

TRYSEM CROSS

vol.03
2022.07

特集 あらたな分析論。

Reward value (リワードバリュー) という褒美の値

2022年、半年間の業績を振り返る

数値からみる4円集団のリアクション

4円集団のお盆商戦を予測

あらたな分析論。 Reward value (リワードバリュー) という褒美の値

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

はじめに

旬の飛び道具は、万能の必殺技であるかのような期待を大いに集めるだろう。しかし多くの場合、飛び道具の安直な導入が「手段の目的化」を招くことがある。その結果、当初意図していた成果が出ないばかりか、かえって経営を混乱させる結果に終わることは少なくないだろう。ではなぜ、このような混乱を招くのだろうか。それは、飛び道具への喧伝によってあおりを受けるからだだろう。いわば、情報の受け手の思考や判断にバイアスがかかるノイズのようなものである。

6.5号機やスマート遊技機には期待しているが、即時効果を発揮する飛び道具であるかのようにやし立てるには注意が必要だろう。あくまでホール運営の目的は長期に安定した利益の確保であり、飛び道具の導入はこの目的を達成させる手段に過ぎないということを忘れてはならないだろう。喧伝される情報からノイズをそぎ落とすには、データ分析力を高め飛び道具をマーケティング活動に落とし込む能力が問われるといえるだろう。

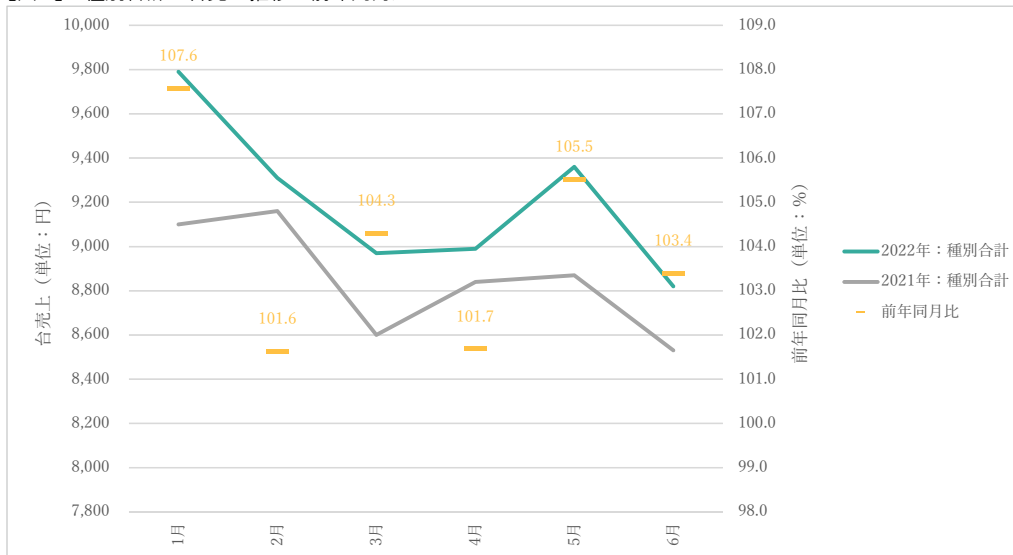
そこで本書では、データ分析力という点にフォーカスし分析の型のような話をご紹介しますと思う。過去の実数値から傾向や特徴をつかみ、それを未来の予測につなげ、適時、効果的となり得る手法はいったい何なのか。このような話について解説させていただこう。

前年同月の比較

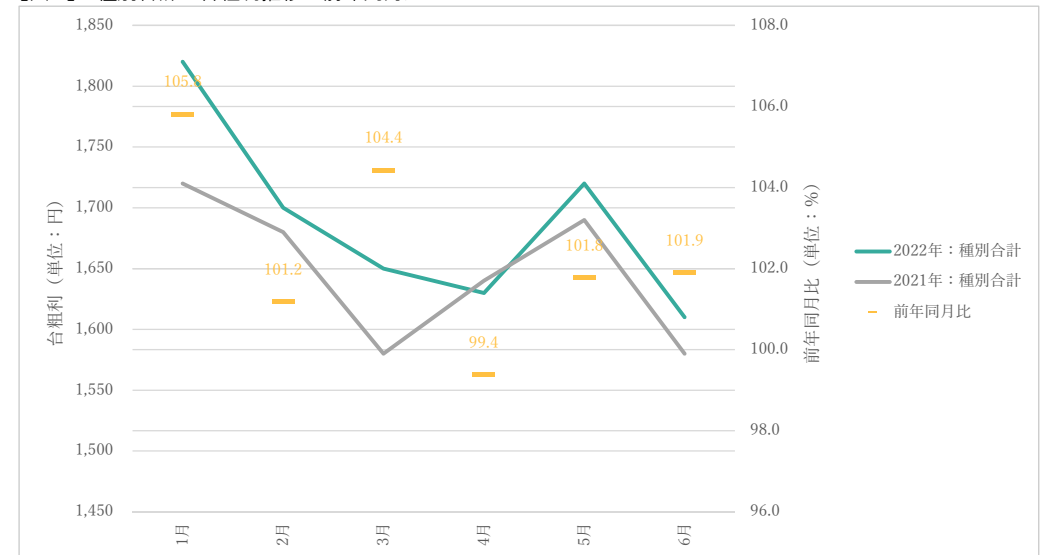
◆種別合計（パチンコ・パチスロの合計）

2022年になり早半年が過ぎたのだが、まずはここまですを振り返ってみたいと思う。そこで、台売上と台粗利の前年との比較からどのように変化したのか確認しておこう。

【図1】 種別合計の台売上推移と前年同月比



【図2】 種別合計の台粗利推移と前年同月比

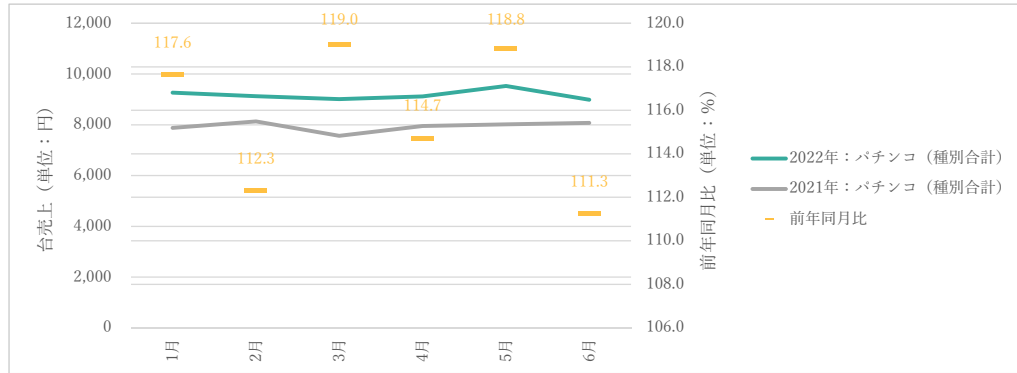


前年を100%としたときに種別合計の台売上と台粗利は、4月の台粗利を除き前年を上回っている。これは、ポジティブな事象としてはっきりと読みとれるであろう。しかし種別単位で見ると、必ずしもそうとはいえない。では、その点について確認してみよう。

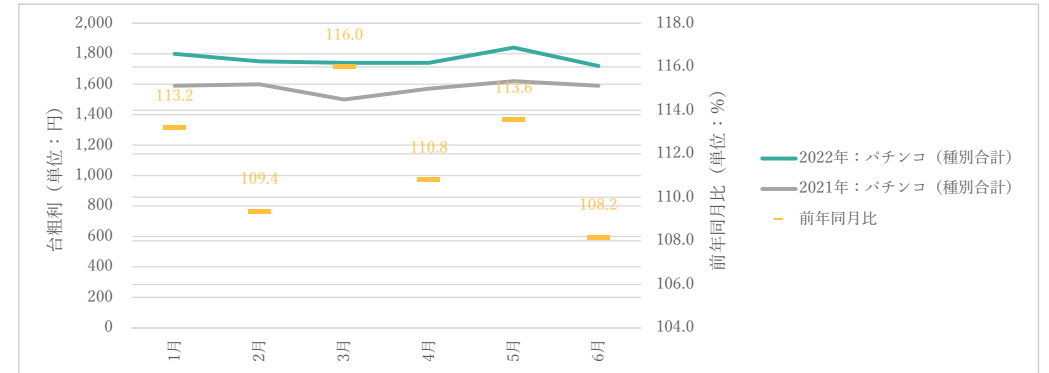
◆種別単位（パチンコ・パチスロ）

では、こちらをご覧ください。

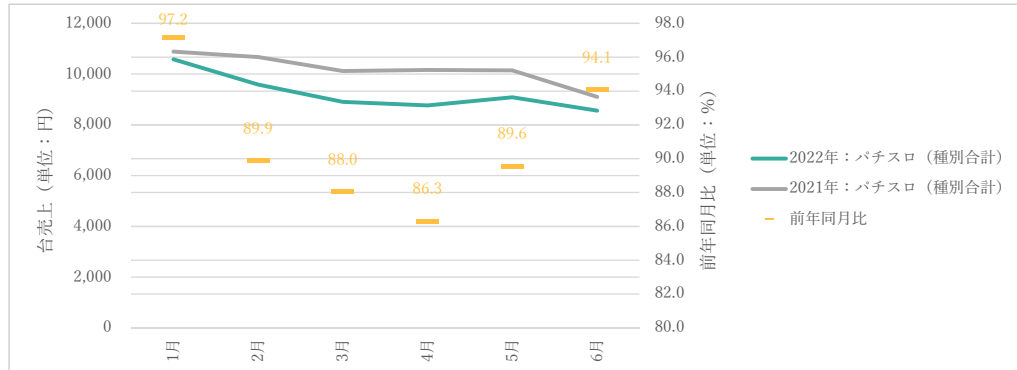
【図3】 パチンコの台売上推移と前年同月比



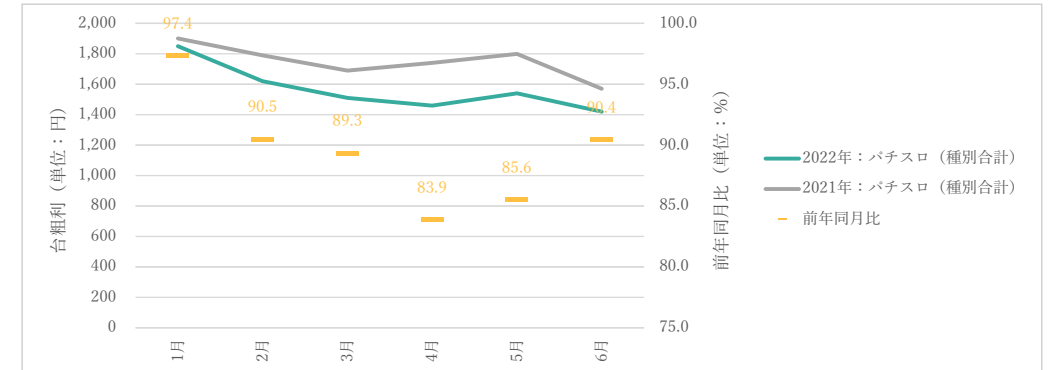
【図4】 パチンコの台粗利推移と前年同月比



【図5】 パチスロの台売上推移と前年同月比



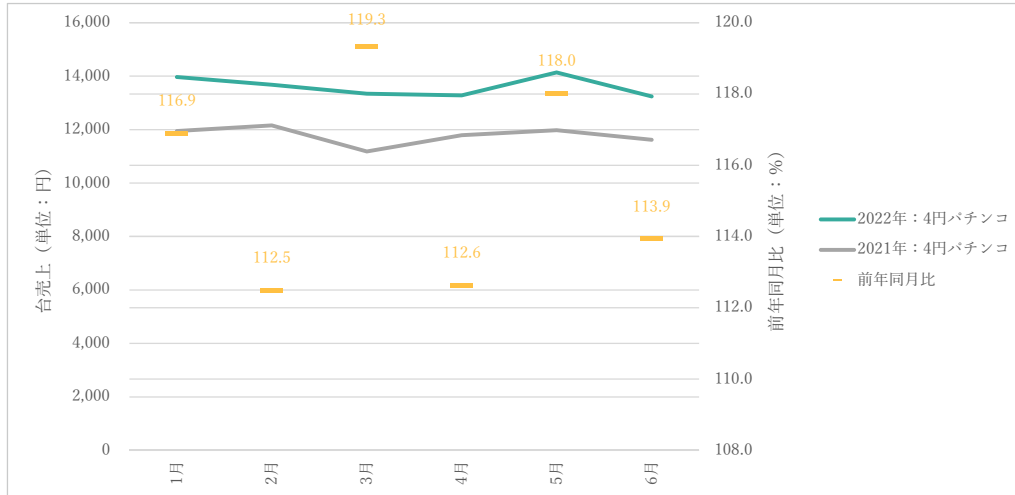
【図6】 パチスロの台粗利推移と前年同月比



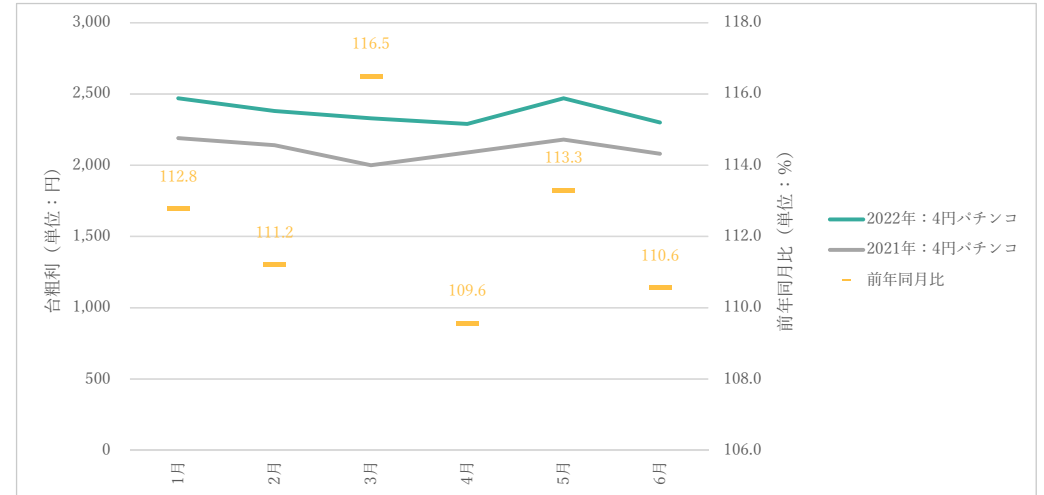
種別単位では、はっきりとした違いが表れた。パチンコの台売上と台粗利、それぞれの数値は約114%前後の値となり、一方でパチスロは約88%前後の値となった。つまり、種別合計の台売上、および台粗利が前年を上回る事象は、パチスロのマイナスをパチンコのプラスで補っているといえるだろう。

貸玉、貸メダル別の詳細なデータについては、次の頁から2頁にわたり図示しておく。容易にわかりやすくなるだろう。

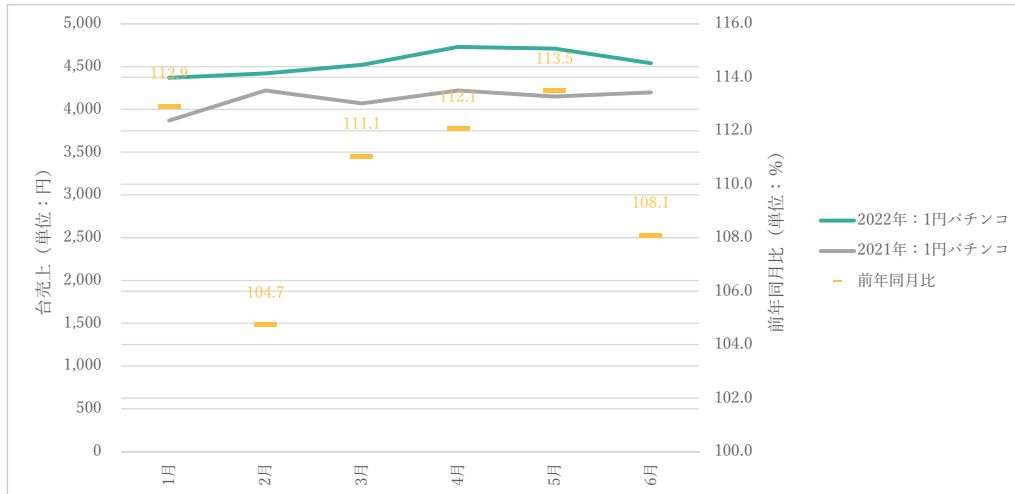
【図7】 4円パチンコの台売上推移と前年同月比



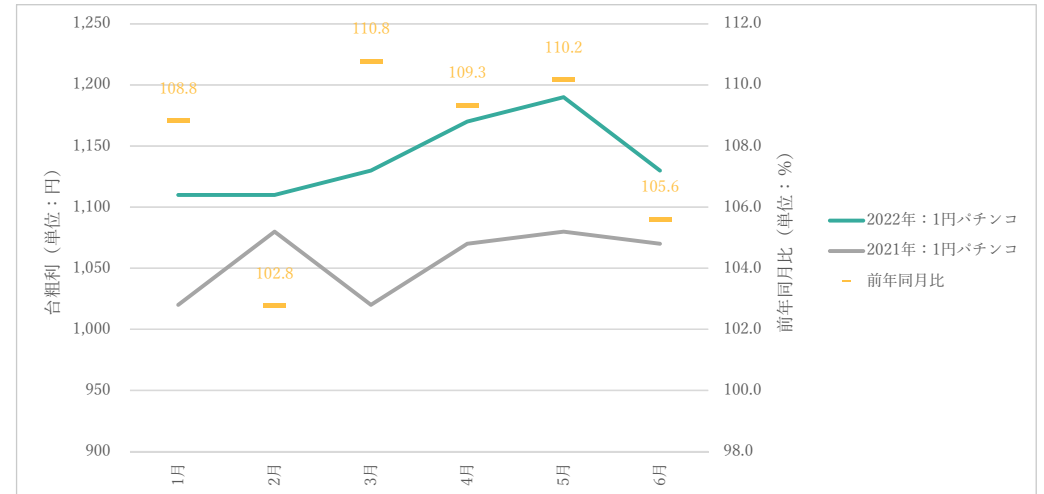
【図8】 4円パチンコの台粗利推移と前年同月比



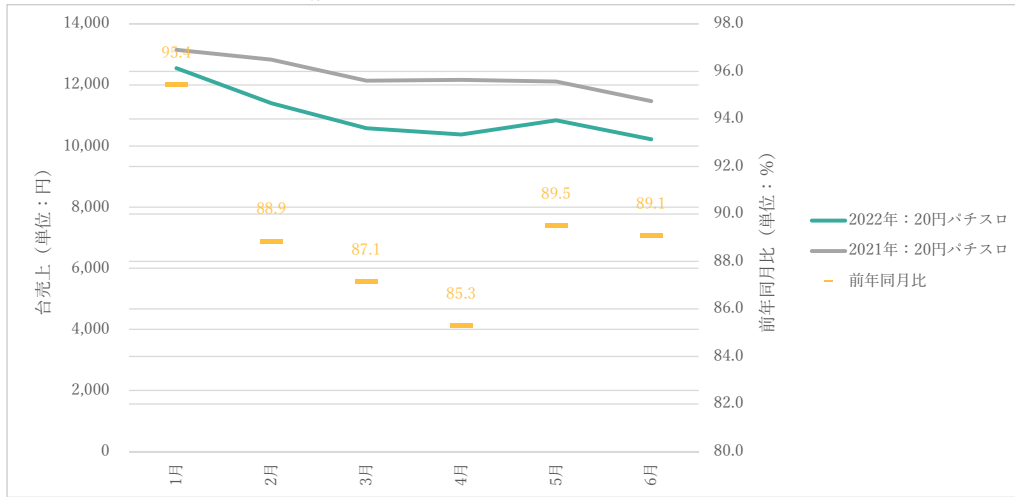
【図9】 1円パチンコの台売上推移と前年同月比



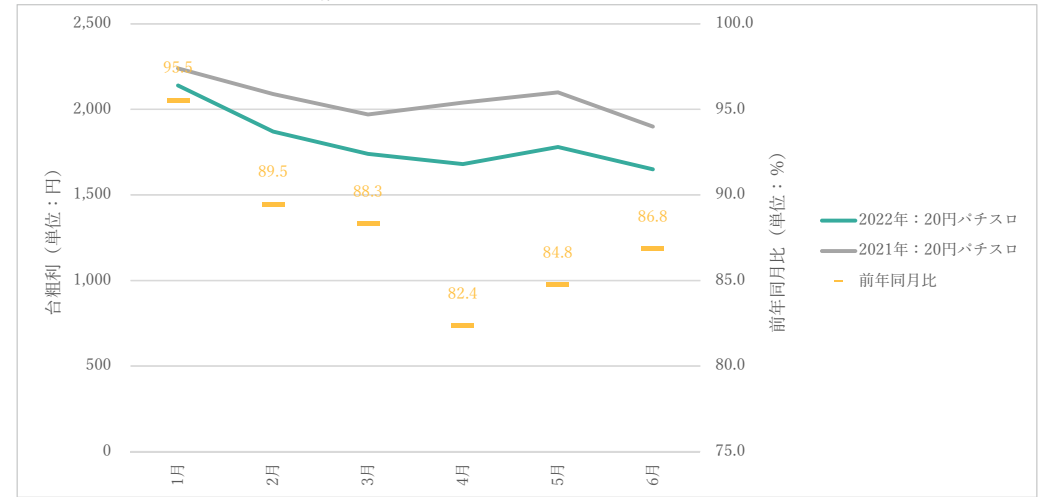
【図10】 1円パチンコの台粗利推移と前年同月比



【図 11】 20円スロットの台売上推移と前年同月比



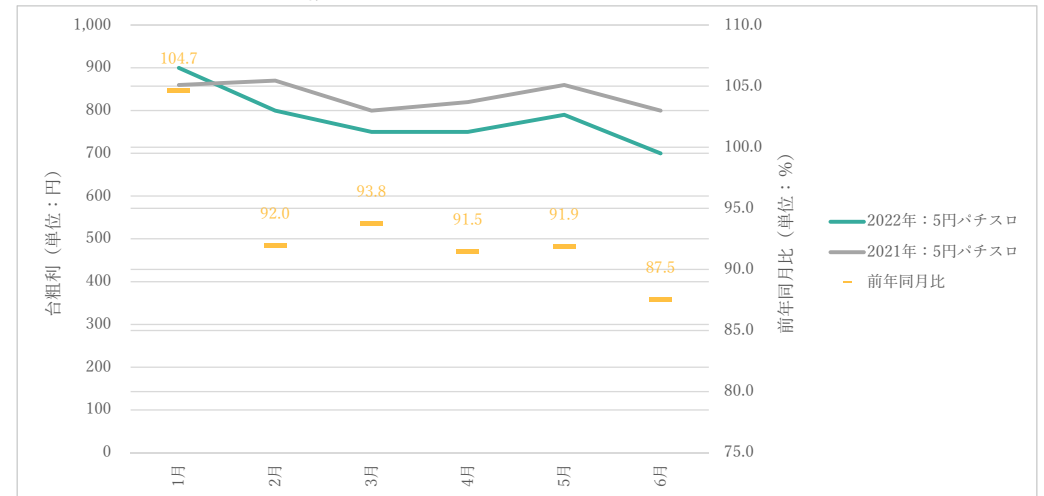
【図 12】 20円スロットの台粗利推移と前年同月比



【図 13】 5円スロットの台売上推移と前年同月比



【図 14】 5円スロットの台粗利推移と前年同月比

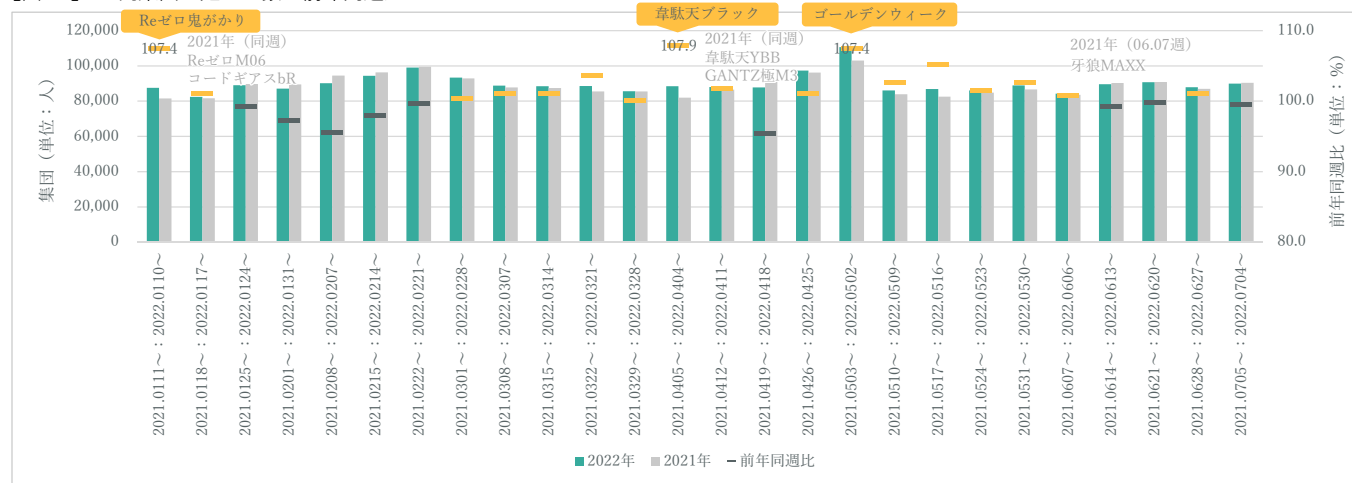


これまでの話から、パチンコがホールの業績を支えているといえるだろう。とくに、4円パチンコの活躍は抜きんでたものがある。そこで、延べ人数というデータを使って4円集団^{※1}について詳しく解析してみよう。

4円集団の前年同週比

まずは、週次で前年と比較してみよう。

【図15】 4円集団の延べ人数の前年同週比



バラツキはあるが、調査期間 26 週のうち 17 週が前年を上回っている。しかし 2 月だけは、連続して前年を下回っている。これは旧規則機が撤去されたあとの時期と重なることから、移行期として市場に不安定さがあつたと推測できないだろうか。

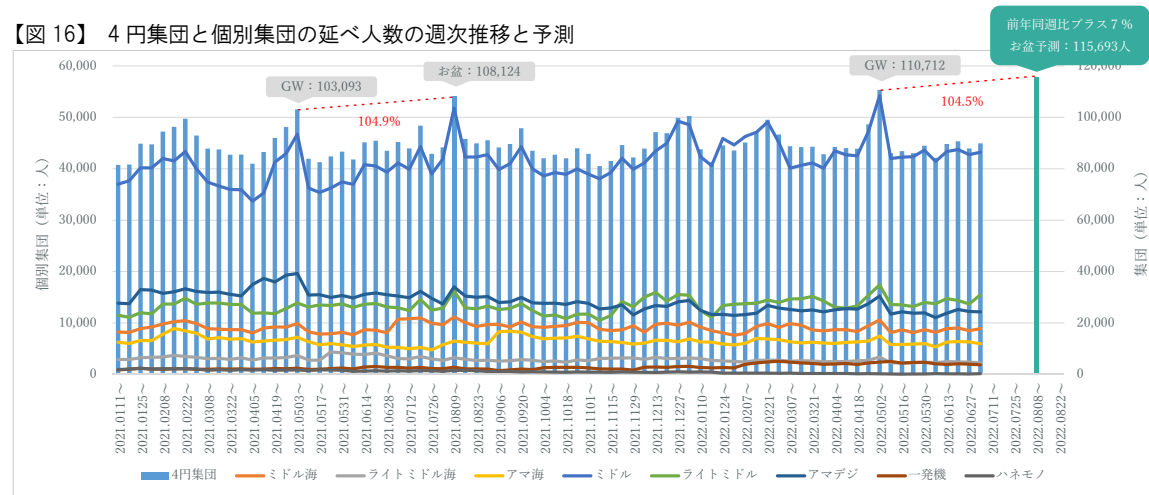
また、定点でみると「Re ゼロ鬼がかり^{※2}」「韋駄天ブラック^{※3}」がリリースされた週、およびゴールデンウィーク週で大幅な上昇をみせている。つまり、ヒット機や話題機、および長期連休に対するリアクションは、前年に比べると反応しやすい市場感であるといえるだろう。数字に置換すると、前年よりプラス7%のリアクションが獲得できているということだ。お盆商戦に期待が高まるころだろう。

※1 4円集団 4円パチンコ集団 ※2 Re ゼロ鬼がかり P Re:ゼロから始める異世界生活 鬼がかり ver. M08 ※3 韋駄天ブラック P 大工の源さん超韋駄天ブラックCS

お盆商戦は 115,000 人を超える？

では、どの程度の期待ができるのだろうか。あらかじめお盆商戦の延べ人数を予測しておけば、詳細なところまで戦略をデザインしやすくなるだろう。

【図 16】 4円集団と個別集団の延べ人数の週次推移と予測



前年のゴールデンウィーク週の4円集団は、延べ103,093人となった。また、その年のお盆週では108,124人のプレイヤーを創出している。伸び率にして、104.9%である。次いで、当年のゴールデンウィーク週をみると、前年の同週よりもプラス7,619人増加している。これが前述で述べた、プラス7%のリアクションにあたるどころだ。プラス7%の算術にて、お盆週を予測すると115,693人となり、伸び率にして104.5%となりそうだ。前年に似た傾斜で伸びると推測できそうである。ただし、お盆までにリリースされる6.5号機の状態によっては、このかぎりでないことは事前にお伝えしておこう。

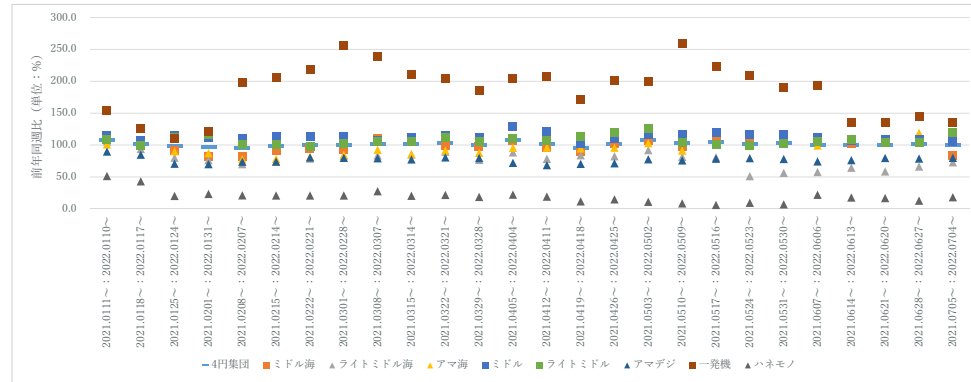
※時系列分析の目的

時系列変動の構成要素のうち傾向、景気変動、および季節変動は、その時系列の動きを過去から現在まで支配している統計的規則性が変わらないかぎり、将来にわたって繰り返されるものと考えられている。将来（統計的規則性自体に変化が生じない程度に近い将来）の時期について合成することによって、かなり良い予測が得られるはずとされている。ただし突発的原因によっておこる変動の中断は、予測のかぎりではないが、過去から現在に至る過程で観察された変動の大きさだけ予測に幅をもたせて考えればよいとされている。

個別集団※4 単位の成長と予測

4円集団としての統計的規則性や変動は前述のとおりである。次は4円個別集団単位の変動から、前年に比べ成長しているセグメントを確認してみよう。

【図 17】 個別集団の延べ人数の前年同週比

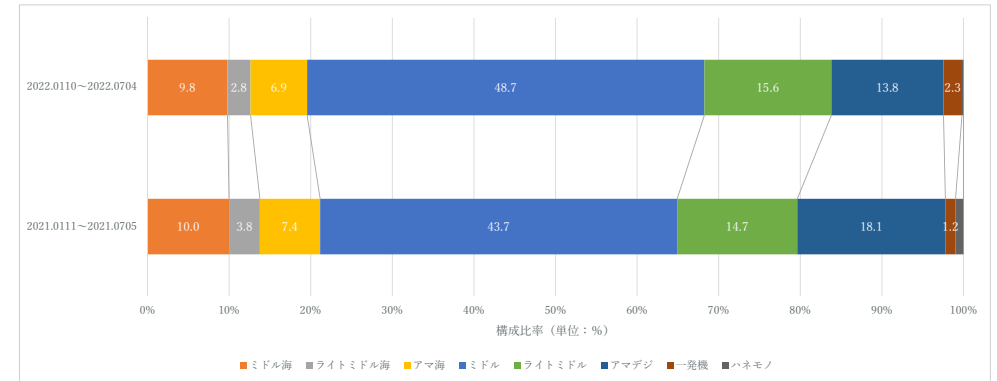


調査期間の算術平均では、4円集団の前年同週比は101.2%を示している。さらに、個別集団単位で前年と比較すると「一発機」「ミドル」「ライトミドル」の順でプラスとなった。一方、マイナスの個別集団としては「ハネモノ」「アマデジ」「ライトミドル海」「アマ海」「ミドル海」の順で並べることができる。これらから、ライトでマイルドな遊びとされるセグメントの苦戦が顕著であるといえそうだ。

ではいったい、お盆商戦やその後の個別集団はどのような割合で市場を形成するだろうか。その点について考えてみよう。

前年同週比	調査期間平均
4円集団	101.2
ミドル海	99.5
ライトミドル海	77.3
アマ海	95.8
ミドル	112.7
ライトミドル	107.2
アマデジ	77.0
一発機	185.8
ハネモノ	19.5

【図 18】 個別集団の構成比率の前年同期比



前年同期比による構成比率の変動をみると、その違いはあきらかである。成長著しいのは「ミドル」であり、反対に「アマデジ」の縮小が際立っている。マーケットの構造変化としておさえておくべきだろう。また一般的に、構造変化は急激におこるようなものでなく時間を要する性質があるとされていることから、お盆商戦やその後という時間軸においては現状の構成比率を参考にするのがベターだろう。ただし、お盆週という定点で予測する際は突発的原因の影響（新機種）により一時的に不規則な変動がおこるとし、幅をもたせる必要があるだろう。

【表 1】 2022.0808 週の市場予測と構成比率

項目機種名	2022.0808週	構成比率
4円集団	115,693	100.0
ミドル海	11,336	9.8
ライトミドル海	3,305	2.9
アマ海	8,014	6.9
ミドル	56,349	48.7
ライトミドル	17,921	15.5
アマデジ	15,914	13.8
一発機	2,620	2.3
ハネモノ	234	0.2

※4 個別集団 当該集団を区分けした集団。セグメントと同義。4円集団を区分けした集団のこと。

Reward value（リワードバリュー）という褒美の値

これまでの話から4円集団、および個別集団のお盆商戦やその後の営業戦略は大筋イメージできているのではないだろうか。ただし、本書がみなさんの目にふれるころ（7月下旬）から、お盆商戦の戦略を再構想するには時間的に無理があるだろう。そこで、即時営業に反映させることができる手法やポイントについてお伝えしていきたいと思う。

ここで活用するのが、Rvという指標である。これはReward value（リワードバリュー）の略称であり、褒美の値（報酬値）という意味となる。いまではよく語られることがある、「勝ち率」「勝ち金額」という勝ちの魅力を定量的に表した数字があるが、こ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かた（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。導入1週目の値から判断できるポテンシャル診断や運用面において利用できると考えている。

Rv（褒美の値・報酬値）の計算式

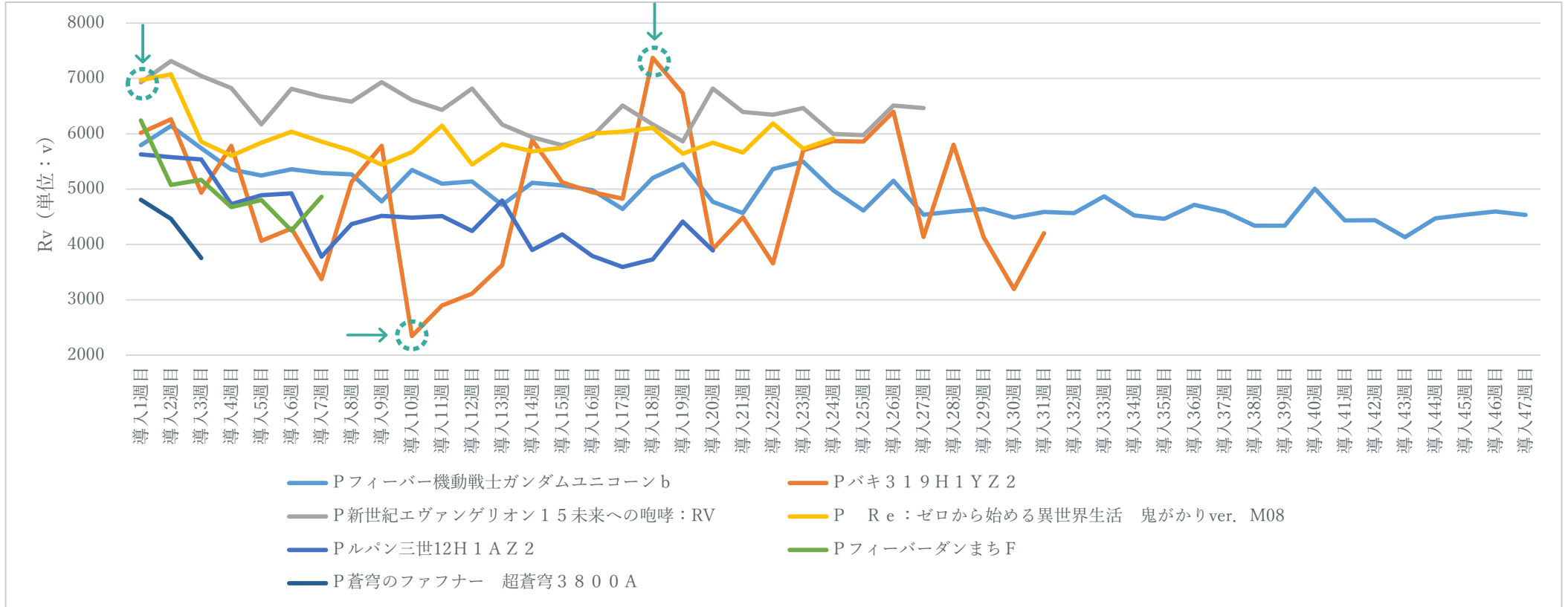
$$Rv = \text{勝ち率} \times \text{勝ち金額}$$

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



では、さっそくこちらをご覧ください。

【図 19】 導入1週目からの Rv の推移



これは、調査対象とする機種の導入1週目からの Rv の推移を観察したものである。いくつかポイントが読みとれるので、その点について次の頁でお伝えしていこう。

◆導入1週目 Rv6900

現在も市場をけん引する「エヴァ 15^{*5}」と「Re ゼロ鬼がかり」だが、この2機種
の導入1週目のRvに注目してみよう。すると、Rv6900という数値を示してい
る。これは、前年1月からリリースされたすべての機種を含めても、唯一無二と
なる褒美の値である。

また、以降の推移をみても他の機種よりも高い水準で推移している。他の機種
がリリースされても、追従を許さない理由のひとつとして考えられないだろうか。
いずれにしても、導入1週目のRv6900という数値がしきい値となりそうだ。今
後リリースされる機種のポテンシャルを診断する上で有効な指標のひとつとして
活用してみたいところである。

◆乱高下する魅力と射幸性の度合い

次は、「バキ 319^{*6}」に注目してみよう。週次単位では、かなりのバラツキが確
認できる。最高到達地点にしてRv7372、反対に、最低到達地点はRv2346を示
している。最高到達地点については、調査対象機種の中で最大値のポテンシャル
となっている。また以降の推移をみても、「エヴァ 15」「Re ゼロ鬼がかり」を超
えるタイミングは幾度もあり、ポテンシャルとして高いものがあるのだろう。

つまり、乱高下する魅力と射幸性の度合いは「コインの裏表」の関係にあると
考えられないだろうか。乱高下するからこそ射幸性は高まり、唯一無二の存在と
なるのだろう。

ただし、誤解しないでいただきたいのは乱高下するから良い。というわけでは
ない。その時々でトップを走る機種のRvに到達できるポテンシャルを有するこ
とが前提になることはおさえておくべきだろう。

◆Rv4500が安心して遊技できる褒美の値

最後は、「ユニコーン^{*7}」に注目してみよう。前年の8月にリリースされてか
ら1年近くが経つが、いまでもファンの支持を獲得している優秀な機種である。
控えめに言っても、パチンコブームの着火剤になった機種といえるだろう。そん
な「ユニコーン」による褒美の値は、Rv4500前後で安定した推移を長期にわた
り示している。つまり、長きにわたり支持される理由のひとつに、プレイヤーが
安心して遊技できる褒美の値を提供し続けているからだ。と考えられないだろう
か。

その意味で、この先「ユニコーン」の褒美の値がRv4500を下回る推移が続く
ようであれば離反するプレイヤーが増える可能性があるといえないだろうか。

いずれにせよ、「ユニコーン」の事例をもとにRv4500を運用時のしきい値と
しておさえおきたいところである。

※5 エヴァ 15 P 新世紀エヴァンゲリオン15 未来への咆哮 ※6 バキ 319 P バキ 319 H1 Y Z 2 ※7 ユニコーン P フィーバー機動戦士ガンダムユニコーンb

Rvを使った即時反映

それでは最後に、即時に営業に反映させることができる手法やポイントについて、Rvを活用し営業に落とし込む方法をご紹介します。

◆新機種評価

前述でも少し述べたが、7月下旬から8月上旬にかけてリリースされる機種の評価についてRvを確認しよう。という話である。ポイントは2つある。1つ目は、導入1週目のRv6900に到達するかしないかという点である。2つ目は、2週目以降のRvが「エヴァ15」や「Reゼロ鬼がかり」に比ぶどのように推移するのか、このあたりについて注意深く確認しておくべきだろう。そうすることで対象となる機種のお盆商戦での運用の仕方や、その後の運用（使う or 売却など）までを構想しておけば、ロスなく立ち回ることができるのではないだろうか。

◆運用

次は運用についてだが、これもまた前述で少し述べたがRv4500がポイントとなる。運用といえば当然、台売上や台粗利などの台データを重視するのが通例だが、顧客データを取り入れた運用を採用してみたいだろうか。つまり、台粗利も重要だがRvも同じくらい重要ではないか。という話である。お盆などの長期連休の場合、プレイヤーの増加にともない、総じて稼働は上がりやすく、売上や粗利も伸びやすい。当然、儲けるべき時期ということだ。これは、ビジネスという観点において健全な考えかただろう。ただし、無作為にとにかく儲ける、という話は別の話だろう。たとえば、台粗利10,000を獲得できている機種が仮にRv5500であったとしたら、Rv4500というしきい値と比較すれば、もっと台粗利

を高めても問題ないだろう。という考え方もできるということだ。逆もまた然りである。

台データだけでは測れない、プレイヤーに還元する褒美の値を運用面に落とし込んでみてはいかがだろうか。



おわりに

数字には定数と変数がありその意の解釈として、定数とは「変えられないもの」であり、いわば「考えてもムダ」といえないだろうか。一方、その意でいえば変数は「変えられるもの」であり「考えるべきこと」と読みとれないだろうか。ホールの立場において、世にリリースされる機械のスペックなどを、変えることができない定数として定義するのであれば、Rvなどの変数について考えるほかないだろう。「変数はなにか」「どこに変数が隠れているのか」試行錯誤しながら、パフォーマンスを上げる方法を研究することが重要ではないだろうか。これは機械だけの話に留まらず、あらゆる業務の中でいえることだろう。まずは、定数はなにか、変数はなにか、このあたりから整理してみてはいかがだろう。

自戒も込めて——吉元 一夢

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。

あらたな分析論。

Reward value（リワードバリュー）という褒美の値

2022年7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。

会員登録



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日間無料会員



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。

初回支払い
年額会員の場合一括



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。

SUBSCRIBE
翌月より定額支払い
月額会員の場合

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



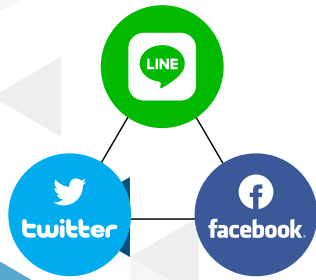
機種分析

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



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

<p>1</p> <p>自店の 営業成績が 全国平均に 遠く及ばない。</p>	<p>2</p> <p>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。</p>	<p>3</p> <p>自店 未導入の 中古台は、 確認する情報が 多くて面倒。</p>
---	--	--

<p>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か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。</p>	<p>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。</p>	<p>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。</p>
--	--	---

これ、TRYSEMなら解決です！

<p>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、セカンドオピニオンに最適です。</p>	<p>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。</p>	<p>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。</p>
---	---	---

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。