

アミューズメント産業界の実態調査

～アミューズメント業界を数字で読む～

(平成22年度版)



一般社団法人日本アミューズメントマシン協会

～目次～

はじめに	1	5. オペレーションの機種別売上高	
		●テレビゲーム	10
		●音楽ゲーム	11
		●メダルゲーム	
		●アミューズメントベンダー	12
		●クレーン+他景品提供機	
		●キッズカードゲーム	13
調査結果		解説 ゲームセンターとゲームセンターに置かれる 機械について	13
1. アミューズメント産業界の市場規模	2		
2. アミューズメント機の製品販売高	3		
3. 機種別アミューズメント機の販売高		8号営業（ゲームセンター）で使われる 用語の解釈（定義）（五十音順）	17
●テレビゲーム	4		
●音楽ゲーム			
●クレーン+他景品提供機	5		
●メダルゲーム			
●アミューズメントベンダー	6		
●景品類			
●ゲーム用カード・チップ類	7		
●その他 AM 機、付帯機器など			
●コンテンツ課金、シェアモデルなど	8		
注意			
4. オペレーションの売上高	9		

はじめに

アミューズメント産業は機械・電気・電子技術を媒介手段（ハード）として娯楽（ソフト）を提供する産業のひとつです。この種の産業を私たちは“機械娯楽”と称します。ほかに遊園地、映画、ボウリング、パチンコなどがあります。その多くが、19世紀後半、技術の飛躍的發展を契機にして開発され、人々に身近で安価な楽しみや、あるいは尖端的な技術の成果に触れる驚きと喜びを提供してきました。

わが国のアミューズメント産業の発足は昭和始めに遡り、戦後、都市の再建・発展、百貨店・スーパーの増加・展開とともに屋上遊園地・ゲームセンターなどまず業務用部門が、続いてICの技術開発を真っ先に導入してテレビゲームなど家庭用部門が成長してきました。とくにテレビゲームは世界市場で圧倒的なシェアを占めることになりました。業務用・家庭用いずれの娯楽も、年齢・性別を問わず、時間を忘れさせるほどの魅力を持ち、人々をストレスから解放し、遊びの共有によりコミュニケーションを促す働きを備えています。技術のハード面だけでなく、娯楽ソフトの内容もさらに洗練・向上させ、健全で文化的に良質な産業に高めるよう努めることが私たちの目的です。

この実態調査はこの目的を達成するための一助として(社)日本アミューズメントマシン工業協会、(社)全日本アミューズメント施設営業者協会連合会、日本SC遊園協会の3団体共同事業として平成5年度から実施。現在は、日本アミューズメント産業協会の事業となり、18回目を迎えることができました。企業経営や事業活動に活用していただくと共に、関連産業界および行政当局のご参考に供したいと存じます。

なお、本調査の実施に際し、調査票にご協力いただきました関係者各位および調査実務を担当されました公益財団法人日本生産性本部に対し、厚く御礼申し上げます。



アミューズメント産業界の実態調査

調査結果

1. アミューズメント産業界の市場規模

平成22年度（平成22年4月～平成23年3月）の実態調査による市場規模全体額は、2兆4,339億円となり、前年に比べ金額、比率共に、大きな下げとなった。

分野別にみると家庭用ゲーム機（ハード・ソフト、1兆7,650億円）で前年比80.1%と、ほぼ前年並みだった業務用アミューズメント業界に比べ下げ幅が際だっている。

平成22年度の日本経済は、エコカー補助金やエコポイントなど個人消費拡大に向けた政策が功を奏したこともあり、

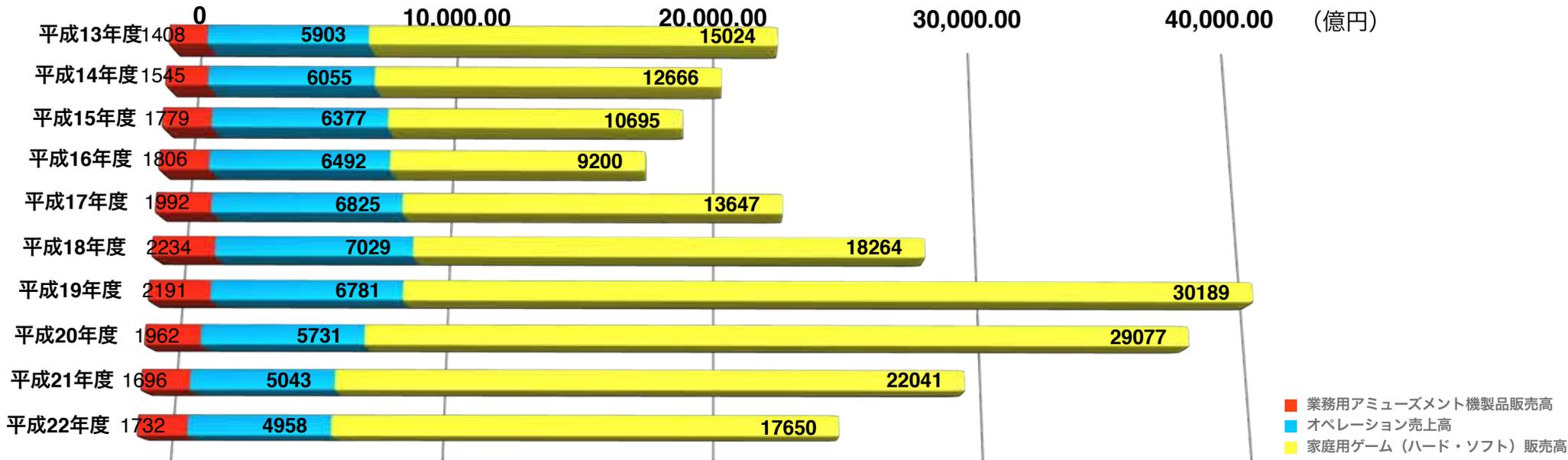
一進一退を繰り返しながらも景気回復の兆しを見せつつあった。

アミューズメント業界では、ここ数年継続してきた不採算店舗の閉鎖など、店舗数の適正化が一段落したことから、製品販売額やオペレーション売上高の減少傾向に歯止めが掛かるとともに収益構造の改善が進んだ。

しかしながら、平成23年3月に発生した東日本大震災により東北地方及び関東地方が甚大な被害を被り、世界中を驚かせたばかりか、その後の原発事故への対策、電力不足問題等が相まって、日本のこれからの暗い影を落とすこととなった。

アミューズメント業界でも多くの施設で甚大な被害を被るとともに、生産面や流通面でも少なからず損害を被っている。

また、販売促進活動や集客イベントも自粛または縮小せざるを得ず、影響は未だ続いている状況である。



アミューズメント産業界の実態調査

調査結果

2. アミューズメント機の製品販売高

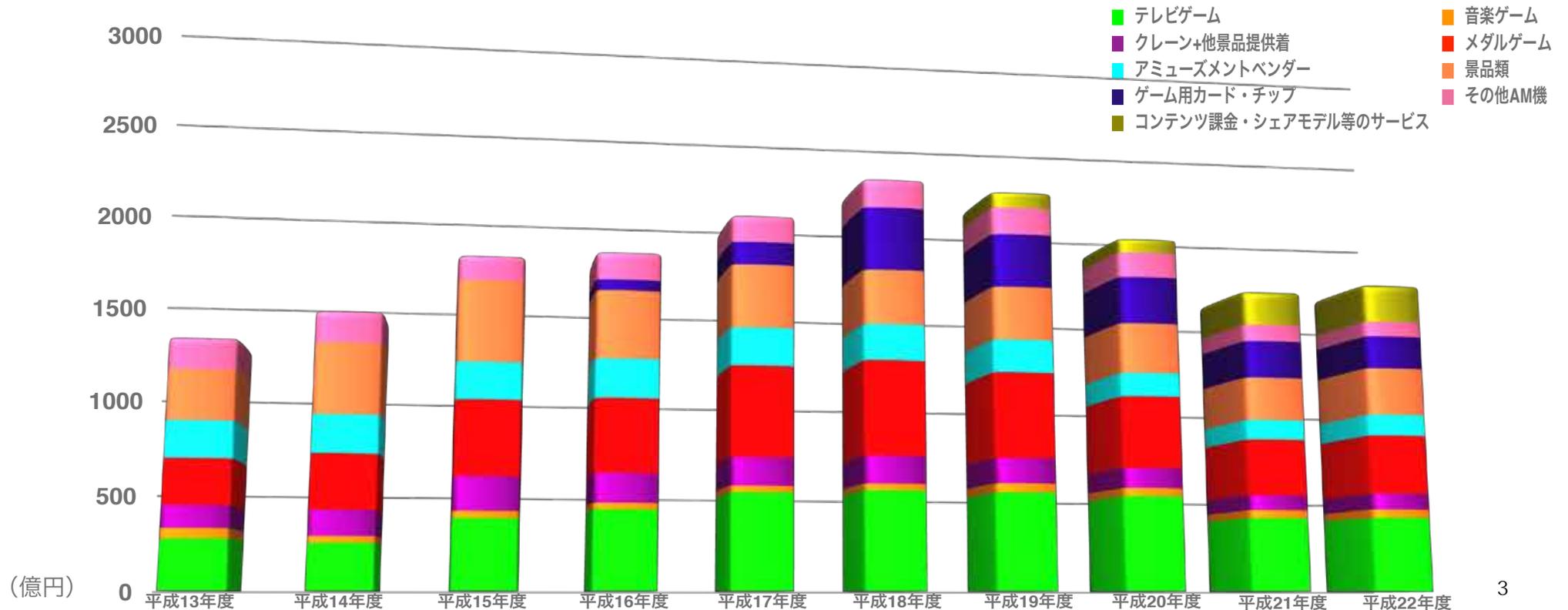
製品販売高は国内向け 1,616 億円（前年比 103.2%）、海外向け 115 億円（前年比 88.7%）、合計 1,732 億円（前年比 102.1%）となった。

平成 19 年度より減少が続いた国内向け製品販売高は下げ止まりを示した。

また、海外向け製品販売高は平成 20 年度より引き続き減少傾向を続けている。

平成 18 年度をピークに売り上げ縮小が続いているオペレーション売り上げであるが、不採算店舗の閉鎖や運営の効率化が進んだことで収益構造は改善し始めた。

このため、ここ数年、控えられていたアミューズメント製品の新規導入など設備投資が再開されたため、平成 22 年度の製品販売高の微増に繋がっている。



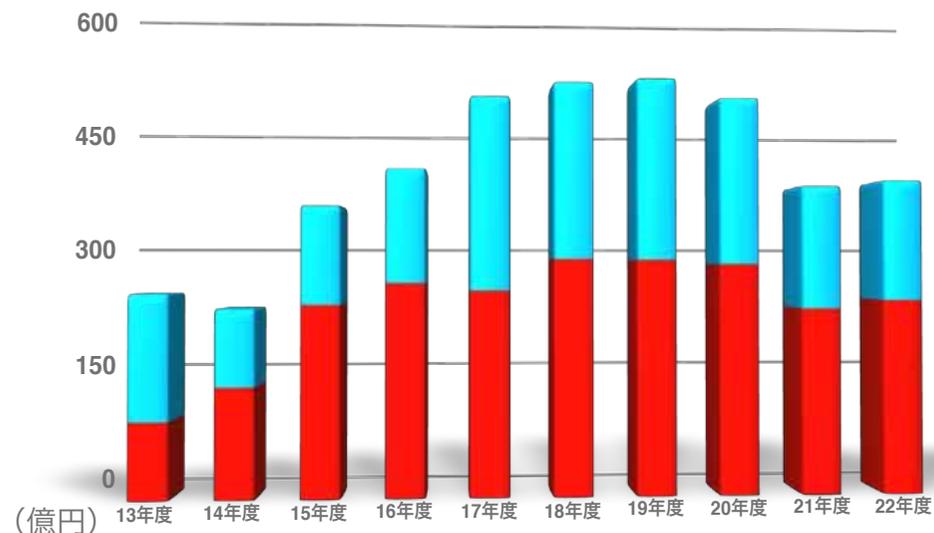
調査結果

3. 機種別アミューズメント機の販売高

●テレビゲーム

平成 22 年の販売高 384 億円 (前年比 101.6%)

■基板・ソフト販売高 ■筐体販売高



テレビゲームの販売高は前年度に比べ微増となった。内訳を見ると、筐体販売高は 3 年ぶりに増加したものの、基板ソフトは引き続き減少となった。

基板ソフトでは、大型機種のバージョンアップが少なかったことから、前年に比べ微減となった。

なお、ビデオゲームソフトの流通が基板、キット販売からダウンロード配信にシフトし始めており、販売金額減少に影響していると思われる。

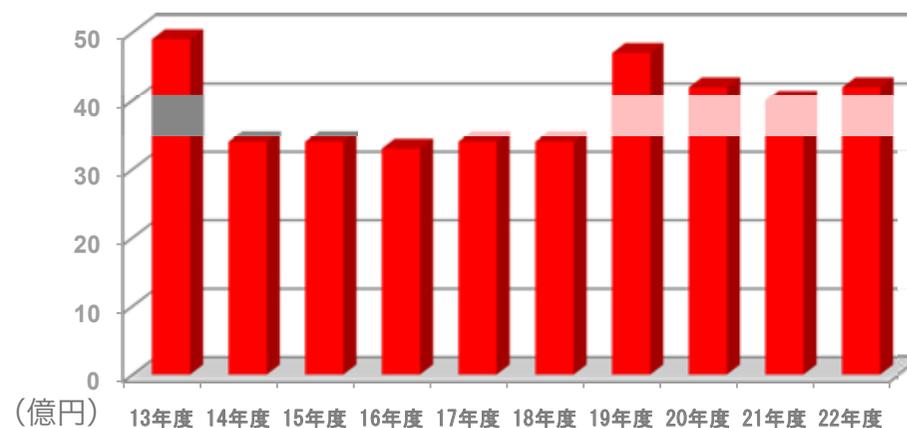
一方、筐体販売高では、平成 22 年度に多人数向け大型ビデオゲーム機が筐体製品として発売され人気を博したことや引き続きライトユーザー向けの新機種が数多くリリースされたこと、3D 画面を搭載した新機種が販売されたことなどにより販売高が伸長した。

アミューズメント産業界の実態調査

●音楽ゲーム

平成 22 年の販売高 42 億円 (前年比 104.5%)

音楽ゲーム



平成 22 年度は、定番の音楽ゲーム機に新型機が投入されたこと、家庭用ゲームで人気を博したゲームが業務用に導入されたことなどの要因で伸長した。

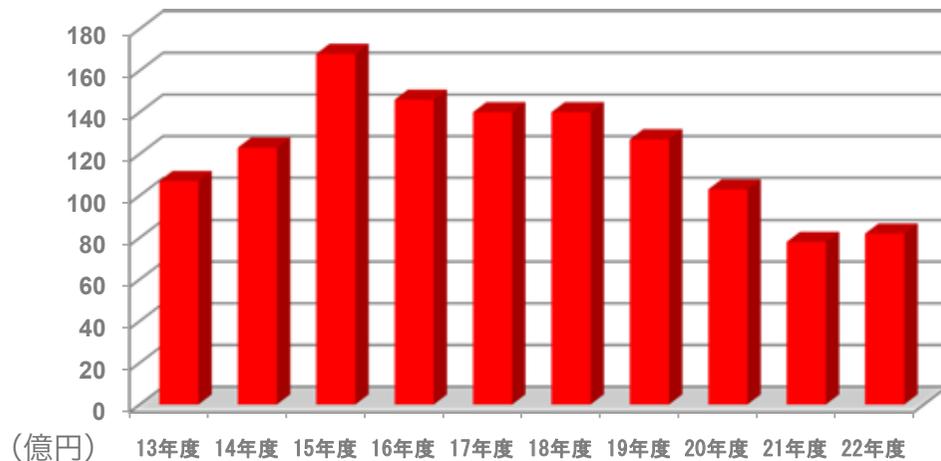
ライトユーザー向けゲーム機器の一っとしても捉えられており、今後も需要動向が注目される。

アミューズメント産業界の実態調査

●クレーン + 他景品提供機

平成 22 年の販売高 82 億円 (前年比 104.6%)

クレーン+他景品提供機

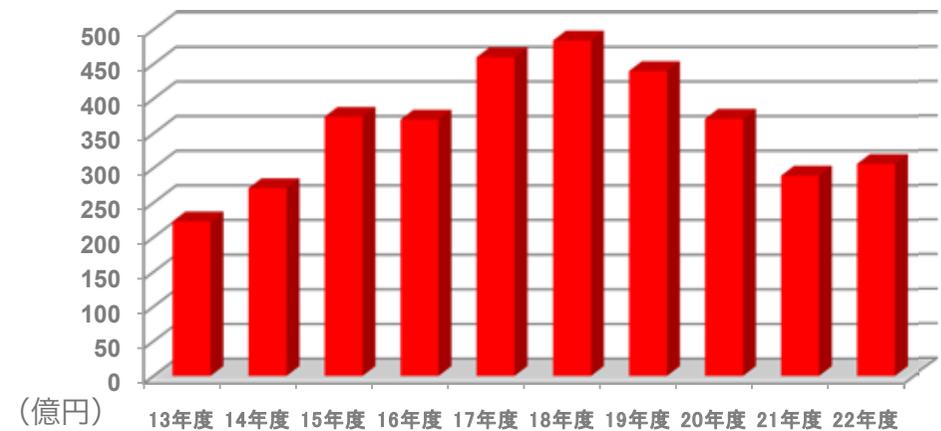


クレーンゲーム機では人気キャラクター景品のヒットを受けて、既存の機種の販売が好調だったことから5パーセントほどの販売高増となったが、製品寿命が長いため、今後も大きな変動は生じないと見込まれる。

●メダルゲーム

平成 22 年の販売高 306 億円 (前年比 105.8%)

メダルゲーム



大型機種のバージョンアップが進んだほか、キッズメダルや中型の新機種のリリースが続いたことが販売高の伸長に繋がった。

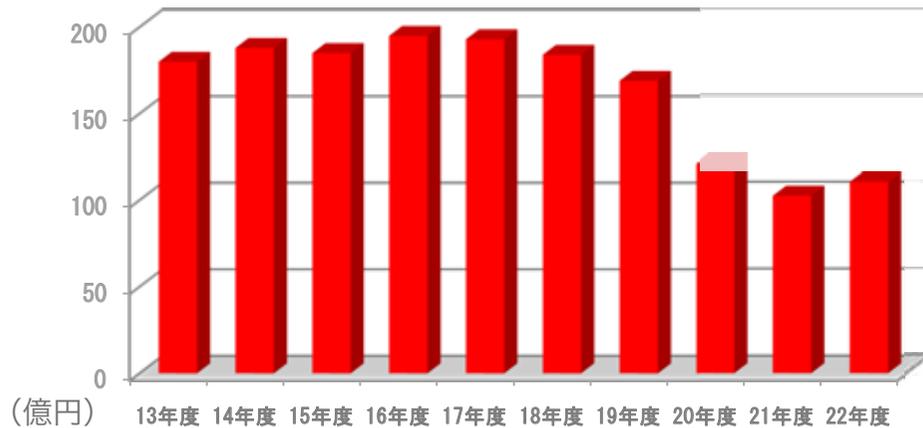
なお、7号転用メダルゲーム機は今回初めて調査を行ったが、各社専用機体の設置がすでに進んでおり、盤面の流通が主流のため、販売額に大きく影響していない。

アミューズメント産業界の実態調査

●アミューズメントベンダー

平成 22 年の販売高 110 億円 (前年比 108.0%)

アミューズメントベンダー



アミューズメントベンダーの販売高は平成 16 年度をピークに前年まで 5 年間減少を続けているが、平成 22 年度で下げ止まった。

内訳を見ると、基板ソフトは 3 割近く落ち込み、僅体、用紙用品類は 10% 前後の回復となっている。

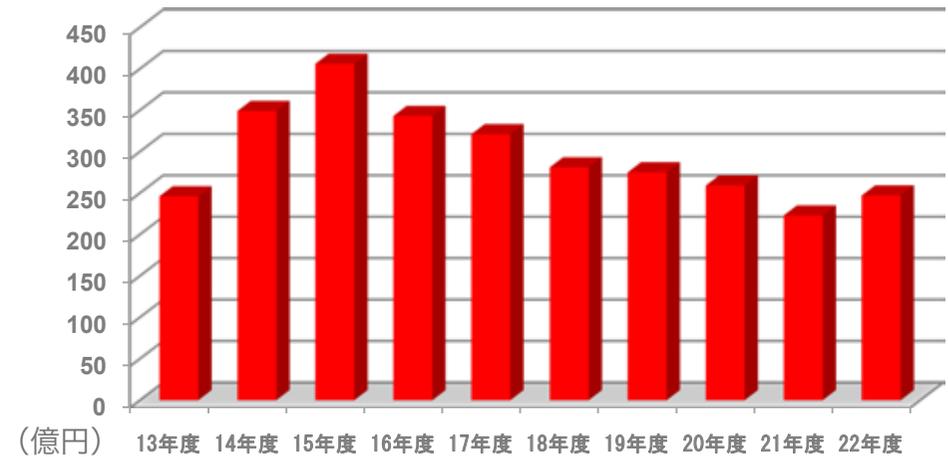
通信機能や画像加工機能を進化させた新機種が投入されたことにより、販売高を多少回復させた。今後もアミューズメント施設の定番機種として同程度の需要が続く見込み。

なお、新機種の投入により用紙用品類も伸長したと思われる。

●景品類

平成 22 年の販売高 247 億円 (前年比 110.6%)

景品



平成 22 年度のクレーン + 他景品提供機の、オペレーション売上高に対する景品代割合は、32.6% で、そこから算出される景品購入高は 621 億円 (前年比 108.9%) 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、使用景品の全体を示す景品購入高の 39.7% だった。残りは、調査非対象社からの購入品、菓子等の現地購入品、仕入れ販売品等と考えられる。

有力キャラクターを使用したフィギュア景品が人気を集めたことで、景品販売高は大きな伸びを示した。この影響で、アミューズメント景品メーカーの販売が景品売上高全体に占める比率も大きくなっている。もちろん、その他の定番景品も売り上げ拡大に貢献した。

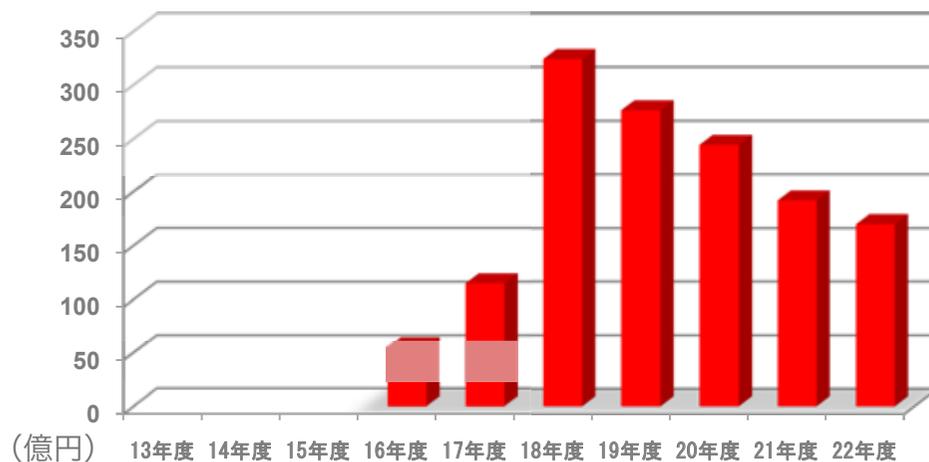
有力キャラクターのブーム後の景品動向が気になるところ。

アミューズメント産業界の実態調査

●ゲーム用カード・チップ類

平成 22 年の販売高 170 億円 (前年比 88.5%)

ゲーム用カード・チップ類



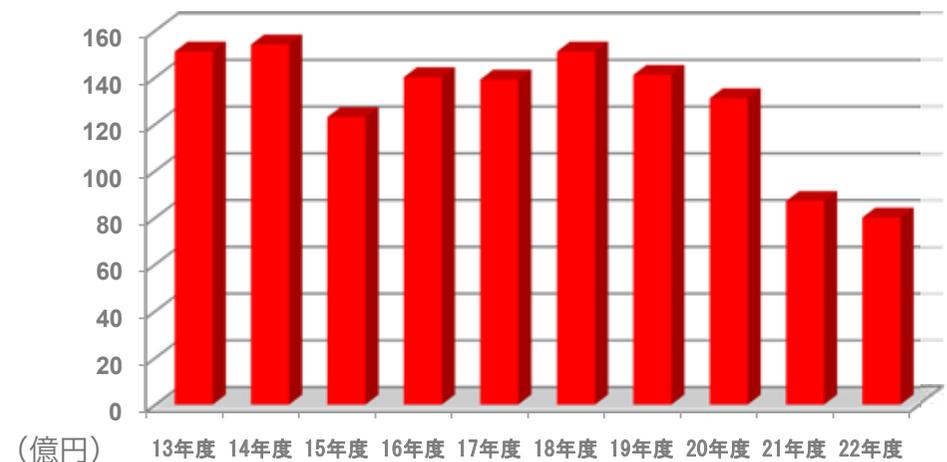
(億円) 13年度 14年度 15年度 16年度 17年度 18年度 19年度 20年度 21年度 22年度

キッズカード用とその他 (テレビゲーム、メダルゲーム用) の構成比は、キッズカード用 (104 億円 :61.0%)、その他 (66 億円 :39.0%) となっている。

●その他 AM 機、付帯機器など

平成 22 年の販売高 80 億円 (前年比 91.7%)

その他 AM 機、付帯機器など



(億円) 13年度 14年度 15年度 16年度 17年度 18年度 19年度 20年度 21年度 22年度

その他ゲーム機の製品販売高 31 億円の内、「スポーツ関連ゲーム (バスケットボールなど) の割合は 18.2%、6 億円を占めていた。

アミューズメント産業界の実態調査

注意

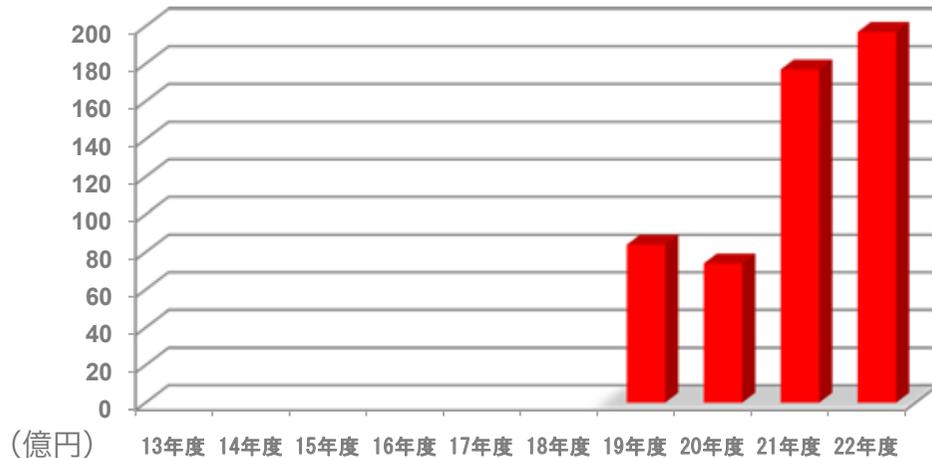
※この実態調査では、業務用アミューズメントマシンのことを業務用 AM 機と表します。また AM 機の (AM 機の完成品、半完成品や景品類) には以下のような種類が含まれます。

【主な業務用アミューズメントマシン等の種類】

- 〈1〉 テレビ (ビデオ) ゲーム機 (音楽ゲーム以外) :
ビデオ画面を使用し、コインオペレーション (現金、硬貨のみ) により営業するゲーム機
 - 〈2〉 音楽ゲーム機 :
ビデオ画面を使用し、ミュージックやサウンド、リズムを主体にしたゲーム機
 - 〈3〉 メダルゲーム機 :
メダルイン、メダルアウト方式 (現金は使用できない。ゲーム機のメダルは設置店舗のみで使用可能) によるゲーム機 (ポーカー、スロット、フッシャー (メダル落とし)、競馬ゲームなど)
 - 〈4〉 乗り物 :
コインオペレーションにより営業する小型のキディライド (バッテリーカー、レール式・回転式・定置式乗り物など)
[注] メリーゴーラウンド、ジェットコースターなどの中・大型遊園施設を除く
 - 〈5〉 景品提供機 (クレーンゲーム) :
クレーンを使用してコインオペレーション (現金、硬貨のみ) により景品を提供するゲーム機
 - 〈6〉 景品提供機 (クレーンゲーム以外) :
クレーンを使用しないで景品を提供するゲーム機 (カーニバル機など)
 - 〈7〉 アミューズメントベンダー :
撮影映像やメッセージ等を入力して、シール、名刺、カード、スタンプ、ステム手帳等を作成し、自動払い出しをする機器
 - 〈8〉 その他 AM 機 :
上記 〈1〉 ~ 〈7〉 以外の AM 機 (フリッパー、占い機など、カードベンダーも含む)
 - 〈9〉 景品類 :
ぬいぐるみなど上記 〈5〉、〈6〉 に景品として使用されるもの
 - 〈10〉 ゲーム用カード・チップ類 :
ゲームに使用するカード・チップ類 (IC カード、磁気カード等) とその付属品
 - 〈11〉 ガチャガチャ :
手動式カプセル自販機。本来 AM 機とは異なりますが、AM 施設におけるもののみを調査対象にしています。
 - 〈12〉 AM 関連付帯機器他 :
遊技場内の利便性を高めるための付帯機器 (両替機、メダル貸機など)
 - 〈13〉 コンテンツ課金、シェアモデル等のサービス :
ネットワークゲーム機において機器の販売以外で、機機の使用に応じて生じるサービスを指します
- [注 2] 〈1〉 と 〈2〉 については専用筐体、汎用筐体に区別します
- ①専用筐体…主にコクビット、アップライトタイプで代表的なジャンルではドライブ、ガンシューティング、マス・カードビデオゲーム等が該当
(例:「戦場の絆」「MJ」「ベースボールヒーローズ」など)
 - ②汎用筐体…ミニアップライトタイプ、及びテーブルタイプで、基板、ソフト類が比較的簡単に入れ替えできる筐体
- [注 3] AM 機にカラオケ関連機器は含まれません。

●コンテンツ課金、シェアモデルなど 平成 22 年の販売高 197 億円 (前年比 110.0%)

コンテンツ課金、シェアモデルなどの売上



ネットワークゲーム機において、機器の販売以外で、機器の使用に応じて生ずるサービスの売上のこと。

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売り上げに応じて発生するため、業務用ゲーム機器のネットワーク化の進展を確実に表す結果となっている。

ゲーム機器のシェアモデル化は、製品の価格を抑えて施設事業者が購入し易くすることで市場に製品を提供しやすくなること、メーカーにとっては機械の売り切りではなく長期にわたり売り上げ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期待されている。

アミューズメント産業界の実態調査

調査結果

4. オペレーションの売上高

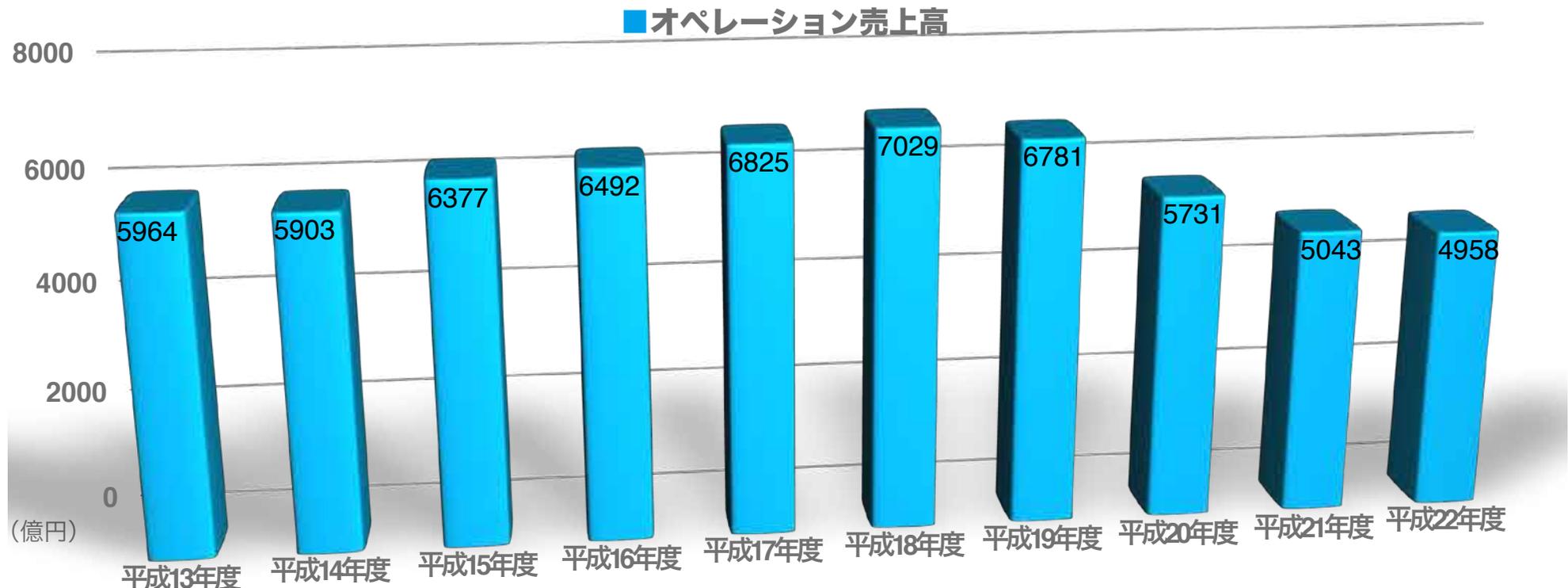
オペレーション売上高は、4,958 億円（前年比 98.3%）でわずかに減少した。

平成 22 年度のオペレーション売上は、3 年間続いた業界の急速な収縮による店舗数減少が大きく影響して、引き続き若干の売上高減少となった。

しかしながら、これまでの 3 年間で 2,000 億円もの売り上げを減少

させた状況から見ると、売り上げの減少には歯止めがかけられたと思われる。

この間、不採算店舗の閉鎖や業態変換、運営効率の向上などが積極的に行われたこともあり、利益構造は大幅に改善されたと見られ、オペレーション販売高が減少する中での製品販売高（設備投資）の増加はそのあらわれと思われる。



アミューズメント産業界の実態調査

設置台数は58万7千台（前年比98.1%）、店舗数は1万9千店（前年比97.0%）と同様に微減を示している。

売上高、設置台数、店舗数揃って前年比マイナス2～3%となった。このため、1店舗当たりの設置台数、1店舗当たりの年間売上高、1台当たりの年間売上高はほぼ前年並みとなっている。

店舗種類別に見ると以下のような特徴が見られる。

① レンタル店舗は直営店舗に比べ、売上高、設置台数で前年比でやや減少している。

売上高（前年比80.9%）、設置台数（同88.1%）となっている。

② 8号営業許可の非対象店舗は8号営業許可店舗に比べ、売上高が前年比でやや減少している。

なお、各機種別の売上高は次の通り。

調査結果

5. オペレーションの機種別売上高

● テレビゲーム

平成22年の売上高887億円（前年比95.4%）

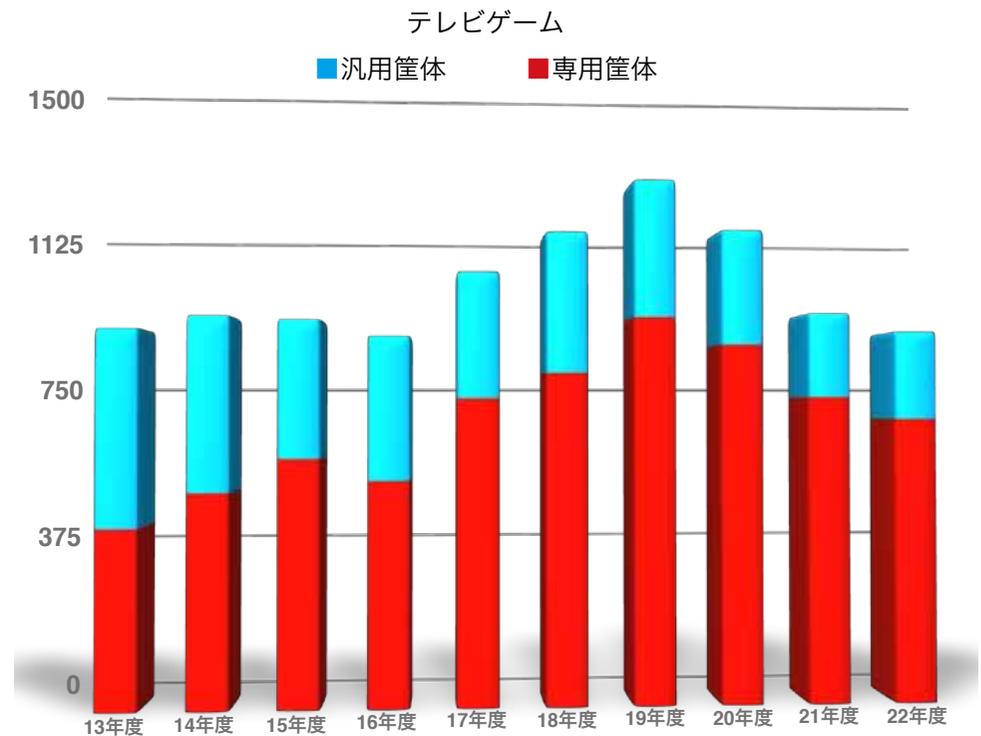
平成22年度の売上高は5ポイント近く落ち込んだ。

このジャンルでは新作タイトルの減少が続いており、ユーザーの固定化が引き続き課題となっている。ユーザーの固定化を活用して利用者のプレイ環境を向上させ、集客を試みる店舗が増える一方で、マニア向けゲームを撤去する店舗も出始めており、客層により設置状況も2極化が始まっている。ライトユーザー向け製品も導入が進んでいるものの売り上げ的にはマニア向けゲームには及ばない状況。

一方、ゲームソフトを配信することにより、店舗の初期投資を抑えて幅

広いユーザーに訴求しようという動きが本格化しており、今後のテレビゲームジャンルの動向にどのように好影響を与えるか期待したい。

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56.9%：505億円。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17.9%：158億円。平成21年度と比べるとそれぞれ減少しているものの、家庭用との差別化を図るため、または家庭用と同様の楽しみ方を提供するためカード、チップ類を使用するのがこのジャンルの主流であることは変わらない。



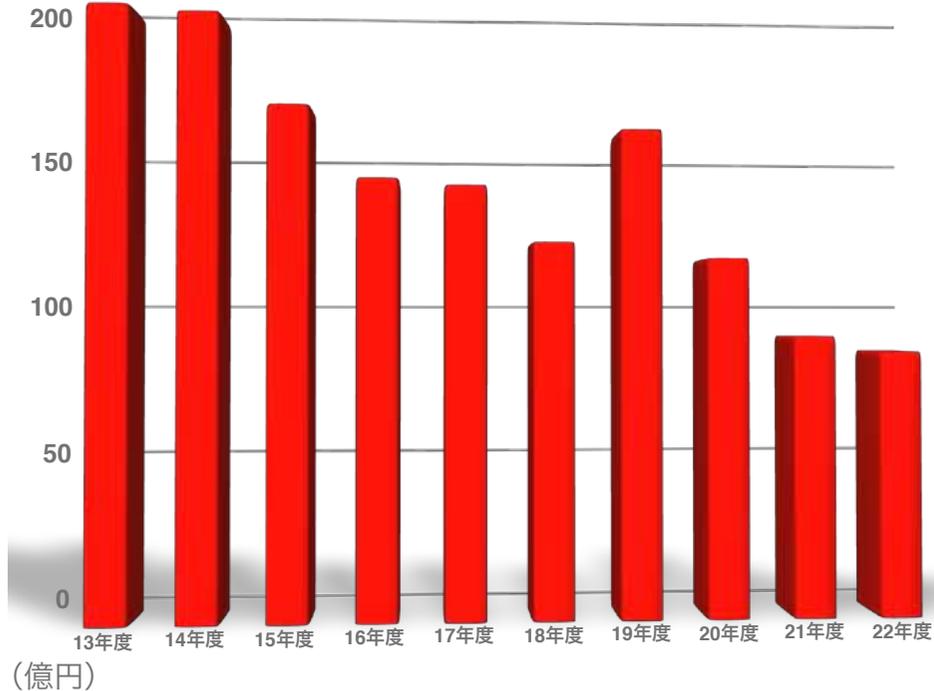
(億円)

アミューズメント産業界の実態調査

●音楽ゲーム

平成 22 年の売上高 85 億円 (前年比 94.6%)

音楽ゲーム

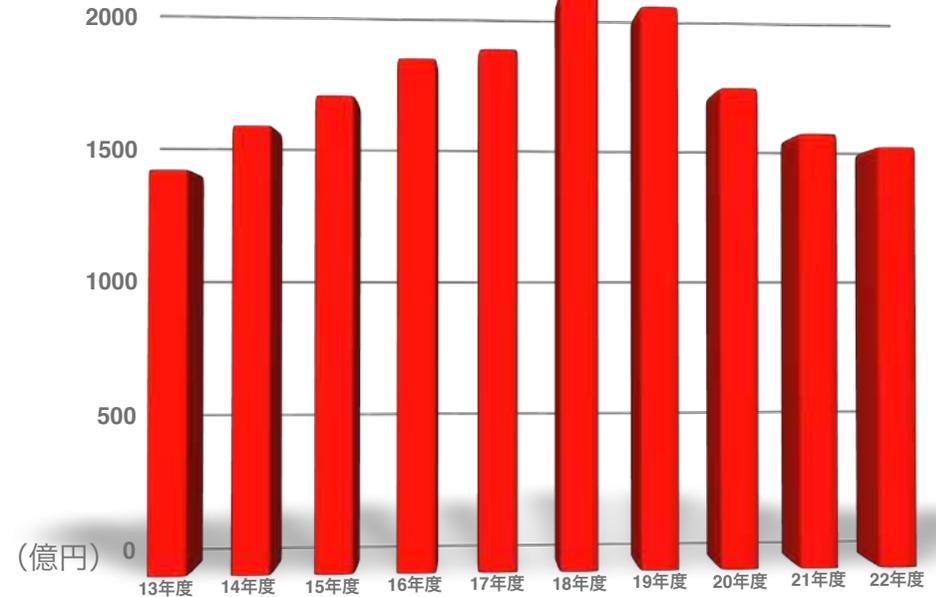


売り上げ、設置台数ともに前年度を下回ったものの、平成 22 年度に新規に投入された新製品及び定番の音楽ゲーム機にソフト更新にとどまらない大幅モデルチェンジがあった。新製品には新たな楽しさを提供しているものも多く、今後、音楽ゲームの売り上げが好転していく可能性もある。

●メダルゲーム

平成 22 年の売上高 1,469 億円 (前年比 97.1%)

メダルゲーム



平成 22 年度の売り上げは微減となったものの、話題となったシニア層のゲームセンター利用のきっかけがメダルゲームであること、既存の汎用機的な構造を持つ中・小型メダル機が引き続き健闘していること、Wi-Fi を活用し携帯端末をサテライトとして使用する画期的な大型メダル機が登場していることなどから、今後のメダルゲーム機の動向には期待が持てる。

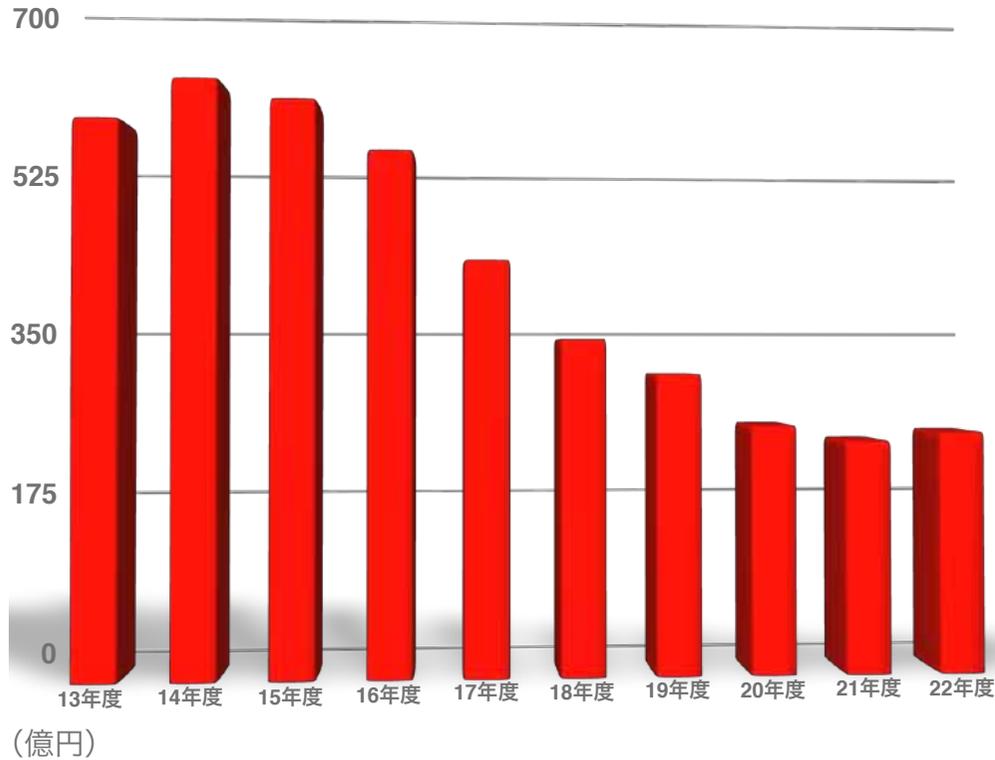
また、この調査から、7 号転用メダルゲーム機を抽出した調査を実施したが、この結果から、依然として転用メダルゲーム機の売り上げ貢献が大きいことが把握できた。

なお、売り上げの減少には貸し出しメダルの単価下落や預かりメダルの肥大が大きく影響している。

アミューズメント産業界の実態調査

●アミューズメントベンダー 平成 22 年の売上高 247 億円 (前年比 103.7%)

アミューズメントベンダー

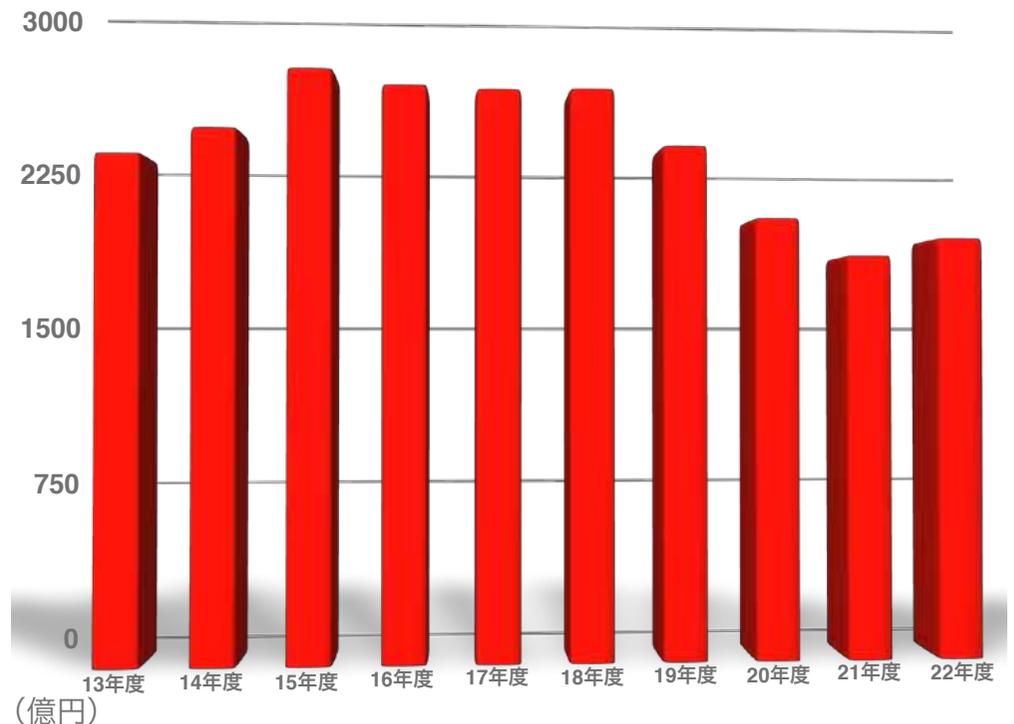


売上高は 8 年ぶりに増加した。インターネットや携帯電話へのデータ送信サービスやヘビーユーザー向けの会員サービスなど、固定客に向けたサービスの充実が売り上げ増加に繋がっていると思われる。

画像補正や加工の内容も一段と進化して女子中高生のニーズをきちんと掴むことができている。

●クレーン+他景品提供機 平成 22 年の売上高 1,904 億円 (前年比 104.5%)

クレーン+他景品提供機



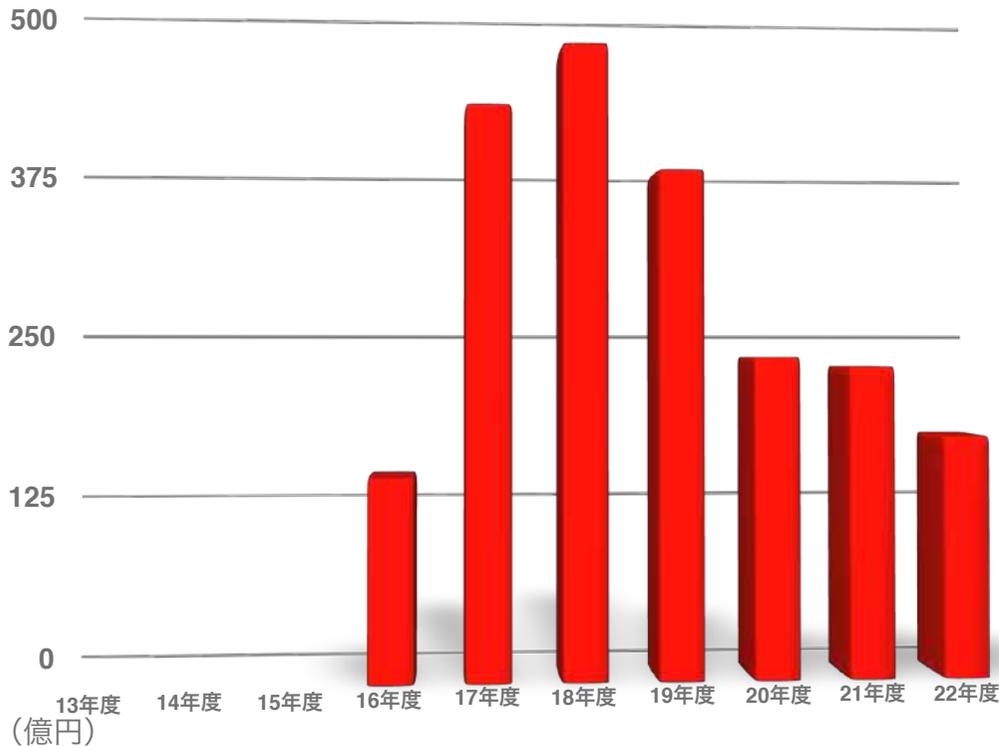
クレーン+他景品提供機は平成 22 年度のオペレーション売上を大きく牽引した。

アニメや映画のキャラクターを活用した景品が爆発的なブームとなり、特にフィギュア景品は品薄の状態が続くほどの人気となった。これらのブームはゲームセンターへの新規顧客の動員にも大きく影響したと考えられる。

アミューズメント産業界の実態調査

●キッズカードゲーム 平成 22 年の売上高 176 億円 (前年比 77.5%)

キッズカードゲーム



キッズカードゲームは、平成 16 年度から売上高の統計調査を開始した。平成 22 年度は、設置台数、売上高ともに大きく前年割れした。

一部の人気機種以外の機械の撤去が進んでいると思われ、この傾向は当分続くと予想される。

●解説

ゲームセンターとゲームセンターに置かれる機械について

◎ 8 号営業とは

現在、ゲームセンターの多くは「風俗営業等の規則及び業務の適正化に関する法律」(略称＝風適法、以下同) 第二条第一項第八号営業 (以下 8 号営業) に基づき、公安委員会の許可を受けて、日々の営業を行っています。(注 1)

では、どのような業態の施設が 8 号営業にあたるのでしょうか。まず風適法の目的として、第一条に以下の通り記載されています。

注 1：ここで「多くは」という記載をしたのは一部店舗については風適法の規制対象から除外されているものもあるためです。

第一条 この法律は、善良の風俗と清浄な風俗環境を保持し、及び少年の健全な育成に障害を及ぼす行為を防止するため、風俗営業及び性風俗関連特殊営業等について、営業時間、営業区域等を制限し、及び年少者をこれらの営業所に立ち入らせること等を規制するとともに、風俗営業の健全化に資するため、その業務の適正化を促進する等の措置を講ずることを目的とする。

さらに風適法では 8 号営業 (ゲームセンター) の規定について、風適法の第二条にそれが書かれています。

(用語の意義)

第二条 この法律において「風俗営業」とは、次の各号のいずれかに該当する営業をいう。

(一～六 省略)

八 スロットマシン、テレビゲーム機その他の遊技設備で本来の用途以外の用途として射幸心をそそおそれのある遊技に用いることができるもの (国家公安委員会規則で定めるものに限る。) を備える店舗その他これに類する区画された施設 (旅館業その他の営業の用に供し、又はこれに随伴する施設で政令で定めるものを除く。) において当該遊技設備により客に遊技をさせる営業。※ (前号に該当する営業を除く。)

※最後の一文のカッコにある「前号」とはパチンコホールや麻雀荘を規定したもので、原文はこのように規定されています。

七 まあじやん屋、ぱちんこ屋その他設備を設けて客に射幸心をそそおそれのある遊技をさせる営業

アミューズメント産業界の実態調査

このように、ゲームセンターとパチンコホールや麻雀荘と明確に区別されており別に許可が必要になります。加えて「風俗営業等の規制及び業務の適正化に関する法律等の解釈運用基準について」（解釈基準、以下同）には風適法を補足するものとして以下の記述があります。

第3 ゲームセンター等の定義について（法第2条第1項第8号関係）

1 趣旨

本号はゲーム機賭博事犯や少年非行の温床となるおそれのあるゲームセンター等を、風俗営業とすることによりその健全化と業務の適正化を図ることとするものである。

このように、ゲームセンターは子どもたちも安心して楽しめるように法律で定められた場所として規定されています。

◎ゲームセンターに置かれている機械とは（風適法対象のゲーム機とは）

現在8号営業（ゲームセンター）は風適法に則って営業されています。よってゲームセンターに置かれている機械は、概ね同法の規制に則った機械となっています（注2）。

注2：ここで「概ね」としたのは、一部風適法の規制から除外されているものもあるためです。

しかし、「8号営業とは」の項にあるように、風適法原文ではどの機械が風適法の対象となるゲーム機なのか厳密な記載がされていません。原文中には「国家公安委員会規則で定めるもの」という記載があり、別の規制「風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律施行規則」（以下、施行規則という）にも風適法対象機に関する記述があります。

風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律施行規則

風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律（昭和三十二年法律第二百二十二号）及び風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律施行令（昭和三十九年政令第三百十九号）の規定に基づき、並びに同法を実施するため、風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律施行規則を次のように定める。

第五条 法第二条第一項第八号の国家公安委員会規則で定める遊技設備は、次に掲げるとおりとする。

一 スロットマシンその他遊技の結果がメダルその他これに類する物の数量により表示される構造を有する遊技設備

二 テレビゲーム機（勝敗を争うことを目的とする遊技をさせる機能を有するもの又は遊技の結果が数字、文字その他の記号によりブラウン管、液晶等の表示装置上に表示される機能を有するものに限るものとし、射幸心をそそるおそれがある遊技の用に供されないことが明らかであるものを除く。）

三 フリッパーゲーム機

四 前三号に掲げるもののほか、遊技の結果が数字、文字その他の記号又は物品により表示される遊技の用に供する遊技設備（人の身体の色を表示する遊技の用に供するものその他射幸心をそそるおそれがある遊技の用に供されないことが明らかであるものを除く。）

五 ルーレット台、トランプ及びトランプ台その他ルーレット遊技又はトランプ遊技に類する遊技の用に供する遊技設備

施行規則においては風適法原文よりは記載が詳細になっていますが、まだわかりにくい部分が多くあります。それを補足する意味で解釈基準の中に施行規則より詳細な記述があります。

2 遊技設備

本号は、「スロットマシン、テレビゲーム機その他の遊技設備で、本来の用途以外の用途として射幸心をそそる恐れのある遊技に用いることができるもの（国家公安委員会規則で定めるものに限る。）」を設置して客に遊技させる営業を対象とする。具体的な遊技設備は施行規則第3条に定められている。スロットマシン、テレビゲーム機等で遊技の結果が定量的に表れるもの又は遊技の結果が勝負として表れるものや、ルーレット台やトランプ台等賭博に用いられる可能性のある遊技設備は対象になるが、占い機で盤面にインプットすべき内容を支持する程度にとどまるもの等これ等以外の遊技設備は、対象から除外される。また、遊技の結果が定量的に表れ、又は遊技の結果が勝負として表れる遊技設備であっても、単に人の物理的力を表示するもの等については、「射幸心をそそる遊技の用に供されないことが明らかなもの」として対象から除外することとしているが、この規定は通常のインベーダー機等を対象から除外するという趣旨ではない。

なお、

①実物に類似する運転席や操縦席が設けられていて「ドライブゲーム」、「飛行機操縦ゲーム」その他これに類する疑似体験を行わせるゲーム機（戦闘により倒した数を競うもの等、運転や操縦以外の結果が数字等により表示されるものを除く。）

②機械式等のモグラ叩き機については、当面賭博、少年のたまり場等の問題が生じないかどうか見守ることとし、規制の対象としない扱いとする。

(1) スロットマシンその他遊技の結果がメダルその他これに類するものの数量により表示される構造を有する遊技設備（施行規則第3条第1号）

スロットマシンのほか、ぱちんこ遊技機、回胴式遊技機に類するもの等メダル、遊技球等の数量により遊技の結果が表示される遊技設備をいう。

なお、法第2条第1項7号の営業に用いられる遊技機を設置して営業する場合には、同号の営業の許可を要することとなるので、同号の営業に用いられる遊技機を設置している場合には、当該遊技機を撤去するか同号の営業に用いられる遊技機以外の遊技機に改めることによって営業させること。

(2) テレビゲーム機（勝敗を競うことを目的とする遊技をさせる機能を有するもの又は遊技の結果が数字、文字その他の記号によりブラウン管上に表示される機能を有するものにかぎるものとし、射幸心をそそるおそれがある遊技の用に供されないことが明らかであるものを除く。）（施行規則第3条第2号）

ブラウン管、液晶等の表示装置に遊技内容が表示される遊技設備で、人間と人間若しくは機械との間で勝敗を争うもの又は数字、文字のその他の記号が表示されることにより、遊技の結果が表され、優劣を争うことができるものをいう。前者の例としては対戦型麻雀ゲーム、後者の例としてはインベーダーゲームが挙げられる。

(3) フリッパーゲーム機（施行規則第3条第3号）

アミューズメント産業界の実態調査

いわゆるピンボールゲームをいう。

(4) 前三号に掲げるもののほか、遊技の結果が数字、文字その他の記号又は物品により表示される遊技の用に供する遊技設備（人の身体力を表示する遊技の用に供するものその他射幸心をそそるおそれがある遊技の用に供されないことが明らかであるものを除く。）（施行規則第3条第4号）

遊技の結果が数字等で表示される遊技設備のうち、遊技の結果を数字等で表示し、その結果により優劣を争うもので(1)から(3)までに掲げるものをのぞいたものをいう。

このうち、人の身体力を表示する遊技の用に供するものとは、投げた球のスピードを測定するもの、パンチの強さを計測するもの等、人の身体能力を測定するものをいう。

また射幸心をそそるおそれがある遊技の用に供されないことが明らかであるものとは、同一条件の下に繰り返し遊技したとしても結果に変わりがない遊技設備をいい、生年月日、血液型、自己の性格等を入力して遊技する占い機がこれに該当する。

(5) ルーレット台、トランプ及びトランプ台その他ルーレット遊技又はトランプ遊技に類する遊技の用に供する遊技設備（施行規則第3条第5号）

ルーレット遊技又はトランプ遊技の用に供する遊技設備のほか、賭博に用いられる可能性がある花札、サイコロ等を使用して遊技をさせ、優劣を争わせるための遊技設備であって、(1)から(4)までに掲げる以外のものをいう。

なお、遊技機械の中で唯一物品の提供が認められているクレーンゲームについては、解釈基準第16・9・(3)で例外として規定されています。

第16 風俗営業の規制について（法第9条、第13条、第15条、第16条、第18条の2、第19条、第20条、第22条、第23条及び第24条関係）

(1～8 省略)

9 遊技場営業者の禁止行為

((1)、(2) 省略)

(3) 遊技の結果が物品により表示される遊技の用に供するクレーン式遊技機等の遊技設備により客に遊技をさせる営業を営む者は、その営業に関し、クレーンで釣り上げる等した物品で小売価格がおおむね800円以下のものを提供する場合には法第23条第2項に規定する「遊技の結果に応じて賞品を提供」することに当たらないものとして取り扱うこととする。

◎ゲームセンターとは（店舗について）

これまで、「8号営業とは」「ゲームセンターに置かれる機械とは」について説明してきましたが、機械を置いて営業する店舗（ゲームセンター）はどのようなものなのでしょう。これについては風適法の第二条に規定されたものがこれにあたります。ゲームセンターを営業するには許可が必要で、それについては風適法

第二章 第三条に規定されています。

第二章 風俗営業の許可等

(営業の許可)

第三条 風俗営業を営もうとする者は、風俗営業の種別（前条第一項各号に規定する風俗営業の種別をいう。以下同じ。）に応じて、営業所ごとに、当該営業所の所在地を管轄する都道府県公安委員会（以下「公安委員会」という。）の許可を受けなければならない。

2 公安委員会は、善良の風俗若しくは清浄な風俗環境を害する行為又は少年の健全な育成に障害を及ぼす行為を防止するため必要があると認めるときは、その必要の限度において、前項の許可に条件を付し、及びこれを変更することができる。

また8号営業店舗であることがわかるものとしては、風適法第六条にこのように規定されています。

(許可証等の揭示義務)

第六条 風俗営業者は、許可証（第十条の二第一項の認定を受けた風俗営業者にあつては、同条第三項の認定証）を営業所の見やすい場所に掲示しなければならない。

さらに解釈基準第3・3に店舗についての詳細な規定があります。また解釈基準には、一部8号営業の許可なく営業が可能な店舗についても規定されています。

第3 ゲームセンター等の定義について（法第2条第1項第8号関係）

3 店舗その他これに類する区画された施設

本号は、「遊技設備を備える店舗その他これに類する区画された施設」において当該遊技機を用いて客に遊技をさせる営業を対象とする。したがって、屋外にあるもの等「店舗その他これに類する区画された施設」に当たらない場所において客に遊技をさせる営業は、本号の対象とはならない。また、本号の対象は、「店舗」及び「店舗に類する区画された施設」であるが、「店舗」に当たらない後者についてのみ令第1条の3の要件に当たるものを対象外とするものである。

(1) 店舗

ア店舗の意義

「店舗」とは、社会通念上一つの営業の単位と言い得る程度に外形的に独立した施設をいい、ゲームセンター、ゲーム喫茶のように法第2条第1項第8号の営業用に設けられた店舗である場合はもとより、飲食店営業、小売業等の営業用に設けられた店舗も、法第2条第1項第8号の「店舗」に含まれる。すなわち、社会通念上の「店舗」に遊技設備を備える場合は、風俗営業の許可を要することとなる。施設が「一つの営

アミューズメント産業界の実態調査

業の単位と言い得る程度に外形的に独立」しているとは、看板等の表示、従業員の服装、又は営業時間の独立性等その実態から判断して、一つの営業単位としての独立的性格を有することをいう。したがって、区画された施設が一個の営業用の家屋である場合には当然に店舗となるが、区画された施設がビルディング等の大規模な建物の内部にある場合でも、この独立的性格を有するときには、店舗に当たる。

イ風俗営業の許可を要しない扱いとする場合

アによれば、例えば、大きなレストラン等の店舗の片隅に1台のゲーム機を設置する場合にも風俗営業の許可を要することとなるが、この事例のように当該店舗内において占めるゲーム機営業としての外形的独立性が著しく小さいものについては、法的規制の必要性が小さいこととなる場合もあると考えられる。

そこで、ゲーム機設置部分を含む店舗の1フロアの客の用に供される部分の床面積に対して客の遊技の用に供される部分（店舗でない区画された部分も含む。）の床面積（当該床面積は、客の占めるスペース、遊技設備の種類等を勘案し、遊技設備の直接占める面積のおおむね3倍として計算するものとする。ただし、1台の遊技設備の直接占める面積の3倍が1.5平方メートルに満たないときは、当該遊技設備に係る床面積は1.5平方メートルとして計算するものとする。）が占める割合が10パーセントを超えない場合は、当面問題を生じないかどうかの推移を見守ることとし、風俗営業の許可を要しない扱いとする。

なお、「店舗の1フロア」とは、雑居ビル内の1つのフロアに複数の店舗があり、その中の1つの店舗にゲーム機を設置する場合には、そのフロア全体の床面積ではなく、当該店舗内のみをいう。また、「客の用に供される部分」には、カウンターやレジの内側等専ら従業員の用に供されている部分や洗面所等当該フロアとは完全に区画されている部分は含まない。

(2) 店舗に類する区画された施設

店舗に類する区画された施設において客に遊技をさせる営業は、政令で定める施設において営まれる営業を除き、本号の対象となる。

「店舗に類する区画された施設」とは、いわゆるゲームコーナーのように「店舗」に当たらない区画された施設で、営業行為の行われるものをいい、例えば、旅館、ホテル、ショッピングセンター等の大規模な施設の内部にある区画された施設をいう。

店舗に類する区画された施設については、令第1条の3で定めるものは、対象から除外される。令第1条の3中「当該施設の内部を…当該施設の外部から容易に見通すことができるもの」とは、例えば、通常の区画されたゲームコーナーにあっては、通路等に接した面について、

- ① テーブルの高さ程度以上の部分が開放されているもの
- ② ガラス張り等で閉鎖されている場合には、当該ガラス等が無色透明でおい等がなされていないもの等であって、内部の照明又は構造、設備若しくは物品等が見通しを妨げず、外部から内部のほぼ全体を見通すことができるものがこれに該当する。

また、大規模小売店舗内の区画された施設については、大規模小売店舗内の店舗に当たらない区画された施設のうち、小売業の用に供し、又はこれに随伴する施設で、主として小売業部分に集まる顧客が利用するものがこれに当たる。

なお、(1)イの扱いは、区画された施設についても同様である。

というように、基本的にはゲームセンターは8号営業の許可を得て営業することになります。

しかし、一部ショッピングセンター等で営業している店舗の中には解釈基準(1)イにある「ゲーム機設置部分を含む店舗の1フロアの客の用に供される部分の床面積に対して客の遊技の用に供される部分（店舗でない区画された部分も含む。）の床面積（当該床面積は、客の占めるスペース、遊技設備の種類等を勘案し、遊技設備の直接占める面積のおおむね3倍として計算するものとする。ただし、1台の遊技設備の直接占める面積の3倍が1.5平方メートルに満たないときは、当該遊技設備に係る床面積は1.5平方メートルとして計算するものとする。）が占める割合が10パーセントを超えない場合は、当面問題を生じないかどうかの推移を見守ることとし、風俗営業の許可を要しない扱い」が適用されることで、8号営業の許可を取らずに営業することが可能なため、例外的に扱われています。また屋上遊園地にあるゲームコーナーの一部も同様の規定が適用されるため、例外的に扱われています。



アミューズメント産業界の実態調査

8号営業（ゲームセンター）で使われる用語の解釈（定義）（五十音順）

7号転用メダルゲーム

ゲームセンター、SC等で営業するアミューズメント施設に置かれているぱちんこ、パチスロ機。ゲームセンター等で使用するぱちんこ、パチスロ機は、パチンコホール（風適法に基づいた7号営業）で使用している機械をゲームセンターで使用できるよう、射幸心をあおらない仕様やぱちんこ玉が払い出されない仕様などに改造し、7号営業で使用する機械を8号営業に転用使用することの許可を得ていることから、この名称で呼ばれている。

アミューズメントベンダー

撮影映像やメッセージ等を入力して、シール、名刺、カード、スタンプ、システム手帳等を作成し、自動払い出しをする機器。ゲームセンターではプリントシール機（「プリクラ」は㈱アトラス〈現㈱インデックス〉の商標）が代表的。ゲームセンターでのカードベンダーとの大きな違いはオリジナルのシール、名刺、カード、スタンプ、システム手帳等を払い出す点。カードベンダーは対象ゲーム用に作られているカード類を払い出す。また、カードベンダーは払い出されたカード類を使用してゲームが楽しめる点も異なる。

オペレーション

広義のゲームセンター、SC内のアミューズメント施設等の営業を表す。ゲームセンター等を営業する企業はこれに併せて「オペレーター」と呼ばれている。

カードベンダー（キッズカードゲーム）

ゲームの結果にかかわらず、カードが払い出されるゲーム機。現在ゲームセンター、SC等で営業しているアミューズメント施設に設置してあるものの中では「データカードダススーパー戦隊バトル ダイスオーDX」〈バンダイ〉や「ポケモンパトリオ」〈タカラトミー〉などのキッズカードゲームが代表的。通常のゲーム機との異なる点は、ゲームをプレイしなくてもカードを払い出すことができること。また、玩具店などに設置されているカード販売機（カプセル自販機のカード版）とはゲームができるかどうかによって区別できる。

マシビデオゲームの中のトレーディングカードゲーム（「ベースボールヒーローズ」〈KONAMI〉、「LORD of VERMILION」〈スクウェア・エニックス〉、「WORLD CLUB Champion Football」、「戦国大戦」〈セガ〉など）は、基本ゲームをプレイするとカードが払い出されるが、設定でカードを払い出さない仕様にもできるので、このジャンルには分類されていない。（カードを払い出さない設定の場合にはその旨が機械に明示されている）

キッズメダル

SC内で営業されているアミューズメント施設等に多く設置されている、おおむね小・中学生までを対象にしたメダルゲーム。JAMMAの統一規格により、メダルの最大払い出し枚数が制限されているほか、対象プレイヤーの身長に合わせ、高さが低くなっていることで大人用と区別できる。大人用のメダルゲームと同様に、1人でプレイするシングルメダルゲームと多人数で楽しめるマスメダルゲームがある。現在はキッズ向けマスメダルゲームの一部

機種は、大人用のマスメダルゲームに比べゲームがシンプルであることなどにより、メダルゲームの入門機として年齢を問わずに楽しられている。

キティライド

子どもを対象とした乗り物。

クレーンゲーム

アミューズメント景品を提供するゲーム機の一つ。景品を払い出し口まで運ぶ部分（アーム）がクレーンの形状であるもの（「UFO キャッチャー8」〈セガ〉「カプリチオ Gone」〈タイトー〉「クレナフレックス」〈バンダイナムコゲームス〉等が代表的）。SCで営業されているアミューズメント施設に多い「スウィートランド」〈バンダイナムコゲームス〉などの機械でアーム形状のものがあるが、それらの機械はその大きさから「ミニクレーンゲーム」として区別されている。

コインオペレーション

ゲーム機を現金（硬貨のみ、風適法の規制により紙幣を直接投入してゲームをプレイすることはできない）で営業する形態。通常のゲームセンター・SC内のアミューズメント施設はほぼこの営業形態を取っている。メダルゲームの営業方法（メダルイン・メダルアウト方式）との比較で使用されることもある。また、一部ゲームセンターやSC内のアミューズメント施設の中には、入場料を支払い、一定時間内は当該施設に設置されているゲームを無料でプレイできる「時間貸し」型の営業形態もある。

サテライト

マシビデオゲームやマスメダルゲームで基本1人のプレイヤーがゲームを楽しめる場所（一部ゲームのサテライトは2人で遊べるものもある）。サテライトの種類としては、マシビデオゲーム（「麻雀格闘倶楽部」〈KONAMI〉「三国志大戦」〈セガ〉「機動戦士ガンダム戦場の絆」〈バンダイナムコゲームス〉など）や一部の競馬メダルゲーム（「スターホース」〈セガ〉など）のように、それぞれのサテライトが独立しており、ある程度自由にレイアウトできるものとゲーム筐体と一体化しているもの（マスメダルゲームに多い）がある。

専用筐体

文字通り、ひとつのゲーム専用が開発・販売されている筐体。ドライブゲーム、ガンシューティングゲーム、マス・カードビデオゲームなど専用のコントローラ（ハンドル、ガン、カードを操作できるパネル等）が必要なゲームに多い。例外的に汎用筐体を改造して専用筐体と同様に遊べるもの（「サイバーダイバー」〈タイトー〉）や、一部仕様を変更することで複数ゲームに対応した筐体（「ボーダーブレイク」「シャイニングフォース クロスレイド」〈セガ〉）もある。

トレーディングカードゲーム

専用筐体を使用し、ゲーム専用のカードを使ってプレイするビデオゲーム。専用カード内に記録されているデータを専用筐体に読み込ませることで、プレイヤーはカードを動かしたりすることにより画面上のキャラクターなどが操作できる。一般に認知されているアナログのトレーディングカードゲームとは異なる。「ベースボールヒーローズ」(KONAMI)、「LORD of VERMILION」(スクウェア・エニックス)、「WORLD CLUB Champion Football」、「戦国大戦」(セガ)などが代表的。

ネットワークゲーム（オンラインゲーム）

ゲーム筐体をネットワークに接続することで、異なる場所のゲームセンター等のプレイヤー同士で対戦、協力プレイが行えるゲーム。1カ所のゲームセンター等にある複数台設置のゲームが一度に楽しめることと区別して、こう呼ばれる。本実態調査ではビデオゲームの別ジャンルとして規定している。通信環境が発達することに伴い、マスビデオゲームでのゲームセンターを横断した多人数同時プレイや、メダルゲームのネットワーク化が進んでいる。

バージョンアップ

人気ビデオゲームでよく使われる。ゲームの基本ソフトやシステム・操作方法等を変更することなく、新たな要素、キャラクター、ゲームのモードなどを盛り込むことで、プレイヤーに新鮮味をもって長く楽しんでもらうために行う。マスビデオ・カードゲームではバージョンアップによりカードを一新することが多い。また基板ソフトを使用したビデオゲームでは、通常ソフトの変更でバージョンアップを行うことが多いが、一部大型ビデオゲームでは、バージョンアップに伴って筐体を一新することがある。

汎用筐体

ミニアップライト型（正面にモニターを配置し、椅子に座って手元のジョイスティックやボタンでプレイをするタイプ。現在はこのタイプが主流）やテーブル型（テーブル面にモニターが配置され、ジョイスティックやボタンはテーブル下に配置されている。昔の麻雀ゲームやインベーダーゲームなどはこのタイプ）でソ

フトの入れ替えが容易な筐体。最近ではテーブル型の筐体の新作はあまり見られない。JAMMAの統一規格※によりメーカー各社のゲーム基板・ソフトに対応し、ゲーム基板・ソフトの交換で複数の異なるゲームをプレイできる。

プッシャー

メダルゲームにおいて、ゲーム筐体内にあるメダルを、何らかの方法で払い出し口に押し出す、あるいは落とすことで払い出しを行う種類のメダルゲーム。メダル落としともいう。1人プレイ用のもの（シングルメダルゲーム）もあるが、多人数で遊べるもの（マスマダルゲーム）に多い。

メダルイン・メダルアウト方式

ゲームのプレイにメダルを使用し、ゲームの結果によりメダルが払い出されるゲームの方式。ゲームセンター、SC等で営業するアミューズメント施設等に設置されている1人用のスロットマシン・ポーカーゲームなど（シングルメダルゲーム）、ぱちんこ、パチスロ機（7号転用機）、多人数で楽しむメダル落とし機（マスプッシャーなどのマスマダルゲーム）、ビンゴゲーム、ルーレット、競馬ゲームなどのゲームがこれに当たる。一部機械は硬貨の投入口があるが、これは該当機専用のメダル貸出機を内蔵しているもので、基本的に、これ等のゲームは硬貨を使用してのプレイはできない。

基板ソフト

専用のゲーム筐体を使用したビデオゲームとは異なり、ひとつの筐体でソフトを入れ替えることにより異なるゲームをプレイできるゲーム筐体（汎用筐体）向けのソフト。格闘ゲーム、シューティングゲームなどはこのタイプのもが多い。現在ソフトはDVD-ROM、USBメモリなどのメディアで販売されるケースが多いが、以前は専用基板にゲームデータを書き込んで販売されていたことから、現在もこのような名称になっている。また最近の一部基板ソフトはメディアを用いず、直接筐体にネットワーク配信により提供されるものもある。なお、ネットワーク配信のゲームは、ゲーム施設で営業するには専用のシステムを導入し、筐体もシステムに対応させておく必要がある。

※ JAMMA 統一規格については JAMMAHP (URL : <http://jamma.or.jp/>) に掲載されていますので詳細についてはそちらをご参照下さい。