

失速するパチスロ市場の課題

～時流変化で押さえるべきデータが変わる～

失速するパチスロ市場の課題 ～時流変化で押さえるべきデータが変わる～

本書で扱うデータは TRYSEM (株式会社 SUNTAC) から引用



本書で定義するセグメンテーションは「TRYSEM」と異なる基準を採用しております

ミドル海 1/250～1/319 ライトミドル海 1/160～1/249 アマ海 1/60～1/159 ミドル 1/250～1/319
ライトミドル 1/160～1/249 アマデジ 1/60～1/159 一発機 なし ハネモノ なし

研究テーマ

「純増4枚以上」の区間が搭載された機種は良い傾向にある。

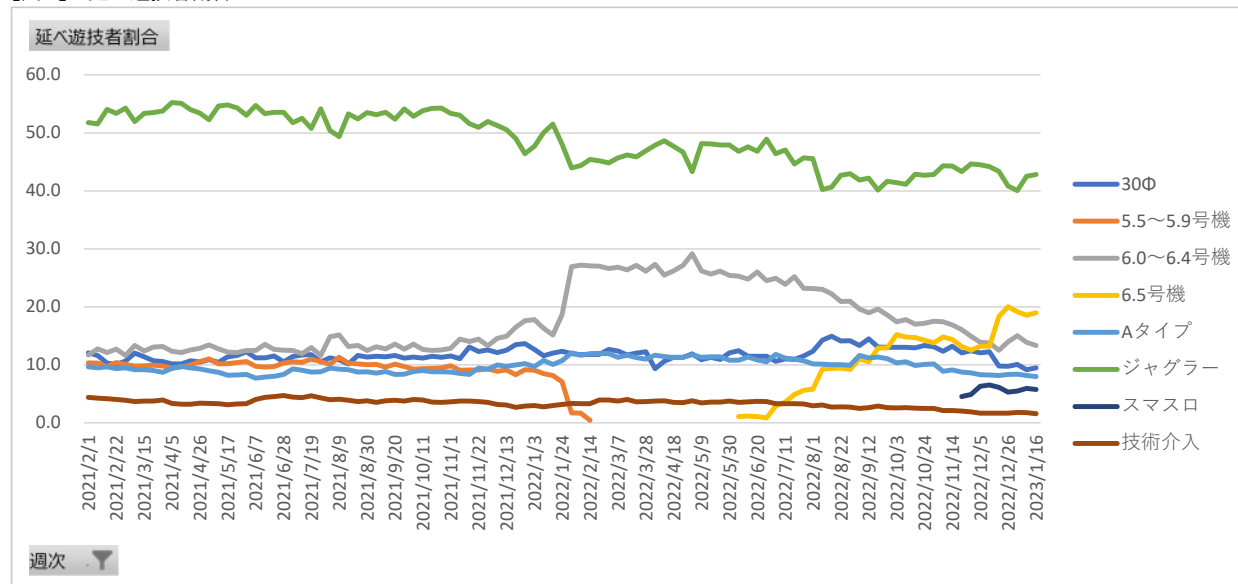
これは、以前に「TRYSEMCROSS_VOL.07」で展開した分析から示唆されていることとしてお伝えした内容である。詳しくは記事を読み返していただくとして、それから数カ月が経過したが、その後の推移を含め市場の矢印はどのように変化したのか、あるいは変化していないのか論じることとする。



失速する「スマスロ」市場

まずはマーケットの整理から行うこととする。以下に、調査対象期間に「20円スロット」を遊技したプレイヤーを個別集団ごとにセグメンテーションし、それぞれの推移を図としてまとめた。

【図1】 延べ遊技者割合

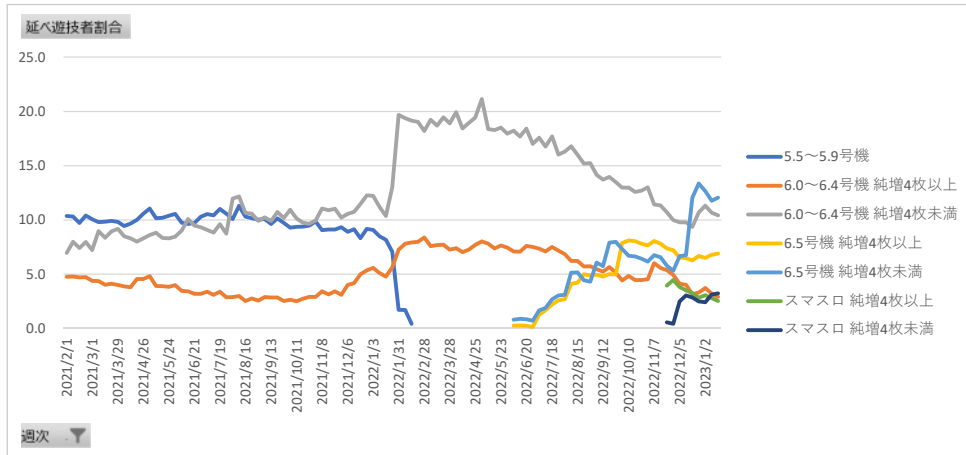


2021年代に比べると「ジャグラー」集団の縮小具合に目がとまる。これについては設置台数の減少に問題があるため、そこまで問題視はしていないが今よりも人口が多かった時代の市場構造とは明らかに違が生じている。時流に沿うという意味で、その点は押さえておくべきだろう。そして、これからの時流を作るという意味で期待されている「メダルあり6.5号機」と「スマスロ」のマーケットサイズは順に、おおよそ20%、ついで6%となり合わせて26%の割合を占めている。「スマスロ」に関しては、「鏡」以降リリースがなく失速感是否めないが、それでも一定の割合を保っていることはプラスに映る。しかし、「マーケット拡大の速度」という意味では、継続的な「スマスロ」のリリースがあればまた違った推移を見せただろうと感じてしまう。

ボリュームゾーンは「純増4枚未満」

次に、「メダルあり6.5号機」と「スマスロ」の集団を「純増4枚以上」、「純増4枚未満」に細分化し推移を経過観察することとする。

【図2】 延べ遊技者割合：「純増4枚以上」「純増4枚未満」



まず「メダルあり6.5号機」集団から考察してみると、「純増4枚未満」集団の方が高い推移を示している。こうした事象を示したのはリリース数の問題で、単純に「純増4枚未満」の機種の販売数が多いからだと考えられる。これを執筆している段階で「メダルあり6.5号機」は28機種リリースされており、「純増4枚未満」集団が19機種、「純増4枚以上」集団が9機種となる。一方「スマスロ」はリリース数がそこまで多くない分、判断するには難しさがあるが大差のない結果となっている。いずれにせよ、「メダルあり6.5号機」と「スマスロ」を合算し、

「純増4枚未満」と「純増4枚以上」で括ると、「純増4枚未満」集団がボリュームゾーンとなる。また、「6.0~6.4号機」集団は「メダルあり6.5号機」の登場を機に減少の一途を辿っている。

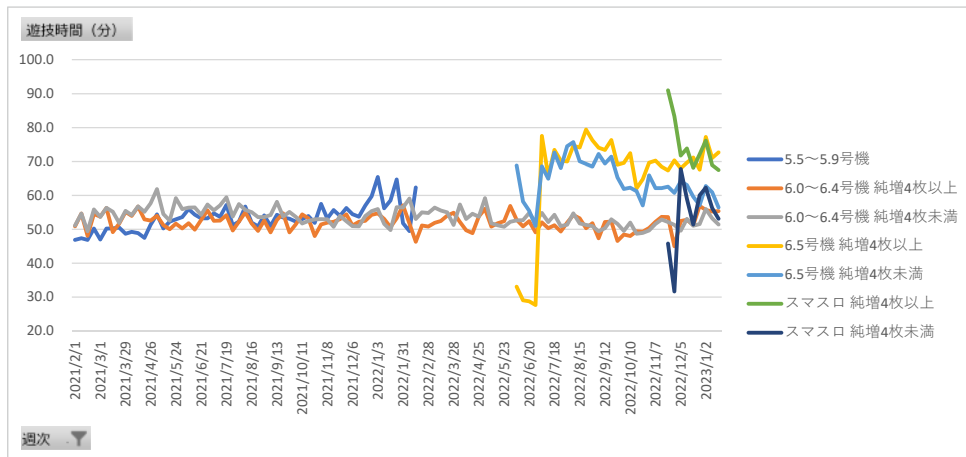
ここまでは、プレイヤーをどれだけ創出したのかという論点で分析を進めた。しかし、個々のプレイヤーの「遊びかたの質」を表すデータをみると、別の視点が浮かび上がってくる。

後述では、このあたりについて分析を進めることとする。

遊びかたの質が高いのは「純増4枚以上」

それでは、集団を構成させている個々の遊びかたにスポットをあて、どれだけ面白い・楽しいと感じ遊技しているのか考えていく。そこで「遊技時間」というデータを、面白い・楽しいなどの心理的な要素が表れる定量値として代入し、プレイヤーはどのように感じ遊技しているのか具体的にすることとする。

【図3】 遊技時間（分）



前述の分析から得られたファクトは、「純増4枚未満」集団がボリュームゾーンであることがわかった。しかし、個々の遊びかたをみると「純増4枚以上」集団の方が高い推移を示している。また「スマスロ」も同傾向にある。こうした事象から示唆されていることは、かなり重要な意味を持つと考えている。なぜなら、「健全なマーケットの成長」を望むのならプレイヤーが面白い・楽しいを持って、「魅

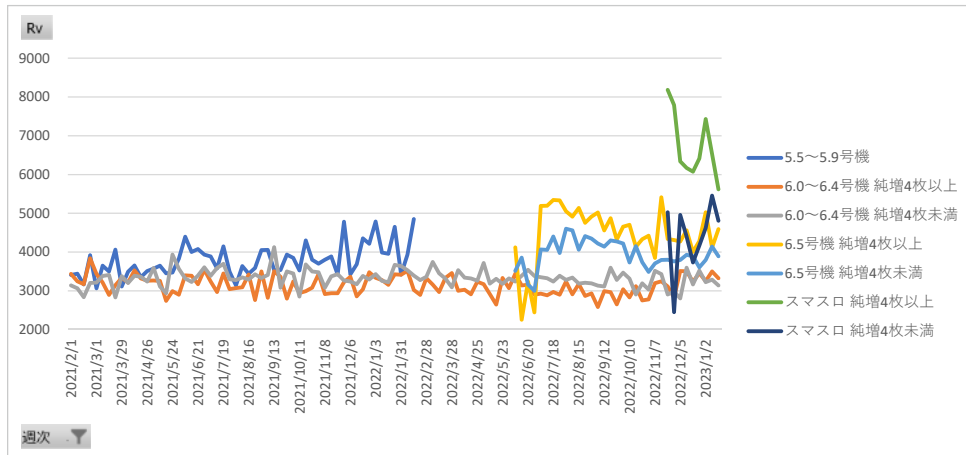
力的だ」と感じマーケットが成長を示すことが本来の姿だと考えられるからだ。つまり、「純増4枚未満」集団がボリュームゾーンであることは、プレイヤーが魅力的だと感じ成長している訳ではなく、あくまでリリース数に起因しているだけであることを意味している。これでは、しばらく暗黒時代を歩んだ時となんら変わらない気がしてしまう。しかしながら、「5.5～5.9号機」集団や「6.0～6.4号機」集団との「遊技時間」を比べると、純増枚数に関係なく、総じて「メダルあり6.5号機」と「スマスロ」は高く推移している。その点は好材料として捉えられるため、「遊びかたの質」を高める施策を模索していくべきだろう。その上で注意しておくべき視点は、われわれの業界においては実態の評価（マーケット）と、消費者行動（遊技時間）は別の軸にあるものとして捉えておくことが重要であると考えられる。

ではなぜ、プレイヤーの遊びかたにこれほどの違いが表れたのか、このあたりについて後述では分析を進めることとする。

「勝ちの魅力」の違い

ここまでの記述で、マーケット、および消費者行動については理解が高まっただろう。では次に、なぜ消費者行動に違いが生じたのか考えることとする。そこで、「純増4枚以上」集団の方が「遊技時間」が長くなった要因のひとつとして、「勝ちの魅力」が関係しているのではないかと仮説を立て検証してみることにする。以下に、セグメントごとの「Rv」の推移をまとめた。

【図4】 Rv（リワードバリュー）



遊技機としての「勝ちの魅力」は、「メダルあり6.5号機」と「スマスロ」いずれも「5.5～5.9号機」と同様のレベル、あるいはそれ以上のポテンシャルを有していることが示された。「スマスロ」に関しては、「純増4枚以上」集団が突き抜けて高い。一方「純増4枚未満」集団は、「メダルあり6.5号機」の「純増4枚以上」集団と変わらないレベルの推移を示している。そして、「メダルあり6.5号機」の「純増4枚未満」集団がもっとも低い「勝ちの魅力」となったことから、「遊技時間」との間になんらかの因果関係があるのではないかと仮説が立つ。そこで、「Rv」と「遊技時間」の相関関係を分析してみると明らかな結果が表れた。次頁に、「Rv」と「遊技時間」の週次の結果をプロットし、2種のデータ間にある相関の有無を散布図にまとめた。

Rvについて

RvとはReward value（リワードバリュー）の略称であり、褒美の値（報酬値）という意味になる。いまではよく語られることがある、「勝ち率」「勝ち金額」という勝ちの魅力の定量的に表した数値がある。しかし、それだけではプレイヤーのウォンツによって比重の置かれた（勝ち率重視派・勝ち金額重視派）が、どうしても異なるため個々に判定しにくい側面があった。こうした問題を少しでも解決させていくために、勝ちの魅力を統合させることでプレイヤーが遊技した結果から得られる勝ち体験を、褒美の値（報酬値）として総量的にとらえることを実現させたのがRvである。

Rv（褒美の値・報酬値）の計算式

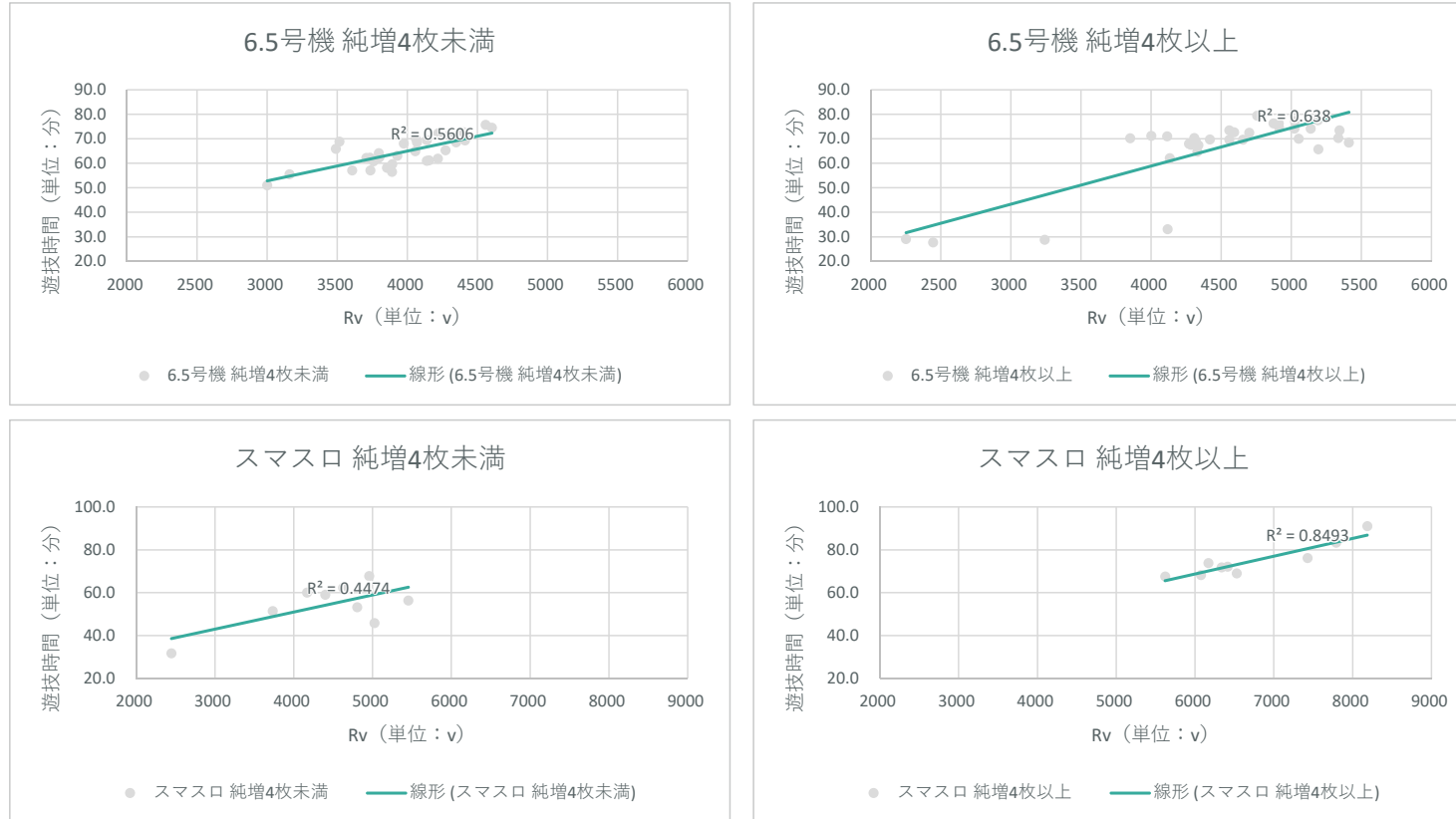
$$Rv = \text{勝ち率} \times \text{勝ち金額}$$

Rvが大きければ大きいほど勝ちの魅力が高い機種となる

※Rvについての詳しい解説は「TRYSEM CROSS_VOL.03」「TRYSEM CROSS_VOL.04」をご覧ください。

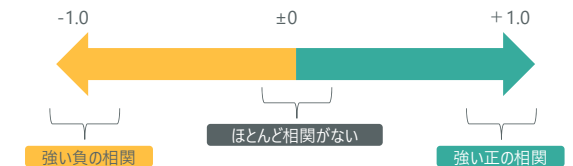
「Rv」と「遊技時間」の相関関係

【図5】 散布図：相関係数



【表1】 相関の目安

相関係数rの値の範囲	相関の強弱
$-1.0 \leq r \leq -0.7$	強い負の相関
$-0.7 \leq r \leq -0.4$	負の相関
$-0.4 \leq r \leq -0.2$	弱い負の相関
$-0.2 \leq r \leq 0.2$	ほとんど相関がない
$0.2 \leq r \leq 0.4$	弱い正の相関
$0.4 \leq r \leq 0.7$	正の相関
$0.7 \leq r \leq 1.0$	強い正の相関



相関の有無から、xとなる「Rv」が高ければ、yとなる「遊技時間」は長くなる傾向にあることが示唆されている。つまり、「純増4枚以上」集団の方が「Rv」が高いため、「遊技時間」は長くなりやすい傾向にあると考えられる。消費行動の違いが生じた要因のひとつとして、そもそも遊技機としての「勝ちの魅力」に違いが生じていることがわかる。

実績を作りやすい遊技機の傾向

前述したように、「健全なマーケットの成長」という文脈に従えば、プレイヤーが面白い・楽しいを持って、「魅力的だ」と感じているのは「純増4枚以上」の機種となるだろう。ただし、勘違いしないでほしいのは、「純増4枚以上」の区間が搭載されているから「良い」という話ではない。あくまで純増何枚などの要素は、表面的なスペックやゲーム性のお話をしているに過ぎず、本質的な解ではない。重要なのは「Rv」、すなわち「勝ちの魅力」がどうなのかであり、魅力的な機種であるほど「遊技時間」は長くなりやすく、「健全なマーケットの成長」という文脈に沿う結果となる。

つまり、「純増4枚以上」の機種が良いという話ではなく、結果的に「勝ちの魅力」が高くなりやすいのは「純増4枚以上」の機種であるという話である。仮に、「純増4枚未満」の機種でも「勝ちの魅力」が高ければ、それは評価に値することを意味している。その意味では純増約2.8枚の「アイスボーン^{※1}」が良い例だろう。しつこいようだが、「純増4枚以上」というワードだけが先行してしまうような捉え方は違うので、「Rv」という「勝ちの魅力」を表す指標に基づいて判断を行う必要がある。

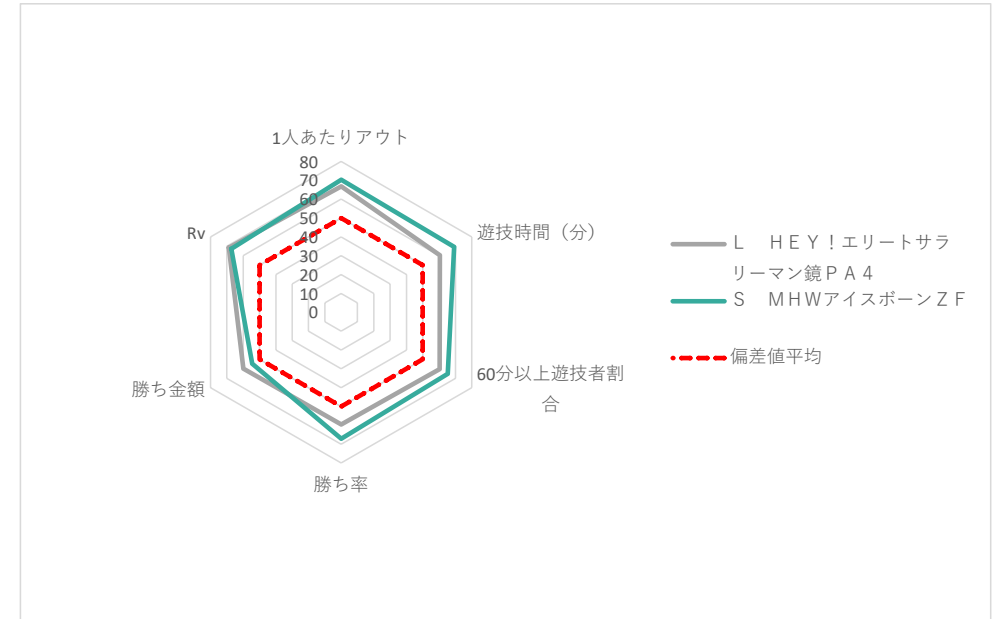


結果：「純増4枚以上の機種が高実績」

これまでの話では、マーケットの傾向や消費者行動を喚起させている要因について分析を進めてきた。個別の集団ごとでの良し悪しはあるが、総合的な評価としての矢印は右斜め上を指している。しかし一方では、データから示唆されているものとして課題もいくつか存在している。

後述では、このあたりについて分析を進めることとする。

【図6】 偏差値分析：S MHWアイスボーンZF

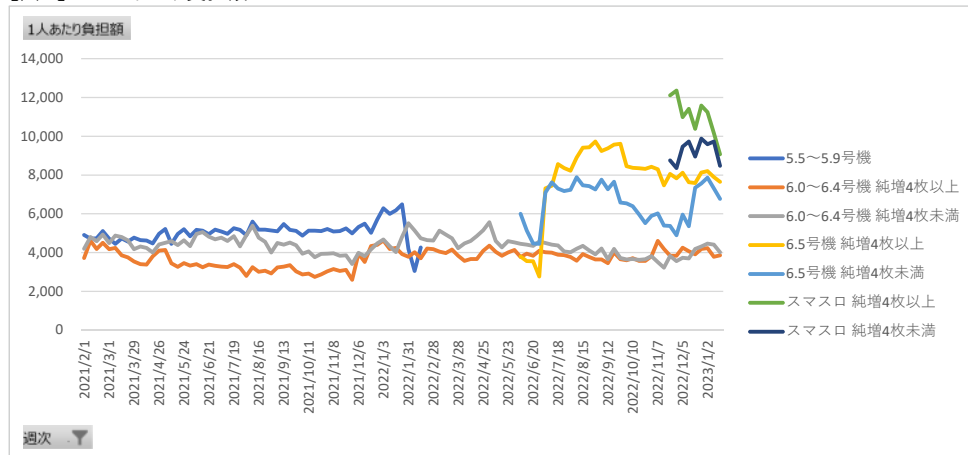


※1 アイスボーン S MHWアイスボーンZF

負担額や負け金額の増加

新たな時代に突入した「パチスロ」市場において、これまではあまり気に留めていなかったかもしれないデータに目を光らせておく必要性が出てきたので、そうしたデータが何を意味しているのか論じることとする。以下に、プレイヤー1人あたりの「負担額」をまとめた。

【図7】 1人あたり負担額



※参考：コイン単価 × 1人あたりアウトの算術により「負担額」を計測

実績を残しやすい遊技機の傾向として良し悪しはあるも、暗黒時代に比べると「メダルあり6.5号機」や「スマスロ」の登場により良くなったといえるだろう。一方で、上図のとおりプレイヤー1人にかかる負担は増加している。いずれも、今よりも遊技人口が多かった「5.5～5.9号機」の機種よりも高い負担を示している。業界の課題として挙げられる、「遊技人口増加や減少に歯止めを利かせる」という

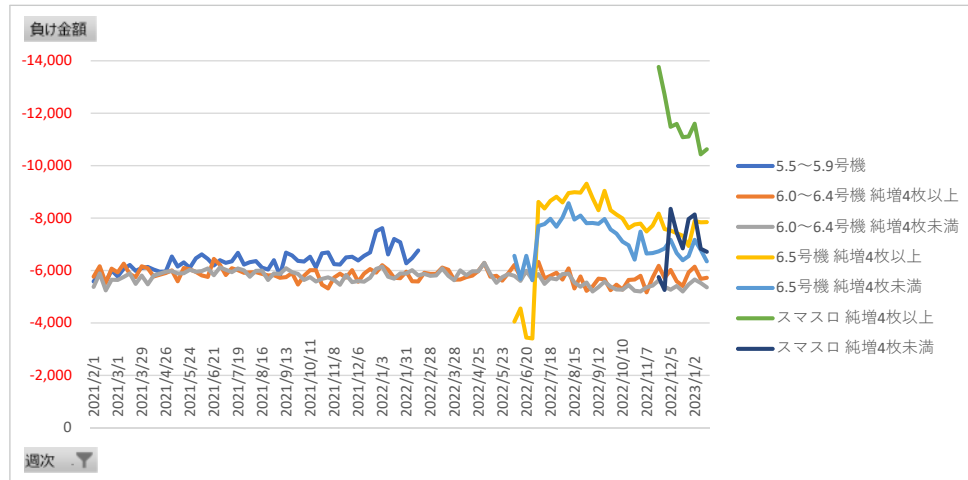
文脈に従うとすれば、乖離していると言わざるを得ない。しかし、前号で記したように「勝ちの魅力」が高まればプレイヤーに強い負担は、自ずと増加することが結果として得られている。したがって、このようなトレードオフの関係である以上、致し方ない結果であると考えられる。ただし問題は、これを踏まえてプレイヤーにどのような価値提供を行うのかが、個別店舗ごとで“差”を生むポイントだと考えている。つまり、「負担額」は増加したが、それ相応のリターンを提供できるかがポイントとなる。その意味では「Rv」という指標を活用するのが良いと考えられるが、あくまでそれは20%～30%の「勝ち客」に矢印を向けた話となる。これはこれで、研究し続ける必要があるものの、その一方にいる70%～80%の「負け客」にもスポットをあてることも同様に大切であることがデータから示唆されている。次頁に、「負け金額」の推移をまとめた。

負担額と負け金額の違い

- ・負担額・・・プレイヤー1人あたりの投資金額平均
- ・負け金額・・・投資金額を上回る金額を獲得できなかったときのプレイヤー1人あたりの不足金額平均

負け金額に策を講じる現実的な解

【図8】 負け金額



「メダルあり 6.5号機」と「スマホ」はいずれも、「5.5～5.9号機」より「負け金額」が増加している。とくに、「スマホ」の「純増4枚以上」集団の「負け金額」はマイナス10,000円を超え、一集団だけレベルの違いが示されている。「負け客」の「負け金額」が増加している実態は押さえておくべきだろう。そして、こうしたファクトを受け何を対策として講じるのかを考える上で、「負け金額」を下げるのが解として浮かび上がりそうである。しかし、「負担額」が増加している以上「負け金額」が高くなることは然るべき事象であると考えられることから、現実的な解ではない。では何を持って策を講じていくべきなのか、それは「負け客割合」を下げることだと考えている。意味は同じだが別の言い方をすると、「勝ち客割合」を増加させることを指す。つまり、一度に負ける金額は大きい、そ

の一方で「勝ち体験」できる回数が増えたというロジックでなければ、ユーザーの離反に益々拍車をかけることとなる。その意味では、「勝ち率」を上げるという作業が重要となる。実務レベルでは、店舗ごとに設けられている集客日の位置づけを再共有したり、新たな集客日を設けるべきかなどの議論が必要となるだろう。また、運用面においては広く「勝ち体験」を促すべきなのか、あるいはそうではないかなど、日ごとやプレイヤー層に合わせた営業が求められると考えられる。

おわりに

過去の記事で示唆された見解について経過観察を行うと、「Rv」が高くなりやすい「純増4枚以上」集団が継続して好調であることがわかった。こうしたファクトに基づけば、「純増4枚以上」集団に該当する「スマスロ北斗の拳^{※2}」への期待は高まる。その反面で課題もいくつか見えてきた。それは「勝ちの魅力」が高まった一方で、プレイヤーに強いる「負担額」が増加し、「負け金額」が自ずと高まったことである。「健全なマーケットの成長」を目指す上では、新たな時代に突入し見えてきた課題として設定しておくべきだろう。その意味では、最近、話題熱が高まってきた「スマパチ」も同様のことがいえる。現在でもすでに、プレイヤーに強いる負担が高い「パチンコ」だが、さらにハイスペックとなれば、自ずと「負担額」が増加することは容易に想像できる。ゆえに、これまで以上に「負け金額」が高まると想定できるため、「スマスロ」よりも「スマパチ」の方が問題となるかもしれない。

いずれにせよこれまでとは、押さえるべきデータが徐々に変化していると考えている。暗黒時代の「パチスロ」環境では、遊技機の「勝ちの魅力」を追い求めていた側面があったが、「メダルあり6.5号機」が登場して以降、その点に対する懸念は緩和された。一方で、その対極にある「負けの質」として括れる要素をいかにして中和させていくべきなのか、こうした示唆出しを行えるようなデータや分析に着目すべき時代に突入したと感じている。

—— 吉元 一夢

※2 スマスロ北斗の拳 L パチスロ北斗の拳 AD XR

吉元 一夢 よしもと・ひとむ

データアナリスト・統計士

1986年生まれ。文部科学省認定統計士過程修了。

パチンコチェーンに入社し、マネージャー、データ分析責任者、統括責任者の経験を経て、現職。

現在は、IT企業のシステム開発やソフトウェア開発にアドバイザーとして従事しながら、

パチンコホール・戦略系コンサルタントとしても活動している。

その傍ら、全国から収集されたビッグデータの解析を行い、知見やノウハウを情報という形で提供。

2021年には、会員制情報配信サイト「THINX-LAB.」をリリースし運営している。

失速するパチスロ市場の課題 ～時流変化で押さえるべきデータが変わる～

2023年2月20日 第一版 第一刷発行

著者 吉元 一夢

発行 株式会社 THINX
編集 〒675-0065 兵庫県加古川市加古川町篠原町 13-3 まるいビル 3F
校正 <https://www.thin-x.co.jp/>
DTP

本稿の無断転用・複製（コピー等）は著作権法上の例外を除き、禁じられています。

©SUNTAC ©THINX



膨大なデータが紡ぎ出す、ただ一つの戦略。

THINXはアナリシスに特化した企業です。
まだ知らぬ無限の可能性を引出し、未知の領域へチャレンジするお手伝いをいたします。

相談窓口

「THINX CROSS」について、ご不明な点や
もっと詳しく知りたいなどのお問い合わせ、
ご連絡は下記にて承ります。
また、対面・web面談がご要望であれば、
ご対応させていただきます。

Contact : <https://www.thin-x.co.jp/contact/>

TEL : 090-5669-2182 (吉元 一夢)

Mail : info@thin-x.co.jp

会社概要

株式会社 THINX (シンクス)

代表取締役 吉元 一夢

〒675-0065

兵庫県加古川市加古川町篠原町 13-3 まるいビル 3F

<https://www.thin-x.co.jp/>

業務内容：戦略系コンサルティングファーム

IT 機器関連アドバイザー

分析ソフト開発 (ローカルサービス)

会員制情報配信サイト運営

執筆・セミナー

THINX LAB.

THINX-LAB. (シンクスラボ) では
パチンコ業界のすべてをデータアナリスト独自の分析から
有用となる情報を会員様に提供いたします。

10日間お試し無料期間



まずは会員登録を申請。
弊社の審査後アカウントを作成。



アカウント作成日より、10日間の無料
会員期間が開始します。



10日間無料期間終了後、請求書 (無料
期間終了日より月末まで日割り計算)
をお送りします。



以降、THINX-LAB. より月初に請求
書をお送りいたします。
翌月末にお振込みください。

もっと詳しく知りたいなどのお問い合わせ、ご連絡は下記にて承ります。

7つの情報



業界動向



定点観測



営業事例



戦略戦術



新機種導入前評価



新機種導入後評価



機種分析

THINX-LAB. (シンクスラボ)

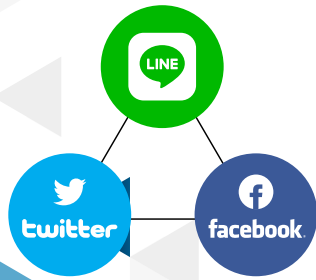
<https://www.thinx-lab.com/>

info@thin-x-lab.com

運営会社：株式会社 THINX



システム横断型業界統計サービス
TRYSEM
トライセム



タイムリーな情報発信

- ・新台速報をいち早く配信
- ・トピックス情報の発信
- ・セミナー、レポートリリースなどご案内

分かりやすい解説 /SUNTACチャンネル

- ・TRYSEM 活用法、レポート解説など様々なコンテンツを配信予定
- ・限定公開によるセミナーのアーカイブ映像も配信中



それ、
本当ですか？



システム横断型業界統計サービス

TRYSEM
トライセム

1
自店の
営業成績が
全国平均に
遠く及ばない。

全国平均よりも著しく低いという判断は正しいですか？ 貴店が参考している全国平均はいくつの情報を見て検証していますか？
一般的には、単一よりも複数の専門家に意見を求める方が、より良い判断ができるとされています。

2
新台
導入直後の
稼働実績は、
自店の数字しか
参考にできない。

競合店の実績を確認することは不可能でも、全国平均ならばすぐに確認できるのが自然ですよね？
遊技台の短命化が進んでいる中で、1日でも1時間でも早く他店実績を知ることができれば、自店の新台からより多くの利益を確保できる可能性が高まります。

3
自店
未導入の
中古台は、
確認する情報が
多くて面倒。

全国的な稼働の良し悪し、自店の稼働貢献終了機種との比較、購入時の相場...1つのサービスでこれらの情報を確認することはできないのでしょうか？
得られる結果とかけるコストが同じであれば、必要な時間を短縮できる方が良いのは当然です。

これ、TRYSEMなら解決です！

導入されているホールコンピュータに依存しない統計データなので、セカンドオペニオンに最適です。

新台データも翌日11時には公開されるので、知らない店舗に一步先行くアクションが取れます。

全国的に実績の良い自店未導入機種を複数ピックアップし、その中古台取引相場とともに提示します。

無料プランほか6タイプの料金プランをご用意。
詳細については、気軽にお問合せください。