



Pachinko Chain Store Association

第64回PCSA公開経営勉強会 発言録

第2部

『新しい規則で生まれる遊技機 ～スロット／ユニバーサルエンターテインメント編～』

講師: **長谷川 崇彦 様**

株式会社ユニバーサルエンターテインメント

開発本部 商品グループ

マーケット戦略室 兼 開発本部 室長

日本アミューズメント放送株式会社 代表取締役

開催日: 平成30年5月31日 (木)

時間: 午後3時30分～5時45分

会場: TKPガーデンシティ プレミアム神保町
3階「プレミアム ボールルーム」

<プロフィール>

長谷川 崇彦 様 (はせがわ たかひこ)

役職

株式会社ユニバーサルエンターテインメント 開発本部 商品グループ マーケット戦略室兼開発本部 室長
日本アミューズメント放送株式会社 代表取締役

略歴

入社前は、ファン向け雑誌を中心としたライター活動をリスキー長谷川として行う。

2008年9月に、遊技機メーカーとしての立場で機械づくりの根本を学ぶべく、

アルゼ株式会社へ入社。※2009年ユニバーサルエンターテインメントに商号変更

開発、販売といった部署を経験し、現在はマーケット戦略室室長を担当。

また、日本アミューズメント放送株式会社(パチテレ!)の代表取締役に就任、

弊社の遊技機及び遊技機キャラクターに関わるホール様/エンドユーザー様との

コミュニケーションの統括を担当。

こんにちは、今ご紹介いただきましたユニバーサルエンターテインメントの長谷川でございます。本日は第一部のSANKYO様の方で「新しい規則で生まれる遊技機」のパチンコ編の話を私も聞かせていただきまして、私がスロット編の方を担当させて頂きたいと思っておりますのでひとつよろしく願いいたします。

資料を開発にお願いしましたら、イラストまで描いていただきまして大変ありがたいんですけど、本日お話をさせていただきます長谷川 崇彦と申します。ここにありますように、役職が、PCSA様では1度登壇させていただき、今回一年ちょっとぶり2度目になるんですけど、肩書きが一つ変わっております、株式会社ユニバーサルエンターテインメント開発本部商品グループ、それからマーケット戦略室の兼任の室長をさせていただいております。これは何が増えたかと言いますと、後ほど建付けを細かく説明させて頂きますが、開発本部下に、このマーケット戦略室というのが入りまして、本日この話をさせていただけるのも、開発本部にいるからスロットの新しい遊技機に詳しいだろうということでお呼びいただいたのかなという風に思っております。またもう一点、日本アミューズメント放送株式会社、こちら一度この社長の立場でお話しさせていただいたことがあります、こちらはいわゆるファン向けメディアですね。一般の方々に会員になっていただいて、パチンコ、パチスロのテレビを見ていただく会社の代表させていただいております。この会社についても、後ほどちょっと説明させていただければという風に思います。

略歴ということですけども、私もですねユニバーサルグループに入りまして、ここにありますように入社前はファン向け雑誌を中心としたライター活動をリスキー長谷川として行う、ということで、今年、ユニバーサルの広報の仕事で、この名前がちょっと前よりは出るようになったかなと思いますけれども、以前はファン向けメディアのライターとしてお仕事をさせていただいております。とあるきっかけがありまして、2008年9月に遊技機メーカーとしての立場で機械開発の根本を学ぶべくアルゼ株式会社入社、とありますけれども、当時どんなことがあったかとよく聞かれるので、今日の趣旨とは関係ありませんが簡単にお話ししたいと思います。当時、いわゆるパチスロが4号機から5号機に移行する時代でございます。私も当然ライターとして、こんな機械が面白いですか、こんなゲーム性だとかですね、そういった記事を投稿したりですか、当時もこの日本アミューズメント放送も含めて、映像メディアというのが始まっていたので、こういった映像メディアで、この機械の特性ですか、時には実践バトルの企画ですか、こういった仕事をさせていただいたんですけど、その中で日本アミューズ

メント放送の番組の一つに、アルゼの新機種を紹介する番組をさせていただいております、当然ほぼ毎機種、アルゼの新機種の広報のために会社にお伺いしてましたので、いろいろ会社の方とお話ししながら、ゲーム性を紹介する番組を撮っていたんですけど、やはり1ユーザーとして5号機を、最初の時ですね、試打したりとか遊技した時に、これ業界大丈夫かいなど。単純に面白くないなと思ったんですね。なので、当時アルゼにいらっしゃった方が、「長谷川さん、メーカーにはメーカーのルールだったりとか、色々規則だったりとかがあって、なかなか出来ないこともあったりとか、できるように努力をしているんだと。あなたがファン向けメディアのライターとしてまあまあ有名なのは知っているけれども、一回機械を作る方に入って見て勉強してみたらどうだろう。」という言葉を受けまして、なるほどな、そういった概念で勉強してみるのはいいかないという事を思っているうちに、当時の岡田会長にお会いする機会がございまして、わりかし道をひかれてしまって、この世界というかアルゼに入らなきゃいけないという流れが出来て、入ったというのが実際の事実でございます。ただ、最初にお話させていただいた通り、やはり遊技機メーカーに入ってみますと、全くユーザーから見た目線とは違っていて、先ほどもパチンコの新規則の話がされていましたが、メーカー側には様々な規則を守って、その中でどういったものを開発するか、ということですか、今日も試験の話が出てきましたけど、どうやってそこをクリアしながら魅力あるものを作っていくか、ということが非常に大事なんですね、メーカー側からすると。なかなかただこういうものを作ったらいいじゃないか、と言われてもできないロジックと言いますか。出来ずらいと言いますか、難しいロジックがあるなってことは私も10年いますので、やはりメーカーの仕事をする中で全く違った観点で業界の仕事を見られるようになったなという風に思っております。

当時はですね、アルゼグループはかなりバタバタしております、すぐに開発ですとか販売の部署を経験させていただいて、現在はマーケット戦略室室長を担当しております。冒頭にもありますように、最近はその開発直下になったということです。日本アミューズメント放送の代表取締役も今、6期務めさせていただきましますけれど、こちらはファン向けメディアになりますので、ファンの方に楽しんでもらえるテレビ番組を作って会員様からお金を頂戴するビジネスですけども、こういったところでですねヘビーユーザーの方々とは直接意見を交わせる立場ってなかなかないと思いますので、こういった事を遊技機作りに反映できるかな、ということで私が今この役職を仰せつかっているんだと認識しております。

本来、ユニバーサルエンターテインメントという会社の説明をすべきかなと思うんですけども、PCSA様に登壇させていただくのは2度目になりますので、今回はマーケット戦略室だけの資料になります。皆さんご存知かと思いますが、ユニバーサルエンターテインメントは今、カジノ事業、それから国内のこのパチンコ・パチスロ事業という2つの柱で頑張らせていただいている会社になりますけれども、当然私は国内事業チームといいますか、パチンコ・パチスロを開発、製造、販売する会社のマーケット戦略室にいます。先ほど、開発本部下になったという話をさせていただきましたが、元々アルゼ時代、それからユニバーサルエンターテインメントになってからも、当然部署としては開発、販売、製造、これはどちらのメーカー様もその3部署で成り立っていると思いますけれども、そういった部署がございました。当時はマーケット戦略室はいわゆる社長直下の部署でした。その当時は、マーケット云々よりも社内調整ですとか、市場環境を踏まえた上での営業戦略ですとか、そういったところにも注力していたので社長直下に置かれていた組織なんですけど、昨年、開発本部下になっております。現状、開発本部下にマーケット戦略室が置かれておりますが、直接、開発本部下ですので、より緊密なやり取りをさせて頂きながら、機械作りのお手伝いといいますか、一端を担っているのですが、やはり実際に作るのは開発の企画者だったりとか、出玉チームだったりとかしますもので、それのお手伝いをしているということになります。

と同時に、先ほど、上にですね当然マーケットですね遊技機市場だったり、やはり購入していただくホール様、その先にはエンドユーザー様がおりますが、こちらのホール様との意見交換ですとか、やはり営業機としてどういう風にあるべきかとか、こういった事もですね、弊社の販売部隊も、色々な法人様にお伺いしてご意見を聞くことは多々ありますけれども、私は私で別に法人様とお話しさせていただくということ、またエンドユーザーとも、先ほどのパチテレの件もありますけれども、直接お話を伺い

ながらどういった遊技機を作っていくべきなのか、ということを開発本部にフィードバックしている状況にあります。

マーケット戦略室として主にどんな仕事をしているんだ、ということと言うと下の5つになりますね。1つは、遊技機または遊技機キャラクターに関わる全ての広報、という事で、やはり弊社の中で簡単に言うと、この赤字の部分の広報部門と、緑の部分の著作権取得、それとマーケティングというこの3つが主の仕事になります。遊技機または遊技機キャラクターに関わる全ての広報、という事なので、当然、ファン向けメディアも含めた機械の情報ですね、この機械がこういった機械ですよ、正確に言いますとこの機械を発売させていただきます、という新機種発表会から、当然エンドユーザーが、ですね機械を触ってどういった情報をお出しすれば、また、そういったことを流すことによって楽しんでいただけるかということのを常に考えさせていただいております。

実際に広報と言いますと、取材対応ですとか、記者発表ですとか、あとイベントですね、こういった事がぱっと思い浮かぶと思うんですけど、弊社の広報活動で今一番力を入れているのは SNS 活動です。SNS の中でどういったことが拡散されていくのか、また、こういったことを拡散してほしい、ということですね。偉そうに言うとか計算しながら、キーマンはどこにいるのか、そういったことも踏まえた上での広報活動ということが主の業務です。取材対応ですとか、記者発表ですとか、こういったことをもうやらないとか、ダメだとかそういうことではないんですけども、やはり今情報というのはですね、もう一方的に拡散する時代です。我々がですね、もう抑え込むと言いますか、操るということは現状不可能だという風に認識しています。この辺がちょっと分からない方だとなんかなるんじゃないか、と思うかもしれませんが、今のインターネット、それから SNS がこれだけ発達してる時代で言うと、そこをコントロールするというのが無理がありますので、逆を言うと、どういったものももうコントロール不可でも出て行った方がいいのかとか、例えば遊技機の遊ぶポイントもこういったところがいいも悪いも、悪くてもいいんですけど極端な話、拡散していただければいいな、というようなことを考えながら広報活動させていただいております。

同じことなんですけども、2番目の遊技機または遊技機キャラクターに関する情報戦略の構築ですね。どういった情報を、適時流して行く、行こうかというのが一番わかりやすい言い方になりますけど、これもですね今の情報戦略というのは、いわゆるインターネットの世界というのは無視できませんので、当然たとえば遊技機をご購入いただく、つまり機械を発表して、当然試打をしていただいたりですとか、機械の特性を知っていただいて、ホール様にご購入いただくという意味でいうと、そこは弊社と弊社の営業マンとホール様のクローズの関係になりますけれども、やはりホール様の方ですね、当然この機械がいいんだ悪いんだ、うちの客層に合っている、だから何台ぐらいにしよう、という事が主かも知れませんが、やはり外でどういう扱いになっているのかとか、盛り上がっているのか盛り上がってないのか、例えば積んでいる著作権に関してはどういった層に受けているのか。当然、勉強されて、総合的に判断されることが多いと思いますので、この部分も、情報を、逆に言うとどう言ったことを知っていただきたいのか、直接伝えることはこうですけどユーザーに対してもこんなことを知っていただきたい。なので、それを総合して判断していただけるようなですね、環境と言いますか情報戦略というのを常に私の部署は考えて実行していることになります。

なので今、開発本部直下になりましたけども、やはり今営業でどういうことが起こってるのか、それから弊社の直近の機械の成績はどうか、どういう評価を得て良かったのか悪かったのか、どういう印象なのか、ユーザー様がどう思っているのかっていうことを全て知らないといけませんので、そういったことを日々日々分析しながら戦略を構築しているという状況になります。

それから3番目に著作権業務、著作権取得業務、それに関するマーケティングとあります。これをこのまま見ると、やはりこういった著作権がユーザーにうけるみたいな分析をしているという風に思うかもしれませんが、これは前回にもお話をさせていただきましたが、ユニバーサルグループはこの著作権取得に関しては、いわゆる開発の機械を作るチームといいますかラインといいますか、が善し悪しを決めております。つまり例えば私がですね、マーケティング主導で、このタイトルが取れる、これを取って機械を作ったら、営業機として絶対売れます、みたいなプレゼンを社内ではしないということですね。あくまでも今取得できる著作権に関して、チームがこの著作権だったら面白い機械が作れる、というような観点

のみで著作権取得をしています。なので順番で言うと、こういった著作権がありますというのは私のチームで各出版社様ですとか、色々なところからお話をいただき、条件交渉をしながら、その間に開発の人間にこれに興味があるのかなのかという話を聞いて、興味がある、是非やってみたい、面白い機械を作れます、となった時に著作権取得をするという考え方です。他社の事を全てわかってるわけではないですけど、やはりあのマーケティング指導で取られるって言うのはある種当たり前のパターンだと思いますけども、弊社はそれをやってこなかったということです。今もやっておりません。それで今のところうまくいっています。やはり、作る人間が2年も3年もかけて作るの、それが好きでなければやはり遊技機としてどうしてもうまくいかないだろうというのが、現状でございます。

それと4番目ですね。業界全体のマーケティング情報の収集、分析、提供ってことで、これはダイコク電機さんのS I S も含めて、市場で数値がどうなっているのか、先ほどの評価も含めて、どういう風になっているのかという事を、社内のマーケティングツールみたいなサイトがあるんですけど、こういったものの企画制作も含めて、あと数字を把握して弊社の役員ですとか、開発もそうですし、営業もそうですけど、数字を提供する役割をしております。

これに関しても前回お話しさせたかもしれませんが、非常に重要だと思ってまして、私がライター時代から機械評価と言いますか、機械の良し悪しというのが、人によって違うんですよね。やはり視点が違うと全く評価は変わってきまして、例えばの小台数で何百週と稼働している機械があって、それがいいんだ、という風に例えば言われる方がいます。これは稼働という観点からは素晴らしいですけど、その台数は例えば市場に200台しかないという場合ですね、その200台のポテンシャルの中で稼働が良かったとか。例えば5万台販売させていただいた機械があって、思ったほどよくなかった。で、思ったほどというのは、期待感がすごい大きかったけど、実際は平均稼働をちょっと上回ったぐらいで終わった。これを稼働の観点で見ると前者の方がいいわけですけど、販売という観点ですとか、メイン機で置けるか置けないかですとか、そういった観点では全く違うわけなんですけど、特に販売といいますか、営業に多いのが「あれがいいんですね」という風な言い方をされた時に、どういいのか、それはどういう数値なのか、あともう一個言うと、機械の力、良し悪しは偏差値の部分もありますので、その時代ライバルが何で、どういう市場だったから良かったか悪かったか、というのがですね、割と全部、分析といいますか見えてない中で、あれが良かった、あれが悪かったと言われると、やはり弊社で言うと経営陣の感覚が狂うわけですね。「あれが良かったんだろ長谷川」ということを言われた時に、「どういう状況でどうだったからその部分では良かった」という風にちゃんと伝えないと、確実に狂ってきますので、こういったところが多分メーカーとして、例えば販売台数とホール様の印象との乖離ですとか、後、開発の人間も、「いいというものを取り入れたらこういう風になりました」とみたいな乖離が生まれるので、良し悪しみたいな事というのは、確実に数値化してお話をしないと、思いこみですとか、言った人の強さで変わってきってしまうということが、やっぱり弊社でもありましたし、今までよくいろんな方と話した時に出てくることなので、このマーケティング情報の収集、分析、提供、特に提供の部分は絶対に間違えないようにしなきゃいけないなということで、ここだけはユニバーサル内では徹底しております。なので何が良くて何が悪かったのか、どういう状況なのか、ということは逐一把握するように徹底しています。

最後に開発本部との連動という風にありますけれども、開発本部下において、当然開発というのは我々の会社の今後を作っていく部署になりますので、当然ですけど開発者に関しましては、いろんな情報ですとかは与えますけど、やはり彼らがいいというものを作るための手助けというのが私の部署の仕事になります。ただし、やっぱりですね先ほどのマーケティング情報の収集、分析、提供じゃないですけど、これもですね、やはり開発も人間ですから、例えばユニバーサルの現状のスロットというようなイメージでいいますと、例えば先ほどの SNS を見ると、「弊社の機械を打ちました」「楽しかった」「負けた」「勝った」「たくさん出た」「出ない」というのが沢山出てきます。ただしご存知の通り。出てくる機械は「凱旋」「ハーデス」「マドカ」「絆」「沖ドキ」「ハナビ」「バーサス」とかもありますが、まあこういった機械になります。なので総論で言うと「ユニバーサルのパチスロ凄いですよね」と言っていた方は沢山います。現状分析しますと、今ユニバーサルグループのスロットの設置率は25%前後です。取り方が色々あると思いますが1/4が弊社の機械です。例えば、ホール様でいうと

ころの粗利、この粗利に関しまして、弊社調べで言うとその25%で33%の利益を稼いでいるというのが弊社の分析です。というように多大なる貢献をさせて頂いているかもしれませんが、いわゆる旧基準機、これを撤去すると弊社の割合は10%しかありません。こういったことも知っておかないと、側面だけ見るとユニバーサルのパチスロの開発といますか、パチスロはいいよねという見方はできますけれど、先を見ると全然負けてるよ、というようなことなんですよ。評価されていないというか、台数的にも。なのでそう言ったことというのはちゃんと伝えてあげないと、やはり勘違いする部分もありますので、そういったことを開発本部内でやらせていただいているというのが現状でございます。

次のページ。これは簡単に説明しますが日本アミューズメント放送という会社になります。日本初、日本最大のパチンコ、パチスロ専門チャンネルということで、テレビと言いましてもいわゆるスカパーですとか、ケーブルテレビのジェイコムさんとか、ひかりtv それから最近ではネットの時代になってますので、いわゆる自社運営サイトで配信をしているチャンネルになります。当時はこれも実はアルゼの資本100%の子会社でした。なんですが、私が社長に就任した6年前に、弊社の富士本の考えもあって、やはりマスコミというのは一社の株主で、なおかつ遊技機メーカーというのはおかしいだろう、ということで、現状はですね、株を色々な会社さんに持っていただいて運営している会社になります。基本視聴料というのがかかりまして、1000円頂戴してユーザーの方は番組を見ていただくチャンネルになります。

本日はですね、全く趣旨が違いますので、一言だけ話しをさせていきますが、このチャンネルは私が社長を勤めているから言う訳ではないですけど、非常に業界の方には使い勝手が良いチャンネルじゃないかなってずっと思っています。なぜならば、20万世帯、テレビですので考え方としては世帯ですよ。ね。「人」ではなくて世帯にリーチ、繋がっている、実質会員でいうと未発表ですが今11万世帯ちょっとの方と契約をさせていただいて、残りの9万世帯は色々なパックですとかセットですとか、そういったところで見られているチャンネルになります。直接会員だけでも構いません。11万世帯。世帯の考え方はだいたい2.47人と今言われていますけれど、そのヘビーユーザーの方がテレビで見ているチャンネルなんですよ。なので、例えば今回のパチンコ、パチスロの新規則のことですとか、業界として伝えたいことですとか、コアな話をすれば法人様の考え方ですとか、そういったことをダイレクトに伝えるのには一番使い勝手がいいなといつも思っていて、最近、いわゆる B to C の仕事から B to B の方にですね、色々なメーカーさんですとか、一部法人様にはチャンネルのメリット説明させていただいて、一緒に番組を作らせていただいております。まあこういったチャンネルになります。

前段が長くなりましたけれど、今回お話をさせていただくに当たって、やはりパチスロの6号機と言われるもののお話をさせていただくんですけども、私の成り立ちが開発本部付けとはいってもですね、先ほどのような立ち位置になりますので、これは面白おかしくインタビューしたわけではなくて、まあそのままなんですけど、社内のパチスロを今開発している人間に、色々インタビューといいますか話を聞いて、今回お話をさせていただくという形になります。

実はタイミング的に言うと、パチンコの方は先ほどもSANKYO様からあったように適合が出ている状況でして、各メーカー様、弊社も含めてですけど、これから沢山の色々考えて持ち込んで、いよいよ夏には販売させていただくみたいなスケジュールを組んでいます。一方、パチスロメーカー各社も色々なメーカーさん、特に営業の方は色々な話をされているかもしれませんが、当然今、持ち込む、持ち込む寸前みたいなのところなので、非常に時期としてはセンシティブといいますか、中々話しづらいところもあったりするんですけど、順を追ってお話をしていきたいと思っております。

当初、5号機から5.5号線、それから5.9号機の規則下になりまして、規則改正があるよ、6号機時代になるよ、という事がですね、噂ですから今年の秋ぐらいに出たと思うんですけども、その時の正直な感想ってどうだったの、っていう話をした時に、やはりメーカーとしては、中々本音を言えないところはありますけれど、やっぱり非常に厳しいというのが本音でございました。特に何が厳しいのかということで言うと、先ほどSANKYO様の資料、今回私の方では皆様は勉強済みだと思っておりますので細かな規則の資料とか用意してないですけども、やはり試験の下限ができたということは、試験を通すという意味では非常に大変だな、という風に思っております、試験にですね下限ができたり

とか、試験の数が増えるとなった時に、やはり遊技機を開発する時に、パチスロっぽく言うと波が当然作りにくくなるわけですね。下限を設けるとベースも上げざるを得ないというか上がります。そうなる、やはり言い方を変えるというユーザーが勝てるイメージを持てる遊技機を作りづらいというか、ほぼ作れないんじゃないか、という風にパッと思い浮かぶのが開発者です。なので、あの時、噂通りになったら、つまり5.9号機をベースに、できない事、それから試験の項目などが増えた時に、正直言うとお先真っ暗な印象を持ったというのが、正直なところでございます、と言っていました。

言い方は変ですが、これはうちの人間の誰に聞いても、あのままいったらどうなっていたんだろうね、なかなかやっぱりもうゲーム性としても、何を作っているか分からない。なので、一部メーカーさんは5.9号機も含めて一旦開発を止めたなんて話ありますけども、ユニバーサルグループはやることを粛々とやっておりましたが、止めるのもわかるぐらい、何が降ってくるかわからないと言いますか、どうなるかわからないというのが本音でした。

次、噂の話をしてもしようがないんですけど、その規則下で想像できる機械の具体的なスペックはということで、これは弊社の機械でよく出るのが、今回、噂通りになった事で言うと、いわゆるノーマルタイプの出玉の規制、規制といいますか決定ですけども、2/3になったということで、ノーマルタイプではビッグボーナスで考え方によりますが230枚~240枚ぐらいしか出せないだろうと言われていて、逆に言いますと今の基準となる312枚の獲得というのは出来ません。

具体的にいうと弊社で開発というか販売させていただいた「クランキーセレブレーション」という機械がございますけれども、こちらの機械に関しましてはビッグボーナスで250枚の獲得。レギュラーボーナスで100枚ちょっとという機械になっておりますが、ボーナスで言うとこれが限界ですよ、というようなことが容易に思い浮かぶわけです。さらに、それに加えてベース値ですね。これもこの当時噂ですから、そんなにシュミレーションはしてませんが、やはり1000円当たり50ゲームぐらいまではベース値を上げないといけない、という事で、色々な言い方をすると「遊びやすい」「緩やかな」「波を作りづらい」「もし出率が100%以下であれば真綿で首を絞めるように減っていくようなスペック」にならざるを得ないだろうなというのが正直なところでございます。

あとART機に関しましては、シミュレーションすらしてないですけども、5.9号機の今の機械のART機をベースに、さらに試験が増えたりですとか、下限があったりですとか、できないことが増えるとなると、お先真っ暗というのが本音だという風に思います。

次です。6.0号機基準についてということで、結果ですね、今4月1日から各メーカー様、弊社も含めてですけど、新しい規則下、基準下で申請をさせていただいておまして、いわゆる内規が撤廃されて云々ですとか、色々な話が出てますと言うか、そういった形でここまでたどり着いたわけですけど、単純に言いますと、先ほどのパチンコの話でもありましたように、やはり出玉の部分、試験の部分では、確実に規制という言葉は正しいか分かりませんが、スペックダウンの部分は免れません。やはり6号機、それから新しい規則に関しましては、遊べる機械を作りましょうというところから成り立っておりますので、決して、例えばパチスロで一部内規を撤廃してゲーム性の幅を広げようということが射幸性に繋がっているわけではございません。これで、なんとなくパチスロはいけるんじゃないか、みたいな空気感が出ているところもありますけど、そのいわゆる機械を開発するという意味では、射幸性の部分ですとか、試験の部分に関しましては何一つ変わっていないということは、良いも悪いも含めてご理解いただきたいなという風に思っております。

ただし、ゲーム性という部分では今回、幅が広がった部分がございます。特に5.9号機に比べると、格段にできること、それから遊技性の幅が広がること、それから一部に言われてる純増の部分を見ると見るかですけど、これもゲーム性で見れば、そういったことも踏まえた上で5.9号機と比べるとゲーム性の幅は大きくともいいと思っておりますが、広がっているという風にご認識頂いていいのかなという風に思っております。

次のページ。これで点数をつけるって言うのも、非常に難しいんですけど、私がお話しさせて頂いている中で数値化と言いましたので、あくまでも、これはうちの人間と話をして、大体こんなイメージですという風にご理解をいただければと思います。例えば5号機の良かった機械を100点満点として、70点を合格ラインだとします。これは何人かと話をきて、まあそんなもんでしょうね、という話

なんですけど、まず、噂の段階でもしそのまま機械を作らなきゃいけなかったら、多分10点の機械も作れなかったと思いますと。それぐらい噂だけ聞く限り、噂ですからね、厳しかったんじゃないかなという風に思っているということです。

今回、ゲーム性の幅が広がって楽しんでいただける、それから営業機として、ホール様にご購入いただいて、ユーザーの方に打っていただいても70点近い点数がもらえるようなものは作る自信がありますと。その30点は何ですか、って言ったら、それは射幸性だったりとか、いわゆる爆発力と言いますかそういった部分だという認識していただければいいんですけども、点数の部分で言うとそれぐらいのものは作れる自信がありますと。

参考ですけど、5.9号機って何点なの、と聞いたら頑張っても30点くらいですかね、というのが、彼らの言い分なんですけど、何が言いたいかって言うと、やはりゲームの幅が広がって、だいぶ開発者としてもやれることが増えて、色々創意工夫ができて、だったらこういったものが作れるんじゃないか、こういったものがユーザーに受けるんじゃないか、というものが、かなり色々考えられるということが一つポイントになっております。なので、点数は、ユニバーサルは70点の機械を作れるぞ、ということじゃなくて、そういったイメージで機械開発をしている者たちは印象を持っている、というところですよ。

ですから5号機よりも劣るのかと言われると、先ほども言いましたように試験のことですとか、単純に設定6の出玉率も確実に120%はもう作れないわけですから、出率が高い機械が良いか悪いかではないですけど、その部分ですとか、やはり有利区間のリミッターが2400枚で止まるという事は、当たり前ですが2400枚で一回絶対止まるということを見ると、今の機械に比べるとそういった部分では劣ると言えますか、規制されていますからできないということになります。

次ですね。今、弊社としては当然パチンコ開発の方もさせて頂きながら、パチスロの開発を進めています。今、保通協に入っているのかいないのか、という事だけは避けさせていただきますけれども、現状、開発を進めてみて、どんな機械が開発されているのか、というのは喋れないので、これも想像の範囲で思ってくださいと思いますが、どのような点がポイントかということになりますが、先ほどの純増も含めた部分をゲーム性と考えますと、やはりこのバランスということが全てだという風に思います。射幸性ではないので、純増が上がる事はギャンブル性が上がるわけではございません。では、そういった部分で沢山早く払い出す。先ほどSANKYO様が、小当たりラッシュの概念の部分で、ハマってその分小当たりラッシュが続くようなスペックは出るかもしれない、という話をされていましたが、ちょっと似たような意味合いですけども、逆に言うと、払い出しがダラダラするといいことじゃないんですけども、ちょっと純増を抑えて長くしたりですとか、そこにゲーム性の幅を持たせたりですとか、またその塊を小さくして初当たりを軽くした方がいいですとか、逆に言うとガッツリ早く払い出して、当りは遠くてもでノーマルタイプに近いようなゲーム性が良いのか、ですとか、色々な考え方がございますので、当然この部分と、そこに対する演出ですとか、チャンスの使い方ですとか、こういったことも踏まえた上で、機械の良し悪しが決まってくると思いますので、そこが最大であり、唯一のポイントだなという風には考えております。

当然ですね、弊社も5号機時代にヒットした機械のリメイクですとか、また過去のタイトルのリバイバルみたいな事ってのは、いくつかタイトルとして考えておりますので、やはり規則が変わって遊べる遊技機化の中で、ゲーム性の幅が広がった中で、どの部分を6号機で継承して、どの部分を持ち上げて、どの部分は今の射幸性下で開発するかというところのバランスも、非常に過去機との相対といいますか、という部分もかかわってきますので、もうそこが多分全てだということです。なので、私も今、実は仕事のほとんどが社内試打に回っておりまして、やはりそこを持ち上げるとどういう体感になるのかということが、パチンコもそうでしょうけど、パチスロに関してはその部分が一番大きいのかなという風に思っております。

5号機よりも優れている点、ということで。5号機も広いので、まあ今、市場にあるものも含めて5号機とするならば、5.9号機から比べると2.0枚の傾斜値が撤廃されましたので、後は開発の作り方の内規の撤廃で、いわゆる今で言うところのAT機のようなものだったりというのが、解釈上作れることになるという事で、プラスして、純増の方も今3枚が市場にあるものでは上ですけども、それ以

上のものが作れるかもしれない、作れるだろうということで、そこが最大の優れている点でございます。

ゲーム性の幅が広まったというところの部分で言うと、先ほどの玉の出し方、コインの出し方の部分も含めて、やはり自由度が上がっていますので、その部分、質問5の部分のバランスとイコールになりますけれど、こういったところを利用して新しいユーザーに受ける機械を作っていきたいというように思っております。

分かりやすく言うと純増と言ってしまっていると思うんですが、ゲーム性の幅が、特に5.9号機ではかなり厳しくなっていましたので、そこに比べると優れているのかなという風には思います。ただし、何度も言いますように、いわゆる試験ですとか、それからリミッターが2400枚で効くところですか、こういった部分というのは、確実に射幸性という意味では、やはり当然今の趣旨として「遊べる規則」という事なので、そういった部分では、劣るという言葉は僕は使いたくないんですが、変わったところになります。

次、現時点での手応えは、ということで、これも先ほどの数値化では無いですが、その辺をざっくばらんにお話ししようと考えて、質問をずっとしていたんですけど、手ごたえという意味で言うと、これよく、気持ち的な話だったりとか、詭弁に聞こえるかもしれないんですけど、多分どのメーカーさんも同じことを言うと思うんですが、まず開発者ですね顔色と言いますか、やる気と言いますか、というのは今非常に上がっております。先ほど言ったように、こんなことができるかもしれない、というところで色々日々機械作りに携われますので、ここの部分は手ごたえがあると思うんですけども、何度も言いますが、先ほど私がちゃんとした資料をお持ちしていないのでSANKYO様のお話をそのまま引用させていただきますと、いわゆる試験を通して初めて遊技機として販売できるようになりますので、この試験を入れさせて頂いてどういう判断をされるのかということが、全て書いてあるわけではないので、やはりそこを通してみないと手応えも何もないんですよ。なので現状で言うと、そう言った点数がつけづらいところがございますが、ただ、遊技機の幅としては相当面白いという風に私は思っているんですけど、これは弊社も含めてですけど、他社がどんなことをされてるのかというのは想像できる部分と、もししたらエッていうものができてくる可能性もゼロではないわけですね。それだけいろんな開発者、いろんなメーカー様が独自の視点で、規則の中で開発されているということがございますので、そういったことは出てから判断していただければと思いますけども、現状で言うと、我々とすれば、非常に前向きな形で開発を進めさせていただいておりますが、通った時点で初めてそれが世に出せるんだということになるとだけご理解いただければという風に思っております。

最後に、新しい規則下で生まれた遊技機は、ということで、これはですねちょっと視点を変えまして、結局先ほども私の仕事のメインがやはり分析になりますので、今開発しているもの、私は今おぼろげながらでしか伝えられていないですし、私が知っているといっても、それが市場に出せるかどうかまではまだわからないわけですが、新しい規則で生まれた遊技機がどういう風に評価されるのだろうかというのは、私の立場で言うと常々考えております。それでなかなかホール様の前、こういった話をさせていただくのは痛し痒しな部分もあるんですけども、遊技機がヒットする要因としましては、その機械が面白い面白くないみたいなこともあるんですけど、やはり現行の機械の中での偏差値の勝負だという風に思っております。

当然これから、いわゆる旧基準機も含めた減台のスケジュールですとか、先ほどのパチンコにもありましたように、新規則下の機械に3年後には全部変わっていくという中で、これからですね、夏なのか秋なのか冬なのか分かりませんが、いわゆる新しい規則下の機械が市場に投入されていくわけなんですけど、多分ホール様も勉強されている中で、同じことをお思いかもしれませんが、こういったところがあれば、市場の中で受けるのか、ということをおもいも一番分析しております。例えば、弊社の機械でヒットしてる機械がいくつかありますけれども、例えば「ミリオンゴッドシリーズ」、これは思い出していただければよくわかるかなと思うんですけど、今は「神々の凱旋」という機械を導入させていただいておりますが、元々4号機で爆裂機がございまして、それを5号機でリメイクするというので、当時発表させていただきました。おかげさまで、その当時は「ミリオンゴッド」が久々に出たのと、当時の「ミリオンゴッド」からすれば射幸性と言いますか、当時の「ミリオンゴッド」から落ちる、だけど市場の中では高い、というような立ち位置で出させて頂きながら、ホール様にプレゼンもさせていただいて、

やはり「ミリオンゴッド」はこれじゃない、という声もありながら、賛否ありつつ発表させていただいて、一定の数値は残せたのかなという風に思っております。その後継機で「ゼウスバージョン」という機械を出させていただきまして、当然、1個前の「ミリオンゴッド」がヒットして稼働貢献させていただいたので、ありがたいことにホール様から多数の注文いただきまして、私がいる間では多分トップ3に入るぐらいの台数を市場に投入させていただきましたが、残念ながら稼働状況に関してはそれほどでもなかったというのが本音でございます。これも皆さん理解されていると思いますけれど、こういう状況です。

その後「ハーデス」も入れればですけど、「ハーデス」があつて「凱旋」があつて、この間5.5号機で「ポセイドン」というのをらせていただいた、という流れなんですけど、簡単に言うと「ゼウス」は良くなかった。「ハーデス」と「凱旋」は、おかげさまで今でも市場状況がいいということで、弊社の機械の分析の稼働貢献というもので言うと「神々の系譜」が25週の貢献です。「ゼウスバージョン」が6週。「ハーデス」が99週で現在も貢献中。「凱旋」が92週で現在も貢献継続中。で「ポセイドン」が3週というような状況になります。これですね、弊社としますと「ゼウスバージョン」に関しましては、例えば「系譜」に比べて当時流行っていた上乘せの概念を入れたりですとか、射幸性という部分ではもうちょっと頑張れるんじゃないかということで、いわゆる出玉という部分ではバージョンアップしております。なので、例えば1でも沢山出る、みたいな率は高いわけですけど「ゼウス」が惨敗したわけです。

これは結局何かって言うと純増でしかないんです。純増が下がったことによってユーザーの体感とすれば「全然出ないね」という声になるわけですね。ちなみに「系譜」が2.4枚、「ゼウス」が2.2枚目、「ハーデス」が2.9枚で、「凱旋」が3枚。「ポセイドン」は基準が違うのであれですけど2枚ということです。やはりユーザー様が体感する部分で、出玉ですとか、ゲーム性ですとかありますけれども、このゲームの部分で一番すぐ感じることはできるのは、やはり純増なんです。なのでどうしても純増が下がると劣化したというイメージは、やっぱり遊技機としてはあるんだなと。

これ「バジリスク3」だったりとか、「ポセイドン」の時も諫めさせて頂きましたけど、「旧基準がなかったら良かったんじゃないの」ということを言われました。現行下でも、何度も言うようにまだ旧基準が残っている中で新基準機である6号機が入っていきますので、確実に性能という言い方をすると落ちてますので、じゃあどの部分が上がっている機械だったら通用するのか、という部分で言うと、ユーザーの方はそこを一番体感するんじゃないかなと思っております。

これは「ミリオンゴッド」もそうですし、これからお話しする「バジリスク」もそうですけども、これはトレンドと言いますか、スロットのトレンドが上がってる時の話を今すると、ちょっと時代背景が違うんじゃないの、とおっしゃるかもしれませんが、やはり「バジリスク」も同じ法則で、販売台数が8000台にも満たなかったですけど「初代」に関しましては2.3枚の純増で作らせていただいております。これ基本的に、「初代のバジリスク」は今の「絆」とかなり似通ったシステムになりますけれどもこちらの機械が2.3枚。その後「バジ2」ですね。こちらが2.8だったかな。で「絆」が2.9、で「バジ3」が1.7枚というような状況になります。バジリスクシリーズも「初代」が34週、で「2」が76週、で「絆」が今203週という貢献で続いておりましたが、「バジ3」に関しましては、大変申し訳ないという言い方が正しいと思うんですが4週で稼働貢献の方がストップしてるというような状況になっております。

ゲーム性の幅が広がる、ゲーム性って何ですか、という話が出てきます。それは、例えば新規ゲーム性を入れるとか、例えば役物が付いたですとか、色々大きな枠組みになりまして、例えば液晶が綺麗になったりですとか、液晶画面が大きくなったですとか、音が綺麗に聞こえるですとか、こういったこともゲーム性なんですけど、こういったことはどのメーカーさんでもですね確実にバージョンアップしているはずなんです。なので一番体感しやすいのは先ほど言ったように例えば「ガロ」でいうところの役物が出てくるみたいなぱっと見の印象と、後は体感するのは出玉の速さだったりすると思います。沢山出るのではなくて、特にAT機ART機に関しましては、「早く払い出されて、なんかスピーディだね」みたいなことだと思うんですが、この部分が上がるということが、先ほどから、我々からすると、ゲーム性の幅が格段に広がって、やれる機械、魅力ある機械が作れるんじゃないか、ということを思っているところ

るでございます。その法則に則った機械というのは、現行の市場では私はユニバーサル立場で喋っているので、詭弁に聞こえるかもしれませんが「受ける」という風に確実に思っております。

あとは「マドカ」ですとか「沖ドキ」とかもその法則に当てはまるのですが、特にこの「ゴッド」「バジリスク」に関しましては、そういった経緯も踏まえた上で、いろんなゲーム性の幅を広げて、稼働貢献をしてこれたんじゃないかなという風に思っております。

まとめになります。最後はちょっとマーケティングの立場から、「それはちょっと営業的な詭弁だろう」という風に聞こえるかもしれませんが、ゲーム性の幅が広がることによって、本当に我々開発陣としましては魅力ある機械を提供できるチャンスを頂いたという風に考えております。また、射幸性といえますか、その部分に関しましては、何度も言いますように、短期、短い時間での遊技に即した機械が開発されます。2400枚で有利区間がストップするわけですので、いわゆる2400枚を例えば純増4枚で払い出したら600ゲームで取りきるわけですので、逆を言うと閉店1時間前でも打てる。逆にもう一つ言うと、無駄に連チャンしませんのでダラダラ出ません。なので、短期遊技に即した市場にマッチした機械になります。ホール様とよく話をさせていただく中で、総論としてよくあるのが、やはり会社帰りのお客様に打っていただきたいんだ、朝の仕掛けも含めて朝から来ていただけるお客様も大事だけど、本来はやはり、会社に行かれて帰りにちょっとお小遣いの範囲で遊んでいただく、というのがパチンコ、パチスロ原点だとよくお伺いします。それが遊技機として合っているものもあれば、合っていないものもあって、色んなものが時として人気になってきたわけですけど、いよいよそういった実態に即した機械しか役に立たなくなったというのが、パチンコもパチスロも現状でございます。なので理想に現実が追いついてきたと言いますか、そういったものを我々もより意識して開発するチームに入っておりますので、ホール様におかれましては、そういった理想を業界として掲げて、やはり色々な方楽しんでいただいて、手軽にとということがよく言われますけれども、かなり手軽に遊べて、その中でよりエキサイティングなものです、我々とすればパチスロもパチンコも作っていききたいという風に考えております。

中々、型式がしっかりしてない部分があって、どうなるかわからないので、正直言うとちょっと歯切れが悪い部分もありましたが、手ごたえだけは非常に強く思っておりますので、ちゃんと型式が出た時には多くのホール様ですねご案内させていただきたいという風に思っておりますので、今後とも含めてユニバーサルグループを応援していただければと思います。ご清聴ありがとうございました。

以上



Pachinko Chain Store Association

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