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

2018年（平成30年）6月4日 月曜日

Weekly Amusement Japan
©2018 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

おかげさまで創立20周年

APJ 20th

ESTABLISHED IN 1998

今週の紙面から

各地で総会
自工会、栃木県遊協、高知県遊協
大分県遊協、三重県遊協、愛知県遊協
東北遊商、宮城県遊協　2面

パラ・アスリートを支援
日電協　2面

夏季限定ライブ協賛
サミー　2面

福祉車両9台寄贈
神奈川県遊協　2面

全般的業況は大幅改善
エンビズ総研 景気動向調査　2面

HEIWA　3面

Sammy　4面

ダイナム 介護施設で「トレパチ！」

女性活躍推進チームが企画・提案

ダイナムは5月23日、埼玉県にある介護施設「あずみ苑羽生」で『トレパチ！』を使ったレクリエーションを女性社員が企画して主催。「トレパチ！」を開発した豊丸産業と介護施設「あずみ苑」が協力した。

福祉向けパチンコ『トレパチ！』を使ったレクリエーションは、パチンコを通じた社会貢献を目指すダイナムが取り組む社会貢献活動の一つ。これまで全国の介護施設で17回開催されているが、今回は女性活躍推進の一環として、女性社員のロールモデルとなる幹部・管理職を育成する「ダイナムなでしこプロジェクト」の女性メンバーが中心となり企画・運営した。

これまでダイナムでは、「女性の定着率向上」「女性の幹部候補生の育成」など女性が働きやすい環境を構築するため、女性活躍推進に取り組むさまざまな業種の担当者と交流会を開催。意見交換を行ってきた。

女性幹部や管理職に必要なスキルや人脈をどのように構築・習得していくか議論を重ねる中、女性活躍推進チームはダイナムが実施してきた『トレパチ！』体験会に着目。女性が主導した方がより気づかいあるレクリエーションができると感じ、女性社員の成長の場として『トレパチ！』体験会が最適だと考えた。

レクリエーションにはあずみ苑の利用者約30人が参加。『トレパチ！』2台のほか、健康増進機能をプラスした豊丸産業製の『元気はつらつ トレパチ！テーブル』、スマートボール、的当て、1から25までの数字を順に押していく脳トレマシンをダイナムが用意した。ダイナム女性活躍推進チーム6人と近隣のダイナム羽生店のスタッフ3人、豊丸産業のスタッフ3人、あずみ苑のスタッフ4人などが当日運営に駆け付け、あずみ苑の利用者に遊技方法などを親身になって説明した。

レクリエーションはスタンプラリー制を採用。待ち時間が長くなるトレパチには整理券を配布するなど利用者が混乱しないための施策を講じた。また、はやく体験が終わってしまった利用者にはダイナムの女性スタッフが積極的に交流。店舗での経験を活かした機転の利いた行動で場を盛り上げた。

レクリエーションに参加した利用者の女性は「楽しかった『トレパチ！』は初めての経験だったし、『トレパチ！テーブル』はみんなで遊べて興奮した。楽しみながら考えることができて、良い脳の運動になった」と語った。

ダイナムなでしこプロジェクトに参加した「あずみ苑」を運営するシルバー事業部の原嶋めぐみ運営チーフは「施設利用者の皆様に非常に楽しんでいただけた。引き続き体験会を続けてもらいたい」と感想を話した。

ダイナムなでしこプロジェクトの金光千恵子さんは「多くの利用者の方に喜んでいただきとても嬉しかった。今後も体験会のみならず、様々な企画を提案していきたい」と抱負を語った。

ダイナム女性活躍推進チームでは今後も各地で『トレパチ！』レクリエーションを開催するほか、「女性店舗」（女性だけでの店舗運営）など女性目線の企画や制度を提案していくという。

パチンコは初めてという人も多い中、遊び方をレクチャーするダイナムスタッフ

当日は通常の利用者数以上の人が集まった

脳トレなどのゲームが楽しめる「トレパチ！テーブル」

福祉向けパチンコ「トレパチ！」

豊丸産業が脳科学や作業療法の専門家の意見を参考に開発した福祉向けパチンコ機。ハンドルを回すと一定の場所に玉が飛ぶため、手が不自由な人も遊びやすい。音声に従って連打することでリールの図柄を揃えられ、大当たりと連動してカードを獲得できるなど娯楽とトレーニングを兼ね備えた遊びが可能だ。

関西遊商 総会 社会貢献活動に感謝状

大阪府共同募金会の林明常務から感謝状を受け取る草加理事長（左）

関西遊技機商業協同組合は5月21日、ホテル日航大阪で通常総会を開催。草加和徳理事長は冒頭の挨拶で、「今年は規則改正に伴う前倒し認定の影響で中古遊技機の移動が減少し、経営環境が厳しくなる」との認識を示す一方で、「みなさんの正確な運用の結果、撤去台に対する部品供給制度がスタートするなど中古機流通の環境が改善されている」と組合員に謝意を示した。

事業報告では、平成29年度の中古用確認証紙発給枚数が稼働実績で14万1628枚（前年度比97.1%）、認定用確認証紙発給枚数が22万1131枚（同870%）で「取扱主任者による前例のない取扱数量」となったことなどが報告された。

総会に先立ち、同組合の活動に対して大阪府共同募金会と大阪府赤十字血液センターからそれぞれ感謝状が贈呈された。

都遊協 総代会 阿部理事長を再任

再任された阿部理事長

東京都遊技業協同組合は5月23日、東京ドームホテルで通常総代会を開催した。

挨拶に立った阿部恭久理事長は、「高射幸性回胴式遊技機の設置比率を段階的に引き下げていくとともに、パチンコ遊技の基本である大衆娯楽としての環境整備が喫緊の課題」との認識を示した上で、依存防止対策についても改めて説明。客が過度の遊技を行わないようにする取り組みの一つである「安心パチンコ・パチスロアドバイザー」は、都内では5月中に2300人を超える見込みで、おおむね1店舗あたり3人態勢が整うと報告した。

一方で、射幸性を追求する広告宣伝が見受けられると苦言を呈し、「組合員一人ひとりが責任ある行動に努めていただくことが重要であると思いますので、重ねてよろしくお願いいたします」と締めくくった。

任期満了に伴う役員改選で、都遊協は阿部理事長を再選した。

再び挨拶に立った阿部理事長は、「業界は厳しい状況だがファンの皆様に来ていただけるような遊技環境に変えていく、いいチャンスではないか。そのためには業界がまとまること、一致団結することが一番大事」と組合員に協力を求めた。

同友会 総会 ホールで南三陸特産品

日本遊技産業経営者同友会は5月16日、都内で定時理事会および定時社員総会を開催。理事会では東日本大震災で被災した宮城県南三陸町の復興支援として、昨年から始めたホールでの特産品の賞品提供を今年も行うことを報告した。

展示コーナーに飾られた南三陸の特産品

昨年の展開実績は26社80ホール。昨年の反省から、総付けや端玉景品として提供できる少額の特産品も取り揃えることとし、今年は100ホールでの展開を目指す。製造者6社をまとめる南三陸町観光協会からも好評で、個別に賞味期限を記載した専用包装の協力を得られたという。

総会後の懇親会では、冒頭に東野昌一代表理事が挨拶。「依存問題をはじめ、業界が抱える諸問題に対してホール5団体の中でも手となり足となり頭となって、一翼を担えるように頑張りたい」と述べた。

管理職も完全2シフト ニイミ

愛知、静岡、三重でホール7店舗を経営するニイミ（愛知県蒲郡市）は4月1日から、完全2交代制システムを導入した。店長やフロアマネージャーといった管理職にも、朝に出勤して夕方に退勤する「早番」と、夕方に出勤して深夜に退勤する「遅番」を適用し、職場環境の改善や社員満足度の向上を目指す考えだ。

これまで管理職者は、朝に出勤して夕方に中抜け休憩、夜に再出勤といった変則勤務体制で従事していた。

二交代制の適用後は、家族を持つ管理職者から「晩御飯を家族と食べられるようになった」などの声が挙がっている。同社では仕事の精度の向上、自己開発セミナーの動画視聴数の増加などの手応えも感じており、リフレッシュ休暇システムの導入など、さらなる働き方改革を進めていくという。

少年ソフトに助成内定 全日本社会貢献団体機構

全日本社会貢献団体機構は5月17日、静岡市駿河区で2018年度の助成事業内定式を開催。静岡県遊協の富田直樹理事長が、SBSマイホームセンター杯県少年ソフトボール大会実行委員会に内定証を授与した。

同ソフトボール大会は県内に在住する小学生で編成されたチームが、7月から9月までの予選を経て11月に決勝大会を行う。今年の決勝大会では子どもたちと高齢者が交流する場が設けられるほか、障がい児へのスポーツ用品の寄贈が行われるという。

阿部理事長が続投へ 全日遊連

全日本遊技事業協同組合連合会は5月18日都内で全国理事会を開催した。

理事会では次期理事長候補者に阿部恭久理事長を選出することを決議。立候補者は阿部理事長一人で、本人と選挙管理委員らを除いた全府県方面遊協の理事長から推薦を受けていた。6月21日に開催される通常総会内の臨時総会を経て、正式に続投が決まる。

阿部理事長は記者会見の場で任期の2年を振り返り、「こんなにいろんなことをやる2年はなかった。検定機と性能が異なる可能性のある遊技機、新基準に該当しない遊技機、高射幸性遊技機、依存問題。よく過ごせたなというのが本音」と述べ、理事長を支えた執行部に感謝の意を示した。

依存問題の真実がここに

ギャンブル等依存問題
正しい理解のために

発刊

ギャンブル等依存問題
正しい理解のために
A4版32頁　定価834円（税・送料別）
監修：ギャンブル等依存問題のあるべき支援を考えるみなさん
編集：月刊アミューズメントジャパン編集部
発行：株式会社アミューズメントプレスジャパン

CONTENTS

第一章 「ギャンブル依存症」という病気はない
▶「ギャンブル依存症」という医学的定義はない
認定NPO法人リカバリーサポート・ネットワーク代表 一般社団法人RCPG代表 精神科医 西村直之さん
▶ギャンブル・遊技への「のめり込み」8割が自己回復
国際医療福祉大学教授 脳科学者 篠原菊紀さん
▶遊技障害のおそれ 直近1年40万人 生涯90万人

第二章 依存問題の支援現場から「依存症」の「治療」でよいのか
▶「病気」と決めつけることのこれだけの弊害
認定NPO法人ワンデーポート施設長 中村 努さん
▶ギャンブルの問題を抱えた兄を持つ妹の手記
▶生活の視点に裏打ちされた見立てと支援を
浦和まはろ相談室代表 精神保健福祉士 高澤和彦さん
▶おカネの問題は結果であり現象
認定NPO法人ワンデーポート理事長 司法書士 稲村 厚さん

第三章 「ギャンブル等依存」調査結果の正しい受けとめ方
▶「ギャンブル依存症536万人」のカラクリ
▶厚労省研究班調査の考察とSOGS運用面での課題
医療法人社団正心会 よしの病院副院長 精神科医 河本泰信さん
▶「ギャンブル等依存症」の疑い 厚労省研究班調査で70万人
▶ギャンブル障害の疑い 直近1年は諸外国並み

第四章 遊技業界の依存問題への取り組み
▶世界基準に近づくパチンコ店の依存問題対策

ご購入方法
電話かメールで下記へご連絡ください。お申込書をお送りします。
株式会社アミューズメントプレスジャパン
TEL.03-5447-0555 buy@amusement-japan.co.jp
〒150-0013 東京都渋谷区恵比寿1-21-10 えびすアシスト5F

新 集客の素
連載・第53回

▼▼▼ 遊びをクリエイトするプランナーの視点 ▲▲▲

スモールマス戦略

池澤守企画 代表取締役 池澤 守

いけざわ・まもる
（株）池澤守企画代表取締役/テーマパークプロデューサー。1979年ナムコ入社。都市型テーマパーク「ナムコ・ワンダーエッグ」「ナムコ・ナンジャタウン」、フードテーマパーク「横濱カレーミュージアム」等、数々の話題施設を成功させてきた。2015年に独立し企画会社を設立。オンリーワン型テーマ空間の企画、プロデュース、コンサルティングを手掛けている。

価値観や生活スタイルが多様化した今の社会では、大量生産・大量販売・大量宣伝を前提とした巨大市場「マスマーケット」が成立しにくくなりました。代わって登場したのが、「スモールマス」（小集団）と呼ばれる新しい市場です。スモールマスとは、「嗜好性が同じ人々がデジタルで繋がっている小さなコミュニティ」のことを指しています。事業の成否は、スモールマスが攻略できるか否かにかかっているのです。

スモールマス戦略を推進する花王は、「マスの市場は生まれにくいが、スモールマス市場が数多く生まれている」と言っています。たとえば、洗濯洗剤の場合、1980年代は「子ども服の泥汚れを落としたい」というのが家庭の共通ニーズでした。ところが今は、「嫌な臭いがこもらない室内干し用洗剤が欲しい」「さわやかな香りのシャツを着たい」「環境のため排水を少なくしたい」など、多様なニーズに細分化されたため、それぞれに対応した別々の商品が必要なのです。

スマホの普及でテレビ視聴時間が大幅に減ったため、マス広告が効きにくくなったことも大きな変化です。今の消費者に商品メッセージを届けるには、SNSなどで繋がった多様なスモールマスの発見とアプローチが不可欠になりました。若年層向けヘアカラー商品では、「髪染めたい」という10万件にのぼるツイッターのつぶやきを解析しました。その結果、「新生活が始まるので染めたい」「浮き過ぎない程度におしゃれがしたい」といったスモールマスの存在に加えて、「マンガ・アニメ・声優が好き」という女性にも強い相関関係があることが発見できたのです。

花王はこうしたスモールマスの把握に基づき、マンガや声優好きの人々には、アニメを使った「ちょっぴり女子力アップ計画」というツイッター広告を投入するなど、特定の趣味や興味でくくられるスモールマスごとのアプローチをしました。その結果、商品サイトの月間訪問者数は、4～5万人が20万人に増え、売上シェアも2%上がりました。こうした努力の積み重ねで、今ではスモールマス商品群の売り上げがマス商品群を上回っているのです。

スモールマス戦略は、販売期間を限定した多様なブランドを小刻みに投入する資生堂の若者向けプロジェクト「コスメティックプレス」や、帰宅途中のサラリーマンを狙い撃ちしたキリンビールの「氷結ストロング」のスマホ動画広告など、多くの企業に広がり始めています。

低射幸性遊技機時代を迎えた今、パチンコホールには、従来の"一攫千金型ヘビーユーザー"だけに頼らない新しいファン層の発掘と育成が望まれます。そのためには、多種多様な"パチンコ・スモールマス"の発掘とその受け皿となるホールづくりが不可欠です。

たとえば、パチンコに没頭できてときどき当たってスカッとすることが楽しいという「ストレス解消派」には、台周りや店内の環境作りが重要です。パチンコの攻略や大当たりの波を推理したいという「駆け引き派」には、高機能のデータ表示器がポイントです。大好きなキャラのリーチアクションやレア演出に夢中になる「キャラ大好き派」には、キャラクター景品の品揃えが効果的です。それぞれに合わせたきめ細かいサービスの提供が求められているのです。