

「“ライトユーザー”とは」

芝浦工業大学工学部通信工学科
池田一貴

今後のパチンコ業界で重要なことは2つの世代のニーズに応えそれらを共存させることです。2つの世代とはズバリ第1次ベビーブームと第2次ベビーブームのことです。平成17年国勢調査による10月1日現在の18歳以上の人口が106,426,048人なのに対して昭和22～24年までの第1次ベビーブームの人口が6,783,335人であり、昭和46～49年までの第2次ベビーブームの人口が7,881,281人です。わずか7年間の人口で遊技可能人口の約14%占める計算となります。遊技人口増加のためはもちろんのこと“全ての方に楽しんでいただく”というパチンコ業界の理想に近付くためにも遊技参加者の人口ピラミッドが本国の人口ピラミッドに酷似することが最低条件になるはずで、ゆえにこの2つの世代を中心に集客すべきなのです。

属性		各年参加率 (%)									
性別	年代	97年	98年	99年	00年	01年	02年	03年	04年	05年	06年
男性	全体	41.1	43.3	40.0	41.3	30.6	26.6	26.5	19.8	23.1	18.2
	10代	32.7	45.0	38.1	24.4	26.9	19.1	19.2	28.9	28.9	24.2
	20代	56.4	52.6	53.1	57.9	38.3	30.8	32.9	27.0	27.0	23.1
	30代	49.7	47.9	45.8	45.7	38.5	37.6	34.4	32.2	32.2	27.7
	40代	47.5	49.6	43.2	44.9	35.1	31.2	32.1	26.7	26.7	24.3
	50代	36.9	43.6	33.9	39.1	33.0	32.1	28.2	23.5	23.5	15.5
	60代	21.7	27.2	27.9	27.1	15.3	10.9	13.8	12.6	12.6	8.7

属性		各年参加率 (%)									
性別	年代	97年	98年	99年	00年	01年	02年	03年	04年	05年	06年
女性	全体	15.7	16.2	15.6	13.1	10.7	8.8	10.1	9.2	7.8	7.5
	10代	10.4	16.4	18.3	6.4	7.7	6.8	14.9	10.8	10.8	9.0
	20代	16.5	28.2	25.0	20.8	21.0	18.9	18.1	11.1	11.1	13.4
	30代	13.7	13.6	12.3	12.8	10.0	9.4	16.6	13.5	13.5	14.5
	40代	18.6	14.2	14.1	13.7	10.3	7.5	7.1	7.1	7.1	5.9
	50代	16.9	14.3	11.2	14.8	11.2	9.8	11.3	7.0	7.0	5.6
	60代	14.8	12.7	14.8	8.1	5.6	3.5	3.5	4.0	4.0	4.3

上図は「グリーンペると」2006年12月号記載エンタテインメントビジネス総合研究所「パチンコ参加実態調査2007」における年代別遊技参加率の推移を表した表です。パチンコ参加率が年々大幅に減少していることは否応無しにも目に付きますが、その他に注目すべきことが2点あります。1点目は男性の遊技参加率の一番大きい層が2001年を境に20代から30代に移ったことです。2点目は10代の遊技参加率が男女共に他の年代に比べて減少していないことです。第

2次ベビーブームの世代の人々はちょうど2001年に30歳を迎え、また現在では女性の遊技参加率の一番大きい層も20代から30代に移りました。このことからこれは第2次ベビーブームの世代がパチンコ業界についてきていることを表していて素晴らしいことです。一方でパチンコファンが高齢化してパチンコ業界全体の華やかさが落ちるのではないかと心配なさる方もいるかもしれませんが上記の2点目を見ていただければ分かるとおりに遊技参加者は一番若い層から毎年どんどん生まれてきています。10代、20代のユーザーの遊技理由のトップが「稼げるから。」または「儲かる可能性があるから。」といったものなのでパチンコのスペックが現状維持で大丈夫であることはもちろんのこと、スロットに関しても4号機が消えたパーラーでも設定1と設定6の機械割りの差が大きく、設定6がスペシャルモードでありホール全体の平均設定を低くできるような5号機（例：サミー製のスパイダーマン2等）が出回って行けば7、8年前のスロット全盛期のある種の“お宝探し感”が復活して若者のユーザーを増やすことは難しくはないでしょう。問題は50代に存在します。人口が最も多いはずのこの層の遊技参加者が他の年代と同じように大幅に減少していて、現在では60代に次いでワースト2位になっています。そもそも50代の遊技参加者の数がトップであることが理想なのに対して、ほぼ全ての年でワースト2位であること自体が問題です。ゆえに第一次ベビーブームである58~60歳付近の方のニーズに応えていくことが当面の課題なのです。

では一体第1次ベビーブームの人々のニーズとは具体的には何なのでしょう。50代後半から60代前半のユーザーに対して「今後のパチンコ業界に望むことは何ですか？また、今現在のパチンコ業界について不満な点はなんですか？」と尋ねてみたところ大きく分けて以下の5つにまとめることができました。

- ① 遊べる機械がない。
- ② 出る機械が欲しい。
- ③ 賞品の取り揃えを充実させて欲しい。
- ④ 休憩所が欲しい。
- ⑤ いろいろなボタンがついていたり、演出がごちゃごちゃしていたりして複雑。

まず①についてですが最近、警察庁より「射幸心をそそるな」との行政指導が活発に行われていることもあり大当たり確率が100分の1以下のパチンコ機や羽根モノ・羽根デジ又、大当たり確率や子役当選確率が高く、初当たりが軽投資で済む5号機などのような“遊パチ”機がどんどん出回るようになってきていて実際遊べる遊技台は存在します。「グリーンベると」2007年1月号記載（社）日本遊技関連事業協会「手軽に安く遊べるパチンコ・パチスロ展示会アンケート」の記事で「“手軽に安く遊べるパチンコ”と聞いてイメージする初当

たり金額はいくらですか？」との質問に一番多かった答えが5000円です。そして業界側も“手軽に安く遊べる基準”に「およそ5000円で2時間以上遊べる遊技機であって、ハラハラドキドキする楽しさや期待感も味わえるもの」という警察庁から示された結論を十分盛り込んでいて、例えば100分の1の“遊パチ”機で多くの場合ボーダーとされる1000円で20回転したとすれば、ちょうど5000円で初当たりを引ける計算になります。つまり以上のことにより遊べる遊技台についての“宣伝”に問題があることが分かります。確かに手軽に安く遊べるパチンコ・パチスロ運営委員会主催、ほぼ全てのパチンコ業界団体が後援に回った「手軽に安く遊べるパチンコ・パチスロ展示会」をはじめ業界全体に“遊べるパチンコ”の気運が高まってきていて、その宣伝はかなりの量が行われています。しかし最も遊べる機械を求めているはずの第1次ベビーブームの世代には全くと言っていいほど伝わっていないのです。その最大の理由は宣伝する手段が本、雑誌やインターネットに限られていることであり“遊パチ”の情報を得ることが全く手軽でないことにあります。また、「手軽に安く遊べるパチンコ・パチスロ展示会アンケート」の65%が20代、30代が占めていて50代は10%にも満たしてはいません。このことから実際にこの展示会に行った50代の人々の数もアンケートに酷似していて少なかったことが予想できます。展示会という形の宣伝では当然身軽な若者の来場が集中し、一方50代以上の人々の関心は薄れてしまいます。一番宣伝をやるべき手段はやはりテレビコマーシャルです。テレビはいわずと知れた今現在一番のシェアを誇るメディアですし、コマーシャルならば全ての人々に平等に宣伝ができます。最近数多くのパチンコやパチスロのコマーシャルを目にするようになりましたがどれも台に関するもので、遊べるパチンコについてのものは見たことがありません。パチンコ業界団体ほぼ全てが後援に回ればそのテレビコマーシャルを作ることは容易なはずですが、また50代後半の人々に大当たり確率が100分の1だとか90分の1だとか大きく宣伝してもあまり良い反応は得られないでしょう。あいまいにもその確率のヴィジョンが想像できないのです。これはなにも50代後半の人々だけに当てはまることではなく同じことがライトユーザーやレアユーザーにおいても言うことができます。パチンコやパチスロを打ち「あ、こーゆう感じが300分の1なんだ。」「100分の1の現象ってさらに起きるんだなー。」などと経験して行くことにより確率と確率とを感覚として比較できるようになっていきます。最も分かりやすい宣伝方法は“平均～円で当たります”と金額を直接言うてしまうことなのですが、いくら事実を述べていても当たらなかった方からクレームが来ることは目に見えていますし、警察庁から射幸心がどうのと注意されてしまうでしょう。ではどうすれば良いのか？打つ以前に誰でも想像できるような基準を設けて宣伝してみてもどうでしょうか。良い例のパチンコホールが存

在します。それは群馬県高崎市の JR 高崎駅から徒歩 3 分の「駅前新効遊技場」という名前の 100% 平和の子会社であるホールです。このホールは「パチンコホールの原点回帰」を営業コンセプトに掲げ設置台数の約 2/5 が低射幸性遊技機、日本初の“遊パチ”モデル店舗です。私がすばらしいと思ったことは“遊パチ”機をそれだけ多く導入しているということではなく、遊技台を“娯楽度”という名の基準で分け設置していることです。例えばチューリップ島や羽根モノの島又スロット 5 号機は娯楽度が 5 つ星で CR 北斗の拳 STV のような大当たり確率 100 分の 1 前後の台は星 4.5、CR パチンコ冬のソナタ M62TF2 を 3 つ星、CR スーパー海物語 M55W を 2 つ星、沖縄系スロット (4 号機) を 1 つ星と置いています。こうすることで誰もが自分のニーズに合わせた遊技台に出会うことが可能になるのです。

次に②について、全く①と逆の意見ですが根本的な問題は①と同じです。何の遊技台を打てば大勝を狙えるのか分かっていないことに問題があります。「グリーンベると」2007 年 3 月号記載の王様手帖という記事の中で「どんな台で遊びたいですか？」という質問がありました。驚いたことに“大負けの可能性があっても大勝ちを狙える台”と答えた人が一番多かった年代が 50 代だったので。もし本当にそのように思っているならば京楽製の遊技台 CR ぱちんこウルトラマン M78TF7 や CR ぱちんこジョーズ R80TF1 のような大当たり確率は低けれども確率変動確率が高かったり、出玉が多い機種を打つはずですが、この 2 機種では若いユーザーが目立ち 50 代の方は主にミドルスペックの SANYO 製の海物語シリーズを打っています。②の解決法は①と同様に、打つ以前に誰でも想像できるような基準を設けて宣伝することです。こちらのケースの場合“娯楽度”ではリスクだけしか伝わらないので少し不足に感じられます。“娯楽度”と並べて“爆発度”などと記入しておけばよいでしょう。しかしベストは PCSA や PTB 等の中間法人がこの娯楽度と爆発度を台ごとに査定してパチンコ業界全体で統一させることなのです。

次に③についてですがこれは偶然にも警察庁が最近頻りにパチンコホール側に行政指導していることと一致します。しかし一致しているのは表面上だけであり、この③の対する理由は正反対です。警察庁の理由は賞品を充実させることによって金景品との交換量を減少させ射幸性を下げるというものです。一方ユーザーの理由はというと欲しい賞品が店頭で並んでいたら打つモチベーションが上がるからというものです。警察庁は射幸性を下げるために、ユーザーは射幸性を上げるために「賞品の充実」を望んでいます。そもそも警察庁の言い分は矛盾していて、金景品との交換量を減少させることが低射幸性につながるという意味が分かりません。射幸心とは偶然の利益を労せずを得ようとする欲心のことなので、なにもお金だけを対称にするものではありません。警察庁の

この矛盾が真の意味での「賞品の充実」を妨げています。警察庁は各々のホールにそのホールの遊技台の数の種類だけ賞品を用意するように急がせました。このことでボールペンの色の違いで種類が増え、缶ビールのセットになる本数の違いで種類が増えていったのです。これではお客様を裏切っていると言っても過言ではありません。やはり誰かによってやらされている状況では逃げの策ばかりが先行して逆効果になってしまうものです。その一方で他店との差別化、幅広い客層の取り込み、「遊べるパチンコ」の環境作りなど、それぞれの戦略を持って独自に一般景品の充実を図っているホールもあります。東海地区を中心に店舗展開をする(株)立岩は2005年6月に岐阜県垂井市にオープンした「がちゃぽん垂井店」で、100円ショップを展開するダイソーとコラボレーションした「100円均一」コーナーを設置しました。また同様に東海地区を中心に店舗展開をする平成観光は2003年4月にオープンした「尾張旭店」で総合ディスカウントの大手ブランドであるドン・キホーテとコラボレーションを果たし店内にはドン・キホーテの景品数がなんと600~700アイテムもあります。このようにもしどこかの企業とコラボレーションすることが主流になっていけば「新作のCDが欲しいからTUTAYAと業務提携を結んだA店に行こう。」だとか「気になる家電製品があるあらヨドバシカメラと業務提携を結んだB店に行こう。」などとイベントや換金率以外で店舗選びの材料のひとつになることは間違いありません。

次に④についてですが、小規模なホールは立地条件等から仕方がないにしても中規模なホールに休憩所がなかったり大規模なホールに椅子が数席しかないといった状況は絶対に作ってはいけません。小規模なホールでさえベンチぐらいは可能な限り用意すべきです。ホールに遊技台だけポンと置いておいて、さーどうぞといった時代はとうに過ぎています。打たないときに遊技台に座ってちゃいけないならそれ相応の場所を作れというのが一般的な意見です。現在、パチンコ業界の社会的地位の向上を目指しPCSAやPTB等のような中間法人が増えてきています。私は中間法人に全てのホールを格付けしてさらに全ての方がその結果を観覧できるような、より“現場的”な活動を望みます。そしてその格付けする内容のひとつに高年齢者に対する配慮がどの程度なされているかということ盛り込んで欲しいです。このように全てのホールを格付けすることで遊技台の違法改造などのような社会との調和に配慮を欠く経営を大幅に減少できると同時にホールの基本であるクオリティ・サービス・クリンリネスの質の向上を図ることができます。又高年齢者に対する配慮を格付け内容に盛り込むことで④のような休憩所の問題を解決できることはもちろんのこと利益があまり出ないため敬遠されがちな“遊パチ”機の導入を促進できるとも考えています。

最後に⑤についてですが、②の解説の中で大負けの可能性があっても大勝ちを狙える台を打ちたいけれども SANYO 製の海物語シリーズを打つことを挙げましたがこの⑤も理由の 1 つであると答える人はたくさんいるはずです。海物語シリーズは 2 作前の CR 大海物語からボタンを設置し 3 つのステージから演出を選択できるようになりました。しかし前作の CR スーパー海物語で調査したところ 50 代後半から 60 代前半にかけてのユーザーのほとんどが元来の海モードで打っていました。さらに他の年代でも海モードで打つ割合が大きいことは同じなのですが他の年代は気分メリハリをつけるためにマリンモードやハワイモードを打ちますがこの年代はずっと海モードで打つというユーザーが目立ちました。慣れ親しんだ海物語以外の演出がはなから複雑だと思い込んでいるのです。そういったユーザーの中にはボタン演出発生時はボタンを押さなければ絶対に当たらないと思っている方もいるほどです。パチンコ業界の流れはこの年代の人々にとってはあまりに速すぎるのです。この問題は主にパーラー側にあります。新台入れ替えをぽんぽんと軽率に行い過ぎていきます。例えばある新台をたまたま打って興味が沸き 2 回 3 回と数を重ねて打っていきようやくシステムや演出などを感覚として分かった矢先、世間で人気が出なかつたりより話題性のある機種が出るなどの理由によって撤去されてしまうなどのケースをよく耳にします。これでは単純明快、フェイクなしで絶対撤去されない海物語シリーズしか打たなくなるのもうなずけます。新台入れ替えを行うことで最初は稼動が上がるのでそこで儲けようとするパーラー事情も納得できるのですがどれだけ世間で人気が出なくても自店で 2,3 人でもその台に固定客が付いたのであれば最低 1 台は残しバラエティーコーナーで 3 ヶ月は使うべきです。マイナー台でも使いようによってはその店の顔とまでは行かなくても特徴や長所になるはずですが。今後ホール側は“動”の戦略ばかりではなく“静”の戦略も考えていくべきです。この戦略は決してメーカー側には真似できないホール側の特権であり義務だと考えています。

以上 5 つの第 1 次ベビーブームのユーザーの声を調べているとき私はこの世代こそがライトユーザーのパチンコ離れを阻止する鍵となるのではないかと思います。なぜならば彼らの意見はみなライトユーザーの意見と同じだからです。ミドルユーザーやヘビーユーザーの中にも“ライトユーザー”は存在します。遊技する頻度の他に、持っているパチンコ・パチスロに関する知識やパチンコ界に関する知識にも注目すべきです。第 1 次ベビーブームのユーザーには遊技頻度はヘビー又はミドルだが持っているそういった知識量は“ライト”な方が多いように感じます。5 つの声の中で共通に目立った問題はそういった知識における格差です。それは各々の責任だと言ってしまうまでもありますが現在その格差は差別とも思えるぐらい大きなものになってしまっていて我々

にとっての常識が彼らにとっても同様に常識であるとは限りません。ゆえに全ての説明に、はしょっても良いという部分はなく、そんなことは言われなくても分かってるよと言われるくらいがちょうど良いと思います。また第1次ベビーブームのユーザーの意見を伺うことにより常識の根底にあるものを復習できるのです。突拍子もない革命をする前に当たり前のことを当たり前に行うことこそが最も結果に繋がる革命だと考えています。私も一パチンコ、パチスロユーザーとして今後のパチンコ業界にとっても期待しています。

参考文献

- ・月刊アミューズメントジャパン 2006年12月号、2007年3月号
- ・グリーンベると 2006年11,12月号 2007年1,2,3月号
- ・ピデア Vol.13、14
- ・遊技通信 2007年2月号
- ・国勢調査