

# TRYSEMICROSS

vol.12  
2023.04

Data Mart : L 北斗の拳

「L 北斗の拳」の最新評価情報公開

「スマート遊技機」は飛び道具ではない  
～遊技者減少に歯止めを利かせるために必要なこと～

# 「スマート遊技機」は飛び道具ではない ～遊技者減少に歯止めを利かせるために必要なこと～

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

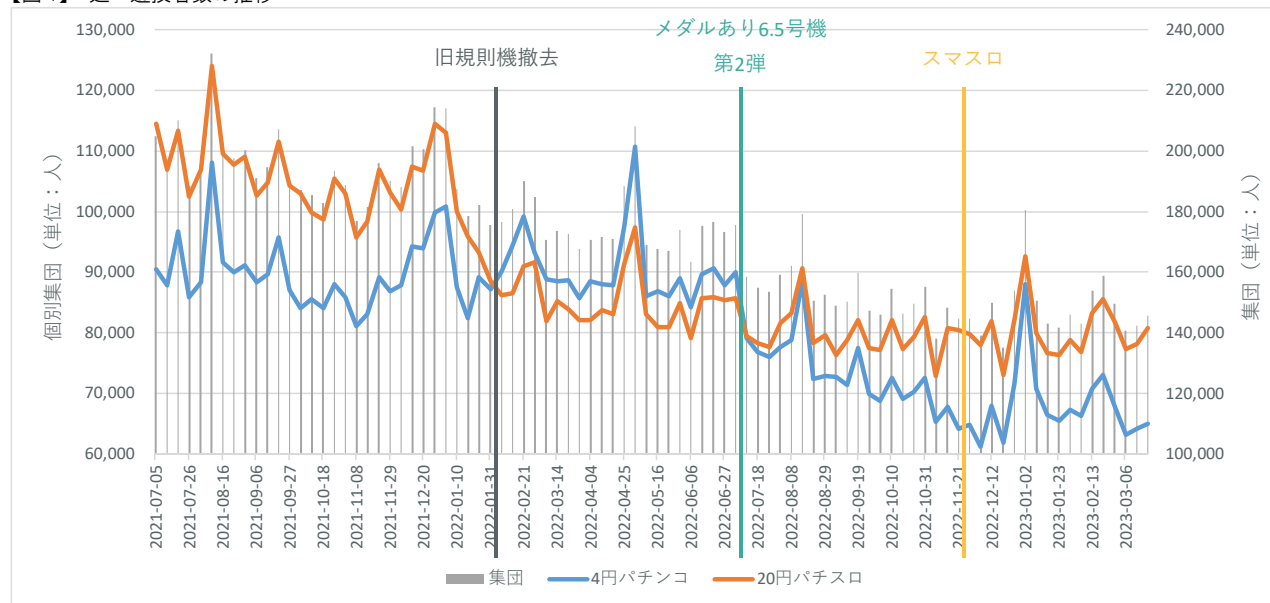
「エヴァ 15<sup>\*1</sup>」や「Re ゼロ鬼がかり<sup>\*2</sup>」のロングヒット、そして、レギュレーション面が緩和された「メダルあり 6.5号機」に「スマスロ」と、遊技機の性能や個別の事象の矢印は上向いたと示唆されるものの、市場の景況感は思いのほか上向こうとはしない。そこで、本書では、個別の事象が示すものとは裏腹に、なぜ景況感の矢印は上向こうとしないのか論じることとする。



## 遊技者数の減少に歯止めが利かない市場

まずは、「延べ遊技者」の推移から市場の推移について考察することとする。以下に、週次系列の推移をまとめた。

【図1】 延べ遊技者数の推移



冒頭で述べたように遊技機の性能や個別の事象の矢印は上向いたと示唆されるものの、「メダルあり6.5号機」、そして「スマスロ」が登場してもなお、「延べ遊技者」の推移は減少を続けている。「20円パチスロ」集団だけの推移を切り取ると、なんとか踏みとどまっていると読みとれるものの、本来、期待していたことの思惑とはズレを感じるところだろう。遊技者数の増加とまでは言わずとも、せめても

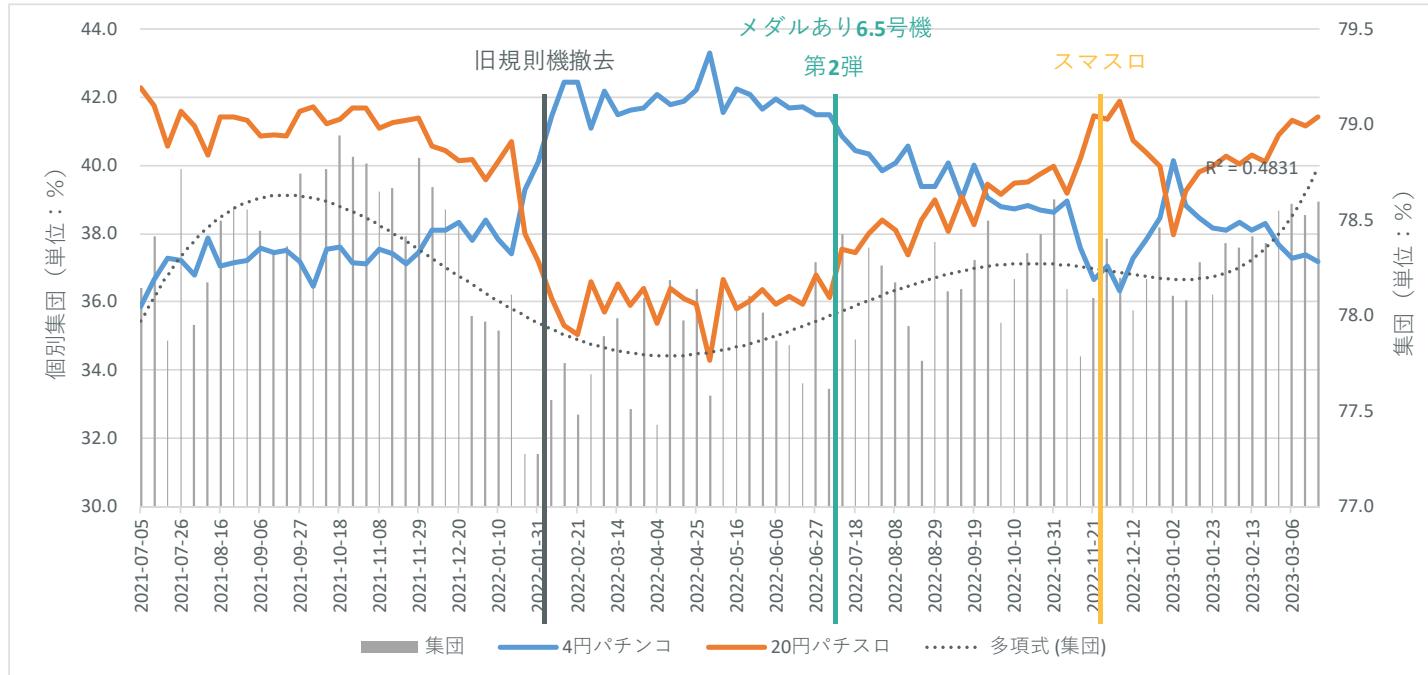
遊技者数の減少に歯止めを利かせるような動向に期待していたのが本音である。

次の章では、なぜ遊技機の性能が上がったにもかかわらず、市場の景況感の矢印は上向こうとしないのか考えてみることにする。

## 負け客の割合が増加

遊技者数の減少に歯止めが利かない理由として、「負け客」になんらかの要因があるものとして仮説を立てた。そこで、「負け客」の増減を分析するのではなく、「負け客割合」から示唆を得ることとする。「負け客」から考察しない理由は、「延べ遊技者」の規模は縮小しているため、当然、そこから得られる示唆は「減少した」に留まるためである。したがって、「延べ遊技者」の総数の内、「負け客」はどの程度の割合を占め、推移しているのか分析することとする。以下に、「負け客割合」の推移をまとめた。

【図2】 負け客割合の推移



.....

ちょうど、「メダルあり 6.5 号機」第 2 弾<sup>※3</sup>が登場したタイミングから「スマスロ」登場にかけて「負け客割合」は増加している。また、興味深い事象として「旧規則機」が撤去されたタイミングから鋭角に「負け客割合」は減少した。そして、「メダルあり 6.5 号機」第 2 弾が登場するまでの間、「20 円パチスロ」集団の「負け客割合」は低く推移していた。つまり、パチスロ暗黒時代とされ、遊技機の性能が低かった時期の方が「負けにくかった」、言い換えれば「勝ちやすかった」ことが示されている。「勝ちの魅力」が高まる代償として「負け客割合」が増加している点には注意が必要だろう。

ここまでの分析から示唆されることとして、「負け客割合」の増加が「延べ遊技者」の減少に歯止めが利かない理由のひとつとして考えられそうである。しかし、これだけの理由で単純に紐づけるのは安易な発想であるため、プレイヤーの遊びかたから探索的に分析を進めていくこととする。

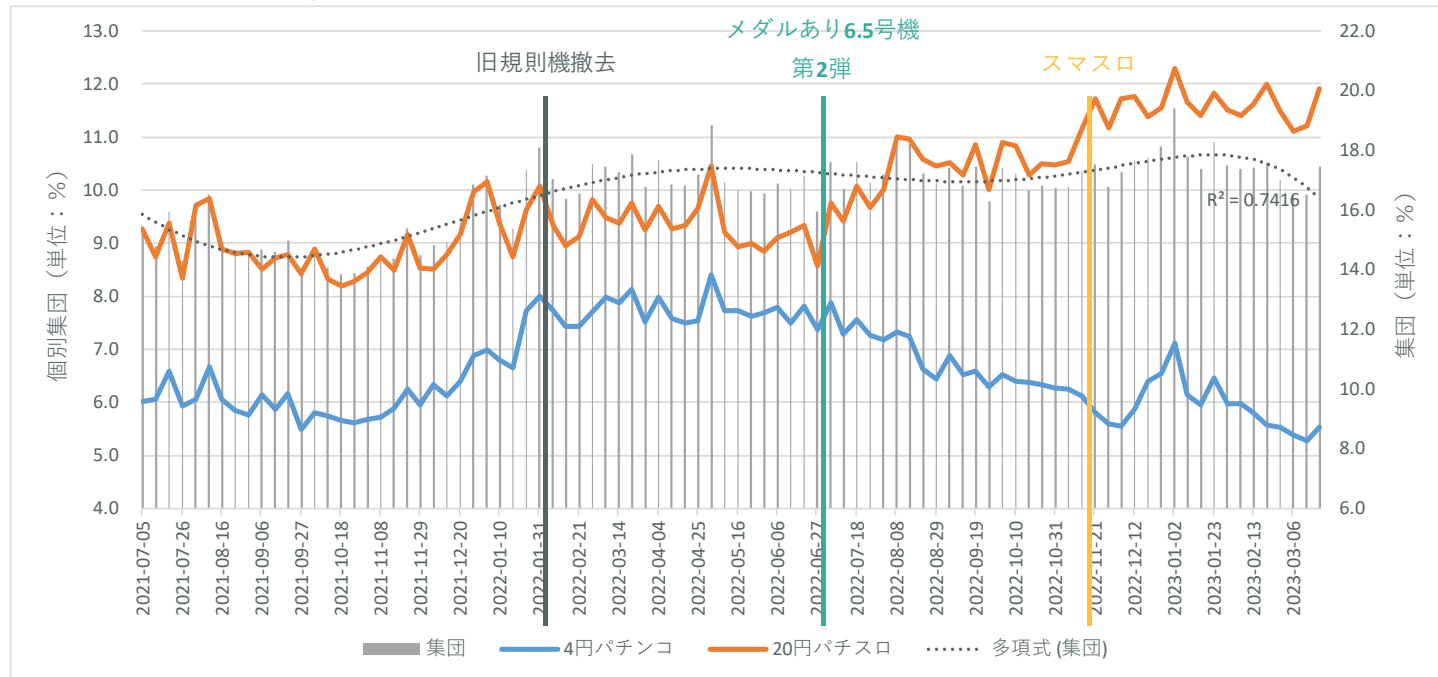
.....

※3 「メダルあり 6.5 号機」第 2 弾 S パチスロ甲鉄城のカバネリ ZR・S 犬夜叉 CAN・S アクエリオンDR がリリースされた週。

## 長時間遊技者割合が増加

これまでの分析から得られたこととして、遊技機の性能は向上した一方で、負けやすくなったことがファクトとして示された。そうした環境下において、個々のプレイヤーの遊びかたを分析することで、負けやすくなった遊技機に対しどのように感じ遊技しているのかを明らかにしてみることとする。以下に、「60分以上遊技者割合」をまとめた。

【図3】 60分以上遊技者割合の推移



「20円パチスロ」集団の推移は、想定していた結果とは裏腹に意外な結果が表れた。個々のプレイヤーの遊びかたを表す指標のひとつとなる、60分以上遊技するプレイヤーの割合は増加している。つまり、残存するプレイヤーにとっては「メダルあり6.5号機」や「スマスロ」は負けやすくなったものの、おもしろい、魅力的だと感じるプレイヤーが増加したと考えられる。また、その数値は「旧規則機」が設置されている時期に比べると10pt近く増加しており、「メダルあり6.5号機」や「スマスロ」が市場に与えた功績として高く評価できるポイントのひとつである。



こうした状況に鑑みて現在市場に残存するプレイヤー層を表現するとすれば、「ヘビーでジャンキーな遊びを好む層」で市場形成されていると言えるだろう。



## 「スマート遊技機」は飛び道具にはならない

さて、前述までの分析から示唆される結論のひとつとして、「スマート遊技機が遊技者数減少に歯止めを利かせる飛び道具にはならない」と考えられる。正確には、「射幸性を軸としたスマート遊技機だけでは解決できない」ことを意味している。売上や粗利面だけを切り取れば、皆さん承知のとおり高く評価はできる。しかし、業界の課題である「遊技者数の問題」というテーマにおいては、今のところ「射幸性を軸としたスマート遊技機」が解決に導いてくれそうにない。それは、「延べ遊技者」の推移から明らかとなっている。

ただし、残存するプレイヤーにとっては間違いなく効果的だと言える。なぜなら、負けやすくなったにもかかわらず粘り込むプレイヤーが増加している様子は、「ヘビーでジャンキーな遊びを好む層」にとっては効果的であることを意味している。したがって、「射幸性」を軸とした遊技機だけでは、店内の回遊、および競合店間での回遊を促すまでに留まり、遊技者数を増加させるまでの意味を持たないと考えられる。

では、こうした課題に対しどのような視点を持って営業を設計していくべきなのか、次の章で考えることとする。

## 課題解決に導く視点

課題を整理しておく、どのようにすれば遊技者数の減少に歯止めを利かせられるのかとなる。ミクロ視点で言えば、どのようにすれば足元商圏の遊技者数の減少に歯止めを利かせられるのかが論点となる。その結論は、「ヘビーでジャンキーな遊びを好む層」の一方にいる、「ライトでマイルドな遊びを好む層」の復活がカギを握ると考えている。つまり、「射幸性を軸としない遊技機」によってスリープ層などを復活させられるのかが重要であると考えている。具体的には、「ミドル海」、「アマデジ」などのカテゴリを好む層を取り込めるかが、「遊技者数の問題」においては重要なテーマだと考えられる。



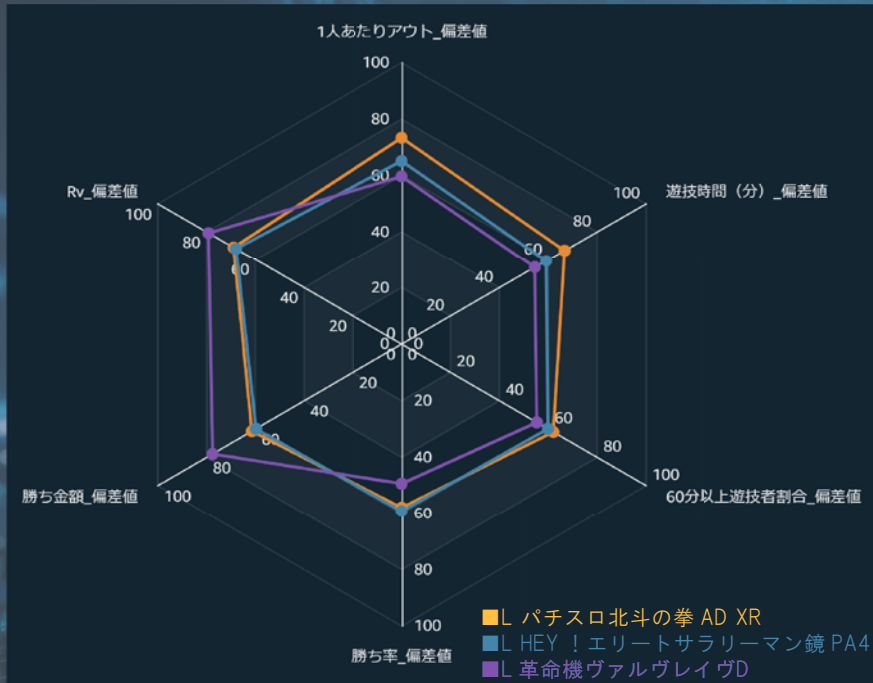
## おわりに

よくよく考えてみると、市場に残存するプレイヤーのほとんどが「ヘビーでジャンキーな遊びを好む層」となり、「負け客割合」が増加する流れは至極当然だったのではないだろうか。なぜなら、コロナショック以降のマーケットは縮小し、それでもホールへ足を運ぶ層は「パチンコ」、「パチスロ」が大好きな層だったことは、すでに知られている事実である。そして、そうしたマーケティングに基づき遊技機メーカー、および店舗運営サイドが取った選択は、より高い射幸性の方へとベットし続けてきた。具体的には、「高速出玉系ミドル」の増加、「ミドル海」や「アマデジ」の売場縮小などが代表的な例となる。これはこれでマーケティングに基づいた正しい姿であったが、そればかりでは遊技者数の減少に歯止めが利かないどころか、負け客が増加したことが本書の分析で明らかとなった。マーケティングのセオリーに基づけば、ボリュームゾーンである「ヘビーでジャンキーな遊びを好む層」を狙うのは正しい選択であり、これからも経営の根幹を担うことは言うまでもない。しかし、一方にいる「ライトでマイルドな遊びを好む層」をどのように取り込んでいくべきなのかが、本当の意味で今われわれに突き付けられている課題ではないだろうか。

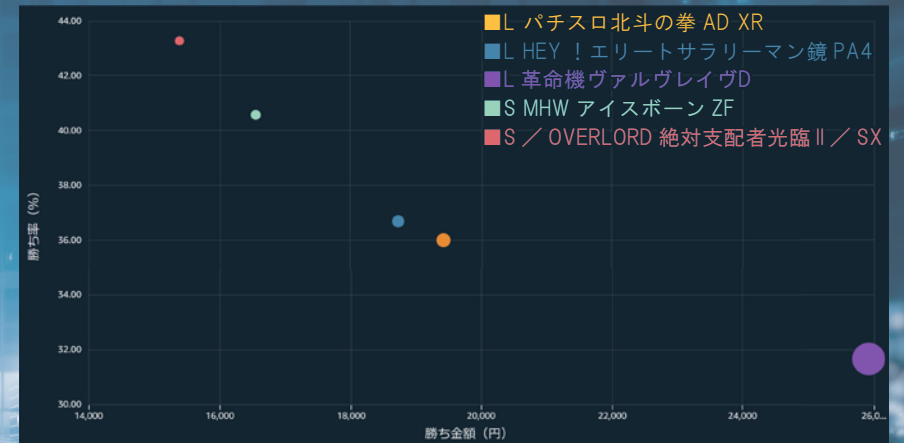
スペック（遊技機性能）の話ではなく、ヒト（遊技者）とモノ（遊技機）を繋ぐインターフェース（ウォンツ）の話をしよう。 ——— 吉元 一夢

# Data Mart : L 北斗の拳

## 偏差値分析



## 勝ちの質バランスシート \*バブルのサイズはRvの大きさを表したもの



(C) 武論尊・原哲夫/コアミックス 1983, (C)COAMIX 2007 著作権許諾証 YRA-114, (C)Sammy

## Data Mart : L 北斗の拳

### 勝ち率



### 勝ち金額



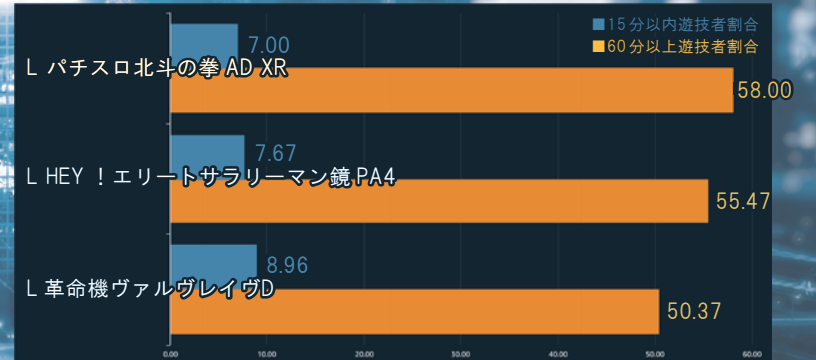
### Rv



### 遊技時間



### 60分以上・15分以内遊技者割合



## 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。

# 「スマート遊技機」は飛び道具ではない ～遊技者減少に歯止めを利かせるために必要なこと～

---

2023年4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](mailto: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)

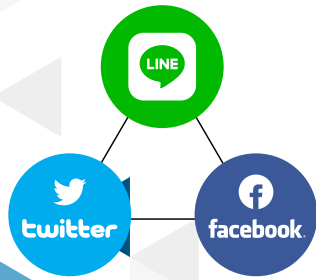
<https://www.thinx-lab.com/>

[info@thin-x-lab.com](mailto: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。