

アミューズメント産業市場調査結果 2007

調査要領

矢野経済研究所では、アミューズメント産業市場について市場調査を実施し、市場現況のレポートと2009年度までの市場動向の分析・予測を行なった。

1. 調査対象：アミューズメント機器メーカー、アミューズメント施設オペレーター、エンドユーザー
2. 調査期間：2007年7月～2007年10月
3. 調査方法：弊社専門研究員による直接面接取材を基本とし、電話・ファックス・e-mailによる調査を併用。
消費者調査では弊社インターネットモニターを対象とした調査システムを利用。

調査結果サマリー

2006年度アミューズメント産業市場 9,000億円突破。1兆円が目前に

2001年度まで縮小傾向にあったアミューズメント産業市場は、ショッピングセンターを中心とした大型商業施設への出店機会の増加やキッズカードゲーム機のブームなどにより2002年度以降拡大傾向が続いており、2006年度は市場全体（施設売上高と機器販売高の合算）で9,000億円を突破した。

今後も、ライトユーザーに好評な大型メダルゲーム機などを中心に、市場の成長が予想され、2007年度の総市場規模は9,600億円に達するものと見込まれる。

商業施設への出店が主流、他の娯楽系施設との複合化が進む

全国的に相次いで開発される大型複合商業施設への大型アミューズメント施設出店を強化する傾向は継続している。商業施設全体の想定ターゲット層に応じる形で、シネマコンプレックス、温浴施設などといった他の娯楽系施設やフードコートなどとの複合・隣接が進み、「アミューズメント・エリア」の一翼を担っている。

また、現在アミューズメント施設を利用しているユーザーに、アミューズメント施設の付帯施設の中で利用したい施設についてヒアリングしたところ、男性・女性とも「ショッピングセンター」と答えたユーザーが最も多く（男性34.0%、女性47.8%）、この傾向は特に女性に顕著となった。

<資料体裁>

資料名：「2007年版 アミューズメント産業の現状とトレンド分析」

発刊日：2007年10月19日 体裁：A4判297頁 定価：126,000円（税込）

株式会社 矢野経済研究所

所在地：東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長：水越 孝

設立：1958年3月 年間レポート発刊：約250タイトル URL：<http://www.yano.co.jp/>

この件に関するお問い合わせは

（株）矢野経済研究所 管理本部 広報室 中村

TEL 03-5371-6912 E-mail: press@yano.co.jp

調査内容の解説

【アミューズメント産業市場全体概況】

2001年度まで縮小傾向にあったアミューズメント産業市場は、ショッピングセンターを中心とした大型商業施設への出店機会の増加やキッズカードゲーム機のブームなどにより2002年度以降拡大傾向が続いており、2006年度は市場全体で9,000億円を突破した。

今後も、ライトユーザーに好評な大型メダルゲーム機などを中心に、市場の成長が予想され、2007年度の総市場規模は9,600億円に達するものと見込まれる。

その後も成長傾向は続き、2008年度には総市場規模1兆円を上回るものと推測される。

【個別市場概況】

<アミューズメント機器市場>

現在市場を牽引している機種は、ネットワーク対応ゲーム機、カードゲーム機、そして大型メダルゲーム機である。

メダルゲーム機筐体の大型化は、メダルプッシャータイプを中心に進んでいる。大型化によりアイキャッチ効果が高くなり、特にライトユーザー層への訴求力が増すことを期待したトレンドと言える。

ネットワーク対応ゲーム機においては、いわゆる“やり込み”タイプのものが多く、麻雀系の機器やアニメコンテンツをモチーフとした機器などを中心に、30～40代ファンの取り込みにも大きく成功した。

カードゲーム機では、昨今のブームにより、キッズカードゲーム機として新たな市場が確立された。カードを読み込ませ、対戦相手と競い合うのが遊び方の基本となるこれらのカードゲーム機は、ゲーム性とカードのコレクション要素にも人気の要因があったと言える。

<アミューズメント施設市場>

全国的に相次いで開発される大型複合商業施設へのアミューズメント施設出店を強化する傾向は継続している。商業施設全体の想定ターゲット層に応じる形で、シネマコンプレックス、温浴施設などといった他の娯楽系施設やフードコートなどとの複合・隣接が進み、「アミューズメント・エリア」の一翼を担っている。

その他、ロードサイドや駅前にシネマコンプレックスやボウリング場などといった他の娯楽系施設と複合し、テナントミックス効果を期待した「娯楽系複合施設」として様々な形態で出店が進んでいる。この傾向は今後も継続し、より多様化していくものと思われる。

【エンドユーザーの動向】

<アミューズメント施設に付帯する施設の中で利用したい施設>

現在アミューズメント施設を利用しているユーザーに、アミューズメント施設の付帯施設の中で利用したい施設についてヒアリングしたところ、男性・女性とも「ショッピングセンター」と答えたユーザーが最も多く（男性34.0%、女性47.8%）この傾向は特に女性に顕著となった。

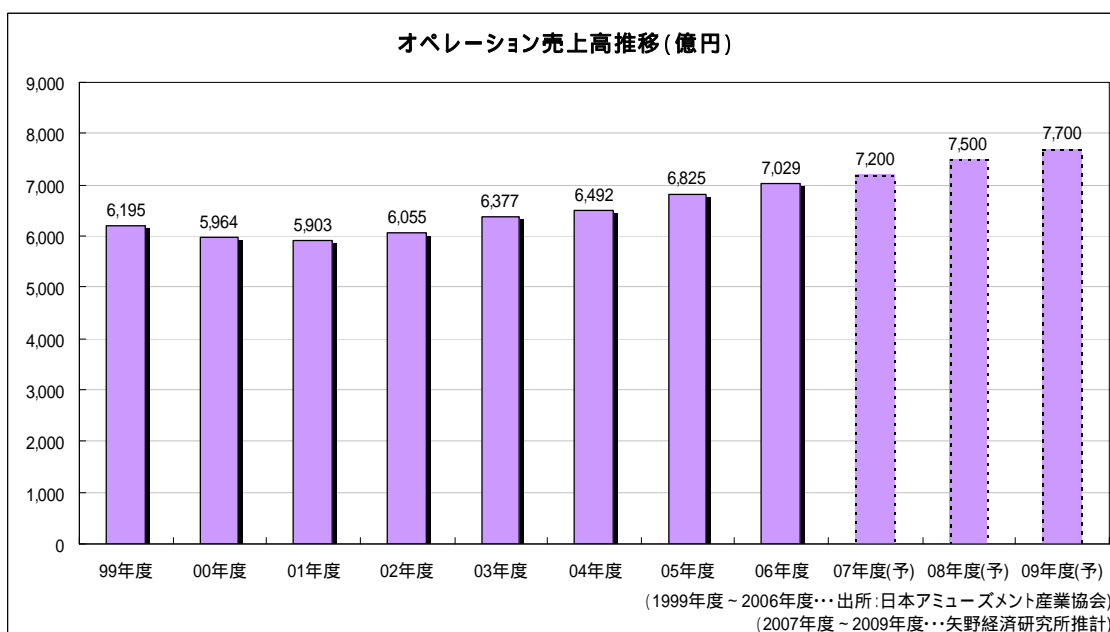
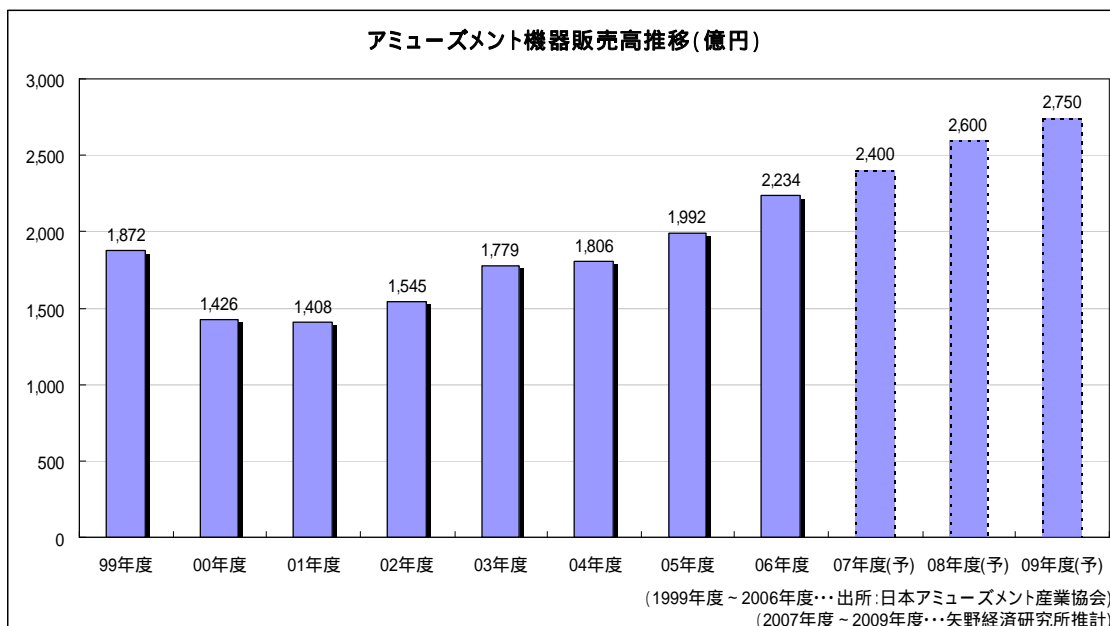
ジャンルで見ると、男性・女性ともに、「フードコート」や「フードテーマパーク」といった“飲食系”施設が「ショッピングセンター」に次いで高いという結果になった。

弊社インターネットリサーチシステム「YDS」を利用したWebアンケート方式にて調査を実施

調査対象：現在アミューズメント施設を利用しているユーザー1,098名

標本は「性別」「年代別」の属性別比率がほぼ一定となるよう、事前にサンプリングを実施

アミューズメント産業市場：市場規模予測



アミューズメント産業市場規模推移

(単位: 億円)

	1999年度	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度	2006年度	2007年度 (予測)	2008年度 (予測)	2009年度 (予測)
アミューズメント機器 販売高	1,872	1,426	1,408	1,545	1,779	1,806	1,992	2,234	2,400	2,600	2,750
前年比	94.4%	76.2%	98.7%	109.7%	115.1%	101.5%	110.3%	112.1%	107.4%	108.3%	105.8%
オペレーション売上高	6,195	5,964	5,903	6,055	6,377	6,492	6,825	7,029	7,200	7,500	7,700
前年比	98.5%	96.3%	99.0%	102.6%	105.3%	101.8%	105.1%	103.0%	102.4%	104.2%	102.7%
市場全体	8,067	7,390	7,311	7,600	8,156	8,298	8,817	9,262	9,600	10,100	10,450
前年比	97.5%	91.6%	98.9%	104.0%	107.3%	101.7%	106.3%	105.1%	103.6%	105.2%	103.5%

(1999年度～2006年度…出所:日本アミューズメント産業協会)
(2007年度～2009年度…矢野経済研究所推計)

エンドユーザー動向：利用したい付帯施設（男女別）

