2017年（平成29年）10月23日　月曜日　第611号（毎週1回発行）

APJ

本新聞はヤマト運輸(株)に委託して、ポスト投函方式でお届けしています。（郵便物ではありません）

パチンコ・パチスロ業界最新情報

週刊アミューズメントジャパン

Weekly Amusement Japan

2017年（平成29年）10月23日 月曜日

Weekly Amusement Japan
©2017 Amusement Press Japan Inc.
editing & publishing
Amusement Press Japan
planning & production
Amusement Promotion
printing
Four Plus One
年間購読料27,000円（税・送料込）
本紙記事の無断転載を禁じます。

編集・発行所　株式会社アミューズメント プレス ジャパン　〒150-0013 東京都渋谷区恵比寿1-21-10 えびすアシスト5F　TEL.03-5447-0555　http://www.amusement-japan.co.jp

今週の紙面から

史上最高のバトル感
『パチスロ ゴッドイーター2』展示会
山佐　2面

現行規則最後の新作『海物語』
『CR大海物語4』内覧会
三洋　3面

パチスロ第1弾を発表
『鬼若弁慶』プレス発表会
ボーダー　2面

右打ちの大当たりはALL16R
『パチンコCRクイーンズブレイド美闘士カーニバル』
高尾　2面

バランス良い液晶搭載機
『まめ』内覧会　ベルコ　2面

盲導犬支援で感謝状
東遊商　2面

優勝は中国・四国支部
理事長杯支部対抗チャリティーゴルフ
回胴遊商　2面

Good luck. Good life.
SANKYO　4面

週刊アミューズメントジャパンは
毎週月曜日 Webアップ!
PDFでもご覧いただけます
アミューズメントジャパン　検索

本紙調査

高頻度層は禁煙容認か

原則屋内禁煙にファンは？

東京都が6日、受動喫煙防止に関する条例案のパブリックコメントの募集を終え、取りまとめの段階に入った。パチンコホールの「原則屋内禁煙」が視野に入る中、喫煙者率の高いホールはどの程度の影響を受けるのか。本紙は8月下旬、パチンコ・パチスロポータルサイト「P-WORLD」と共同でファンアンケートを実施した。

パチンコ・パチスロファンアンケート

現在の受動喫煙防止対策を巡る議論は、厚生労働省が昨年10月に公表した「受動喫煙防止対策の強化について（たたき台）」が発端だ。同案でホールはサービス業施設と一括りに位置づけられ、「原則建物内禁煙（喫煙室設置可）」とされている。

日本遊技関連事業協会はこれに対し、これまで4度の意見陳述を行ってきた。いずれも業態の特殊性などを勘案し、サービス業施設という大枠で一括りにせず検討してもらうことや、神奈川や兵庫の条例のような努力義務の扱いにすること、案通りとするならば十分な準備期間や喫煙室設置にかかる費用の公的助成を求めることなどを要望している。

そうした中、東京都も条例の制定に動き出した。ここでもホールは「原則屋内禁煙（喫煙専用室設置可）」。都はこの条例案を来年2月の都議会に提出したい意向だ。可決されれば約1年の周知期間を設けて施行される。

都の条例案は、ホールも一律の規制対象としている。これまで秋田、神奈川、北海道、兵庫の順で受動喫煙防止に関する条例が施行されているが、どの条例でもホールは施設管理者の努力義務だ。

なお法は条例よりも上位の概念だが、条例が法を上回る基準を定めた場合、その地方自治体では条例が適用される。いわゆる上乗せ条例と呼ばれ、都内のホールは「原則屋内禁煙（喫煙専用室設置可）」に従う必要がある。

これに対して東京都遊技業協同組合は、都に意見書を提出することを決議。ホールを「原則屋内禁煙、娯楽施設」から除外し、神奈川や兵庫などと同様に「努力義務」とすることを要望している。

◇

では一連の受動喫煙防止対策の強化について、ファンはどのように見ているのだろうか。アミューズメントジャパンは今年8月、パチンコ・ポータルサイト「P-WORLD」と共同でファンアンケートを実施し、4433人から有効回答を得た。

受動喫煙防止対策の強化によって遊技フロアで喫煙できなくなった場合の来店頻度や遊技時間の変化を尋ねたところ、喫煙者の67・9%は「今より減る」、非喫煙者の29・2%は「今より増える」と回答した。

なお本調査の喫煙者率は55・1%だった。JTが7月に発表した2017年全国たばこ喫煙者率調査（19・3%）より35・8ポイント高い。

遊技頻度別の喫煙者率を見ると高頻度層ほど高かった。「ほぼ毎日」「週5日程度」のファンで喫煙者率が60%以上だったのに対し、「月に1回程度」では40%、「それ以下」で35%と下がっていく。原則屋内禁煙は非喫煙者には嬉しい措置だろうが、これによって、喫煙者率が高い高頻度層の来店頻度や遊技時間が減ってしまっては、ホールに大きな影響を与える。そこで今度は遊技が「今よりも減る」と回答した人はどういう層に多いのかを調べた。

すると「今よりも減る」と回答した人の割合が高かったのは、「週3日程度（30・9%）」「週1日程度（33・2%）」の中頻度層だった。「ほぼ毎日」「週5日程度」の高頻度層は10%以下。つまり高頻度層への影響は少なかった。

また、喫煙者だけを対象に遊技頻度別の今後の意向を分析しても、頻度別の比較では大きな差は見られなかった。むしろ喫煙する高頻度層は、ほかの頻度層と比べて「今より減る」と回答した人の割合は少ない目で、「今より増える」と回答した人の割合が高かった。

喫煙する高頻度のファンは、遊技フロアが禁煙になっても、これが遊技を減らす要因にはならないようだ。

遊技フロアで喫煙できなくなった場合の来店頻度や遊技時間

自分たちで企画した合同企業説明会を発表する学生たち

宿泊型インターンシップ開催

マルハン　来春大卒者対象に

マルハン8月29日から9月1日の4日間、群馬県のみなかみ町にある施設「泊まれる学校 猿ヶ京小学校」で2019年卒の大学生を対象とした3泊4日の宿泊型インターンシップ『DISCOVER 戦国浪漫 未知なき道を切り拓け』を開催。大学生34人（男14人、女20人）が参加した。

今回のインターンシップは、参加する学生たちがマルハンの採用担当者に扮して同社の合同企業説明会を企画するミッションに挑戦する合宿型プログラム。学生たちは6チームにわかれて同社の合同説明会の企画を立案する。合同説明会を企画するにあたり、マルハンの企業理念や事業内容などあらゆる部分に共感してもらうことが狙いだ。

制作した合同説明会の企画は後日、役員の前でプレゼン。最優秀チームの企画は、来年度の新卒採用で採用される。

マルハンでは、同様の宿泊型インターンを関西でも開催。ほかにもパチンコ経営の戦略やノウハウなどが経営者目線で学べるインターンや、女性限定のインターンも実施した。

フリーWi-Fiサービス開始

ダイナム

ダイナムは9月28日、店内で利用できるフリーWi-Fiサービスを367店舗で導入した。

導入は、遊技中や休憩中のサービス向上や、災害発生時のインフラ整備が目的で、すべての携帯電話事業者サービスに対応。簡単な初期登録をするだけでスマートフォンやタブレットなどのWi-Fi対応機器であればいつでも無料で利用できる。災害などの有事の際には、災害用の統一ネットワークとして開放。初期登録の有無がなく無償で利用できるという。

東北支援で特産物を賞品に

タイホウグループ

今後は実施店舗を増やしていく予定だ

愛知県内でホール19店舗を経営するタイホウグループは6日から9日まで4日間、東日本大震災の被災者支援の一環として同社が運営する楠・亀島・三好・熱田六番南の4店舗で宮城県と岩手県の特産品11品を賞品として提供した。

この取り組みは、創業者である故小野金夫氏が宮城県出身であることから企画。実施された4店舗では宮城県の特産品である牛たんを使ったレトルトカレーやお酒、岩手県の盛岡冷麺などが景品カウンターに並んだ。

常連客からは「普段、目にしない賞品でおもしろい」「東北の復興支援になるなら続けてほしい」などの声が寄せられた。

交通遺児に30万円寄付

真城HD

真城HDの村上知隆課長（左）。右は、公益財団法人東海交通遺児を励ます会の伊藤知男常務理事

『プレイランドキャッスル』の屋号で愛知県を中心にホールを経営する真城ホールディングス（名古屋市）は9月20日、交通事故などで保護者を亡くした子どもの自立を支援する公益財団法人東海交通遺児を励ます会に30万円を寄付した。

寄付を受け取った伊藤知男常務理事は謝意を述べるとともに「寄付によって子どもたちに夏休みのカヌー体験など楽しい思い出を作ることができた。交通遺児は減少傾向にあるが、東海3県下ではまだ255人もの遺児がいます。ドライバーの方には、安全運転の徹底をお願いしたい」と呼びかけた。

パワハラ研修を受講

アサヒディード

ペアで行われた受講者同士のディスカッション

大阪と兵庫でホール12店舗を展開するアサヒディード（大阪市中央区）は8月25日、本社で6月から3回にわたって開催してきたパワーハラスメント予防研修の最終講を終えた。講師にFCEトレーニングカンパニーの荻野純子取締役を招き、男性管理職26人が受講した。

この研修は働きがいのある会社、いきいきとした職場づくりを目指すため、マネジメントスキルとコミュニケーションスキルを学ぶ一環で行われた。ハラスメントは程度が軽くても日常的に起きていると、程度が深刻な場合でも周囲が反応しなくなるおそれがある。受講者は、パワハラの定義を全社員が知ること、正しく理解することが最大の予防になると学びながら、相手の感情に留意したコミュニケーション方法を身に着けた。

ハンディマラソン特別協賛

タイホウグループ

タイホウグループの小野代表（左）から健康福祉局の杉山局長に協賛金が手渡された

愛知県内でホール19店舗を経営するタイホウグループは、名古屋市の久屋大通公園で開催された「第33回名古屋シティハンディマラソン」に特別協賛した。9月29日、大会に先立ち協賛金贈呈式を名古屋市健康福祉局で開催。タイホウグループの小野直彦代表が訪問して、特別協賛金300万円を寄贈した。10月1日、名古屋シティハンディマラソンが開催され、同社からは12人のボランティアスタッフが参加。大会を盛り上げた。

協賛金は大会の運営費用として活用される。同大会は、日常スポーツをする機会に恵まれない人や重い障がいをもつ人たち、ボランティアスタッフおよそ1000人がマラソンを通して相互理解と友情を深めることが目的。

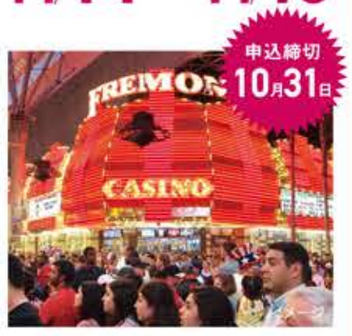
ラスベガス 視察研修

カジノ周辺産業でのビジネスチャンスを探る

視察研修日 ※現地時間
11/14～11/16

カジノを中心とする統合型リゾート施設（IR）の現実味がこれまで以上に高まっています。IR施設は運営会社や機械メーカーだけで成り立っているわけではなく、そこには様々なビジネスが発生しています。さらに、IR施設の外側にも経済効果は生まれています。今回の視察研修では、IR施設の様々な機能の説明に始まり、ラスベガス発祥の街「ダウンタウン地区」と大型カジノホテルが建ち並ぶ「ストリップ地区」を視察しながら、カジノ周辺ビジネスのチャンスを肌で感じていただきます。

1日目 11/14（火）	午前	10:00～ 座学① カジノホテルおよびIRの複合機能（60分） 座学② ゲーミングフロアの運営～基本的な規則および様々な職種（60分）
	午後～夕方	Plaza Hotel & Casino 内各施設案内（60分） ダウンタウン地区視察：フリーモントストリート、コンテナパーク等 ストリップ地区視察：様々なタイプの大型カジノホテル
2日目 11/15（水）	午前	両コース合同 10:00～ 座学③ 誘致地域の商業界が持つべき視点（45分） 座学④ カジノ業界から見た「IR推進会議とりまとめ」の問題点（45分） 座学⑤ カジノ業界から見たカジノ周辺ビジネス（45分） Plaza Hotel & Casino CEO
	午後～夕方	訪問① 非ゲーミング商工会 体験 交通インフラ体験：IR施設と施設外の回遊を支える機能「Dueceバス」 訪問② 観光政策機関：ラスベガス観光局 体験 交通インフラ体験：IR施設と施設外の回遊を支える機能「Las Vegasモノレール」 ストリップ地区視察の続き
3日目 11/16（木）	午前	10:00～ 座学⑥ IR企業との取引に関する情報開示義務およびライセンスが必要な領域（90分） （移動）
	午後～夕方	訪問③ 非ゲーミング事業者：リネンサプライ、人材派遣など 訪問④ 非ゲーミング事業者：ナイトクラブなどエンタテインメント事業者 訪問⑤ 行政・公共機関：ゲーミング管理局、ネバダ大学ラスベガス校など



申込締切 10月31日

3日コース／1名様：30万円

宿泊ホテル：Plaza Hotel & Casino

※視察研修費、宿泊費、ウェルカムパーティ代含む。
※航空券代は含まれておりません。現地集合、現地解散となります。ラスベガスまでの航空券の手配ならびに空港からホテルまでの移動は各自でお願いいたします。
※左記スケジュールは現地時間です。

企画・主催
株式会社エンタテインメントビジネス総合研究所
株式会社アミューズメントプレスジャパン
協力
Plaza Hotel & Casino

お問合せ・お申込み
株式会社アミューズメントプレスジャパン
TEL.03-5447-0555
担当／田中、小川

詳しくは弊社HPをご覧ください https://amusement-japan.co.jp/

サービスプロフィットチェーンの実現　第4回

人が変わるために必要なこと

スパークスネットワーク 代表　中村恵美

従業員がサービス水準を高め、それが顧客満足を高めることにつながり、最終的に企業利益や企業価値の最大化を実現するというサービスプロフィットチェーンについてご紹介しています。

しかし、パチンコ業界で働く人々の多くは、顧客満足を高めることは、儲けと反比例するという誤解があるようです。ホールと顧客との間に「勝った・負けたの関係性」が生じることも一因でしょう。一方で、従業員が顧客満足を高め企業利益の最大化へつなげるサービスプロフィットチェーン志向には、顧客満足が可視化しづらく管理が困難なことや、顧客への価値提供の仕組化が難しいという課題があります。このことがより一層、「顧客満足を高めることは、儲けと反比例する」という考えを強めているように感じます。

弊社が提供するサービスプロフィットチェーン実現のための「増客プロジェクト」では、その立ち上げ期にまず、全従業員に向けて顧客ロイヤルティ向上の必要性や従業員のサービスが増客につながる具体例を共有し、共通認識を持てるように働きかけるという支援をします。

「人は変化を嫌うもの」と考える経営者やプロジェクト責任者の皆さんの多くは、従業員が理解・共感するかを不安に感じます。しかし私はこれまでの経験から、「変化を嫌う」というよりも、これまでのやり方と違う「これからすべきこと」が「理解できない」ためにそれを受け入れられない、動けないという従業員の方が圧倒的に多いと感じています。

新しいことを実行するには、必要性を頭で理解する「すべき」「しなければならない」という論理的理解と、「やりたい！」「お客様にして差し上げたい！」という気持ちでの理解の両方が必要なのです。そのために、同業他社事例や異業種の事例を用いて、頭と気持ちの両方での理解・納得・共感を働きかけます。やるべきことが頭で明確になり、やり方のイメージがわいても、従業員が「さぁやってみよう！」となるには、もう1ステップ必要です。

残念ながら、このステップに気付かず、端折っている企業・店舗が大変多いのです。しかし、サービスプロフィットチェーンで好循環が回っている組織には、「顧客感動は職場や仕事に満足した従業員によってのみ達成できると確信している」という共通点があるのです。

感動のサービスを提供することで有名なスターバックスでも、「人は自分が扱われたように人を扱う」という前提に基づき、顧客ロイヤルティを高めるには社員満足度を高めなければいけないとしています。

長年勤めている従業員の顔と名前も覚えようとしない経営幹部、朝礼時に「笑顔で接客しましょう」と無表情で伝える上司や、「元気よく挨拶をしましょう！」と言いながら事務所に入ってくる部下を無視する役職者、「早く新人スタッフを入れてくださいよ」と言いながら新人スタッフが入社してきても話の輪に加えない先輩アルバイト、そんな人があなたのお店にいませんか？

人は自分が扱われたように人を扱います。あなたのお店のスタッフは、職場に満足しているでしょうか？

なかむら・めぐみ
東京都出身。グロービズ経営大学院修士課程修了（MBA）。11年4月、SPARKS NETWORK設立。「営業マンスタッフ育成支援」「自立型経営社員育成」「女性スタッフの活躍推進」「顧客を創造するサービスマネジメント」をテーマとしたファシリテーターとして活動中。