JAMMA ジャーナル

JAPAN AMUSEMENT MACHINE AND MAKETING ASSOCIATION 一般社団法人日本アミューズメントマシン協会
〒102-0074 東京都千代田区九段南 3-8-11 飛栄九段ビル 8F
TEL：03（3556）5522 FAX：03（3556）5524
http://www.jamma.or.jp

電子版 No.6

業界全体で改めて AM 機器に興味をもたせる努力を アジア市場へ展開する企業への支援も

JAMMA 里見 治 会長
年頭メッセージ

会員の皆様におかれましては、健やかに新年を迎えられたこととお慶び申し上げます。昨年は当協会へ格別のご支援、ご協力を賜りましたこと改めて厚く御礼申し上げます。2011 年の新春を迎えるにあたり、所感の一端を申し述べ、新年のご挨拶に代えさせていただきます。

昨年は、東アジアにおける国際関係が不安定な状況となるなど、日本を取り巻く環境が大きく変化する年となり、やや安定化する兆候を見せていた株式市場、為替市場も大きな影響を受け、依然予断を許さない状況が続いております。

このような環境下におけるアミューズメント産業の動向ですが、2009 年度の市場規模は 6,739 億円となり、前年を大きく割り込む結果となりました。内訳としては業務用アミューズメント機製品販売高が前年比約 14%減となる 1,696 億円、オペレーション売上高は前年比約 12%減となる 5,043 億円となりました。しかしながら、2010 年に入ってからも引き続き厳しい状況が続くものの、アミューズメント施設の既存店売上高に底打ち感が見られているのが明るい話題だと言えます。

そこで、今我々がなすべきことは、アミューズメント施設に再び遊びに来られるようになったお客様に楽しさを再認識いただけるような、魅力あるアミューズメント機器を創出するべく継続して研究・開発を重ねることです。更に、この円高をむしろチャンスと捉え、以前より我々が課題として掲げている開発コスト・原価コストの低減に積極的に取り組むことにより、施設オペレーターの方々が購入し易い価格の製品を提供し、業界全体でお客様を呼び込む、という正のスパイラルを作り出していくことだと認識しております。

加えて、中国をはじめとする経済成長の著

しいアジアの近隣諸国の市場に対し、各国の製品規制や製品価格の問題などを見据えながら積極的に進出を図っていくことは、業界の成長にとって必然となっております。

以上のような背景を踏まえ、我々は様々な取り組みを行っております。

JAMMA では、国際部会でアジアのアミューズメント市場マップを作り始めるなど、業界の海外展開に向け支援を模索して参ります。

JAIA の技術委員会では、JAMMA の IT ネットワーク特別委員会と合同で、2009 年 4 月から 2010 年 3 月までの 1 年間、会員企業 4 社のご協力により実際の店舗において「電子マネー利用促進のための実証実験とその収集データの検証実験」を実施致しました。本年度は、この実験により得られたデータに基づき、アミューズメント施設における電子マネーの有用性について分析を行って参りました。結果については、報告書がまとまり次第、会員各位にご報告させて頂きます。

また、アミューズメント施設・機器に関わる各種規制の見直しに向けての活動としましては、業界の最優先見直し事項と定めた『保護者同伴であれば、18 時以降の 16 歳未満の者の入場許可』を軸に、行政交渉を行って参りました。これらの規制が見直されれば、アミューズメント産業の活性につながるばかりでなく、ひいては雇用創出や税収の拡大にも寄与できるものと捉え、主務官庁並びに条例を管掌する地方自治体に対し、業界一丸となって交渉を図っていきたいと考えております。

昨年 4 月からは、JAMMA と AOU、NSA の各事務局が同じ事務所に移転し、業務を行っております。団体の統合は一朝一夕には進みませんが、一歩一歩前進しながら、規制の緩和に向けて一体となって活動していけるものと期待しております。

更には、本年より東京ゲームショウ 2011 と第 49 回アミューズメントマシンショーを、同期間に同会場で開催させていただくことを決定致しました。困難な状況にあるゲーム業界が、アミューズメント、コンシューマーという業界の壁を乗り越え、一体となって再成長に向けて前進できる準備が整ったものと認識しております。

会員の皆様におかれましては、引き続き当協会運営への一層のご理解とご支援を賜りますよう何卒お願い申し上げます。

最後になりましたが、皆様のご発展とご健勝を心から祈念いたしまして、私の新年のご挨拶とさせていただきます。

わが国機械産業の成長と飛躍に向け、その強みをさらに発揮できるよう注力

平成 23 年　年頭所感

経済産業省製造産業局産業機械課　藤木 俊光　課長

平成 23 年の新春を謹んでお慶び申し上げます。本年も引き続き、よろしくお願いいたします。

経済産業省では昨年 6 月に我が国産業の現状と課題を明確にし、グローバル競争力強化に乗り出すことを目標として「産業構造ビジョン 2010」を策定し、さらに政府全体としても「強い経済」を目指し「新成長戦

略 2010」を策定いたしました。しかしながら、円高の進行、海外新興市場における競争の激化など経済は予断を許さない状況にあります。そのため、政府として、スピード感を持ってこうした戦略を実行に移していかなければなりません。

デフレ脱却と景気の自立的回復に向けた道筋を確かなものとしていくために、「3 段構え」の政策展開を進めております。ステップ 1 として、低炭素型雇用創出産業立地支援の推進や中小企業の高付加価値化、販路開拓など約 9,000 億円の予備費を活用した対策を実行に移しております。また、現在、ステップ 2 として約 5 兆円の補正予算を活用した対策の速やかな実施に取り組んでいます。具体的には、本年 1 月中にはレアアース等利用産業等設備導入事業やイノベーション拠点立地支援事業の公募をスタートいたします。

そのような中、昨年 11 月末に「国内投資促進円卓会議」において、各産業界の御協力を得て、国内立地促進、中堅・中小企業対策などに重点をおいた「国内投資促進プログラム」を策定いたしました。これは官民一体となって、「成長促進型」（プロ・グロース）政策へ舵を切るべきことを宣言するもので、民間企業が投資拡大に向けた取組を進めるとともに、政府もあらゆる政策を徹底的に検証し、法人実効税率の引き下げや主要国との質の高い EPA の推進など、世界最高水準の投資事業環境を整備することを目指すものです。

本年はこうした現状を踏まえ、特に以下のような施策に注力してまいります。

まず、第一に「次世代産業の育成・強化」を推進いたします。将来大きな需要が見込まれるロボット等の先端分野において研究開発

を加速し、また、国際標準化を推進することにより、フロンティアを開拓してまいります。

第二に、「国内投資の促進と雇用の拡大」を推進いたします。民間の投資拡大に向けた取組を支援することで、雇用を創出し、グローバルな競争の中で我が国の産業空洞化を招くことのないよう取り組んでまいります。

第三に、「環境問題への対応」を推進いたします。太陽光発電、風力発電、スマートグリッドなど、我が国の優れた環境エネルギー技術を活用し、低炭素社会に向けた新たな社会システムを実現していくとともに、省エネ型製品の普及を促してまいります。

最後に、「資源・エネルギーの安定供給対策」を推進いたします。レアアースを含め重要な原材料等の供給源が限られていることのリスクに鑑みて、中長期的な視点に立って、重要な部材の安定的な確保に向けての対策を進めてまいります。

皆様もご存じの通り、本年は卯年です。兎は、その強い後ろ脚の力でどんどん上り坂を駆け登っていく動物だと言われています。本年が我が国の機械産業がその強みを大いに発揮し、さらに飛躍できる、まさに「兎の登り坂」になることを心から期待しております。皆様方の一層の御発展、御活躍の年となることを祈念いたしております。

来場者数増でまずまずの結果も 今後の発展を期し、次回開催期日を変更

第 48 回アミューズメントマシンショー 石村　繁一 運営委員長

Q. AM ショーを無事終了されての、ご感想をお聞かせ下さい

石村　まず大きな事故もなく無事に終了し安堵しています。全体としては小間数こそ前回に比べ減少しましたが、入場者数は前年に比べて若干上回りました。まずまずの結果と捉えています。ショー会場も通路が広くなったこともあり、来場者が増加しても混雑は少なく出展機種を見やすかったのではないでしょうか。

また今回は、一部小間の規制を緩和して展示の自由度が増しました。ある出展社は、高い位置にディスプレイをつなげて、小間全体に回すようなレイアウトをしていました。これなどは規制緩和によって、効果的な展示ができた一例だと思います。緩和の効果は来場者にとっても、出展機種を見やすくなりよかったと思います。

Q. セミナーの評価はいかがですか。

石村　受講者は前回と比べ約 50％増となっています。来場者の関心が高まったのではないかと思います。また今回はセミナーのタイトルも、それぞれのセミナーを担当した 3R 部会や主催者事業分科会が工夫し、その効果もあったようです。また、前回は会場の都合で、セミナー会場が点在してしまいましたが、今回は国際会議場に一本化できたことも大きかったと思います。ある講座では受講希望者が多く、当初想定した会場より大きい会場に急遽変更したほどでした。

講座数については、前回は 4 講座で、今回は 3 講座。ショーの期間との兼ね合いやテーマにもよりますが、講座数は多い方がよいと思いますので、今後の検討課題になるでしょう。

セミナーの講師については、前回受講者が伸び悩んだこともあり、一部に受講者を呼ぶために著名な講師を招聘したらどうか、という意見もありました。これは、実際の効果や費用の問題も生じてきますので、今回は見送りました。それに今回は受講者が増えましたので、講義の内容や、告知等の工夫を加えれば、受講者を増やせるとい実感も得られたのではないでしょうか。

Q. 今回の AM ショーは、「コスプレイヤー歓迎」という打ち出しを行いましたが。

石村　実はこれについては、実際にコスプレイヤーのコンテストを行おうという意見があり、そこからスタートしています。しかし、規模をどうするのか、どの程度集まるのかということが全く読めない状況でイベントを実施するのはどうなのか、ということから、まずはコスプレイヤーの方々にショー会場を盛り上げてもらおう、という形に落ち着きました。

結果として今回初めての実施となりましたが、業務用ゲームに関連したコスプレが見受けられましたので、再度検討して、継続していけばショーを活気づけるイベントとして定

着するのではないかと思います。

次回以降、同様のイベント等を行う際の改善点としては、関係者の方から、告知期間が短すぎるとの意見を聞いています。これについては、次回のショー開催時期が決まれば直ぐに告知を開始できます。さらに、内容も出展者の方々にメリットをもたらすことも考え、展示と融合する形に向けていきたいですね。そのためには、ショー開催の少なくとも半年前程度から告知を行う必要があるかもしれません。

Q. チャリティイベントについては。

石村　今回は、希少価値のある出品物があったため多少入札価格が上がりすぎたかという感じはします。イベント自体は、提供していただく企業がそれぞれ出品物を無償提供していただき、収益はすべて福祉団体に寄付をする形なので、AM 業界の社会貢献活動としてよいことだと思います。

今回の出品物の中には、数が多かったのでワゴンセールの商品としましたが、オークションにかける品ではないかという意見もありました。ワゴンセールの中に希少価値のあるものが入ってしまうと、会場が混乱するなど問題も生じますので、今後の検討課題になるでしょう。

今後このイベントをもっと積極展開するのであれば、例えば各メーカーのデザイナーさんに書き下ろしで絵などを描いてもらい、それを出品するといった方法もあると思います。出品物は会社や仕事と関係のないものでもいいと思います。展示即売会のような形を取れば、クリエイターの発表の場にもなります。

既存のやり方にとらわれず、イベントを継続して実施するためにも、面白いことは色々考えていくべきだと思います。

Q. 安全対策についてはいかがですか

石村　開催規模が前回の 2.5 ホールから 2 ホールとなりましたので多少不安はありました。特にプライズフェアブースの順番待ち待機列などの対応等が危惧されました。しかしみなさん安全に対応されていましたのでショー会期中は特に問題はありませんでした。

その中で唯一、搬入日の事前検査の際に、ブースに誰もいない小間がありました。たまたまその小間の現状が安全上問題のある状態であったので、連絡を取って開場までに改善して事なきを得ました。このようなケースも起こりうるので、改めて搬入日の事前検査には、小間責任者等の立ち会いの下、検査を受けるよう徹底を呼び掛けていきます。

Q. ショーの広報宣伝活動については

石村　今回は前回に比べても予算が削減されました。限られた予算の中で、一部の TV 局ではありますがテレビスポットを流しました

し、電車内のビジョンに CM を流すなど新しい媒体も使用しました。その効果が取材者数の増加につながったのではないでしょうか。

さらに効果を上げるためには、広報宣伝活動と関連して、以前は何回か設けましたが、主催者ブースで AM ショーの開催意義を訴えることも必要なのではないでしょうか。その中で、報道機関に取材のアピールをすることも考えるべきだと思います。

AM ショーの後に別の業界の展示会があったのですが、そこでは時代の流れに沿ったワンテーマに基づいた主催者ブースがありました。

例えば以前、アンティークなマシンを業界の歴史として展示することがあったと思います。これなどは来場者にもわかりやすいと思います。そういった仕組みが AM ショーでもできれば、広報宣伝活動にもプラスになると思います。

Q. 海外からの来場者、出展社の誘致については。

石村　今回も欧米の AM 関係の協会に出展案内をしました。新たな方向性として IAPPA から、アジアで開催する展示会と小間をバーターしませんかという提案をいただきました。今回は実現しませんでしたが、ショーの国際化という意味ではよいことだと思います。

実現する際に、コピーの問題やリデンプションの機械が出展された場合どうするか、といった問題があります。そこで最初は主催者の紹介をするブースとするなどの形から初めていくのもよいと思います。AM ショーの国際化という点でも今後、IAPPA と話し合いを進めていくことになると思います。

Q. ショーの課題と今後の方向については。

石村　AM ショー部会で検討している問題となりますが、その中で以前から意見が分かれているのが、AM ショーがトレードショーなのかパブリックショーなのかという点です。

トレードショーと考える場合、ショーの開催時期の問題が出てきます。以前はメーカーが機械を見込み生産し、秋に受注活動をし、年末に販売するという流れがありました。しかし市場規模縮小に伴い、現在メーカーの多くがプライベートショーの実施と併せて受注生産の方向に切り替えています。そのため、ショーの開催時期と販売活動の時期が合わなくなっています。

一方で、以前のショーは多くの来場者がありましたから、パブリックショーとしてどうしたら来場者を増やせるかという課題があります。そのためには、単独開催よりも多くの来場の可能性があることで、他の展示会との同時期開催も検討されています。

そこで 49 回の AM ショーは、ビジネス来場者、一般来場者ともに魅力や新鮮味のあるショーとするため、東京ゲームショウと同時期開催の答申を理事会に提出し、了承されました。それ以降については、今回の検討結果や、49 回の状況も見ながら検討することになると思います。

その中で基本的なスタンスとして、「AM ショーは最先端のアミューズメント機器が集まる展示会である」という位置づけは守っていきたいです。今後も AM ショーを継続・発展させていくためにも、AM 業界全体を盛り上げていくためにも、必要なことだと思います。これを忘れずに次回以降もショーを盛り上げていきたいですね。

―どうもありがとうございました。

テーマ変更は概ね高評価
出展社の成果も上がった結果に

AM ショー出展社　アンケート

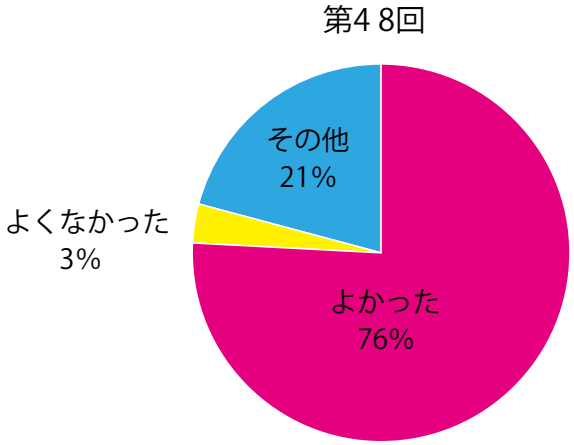
第 47 回 AM ショー運営委員会は、今後のショー運営の参考にするため、今回の出展社 37 社にアンケート調査を実施し、29 社（78.4%）からの回答を得ました。

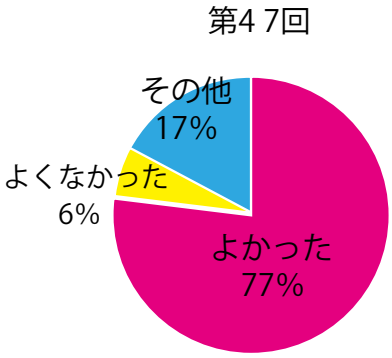
今回は、AM ショーテーマにの変更がありました。さらに今回初めてコスプレイベントに関する設問をあらたに設けました。その結果､ショーテーマに関しては 75%以上が「みんなで遊ぼう」のテーマをよかったと回答しました。また、コスプレイベントについては残念ながら『よかった』の回答が 50%を割り込む結果となりました。

広報・宣伝活動、ポスターについては、活動全体の評価、ポスターについての評価もほぼ前年並みの評価でした。また、出展に対する評価については、前回に比べ若干評価を下げたものの、全体的には成果のあるショーになったという結果になりました。

※グラフ内の（　）は前回の結果になります。

Q1. テーマについて

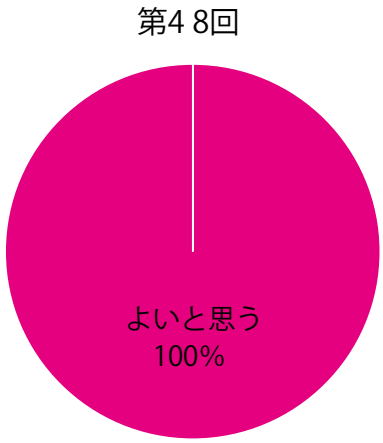


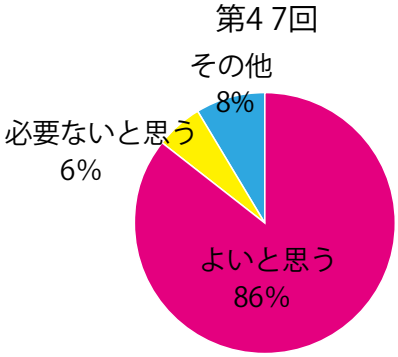


今回 AM ショーはテーマを「みんなで遊ぼう」に変更し、それについての質問になります。

回答は「よかった」が 76％となりました。「よかった」と答えた中では「簡潔でストレート」「一般の人にもわかりやすい」とわかりやすさを評価した声が多く寄せられました。

Q2.　チャリティーイベントについて

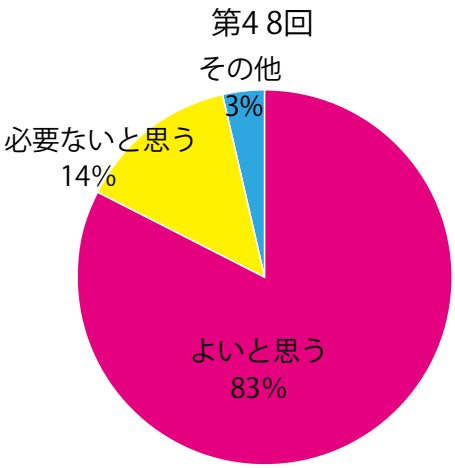


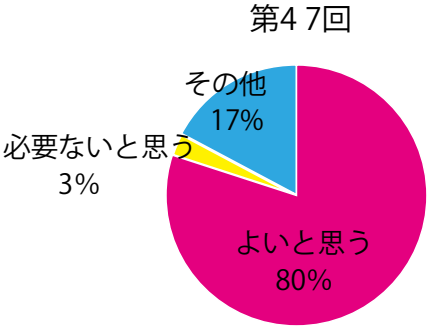


前回に続いて実施したチャリティーイベントについての評価を聞きました。回答は「よいと思う」が 100％となりました。回答の中では建設的な意見が多くよせられました。さらに、「社会貢献活動として重要」といった意見や「健全な業界をアピールするよい機会」といった AM 業界全体のステータスアップに効果があると考える回答もありました。

AM ショー出展社　アンケート

Q3. 主催者セミナーについて

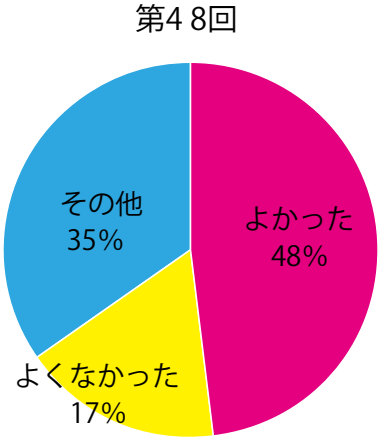




主催者セミナーについての評価は「よいと思う」が83%と高い評価を得ました。前回の調査でも高い評価を得ていますが、今回はさらに「よい」という回答が増えました。

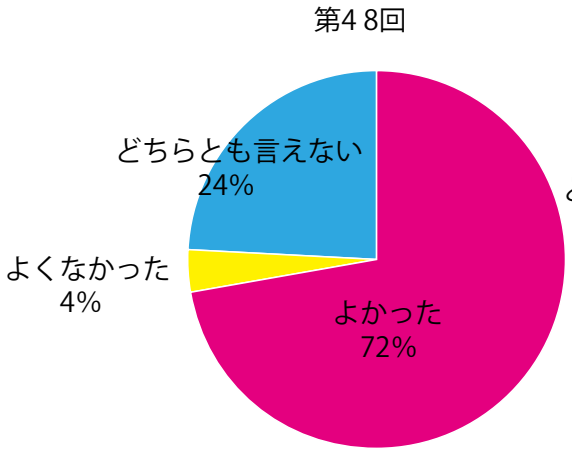
その反面「必要ないと思う」という意見も前回と比べると若干増加しています。

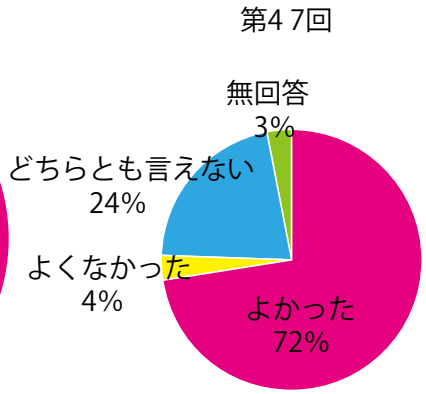
Q4. コスプレイベント実施について



今回は新たな試みとして、コスプレイヤーを積極的に受け入れ、専用更衣室や専用フォトシール機の設置、撮影スポットの提供などを行いました。その評価については「よかった」が 50%を割り込む残念な結果となりました。回答の中では、内容を精査して、来場者を増加させるため、次回以降も続けてほしいという意見も寄せられました。

Q5. ＡＭショーの広報宣伝活動について



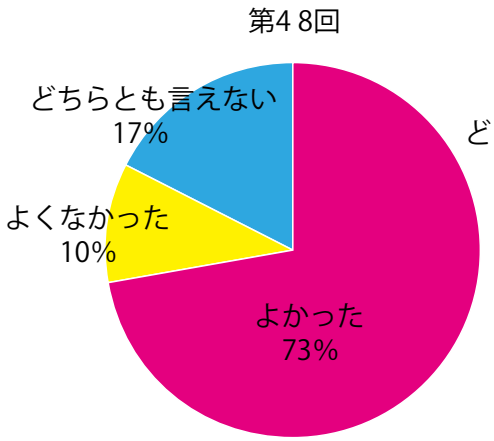


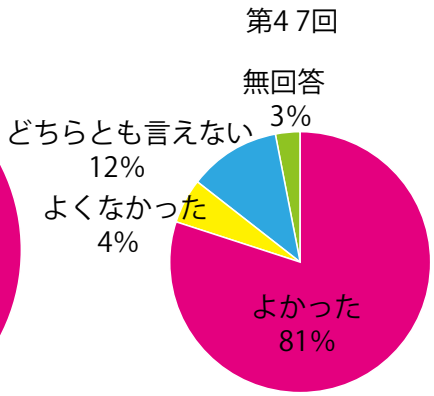
ショーの集客にとって重要な役割を果たす広報宣伝活動について、全般的な評価と、ショーのポスターについての評価を２項目に分けて聞いています。

こちらも両方の質問に対し「よかった」と回答した層が 70%を超えているため、出展社には、広報宣伝活動に一定の評価を得ていることが示されました。

AM ショー出展社　アンケート

Q6. AM ショーポスターについて

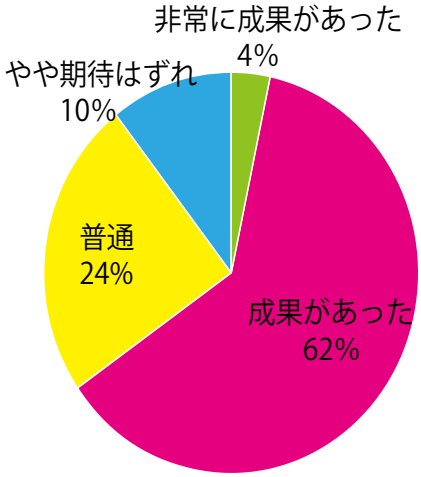


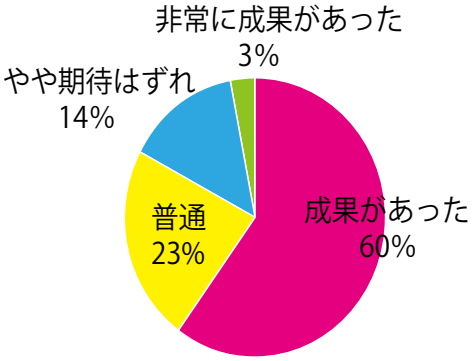


広報宣伝活動全般については、今回は今までと違ったメディアを使いＰＲを行いましたが、それを評価していただきました。

ポスターについては「明るい」「楽しそうな感じが出ていた」というプラスの意見に加え「もっと具体的な中身に触れる文句を追加した方がいい」といった意見や「地味」「ゴチャゴチャしすぎ」といった意見もありました。

Q7. 出展の感想について





AM ショーに出展しての成果を問う質問になります。その結果は「非常に成果があった」が４％、「成果があった」が 62％、「普通」が 24％、「やや期待はずれ」が 10％という結果になりました。前回は「非常に成果があった」が３％、「成果があった」が 60％、「普通」が 23％、「やや期待はずれ」が 14％という結果になった。前回と比較すると「成果があった」と答えた割合が増加し、「やや期待はずれ」と答えた出展社が若干減少しました。

第 16 回ゲームの日が今年も盛大に実施されました

クレーンゲーム大会は内容を一新、ファン感謝デーも 1073 店舗でイベントを実施しました

平成 22 年 11 月 23 日（祝）に、全国一斉に第 15 回ゲームの日が行われました。（主催は日本アミューズメント産業協会（JAIA）。JAMMA、（社）全日本アミューズメント施設営業者協会連合会（AOU）、日本 SC 遊園協会（NSA）の 3 団体の会員が参加・協力）。

ゲームの日は全国各地のアミューズメント施設でファン感謝の記念イベントが行われ、ゲームファンだけでなく普段はゲーム施設に来ないひとたちにもゲームの楽しさをアピールし、AM 業界のイメージアップとマーケットの裾野拡大の大きな機会となっています。

今回はこれまで好評だった「全日本クレーンゲーム選手権」が内容をリニューアルしました。キッズやシニアの部門が設けられるなど、より多くのプレイヤーが参加しやすい形式に改められました。名称も「みんなのクレーンゲーム選手権」となりました。店舗予選は全国 450 超の店舗で開催され、地区予選大会を経て 2 月 19 日の AOU2011 エキスポ会場で全国決勝大会が行われます。

これに加えて「アミューズメントファン感謝デー」として、全国各地の 1073 の店舗でイベントを実施しました。各店舗でフリープレイを実施することが中心となりましたが、実施店舗が各々イベントを考え、フリープレイも時間を区切って来店者の興味を引くようにしたり、対象機種を複数種類設定する店舗もあるなど、店舗によって個性が見られるようになりました。

また、フリープレイだけでなく時間制限のクレーンゲーム景品取り放題や大会を併設する店舗もあり、バラエティ豊かな内容となりました。今回のイベントも盛況で、効果が実感できました。

さらに、例年通り東京都アミューズメント施設営業者協会（飯澤幸雄会長）の主催で、浅草花やしきを会場に「ふれあいアミューズメントフェスティバル」が行われたほか、全国 47 都道府県で社会福祉施設、養護施設、老人福祉施設や知的障害者施設等を対象にする「アミューズメントラブ・エイド」も実施されました。

会員の皆様向けに「アミューズメントマシンの市場拡大に向けた説明会」を開催します。

AOU エキスポ初日の 2 月 18 日、幕張メッセ・国際会議場で

JAMMA の国際部会では、会員企業向けに「アミューズメントマシンの市場拡大に向けた説明会」を開催します。

説明会は AOU エキスポ初日の 2 月 18 日 14 時から、場所はエキスポ会場に隣接する幕張メッセ国際会議場で開催します。受講料は無料です。

今回の説明会開催の背景には、日本国内の AM 業界を取り巻く環境が少子高齢化、余暇活動の多様化といった業界が抱える根本的な問題に加え長引く景気低迷が拍車をかける形で厳しい状況に置かれている一方で、アジア市場は経済新興国・地域の経済的発展は目覚ましく、今後有力な市場として成長することが期待されています。

こうした流れを受けて国際部会では、海外市場の拡大がなければ国内の業界自体も立ちゆかなくなるのでは、という意見で認識が一

致し、国内のAM業界を活性化するためにも、会員企業の海外展開を支援する事業に取り組むこととなりました。

今回の説明会はその皮切りとなります。会員の皆様にはご案内・参加申込書をお送りしておりますので、是非ご参加下さい。

なお説明会の概要は次の通りです。

「アミューズメントマシンの海外市場拡大に向けた説明会」概要

【日時】
２月18日（金）　14：00～16：00
（ＡＯＵエキスポ同時開催）
【会場】幕張メッセ国際会議場304会議室
【参加料】無料
【定員】50名
【内容】
1. 海外展開の重要性及び市場拡大の方策について
（説明：JAMMA　神宮司　憲人　国際部会長）
2. 日本貿易振興機構（JETRO）の海外支援事業について
（説明：JETROご担当者）
3. 中国のアミューズメント市場の動向について
（説明：海外業界誌、生産受託メーカー等の担当者）
4. 中小企業庁の海外展開支援プロジェクトについて
（説明：中小企業庁　豊永　厚志　次長）
5. 質疑応答
【申込方法】必要事項を参加申込書（会員の皆様には、説明会開催のご案内とあわせてお送りしています）に必要事項をご記入の上、FAXでお申し込み下さい。
【申込締切】２月10日（木）
【申込・お問い合わせ】
（社）日本アミューズメントマシン工業協会事務局（担当：片岡）
〒102-0074
東京都千代田区九段南3-8-11　飛栄九段ビル8F
TEL：03-3556-5522　FAX：03-3556-5524
E-mail：kataoka@jamma.or.jp

協会活動　第118回理事会
第49回AMショーの日程等が承認されました

日時：
2010年11月26日16：00～17：30
場所：京都ホテルオークラ会議室
（京都市中京区）
出席：理事12名、監事２名
◎審議内容
1. 会員資格の継承に関する件
標記の件について、10月１日付で（株）アトラスが親会社である（株）インデックス・ホールディングスを吸収合併存続会社とし、アトラスを吸収合併消滅会社とする吸収合併を行ったため、協会会員資格をアトラス事業の継続会社である「（株）インデックス・ホールディングス」（11月下旬開催予定の同社定時株主総会で商号を「（株）インデックス」に変更予定）に継承することについて承認されました。
2. 第48回AMショーに関する件
標記の件について、事務局から資料に基づき実施概要等の報告が行われ、了承されました。

3. AM ショーの今後の運営について

標記の件について、AM ショー部会（林隆部会長）から答申された「今後のアミューズメントマシンショーの在り方について」に基づいて説明が行われ、審議の結果了承されました。

AM 業界各社の業績悪化や業界構造の変化に伴い、ここ数年、AM ショーの出展社数、小間数及び来場者数は減少の一途をたどっています。こうした状況を受けて JAMMA では、今後の AM ショーのあり方について中長期的な視野に立った改革案を策定するため、平成 22 年 1 月に AM ショー部会（林隆部会長）を再組織し検討に着手。部会では、展示会の目的、開催時期、会場、出展料金など多岐にわたり分析検討を行ったほか、主催協会会員や AOU 加盟のオペレーター企業を対象にアンケート調査を実施し、それらの結果を踏まえて提言をまとめました。

その中で、AM ショー低迷の原因として

①新機軸、新ジャンルの出展品の減少と出展製品自体の新鮮味の欠如

②ショーの位置付けが曖昧（トレードショーかユーザー向けか）

③マンネリ化とショー自体の規模縮小

の 3 点を指摘しました。

その打開策としては

①メーカーサイドによるショーの価値を引き上げる努力

②ショーを通じて社会やユーザーに訴えるメッセージを明確化

③開催時期、会期、会場の見直し〔商談時期と開催時期の関係〕

④マスコミへの発信力の強化

⑤来場を促すための仕掛け作り

⑥外部専門家の導入（手作りショーを転換）

が挙げられました。

ショー部会では、将来的なショーの在り方については「AOU エキスポと一本化した年 1 回（2 月）の開催が望ましい」と提言していますが、実現には時間がかかることが予測されることから、段階的な移行措置として次回（第 49 回）AM ショーは東京ゲームショウとの同時期開催を提言しました。その概要は次の通りです。

【第 49 回アミューズメントマシンショー】

会期：平成 23 年 9 月 15 日（木）、16 日（金）、17 日（土）の 3 日間開催

会場：幕張メッセ 9・10 ホール

運営：

・ビジネスデーの 2 日間は一般来場者を完全にシャットアウト

・イベントプロモーション専門業者の活用

さらに再来年（第 50 回）以降のショー開催については、49 回の実施結果を踏まえ、会場の変更も視野に入れた更なる実施内容の検討が必要だと結ばれています。

4. 第 49 回 AM ショーに関する件

標記の件について、第 49 回 AM ショー運営委員会の委員長を橘正裕副会長（バンダイナムコゲームス顧問）とすること、また次回も JAPEA との共催となるため覚書（案）について説明され、了承されました。

5. 一般社団法人化に向けた取り組みに関する件

前回理事会で JAMMA は、一般社団法人化に向け「一般社団化実行委員会」を立ち上げ、橘正裕副会長が委員長に就任することを決定ました。その後、この動きに JAPEA が合流することとなり、一般社団化本委員会、同実行委員会、さらに下部組織となる事業再検討ワーキンググループ（WG）、機構組織・財務基盤検討 WG についてそれぞれのメン

バーが決定したので報告が行われ、了承されました。

各委員会、WG のメンバーは次の通りです。（敬称略）

■一般社団化本委員会
（各協会の会長・副会長で構成）
JAMMA
里見治会長（セガ）
木村雅三副会長（総商）
林　隆副会長（タイトー）
橘正裕副会長（バンダイナムコゲームス）
NSA
内田博会長（友栄）
中下善昭副会長（イオンファンタジー）
梶修明副会長（プレビ）
橘正裕副会長（ナムコ）
JAPEA
中道保信会長（サノヤス・ヒシノ明昌）
江部一昭副会長（三精輸送機）

■一般社団化実行委員会
委員長：橘正裕（バンダイナムコゲームス）
副委員長：梶修明（プレビ）
委員：小野良文（ホープ）
委員：佐藤隼夫（システムサービス）
委員：内田慎一（友栄）
委員：加藤克彦（加藤工業）
委員：酒井三朗（JAPEA）

■事業再検討 WG
座長：佐藤隼夫（システムサービス）
副座長：内田慎一（友栄）
委員：簗瀬良司
（セガ・ロジスティクスサービス）
委員：加々見章（バンダイナムコゲームス）
委員：小島理一（タイトー）
委員：片岡尚（イオンファンタジー）
委員：酒井三朗（JAPEA）

■機構組織・財務基盤検討 WG
座長：小野良文（ホープ）
副座長：内田慎一（友栄）
委員：山下滋（セガ）
委員：清嶋一哉（バンダイナムコゲームス）
委員：金山富幸（タイトー）
委員：松下和夫（ファンフィールド）
委員：酒井三朗（JAPEA）

6. 業界の海外展開への支援事業について

標記の件について、アジア市場の動向として日本製の AM 機は依然として強力なブランド価値を持っていること、高価なものでも大量ではないが購入意欲は高いという現状があります。国内は市場が縮小しており、優秀な機会を市場に投入できない状況が続いています。

そこで JAMMA では、「会員向けアジアマーケット展開に向けた説明会」を実施し、アジア市場の状況、海外展開の留意点等をアドバイスし、アジア市場への参入を後押しするプランが了承されました。

講師としては、日本貿易振興機構（JETRO）の海外市場開拓担当者などが検討されています。

7. その他

◎報告事項

(1) 年間スケジュール (2) 平成 23 年度新春賀詞交歓会について