

本報告書の要約

1 アミューズメント産業界の市場規模

平成26年度(平成26年4月から平成27年3月)の本実態調査によるアミューズメント産業界の市場規模全体額は、5,833億円、前年比92.4%となり、大きく落ち込む結果となった。

分野別に見ると業務用機器製品販売高は1,611億円、前年に比べ92.0%、ゲームセンター等、アミューズメント施設の売上であるオペレーション売上高は前年比92.5%の4,222億円となった。

(単位:億円)

		平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度
業務用ゲーム機	販売高	7,693	6,739	6,689	6,723	6,491	6,314	5,833
	前年比	85.7%	87.6%	99.3%	100.5%	96.6%	97.3%	92.4%
AM機製品	販売高	1,962	1,696	1,732	1,848	1,791	1,750	1,611
	前年比	89.5%	86.5%	102.1%	106.7%	97.0%	97.7%	92.0%
オペレーション	販売高	5,731	5,043	4,958	4,875	4,700	4,564	4,222
	前年比	84.5%	88.0%	98.3%	98.3%	96.4%	97.1%	92.5%

平成26年度の日本経済は、「大胆な金融政策」、「機動的な財政政策」、「民間投資を喚起する成長戦略」の「三本の矢」の一体的推進により、緩やかな回復基調が続いているものの、個人消費等に弱さがみられ、実質GDP成長率は前年比0%となった。

これは消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動減や夏の天候不順の影響に加え、輸入物価や消費税率引上げの影響による物価の上昇が主な要因と思われる。

余暇、レジャーの選択肢多様化やスマートフォンの普及に加え、個人消費の落ち込みがアミューズメント施設の売上減少に繋がる要因となったと考えられる。

2

業務用AM機の製品販売高

製品販売高は国内向け1,511億円(前年比92.4%)、海外向け101億円(前年比87.3%)、合計1,611億円(前年比92.0%)となった。

平成26年度の国内向け販売高は景品提供機及び景品類の販売が大きく伸びたもののテレビゲーム、メダルゲーム、アミューズメントベンダーの売り上げが大幅減となり、全体の売上も引き下げることとなった。

メダルゲームはアミューズメント施設におけるメダル単価の低迷が製品販売に大きな影響を与えている状況。

なお、海外向け製品販売高の減少は、中国、台湾等の低価格帯製品が海外市場で普及期に入ったことと、中国のアミューズメント施設がこれまでの青年、大人向けの商品構成から中国国内でも機器の導入が可能な幼児、ファミリー向けの商品構成に移行していることが原因と考えられる。

〈国内向け製品販売高の種類別状況〉

		平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度
テレビゲーム (筐体+基盤ソフト)	販売高(億円)	484	377	384	435	211	254	189
	前年比(%)	97.5%	77.9%	101.6%	113.4%	48.6%	120.2%	74.6%
音楽ゲーム	販売高(億円)	42	40	42	53	61	63	45
	前年比(%)	89.9%	95.6%	104.5%	126.8%	115.1%	104.1%	70.2%
クレーン +他景品提供機	販売高(億円)	103	78	82	78	49	49	58
	前年比(%)	81.2%	76.3%	104.5%	95.6%	62.3%	100.0%	119.1%
メダルゲーム	販売高(億円)	371	289	306	362	349	245	169
	前年比(%)	84.2%	78.0%	105.8%	118.3%	96.5%	70.2%	69.1%
アミューズメント ベンダー	販売高(億円)	121	102	110	140	140	133	100
	前年比(%)	71.6%	84.1%	108.0%	127.7%	100.0%	95.0%	75.1%
景品類	販売高(億円)	259	223	247	240	309	366	416
	前年比(%)	94.1%	86.0%	110.6%	97.3%	128.7%	118.4%	113.6%
ゲーム用 カード・チップ類	販売高(億円)	244	192	170	172	212	214	237
	前年比(%)	88.4%	78.9%	88.5%	100.9%	123.7%	100.6%	110.8%
その他AM機	販売高(億円)	131	87	80	75	104	106	105
	前年比(%)	92.5%	66.7%	91.7%	93.5%	139.3%	101.6%	99.0%
コンテンツ課金・シェア モデルなどの売上	販売高(億円)	74	177	197	183	239	205	192
	前年比(%)	88.6%	238.8%	111.0%	93.2%	130.6%	85.8%	93.5%
国内全体 (合計)	販売高(億円)	1,828	1,566	1,616	1,738	1,675	1,635	1,511
	前年比(%)	89.0%	85.7%	103.2%	107.5%	96.4%	97.6%	92.4%

●テレビゲーム・・・販売高189億円(前年比74.6%)

		平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度
筐体	販売高(億円)	281	227	237	252	121	159	108
	前年比(%)	98.2%	80.9%	104.2%	106.3%	48.1%	131.2%	68.3%
基盤・ソフト	販売高(億円)	203	150	147	183	90	95	81
	前年比(%)	96.6%	73.8%	97.8%	124.9%	49.3%	105.3%	85.1%
テレビゲーム・計	販売高(億円)	484	377	384	435	211	254	189
	前年比(%)	81.2%	77.9%	101.6%	113.4%	48.6%	120.2%	74.6%

テレビゲームは、大型タイトルが複数販売された平成25年度の反動もあり、売上が落ち込んだ。平成26年度もアプリゲームから派生させたタイトルや新規顧客を開拓することを目指した製品が発売されたものの、大きなヒットには繋がらなかった。

●音楽ゲーム・・・販売高 45億円(前年比70.2%)

バージョンアップ等に伴う基盤ソフトの販売は堅調だったものの、新製品が数多く販売された平成25年度に比べ、売上に貢献する新規製品(筐体製品)の販売が少なかったため、売上が落ち込む結果となった。

●クレーン+他景品提供機・・・販売高 58億円(前年比119.1%)

	クレーン	他景品提供機	計
平成26年販売高(億円)	56	2	58
前年比(%)	117.8%	161.2%	119.1%

他のジャンルに比べ景品提供機による営業は確実にエンドユーザーのニーズを掴んでおり、アミューズメント施設においても景品提供機の需要は高い。クレーンを代表する製品の新型機発売や幼児にも楽しめる小型クレーン機が各社から発売されたことで販売高が伸長した。

●メダルゲーム・・・販売高169億円(前年比69.1%)

		平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度
メダルゲーム	販売高(億円)	371	289	306	362	349	245	169
	前年比(%)	84.2%	78.0%	105.8%	118.3%	96.5%	70.2%	69.1%

平成26年度 メダルゲームの内訳	販売高 (億円)	構成比
7号転用機以外	114	67.4%
7号転用機	55	32.6%

平成25年度に続き、メダルゲームの販売高は大きく落ち込んだ。背景は前年同様にアミューズメント施設におけるメダル貸し単価の大幅な下落が続いているためである。

メダル貸し単価の下落はメダルゲーム機器の償却を遅らせるため、これまで販売高に大きく貢献していた大型製品販売が振るわない状況となっている。

メダル貸し単価下落による影響を食い止めるため、これまでのメダルとは異なるメダルを使用する新規製品が市場に導入されたものの、エンドユーザーからの支持は得られなかった。

比較的安価に導入できる7号転用メダルゲームもパチンコ・パチスロ業界でのヒット作の減少によりアミューズメント施設に導入されるタイトルが少なく、販売高を落としている。

●アミューズメントベンダー・・・販売高100億円(前年比75.1%)

	筐体	基盤ソフト	用紙用品類	計
平成26年販売高(億円)	39	0	61	100
前年比(%)	84.1%	46.3%	70.6%	75.1%

美白や美肌など様々な補正効果を提供したことにより平成23年度から一定の販売高を維持してきたプリントシール機だが、平成26年度は大きく落ち込むこととなった。

バージョンアップのためのキット販売が多くの商品で行われたこと、新規に販売されたタイトルが少なかったこと、主要部品を再利用した新製品が投入され販売価額が下がったこと等により販売高が減少したものと思われる。

●景品類・・・販売高416億円(前年比113.6%)

	平成26年度	前年比
(1)景品類の販売高(億円)	416	113.6%
(2)景品類の購入高(億円)	569	97.1%
(1) / (2)	73.1%	—

※(1)・・・景品メーカーの国内向け製造販売高

※(2)・・・クレーン+他景品提供機のオペレーション売上高に景品代の割合を掛けた数値

平成26年度のクレーン+他景品提供機のオペレーション売上高(1,794億円)に対する景品代割合は、31.7%で、そこから算出される景品購入高は569億円(前年比97.1%)だった。

景品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の73.1%だった。景品販売高と景品購入高の差異は調査費対象者からの購入品、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。

妖怪ウォッチ、アナと雪の女王など人気キャラクターが売上を伸ばしたほか、多くのマニア向けのキャラクターが投入されたことで販売高の拡大に貢献した。

●ゲーム用カード・チップ類・・・販売高237億円(前年比110.8%)

ゲーム用カード・チップ類はテレビゲーム、メダルゲーム用とキッズカード用に大別することが出来る。平成26年度はキッズカード用が大きく売上を伸ばしたことでこのジャンルは前年比110%を超える売上となった。テレビゲーム、メダルゲーム用は38億円(対前年比87.4%)、キッズカード用は198億円(前年比116.8%)となった。

キッズカードゲームでは、アプリから派生したゲームや人気家庭用ゲームのキャラクターを使用した新製品が導入され、売上を伸ばした。

●その他AM機(乗り物含む)、付帯機器など・・・販売高105億円(前年比99.0%)

その他AM機は、ファミリー向けアミューズメント施設が増加していることを受けて幼児用の機械のニーズが高まっていることから、販売高が増加しているものと思われる。

その他AM機の販売高は41億円(前年比124.2%)。かつて、このジャンルの主流製品であったバスケットボールゲームのようなスポーツ関連ゲームの販売高は、全体の6.1%となっている。

付帯機器は、消費税導入を控えていた平成25年度に店舗内ネットワーク機器等の需要が伸長したことの反動により販売高が落ち込んだものと思われる。付帯機器の販売高は57億円(前年比84.2%)。

●ネットワークゲーム機の販売高・・・411億円(前年比80.8%)

ネットワーク対応・オンライン使用のすべ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機(ソフトを含む)の製品販売高の種類別構成は次の通り。

	テレビゲーム	音楽ゲーム	メダルゲーム	その他
構成比(%)	45.9%	10.7%	25.8%	17.5%
販売高(億円)	189	44	106	72

テレビゲーム、音楽ゲームでは販売高の9割以上をネットワークゲームが占めることとなり、さらなるネットワーク化が進んでいることが明らかになった。

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、バージョンアップがネットワーク配信により行われており今後もこの比率が高まっていくことが予想される。

●コンテンツ課金、シェアモデルなどの売上・・・販売高192億円(前年比93.6%)

このジャンルの売上は、ネットワークゲーム機において、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課金による売上のこと。オペレーターがエンドユーザーの利用に応じてメーカーに支払うこととなっている。

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に比例して金額が変動する。

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を抑えられることで市場への新製品の導入が進み、施設営業の活性化が期待できること、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ことから、業界全体が利益を享受できるようなシステムの確立が求められている。

課金額を段階的に設定したり、課金する期間を設定するなどしてAM施設営業者の運営にあった課金方法を選択出来る販売方法も導入されている。

3 オペレーションの売上高

オペレーション売上高は、4,222億円(前年比92.5%)で大幅に減少した。設置台数は48万6千台(前年比92.5%)、店舗数は1万5600店(前年比97.2%)と減少が続いている。

売上高減少の原因は平成26年4月に8%に増税された消費税による個人消費の落ち込みが最も大きく影響したと考えられるものの、スマートフォンの普及や余暇多様化など国民の時間の使い方の変化も作用していると思われる。

これまで多くのアミューズメント施設運営企業で不採算店を閉店するなどして経営の効率化を図ってきたものの、平成26年度の1店舗当たりの年間売上高、1店舗当たりの設置台数はともに前年比で5%程減となっている。1台当たりの年間売上高は前年と同程度となった。

店舗の形態別に見ると以下のような特徴が見られる。

①直営店舗の減少数は289店舗、レンタル店舗の縮小数は169店舗となっており、しばらく続いてきたレンタル店舗の大幅な縮小に歯止めがかかった形となっている。

これは、大手の運営企業が撤退した店舗にレンタル店舗が開業されたケースが多いことも予想できる。

なお、1台あたりの年間売上高に関しては、直営店舗は前年の売上を維持しており、店舗数の減少やこれに伴う台数の減少が全体の売上を押し下げたことになる。

②8号営業許可の対象店舗と非対象店舗では、店舗数はともに減少となっている。対象店舗では1店舗あたりの売上、設置台数、機械1台あたりの売上のいずれも微減となっているが、非対象店舗では、1店舗当たりの売上と設置台数は大きく減少する結果となった。

		平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度
オペレーション 売上高	売上高(億円)	5,731	5,043	4,958	4,875	4,700	4,564	4,222
	前年比(%)	84.5%	88.0%	98.3%	98.3%	96.4%	97.1%	92.5%
店舗数	店舗数(万店)	2.2	1.9	1.9	1.8	1.7	1.6	1.6
	前年比(%)	95.4%	88.6%	97.0%	97.2%	93.8%	94.6%	97.2%
設置台数	台数(万台)	67.6	59.8	58.7	57.4	54.7	52.5	48.6
	前年比(%)	97.2%	88.4%	98.1%	97.8%	95.2%	96.1%	92.5%
1店舗当たりの 設置台数	台数(台)	31.2	31.1	31.5	31.7	32.2	32.7	31.1
	前年比(%)	101.9%	99.7%	101.3%	100.6%	101.6%	101.6%	95.2%
1店舗当たりの 年間売上高	販売高(万円)	2,643	2,625	2,660	2,691	2,766	2,840	2,704
	前年比(%)	88.6%	99.3%	101.3%	101.2%	102.8%	102.7%	95.2%
1台当たりの 年間売上高	販売高(万円)	84.7	84.3	84.5	84.9	86.0	86.9	86.9
	前年比(%)	86.9%	99.5%	100.2%	100.5%	101.3%	101.0%	100.0%

〈店舗種類別状況〉

主要業種別(専業、飲食、ホテル、SC・デパート、ボウリング)の売上高については、専業店(前年比-6.8%)、SC・デパート(前年比-9.4%)、ボウリング(前年比-7.2%)の売上減少が目立つ。

店舗数ではボウリング場との兼業店舗(-13.7%)の減少が目立つ結果となった。台数ではSC・デパートに設置されている機械の減少が大きくなっている。

〈設置台数規模別店舗数の状況〉

		平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度
50台以下	店舗数(店)	11,576	9,600	9,194	8,798	8,375	7,450	7,923
	前年比(%)	91.0%	82.9%	95.8%	95.7%	95.2%	89.0%	106.4%
51～100台	店舗数(店)	3,227	2,860	2,893	2,622	2,155	2,084	1,990
	前年比(%)	98.4%	88.6%	101.2%	90.6%	82.2%	96.7%	95.5%
101台以上	店舗数(店)	6,885	6,754	6,551	6,694	6,459	6,535	5,698
	前年比(%)	102.5%	98.1%	97.0%	102.2%	96.5%	101.2%	87.2%
国内全体 (合計)	店舗数(店)	21,688	19,213	18,638	18,114	16,991	16,069	15,612
	前年比(%)	95.4%	88.6%	97.0%	97.2%	93.8%	94.6%	97.2%

アミューズメント施設の設置台数による規模別構成に関しては、これまで設置台数が100台以下の中小規模店舗の減少が続いていたが、平成26年度は21～50台の店舗が3割近く増えるなど、これまでの傾向とは異なる結果となっている。

〈オペレーション売上高の主要な種類別状況〉

		平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度
テレビゲーム (筐体+基盤ソフト)	オペレーション売上高(億円)	1,128	930	887	866	700	626	639
	設置台数(万台)	13.5	11.4	11.5	10.5	9.5	9.2	8.5
音楽ゲーム	オペレーション売上高(億円)	115	90	85	117	150	185	165
	設置台数(万台)	1.6	1.5	1.4	1.5	1.7	2.3	2.0
クレーン +他景品提供機	オペレーション売上高(億円)	1,990	1,822	1,904	1,771	1,839	1,886	1,794
	設置台数(万台)	17.1	15.8	15.6	15.7	13.3	14.7	13.2
メダルゲーム	オペレーション売上高(億円)	1,670	1,513	1,469	1,395	1,207	1,052	1,119
	設置台数(万台)	24.3	21.6	21.7	21.3	21.3	16.9	16.3
アミューズメント ベンダー	オペレーション売上高(億円)	254	238	247	325	266	267	227
	設置台数(万台)	1.9	1.6	1.5	1.7	1.3	1.3	1.2
キッズカード ゲーム	オペレーション売上高(億円)	234	227	176	192	244	296	274
	設置台数(万台)	2.8	2.5	2.2	2.5	3.0	3.6	3.6

●テレビゲーム…売上高639億円(前年比102.1%)、設置台数8万5千台(前年比92.4%)

テレビゲームのオペレーションについては、設置台数は減少したものの売上は微増となった。

このジャンルでは専用筐体の新作ゲームが年度後半から堅調な売上を見せた。

また、設置台数の減少はコンテンツ配信に対応できない筐体の撤去が進んだことが一因と思われる。

テレビゲーム売上高の内、カード・チップ類を使用する機種は48.1%。また、テレビゲーム売上高のうち、体感シミュレーションゲームは24.5%となっておりそれぞれ前年よりも比率を下げた。

専用筐体

		平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度
オペレーション 売上高	億円	854	729	677	654	568	452	467
	前年比(%)	92.9%	85.3%	92.8%	96.6%	86.9%	79.5%	103.3%
設置台数	万台	8.0	7.6	7.3	7.0	6.2	5.7	5.4
	前年比(%)	98.3%	94.6%	96.9%	94.7%	88.6%	92.1%	94.9%

汎用筐体

		平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度
オペレーション 売上高	億円	274	201	210	212	131	174	173
	前年比(%)	83.8%	73.2%	104.6%	101.2%	61.9%	132.7%	99.0%
設置台数	万台	5.5	3.9	4.1	3.5	3.3	3.5	3.1
	前年比(%)	94.7%	70.8%	106.8%	85.6%	94.1%	105.3%	88.2%

●音楽ゲーム…売上高165億円(前年比89.1%)、設置台数2万台(前年比89.9%)

音楽ゲームは売上高、設置台数ともに平成22年度から拡大を続けてきたが、平成26年度は売上高、設置台数ともに10%ほどの減少となった。年度の後半には大型商品が投入されたものの、既存の製品から顧客が移動するだけという結果となり全体の売上増には繋がらなかった模様。

●クレーン+他景品提供機…売上高1,794億円(前年比95.2%)設置台数13.2万台(前年比90.0%)

		クレーン	他景品提供機	計
オペレーション 売上高	億円	1,608	186	1,794
	前年比(%)	102.8%	57.9%	95.2%
設置台数	万台	11.6	1.6	13.2
	前年比(%)	105.6%	42.3%	89.7%

クレーン+他景品提供機は設置台数、売上ともに減少となった。

大ヒットした映画キャラクターやアニメのキャラクターなど有力コンテンツが売上に貢献したものの、夏以降は勢いが減速し、その後は新規ヒットキャラクターの景品を模索する状況が続いた。

ヘビーユーザーのニーズに合わせた高クオリティーなフィギュア景品もキャラクターが一巡した感がある。

●メダルゲーム…売上高954億円(前年比90.7%)、設置台数16.3万台(前年比96.3%)

		7号転用機以外	7号転用機	計
オペレーション 売上高	億円	641	313	954
	前年比(%)	93.3%	85.7%	90.7%
設置台数	万台	8.8	7.6	16.3
	前年比(%)	92.5%	101.1%	96.3%

メダルゲーム機は前年に続き、売上高、設置台数ともに減少した。

平成26年度は貸し出しメダル単価の下落した状況が継続された。

これにより、メダルゲームのオペレーション売上の減少で機械の償却が進まないことから、大型メダルゲーム機の新製品導入や更新等、ユーザーを引きつけることのできる新商品が店舗に設置されていない状況となっている。

機械の陳腐化が進めば、ますますユーザーが離れることが予想され、メダル貸し出し単価と売上の関係を注視して、価格競争によりメダルゲームのジャンルが縮小していく悪循環に陥らないようにする必要がある。

設置台数では7号転用機以外のメダルゲームの減少が目立つ結果となった。

しかしながら、売上では7号転用メダルゲーム機の減少が大きくなっている。

これはパチンコパチスロでの大ヒット機種が少なかったことが影響している。

●アミューズメントベンダー…売上高227億円(前年比85.2%)、設置台数1.2万台(前年比92.4%)

アミューズメントベンダーは本年度もすべてがプリントシール機の売上となっている。

高い位置からや全身を美しく撮ることのできる機種の増加により、売上や設置台数を維持してきたプリントシール機だが、平成26年度は売上、設置台数ともに減少する結果となった。

スマートフォンの性能向上、アプリの多様化や自撮り棒の流行などにより、ユーザーのニーズに変化が現れていることが考えられる。

ユーザーのニーズに応えたための取り組みが今後も欠かせない。

●キッズカードゲーム…売上高274億円(前年比92.7%)、設置台数3.6万台(前年比101.1%)

設置台数は微増となったものの、売上は減少することとなった。

このジャンルでは妖怪ウォッチ、アイカツ、プリパラの3つのキャラクターを用いた機種に人気が集出し、他のキャラクターを用いた機械はブームが一段落したことなどから、期待した売上を得ることが出来なかった。

この3つもキャラクターは、いずれも、テレビアニメ、テレビゲームと連動して人気を博しているキャラクターである。

このジャンルでは、今後も旬のキャラクター導入を模索する動きが続くものと思われる。

●ネットワークゲーム(オンラインゲーム)…売上高1,098億円(前年比95.2%)

ネットワークゲームの売り上げは前年度に比べ、減少する結果となったもののオペレーション売上に占める割合は微増となっている。

テレビゲームと音楽ゲームの売上の大部分は、ネットワークゲームによる売上となっている。

どのジャンルの業務用ゲームにおいても、ネットワーク技術の活用はバージョンアップやゲームシステムの調整が容易に行えることによるゲームのライフサイクル延長に貢献するため、今後も需要拡大が予想される。

また、ライトユーザーを引き込むためのプレー無料システムやゲーム内アイテムの販売など顧客層拡大に欠かせないものとなるであろう。

なお、メダルゲーム機の売上や比率はメダル貸し機等の売上から案分したものであり、推計値である。

		平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度
オペレーション 売上高	億円	1,083	1,009	852	916	872	1,153	1,098
	前年比(%)	85.8%	93.2%	84.4%	107.5%	95.2%	132.2%	95.2%

売上高に占めるネットワークゲーム機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
オペレーション 売上高	構成比(%)	57.4%	23.0%	18.6%	1.0%
	売上高(億円)	630	252	204	10