

## 「レジャー白書2012」発表

# 18兆円台。 8年連続の減少

公益財団法人日本生産性本部は10月29日、「レジャー白書2012」を発表した。2011年は、経済活動の停滞、人口減少と高齢化、円高など従来からの構造的要因に、東日本大震災と原発事故の後遺症が重なり、前年に引き続いて余暇活動は全体的に縮小した。

パチンコ、パチスロの市場規模は前年の19兆円台からさらに落ちて前年比2・5%マイナスの18兆円台となり8年連続の縮小となった。参加人口も25%弱の大幅な落ち込みを見せ、ヘビーユーザーへの依存度が高まった。

## 参加人口も25%ダウン

### 余暇活動の参加人口 費用のかからない スポーツなど躍進

余暇活動の参加人口は、今回の調査対象91種目のうち78種目が前年を下回った。前年1位だった「ドライブ」は高速道路料金の休日1

000円や無料化実験の終了に伴って900万人余り減少し、3位に落ちた。代わって「国内観光旅行（避暑、避寒、温泉など）」、「外食（日常的なものを除く）」が1、2位となったが、両者とも前年よりそれぞれ570万人、670万人減少した。「国内観光旅行」は震災直後に大きな影響を受けたが、その後「旅行で復興を応援する」という気運の盛り上がりもあって5月以降活発化した。

一方で、15位「体操（器具を使わないもの）」、17位「ジョギング、マラソン」、19位「帰省旅行」の躍進が目立った。「ジョギング、マラソン」は東京マラソンをはじめ地方でマラソン大会が普及するなど、裾野が広がっている。「帰省旅行」は「国内観光旅行」と同様に、夏場に入って節電などで長

期休暇をとる人が増えたことや、大震災後に家族の絆を確かめ合う感情が追い風となった。

前年31位の「パチンコ・パチスロ」は今回32位とほぼ横ばいだが、前年の1670万人から410万人（24・6%）減の1260万人だった。（表1）

### 余暇市場の動向

### 復活の兆しもあるも 前年比4・5%の減

2011年の余暇市場は64兆9410億円で、前年比4・5%の減少だった。大震災直後からしばらくの間、「レジャー自粛」が全国に広がり、多くの行事・催しが中止・延期となったが、必要以上の自粛が経済を停滞させ復興への力を減衰させる懸念が出てきて、「自粛の自粛」が叫ばれるようになった。被災地を訪れて被災地で消費することが復興につながるという流れようになり、被災地復興支援ツアーなどで回復基調がみられるようになったが、一部で電力不足による計画停電が行なわれ、回復傾向に水をさした。

市場規模を部門別に見ると、ス

### 表1 ●余暇活動の参加人口上位10位

2010			2011		
順位	余暇活動種目	万人	順位	余暇活動種目	万人
1	ドライブ	6,290	1	国内観光旅行(避暑、避寒、温泉など)	5,580
2	国内観光旅行(避暑、避寒、温泉など)	6,150	2	外食(日常的なものを除く)	5,370
3	外食(日常的なものを除く)	6,040	3	ドライブ	5,360
4	映画(テレビは除く)	5,150	4	映画(テレビは除く)	4,160
5	動物園、植物園、水族館、博物館	4,800	5	音楽鑑賞(CD、レコード、テープ、FMなど)	4,110
6	音楽鑑賞(CD、レコード、テープ、FMなど)	4,700	6	ビデオの鑑賞(レンタルを含む)	3,970
7	カラオケ	4,680	7	カラオケ	3,910
8	ビデオの鑑賞(レンタルを含む)	4,550	8	宝くじ	3,840
9	宝くじ	4,440	9	動物園、植物園、水族館、博物館	3,720
10	テレビゲーム(家庭での)	4,290	10	園芸、庭いじり	3,380
31	パチンコ・パチスロ	1,670	32	パチンコ・パチスロ	1,260

### 表2 ●おもな余暇市場の推移

(単位：億円) (%)

調査年		2002	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	伸び率
スポーツ	ゴルフ用品	4,370	4,370	4,400	4,390	4,240	4,000	3,590	3,550	3,340	-5.9
	スキー・スノーボード用品	2,050	1,910	1,860	1,800	1,760	1,680	1,570	1,510	1,470	-2.6
	ゴルフ場	13,510	11,220	10,500	10,420	10,770	10,550	10,000	9,650	9,220	-4.5
	ボウリング場	1,170	1,070	1,040	1,020	1,010	910	830	820	760	-7.3
	フィットネスクラブ	3,580	3,800	4,020	4,270	4,220	4,160	4,090	4,140	4,090	-2.1
	スポーツ観戦料	1,280	1,360	1,340	1,340	1,390	1,350	1,450	1,390	1,320	-5.0
趣味・創作	趣味・創作用品	16,860	16,200	15,050	14,870	15,070	14,510	14,090	14,060	12,470	-11.3
	鑑賞レジャー用品	37,370	38,010	35,880	35,300	33,320	33,940	31,370	38,750	27,860	-28.1
	学習レジャーサービス	10,620	10,670	9,780	9,790	9,910	9,710	9,200	8,730	8,130	-6.9
	映画	1,970	2,110	1,980	2,030	1,980	1,950	2,060	2,210	1,810	-18.1
娯楽	パチンコ・パチスロ	292,250	294,860	287,490	274,550	229,800	217,160	210,650	193,800	188,960	-2.5
	ゲームセンター	5,600	5,960	6,260	6,580	6,780	5,950	5,150	4,760	4,660	-2.1
	テレビゲーム・ゲームソフト	5,010	4,360	4,970	6,800	7,110	6,580	5,590	5,320	5,020	-5.6
	中央競馬	31,330	29,310	28,950	28,230	27,590	27,560	25,980	24,280	22,940	-5.5
	宝くじ	10,920	10,740	11,050	10,940	10,440	10,420	9,880	9,200	10,040	9.1
	外食	126,040	120,740	121,570	124,080	127,510	128,440	126,080	127,000	123,830	-2.5
	カラオケボックス(ルーム)	4,750	4,110	4,210	4,360	4,270	4,210	3,850	3,790	3,850	1.6
観光	遊園地・レジャーランド	6,590	6,320	6,300	6,480	6,430	6,400	6,230	5,990	5,850	-2.3
	国内航空	3,530	3,670	3,760	4,150	4,250	4,180	3,770	3,850	3,740	-2.9
	旅館	20,710	19,790	19,700	19,110	18,730	17,610	15,850	14,570	14,250	-2.2
	ホテル	10,180	10,230	10,410	10,720	10,930	10,380	9,760	9,760	9,490	-2.8
	旅行業(手数料収入)	6,830	6,700	6,920	7,070	7,250	6,850	6,660	6,520	6,230	-4.4
	海外旅行(国際線収入)	8,010	8,630	9,080	9,770	10,570	10,630	6,410	7,050	6,510	-7.7
	余暇市場合計	832,290	812,720	801,170	791,750	745,980	726,880	694,580	679,870	649,410	-4.5

ポーツ部門は3兆8900億円で前年比3・1%のマイナス。スポーツ用品ではランニング用品、スポーツ自転車、登山・キャンプ用品、フィットネス用品が堅調だった。ゴルフ場の売上は前年に引き続いて減少した。ボウリング場は業績面で企業間格差が拡大した。テニススクールは利用者が減っている。スキー場は長期低落傾向が続いている。

## カメラ、テレビなど 13・8%の落ち込み

趣味・創作部門は9兆3820億円で前年比13・8%の大幅なマイナスとなった。カメラ、ビデオカメラ、テレビ、ビデオレコーダー・プレーヤーが落ち込んだ。とくにテレビはアナログ放送終了による地上デジタルテレビの駆け込み需要の後、反動減と単価の下落があった。CDの落ち込みも続いている。映画の興行収入は、史上最高を記録した前年から反転、急落した。

娯楽部門は42兆4490億円で前年比2・6%のマイナス。テレビゲーム、ゲームソフトが売上げを落とし、ゲームセンターもマイ

ナス成長が続く。競馬、競輪などの公営競技は8年連続の減少。宝くじの売上げが3年ぶりに1兆円に戻った。外食は大震災の影響で売上げ減。カラオケが絆を深める安近短レジャーとして売上げを伸ばした。

観光・行楽部門は9兆2200億円で前年比3・2%のマイナス

## パチンコ・パチスロの動向 大手準大手の寡占化 回数、費用は増える

パチンコ・パチスロの市場規模(貸玉・貸メダル料)は18兆8960億円。依然として大きな規模だが、前年比2・5%のマイナスだった。遊技機ではパチスロ機の人気が高く、設置台数が増加している。1店舗あたり1000台を超えるメガ店舗が増え、それにより小規模店舗が閉鎖に追い込まれている。大手、準大手の寡占化が進んでいる。

参加人口は1260万人と410万人(24・6%)の大幅な落ち込みを見せた。参加率も12・3%と前年を下回った。市場規模の縮小率2・5%に比べて、参加人口

だった。乗用車は大震災とタイ洪水の影響による供給の滞り、エコカー補助金の終了で以前の販売不振に戻った。遊園地・テーマパークは東京ディズニーリゾートをはじめ大手が堅調。水族館、プラネタリウム等、放射能の影響が少ないインドア施設が人気だった。(以上、表2)

の縮小率が24・6%と大幅だったことから、ヘビーユーザーへの依存度が一層高まったことが想定される。このため、年間平均活動回数は27・8回と前年より7・9回(39・7%)増、年間平均費用は9万3700円と前年より1万6000円(21・5%)増となり、いずれも大きな伸びを示した。1回当たりの費用は3370円だった。(表3)

参加率を性・年代別にみると、男性全体では17%と前年までの20%台から大幅ダウンした。1989年は43・8%と、全体の半数近い参加率だったのに比べて隔世の

感がある。とくに男性の20代が前年の26%から17%に落ち、若年層のパチンコ離れが深刻な問題となっている。50代も前年の28・9%から14・9%と大幅に下落した。30代がやや伸びたほかは10代、40代、60代以上も減少した。女性全体も7・7%と一ケタに落ちた。(表4)

ファン階層別人口を、白書作成のための調査資料の数値から推計したところ、ライト(年に1〜11回プレー)、ミドル(月1〜4回プレー)ファンが減り、ヘビーファン(年50回以上プレー)は伸びた。(表5)

## 低貸玉に傾斜して 料金も種々の同居

営業形態では、貸玉4円、貸メダル20円が基本スタイルだが、1玉1円以下、1メダル5円以下の低貸営業が完全に浸透し、低貸貸でないと経営が成り立たない状態になっている。最近では1店舗の中に細分化された貸玉料金が同居する状況となっている。

景品交換の問題で、「等価交換」や「一物一価」に関して、警察の取り締まりが厳しくなった。20

### 表3●パチンコ・パチスロの参加及び市場動向

調査年	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
参加率 (%)	19.8	15.9	16.3	15.5	15.0	13.1	14.3	16.8	16.3	12.3
年間平均活動回数	25.5	26.8	27.5	23.6	28.1	25.6	29.6	20.4	19.9	27.8
参加人口 (万人)	2,170	1,740	1,790	1,710	1,660	1,450	1,580	1,720	1,670	1,260
ホール事業所数	16,504	16,076	15,617	15,165	14,674	13,585	12,937	12,652	12,479	12,323
パチンコ台数 (万台)	325	323	308	296	293	295	308	316	316	311
パチスロ台数 (万台)	161	166	189	194	200	164	145	135	139	147
1ホール当たり設置台数	294	304	318	323	336	338	350	356	365	372
市場規模 (億円)	292,250	296,340	294,860	287,490	274,550	229,800	217,160	210,650	193,800	188,960
対前年伸び率 (%)	5.1	1.4	-0.5	-2.5	-4.5	-15.5	-5.5	-3.0	-8.0	-2.5

出典：「警察庁風営白書」「レジャー白書」各年版

### 表4●パチンコ・パチスロの性・年代別参加率の推移

(単位：%)

調査年	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
全体	19.8	15.9	16.3	15.5	15.0	13.1	14.3	16.8	16.3	12.3
男性全体	30.2	24.4	24.8	23.3	22.8	19.6	22.0	22.9	22.8	17.0
10代	14.8	6.0	9.6	13.0	9.0	3.7	4.3	11.4	7.5	8.3
20代	49.5	31.2	32.0	33.5	35.1	23.0	34.4	24.5	26.9	17.1
30代	40.6	35.0	29.8	28.4	28.6	30.3	30.6	27.5	24.7	25.9
40代	29.4	27.9	24.5	27.8	19.1	21.3	25.0	27.1	27.5	21.6
50代	28.0	23.8	31.4	25.9	29.1	23.4	23.4	22.9	28.9	14.9
60代以上	17.7	16.5	16.3	11.9	13.4	11.4	11.6	19.4	16.5	12.6
女性全体	10.1	7.9	8.3	8.2	7.6	6.9	7.0	11.1	10.2	7.7

出典：「レジャー白書」各年版

### 表5●パチンコ・パチスロのファン階層別人口の推移

(単位：万人)

調査年	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
パチンコ・パチスロ人口	2170	1740	1790	1710	1660	1450	1580	1720	1670	1260
ライトファン(年1~11回)	990	800	780	790	700	650	610	1050	970	580
ミドルファン(月1~4回)	850	650	710	690	650	600	690	420	480	420
ヘビーファン(年50回以上)	330	290	300	230	310	200	280	250	220	260
年間平均活動回数 (回/年)	25.5	26.8	27.5	23.5	28.1	25.6	29.6	20.4	19.9	27.8

「レジャー白書」作成のための「余暇活動に関する調査」より推計

11年10月に出された警察庁通知では、①市場価格と異なる価格に基づいて賞品を提供すること ②同じ賞品をパチンコとパチスロで出た数量と金額に差異を設けて提供すること ③同じ賞品を遊技料金により出た数量に対応する金額に差異を設けて提供すること——が、規制に反する行為に当たると指摘された。交換率の変更が、客離れをさらに加速させる可能性がある。

## 業界団体の数多く 統一した運動なし

また、東日本大震災との関連では、震災直後の被災地ではパチンコが「日常」を取り戻す身近なレジャーとして注目され、一時的な特需があった。夏季の電力不足による輪番休業で売上げが目減りした。大震災とタイ洪水の影響で一部遊技機の出荷が遅れ、また建材不足で出店スケジュールに遅れを生じた。社会貢献活動では、大震災被災地への業界全体の支援は約44億円にのぼった。被災地でのボランティア活動も週1回、月1回のペースで実施されている。震災とは別に、障害者や老人福祉施設

への寄付なども継続的に実施されており、他業界に比べ積極的に活動を行なっている。

一方、反パチンコに関する書籍が話題になり、震災後に反対運動が一部で盛り上がった。白書はパチンコ業界について、「相変わらず

ず業界団体の組織数が多く、意思統一ができていない。業界の市場規模や役割等を鑑みれば、統一された意思を持って運動することこそ、業界を強く健全な方向に導き、業界の発展に貢献するものと考えられる」と結んでいる

## 「震災後の余暇」

# 特別リポート 安全・安心への志向強まる 友人や家族との交流も重視

「レジャー白書2012」では、特別レポート「震災後の余暇を考える」5つの志向と余暇活動」として、今回の調査から見えた震災後の余暇活動の変化をまとめていく。

意識として「安心・安全を求める気持ち」「人との絆を大切に思う気持ち」「他人や社会のために何かしたいと思う気持ち」が強まったこと、目的として「健康や体力の向上」「家族・友人との交流」を考える人が増えたこと、とくに「社会や人のために役立つこと」を目的とする余暇活動が今後増えそうなこと、自分で選択し、満足できるサービスマや観光が好まれていること——がわかった。

## 自分らしい楽しみ方

「安全・安心志向」女性の10代と60代以上、男性の60代以上の回答者に多かった。「ウオーキング」「動物園、植物園、水族館、博物館」「園芸、庭いじり」が参加率の上位。観光・行楽部門で活動回数が多し。

「絆と繋がり志向」友人や家族との交流を余暇の目的に挙げた回答者が10代と60代以上に多く、その比率は年々高まる傾向にある。「複

合シヨッピングセンター、アウトレットモール」「トランプ、かるた、花札等」「バー、パブ、飲み屋」「遊園地」「カラオケ」「パソコン(ゲーム、趣味、通信など)」などで参加率が高い。

## ボランティアに意欲

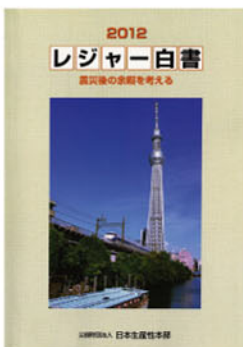
「社会貢献志向」「他人や社会のために役立つこと」を挙げる回答者は男女とも60代に多く、実際にボランティア活動をしている高齢者も多い。この気持ちの人は10代でも増える傾向にある。「ボランティア活動」のほかに、「ウオーキング」「園芸、庭いじり」「動物園、植物園、水族館、博物館」等の参加率が高い。

### 「レジャー白書」とは：

国民のレジャー活動を需給両面から総合的に分析する我が国唯一の出版物。1977年に創刊され、今号で通算36号となる。全国15～79歳男女を対象に、今年1月時点でインターネット調査を行い、有効回答3294を得た。91種目の余暇活動をスポーツ(28種目)、趣味・創作(30種目)、娯楽(21種目)、観光・行楽(12種目)の4部門に分類し調査した。

用語のうち「参加率」とは、ある余暇活動を1年間に1回以上行った人(回答者)の割合。

「参加人口」とは、ある余暇活動を1年間に1回以上行った人口(全国)で、2012年1月現在の15～79歳人口(総務省統計局推計)と参加率を掛け合わせて推計した。



「健康志向」「健康や体力の向上」を余暇の目的に挙げる回答者の割合は年々高まっている。年代別では中高年層に多く、人口の高齢化で今後高まることも予想される。「トレーニング」「エアロビクス、ジャズダンス」「ゲートボール」など。「自分らしき志向」流行や既存の評価より自分自身が満足できるかを重視して、自分に相応しいレジャーを選ぶ。同好の士を求め、こだわりのある個性的な活動が目立つ。「パソコン(ゲーム、趣味、通信など)」「ペット(遊ぶ・世話する)」「文芸の創作」「模型づくり」「オートキャンプ」「フィールドアスレチック」の参加率が高い。

## エンビズ総研が9月期業績発表

### 全般的には横ばいが続く「客数の減少」

(株)エンタテインメントビジネス総研は、9月期のパチンコ景気動向調査(DI)（有効回答59企業）をまとめた。全般的業況はマイナ

ス23・4ポイントで、3月期、6月期と同様にマイナス圏で横ばい続けた。12月期の見通しについてもマイナス36・4と悲観的にな

っている。業況が「悪い」と判断した理由では、「来店客数の減少」が8割強を占めた。営業規模別に見ると、小規模業者（1〜3店）、中規模業者（4〜10店）は昨年12月期以降4期にわたってマイナス圏に沈んでいるが、大規模業者（11店以上）はプラス圏に浮き、格差が鮮明になった。

「人材育成・教育」「メーカーの遊技機販売の縛り」「公的な規制」と続いている。これを規模別に見ると、小規模事業者は「メーカーの遊技機販売の縛り」が突出して高く、中規模事業者は「設備・運営費」、大規模事業者は「人材育成・教育」が高くなっており、規模によって課題が異なる結果となった。

### 規模で反応が正反対の「広告・宣伝等」の通知

特別調査として、警察庁通知「広告、宣伝等の適正化の徹底について」（7月20日付け）についての感想を聞いた。小規模業者では77・2%が「悪かった」「どちらかといえば悪かった」、大規模事業者の66・7%が「良かった」「どちらかといえば良かった」と反対の回答となった。「良かった」の理由として「新たな営業のあり方を考えるきっかけになった」が62・5%と突出して高かった。「悪かった」の理由としては「広告、宣伝で他社との差別化がしにくくなった」「来店客への付加サービスを提供しにくくなった」の2項目の数値が高かった。

### パチンコがやや挽回沈み込んだパチスロ

稼働状況を見ると、パチンコは

マイナス18・2ポイントで、依然

マイナス圏にあるものの6月期より17・8ポイント挽回した。一方、

しばらくプラス圏にあったパチスロは、有力機種が出なかったこと

もあって6月期にマイナス圏に落ち、9月期はマイナス29・9ポイ

ントとさらに沈み、パチンコと逆

転した。パチスロの2期連続マイ

ナス数値は09年12月以来3年ぶり

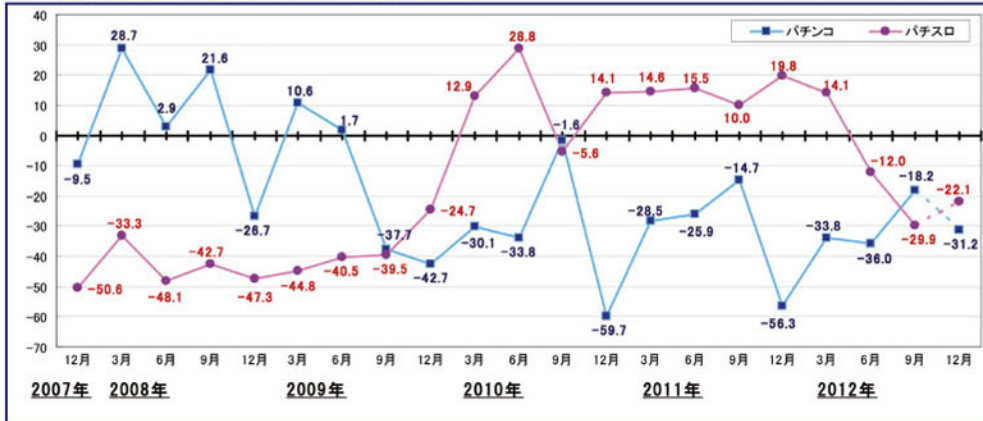
低貸玉営業はプラス19・4ポイン

ト、4円営業はマイナス41・3ポ

イントで、いずれも6月期より上昇したが、見通しは双方悲観的とな

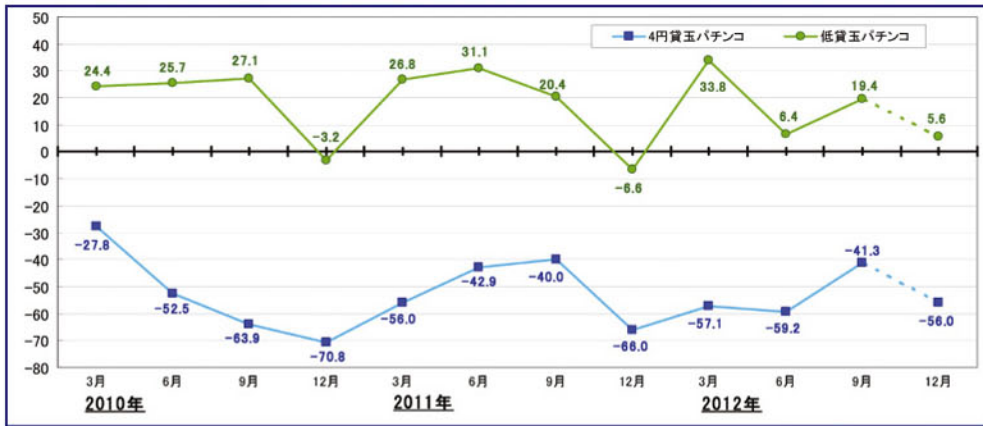
っている。経営上の課題としては、「他の同業者との競争激化」をトップに、

### 稼働状況 パチンコ・パチスロ



2012年12月の数字は見通し

### 稼働状況 4円貸玉・低貸玉



2012年12月の数字は見通し