

緊急寄稿

ホールスタッフ意識調査
ワクチン接種 消極派3割

接種促進へ企業に求められる対応とは

ホール向けに人材研修を手掛けるミチスケジャパンが今年7月末にパチンコホールで働くスタッフを対象に新型コロナワクチンの接種に関する意識調査を行った結果、回答者全体で約3割が接種に消極的な意向を示した。同社の永澤有希代表の緊急寄稿を掲載する。

文 永澤有希

ミチスケジャパンでは、を対象とした「コロナワクチン」意識調査を実施し、北海道から九州まで全国さまざまな地域で年

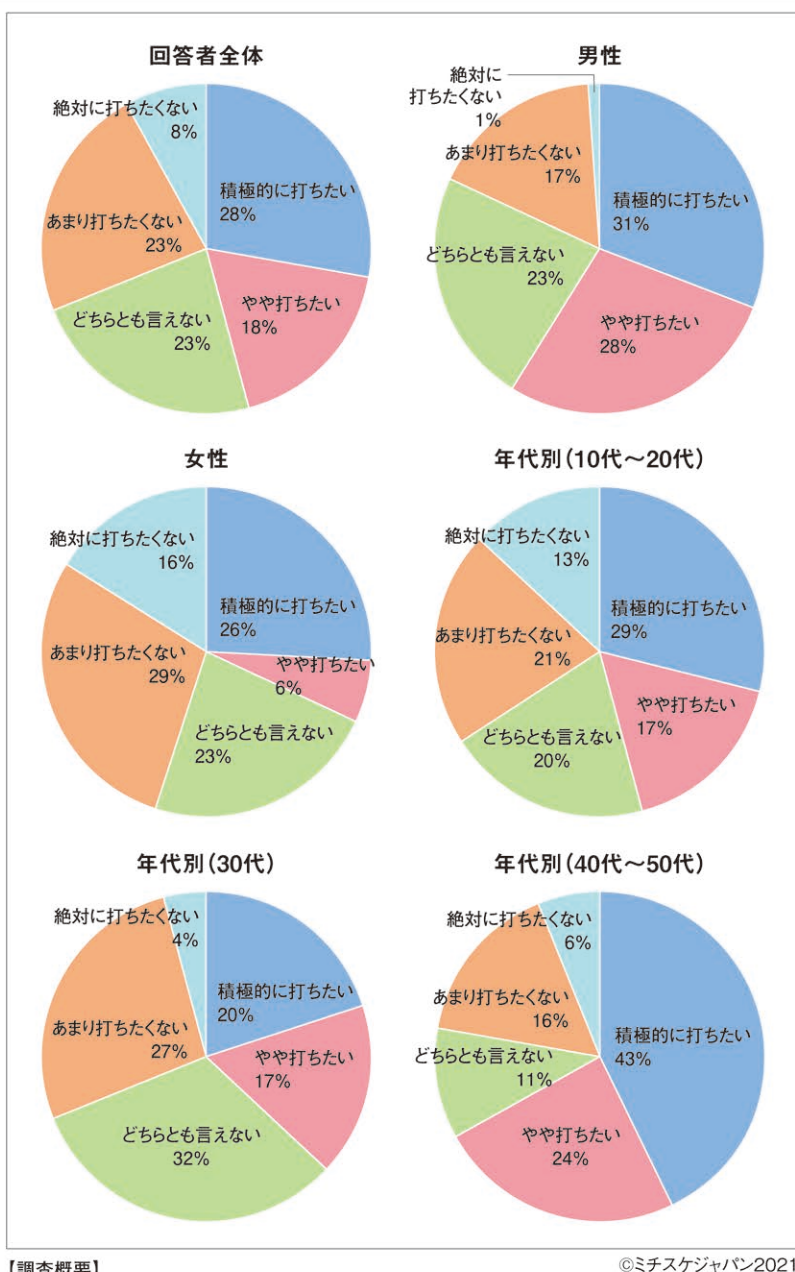
代のホールスタッフ男女172人から回答をいただきました。

「接種に消極的な意向」は約3割、接種に積極的な意向は約67%。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。

「接種に消極的な意向」は約3割、接種に積極的な意向は約67%。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。

「接種に消極的な意向」は約3割、接種に積極的な意向は約67%。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。

「接種に消極的な意向」は約3割、接種に積極的な意向は約67%。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。



【調査概要】
期間……2021年7月29日(木)～8月9日(月)
調査方法……インターネット及び対面
有効回答数……173(男性93人 女性80人)
年代……10代5人・20代61人・30代70人・40代30人・50代7人

「接種に消極的な意向」は約3割、接種に積極的な意向は約67%。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。

「接種に消極的な意向」は約3割、接種に積極的な意向は約67%。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。

「接種に消極的な意向」は約3割、接種に積極的な意向は約67%。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。

「接種に消極的な意向」は約3割、接種に積極的な意向は約67%。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。

人手不足に備える！
米国ではサービスの賃金上昇

「ワクチン接種が進み、早期に経済活動が正常化してほしい」。誰もそう願っているはずだ。しかしそれが現実になったとき、対人サービス業では深刻な人手不足とそれに伴う賃金上昇が起る可能性がある。

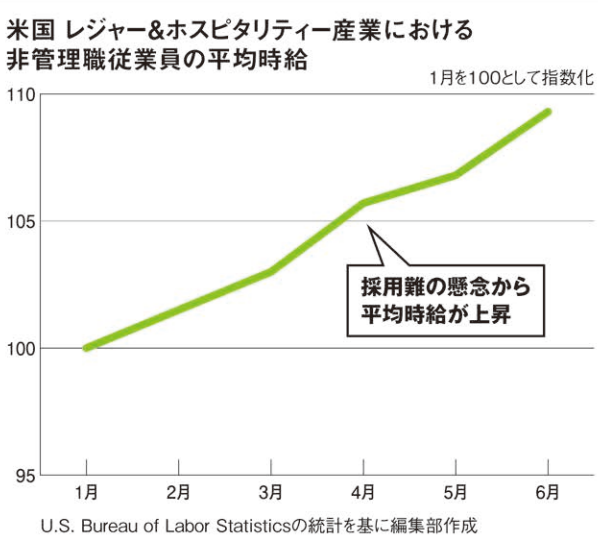
観光関連産業や外食産業、非食品の小売業など、パチンコホールは、新型コロナ禍の影響が軽微で、かつ時給が高い魅力的な仕事だからだ。だが、この状況は数日後には様変わりするはずだ。

「接種に消極的な意向」は約3割、接種に積極的な意向は約67%。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。

「接種に消極的な意向」は約3割、接種に積極的な意向は約67%。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。

「接種に消極的な意向」は約3割、接種に積極的な意向は約67%。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。

「接種に消極的な意向」は約3割、接種に積極的な意向は約67%。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。



U.S. Bureau of Labor Statisticsの統計を基に編集部作成

「採用難の懸念から平均時給が上昇」

「接種に消極的な意向」は約3割、接種に積極的な意向は約67%。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。

「接種に消極的な意向」は約3割、接種に積極的な意向は約67%。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。

「接種に消極的な意向」は約3割、接種に積極的な意向は約67%。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。

「接種に消極的な意向」は約3割、接種に積極的な意向は約67%。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。

「接種に消極的な意向」は約3割、接種に積極的な意向は約67%。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。接種に消極的な意向は、接種に積極的な意向の約2倍に達している。

ミスホ
SLOTタブー・タトゥー
発売/ 株式会社ユニバーサルエンターテインメント 導入予定日 10月

超爽快なJAC-ATは継続率が最大90%!

2010年～17年にコミックとアニメで展開した「タブー・タトゥー」のタイアップ。1セット8G・純増約5.5枚のJAC-AT「VOID DRIVE」は、呪紋図柄揃いで最大90%継続し、これまでにAT機にはない圧倒的爽快感を現した。通常時からのAT突入契機として、ゲーム数テーブルに加え「呪紋ストックシステム」を搭載。レア役を契機に呪紋をストックすればボーナス期待度は30%以上。ゲーム数テーブルを呪紋でブーストすることで、すべてのタイミングが攻めどきになるため、ATを自らの手で勝ち取る自覚感が味わえる。「呪紋」がトリガーとなる新たなゲーム性に注目したい。

ATタイプ(純増2.0枚or約5.5枚/G)	
AT初当たり確率	1/332.8(設定1)～1/201.6(設定6)
出玉率	97.2%(設定1)～108.2%(設定6)

©2016 東宝・KADOKAWA/タブー・タトゥー製作委員会
©UNIVERSAL ENTERTAINMENT

SANKYO
遊タイム搭載機
Pフィーバー戦姫絶唱シンフォギア2 1/77ver.
発売/ 株式会社SANKYO 導入予定日 11月8日

一新された最終決戦RUSH至近の甘デジ

限定カラーで登場する甘デジは、RUSH突入をかけた「最終決戦」の演出を完全新作の映像に一新。時短1回+残保留4個からの最大5変動を1変動のように表現した。一般的な甘デジよりも大当たり確率が高い上に、遊タイムは直前の大当たりから230回転後に発動。RUSHを最も身近に感じられる甘デジだ。特図2図柄揃い時の45%が700個を払い出す10Rであるため、出玉期待度も十分。時短99回の振り分けも健在だ。

甘デジタイプ	
大当たり確率	1/77.7
右打ち中図柄揃い確率	約1/7.7(大当たり・小当たり合算)
RUSH突入率	約53%(直打1%・時短1回時の継続率約13%・残保留4個時の継続率約42.6%・遊タイム時短230回時の継続率約99.9%の合算)
RUSH継続率	約79%(時短1回+残保留4個時のオール継続率約78.2%および時短99回+残保留4個時のオール継続率約99.9%の合算)
時短回数	1回/7回or99回
賞確率	1&1.6&1.8
ラウンド数	3Ror6Ror10R・10ラウンド
遊タイム	大当たり後230回消化で時短290回

©Projectシンフォギア ©ProjectシンフォギアGX
大当たり確率1/230回同時リリース

KYORAKU
遊タイム搭載機
ばちんこ冬のソナタ SWEET W HAPPY Version
発売/ 京楽産業・株 導入予定日 9月6日

チュンサン図柄がカギに初の大当たり2回ループ

「ばちんこ 冬のソナタ」シリーズ初となる大当たりが2回ループする「W HAPPYシステム」を搭載した甘デジスベック。チュンサン図柄で大当たりすれば、2回の大当たりが訪れる「W HAPPY TIME」に突入する。「W HAPPY TIME」中や、「HAPPY TIME」中でもチュンサン図柄で大当たりを引くことができれば、再び2回の大当たりとなる。冬のソナファンにはたまらない新規演出も多数搭載している。

甘デジタイプ	
大当たり確率	約1/99.9～約1/44.8
確変突入率	35%
時短回数	30回or100回or298回
遊タイム	低確率状態を299回転消化で時短370回
ラウンド数	4Ror10R・10C
賞確率	1&1.8&1.8

※Vストックは最大2まで

©Pan Entertainment. ©KYORAKU

2022に向け花慶支援継続中

ニューギングループ

ホールに寄り添いファンを育成

夏の陣配信当日だけではない シームレスな稼働支援策を実施

ニューギングループが7月31日に開催した「花慶の日2021」夏の陣ONLINEは延べ7万3000人が視聴した。オンラインでの「花慶の日」は、昨年の夏の陣から数えて今回で3回目。視聴者の増加は、コンテンツがより充実し、認知度も高まった結果と言えよう。ニューギングループは、今後も、新台の販売に加え、「花慶の日2021」秋の宴ONLINEをはじめ、さまざまな稼働支援策を継続して実施する予定だ。

「花慶の日2021」夏の陣ONLINEの総視聴数は、7万3425(前回冬の陣)比117%、最大同時視聴者数2096(同165%)だった。特に注目したいのが最大同時視聴者数の伸びだ。

一般的にLIVE配信を最初から最後まで見る人は少ない。夏の陣の総配信時間は約5時間と非常に長丁場だったため、花慶LIVEなどお気に入りのコンテンツだけを見るスポット視聴も少なくない。にもかかわらず、前回の1.65倍もの同時視聴者数になったのは、どうしてだろう。

理由のひとつは、内容の充実だ。例えば、三大ファン向け情報誌の編集長



ギンちゃんも交え、なごやかな雰囲気配信中の生配信のスタジオ風景

©隆慶一郎・宮前夫・森生央/NSP 1990、版権許諾証 YSR-432

などによるトーク「大かぶき会議」、角田明彦さんの日常にも取材した「角田信明伝」など、前回とは違う「花慶の日ONLINE」の内容が同時視聴者数の増加に影響したと考えられる。

視聴者数増加のために、他にも数多くの施策を実施した。「ニューギングループのYouTube公式チャンネル」は、今年4月に約6000人だった登録者数が、夏の陣までに約9400人に増加。これは、新規種Pやライターの動画などを次々に公開、コソコソとファン層を増やしていった結果だ。

登録者のうち約6000人が夏の陣を視聴。公式チャンネルの充実が視聴者数増加に貢献していることがわかる。

「花慶の日直前!! Twitterキヤンペーン」はツイートインプレッションが合計約54万6000回あり、夏の陣告知動画の拡散に貢献した。夏の陣生配信は、キーワードを構成する文字をひとつずつ発表、番組を最後まで見てもらうためのTwitterキヤンペーンだ。生配信中に2回実施されたクオカードペイ10000円分がその場で当たるTwitterキヤンペーンには、1万4644件の応募あり、最大の盛り上がりを見せた。

夏の陣終了後の8月1日から8日まで、花慶関連の画像を送ってもらう「慶次自慢キヤンペーン」をTwitterで実施。日本記念日協会に認定された8月7日の「花慶の日」での稼働支援にシームレスな形をつなげた。

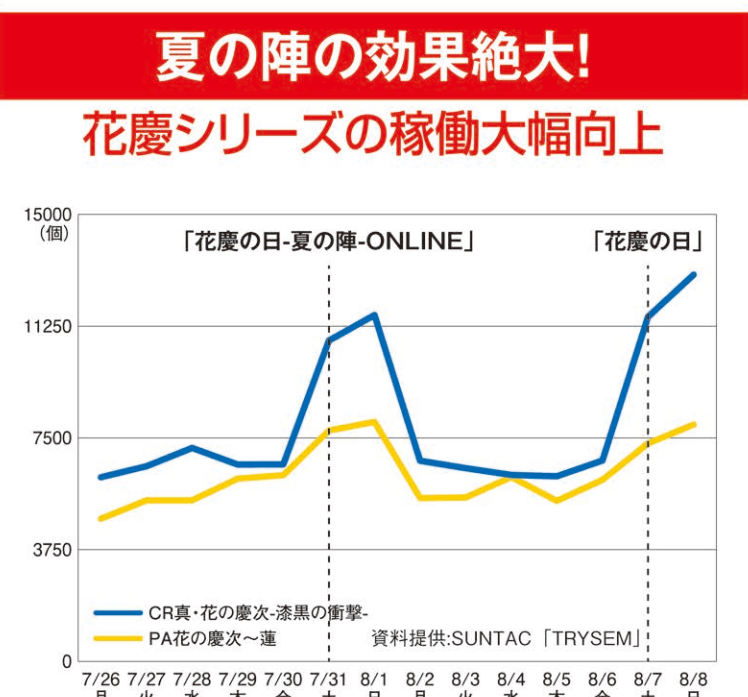
秋以降、新規種のリリースでもホールやファンの期待に応えて、「漆黒をゲーム性のまた違った新規種機としてリメイクした」P真花の慶次2「漆黒の衝撃」EXTRA RUSHのリリースが決定。今までになかったタイプのRUSHを搭載し、爽快な出玉感が味わえるという。9月20日からはテレビCMを放映する予定だ。

「花慶の日秋の宴の開催で来年に繋がる稼働支援を」EXTRA RUSHをはじめ「花慶の日」シリーズの稼働を支援するために、「花慶の日2021」秋の宴ONLINEの開催が決定している。コンテンツをさらに充実させ、視聴者増加の施策もさらにいくつ予定だ。

新規種ではP真花の慶次3「が待機中」夏の陣の花慶LIVEに初参戦した鈴木このみさんの楽曲も搭載される。

ニューギングループのよつと年間を通じて取り組む稼働支援は他に類を見ない。また、「ほろえみさポロプロジェクト」のような社会貢献活動でもひもつけている点も特筆すべきだろう。

ホールやファンの気持ちにしっかりと寄り添いながら適切な実施する地に足がついた施策は、コロナ禍で低迷するホール市場を再び活性化の一助になるに違いない。

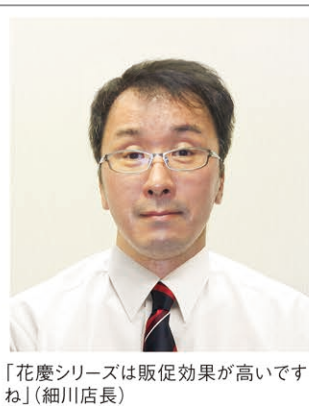


上のグラフは、7月下旬から8月上旬にかけて「CR真・花の慶次2漆黒の衝撃」・「PA花の慶次～運」の稼働推移を示したものだ。漆黒は、「夏の陣」が開催された7月31日とその翌日の日曜日が前日の金曜日に比べ大きく稼働が上がっている。8月7日とその翌日は、「夏の陣」の時に以上に急角度のグラフを描いている。運の甘デジは漆黒ほどではないが、それでも前週月曜日に比べれば、1.5倍から2倍近くの稼働になっている。

活用事例① P・MAX東金店(千葉県)

告知ポスターを契機に 8月の稼働が好調に推移

千葉県内にホール8店舗を展開するP・MAX東金店では、来永和商事は、7月31日に「花慶の日」2021夏の陣ONLINEが配信された効果を実感している。グループが用意した夏の陣告知ポスターを掲示した。



「花慶シリーズは販促効果が高いですね」(細川店長)

「ポスターを見たお客様から質問を受けたスタッフもいました。実際に当日に視聴したというお客様もいて、ポスター告知の効果はあったと思います」(細川店長)。

ポスターの効果から、夏の陣が配信された翌日から同店に設置されたパチンコ「花の慶次」連の稼働は上昇。8月7日が日本記念日協会に認定された「花慶の日」ということもあって、8月の稼働は好調

活用事例② プラザ5昭島店(東京都)

8月7日を祝うファンが大勢来店し稼働4倍に

「プラザ5昭島店」東京都昭島市の佐藤光一店長は、昨年に引き続き「夏の陣」花慶の日を集客アプリに活用した。

「特に効果的だったのは8月7日の「花慶の日」の方で、別のメーカーさんの限定した遊技機の記念日も他店に比べて重なるので、店内用のポスターをオリジナルで作って掲示しました」。

同店では、4円に「CR真・花の慶次」漆黒の衝撃が8台、「PA花の慶次」連が2台、0.5円に「P花の慶次」連(ミッドル)14円に「PA花の慶次」連を各1台導入している。特に「漆黒」は普段から人気が高いため、他店が減台を進める中、同店では導入時と同じ台数を維持している。

「おかげさまで、稼働はいつもの4倍に、中でも漆黒が一番

主軸機に育成したい 「真・花の慶次」最新作

新規種機への移行期間である現在、長期間使える主軸機の育成は容易ではない。しかし、佐藤店長は「この時期だからこそ、メーカーはビッグタイトルの完成度を高め、しっかりと稼働支援をしてほしい」という。

「ニューギンさんはコロナ禍でも「花慶の日」をオンラインイベントとして継続してくれているので、非常に満足しています。」「牙狼月虹ノ旅人など長く使える新規種機が増えてきましたが、次は「P真花の慶次3」の番だと大いに期待しています」。

リツイートでも、「夏の陣を見て打たくなった」と投稿するファン多数

ちゃん @mij... 2時間
返信先: @ja...
私も花慶見て慶次久しぶりに打ちたくなりました(´・`)
てか大西さんの歌声がやっぱり最高すぎますね! 慶次で右打ちしてる時は大西さんの花よ、咲き誇れいつもチョイスしちゃいます(´・`)

子 @tachi216ko... 3時間
返信先: @ja...
こんにちは(´・`)
慶次順調に出てるかなあ?
花慶の日見てから、曲が頭の中でエンドレスです
100万発出ますように(人・`・`)

う @to... 4時間
返信先: @ja...
私も花慶の日見て慶次打ちたくなって翌々日休みだから打ったよ
四連で終わっちゃったけど、ちょいブラで帰った

Twitterでファンの花慶愛がいっぱい集まった!

Twitterで実施した各種のキャンペーンの目的は、視聴者数を増やすためだけではない。画像や動画とともに投稿されるファンの生の声が、次の「花慶の日」の企画やさまざまな稼働支援にも反映される。さらに、機種開発にも活かされてホールやファンに寄り添った市場づくりに結びついていく。

【画像右】明の女頭目、春麗のコスプレをしながら、夏の陣を楽しんだという投稿者。メイクもなかなか本格的。

【画像下】慶次自慢キャンペーンに応募したファンのもの。原作コミック全巻揃いやマグカップ、タオルのほか、熊本で開催されたイベントのショットや実機の写真が添えられているなど、慶次愛がいかに発露された投稿になっている。

【画像右下】慶次の供養祭が行われる山形県米沢市で撮影。慶次ゆかりの堂森善光寺で今年、前田慶次の墓所と推定される遺跡が見つかったという。

