

経済三主体におけるパチンコ産業の実証分析

武蔵大学大学院 経済学研究科 博士前期課程 経済経営ファイナンス専攻 2年
稲川 寛明 (いながわ ひろあき)

はしがき

今回は客観的な統計資料を基に、かつ中立的な立場で、パチンコというものが日本経済に対して大きな影響をもっているかどうかを、実証ファイナンス等で用いる分析手法を用いて分析を行った。さらにパチンコ産業を社会の経済三主体である「政府」「家計」「企業」からそれぞれ見ることによって、経済規模の影響はもとより、社会への影響があるかどうかも合わせて調査・分析した。その結果、パチンコ産業はやはり日本経済には欠かせないぐらい大きく、さらに同産業の生み出す経済的効果が、他産業に与える影響の裾野が広いことも、産業連関表の分析で判明した。これはパチンコ産業が経済的効果で色々な他産業に経済的利益を与えていることを、統計データは示している。

つづいて、本論文の巻末に付してある付録について説明する。現在、私は大学院生という時間がある立場を利用し、フィールドワークとして年末年始に日本で唯一1日だけ終夜営業がある三重県に調査に出向いた。その場所は三重県松阪市にある「ダイナム信頼の森三重松阪八雲店」であり、「完全分煙（遊技機周辺は全面禁煙、休憩室等のみ喫煙可）」「低貸出専門」について、実際に私自身が目と耳で確かめに行くのが目的であった。なぜなら、昨年のエッセイにて完全分煙やタバコの問題等を私は指摘しているものの、それらの問題を完全に解決している店舗であるダイナム信頼の森シリーズ店舗を、まだ実際に利用したことがなかったからである。そして、このフィールドワークを行ったことにより、以下の本論文を執筆する上でプラスの動機付けになったことはいうまでもない。

そのため本論文が出来上がる際の一助となったフィールドワークを、旅の紀行としてまとめさせていただいた、これは肩に力を入れずにお読みいただければ幸いである。

目 次

第一章	はじめに	4
第二章	政府の視点	6
2-1	風営法とパチンコ業界への影響	6
2-2	行政組織：警察・保安通信協会	12
第三章	家計の視点	16
3-1	レジャーにおけるパチンコ業界の概観	16
3-2	くじとギャンブルにみる日本人の意識変化に関する分析	25
第四章	企業の視点	27
4-1	産業連関表による業界動向分析	27
4-2	メーカー（関連機器企業）とホール（遊技施設）の経営状況	31
4-3	今後のホールの経営戦略に関する提案	32
第五章	おわりに	34
	文献一覧	36
	付録「ゆく年くる年、遊技紀行 in 三重県」	37
	図表データ集	42

第一章 はじめに

パチンコは余暇活動の娯楽部門において、最大クラスの市場規模を有している。そしてどの都道府県に行ってもパチンコホールがあり、逆に海外には一部を除いて無いため、実質日本固有の遊びの文化である。海外での大人の同分野の遊びとしてはカジノが筆頭であるが、カジノは元々外貨獲得手段のサービス業であり、例え国内向けに開かれていたとしても、気軽に普段着で行ける環境には無い。

またカジノは直接金銭を賭けるギャンブルであるが、パチンコは「遊技」であるため、ギャンブルではない。この遊技の結果パチンコで運良く大当たりを引いたユーザーは、そこから得たパチンコ玉やメダルを景品に交換する。「風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律」(以下、風営法)により、交換する景品は日用品を主としたものや、特殊景品というものに交換する。特に、特殊景品というのはパチンコホールの最寄りにある古物買取商にこれを売却する。ユーザーから特殊景品を買い取った古物買取商は、他の卸会社にこれを売却し、卸会社は再度他のパチンコホールにランダムに特殊景品を卸している。いわゆる「三店方式」というスタイルをとっているのは、風営法によりユーザーとパチンコホール間において直接的な金品の授受が認められていない日本で営業するため、なんとか合法になるように複雑な仕組みをとっている。競馬や競輪などの公営競技は賭博であるが、それぞれを定める法律により実現が可能となっている。

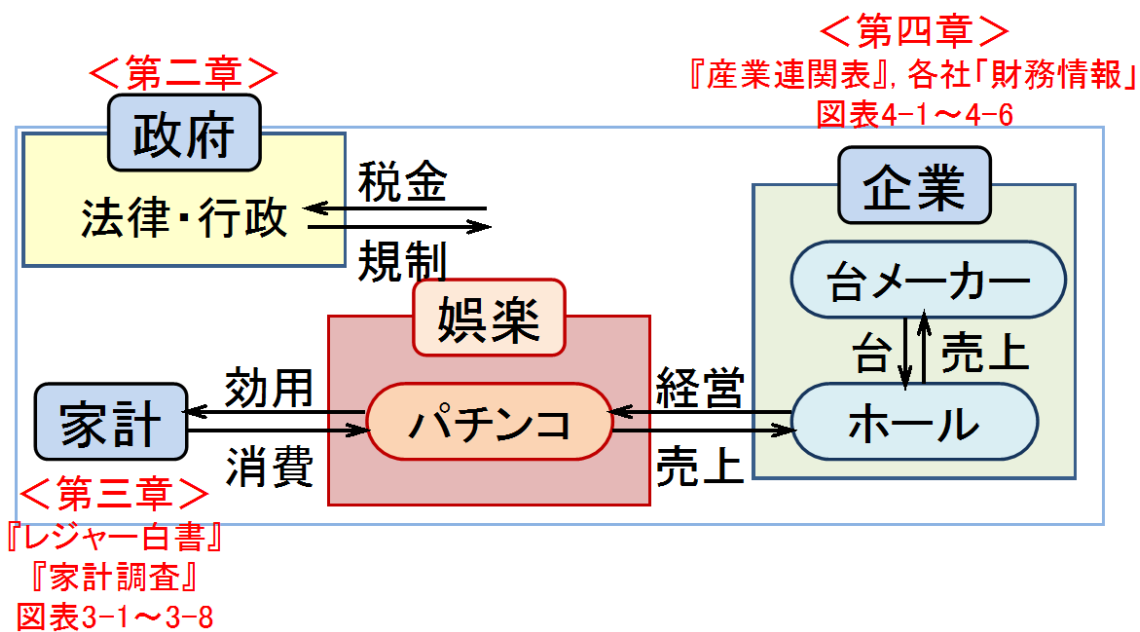
このような状況の中、一時は市場規模 30 兆円産業とまで言われたパチンコ業界が、ほぼ他国に無い日本だけの文化として長い間根付いてきたことは、それなりに国民がパチンコ・パチスロを楽しんでいる証拠である。また近年は 1 円パチンコ・5 円スロットという、現在主流の貸玉料の 2 分の 1 や 4 分の 1 まで下げた「低貸玉営業」が人気を博しており、実質的にパチンコ業界を監督する警察庁もこの「低貸玉営業」を推奨している¹。なぜなら他のカラオケやゲームセンターといった時間消費型レジャーと同じような費用で長く遊べ、警察庁が求める時間消費型レジャーへの移行に適しているからである。

次ページの俯瞰図は本論文の全体像を表している。政府と娯楽、とりわけパチンコに限定すると法規制の問題と行政指導が論点になってくる。家計と娯楽で考えると、消費とそこから得られる効用を見ていく必要がある。次に娯楽を通して政府と企業の間を考えると、巨大産業であるパチンコについてあまり規制しすぎると税収が減り、雇用の面でも問

¹ 社団法人日本遊技関連事業協会広報誌『日遊協』(2010年2月号)より。

題が生じる。一方で規制を緩めすぎると、過剰消費による家計破綻などの問題が発生する。

論文の構成は以下の通りである。第二章では政府の視点から風営法や行政組織である警察庁・保安通信協会などについて議論する。次に第三章では『レジャー白書 2012』を用いて、家計の視点からパチンコがどれくらい浸透しているのか、また家計に金額面でどれくらいの影響力を持つのか分析する。最後に第四章では企業の視点から議論をする。具体的には、台メーカーを中心とした周辺機器企業と、パチンコホール企業とを『産業連関表』や『パチンコ年鑑 2012』を用いて客観的に分析し、さらに周辺機器企業とホール企業との間に生じている問題の解決案も提案している。



第二章 政府の視点

2-1 風営法とパチンコ業界への影響

パチンコ業界は風営法に基づいて規制されている。この風営法は改正のごとにパチンコ業界に大きな影響を与えてきた。そこで規制組織である政府や警察庁等の監督官庁が出す法律改正や通達・指導等を、レジャー白書においてパチンコ市場の規模の推移が分かる1990年以降で以下の通り年表を作成した²。

< 年 表 >

1990年：風営法第20条に基づき国家公安委員会が定める「遊技機の認定及び型式の検定に関する規則」が改正(以下、規則改正)される(8月30日公布)。新要件の施行(デジパチ16ラウンド・羽モノ15ラウンドまで、大当たり出玉は2400個等)。回胴式3号機が検定合格し、3号機時代始まる。

1991年：パチンコ遊技機史上初のカラー液晶搭載のパチンコ遊技機「麻雀物語」(株式会社平和)が登場。また株式会社平和が東京証券取引所第二部に上場。パチンコ機メーカーとしては初。ワルイドキャッツ・セブンボンバー・コンチネンタルの3台の回胴遊技機が検定取り消しとなる。

1992年：回胴式遊技機の4号機が検定合格、4号機時代スタート。

1993年：連チャン機の製造販売自粛へ。

1994年：規則改正(3月4日公布)、再度、規則改正(9月26日公布)。CR機普及のため、連荘機能が過熱。さらに既存の連荘機を撤去勧告。

1995年：規則改正(5月16日公布)。リプレイ外し、通常時の小役目押しの普及(パチスロブーム)。

1996年：日本遊技関連事業協会・全日本遊技事業協同組合・日本遊技機工業組合・日本電動式遊技機工業協同組合の業界4団体による自主規制。内規改定により、5回リミッターを義務付け。社会不適合機96機種70万5000台を撤去。『パチンコ産業の事業収入が30兆円』と総務庁が発表。

1997年：パチンコ依存症が表面化し、マスコミのパチンコバッシング激化。

1998年：規則改正(7月29日公布)、改正風営法が公布、11月と4月の2回に分けて施行。

² 特許庁『平成18年度 標準技術集 遊技機及びその関連技術 遊技機の年表』より。

1999年：規則改正(1月11日公布)、規則改正(3月31日公布)、パチスロ100万台突破。
2000年：規則改正(3月30日公布)、パチンコ税浮上も廃案。高砂電器産業がパチスロメーカー初の東京証券取引所第1部に上場。
2001年：パチンコ設置台数130万台突破。
2002年：日電協自主規制撤去対象リスト発表。
2003年：内規改正により、確率変動突入率100%タイプが認可、検定取り消し対象機種発表(アラジンA、サラリーマン金太郎、ミリオンゴッド)。
2004年：規則改正(1月30日公布)、新規則1月公布7月施行。第一号機として「CRおそ松くん」(大一)が登場。
2005年：規則改正(3月4日公布)、みなし機問題でレトロ台設置店が多数廃業へ。
2006年：規則改正(4月24日公布)、みなし機の撤去(6月20日)。

1990年から1991年の間が大きくパチンコの市場規模が拡大したタイミングであるが、ここの間に風営法施行規則が改正され、現在主流のパチンコのシステムが生まれた瞬間でもある。改定内容は大きく分けて2つある。1つ目はパチンコを遊技していて大当たりで当選した際の出玉を大きく増やすことが可能になったことである。通常パチンコは大当たり状態になると、大入賞口と呼ばれる普段は開かない入り口が開き、そこに1個のパチンコ玉が入ると、最大で15個のパチンコ玉が返ってくる。その大入賞口に10個の玉が入ると一旦この入り口は閉じて、数秒後再度開く。この1回開いて最大で10個パチンコ玉が入ったらまた閉まることを1セット(以後1ラウンドという)とし、これが1990年の改訂前では大当たり1回分につき10ラウンドが上限であった。これでは最大でも1回の大当たりに対して1,500発程度の出玉が限界だった。ところがこのラウンド数(セット数)が16ラウンド(16セット)に緩和され、最大で2,400発の出玉を得られる事になった。1回の大当たりで最大で900発も出玉が異なれば、1玉4円の貸玉料で遊技しているユーザーからすれば、驚異的なことであった。

2つ目は今ではどのパチンコ台でも主流といっても過言ではない「確率変動」機能の導入である。導入当初はパツとしないものであったが、しばらくして当時ではギャンブル性の高い他の機能を搭載していた機種の規制などにより、一躍主役の座を射止めたのが確率変動機能である。確率変動は字の如く、確率が変動することである。パチンコ台には大当

たり確率が 200 分の 1 や 300 分の 1 といった確率で乱数抽選を行っているが、その確率が 10 分の 1 程度に縮まり、ほぼ必ず当たる確率まで下がることをいう。もちろんこの確率変動の状態に突入するのにも抽選があり、200 分の 1 の確率で大当たりに当選した際の 50% が確率変動に突入するといった具合である。なお 50% という確率はあくまで例である。そして確率変動状態に突入した後も、50% の確率で確率変動が継続するものの、もう半分の 50% の確率で抽選確率が 200 分の 1 に戻ってしまうというゲーム性を備えていた。そのためユーザーはいかに確率変動状態を長引かせながら、つまり 50% の確率変動を継続させる抽選のほうを引きながら、出玉を増やすというゲーム性が新たに加わったのである。ちなみに 2004 年以降は確率変動のルールが大幅に緩和され、メーカーは様々な性能の台を出すことが出来るようになり、現在のパチンコに至る。

このように「出玉緩和」「確率変動の導入」が 1990 年から 10 年以上にわたるパチンコ業界の安定成長につながるようになった。

一方で、現在ではあまり考えられないような事象が 1990 年代にはよく発生していた。それは「検定取り消し」である。元々遊技機は風営法第 20 条 5 項に基づき、一般財団法人保安通信協会(以下、保通協)が行う「遊技機の型式試験」をクリアしたものでなければ、メーカーは発売することはできない。この型式試験は端的に言えば、発売予定のパチンコ機やパチスロ機に不正なプログラムは仕込まれていないか、または出玉(正確には遊技球)が規定の上限と下限内に収まっているかなど、実射試験をして確認するものである。これらの検定に合格すると、都道府県公安委員会の承認を受けて各都道府県のパチンコホールに設置される運びとなる。

そして「検定取り消し」とは、一度実射試験等で検定に合格した遊技機であっても、後に不正が発見され、検定が取り消されパチンコホールからの撤去やメーカーへの処罰が行われる。特に 1990 年代のパチスロ機の不正は保通協の型式試験の通過後に内部に部品を仕込んで出荷し、ある特異な遊技方法を行うことによって、その部品のプログラムを発動させて、大当たりを連発する等であった³。

また、2003 年にパチスロ機が 3 機種(アラジン A、サラリーマン金太郎、ミリオンゴッド)の検定が取り消しとなった。どれも通常の型式試験を経て検定に合格し、パチンコホール

³ 1991 年のコンチネンタル機の不正においては、本来 3 枚投入するメダルを 4 枚投入し、その 4 枚目が投入された際、不正な部品が接続された筐体であった場合、本来の大当たり抽選とは別に、裏の大当たりの抽選をしている事例であった。

に設置されユーザーの間にも大人気の機種であった。しかし、なぜ 1991 年のパチスロ機コンチネンタルのように、不正なプログラムを仕込み、出荷の際にそれに呼応する部品を付けるというものでないにも関わらず、なぜ検定が取り消されたのか？

これは社会的に射幸心を大いに煽るからという理由であった⁴。具体的に射幸心を煽るといえるのは、端的に言えば「ハイリスク・ハイリターンすぎた」からである。2003 年に検定取り消しになった機種のうち、「ミリオンゴッド」シリーズについては現在も人気があり、直近では規定に適合している 5 号機の「ミリオンゴッド～神々の系譜～」がパチンコホールで稼働しており、2013 年 1 月末をめぐりに続編の「ミリオンゴッド～ゼウスバージョン～」という新台も出る⁵。

なおミリオンゴッドというスロット機において世間ではいささか事実誤認が先行し、この名前を聞いただけで悪者になっている風潮があるためこの場で少し確認をしたい。たしかに先代である 4 号機時代のミリオンゴッドは可も否も含めて大きな影響を与えた。

そのミリオンゴッドについて若宮（2010）は「一日 100 万円負けたという話は珍しくなかった」と指摘している⁶。しかし、パチスロ機には 4.1 秒に 1 回しか抽選ができない「ウエイト」というルール⁷や、1500 ゲーム間に当たらないと天井(1500 ゲーム間ずっと当たりを引けないと大当たり 1 回相当以上のメダルが出る状態に強制的になる、パチスロ機特有の救済機能)があるにもかかわらず、なぜ 1 日で 100 万円も投じられるのかという疑問が生じる。

そこで資料を探していたところ、それに対してPOKKA吉田（2011）は若宮氏の著書のパチンコ・パチスロに対しての誤りを細部にわたり訂正していた⁸。POKKA吉田（2011）の 217 ページから 221 ページはミリオンゴッドで 1 日に 100 万円負けることが絶対に不可能であることを列挙している。「パチンコは悪である」という先入観を少なからず、なんとなくだが持っている人がいる中で、間違っただけを書いている本が売れていくことにより、知らず知らずのうちに世の中のコンセンサスになり、真実を列挙している本がその陰に隠れて

⁴ 2003 年 10 月 2 日アルゼ株式会社「パチスロ機ミリオンゴッド 検定取り消しのお知らせ」より。

⁵ 2003 年に検定取り消しとなった「ミリオンゴッド」は 4 号機と呼ばれ、現在パチンコホールにあるパチスロ機はすべて 5 号機と呼ばれており、パチスロ機は規定が改定されるごとに〇〇号機とナンバリングされており直近では 5 号機と呼ばれている。

⁶ 若宮健『なぜ韓国は、パチンコを全廃できたのか』祥伝社新書、2010 年。

⁷ 保通協の型式試験でも規定されている。もちろん 4 号機ミリオンゴッドはこのウエイト機能を搭載し型式試験に合格し、パチンコホールに並んだ。

⁸ POKKA吉田『石原慎太郎はなぜパチンコ業界を嫌うのか』主婦の友社、2011 年。

しまうという状況は避けるべきである。

以上のように、不正はなくても社会的な影響を加味して、検定が取り消されパチンコホールから撤去された事案もある。裏を返せば、それだけ国民に与える影響も大きいからという判断もできるため、パチンコ業界が国民に大きな影響を持っている証でもある。

次はパチンコ業界内の動きも安定成長に繋がったものがいくつかある。それは演出面の進化である。1980年代後半の台はあくまでパチンコ玉の流れを目で追っていく楽しみに重点を置いた台が主流であった。この流れを一新したのが、1991年に株式会社平和から発売された「麻雀物語」である。この台はパチンコ遊技機史上初となるカラー液晶画面を搭載した。そして画面上では麻雀牌が縦にスクロールし、多彩な演出で当時のユーザーを楽しませた。今では当たり前の液晶演出はこの「麻雀物語」から始まり、現在のほぼ全てのパチンコ台の業界に与えた影響は大きい。

そして同じく株式会社平和から、今度は「版權」（ドラマ・アニメ・漫画等の権利）タイアップと呼ばれる新しい概念を生み出した台が登場した。その台は1998年に株式会社平和から発売された台「CRルパン三世」である。この台は国民に広く知られるコンテンツを題材にしたパチンコ台であり、音楽も液晶画面もアニメーションのルパン三世であった。当時はこのような有名なアニメコンテンツとタイアップしてパチンコ台を作るという概念がなく、今では当たり前のアニメ・漫画タイアップ機種種の歴史はまさに「CRルパン三世」から始まったといえる。この台の最大の貢献は今までパチンコに触れなかった人も、パチンコを打つようになったことである。このようにして、各メーカーは様々な版權をとってきて、次々にパチンコ台やパチスロ台にしていった。ちなみに株式会社平和は業界順位こそ中堅クラスとはいえ、このようなパチンコ業界に影響を与える演出や遊技システムを世に出し続けている企業である。

演出をソフト面での進化と言うのなら、2つ目はハード面の進化である。1990年代後半は情報技術の進化の波がパチンコ業界にも訪れ、大きな変化をもたらした。1998年のCRルパン三世のパチンコが出た7年後の2005年に、続編にあたるルパン三世のパチンコ台が出た。初代ルパン三世の台は液晶も小さく、音もファミコンまではいかないにしても、幼稚な音であった。それが7年の時を経て、まるでテレビでアニメを見ているようなレベルの画質や音質を備えて出るようになった。2005年には平和以外の他社も同等以上のクオリティで台を製作しており、逆にこの頃は毎週が新台ラッシュでパチンコ台が飽和状態ともいえる状況であった。

このように 1990 年の内規改定と、2000 年代半ばまでのパチンコ・パチスロ台の性能の急速な向上という、規制組織の規制緩和と業界の努力及び情報技術の進化によって、パチンコ業界は安定的な成長を 2005 年辺りまで続けていた。

ところが 2004 年にパチンコ台の大当たり確率が 1/400 から 1/500 へと緩和(つまり当たり難くなった事でハイリスクハイリターン台が認められたという意味)された内規が、2005 年に再度内規が変更され、1/500 のハイリスクハイリターン台が再度認められなくなり、1/400 まで確率が下げられることになった。内規の変更前にパチンコホールに設置された 1/500 の台は数年程度の一定期間はホールに継続設置できるものの、1/500 の確率の台が市場に出回れたのは 1 年程度の寿命であった。

さらに追い討ちをかけるように 2006 年 5 月に風営法が改定された。これは閉店間際に確率変動状態で大当たりがもう 1 回ほぼ確実な状況で、都道府県の条例に定められた閉店時間を過ぎた時、ホールは大当たりしていなくても大当たり 1 回分の出玉をサービスすることをしていた。閉店後も遊技を認めると条例違反になるため遊技は終了してもらおうが、大当たり 1 回分の出玉をサービスすることで、閉店間際からでも遊技してもらおうという営業方針であった。ところがこれが風営法で禁止されたため、ユーザーは閉店間際どころか閉店の 1 時間前からですら遊技することをためらうことになった。

ちょうどこの頃、2007 年からパチンコ業界の成長は止まりマイナス成長をし始めた。さらにリーマンショックを通過した際はパチンコ業界もこの不景気の波から逃れることが出来ず、中小パチンコホールの倒産が相次いだ。そして 2010 年のパチンコ業界は市場規模 20 兆円の大台割れをおこし、このニュースは一般のニュースでも報道されたほど、インパクトがあったものであった。現在もパチンコ業界の縮小は続いており、このペースは他の娯楽部門より速いスピードで進んでいる。さらに近年国民のレジャーへの支出が減っていることは図表 3-7 からでも分かるように、パチンコ業界では今までの 1 玉 4 円のパチンコ・1 枚 20 円のメダルのスロットという金額をデノミさせた「低貸出」遊技が年々頭角をあらわし始めている。

この低貸出は 1 玉 1 円のパチンコ・1 枚 5 円のメダルのスロットという風に、遊技する際の料金を 4 分の 1 にしたものである。これは通常の営業から得られる売上が 4 分の 1 になることを意味するが、もちろんユーザーが大当たりした際の出玉も 4 分の 1 の価値である。これはユーザーにとってはカラオケやゲームセンターで遊ぶ時に必要なお金で、それらのレジャーと同じくらいの時間が過ごせるという利点がある。一方のパチンコホール側

もユーザーが大負けをしないため、頻繁に来店して遊技してくれるという利点がある。

ただ、パチンコホールが周辺機器メーカーや台メーカーから買う機材や遊技機の価格は従来通りである。そのため単純に新台を購入後、その台を減価償却するのに期間を4倍要することになる。しかし新台が常に出る昨今では同じ台を4倍も長く設置しておく飽きられて結局打たないまま鎮座していきことになる。そこでホールは新台は4円パチンコ等である程度減価償却を終えてから、1ヶ月ほどして1円パチンコに格下げするという方法をとることが多い。

しかしこの程度の小手先の業では、業界の縮小は免れず、パチンコ業界の縮小が止まるためには、家計のレジャーに投下する支出額が増えないと根本的な解決にはならないのである。

ところで、パチンコはあくまで金銭を投下して、遊技の結果によってはめでたく景品を受け取る「遊技」という前提がある。現に風営法はパチンコホールによる直接的な遊技の結果における現金の受け渡しを禁じている。そこで一般的な生活雑貨の景品と共に、特殊景品と呼ばれるものがあり、これをパチンコホール外にある同店と関係のない古物買取商に、ユーザーの意思により中古で買い取ってもらうという形をとっている。そして古物買取商が買い取った特殊景品は景品卸屋に流れ、その卸屋からまたパチンコホールが特殊景品を仕入れるという、いわゆる三店方式を駆使することによって、賭博法等に抵触しないようにしている。実質換金に近い行為であるが、長年この点についてはグレーゾーンとされてきた。そのグレーゾーンが昨年のダイナムジャパンホールディングスの香港市場のメインボードへの上場を境に、海外市場では適法として上場するにいたった。一方で国内の証券取引所にはいまだパチンコホールは上場していない。

2-2 行政組織 警察・保安通信協会

パチンコ業界は風営法に基づいて規制されている。この風営法は改正のごとにパチンコ業界に大きな影響を与えてきた。そこで規制組織である警察庁・保安通信協会について考察する。

警察庁は風紀の取締りの一つとして、風営法の管轄下にあるパチンコホールへの指導・通達を行っている。なぜパチンコホールが常に規制されながら営業しているのか。風営法ではパチンコホールでの遊技は人の射幸心を著しく煽るものとされており、過度な射幸心は社会不安をもたらすとされている。現に社団法人日本遊技関連事業協会の広報誌『2010

年2月号 NEWS 日遊協活動2』において、警察庁保安課長が「手軽で安全な遊べる遊技の発展に努力してきたことに敬意を表する」とし、「のめり込み、不正改造など営業の健全化を損なう問題が散見される、引き続き改善に取り組んでほしい」とコメントを寄せている。つまり「手軽に遊べる」「のめり込まない」というのが現在の警察庁が出すキーワードであり、これにパチンコ業界は応えていかなければならない。こうした中、メーカーはユーザーが好む台を出そうと努力している一方で、ユーザーの好みはタイアップ機の原作コンテンツが好きであるとか、液晶演出が面白い台が好きであるなど多種に好みは分かれるが、つまるところ出玉である。一度に出る出玉(パチンコ玉やメダル)が多ければ多いほど、ユーザーの満足感は上がるのが一般的である。そこでメーカーは風営法による規定の範囲内で、遊技機のスペックを調整しながら、ユーザーの好むいわゆる爆裂機と呼ばれる台の開発に力を入れてきた。例えば大当たりしても、確率変動状態に突入しにくいかわりに、一度確率変動状態に突入すれば大量の出玉獲得が実現できるような台である。

パチンコでは出玉獲得には限度があるものの、パチスロでは文字通り爆裂機というのが存在し、先述のミリオンゴッドのような台は、良い方向に運が重なり続ける(このことをパチンコ業界では、「引きが良い」という)と、閉店まで遊技してもメダル獲得が終わらないケースがある。そうすると、爆裂機世代と呼ばれた4号機が存在しない、現在の5号機世代でも一日で1台のパチスロ機が10,000枚を超えるメダルを獲得することはホールで多々ある。1枚20円の等価交換のお店では、10,000枚のメダルを獲得した場合、20万円相当の景品と交換できるということになる。

まったく無いとは言い切れないが、発生する時には発生するため、この20万円という金額は大卒初任給に近い額であり、警察庁も注視しているのも理解ができる。ただしめったに出ない出玉で規制しすぎると、業界が縮小の一步をたどる。そのため規制のあり方は4号機ミリオンゴッドの例をとると、規定をクリアしていながらも社会的に批判が出たり射幸心が高すぎたりすると、検定取り消しという形で処分が入るようである。

また近年の規制としては「広告規制」があげられる。去る2012年7月20日、警察庁生活安全局保安課長名義で、パチンコ業者に対して「ぱちんこ営業における広告、宣伝等の適正化の徹底について(通知)」という通達が行われた。実はこの一年前の2011にも同じ通達があり、これはパチンコホールがメールマガジンや店頭での看板等で、その日にパチ

スロ機の設定が高い台⁹を告知したり、遊技機の釘がユーザーに有利なように調整されている台を告知したりする文面を撤去や廃止することを求めるものであった。

2011年当時は、パチンコホールのメールマガジンに登録していると「明日はAの機種がアツい」や、「明日はBの機種が甘い」といった表現で毎日宣伝が行われていた。実際にパチスロ機の設定が高い台もあれば、いわゆるガセイメントと呼ばれるただのアピールだけにおわることもある。しかしこのような設定が高いことを示唆することを警察庁が禁止したため、2011年の通達後パチンコホールは「特に〇〇台は念入りに清掃しました」や、「〇〇台のアニメは店長イチ押しです」といった隠喩の表現になった。しかしこれでは何のための通達か分からないため、警察庁は2012年7月20日の通達で、これらの隠喩も完全に禁止する方向に動いた。そのため2012年の夏からは店内からもメールマガジン等からもこのような表現は消え、ただあるのは「新台入れ替え」や店員のブログなどだけになった。

このように厳しい通達の背景を考えると、やはり警察庁は「のめり込み」を警戒しているからである。毎日のように「本日は大爆発祭り」「本日全力営業」、さらに「店長冷や汗、赤字営業!」といった過激な文面が躍っていれば、誰でも射幸心をかき立てられ遊技したくなるのは否定できない。しかしそれが「のめり込み」のきっかけになってしまったら、国民経済の健全な発展を阻害するばかりか、一周回ってパチンコ業界へのバッシングや社会問題化する可能性がある。そのため、これの芽を摘むためにも警察庁の広告規制は適当であると考えられる。ただし、パチンコ雑誌等のライターが来店して遊技するイベントや、ライターのテレビ収録イベントですら前日までの告知が規制されているあたりは、やや行き過ぎと考える。

次に保安通信協会について考察する。保安通信協会は保安電子通信技術に関連する都道府県警察等のヘリコプターテレビシステム、防災通信システム等の保守業務の受託等をしているが、社会的には遊技機の型式試験を実施していることで知られている。実質的にこの法人は警察関連の組織であり、世間では警察庁の天下り批判などを正面から受けている組織である。ただしパチンコ業界が他の公営競技のようなギャンブルのように独自の法律

⁹ パチスロ機には設定1から設定6という6段階の出玉率の調整機能が搭載されており、店の営業方針に沿って、毎日出玉率を95%程度～115%程度の間で調整し、収支の調整ができる。一方でパチンコは釘の状態や抽選回数の調整を行っているが、本来パチンコは経年劣化による釘のゆがみの調整程度のため、パチスロ機のほうが経営側からすると収支の安定性が高い。

があるわけでもなく、社会的に最大クラスの娯楽産業であることを考えると、世に送り出す台の検定は取り消しになる可能性も含むため、常に警察とリンクしているほうが、現状パチンコ業界が独自の法律を持っていない間は、一番妥当なシステムであると考えられる。

一方で台の検定にかかる検定料金が高いままであり、これは検定する他の組織がないため独占状態であり、価格の柔軟性が失われている状態である。現在パチンコ業界が縮小する中で、過去と同じ高いままの検定料では合理性が欠けるため改善が必要である。

第二章では政府及び規制組織の概観を見てきた。つまるところ、パチンコ業界が独立した規制法律が無い故に、非常に中途半端なスタイルで今まで歩み続けてきた。そのため、いまや貴重な内需産業の中でも巨大な市場をもつパチンコ業界を無くさないためにも、そろそろ独立した法整備が必要である。

第三章 家計の視点

3-1 レジャーにおけるパチンコ業界の概観

本章ではレジャーに対する家計の消費行動について考察する。ここでは主に『レジャー白書 2012』（公益財団法人日本生産性本部編）のデータを用いる。

まず『レジャー白書 2012』について説明する。調査は全国の 15 歳以上 79 歳以下の男女を対象とし、有効回収数は 3,294 であった。具体的な標本抽出は、都市部 3000 サンプル（住民基本台帳利用・層化二段無作為抽出法）を対象として、インターネット調査により結果を回収している。また過去に調査方法が何回か変更されたが、『レジャー白書 2012』で用いられるデータについては過去に遡って調整済みであり、データの時系列性は維持されている。

（図表 3-1 をここにいれる）

図表 3-1 をみると、2011 年にパチンコに投じた 1 か月当たりの費用（標本平均）は 7,808 円であった。娯楽 21 部門の中で最も高い支出額となっている。この金額は家計の消費支出でみるとどの程度のものなのか？総務省統計局が公表している家計調査（勤労者世帯・二人以上）のデータによると、2011 年の消費支出額は 308,524 円（月額）である。単純に考えると、家族のいる勤労者世帯で、パチンコを行っている者が家族に 1 人でもいれば、消費支出額の 2.53%がパチンコ代となっている。もう少し直接的な影響をみると、消費支出額（家計調査）の内訳の 1 項目である教養娯楽費は 31,257 円であり、世帯内にパチンコを行っている家族がいれば教養娯楽費の 24.98%がパチンコ代となっている。やや極端な数値であるが、図表 3-1 に戻り、各娯楽への参加率を見ると、パチンコの参加率は 12.3%であり、約 8 人に 1 人は 2011 年に少なくとも 1 回はパチンコを行ったことになる。このようにパチンコの家計への影響は大きい。以下、この点について詳しく考察していくこととする。

パチンコのもう一つの特徴は、利用回数の高さである。1 か月当たり 2.3 回の利用回数は、家庭用テレビゲームに次いで高くなっている。費用のかかる娯楽については、さまざまなデメリットも生じる。この点については、他の図表を使いながら後ほど詳しく考察する。

次に、参加者の利用額に参加率をかけた金額を日本全体の平均的な利用額として考える。すなわち、国民全員（正確には、15歳から79歳。年齢制限は無視する）がパチンコを行ったとしたときの利用額である。これで、パチンコの家計消費に対する影響度をみることができる。パチンコは960円であり、飲食を除けば圧倒的に高い金額である。パチンコが単身者や高齢者に偏っている可能性を無視すれば、上述の家計調査のデータを使った議論より、まんべんなく1世帯に1人パチンコを行っている者がいると考えれば、消費支出額の0.31%、教養娯楽費の3.07%がパチンコ代となっている。

この比較として、まず参加率の高い外食について注目する。外食に投じた額は月額4,100円であるが、参加率が52.5%であり娯楽の中では最も多くの世帯が利用している。ここでも、まず上述の家計調査のデータを使った議論を適用すると、外食を経験した家計においては、消費支出額の1.33%、教養娯楽費の13.11%が外食代となっている。ただし、参加率が高いので、調査対象全体、すなわち家計調査として考えれば、家計の平均的な消費支出に占める外食代の割合は全娯楽のうち最も高い割合を占める。さらに外食の場合、1世帯で1人だけ参加（たとえば、会社の飲み会）の他に、家族全員での食事も含まれるはずなので、外食の家計消費に対する影響度はさらに高くなるのが容易に想像できる。

外食は日常的な行動であり娯楽という枠で考える場合、パチンコと同義にするのは難しい。そこで、月額が高い部類に属するバー・スナックとクラブ・キャバレー等の酒類提供や接客をメインとする飲食業をみしてみる。

奇しくもこれらの業態はパチンコと同じ「風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律」により規制・管轄されている。バー・スナック・パブ（以下、バーとする）は月額4,125円、クラブ・キャバレーは月額5,433円とパチンコの月額7,808円並に支出額が高く、同じ法律に規制されている点で両者を比較することは興味深い。とりわけ、バーは、1回当たり費用（4,500円）や参加率をかけた平均的な利用額（1,064円）がパチンコと非常に似ている。もちろん、おそらく家族全員で利用するというよりは、家族で誰か1人が利用するという点でも似ている。

ただし、パチンコは遊技による過度な射幸心を規制するために同法に規定されている。一方のバーやキャバレーは客を接待しながらの飲食提供や、国家公安委員会規則で定めるところにより計った客席における照度を10ルクス以下として営業する飲食店等などの規定があり、同じ興奮を煽るといっても、規制の対象が根本的に異なっている。そのためパチンコとこれらの業種を比較するのも適切とはいえない。現にパチンコチェーン店大手の

「ダイナム」が主宰している一般社団法人PCSA（パチンコチェーンストア協会）は、政治アドバイザーや広報活動を駆使して、パチンコ業界と接客飲食業が同じ風俗営業法の傘下に入っている現状から脱却し、パチンコ業界独自の規制法律の制定を働きかけている。

それではパチンコと同じようなレジャー分野である競馬・競輪・競艇・オートレース等の公営競技と比較してみる。これらのレジャー分野は庶民の娯楽という点でパチンコと同義であり、また実質的に金銭を投下して自分の予想や運の結果により金銭を受け取るという点でも同義である。

公営競技のレジャーの利用額（月額）をみると、中央競馬が5,350円・地方競馬が3,817円・競艇が7,075円・競輪が5,508円・オートレースが6,458円となっており、地方競馬を除いて軒並みパチンコの7,808円と変わらない金額になっている。

『レジャー白書』の娯楽部門において、レジャーの家計消費へのインパクトが大きい定義としては、月額で支出する額の高低があげられる。これが顕著なのはパチンコの他に公営競技と接待飲食があった。しかしパチンコと比較する上では接待飲食は内容が異なるため、公営競技のみとなる。ところがその公営競技も家計消費のインパクトという点では大きな違いがある。パチンコの参加率は12.3%であるが、中央競馬こそ同指標は9.1%を有しているものの、地方競馬は2.1%、競艇は2.0%、競輪は1.2%、オートレースにいたっては0.6%と、娯楽部門の参加率では最低率であるため、家計へのインパクトは極めて小さい。

地方競馬・競艇・競輪・オートレースは毎日開催されているので、これらの数値はパチンコと比べていかに低いかが分かる。一方、中央競馬は、年始の中山金杯・京都金杯の正月開催以外は土曜日・日曜日・祝日の開催である。このような制限があるとはいえ、参加率・利用回数・利用額の全てにおいてパチンコより少しづつ下回っているため、国民1人当たりの平均的な利用額に換算すると中央競馬の利用額はパチンコのおおよそ半分の金額（487円/960円）となり、家計の消費に対する中央競馬の影響度は限定的である。

図表3-1を使ったここまでの分析結果を整理すると、日本のいたる所にパチンコホールというものが存在する環境下で、一般的な割合でパチンコをしない者が多数派であっても、日本全体でみると家計に与えるレジャー分野としては、パチンコは大きなインパクトを持っていると考えられる。

（図表3-2をここにいれる）

図表 3-2 は性別・年齢別の娯楽部門の参加率を表している。公営競技や接待飲食店などは参加層が限定されるため、参加率が極端に低い場合があるが、バーといった接待飲食店でも酒類提供がメインであるところは安定的な参加率がみられる。また囲碁・将棋やカラオケはどの年齢層にも好まれている傾向があり、トランプ・オセロはどの年齢層にも好まれているのに加え、10代が突出して参加率が高い傾向がある。おそらく、中学校や高校では朝の休み時間や昼の休み時間にこのようなカードゲームやボードゲームの類で遊んでいることがこの結果に反映しているものと思われる。

また家庭用テレビゲームやゲームセンターは、日本に登場した時代が影響しており、若年層ほど高く高齢層にいくほど参加率が低くなっている。それでも家庭用テレビゲームにおいては、50歳代の男性で21.2%、同世代の女性で23.5%と国民の2割が参加している。これは家庭用テレビゲームの大衆化が背景にあるとみられる。これは任天堂の「Wii」や「NintendoDS」といった誰でも気軽に遊べる機器とソフトの登場が影響しており、60代以上の男女平均で16.4%が参加しているのは孫世代と一緒に上記の機器で遊んでいるためであると考えられる。ただ中には自分から進んで家庭用ゲームで遊んでいる高年齢層もいる。具体的には俳優の加山雄三氏のように、高年齢層でも若年層に負けないぐらいコアなゲームファンがいるのも事実である¹⁰。

同じ類のゲームでも、ゲームセンターへの参加率は男女とも50代以上の世代は10%を切っており、違いが如実に現れている。なお、ゲームセンターもこのような家庭用ゲームに事実顧客を奪われており、郊外店舗を中心に60代以上の来店を促進させるイベントや企画を行っている。具体的には店舗内にゆったりと落ち着ける畳敷きの休憩ブースを用意したり、家庭用ゲーム機で一時期ブームになった「脳トレ（脳活性化のトレーニング）」に効果があるメダルゲームや全身を動かす体感ゲームを提供したりしている。なおメダルゲームというのはメダルを投入して山になったメダルを落とすゲームであり、メダル投入のタイミングを計るため手先や頭を頻繁に使うため「脳トレ」になるという具合である。また、先述の加山氏のように、家庭用テレビゲームを70歳台の人が遊技することも手元の操作基盤とテレビ画面の間で機敏な手先の動作と瞬時の判断が度々要求されるため、こちらも「脳

¹⁰ 「(りれーおびにおん)ゲームのお作法:4 加山雄三さん こんな爺さんになりたいって」朝日新聞 2011年11月30日朝刊15面より。

トレ」になっていることはよく知られている。

次に麻雀は安定して男性の1割から2割の参加率を得ているものの、やはり男性が主体のレジャーであることが女性の参加率が10%に満たないというデータから見てとれる。

最後にパチンコであるが、男性は平均的なライフスタイル通りに参加率が変動していることが見受けられる。時間とお金に余裕のある男性の20代や30代は最大25.9%の参加率を有するが、高齢層に行くほど参加率が減っている。これは時間もお金も共に余裕がなくなっていくことを象徴している。その裏返しであるのが女性の参加率で、こちらは全年齢で10%には満たないものの、20代から60代以上の女性平均で8.38%であり全年齢に渡り男性のような参加率の大きな変動はない。これはある意味、女性の方が男性よりライフスタイルが多様であるため、全年齢に渡って時間があり（データ上あるようにみえ）、一般に家計管理を女性が行っていることによるものかもしれない。

この男女の参加率の結果には、パチンコ業界の立場から将来を占うのであれば、どのような顧客層に新規来店を促すべきかという質問に対する答えが隠れているかもしれない。

(図表 3-3 をここにいれる)

この図表 3-3 は地域別の参加率をあらわすものであり、日本の各地域の“お国柄”がレジャーの面でも出る興味深いデータである。ここでは特徴的なデータがあるところをみていく。

囲碁と将棋であるが、普通これらは「囲碁・将棋」といったように一つにくくられていることが多い。ところが図表 3 によると全国的に将棋が10%程度の参加率を有しているものの、囲碁は全ての地域で10%以下である。さらに九州の大分・宮崎・鹿児島県の三県で108人の調査では参加率0%と囲碁の苦境が見受けられる。

続いて家庭用テレビゲームであるが、全国的には30%台をキープしているものの、静岡県と沖縄県だけ10%台半ばと全国平均の約半分程度に留まっている。沖縄は自然が豊かであり、かつゲームセンターの参加率が全国平均を上回っているため、家庭で遊ぶより屋外のゲームセンターか自然の中で遊ぶということが考えられる。一方で静岡は家庭用テレビゲーム並びにゲームセンター共に全国平均の半分に達しておらず、特にゲームセンターでは全国最低参加率を記録している。静岡県はその他にも娯楽部門では将棋・トランプ・カラオケ・麻雀といった項目でも全国平均を下回っている。そのため、静岡県は娯楽部門で

は参加率が全体的に低い傾向が判明した。逆に世間では教育県といわれている長野県は、この統計では山梨県と合わせての調査ではあるが、家庭用テレビゲームとゲームセンターの参加率は全国平均とほぼ変わらない水準であった。

そして沖縄県には他 46 都道府県にはない特徴を発見した。この内容はテレビ番組の都道府県別の特徴を紹介する番組でも言われてきたことであるが、沖縄県は外食及びバーといった飲食店及び酒類・食事提供がメインの店の参加率が突出して高い。外食においては全国平均が 52.5%に対して沖縄県は 70.6%であり、バーが全国で 25.8%に対して同県は 38.2%であった。

これは現在も沖縄がアメリカ合衆国の基地を多数抱え、第二次世界大戦後に日本が主権を取り戻した後も、しばらくの間アメリカ合衆国の傘下にいた影響で、食文化が欧米化していることに起因する。具体的にはファストフード店が多数展開し、気軽に外で飲食をすることが出来る点や、食文化が本州列島より欧米化している点である。具体的には沖縄県の家庭では、ケンタッキーフライドチキンが販売するフライドチキンが夕食のおかずにご飯と共に登場することで知られている¹¹。

最後にパチンコの参加率をみると、全国平均は 12.3%であり、この平均を大きく超えているのは北海道の 16.1%、北陸三県の 18.5%、福岡県の 17.9%、長崎佐賀熊本 3 県の 17.2%、そして突出しているのが大分・宮崎・鹿児島 3 県の 28.7%である。一方で、一番低いのは沖縄県の 2.9%、次いで長野・山梨の 6.4%、兵庫の 7.8%であった。

まずパチンコの参加率が全国平均より高いトップ 3 をみると、1 位と 3 位が九州であった。さらに、九州の全県が全て 4 位以内に入る状況である。一方で、三大都市圏は大阪が 15.9%と全国平均越えをするなか、東京は 9.6%であった。そしてパチンコの生誕の地であり、パチンコ関連産業の本社が集中する名古屋を有する愛知県は 9.8%と予想よりも低い結果であった。

もう一度参加率上位をみると、全国平均の 2 倍の参加率を誇る大分・宮崎・鹿児島の 3 県がなぜこの数値が出ているかは定かではない。ただあくまで一例ではあるが、同 3 県は他の娯楽が県内にあまり存在しないがゆえに、相対的にパチンコに人が集中している可能性がある。これは他の娯楽部門が同じ商圈に存在すればするほど、パチンコの参加率は下がる傾向があるためだと予想する。例えば映画館・ボーリング場・ゲームセンター・カラ

¹¹「沖縄ケンタッキーフライドチキンの謎 消費産業部次長 中村直文」2010年4月1日 日本経済新聞電子版より。

オケ・公営競技・スポーツ施設などが同じ地域にある中で、パチンコを選ぶ人は元々パチンコがかなり好きな人でなければ選ばない。一方で映画館やボーリング場や公営競技場などは比較的大きな駅、たとえば駅弁を売っている駅（その路線の始発駅）や、それに準ずる大きな駅ぐらいしか無いと思われる。一方で車での移動が主体の地方では、パチンコホールやゲームセンターは完全にロードサイド店であるため、大きな駅に設置する必要が無く、各地域に満遍なくパチンコホールは存在している。またゲームセンターは地方のイオンなどの大型ショッピングモール内に展開している例も多数ある。そのためレジャーの行き易さでは、地方においてのパチンコは地域の各所に店舗があるため、娯楽部門では一番手っ取り早いレジャーなのかもしれない。

先述の大阪は 15.9%と高かったものの、一都三県（東京都と神奈川・埼玉・千葉の 3 県）の平均が 10.475%であり、全国平均を下回っている。これは九州と北陸でトップ 4 が占められているのをみると、数値が対照的であるが故に、都市部は他の娯楽が溢れているためパチンコが相対的に低下していると考えられる。

一方で参加率が最低の沖縄県は、パチスロの発祥の地というイメージからくる結果とは全く逆であった。現在、東京証券取引所第 1 部に上場しているパチンコ台メーカーの株式会社平和は、子会社にオリンピアというパチスロ台メーカーを保有している。現在の平和は旧オリンピアの大株主が子会社化の際に平和の大株主にスライドしてきたため、実質は平和がオリンピアの子会社になっている状況である。そのオリンピアはアメリカ合衆国統治時代の沖縄県で、カジノのスロットマシンを改造したオリンピアマシンというパチスロの原型を生み出していた。その沖縄が現在ではパチンコの参加率が全国最低という結果であった。

ここまでをまとめると、パチンコが九州と北陸で参加率がかなり高いという結果は、これからも注視していきたい結果であり、他の娯楽に比べて地域性が出るレジャーであると考えられる。

(図表 3-4 をここにいれる)

図表 3-4 は娯楽部門の時系列の推移であり、重要なのは 2008 年 9 月のリーマンショックの影響を考察することができるという点である。2008 年と 2009 年の間に、活動回数と平均費用がほぼ全ての項目で前年比で大きなマイナスになっている。特に平均費用では麻

雀・ビリヤードが1年で5割以上減少し、パチンコとゲームセンターも4割程度減少した。さらに金額の大きいパチンコは2008年の12万2,900円から2009年の7万5,000円へと4万7,900円の減少と、娯楽部門で最大の減少額となった。一方で参加率では、自宅でも遊べる囲碁・将棋・トランプ・テレビゲームが顕著に2008年と2009年の間で跳ね上がっており、不要不急のレジャーを避けて「安・近・短」の巣籠りレジャーが人気になった時期であることが伺える。一方でパチンコも参加率が微増しており、暇な人が一時的に増えたと考えられるが、これについては確固たる原因が今のところ不明である。

またお酒を出すバーやクラブ・キャバレーでは、平均活動回数と平均費用は2008年と2009年の間に大きく落ち込んでいるものの参加率は微増していた。平常時のようにお酒を嗜む生活はしたいというものの、懐事情がよくない為、景気よく高いお酒を飲んだりおつまみをたくさん頼むことはやめて、財布を気にしながら飲食をしていたことが伺える。そしてお酒を飲むレジャーにおいては、2011年になっても平均費用は2008年水準を回復しておらず、やはり懐が寂しい時に最初に削られるのは酒・タバコといった嗜好品類であることが伺える。なお、2011年時点で2008年水準の平均費用を回復しているのは囲碁やカラオケやサッカーくじなどであるが、サッカーくじについては近年BIGと呼ばれる6億円くじの登場により、活況であると考えられる。

(図表 3-5 をここにいれる)

図表 3-5 は性別の参加率の時系列データである。特に目立つ点としては、サッカーくじが2009年に前年比で男女共に3倍になっている点である。また低位の数値で変動幅が見かけ上大きくなってしまいが、男性では2009年に公営競技の中央競馬・地方競馬共に大きく参加率が上昇している。この年の中央競馬ではウオッカという牝馬がいた。この馬は日本競馬で3歳になる馬が一生に1度しか出られないレースのうち、最高峰である東京優駿(東京ダービー)において、64年ぶりに牡馬を破り優勝するなど、スターホースに沸いた年であった。このように公営競技には一種のブーム性というものがたまに発生することがある(たとえば過去には地方の岐阜県笠松競馬から中央競馬に移籍したスターホースのオグリキャップ)。このように公営競技は他のレジャーにはないスター選手・スターホースの登場により、大きく参加率が変動することが読み取れる。

(図表 3-6 をここにいれる)

図表 3-6 は参加人口の時系列データである。やはりここでもサッカーくじは着実に参加人口を増やしており、他のレジャーも総じて景気の動きに影響されながらも、人口が戻る時は戻っている。ところがパチンコをみると 10 年で参加人口が約半分になっている。ビリヤードも同じく 10 年で半分になっているが、こちらは約 700 人が約 350 人になったのに対し、パチンコは 2,170 人が 1,260 人になってしまった。これは景気の動きだけではなく、業界が縮小していつている可能性のひとつであるかもしれない。図表 3-4 でパチンコの平均費用の下落が止まらない状況下で参加人口も減少している事実は、業界にとっては二重苦であると考えられる。

(図表 3-7 をここにいれる)

図表 3-7 は 5 年間の娯楽部門以外の『レジャー白書』で区分けされている 4 部門の市場規模と消費支出との関係の表である。これをみると水面に浮上できない景気を反映しており、まずレジャーにかけるお金が節約対象になっていることが図表から読み取れる。具体的には 2007 年と 2011 年では余暇市場全体が 10% も縮小してしまっている。

(図表 3-8 をここにいれる)

図表 3-8 は長期時系列でみた余暇市場の推移を大きな分野ごとにあらわしたものである。ここでは優劣が三極化しており、20 年の間に麻雀や地方競馬・競輪・競艇のように半分以下になってしまったものがある。一方で景気の波に乗りながらも安定しているゲームセンター・テレビゲーム・宝くじがあり、大きく成長したのはカラオケであり 20 年間で 3 倍ほどに増えている分野もある。そしてパチンコであるが、パチンコも 20 年間の最初と最後ではゆるやかに成長しているように見える。しかし 1989 年から 1995 年にかけて急速な勢いで成長していき、その後しばらくは 2006 年辺りまで揉み合い状態が続いた。この頃がいわゆる“30 兆円市場”と呼ばれた時期である。しかし 2007 年の前年比 16% 減を皮切りにその後は減少し続け、2010 年には 20 兆円割れを記録し、近年だけでみると 2003 年を境に市場は縮小しつづけているのがわかる。

3-2 くじとギャンブルにみる日本人の意識変化に関する分析

『レジャー白書』では、パチンコを“ゲーム”、宝くじを“ギャンブル”と定義している。しかし、宝くじをギャンブルに含めることに抵抗を感じる人も多いはずである。もちろん、白書は言葉の定義だけの話であって、そのギャンブル性などを議論しているわけではない。少々古いが、1997年5月11日の日経新聞に興味深い記事がある¹²。当時、サッカーくじ導入を巡ってさまざまな議論が展開されていた時期であった。記事によると、「ギャンブルとくじには、法的に明確な線引きがない」そうだ。もともとサッカーくじはスポーツ議員連盟による議員立法であり、ギャンブルでないと主張する彼らの論拠は「当選確率が宝くじだからギャンブルではない」といったものである。一方で反対派の弁護士の斎藤義房氏は「サッカーくじはギャンブル。偶然(抽選)に頼る宝くじと違い、競馬と競輪と同じく勝ち負けを予想し、試合結果によって損得が決まるからだ」と言っている。

そしてギャンブルに詳しい社会人類学専攻の一橋大教授長島信弘氏は「くじは破産の危険がなく少額で夢を買う。ギャンブルは損を覚悟で時には痛みを覚える金額をかける」と説いている。ただ、宝くじもサッカーくじもパチンコも、「中毒」になれば宝くじですら破産する可能性はある。例えば無担保即融資の借入を目一杯までして、期待値が50%以下の宝くじを借入金全額買った場合、ほぼ破産してしまう。

そして賛否両論の中、新聞記事ではジャンボ宝くじの売上高は一時ブームになった94年に比べ96年度は20%減っているが、数字選択式宝くじナンバーズやインスタントくじの売り上げは安定していると書かれている。これについて余暇開発センターの山田紘祥氏は「日本でもギャンブルを容認し、小遣いの範囲で適度なスリルを楽しむ市民文化が芽生えつつある」ど分析している。その分析内でギャンブルが嫌いな人の割合は17.8%と、10年前に比べ約10ポイント減り、肯定派が約14ポイント増えている結果からも分かる。

ちなみにこの記事が書かれた当時は、サッカーくじは『toto』のみであり、1試合ずつ「勝ち」「負け」「その他」を選ぶものであった。現在は「BIG」も発売されているが、自分で勝ち負けなどを選ぶ必要は無く、すべて自動抽選である。これはナンバーズやミニロトで採用されている、購入者の希望があれば数字をランダムで選ぶクイックピックと同じである。

さて、新聞記事の最後に「くじとギャンブルの違いを調査する必要はなくなるんじゃないな

¹² 「エコノ探偵団 くじとギャンブルどこに違い？」日本経済新聞1997年5月11日朝刊13面より。

いか」という興味深い予想がある。これをデータで検証する。具体的には、『レジャー白書』を過去にさかのぼり、家計がパチンコと宝くじに投じた費用を時系列で入手し、分析する。ここでの仮説は、ギャンブルに関する議論が高まった 1997 年前後で、家計がパチンコと宝くじに費やしたお金の前年伸び率の相関に差があるのかどうかに焦点を当てる。つまり、かつてギャンブル色の薄い宝くじとパチンコに一線を引いていた時代、両者に支払う金額には関係がなかったはずである。宝くじを買う人とパチンコを楽しむ人が別の集団であったのかもしれないし、たとえ両者を楽しむとしても、それぞれに使うお金は別々に考えていたのかもしれない。ところが、新聞記事にもあるように、97 年頃から、ギャンブルに対する議論が盛り上がり、宝くじも 90 年代に入りナンバーズ・その場で当たりがわかるインスタントくじなどギャンブル性(及び自らが番号を選んだり、くじを選んだりする自己責任の感覚)の高く宝くじが販売されるようになったので、宝くじを買う人とパチンコを楽しむ人がますます重複するようになったのではないか。あるいは、両者を同一の娯楽と考えるようになったので、それぞれに使うお金を連動して合わせて考えるようになったのではないか。したがって、パチンコに使うお金が減(増え)れば宝くじを購入するお金も減(増え)るのではないか。データを分析した結果、この予想は支持されることがわかった。1988 年から 1997 年までの年次費用伸び率の相関は 0.04 であったが、直近の 2011 年までの 10 年間の相関は 0.72 であった。両者の差は、 z 値でみると 1.63 であり、統計的に 10%水準で有意である。ちなみに、両データの間年である、2004 年時点での相関は 0.38 である。徐々に、関係が高まってきたことがわかる。

第三章では、パチンコが比較的家計に浸透していることに加え、家計の中で様々な娯楽に支出する額の中では、パチンコは大きな額を占めているという結果であった。一方で娯楽市場全体が縮小していく中で、パチンコも縮小傾向がみられる。このように家計が縮小傾向というのは問題である。なぜなら、家計の消費は GDP の 6 割以上を占めているため、日本経済の再浮上にはやはり家計の復活がないと、真の再浮上は成し得ないだろう。

第四章 企業の視点

本章では、パチンコ関連産業が日本の産業構造にどの程度浸透しているのか、また、パチンコ関連企業の構造がどのようになっているのかを明らかにする。

4-1 産業連関表による業界動向分析

ここで特に注目したいのは、パチンコ関連産業が日本の産業構造の中でどのような位置づけにあるのか解明することによってその浸透度を把握することである。具体的には、パチンコ関連産業が生み出す商品（財やサービス）はどの産業から投入されたものによって生産されているのか、またパチンコ関連産業が生み出した商品はどの産業に販売されるのかを計測する。

この分析のねらいの1つは、パチンコ関連産業の浸透度をみることにある。とかく感情的に精神論や法律を背景に“パチンコ廃止”を唱える人がいるが、もしパチンコ関連産業の波及効果が大きい場合、廃止による経済への影響も大きくなる。もし廃止や縮小へ舵をとるのであれば当然のことながら経済効果についても慎重に議論しなければならない。しかし、残念ながらその分析はあまり活発とはいえない。

一般論として、1つの産業が経済に与える影響を計測することは困難である。基本的に、国全体の産業構造を明らかにする必要がある、産業構造が複雑になればなるほど調査は困難になる。日本の場合、産業構造を分析する際に使用されるデータとして総務省の『産業連関表』、いわゆるインプット・アウトプット表（I-O表）がある。この表は、通常1年間という期間において、財やサービスが各産業部門間でどのように生産・販売されたのかを行列の形で表したものである。たとえば、ある1つの産業部門で考える。この部門は、別の産業部門から原材料や燃料などを購入し、これを使って新たな財やサービスを生産する。そして、それを他の産業部門に販売する。さらに、これを購入した産業部門は、それらを再び原材料等として、さらに新しい財やサービスを生産する。このような財やサービスの連鎖（購入→生産→販売）を表したのが産業連関表である。元となる資料の収集・整理から計数の推計と調整、そして結果の公表まで膨大な作業量を要するため一連の作業に5年かかる。そのため産業連関表は5年のスパンで算出されていく。直近では2005年の確定値が公表され、一部は総務省のHP上から入手できる。今回は、2005年のデータと、比較のため1990年のデータを原本から入手し、分析に使用する。基本的には、製造業であるパチンコ・パチスロの台メーカーと、サービス業であるパチンコホールに分けて考察する。

残念ながら『産業連関表』にパチンコ台組立産業という分類はない。もっとも細分化された表（2005年基本分類の行520・列407）をみると、「娯楽用機器」（列コード3112-01、行コード3112-012）という項目がある。その内訳は、「パチンコ・スロットマシン（パチンコ台、パチンコ玉自動補給装置、スロットマシン台等）・ゲームセンター用娯楽機器（アーケードゲーム機、クレーンゲーム機、業務用テレビゲーム機等）、遊園地用娯楽機器（ジェットコースター、メリーゴーランド、コーヒーカップ等）、娯楽用機器の部分品・取付具・付属品」となっており、最小産業分類でさえ完全にパチンコ関連産業の動向を把握することはできない。さらに、今回、複雑な産業構造を把握するために『産業連関表』の統合分類を利用することにした。すなわち、基本分類をさらに集約したものである。2005年版では、統合小分類が190部門、統合中分類が108部門、統合大分類が34部門となっている（データ作成年で分類数は異なる）。本論文では統合小分類190部門を分析対象とする。この中で、「娯楽用機器」は「サービス用機器」（コード3112）に含まれ、その他、「自動販売機」と「その他のサービス用機器」と統合されている。

（図表4-1をここに入れる）

図表4-1は統合小分類190部門の「サービス用機器」の国内生産額を表している。この年、サービス用機器全体で2兆2,219億円を生産している。これは、国内生産額全体の0.23%である。この表でもっとも重要なメッセージは、サービス用機器に占めるパチンコ・スロットマシンの割合が高いということである。その生産額は1兆2,696億円で、サービス用機器に占める割合は約57%である。もちろん、詳細は把握できないが関連部品等の生産額も考慮すればパチンコ関連が占める割合はさらに高まる。これより、以下190部門を使った分析結果からパチンコメーカーの動向を完全に把握できないとはいえ、ある程度の傾向は把握できるものと考えられる。

同様の議論は、パチンコホールにもあてはまる。もっとも細分化された表（2005年基本分類の行520・列407）をみると、「遊戯場」（列コード8611-03、行コード8611-031）という項目がある。その内訳は、「ビリヤード場、囲碁・将棋所、マージャンクラブ、パチンコホール、ビンゴゲーム場、射的場、スロットマシン場、ゲームセンター」となっており、パチンコ台と同様に最小産業分類でさえ完全にパチンコホールの動向を把握することはできない。統合小分類190部門の中で、「遊技場」は「娯楽サービス」（コード8611）に含ま

れ、その他、「映画館」、「興行場・興行団」、「競輪・競馬等の競走場・競技団」、「スポーツ施設提供業・公園・遊園地」、「その他の娯楽」と統合されている。

(図表 4-2 をここに入れる)

図表 4-2 は統合小分類 190 部門の「娯楽サービス」の国内生産額を表している。この年、娯楽サービス全体で 10 兆 251 億円を生産している。これは、国内生産額全体の 1.03% である。この表でもっとも重要なメッセージは、娯楽サービスに占める遊技場の割合が高いということである。その生産額は 4 兆 9,967 億円で、娯楽サービスに占める割合は約 50% である。もちろん、遊技場の詳細は把握できないのでパチンコホールの割合は低下するが、前章でみた娯楽に対する家計の動向などを考えれば遊技場に占めるパチンコホールのウエイトは相当高いと予想できる。したがって、上述のパチンコメーカーと同様、以下 190 部門を使った分析結果からパチンコホールの動向を完全に把握できないとはいえ、ある程度の傾向は把握できるものとする。

(図表 4-3 をここに入れる)

図表 4-3 は、統合小分類のサービス用機器（パチンコメーカーを含む）と娯楽サービス（パチンコホールを含む）の雇用者数と賃金を表している。両部門合わせて約 35 万人（全産業の約 0.5%）が働いており、上述の議論から単純に寄与を半分として計算すると 15 万人から 20 万人がパチンコ関連産業で働いていることになる（波及効果は除く）。興味深いのは賃金である。両部門とも雇用形態に大きな違いはみられないものの、1 人当たりの給与水準に大きな違いがみられる。とりわけ、全産業と比較すると、サービス用機器は平均を大きく上回っている一方、娯楽サービスは平均を大きく下回っている。おそらく、パチンコに限定しても同様の議論はあてはまるものと思われる。これについては、後ほど詳しく考察する。

(図表 4-4 をここに入れる)

図表 4-4 は、サービス用機器の投入係数の上位 25 部門を表している。投入係数とは、当

該部門で1単位の商品を生産するとき、どの分門から何単位の商品が必要としているかを表している。たとえば、サービス用機器を1単位生産するとき、同じサービス用機器部門に対して0.166949単位の間接需要を発生させている。同じく、その他の電子部品部門に対して0.083921単位の間接需要を発生させている。サービス用機器部門の場合、全部で190部門中82部門の間接需要を発生させ、上位25部門で0.727181単位の間接需要を発生させている。粗付加価値は0.209021単位である。もちろん、間接需要に粗付加価値を加えると1になる。この投入係数表は第1次の生産波及を表している。したがって、繰り返し計算していくと最終的な生産波及効果を計測することができる。サービス用機器の場合、最終的にまったく波及効果のない部門は、たばこ、医療、介護、学校教育など20部門にとどまる。それだけ多くの産業に影響を与えているのである。

では、この波及効果は時系列的に変化しているのだろうか？図表4-4の一番右の列は、1990年の『産業連関表』から収集した数値である。統合小分類の定義が若干異なるので対応しない部門もあることに注意が必要である。興味深いのは粗付加価値が4割弱減少している点である。内生部門全体の粗付加価値は、2005年が0.520439、1990年が0.511523とほぼ横ばいである。したがって、この部門の付加価値が大幅に減少していることがわかる。なぜ、これだけ減少したのであろうか？この粗付加価値は大きく3つに分類される。労働者（家計）が受け取る「賃金・棒給」、企業が受け取る「営業余剰」、政府が受け取る「税金」（部門名は間接税（除関税・輸入品商品税））である。2005年のサービス用機器の粗付加価値0.209021単位のうち、賃金・棒給は0.088373単位、営業余剰は0.016628単位、税金0.027696であるのに対して、1990年の粗付加価値0.329788単位のうち、賃金・棒給は0.121087単位、営業余剰は0.105695単位、税金0.027249である。変化でみると、賃金・棒給は-0.032714単位、営業余剰は-0.089067単位、税金0.000447である。比較として、内生部門全体における粗付加価値3項目の変化は、それぞれ、-0.003791、-0.023768、0.006457であり、15年間でほとんど変化がみられない。少なくとも、サービス用機器産業の生産構造のウェイトがここ15年で変化していることがわかる。

（図表4-5をここに入れる）

図表4-5は、娯楽サービスの投入係数の上位25部門を表している。たとえば、娯楽サービスを1単位生産するとき、その他の対事業所サービス部門に対して0.02469431単位の中

間需要を発生させている。同じく、電力部門に対して 0.02463327 単位の間接需要を発生させている。娯楽サービス部門の場合、全部で 190 部門中 93 部門の間接需要を発生させ、上位 25 部門で 0.28745971 単位の間接需要を発生させている。粗付加価値は 0.66535525 単位である。娯楽サービスの最終波及効果をみると、まったく波及効果のない部門は、たばこ、医療、介護、学校教育など 18 部門にとどまる。これら 18 部門はサービス用機器でも波及効果のなかった部門である。

この波及効果は時系列的に変化しているのだろうか？図表 4-5 の一番右の列は、1990 年の『産業連関表』から収集した数値である。興味深いのは、サービス用機器と異なり、係数が安定しているという点である。

4-2 メーカー（関連機器企業）とホール（遊技施設）の経営状況

前節では、パチンコメーカーとホールの経営特性を産業全体の位置づけとして考察してきた。しかし、データ構成上、必ずしも完全な傾向を把握することはできなかった。そこで、本節では、パチンコにかかわる具体的な企業の財務分析を行うことで、企業経営の状況を把握することにする。

分析の前に 1 つ注意が必要である。昨年、ダイナムジャパンホールディングスの香港市場のメインボードへの上場で話題となったが、日本国内の証券取引所においてパチンコホールはいまだ 1 企業も上場していない。したがって、パチンコホールに関しては、入手できる財務情報は限られている。今回、本論文では、総合ユニコムが発刊している『パチンコ産業年鑑 2012』から、直近 5 年にわたるパチンコホール 50 社の売上高・経常利益・当期純利益の各データを入手した。一方、メーカー関連企業については、上場企業が多いため、本論文では上場している 24 社を分析対象とした。これらの企業についても、ホールのデータにあわせて同じ項目を有価証券報告書から入手した。ただし、マミヤ(ユニット製造)については、2006 年に固定資産の減損会計適用に伴う減損損失の計上や光学機器事業の譲渡に伴う事業譲渡損失等引当金の計上により、多額の当期純損失が発生した。また 2007 年は主要債権者による債務免除及び固定資産売却益等の発生により多額の当期純利益が計上された。これらの金額については結果に大きな影響を与えるため、今回のサンプルからは除外する。ただし結果は大きく変わることはなかった。

(図表 4-6 をここに入れる)

図表 4-6 は、メーカーとホールの財務データ（各年ごとの標本平均）を時系列プロットしたものである。パネル A は売上高、パネル B は経常利益、パネル C は当期純利益、パネル D は売上高当期純利益率を表す。パネル A より、ホールがメーカーの 2 倍以上の売上上で安定的に推移している。一方でパネル B 経常利益が 2006 年時はメーカーがホールの 2 倍であり、売上高で倍であったホールが経常利益ベースでは逆にメーカーの約 2 分の 1 になっている。さらにホールは経常利益ではほぼ安定しているものの、メーカーは他の製造業と同じく景気の影響を受けやすいためか、2009 年のリーマンショック時には大きく額を落としている。パネル C は当期純利益であり、最大の乖離ではホールはメーカーの 6 分の 1 である年もあった。ただこのパネル C もメーカーの変動幅は大きいのに対し、ホールは緩やかな変動に留まっている。最後にパネル D であるが、メーカーは年によっては 15% 近い売上高純利益率を出すときもある。しかしホールは景気に左右されない代わりに利益率が 5% すらいかないという、大変利益率の低い業種であることが分かった。これはパチンコホールで働く従業員の給与にも売上高純利益率の低い影響が出ており、ホールとメーカーは 2 輪で始めて動き出す業界であるのに、このように利益率の差異がありすぎると、いつかひずみが出てくる恐れがある。そこで次の項で、この問題を解決の糸口を提示してみる。

4-3 今後のホールの経営戦略に関する提案

ホールとメーカーでは先述のとおり利益率の乖離がある。もちろん製造業と非製造業かつサービス業ということで、安易な利益率だけの比較は判断を誤らせてしまう。しかしホールとメーカーはどちらが欠けてもパチンコ業界は成立しない。そのため、現状できる範囲での利益率の差を埋める案を考えてみる。

考えられることはいわゆる垂直統合と呼ばれる、ホールがメーカーを子会社化や持分法適用会社とし、自社ホール向けの台を開発して設置すれば、相当なコストカットにつながり、また〇〇の店舗だけでしか打てないという付加価値も生まれる。

現にこのような動きは実際にあり、過去はパチンコチェーン店大手ダイナムが、エース電研というパチンコ台メーカーに、ダイナムの店舗でしか打てないスペックをもつ台を提供してもらっていた。しかし元となるパチンコ台はどのパチンコ店に置いてあるものと演出や筐体は基本は変わらないため、特に付加価値や希少性という面では変わらなかった。

しかし直近になって本格的な動きがあった。元々パチスロ機専門メーカーであったベルコという会社が、ダイナムプライベートブランド(以下、PB)パチンコとして、ダイナムの

ためだけに製造したパチンコを販売し始めた。¹³これは画期的なことであり、現状では会社の統廃合を経ずに、あくまでプライベートブランドとしてパチンコ台を製造できることが可能であることを実例から知ることができた。これがダイナムの利益率の改善に付与すれば、この動きは同業他社にも波及していくはずである。

一方でデメリットとすれば、既存のパチンコ台メーカーはプライベートブランドを作りにくい環境が現状あることだ。パチンコホールは基本的に日本全国どこを見渡しても、ある程度同じメーカーの台が揃っている。しかし大手パチンコ台メーカーがパチンコホール1社だけに卸すPBパチンコに力を入れ始めた場合、得意先である他の大手パチンコホールチェーンや中小のホールからは自社の台を買ってくれなくなる恐れがある。さらにそれが行き過ぎると、ユーザーが打ちたい台が大手ホールチェーンを中心にバラバラに設置される恐れがある。もしそうなったら一番の被害を受けるのはユーザーであり、これでは業界自体が崩れてしまう。そのため大手メーカーがPBパチンコの製造に踏み切るのは慎重な経営判断が必要になる。

ただ先のダイナムはベルコというパチスロ機専門メーカーがパチンコ台製造に新規参入するという、現時点で大手中小のパチンコホールに対してはパチンコを売ったことが無いという特殊要因があったため、ダイナムと手を組むことができた。

そしてダイナムとベルコの二社に対しては、比較的古い考えが残る業界内で革新的なことを行った件について敬意を表したい。これで他のホールチェーンやメーカーにも追随する動きがあれば、無理に企業統合をせずとも、ホールとメーカーの利益率の乖離が埋まり、業界の健全化と安定化が図れるため、この動きは今後も注視していきたい。

またユーザーにとっても、ホールの台導入にかかる経費が大幅に削減される動きは歓迎すべきものである。単純に経費が減るとその分ユーザーへの還元分も相対的に増え、全てがwinwinの関係になることが予想される。このようにwinwinの関係が起こるのは、パチンコ業界のようにホールとメーカーでの利益率の乖離が大きすぎる場合等に残っている。

それが解消されたとき、さらなる経済的な利益が生まれるのである。

¹³ 株式会社ダイナムのPBパチンコについてはHP参照。

第五章 おわりに

パチンコ業界はいつも批判の中に立たされながらも、戦後 60 年以上にわたり日本の大衆娯楽文化として展開してきた。そして社会への影響度が高いがあまり、過度の射幸心を煽る台が登場した際は、一度保通協の検定に合格した遊技機の検定を再度取り消す等の処分も散見された。それもパチンコ業界が社会的に高い影響度を有するために発生する事象である。また、近年では広告規制が強化され、警察庁はパチンコの存在は国民大衆の文化として許容し、法的にも現状はグレーゾーンの白寄りであるが、存在は認めている。ただし「のめり込み」による国民生活の破綻だけは防ぎたいという一心で、業界に対してこれからの一定の監督と規制をかけていくことが分かった。

一方の家計では、パチンコ業界は娯楽部門の中で大きな金額を支出している上に、比較的人数も多くいるため、家計の中に占める余暇に関する支出でも大きな顔をもっている。また、『レジャー白書 2012』を通じてパチンコにも“お国柄”があることを発見し、九州や北陸がパチンコユーザーの参加率上位を占め、都市部で大阪以外は全国平均を下回るという予想外の結果になった。そしてパチンコ台メーカーや周辺機器の本社が集中する名古屋を有する愛知県も全国平均を下回っていたのには、驚きをもった。

最後に企業では、産業連関表を用いてパチンコ台メーカーとパチンコホールがどれだけ日本国内の多彩な業種に経済的な影響を与えているのかを分析し、メーカーとホールでは雇用形態はあまり差がないにもかかわらず、賃金の差が大きいこと等が明らかになった。さらに『パチンコ産業年鑑 2012』を用いて、国内証券取引所には上場がないパチンコホールと、国内に上場しているパチンコ台メーカーや周辺機器メーカーとを売上高・経常利益・当期純利益等で比較した。その結果、先の産業連関表でメーカーとホールとの賃金格差があったことの裏づけとして、売上高純利益率に大きな差があることが時系列データで判明した。

そしてこの大きな差を埋めるには、ホールがメーカーを子会社化や持分法適用会社にし、自社にだけ用いるパチンコ台を製造し大幅なコストカットと付加価値の創造を行うことを提案した。ところがすでに、ホールチェーン店大手ダイナムが、パチスロ機メーカーのベルコと共同でプライベートブランドパチンコを作り上げた。これは完全にダイナムのためだけに卸されるもので、大幅なコストカットや付加価値の創造が実現している。

ただし、現状では大手パチンコ台メーカーがこのようにプライベートブランドパチンコ

を製造することは既存の他チェーン店の自社製品の不買に繋がる恐れもあるため、急な拡大は見込めない。今回ベルコは新規参入という状況下のため、ダイナムとタグを組み合わせることができたと思われるが、これを機にプライベートブランドパチンコの普及が進めば、ホールとメーカーの賃金格差も、売上高純利益率の格差の縮小という形で縮まっていくであろう。

以上により、経済三主体からパチンコ業界をみてきたが、日本経済の家計や企業に対して同業界が大きな影響を持っていることを今一度再確認した。一方で国内の法整備が未熟あることから、国内では同業他社が上場に失敗している点も含めて、香港メイン市場へのダイナムジャパンホールディングスの上場という状況が発生した。しかしよく考えてみると、日本の金融資本市場（株式市場）は既にローカル市場化の足を速めており、香港やシンガポールといった後発のアジア金融市場のほうに活力のある世界中のマネーが集結している。

元々私の専門分野は株式や投資がメインであるため少し記述するが、日本の取引所は既に周回遅れの状況にあるといえることだ。海外では当たり前の金融商品（例えば株価指数ではなく、金価格や小麦といった商品に連動するような商品）が日本の取引所に上場したのはここ数年である。さらにもっと特殊な金融商品（株価指数の2倍3倍といった値動きをする商品）もつい最近日本国内には上場した。しかし他のアジア市場や米国市場にはとっくに上場していたもので、終いには企業の不祥事があった際の上場廃止ルールも正直なところ、国内取引所はダブルスタンダードであったことはいがめない。

以上により、日本よりも先進的な市場である香港市場など、新興の金融資本市場に上場するということは決して恥ずかしいことではなく、逆に勇敢であるということだと私は思う。また、香港市場といったような世界では主力の市場にダイナムジャパンが上場したということは、最低でも日本市場に上場すると同じくらいの審査を経ているはずである。そのため、企業の情報開示のレベルも大変高いものと思われる。また逆に企業側はコーポレートガバナンスの強化等に努める義務が発生するため、より社会の公器となる企業の仲間入りをすることになる。

現在は国内オンライン証券の中国株取引から、ダイナムジャパンホールディングス株式を購入することが出来るが、将来的には日本国内に上場し、直接日本円で株式が買えるようになることを祈りながら、結びの言葉とさせて頂く。

文献一覧

- [1] 鮎川良『ダイナム香港上場【IPO】1年間の軌跡』日経BP、2012年.
- [2] 安藤健二『パチンコがアニメだらけになった理由』洋泉社、2011年.
- [3] 公益財団法人日本生産性本部『レジャー白書』、2012年.
- [4] 財界編集部編『国を超えて！ダイナムの挑戦』財界研究所、2012年.
- [5] 総合ユニコム『パチンコ産業年鑑2012』総合ユニコム、2012年.
- [6] 総務省『産業連関表』1990年、2005年.
- [7] 総務省『家計調査』2011年.
- [8] POKKA 吉田『石原慎太郎はなぜパチンコ業界を嫌うのか』主婦の友社、2011年.
- [9] POKKA 吉田『パチンコがなくなる日』主婦の友社、2011年.
- [10] POKKA 吉田、大崎一万発『パチンコのすべて』主婦の友社、2012年.
- [11] 若宮健『なぜ韓国は、パチンコを全廃できたのか』祥伝社新書、2010年.

付録「ゆく年くる年、遊技紀行 in 三重県」

2012 年も終わりを迎えた 12 月末、久しぶりに趣味の鉄道旅行にでも行こうかな、と思いついたのが大晦日の数日前。行く場所は本州より北に行くよりはまだ暖かい西国に行こうと思った。そして行く場所を探そうとしたものの、世は年末年始の世界。安い夜行快速の予約はとれないわ、旅費の全てが高騰しているシーズンだわで、どうしたものかと少し悩む。そして行き着いた結論が「東海道本線鈍行の旅」。

そこで頭の片隅にあった、とある計画を実行するときに来たのだと思った。そう、三重県オールナイト上陸作戦。実は以前から三重県は年末年始にパチンコホールが日本で唯一終夜営業をしていると聞いたことがあり、遊技人口の一ユーザーとしては、一生に一度はこれに参加しないとイケないと思っていた。ちなみに江戸時代の江戸庶民も同じような話があり、「一生に一度のお伊勢参り」というのがあった。これは江戸幕府が成立し安定した世の中が出来た頃、江戸庶民の人生の大きな楽しみといえば、一生に一度のお伊勢参りであつたらしい。しかし今のように鉄道で行くわけには行かず、東海道の宿場町を徒歩で辿っていくという、大変趣きのある、かつ粋な旅であつたようだ。

さてさて行くと決めたら目的のお店を探すわけだが、ここで今年の私のエッセイを思い出して、いくつかの条件を考えた。一つ目は終夜遊技をするのだったら、禁煙か分煙の店舗でなければならない。二つ目は 4 円の貸玉であつたのなら、終夜遊技を続けられるか心配であるため、ここは低貸玉営業のお店を選ぶ。これでインターネットで探していると、やはり元祖というか、禁煙+低貸玉といえば、ダイナム信頼の森シリーズが浮上してきた。ただ三重県にこのシリーズの店舗は松阪牛で有名な松阪市の店舗のみのため、大晦日は三重県の松阪市に行くことになった。そして大晦日の数日前に、松阪の当該ダイナム店舗に電話して例年の当日の混雑状況を聞いたり、この旅に必要な JR 全線切符である「青春 18 切符」を準備したりして、いざ当日を迎える。

地元から電車を乗り継いで、JR 東海道本線は東京駅からスタート。しかしその時間は昼過ぎという、本気で普通電車だけで東京から三重を目指しているのか甚だ疑問の時刻…。そして小田原手前での駅間停車（車内通報装置が作動したため、確認のための非常停車）というアクシデントにより、熱海の乗り継ぎに実質失敗。というのも、熱海の乗り継ぎ列車では既に座席は満席で、立席で浜松まで行くという過酷な状況下におかれた。さらに普通電車で乗り続けた場合、当日の夜に松阪駅まで間に合わないことが判明。仕方ないので、俗に言う「新幹線ワープ」を行うことに。具体的には、熱海から数駅先の三島から浜松ま

で一気に入新幹線こだま号で先回りすることをいう。これにより、なんとか当日中に松阪にたどり着くめどが立った。

その後浜松から豊橋・名古屋と乗り継いでいき、名古屋からは気動車（電車ではない）『快速みえ』という列車で松阪を目指すことになった。元々伊勢方面に向かう列車は近鉄電車とJR東海がしのぎを削っているが、今回は青春18切符があるため、JRを利用した。

やっとの思いで松阪に到着し、タクシーでついにダイナム信頼の森三重松阪八雲店に向かう。タクシーの中では紅白歌合戦が中継されており、それも午後10時頃。この時間は普段の東京のパチンコ店では閉店まで1時間をきっているため、この時間から入店するというのはもちろん初の試み、色々な高揚感が混ざり合って、ついにお店に到着した。



実際にお店に到着して、終夜営業があることを実感した。そして店内に入ると、なんとほぼ全ての席が埋まっているという状況であった。やはり年に1回の終夜営業の集客力は凄いなと思いつつ、なんとか遊技台をみつけ着席。

ちなみに普段は4円貸玉がメインであるが、その理由は東京の都市部ではやはり低貸出が郊外ほどは普及していない。そのためオール低貸出というお店に来店したのは初めてであるし、1円パチンコで遊技するというのも実は初めてであった。

1円パチンコの良さはなんといっても、台メーカーが丹精こめて作った遊技機の演出をじっくりと楽しむことが出来るという点だ。普段は色々な意味でハラハラしながら遊技していたのだが、私が個人的に好きな台である株式会社平和の戦国乙女シリーズの台をこの日はトコトン遊技し尽くすことが出来た。さらに全面禁煙であるため、全くのストレスを覚えずに遊技出来たことが実は一番感動した点である。

ところで、日付が変わり 2013 年がやってきた後、肝心なことを忘れていた。実はまともに夕飯を食べていなかったのだ。周囲は少し離れたところにコンビニエンスストアがあるようだが、土地勘が無いため行くのを諦めた。手元にあるのは戦国乙女の甘デジで獲得した 4,000 発程度の出玉…、出玉？そう、ダイナムの信頼の森店舗にはコンビニのような景品カウンターがあったのだ。

しかも出玉を積まないカード清算タイプなので、カードをカウンターに持っていき、欲しい夕飯の代わりとなる景品の分だけ出玉を交換し、余った玉で再度遊技が出来るというシステムは普段東京では出来ない芸当であった。理由は東京では、遊技機の禁煙コーナーがあっても景品カウンターは喫煙コーナーの付近に設置されていることが多く、タバコの臭いにまみれたお菓子などの景品が主であった。そのため家に景品を持ち帰ると、クッキーやヤクルトジョアの容器までタバコの臭いが移ってる場合が多く、家族の者に「これなんかタバコ臭いのだけど」といわれることが多々あった。そしてタバコ臭い景品があるということは、どこに寄って来たかは言わずもがな、である。

一方のダイナム信頼の森の店舗はホール全てが禁煙のため、もちろん景品にタバコの臭いはついていない。しかも置いてある景品が本当にコンビニエンスストアに近い状態であり、松阪の地元の人が羨ましい限りであった。



前頁の写真の食べ物はすべて、当日の店舗にて交換したものである。これだけのものを交換できるのは、さすが信頼の森シリーズの店舗といったところである。さらに休憩室にある無料で配布されている蜜柑も合わせて頂戴しお腹が満たされた後、第2ラウンドの開幕といった具合である。

そして遊技終了は翌朝午前9時頃で外は快晴、天晴れな正月を迎えた。



遊技終了後、タクシーで松阪に戻り、一路帰路へついた。当初はこの後伊勢神宮に新年の初詣という予定であったが、体が20代も半ばを過ぎたためか、徹夜の無理が利かなくなったようだ。私の体が「お家に帰りたい」と悲鳴をあげていた。ただせつかなので、途中の名古屋では名物の小倉サンドと味噌煮込みうどん・豊橋のきしめん等々、東海道グルメを堪能しての普通電車で帰ろうとした。しかし私の認識不足甚だしく、本日が1月1日という日本の祝日であることを完全に忘れていた。それが以下の悲劇の写真集である。



そう、飲食店は皆休業していたのである。無理もない、1月1日であるからだ。豊橋ではきしめんはもとより、近年は豊橋カレーうどんという特殊なB級グルメがあるようで、それを楽しみにしていた。しかし無念無念、正月休みだった。

しかしさすがは豊橋、駅構内の立ち食い蕎麦屋さんには豊橋らしさで溢れていた。そう、きしめんがメニューにあったのだ。さらに豊橋の近くにある豊川稲荷があり、お稲荷さんを奉っているということで、なんと駅蕎麦ではすごいサービスがあった。甘辛い稲荷ずしの油揚げを千切りにしたものが、なんと蕎麦・うどん・きしめんに入れ放題だったのだ。



実は名古屋で小倉あんサンドが喫茶店の休業で食べられず、駅ビルのレストラン街の味噌煮込みうどん屋は50人待ちというとんでもないことになっており、ダイヤの都合上空腹で名古屋から快速電車で豊橋方面に向かってしまっていた。さらに豊橋では駅前のカレーうどん屋ももちろん休業で心が折れかけていたところ、駅構内できしめんが食べられるとは思っていなかった。この甘辛い油揚げの千切りと暖かいつゆが、体を癒してくれた。「あァ、うまいうまい」と独り言を発していた、ありがとう愛知、ありがとう豊橋。次回は今回行けなかった伊勢神宮や、休業だった飲食店に必ず行く心構えで旅をしたい。

ちなみに今回、戦国乙女2の甘デジでぶっ通しの10時間遊技であったが、最終的に7000発の出玉を頂戴した。やっぱり『ぱちんこ』という娯楽は楽しいものですね。

終わり

図表3-1. 娯楽部門別の支出額と活動状況（月次）

#	娯楽部門	参加率	利用回数	費用（円）		
				参加者		調査対象 全体
				月額	1回当たり	
1	囲碁	3.7%	1.7	958	570	35
2	将棋	8.1%	1.2	408	350	33
3	トランプ・オセロ・カルタ	30.2%	0.9	158	170	48
4	カラオケ	38.2%	0.6	1,175	1,910	449
5	テレビゲーム家庭用	32.6%	3.0	700	230	228
6	ゲームセンター	18.7%	0.9	617	700	115
7	麻雀	9.4%	1.2	783	660	74
8	ビリヤード	3.6%	0.4	608	1,400	22
9	パチンコ	12.3%	2.3	7,808	3,370	960
10	宝くじ	37.5%	0.9	1,692	1,980	634
11	サッカーくじTOTO	10.2%	1.6	1,992	1,250	203
12	中央競馬	9.1%	2.0	5,350	2,650	487
13	地方競馬	2.8%	1.3	3,817	2,900	107
14	競輪	1.2%	2.1	5,508	2,620	66
15	競艇	2.0%	1.8	7,075	3,990	142
16	オートレース	0.6%	1.6	6,458	3,950	39
17	外食（特別なもの）	52.5%	1.3	4,100	3,080	2,153
18	バー・スナック・パブ	25.8%	0.9	4,125	4,500	1,064
19	クラブ・キャバレー	3.9%	0.8	5,433	6,940	212
20	ディスコ	0.9%	0.7	1,650	2,330	15
21	サウナ	11.7%	1.3	1,008	800	118

（注1）『レジャー白書2012』の「図表1-12 余暇活動への参加消費実態」より作成。

（注2）費用“全体”とは、利用者の費用に参加率をかけて計算している。

すなわち、調査対象者全員の平均値である。

図表3-2. 性別・年代別余暇活動参加率の特徴(2011年)

#	娯楽部門	男性						
		男性計	10代	20代	30代	40代	50代	60代-
		n=1642	109	216	274	273	269	501
1	囲碁	5.7	6.4	3.7	2.6	2.2	4.5	10.6
2	将棋	13.2	20.2	9.7	12.4	11.7	10.0	16.2
3	トランプ・オセロ・カルタ	27.3	56.9	27.8	29.2	33.7	19.0	20.8
4	カラオケ	38.4	59.6	46.8	33.9	33.7	34.2	37.3
5	テレビゲーム家庭用	35.8	63.3	54.2	49.6	44.7	21.2	17.4
6	ゲームセンター	19.7	51.4	32.9	32.5	24.5	9.3	3.2
7	麻雀	15.2	20.2	20.4	13.1	10.6	13.0	16.6
8	ビリヤード	4.9	11.9	9.3	5.8	4.8	3.0	2.0
9	パチンコ	17.0	8.3	17.1	25.9	21.6	14.9	12.6
10	宝くじ	38.5	8.3	28.2	37.2	38.8	41.3	48.5
11	サッカーくじTOTO	14.7	0.9	8.3	17.5	21.2	20.8	12.0
12	中央競馬	14.1	0.0	8.3	20.1	19.4	16.0	12.4
13	地方競馬	4.4	0.0	3.7	6.2	4.8	6.3	3.4
14	競輪	2.0	0.0	0.5	1.8	1.5	2.6	3.2
15	競艇	3.2	0.0	3.2	5.5	2.9	4.5	2.2
16	オートレース	0.9	0.0	0.5	1.5	1.5	1.9	0.2
17	外食(特別なもの)	47.7	36.7	45.8	37.6	46.2	53.9	54.1
18	バー・スナック・パブ	32.6	0.0	27.8	28.1	37.4	44.2	35.5
19	クラブ・キャバレー	6.6	0.0	7.9	6.2	9.2	10.8	4.2
20	ディスコ	1.2	0.0	1.4	1.1	0.7	2.6	0.8
21	サウナ	12.7	5.5	9.7	14.6	15.8	15.2	11.6

#	娯楽部門	女性						
		女性計	10代	20代	30代	40代	50代	60代-
		1652	100	208	278	270	251	545
1	囲碁	1.8	6.0	1.0	1.4	1.1	2.4	1.5
2	将棋	3.1	10.0	1.4	4.7	2.2	2.4	2.4
3	トランプ・オセロ・カルタ	33.0	61.0	37.0	42.1	36.3	19.1	26.4
4	カラオケ	38.0	70.0	62.5	40.6	30.4	25.9	30.8
5	テレビゲーム家庭用	29.5	49.0	42.3	42.4	33.0	23.5	15.4
6	ゲームセンター	17.6	46.0	43.3	27.7	15.2	7.2	3.5
7	麻雀	3.6	8.0	3.8	2.9	1.9	4.0	3.7
8	ビリヤード	2.4	5.0	7.7	4.0	1.1	0.8	0.4
9	パチンコ	7.7	2.0	9.1	9.0	7.4	9.6	6.8
10	宝くじ	36.5	12.0	30.3	34.5	39.3	43.4	39.8
11	サッカーくじTOTO	5.8	0.0	1.9	5.8	7.4	6.8	7.0
12	中央競馬	4.2	0.0	2.4	6.1	5.9	4.0	3.9
13	地方競馬	1.2	0.0	1.9	2.2	1.5	1.6	0.4
14	競輪	0.5	0.0	0.5	0.4	0.4	1.2	0.4
15	競艇	0.7	0.0	0.0	0.7	0.4	1.6	0.9
16	オートレース	0.4	0.0	0.5	0.0	0.4	1.2	0.2
17	外食(特別なもの)	57.2	44.0	52.4	57.9	52.6	62.5	60.9
18	バー・スナック・パブ	19.1	0.0	32.2	21.9	20.0	20.7	14.9
19	クラブ・キャバレー	1.2	0.0	4.8	1.4	0.4	0.8	0.6
20	ディスコ	0.7	0.0	1.4	0.7	0.7	1.2	0.2
21	サウナ	0.7	8.0	10.1	11.9	9.6	12.4	10.5

図表3-3. 地域別余暇活動参加率の特徴（2011年）

#	娯楽部門	北海道	北東北	南東北	北関東	東京	千葉	埼玉	神奈川	北陸	長野 山梨	新潟
		n=161	141	112	180	334	143	161	219	92	94	65
1	囲碁	6.2	0.7	2.7	2.2	4.2	2.1	1.9	5.0	3.3	7.4	0.0
2	将棋	10.6	7.8	12.5	9.4	7.5	5.6	5.0	7.3	8.7	13.8	3.1
3	トランプ等	32.9	29.8	32.1	31.7	30.8	22.4	31.1	24.7	33.7	37.2	32.3
4	カラオケ	37.3	28.4	35.7	37.8	41.3	32.2	39.8	39.7	41.3	37.2	44.6
5	TV家庭用	34.8	29.8	26.8	36.7	32.3	25.9	34.8	30.6	39.1	29.8	36.9
6	ゲームセンター	18.6	14.2	19.6	20.0	18.9	19.6	16.8	18.7	25.0	17.0	24.6
7	麻雀	9.9	5.0	11.6	13.3	10.8	7.0	10.6	9.1	10.9	17.0	6.2
8	ビリヤード	2.5	0.7	2.7	2.8	3.6	8.4	2.5	3.2	4.3	4.3	3.1
9	パチンコ	16.1	7.1	12.5	11.7	9.6	9.8	9.3	13.2	18.5	6.4	9.2
10	宝くじ	40.4	39.7	39.3	34.4	33.8	34.3	36.0	33.3	42.4	39.4	52.3
11	サッカーくじ	14.9	10.6	11.6	8.9	12.3	9.8	13.0	5.9	7.6	8.5	10.8
12	中央競馬	11.8	7.1	8.0	6.7	13.2	16.1	8.1	11.4	12.0	7.4	12.3
13	地方競馬	6.2	2.8	2.7	1.1	5.4	6.3	1.2	3.7	6.5	1.1	3.1
14	競輪	0.6	1.4	2.7	2.8	1.2	0.7	1.2	0.0	5.4	2.1	1.5
15	競艇	1.9	1.4	1.8	2.2	1.5	0.7	2.5	0.0	4.3	2.1	0.0
16	オートレース	0.6	1.4	0.0	2.8	0.6	2.1	2.5	0.0	0.0	1.1	0.0
17	外食（特別）	59.0	49.6	51.8	53.9	53.9	49.7	47.2	56.2	53.3	54.3	56.9
18	バー等	31.7	31.2	23.2	24.4	29.9	29.4	21.1	29.7	33.7	18.1	26.2
19	クラブ等	5.0	2.8	2.7	5.0	4.8	4.2	1.2	5.0	5.4	1.1	1.5
20	ディスコ	0.6	0.0	0.9	0.6	1.8	1.4	1.2	1.4	1.1	0.0	0.0
21	サウナ	13.7	8.5	8.9	17.8	12.6	9.8	9.3	13.2	15.2	8.5	13.8

#	静岡	愛知	岐阜	滋賀 京都	三重 奈良 和歌山	大阪	兵庫	中国	四国	福岡	長崎 佐賀 熊本	大分 宮崎 鹿児島	沖縄
	91	184	56	103	107	226	129	200	115	123	116	108	34
1	4.4	5.4	5.4	1.9	2.8	4.4	5.4	4.5	4.3	2.4	5.2	0.0	2.9
2	4.4	8.2	17.9	12.6	6.5	8.8	6.2	9.0	7.0	8.1	4.3	9.3	2.9
3	23.1	35.3	33.9	39.8	34.6	30.5	27.1	29.5	28.7	28.5	26.7	26.9	17.6
4	29.7	33.2	50.0	41.7	43.0	42.0	36.4	42.5	33.9	36.6	36.2	39.8	35.3
5	18.7	35.9	41.1	36.9	34.6	34.5	31.0	31.5	36.5	32.5	31.0	36.1	17.6
6	7.7	22.3	17.9	21.4	16.8	16.8	14.0	23.5	14.8	26.0	17.2	14.8	20.6
7	8.8	6.0	8.9	10.7	8.4	9.7	8.5	8.0	10.4	5.7	9.5	8.3	8.8
8	2.2	2.2	1.8	4.9	5.6	4.9	3.1	5.5	2.6	4.1	4.3	2.8	2.9
9	12.1	9.8	10.7	8.7	13.1	15.9	7.8	12.0	12.2	17.9	17.2	28.7	2.9
10	38.5	31.0	33.9	39.8	38.3	38.1	41.9	33.0	39.1	39.0	42.2	44.4	47.1
11	16.5	8.7	16.1	7.8	10.3	9.7	7.8	9.5	12.2	9.8	9.5	5.6	11.8
12	12.1	6.0	8.9	12.6	4.7	10.2	10.9	11.0	0.9	5.7	3.4	2.8	0.0
13	1.1	1.1	0.0	1.0	0.9	2.2	1.6	4.5	0.0	4.1	0.9	0.0	0.0
14	3.3	0.0	1.8	0.0	1.9	0.0	0.0	2.0	2.6	0.0	1.7	0.0	0.0
15	4.4	2.2	1.8	1.0	1.9	0.9	1.6	5.5	0.9	4.9	3.4	0.0	0.0
16	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5	0.0	1.6	0.0	0.0	0.0
17	51.6	56.0	41.1	54.4	52.3	49.6	47.3	55.0	46.1	47.2	55.2	50.9	70.6
18	22.0	24.5	19.6	23.3	16.8	21.2	23.3	25.0	25.2	26.8	27.6	25.0	38.2
19	1.1	5.4	3.6	2.9	3.7	4.4	3.9	5.5	3.5	4.1	0.9	4.6	5.9
20	1.1	1.1	0.0	0.0	0.9	1.8	0.0	1.0	1.7	0.8	0.0	0.0	0.0
21	5.5	12.5	7.1	12.6	12.1	9.3	16.3	11.0	13.9	9.8	13.8	9.3	5.9

図表3-4. 余暇活動の参加率・活動回数・費用の推移（全体結果）

#	娯楽部門	参加率(%)							2005	2006
		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
1	囲碁	3.2	3.3	2.2	2.3	6.2	6.0	3.7	25.8	21.3
2	将棋	6.4	7.0	6.0	6.2	12.4	11.7	8.1	17.8	13.2
3	トランプ等	23.9	25.3	25.4	26.3	43.3	38.7	30.2	13.7	12.6
4	カラオケ	41.2	38.9	39.0	40.1	48.8	45.8	38.2	10.2	9.7
5	TV家庭用	25.0	28.2	28.8	29.9	46.0	41.9	32.6	46.4	48.9
6	ゲームセンター	20.6	20.5	19.9	20.5	28.3	29.3	18.7	14.3	12.6
7	麻雀	6.9	6.4	6.8	6.7	13.2	12.1	9.4	13.4	14.9
8	ビリヤード	6.4	5.0	4.8	4.8	9.0	8.1	3.6	7.5	6.8
9	パチンコ	15.5	15.0	13.1	14.3	16.8	16.3	12.3	23.6	28.1
10	宝くじ	39.7	41.7	38.3	41.3	48.3	43.4	37.5	9.9	7.8
11	サッカーくじ	1.4	1.2	4.2	4.7	13.9	13.7	10.2	13.9	5.5
12	中央競馬	6.8	7.6	6.9	7.8	13.0	11.0	9.1	15.6	15.4
13	地方競馬	1.2	1.4	1.0	1.4	4.2	3.5	2.8	-	-
14	競輪	0.9	0.9	0.7	1.0	2.0	2.0	1.2	-	-
15	競艇	1.1	1.3	1.1	1.0	2.7	2.4	2.0	-	-
16	オートレース	0.1	0.3	0.3	0.2	0.5	0.6	0.6	-	-
17	外食（特別）	64.8	64.9	65.2	66.7	62.1	59.1	52.5	20.0	17.5
18	バー等	32.6	30.5	31.1	30.0	33.2	30.9	25.8	15.6	14.0
19	クラブ等	3.2	2.2	2.4	2.2	6.3	5.4	3.9	-	-
20	ディスコ	1.0	0.6	0.6	0.5	2.1	2.2	0.9	-	-
21	サウナ	8.8	9.6	8.5	8.6	17.7	15.4	11.7	14.1	14.5

#	年間平均活動回数(回)					年間平均費用(千円)						
	2007	2008	2009	2010	2011	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
1	35.1	23.6	18.1	15.1	20.4	20.2	3.0	13.0	10.1	4.1	3.5	11.6
2	13.5	12.6	7.1	8.4	14.2	2.1	2.3	2.2	4.6	1.0	1.0	4.9
3	12.5	14.8	8.2	8.4	10.3	0.8	0.8	1.1	0.8	0.6	0.8	1.8
4	8.7	9.4	6.2	6.7	7.4	13.8	14.5	13.3	13.9	12.2	12.7	14.1
5	47.8	47.3	36.6	33.3	36.1	10.8	10.8	12.8	11.8	8.3	6.9	8.4
6	14.4	13.4	9.8	11.0	10.5	9.7	11.4	12.3	11.3	6.3	6.6	7.4
7	14.0	16.0	10.4	10.7	14.3	18.3	26.7	19.3	16.4	6.5	6.6	9.4
8	5.4	5.6	3.5	4.1	5.2	7.0	10.8	5.6	10.2	3.5	4.1	7.3
9	25.6	29.6	20.4	19.9	27.8	103.2	111.9	101.5	122.9	75.0	77.1	93.7
10	8.6	10.2	9.4	10.7	10.4	22.3	22.4	20.0	22.4	16.6	19.6	20.6
11	9.2	12.4	14.6	15.7	19.1	19.3	12.1	9.8	15.4	17.1	20.5	23.9
12	21.9	19.1	18.5	17.3	24.2	56.3	55.8	71.7	58.1	57.0	46.2	64.2
13	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
14	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
15	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
16	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
17	18.1	19.5	14.9	15.4	16.0	65.7	58.8	60.7	65.8	48.6	49.6	49.2
18	15.7	14.0	9.8	10.1	11.0	74.5	69.8	73.1	69.4	46.8	46.4	49.5
19	-	-	-	-	9.4	-	-	-	-	-	-	65.2
20	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
21	16.5	18.4	11.8	12.6	15.1	23.9	17.7	27.1	30.0	10.6	9.7	12.1

図表3-5. 性別余暇活動参加率の推移

単位：％

#	娯楽部門	男 性							
		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
1	囲碁	6.8	5.4	5.8	3.3	4.1	9.9	10.0	5.7
2	将棋	13.9	12.2	12.6	10.0	10.7	19.4	20.5	13.2
3	トランプ・オセロ・カルタ	26.0	21.6	23.1	22.2	22.5	41.8	38.0	27.3
4	カラオケ	48.4	41.1	41.6	40.3	40.6	50.5	46.2	38.4
5	テレビゲーム家庭用	32.7	29.9	34.3	32.2	34.4	49.5	45.1	35.8
6	ゲームセンター	22.6	22.4	21.9	20.7	21.2	29.9	30.7	19.7
7	麻雀	11.6	11.2	10.7	11.9	11.3	19.9	19.1	15.2
8	ビリヤード	8.5	9.3	7.2	6.6	6.8	12.4	12.1	4.9
9	パチンコ	24.8	23.3	22.8	19.6	22.0	22.9	22.8	17.0
10	宝くじ	44.0	42.0	43.7	40.6	44.8	51.9	45.9	38.5
11	サッカーくじTOTO	3.0	2.4	1.8	6.0	7.1	20.2	19.7	14.7
12	中央競馬	13.1	10.7	12.2	11.4	12.5	19.6	17.0	14.1
13	地方競馬	1.4	1.6	2.5	1.3	1.9	6.2	5.3	4.4
14	競輪	1.6	1.9	1.8	1.4	1.6	3.0	3.1	2.0
15	競艇	1.5	2.0	2.1	1.8	1.6	4.2	3.8	3.2
16	オートレース	0.6	0.2	0.6	0.5	0.4	0.9	0.8	0.9
17	外食（特別なもの）	63.1	61.4	60.8	62.2	64.2	59.5	55.9	47.7
18	バー・スナック・パブ	45.6	41.5	40.3	40.3	37.2	40.7	38.9	32.6
19	クラブ・キャバレー	4.6	5.6	4.1	4.5	3.8	10.5	9.6	6.6
20	ディスコ	0.5	1.3	0.7	0.7	0.4	2.2	3.1	1.2
21	サウナ	10.2	11.0	11.1	10.0	11.3	20.3	18.3	12.7

#	娯楽部門	女 性							
		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
1	囲碁	1.5	1.0	0.9	1.1	0.6	2.7	2.3	1.8
2	将棋	1.7	0.9	1.8	2.1	1.9	5.9	3.5	3.1
3	トランプ・オセロ・カルタ	28.9	26.1	27.3	28.5	29.9	44.7	39.4	33.0
4	カラオケ	41.2	41.3	36.4	37.8	39.7	47.1	45.4	38.0
5	テレビゲーム家庭用	22.4	20.4	22.5	25.5	25.8	42.7	38.8	29.5
6	ゲームセンター	22.1	18.8	19.2	19.0	19.8	26.8	28.0	17.6
7	麻雀	2.6	2.8	2.4	1.9	2.4	6.9	5.5	3.6
8	ビリヤード	3.9	3.6	3.0	3.1	3.0	5.8	4.4	2.4
9	パチンコ	8.3	8.2	7.6	6.9	6.9	11.1	10.2	7.7
10	宝くじ	39.6	37.4	39.8	36.1	38.0	45.0	41.2	36.5
11	サッカーくじTOTO	0.9	0.5	0.7	2.4	2.4	7.9	8.1	5.8
12	中央競馬	3.1	3.1	3.4	2.6	3.4	6.7	5.4	4.2
13	地方競馬	0.5	0.8	0.4	0.6	1.0	2.4	1.8	1.2
14	競輪	0.2	0.0	0.2	0.1	0.3	1.0	0.9	0.5
15	競艇	0.3	0.3	0.5	0.3	0.4	1.3	1.1	0.7
16	オートレース	0.0	0.0	0.1	0.2	0.1	0.2	0.4	0.4
17	外食（特別なもの）	68.4	68.0	68.8	68.0	69.2	64.6	62.1	57.2
18	バー・スナック・パブ	23.0	24.1	21.3	22.3	23.3	26.2	23.4	19.1
19	クラブ・キャバレー	0.5	0.9	0.4	0.4	0.6	2.3	1.5	1.2
20	ディスコ	0.9	0.8	0.6	0.5	0.6	2.0	1.4	0.7
21	サウナ	7.0	6.7	8.1	7.0	6.0	15.3	12.7	10.7

図表3-6. 余暇活動の参加人口の推移

単位: 万人

#		2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
1	囲碁	480	420	450	350	360	240	250	640	610	380
2	将棋	910	900	840	710	770	660	690	1,270	1,200	830
3	トランプ等	3,100	2,970	3,030	2,640	2,790	2,810	2,910	4,440	3,960	3,090
4	カラオケ	4,950	4,970	4,920	4,540	4,290	4,310	4,430	5,000	4,680	3,910
5	TV家庭用	3,090	3,060	3,020	2,760	3,110	3,180	3,300	4,720	4,290	3,340
6	ゲームセンター	2,450	2,400	2,460	2,270	2,260	2,200	2,270	2,900	3,000	1,910
7	麻雀	1,060	880	760	760	710	750	740	1,350	1,240	960
8	ビリヤード	690	670	670	710	550	530	530	920	830	370
9	パチンコ	2,170	1,740	1,790	1,710	1,660	1,450	1,580	1,720	1,670	1,260
10	宝くじ	4,500	4,670	4,590	4,380	4,600	4,230	4,560	4,950	4,440	3,840
11	サッカーくじ	540	290	210	150	130	460	520	1,430	1,400	1,040
12	中央競馬	940	940	880	750	840	760	860	1,330	1,130	930
13	地方競馬	150	140	110	130	150	110	150	430	360	290
14	競輪	130	80	100	100	100	80	110	210	200	120
15	競艇	110	130	100	120	140	120	110	280	250	200
16	オートレース	30	20	30	10	30	30	20	50	60	60
17	外食 (特別)	7,750	7,710	7,240	7,150	7,160	7,200	7,370	6,370	6,040	5,370
18	バー等	3,790	3,770	3,730	3,600	3,370	3,440	3,310	3,400	3,160	2,640
19	クラブ等	280	320	280	350	240	270	240	650	550	400
20	ディスコ	40	90	80	110	70	70	60	220	230	90
21	サウナ	930	980	940	970	1,060	940	950	1,810	1,580	1,200

図表3-7. 余暇市場、国民総支出、民間最終消費支出の推移

単位：億円

	2007	2008	2009	2010	2011	伸び率 (%)	
						10/09	11/10
スポーツ部門	42	42	41	40	39	-1.4	-3.1
趣味・創作部門	108	107	102	109	94	6.3	-13.8
娯楽部門	489	474	457	436	424	-4.7	-2.6
観光・行楽部門	107	104	94	95	92	1.1	-3.2
余暇市場	746	727	695	680	649	-2.1	-4.5
対国民総支出 (%)	14.5	14.4	14.8	14.2	13.9	-3.8	-2.3
対民間最終消費支出 (%)	25.5	24.9	24.8	24.2	23.0	-2.4	-5.1
国民総支出(名目)	5,155	5,044	4,709	4,792	4,684	1.7	-2.2
民間最終消費支出(名目)	2,925	2,916	2,799	2,807	2,825	0.3	0.7

図表3-8. 余暇市場の推移 娯楽部門

単位：千億円

娯楽	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
ゲーム	165	182	247	278	289	320	324	316	299	294	298
パチンコ・パチスロ	153	169	233	263	274	305	309	301	284	281	285
麻雀ゲーム料	3	3	3	3	3	2	2	2	2	1	1
ゲームセンター	4	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6
テレビゲーム	5	5	6	6	7	7	7	7	8	7	6
ギャンブル	77	90	96	96	94	92	89	92	91	86	83
中央競馬	26	31	34	36	37	38	38	40	40	38	37
地方競馬	8	9	10	9	8	8	7	7	7	7	6
競輪	16	18	19	19	18	17	16	16	16	15	14
競艇	19	22	22	21	20	19	18	18	18	16	15
オートレース	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2
宝くじ	6	6	7	7	7	8	8	8	8	8	9
飲食	161	174	185	190	190	193	194	197	203	199	190
外食	99	109	115	120	121	122	124	129	134	133	128
喫茶店・酒場・バー等	62	65	69	70	70	71	71	68	68	66	61
カラオケボックス	1	3	4	5	6	6	6	7	7	6	6
小計	405	449	531	570	579	610	614	611	599	585	576

娯楽	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
ゲーム	300	291	304	308	306	300	289	245	231	222	205	199
パチンコ・パチスロ	287	278	292	296	295	287	275	230	217	211	194	189
麻雀ゲーム料	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ゲームセンター	6	5	6	6	6	6	7	7	6	5	5	5
テレビゲーム	6	6	5	4	4	5	7	7	7	6	5	5
ギャンブル	78	75	72	68	64	63	62	61	61	57	54	52
中央競馬	34	33	31	30	29	29	28	28	28	26	24	23
地方競馬	6	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3
競輪	13	12	11	10	9	9	9	8	8	7	7	6
競艇	14	13	12	11	10	10	10	10	10	9	9	9
オートレース	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
宝くじ	10	11	11	11	11	11	11	10	10	10	9	10
飲食	189	181	181	173	173	174	177	178	178	174	174	170
外食	129	124	126	121	121	122	124	128	128	126	127	124
喫茶店・酒場・バー等	60	57	55	52	52	52	53	51	50	48	47	46
カラオケボックス	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
小計	572	552	561	553	548	541	533	489	474	457	436	424

図表4-1. 「サービス用機器」の細品目別国内生産額（2005年）

コード	品目名	生産額（億円）	割合
3112011101	自動販売機	1,967	8.85%
3112011201	自動販売機の部分品・取付具・付属品	667	3.00%
3112011901	半製品及び仕掛品	-26	-0.12%
3112012101	パチンコ, スロットマシン	12,696	57.14%
3112012102	ゲームセンター用娯楽機器	381	1.72%
3112012103	遊園地用娯楽機器	94	0.42%
3112012104	その他の娯楽機器	18	0.08%
3112012201	娯楽機器の部分品・取付具・付属品	2,758	12.42%
3112012901	半製品及び仕掛品	47	0.21%
3112019101	業務用洗濯装置	185	0.83%
3112019201	自動車整備・サービス機器	770	3.46%
3112019301	その他のサービス用・民生用機械器具（品目A）	1,868	8.41%
3112019401	（品目A）の部分品・取付具・付属品	790	3.56%
3112019901	半製品及び仕掛品	4	0.02%
	サービス用機器	22,219	

図表4-2. 「娯楽サービス」の細品目別国内生産額（2005年）

コード	品目名	生産額（億円）	割合
8611011001	映画館	1,982	1.98%
8611021001	興行場(除別掲)・興行団	8,429	8.41%
8611031001	遊戯場	49,967	49.84%
8611041001	競輪・競馬等の競走場・競技団	13,745	13.71%
8611051101	ゴルフ場	9,844	9.82%
8611051102	ゴルフ練習場	2,023	2.02%
8611051103	ボウリング場	1,983	1.98%
8611051104	バッティング・テニス練習場	238	0.24%
8611051105	体育館	227	0.23%
8611051106	テニス場	139	0.14%
8611051199	スポーツ施設提供業（除別掲）	1,801	1.80%
8611051201	公園・遊園地	4,455	4.44%
8611099001	カラオケボックス業	2,908	2.90%
8611099002	著述家・芸術家業	64	0.06%
8611099099	その他の娯楽業	2,446	2.44%
	娯楽サービス	100,251	

図表4-3. 雇用者数と賃金（2005年）

	サービス用機器 (パチンコメーカー)		遊戯場 (パチンコホール)		全産業
従業者総数	45.9	(0.1%)	299.1	(0.4%)	66,701
個人業主	0.9	2.0%	8.7	2.9%	8,023
家族従業者	0.5	1.1%	1.9	0.6%	3,374
有給役員・雇用者（項目A）	44.5	97.0%	288.5	96.5%	55,304
有給役員	1.8	4.0%	11.9	4.0%	3,786
雇用者	42.6	92.9%	276.6	92.5%	51,518
常用雇用	41.9	91.2%	267.6	89.5%	49,264
臨時・日雇	0.8	1.7%	9.0	3.0%	2,254
1人当たり（項目A）の雇用者所得	5,213	(111%)	3,129	(67%)	4,680
1人当たり常用雇用者賃金額	4,396	(110%)	2,639	(66%)	3,981

（注1）単位は千人および千円。

（注2）％表示は、カッコ内が全産業に対する割合、他は各産業の内訳。

図表4-4. サービス用機器の投入係数

rank	code	部門	係数	
			2005年	参考: 1990年
1	3112	サービス用機器	0.166949	0.196612
2	3421	その他の電子部品	0.083921	*
3	2899	その他の金属製品	0.082240	0.083541
4	6111	卸売	0.080562	0.061452
5	8222	企業内研究開発	0.059654	0.035444
6	3411	半導体素子・集積回路	0.047338	*
7	3013	冷凍機・温湿調整装置	0.027343	0.010742
8	3211	産業用電気機器	0.024447	*
9	2319	その他のゴム製品	0.021020	0.016748
10	8515	機械修理	0.015698	0.019010
11	3019	その他の一般産業機械	0.013644	0.007332
12	2211	プラスチック製品	0.013072	0.014137
13	7122	道路貨物輸送（除自家輸送）	0.010427	0.009043
14	2631	鋳鍛造品	0.009813	0.011833
15	2649	その他の鉄鋼製品	0.009142	0.009870
16	8512	物品賃貸業（除貸自動車業）	0.008978	0.008001
17	2623	冷延・めっき鋼材	0.008026	0.004389
18	2722	その他の非鉄金属製品	0.007090	0.006633
19	3241	その他の電気機器	0.006589	*
20	6211	金融	0.006343	0.012810
21	8511	広告	0.005719	0.004440
22	7331	情報サービス	0.005330	*
23	3031	その他の一般機械器具及び部品	0.004910	0.004215
24	8519	その他の対事業所サービス	0.004607	0.001604
25	2072	塗料・印刷インキ	0.004319	0.004767
		上位25項目の小計	0.727181	0.522623
		投入部門数	82/190	
	9500	粗付加価値部門計	0.209021	0.329788
	9700	国内生産額	1.000000	1.000000
1990年のその他の主要部門				
		半導体素子・集積		0.037659
		重電機器		0.018346
		その他の電気機器		0.009530

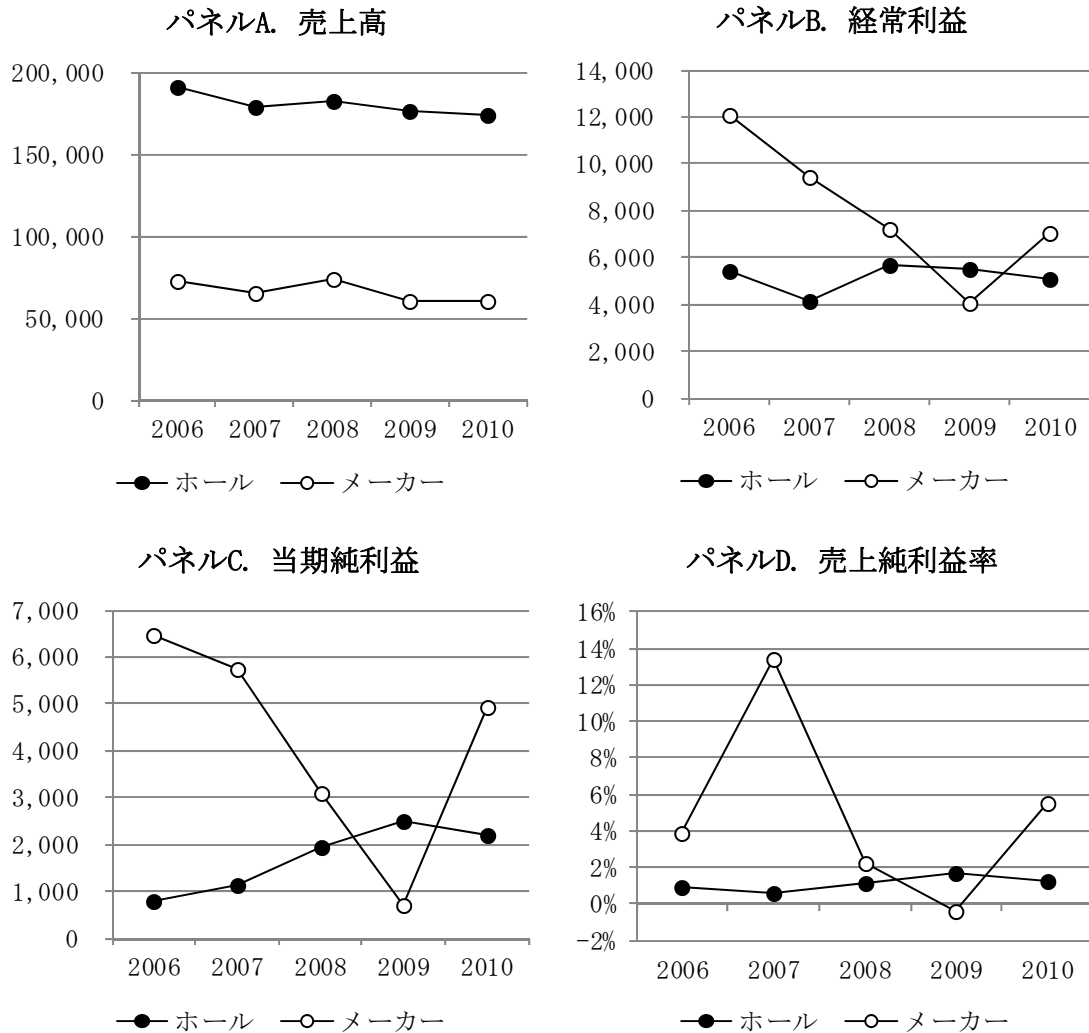
(注) *印は対応する部門が無いことを表す。

図表4-5. 娯楽サービスの投入係数

rank	code	部門	係数	
			2005年	参考: 1990年
1	8519	その他の対事業所サービス	0.024694	0.014056
2	5111	電力	0.024633	0.019919
3	7131	自家輸送(旅客自動車)	0.017795	0.012718
4	8611	娯楽サービス	0.017193	0.029216
5	6211	金融	0.016904	0.026523
6	8511	広告	0.016290	0.009513
7	7351	映像・文字情報制作	0.015734	*
8	6111	卸売	0.015549	0.008223
9	7331	情報サービス	0.015198	*
10	1911	印刷・製版・製本	0.013801	0.017152
11	8411	その他の公共サービス	0.013300	0.008306
12	6411	不動産仲介及び賃貸	0.012668	0.021619
13	4121	建設補修	0.011343	0.013262
14	8515	機械修理	0.010021	0.012593
15	8512	物品賃貸業(除貸自動車業)	0.008533	0.004410
16	2111	石油製品	0.007911	0.003830
17	6112	小売	0.007260	0.003758
18	5212	廃棄物処理	0.006951	0.003707
19	5211	水道	0.005807	0.005347
20	1711	家具・装備品	0.005334	0.003194
21	7132	自家輸送(貨物自動車)	0.005241	0.004672
22	2211	プラスチック製品	0.004424	0.005132
23	3112	サービス用機器	0.003948	0.001136
24	7312	電気通信	0.003696	0.003507
25	1521	衣服	0.003232	0.002245
		上位25項目の小計	0.287460	0.234038
		投入部門数	93/190	
	9500	粗付加価値部門計	0.665355	0.689003
	9700	国内生産額	1.000000	1.000000

(注) *印は対応する部門が無いことを表す。

図表4-6. メーカーとホールの経営状況



(注) 売上高と利益の単位は百万円。