

パチンコがお客様に提供できるものとは何か

－ 地域が笑顔であふれる日 －

(大学名) 明治学院大学 心理学部心理学科

(氏名) 小林真美

目 次

はじめに

- 1 パチンコの悩み
- 2 パチンコホールへの提案
- 3 パチンコホールの挑戦
- 4 遊技台の変化
- 5 パチンコホールがお客様に提供出来るもの
- 6 地域が笑顔であふれる日

おわりに

はじめに

2006年12月、就職活動を開始した私はパチンコホール企業の試験を受けるどころか、就職する業界として考えもしていなかった。理由は単純に私がパチンコを一度もやったことが無かったからだ。遊技経験が全くない私にとって、パチンコホールのイメージは、「うるさい、タバコ臭い、ギャンブル」といったものばかりだった。

私とパチンコとの出会いは、就職活動中の学生を対象とした合同企業説明会だった。会場内で声を掛けられ、何となくブースに入り、説明を聞いた。ホールの雰囲気は明るく、お客様ともいろいろ話せて、とても楽しい。パチンコホール業界は、もっと多くの人に楽しんでもらうために変わらなければならない。パチンコで遊んだ経験のない学生にこそ、この業界に入って欲しい、といったものだった。

「パチンコホールに入ったことがない」事実を私の強みにできる。これは私にとって大きな転機となった。そして、就職活動を通じパチンコ業界がお客様に楽しんで頂くために様々な努力をしているということを知った。

この業界を知れば知る程、無知が故に固定化された概念を持っていたことに気付き、それと同時にパチンコを良く思わない人の多くは、私と同じ理由からではないのかと考えた。私は人が好きだ。笑顔を見るのが好きだ。この業界で働く人の笑顔も、お客様の笑顔も大好きだ。それがこの業界に就職を決めた理由であり、私の使命はパチンコを知らない人に、パチンコはギャンブルで笑顔なんか存在しないと思っている人に、パチンコを知ってもらい、楽しんでもらえる環境を作ることだ。本論では、22年間パチンコとは無縁だった人間が見て、感じて、思い、考え、学んだことを通じ、パチンコがお客様に提供できるものは何か？またその可能性と将来性について述べる。

1 パチンコの悩み

パチンコはレジャー産業である。パチンコ業界もまた、お客様に楽しめる場の提供をすするため努力を重ねてきた。しかし現実には「ギャンブル」だ。現在のパチンコ機は昔あったような、100円玉を入れて誰もが気軽に遊べるといった遊技機ではない。パチンコ機そのものがギャンブル性の高さを売りにする様になり、「一攫千金」を狙うユーザーのニーズと組み合わせられ、社会的偏見が強まり、「パチンコ」と人前で声に出すことすら憚られる状態が定着した。パチンコはどこで道を誤ってしまったのだろうか？日本人のパチンコ観を変えてしまったものは何だったのだろうか？

かつてパチンコは庶民の娯楽と呼ばれていた。1945年、第二次世界大戦後の経済復興期。まだ、日本が貧しかった時代だ。安く気軽に遊べるパチンコは、国民の身近なレジャーとして評価が高く、まさに「大衆娯楽」そのものであった。しかし1950年、高度経済成長期に

に伴い、国民はどんどん豊かになっていく。時代の大きな変化によって、パチンコユーザーがパチンコに求めるものも変わっていった。パチンコ業界もまた、提供する遊びを大きく変化させていったのだ。

1950年の法改正で、貸玉料金が1玉2円となった。それに伴いパチンコへの投資金額は増え、これまでのパチンコとは趣きの異なるギャンブル性の高い遊びが主流となった。パチンコユーザーは熱狂し、パチンコは大流行した。その後度重なる法改正により、貸玉料金は1玉3円になり、1978年には「1玉4円以内」（風適法第19条第2条第1項遊技料金等の規制）と改正された。パチンコホールは法改正と連動して貸し玉料金の変更を行い、結果としてパチンコは「庶民の娯楽」としての地位を手離すことになる。「お金と時間」両方を必要とするパチンコは、庶民にとって手の出しにくい存在になってしまったのだ。庶民が離れた頃からパチンコは「怖い雰囲気の人がするもの」、パチンコホールは「怖い所」になってしまったのではないだろうか。

2 パチンコホールへの提案

「パチンコ」を身近に感じてもらい、気軽に試してもらう為に、人々が普段から身近に感じているものをきっかけとして、パチンコに結び付けてはどうだろうか。考えられることの一つとして景品がある。パチンコの景品は、特殊景品、端玉景品、一般景品の三種類に分けられる。特殊景品とは、換金することが出来る景品。端玉景品は、換金数量に満たない玉やメダル(端玉)を交換する景品。そして一般景品とは、嗜好品、家電製品、おもちゃ、食品、アクセサリ等が主なもので、お客様が玉やメダルで商品代金を精算する「お買い物」である。

果たして、これらの商品は本当にお客様の求めているものを網羅しているのだろうか？

私はお客様がパチンコホールに求めているものは、非日常であり、遊びであり、ドキドキ・ワクワクといった感情であると考えている。そういった「エンターテイメント」な空間としてホールを見た場合、一般景品はあまりに「日常」に偏りすぎている様に見える。

せっかく忘れていた日常が景品交換の際に戻って来てしまうのである。

遊びの空間にあるものだからこそ、全てに「エンターテイメント」を取り入れ、見るだけで楽しい、選ぶ時にワクワクする、家に持ち帰った後家族や友人に自慢する。そんな空間に変えられないだろうか。普段はスーパーで購入するものまで「思わず」手に取り選んでしまう。そんな「一般景品コーナーのエンターテイメント化」を提案したい。

一般景品コーナーを常設イベント化してしまうのである。

様々な景品を取り入れ、工夫しているホールは多々実在するが、一般景品コーナーを完全にイベント化出来ているホールは意外に少ない。

物品を購入するイベント、たとえば「産直品」「特産品」販売がある。例えば東京では、

宮崎や沖縄といったように多くの県が店舗を展開し特産品を直送で販売している。また、百貨店でも地方の物産展を開催している。東京にいながらにして、地方の美味しいものが食べられると人気が出たのだ。ならば、景品コーナーに地方の特産品を揃え「物産展フェア」のようなイベントを行うことで、パチンコホールのお客様に喜んで頂けるのではないだろうか。なかなか遠くに遊びに行けない年配のお客様に、珍しいお菓子を。主婦の方に珍しい食材を。それを目当てに来店するお客様を集めることが出来れば、新規ユーザー獲得にも繋げられる。

店に入ってもらえれば、驚くはずである。店員は礼儀正しく、親しみ易い。店内は清潔で清掃が行き届いている。決して怖い人の溜まり場ではないと理解されるはずである。

一般景品のコーナーや休憩所などを工夫することによって、もっとパチンコホールを盛り上げていくことも可能だと考える。

3 パチンコホールの挑戦

パチンコホールは何もしていない訳ではない。もっと多くのお客様に来店して頂ける店を作ろう、と、ホール内の環境を見直している。「健康」をコンセプトに全席禁煙（又は喫煙ルーム設置による分煙）ホールが出現しているのである。

パチンコやスロットに興味はあるが、タバコの煙や匂いが苦手で来店できなかった潜在客もこれによってパチンコやスロットが楽しめるようになりユーザー化している。また、普段は喫煙するユーザーも遊技する際は禁煙コーナーを選ぶ、という姿が見受けられる。

喫煙者のみに配慮していたパチンコホールが、非喫煙者にも配慮した結果、双方にとって遊技しやすい環境が作られたのは驚きである。なぜなら、喫煙者が禁煙席で遊技しているという事実があるからである。

少子高齢化が進んでいる現代社会において、「健康」に配慮した環境にするということは重要なキーワードとなる可能性がある。また、高齢化が進む社会だからこそ大人が一人で立ち寄り、気の向くまま時間を過ごせる「場」の価値は高まるはずである。

パチンコは遊びの「場」を選べる様になったことで「打ちたい台の有無」だけではなく「どの空間で遊技したいか」と言う基準が新たに生まれた。その為、今まで以上にその地域の求めに応じた雰囲気や、来店客全てにとって「快適な」遊技空間の提供を重要視する必要がある。

4 遊技台の変化

パチンコ機は、ピンボール（金属の球を用いて点数を競うゲーム。基本的な構造は傾斜

した盤面とそこを転がり落ちる玉、それが最後に落下しないよう跳ね返す)のように、手で玉を弾く簡単な構造のものから、現在では、電気製品にも必ず付けられている基板を用いるようになった。当たりの抽選を液晶画面で行い、その確率も基盤によって制御されている。さらにアニメや芸能人、有名人のキャラクターが導入され、シチュエーションを設定してドラマ性を盛り込むなど、ゲーム的な感性が取り込まれるようになり、いわゆるテレビゲームからの影響による営業形態上の変化が見られるようになってきている。

これは、遊技に興味を持っていなかった人に対し、別の切り口から興味を持ってもらうきっかけとなった。パチンコ玉を弾いて遊ぶだけでなく、遊技を通じて好きな芸能人やアニメの映像が見られたり、歌を聴いたりすることが出来るようになったからだ。

パチンコやスロットに全く興味がない人間に対して、遊技の魅力をどれだけ訴えても簡単に聞き入れてはもらえないだろう。しかし、このように玉を弾く以外の「楽しさ」を遊技台に取り入れることは、新規ユーザーの獲得だけに限らず、現ユーザーにとっても遊技の選択肢が増え、よりバラエティに富んだ遊びを提供することに繋がる。遊技台の可能性を広げることは、ユーザーの獲得に今後も有効な手段となるだろう。

5 パチンコホールがお客様に提供出来るもの

パチンコホールはお客様に、遊技やその環境を提供している。お客様から愚痴を聞くこともある。お叱りを頂くこともある。勝って喜んでいるお客様とは喜びを分かち合い、その喜びを何倍にもし、負けたお客様には少しでも腹立ちが収まる様にフォローすることで、どうせならあの店に行こう、と思って頂ける様にする。負けるお客様がいるから成り立っている、と言えればそれまでだが、過ごした時間に対して正当な対価を頂く為に、ホールはおお客様のエモーショナルな部分に働きかけ、様々な努力をしているのである。

私は、あるパチンコホールでパチンコをするため説明書を手にとった。すると数ページあるうちの半分は「スタッフが心掛けていること」が書かれていた。このホールはすごいと思いながらパチンコをしようとした時、機械にお金が入らず早速スタッフを呼ぶこととなった。その後やってきたスタッフは「こんなことでランプをつけるな。」といったような顔をして対処し無言で去っていった。サービス精神が旺盛なホールだと思っていただけに非常にがっかりした経験がある。

しかし、逆の経験もある。遊技中、飲みかけのコーヒーの中に玉が入ってしまった。たまたま近くに居たスタッフに「玉が入ってしまったので」と言ってそのコーヒーを下げてもらった。しばらくすると、同じスタッフが私の元に戻り、笑顔で「どうぞ」と綺麗に洗われたパチンコ玉を一玉、私の箱に入れてくれたのだ。

スタッフ一人の気持ちの緩みによって、そのパチンコホール全体のイメージが壊れてしまうということがある。そのネガティブな一瞬によって、パチンコホール全体があたかも

サービスとは無縁な世界と見られてしまう。しかし、ちょっとした気遣いが感動のサービスに変わることもある。

ホールに存在するのは「機械」と「人」である。ホールはいつもお客様に見られていることを意識しなくてはならない。何故なら、前述の通りホールには機械と人しか存在しない。パチンコで当たりが出ずにがっかりされるのは、スタッフにはどうしようもないことで、全てのお客様に当たりを提供することは出来ない。お客様と話し、次回のイベントを説明するなどしてコミュニケーションを取り、遊技台を通じて対話をするのがパチンコホールというサービス業だ。ホールから人が消えてしまい、遊技台だけを設置する様になったら、そこは癒しも楽しさも存在しない、単なるギャンブル場と化すだろう。

パチンコホールは高級ホテルではない。大がかりなサービスをし続けるのではなく、小さな感動を提供できるような店が増えれば、パチンコホールに対する世間の見方は必ず変わる。お客様は物語になる様な凄いことよりも、小さな感動や小さな喜び、そして自分が笑顔になることを求めている。だからこそ、小さなことをコツコツと続けていくことが大切だと思う。お客様は余暇を楽しむために来店して下さる。私たちはその時間をより良いものにするため努力するのだ。

6 地域が笑顔であふれる日

お客様がホールを選ぶ基準は「場」である。その「雰囲気」「清潔さ」を作っているのは、「人」だ。最新の設備を使うことで環境の質を上げたとしても、お客様の満足度には限度があるだろう。

パチンコ業界の将来は「お客様の五感に訴えるサービス」を提供できるかにかかっている。人間が何かを気に入ったり、嫌いになったりするときには、必ず「五感」が関係している。視覚、聴覚、触覚、味覚である。特に現代人は視覚に影響されると考えられており、目に見えるものが重要視されている。日本人が大好きなディズニーランドで、イベントにより装飾が派手に施されたりするのは、そのことが重視されているからだろう。

「ただ派手」なだけでは駄目なのだ。ホールの外見であれば、その街の風景にマッチしたもの。遊技台であっても「目立つ」ことだけを優先して、肝心の遊びがつまらなければ意味が無い。「快適な雰囲気を伺わせるような」「興味をそそるような」「楽しそうな」こういった印象を与えることこそ重要だ。必要以上の「派手さ」は、そこに入ったことがない人は、「騒がしそうだ」と想像してしまい、入り辛い雰囲気にしてしまう。「難しそう」と思われてしまったら、遊技のハードルが上がってしまう。

お客様の気持ちを考え、「安心」できる印象、雰囲気を与えることができるならば、きっと気に入ってもらえるはずである。サービス業の本質は、まさにこの「気に入ってもらおう。そしてまた来てもらおう」ことに尽きる。キラキラからワクワクへ。出店した地域に受け入

れられ、溶け込める存在を目指して、やるべきこと・出来ること、はまだたくさんある。

おわりに

パチンコ業界はもっともっと努力する必要があると思う。パチンコホールに足を運ばない人に来てもらわなくては、業界は衰退の一途を辿らざるを得ない。しかし、遊技経験のない人にとって、パチンコホールに入るきっかけはなく、いつまでたってもパチンコは遠い存在のままである。どれほど、ホールの中で接客やサービスを良くしても店舗の前を素通りされてしまえば、いつまでたっても知ってもらえない。理解してもらえない。

では、私たちの気持ちを伝え理解してもらうにはどうしたらよいのだろうか。パチンコに興味のない人に、パチンコによって理解をしてもらうことは簡単なことではない。理解してもらう為にまずは、その地域の一員として、また、その地域に住み働く住民として、コミュニティのイベントに積極的に参加し仲良くなる必要があると思う。

例えば、地域の祭への出店。駄菓子やピンボール台のような「ギャンブル」というイメージの少ないものから、最新のパチンコ台までを用意し、無料で大人子供関係なく純粋にパチンコを楽しんでもらう機会を作る。そしてスタッフは、現在のパチンコホールが怖い場所ではないことを来場者に説明し、理解を広げる。来場者はお金をパチンコに投資する必要がないため、金銭を得ることを目的とせず、安心してパチンコを遊技することができ、さらにスタッフとの会話を楽しむことで、バーチャルではあるがパチンコホールの雰囲気を経験する空間をつくりだせる。知ることをきっかけに、パチンコホールが「入りにくい」「怖い」というイメージを取り除くことになるかもしれない。そして、そこから一人でも多くの新規ユーザー獲得に繋げることができるのではないだろうか。

地域とコミュニケーションをとることから始め、コミュニティを大切にしつつ、焦らず徐々に「パチンコ」のことを理解してもらい、ホールスタッフと地域の方々との信頼関係を築いていけたらいいと思う。人で繋がった信頼を、ホールと地域の信頼に繋げ、将来的にはパチンコ業界と社会の信頼に変えることが出来た時、パチンコホールがビジネスとして認められる日が来るはずである。

パチンコ業界は今も昔も人々の余暇のためにある。ならば私は、一人でも多くの人に笑顔で楽しんでもらえるようにこの現状を変えていきたい。

パチンコホールとその地域が笑顔あふれるようになる日を求めて。

<参考文献>

パチンコ店経営研究会 「パチンコ店の経営革新」 2005 経営情報出版社

伊達直太 「パチンコ屋に学ぶ経済学」 2007 WAVE 出版

佐藤仁 「パチンコの経済学」 2007 東洋経済新報社

芳中晃 「ディズニーランドはなぜお客様の心をつかんで離さないのか」 2005 中経出版

(株)ダイナム法務部 「パチンコホール法律ハンドブック基礎編」 2006 商業会

「レジャー白書2007」 2007 財団法人社会経済生産性本部