2021年（令和3年）10月25日 月曜日 第789号（毎週1回発行）

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
2021年（令和3年）10月25日 月曜日
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 https://www.amusement-japan.co.jp

週刊アミューズメントジャパンは
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

Weekly Amusement Japan
©2021 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。

今週の紙面から

前作を進化・継承した“009”
『P009 RE:CYBORG ACCELERATOR EDITION』ニューギン 2面

“鉄骨踏破”で7700個
『Pカイジ鉄骨渡り 勝負編7000』高尾 2面

各台にワイヤレス充電器
スマホを置くだけで急速充電 アイランド秋葉原店 2面

2月危機をどう乗り越えるか
使用済み旧規則機の適正処理へ 3面

特集 社員研修で業績を上げる!
プラスアルファ、グローバルアミューズメント、第二営業部、アミューズ・ファクトリー 4面

盲導犬協会に寄付
回胴遊商 東北支部 2面

組合員ら72人が献血
中国遊商 2面

777Realで獣王がビデスロに
サミーネットワークス 2面

本紙調査

遊技頻度減少6割超

「減少」→「離反」どう防ぐ!?

既存プレイヤーの遊技頻度についてパチンコ・パチスロポータルサイト「P-WORLD」上で調査した結果、6割超が「1年前の今頃より減った」と回答した。ライト化したプレイヤーをいかに離反させないかが、今後の課題と言えそうだ。

1年前の今頃と比べて、遊技頻度に変化があったかどうかをアンケート調査で尋ねた(図1)。その結果、遊技頻度が減少したと回答したのは63・8％(「減った」38・2％、「やや減った」25・6％)。過去にも前年同期との遊技頻度を尋ねているが、これだけ減少者割合が高かったのは初めてだ。

では、どんな客層が減少したのか。普段遊技している種目別で減少割合をみると、「パチンコ派(パチンコのみ・主にパチンコ)」が64・2％、「半々派(パチンコとパチスロ半々)」が63・8％、「パチスロ派(主にパチスロ・パチスロのみ)」が63・0％とほとんど差異は見られなかった。

明確な差異が見られたのは、普段の遊技頻度だ。現在の遊技頻度が低い人ほど、ここ1年で遊技頻度が減ったと回答した人の割合が高い(図2)。「月に1回以下」では実に93・9％が減ったと回答するなど、(現在の)ライトプレイヤーの頻度低下が際立っている。

「ライト層」でその割合が高くなるのはある意味で当然だ(減ったからライト層になった)。逆に言えば現在のライト層の何割かは1年前はライト層ではなかったということだ。多くの商品やサービスで(購買・利用)頻度の低下は離反の兆候で、パチンコ・パチスロも例外ではない。今後、こうした「現在のライト層」をいかに完全に離脱させないか、さらには再度頻度を高めてもらうかが重要になってくる。

遊技予算別にみると、使用金額1回あたりの負け許容額)が3万円を超えると遊技頻度が減少した人の割合は低下。高予算遊技者より低予算遊技者のほうが減った人の割合が高い傾向にあった。

遊技頻度が減少した理由を尋ねたところ、「打ちたい遊技機がなくなった」が最も多く、約7割がこの理由を選択。特に半々派、パチスロ派の回答率がパチンコ派よりも約13ポイント高かった。これはパチスロ6号機に対する不満が高いためと推察される(図3)。

次に多かったのは「遊興に使える予算が減った」で32・0％。この回答はパチンコ派の方がパチスロ派より4ポイント高かった。次いで「新型コロナウイルスに感染することを懸念して」で29・1％。アンケートを実施した9月5日時点でワクチン接種率は47・1％、東京都の感染者は1日に約2000人。現在よりも「新型コロナへの感染」を懸念する人の割合は高かったと考えられる。

このほか、「遊技中にたばこを吸えなくなった」も28・1％と少なくない。遊技しながら加熱式たばこを吸えるホールは増えたが、紙巻きたばこ喫煙者もまだ多いため、「原則禁煙」のマイナス影響は決して少なくないようだ。

図1 1年前と比較した遊技頻度の変化

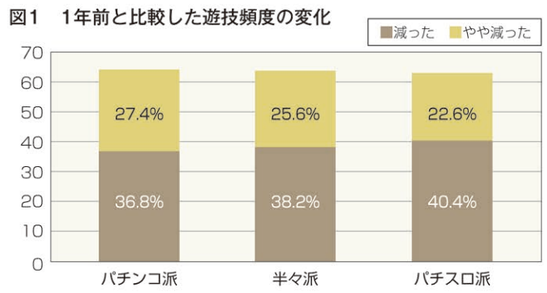


図2 現在の遊技頻度別に見た減少した人の割合

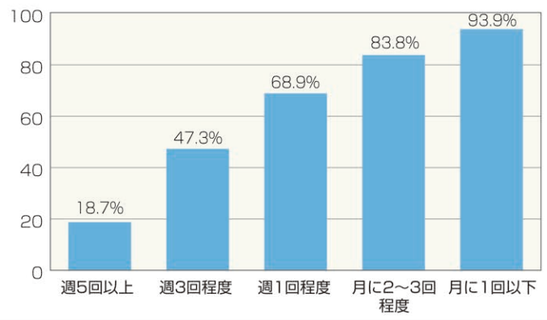
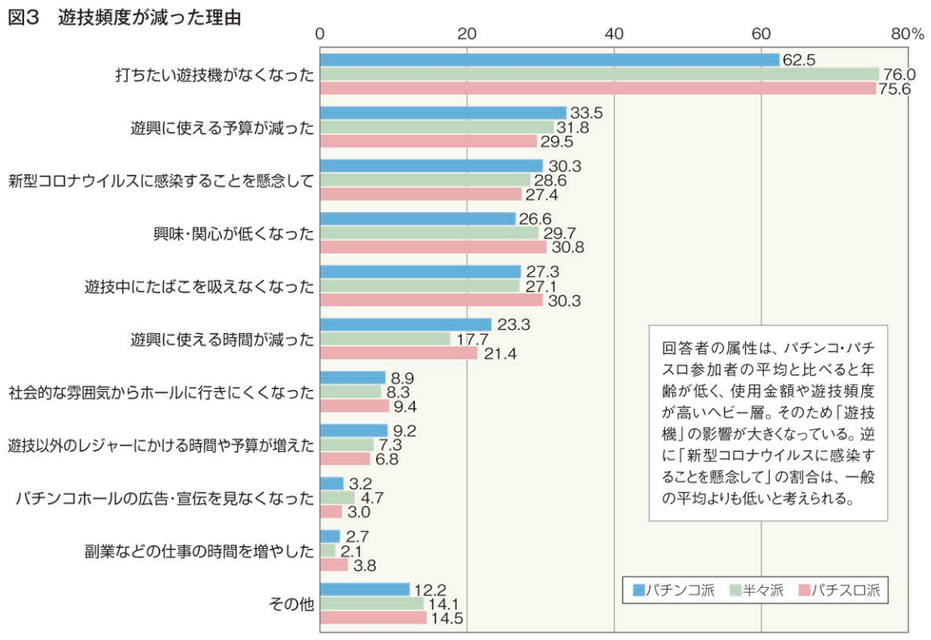


図3 遊技頻度が減った理由



シャッターで街を元気に

合田観光商事

北海道を中心にホール36店舗を展開する合田観光商事(札幌市中央区)の『ひまわり札幌駅前タワー店』(同)で5日、新たなシャッターアートがお目見えした。今夏から始めた専門学校札幌デザイナー学院との共同プロジェクトで、第2弾となる作品だ。

「地域のために街を元気にしたい」と願う同社と、「社会とデザインの繋がりの場」を求めていた同学院。両者はイラストキャラクター専攻の学生がカリキュラムで制作した作品を、店舗シャッターに掲出する企画を立ち上げた。常時下りているシャッターは、札幌駅方面に向かう4車線道路に面しているため、アートは運転者からも通行人からもよく見える。

9月度の第1弾アート。カッティングシートで施工されている

作品のテーマは「街を明るくするモノ、ヒト、コト」。同社営業本部長、同店店長、広報課および学院講師が協議し、公募の中から全12点を選出。9月度から月替わりでお披露目を始めた。

前日に見納めとなった第1弾の作品は、気球の風船部分がたくさんのひまわりで表された明るいイラスト。「時節柄の空気に負けずに、これからの明るい未来を感じさせる」という理由で選ばれた。

立体駐車場にEV充電器

玉屋

福岡、佐賀でホール15店舗を展開する玉屋(福岡市中央区)は11日、『玉屋本店』(福岡市中央区)の立体駐車場に電気自動車用の充電器を3台分設置した。24時間利用可能で、料金は1時間あたり150円。非遊技者は別途、駐車料金がかかる。

立体駐車場8階部分の一画に3台分設置した

世界的な環境意識の高まりは、各産業界にクリーン社会への参加を促している。環境に配慮した取り組みで社会に貢献したいとする同社は、「福岡市が進めるエネルギー政策に共感した。都市部店舗である本店に設置することで、電気自動車の利便性向上、普及につなげたい」とコメントしている。

断水被害でトイレ開放

延田グループ

大阪府を中心に関東以西でホール65店舗を展開する延田グループ(大阪市中央区)は、3日に発生した六十谷(むそた)水管橋の崩落を受けて、断水が生じた和歌山市民のために市内に所在する『スロット123梶取店』のトイレを開放した。

紀の川に架かる六十谷水管橋は、川の南側の浄水場から北側の配水池に水道水を送っていた。崩落によって北側の約6万世帯で断水が発生し、公共施設のトイレの使用が見合わせられた。同店は営業時間である午前10時から午後10時45分まで、特別対応として18歳未満を含む市民のトイレ利用を受け入れた。

従業員の禁煙治療を補助

ABC

静岡県内を中心にホール35店舗を運営するABC(静岡市)は14日、禁煙治療の費用補助制度を設立したと発表した。

喫煙習慣のある従業員が禁煙に向けて医療機関で健康保険を適用して治療を受けた場合、ABCは医療機関などで治療にかかった費用を全額負担(上限2万円)する。21年10月11日から22年12月末までの期間内に治療を開始または治療中の従業員が対象となる。

同社は「健康経営優良法人2021」の中小規模法人部門で認定を取得。今回の取り組みについて「従業員の健康が会社の財産であると捉えており、会社からのメッセージとして禁煙を推奨し、従業員の健康維持・増進に繋げるべく実施するもの」としている。

青少年育成に200万円寄付

広島県遊協

広島県遊技業協同組合は、県教育事業団主催の「文化・スポーツ活動振興事業」に200万円を寄付。7日に県立総合体育館で行われた「令和3年度文化・スポーツ活動等振興事業寄附受納式」で、延川章喜理事長から教育事業団の樽谷敏治理事長に目録が手渡された。

樽谷理事長(右)から感謝状を受け取った延川理事長

同県遊協は、1982年から同事業活動に対する寄付を継続。これまでの総額は1億4000万円以上に上る。寄付金は幼児、児童、青少年の各種大会、スポーツ行事などの顕彰物品などに使用されている。

マーケティング講座 増客する店長の視点 シーズン3 ㉝

答えを与える研修で人は育つか?

株式会社 第二営業部 堀川和映 顧問

私は企業研修や勉強会では、受講生に具体的な答えを教えないようにしています。そのため、ある受講生は私のオープンセミナーに参加して驚いたそうです。彼が努力して時間を要して知った答えを、オープンセミナーではいとも簡単に次々と披露したため、彼のライバル法人は簡単に答えを手に入れた。彼はそれが納得できないのです。私は、彼の気持ちもほんの少しだけわかります。しかし、彼とセミナー参加者には大きな違いがあります。

昔、教育界で大変な実績のある大先輩に人材育成の秘訣を尋ねました。その方は「本当に育てたかったら教えないことだ。教えるということは、相手の気づきと成長のチャンスを奪うことになるからだ」と即答しました。そして、「もし答えを与え続けたら、自分で考えることをやめ、与えられる答えに依存する人材をつくることにもなる」と続けました。

大切なことは『気づき』を与える機会をつくることだと、私は理解しました。

皆さんも身に覚えがあると思いますが、押し付けられた答えは活用できず、自ら気づいた答えは活用できるのです。そもそも、押し付けられたものに重要性は感じず、それゆえ忘れやすいのです。「あれ? よく考えると不思議だな」「いままで当たり前だと思ってたけど、何かおかしいな?」と自分で考え始めてから答えを与えられると、強く印象に残る有意義な情報になります。

しかも、人の認知特性と価値観は皆バラバラであるため、ひとつの答えに対してひとつの表現では、伝達力に限界が生じます。勉強会参加者の多くが自分の潜在能力に気づき、実力を発揮できるようにするのが講師業ですから、同じ意味を違う角度や価値観から多彩に表現できなければなりません。

その一方で、企業や受講者の方に考えていただきたいのは、3時間程度の勉強を月に1回しても年間わずか36時間ということです。食事や睡眠を除いた生活時間の0・6％程度の勉強や練習で、能力を伸ばせると考えるほうがどうかしています。

さて、本稿では特別に、【繁盛店にする7つの方法】の答えを書きます。①経常利益率を高くする ②自己資本比率を高くする ③客単価を上げながら増客する ④減客する行動を減らす ⑤増客する行動を増やす ⑥良い顧客を選別して贔屓客にする ⑦自動業績アップの仕組みをつくる(数値が出せる人材を育成する)です。

言うまでもなく一番重要なのは7番目です。そして、8割の経営幹部がそれを知っています。しかし実践しているのは、そのうちのわずか25％です。業績をアップできる人材育成に取り組んでいても、答えでなく『気づき』を与えるスタイルで行っている企業はごく少数です。

教えても伝えても、本を読ませても、従業員が変わらないのはこういう理由です。企業によっては、従業員が基礎を身につけるまでに3年以上かかる場合があります。なかなか成果が見えないため、途中であきらめてしまう企業もあります。遅効性の施策は、途中段階の成果・成長の角度は直線的ではなく、まったく進歩が見られない横ばいの時期を含む階段状だということを知っておいてください。どこかで閾値を超えたとき、爆発的に成長するのです。

ほりかわ・かずあき
株式会社 第二営業部 顧問／パチンコホール経営企業、セキュリティ会社役員、遊技機メーカー管理職など多彩な経歴で遊技業界歴は35年以上。現在はパチンコマーケティングを中心に講演やセミナー、勉強会を開催している。

アミューズメントジャパンは
全国のホール様、
ホール経営企業様に
無料でお届けしています。

新店オープンや店舗名変更などの際は下記までお知らせください。
株式会社 アミューズメント プレス ジャパン 管理部
〒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
メール info@amusement-japan.co.jp

ニューギン

前作を進化・継承した“009”

『P009 RE：CYBORG ACCELERATOR EDITION』直営店導入レポート

『パーラーニューギン』（名古屋市）は12日から、パチンコ新機種『P009 RE：CYBORG ACCELERATOR EDITION』のテスト導入を開始。多くのパチンコファンから支持を得ている「009 RE：CYBORG」シリーズの最新機種だ。

全国導入に先駆けて、4円貸しに6台、1円貸しに5台設置。18時の部分オープン前から待機列を作り、オープン時には満台でスタートした。

本機は大当たり確率1／199・80のライトミドルタイプ。前作よりも初当たり確率、RUSH突入率がアップして、さらに遊びやすくなった。

初当たり後は主に時短100回のチャンスゾーンに突入。時短中の特図2大当たりで、ST100回の「加速RUSH」に突入する。継続率は約90%、さらに高速消化と前作を継承したRUSHを実現。今作から遊技するユーザーも、爽快感ある右打ちを楽しめるだろう。

RUSHに突入した市内在住の50代男性は「前作をよく打っていたので楽しみにしていた。やはりRUSH中のスピード感ある連チャンがたまらない」と話していた。

また、この日は『PA野生の王国5』も先行導入。4円貸しに4台、1円貸しに4台、0・5円貸しに2台設置した。

本機は大当たり確率1／99・90の甘デジタイプ。初当たり後は10回転のST「楽園モード」に必ず突入する安心スペックだ。

特徴は多彩な演出。保留変化や入賞時ボタンバイブ演出動物のミニキャラが活躍するなどさまざまな演出を用意している。加えて、ST中と時短中のみ楽しめる演出も搭載。時短中専用演出では「ハンマー投げリーチ」や「ウェイトリフティングリーチ」など、スポーツ関連のリーチを搭載した。

全国導入は『P009 RE：CYBORG ACCELERATOR EDITION』が11月8日、『PA野生の王国5』が12月6日を予定している。

オープンとともに満台スタートした『P009 RE:CYBORG ACCELERATOR EDITION』
©2012「009 RE:CYBORG」製作委員会

3つの貸玉料金に導入した『PA野生の王国5』

アイランド秋葉原店（東京都千代田区）

各台にワイヤレス充電器

ホール最前線

スマホを置くだけ急速充電

先端技術とサブカルチャーの聖地、東京・秋葉原にある『アイランド秋葉原店』には、パチンコの各台にスマホ用のワイヤレス充電器が導入されている。防塵防水対応で、15wの急速充電が特徴だ。

同店ではサンドのUSB端子からスマホの充電が可能だが、充電用ケーブルの管理が煩雑だったため、2年前にケーブルの貸出を中止。以降、業務用の使用に耐えられる充電器を探していた。

最先端の製品に詳しいユーザーも多数来店する同店が選んだのは、日本オゾンが取り扱うオランダの専業メーカーZENS製だった。2019年12月に部分的にテスト導入。昨年4月の遊技フロアの全面禁煙化の後、段階的に設置工事し、今年4月にパチンコ全2004台分に導入した。

同店の店長を務めるアイラさんが経緯を説明してくれた。

「決め手は、ZENS製スマホワイヤレス充電器が15wで急速充電できる点です。世の中の主流はまだ5wですが、15wの充電の速さは使えば必ずわかります。もうひとつは防水対応である点です。ドリンクを置く場所に近いので、こぼれることを想定する必要がありました」

この他にも、厚手のスマホカバーを着けたままでも充電できることや、クレジットカードに内蔵されているチップに影響を及ぼしにくいFOD機能付きということもZENSの特徴だ。

「使い方はいたって簡単で置くだけですので、多くのお客様にご利用いただいています。当店のお客様はツイッターユーザーが多いので、タイムラインもチェックしていましたが、好意的なツイートをかなり見かけました。現場では、お客様から『充電できない』と言われることがなくなり、煩雑な対応がなくなりました」（アイラさん）

各台スマホワイヤレス充電器の導入は遊技客にもスタッフにも好評だった。

2019年12月にテスト導入後、段階的に増設し今年4月にパチンコ全台に導入した

クレジットカードに内蔵されているチップに影響を及ぼしにくいFOD機能付きというのも特徴

アイランド秋葉原店のアイラさん

スマホワイヤレス充電器の詳細はこちらをご覧ください

高尾

“鉄骨踏破”で7700個

『Pカイジ鉄骨渡り 勝負編 7000』プレス向けオンライン説明会

高尾は18日、パチンコ新機種『Pカイジ鉄骨渡り 勝負編 7000』のオンライン説明会を開催した。

本機は「パチンコ カイジ」「パチンコ カイジ沼」シリーズに続く新シリーズ。高TSデジパチ＋セット出玉報酬型という魅力的なスペックと、原作の人気ストーリーの一つ“鉄骨渡り”のスリルや達成感がマッチしたチャレンジスペックで登場した。

通常時は鉄骨踏破までの4つの試練に挑む。まずは大当たり確率1／69・9の「鉄骨チャンス図柄」獲得を目指す。鉄骨をイメージした役物の上をミニキャラのカイジが進むほど、「鉄骨チャンス図柄」獲得のチャンスだ。

「鉄骨チャンス図柄」停止で140個を払い出す1R大当たり「鉄骨チャンス」へ。出玉獲得後に発生する鉄骨エピソード成功で、次なる試練「鉄骨BONUS」へと進む。「鉄骨BONUS」は「鉄骨チャンス」と合わせて合計700個を払い出す大当たり。最終ラウンドの演出でアイコンを獲得できれば「ファイナルブリッジ」突入だ。

「ファイナルブリッジ」は運命を分ける最終ジャッジ。カイジのシルエットをかたどったランプが点滅し、Victoryランプで止まれば5R×10セットの最大7000個を獲得することができる「SEVEN THOUSAND BONUS」に当選する。7000個獲得までの時間は約11分と高速消化のため、仕事終わりやスキマ時間でもひと勝負できる。

鉄骨から途中で落下してしまうと最初からのスタートだが、踏破できれば合計7700個（※）を獲得することができる、まさにカイジの世界観を再現したゲーム性。カイジファンはもちろん、原作を知らずとも最高のスリルと達成感を味わえそうだ。

ホール導入は関西・中国地方が11月8日から、そのほかの都道府県は11月22日を予定している。

※鉄骨BONUS（700個）＋SEVEN THOUSAND BONUS（7000個）の合算値

©福本伸行/講談社　©福本伸行/講談社・VAP・マッドハウス・NTV・D.N.ドリームパートナーズ
©福本伸行/講談社・VAP・NTV

回胴遊商　中部・北陸支部

矢田川河川敷を清掃

回胴式遊技機商業協同組合の中部・北陸支部は8日、全商協所属の中部遊商と合同で愛知県内を流れる矢田川の河川敷清掃を実施した。この活動は今回で5回目。

同支部では、より良い河川環境を実現し、誇りを持てる庄内川にするための自主的なボランティア活動が行えるように国土交通省庄内川河川事務所がサポートする「庄内川アダプト」に参画。両団体から合計51人が参加した。

参加者は「毎年参加しているが年々河川敷がきれいになっており、この活動の成果を感じる」と話している。

清掃活動に参加した組合員

回胴遊商　東北支部

盲導犬協会に寄付

回胴式遊技機商業協同組合の東北支部は7日、社会貢献活動の一環として、支部催事などで集めた募金10万円を公益財団法人日本盲導犬協会に寄付。2016年から継続している活動は今年で5回目。

同支部事務所で行われた贈呈式では鈴木正浩支部長から、同協会仙台訓練センター（スマイルワン仙台）の広報活動を専門に行うPR犬のファロと訪問した、広報・コミュニケーション部の黒田匠氏に目録が贈呈された。

黒田氏（右）に目録を贈呈する鈴木支部長

組合員ら72人が献血

中国遊商

全商協所属の中国遊技機商業協同組合は8日、組合事務所を拠点とした献血バスで献血活動を実施した。毎年行っている活動で、今年が5回目。

新型コロナウイルス感染拡大が続くなか、実施予定日の策定作業を行い、広島県赤十字血液センターの担当者と調整を重ねて実施に踏み切った。31社の組合員から社員及び事務局職員72人が参加し、一人あたり400㎖の献血を行った。

同組合は「参加者と採血人数が毎年少しずつ増えてきている。今後も献血バスによる献血の定着を図っていきたい」としている。

献血バス内で血液を提供した

サミーネットワークス

777Real で獣王がビデスロに

サミーネットワークスは19日、スマホ向け無料パチンコ・パチスロアプリ「777Real」でサミーがソフト開発したビデオスロット「獣王～BEAST KING～」の配信を開始した。

配信を記念した総額100万円のキャンペーンも実施。「GRAND JACKPOT」に当選した先着1000人に必ずpaypay1000円相当が贈られる。景品はなくなり次第、終了となる。

移転

トーケン

トーケンは東京営業所を移転する。移転先は左記のとおり。営業開始日は11月1日。

〒105・0012
東京都港区芝大門1・2・21
セゾンビル芝大門5F
TEL：03・3438・0698
FAX：03・3438・0624

New Machine Digest

ビスティ
新世紀エヴァンゲリオン～未来への咆哮～
問い合せ／フィールズ㈱　導入予定日　12月上旬

©カラー ©カラー／Project Eva.

入りやすく継続しやすいミドルタイプのV-ST機

スマートハンドルを搭載した新筐体の採用、エヴァンゲリオン最終号機・エヴァンゲリオン無号機の初登場など話題満載。突入の間口が広く継続率も破格なV-ST機で出玉のかたまりが出やすく、新規則機完全移行後も主軸機として稼働が期待できる仕上がりになっている。筐体上部には、「BIG IMPACT初号機」を搭載。大当たり時以外にも様々な場面で咆哮と共に可動、かつてない大きさと迫力で世界観を盛り上げる。

ミドルタイプ	
大当たり確率（低確率時）：約1/319.7	
大当たり確率（高確率時）：約1/99.4	※確変は特定ラウンドにおけるV入賞が条件
ST突入率：約70%	※ST突入割合59%に時短100回での引き戻し約26.9%と保留での引き戻し約1.2%を含む
ST継続率：約81%	※ST継続率80.7%に残保留での引き戻し約1.2%を含む
賞球数：1&1&5&15	
ラウンド：3Ror10R・10カウント	

KYORAKU　遊タイム搭載機
ぱちんこ 乃木坂46
問い合せ／京楽産業.㈱　導入予定日　11月22日

©乃木坂46LLC　©KYORAKU

人気楽曲とRTCを搭載 レジェンドメンバーも登場

国民的アイドルグループがパチンコで登場。人気楽曲全25曲に加えて、コンサート気分を味わえるRTCも搭載した。初当たりの「チャレンジBONUS」の演出成功で、「ぐるぐるRUSH」に突入する。RUSH消化中に「ありがとうフリーズ」から7図柄大当たりすると、3回の大当たりが訪れる「LEGEND Vストック」を獲得。卒業生の西野七瀬さん、松村沙友里さん、白石麻衣さんがレジェンドメンバーとして登場する、本機最高の大当たりだ。

ライトミドルタイプ
大当たり確率：約1/229.9→約1/3.7（大当たり確率と小当たり確率の合算値）
RUSH突入率：約56%（時短引き戻し含む）
RUSH継続率：約84%（7揃いによるVストックを含む）
RUSH回数：ぐるぐるRUSH 時短1回+残保留4個 LEGEND Vストック中 時短100回+残保留4個
時短回数：50回or100回
遊タイム：大当たり間599回消化後、時短873回転
ラウンド数：2Ror10R・10カウント
賞球数：3&1&1&1&4&6&12&15

高尾
Pカイジ鉄骨渡り 勝負編 7000
問い合せ／㈱高尾　導入予定日　11月22日 ※関西・中国地方は11月8日から

©福本伸行/講談社　©福本伸行/講談社・VAP・マッドハウス・NTV・D.N.ドリームパートナーズ
©福本伸行/講談社・VAP・NTV

4つの試練を突破し合計7700個を獲得

まず通常時は「鉄骨チャンス図柄」獲得を目指す。「鉄骨チャンス図柄」獲得で「鉄骨チャンス」に突入し、ミッション成功で「鉄骨BONUS」へ。「鉄骨BONUS」消化中に「ファイナルブリッジアイコン」を集め、最終ラウンドでアイコンを獲得できれば、「ファイナルブリッジ」に突入する。「ファイナルブリッジ」で、Victoryランプが点灯すれば最大7000個を獲得できる「SEVEN THOUSAND BONUS」に当選だ。

特殊タイプ	
大当たり確率：1／69.9	※お打ち中大当たり確率:1/1　※大当たりはV入賞が条件
時短回数：0回or99回	
セット回数：10回	※SEVEN THOUSAND BONUS時
最大トータル払い出し個数：7700個	※鉄骨ボーナス（700個）+SEVEN THOUSAND BONUS（7000個）の合算値 ※特図2小当たりのV入賞が条件　※大当たりはV入賞が条件
ラウンド数：1Ror5R・10カウント	
賞球数：2&1&4&5&1&1&14	

平和　遊タイム搭載機
Pガールズ&パンツァー劇場版_甘デジ
問い合せ／㈱平和　導入予定日　12月6日

©GIRLS und PANZER Projekt
©GIRLS und PANZER Film Projekt

遊びやすさ重視の戦車道 白熱する2連戦を身近に

戦車道をより手軽に楽しめるように、一般的な甘デジよりも大当たり確率を高く設計した1種2種混合機。初当たり後、5連戦の攻防「戦車道チャレンジ」で1回でも勝利すれば、「戦車道 運命の2連戦」に突入する。直行（2%）を含む突入率は約51%、継続率は約78%だ。戦車道は当該変動+残保留4個の5変動が1セット。白熱する2連戦が展開する。特図2大当たりの50%は10Rで、「パンツァーランク」が高いほど期待できる。

甘デジタイプ
大当たり確率：特図1=1／89.0、特図2=約1／7.7（※1）
戦車道突入率：約51%（※2）
戦車道継続率：約78%（※3）
賞球数：1&8&6
ラウンド数：4Ror6Ror7Ror8Ror9Ror10R・10カウント
遊タイム：大当たり後267回転消化で時短200回

※1 大当たり確率1/89.0、小当たり確率1/8.4の合成確率
※2 電サポ1回（約13%）+残保留4個（約43%）+直行ルートの合算値
※3 電サポ6回（約56%）+残保留4個（約43%）および電サポ200回（約99.9%）+残保留4個（約43%）の合算値
※小当たり経由時はV入賞が条件

西陣　遊タイム搭載機
P春一番～恋絵巻～ GC250A
問い合せ／㈱西陣　導入予定日　12月20日

©NISHIJIN

踏襲スペックに安心も 遊タイムと時短図柄搭載

すべての大当たりで50回のST「乱舞モード」に突入する100%確変機。特図2大当たりの25%が最大ラウンド、初当たりから最大ラウンドの期待が大きい通常時8個保留といった前作「こいこいハ」の特徴を踏襲し、打ち応えを再現した。加えて遊タイムと時短図柄というチャンスルートも搭載。遊びやすさに磨きをかけた。遊タイム発動時は「蒼天モード（時短341回）」、時短図柄当選時は「花魁おもてなしモード（時短20回）」に移行する。

甘デジタイプ
大当たり確率：1／89.90→1／67.98
確変割合：100%（ST50回）
賞球数：2&3&1&3&2&4&10
ラウンド数：2Ror4Ror10R・10カウント
遊タイム：低確率250回転消化で時短341回
時短図柄確率：1/496.48で時短20回

メーシー
Pデビルメイクライ4 クレイジーバトル
問い合せ／㈱ユニバーサルエンターテインメント　導入予定日　12月

©CAPCOM CO., LTD. ALL RIGHTS RESERVED.
©UNIVERSAL ENTERTAINMENT

上乗せ特化ボーナスで払い出し最大3000個

「CRAZY BOUNTY」は、ラウンド上乗せが連打する上乗せ特化BONUS。初当たりが7図柄揃いなら「CRAZY BOUNTY」に直行、それ以外は「CRAZY BURST」へ。突入期待度約72%と高確率で「CRAZY BOUNTY」に突入する。「CRAZY BOUNTY」は、最大払い出し個数3000個で、1/1.39（約72%）でループすることに加え「CRAZY BOUNTY」自体をストックすることもあり、大きな出玉の固まりを手にする大チャンスとなる。

ミドルタイプ／1種2種混合
大当たり確率：1／319.68
右打ち中大当たり確率：1／1.39
CRAZY BOUNTY突入率：約72%
時短回数：1回or100回
賞球数：3&1&7&7&3&2&10
ラウンド：3Ror5Ror10R・10カウント

機種情報について　▼時短はSTを含めた回数です　▼パチスロのボーナス枚数は、すべて純増です　▼導入予定日（最速）は納品日ではなく、オープン日を指します　▼問い合わせ先は各社最寄りの営業担当まで　▼スペックはアミューズメントジャパン調べ

緊急対談

2月危機をどう乗り越えるか

使用済み旧規則機の適正処理へ

東日本遊技機商業協同組合
中村昌勇 理事長

株式会社ユーコーリプロ
金海基浩 常務取締役

旧規則機撤去期限の2022年1月末まで残り3カ月余り。しかし、ホールやホールの倉庫、運送会社の倉庫などにはいまだに大量の旧規則機が存在し、その排出は必ずしも順調に進んでいない。そのため、撤去期限後の2月に大量の使用済み遊技機が発生する可能性が極めて高くなってきた。廃棄台の不法投棄が社会問題化した過去の教訓から業界は何を学ぶべきか。危機感を強める東日本遊技機商業協同組合の中村昌勇理事長と、処理会社大手ユーコーリプロの金海基浩常務取締役が世代を超えて話し合った。

金海　中村理事長には、2018年の規則改正で旧規則機の撤去が決まった後、廃棄台処理の問題で最初にご相談させていただきました。過去の野積み問題を踏まえ、今後に向けたヒントやアドバイスをいただき、とても参考になりました。

中村　廃棄台の問題は、業界が社会に対してどう責任を負うかという問題として考えなければいけないんですよね。

金海　中村理事長は全商協の会長も務められていますが、かつての廃棄台問題に携わったのが主に東遊商さんということで、今日は東遊商の理事長として、廃棄台の適正処理に関する課題について改めて教えていただければと思います。

中村　まずは1994（平成6）年の廃棄台の野積み問題ですよね。埼玉県の寄居町で、大量に野積みされたパチンコ・パチスロが見つかったんです。廃棄台の山が塀を押して、児童が通る通学路にはみ出すほどになった様子がテレビのニュースや新聞などで報道されて、社会問題化したわけです。これに対応しなければいけないということで、まず埼玉県遊協から話があって、埼玉県遊協と全関東連、日工組、東遊商の4団体で対応に当たりました。最終的に4団体で撤去費用を分担して、約2年をかけて推定約5万台を撤去しました。

金海　その翌年（1995年）も栃木県で野積みが問題になりました。

中村　栃木県の鹿沼市と宇都宮市ですね。でも寄居町と栃木では少し違っていた。栃木で野積みされた遊技機は、主に中国に輸出するために集められた使用済み遊技機だったんです。それが年月の経過とともに売却・輸出が不可能になったのが実態だった。ですから、廃棄に出しているホールさんは、どこでどう処理されているかをわかっていないので、ホールさんを責めようがない。運送業者に問題があった状況でした。

金海　当時はそういう運送業者さんが多かったんですか？

中村　ある意味で、まだリサイクルとか適正処理という認識がなかったんだと思います。そのときは、日工組が主体となって業界7団体で遊技機リサイクル検討委員会を立ち上げるなど、廃棄物処理のルールを決めていき、一方で栃木県との交渉にあたりました。ただ、普通の遊技機であれば問題ないのですが、野積みされている遊技機なので、もう泥のようにぐしゃぐしゃな状態で、これを片付けるのは大変な作業になるだろうと。そこで手を挙げてくれたのがユーコーリプロさんだったんです。最終的には問題発覚から6年後の2002年に、鹿沼と宇都宮の廃棄台合わせて推定約21万台の撤去が完了したんです。

金海　そういうことだったんですね。

中村　当時は遊技機を破砕して埋めてしまうという処理方法が横行していて、リサイクルという概念がなかった。そのなかでユーコーリプロさんがリサイクルという方向でどんどん処理を始めていたんです。廃棄台の処理にあたって関東の処理会社数社に処理を打診しましたが、選んだところはみんな破砕・埋め立て。それが問題になりはじめて、リサイクルという言葉が出てきて、一番きちんと作業ができる処理会社としてユーコーリプロさんに処理をお願いしたんです。

寄居町で野積みされ、社会問題化した大量の廃棄台。処理作業は難航を極めた

金海　当社グループ会長から「昔はリサイクル屋と言われていた」と聞いていましたが、その意味がやっとわかりました（笑）。

中村　東遊商は寄居、鹿沼、宇都宮と、野積み廃棄台の処理を合計3回やりました。つまり3回も苦い経験をしているわけです。2001年に鹿沼と宇都宮の野積み問題の実態調査をしたところ、鹿沼で有価物として収集・保管を行っていた業者に廃棄台を渡したことがあった組合員は、141社中わずか3社でした。それでも中古となると東遊商に責任があるので、処理にあたって相応の分担金を負担しました。そうした経験が伝わっているから、東遊商は廃棄台の問題に対する危機感がものすごく強いのです。

旧規則機の残数を台数で語ってほしい ―金海―

金海　中村理事長は今回の旧規則機の撤去で何が課題だと思われていますか？

中村　今回とくに危惧しているのは、ホールさんが多額の費用を負担しなければならなくなる恐れがあることです。それが保管です。仮に撤去期限後に処理会社が処理できないほど多台数の使用済み遊技機が排出された場合、処理会社がすべてを即座に受け入れることは不可能です。そうなるとホールさんは、使用できなくなった遊技機をどこかに保管しなければならず、保管料がかかります。倉庫に保管できずに、自社の土地に使用済み遊技機を積み上げるようなことになれば、外から見て問題視される可能性もあります。そこを危惧しているわけです。

金海　まさにそこなんです。8月末時点で全国の新規則機の設置割合はパチンコ・パチスロを合わせて約69・7％。つまりまだ約30％の旧規則機がホールに設置されている状況です。この問題ではよく新規則機の設置比率の数字で達成率が話題になりますが、私は旧規則機の残数を台数で語ってほしいと思っています。なぜなら、旧規則機が30％残っているということは、台数で言うと約118万台。この数字は重みがありませんか？　パーセントで語ると、仮に80％を超えれば「まあ行けるだろう」という雰囲気になってしまいそうですが、台数で語ると「まだこんなにあるの？」と危機感を持っていただけると思うんです。

それぞれの立場で責任を果たすべき ―中村―

中村　もっと言えば、機種ごとに落とし込んで話をする必要があるんじゃないかな。検定切れの期日は都道府県ごとに若干異なるから、県ごと、機種ごとに設置期限が切れる機種とその台数を明確にしていくとわかりやすくなりますよね。東遊商の広報誌では毎月、「旧規則ぱちんこ遊技機の下取、買取状況」を掲載しているし、東遊商管内の都県別に機種別の検定期間満了日も掲載しています。組合員販社のみなさんが、ホールさんに伺った際に、それをきちんと説明することが販社の仕事ですから。

金海　おっしゃる通りですね。実感できる台数で情報を共有する必要があると思います。一方で、先ほど中村理事長がおっしゃってくださった保管の問題があります。9月に全日遊連が公表した「遊技機の保管状況調査結果」では、今年5月末時点で自社倉庫、販売商社（全商協・回胴遊商加盟）、運送業者、その他（処理業者・運送業者等）に保管されている遊技機は139万3662台でした。そのうちの約41万台がすでに認定・検定切れの遊技機。約98万台がこの調査以降に認定・検定が切れる遊技機か、新規則機です。これら保管されている使用済み遊技機のほかに、8月末の時点でホールに設置されていた旧規則機はパチンコが約54万4000台、パチスロが約63万5000台で合計約117万9000台もありました。撤去期限まであと3カ月余り。これらの使用済み遊技機が一斉に排出されても、処理会社がすべてを受け入れることは不可能です。

中村　排出者がどれだけ意識してきちんと排出していただけるか。そのための情報をメーカーさんや販社がきちんと提供できるか。下取り・買取りができる機械、できない機械をきちんと伝えてホールさんに対応していただく。これがそれぞれの立場で果たすべき責任だと思います。

金海　パチンコの旧規則機の撤去は比較的進んでいる印象がありますが、パチスロはパチンコよりも設置台数がおよそ3分の2と少ないにもかかわらず、旧規則機の残数ではパチンコを上回っています。先ほども言いましたが、8月末現在の残数はパチンコ約54万4000台、パチスロ約63万5000台、あわせて約118万台という状況です。こうした現実を踏まえると、来年1月31日の撤去期限後に大量の廃棄台が出てくることが予想されます。そのときに備える意味でも不要台を早期に排出していただき、また自社の保管スペースがいまどういう状況になっているのかについて、ぜひ確認をお願いしたいと思います。当社としては、保管場所を散らしたり、時期をずらしたりしながら、どうやって受け入れていくかが今後の課題です。これは処理会社共通の課題だと思います。

中村　設置されている旧規則機に加えて、来年1月末までに倉庫に保管している再設置できない遊技機をどんどん排出していかなくてはならない。そのためにはメーカーさん、ホールさん、販社のそれぞれが責任を果たさないと、またかつてと同じような事故が起きてしまう。それをいま訴えているんです。そのなかでも九州では独自に業界5団体が「九州回収システム」を立ち上げて、進んでいますよね。

金海　昨年11月に「九州回収システム」を立ち上げる1年前ぐらいから、日遊協の樋口益次郎副会長からご提案があって、話し合いをしていました。九州はまとまりが強いので、ホールさんとしても、旧規則機が外せないのであれば、1月31日に旧規則機を外したときに処理会社に迷惑をかけないようにと、倉庫を空けようとしてくださっています。また樋口副会長が、日遊協加盟のホールだけでも11月までに8000台排出しようと呼びかけてくださっていることも心強いかぎりです。ただ、大量の旧規則機が外れるのは来年1月末。2月以降への危機感は他の地域と変わりません。問題が先送りされている状況だという認識です。一方で、折からの半導体不足を受けて、現在、各メーカーさんがメーカー買取に力を入れています。当社のホームページに詳細が載っているので、ご存知でないホールさんは一度閲覧してもらえればと思います。

中村　ユーコーリプロさんは遊技機のリサイクルで業界最大手ですが、月間の処理能力はどのくらいなんですか？

金海　福岡、埼玉、愛知の3工場合わせて、マックス稼働で10万台弱です。1月末に大量に持ち込まれても、当社だけではなく運送会社も含めて、すべての廃棄台を受けられないと思います。当然、運送会社は新台も運ばなくてはいけないので、そちらにもトラックと保管場所が割かれますから、廃棄に充てられるトラックと場所がかなり限られてくる。流通的にも無理があると思います。

中村　それまでに販社としてできることは、ホールさんにきちんと情報を提供していくこと。それは通常通りやっていきますが、さらに都道府県単位で各都府県方面組合さんにこちらから情報を提供していくことも必要だと思っています。

金海　当社はあくまでも廃棄台を受け入れる立場なので、こちらから何かをお願いできる立場ではありません。商業組合さんや全日遊連さんにご協力いただき、残り3カ月の間に少しでも多くの使用済み遊技機を排出していただければありがたいです。

中村　確かに、リサイクル業者さんがどんどん出ていくと、営業になってしまうからね（笑）。いまは営業より責任を果たすというところで、金海常務も一生懸命やられている。ホールさんも早期排出というところで責任を果たしていただいて、その後はリサイクル会社にしっかり対応していただく。それがあるべき姿じゃないですか。

金海　とにかく、業界の人たちすべてにこの問題について関心を持っていただければと思っています。

中村　これからの業界は金海常務の世代が担っていくんですから、早くこの問題を解決して、どんどん先に進んでください。ぼくらはそれを見て面白がっているだけで（笑）。ただ、あれやって、これやってと言われれば、そのサポートはしっかりやりますから。それがぼくらの役割。それでうまくいったら、「よかったよかった！」と。

金海　これからも見守っていただけたらと思います。今日はありがとうございました。

1994～2002年
廃棄台リサイクル問題とその取り組み
資料提供：東日本遊技機商業協同組合

1994年11月	日工組、東遊商、全関東連、埼玉県遊協の4団体が埼玉県寄居町の住宅地に野積みされた廃棄台推定約5万台の緊急撤去作業開始
1995年2月	栃木県鹿沼市内の廃棄台野積み現場を視察
1997年3月	九州遊商が全商協8単組のトップを切り、「広域再生利用指定産業廃棄物処理者」の指定を受ける
	他の7地区遊商は平成11年（1999年）6月に厚生省から指定を受け、処理地域が全国に拡大
1997年6月	業界7団体による遊技機リサイクル検討委員会が発足
1997年11月	遊技機等廃棄処理確認伝票（マニフェスト制）を導入
1998年4月	廃棄台の適正処理に係る搬送事業者説明会を開催
	廃棄台を搬送する運送業者を組合登録制とし認可証明を発行
1999年10月	東遊商に登録する運送業者34社が「遊技機運送事業協力会」を設立、流通セキュリティーの強化を図る。（遊技機運送事業協同組合の前身となる）
2001年5月	栃木県鹿沼市と宇都宮市の野積み問題について実態調査。日建工業が関わるものとして、鹿沼市は15万台、宇都宮市には10万台。鹿沼市の廃棄台は有価物として収集、保管してきたが、年月の経過とともに売却・輸出が不可能な状況になったとのこと。宇都宮市の廃棄台は有償取引していたと主張。回答組合員141社のうち日建工業に廃棄台を渡したことがある販社は3社、野積み廃棄台の調査の結果、自社の取扱いがないという自信がある組合員136社、「ない」が5社
2001年8月	栃木県鹿沼市・宇都宮市に野積みされた廃棄パチンコ台の撤去を日工組・東遊商が行うこととなり栃木県に申し入れ
2001年10月	栃木県合同庁舎で日遊協、日工組、東遊商と行政担当者との打ち合わせが行われる。パチンコ業界団体と受託業者で廃棄物処理法に基づく契約を交わす。パチンコ業界と県産廃協会とで支払い事務に関する文書を取り交わす。産廃協会でマニフェストの発行・管理を受託。日建工業から誓約書を徴収
2001年11月	栃木県鹿沼市の廃棄台の処理がスタート
2002年5月	栃木県鹿沼市の野積み廃棄台問題で、約15万台の廃棄台の撤去が完了
	鹿沼の廃棄台問題をめぐり15万台に及び廃棄台の撤去に当たった日工組、東遊商と業界のリサイクル関係の意思決定機関である遊技機リサイクル推進委員会に対し、栃木県と同県鹿沼市が感謝状を授与
2002年7月	日工組、東遊商主導による栃木県宇都宮市の野積み廃棄台の撤去が完了。問題発覚から6年、同県鹿沼市と合わせて約21万台が撤去された

最新カタログが発刊
ぱちキャラ！オンライン

「ぱちキャラ！オンライン」URL
https://www.taikonet.co.jp/

日本最大級のパチキャラグッズを取り扱うECサイト「ぱちキャラ！オンライン」を運営する大宏は、これからの季節に合わせたグッズを取り揃えた最新カタログを発刊した。

海物語シリーズとジャグラーシリーズの雑貨や装飾品、お菓子などの商品はもちろん、クリスマス、お正月といった、これからの季節に適した商品を準備している。

クリスマス商品には、クリスマス仕様のパッケージが特徴のクランチバーやラスクなどを用意。さらに対象商品となる「マリンのミニバウム」、「ジャグラージャグバウム」、「ジャグラー チョコフレーク」のいずれか1ロット以上を購入すると、オリジナルの「クリスマスシール」100枚をプレゼントするキャンペーンも実施している。

お正月商品には、着物や袴を着たキャラクターがパッケージとなっているお菓子や入浴剤などを用意。こちらも同様にキャンペーン期間中に対象商品を1ロット購入することで、商品を包んで手渡すことができる「お年賀のし」をプレゼントしている。

New Machine Digest

サボハニ
Re:ゼロから始める異世界生活 Apex Vacation

問い合せ／大都販売㈱　導入予定日　11月下旬

©長月達平・株式会社KADOKAWA刊/Re:ゼロから始める異世界生活製作委員会
©DAITO GIKEN,INC.　©Sabohani Inc.

3種類のBIGと最高設定 遊びやすいA+RTタイプ

人気キャラクターのエミリア、レム、ラム、それぞれのBIG BONUSと最高設定を搭載したA+RT機。エミリアBBは最大獲得枚数251枚と獲得枚数が最も多いボーナス。最大獲得枚数219枚のレムBBはボーナス消化後に30GのRT「ゼロからばかんす」に突入し、RT消化中に7揃い（※ボーナス以外）すれば次回ボーナスまで続くRT「ゼロからばかんすComplete」に昇格する。最大獲得枚数175枚のラムBBはボーナス消化後に5G間続くCZ「マジ推しチャンス」に突入。CZの成功率は約50％となっており、CZ中の7揃いで「ゼロからばかんすComplete」突入だ。

A＋RTタイプ
ボーナス合算確率：1/171.6（設定1）～1/135.4（設定エミリア、レム、ラム）
ボーナス枚数：エミリアBB（最大獲得枚数251枚）、レムBB（最大獲得枚数219枚）、ラムBB（最大獲得枚数175枚）、RB（最大獲得枚数109枚）
出玉率：98.0％（設定1）～105.4％（設定エミリア、レム、ラム）

ベルコ
鬼浜爆走紅蓮隊 激闘謳歌編

問い合せ／㈱ベルコ販売　導入予定日　1月

©BELLCO

初のガチバトル搭載 4連勝で1000枚GET

鬼浜シリーズでは初の周期抽選（最大150G）を採用した。おなじみの前兆「カッ飛びZONE」は、タイトルロゴの色や演出によって期待度が変化、演出が成功すれば「ツッパリボーナス」確定となる。このルートから、突破期待度約50％の「ツッパリZONE」でバトルに勝利すれば、「鬼浜ボーナス」への道が拓かれる。「鬼浜ボーナス」消化後は、鬼浜シリーズ初のガチバトル、継続率約75％（※初回突破時）の「仁義なき争い」へ。バトル4連勝で、約1000枚獲得が濃厚となる「特攻ボーナス」が確定する。1000枚獲得率は「鬼浜ボーナス」3回に1回と、非常に現実的な数字になっている。

ATタイプ（純増約4.5枚/G）
AT合成確率：1/298.1（設定1）～1/228.7（設定6）
出玉率：97.4％（設定1）～108.1％（設定6）

特集　社員研修で業績を上げる!

環境変化の対応には人材の成長が不可欠

環境が大きく変化し、多くの店舗責任者・営業責任者が、「かつての営業手法が通用しにくくなった」と感じているはずだ。設備投資もコスト削減も、新たな状況に対応するための本質的な施策ではない。消費者のニーズを知り、それに応えるサービスを企画し提供するのは人材だ。人材の成長が企業の成長の源泉。ただし、人材の成長への投資を有効なものにするためには、知っておかなければならないことがある。

注目の研修会社

新規出店・リニューアル戦略研修	株式会社 アミューズ・ファクトリー　TEL.03-5324-2218
機械評価・市場分析・店舗美観研修	グローバルアミューズメント 株式会社　TEL.03-6417-3680
業績を上げる階層別研修	株式会社 第二営業部　TEL.090-3208-4039
Web広告運用スキルアップ研修	株式会社 プラスアルファ　TEL.03-6914-2810

プラスアルファ　Web広告運用力を高める研修

基礎知識習得から応用実践を通じて運用内製化を支援

Web広告のノウハウが社内にない段階では広告代理店に頼るほかないが、ホールも知識量を増やす時期にきている。Googleパートナー（代理店資格）であるプラスアルファは「Web広告運用の内製化」を支援する研修を提供している。

Web広告を行っていても、「広告の成果が感じられない」「ターゲットを絞り込んでいるはずなのに思いのほか費用がかかる」と疑問を感じているホールもあるはずだ。中には、不適切な露出量やキーワード設定により、無駄な費用が発生していることに気づいていすらいないホールもあるだろう。

野島崇範氏
プラスアルファ 専務取締役

Web広告の種類や広告技術、掲載ルールはいまも変わり続けているため知識のアップデートが必要だ。そのため初期にはWeb広告に詳しい広告代理店の力を借りるのが現実的だ。だがプラスアルファの野島崇範氏は、「広告代理店と発注側であるホールの知識量に大きな差があり、それが原因でコストの無駄が生じていると感じる。ホール側も知識をつけるべき時期に来ている」と言う。

プラスアルファは、Google広告の認定資格プログラム試験に合格した者が所属していることや、費用、適切な運用における規定の要件などを満たした企業だけが取得できる広告代理店資格「Googleパートナー」の認定企業。Web広告代理店である一方で、ホールがWeb広告の運用を内製化できるよう研修を提供している。

「研修を通じて、まずは広告代理店と同等に話ができるようになっていただきたい。Web広告の専門用語も、パチンコの計数管理用語と同じように、今後の営業には必要なものだと認識していただきたい。かといって独学することは難しい。特にWeb広告ではギャンブル関連の表現にさまざまな制約があり、これを回避しないと思うような広告展開ができません。そこで弊社がGoogle広告の認定資格合格のサポートと、応用実務スキルを研修という形でお手伝いさせていただきます」

我流の運用や広告代理店との意思疎通不全によって何が起こるのか。例えば、広告のインプレッション数（とにかく広告を表示させること）のみを指標としていると、直帰率が非常に高まる可能性がある。インプレッション数が多くても直帰率が高い、または広告のクリック率が低ければ、不快な広告もしくはマッチ度が低い広告と認識される可能性が高く、Googleによる評価が下がることにつながる。それは単価の上昇にもつながる。

また、キーワードは最初に設定したものから除外したり追加したり、部分一致からフレーズ一致や完全一致に変更したりといった見直しを都度おこなう必要がある。その管理ができると効率的な広告が実施できる。

昨年から始めたこの研修はすでに十数社で実施されており、ある法人では意欲のある社員だけを選抜して受講させ、新たにWeb広告運用部署を作ったという。

研修は1テーマ3カ月を基本にしている。最初に基礎研修として8時間の集中講義を行う。その1カ月後と2カ月後に各3時間の実務研修を実施する。これを繰り返し、全12カ月で修了する。

基礎研修の後は、各自で講義内容を復習しながらGoogle広告の認定資格テストに挑戦してもらう（Webで無料で受験できる）。目標は12カ月間で「検索広告」「ディスプレイ広告」「動画広告」「測定認定」の合格だ。

実務研修はパチンコ業界の実情に適応させた内容で、各人に実際に予算内で広告キャンペーンを作ってもらい、その成果をレビューしながら理解を深めてもらう。

グローバルアミューズメント　会員向け勉強会開催で業績向上を支援

従業員を育て、顧客に選ばれる店舗を作る『ガサツチェック』

グローバルアミューズメントは、遊技機評価・市場分析に特化したコンサルティング会社&シンクタンクで、会員ホールに限定してニュースレターや勉強会形式でその知見・情報を提供している。同社のもうひとつのサービス領域は、店舗からお客様のストレス要因を取り除き「お客様にとって快適なお店」づくりに取り組むホールのサポートだ。

冨所芙美氏
グローバルアミューズメント チーフコンサルタント

プレイヤーが遊びに行く店舗を選ぶ際、店舗の雰囲気は重要な要素のひとつだ。店舗内外が清掃の行き届いた清潔な状態であること、備品などが所定の場所にきちんと置かれている状態であることは、それのみで強い来店動機にはならないが、これがある水準を下回れば不快や不安を生み離反要因になる。グローバルアミューズメントの冨所芙美チーフコンサルタントは、不快を生む要素すなわち「ガサツ」についてこう語る。

「パチンコホールはいままで『新台を導入し玉さえ出せば多少ガサツでもお客様が集まる』という意識で営業してきた業態。しかし、消費者の価値観は2020年に大きく変化しました。この先、ガサツな店は絶対に流行りません。店舗からガサツさを一掃することは今後ますます重要になります。店舗美観や快適な店舗環境を実現できるホールが今後の業界を牽引することになるでしょう」

店舗美観や快適な店舗環境がどういう水準にあるかを評価・採点する同社のサービス『ガサツチェック』では、駐車場・店舗入口、ホール内、台周り、スタッフ、告知掲示物、景品カウンター周り、休憩所、喫煙所、トイレ、遊技客のマナーなどで、感染症対策も含めると審査項目は116項目におよぶ。評価の仕方は、ホールの現場で改善できる項目を主にしており、施設の築年数に左右されず快適な環境づくりに努めているかをチェックする。

そして年に1回、『ガサツチェックコンテスト全国大会』と銘打って参加企業で点数を競い合う。他法人とスコアを競うことで、自店のレベルが全国の参加店舗の中でどの程度の水準にあるかを知ることができるし、上位にランクインすれば励みにもなる。

全国大会の前には冨所氏が勉強会を開催し、店舗美観や快適な店舗環境づくりの意義や必要な視点をレクチャーする。全国大会の後の勉強会では、優秀店舗法人が他の店舗に比べてどういった点で抜きんでていたのか、また、日々の営業の中で快適な店舗環境づくりにどう取り組んでいるかなどを解説する。

「どこをどういう状態にすれば店舗美観が向上し、快適な店舗環境が作れるのかということは、教われば理解することは簡単です。しかし、日々の営業中で基準を落とさずにそれを保持するのは非常に難しい。熱意や感度がほんの少しずつ低下しおざなりになり、小さなガサツが生まれていることに慣れてしまうのが普通です。ですから成績上位店は、やると決めたことを基準を下げずに実行し続けるさまざまな工夫をしているのです」と冨所氏は言う。

冨所氏によると、成績優秀店舗はほぼ例外なく、「ガサツチェックコンテストに取り組んだことで、社内で取組事例の共有などを通じてコミュニケーションが活発になった」「店舗美観保持の活動は従業員の意識を高めており、人材育成につながっている」と意義を感じているという。こういった従業員の成長が、結果的には店舗運営力の向上につながるのだ。

ガサツチェックコンテスト全国大会　高評価店舗の傾向

①筐体周りの複雑化に合わせ清掃ルールを更新。
②貼付けの掲示物が少ない。イーゼルやサイネージを効果的に活用。
③脱タバコ化：タバコの影響で常態化していた店舗内の汚れ・臭い除去に注力。
④駐車場も美観保持に注力。
⑤お客様の目に見える形で感染症対策に注力。機器導入による自動化を推進する一方、現場のスタッフの"気遣いを伝えるお手製系感染症対策"にも取り組む。

第二営業部　生産性を高め業績を上げる階層別研修

マーケティング、コミュニケーション、マネジメントを学ぶ

流行の集客手法を追い続けても、競合店の施策の表面的な模倣を続けても、環境変化に適応し生産性を高めることはできない。必要なのはマーケティングの知識・技術に基づいた（環境に適応できる考え方と行動力）を身につけることだ。

人口動態の変化による遊技人口減少や、嗜好の変化による業界総売上の減少という業界トレンドの中で生き残るには、生産性を高められる人材を育成するほかない。過去の方法が通用しなくなった今、成功体験を持つベテランの管理職社員も、変わり続ける環境に適応できる（核）となる知識・技術をこの機に学び直す必要がある。

第二営業部の堀川和映顧問は、生産性を高める人材育成の核となるのは「マーケティング」「コミュニケーション」「マネジメント」の知識と技術だと言う。

そもそも日本はマーケティング後進国と言われている。「遊技業界においてもマーケティングを実践し、かつ人材育成のためにその研修を行っているホール企業は少ない」と堀川顧問は指摘する。それゆえに、この武器を手にすれば優位に立てる可能性が高い。

「しかもこの3領域の知識・技術に基づく営業施策では、お客様との接点の中で生まれる物語や、お客様の感情という『プロセス』を大事にするため、競合店には見えず簡単にはコピーされません」

たとえばSTP（市場細分化、対象選択、立ち位置）分析をしないまま、『○○○の機械の稼働が低いから稼働を上げよう』と稼働UP策を考え始めているとしたら基本に立ち返る必要がありそうだ。

堀川顧問は、「狙いを定める市場も、自店がどういう立ち位置を取るかも決めていない状態で、適切な経営資源の配分を立案しようというのは虫が良すぎる」と言う。

「STPを経て『どういうサービスを開発しようか』というフェーズに進みますが、そこでマーケティング4Pの方程式を使っていますか？ この会議に現場のスタッフを参加させていますか？ お客様に向けたサービス施策、すなわち物語を考える会議に現場のスタッフを参加させることで『参加効果』が生まれ、実行率が高まります。物語を考えた後は、利益という視点から投資配分を検討する必要があります」

堀川和映氏
第二営業部 顧問

心理学の知識は、インターナルマーケティング（内部）においてもエクスターナルマーケティング（外部）においても、人を動かす力を得るために必須だ。インターナルにおいては、職場の心理的安全性を高めることが、従業員の創造性やモチベーションを高める。鍵を握るのは上司、すなわち店長の信頼力と傾聴力だ。

「店長は部下にとっての環境そのものであり、部下から信頼され、部下が創造性や自発性を高められるよう、心理学に基づいたコミュニケーションを学ぶ必要があります。心理学はマーケティングともマネジメントとも関連することなので、生産性を高め業績をあげるためには、この3領域の知識と技術を学ぶことが必須です」

第二営業部の研修はフルコースの場合、1日5時間を月に1回、12カ月間。一方的にレクチャーを聞くのではなく、現場の問題をゲーム化したグループ学習や問題解決のアイデア出しなどで参加者に体験学習させ、「学んだことをどう使い、どう業績を上げるか」を常に意識させているのも特徴だと言う。

「研修した日だけ高揚し楽しんでも仕方がない。重要なことは研修によって参加者の行動が変わり、業績成果に表れ、かつ、その効果が持続すること。そのため能動的な学習への参加を取り入れた研修設計をしています」（堀川顧問）

アミューズ・ファクトリー　新規出店戦略・リニューアル戦略

チェーン全体の価値を高める新規出店・リニューアルの本質とは？

ホール企業の業績向上を支援するアミューズ・ファクトリーは、今後増えるM&Aを含む「新規出店」および「リニューアル」の成功に特化した研修も行っている。同社のこだわりは、アドバイスによる支援ではなく、研修によって体系的なノウハウをホール企業に体得してもらうことだ。

アミューズ・ファクトリーにはいま、新規出店とリニューアルのテーマでの相談が増えているという。多くの場合、新規出店やリニューアルのための基礎的な市場調査を請け負うと同時に、「出店戦略と新規出店成功ノウハウ」もしくは「リニューアル成功ノウハウ」の習得のための研修をパッケージ化して提供している。これは別々のプログラムだが、新規出店も既存店舗のリニューアルも、多店舗展開する企業には必須のノウハウのため、両方の研修を必要とする企業も少なくない。

両研修には共通点も多いが、大きく異なる点もある。

宮川雄一代表は、「新規出店の場合、『1店舗増えただけの効果ではなく、チェーン店全体にとって大きな価値を生むための戦略性』が必要。一方でリニューアルは、『本質的には一過性の集客』にしか過ぎない。そのため、その本質に向き合った戦略性が必要。重要なのは成功確率の高さ。なぜならリニューアルが失敗すれば固定費負担が増えてしまい、企業としてかえって苦しくなるから」と言う。

「弊社は、一時的な成功戦略やアドバイスをご提供しているのではなく、クライアント企業が成功を継続できるよう、組織のノウハウとして仕組み化するご支援をしているのです。実は、いままで順調に多店舗展開をしてきた企業でも、ノウハウは一部の優秀な幹部に属人化されがちで、組織として体系化されたノウハウを持ち合わせているケースは少ないのです。そういった背景から、成長を目指す企業様からこの研修の引き合いが増えているのです」

宮川雄一氏
アミューズ・ファクトリー 代表取締役社長

いずれの研修も6カ月間が基本。1回目は経営層にも参加してもらい5時間程度、基礎的な考えを共有してもらう。次月からは実務担当者のみを対象に、1回3時間の研修を月2回ペースで開催する。新規出店にせよリニューアルにせよ、最初にすべきは現状の市場分析なので、その方法のレクチャーから始め、新規出店・リニューアルの際に検討しなければならない項目の洗い出しおよび起こりうるリスクを認識しそれを最小化する方法を学ぶ。

「新規出店研修もリニューアル研修も、研修を通じた成果物として当該店舗の成功のための〈企画書〉を作成してもらいます。その地域の遊技者から、競合店を上回る支持を得て、稼働を一定期間安定させるためにどういうお店作りをするかといった計画を作り、実際のオープン後には計画と実績の差異を測定して必要に応じて微調整していくフェーズも研修に組み込んでいます。そうすることで、その1店舗を成功させるだけでなく、継続して成功し続けるためのチェーン店としての戦略的な取り組みができるノウハウが身につけられるのです」（宮川代表）

リニューアルの成功ノウハウを学ぶ研修

プログラム例
- 短期稼働向上施策とリニューアルのポイント
- リニューアルにあたって起きやすい問題点
- リニューアルを営業の武器として位置付ける
- 集客効果を瞬間に終わらせないための工夫
- 稼働向上施策の手順例
- 競合店の新規出店やグランドリニューアルへの迎撃策

「リニューアルの成功ノウハウ（基礎編）と今後の勝つためのポイント」
オンラインセミナー
11月10日（水）14時～16時開催
※動画の後日視聴も可能
申込受付中。詳細は下記QRコードで。