

テーマ

パチンコを国民大衆の気軽な遊びとして多くの人が参加する産業にするためには

目次

第1章 本論

パチンコ業界と原油高、物価高の高騰。この二つの関連性

第2章 パチンコ・スロットの出玉以外で国民大衆の気軽な遊びとして多くの人が参加する産業にするための提案

第3章 結論

松本大学 総合経営学部 観光ホスピタリティー学科 丸山 高弘

第1章 本論 パチンコ業界と原油高、物価高の高騰。この二つの関連性

パチンコと言うものはイメージとして「お金がかかる。」というイメージだ。ハイリスク・ハイリターンと言うものがパチンコなのである。10万勝つ日もあれば10万負ける日もあると言うことだ。近年ではパチンコ業界のヘビーユーザーへの依存する体質が問題にもなっているが、パチンコの年間平均活動回数も年間平均費用も他の極楽産業に比べると高い水準にあるそうだ。そんな中、経済不況による原油高、物価高の高騰が起きれば、よりユーザーへの負担は大きくパチンコホールに足を運ばなくなっていくはずだ。

原油高、物価高の高騰が、一般消費者にどのような影響をもたらすのだろうか。当然、小遣いの減額や節約傾向が加速する。パチンコとは本来「大衆娯楽」と言う呼び名もあるように、大衆のふところが寂しくなれば必然的にパチンコの頻度や使用金額が減る。そしてそれがパチンコホールに大きな影響を及ぼす。さらに恐いのが、「パチンコホールに足を運ぶ理由がない」と判断されてしまうことだ。なので、今の状況では原油高、物価高の高騰が続きユーザーのふところ具合が、日に日に厳しいものになって行くことだろう。

このような現状の中パチンコホールでは大当たり確率が低く、投資金額のかさむ MAX タイプ（大当たり確率 400 分の 1）は、物価高の影響を一番受けるのではないだろうか。

そこで現場に立つホール店長に、物価高の影響や MAX タイプの現状をどのように感じているかインタビューを行った。

「MAX タイプの稼動は良好です。今の所、特に変化はないですね。例えて言うなら 1 円パチンコでの MAX タイプ稼動が以前に比べて 3 割ほど上がっていることです。1 円パチンコのローリスクでパチンコを打てる場所がお客様には魅力なのかもしれない。それと感覚的にマイカーで来店されるお客様が減っている気がする。」（私のアルバイト先 MVP 三郷店 K 店長）といった感じでホールではまださほど MAX タイプへの物価高の影響はないみたいだ。

しかし MAX タイプはホール営業にとってはとても利益がたつので、頼もしい存在ではある。だが、それはユーザーにとっては決して喜ばしいことではない。ましては原油高、物価高の影響で徐々に財布のヒモが締められつつあるいま、安易に利益に走ってしまい、MAX タイプばかりに頼っていては、いずれパチンコユーザー達ははなれていってしまうのではないか。ユーザーに遊びに来てもらいつつ、利益も確保する。そのバランスを重要視していかないとパチンコ業界の将来はないのではないか。

この物価高の高騰を機に、パチンコホールからもっとバリエーションに豊んだ提案を試みるのもいいだろう。例えば、ユーザーにとって大当たりまでのとうしが比較的少なくすむ、確率の甘いタイプの面白さを伝えてみてほしい。MAX タイプで思う存分遊びたいユーザーもいれば、ちょっとした時間つぶしに「甘デジ」（大当たり確率 90 分の 1～100 分の 1）。「1 円パチンコ」のような台を打ちたいというユーザーもいる。多様化するユーザーニーズに十分応えることができ、ユーザーが遊びやすい環境をつくることができたホールこそが、今後も支援されていき、経済不況のこの時代を乗り切れるのではないか。

第2章

パチンコ・スロットの出玉以外で国民大衆の気軽な遊びとして多くの人が参加する産業にするための提案

本テーマに伴い、私自身パチンコ業界を生き残るための戦略を立ててみたいと思った。私が業界を生き残るための戦略の提案として、目を付けたのがパチンコ業界を不況に陥らせている日本経済不況による原油高や物価高の高騰である。これは先にも述べてきた通り、パチンコユーザーへの負担が大きくパチンコ業界にとっては深刻な問題である。

しかし、そんな状況を嘆いているばかりではなにも解決しない。そこで私は5つの提案を試してみた。何かパチンコホールを上向きにさせるアイデアを考えているパチンコホールの力になりたいと思ったからだ。パチンコ・スロットの出玉ではなく、他店との差別化という方向性に重点を置き、パチンコユーザーの来店動機をあおるようなことが目的だ。提案したアイデアの中には、実施することが簡単ではないものがあるが、新規ユーザーや常連客をよりホールに呼び込めるようになるだ

「景品や足湯で旅行気分満点のパチンコホール」

ここで紹介するアイデアは、地方に行かなければ手に入らないような物産品を景品にしたり、足湯をホールに設置してみてもいいものだ。このアイデアは私がパチンコを打っているときに思いついたアイデアだ。小遣いが減って、家族旅行に行けなかったユーザーの旅行気分をホールで満たしてあげることが目的だ。景品だけでなく、仮説の足湯を設けることで、より旅行的な気分を盛り上げるため、ユーザーの来店動機につなげることができるのではないかと。もし、実施する際には大胆にアピールをして、広告をしていきたい。

長所・・・「あの店に行けばなんかやっているみたいだ」と来店動機のきっかけになる。景品は極力レアなどの高いものを用意する事でお店自体の魅力もあがる。

短所・・・景品はともかく、足湯は仮設といえどもコストと手間がかかってしまう。スペース的な問題もあるため、すぐに始めることができない問題点がある。

「駐輪場に特権を持たせる」

ガソリン代が高いから、あまり車には乗りたくないというユーザーのために、自転車由来店した際に特権をつける。例えば、優先入場券やポイントを集めて景品と交換できるなど、射幸心をあおらない程度のサービスはどうだろう。ユーザーからすれば、車に乗らなくて済むこと、それから狙っていたイベントの優先入場券を手に入れられ、一石二鳥となる。見方を変えれば、「当店はエコ対策に力を入れているため、自転車でのお客様を大切にしています」などとエコアピールにもなる。

長所・・・どんな店でもすぐに始められる簡単さがある。

現在、エコに関心が集まっている中で、お客様にも協力してもらい、エコに取り組んでいるという一体感はお店にとってプラスだ。

短所・・・自転車で来店した際に特権をつけるからといって、車客を遠ざけてしまったりは元も子もない。特権は規制の範囲内で、かつ車客とあまり差をつけないようにする。

「駅から遠いホールまでバスを送迎する」

駅前のバス停から、無料でユーザーを郊外店まで運ぶサービス。パチンコホールを利用しない人でも、自由に利用できるようにすれば、地域貢献の一環にもなる。もしくは、地域のバス会社と提携して、バスのルートに自店の前をバス停にしてもらおうのはどうだろう。以外に雨の日の稼動にいい影響を与えてくれそうだ。都心のホールよりも駅から遠い郊外店向けのアイデア。店の会員カードが乗車パスになるようにすれば会員増加などにも一役

かえるのではないか。

長所・・・郊外店ではなかなか人を呼び込むのが難しいホールには効果的。バス会社との提携や会員カードなどと絡めれば、その運用方法はより広がっていく。

短所・・・バスを購入するとなるとコストがかさんでしまう。ならば複数店舗で出資して、出資ホールをバスが回るように、組合単位でパチンコバス化などを提案してみる。

「アミューズメントではなく生活に密着した複合化」

都市ではなく、地域住まいのユーザーならわかると思うが、いかにガソリン値上げや物価の高騰になったからとはいえ、生活していくためには車に乗らなければならない。そして車を出すときにはさまざまな用事をまとめてから出かけるものだ。例えば、買い物のついでに本屋によったり、ビデオ屋に行ったりする。それならば、パチンコホールもそのくくりにしてしまえばいい。この提案は一言で表せば複合施設ということになる。しかし、アミューズメント的な複合化ではなく、より生活に密着した複合化をしてみてもどうだろうか。「買い物をするついでにちょっとパチンコ」をテーマに、ユーザーのニーズをまとめて解消することで、新たなユーザーの創出にも役立つかもしれない。キーワードは「生活密着型店舗」

長所・・・乗りたくないが乗らざるをえない。そんなユーザーも味方となることができる。生活に密着することで、よりパチンコを身近に感じてもらえば新規客も増えるだろう。

短所・・・すでに複合化されているホールなら変えようがあるが、そうでないホールには始めるのは結構困難。しかし、土地のあるホールなら、こうしたアイデアも価値がある。

「ケチの印象をエコにイメージアップさせる」

ホールの経費削減は必要不可欠になってきている。ただし、中途半端な節約はユーザーにとって長居しづらい空間にするだけしかない。そうではなく、徹底的な節約を行って「それは全部エコ活動のためなのです」と全面的にアピールする。すると、ユーザーの視点も「ケチ臭いホール」という偏見から「エコに積極的」というものへきつと変化するはずだ。苦しい状況ではエコすら利用した方がいい。そして、さまざまなコスト削減によって浮いた経費は出玉として還元してあげたい。もともとユーザーのために使っていた経費を節約したのだからこれは当然。さらに分言もアピールできれば「地球にもユーザーにも優しいホール」と街でうわさになるかもしれない。

長所・・・節約による副作用の「ケチ」という印象を、「エコ」に変化させることができる。
さらに、エコで節約した経費を出玉で還元という絶妙な言い回しが何よりも良い印象をあたえる。

短所・・・一時期の出玉で集客を計ろうとすると、出さなくなった時に、店の魅力を失ってしまう。そう言った意味では、出玉よりもケチではなくエコなのだという印象づけが重要になってくる。

第三章 本テーマの結論

このようにパチンコ業界不況を生き残るための提案を5つさせてもらったが、この提案はパチンコ業界の者から無理な提案と思われるかもしれない。しかし現在日本経済不況による原油高や物価高の高騰による私たちへの負担はかなり大きい。

私は思う。私が考える戦略とは、もちろんパチンコユーザーへの戦略も大切な事だが、それ以外のユーザーへの戦略も必要になってくるだろうと私は考える。パチンコをやる人間だけでなくパチンコをやらない人間にどのようにパチンコと接点を持ってもらうか、パチンコをやらなくなってしまった人間をどのようにしてまたパチンコをやってもらうか。このようなパチンコホール内部の戦略だけでなく、パチンコホール外の戦略も今後必要と becoming だろうと私は思う。そしてパチンコを気軽な遊びとして多くの人に参加する産業にするために私が最も重要だと思う事は、「居心地の良い環境」である。つまり私が思うことは、昔のパチンコユーザーはパチンコ・スロットの出球が重要で、出るか、出ないかでパチンコホールを選んでいたが、現在のパチンコユーザーは、パチンコ・スロットの出玉も大切なかもしれないが、それ以外の部分、ホールのサービスであったり、居心地であったり、色々な面でパチンコホールを見るようになり、選ぶようになってきているのではないか。なので、パチンコホールもパチンコ・スロットの出玉だけを努力するのではなく、パチンコユーザーの居心地の良い環境作り、サービスマナーの向上にも力を入れ、パチンコユーザーの心つかむような居心地の良い環境をつくる営業努力をすることで必然とお客が増え、気軽な遊びとして多くの人に参加する産業になるのではないかと私は考える。