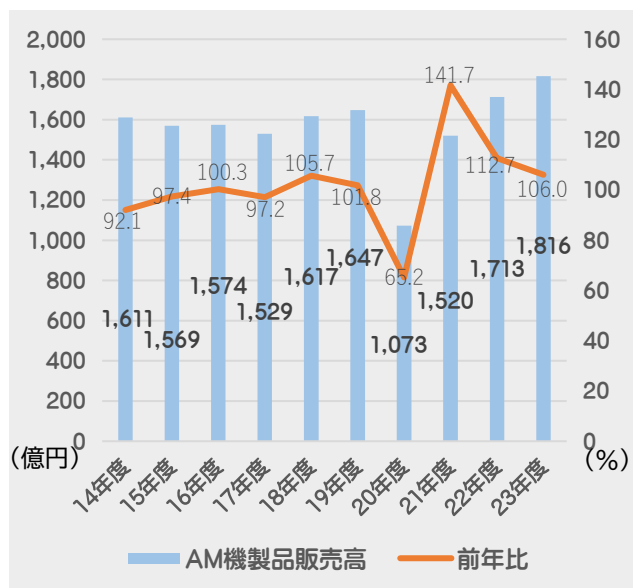
〈キャッシュレス決済導入店舗のキャッシュレス決済導入効果・課題〉

〈導入していない店舗の今後の導入予定〉

2023年度 業務用AM機製品販売高

1,816億円(前年度比106.0%)

2023年度のアミューズメント機器製品販売高は、国内向け1,716億円(前年度比105.0%)、海外向け100億円(前年度比127.4%)で、合計1,816億円(前年度比106.0%)となった。プライズ機器やネットワークゲームの堅調な販売、また海外市場での伸びが全体を牽引し、コロナ禍以降の回復傾向が継続している。



国内向け販売高の種類別内訳

テレビゲーム

販売高 96億円(前年度比202.2%)

2023年には、対戦格闘ゲーム「ストリートファイター6 アーケード版」(カプコン/タイトー)などの稼働が開始され、プレイヤー人気を集めた。これら新作タイトルの投入が稼働店舗の拡大と販売増を後押しし、前年からの反動増もあって販売高は大幅に増加した。

音楽ゲーム

販売高 50億円(前年度比151.2%)

2023年度の音楽ゲームの販売高は50億円と前年(33億円)から大きく増加し、特に基板ソフト売上(31億円・前年度比169.8%)が全体を牽引した。筐体販売も19億円(前年度比128.8%)と回復傾向が見られた。

主な新作としては、セガの「CHUNITHM SUN PLUS(チュウニズムサンプラス)」が2023年5月より、「CHUNITHM LUMINOUS(チュウニズムルミナス)」が2023年12月より、「maimaiでらっくすBUD DiES」が2023年9月より稼働を開始。人気シリーズの最新作として、楽曲や新規要素の追加が行われ、根強いファン層を中心に高稼働を維持した。その他、多くの既存タイトルでもオンラインイベントや定期的なバージョンアップが継続され、運営型モデルの定着が販売実績を支えた。

乗物

販売高 0.96億円(前年度比20.9%)

2023年度は、新製品の発売がなく、既存製品の追加導入も限定的だったことから、販売高は大幅に減少した(前年度比20.9%)。キッズ向けを中心とした乗物機器の稼働施設は徐々に回復傾向にあるものの、市場全体としては依然として厳しい状況が続いている。

メダルゲーム

販売高 98億円(前年度比157.3%)

コナミの新作「桃太郎電鉄～メダルゲームも定番!」「フォーチュンリニティ 時空のダイヤモンド」、セガの「BINGO THEATER」「ジャックポットサーカス」をはじめ、IPとの連動や多人数参加型の新機種が登場し、施設導入が進んだ。一般メダルゲームは68億円(前年度比148.4%)、4号転用メダルゲームは30億円(前年度比182.1%)と、大幅な増加を記録し、全体を力強く押し上げた。

クレーンゲーム

販売高 241億円(前年度比111.1%)

既存製品の再販に加え、ミニクレーンを含む新型筐体の継続的な投入が行われた。景品の多様化との相乗効果もあり、販売実績は前年を上回った。中でも主力である標準型クレーンゲームの販売高は前年比111.1%と堅調に推移し、引き続き市場の中核を担っている。

クレーンゲーム以外の
プライズゲーム

販売高 4.2億円(前年度比34.7%)

2023年度は新製品の投入が限られ、需要の後退もあって販売高は大きく減少した。近年はミニクレーンをはじめとするクレーンゲームへのシフトが進んでおり、本ジャンルは存在感が薄まりつつあり、市場の縮小傾向が続いている。

2022年度 業務用AM機製品販売高

1,816億円(前年度比106.0%)

アミューズメントベンダー

販売高 56億円(前年度比114.5%)

アミューズメントベンダーの販売高は前年を上回り、特に用紙・用品・インク類が41億円(前年度比126.5%)と好調に推移した。筐体販売も14億円(前年度比107.1%)だったが、基板ソフトの売上は1億円(前年度比28.6%)と大幅に減少した。

2023年度は、プリントシール機の新製品として『キューナナパーセント2』(2023年4月)や『MY PALETTE(マイパレット)』(2023年6月)が登場した。これらはユーザーの多様なニーズに応える機能やデザインを備えており、特にSNS映えを意識したシールレイアウトやセルフ撮影機能の充実により、若年層を中心に高い支持を集め、このジャンルの活性化に寄与した。

景品類

販売高 628億円(前年度比 110.9%)

2023年度のプライズゲームのオペレーション売上高(3,643億円)に対する景品代割合は34.5%(前年度33.6%)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事業者が購入した景品の総額)は1,258億円(前年度比111.4%)と推計される。

このうち本調査で得られた有効回答の景品類販売高は628億円で、49.9%をしめた。アンケート回答企業が取り扱った景品の内訳では、ぬいぐるみ(42.7%)、フィギュア(37.5%)の2ジャンルで全体の約8割を構成している。

一方で、食品や雑貨などの幅広いアイテムについては、会員企業から市販商品などがアミューズメント施設のニーズに応じて供給されており、景品購入高全体の49.9%を構成。施設運営における景品の多様化と、プライズ市場の成長を支える重要な要素となっている。

ゲーム用カード・チップ類

販売高 65億円(前年度比 112.1%)

前年(57.9億円)から増加し、全体として堅調な推移となった。特にキッズ向けタイトルの継続稼働が販売を下支えしており、新規タイトルの投入は限定的であったものの、既存タイトルの安定した運用が本ジャンルの販売高の維持に寄与した。2023年度は「ガンバレジェンズ」や「英傑大戦 六極の煌剣」といった新規タイトルも登場し、話題を集めた。

その他AM機

販売高 18億円(前年度比 124.8%)

バスケットボールゲームやパンチングマシンといった定番ジャンルが引き続き施設でのニーズを維持し、安定した供給が行われた。ポストコロナにおける来場者数の回復もあり、施設の稼働率改善に寄与した。

AM関連付帯機器他

販売高 29億円(前年度比195.7%)

新紙幣対応を見据えた両替機やメダル貸出機などの更新需要が高まり、前年を大きく上回る販売実績となった。とりわけ大型施設を中心に、POSシステムなどの一括導入が進んだことも、販売拡大の要因と考えられる。

ネットワークゲーム

販売高 126億円(前年度比 123.2%)

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。ネットワークゲーム(ソフトを含む)の製品販売高の種別構成は下表の通り。

2023年度は「CHUNITHM LUMINOUS」などのオンライン対応製品が継続稼働し、バージョンアップやランキングイベントといった定常的な運用施策が浸透した。特にテレビゲームや音楽ゲームにおいては、通信回線を前提とした運用が一般化しており、ネットワーク機能を活用した新たなサービス提供が販売高を押し上げる要因となった。

	テレビゲーム	音楽ゲーム	メダルゲーム	アミューズメントベンダー、他
構成比	61.2%	12.2%	8.0%	18.6%
売上高(百万円)	7,741	1,548	1,011	2,353

コンテンツ課金、シェアモデルなどの売上

販売高 429億円、(前年度比 77.3%)

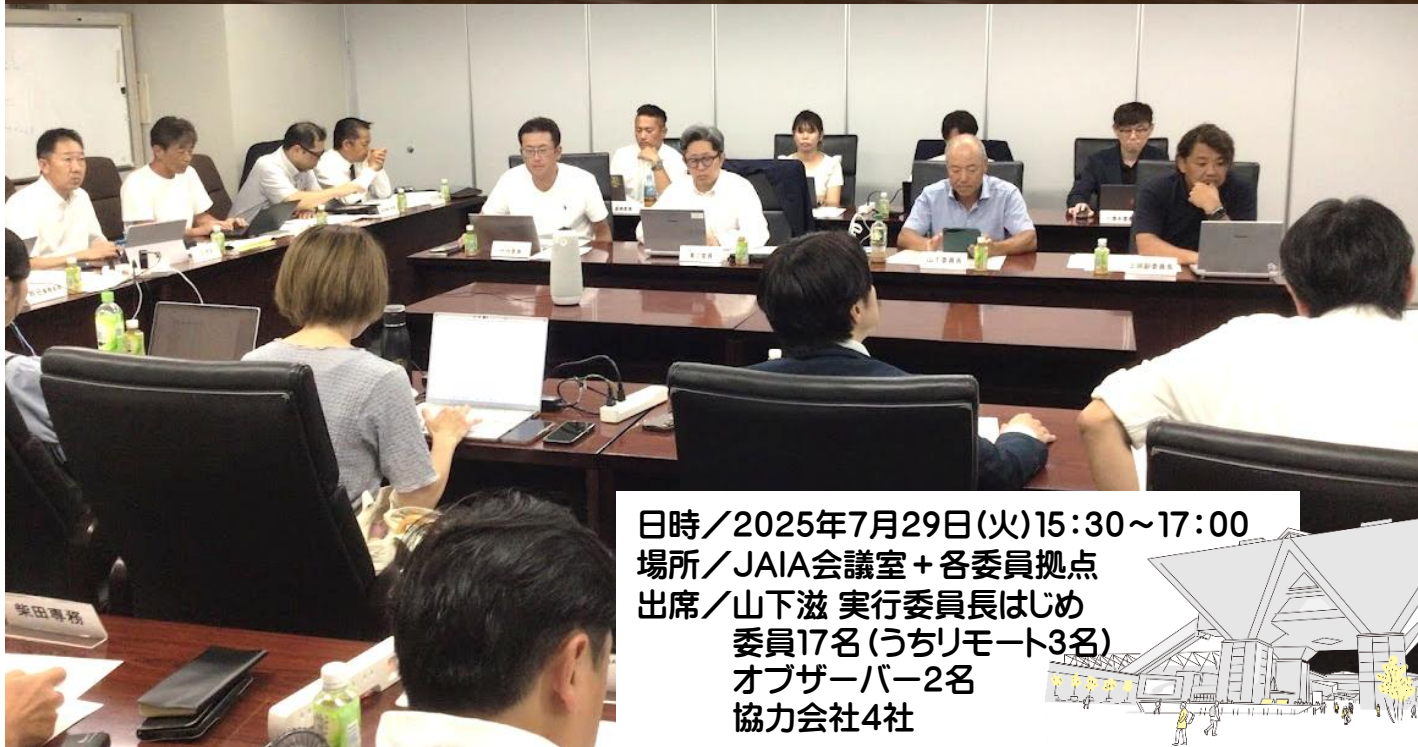
2022年度に拡大したシェアモデルやコンテンツ課金は定着したものの、2023年度は前年の急成長の反動に加え、「グルーヴコースター4MAX:ダイヤモンドギャラクシー」や「機動戦士ガンダム 戦場の絆II」など、オンライン対応の大型タイトルのサービス終了・運用縮小の影響を受け、販売高は前年を下回った。

『JAIAプレス』発行をメールでお知らせします



JAIAプレス編集部では、JAIA会員に、【JAIA通信】として『月刊JAIAプレス』発行のご案内をWEB公開と同時に行っています。店舗単位・営業所単位でのご登録もOKです。メールアドレスを下記アドレスにご連絡ください。

AMUSEMENT EXPO 2025 第3回実行委員会



日時／2025年7月29日(火)15:30～17:00

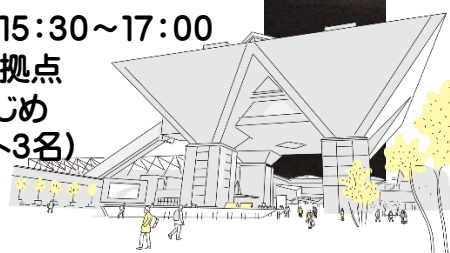
場所／JAIA会議室+各委員拠点

出席／山下滋 実行委員長はじめ

委員17名(うちリモート3名)

オブザーバー2名

協力会社4社



1. 出展申込結果ならびに収支見込について

事務局から、出展申込(7月10日締切)結果に基づき出展社数および出展小間数が報告され、確認。

出展社数は54社、出展小間数597小間。なお、このうちJAIA非加盟で入会を申請中の企業については、9月の理事会で入会が承認された後、正式に出展が確定する。

2. 小間割案について

事務局から資料に基づき小間割案に関する説明があった。

◎例年、壁沿いに配置されていたプライズフェアのブースは、中央にレイアウトする。

◎BtoBを主軸とする部品ゾーン・システム関連ゾーンは壁側に配置し、隣接して「ビジネスラウンジ」(今年度新設)を置く。

◎ビジネスラウンジは、出展社とその関係者のみ利用可能な商談スペースとし、出展社の商談機会を確保・促進する場として活用する。

【部会活動報告】

—企画部会—

①主催者事業について

昨年好評だったユーザーデー、ビジネスデーでのイベントに加え、国産クレーンゲーム発売60周年にあた

る今年はその記念イベントを実施。(※詳細は3ページ)

②広報PR計画について

今年度から広告代理店を変更。8月1日のリリースを第1弾とし、9月1日のチケット販売以降、告知活動を行っていく。

③ポスター SNS連携、サイト公開

8月1日に公式サイトを公開、随時情報発信を行っていく他、公式Xによる情報発信、会員企業のXアカウントと連携したプレキャンペーンを実施。また、会員企業店舗へ告知を依頼し(デジタルサイネージへの掲載やポスター掲示)、ポスター掲示協力店舗には各店舗でのプレゼント用展示会無料チケットを提供する。

—BtoB部会—

①搬出時の作業時間について

搬出をスムーズにするため、会期直前、搬出入の担当者を対象に説明会を実施する。

②来場システムの見直しについて

入場時に渋滞が発生しないよう来場システムを刷新。WEB登録後、来場者自身がチケットを印刷し持参する方式とする。

—検査担当部会—

①出展品検査規定の変更、出展品リスト様式の見直しについて

店舗活性推進委員会

日時／2025年8月7日(木)15:00～

場所／JAIA会議室+各委員拠点

出席／貞国顕委員長はじめ

委員15名(うちリモート6名)

オブザーバー1名

7月29日の第3回エキスポ実行委員会において、主催者ゾーンが確定したことを受け開催。

エキスポ実行委員会で決定した内容をもとに、以下の通り、担当する各部会に分かれ、オンライン形式で具体的な企画内容を検討することとした。なお、それぞれ第1回会合は8月中に実施することを確認。

◎研修部会——「スタッフ検定」の実施内容

◎業界PR部会——「SNSでの告知」等の広報施策

◎イベント部会——「クレーン検定」の企画

遊園施設 事業部



第27回遊園企画委員会 ならびに 第21回遊園国際委員会

日時／2025年8月8日(金)

15時30分～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・中央区)

出席／良知昇企画委員長、櫻井傑国際委員長

はじめ委員7名+協力委員2名

+事務局2名

議長／良知企画委員長(三精テクノロジー(株))



1. 委員の交代について

事務局から資料に基づき、委員2名の交代と前委員の協力委員就任について説明があり、全会一致で了承された。新委員、協力委員は次の通り(敬称略)

<新委員>

前田一也((株)バンダイナムコエクスペリエンス執行役員
CXパーク事業ディビジョン ディビジョンマネージャー)

森 悠二(泉陽興業(株) 常務取締役)

<新協力委員>

大類昭雄((株)バンダイナムコアミューズメント 執行役員
アミューズメント事業ディビジョンマネージャー)

高島省吾(泉陽興業(株)専務取締役東京支社長)

2. 2025年度遊園施設事業部会の事業計画実施状況

◎令和7年度遊園施設安全管理講習会の開催計画について
JAIA主催の標記講習会に関し、事務局より、開催案内案および収支予算に基づき説明がなされ、検討したところ了承された。

開催日程／2025年11月28日(金)

開催場所／北浜フォーラム会議室(大阪市中央区)

講習科目／遊園施設の維持保全計画と運行管理

遊園施設の申請の流れ(建築基準法)

遊園施設の技術概論

・非破壊検査と最新の新技術(仮題)

・ロックアウトシステムについて(仮題)

※開催概要は次号に掲載予定

◎2025年度部会員懇談会・懇親会の開催計画について

今年度の懇談会・懇親会スケジュールについて、事務局が資料に基づき次のように説明。また、懇談会の検討テーマの1つとして事務局から「カスハラ対策について」の提案があり、検討したところ了承された。

開催日時／2025年10月23日(木)14時30分集合

開催場所／富士山三島東急ホテル(集合・懇親会・宿泊)

三島市民文化会館ゆうゆうホール(懇談会)

☆翌日、ファイブハンドレットクラブ(静岡県裾野市)において親睦ゴルフコンペを予定。

◎令和6年度定期検査報告台数の統計について

資料「遊園施設定期検査報告書受付台数一覧」に基づき、事務局が令和6年度の台数等を報告。受付合計1,044台で前年度(990台)から微増であることを確認した。

◎遊園施設事業部の事業執行状況報告

資料「遊園施設事業部の執行状況報告(上半期分)」に基づき、事務局から報告がなされた。

3. 国土交通省、(一社)日本建築設備・昇降機センター関係

(1)昇降機等検査員の受講要件について

標記受講要件に関し、受講資格が現在最長で11年の実務経験を要すること、検査業務に従事する人員の定着率の低下などから人員確保が難しい状況であるため、実務経験年数の削減について関係官庁並びに関係団体等に要望書を提出したい旨、高島委員より提案がなされ、種々検討の結果、全会一致で了承された。なお、小竹常務理事から、本件については今後、JAIAの常任理事会及び理事会での審議が予定されていることが報告された。

(2)平20国交省告示第284号(遊園施設)の改正について

標記告示の改正(令和6年6月28日公布・令和7年7月1日施行)に伴い、今回令和7年1月29日付国住指第369号通達の技術的助言で新しくなった定期検査報告書の検査結果表とその改正事項について、事務局が説明・報告。

6. 国際委員会報告

櫻井国際委員長から次の報告があった。

(1)IAAPA 2025-2026

ヨーロッパ 2025/9/22～25(スペイン・バルセロナ)

アメリカ 2025/11/17～21(アメリカ・フロリダ)

アジア 2026/6/9～12(香港)

(2)IAAPA ASIA (中国・上海)報告

6月30日(月)～7月3日(木)の4日間開催。来場者数7,093名で昨年(バンコク:4,623名)から約53%増。出展社も増加傾向。(参考/米国のIAAPA 41,429名)

(3)国際動向・新施設オープン情報

「レゴランド上海リゾート」が7月5日グランドオープン。8つのテーマランドとテーマホテルで構成、マーリンが提供する中国初の国際的なレゴテーマリゾートとなる。料金体系は、ローシーズン～特別ピーク日と6段階。レギュラーシーズンは大人379元(7800円)、こども300元(6200円)。ちなみに、日本では大人5500円、こども4800円。

8. その他

(1)最近の統計調査(事務局より報告説明)

◎特定サービス産業動態統計調査〈経済産業省資料〉

遊園地・テーマパークの2024年10月～12月の売上高と入場者数の統計は、

・売上高 268,937百万円(前年同期比14,881百万円増)

・入場者数 20,927,118人(同 マイナス202,217人)

となり、入場料の多様化及び各施設の予約料金の設定等により入場者数の減少分を売上高が上回るという新しい現象が見られた。

◎訪日外客数〈日本政府観光局JNTO資料〉※次ページ

施設営業事業部



運営委員会

日時／2025年8月5日(火)14時～ 場所／JAIA会議室(一部リモート)
出席／内田慎一事業部長はじめ委員10名(うちリモート3名)+事務局

JAIAステッカーの製作について

AOU(JAIA施設営業事業部の前身)では、AOUの会員証「AOUステッカー」を発行、会員店舗に対し見やすい場所に掲示して健全な施設であることをアピールするよう呼び掛けていたが、JAIAが発足した2018年以降、こうした会員証を発行していない。

そのため、新たにJAIAステッカーを製作し、店舗内の既存のAOUステッカーとの入替を行っていくことが2月の運営委員会で決議され、今年度の活動計画の一環として6月のJAIA総会にて承認、予算計上がなされていることを確認した。

JAIAステッカーのデザインについては「JAIA会員証」の文言を入れて製作し、配布。会員各社が掲示店舗のリストをJAIAに提出するかたちとし、JAIA内部でリスト化することとした(当面、JAIA事務局で会員企業の店舗を把握するのみに使用、公開はしない)。

なお、JAIAステッカーは、JAIA会員店舗として風適法を遵守した運営を行っていることをアピールするものであり、改めて健全営業に関する正しい認識の周知徹底が必要との意見が出て、細かな事例等含め事務局で会員に向けた資料を作成することとなった。

ステッカーの配布、情報収集と資料の配布は、準備が整い次第、概ね秋口から実施する予定。

四国地区ならびに各地区、県本部の活動について

<四国地区>

愛媛県本部長の(有)菊池商事の退会に伴い、四国地区4県本部はゼムスに集約されることが報告された。

<地区・県本部>

現在、県本部が未設置となっている県があることを確認。地方オベレーターの減少が進んでいることから、今後は地区の統廃合を視野に入れることも必要との方向性が示された。

今年度は現状のままとしつつ、次年度以降の組織のあり方について下期の運営委員会で引き続き協議し、組織計画、活動計画に反映させることとなった。

2026年度全国情報交換会について

9月12日締切で参加者募集を行っている2025年度の全国情報交換会(広島／9月25日～26日)の申込状況を確認後、2026年度の開催地等について意見交換。

討議の結果、広島での全国情報交換会での引継式に関しては事務局が一旦引き継ぐ形とし、下期の運営委員会において、開催の是非、開催する場合の運営組織等を検討することとした。

日本政府観光局(JNTO)発表 訪日外客数(2025年6月推計値) ※2025年7月16日発表

- 6月の訪日外客数は3,377,800人で、前年同月比では7.6%増となり、6月として過去最高を記録した。また、上半期の累計では21,518,100人となり、2024年同期を370万人以上上回るとともに、過去最速となる6か月で2,000万人を突破した。
- 6月は5月と同様に夏休みシーズン前となり、訪日需要が比較的落ち着く時期であるものの、多くの市場でスクールホリデーに合わせた訪日需要の高まりがみられたこと等により、東アジアでは中国、韓国、東南アジアではシンガポール、インド、欧米豪では米国、ドイツを中心に訪日外客数が増加したことが今月の押し上げ要因となった。
- 米国で単月過去最高を更新した他、韓国や台湾、シンガポールなど15市場で6月として過去最高を記録。

国・地域	2024 年1～6月	2025年1～6月	伸率(%)
総数	17,782,422	21,518,100	21.0
韓国	4,442,111	4,783,500	7.7
中国	3,072,856	4,718,300	53.5
台湾	2,979,197	3,284,700	10.3
香港	1,276,107	1,271,100	-0.4
タイ	618,310	680,500	10.1
シンガポール	300,027	345,200	15.1
マレーシア	241,797	323,900	34.0
インドネシア	263,822	336,000	27.4
フィリピン	401,767	448,100	11.5
ベトナム	331,898	364,500	9.8
インド	121,893	171,100	40.4

「ユーザーの声」
大募集！！

JAIAプレスでは、アミューズメント施設のさらなる質向上のため、来場されたお客様のご意見を毎月掲載しています。全国のオベレーターの皆様。アンケート箱等を設置する等ご協力いただき、貴店舗の「ユーザーの声」をお寄せください。

お問合せ・送付先

〒102-0074 東京都千代田区九段南3-8-1 飛栄九段ビル8F
fukawa@jaia.jp TEL03-6272-9401 FAX03-6272-9411

【担当/富川】



開催日／2025年5月17日(木)

場 所／水戸プラザホテル

参加者／地域・行政代表11名+JAIA関係20名

地域・行政側出席者(11名)

茨城県福祉部子ども政策局青少年家庭課 課長補佐	村田 是氏
“ 青少年指導員	皆川澄雄氏
茨城県警察本部生活安全部 生活安全総務課課長補佐	秋山甲輔氏
“ 人身安全少年課課長補佐	古井大志氏
公益財団法人茨城県防犯協会 専務理事	飛田孝一氏
“ 事務局長	山口鉄王氏
教育庁学校教育部 特別支援教育課指導主事	平野康人氏
“ 支援・いじめ対策推進室室長補佐	金澤泰治氏
茨城県青少年相談員連絡協議会 会長	澤幡敬智氏
茨城県PTA連絡協議会 副会長	山形和義氏
茨城県学校長会 水戸市立双葉台中学校校長	大内邦明氏

AM業界側出席者(20名)

JAIA 専務理事	柴田 健
JAIA 施設営業事業部茨城県本部 本部長	杉原壮平
(株)GENDA GiGO Entertainment 社長室 <司会>	坪根佳典
“ 茨城第一エリアマネージャー	本多祐二
“ 茨城第二エリアマネージャー	遠藤 裕
“	中道昭夫
(株)ウチダ 代表取締役社長	内田真人
“ 専務取締役	伊藤 恒
(株)藤本 代表取締役	藤本崇人
(株)カブコン 店舗運営部エリアリーダー	館山 繁
(株)共和コーポレーション 第7エリア シニアマネージャー	小木曾幸彦
“ アビナ下館	越野孝之
(株)ソユー 第2店舗統括部マネージャー	酒井隆史
“ 守谷店店長	笹澤英之
(株)ルルアーク FESTA古河店	石崎彬宏
(株)タイトー 佐野新都市店 ストアマネージャー	小林正敬
“ 栃木エリアマネージャー	大瀧梨絵
“ イオンタウン水戸南店ストアマネージャー	三森千久
“ 関東エリアマネージャー	草本啓志
(株)バンダイナムコミュージックメント東関東エリアマネージャー	瀬口 恒



JAIA施設営業事業部では、地域・行政の方々との積極的な対話により相互理解を深め、青少年健全育成に向けた強固な協力体制を築くべく「地域懇談会」を主要事業の1つとして位置付けている。

2015年の風適法改正に伴い、4県を除く全国の都道府県の条例が変わり、保護者同伴時の年少者立入時間の緩和が実現したが、茨城県はその4県のうちの1つ。コロナ禍を挟み、5年ぶり15回目(水戸では12回目)の地域懇談会となった。

茨城県本部の杉原壮平本部長(GENDA GiGO Entertainment)の主催者挨拶、プロモーションビデオによるJAIAの紹介に続き、意見交換。業界側出席者による現場の状況説明の後、柴田専務理事の閉会挨拶で終了となった。なお、現場からは、特に埼玉をはじめとした近隣からのお客様とのトラブル(条例の違いによる退店時間)が各社から報告された他、地域の小中学校から職業体験の依頼が近年増えていることなどが説明された。

地域・行政側のご意見は以下の通り。

茨城県

地域懇談会

- ◎県内で許可を受けているゲームセンターは48店舗で、近年はほぼ横ばい。適正な運営がなされているかを確認するため定期的に立入を実施しており、その際の協力をお願いしたい。(県警本部・生活安全総務課)
- ◎ゲームセンターでの不良行為少年は令和6年で65人。このうち、18時以降の入店で補導された少年が22人。また、店舗敷地外(駐車場や周辺)でたむろしていた少年が55人。引き続き、警察としても立ち入り等を通じて青少年の健全育成に努めていく。(県警本部・人身安全少年課)
- ◎先程のJAIAのプロモーションビデオを拝見し、日本アミューズメント産業協会の皆様が少年非行防止や健全育成に真剣に取り組まれていることを知り、大変心強く感じた。本日はこのような意見交換の場に一緒にさせていただき感謝している。(県防犯協会専務理事)
- ◎風俗営業管理者講習の実務を担当しているが、ゲームセンターの皆様はほぼ100%という非常に高い出席率で受講いただいております。大変ありがたく感じています。ちなみに、講習の際に実施しているアンケートでは、「午後6時以降の16歳未満の入店制限」に関し複数の意見が寄せられている。(県防犯協会事務局)
- ◎県では「青少年の健全育成に協力する店」の登録を推進しており、ゲームセンターのほぼすべてが登録済み。現在の健全育成施策の重点は、非行防止から「被害防止」「福祉的支援」へとシフトしている。ゲームセンターはかつて「たまり場」とされていたが、現在では「日常的な居場所」となっている子どもも見受けられる。「様子がおかしい」「福祉的支援が必要では」と感じられる子どもがいたら、情報提供いただけるとありがたい。(県福祉部子ども政策局)

- ◎以前は非行傾向のある子どもがコンビニの前や友人宅などでたむろしている姿が見られたが、今はそうした姿はあまり見られず「どこにいるのかわからない」「自室でゲームしているのでは」といった印象もある。そんな中、ゲームセンターが居場所になっているとの話は非常にありがたい。そうした実情を踏まえ、単なる巡回だけでなく、子どもの居場所づくりや何か新しい取組ができないかを模索している段階。(県青少年相談員連絡協議会)
- ◎過去3年分の事故報告を確認したところ、ゲームセンターで発生したトラブル、ゲームセンターに起因する問題行動はゼロ件。一方、ゲームを介したものでは「オンライン上で知り合った相手とのトラブル」が年々増加している。自身の経験からも、ゲームセンターは家族で楽しむ健全な娯楽の場として認識されているのは明らかで、協会がこれまで青少年健全育成に真摯に取り組まれてきたことを感じた。(県教育庁学校教育部)
- ◎余暇活動としてのゲームセンターは今後ますます重要な役割を持つと考えている。(県教育庁特別支援教育課)
- ◎ゲームセンターを起因とする明確なトラブルは、学校現場では特に報告されていない。(県学校長会)
- ◎PTA会員の多くの親子が日常的にゲームセンターを利用している。ゲームセンターは以前より明るく安全な雰囲気、親子で楽しめる施設になっていると感じている。先日、親子で水戸駅前のゲームセンターを訪れた際、利用可能時間を過ぎていたことに気づかず、スタッフの方から柔らかく声かけをされた。利用時間の管理、スタッフの対応もしっかりし非常に安心感があつた。今後も青少年や親子にとっての「魅力ある空間」として、さらに進化・アップデートされることを期待している。(県PTA連絡協議会)



事務局
報告



SC営業委員会 2025年度視察ツアー

日程／7月24日(木)～25日(金) 場所／長崎スタジアムシティ、他 参加／27社47名

長崎スタジアムシティ

24日は、各自で長崎市内の商業施設やアミューズメント施設を視察した後、参加者全員が長崎駅に集合し、専用バスで「長崎スタジアムシティ」へ移動しました。

この施設は、ジャパネットグループが2024年10月14日に開業した複合施設です。三菱重工業長崎造船所幸町工場跡地の再開発として、コンサートなども開催できるサッカースタジアムとアリーナを中心に、90店舗のSC施設、ホテル、オフィスが併設されています。オフィス棟には長崎大学大学院も入居しており、産官学連携の拠点を目指しています。

スタジアムシティでは、施設内のツアーで開発の目的や経緯、体験型消費を実現するための今後の展開について説明を受けました。平日9,000人、休日には2～3万人の来場があり、目標通りの集客だということです。

長崎駅周辺の再開発と連携、アミューズメント施設に求められる役割の変化【講演】

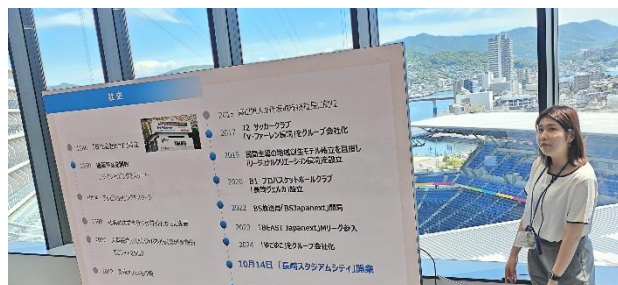
次に、宿泊ホテルの会議室にて、長崎駅ビル「アミュプラザ長崎」の大規模リニューアルについての講演を聴講しました。西九州新幹線の開業と並行して進められたこの再開発は、これまで長崎から他商圏へ流出していた消費者を呼び戻すため、高級感やトレンド、観光要素を加えることを目的に「新館」、「かもめ市場」を設置したものです。

スタジアムシティの開業後は、市内の商業施設が合同イベントを行うなど、競争ではなく連携して長崎の商業施設全体の魅力を高める取り組みが始まっています。

講演では、商業施設がアミューズメント施設に求める役割について言及がありました。これまでは、多様な顧客層の集客、滞在時間の延長、「コト消費」の実現といった面でアミューズメント施設が活用されていました。しかし今後は、「推し活」など多様化する価値観を尊重し、共感を生むイベントを通じて、アミューズメント施設が新たなコミュニティを形成する場になることを期待するとのことでした。そして、このコミュニティが商業施設にも波及することで、購買行動以外の体験や新たな来店目的を創出したいという期待が述べられました。

懇親会

講演後には懇親会が開催されました。JAIAの田村雅壽会長の挨拶と乾杯で始まり、参加者は2時間ほど親睦を深めました。最後は川崎寛副会長の中締めで閉会しました。



講演「長崎駅周辺再開発に伴うアミュプラザ長崎の大規模リニューアル」
講師／(株)JR長崎シティ 営業部企画広報課課長 兼 経営企画室 藤安得博氏

ゴルフコンパ

翌25日は情報交換会として、大村湾のリアス海岸に造られた「バサージュ琴海アイランドゴルフクラブ」でゴルフコンパが開催され、28名が参加しました。海をハザードにしたリンクスコースでのプレーを各々が楽しみました。

優勝 筒井 智章氏((株)アミパラ)
準優勝 筒井 康平氏((株)アミパラ)
3位 川井 一功氏((株)CUE)



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

業界のDX化を実現するため、会員各位に協力をお願いしているJAIAコードデータベースの登録については、登録件数が着実に増加しています。

特に、大手プライズメーカーの協力により、8月以降は商品受注に活用できる景品登録が定着しました。これにより、商品発売の4ヶ月前にはデータベース上で商品情報が確認でき、購入する事業者による効率的な商品選択や発注が可能となっています。



事業者登録／54社
店舗登録／381店
AM マシン登録／199商品
景品登録／52,783商品



キャッシュレス決済推進特別委員会の活動報告

2025年8月7日に開催された第105回キャッシュレス決済推進特別委員会事務局全体会(参加者19名)では、以下の議題について審議が行われました。

①AM プライズ商品のデータベース登録:

受発注時のデータ活用を目的として、各メーカーに発売4ヶ月前までのデータベース登録を継続して要請しています。今後は、オペレーターでのデータベース利用をさらに促進するための具体的な対策を検討していく方針です。

③「決済などの情報収集端末取付容易化ガイドライン」の改正提案:

端末と機器の接続を標準化するため、既存ガイドラインの改正について検討を進めることになりました。今後は、JAIA AM 技術委員会と連携し、詳細な検討を進めてまいります。

②JAIA デジタル規格(JDS)の改訂:

JAIA コードデータベースの改修に伴い、JDS の改訂案が提案され、承認されました。改訂版は、データベースのリリースが予定されている2025年9月下旬に発表されます。

第105回事務局全体会議

日 時／2025年8月7日(木)16:00～17:00
開催方法／Teamsによるオンライン開催
参 加 者／19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4月1日～令和7年6月30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/2025/250617_5gou.pdf

対象業種

ゲームセンター(通番528 日本標準産業分類8065)
娯楽用機械製造業(通番298 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407 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)



夏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 令和7年5月23日決定

https://www.enecho.meti.go.jp/category/saving_and_new/saving/government/shouene_torikumi.html

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する際に「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)マインズ	北電子	パチスロ	ブレイクIIシリーズ	マイジャグラーIII	2025/7/9
(株)マインズ	サミー	パチスロ	ブレイクIIシリーズ	スマスロ北斗の拳	2025/7/9
(株)マインズ	山佐	パチスロ	ブレイクIIシリーズ	スマスロ モンキーターンV	2025/7/9
(株)マインズ	山佐	パチスロ	ブレイクIIシリーズ	スマスロ ゴッドイーター リザレクション	2025/7/9
(株)マインズ	山佐	パチスロ	ブレイクIIシリーズ	スマスロ アイドルマスター ミリオンライブ! ネクストブローグ	2025/7/9
(株)マインズ	メーシー	パチスロ	ブレイクIIシリーズ	SLOT 劇場版魔法少女まどか☆マギカ(新編)	2025/7/9
(株)マインズ	ビスティ	パチスロ	ブレイクIIシリーズ	L パチスロ機動戦士ガンダムSEED	2025/7/9
(株)マインズ	銀座	パチンコ	ブレイクIIシリーズ	P 盾の勇者の成り上がり	2025/7/9
(株)マインズ	高尾	パチンコ	ブレイクIIシリーズ	P 弾球黙示録カイジ沼5	2025/7/9
(株)マインズ	ミズホ	パチンコ	ブレイクIIシリーズ	P ドラムだ!金ドン 花火外伝	2025/7/9
(株)マインズ	豊丸	パチンコ	ブレイクIIシリーズ	P yes! 高須クリニック〜超整形BLACK	2025/7/9
(株)マインズ	ジェイビー	パチンコ	ブレイクIIシリーズ	CRうちのボチーズDX	2025/7/9
(株)東プロ	ジェイビー	パチンコ	プロハンター	e からくりサーカス2 魔王ver.	2025/7/10
(株)東プロ	三洋	パチンコ	プロハンター	e 大海物語5スペシャル	2025/7/10
(株)東プロ	ビスティ	パチンコ	プロハンター	P 新世紀エヴァンゲリオン 未来への咆哮	2025/7/10
(株)東プロ	三洋	パチンコ	プロハンター	P スーパー海物語IN沖縄5	2025/7/10
(株)東プロ	三洋	パチンコ	プロハンター	P 大工の源さん 超韋駄天	2025/7/10
(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	2025/7/10
(株)東プロ	オリンピアエステート	パチスロ	ハイパースロット	L ToLOVEるダークネス	2025/7/10
(株)東プロ	セブンスター	パチスロ	ハイパースロット	L ゴッドイーター リザレクション	2025/7/10
(株)東プロ	三共	パチスロ	ハイパースロット	L からくりサーカス	2025/7/10
(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	2025/7/10
(株)東プロ	サミー	パチスロ	ハイパースロット	L スマスロ北斗の拳	2025/7/10
(株)三田商事	オリンピアエステート	パチスロ	REACHα	L パチスロ北斗の拳 AD XR	2025/7/10
(株)アップワード	オリンピアエステート	パチスロ	APRECIVE	L 戦国乙女	2025/7/10
(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!	2025/7/10
(株)アップワード	サミー	パチスロ	APRECIVE	L 聖戦士ダンバイン	2025/7/10
(株)アップワード	エキサイト	パチスロ	APRECIVE	L サラリーマン金太郎	2025/7/10
(株)アップワード	三共	パチスロ	APRECIVE	L パチスロダンベル何キロ持てる?	2025/7/10
(株)アップワード	三共	パチスロ	APRECIVE	L パチスロ革命機ヴァルヴレイヴ	2025/7/10
(株)アップワード	ビスティ	パチスロ	APRECIVE	L ゴジラ対エヴァンゲリオン	2025/7/10
(株)アップワード	三共	パチンコ	APRECIVE	PF かぐや様は告らせたい	2025/7/10
(株)サクシード	三共	パチスロ	スマートベガス	L からくりサーカスG	2025/7/15
(株)サクシード	三共	パチスロ	スマートベガス	L ダンベル何キロ持てる? X	2025/7/15
(株)サクシード	三共	パチスロ	スマートベガス	L 炎炎の消防隊JG	2025/7/15
(株)サクシード	オリンピアエステート	パチスロ	スマートベガス	L ToLOVEるダークネスS6	2025/7/15
(株)サクシード	山佐	パチスロ	スマートベガス	L モンキーターン5CE	2025/7/15
(株)サクシード	サミー	パチスロ	スマートベガス	L パチスロ北斗の拳AD XR	2025/7/15
(株)サクシード	オリンピアエステート	パチスロ	スマートベガス	L 主役は銭形4L1	2025/7/18
(株)アップワード	三共	パチスロ	APRECIVE	L パチスロダンベル何キロ持てる?	2025/7/18
(株)マインズ	サミー	パチスロ	ブレイクIIシリーズ	スマスロ 聖戦士ダンバイン	2025/7/18
(株)マインズ	エキサイト	パチスロ	ブレイクIIシリーズ	L サラリーマン金太郎	2025/7/18
(株)マインズ	ミズホ	パチスロ	ブレイクIIシリーズ	あなたのオット! ? はーです	2025/7/18
(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 うまい棒2	2025/7/18
(株)マインズ	三共	パチンコ	ブレイクIIシリーズ	eF からくりサーカス2 魔王ver.	2025/7/18
(株)マインズ	三共	パチンコ	ブレイクIIシリーズ	PA スーパー海物語IN地中海2	2025/7/18
(株)東プロ	サミー	パチスロ	ハイパースロット	L スマスロ北斗の拳	2025/7/23
(株)東プロ	オリンピアエステート	パチスロ	ハイパースロット	L 戦国乙女4 戦乱に閃く炯眼の軍師	2025/7/23
(株)東プロ	オリンピアエステート	パチスロ	ハイパースロット	L ToLOVEるダークネス	2025/7/23
(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	2025/7/23
(株)東プロ	京楽産業.	パチンコ	プロハンター	e ばちんこ ソードアート・オンライン	2025/7/23
(株)東プロ	ビスティ	パチンコ	プロハンター	P 新世紀エヴァンゲリオン 未来への咆哮	2025/7/23
(株)東プロ	ジェイビー	パチンコ	プロハンター	e からくりサーカス2 魔王ver.	2025/7/23
(株)サクシード	三共	パチスロ	スマートベガス	L 革命機ヴァルヴレイヴD	2025/7/23

※2025年7月9日～7月末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、景品専用開発された物品を除き、一般市場における価格とする。

なお、景品専用開発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ない。
- 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 景品が手渡しで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

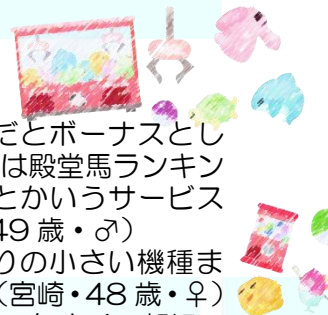
このガイドラインは、2022年3月1日から適用する。



ユーザーの声

- トイレ使用後は必ず水を流すように、貼り紙でもしてほしいです。小さい子どもだと思いますが、流していないことが時々あります。これから夏休みになると子どもさんが増えると思うので是非お願いしたいです。(宮崎・65歳・♀)
- 夏休みになるので、クレーンゲームコーナーにスタッフを増やしてくれたらいいなあと思います。(宮崎・23歳・♂)
- ずっと座っていると寒いので、何か良い対策はないのでしょうか。(宮崎・52歳・♂)
- スタッフの方の笑顔が欲しい。機械トラブル等でスタッフがなかなか近くにいないと困る時がある。(宮崎・70歳・♂)
- 最近になって、台をたたく、箱を投げる、メダルを拾ってまわる等、あまり見過ごせない行為をする人が多くなったように感じます。治安の改善をしていくのは難しいのでしょうか。ゲーム機のメンテナンスについては最近改善されていると感じます。イベントの企画も色々考えてください。(宮崎・34歳・♂)

- 月間ランキングで〇位以内だとボーナスとしてメダルをもらえる、競馬では殿堂馬ランキング〇位以内も同じように…とかいうサービスとかどうでしょう。(愛知・49歳・♂)
- 大きく当たる機種から当たりの小さい機種まで幅広くそろえてください。(宮崎・48歳・♀)
- 店員さんが明るいだけでなく、気さくで親切。細かな要望にも対応してくれます。たぶん社員教育が徹底しているのでしょうか。感謝しています。(栃木・66歳・♂)
- メダルゲームコーナーでパチンコやってる人は少ない。パチンコ台を減らしてスロット台を多くしてほしいです。(栃木・47歳・♂)
- こんなゲームがあったらいいな。とたくさんの客にアンケート調査をして、結果をまとめてメーカーに伝えるとかして。(栃木・33歳・♀)
- 店員の皆様がしっかりと話を聞いてくれて要望にも応えてくれる。音楽ゲームをやる身ですが、音の干渉を防ぐためにセパレートを置いてくれたり、細かい気配り！(栃木・31歳・♂)



電子マネー・QRコード決済を1端末で実現!

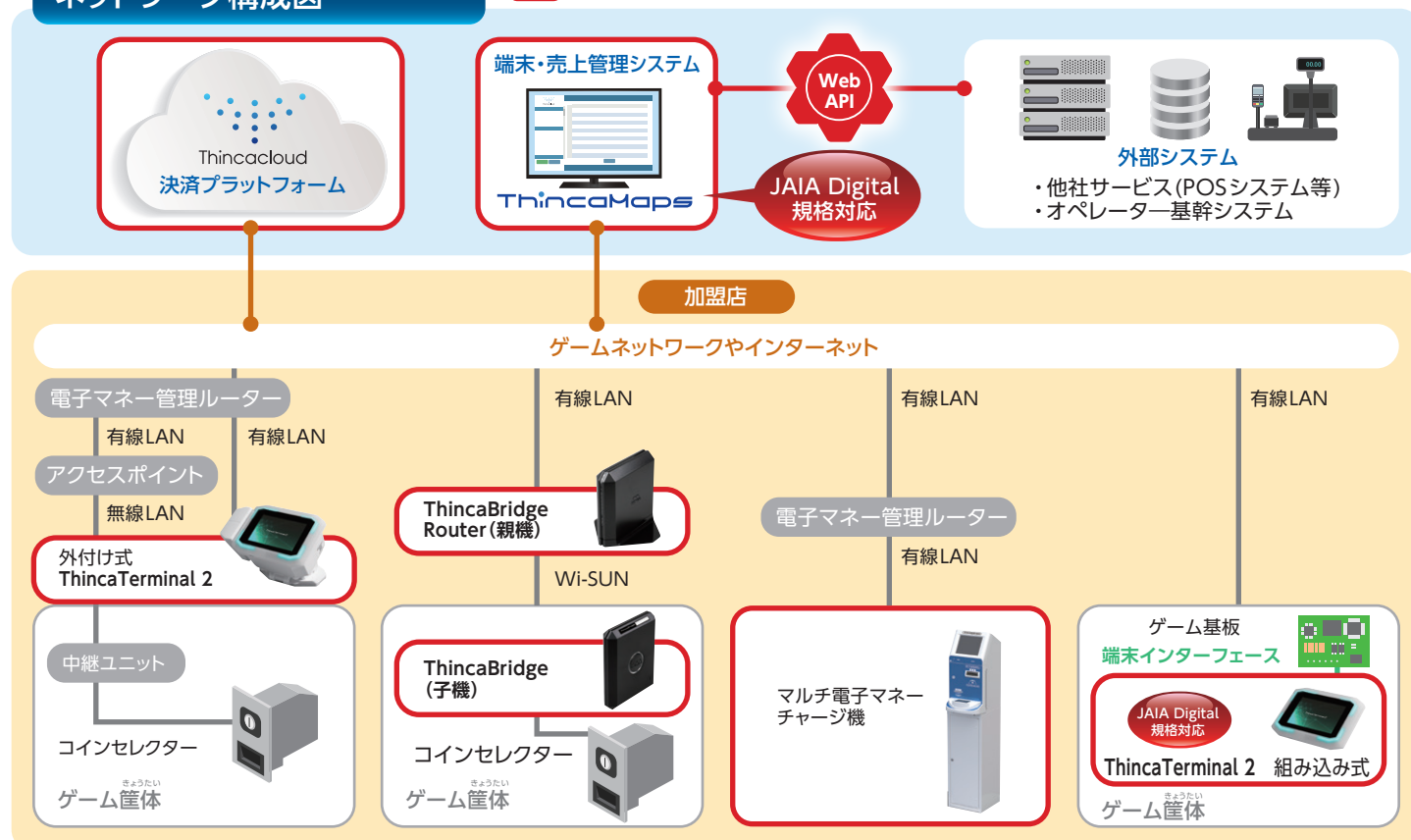
JAIA 推奨端末! ThıncaTerminal 2

- 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。

製品の販売/サービスのご相談はこちらまで TOPPANエッジ株式会社 ps-pr@toppan.co.jp