



Pachinko Chain Store Association

第39回PCSA経営勉強会 発言録

14:15 第1部『PCSAのみなさんに今お話ししたいこと』

） 講師：POKKA吉田 様

15:15

15:30 第2部『PCSA パネルディスカッション』

） テーマ

17:00 ≪ 広告宣伝に関する6. 22通知は業界に何をもたらすのか？ ≫

コーディネーター： 笠井 英史 氏(株式会社アワーズ代表取締役)

パネラー： 松田 良 氏 (株式会社ダイナム 営業政策部部長)

荒俣 伸一 氏 (株式会社ポネール アミューズメント事業部部長)

峰元 勇作 氏 (株式会社ヒカリシステム マーケティングサポートチームマネジャー)

齊藤 周平 氏 (株式会社ジョイナス 取締役営業部長)

開催日：平成23年11月17日(木)

時間：14時15分～17時

会場：銀座フェニックスプラザ



Pachinko Chain Store Association

第一部

14:15~15:15

『PCSAのみなさんに今お話ししたいこと』

講師：POKKA吉田 様

第1部『PCSAのみなさんに今お話ししたいこと』

講師：POKKA吉田 様

みなさんこんにちは、POKKA吉田こと岡崎と申します。

本日は1時間ほどの、短めなものになるので、時節の挨拶等を省略させていただいて早速本題に入らせていただきます。

まず、今年の警察庁によるパチンコ業界の所管の波の打ち方というのは、皆さんもかなり異例に感じられたかと思います。私の業界歴は1997年10月の終わりからなのでまだ14年くらいなのですが、この14年間で振り返っても今の警察庁の指導群と申しますか、厳格さというのは抜き出ていると思います。決してこれは東日本大震災における、急に降って湧いたようなパチンコバッシングの影響という文脈で語るべきものではない、というのが私の見立てです。

まずいろいろなことを今年、警察庁がっていますが、主なものは以下の5点になると思います。ひとつは、広告宣伝規制です。この後のパネルディスカッションでパネラーの方がいろいろと話されると思いますが、これがひとつ。そして、車内乳幼児放置事故対策。そして総付景品。先月ホール5団体でようやく合意を見られましたが総付景品。これも業界側が良かれと思ってやった話ではなくて、自主規制という名前にはなっていますが、6月の広告宣伝に関する指導のときに、総付景品に関するガイドラインを作れというのは警察庁の意向として入っていた警察マターです。そういう意味ではここに含めるべきかなと。もうひとつは全国多くの県でようやくクローズアップされている、今ホール関係者が地域、県をまたいで集まるとこの話題に終始するのかなというのが、一物一価ですね。それに加えて、皆さんホール関係者が多いと思われませんが、メーカーに対する指導というのも今年2回やっております、2回とも性的表現、暴力表現、賭博表現をやめてくれという指導です。これを文書、口頭等で今年2回、遊技機メーカーにやっている。それぞれの指導内容というのは非常に厳しいものです。

車内乳幼児関係の対策というのは、業界マターというより、一種人道的に考慮してくれという側面が強くて、変な話、車の中に乳幼児を放置してパチンコに興じて、熱中症になって死亡するというのは親が悪いというのは誰が見ても明らか話であって、それがデパートとかのバーゲンに通っているお母さんであっても、デパートが悪いといわれる事は無いし、そういう意味ではパチンコ業界の問題ではないにしても、そこに尊い人命があるという事で対策出来るならコストも負担してやってくれよ、というニュアンスだと理解していいんですが、それ以外の点は、多分に警察庁の業界所管の厳格さを物語るといえると思います。

ここで、平成14年にあったことを振り返ります。なぜか。平成14年にあった指導というのは、2点、今年の指導と共通しております。ひとつは広告宣伝に関する注意喚起の指導の文章が出ました。例えば、その文書が出た直後、警視庁管内におきましては立ち入りが一斉に行われて、当時は爆裂機の時代ですね。コインを山積みにしたような写真を張っているお店とか、あるいは「何番台、何月何日何万枚おめでとうございます」というような表記をしているところはみんな指示処分になったということがございました。ただし、今年の広告宣伝規制に関する文章よりは遥かにトーンがゆるめで、著しく射幸心をそそる広告をしないでね、という程度でございました。換金率の表示をするなというのは当時から言われていた事ですが、今年でた文章のように長く詳細に具体的に書くというような事はしておりませんでした。

もうひとつは性的表現、暴力表現、賭博表現NGの指導なんです。この2つというのは平成14年にも行われています。平成14年に何が業界の問題だったかというパチスロの爆裂機なんですね。検定取り消し処分の対象機というのが、10社を超え、対象になった型式というのも100まではいきませんが、50～60型式あったといわれています。その問題が非常に業界内外でクローズアップされていたのが平成14年です。その時に警察庁が、パチスロ組合の日電協、あるいは日電協に加盟していなくても問題になる性能を持っている機械を作っているメーカーに対して個別に何度も何度も警察庁に呼んだり、あるいは電話等でヒアリングを繰り返して、あるいは日電協には直接、生活環境課の担当の人が乗り込んで行って、とにかく市場から無くさせろと、繰り返し繰り返し言っていたんですが、結局無くならない。無くならないなら外堀から埋めようかという事で、この2つが当時は出たんですね。

この時期というのは、私としては今の指導と重なるんですね。今はどちらかといえば、爆裂機問題、検定取り消しどうのこうのという話ではなくて、パチンコにおける出玉性能の高さですね。極端に出玉性能が高い機械がマーケットの中に多く含まれております。あるいは昨年からやっと成長し始めた回胴式マーケット、5号機マーケットですね。今年は例えば、秘宝伝があって、モンキーターンがあって、ミリオンゴッドがあって、押忍番長があって、この後、赤ドンもあって北斗の拳もある。ホールさんにとってはスロットが盛りあがって来て喜ばしい事ではありますが、出玉性能的に例えばモンキーターンとかミリオンゴッドというのはものすごい性能を持っていますので、同じような文脈で、PSともに出玉性能、射幸性の問題というのがクローズアップされている。少なくとも警察庁保安課ではそう考えている、といえます。

平成14年を振り返るために、その後どうなったかということで、平成15年を考えたい。平成15年10月からですね。鳥取公安委員会が一番初めだったと思いますが、検定取り消し処分というのができました。皆さんもご承知でしょうが、ミリオンゴッド、アラジンエース、サラリーマン金太郎の3型式ですね。順次、越年した県もあったと思いますが、47都道府県すべてで検定取り消しになりました。10月からそれはスタートしております。

一方、平成15年10月10日、これは警察庁が規則改正の内容、条文を案の段階ですけど、それを各業界団体にリリースした日です。遊技機の認定および型式の検定等に関する規則だけではなく、風営法施行規則、風営法内閣布令だとかかなり大掛かりの改正になるんですが、その案を出したのが平成15年10月10日です。そして、技術上の規則の改正となるので、直接関係する遊技機メーカー組合、パチンコの日工組、パチスロの日電協ですけど、組合内で要望をまとめて警察庁に集めて出してこいと、そのまま聞きましょうと。ただし後に実施するパブリックコメントで個別に要望を言うな、変な釘をさして10月10日配布しました。それを受け、10月中に日電協も日工組も規則改正に関する要望というのを出しています。例えば、遊技球等貸し出し装置接続端子盤、CRユニットと遊技機がくっつく部分の遊技機の最終部分ですね。検定型式でいいのかどうかチェックする遊技機のぎりぎりの部分、その端子盤ですが、10月10日のリリースでは「遊技球貸し出し装置接続端子盤」となっておりました。これを危惧した日電協は「遊技球等」にしてもらわないと、メダルを使ったCRの道が、今後閉ざされるんじゃないかと、そういうような要望は通っているんですけどね。あと図柄に関する要望とか一部通ったんですけども、ほとんど日電協の要望は却下されています。

余談ですが、このとき日電協は、例えばボーナスストックを認めて欲しい、というような要望を出すんです。つまり、ボーナスストックが認められない規則になるという事が分かったので、

ボーナスストックを認めて欲しいというんですけれど、10月10日、実際にその規則の改正案を説明した当時の警察庁の担当の方は、山本さんという理事官の方ですが、開口一番に「ストックこそが射幸の源」と断言したんですね。そんな要望を出しても聞き入れられるはずが無いんですが、そんな要望を出している。そんなことがございました。

翌11月にパブリックコメントというのが実施されました。警察庁および風営法関係の法改正あるいは法令改正におけるパブリックコメントとしては異例の数のコメントが寄せられています。確か、4千か5千件くらいの要望が全国から集まったはずです。注目度はすごく高く、あるいはメーカーではないという事で蚊帳の外にはじき出されてしまっているホール関係者だとか、私もその一人で、パブリックコメントを打ったんですけどね。業界関係者も多数参加して要望したからだとも思います。パブリックコメントから改正内容に反映されたというのは、残念ながらひとつもありませんでした。

翌年、平成16年1月、官報に掲載されます。改正要望等踏まえて若干の修正、先ほど言いましたような遊技球等貸出装置接続端子板にするとかですね。若干の修正を見た状態で官報に掲載されました。そして平成16年7月1日から、保通協の型式試験に申請される機械はすべて新しい規則に対応した形のものが求められる。それ以降申請されたパチスロの事を我々は5号機と呼んでおりますけど、完全に7月1日から新しい規則になったという事ですね。

平成14年の広告宣伝や、性的表現、暴力表現、賭博表現からみて2年後に、当時は新しい規則が施行されております。これを振り返ると、我々としては純粋に容易にこういう結論を言わざるを得ないというのが僕の見立てです。単純に申し上げて、規則改正が近いよ、と。

平成14年と同じ事を今年やっております。問題性としては検定取り消し対象機群などというものはありませんが、当時はスロットの射幸性の問題だけだったのが、パチンコスロットともに射幸性の問題という事で、問題は拡大しているという見方が出来ないことも無い。そして、平成14年の時の指導よりも遥かに強く、事細かい指導がされている。広告宣伝規制は警察庁の文章も見ているでしょうし、各地域で警察に指導されているとも思いますので、いまさら申しげること無いですね。平成14年の指導よりも今の方が厳しいのは肌で感じているはずですよ。イベントの謳い方、やり方も変わり織り込みチラシのデザインも変わり、店内のPOP等も変わり、あるいはテレビCM、新聞広告の戦略も方向転換を余儀なくされる。現場といいますか販促業務にもものすごく影響があった話ですから皆さんご存知でしょう。

遊技機メーカーへの指導の事細かさを簡単に申し上げます。要するに警察が言っているのは、実は風営法とは関係が無い話なんですよ。遊技機の認定及び型式の検定等に関する規則、という国家公安委員会規則の別表というところが、いわゆる技術上の規格といわれていまして、これに適合しているのが型式試験に申請したら適合する。そして検定を受けることができ、ホールに納品設置することが可能になる。これが風営法の許認可体系なんですけど、表現に関する規制だとかNGとかは無いです。当たり前ですよ。そういうのは技術上の規格で規制するような類のものではない。そもそもパチンコというのはR18であって、18歳未満が入店できないんですね。今、18歳未満の客入店によって、ホール法人が罰金刑以上の刑に処せられたら、8条で全店取り消しというのも法律上は可能になっている。みなさんも、どのお店でも見やすい場所に、18歳未満の入店お断りというポスターを貼ったりしているわけじゃないですか。18歳未満の人が打たないのに、性的表現だとか暴力表現だとか賭博表現だとか、大人ならいいとして子供が見たらいけないというような事をいうのは実はおかしい。

なぜそれでもこういう事になっているかと申しますと、各地の警察署にいくつか問合せがあったそうなんです。あの機械こんな演出が出てくる。こんなの本当に公安委員会が認めたのかと。その時に自信を持って胸を張って、認めたんですよ、っていけない。だからいえるようにしてくれって話を日工組なり日電協にしています。非常に具体的でございまして、平成14年と違って具体的なのは、例えば筋肉ムキムキの男が秘孔なるものを指でついて人間が破裂する、というのはリアリティが無いから暴力表現じゃないと。当たり前ですよ。北斗の拳について指しているわけですが、秘孔をつけて人が破裂するというのはないわけですよ。世の中に存在しません。フィクションだという事がわかる。だからこれはコンテンツでしょ、ということで公安委員会は言い訳が出来るそうなんです。あるいは時代劇もの。今、日本刀を振り回して鎧を着て殺しあうというのはいけませんので、こういうのも刀で切られて血が出て死んでも暴力表現には当たらないんです。要は警察がいいわけできると。時代劇じゃないですか。今の日本でこんなチャンバラがあるんですかと。ところが、例えば黒服を着た怖いお兄さんたちが新宿歌舞伎町で抗争をすとか、リアリティがあるじゃないかと、場合によっては、こういうのを止めてくれと。要するに日工組なり日電協に演出の表現を厳しく規制したのではなくて、我々が言い訳できないから、言い訳できるようにしといてくださいというお願いというのが、本当の立ち位置です。ただしそこは、型式試験を完全に掌握している保安課とメーカーの関係で、そういう下手なお願いではないですよ。受け取った方はこれからエログロ禁止だと感じるわけですよ。こういうことがございました。

広告についてもそうですが、性的表現、暴力表現、賭博表現NGだというのは、皆さんが今年6月7月で広告規制に関して厳しいなと実感をお持ちになったのと同じように、メーカー関係者も普通に思っていると思います。

今年の9月、型式試験の適合状況というのが保通協のホームページに見れるんですが、回胴式遊技機が著しく適合がありません。ものすごくありません。数件しかありません。申請はずっとされているのに。実際問題なにが影響したかという細かい要因はあるんですが、ひとつは映像の表現に問題があるかもしれないという事で、申請を取り下げた件数が非常に多かったという話ですよ。パチンコメーカーと違ってパチスロメーカーは数がものすごくありまして、平成16年7月1日以降、保通協の型式試験に申請された我々が5号機と呼んでいるもの、製造業の数で言いますと100を超えておりまして、そういう意味で日工組のように30ぐらいでやっているところとはわけが違う。誰がどのようなものを作っているかわからないという状況があるわけで、こういうことも如実に回胴の適合現場では出てきたというのもしえらと思います。

私は今年の警察庁の広告宣伝規制というのは、ホールの問題も多分にあると思います。指導が出るまでというのは、やりすぎに感じるところも地域によってありました。毎日がイベントとか。打っているユーザーがトイレに行って、今日は海の日だったんだとか京楽の日だったんだとか、トイレに行って知るようなくらい、イベントが蔓延化して常態化して、反応も鈍くなって、より過激な表現になるというのもあったかもしれませんが、元々そこだけを問題にしたものだけではなくて、規則改正の布石なのかという気がしてならないです。

平成14年と比べて当時なかった話として、いくつか言っていきます。まずは総付け景品ですね。一物一価と同じなんです。総付け景品、いわゆる景品表示法、これ警察庁は何も関係が無い法律ですよ。所管省庁、以前は公正取引員会でした。今は消費者庁ができたので消費者庁が景品表示法については所管しております。

PCSAも5団体の合意という事で総付景品に関するガイドラインというものに、10月24日に合意されているわけです。ホール団体みんなに警察庁から要請があったわけですね。総付景品に関するガイドラインを作れという。ところが、みなさんのところにもそうでしょうが、消費者庁はホール団体に何も言っていません。景表法の問題を所管外の警察庁が言うっていう、おかしな図式になっております。特に景表法に関して所管しない立場の警察が、表現というのがうまいといえますか、老獪といえますか、要はやりかたによっては著しく射幸心をそそる方向になるので、そうならないようにしようと。いってみれば総付景品というのは、広告宣伝規制の厳しい指導群の一環みたいところが側面としてあるんですね。もうひとつの側面は一物一価に関するカジノに関する部分だと私はみております。

カジノ、IR議連。今年、東日本大震災以降戦術を変えまして、大幅な方向転換と申しますか、そもそものカジノ法を成立させるという動きから、いわゆるスケジュール法とかプログラム法と呼ばれる法律を提出して、いついつまでに法律を作ってね、という法律にしようという方向転換をしました。そして震災以降は、震災復興カジノだと。仙台空港の近く、名取の方にカジノを作って落としてももらったお金を復興の財源にしようということでIR議連が盛り上がっております、現在は民主党の中にも党内でカジノの是非を判断する部署を作って、という記事をどこかの新聞で見ました。着々と進んでいるようにも見えます。

カジノの問題というのは必ずパチンコの換金と国会論議がリンクする重要な問題なんですね。カジノというのは刑法185条、186条で禁止されているものなんですね。185条というのは賭博をした者は罰せられますよという規定。186条というのは賭博場を開帳したら罰せられますよ。あるいは常習賭博者になれば罰せられますよという規定。これを刑法が定めているにもかかわらず合法にするということで、一般的には特別法を立法する。この時になんで刑法の185条、186条が問われないのかというと刑法の35条に正当行為というものがあります。皆さんもご存知のように人を殺してしまっても正当防衛なら罪に問われませんし、あるいは緊急避難なら罪に問われません。例えば、精神の弱い人が罪に問われない、あるいは減刑されるとか、罪に問われない規定というのがあります。刑法35条というのは、法例等の規定に基づいて行った行為は罰しないという規定なんですね。だからカジノに関する立法をすればいいというような、カジノの論理、論点、これは今実在する公営ギャンブルの法的スキームと全く同じで、競馬にしる競艇にしる競輪にしるオートレースにしる、特別な法律を作っているわけです。宝くじでもいいです。それについて、今年になって法務省が法律さえ作れば刑法の違法性を簡単に阻却できるなんて安直なことを言うなよと、35条で違法性を阻却するんだったらとしっかり議論しなさいよ、念押ししております。

だからなんでカジノは必要で、カジノの法律を作れば、どうして185条なり186条の違法性を阻却できるのか、ということも国会でもう一度議論してくれという法務省のスタンスをカジノ議連も重々承知しているので、そういう方向にならざるを得ない。そうすると例えば共産党的ようにカジノにしるパチンコにしる常に反対という政党もあるわけです。そういうところが委員会で必ず槍玉に出してくる。あとはカジノ議連の中にも、何で我々はカジノをやりたいのに、こんなに苦しい立法手続きを踏んで、それでも社会の理解をなかなか得られない。パチンコはあんなに換金をしているのに、ということで必ずそれは出る。その時、そういう委員会で、かつては課長とか課長補佐が呼ばれましたが、今では局長ということになるかと思いますが、生活安全局長が呼ばれるわけですね。そのときにパチンコの換金について、パチンコ業界はこれこれこのよ

うに、賞品についてはガイドラインを作って守っておると聞いております、みたいに言えるようにする為のアリバイ。そのひとつが一物一価であり、総付景品もどちらかという物をあげるの、カジノ、換金とはベクトルが違いますが、同じニュアンスでこういうことをやってもらったら生活安全局長も国会でのアリバイに寄与できるんじゃないかと、こういう考えですね。

数年前からそうで、カジノの議題が国会なり、政治日程として国会外でも与野党とかで話が出ている時というのは、警察というのは非常に分かりやすく、賞品に関する所管を非常に厳しくします。皆さんの記憶に残っていますのが賞品取り揃えの充実。あれも一緒なんですね。つまりところは。今年の一物一価というのも、結局賞品の提供に関するルールなので、法律的には風営法の第19条、風営法施行規則35条、遊技料金等規制というところですね。ここにはいろいろなものが規定されておりまして、一玉4円とか20円とか上限基準もさることながら、提供している賞品の上限1万円ですとか、あるいは日常生活の用に供する物品のうち出来るだけ多くのものを揃えること、ですとか。みなさんは当時、出来るだけ多くのものを取り揃える、というところで賞品取り揃えの充実をされていた、結局やってくれという話になったんですね。当時の生活環境課の課長補佐はすごいことを言いました。小さなお店だったら500品目とか揃えられないという現場の声に対してキヨスクはやっているじゃないか、という。キヨスクとは流通も出ていく量も全然違うので何を言っているんだというところですが、そういうところで押し切ったんですね。

今は一物一価ですね。この一物一価に対して危険なお話をしますと、警察はやりたくてやっている、やりたくないけどやっている、ということではなくて、とにかく賞品に関する所管をしっかりしておかないとカジノの議論に併せてパチンコの換金が国会の中で問題になった時に非常に困るなど。ですから賞品に関する所管はきっちりしておいたというアリバイを作って、まずは業界、ホールに指導をしておいて、それが是正される、自主規制をさせる、ということをもって、自らが発した指導によってマーケットが変わっているにもかかわらず、問題になった時そのようにやっておると聞いております、といたいわけです。警察庁というのは1961年以降、ひと悶着ありましたが、3点方式の換金についてただちに違法ではないということを、国会答弁で繰り返しているわけですが、ただちに違法ではないだけで乗り切れる局面じゃないということが現状の保安課の考え方なんだと思います。

そういう意味で一物一価というのは県によっては寝耳に水だったところもあるでしょうから、どうしようと。20円の等価がすごくいいので等価にしちゃおうかと。そんな事をしたらパチンコが苦しくて、6枚でできるか、5.5枚でできるかと、今まで一物一価を指導されていなかった地域においては、ホールさんのほとんどの話がそこに集約しますよね。あるいは低貸玉営業。店内で4円もあり1円もあり20円もあり5円もありというところで、低貸玉営業は利幅を確保するために低レートで換金しているというお店もありましたので、そういうところを一物一価にしてどうなるんだ、という話があってややこしいですね。そういうことがありまして、一物一価というのは業界マターとして非常に大きいんでしょうけど、一物一価については警察庁がなぜそんな発想したかというのは、もう単純にカジノの法制化の政治日程がちょっと見え始めたというところ。と、いいつつ民主党内でチームを作って半年ぐらいで是非を出す。IR議連の連中は関係なく、みたいなということを、これから民主党がやっているんでしょうね。ということで、今国会にも提出といていたカジノ議連の方針というのがここでもまた狼少年になったということであるんですけど。これはカジノが成立するまで延々つづく命題だと皆さんは考えていただければ

いいと思います。

警察がどうしてアリバイを欲しがるかというのも、単純に理由はひとつしかございません。不作為責任。自分たちが、パチンコの換金行為がなされている実態を把握しつつ、それを放置していたという不作為責任。共産党的な言い方ですが、黙って放置していたんだらう、少なくとも大阪方式が生まれた1961年以降50年放置していたんだらう、といわれた時に放置してしまたごめんなさいと言えないですね。今の保安課の人よりも遥かにえらい、すでに鬼籍に入っているようなえらい人たち、例えば後藤田正晴とか、そういう人たちの不作為責任を保安課の課長、課長補佐レベルで認められるか、という話なんですね。組織を守るというか、あまり建設的なメンタリティーではないですけど。そういうのがあるのかなと私は考えています。

大阪府警の話もすこししておきます。10月1日から大阪府では、いわゆる換金率としての等価交換、パチンコ25玉、スロット5枚という交換レートはダメですよ、という大阪府警の方針に則って、10月1日から最高換金も等価ではできなくなった。風営法上の義務の等価ではないですよ。この大阪府警の動きについて、警察庁では水面下で何度もクレームをつけている。大阪府警に対して。当たり前です。カジノがどうのこうので賞品所管を厳格にしようというとき、その理由というのは換金に対する不作為責任を問われたくないから、という時に、府警本部が換金率に言及するとはどういうことだ、という話ですね。換金率に言及はしてませんが言葉としては、実質的にはパチンコ店における換金率としての等価交換を禁止するわけですから、換金率に言及しなくても、いかななものかという警察保安課の強いクレームを完全に寄り切りましたね。大阪府は。その姿勢はすごくて、皆さんもご承知でしょうが、大阪府で3店舗ほど立ち入り指示処分がありました。釘ですよ。大阪本社のお店2店舗、京都本社の店が1店舗。ここにおられる方の半分以上が、それがどこを指しているのか分かります。あろうことか、11.03の玉ゲージでヘソを前詰まりしたという。どこまで狭く締めとったんだ、という話でもございますけれど、無承認変更による指示処分になった。大阪では無承認変更だったら営業停止でもいいじゃないか、見たいな声まであったという。これなんでやったかという、広告宣伝も絡みますが、基本的には等価交換についてのクレームだったり、たとえば、大遊協が震災を受けて夏の節電の輪番休業を決めたときに反発した法人が狙われたとか。

大阪府警の覚悟の強さはすごいですね。9月に警察庁に2回、少なくとも私が知る限りでは2回、直接乗り込まれてクレームを付けられているにもかかわらず、寄り切った。等価交換どうのこうの、そんなの客の権利だらう、といったところに立ち入り、ヘソが奇跡的に03のゲージで前詰まりして、指示処分を下す。まあすごいことになっていますね。

このことで、ひとついえるのは何かというと、警察という組織が、47ある警察本部、東京の場合は東京都警察本部ではなく警視庁とありますが、完全に掌握し切れていないんですよ。要するに、いう事を聞かせることが100%ではないんです。当たり前なんです。

シビリアンコントロールという言葉をご存知ですかアメリカの統治思想の仕組み。文民統制とも訳されまして、武力を持っている人は文民によって統制される。だから軍が暴走しない。日本の警察もGHQの統治から今の姿に形を変えていますのでシビリアンコントロール下にあります。警察をシビリアンコントロールしているのはどこか、公安委員会です。警察庁はどこがコントロールしているか、国家公安委員会です。この委員長は今、マルチとかで問題になっている山岡さんですけど、閣僚を兼務するのが自民党時代からの習慣で、昔は例えば自治大臣を兼務して国家公安委員長に。委員長の職自体は閣僚じゃないんですが、閣僚しか国家公安委員長にならない。

山岡さんもそうなんです。大臣であり委員長なんです。そういう意味では政治家が直接警察庁の現場に介入できないことも無いので、実際捜査とかは法務大臣の指揮権になるんでしょうけど、そういう統治機構は建前上はうまくいっているんじゃないかと思います。

ところが、47つある警察本部をシビリアンコントロールするのは、47つある公安委員会なんです。例えば東京の警視庁をシビリアンコントロールしているのは東京都公安委員会です。東京都公安委員会はどこのコントロール下にあるかというところと東京都知事のコントロール下にありません。警察庁のコントロール下にはありません。だから、警察という組織は警察本部と警察庁の間に、歴史的な背景もあるんですが断層がある。断層の例として、愛媛県松山市だったでしょうか、報道で見たんですが、消防車が救急のために緊急車両として出動させた。震災以降、結構活動していて、東京都なんか救急の要請をしたら今は10%くらい消防車が来るんだそうです。それは緊急車両がないから、待たせるよりは空いている緊急車両、消防車に救命用の道具とか設備を用意して、消防車が救急現場に駆けつける。松山市ですから愛媛県公安委員会ですか。道交法の目的外使用に当たるとして拒否したんですね。面白いことに警察庁はこの件は道交法違反ではないと解釈しているんですよ。

これが警察庁と警察本部の関係なんですね。この点が、我々にとって、みなさんも実感していると思いますが、広告宣伝ひとつとっても、一物一価ひとつとっても、地域における所管の格差ってすごいです。新台入替だからといって事実を書くのはいい。それは全国一律のルールですが、新台って2日目からは新台じゃない、ということで2日目以降新台の札を貼れない地域とか。えっ、て言う話でしょう。そんなこと警察庁が言いましたか？っていう。これが警察庁と警察の力関係なんですね。だから我々は、パチンコを所管している役所というのは、警察庁を含めて、すべての警察本部、47つありますから。計48個のパチンコ所管の役所がある。それぞれ、完璧な上下関係なり横の関係に無いんだという認識を持っておかなければいけないと、思います。警察庁のホームページをご欄になってください。組織図というのがあります。管区警察局までしか書いておりません。当たり前です。単純な話ですね。

この先の見通しについても少し触れておきます。パチンコにしるスロットにしる、技術上の規則を変える、つまり規則改正ですね。これになるまでは今のマーケットの射幸の高止まりというのは収まらないと思います。今、ミリオンゴットなり押忍番長でもいい、秘宝伝でもモンキーターンでもいいですが、もうパチスロメーカー各社は、次は俺こそが俺こそがということでARTのきつい性能をガンガン作っている最中ですね。負けたくないですから。北斗の拳は14万台？15万台？そんな話を聞けば、来年こそうちが、再来年こそうちが、となるので、開発競争は避けられません。一方パチンコ日工組は、最低賞球3個は低すぎるだろう、引き上げろ、確変継続率の上限が内規変更でなくなったんですね。平成16年の内規変更で確率変動に関する自主規制が完全に撤廃されました。設けろよと。あるいは初当たり確率の下限値、399。平成16年から1年間は499でしたが、399でも低すぎるだろう、引き上げろと。これ延々警察庁が日工組に言い続けて、日工組がすごいのは、それを延々無視しているんです。本丸は3つなんですね。ずっと昔から。賞球、TS（初当たり）、そして確変継続率の上限。これを日工組がすべて無視する代わりに、代わりにここだけ厳しくします、代わりにここだけ厳しくします、と、フタを開けてみたら平成16年から10回を越える内規改定を行っています。日工組の50年、60年の歴史でありえない。極めて異例の事態です。こんなパチンコが射幸性の問題をメーカーの努力によって解決することは不可能ですね。そういう意味では、パチンコ、スロットともに、規則改正と

なるまでは射幸性の高さの問題は解決されない。という事が言えます。

だからどうなるのか。規則の改正については射幸性を抑制する方向にパチンコもスロットもなるしかないという事です。これの是非は難しく、こういう機会だから申し上げておきますが、日工組がもう内規改定を進めておまして、震災以降ペンディングになっていたのですが、電サポ中の電チューに関して、最低賞球数の規制を除外します。普通役物は1個は払いだすという事なんで、電サポ中の電チューの賞球が1個まで可能になります。そんな規制緩和だけだったら警察庁が納得するわけが無いでしょう。なので、厳しい規制もやっています。

現在、総量規制で9600個という数字がありますがこれを引き下げています。8000個台に引き下げています。他にも一杯あるんですが、しかし、さっき申し上げたとおり、警察庁がずっと日工組に言っている、最低賞球数3個、初当たり確率399、あるいは確変継続率に全く手をつけておりませんので、また来年もこれじゃ、もっと厳しくしなさいとなるでしょう。わかりました、ここはやりたくないんで、どうかこれでご勘弁を、というのがまた続いちゃう。ということがずっと続くんだろなという風に今考えております。規則改正までは。

いつ規則改正になるかというのがすごく難しい問題で、非常に私としても読みどころが難しいです。現状、パチンコ業界所管のキーマンになっております警察庁生活安全局保安課課長補佐の玉川さん、この方確か、今年課長補佐に就任されて7、8ヶ月。半年を越えましたかね。やはりあまりパチンコ業界の現場が分かっておられなかったようで、広告宣伝規制の指導とか、一物一価の規制とか業界は混乱しますよね。当たり前ですよね。広告宣伝規制にいたっては、広告代理店に至っては倒産危機、あるいは倒産したような会社もあります。そういう大混乱を見て、何でこんな事になるんだ？と嘆いているそうなので、まあ、現場勘が無いからなのでしょうね。

そういう意味で、若干ナーバスになっているくらいがございます。総付景品のガイドラインを5団体でやるときに、なかなか喧々諤々の話がPCSAさん、全日さん、同友会さん、余暇進さん、日遊協さんとやったわけですけど、その時の席上で玉川さんがどうしたこうしたと、業界人は皆言いますよね。あのひとはこういう意図で言ったんじゃないかろうかという話が出ますよね。そういう話を伝え聞いた玉川さんが、何で私の名前が出るんだ、と怒っていると。キャパというか余裕の無さ、精神的な余裕の無さが現れているんだと思います。こんな時に規則改正が出来るのか、というのがひとつありますね。平成14年のタイムテーブルに則っていけば、来年の10月には規則改正があるんだ、日工組日電協なりに出ていくと、そして要望を受け付けて、大幅な改正でなければパブリックコメントを実施する事はないかも知れませんが、再来年の7月には施行という、つまりあと2年で新しい規則になるというタイムテーブルも想定は出来るんですけど、保安課の現状を見るにつれ思うのは、あまり精神的に余裕はございませんので、ちょっと間延びすると思っています。向こう3年くらいは今のままかなという気がするんですね。

私はこういう席でも、記事でも良く書くんですが、気にせずとスロットを増台したい方はしてくださいと。規則改正は少なくともマーケットに反映されるのは3年より先かなというふうに思います。1年なら微妙ですが、3年あれば中期的な経営計画としてできるんじゃないかなと思います。3年である程度回収が出来ないリニューアルっていうのは危険かもしれませんが。大きくマーケットが変わるのはそういう時期になるかなと。場合によってはもっと伸びる可能性もありますよ。平成16年の規則改正のとき、パチンコで初めて適合させたのは大一のバカボンです。一日遅れて三共の大ヤマト。その間。平成16年7月1日から同年の秋から冬にかけて出ている機械なので3から4ヶ月くらいで適合させているんですね、パチンコは。

一方、厳しくなったスロットというのは、平成16年、適合はございません。初適合は三共の花月伝説です。パロット。メダルを投入する回胴式遊技機で初適合は、販売されませんでしたけど藤商事の機械です。日電協メーカーの初適合はもっと更に遅れる。規則が厳しくなると、どうしても経過措置にしがみつくなのが、マーケットの常でありメーカーの常でございました。

パチンコ店の回胴式設置台数が200万台を超えたというのは規則改正後なんです。覚えておられますか？平成17年か18年です。規則改正後、ミリオンゴッド、アラジンエースがなくなっているのに200万台を突破したんです。そういうものなんですね。厳しくなる。規則改正がPSともに想定できる時に、規則改正がされました、新しい施行規則が施行されていますとすぐにそのマーケットがガラッと変わるというバッファを考えたら保安課の余裕の無さ、厳格化したときの規則に対して、当時平成16年から数年、日電協各社が取っていた対応を考えると下手したら5年、6年の余裕もございます。そういう意味では規則改正はおそらく近いんです。庁内で検討されている。これは間違いない。日工組も日電協も規則改正に対する陳情というのを水面下で組合を通じて、あるいは個社でさかんにやっておるところでございますけれど、現状保安課にそこまでのキャパが僕は無いと思いますので、来年中の案の配布というのは、予想ですよ、間違えたらごめんなさいね、無いのかなという気が私はしております。

気の早い方は、来年春には規則改正をするだとか、もっと気の早い方は規則改正で回胴式遊技機が6号機になったらものすごく規制緩和されるとか、ボーナスストックが認められるんだとか、言っている変な人もいます。私の見方はそういうことです。規則改正によって厳しくなる。そして、その影響がでるのはそれでも何年も先。早くても3年、遅ければ5、6年先。なので、ホールの営業の現場としては、目先の朝三暮四のサルみたいであんまりいい気がしませんが、現状まだ許可認容されている現行規則の機械、それでパチンコでいいというならパチンコで全然いいんじゃないですか、という話ですが、SISとかの推移を見ているとやっぱり回胴の方が元気がいいので、パチンコを減台してスロットを増台という事を検討しているという人がいるのであれば、当然、現場にもよりますし、競合関係にもよりますが、全然おやりになればいいんじゃないですか。少なくとも規則改正があったらどうのこうのという理由で、今、リニューアルするのを止めるのは野暮って言うもんですね。ムダです。という事を申し上げておこうかなと思います。

残り15分くらいです。PCSAさんにお招きいただくのは初めての事でございますので、PCSAの皆様に対して、私の方からプラスになるかどうか分かりませんが、提言をいくつかして差し上げたいと思います。高いところから恐縮ですが。

まずはど真ん中いきます。換金の合法化。いわゆるパチンコを風営法から脱却したり、業法化することによって、換金を合法にしようというところについて、PCSAさんは比較的といえますか、古くから前向きな団体だと、私は認識しております。私の立場はプロフィールにも書きましたが、原則、業法も換金合法化も賛成の立場です。ただ、今は業界環境が整っていないんじゃないかなというのが、私の考えですが、そんなPCSAさんに私から申し上げるのは1点です。言葉を変えましょうと。換金の合法化なんていうこと、当然ながら娯産研ですか、2つほど出している法律は換金合法化なんていう名前は入っていませんが、どうしても私にしろ、みなさんにしろ、あるいは今日一杯取材に来ている業界誌の人にしろ、換金合法化って言っちゃうんです。合法化なんていうから警察は怒っちゃうんです。内容を見る前に。合法にするわけですよ、じゃあそれまで違法かっていう話ですよ。違法を放置しておったんか、と言われるのを最も避けなければならない警察庁が、合法化なんていう文脈の呼称を聞いた段階で、読む前から怒るとい

うのは当たり前の話なんですね。なので、これは私の方からの提案です。PCSAの皆様が娯産研の方たちにロビーとかするとき、また検討してもらえたらいいと思うんですが、「まったく別の規制にしましょう」というニュアンスのみを含意した法律案の名称というのが、いいんじゃないかなろうかと。そうしたら少なくとも、名前を理由に警察庁の反発は受けません。これがひとつですね。

もうひとつは業法に関してです。当然ながら、業法にすることプラス警察所管から所管を移管させようというのが、娯産研の法律案では明確に規定されておったわけですね。所管を奪えば、それは役所は怒りますよね。この場合の警察庁の反発というのはしょうがないですね。所管を変えましょうと、所管している警察庁がどうなるんだ、と怒るのはしょうがないでしょう。所管を変えるというポジションにいるなら。私が申し上げるのは、警察の所管を別の役所に、それは経産省であれ国交省であれ何だっでもいいんですが、変えるっていうのなら、今より良くなるモデルが描かれていてしかりでしょう。その時に、良く言われるのが、PCSAの皆さんもよく言うと思うんですが、所管と取り締まりが一緒というのはおかしいんじゃないかなろうか、という議論ですね。警察は許可認容もしております。しかし取り締まりもしております。捜査権も持っています。一本に集まっています。だから権限が強くて問題がいっぱい生じる。これもいろんなところでPCSAさんにかかわらず、警察所管についての問題ということでいろいろ言われております。私もそういう風を感じて見ておったし、そういう記事を書いたこともございます。ただしこの場では、提言として言わせていただきます。

視点を変えていった方がいいんじゃないかなろうかと。なぜなら所管と取締りが一緒だという事によって、業界の一部のケースではむしろ恩恵を受けている。例えば、風営法が規定する立ち入りの権限、これは風営法解釈運用基準で、いやしくも職権を乱用し、又は正当に営業しているものに対して無用な負担をかけるようなことがあってはならない、と書いています。ところが、健全営業に資する方、今日いらっしゃる皆さんも健全営業に資する方だと思いますが、不正やっている店があったらどんどん立ち入って挙げてくれと思うんですね。私も思います。これ、所管と取締りが一緒でなければ出来ないことなんです。だから、所管と取締りが一緒で、それが問題だということは、10年も20年も前から言われていることかと思いますが、ひとつはそういうような、所管と取締りが一緒であることによって、健全営業ホールが恩恵を受けているケースもたまにあり、もうひとつはそれをいい続けても、一向に社会、あるいは警察庁に響かなかったということを考えたら、例えばこんな言い方をすべきなんです。

性的表現、暴力表現、賭博表現、R18のパチンコにおいて何でアカンのだと？それは警察庁が所管しているからなんですね。風営法では禁止していないわけです。遊技機の認定及び型式の検定等に関する規則で禁止していません。性的表現、暴力表現、賭博表現。当然ながら、人に著しく嫌悪感を与えるようなものだったら、遊技機ですから人気になりませんので、誰も打たないですよ。性的表現であれ暴力表現であれ賭博表現であれ、ゲーム性を向上させようと思って使うわけですね。なんで、これがだめだって言うと、警察が胸を張って、これはわいせつを取り締まる警察が認めたんですよ。傷害事件を取り締まる警察が、違法賭博を取り締まる警察が胸を張って検定したんだ、許可認容したんだと言えない、っていう警察の都合でしょう。警察が所管しているからこんな話になるんであって、警察が所管していなかったらこんな話にならないんですよ。というようなことを頭に持って行って、警察所管を別の省庁に移管するという話にした方がわかりやすいんじゃないですかね。少なくとも業界関係者にはその方が響くと私は思います。

従来型の警察所管のデメリットの際たるものは「所管と取締りが同一」というものでございました。タイムリーなので性的表現、暴力表現、賭博表現について言っていますが、ああいう問題が起きるのも警察が所管しているから、といえど誰にでも伝わるんじゃないですかね。所管と取締りが一緒なのが問題だ、と言うと、少しは行政の仕組みを知っている方で無いと響かないんですけど、あるいは行政学を勉強した人とか。平易な言葉で皆にシンパシーを持ってもらえるような方向で、所管の移管を訴える。それが業法に近づく道なのかなという風に、私は思いますので皆様に提言します。

あとは地方の格差ですね。要するに47ある警察本部の最終的な伝家の宝刀というのは風営法施行条例にある「著しく射幸心をそそるおそれのある行為」ここです。禁止されております。しかし、警察庁と違って、警察本部というのはそれがどのようなものか明確なガイドラインを用意しておりません。良く誤解されていますが、風営法は、法律の方ですよ、著しく射幸心をそそるおそれのある行為なんていうものを禁止しておりません。設置される遊技機が著しく射幸心をそそるおそれがあるのはだめです。広告宣伝規制違反にいたっては、風営法の条文は善良な風俗環境とか清浄なものであるのこのですよ。著しく射幸心をそそるおそれのある広告宣伝というのは警察庁の解釈です。法律の中に含まれた言葉ではございませんが、施行条例には明確に書いてあるんですね。著しく客の射幸心をそそるおそれのある行為というのが、どの県にも存在しております。これがそれなんだ、といわれた時に困るんですね。

たとえば岐阜県。何年も前から急に広告宣伝が厳しくなった地域ですね。岐阜県遊協の方は何回も岐阜県警と話をして、どこの条文に反するんですか、法律の問題だったら岐阜だけの問題ではなくて隣の愛知でも東京でも皆一緒でしょ。どこなんだ、と詰めたら県警の担当者が条例違反だと水面下で言ったっていいいます。条例違反で言われた時には、もう争う方法は裁判くらいしかないんですね。しかも面倒くさい事に、何もされていない方は条例違反だどうのこうのと裁判を訴える事は出来ないの、一度その条例違反だという事をやって、行政処分を受けた後、行政処分の取り消し訴訟というような戦い方しか出来ない。訴訟は当事者しか出来ませんものね。

ですので、この点についてはカルチャーというのが、警察の中にございまして、とくに保安課の業界所管を担当する課長補佐の方たちって、高級官僚なので風営法の勉強とかしっかりしていて、無茶な所管は言わないんですね。杓子定規であるが法から逸脱した事はあまり言いません。しかし、県警察本部、もしくは所轄警察署になると、ずっと生安畑やってきたよという人が、急に県警の課長補佐とかに就任しちゃうと、急に自分の頭の中での裁量になっちゃう。ところがそういうものを全部許しているという体系も風営法の体系にあります。

だからよく、警察の権限は裁量権が多いのが今の法律体系だ、見たいな事を言っていますが、私に言わせると風営法が条例に委任する幅が広すぎる、というような表現の方が適切なのかなという気がしております。もちろん法体系の改正、あるいは条例の改正等、抜本的な改善を狙う事は可能ですが、法律もさることながら、条例というのは都道府県の議会ですから一朝一夕に出来る話ではありません。

なので、業界、ホール団体の中ではロビー力の強いPCSAさんに、私の方から提言するのは何かといいますと、「著しく射幸心をそそる恐れのある行為って何？先に教えて」ということですね。そういう行為を警察本部なり、特にきびしい、おかしいなこれって警察本部なりにロビーしていくというのは十分機能するのかなと、少なくとも条例を改正したり法律を改正したりするよりはパワーはいらぬのかなという気がしております。気が向けば、呼び出しランプに80

回とか大当たり回数がでました、これは著しいんだといきなり言ってきます。気がつけば。気がつけば箱積み2個は著しいんだといえます。何でも著しかったらアウトです。ホールの折込チラシに近隣のラーメン屋の割引券50円を入れたら、この50円は著しいんだとかまで言います。気が向けば言うんですね。現場というのは恐ろしいところです。そういうところを許している法体系といいますが、法、条例、例規体系にあるというのが現状です。一朝一夕に改正は難しいですが、何が著しいのか先に言っておいてと業界からお願いするのは筋も通っていますし、悪い事でもなんでもない。それをここで地域格差というのをどの様にして和らげるか、あるいは明確にするか、こういうのはPCSAさんならではだと思しますので、私の方から提言させていただきたいと思います。

残り少なくなりましたが、遊技機について少しだけ申し上げておきましょう。これもPCSAさんに対するひとつの提言なんですが、日工組、日電協も言ってみれば同じなんですが特に日工組。まあ情報を出しません。封入式に関して、自分で書いた本がありまして、そこにはちょっと詳しく書きましたがたくさんは書きませんでした。封入式は一言で言っちゃうと、CRの2番煎じみたいなものを狙っていて、トリプルスタンダードですね。CRユニットだから確変みたいなものは、後付ですがなっている現状がございまして、封入式だからこれ、っていう。最たるものが、メーカーとして一番欲しい「天井」と「固定ハンドル」。これをバスターとして認めさせるかどうかなんていう、きわどい綱引きをやっている。保安課の官僚からしたら100%拒否ですが、CRの仕掛け人の同じ面々が動いていますのでひっくり返る可能性がゼロとはいえない。このような話を日工組は皆さんに言わないですよ。私も「天井」について本に書いたら後で何人かから怒られましたから。

皆さんに提言したいのは、日工組が内規を改定する時、正に今ですよ。電サポ中の賞球を1個にしよう、その代わり、総量規制を9600から8000くらいに引き下げよう。あるいは2種系混合機の役物の対する規制を変えようと迷っておりますが、正式な機関決定はまだです。「教えるよ」って話ですよ。という動きは皆さんにとって非常に重要なのかなという気がします。

遊技機マーケットは遊技機メーカーだけがやるものじゃないんですよ。当たり前ですが、遊技機マーケットというのはホールに存在するものなんです。メーカーショールームにあるパチンコ台、スロット台はマーケットを形成しておりません。皆様のお店に設置されて貸球、貸しメダルが発生してはじめて売上になっているので、遊技機マーケットの中身が変わるというのは皆様にとって直接的に影響するんです。パチンコは装置産業といわれるんですよ。装置の最たるものが遊技機ですよ。その遊技機の仕様をこんな風に自主規制しようというのを、日工組はずっと皆さんにはアナウンスしませんね。だから、教えるよ、という動きをPCSAさんでも。これは全日さんにも言いましたが強く言うのがメーカーとホールの力関係の改善の第一歩なのかという気がしています。

販売方法とか、販売価格とか、機暦だとか北斗の拳、サミーの機暦だとか。うちはサミーの機暦あるよ、っていったってどこの店だってサミーの機暦くらいあります。この2年くらい。結局、いやいやろくでなしブルースとか蒼天買ったわけでしょ。私、個人的には蒼天の拳が大好きなんですけどね。そういうところにいろいろな問題があります。京楽はグラディエーターをした時にややこしいことになりましたもんね。機暦だって。まさかグラディエーターの機暦でおぼっちゃまくんだったらみんな怒るところですけどね。そういう問題もいっぱいあります。それはそれで一つ一つ問題なんですけど、そもそもこんな機械がこれから出てくるよっていう、内部のルールを

を日工組は皆さんに言わない。私にも言わない。私は何とかして調べて書いているわけですけども。そもそも皆さんは私以上に知る権利のある取引先でしょう。大きなステークホルダーでしょ。遊技機メーカーはパチンコホールがなかったらやっていけないでしょ。教えない。

教えないひとつの理由はそもそも村社会だから、我々のルールだからというのももちろんあるんですが、最たる理由は、技術上の規格をそもそも知らんだろう、という上から目線。遊技機の認定及び型式の検定等に関する規則、別表第4にパチンコ遊技機というのが規定されております。ここに書いているもの、および、技術上規格解釈基準、これを読めない奴に内規の説明しても意味ないでしょ、ぐらいのものなんですね。これも全日遊連さんにも言いましたが、PCSAさんにも言っておきたいです。一緒に規格を勉強してください。別に技術者にならなくていいんです。書いてある規定内容がどういうことかというのを理解すればいいです。中学校程度の数学で分かります。私に分かるんですから。文系の大学中退の私に分かるんですから。必ず分かりますからこれは勉強した方がいい。その上で、メーカーと交渉すると、同じテーブルに立っているから向こうも上から目線が出来なくなります。

結果、内規の改定とか、あるいは封入式とか。封入式は皆さんにとってもものすごく大きな影響があるテーマでしょう。仮に実現したら。店の構造そのものを変えないといけないかもしれない。あるいは封入式がマーケットの10%くらいなのか、パチンコマーケットの100%を席卷するのか、CRみたいに。これによってはみなさんのビジネスモデルは大きく変わるんですよ。設備投資だ、島のつくり、オペレーション。そこが釘が無くなってみてください。釘を外注していたお店、その外注先は必要なくなります。箱要らないですね、封入式だから。様々なものが変わるのに、技術仕様、ディテール何も皆さんに教えない。日工組の中の共通外枠というひとつの決まりごとがあって、そのプロトタイプをお披露目しています。しかし皆さんは見えていない。私も見えていない。こんな姿勢はダメでしょう、ということを全日遊連さんにも言いましたがPCSAさんにも言っておきたいです。教えるよと、取引先だぞ俺たちは、他人じゃないないだろう、という感じですよ。そのときに上から目線に負けないように技術上の規格を勉強して見てはどうでしょうか。これが私の提言です。

5分ほどオーバーしてしまいました。私のプロフィールに私のパソコンのメールアドレスを書いております。今日の私の話で、分かりにくかった点、分からない点、てにをはのクレームでも何でも結構です。メールいただけたら、遅くなる可能性はありますが必ずお返事申し上げます。これをもって私の話を終わらせていただきます。1時間ちょっと、ご清聴ありがとうございました。



Pachinko Chain Store Association

第二部

15:30~17:00

『PCSA パネルディスカッション』

《広告宣伝に関する6. 22通知は業界に何をもたらすのか?》

コーディネーター： 笠井 英史 氏（株式会社アワーズ 代表取締役）
パネラー： 松田 良 氏（株式会社ダイナム 営業政策部部長）
荒俣 伸一 氏（株式会社ボネール アミューズメント事業部部長）
峰元 勇作 氏（株式会社ヒカリシステムマーケティングサポートチームマネジャー）
齊藤 周平 氏（株式会社ジョイナス 取締役営業部長）

第2部『PCSA パネルディスカッション』

テーマ 《広告宣伝に関する6. 22通知は業界に何をもたらすのか？》

コーディネーター： 笠井 英史 氏(株式会社アワーズ代表取締役)

パネラー： 松田 良 氏 (株式会社ダイナム 営業政策部部长)

荒俣 伸一 氏 (株式会社ボネール アミューズメント事業部部长)

峰元 勇作 氏 (株式会社ヒカリシステム マーケティングサポートチームマネージャー)

齊藤 周平 氏 (株式会社ジョイナス 取締役営業部部长)

笠井：皆さんこんにちは。パネルディスカッションという事で今日はコーディネーターをやらせていただきます。アワーズの笠井です。よろしくお願いします。

今日はあまり小さなこと、こういうキーワードはどうか、こういう集客イベントをするのはどうなんだ、ということ根掘り葉掘り聞くよりは、6. 22の通知というのをどういう風に受け止めて、どんな風にこの機会を使っていけばいいのかという事について、主題を持って90分やらせていただきたいという風に思っております。

今は、広告の規制だけではなく、POKKAさんもいろいろ話をしていましたけれど、一物一価や等価交換の問題。総付もありますいろいろなことがある中で、一番ビッグな影響があるのがこの広告規制なんですけれども、今日のテーマとしては広告規制について、規制強化という捕らえ方ではなくて、あくまで運用基準に関して明確化された。そのことによってどんな変化があって、どう対応していくのかというところをやりたいと思っています。

この後、各パネラーの方に自己紹介をしていただくんですけども、その前に、私の方から、今日いらっしゃっている皆様にちょっとだけ質問をさせていただきます。

最初の質問は、今回の明確化された規制というのは、いつまで続くのか？僕らが死ぬまでずっとこの業界この状態でいくのか、それとも3年とか5年でルールが変わるのか、それとも1年くらいで変わっちゃうんだ、というのを皆様方に挙手で聞きたいと思います。

まず、1年くらいでルールが元に戻っていくんじゃないかと思う方？ゼロですね。それでは3年、5年くらいで変わっていくんじゃないかという方は？半分くらいですね。僕らが生きている間は未来永劫変わらない、今回の規制の中でいくと、と思われる方？2割くらいですかね。私は個人的には3番目の変わらないという中で考えるべきですし、準備をするべきだと思っています。

いろいろなことが、今回起こっていますけれども、もうひとつ、皆さんに事前に質問したいと思います。挙手でお願いします。今回の機会はピンチかチャンスか、どちらですか？皆さんの会社にとって今回の一連の事というのはピンチなのか、チャンスなのか。

規制が始まる7月の後半にホールの子と話をしたら「僕の会社はどうなっちゃうんですか？」首も含めてリストラを不安に思っている。イベントを企画したり、広告を担当している子から不安でメールが来ました。実際そのような事は今起こっていませんが、今回の機会というのは皆さんにとってピンチなのか、チャンスなのか、ということ挙手で聞かせていただきたいと思います。もちろんホール経営だけではなく、賛助会員の方も今日いらっしゃっていますが、どちらか挙手で聞きしたいと思っています。

今回はピンチだと思う人、手を挙げてください。じゃあ、チャンスだと思う人。ありがとうございました。ピンチかチャンスというところの中では、チャンスの方が非常に多かったんですけども、今回の機会というのをどういう風にしていけばいいのかという事を、パネラーの方を含めて進めていきたいと思います。

ではこれから、パネラーの方々に自己紹介をしていただこうと思います。パネラーの方にはご自身のキャリアだとか、今どんなポジションでお仕事をされていて、どんな内容を業務を主たるものとしているのか、付け加えながら自己紹介をしていただいて、ピンチかチャンスかという受け止め方や、それぞれの皆様方の出店地区の中では、どんなことが起こっているのかというところを、おひとり5分くらいでお話をしていただければと思います。特に、ダイナムの松井さんには岩手県、岐阜県、石川県という、もともと規制の運用に関して非常にレベルの高い地区にも出店をされていますので、その地区についても少しお話をいただければと思います。では、ダイナムの松田様よろしくお願いします。

松田：皆さんはじめまして。株式会社ダイナム営業政策部の松田と申します。宜しく申し上げます。私の役割ですが、弊社は344店舗のホール数で営業をしております。出店は沖縄県を除く46都道府県に渡って全国展開をしている会社でございますので、6.22の通知を受けていろいろな状況変化等がありました。営業政策部の役割は、344店舗を動かしていく中、いろいろな数字の変化を見極めながら、今後政策フレームの提案と、業界動向、トレンドを見ながら社として何をしていくべきか。対顧客に対してどの様なアクションを取っていくべきかという選択を各現場に提示して進めていくという役割をしております。

その中で、今回の販促につきましても舵取りとして、どのような考え方を持って今後、対お客様にアピールしていくのかという、いわゆる販促戦略といった部分も担って現場の方にも提示をしているような状況です。

今回、6.22の通知については、皆様もご存知だと思いますが平成14年に警察庁のほうから出された、広告宣伝についての見解に基づいて出されている部分がございます。弊社につきましては、平成14年の見解が出された時に社内の法務部で広告宣伝に関するガイドラインというものを作りまして、それをベースに各現場で広告表現についての一定のガイドラインというものを提示させていただいております。具体的には、ホール内で何かを表現する際に、検索でNGワードがひっかかって表現として出ないようにするですとか、未然防止といった部分も含めて実施してきました。

今回の大きな動きの中で、8月に大きな動きが業界全体にあったと思うんですけど、その前の7月時点で、344店舗のうち50店舗、8都道府県なんですけど、今回の遊技イベント等の規制とか、その前からある都道府県がございました。現在は344店舗中、344店舗すべてが、いわゆる遊技イベントについて実施していないといった状況になっております。

先ほど笠井さんの方から提示があった、ピンチかチャンスかという問いに関しては、一時的な混乱はございましたが、チャンスと捉えて取組んでおります。最大の理由は、パチンコを楽しむユーザーの方が冷静にホールを見極めることができるんじゃないかと。文言ですとかイベントとかの表現ではなく、冷静にそのホールの真の営業力といったものが問われてくるのではないかということ予測しております。そういった意味では、弊社と致しましても営業力を高めていく努力を極めていって、顧客に支持される店作りを目指していこうという

考えに基づいているので、その点は前向きに考えて取組んでいきたいと考えております。

笠井：ありがとうございます。続いて、コストのリーダーの荒俣さん。大阪はおもしろい話をぜひ宜しくをお願いします。

荒俣：ご紹介いただきました荒俣でございます。うちのホールは大阪で平野区、住吉区、住之江区というところに5店舗。東西の同じ1本の通りでございます。5店舗で約2170台の小規模の店でございます。

実は今回は非常にうちにとっては大きなピンチでした。なぜピンチだったかと申しますと、実は2年前にもっと大きなピンチがございました。数年前にうちのオーナーの福井が幕張でパネラーになった時に「うちは絶対1円はやらない」と宣言をしております、その路線で走っておりました。実は2年前の平成21年3月に非常に窮地に陥りまして、客数も320台のあまり大きな店はございませんが、平日のピークが30人、40人。土日のピークも50人と。6月の最悪は4円と20円スロットしかないのに売上100万円を切りまして、60万円というところまで落ち込みまして、もう店やめろと、やめるぞ、という中で、1円パチンコというところに目を向けました。

どうせやめるなら1回やってみようか、という話になりました。PCSAで早くから北海道にストコンに行かせていただきまして、1円パチンコなるものを自分の目で見ておりましたし、当時いろんなホールが実験的に手掛けており、ワンボックス、ツーボックスが圧倒的に多かった中で、全面的に1円でいっちゃおうという話になりまして、8割くらい1円パチンコ、ワンボックスくらい4円パチンコ。スロットはどうしようか、というところで、たまたま業績の悪いスロットハウスを1店舗クローズいたしましたので、そこから台を30台ばかり入れてやってみようかという話になりまして手掛けました。インパクトを持たせるために全部等価でやっちゃおうということになりまして、それ以来等価交換、1円も4円も5スロも20スロも25銭パチンコもやっております。全部等価で「マックス」という言葉をベタベタ張りまして、4円に疲れたユーザーをいただくという発想でした。住之江区エリアだけでも約6500台 台数が増えまして、それも4円の圧倒的パワーの大型店ばかりでしたので逆にお客様のニーズにあったのだと思います。

入客数を申し上げますと5店舗で平成21年6月が9万人であったのが、22年6月が21万8千人。今年の6月が25万3千人と飛躍的に増え、業績もV字回復ができました。

ところが、今回の先ほどPOKKA吉田さんからもございましたけれど、うちにとってはやや優位を持っていた1円等価というところにメスを入れられました。イベント規制と文言規制と射幸心を抑えるということで 装飾・文言等の変更だけでも相当な経費が必要となりました。

さらに10月から特殊景品の最低交換金額が100円単位から500円に引きあがりました。それと 4円の特殊景品最低交換個数を 100円＝25個から100円＝28個になりました。この辺もまた、後で話す機会があったらご紹介しますが、非常に大きな転換期となりました。

その中で、7月から3ヶ月経ちまして、良く考えると客数は増えていきますし、1円等価100円単位ですから、最高99.6%最高換金率。現在97%、一番賞品の出るところは500円単位となりましたので96%くらいまで賞品を持っていただいておりますので、

この辺が非常に大きなヒントになるのかなと考えております。また次の発言のときに話をさせていたきたいと思っております。

今回はピンチであったんですが、もう一度お客目線に立ってチャンスをつかみ取りたいと思っております。

笠井：ありがとうございます。続いては、あまりこういう機会が無いので今日は緊張すると言っていたんですが、ヒカリシステムの峰元さんに自己紹介をお願いします。

峰元：ただいまご紹介に預かりました、ヒカリシステムの峰元 勇作と申します。本日は宜しくお願いします。私の部署の主な仕事としては、正に広告宣伝のとりまとめを本社で行っている関係もありまして、現場再度と6. 22通知に関してどのようなやり取りがあったのかという事を今後お知らせしたいなという風に思っております。

今回の通知を受けまして、正直なところあまり大きく変更をした点はなかったなと感じました。その当時は、ここまで厳格化になるとは想像していなかったので楽観視していました。当然、お店側も前とあんまり変わっていないじゃないかというところで、大きな動きは無かったですけれども、7月21日に色々と情報を収集していく中で、ある県ではホール関係者を集めて指導があったとか、8月以降かなり厳格に行うという情報を方々から聞き、代表の金光から、8月以降出玉イベントを行わないという決定がありました。

7月21日ですから10日くらいしかない状況で、現場からは「どうするんだ」と。正直出玉イベントに関しても普段どおり行っていたわけですから、準備していたにもかかわらずストップしてしまいました。その時は問合せもありましたし、8月1日以降、そこまで厳格になるのか？という感想を持っていました。やはり8月1日にヨーイドンでスタートした後も、千葉県内に関してはそこまで通知に関して真摯に対応したのは周りには無かったので、その後の変化についてはこの後ご説明させていただきますが、やはり現場も私も、6. 22通知に関しては当初と8月以降では大きく受け止め方が変わったかなと感じました。

大きな変革期であると思いますが、ピンチかチャンスかという問いに関しては、ここから新しいマーケットを開拓できる可能性もありますし、今までイベントに対して流動的だったお客様の囲い込みだけではなく、違った形のお客様の囲い込みができるんじゃないかというチャンスが大きいんじゃないかと考えております。本日は一緒に勉強させていただきたいと思っておりますので宜しくお願いします。

笠井：完璧です。最後に齊藤周平理事、自己紹介をお願いします。

齊藤：こんにちは。株式会社ジョイナスの齊藤周平と申します。役職は営業部長をしております。滋賀県4店舗、三重県2店舗のパチンコホールの管理をしております。今回6月22日の規制を受けまして、通達というのは事前にいただいていた、ただ、現実のものとして捉えられていなかったというのはありました。弊社では三重県にも店がありますし、隣接している岐阜県が数年前からイベント禁止ということですずっと走ってきた中で、三重県とか何の変化も無く流れてきていたので、これは6月22日の通達が来ても各県警単位の話なのかなとおおまかに捕らえていて、7月上旬に大阪の一部の所轄でかなり厳しい締め付けが始まったという情報が入ってきました、現場の店長達とも情報を共有して、「こういう情報が入ってきたから準備しようね」と言っていたんですが、いざそれが8月から始まるというのは現実として捉えられていませんでした。どちらかという滋賀県、三重県というのはあまり規制の

厳しいエリアではなかったなので油断していた部分があります。

7月下旬になって滋賀県でまず8月からイベント禁止しますよ、気をつけてくださいね、という指導が入ってきて、10日間でバタバタと告知物を。ある程度の準備は出来ていましたのでそんなに現場が混乱する事は無かったんですけど、今まで当たり前のように出来ていたことが出来ないという事で、現場からはネガティブな意見とか出てきましたし、今まで通りやったらダメなのかという声も出ましたが、ここは、今までに無い大きな話だったと思うので、今回は方針を出して、所轄の指示に対してしっかり従うのが当たり前の事で、告知物、装飾物含めて、全部やりかえるという決定をしました。

三重県に関しては8月に入ってもしばらく各店イベントが普通に行われていまして、その中で組合を通して見解を聞いたところ、当面ちょっと従来どおりでいきますという判断が返ってきました。各店、いままで変化無く進んできたところ、10月を移行期間として11月からイベント禁止となりましたので、11月からは全国並みという形になっております。

今回の状況をピンチと捉えるか、チャンスと捉えるかに関しては、弊社が一番大きい店でも488店という中型店、小型店ですので今までパワーゲームが出来なかったというか、パワーゲームをしてこなかったという経緯がございますので、その分、5、6年前から人に注力して人材育成をやってきましたし、接客力の向上というのも一生懸命取り組んできましたので、私自身はチャンスとして捉らえていたのですが、なかなか現場が日々の営業において不便を感じる人が多いので、そこのコンセンサスというか、これが本当の店の力をつけるチャンスなんだよと、店長たちと共有するという事に最大の時間を割いているというのが現状です。

そういう意味で、今日は皆さんとしっかり情報共有をさせていただいて、会社に持ち帰って生かしていきたいと思いますので、今日は宜しくお願いします。

笠井：自己紹介も終わりましたので、本題に入りたいと思います。皆様方のお手元の資料を見ていただきますと23ページに、賛助会員のオムロンアミューズメントさんからいただいた資料を付けさせていただきました。これはオムロンさんの顔認証システムを愛知県と大阪府で、それぞれ約10店舗の平均値というところで、7月1ヶ月間、8月1ヶ月間の来店者数に関して、どんな変化があるのかまとめた資料を使わせていただいています。

23ページを見ますと1-1というところに来店客数が出ています。7月から8月の変化率を見ると、男性でマイナス8.3%、女性でマイナス9.1%という季節指数でいえば上がってもいいような状況で、合計だと平均でマイナス8.5%というのは全体の数字です。

24ページに入りますと右側に2つの指標があります。ひとつは年代別です。18~20代に見えるという人、30代、40代、以下60以上という風に5つに分けられた数字です。合計はもちろんマイナス8.5%なんですが、世代別に分けてみますと10代20代がマイナス11.0%。30代も同じマイナス11.0%。40代マイナス6.6%。50代マイナス4.6%。60歳以上マイナス5.7%と、世代を分けていますと、イベントというものが今ずっと出ていましたが、来店する理由がもし店舗のイベントであったならば、そのイベントの部分で近隣店舗を回遊している人が減っているんじゃないかというところが、推察されます。後ほど4円で見たら、スロットで見たら、低貸しでみたらどうなのかというのはパネラーの方にお聞きしたいと思います。

もうひとつ、数字を見てみます。今度は来店頻度別の数字です。同じ顔認証で取った方が1日と3日に来たな〜、ということで回数を計測するそうなんですけど、1回から2回、3回、4回、5回。ミドルが6〜9回、ヘビーが10回〜19回、ディープが20回以上という区分を見ます。大きく区分で見ますと、1回−11.7%、2回−15.1%、3回−14.1%、4回10.1%ですが、5回、ミドル、ヘビー、のところは−5.0%、−5.8%、−2.6とあまり変わっていないんですね。今度は20回以上来られている方というのが−13.5%ということで、ひとつの名古屋地区の特徴なんですけど、頻度の少ない方、そして非常に頻度の高い方の両方が大きく落ちているという数字になっております。

大阪の方も入っているの大阪も見ただければと思うんですが、ここからはパネラーの方に質問をさせていただこうと思います。

この客数の変化というところを、6.22の中で大きく3つの期間に分けてお話を伺いたいと思います。7月末まで、8月1日からスタートするならば、運用が決まって準備の期間がひとつ。それから、8月1日からはじまるとすれば、8月の1ヶ月がひとつ。それから9、10、11月と今日に至るまで3つの期間に分けた場合、それぞれどんな客数の変化、会社の対応、スタッフの意識、色々あると思いますが、この3つの中でどのような変化があったか、各社なりの状況をお話いただければと思います。これは齊藤さんから。

齊藤：今回の8月の規制に当たって、それまでの準備期間から8、9月と稼動が予想では若干落ちるかなという事で営業を始めました。予想に反して8月が横ばい、9月は元々9の日にイベントをしていたこともあったためちょっと上がりました。10、11となだらかに下降して、11月は稼動が落ちています。

8月からイベントの文言を使わないという事で、お客様からはイベントをしない＝出ないというネガティブなイメージをもたれがちになってしまうので、どうカバーするのかを現場とも話をしながら告知物を作ったり、力を入れてきました。以上です。

笠井：ありがとうございます。峰元さん、いかがですか？

峰元：7月の終わりくらいから、まず8月からこれだけ大きなイベントのやり方が変わる中でお客様にどう伝えていくか、というところで、こういった理由からイベントは行えないという案内を出しました。それに対してお客様から問合せが非常に多く、現場も苦労したようです。

8月は先ほども申し上げましたが、1日から全くイベントは行わないという変化がありまして、客数は7月は前年比プラスだったにもかかわらず、8月は前年同月比5%のマイナスほどお客様の数が減っております。今年は輪番店休がありましたので、実際のお客様の数だけだと、輪番店休が実際に下降した原因にならないのかなと感じまして、広告規制の厳格化によって多少、お客様が離れたと感じました。

周りの競合店に関しましても、我々が止めている中でバリバリやっているところでしたので、他の店はイベントやっているのでそちらに行こうという方もいらっしゃいましたし、そういう声もありました。

目押しに関しても同時に禁止しまして、ジャグラーですとか高齢者の方が好きな機種についても目押しが出来なくなったということでのクレームも8月に関しては多かったです。競合店に関してイベントを徐々に止めていく中で、例年通りに戻ってきたかなという9月10月となっています。

笠井：ありがとうございます。追加で質問いいですか？お店でイベントが出来なくなった中でいうと、それまで営業の中で、イベントの占める割合が営業政策でどのくらいの比重を占めるかということですね。集客の重要度で、峰元さんのお店ではどのくらいの重きを置いていましたか？感覚で結構です。

峰元：低玉に関してはさほど影響はないかなと。イベント自体も大してやっていませんでしたので。ただ、4円パチンコ、20円スロットに関しましては、私も今年3月まで現場におりましたので、感覚的には3割、4割の力を注いでいた感があります。

笠井：齊藤さんのところはどうか？営業政策、イベントは。

齊藤：何々の付く日のイベント、曜日イベント、機種イベントもありましたけど、今回の規制を受けて感じたのは、思ったほどの影響は無いのかなという風に思いました。どちらかという店側が変にイベントをしなければいけないという固定観念があって、必死でやっているけどお客様がそんなにそれを見切っていたのかなというのは、今となると疑問に感じる部分があります。

笠井：そうですね。その辺はまた後ほどお話をお聞きしたいと思います。荒初さんにもお話ししますが、荒初さんの店でもイベントがどのくらいなのか、話の中に入れてください。

荒初：イベントは1円パチンコが2割くらい、ほとんどやらない状態です。4円に関しては4割から5割くらいです。実際に稼働を申し上げますと、4円自体は高稼働しておりませんので。OUTはSIS稼働平均というところですが、1円等価は7月、8月、9月、9月は少し落ちるんですが、SIS稼働平均より2000個くらい多い稼働をしておりました。

8月につきましては盆明け苦戦が予想されましたが、良いことかどうか疑問なところもありますが、偶数月の15日は何か支給される日らしくて1円が沸くんですね、非常に。それから毎日1日か晦日だと思うんですが、これも何か手当が出るような感じでございまして、これに期待したらいかん、これに期待したらいかん、と思いつつ、業績は9月の10日くらいまでは良かったです。9月の後半から極端に1円パチンコのアウトが3000個から4000個急激にダウンしました。更に稼働がダウンしておりまして危機的状況を感じております。

笠井：ありがとうございます。松田さんお願いします。

松田：営業の実数値を申しますと、8月が一番影響を受けております。ただ、弊社の場合、344店舗のうち、174店舗が4円パチンコをメインとする店舗、残りの半分170店舗がゆったり館というブランドと信頼の森というブランドで1円パチンコをメインとする業態という事で、ほぼ1対1の割合で進んでおりますが、業態別の傾向を申し上げますと、4円パチンコは7月対比で稼働実績が96%、1円パチンコ面の業態に関しては99%、ほぼ変わらなかった、というのが7月、8月の実績です。

両方とも影響を受けたのがスロットになります。スロットは20円、5円スロットとも7月のデータを下回る状況になっておりました。この辺につきましては会員データで分析しておりますが、スロットの若年層を中心とした層はイベントが実施できなくなったことに対する反応が8月度は影響しているのかなと判断しております。

9月以降はほぼ前年同月対比と同じような推移をしているというということで、通常8月はお盆等も含めまして数字としては伸びる計画なんですけど、今回伸びなかったという事で、

9月以降は徐々に戻りつつあるというのが大きな流れでございます。

それから、8月度のお客様の声について、カスタマーサービスで電話メールでのお問合せを受けておりますが、通常月で500件から550件で推移をしておりますが、8月については約600件ということで、問合せが通常月より増えました。内訳としてはイベントに対する問合せが多かったという事と、あとは先ほど峰元さんからもありましたが目押しサービスに関する問合せ。

それから今回、構造変更に関する通知という事で、見通しを妨げないということで、1m以上1.7mのところは販促物を貼らないという見解がありました。実は古いお店ですとそこに遊技機の説明書をA4サイズで設置していたんですが、当初の見解では大丈夫だろうという事で8月からスタートしていたのですが、ここに対する行政の見解も厳しかったという事もありまして、一時的に撤去し、遊技機説明が無くなったことに対する問合せも非常に多かった、というのが7月、8月の大きな傾向となっております。

先ほど自己紹介でも申し上げましたが、平成14年の見解を元に社内でガイドラインを作成しておりまして、弊社としてもこれなら大丈夫だろうといった中で進めたものが、続々と各都道府県から一報があって、だめになりました、だめになりましたという流れが全国的に広まっていった中で、当初いけると判断していたものが、お盆前までにすべてダメになってしまった、といったようなことがありまして、それに代わる補足の販促ツールをお盆以降急遽用意して現場に提示したという形になっております。

そういった意味で現状9月以降は現状、ほぼ前年同月比と同じような推移をしているという状況にありますので一次的には混乱しましたが、現状落ち着いているような状況です。

笠井：ありがとうございます。次はいくつか、ぱぱっとお答えいただきたいんですけど、もうちょっとどういうことが会社で起こったかを聞きたいのですが、費用の事、コストの事について聞いてみようと思います。今回対応するのにいくらくらい費用がかかったのか率直に聞いてみようと思うのですが、先ほど荒初さんに事前に聞いたら結構いい額だったのですが、また齊藤さんのほうからマイクをお願いします。

齊藤：弊社では一番お金がかかったのは、野立て看板だとかネオンの上の看板にお金がかかりました。総費用でいうと、大体500万円強くらいかかっております。

笠井：では峰元さん。

峰元：販促物、掲示物に関しては貼り替える程度ですので、看板とか大きなサインは元々過激な表現がありませんでしたので、費用はさほどかかっておりません。

笠井：荒初さん。

荒初：先ほども申し上げましたが、5店舗で2000万くらいかかりました。1パチマックスというロゴで商標登録を取っておりましたので、商標登録を取っているのを屋号として認めてもらえませんか、と申し上げにいった時に、7月の第1回目の回答が、1パチマックスてどんな意味なんだい？と聞かれて、地域で1円パチンコの台数が一番多い店ですといったところ、そういう風に屋号を変えろと指導がありまして、1パチマックス1パチ地域最大設置店という屋号で持っていきましたら、大阪府警から最終的にノーという答が返ってまいりましたので、今は1パチチャンス、1パチチャンス平野店ということで改めて商標登録をとりなおしております。

笠井：ありがとうございます。松田さんお願いします。

松田：総額で販促費を見ますと実はそんなに大きく変わっていないんですが、今回、機種訴求に関する店内の什器、ツールについて一時的に撤去という事で、それに代わる全体としての訴求内容に変えたツールに張り替えて設置しております。これに関して、もろもろ含めて1億円前後だと見通しをしております。

笠井：もうちょっと聞きましょう。今度は遊技機の新台入替ということが、今回明記されたのが、入替と有名人芸能人の店内への招聘という事は通知の中に記載されていたんですが、入替が増えたのかどうかということについて、松田さんの方からお答えいただきたいと思います。

松田：営業政策部という事で、全体の政策提示をしておりますが、8月前半の混乱を受けまして9月以降の入れ替えについてアップ提示をしました。特に競合他社も含めまして、入替頻度が唯一の告知手段という面もありますので、入れ替える回数が増えてくることが予測されるという事がありましたので、商圈にもよりますが、入替の回数、頻度を増やしていくという提示はしております。

イベントは、確かに遊技イベントはできませんが、有名人招致についても、局地的に、元々規制が厳しかった地域では先行実施していた経緯もありますので、実績効果の高いものはそのまま他にも波及させて実施していくという対応をさせていただきました。

あと、再プレイなど会員のメリットを訴求するイベント、それから景品企画なども月の営業規格に入りきるようなメニュー化を進めて現場で選択式にして、お客様に飽きさせない企画演出というところで対応しています。

笠井：遊技機コストを上げたとか、上がっていると思いますが、パーセンテージでいうとどのくらいのイメージがありますか？

松田：発売頻度にもよりますが、昨年対比でいうと、ほぼ機械費自体は変わっておりません。今期スタート時に、東日本大震災から始まりましたので、入替自粛、販促自粛ということで前年を大きく下回る費用計上の元で、7月から自粛明けといったところで機械投入と販促の強化をしていたのですが、それでも昨年並み。業態比率は4円と1円が1対1という比率でもありますので、なるべく中古機を活用するような戦略を立てています。

笠井：ありがとうございました。では荒俣さんお願いします。

荒俣：まず機械につきましては、2年前に1円の業態に変えたときに、約6割くらいにカットしました。それからほぼ機械代につきましては7、8、9、10月4ヶ月間の前年対比100%で変わっておりません。広告宣伝費はこの7、8、9、10月の4ヶ月間で50%に減らしております。以上です。

笠井：ありがとうございます。峰元さんお願いします。

峰元：遊技機に関しては、所轄で入替ができる、できないという期間があるんですけど、現状ですとさほど変わっていない状況ですが、入替が何回もできる地域については今後増やしていくこともありうるという話をしています。有名人の招致については積極的に弊社としては行っていなかっただけですが、ここまでライター等のイベント、芸能人のイベントが業界の中で特需を迎えているような状況ですから、ここをやってみて、どう市場が変化するかを観察しつつ、継続するか否かというのを検討していこうと思っています。

笠井：ありがとうございます。齊藤さんお願いします。

齊藤：芸能人イベントについてはほとんど弊社では年に1回やるかどうかの感じだったので変えていません。雑誌イベントについては従来からやっていた店舗についてはそのままやっています。ただ、これをきっかけに雑誌イベントを増やすとかいうのは今はやっていません。新台入替については、前年比でいうと、前年が機械費をあまり使っていなかったのであまり比較は出来ないのですが、今回に関しては規制で他に打ちにくいから機械を買うという動きは自店も競合店もあまりないかなという感じはしています。ただ、ビッグタイトルが夏ぐらいから多かったので、そこについてはあまり我慢せずに買うようにという事で営業力の強化を図っています。

笠井：ありがとうございます。機械の事を聞いたので、今度は、賛助会員さんも沢山いらっしゃるので設備の事を聞いてみようと思います。今回の結果、広告規制の明確化によって、イベントが出来なくなるという営業になりました。人の事、遊技機の事がありましたが、設備的に負荷、投資をしたりとか何か手を打ったのかお伺いしたいんですが、松田さんのところは、何かそういったものは設備としてありますか？

松田：今回の動きを受けて、全社的な動きとしての設備投資はございませんが、ただ、出店して10年近く経つ店もございますので、撤去に伴って汚いところが見え隠れしてしまったとかですね、幕板が少し汚れているとかそういった部分が少しありますので、化粧直しという事でタイミングを見て店舗を徐々に変更したというような投資はしております。大幅な設備変更はまだしておりません。

笠井：ありがとうございます。荒俣さんのところはどうですか？

荒俣：大幅な設備変更はございませんが、コスト問題研究部会のリーダーをさせてもらっている中で、色々なプレゼンテーションをいただいている中で、順次LEDの照明及び節水の取り組みを致しまして、こちらの方は水光熱で20%くらい削減は4ヶ月の前年対比で出来ております。投資額と致しましては、500万円前後です。

笠井：ありがとうございます。峰元さんのところはどうですか？

峰元：設備に関してはさほどありません。ただ、1.7m規制に関しての変更点はあります。

笠井：はい。齊藤さんは？

齊藤：弊社もそんなに変更は無いですけれど、遊技説明が台の横についているのがダメっていわれているところに関しては椅子につけるホルダーを買ったりとか、その程度の軽微な変更になっています。

笠井：ありがとうございます。それでは今度は人の方に話をもっていきたいと思います。スタッフですね。それぞれの店舗の皆さんのスタッフが今回の事をどの様に受け止めて、どの様に導き、現状どうなのかという事を一言づついただきたいと思います。松田さん、どうでしょうか？

松田：344店舗ということで、従業員も1万6千人とかなり大所帯でありますから、この中でどのような形で方向性とか方針を浸透させていくかが弊社にとって大きな課題であります。実態と致しましては現場レベルで対競合店と営業で戦っているわけで、そういった中で無い物ねだりじゃないですけど、現場としては、うちは我慢しているのによそはやっているという声も一部上がってきたりしておりました。

ただ、先ほどのピンチをチャンスに変えるというのは、正に経営トップの方からもそうい

う指示があった中で進めていった方針でもありますので、そこを管轄している、弊社の場合は19ゾーンと、地区に分けて管轄しているんですけど、19ゾーンのゾーンマネージャーが管理責任者としてやっているんですが、そこでの情報共有という事で、今回の流れを受けた会社の方針といったことを伝えて、現場に浸透させていくという風に考え進めているところです。

方向性としてはふたつありまして、ひとつは露出する機会を認知度を上げるために必要ですので、全国的CMの番組スポンサーですね、そこについては販促費を投下して増やしている状況です。まず企業認知を高めていこうと。ただ、そこには日付を隠語で含ませるとかいう内容では一切無く、あくまでダイナムという会社の企業姿勢を伝えるようなメッセージを出していくことというのがひとつです。もうひとつは、先ほど実際イベントをやめても9月時点で収束したという背景の中に、やはり本当の意味での営業力という意味で、実際に今来店されている方の満足度さえしっかり高めていけば、そこから口コミ効果等もあって、新しいお客様も呼んできてくれるだろうという見解を元に、今いるお客様の満足度を高める販促物を充足させていこうという風に切り替えようと動いています。具体的に、先ほどの機種説明もありましたけど、遊技機本来の楽しみ方、楽しむにはどうしたらいいのかといった事を、ホール側からお客様に提案する仕掛けですとか、あるいは初心者のお客様のためのユーザーズガイドを充足させて、お客様に提示するとか、提案型のお客様にとってプラスになることをどんどん店内に仕掛けていくという形で、今従業員と意思統一して進めているところです。

笠井：本社、本部との温度間の差は無いですか？

松田：現場レベルまですべて浸透しているかというのは、やはりしつこく、一度言って浸透するかという難しい事ですから。これは8月のそういった状況があったから、毎月ミーティングを含めながら見解とか方向性は説明をしております。

笠井：はい。ありがとうございます。荒初さんのところは人はどうでした？

荒初：非常に小規模な店舗でございますので、周知徹底は図れたと思います。周りの大型店舗、1300台のお店では、イベントの日にイーゼルが30くらい並んでいるお店もありまして、かなりパワーゲームで、言葉遣いもかなりエスカレートして、絶対使ってはいけないというような言葉まで使っているようなところもございましたので、そういう大型店の稼動がかなり落ちるのを冷静に見ながら、どういう対応をしていったらいいかという話をしまして、スタッフには今まであまりお客様の声を聞くという事をしてきませんでしたので、この際に、お客様とコミュニケーションを図ると、徹底してお客様の声を拾うという方向性で8月から動いておりますので、意思統一という面では逆にお客の声を拾えるような体制ができつつあるようになったのかなと感じております。以上です。

笠井：現場には不安は無いですか？ピンチかチャンスというと、みんなチャンスだ、という感じですか？

荒初：現場ではチャンスだという捉え方はまだ出来ていないです。

笠井：ありがとうございます。峰元さんのところの人はいかがでしょうか？

峰元：人に関しては、広告をイベントに対してやってはいけないという発信をしたのと同時に、6.22の通知に、明確にダメだと書かれているものに関して、一切行わないという方針を発信してから、正直、現場からは問合せは殺到しました。私もそこまで詳しく理解している

わけでもございませんし、実際に8月からどこまでが良くてどこまでがダメなのかも分からない、明確な答がでない中で、各店のスタッフに、とにかく8月以降、周りにどういう変化が出ているのかということとを社員で共有をして、ここについてはどんどん無くなっているとか、ここでは残っているとか、そういったものを共有して、どこでどういう風に指導があったとかも現場に上げていってそれに関しては行わない。あとは、目押しに関してお客様が非常に多かったというのがありますが、丁寧にご説明すれば理解していただける方も増えてきて、最近ではそういった声も減ってきています。

笠井：目押しはどう対応されているんですか？

峰元：一番多いのが、何でいけないのか、という話から始まるんですけども、いわゆるお客様の技量に差異を生じさせるような行為はしてはいけないと文言で説明してもなかなか理解してもらえないので、何でダメなのかという事をお客様は知りたいでしょうし、これをやるとギャンブル（賭博）とパチンコの違いを説明していく中で理解してもらえたのですが、お客様は周りと比較してしまうので、弊社が目押しを行っていない時に競合店は行っており、あそこはやってくれるのになんでこっちだけやってくれないんだ、サービスが悪いんじゃないのか、という声も実際にありました。あとは、そろえる喜びを、スタッフが、この辺ですよと口で言ったり、お客様と一緒に頑張ってそろえる努力をしていって、それに対してお客様が喜んでくださるということも実際にありました。

笠井：他のお店では練習機を置いたり、横のお客様にスタッフがお願いしてそろえていただくとかいろいろあるんですが。

峰元：お客様同士の助け合いも以前に比べて増えています。

笠井：ありがとうございます。じゃあ齊藤さんお願いします。人の事ですね。

齊藤：情報量が減る分、お客様に、面白くない、やる気が無いと思われるのが、営業としては一番良くないと思うので、その分をスタッフの力でどうカバーするのかというところに注力しています。単にイベントをするというのではなく、パチンコの台の面白さを説明したり。例えばアルバイトスタッフと店長がメーカーのショールームに行って事前に打って、こんな機械でしたよ、という解説のポスター。面白いから期待しててくださいねという、台の面白さを伝えていく。そのポスターについては事前に質問とか受けて、もうすぐ導入されますとポスターを作ったところ、結構お客様から質問をうけて、反応があったらスタッフもやってよくなったというか、やりがいを感じて動いてくれているので、人材育成上すごいいい機会をいただいたと思っております。

笠井：スタッフの方は、今やる気上昇中ですか？

齊藤：そうですね。今まではハード面に頼る部分も多かったのですが、それができなくなった分、チラシとかイベントに頼ることができなくなった時に、いかに自分たちが信頼を得られるか、自分たちの情報に信頼を持ってもらえるかが、すごく大きな要素になってきます。全体的な流れとしては、第一印象を良くしてもらうために身だしなみのチェックをするとか、そういうところからやり直しています。

笠井：ありがとうございます。今度はお客様の事について、4人の方に聞きたいんですが、皆様方の会社はそれぞれ4円、1円の低貸、20円スロットや5円、10円の低貸で営業をされていると思いますが、それぞれごとに今回の影響はどうだったのか、それに対する対応はど

のようにしているのかについてコメントをいただけますか。松田さん。

松田：今回の8月の混乱の状況以前に、4円パチンコと1円パチンコの店舗比率が1対1で推移してしまっていて、その中で、どういったことをやるとお客様の数字、イン稼動が上がっていき、どういうことをやると下がっていき、というのを、全社の傾向数値を見ながら分析していく中で、4円パチンコ、20円スロットはいわゆる運用面がイン稼動に与える影響は非常に大きくて、実は新業態、1円パチンコについては機械の品質面、機種力、機種品質ですね、そういったものに与える影響が大きいと。

1円パチンコは売上規模が4円に比べると縮小されますから、機械を買いたくても買えないという業態なのですが、そういった中でも、いい機械が入っていればイン稼動が上がるといって、相矛盾する状況が発生しています。そういった中で、これまで個店毎の営業利益ですとか、個店毎の戦略といったものを現場が主体的に動くためにやっていった面がありますが、マスメリットとか全体戦略という部分で、いかに既存店が使った機械を有効活用で中古機活用していくかという事を中心に、機械代を抑えて、いい機械をどんどん新業態1円パチンコの方に回していく、といったやり方で集客のバランスとかイン稼動を上げていくことを今正にやっております。特に今後大型の版權機種も、12月もそうですが出てきますので、そういった意味で全体戦略といった部分について、現場とも協議しながら、どういう購入の仕方、どういう流し方がいいのかという部分についても、数字をあげていくために今力点を置いて進めております。

笠井：唯一、4人のパネラーの中で、岩手県、岐阜、石川というところで、お客様にとって、数年前にルールが変わったということで実際今営業されて年数がたっておりますが、そのエリアと他のエリアの事を比べると差を感じますか？あまり変わりませんか？

松田：8月単体で考えると、かなり混乱して、クレーム含めてかなり殺到しましたが、9月以降は止んだといいますか、全くそこに対してのクレーム等は無く、実数値についても前年同等に戻ってきているという形にありますので、ある意味、全国的に8月にそういう状態になっていったということで、お客様も理解を示した上で、お得意のホールはどこなのかというところの見極めに入ったのかなというのが9月の傾向だと考えております。お客様自体はしっかり見極めて遊技をされているのかなという印象です。

笠井：4人の方に後で僕のほうから聞きますけど、今回起こっている事は、来店頻度が減っていることだと思うんですね。店舗に来られているユニーク数という来店人数ですね。お客様の数が減っている感覚があるのか、頻度だけが落ちているのかというところではどう思われますか？

松田：業態別に、1円パチンコと4円パチンコという形で言えば、1円パチンコについてはほとんど影響が無いと考えています。ただ、4円パチンコの方は、スロットもそうですが、より機械に対するところが重要なポイントというところで、収益に結びつくかどうかというところがありますので、そこがしっかり打ち出せば集客にも結びつけることができると考えております。やはり、4円パチンコが特に注意しなければいけないのが、使い方といった部分で、ユーザーがホールを引き上げるといった部分に重要なウエイトを占めていると思っておりますので、本当はイベントとかここを打って欲しいというのがあるんですが、そんなことをしなくても、楽しみだとか、遊べたという成功体験をお客様にさせていただくことがその後

につながると思うところなので、時間はかかりますが、認識としてはそういう努力をしていけば集客は増えていくと考えております。

笠井：ありがとうございます。では荒舩さん。お客様はどうでしょう、大阪は？

荒舩：イベント規制により客数が減ったという認識は余りありません。弊社の場合は、先ほど申し上げましたとおり、等価営業を全部しておりましたので10月に28個になったというタイミングでお客様が減ったという状況はあります。大阪府と府境で等価の営業をされているところは多々ありますので、20円スロットの客と、4円パチンコの客でフットワークの軽い方は流れているなという印象は持っております。

その中で、取り組みとしまして、元々今残っている社員は2年前のひまを持って余す状況を知っておりますので、その中で時間があれば極力コミュニケーションをとってもらって、イベントもあまりやらない代わりに、あまり事前期待を持たせないような営業をした方がいいのではないかという結論に達しておまして、結果どうなのかというところで、あまり期待が高すぎるとお客様が満足しない、納得しないと思いますので、実験的に6月からコンシェルジュというスーパー接客係を置いておまして、実は予想もつかないことをこの子がやってくれまして、事前にどういう形でやろうかという話をしていたのですが、今まで、入ってくるお客様に対しては、いらっしやいませとか言っていました、出ていくお客様に対して、出口までいって飴とおしぼりをお渡しして、ありがとうございましたと言って、お客様がこんな対応は初めてだったね、とか。あるいは車椅子でこられたお客様が帰られるときに、景品交換所が休憩に入っておまして、いかどうか分かりませんが、10分くらい散歩してくれたとか、そんな状況で、ひとりひとりのお客様とのコミュニケーションによって、信頼が少しずつ出てきているようなイメージは持っております。

笠井：ありがとうございます。この間、あるお店の方と話をしておりましたら、朝一、飛び込みでこられるお客様を一人ずつ握手して、今日はようこそおいでいただきましてありがとうございました、というのが抜群に効果があるという風に言っていました、残りのお二方についてもお客様とどういう風に関係性をつけていくのかというところを、付け加えていただきながら、お客様はどうですか、というのをお話いただけますか。

峰元：お客様の数としては、8月が特に落ち込みが大きくて、それは周りで行っていることの差があった結果だったんですけども、広告宣伝をしないという事では無いので、試行錯誤をして、当初はほとんどのホールはされていたと思いますが、月に1回の日をこのイベントだった日、5とか7とかに無理やり企業の何かをつけて貼り出したり、ということも正直最初は行っていました。ただその後の通知で、無理やりこじつけてやるのはけしからんというお達しもありましたので、早々にそれも撤廃して全くやらなくなっているわけですが、今までのお客様からの日付に対する印象が強いものがありますので、その日に関しては他の日に比べてお客様の数が多い日となっております。

また、20円スロット、4円パチンコはイベント等で流動的になっているお客様も非常に多い状況であったり、お店に関して、イベントに関して依存していたお店に関しては回りに一旦流れたという事も実際にはありました。10月に入ってくると、周りも同じような動きをしておりますので、お客様の数は昨年並みというようなところで落ち着いております。

笠井：ありがとうございます。齊藤さんのところはのでしょうか？

齊藤：現場から聞いた中で、お客様の反応が8月以降様々で、常連様に関しては雑誌等で一定の知識があって、こういうことなんだなということは理解してくれている。逆に周りの店はこんなことをやっていたよ、と教えてくれたりする常連さんも多かったんですが、週に1回、月に1回というライトユーザーに関して、何を打ったらいいの？ということをお前回良く言われたというのが、情報として入ってきています。ライトユーザーに関しては打つ機械が絞りにくくて、結構否定的な意見が多かったと聞いています。

お客様同士の関係性に関しましては、弊社は全部郊外型ですので常連様同士のコミュニティは出来ていますので、目押し等に関しては、こっちが押さなくても気がついたら常連様同士で目押しをしてあげていたとかケースは結構多いです。最初に8月からどうしようという話の中で、例えばテレビとかちらしでもブランドイメージを打ちだすべきかどうか考えましたが、その辺をやった時に、大手さんとの差別化は出来ませんし、多分同じ事をやったら弊社の方が必ず効果が低いと思うので、まずは大きな全体の話ではなく、エリアで、自分たちの地域の方たちにどう受け入れられるかどうかを主眼において、例えば近隣の飲食店さんに地域情報誌等に提案してもらったりして、それを近所の商店さんに置いてもらったりとか、それを月1回訪問する事で関係性を高めていくという取り組みを今しています。

笠井：ありがとうございます。集客策として取組まれている事は何かありますか？

齊藤：今までと大きく変えた事は無いんですが、新台入替時のチラシ。今までイベントのチラシは打っていましたが、別に連想させるというよりは、普通にチラシを打っている感じですね。

笠井：何か特別な集客策として手を打ったりは無いですか？

齊藤：今のところ、特に何かを増やしたというのは無いです。

笠井：峰元さんのところは集客のために手を打っている事はありますか？

峰元：今までのようなイベント告知ではなくて、お店の認知を上げることに注力をして、屋外看板を増やしたり電柱広告、バス広告を増やしつつ、ヤフー、グーグルのネット広告に積極的に参加をして、ツイッター、フェイスブックといったようなソーシャルネットワークサービスにも取組み始めている感じです。

笠井：荒俣さんのところの集客策はどうですか？

荒俣：先ほどもどなたがおっしゃっていましたが、商品である機械の説明をスタッフが十分に説明できていない現状がありましたので、残業を2週間に1回、1時間くらい取りまして、機械を研究する会を、とにかくお客様に機械の楽しさを知っていただく努力をすることによって、こんなリーチもあるのか、というところをやりはじめたところなんです。あまりにも機械の事を知らないスタッフが、荒俣も含めてそうなのですが多くて説明が出来ないというのは恥だな、ということで、コスト部会でおっしゃっている方がいたのは、「今日はどのくらいの予算でお遊びなさいますか？」と聞いて、「それではこちらのコーナーでお遊びいただければいいんじゃないでしょうか」と案内できるくらいに、勝ち負けは別ですか、機械の事を説明できたらな、そこまでいけたらいいなという事を考えています。

笠井：はい。松田さんは？

松田：直接的な集客手段というのは、機械入替で機種の見極めをしながらユーザーが望むものをしっかり入れていくといくのが重要だと感じています。

弊社の場合に信頼の森という業態は完全分煙という特徴がありますが、そもそも業界全体

のパイを大きくしていく、新しい顧客を創造していくという意味において、ヘビーユーザーだけではなくスリーピングユーザーや全くやったことが無い人に対して、少し垣根を落とし、とっぴらって入りやすい環境を作っていく、ということ、現状、社内でキャラクター展開ということでアニメタッチのキャラクターを全国的にウェブ展開しておりまして、入り口から業界に対して変えていこうという取り組みをしております。

あとは、既存店に実験的に導入をし始めておりますが、プラ板で個台ごとを隔離してタバコの煙が隣から入って来ないようにするというのもそうなのですが、もうひとつ遊技機の音量を下げて、営業していてもクリアーに聞こえるということがありまして、効果としては高いんじゃないかと。パチンコを全くやらない方に関しては、あの騒音は、入った瞬間に耳鳴りがするくらいうるさく感じる方は多いので、そういった意味でそういったものを姿勢として導入していく事によって、新しいお客様を獲得していくということを検討しています。

笠井：ありがとうございます。大分時間も無くなってきましたのでまとめに聞きたいんですが、今回は皆さんの会社にとってどんな機会にしたいですか、ということと、業界にとってどんな機会にしていくべきだろう、ということについてコメントをいただけますか。齊藤さんお願いします。

齊藤：今回の機会というのは、今までなんとなくで流したことが完全に通用しなくなるというきっかけになったと思います。そういう意味では、装置産業といわれますが、その中でどれだけ人が数字を作っていく範囲を増やしていけるか、というのがこれからの営業の大事な部分になると思っています。

笠井：それと業界にとってどんな機会にしたらいいかというのがあれば。

齊藤：今回、多分全国的に例外なく、時期の違いはあっても統一の規制になったと思いますし、これは県によって全然出来ていないというのもまずいですし、会社でアウトローみたいなどころが出てくると業界の信頼をなくしますので、しっかり守った上で、ちゃんとするんだけど、お客様にもしっかり伝わるといものを業界全体で作っていければ、お客様にも受け入れるでしょうし、業界外の方にも受け入れられるチャンスになるのかなと思います。

笠井：ありがとうございます。峰元さんはどんな機会に？

峰元：今回の事に関しては、総付景品もそうですが、イベント合戦だとか過当競争が続いているんじゃないかなと感じまして、本当に総付景品が必要なのか、イベントが必要なのかという事をこの機会にもう1回見つめなおして、もしかしたらそれはいらんんじゃないの、お客様はもっと別のものを望んでいるんじゃないかということ、今一度考える機会にしたいと感じています。

笠井：業界については、大きい質問なんです。

峰元：大きい質問なのですが、後ろ向きな考えではなくて、変化が始まっていますので、変化にどうやって対応するか、というのを前向きに考えていく機会にもっていけたらなと考えています。

笠井：ありがとうございます。荒初さんはどんな機会にしたいですか。

荒初：今までは、どちらかという煽りであったり、等価であったり、というイメージの集客に心がけてきましたが、やはりいいチャンスと捉えまして、お客様の本当に求めているものは何なのかと、今まであまり考えたことが無いようなことを考えながら、自店の強みって何な

んだらうとか、リピーター客をどう増やしていこうかだとか、新規客というよりリピーター客をどう増やしていくかというところにとり組んでおまして、パチンコの本当の面白さを伝えていくには、スタッフの知識を深めていかなければいけないでしょうし、本当に面白いんだよ、楽しいんだよ、というところまで引き上げていくことによって、これは4円では無理だと考えておりますので、1円という主体の中で、業界にアピールできるのではないかな、大衆に受け入れられるのではないかなと考えています。

笠井：ありがとうございます。じゃあ、松田さん最後に宜しくお願いします。

松田：業界にとってどんな機会にするべきかということにつきましては、どちらかという、今、商圈の中で競合店との中で、こちら側にパイをどうやってという国取り合戦をするという、業界の中での慣習といいますか動きがありました。じゃあそれをやることによって、パチンコ自体の人口が増えているのか減っているのかという大きな目線を見た時に、増やしていく努力を、業界でどうしていくのかといった部分の取り組みというのが、もうちょっと業界団体とかの枠組みを含めて一枚岩になって世間に訴えるような取り組みですとか、そういったものをどんどんアピールしていけばいいんじゃないか、もっと積極的に実施して行って、やったことが無い人でもやる機会が、行ってみようかなと思うような方向を目指して行って、業界全体を発展していければと思っています。

笠井：ありがとうございます。もう時間になってしまいますのでまとめをして今日を終わりにしたいと思います。

ずっとお話を聞いている中でいうと、お客様との関係性を今まで以上に作るという事が、ひとつ皆さん一様に言われていたと思うんですが、私自身はどう思っているかという、今回は大チャンスだと思います。それもイノベーションをしていく大チャンスで、パチンコ業界が本当にお客様のニーズを知って、お客様が何を求めているのか。パチンコ業界はどんどん高齢化しています。その中で、10年前と同じラーメンやそばの塩分なのかというのが危険なことなんです。

お客様自信が変化をしているという事に対して、もっと気付いて変革をしていくという事がひとつ。話の中にはブランドという事もあったので、ブランドが多分大事になると思うんですが、1店1店のストアブランドというものをどうやって立てられるか、ということですよ。結局ブランドを作られるのは働いている方が作っていかれると思うんですけど、パチンコとパチスロのお客様の違いって、スロットのお客様は設定が6段階でこの機械と自分との戦いなんですけど、パチンコのお客様はお店と自分との信頼関係の中で判断をしていくという域ではないんですよ。玉が出ないとカメラを見ながら出せー、とお店にアピールしているんですよ。スロットのお客様は内部の構造を分かれているお客様も多くて、お店にはあまり責任を求めない。でもパチンコのお客様はお店と自分との勝負とされている方が多いので、お店との関係性をどう作っていくかが一番のポイントなんですけど、お店との関係性はスタッフがお客様とどういう関係性をつくるかというところに尽きてしまうので、そういうスタッフが一杯いるお店もひとつの勝ち方であり、お客様を増やしていく。

結局、お客様のところで今起きている事は、頻度が下がっているのと、お客様の他店舗の中での回遊というのが減っていくということが起こるわけですので、あともうひとつはお店に対する魅力が今までより落ちる中で、それに変わるものをどう作るのかというところで、

付帯の商業施設であったり、お店の敷地内でお客様を呼ぶ方法を今考えられているところも多いんですが、というところに向かっていくんじゃないかなと思います。

最後は、今日、POKKAさんの話を聞いていた中でいうと、遊技機の開発にもっとホールが関わっていくべきだといわれていたのですが、本当にそう思います。今回の広告の規制の明確化によって起こったことというのを本当に解決していくには、魅力ある遊技機が増えなないとどちらにしても難しいと思うので、そこには積極的に関わっていくのが大事なんじゃないかなと、聞きながら思いました。

4人の方に最後にひと言づついただいて終わりにしたいと思います。松田さんから。

松田：こういった席に出席させていただくのはめったに無い事ですので、非常に他のパネラーの皆様のご意見というのも大変貴重なご意見で参考になりました。自身も実直に業界の発展に努めていきたいと思えます。ありがとうございました。

笠井：荒俣さんお願いします。

荒俣：PCSAに6、7年前からずっとお世話になっておまして、何も恩返しが出来ないなと思いつつ、このような席に座らせていただいております。コスト問題研究部会も今年で6期目のリーダーを務めさせていただいている中で、何とか成果を出したいと考えておりますので、できるだけコスト部会と共にがんばって、これからもいきたいと考えております。今日はありがとうございました。

笠井：峰元さんお願いします。

峰元：他の方たちの生の声を聞かせていただきまして、非常に有意義な時間を過ごさせていただきました。貴重な体験どうもありがとうございました。

笠井：齊藤さん、トリをお願いします。

齊藤：今日はすごい色々なご意見を聞いて非常に勉強になりました。私たちもそうですし、現場で働く方たちも、これからどうなるんだろうという不安を漠然と抱えている部分もありますし、しっかりと勉強をして、常に起こっていることを共有できるようなそんな関係になればなと思いました。今日は本当にありがとうございました。

笠井：ではこれにてパネルディスカッションを終わらせていただきます。どうもありがとうございました。



一般社団法人パチンコ・チェーンストア協会

〒104-0061 東京都中央区銀座1丁目14番4号プレリー銀座ビル5階
TEL 03-3538-0673 FAX 03-3538-0674
URL <http://www.pcsa.jp/> e-mail info@pcsa.jp