



Pachinko Chain Store Association

# 第46回PCSA経営勉強会 発言録

開催日：平成25年11月22日（金）  
時 間：午後3時30分～6時  
会 場：全国町村会館 ホール



Pachinko Chain Store Association

## 《PCSA円卓会議》

テーマ『業界10～20年先を見据えたトークバトル』

**第一部**(午後3時30分～午後4時30分)

### 《これからのパチンコホールの 顧客拡大のための手法とは》

＜テーマ1＞若年層の取り込みについて

＜テーマ2＞外国人観光客の取り込みについて

＜テーマ3＞パチンコ・パチスロの海外進出について

チェアマン： 藤田 宏 氏  
株式会社エンタテインメントビジネス総合研究所 代表取締役社長

アテンダー： 金本 朝樹 代表理事  
大石 明德 理事  
森 治彦 法律問題研究会リーダー  
荒俣 伸一 コスト問題研究会リーダー  
城山 朝春 氏  
ミカド観光株式会社 社長室長

河本 成佑 氏  
株式会社晋陽 常務取締役

藤田：みなさんこんにちは。チェアマンと呼ばれることが無いので緊張しておりますが、今日は約2時間、トークバトル、バトルをせよという大きなミッションを与えられましたので、アテンダーの6名の方と楽しく激しくバトルをさせていただきたいと思います。今回、円卓会議という事で、アテンダー以外の参加の皆さんにも意見があったらいつでも発言をいただいたらどうかというのが、主催者の意図でありますので、途中で何か物を言いたいことがありましたら、挙手の上発言をお願いします。

はじめに、今日は2つテーマを用意しておりますが、一つ目のテーマとしまして顧客層を拡大するという事です。アテンダーの方にはこれからの日本の人口ピラミッド、十年後、二十年後どういう人口構成になっているのかという資料を渡しております。その資料を見ますと今のボリュームゾーンの団塊の世代の皆さんが70代を超えて、今までのパチンコ参加率を見ますと70代を超えると参加率が落ちます。また、団塊ジュニアの人たちも50代を超える年数になってきます。このままだと、どんどんどんどん、パチンコをやれる元々の数が少なくなる。そんな中で今までの18歳以上25歳くらいまでの若年層と呼ばれる方の参加率がどんどん落ちてきている。元々この世代は少子化といわれていますので、この先10年、20年と少なくなってくる。という中で、まず上の層の人たちをしっかりと繋ぎ留めることも重要ですが、今まで個社で対応できていると思いますので、もうちょっと先を見たときのために、若年層の参加率をどう上げていくかをテーマにしたい。その辺も含めて、今日参加の各アテンダーの方から、自己紹介を兼ねてお願いします。若い参加者もおられますので、発言しにくくなるといけませんので、今回はアテンダーの方皆さんを「さん」付けで呼ばせていただきます。では金本さんお願いします。

金本：PCSA代表理事の金本です。パチンコ人口が減っているということで、私の会社で調べたんですが。まずパチンコとスロットに分けて調べたのですが、わが社では40歳以上を中高年、39歳以下を若年層と分けて調べたんですが、スロットはちょうど半分の50%が39歳以下、50%が40歳以上でバランスが良かったと思います。しかしながら、パチンコを調べてみますと、40歳以上が8割、39歳以下が2割という非常に厳しい状況です。なおかつ設置比率でいくと、パチンコが2に対してスロットが1なので、スロットに関しては若年層の確保が出来ているんですが、その理由というのは分からないんですが、ゲーム性だと思うんですが、パチンコの若年層が全然減っているというのが、大きな課題であると思っています。その打開策として、開発とかに関しては、若い人たちが考えて提案してもらわないとこの問題は解決しないと思っています。以上です。

藤田：ありがとうございます。続いて荒俣さんよろしくお願いします。

荒俣：PCSAではコスト問題研究部会のリーダーを4期から12期まで、8期させていただいております荒俣と申します。大阪で5店舗ホールを見ております。営業部長という肩書きをいただいて、営業をメインに携わっております。先日、機会がありまして地方に行った時に、そのお店の店長からこんな話を聞いて愕然としました。その地方では、小学生から禁酒、禁煙、禁ギャンブル、禁ギャンブルの中にパチンコを含めて、これらは社会悪という教育をしているというんですね。小学校、中学校、高校と一貫してそのような教育をしております、高校卒業する頃には9割以上、お酒を飲まれる方は20歳を超えたらいるらしいんですが、たばこギャンブルおよびパチンコをしないのが9割以上くらいいるという話を聞きまして愕然と致しました。そういう中であって今日のテーマ、若年層をどう取り込んだらいいかと、私は若いつもりでいるんですが、かなり歳を取りましたので色々な意見を聞きながら参考にして持って帰りたいと考えています。

藤田：ありがとうございます。続きまして河本さんお願いします。

河本：本日入会の挨拶をさせていただきました株式会社晋陽の河本と申します。よろしくお願いします。トークバトルという形で先週伝えられたんですが、この1部2部で、まだまだ経験も少ないですし、知識も無いんですが、若年層ということで一番当たる年代だと思いますので、遊技客という目線で若い見え方というか、そういった話を本日できたらと思いますのでよろしくお願いします。

藤田：ありがとうございます。続きまして城山さんお願いします。

城山：ミカド観光株式会社の城山と申します。若手として呼ばれたので、業界に対して色々思う事を率直に言っていきたい。この先10年20年経ったときに、高齢化も進んでいますし、ユーザーが

減っているのは明らかで、そういうところで、若い20代の人たちをいかにパチンコ、スロットに触れさせるか、という事が課題になってくると思います。そういったところを様々な先輩方の意見を聞きながら意見を述べていきたいと思います。よろしくをお願いします。

藤田：ありがとうございます。続きまして森さんをお願いします。

森：法律問題研究会の森です。今日のバトルに法律問題研究会から参加せよという事で、最初何を話していいのかなと形でしたが、今日、河本さん、城山さんという若手の経営者の方、荒畑さんのような中堅、金本さんのような大先輩と色々な方がいる中で業界のことを考えていこうということなんだろうと思っております。途中でこの業界に入りましたので、まず接したのがチェーンストアということでございました。PCSAはチェーンストア協会でございますので、チェーンストアをもって、この問題解決が出来るんじゃないかという事を確信しています。そのようなところでお話できたらいいなと思っております。

藤田：ありがとうございます。最後に大石さんをお願いします。

大石：最後になりました、PCSA理事の大石と申します。よろしくをお願いします。私が若手なのか中堅なのか、森さんの話に出てこなかったのがショックなんです。最後なので、若年層の取り組みについて少し問題提起をしながらお話をしたいと思います。私個人としては、若年層がこの業界に入っていないというのは、我々パチンコ業の競合先が、もうパチンコ業の中だけではなく、ソーシャルゲームだとか他のレジャーだとか広がっているというのが一つだと思います。我々が18歳になった時には、娯楽の幅がそんなに広がらなかったと記憶しています。それこそパチンコか映画か何かだったと思うのですが、今の若年層というのは選択の幅もものすごく広いですし、さらに金銭の感覚も違います。おそらく彼らにとっては時間当たりの単価としても感覚的にはパチンコは高いものになっているでしょう。そういう意味ではこれらについては、若い方たちに聞いていただければ分かるんじゃないかなと思っております。

藤田：ありがとうございます。いよいよバトルに入らせていただきますが、先輩が先に言うとなかなか言い難くなってしまおうと思いますので、若年層を取り込むのに何がポイントか、逆に何が大きくネックになっているから若年層の参加が低いんだ、というその辺りを城山さんどう感じていますか？

城山：先ほど大石さんがおっしゃられていたように、今、若年層10代、20代が持っているのはスマホで、やっているのはソーシャルゲームだとかライン、フェイスブック。そういったところに時間を使っているという事もありますし、携帯、通信におそらく1万円くらいは使っている。さらにゲームによっては課金される。という事は、生活の移動する活動範囲が自分のところになる。わざわざ街に出て消費をしなくても完結してしまう。それなので、可処分所得の大半を動く範囲の狭いところで使ってしまうというのが問題で、パチンコ業界として競合ものはそういったところ。あと、カラオケ、ゲームセンターなど、いろいろなレジャーももちろん使っているとは思いますが、一番大きくはスマホじゃないかと考えています。

藤田：ありがとうございます。スマホ、一番ライバルというか若者の時間とお金を奪っているのはスマホだろうと。河本さんはどうお考えですか？

河本：店舗もそうですし、業界全体かもしれませんが、例えば店舗が女性を取り込みましょうという時には色々な案が出たと思います。スイーツを置こうだったり、生活雑貨を置きましょうだったり、景品面だったり、色々な案が出たと思いますが、若年層について考えると、客層として若年層がどんどん減っている中で、それをするのか意味があるのか、というその気持ちの切り替えというか、本当に若年層を取り組むのであればそういう設備ではないですが、スマホだったり若年層がよく見るものに広告対応であったりとか、視点がどんどん変わっていくと思うんですが、現時点を見てしまうので、若年層を取り組むためのツールを切り替える判断に苦しんでいると感じている。

藤田：本気で若年層を取り込もうとしていないんじゃないか、という話があったが。

大石：もちろん個社のレベルでは、みなさん努力をされて地域の若年層を取り組もうとしているが、業界全体という話になると、若年層にとっては入り口のハードルが高いと思うので、そこは業界の中で動かないといけないと思う。

藤田：個社ではやられているということですが。

大石：皆悩みながら何かしら、打つ手が外れているかもしれませんが、やられていると思います。昔AKBなど一時的な特定の層への効果はありましたが、いずれにせよ最初のハードルをいかに低くするのが重要だと思います。

藤田：先ほど城山さんからあった、自分の今の場所で完結している、わざわざそこに行かない若者が増えたということですが、パチンコ以外のライブエンターテイメントといわれている分野、その時間にその場所に行かないと味わえないようなエンターテイメント、全般が減ったんですかね？昔のライブなんか、今、CD買うよりもライブ会場に行くというのがある。

城山：もちろんCDを推していくとか、買わない若者が増えていくとか言われているので、色々なものがライブでなくてもできちゃう環境が進んでいっていると思う。パチンコだけに限らず。

藤田：このまま黙っていると若者はいなくなると思うんですけど。

金本：先ほど、スロットマシンは39歳以下と40歳以上は50%50%でバランスがいいと言ったんですが、全体として少ないのはわかっていますが切り口はあったんですけど、スロットマシンになぜ行くのか、という事を理解できればそれをパチンコにも使えるんじゃないかなと。私は両方ともやらないんですが、スロットマシンの技術介入が若者を惹きつける、だから若者はスロットをやるらしいんですが、そこら辺をパチンコに運用したり、何か具体的にパチンコをこういう風にすれば若者が増えるというようなアイデアみたいなものは、城山さん、河本さん無いでしょうか？ちなみにスロットがいいのは技術介入があるからなんですか、その理由が分からないんですが。

河本：技術介入が必要というのは無いと思うが、メーカーも四苦八苦しながら開発されていると思うんですが、モンスターハンターというスロットがあります、あれも元々ゲームとして開発した商品で基本的に若年層がずっとやるんですけど、うちのアルバイトの人もずーっと四六時中やりたいという感じ。それをスロットに出すことによって若年層を取り組もうということだと思うんですが、結果、特定化しすぎたといいますか。じゃあ、パチンコ、スロットを今流行のゲームとつなげてコンテンツだけつなげただけであって、じゃあそこに自分の持っている物にオンラインであったりというものを繋げられる時代であると思うので、そういった開発だったり、ゲームセンターもそうですが、オンラインゲームがかなり増えている。それは携帯にしてもそうですし、ゲームセンターにしてもそうですし、色々な娯楽があるところにオンラインがある中で、パチンコ店の中で、パチンコ店同士のオンラインはありますか。100%無いです。例えば出玉感を出したいというものに対して、ここの店舗で何という台が何発出ました、何回大当たりしました、というようなオンラインだったり、全国の皆さんに知ってもらったり、というような現状を打開するような面白みを持たないと、若年層、今の現状を、携帯のオンラインゲームにしてもそうですし、色々なお金の使い方を変えてきているので、そういった発想は必要じゃないかなと思います。

藤田：要は繋がっていたいと。遊びながらも他の友達と繋がっているという、そのような環境を作ってあげればもうちょっとよくなると。

河本：面白いかなと思います。現実的では無いかもしれませんが。

藤田：以前スロットがインターネットと連動するということで、警察の規制が入ったじゃないですか。携帯のマイスロとかですね。あの辺りは今後も法律的に厳しいですか。

森：そうですね、行政も気を使っていると思いますので、今の枠組みは変わっていないだろうなと。それと、今日はバトルという事で、今まで色々ところで話されている議論で感じるのは、例えば顧客第一主義、チェーンストアでも顧客第一主義を掲げているんですが、皆さん多くの方が顧客第一主義とおっしゃるんだけど、本当に顧客第一主義になっているんだろうかと。どういう事かという、今のパチンコ営業の現状を前提として、そこにどうやったら今いらっしゃっていない方をつなぐ事ができるのか、という発想になっていて、考え方が顧客第一主義だとすれば、まずお客様が、若い人が何を求めてこのパチンコ店に来るのか、逆にいうと何が無いからパチンコ店に足を運んでいただけないのか。今の営業ではなくゼロベースにして、何を求めているのか、そういう求めているものに合わせてパチンコにおけるサービスの提供の方法を新しく組み立て直すことが必要なんじゃないかと思っています。主体となる業界の側がどうゼロベースで変わるのか、ということだと思うんですね。その為にはもっともっと顧客第一という言葉自体について、繰り返し話しても顧

客第一主義にはならないわけで、顧客第一主義が何なのかというところからそもそも出発していく必要があるんじゃないかなという風に思うんですね。それがさっき申し上げたようにチェーンストア経営理論というのがそこが糸口というか、切り口なんじゃないかなと思います。

藤田：大石さん、どうでしょうか。

大石：パチンコというのは、そもそも適度な射幸性を一定の制限のもと提供しています。例えばコンテンツだけであればゲームセンターに行けばいいんですね。それはやっぱりパチンコというのはおまけとして賞品に替えられるというのが第一の来店動機のはずです。もちろん入り口としては、機械の多様性だとか、時間単価を安くするかといのは大事なんですが、話を聞いているとコンテンツで何か若者を戻せるんじゃないか、というのが多いと思います。結果的には森さんに賛成なのですが、やはりパチンコ屋としての来店動機は適度な射幸心で、これがなかったらパチンコ屋さんじゃないわけですから、ここを踏まえた上で、考えないと。だからと言って射幸心上げろという話ではなくて、これをはずした議論は意味がないように思えます。コンテンツだけの話じゃない。

藤田：先ほど森さんから出た、本当にゼロベースで変えていったらどうか、ということについて城山さんはどういうやり方があるのか？

城山：まず、パチンコ、スロットどちらか、というのは内容が面白いかどうかには尽きると思う。実際にAKBが出たときにスロットを打っていたお客さんもパチンコを打っていた。やっぱり内容が必要。であれば、パチンコだからこう、スロットだからこう、という事ではないと僕は思っています。今はどちらかというメーカーがこれはいい、というものをホールに売りに来る。ホール側としては良ければ何台、という話をしていくわけですから。そこに抜けているエンドユーザー、お客様がどういう台を打ちたいのか、どういう演出を見たいのか、どのような立場で求めているかというのは、ちょっと抜けている。最終的に版權を使って、メーカーに届いていないんだなど。なので、段々段々、元々打っていたユーザーも離れていっているように感じます。実際に来店頻度が下がるとか、マックス機、ART機を打っていたお客さんもだんだん続かなくなっていく。可処分所得が増えない中で適度な射幸性から少し外れている機械がでて、逆にホールもそれをトライして、提供していく事によってお客様の懐を痛めてしまったというのはあると思う。これは漁業と一緒に魚をドンドンとってしまっている状況だと思うので、そこを見ないとこの先色々なものをリリースしてもお客さんは戻ってこないと思っています。

藤田：先ほど森さんから出た、ゼロベースで見直すということは、その後、大石さんが言われていた射幸性、パチンコ屋という今までの考えを変えるという事に繋がる可能性もあるのかなと思ながら聞いていたんですが、その辺り、荒畑さん、顧客第一主義という事を、今の若者が何を求めているのかな、それを合わせていった時にどんなことをしたらいいのか。

荒畑：先ほど話に出たのですが、スマホの世界でラインというのが全然分からなかったものですから、ちょっと思い浮かべたのが、トヨタがアメリカで車を売っていくときに、まず若い世代に20代はじめに、トヨタの車に乗せるにはどうしたらいいのかと。他社の車より10万円か20万円安く販売して、車種名は覚えていないんですが、それでもトヨタの車に乗ってもらって、買い換える30代、40代になった時に、その方はトヨタの車に安心感があって、ほとんど、8割以上の人がトヨタを購入すると。要するに、乗り物を若い人に用意してあげないといけないのかな、という認識を持っている。先ほど言ったように、自社を見た時に本気に若い世代を本気になって顧客マーケットを取り込もうというのがあったかという、無かったなと思っています。やはり、若い子を呼ぶために何かをしようという発想はなくて、ある程度、投資効率を考えて。実際には長くファンになってもらって家族で来ていただいている方とかは重要なところのはずなのに、そこに取り組んでなかったというのはあります。何か、4円パチンコ、20円スロットが非常に若者には足を向けている。先ほども言ったように、機械代を回収しなければいけないということを考えると合っていないかもしれない。本当に、若い人が楽しめるような環境を整えたりとか、レートも含めて楽しい中に射幸心が少しあって、自分の空いた時間、好きな時に好きな時間、いつでも楽しめるということを持つていかなければいけない。

藤田：本気で若者を取り組もうとしていたかというとしていない、ということで河本のところはどうで

すか？本気でやろうとしていたか？逆にできなかった、やらなかった要因はどんなところがあったか？

河本：できなかった、やらなかった、結果やっていないという事ですが、結局は店によっては機械に頼ってしまうお店があったり、いろいろなホールさんがあると思いますが、コンテンツというものに頼り切っているということで、結果だめでしたという、お客さんは戻ってきませんという、本当に業界の流れに沿った事しかやってきていなかったというのが実際にあった。その打開策が何かあるのかというと、やはり、スマホを使ったネット、PC上の広告というだけではなく、そういうところをやってはいますが反応が薄かったりというものがあつた。ではスマホだったり、ネット環境のものが必ずしもパチンコに繋がっているかということ、僕はそうではないと。なので、ラインやゲームをする人たちがパチンコをやるとかということ、ネットのような環境を作ればお客さんが来るのかということ、そうでもないと思うので、結論が出ていないという他は無い。だからこういう議題が出ているんだと思うんですが。なかなか難しい。若い子たちがやっていることをそのままホールに取り入れましょうか、としたところで僕は簡単に上がってこないと思う。

藤田：どうですか、今若い人たちに、パチンコ、パチスロをやってもらっても彼らは面白くないんですよ。世代的にゲームとして面白いと思わないのか、色々なハードルが高いから今までやる機会が無くて面白さを知らない、あるいはゲームとしては面白そうだけれども他の要因が、何か環境が良くなさそうだからやらないとか、どうなんでしょうか？

森：若い人たちは、パチンコ自体の面白さ、パチンコどうだという事を知らずに前を通り過ぎていて思う。荒糶さんがおっしゃっていた興味とか、残念ながら世論の影響があるのかもしれないけど。業界がパチンコを全くやった事がない方にどうパチンコの面白さを知ってもらうのかということに、力を出せていないんじゃないか、どうしても議論が、既存の、現在来ていらっしゃる方をどう減らさずに、少なくならないようにするかという議論になってしまって、どんどん内へ内へと行ってしまわないか。チェーンストアの考え方はそうじゃない。潜在的な顧客はいっぱいいるわけです。18歳以上の方というのは8000万から1億近くいるわけです。そういう方々に対してパチンコの面白さ、楽しさをどう訴えかけができるか、伝えきれているか、そういう発想が必要だと思う。もちろん今のお客さんに対しても同時に必要ですよ。ですけど今日のテーマは10年後、20年後のパチンコをどうするかということですから、そうなってくると、まさにそのところが問われてくる。

藤田：実は早稲田大学の研究で大学生にパチンコをやってもらったんですけども、それまで全くやった事がない方が大半だったんですが、行ってみると意外と面白い、また1パチ5スロをやってみて、あんまりお金がかからずに今まで高いイメージがあつたのが、意外とそうでもない。その後ゲームセンターにも行ってやってもらったんですが、一度1パチでもやると、何も見返りの無いゲームセンターはつまらなくなってきた。それまでゲームセンターでは普通に遊んでいたんですが、一度やるとパチンコの面白さというのを分かって、全員が全員ではありませんが、3割近くの今までやった事が無かった人が、やらず嫌いといいますか、食わず嫌いのようなところが非常に大きいんだなと。

大石：歴史的にいうと、参加人口が増えた、若年層が増えた時期というのは、絶対に射幸性のある機械が出ている時期に重なります。スロットにしてもCRにしても。おそらく若年層を一番ひきつけるのは、射幸性の高い機械が昔みたいに出了ときでしょう。これは来店動機に繋がると思う。これは事実です。ところがこれからは二度とそのようなことはないのが予想されているので手詰まりになっている。つまり、我々はいつも外的要因で何となくそれに乗ってきたような状態でやってきたのです。それが金輪際無理なので手詰まりになっているという事です。さっき森さんがおっしゃっていたように、チェーンストア化をするなど自分たちの努力によって、入り口のハードルを低くすることを真剣になって考えなければいけない、答えを外に求めるのは間違い。

荒糶：九州にストコンに行った時にダイナムさんを何店舗か見させていただいて、店休日に無料で解放するんですよ。地域の方々に来ていただいて、その人数をストアマネジャーに聞いたところ250名から300名集まるというお話でした。その裏には地道に日ごろから地域を回って、楽しい1

円パチンコ、5円スロットを始めましたので一度足をお運びいただけませんか、という年間に何百日も回りながら、しかも店休日を利用して無料開放して楽しんでいただく場を作っているんですね。そういうのが今後非常に理由付けになるのかなと思っています。自社を振り返ると年中無休なんです。地域によっては休まないと入れ替えができないところもございますが、そういうところ以外は年中無休で、お客様に動機付けとしてそういう場を提供することが出来ない状況。楽しんでいただく場をまず作るというのが必要なのかなと思う。

金本：先ほど、ゼロベースとか、努力をしていたのかという議論だったんですが、じゃあ具体的に何をしたらいいのか、というのが出てこなかったんですが、今の荒畑さんの話を僕なりに考えたんですけど、じゃあ具体的に考えたときに、店休日が無い地域が、そのために努力して休んで一般の人たちにただで遊ばせる、そういった努力が必要じゃないかな。これも全国的にみんなやりましょう、とならないと話にならないので、わが社も以前月に1回やった事があるが長く続きませんでした。今のやり方はすごくいいことだと思うんですが、一部の店がやるんじゃなくて全国、全店舗まで協力して柔軟にそうやる。ダイナムだけじゃなく、日本全国のパチンコ店がその考えをとって、全員で協力するということがあれば、非常に効果があるだろうし、やる意味があるのかなと思います。いずれにしても全員でやらないと効果が無いかなと思いました。

河本：同じ意見でして、森さんと同じで、今の若いお客様、年代は、面白さも知らないし、パチンコというものも知らない。以前、ラスベガスのネバダ大学の教授と話をする機会があって、その方はラスベガスのカジノのディーラーを育てる教授なんですが、ラスベガスに大きなカジノが出来たときに、町のインディアンカジノがつぶれるんじゃないかという危機感があったらしいんですけど、結果つぶれなかった。逆に繁栄したと。それはなぜなのかというと、大きいところであったり、夢のある、ラスベガスで一発逆転だとか、華やかな舞台に行ってみたい、とした場合、行くためには知識がないといけないんですよ。そういったところをインディアンカジノで、技術であったり、ルールであったりを教える場として提供した事によってインディアンカジノが繁栄していったという話を聞いた。今、金本さんが言われた通りで、分かって貰う、知ってもらおうというのを各店舗ではないとしても、メーカーの大きな展示会でも僕はいいと思うが、そういう形で一般のお客様が無料で遊んで、その中にホールの接客のようなものも取り入れながら、実際にホールにより近い環境を作りながらお客様に知ってもらおう場を作るということも大切かなと思う。

城山：森さんにお伺いしたいが、ラスベガスには空港にスロットマシンがあるが、そういった形で、8号機でもいいが、人が通るところ、流れがあるところにパチンコ台、スロット台を臨時でもいいが置くことは可能なか？

森：法的には可能。営業所の範囲があるので、完全にフロアに1つだけあるというのは難しいが、フロアの一角を仕切るというか、隔絶してやるのは法的には可能。

城山：それは駅や空港でも可能か？

森：可能だと思います。そういう意味ではいろいろなやり方があると思いますが、今の封入式パチンコと呼ばれているものは島が無いわけですね。一種循環式の訳で、島が無いわけですから1台ずつ分離した形で設置することは可能だということです。それをどう展開していくかの問題ですから、そういう発想は当然あると思う

城山：今の若い人がパチンコに行かないというのは、昔は親と行くのも可能だったと思うんですね。教えてもらうとか、ルールを知るとかがあったと思うが、今はそういうのは無いし、親の世代も参加率は下がっていると思うので、機会が減っているし、一緒に行くことはまず無いという事であれば、人目の付くところで、最初の導入部分で機会を増やすということで駅や空港、ショッピングモールであったりとか、色々あると思いますが、みんなで行くのが普通になるのが必要なんじゃないかなと。

森：賛成なんです。先ほど弊社の例をおっしゃっていただきましたが無料開放、無料開放という言い方をしていますがゼロ円営業ですよ。そこに多くの方がいらっしゃるんですよ。ゼロ円営業です。景品提供を提供することができない。0×100は0ですから景品を提供できないということなんですけど、それでもいらっしゃると言うことなんです。思うとパチンコそのもののゲー



ムとしての楽しさというのが絶対にあるんですよね。もちろんそこに射幸性とかギャンブル性とかあるんですけども。それでもって来店しているのではなくて、基本のキのところはゲーム性、ゲームとしての楽しさがあるって、そこに大石さんがおっしゃっていた適度な射幸性がプラスするので、60年、70年にわたって日本に定着しているんだろうなと。もっとも大きな大衆娯楽になっていると、そのところはもう一度見る必要があるんじゃないかと思います。大石さんがおっしゃっている射幸心をそそって解決するというのはちょっと違うんじゃないかなというのそういうことです。ゲーム自体の楽しさがあれば、最終的に何も貰わなくても、残らなくても楽しかったという風に帰っていただける。かつそれは1回だけではなくリピーターとして来てくれるというのがあるんじゃないかな。パチンコの楽しさはパチンコの中にあると思っている。

藤田：若年層の話題を結構やったんですけど、もう一つ取り上げたかった、外国人観光客の取り組み、あるいはインバウンド、国内に入ってくる外国人だけを狙うんじゃなくて、積極的に海外に出て行くという、顧客層の拡大というのもあると思うが、外国人観光客の取り込みという事で、こんな事をやったら面白いんじゃないか、具体的なアイデアがもしあったら。

河本：城山さんが言われたとおり、空港だったり人目のつくところでお客様にまず知ってもらうというのが、まず第一だと思う。

藤田：先ほど言われた封入式のようなものをゲームとして提供するのであれば、法的には許可はいるんですか？お金をとらずにただ遊んでもらうだけというような形。

森：それはどう考えるかなんですが、7号営業というのはご存知のように射幸性をそそる恐れのある遊技機を使うことによってうんぬん、ということがありますよね。その枠組みに入ることか入らないのかという事ですが、8号営業として実際ありますが、さっき申し上げたように不可能ではないと思います。その方向に新しい遊技機の開発を合せてやっていくか、というところだと思います。

藤田：大石さんの店を出されているところには、観光客はそれなりに、そんなに多くないか？

大石：私どもは福島、東北が中心なんですけど、以前は福島空港から韓国に直行便が飛んでいたんですが、震災以降全部止まっています。当時は韓国からいらっしゃったお客様がゴルフをしたりとかでいらっしゃったんですが、今はほとんど無いですね。現実的に外国人観光客をどう取り込むかというのと、私どものお店では、非現実的で今考えるのは難しいですね。ただ知ってもらうという意味ではひと目につくドライブインとか、そういうところに置くような試みはいいんじゃないかと思います。

藤田：今、先に、外国人観光客を取り込むということを前提に話をさせていただいたんですが、外国人観光客を取り込んででもたかだか知れているから、そういう努力をするんだったら若者に行こうよ、というのか、やっぱり日本が外国人観光客を今後どんどん増やして行ってビジットジャパンの目標としては年間3000万人の外国人観光客を連れてこようという事なので、ある程度ターゲットとした方が面白いのか、この辺りについてはどうか？

城山：コンテンツの話になるが、アニメもそうだが色々なものが海外で人気があるので、そういうものを打ち出していけば、十分に取り込めるというのがあると思う。機械のところなので、ハードとしての対応は必要だと思いますが、そういうことは整っていけば、取り込む価値はあると思います。

荒俣：うわさレベルの話でしか無いんですが、今日、会場の中で九州からいらっしゃっている方がいると思うんですが、お聞きしたいのが九州のホールではかなり韓国の方であったり、中国の方であったり、週末になるとパチンコをされる目的で来られている方がかなり多数いるとお聞きしたんですが、確かな情報をお持ちの方はいらっしゃいませんか？

藤田：どなたかその辺の情報をお持ちの方は提供をお願いしたいんですが。

小中富（株式会社テンガイ 代表取締役社長、会場より）：テンガイの小中富です。噂なんじゃないかなと思います。

藤田：実際にはそこまでない？

小中富：そうですね。

荒俣：というのも、ハウステンボスが赤字続きで、旅行会社が変わったとたんに、お迎えに韓国だったりに船を出して、格安の値段でお客様を連れてきて、ひとつのV字回復のきっかけになったということをお聞きしまして、そこまでやるかは別なんですけど、距離的な立地というのもあったりします

のでどうなのかな、というのがちょっと疑問に思っていました。

河本：観光客や実際日本に住んでいらっしゃる外国人の方が、パチンコをしたことを皆さん見たことがありますか？ということなんです。僕見た事が無い。白人の方、黒人の方、大阪の話ですとアメリカ村というすごく外国人がよくいらっしゃる所で、そこにもパチンコ屋さんがある。ただ、そこのお客様に外国人の方がいらっしゃいますかという、来ていないんですね、見た時が無い。実際に今住んでいる外国人を取り込めていないのに、観光客を取り込むのは至難の業じゃないかと思いません。

金本：河本さんはパチンコ店で外国人が遊技をするのを見たことがないといったんですか？

河本：そうです。僕は見た時が無いけど、皆さん見た時があるのかなと。

金本：外国人というのは白人と黒人の事なんですか？

河本：チャイニーズもですが。

金本：外国人という日本人と韓国人の見分けがつくんですか？

河本：すみません。見た時ありました。

金本：私から言うと外国人を全部相手するのは難しいと思う。特に欧米の方たちは基本的には余りパチンコに向いていない気がします。なぜかと言うと、長野県、今は少ないんですが、昔は東南アジアの方が沢山いたんですね。特に東南アジアの近いところで、韓国、中国、フィリピン、そこら辺の東南アジアの方はパチンコが好きです。パチンコの遊び方が、東南アジアの方が手先が器用なのでたぶん好きなんじゃないのかなと思います。僕は外国人観光客よりも、もっと特に東南アジアの方々が日本に来て仕事をしたり、移民とかそういう人たちがどんどん来てくれる方が、日本全体の活気が良くなる。来てくれれば衣食住にお金を使いますし、もっとどんどん東南アジアの方々を入れてくれればいいかなと、以前は長野県、私、長野県にパチンコ店が沢山あるんですけど、東南アジアの方々、女性なんですが、沢山いらっしゃった。東南アジアの女性の方が夜働いて、お昼暇な時にやる事が無いのでパチンコに来てくれて、その方たちが夜沢山働いて、昼間はパチンコに来て全部使ってくれるという。かなり儲かったんでそういう時代が来ればいいと思います。

河本：その外国人の方達はどうやってパチンコというものを知られたという認識か？

金本：元々好きなので、友達が友達を連れてくる。皆寄ってきちゃう。東南アジアの方は一番好きだと思います。

藤田：今、友達が友達を呼んでくるというのは、若者にも共通する所だと思います。やはり、連れパチとか、次の人を連れてきたいような雰囲気はどう作っていくか、そういう施策を取っていくというようなことが、今後、若者なり外国人、定住者あるいは観光客を呼び込むひとつのきっかけにはなるんだと思います。その上で、森さんが言われたように、もう一度それぞれの人達が本当に何を求めているのか、しっかり見直してやっていくのがまず大事なのかなという風に考えております。おもいきりのバトルまではいきませんでした。第一部はこれくらいで時間となりましたので終わりとさせていただきます。15分の休憩を挟みまして第二部に入らせていただきます。ありがとうございました。



Pachinko Chain Store Association

## 《PCSA円卓会議》

テーマ『業界10～20年先を見据えたトークバトル』

**第二部(午後4時45分～午後6時)**

### 《小規模パチンコホールも 生き残れる道とその実例》

＜テーマ1＞小規模店のメリット

＜テーマ2＞小型店が目指す姿

＜テーマ3＞具体策

『総括』 職チェアーマン： 藤田 宏 氏

チェアーマン： 藤田 宏 氏  
株式会社エンタテインメントビジネス総合研究所 代表取締役社長

アテンダー： 金本 朝樹 代表理事  
大石 明德 理事  
森 治彦 法律問題研究会リーダー  
荒俣 伸一 コスト問題研究会リーダー  
城山 朝春 氏  
ミカド観光株式会社 社長室長

河本 成佑 氏  
株式会社晋陽 常務取締役

藤田：それでは第二部に入ります。第二部のテーマは「小規模ホールが生き残り戦略」という事をやりたいと思いますが、先ほど第一部の中ではこのテーブルを中心に話をさせていただいたんですが、第一部若者の取り込み、あるいは外国人観光客の取り込みということでしたが、一言言っておきたいという方、どなたかおられませんでしょうか？

中島：テーマ2の外国人観光客の取り組みについてというのがありましたが、日本の国際便が発着する空港にパチンコのゲーム機を10台とか20台設置しまして、いわゆる搭乗2時間前のお客さんがいますね、あの時間がものすごい使いにくいんですね。座って寝てるか。あるいはトランジットのお客さんなんかは、更にトランジットの便が悪いと半日くらい空港の中にいないといけない。その時にそういうパチンコ遊技ができる。これはラスベガスにあります。ラスベガスでは空港の中にカジノマシン、ルーレットはありませんがマシンが置いてあります。これと同じような感覚で、ただし換金はしません。勝った方はデューティーフリーでお土産が買えると、そういう様なサービスが出来ないかなと前から思っております。他に意見が出ないようなので申し上げます。よろしくお願ひします。

藤田：ありがとうございます。他にございせんか？多分、中々難しいと思いますので第二部のテーマに入らせていただきたいと思います。第二部に関しては、どんどん途中で、一言言いたい方はご発言をお願いします。第二部のテーマは「小規模ホールが生き残り戦略」というテーマですけど、まず小規模というのはどのくらいを規模というのか、この辺りの定義を正確ではないんですが、大体どんなものかというの、事前に私どもで話をさせていただきました。数年前ですかね、1000台以上の店がバーっと出た時期があって、それからあまりない時期が続いて、又ここ1、2年1000台を超える大規模店というのが多く出てきて、その中で500台から800台が標準的なサイズ、それよりも1世代前という形で300台～400台が前の世代、小規模というのは400台以下くらいを小規模とひとまず定義させていただいて、これについてお話を進めさせていただきたいと思います。テーマとして、小規模店のメリットという所からお話のきっかけとさせていただきたいんですが、小規模ホールが生き残る必要があるのかどうかという話も実際にさっき出たんですが、小規模ホールをどうしていったらいいのか、今日の出席者には400台以下の店舗をお持ちの方も多いためと思いますので、この辺から話をしたい。城山さんどうですか？

城山：弊社も実際に300台規模の店がほぼ半分を占めますので、そういった中で、まずメリットというところですが、まずは、商圈の中で1、2番に追随するような戦略を取らないでいいということと、足元のお客さんをよく調べ尽くして、そのお客様方が求めている台を入れていくと、やっぱり1番、2番手と争いをすれば、それだけ機械代を使いますし、出玉を出さなきゃいけないという事で、どんどん疲弊していく。そのうちダメージがお客様に行ってしまう、ということで、自分の足元のお客様が結局一番店に行ってしまうという事になってしまいますので。一番は商圈内競争としては中堅、平均くらいというところで、小規模だからこそ機械代を押さえられるとか、そういったメリットはあると思うし、あまり販促をいっぱい使わなくても、足元のお客さんを大事にすることで、常連さんを大事にして囲い込みをしていけるといこと。上を上をという認識が無いというのがあるので、そこをやっていけば十分メリットもあるし、やっていけるといいます。ただそれは、前提としてチェーン店をいくつか構えている、大型店を持っているというところが、機械のチェーン店移動などでコストは大幅に下がるので、そういったところが前提になる。

藤田：コストという話が出ましたが、荒糶さん、小規模店はコスト的に低いコストでできるのか？それともマスマリットが出ないの程度割高になってしまうのか？

荒糶：一番の問題は会社の考え方によると思う。ローコストでやって利益を挙げていくのが一番、それでお客さんに入っていただくのがいいんでしょうが、近年、非常に業績が下がっている中で、今まであまりお客目線というところをやってこなかったと猛反省をしているのですが。回らない、勝てない、接客も悪いという何拍子もそろった店がありまして、本当に日に日に前年比でも客数が15%、20%ダウンしているような店がございまして、よくよく見るとやはり楽しくないだろうなというところに立ち返りますと、どうしたらいいのかという答えがその辺にあって、最終的に答えは地域密着で地域の方から「この店が無いと困るよね」という言葉を言わせるような店作りをして生き残

るしかないかなと。コストをどうかけるかというより、お客様とどうやって向き合っていくのか、というのが一番の課題なのかなと。お客様は神様ということもあるんですが、逆にスタッフが神様になってしまえば、お客様は多分付いてくるだろうと。小規模店の大きなメリットというのは、何かに特化できることだと思う。何かに特化してファンを作っていけるんじゃないかなということを考えています。

藤田：具体的に特化するアイデアはありますか？

荒俣：まだそこまで来ていないんですが、駅前の店があるんで、この店は日本一綺麗な女性のトイレがある所なので、とにかく入りやすい、そんなトイレを作りたいなど。なかなか費用がかかることなので稟議が通るかは分かりません。入りやすい店作りを考えたいなど。

大石：これは台数が小さい店対大きい店ということなんですか？おそらくマーケティング上はゲリラ戦法しかないと思います。大きな店がやらない事を、いかにいかくぐってやるかという事と、もう一つは、小さい店は小さい店なりのお客様により深く浸透していくということ、フェイストゥフェイス、個客主義ということがひとつ。それから今、荒俣さんがおっしゃったように、何か突出した特徴を出す事が必要だと思います。それは、例えば荒俣さんがおっしゃったようなこともあるでしょうし、例えば商圈によっていろいろあると思いますが、思いっきり射幸性が高い機械だけを揃えるとか、つまり、小さなニッチのマーケットをしっかりと捉えることになります。狭い範囲のウォンツとニーズをどう捉えるか、ということになっていくんだろうなと思います。

藤田：今、目指す姿ということだったと思うんですが、今回小規模ホールの生き残りというテーマにしたんですが、これはちょっと暴論かもしれませんが、本当に生き残る必要はあるの？どうなんですかね。非常に暴論とは思いますが、どうするんだうちの店は、という風に言われるのを覚悟の上で、今、色々な産業、流通業において、小さな店が生き残るはことは非常に大変で、その中でも全部が無くなっているわけではなくて、しっかり生き残り、あるいは商店街でも活性化している商店街もあります。シャッターが降りた商店街がある中で、パチンコ業界において小規模店の存在感、存在価値というのはどんなところにあるのかなと。森さんから一言。

森：小規模店なのか中規模店なのか大規模店なのかというのは、先ほどチェーンストア経営理論の話をしたのですが、チェーンストア経営理論には適正規模、出店戦略の適正規模、そういう言い方をするんですね。チェーンストアにはペガサスクラブというのがありまして、そこで開催している中堅育成セミナーというのがあります。弊社の場合には一定の職位になった方には中堅育成セミナーを受けるというのが仕組みになっていますが、中堅育成セミナーにはテストがあるんです。そのテストの時に適正規模というのが必ず出てくるんですね。自分は中途でこの業界にお世話になっておりますので、中堅育成セミナーを受けて半年後くらいに、適正規模という言葉がその時初めてで、結局何を申し上げたいかという、弊社の事を少しだけ申し上げると、今は480台のローコスト型店舗をどんどん作って行こうと。出店、立地には当然一定の敷地を賃借するという時に、物理的には700台、1000台の店舗を作ることも、物理的には可能なわけです。弊社の場合には480台が適正規模であると。もちろん地域によっては400台、560台が適正ということも考える訳ですが、480台が適正と考えている。これはひとつの考え方ですね。ですから小規模店のメリットとかデメリットとか、大規模店も逆にあるでしょうが、そこからの出発点ではなくて、パチンコを国民の大衆娯楽にしていく、チェーンストアの考え方は国民の大多数が日常の生活に無くてはならない、そういう存在として産業化していく、ということだとすれば、そういう道において、全国津々浦々までパチンコを作っていく、かつそれが産業として、事業としてやっていけるか、そういう考え方からくると思う。城山さん、河本さんがおっしゃっていたように、もちろん小規模店、弊社の場合も、小規模店を400台以下という定義で行くとすれば小規模店はあります。で、実際に稼働はどうかという非常にいいお店がいっぱいあるということですよ。だから、パチンコというものをどういう風に考えるのか、パチンコ事業の展開をどういう風に考えていくかという事によって、ここの答えが少し違ってくるだろうなと思います。生き残り戦略と言い方はちょっと違うんじゃないかなという風に思います。小規模店が今、現に小規模店としてやっているのであれば、小規模店が小規模店として、国民にパチンコの楽しさをどういう風に伝えていくのか、そうい

う発想、そういう切り口なんじゃないかなと思います。

藤田：ありがとうございます。生き残りというより、小規模なりのお客さんに向けたお店の存在価値をどうしていくか、というところでしょうね。400台以下の店は、どういうところを目指していけばいいのか、あるいはどういうところに注意してやっていけば支持を得られるんじゃないか、金本さん。

金本：森さんが言っている事は、チェーンストアを日本で初めてパチンコでやって、350店舗もあるからそういう風になるわけで、そうはいっても小さい店ですよ。300台くらいの店が残っていて、そこは大きくできない、お金もないし、という中で日本の中にも多いので、その人たちの経営者の悩みが残りだと思えます。それで、この残りはどうやったらいいかということを考えていけなくちゃいけないんですけど。先ほど言ったニッチの話であったんですが、例えば大石さんが言った、台数が少なくても特に射幸性が高い台でというのは可能なんです。可能なんですけどそれは大都市ですよ。大都市で人口が多くて、一人当たりの収入が多いところではいいんですけど、今言った射幸心が高いものだけにというと賭博場なので、賭博場をやれば誰でも儲かるんですけど、地方に行くと4円と20円スロが一番儲かるんですね。4円と20円スロが儲かるけど地域1番店か2番店しか行かないので、それ以外はどうかというと、4円と20円スロがない。4円と20円スロがないとなると低貸しをやるしかないけど儲からない。儲からないから悪循環になって利益がでない。それが顕著に出てきちゃうんで、今の時代、余計、地方の場合は生き残れないとだろうなと、どうやっても、と感じます。今、大石さんが言ったゲリラ戦なんですけど、ゲリラ戦は基本的にはルールを破らないとゲリラ戦にならないので、やっているところもあるんですけど、それはP C S Aのメンバーはそういうこともできないので、一番いいゲリラ戦が出来ないので、多分、小規模店で数店舗やっている店というのは淘汰されるしかない、特に地方ですね、と僕は思います。

藤田：ルールを守ってゲリラ戦というの。ルールの中でやるゲリラ戦とはどういうものか？

大石：さっき森さんが言ったように、適正規模っていうのはあると思うんですね。お魚がないのにそこに網をかけてもこれはいないので、金本さんがおっしゃったように地方とは確かにしんどいとは思いますが。チェーンストアでは「小さな町にはでっかく作れ」というのがありまして、これはパチンコとは違ひまして品種とかを広げていかなければいけないのですが、つまり、商圈が薄い所にでっかく出されると、確かにしんどいことはしんどい。チェーンストアの話はちょっとしますが、世の中イオンだとか色々なチェーンストアという大規模なお店を作っている所もありますけど、じゃあ魚屋さん、八百屋さん、など個人店経営のお店が無くなったかということと無くなっていないんですよ。お客さんには多種多様の要求がありますのでその全て受け止めるのはできません。どうしてもチェーン化しようとする、基本的には店数を増やしていきますので、店を作っていく中では客層を広げる方向に向いますのでお客の幅広い要求の公約数を求めていきます。小さい店と大きい店というより、その方向性がチェーン志向型とそうでないところとは違うところになります。チェーン型のところも、そうでない所も、お客さんに少しでも喜んでもらおうという事業活動の根本は同じなんです。ただし、その表現の方法がチェーン型とそうでないところとは違うのであって、チェーン型の店舗が目届かないフェイストゥフェイスのきめ細かいサービスがいい、というお客さんも沢山いらっしゃいます。

藤田：やり方が違うということですね。

大石：それからもうひとつ。事業として1000台、1500台というのが将来的に果たして成り立つのか。10年、20年という長期の視点に立った時に成り立つのかどうか。

藤田：河本さんのところは、400台以下の店もあると思うんですが、チェーンストアの考え方というものとは又違った考え方をお持ちなのかもしれませんが。どうやるんですか、400台以下は。より効率的になるのか、より存在感を出していくには。やれている事とやったらいいなということもあります。

河本：そもそもの議題の、小規模は生き残れない大型店が生き残れる、という議題の作り方がちょっと違うんじゃないか。大型店は生き残れるという確信があるわけではないですよ。その中で、色々な業界の流れから、大石さんも言われたように、いきなり大きい店が地方に出てきたらしんどいの

はしんどいと思うんですが、それは大きいからしんどいではなく、例えば1000台の店が1個出来たらしんどいのか、500台の店が2つできたらしんどいのか、という見方も出来ると思うんで、小型だからしんどいではなく、大型店だから生き残れるというわけではないと思うので、小型店は小型店の生き残り方があると思うんですが、弊社の場合に当てはめると、弊社は大阪を中心に展開をしています、大阪の場合、小型店が多いと思う。弊社も大阪府内に6店舗構えています、そのうちの2店舗以外は駐車場設備も無い。基本、駅前立地であったり他店に関しても大きい店舗が少ない状況になってしまっている。その中で全国チェーンの大型店が進出して来たり、大阪の中でも大型化しているチェーン店が来ているというのはもちろんあると思うんですが、じゃあ、つぶれたかというところではないと思うので、一概に言えないところはありますが。

藤田：今、そういう大変な環境の中で、河本さんが進めている事、これは企業秘密でしょうからどこまで言えるかわかりませんが、ここをがんばっているから、駐車場が無くてどうにかなっているんだよ、というのがポイントじゃないかなと思う。

河本：先ほど冒頭でもありましたが、地域のお客様にどれだけ信頼を得るかというのもそうだと思いますが、基本的に大型店と小型店の戦略が一緒だと思えない。それは入れ替えコストにしてもそうですし、色々な面で同じ戦略はとらない。例えばワンボックスこの機械を大型店が買ってきました、うちも買しましょう、というのがいいというわけではないと思うので、先ほど森さんがおっしゃられたように、お店の規模というのがあるし、お店の中でコストを掛ける規模も店舗の大きさによって変わってくるので、そこに弊社のやり方と言うと、大型店に対抗するやり方は基本的にありません。その中で違う、先ほど別の色を見せるというようなものがあつたと思います。

佐藤（株式会社ダイナム 代表取締役社長、会場より）：今議論されているのは、ある店舗がどう生き延びるか、という話をしていっているんですが、もっと重要なのは企業としてどう生き延びるか、だと思うんです。店舗はうまくいなくても企業としてどう生き延びていくのか、その選択の中に、どう規模の合併とか、グループに入るとか、物販、流通、外食でも全部起こってきている。経営者というのはその辺の視点を持って、仮にその店舗がうまく行かなくても従業員をどう生かすか、会社としてどう生き延びるかという視点の議論がもっと重要じゃないか。なぜかというところの業界、そういう事が起きていないんですね。本当はもっと起きるべきかもしれない。起きていく可能性がおそらくある、つまりそういう議論を今からして、準備なり選択肢を増やしていくのが、経営者としては非常に重要な気がする。あえて、バトルして欲しいというのがあつたんですが。

藤田：ありがとうございます。今、提言というか提案がありましたが、事前の打ち合わせでもちょっとこの辺の話は出たんですが、本当に1、2店舗しかないところが、この店が稼いでくれないと会社としては残っていけない、そういうようなところでどういうメッセージがあるか、というところで今まで議論を展開してきましたが、じゃあ、その店を残すだけが会社としては戦略ではない、それ以外にもあるんじゃないか、というのが今の提案だつたとおもいますが、これに対して、いや違う、あるいは今後こういう風に向かうだろうから、こう考えるべきだ、というのが。正解は無いでしょうから、各社の立場を離れてかまいませんので。業界誌の方はあまり書かないように。

大石：佐藤社長がおっしゃったような、経営的な観点から見ると、ここはチェーンストア協会なので、チェーン化をしていこうというところで、一つの中心がある。先ほど言ったように、チェーン志向の所も、そうでないところも結局お客様に喜んでもらおうという行為は全部同じなんです。手法が違うだけであって、全部がチェーンストアになるかというところではないんです。先ほど言ったように、お客様というのは多種多様なサービスが必要なので、フェイストゥフェイスの事も必要ですし、そのような中で、小さいところも残っていけると思います。もうひとつ、ただここ二十数年、ものすごくパチンコのサービスレベルは上がっています。一旦これを経験したお客様は元にはもどることはありません。最低限の事は要求をされてきます。例えばフードサービス業で、ゴキブリの這い回っている所にはもう行かないのと同じです。だから全体としてのレベルがものすごく上がっている。それは設備投資がかもせませんし、そうでない部分でも同様です。そこはやっぱり努力をしていかないといけないと思います。それから、もうひとつ、これからは我々も小型の店も研究していかないといけない。ただそれは最新のものの小型。人口が減っていきますから、商圏の薄い

所にも成立するものを編み出していかなければならないと思っています。

藤田：先ほど森さんが言われた適正規模がそのくらいのもの、そういうやり方があるということ。

大石：チェーンストアを勉強していると歴史の変遷というのが大体見えてきます。例えば、アメリカのウォルマートとか大きい会社がありますが、もう4000坪とか5000坪になっている。ところが今、みんなダウンサイジングをしている。それは、細かい来店に対するニーズを拾えなくなってきているからです。そのニーズを取り込む形でダラーゼネラルとか小型の店がハエのように張り付いている。今、米国の小売業はどちらかといつこつちに向かっている。コンビニなども昔とは違った形で復活してきている。それは、先ほどの適正規模というような話になりますが、デモグラフィック（人口統計学）の変化やそれらに伴うウォンツとニーズの変化によって変わってくる。

藤田：規模のところで先ほど言われたように、小さいからといって中身が伴ってこない、最新のものに。

大石：そうです。全体のレベルが上がっている。

藤田：そこら辺のところ、森さんどうですか？小さいところは残れないよとか。

森：そういうところではなくて、言葉の問題かも知れませんが、生き残るというのではなく、小規模店舗として生きることを選択した、じゃあそれを生かすためにはどうしていくのか、こういう話になるんだと思うんですね。先ほどから適正規模という話をしていると思うんですが、弊社の場合は480台を標準化ローコストでいこうということですが、これは今の状況の中で一定の商圈を設定して、その中でこれが適正規模だと考えているんですよ。適正規模というのは業種によって違いますし、立地によっても駅前型なのか、都市型なのか、郊外型なのかで違ってくるわけです。だから、それぞれがそれぞれの中でどうやって生きていくのか、そういうレベルの話なんじゃないでしょうか。例えば、適正規模との関係からして小規模が難しいという事であれば、そこには当然、共同購入とかそういう形で、この店を生かしていくという方法が出てくるでしょうし、正にそれがチェーンストア協会加盟企業としてやっていく、という認識なんじゃないかなと思います。

藤田：そういう感じで、1、2店舗は苦しいというのは、グループ内で中古移動ができないとか。

城山：ホールとして1、2店舗の規模となると、どうしても機械コストがどんどん締め付ける気がする。チェーン店移動で機械代を押さえないと、お客様に来てもらえなくなりますので、先ほど佐藤社長がおっしゃったように、企業連合という形で、手を組むのは今後必要になってくると思います。どうしてもパチンコ業界がオーナーの会社、という色が強いですし、弊社も商圈内ではそういう店が多数あるんですね。商圈内で小さい店同士で戦っていて、大きいM社とかが来たときにどーんとやられてしまうこともあるんですが、そうではないとも僕は思っていて、商圈内のお客様は自分の足元にいるお客様をちゃんと残したまま、手を組んで一緒に戦えるというのはあると思う。そういうところの障害になっているのはオーナーさんの自分の会社というところが中々変わっていかないのでそこが何とかなればと。

藤田：金本さん、ご自身でも周りの経営者を見て、くっついたほうがいいのかもしいけど、俺はやだよとか。

金本：さっき佐藤社長が言われたのは、吸収合併じゃなくて、2社がくっついて共同経営というやり方ですね、たぶん。現状そういうことは、私の所でもない。吸収合併だったら結構あると聞くんですが、やれるだけはやって、だめだったらあきらめて売却するという話はあるんですが、一緒にやるという風には中々そういう事を聞いたことは無いんですが、なんでそれをやらないというのは、なんででしょうかね？共同経営より、やっぱり経営者のほうがいいんで、共同はいやだと、辞めるんだったらあきらめると、いう根底があるんだと思う。だからやるんだったら自分で、あきらめんなら売っちゃう、という判断になるんだと思う。

大石：先ほど佐藤社長がおっしゃっていたように、そこには従業員がいて、顧客がいるわけですね、それをどうするかというのは経営者の生き様が問われるんだと思う。例がいいのか分かりませんが、イオンだって最初はあんなに大きかったわけではない。いわゆる吸収合併やゆるやかな連合という形をとりながらその規模を大きくしてきました。イオンだけではなく、合併したり連合を選択したところも、それぞれドラマはあったとは思いますが、その選択を生き残るための選択肢として決断をしてきた歴史があります。徐々に若い世代に経営者がなっていますから、そういうビジネスライ



クに事業の存続ということで、そういう事が出てくる可能性があるんじゃないかなと僕個人的には思っています。

藤田：まだ若い世代のお二人は自分たちで直接ではないかもしれませんが、この先そういう状況に陥ったときに、会社、従業員、お客様のためにそういう選択をするというのもありえそうですか、それともこういうところがひっかかるから中々決断できないのでしょうか？

城山：従業員のことを思えばしなきゃいけないことだと思いますし、東北のスーパーでも成功事例もありますよね。それは必ずしもネガティブなものではないと思います。

藤田：他の産業だったらもう起こっていてもいい時期だと思うんですが、ぎりぎりまで頑張って駄目だったら終わっていくという、その手前の他の選択肢を選ばれる方は少ないなと思う。

森：今日ここに参加させていただいている方は、原点にチェーンストア協会、チェーンストア経営理論がいいな、という事で皆さん集まっておられるわけですねチェーンストア協会に。そういう意味でチェーンストアの原点にもう1回戻っていく必要があると思うんですよ。繰り返しになりますが、森自身はこんなに楽しい、最終的に景品が来なくても300人くらいが何時間も遊技をされる、これはゲームとして面白いからなんですね。こういう、楽しいゲームを全国津々浦々8000万、1億の方々に遊技してもらいたいという気持ちから出発しているんですよ。そうすると、その前では企業の壁とか、なんかは相対的に低くなると思うんですよ。もちろん、それぞれ企業さんはそれぞれの思いがあって、個別企業の発展というのはあるでしょうが、少なくともPCSAに参加されている仲間企業は、もう一つ大きな所から見っていくとすれば、それぞれの企業発展を前提としながら横のつながりを非常に強くしていく、そういう道があるんじゃないかと思う。そうして考えていくと、小規模ホールが小規模ホールとして生き残るのではなく、小規模ホールとして生きていくと、これをそうじゃないところも、そうであるところも従ってやっていけばいいんじゃないか、という風に思うんですが、いかがでしょうか？

荒俣：たぶん、先ほど佐藤社長が言われたんですが、1店舗を見たときに回りに大きな店が来たときに、1対1の戦いに持ち込んで負けると思うんですよ。そうではなく、グループ企業として戦う、組織対組織、あるいは会社対会社で戦っていくんだというところで、会社が持っているノウハウをしっかりと出して行って、それで負ければ悔いなしといいますか。負けるか負けないか、そういうことは森さんがおっしゃったように、もっと視野を広げれば、成功を収めているところがあってこのPCSAという集まりはお互いがオープンですし尋ねれば必ず答えてくれるという所がありますので、分からなかったら電話してすぐ聞く方なんですが、そういうことを重ねていくと、1対1の戦いに絶対にしないと、組織対組織、企業対企業の戦いに持って行って、最終的にお客様を守るのはウチのが絶対に強いんだというところで勝っていこうというところで、展開をし始めたところ。以前は先ほど申し上げたように、回らない、接客も悪い、徐々にお客が減っていくというところがあったと思うんですが、その辺をしっかりと変えていければ、いいのかなという感じは持っています。

加藤（夢コーポレーション株式会社 代表取締役社長、会場より）：森さんの話の中にゲーム性が楽しければやるという話があったんですが、今のパチンコはゲーム性が面白くない。面白くないことは無いんでしょうが、本来の面白さを出せていないのが現状じゃないかなと思います。それは、例えばスロットが等価交換が主流ですが、多分皆さんの店でも1、2、下手したらオール1で営業しているんじゃないかなと思います。本来スロットというのは3か4使ったりすると面白いのにそういうところを生かしていない。パチンコでも、本当はステージに乗ってくれば面白い所なんだけど、ステージに乗らないようにしたりとか、出玉でも本来出る所を削ったりしてやっている。それは等価交換の弊害になっているんじゃないかと思うんですが、来年4月に消費税が上がると、益々釘は閉まるし設定は今以上、落とさざるを得ないと。となるとゲーム性はもっと出ない事になるから。それは今出ている大きな店、小さな店というテーマとはちょっと違うんですが、この状態を皆さんどうお考えか聞きたいなと思います。僕は大阪方式は大変いいなという風に個人的に思っているんですが、消費税をきっかけにやればいいなと個人的には思っています。皆さんどのようにお考えか。

藤田：ありがとうございます。先ほど、小さい店なりの特徴を出すという話があった中で、他店が25

個5枚交換の所、30個6枚交換で差別化していくのもやり方としては十分あるんじゃないか。今までもよく言われたんですが、結果的にそれをやられているところはあまり無い。大阪とか名古屋で比較的全体でやれているということなんです、今後5枚、25個交換以外の営業について、規模という視点の関連で言っていただいてもいいですし、それとは関係なしでもかまいませんので。

城山：大型店、地域で言うと1番、2番では高価交換になると思います。お客さんもいますし。ただ、小型、400台、300台の規模では、地元のお客さんは遊べないという事で逆に離れていってしまいます。ですので、弊社は中型店、小型店はいわゆる等価にしていけないです。その方が回りますし、お客さんにも遊んでもらえる。スロットはお客さんを一部離さなきゃいけない部分もありますが、そういう意味でパチンコを楽しんでもらうという方に行っています。一方、大型店を見ると台の回りが寒いと悲惨だなと思いますし、4円を見たときにお客さんがだれもないんじゃない。そういう選択をうちはしています。

藤田：実績としてはそうだと。金本さんのところはどうでしょう。

金本：大阪の方式の上限、27の5.5ですか？

河本：28の5.6です。

金本：28の5.6で、なおかつ大阪は2物2価がOKですよ。今、等価の話も出たんですが、実際に厳しくなったのは1物1価のみという風になったので、ほとんどの県で。大阪は25の5枚ではなく、28の5.6で更に2物2価、3物3価OKという非常にうらやましいような環境なんです、できれば大阪方式、なおかつ2物2価、3物3価もOKされると、非常に営業の幅が広がって、等価に近いレートである現状と比較して、違った遊び方を提供できるという意味では、ぜひ形にしてもらって、2物2価にしてほしい。それよりも、日本の都道府県でなんでこんなに差があるのか不思議ですし、そこら辺を、非常に大阪方式はいいと思うし、それが全国的に出来ればいいなと私は思います。

藤田：大阪の店舗を持たれていて、それをどう感じていますか？

荒俣：確かにおっしゃるとおり、上限が28個で5.6で営業しているんですが、実は離反している店も何店かございまして、本当に等価ベースで営業している店もあるんですが、実際にお客さんが入っていないというのが現状。実際に状況を良く見てみますと、28でもかなりストレスがたまるような、回らないというのがありますので、もうちょっと上限を消費税のタイミングで下げる、本当にパチンコであつたりスロットの楽しさを分かってもらえるのは、どのくらい回るというレベルなのか良く分かりませんが、スロットであつたら確かに高設定が入っているんだというところが実感としてないと、もう1000円打とうという気にならないと思う。それで、1番、稼動が前年比で伸びているのが、利益は無いんですが25銭というコーナーを1店舗だけやっているんですが、ここだけ稼動が前年比120%くらいの客数になっておりますので、答えは出ていますが、ここは確かに25銭単体の利益はありませんが、ネット上にも今日も1000円しか遊ぶお金が無いからあそこに行こう、という書き込みがあつたりしますので、500円で2000発、1000円でも十分に遊べる。非常に稼動が悪いお店でしたのでやれたんですが、答えは出ている。

大石：いわゆる換金率が下がるというのは、法律上の細かいことは抜きにして、好ましいことだと思います。ただし、いわゆる換金率が多様になったとしても、それによって機械の多様性が伴っていくことが条件です。今の機械というのは基本的にいわゆる等価交換営業を前提に作られていて、更に、今の機械は品種でいうとほとんど1品種、いわゆる一種セブン機しかないんですね。お客さんとしては、コンビニに行ったら売れ筋のおにぎりだけで店が埋め尽くされているような状態で、お客さんの立場からすると選択の幅が無いんですね。レートの問題もありますが、機械の種別によって顧客の負担が変化し、かつ顧客自身で分かる、というのが本来の姿だと思いますので、そういう相乗効果が出てくる部分だろうと思って、いわゆる換金率、もちろん消費税の問題もありますが、下げるといふ方向は、細かい法律の部分を除いて賛成で。

藤田：ここだけで言いますと、賛成という意見も多いようですが、世の中全般としては、またほとんどいっていないですよ。全体の割合から言うと20%とかいっていないんですかね。私も、その辺が細かく調査が出来ないので、直ぐに言えないんですが、ファンの負担感から言うともう少し遊

びやすいものを、というのが必要なのかと感じます。本当にネットを見ていても、東京で4円やったら10回も回らなかったというというように書いてあって、それは辞めるよな、と。

そろそろ時間になってきましたので、一部、二部、通しまして、これは言っておきたい、ということや、チェーンストア協会に対する期待でもかまいませんし、業界全体の動きでもかまいません。また、今回テーマで挙げたよう沢山の国民に愛されるためにはどうしていったらいいのか、でもかまいませんので、おひとりずつ、一言ずつお願いしたいと思います。今度は大石さんから。

大石：今日はどうもありがとうございました。バトルになっていたか分かりませんが。いずれにせよ、パチンコ・チェーンストア協会というのは、規模の大小にかかわらず、一定の志の下に集まっているので、そこは今日、あらためて確認出来ました。店数を沢山作れなかったとしても、チェーンストアというところの、ひとつの思想というか理念の下にみんなやっているんだなど、というのが確認できたと思います。

藤田：それでいいですか？それでは森さん。言い足りなかった事も沢山あると思いますので。

森：最初から話しているのが、チェーンストアという原点に戻って考えていけば、何か可能性が出てくる気がするんですね。先ほども申し上げたように、弊社は、一定の職位から中堅育成研修という事で、ペガサスクラブといますが、そこは流通小売中心の研究団体ですので、ほとんど明日、あさっての業務には直結しないんです。スーパーでどのような地域性を出すんですかとか、小売の仕方をどうするんですか、というのがありますが、そこで持ち帰ってくるのが、日々の仕事自体が楽しいという部分、理念、ビジョンを持ち帰ってくるんですね。それがパチンコ業の中で、どのように自己実現させていけるのか、ということだろうと思います。今後思ったのは、もう1回、PCSAですからチェーンストアの勉強を団体としてきちっとやっていこうと、今までやっていたんですが、団体としてもやっていこう、という気がしますし、森自身の事からすると、ちょっと偉そうな言い方なんですけど、入社した時に思ったのは、パチンコにおけるチェーンストア理論、ペガサスクラブもパチンコについて色々考えてくださっていますが、体系的なパチンコに対するチェーンストア理論というのは文字として書かれていないんですね。それができるのはPCSAだと思うので、正にその事を、時間をかけてもやっていくべき時期、そしてそれを共有していくということを改めて思いました。

藤田：ありがとうございました。それでは、今回、初参加の城山さん、よろしくお願いします。

城山：今日は本当に色々な勉強になりました。パチンコ営業自体は生活に密着した娯楽でありますし、無くならないだろうし、必要なものだと思います。私がこの先30年経っても無くならないし、その次の代にバトンタッチしていかなきゃならない状況ですが、カジノが出来たとしても、近所ですぐできる、身近な密着した娯楽として必要なものだと思います。ただ、その為に必要なことは、PCSAで横の連携を強くするというのもありますし、何より、業界がひとつになって大きな目標を作り出すのも必要だと思います。それは、例えば、メーカーに対しての機械代とかの働きかけというのが無いと、この業界は自体は共食いというか、共倒れ状態になるのかなと思います。ありがとうございます。

藤田：どうもありがとうございました。河本さん、お願いします。

河本：このような場所で話が出来てだいぶ勉強になりましたし、色々感じています。この業界は城山さんがおっしゃったとおりですが、無くならない業界という風にも我々がしていかななくてはいけない、という気持ちの中に、冒頭にもあったとおり、業界のこともそうですし、細かいところに対しても、もっと色々な方に知ってもらおうという行動をPCSAを通じてもそうですし、業界全体が力を合わせてやっていくのもそうですし、この議論の最初に出た業界が悪意を持って見られるというようなこともありましたけど、悪意というものを無くしていくのも、こういう団体としてやっていくのが、業界の発展に一番繋がる事ではないかと思いますので、そういった意味でも今後もっと頑張っていけるようにしたいなと思いました。ありがとうございました。

藤田：どうもありがとうございました。それでは荒俣さんどうぞ。

荒俣：ありがとうございます。本当に今日は、まだまだこの業界は情報発信がうまく出来ていないという事を実感いたしました。それから、10年以上参加させているにもかかわらず、チェーンストア

の勉強が出来ていないなということを、今日改めて実感いたしました。最後に、自分を含めて働いているスタッフとお客様も含めて、仕事を通して夢を実現させていきたい。幸せな、やりがいのある職場にしていきたいと強く思いました。ありがとうございました。

藤田：ありがとうございました。

金本：こういうやり方は初めてで、私が参加するのも初めてなんですが、今日はバトルという形で、皆さんにもう少し、飽きないバトルを心がけたんですが、非常に難しく、皆さんを退屈させて申し訳なく思っています。3時から30分間皆で打ち合わせをしたんですが、その時にはバトルになったんですが、皆さんの前だと中々本音が言えなくなり、こういった円卓会議は非常に難しいと感じました。次回は皆さんが飽きないような円卓会議をやりますので、ぜひまた来てください。よろしくお願いします。

藤田：皆さんどうもありがとうございました。最後に皆様を飽きさせてしまったかなという反省をしながらも、総括的に言わせていただきたいんですが、今回テーマに挙げさせていただいた2つ。特に前半の顧客層の拡大に関してなんですが、私もチェーンストアという考え方を一時、理解していない時期にこのPCSAが立ち上がってすぐの頃に、チェーンストアというのは、単に店舗の数が多くて、大量に仕入れて大量にどうこうするっていうだけじゃないよと。まず一番大事なのは、今PCSAのホームページにも書いてありますが、チェーンストアの正式名称はチェーンストア・インダストリーといい、大多数の国民大衆の普通の生活を少しでも豊かなものにするために、サービスや消費財を提供する産業構造を改革していくものだというのがありました。多くの人、また業界内の経営者もそうだと思いますが、チェーンストアというのは店舗を沢山出して、その店舗の力で小さいところをどんどん飲み込んでいくんだという感じで思っている方も多いと思います。それもあって、さきほど佐藤社長から提言があった時に、本当に豊かにしていきたい、国民のためになる豊かな産業になるためにやっていくという志が同じに出来なくて、単に大手に飲み込まれるだけだったらいやだという、本質のところを理解してもらえず、嫌がられている、毛嫌いされている部分があるかと思います。もう一度、PCSAの基本的な理念を、先ほど森さんが言われたように、この中でも勉強しなおすという事も非常に必要でしょうけれど、また、外部に向かっても、この産業が国民にいい存在であるというのを理解してもらい、あるいはその為がんばっている産業だとアピールしておくことが非常に重要なのかなと思っております。今日、その意思表示となる時間として、楽しくやりたかったんですが、チェアマンの力不足で、皆さんを少々退屈させてしまいましたが、またこのような機会がありましたら、皆さんと一緒に議論をさせていただきたいと思っております。今日はありがとうございました。

以上

## 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-銀座ビル5階  
TEL 03-3538-0673 FAX 03-3538-0674  
URL <http://www.pcsa.jp/> e-mail [info@pcsa.jp](mailto:info@pcsa.jp)