

優秀賞

『パチンコイメージの変革』

小西 諒 様

近畿大学 経営学部キャリアマネジメント学科 2年

目次

1. 遊技人口に関するデータ
 2. 一般的なパチンコイメージ
 3. データの分析
 4. イメージ改革案 ギャンブルからアミューズメントへ
 - 4-1. 共通改善項目——ヘッドホンの採用
 - 4-2. 高齢者、女性をターゲット——フィットネスとの融合
 - 4-3. 若者をターゲット——アニメ・アイドル文化とのタイアップ強化
 - 4-4 社会貢献——ギャンブル依存対策
 5. まとめ
- 参考文献

1.遊技人口に関するデータ

レジャー白書2014のデータによると、パチンコの遊戯人口は1000万人の大台を割り、140万人減の970万人となった。男性参加率は3%減の13.9%、女性参加率は0.4%増の5.5%である。年代別では20代を中心とした若年層が大きく落ち込み、高齢になるほど参加率は安定している傾向がある。以上がパチンコ業界の簡単な現状である。なお、論文の主旨が『消費者のイメージ改革』に主眼を置いているため、それと関連のない売上や市場規模などのデータは省く。

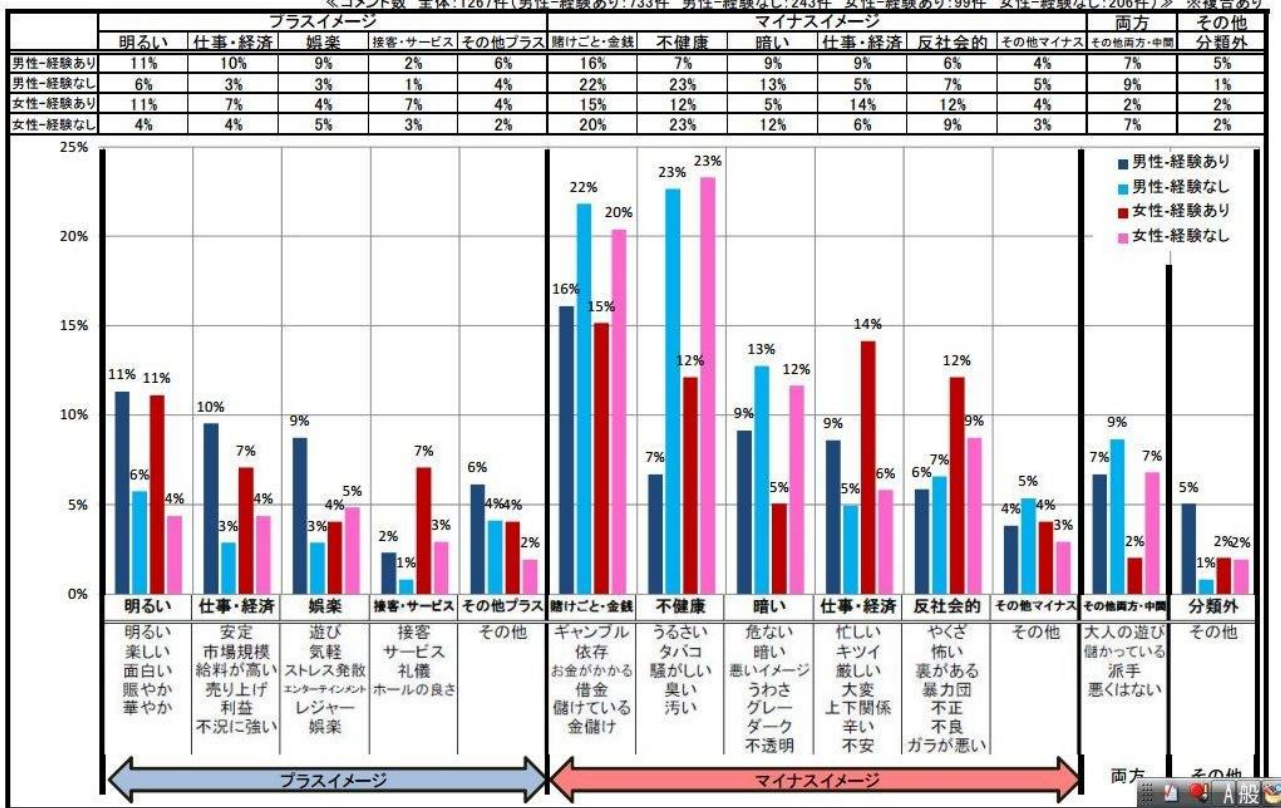
2.一般的なパチンコイメージ

下に掲載する図1、図2の2つのグラフは、(株)リクルート主催のイベントにて「リクナビ SUPER」にて『パチンコ業界特集』のブースが出版された際のアンケート結果である。大学卒業予定の学生を対象に、パチンコ業界についての講演を行ったものだ。就職活動の一環として参加したので正式な就職希望者ではなく、一般消費者の目線と大差はないと考えることができる。

図1(平成22年度パチンコ産業合同説明会アンケート報告書(抄)より引用)

◆パチンコ産業合同説明会(11/6・7) コメントイメージ分類◆【男女-経験別集計】

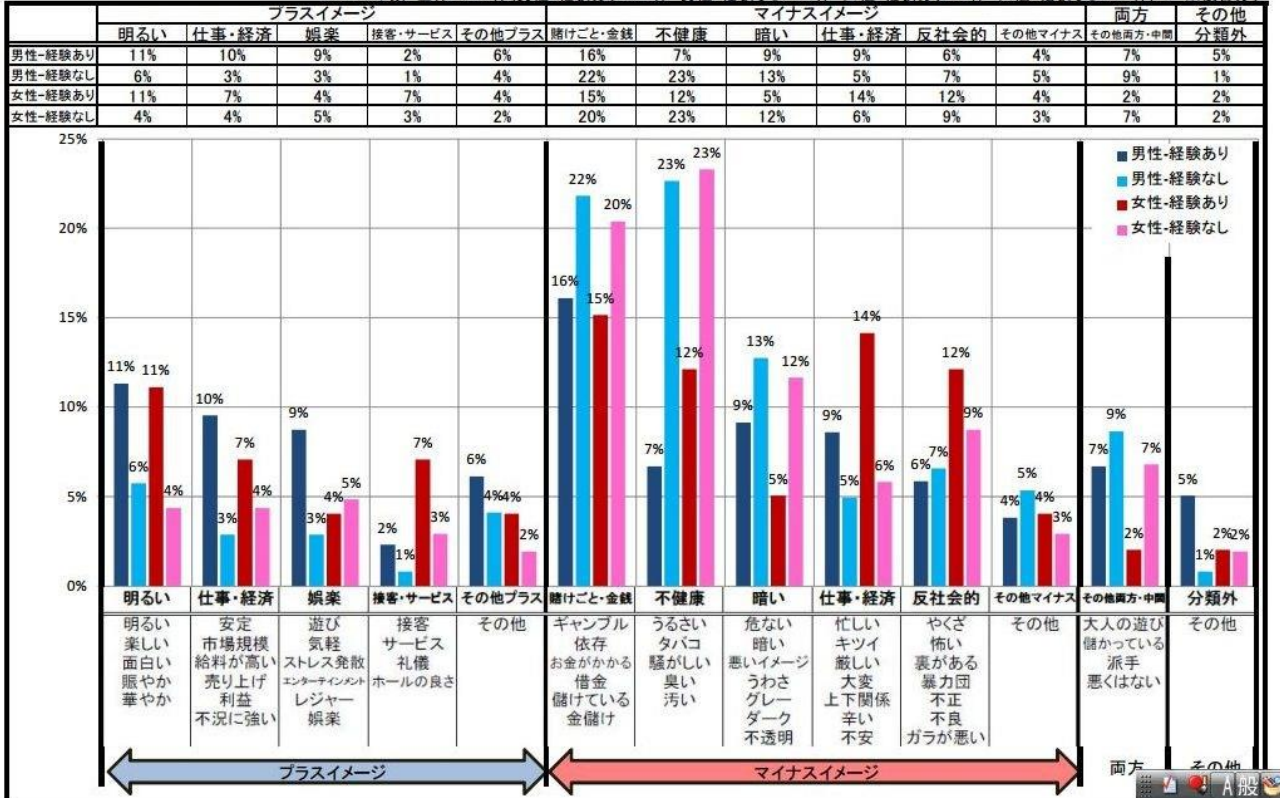
※コメント数 全体:1267件(男性-経験あり:733件 男性-経験なし:243件 女性-経験あり:99件 女性-経験なし:206件) ※複合あり



この図は平成22年度のもので若干古くはあるが、マイナスイメージに注目したい。全体で見てマイナスイメージ最大の要因となるのが、「賭けごと・金銭」という項目である。一般的視点でいえばパチンコ産業は『ギャンブル』というイメージが強いことがうかがえる。プラスイメージである「娯楽」と比較してみれば対照的である。そして同様(あるいはそれ以上)に数値が高い項目は「不健康」である。次いで「明るい」と「暗い」のイメージは、遊技経験あり・なしで大きく差が出た。

◆パチンコ産業合同説明会(11/6・7) コメントイメージ分類◆【男女・経験別集計】

※複合あり
 <コメント数 全体:1267件(男性-経験あり:733件 男性-経験なし:243件 女性-経験あり:99件 女性-経験なし:206件)>



◆H24パチンコ産業合同説明会(12/9) コメントイメージ分類◆【男女・経験別集計】

※複合あり
 <コメント数 全体:638件(男性-経験あり:432件 男性-経験なし:97件 女性-経験あり:42件 女性-経験なし:81件)>

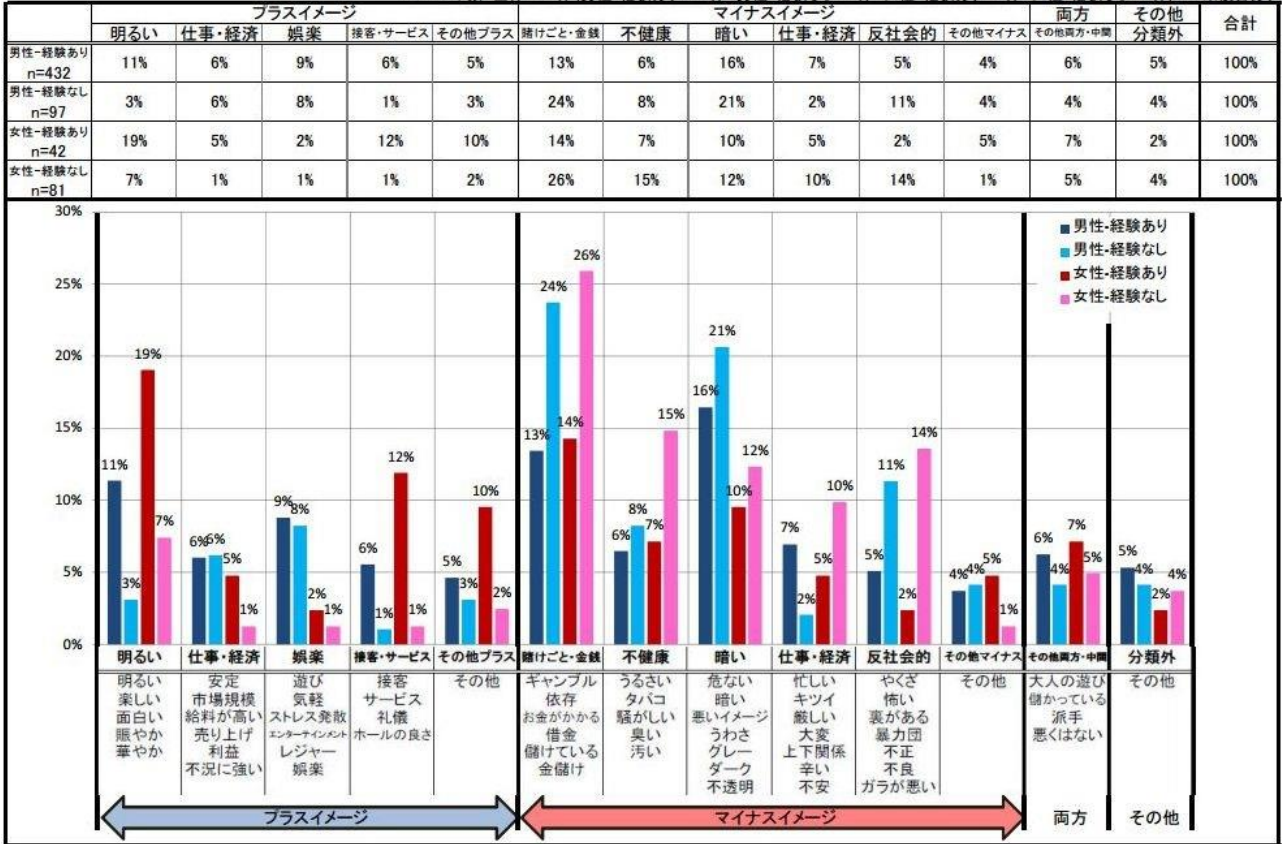


図2(平成24年度パチンコ産業合同説明会アンケート報告書(抄)より引用)

上のグラフは同じアンケートの24年度版データである。22年度版と比較して一番に目が行くのは「暗い」項目回答率の増加である。22年度版では遊技経験に合わせて「明るい」項目と好対照

だった両項目だが、今回の調査では暗いイメージが上回っている。次に目を引くのは「不健康」項目の減少、「接客・サービス」項目の上昇である。これは禁煙パチンコホールが出てきたことや、ホール内の清掃などに気を配る店が多くなってきたこと、パチンコ産業の市場規模縮小への対策としての接客やサービス向上の取り組みなどが要因にあると予想される。ただ注意したいのは、回答者が「男性-遊技経験あり」以外では統計データとして絶対数が少ない。細かなデータとしてみるのではなく、大まかな傾向として把握するのが正しいデータの見方であると考えられる。

全体的なデータの傾向としては、プラスイメージは「明るい」「接客・サービス」の2項目が高く、マイナスイメージでは「賭けごと・金銭」「不健康」「暗い」の3項目が高い。

3. データの分析

図1、図2のデータを見てみると一つの事実気がつく。それは、プラスイメージは「遊技経験あり」の学生が高く、マイナスイメージは「遊技経験なし」の学生が高いという点である。特に24年度版のデータは綺麗に遊技経験の有無でプラスマイナスが分かれている。つまり実際にパチンコを体験してみれば、一般的に抱くマイナスイメージは払拭される可能性を示唆している。ただし、娯楽という意識は遊技経験者も薄く、そこにあるイメージが「ギャンブル」であることには変わらない。また、この遊技経験の有無についての傾向は、逆に考えればパチンコ産業に抱くマイナスイメージは実際以上に高く、それゆえ新規遊技者の参入ハードルとなっていると考えられる。これは遊技参加者にも大きく関わる問題である。世間のイメージが悪ければパチンコを遊技していることはどこか後ろめたい感覚を伴うし、パチンコが趣味の人間に対する社会的評価も悪い。そうすると現在の遊技者に、社会的な歯止めがかかることは容易に想像できる。冒頭のデータでも明らかにした通り、男性で約14%、女性で約5.5%だけが現在の遊技人口であり、遊技経験のない人のマイナスイメージは高いからである。

だがもしこれらのイメージが改善すればどうなるだろうか。世間一般に「パチンコが趣味」といって社会的に受け入れられるなら、もっと現在のパチンコファンも堂々とパチンコを楽しむことができる。つまりイメージ改革によって効果が見られる対象は遊技経験のない人々だけではなく、遊技経験のある人々も含まれる。社会的な歯止めが弱まり、むしろ広く受け入れられることで話のタネや友達に付き合っパチンコを打つライトユーザーも増加するかもしれない。特に一昔前とは違い、PC・スマホの普及で動画サイトやソーシャルゲームなどの娯楽は増え続けている。そして facebook や twitter などの近い存在が繋がる「ソーシャルメディア」が、急速に生活の中に浸透しつつある。これらのツールはいってみれば、「自分はこういう人間で、こういう日々を送っています」と自己紹介し続けるツールである。自己紹介をして他人に悪い印象を抱いてほしいと思う人間はいない。世間的な繋がりに価値観が置かれ、娯楽の選択肢が増え続ける中で、世間的イメージの悪い娯楽が果たして今後も消費者に選ばれ続けるだろうか？

その答えは昨今の市場規模縮小・遊技人口減少というデータに現れていると思う。ではどうすればパチンコの世間的イメージはよくなるのか。少なくとも、変えるべきイメージ要因を追究するのは難しくない。上図のデータがすべてを語ってくれている。

「不健康」、「暗い」、そして「ギャンブル」。

4. イメージ改革案 ギャンブルからアミューズメントへ

ここでは様々なテーマに沿って既存のパチンコ業界が、マイナスイメージをプラスイメージにかえるためのアイデアを考えていく。軸となるのはまずは根本の原因である「不健康」「暗い」「ギャンブル」の三要素を変えるハードの改革。そしてもう一つの軸は遊技経験があればプラスイメージ感が強まるというデータから、潜在顧客に遊技してもらうソフトの改革を目標とした。

4-1. 共通改善項目——ヘッドホンの採用

「不健康」項目に「騒音」がある。まずは騒音対策として、ヘッドホンの採用を検討してみる。第七回 SCSA 論文受賞者の稲川 寛明氏の論文によると、パチンコ店からは 90 デンベルもの音が出ており、この数値は労働安全衛生法により従業員への耳栓などの対策が必要な数値とのことである。この騒音に圧倒されてパチンコ屋に入りたくないという話もよく聞く。そういった層は少なくないはずだ。それらはいわゆるヘッドホンやイヤホンの使用で解消できる問題に思われる。もちろんヘッドホンの使用を嫌がる消費者なども考慮して、一部区画のみなどの配慮は必要だが、その辺りは実際に運用しながら調整すれば良いと思われる。

4-2. 高齢者、女性をターゲット——フィットネスとの融合

何時間もイスに座ったまま画面を見続ける。これがパチンコのイメージであり、はたから見れば SF 映画で洗脳を受けた人間のようにも見える。つまり、実際に遊技経験のない人間からすれば何をしているのか不明で不気味な光景に映り、不健康的にも映る。

そこで、座っている間も軽い運動ができるようにフィットネスクラブとの融合を考えてはどうか。簡単なアイデアとしては、座席にペダルをつけるだけでいい。それを踏むなり漕ぐなりしながら遊技し、帰る時には歩いた距離などが記されたレシートを受け取れる。それを他人に見せればギャンブルのためではなく、健康のため・ダイエットのためという名目が立ち、一定の理解を得られる仕組みにする。特に女性はダイエットや美容に対してのこだわりが強いが、何もダイエット自体を楽しんでいるわけではない。長時間遊技するパチンコにそういった運動機能がつけば、辛いダイエットが楽しくできる方法としての定着を期待できる。また遊技で負けたとしてもその間に「運動した記録」が残されていれば、何もかも無駄にしたという感覚は薄まり、消費者の再来店動機は上昇する。ギャンブルではなく健康に重点を置いた健康アミューズメントという名目で新しいイメージを定着させることが可能である。またストレス解消に役立つサンドバッグやパンチングマシーンなどもフィットネスの名目で置いておけば、消費者が負けた怒りからくるトラブルのいくつかは予防できそうである。

4-3. 若者をターゲット——アニメ・アイドル文化とのタイアップ強化

現在でもパチンコ業界ではアニメ・アイドルなどとのタイアップが盛んに行われている。だがもう一歩推し進めて若年層ユーザーを引き込みたい。例えば、第九回 PCSA 論文受賞者の星川 吉徳氏の論文にタイアップについての20代消費者へのインタビューがあり、

——ここから引用——

「激アツ演出、プレミアを見れたときはとてもうれしい。お金を稼ぎたいというよりも演出を見るためというのが強い。稼ぐのは二の次。パチンコは遊びであり良い時間つぶしになる。」
(関東.遊戯暦7年.20代.男性Z氏)

——ここまで引用——

という意見があった。この消費者はまさにパチンコをギャンブルではなく娯楽として捉えており、今回の論文の主旨に沿った貴重な意見である。ここでわかるのは、アニメとタイアップされた作品のプレミアなどを見れるのは消費者にとって大きな喜びになるということである。当然、どの遊技台でも激アツ演出・プレミアは嬉しいだろうが、特にアニメタイアップなどがあると、その演出は原作のファンとしての感情などが加味されて余計に幸福感が高まると考えられる。つまりこういった消費者は原作ありきで遊技しており、他では見られない原作作品の映像特典・音声特典(激アツ演出・プレミア)が遊技の動機に結びついていると考えられる。

そこでその特典をさらに強化する一つの方法として、色違いの玉・色違いのメダルなどを混ぜて、それが出れば原作作品に関連した限定グッズと交換できるという仕組みを作ってみてはど

うだろうか。もしパチンコ店限定グッズであれば、原作ファンはそれを手に入れるために今まで遊技経験がなくてもパチンコ店に足を運ぶようになる。そうなれば、先ほどの三章で紹介したように実際の遊技を通してパチンコへのイメージは好転する可能性が高い。

4.4 社会貢献——ギャンブル依存対策

パチンコと聞いて一般消費者が真っ先に思い浮かべるのは、ギャンブル依存症の存在である。ギャンブルで貯金をすべてなくした、財産を売り払ったという話はやはりどこかで耳にする。イメージ改革のためにパチンコ産業としては、そういったギャンブル依存症の治療・予防活動が必須だろう。健全な娯楽であるというイメージを認知してもらうためには、そのギャンブル性による悲劇を防がなければならない。ギャンブル依存症の治療に対して何らかの活動をしてPRを行いながら、しかし同時に『予防』も行わなければならないと思う。治療のみに専念しても、「また搾取するために客を太らせてるだけだ」というイメージが生まれるだろう。では予防とはどうすればいいのだろうか。

難しい問題だが、一例として海外に「自己排除プログラム」というモノが存在する。このプログラムに参加すると、カジノで一定金額以上勝った人間は換金することができず、賭け金すら戻ってこない。しかもそれだけに留まらず、不法侵入の罰金まで払わなければならないのだ。これでは消費者にとって悪影響があるようにしか見えない。だがこのプログラムはアメリカだけで何万人の参加者に及び、他にもオーストラリア、カナダ、フランス、オランダ、ポーランド、南アメリカ、スイスでも採用されている。なぜこんなにも国際的なモノとなっているのか。実はこのプログラムに参加する理由の筆頭は、「離婚されないため」「結婚するため」である。つまり、周囲へ「ギャンブルを辞める」という宣言になるのだ。

ここまで厳しくなくとも程度を調整することで、ギャンブル依存症への対策になり、ギャンブルではなく娯楽となるようにイメージの変更ができるのではないだろうか。

以上、簡単ではあるが一例としてアイデアを述べさせて頂いた。他にもマイナス三要素に絞って考えれば、アイデアはもっと出てくることと思う。

5.まとめ

パチンコ産業は今、大きな壁にぶつかっている。既存の業態では産業は成熟しきっており、成長を見込めない。どこかでパチンコは変わらなければならないだろう。イメージの変革を行い、社会的に受け入れられる娯楽と化す必要があるのだ。そしてその変革は、生き残るためだけのものではない。一般的には見落とされがちだがパチンコは日本独自の産業である。そしてその市場規模は一時期、基幹産業である自動車産業よりも大きかった。それほど日本国民を熱狂させることができたのなら、海外へ進出することも不可能ではない。もし現状のパチンコ不況を乗り越え、産業としてさらに大きく成長できれば、次には世界を舞台にしたチャンスが待っている。

そしてその道はハッキリと示されている。課題はデータが示してくれているのだ。問題点がわかれば改善点は見つかる。その課題を達成した時、パチンコ産業は広く国民に受け入れられているだろう。

そしてその時、パチンコは日本が誇る世界的アミューズメントへ変貌を遂げているのだ。

:参考文献:

ヤル気の科学—行動経済学が教える成功の秘訣 イアン エアーズ(文藝春秋)

回胴式遊技機・ぱちんこの技術的要素がもたらす アミューズメント化についての研究
<http://www.pcsa.jp/ronbun/2014-9th-ronbun-01.pdf>

パチンコ業界が発展していくには～パチンコホールの現状と課題と動向と私のアイデア～
<http://www.pcsa.jp/ronbun/2014-9th-ronbun-02.pdf>

パチンコが身近になるための三提言
<http://www.pcsa.jp/ronbun/07th-ronbun-03-inagawa.pdf>

平成 22 年度パチンコ産業合同説明会アンケート報告書(抄)
http://www.nichiyukyo.or.jp/gyoukaiDB/data/setsumeikai_H22.pdf

平成 24 年度パチンコ産業合同説明会アンケート報告書(抄)
http://www.nichiyukyo.or.jp/gyoukaiDB/data/setsumeikai_H24.pdf

遊技通信 web
<http://www.yugitsushin.jp/>