

vol.07
2022.11

TRYSEMICROSS

好業績を残す6.5号機の特徴

好業績を残す 6.5 号機の特徴

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

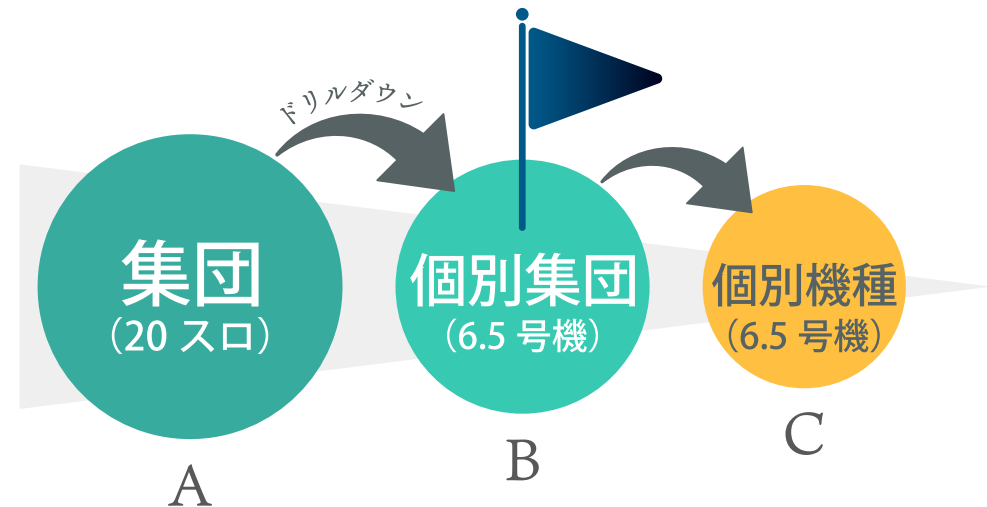
はじめに

6.5号機が登場してから早半年近くが経過しようとしている。そうしたかと思えば、間もなく「スマスロ」が登場するのだから、時がたつのは早く業界も目まぐるしく変化しているのだと思う。

さて、本書が皆さんの目に触れる頃を逆算すれば、時機的に「スマスロ」について書き記したほうが面白味はあるかと思ったが、それは、データ素材が出そろってからにしたいと思う。そこで、本書は「スマスロ」を迎え入れるにあたり、「6.5号機」市場はどこまで拡大しているのか、また、どのような特徴を持つ機種が好調な結果を示しているのかお伝えしようと思う。とくに「スマスロ」が入らない店舗には、最後までご覧いただき、何かしらのヒントをつかむきっかけにしたいだければ幸いである。

6.5号機集団の現状と今後の予測

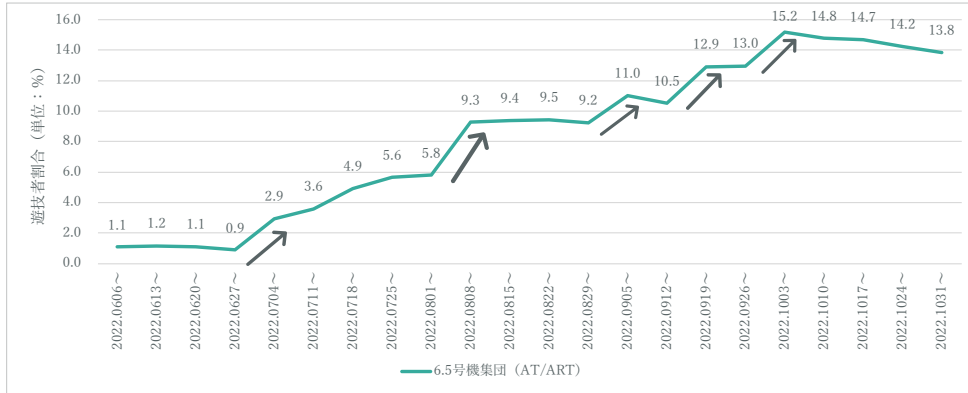
まずは、「6.5号機」を選択するプレイヤーの市場感はどこまで拡大を見せているのか観察したいと思う。



そこで、統計的集団性に基づいて20円スロット集団の中から「6.5号機」を抽出し、それを「6.5号機集団」として、どのような推移を示しているのかご覧いただきたいと思う。

◆遊技者割合

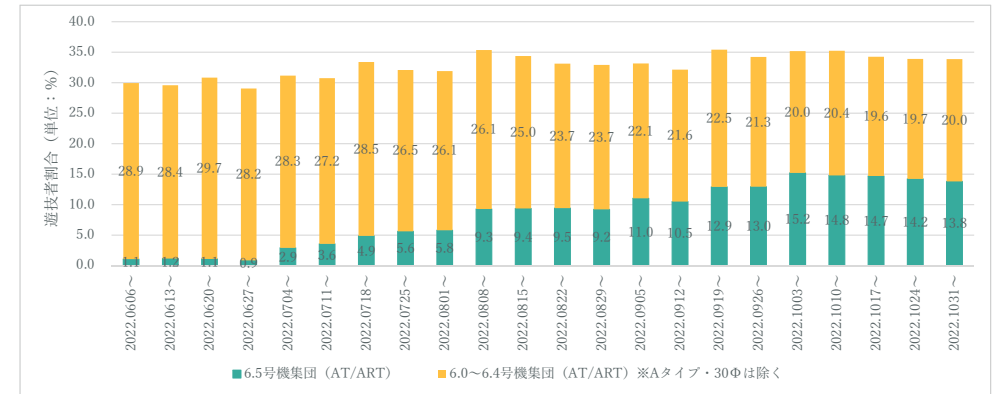
【図1】「6.5号機集団(AT/ART)」の遊技者割合



「6.5号機」の登場から半年近く経過するのだが、「6.5号機集団」の推移は着実に成長曲線を示している。その背景には、いくつかのポイントになるタイミングが存在しており、新機種がリリースされた時期に鋭角な伸びを示しながら市場を拡大しているようである。

では、「6.5号機集団」はこの先どこまで拡大を示すのか考えてみたいと思う。

【図2】「AT/ART 集団」の遊技者割合



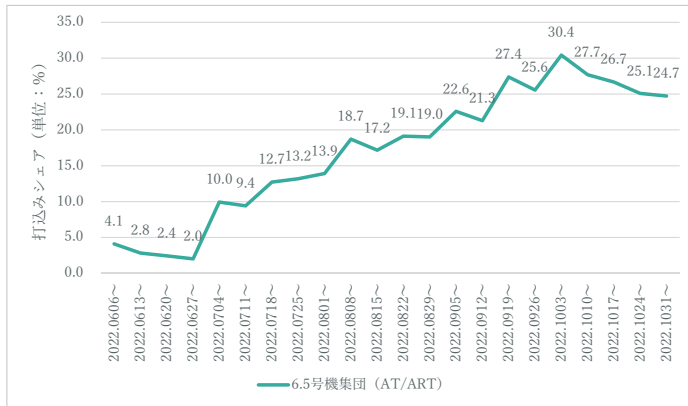
これは、「6.5号機集団」と「6.0～6.4号機集団」の中から「AT/ART機」のみを抽出し、区分分けをした図となる。「6.5号機」が登場した当初の「AT/ART機集団」は、おおよそ30%前後で推移していたものが、7月下旬ごろから30%を超えはじめ調査対象期間の直近週では、おおよそ35%の集団規模にまで拡大している。また、その内訳をみると「6.0～6.4号機集団」は、おおよそ20%にまで縮小しており、おそらく今後はこのシェアを「6.5号機」や「スマスロ」が食い合うのではないかと考えられる。

したがって、少なくともあと20%近くの拡大が予測されるのではないだろうか。

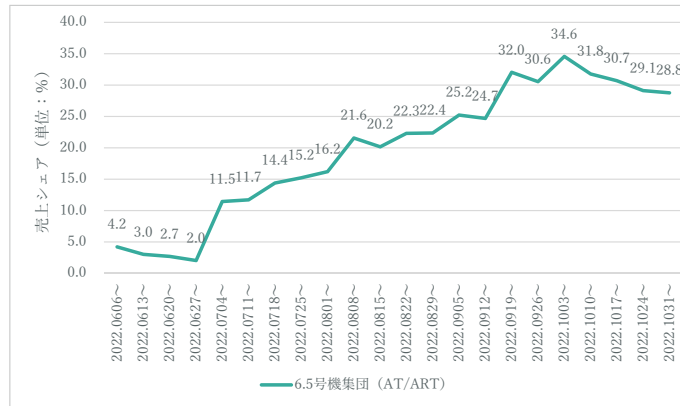
6.5号機集団の業績貢献

それでは次に、着実に成長曲線を描く「6.5号機集団」はどの程度、業績に貢献しているのか確認したいと思う。

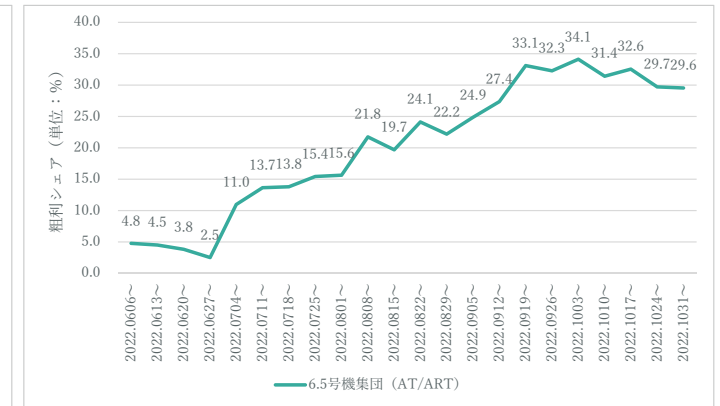
【図3】 打込みシェア



【図4】 売上シェア



【図5】 粗利シェア



これは、打込みメダル数ほか、売上や粗利の実績値が、20円スロット集団においてどの程度の割合を占めているのか観察した図となる。

打込みシェアは一時30%を超えたが、調査対象期間の直近週では、おおよそ25%の割合を占め、売上シェアと粗利シェアはいずれも30%近くの値を示していることから「優秀な集団である」といえるだろう。

さらに、調査対象期間にリリースされた「6.5号機」が20機種であることに鑑みれば、いかにこの数値が驚異的なものか、よりいっそう強く感じとれるのではないだろうか。

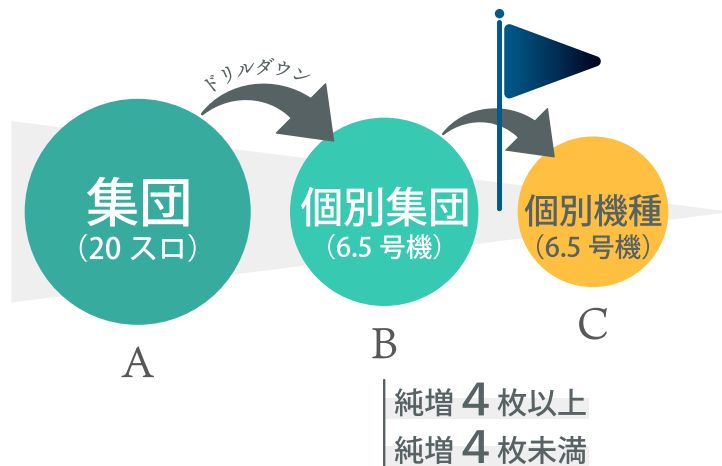
では、ここまでが「6.5号機集団」の単純な評価となるが、どのような特徴を持つ「6.5号機」が良い結果を示しているのか後述したいと思う。

個別集団単位で示唆されるもの

◆6.5号機集団をさらに区分分け

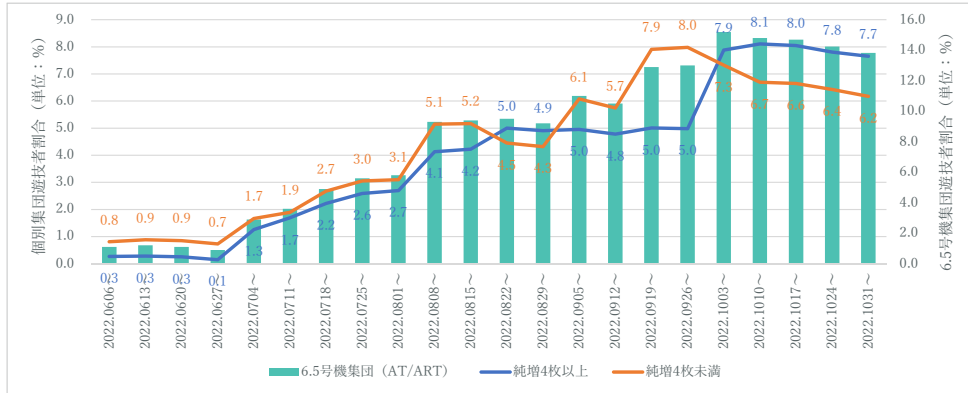
では、すぐにでも個別機種の評価に移りたいところだが、その前に少しお伝えしておきたいことがある。それは、「どのような特徴を持つ6.5号機が良い結果を得られているのか」という話をすれば、大抵、個別機種の評価を行いたくなるのが一般的だと思う。しかし、統計の学術的には個体（機種）の評価ばかりを追いかけてしまうと本質が見えにくくなるとされている。何か集団における個体の特徴や性質から区分分けを行い、それら集団が示す傾向から「おおよそのあたり」をつけ、その「あたり」を付けた集団に該当する個体を解析していく、このような順序が大切であるとされていることから、まずは、「6.5号機集団」の中からある特徴にあわせて区分分けをしたいと思う。

その特徴というのは、「純増4枚以上」と「純増4枚未満」になる。パチンコのように、「1/319」や「1/99」、または「ST機」や「確変機」というようなカテゴリーとして明確な特徴があれば統計として区分分けを行いやすいが、どうしてもパチスロはこうした統計的な区分分けを行いにくい側面があることから、このようなセグメント単位で調査したいと思う。



◆個別集団単位の遊技者割合

【図6】「純増4枚以上」「純増4枚未満」の遊技者割合



これは、個別集団単位で遊技者割合の推移を観察した図となる。傾向としては「純増4枚未満」個別集団のほうが高い推移を示しているようだが、10月以降はその傾向が反転している。その意味では、現在のトレンドは「純増4枚以上」であるといえそうではあるも、これは、どちらの属性の遊技機がリリースされたのかによって構成される割合は異なって然るべきで、単純に評価できないと考えられる。そこで、リリースされた機種数を整理しておきたいと思う。

「純増4枚以上」：7機種 「純増4枚未満」：13機種

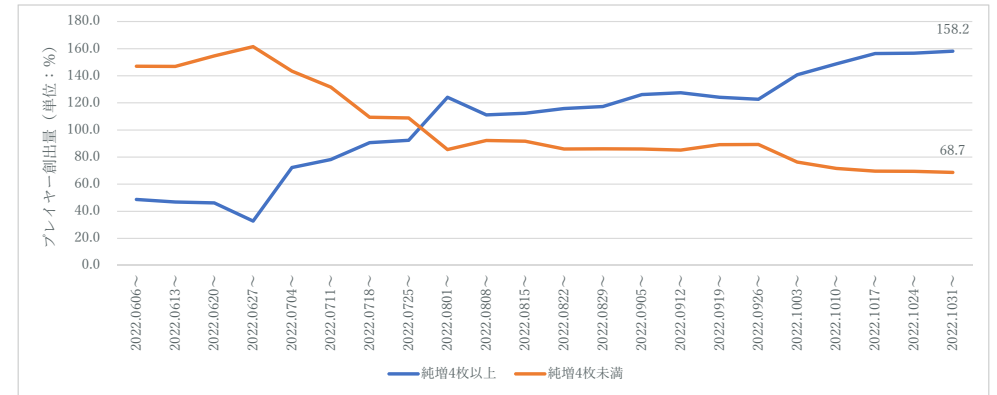
すると、調査対象期間にリリースされた「6.5号機」は「純増4枚以上」が7機種で、「純増4枚未満」は13機種であることから、本来であればリリース数の多い「純増4枚未満」個別集団がボリュームを有するはずだが、そうでないこと

は興味深く映るところだろう。

これだけでも、どちらの属性の遊技機が傾向として良いのか判断はつきそうであるが、「1機種リリースあたりのプレイヤーの創出量」という指標を使い具体的にしてみたいと思う。

◆1機種リリースあたりのプレイヤー創出量

【図7】1機種リリースあたりのプレイヤー創出量



ご覧のとおり、「純増4枚以上」個別集団のほうが高い創出量を示しており、調査対象期間の直近週を使って評価すると以下ようになる。

【表1】1機種リリースあたりのプレイヤー創出量

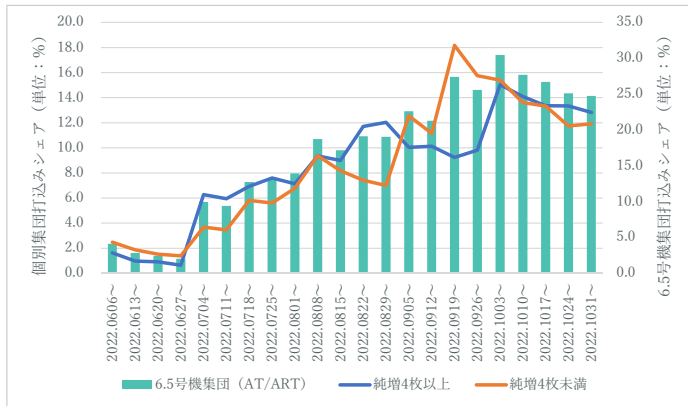
2022年10月31日週	1機種あたりのプレイヤーの創出量	評価
純増4枚以上	1.6人	1機種リリースあたり1.6人のプレイヤーを創出している
純増4枚未満	0.7人	1機種リリースあたりのプレイヤー創出量は1.0人に満たない

以上のような結果となり、「純増4枚以上」個別集団のほうが市場にインパクトを与えており、ここまでの拡大に貢献していると考えられるだろう。

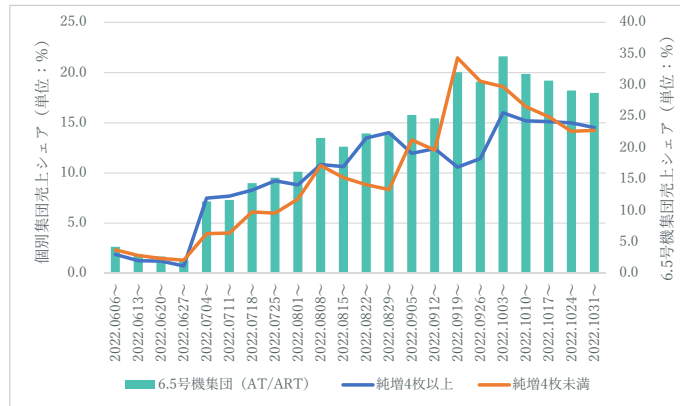
個別集団単位の業績貢献

それでは次に、それぞれの個別集団がどの程度、業績に貢献しているのか確認したいと思う。

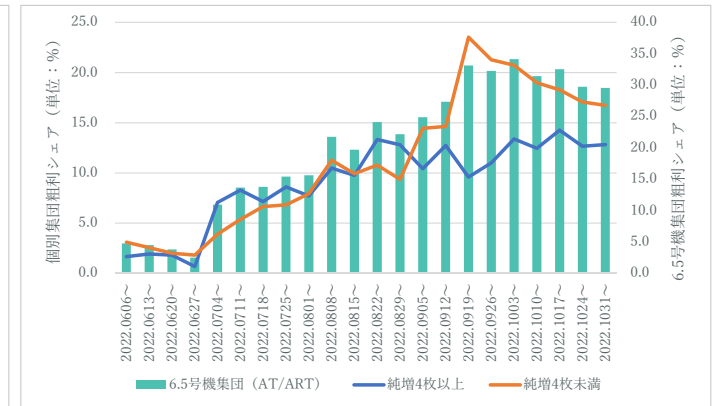
【図8】 打込みシェア



【図9】 売上シェア



【図10】 粗利シェア



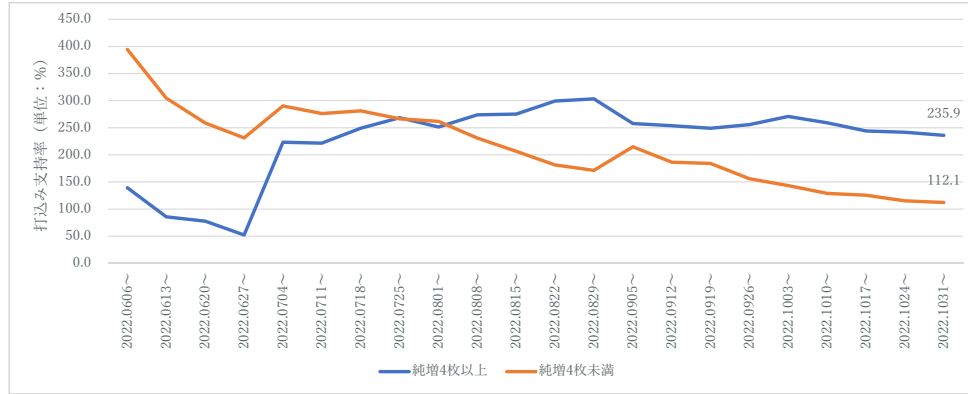
すると調査対象期間の直近週では、売上シェアはほぼ同じ構成割合となり、打込みシェアは若干「純増4枚以上」個別集団が上回っている。しかしながら、粗利シェアは「純増4枚未満」個別集団のほうが高い値を示している。

前述したように、リリースされた機種の数が多い個別集団のほうが割合は高くなって然るべきであることに鑑みれば、高くなるのは「純増4枚未満」個別集団のほうになるはずだが、売上シェアと打込みシェアは相反する結果であることから、業績面でも「純増4枚以上」個別集団のほうが高い貢献を示していると考えられるだろう。

それでは、「1台あたりの支持率・貢献率」という指標を使い、1台あたりでどの程度の違いがあるのか具体的にしてみたいと思う。

◆打込み支持率

【図 11】 打込み支持率



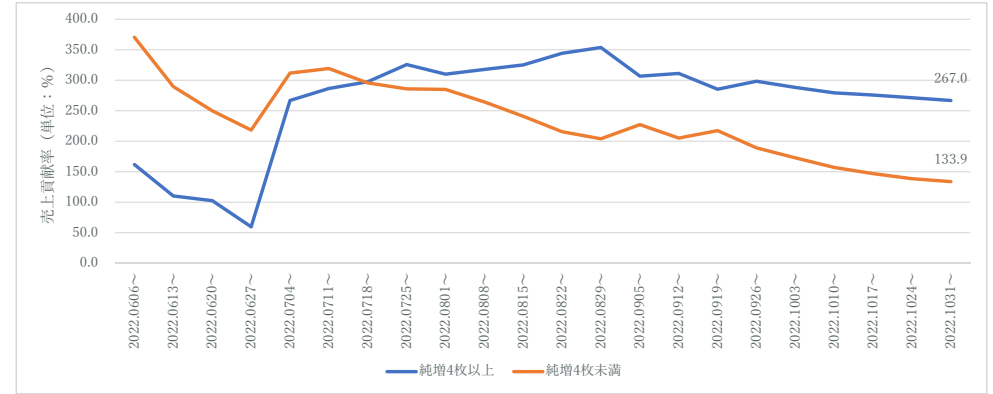
【表 2】 1台あたりの稼働創出量

2022年10月31日週	打込み支持率 (%)	評価
純増4枚以上	2.4台	1台あたり2.4台分の稼働を創出している
純増4枚未満	1.1台	1台あたり1.1台分の稼働を創出している

1台あたりの稼働の創出量は、「純増4枚以上」個別集団が1台で2.4台分の稼働を創出しており、「純増4枚未満」個別集団に比べ、倍以上の打込み支持率を示している。

◆売上貢献率

【図 12】 売上貢献率



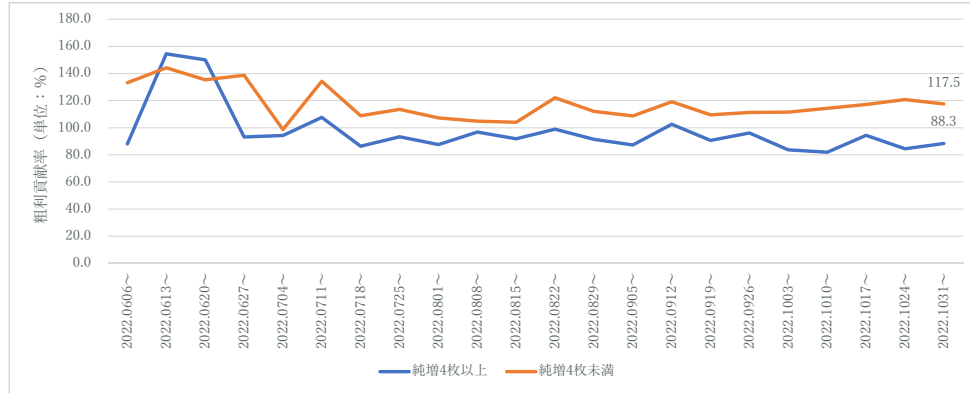
【表 3】 1台あたりの売上創出量

2022年10月31日週	売上貢献率 (%)	評価
純増4枚以上	2.7台	1台あたり2.7台分の売上を創出している
純増4枚未満	1.3台	1台あたり1.3台分の売上を創出している

「純増4枚未満」個別集団が悪いという訳ではないが、売上の創出量もまた、「純増4枚以上」個別集団のほうが倍以上の売上貢献率となり、1台で2.7台分の売上を創出している。

◆粗利貢献率

【図13】粗利貢献率

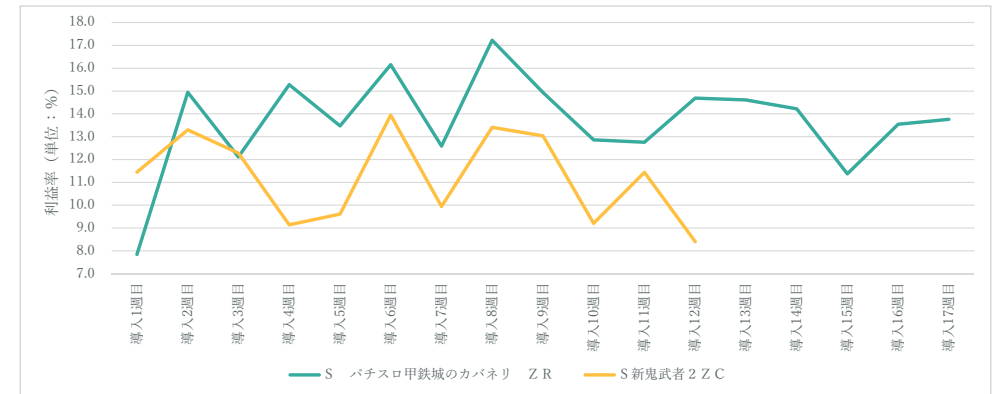


【表4】1台あたりの粗利創出量

2022年10月31日週	粗利貢献率 (%)	評価
純増4枚以上	1.2台	1台あたり1.2台分の粗利を創出している
純増4枚未満	0.9台	1台あたりの粗利創出量は1.0台に満たない

粗利の創出量は、「純増4枚未満」個別集団のほうが高い粗利貢献率を示しており、これまでと違った結果が得られた。この背景になにが見え隠れしているのか分析したが、「機種育成」というワードが浮かび上がってくる。これまでのパチスロ環境では、なかなか「機種育成」に着手できるような環境ではなかったと思われるが、「6.5号機」が登場してからようやく「機種育成」に着手できる環境となり、「純増4枚以上」個別集団に該当する、「カバネリ^{※1}」や「新鬼武者^{※2}」を意図的に育成させる方向感へかじをきるホールが増えたことによる影響と考えている。

【図14】「S パチスロ甲鉄城のカバネリ ZR」「S新鬼武者2 ZC」利益率



※1 カバネリ S パチスロ甲鉄城のカバネリ ZR ※2 新鬼武者 S新鬼武者2 ZC

「勝ちの魅力」の違い

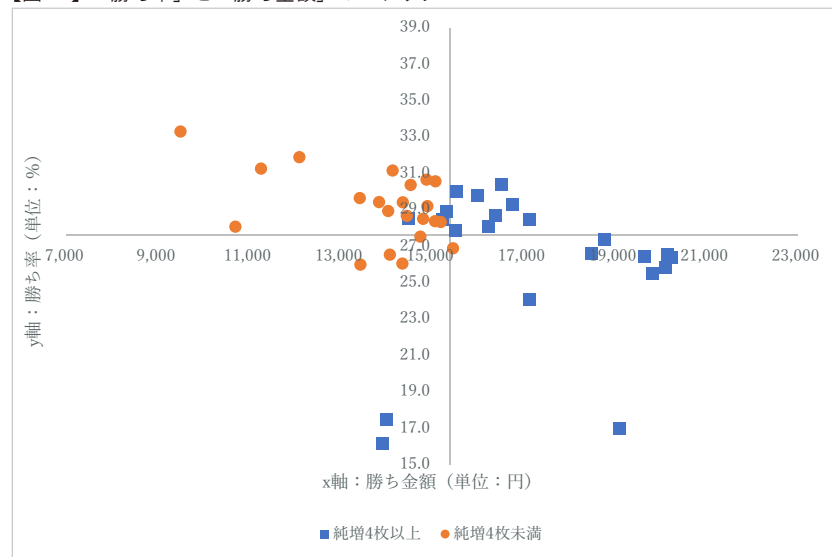
これまでの記述で、「純増4枚以上」個別集団のほうが良い結果を得られやすいことが浮かび上がってきたと思うが、なぜ、このような結果となるのか「勝ちの魅力」から分析したいと思う。

「勝ちの魅力」…期待を持って遊技した結果、得られることになる「勝ち体験」のこと。

※遊技機のポテンシャルとして、どのレベルで勝ち体験できるのかを「勝ち率」「勝ち金額」「Rv（リワードバリュー）」という指標から判断

◆勝ち率 × 勝ち金額

【図15】「勝ち率」と「勝ち金額」のマトリクス



これは、「純増4枚以上」個別集団を“四角（青）”で表し、「純増4枚未満」個別集団を“丸（オレンジ）”で表現した図となる。それぞれの「勝ち率」、および「勝ち金額」を週次で観測し、どの位置にプロットされるのか傾向を知ることが目的となる。

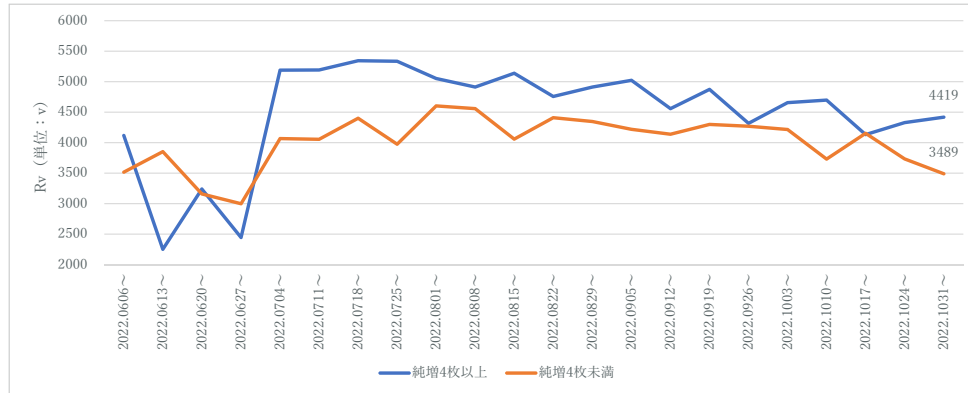
すると、「純増4枚以上」個別集団のほうが「勝ち金額」は高い傾向にあり、「純増4枚未満」個別集団は高くとも15,000円程度であることがうかがえる。その反面で、「純増4枚未満」個別集団の「勝ち率」は高いのかと思いきやそうでもないことが示されており、これであれば、「遊技機の魅力」は「純増4枚以上」個別集団のほうが高いと感じられて当然といえそうである。

つまり、「純増4枚以上の区間を搭載された機種が良い」という単純な話ではなく、「純増4枚以上」のシステムを搭載された機種のほうが、結果的に「遊技機の魅力」となる「勝ちの魅力」が高い傾向にあると考えられるのではないだろうか。

◆Rv（リワードバリュー）

では、最後に Rv の違いについて分析したいと思う。

【図 16】「純増 4 枚以上」「純増 4 枚未満」の Rv（リワードバリュー）



これは、Rv の推移を観察した図となる。ご覧のとおり、「純増 4 枚以上」個別集団のほうが高い推移を示しながら、以前から、しきい値としてお伝えしている「安心して遊技をできる褒美の値は Rv4500」を上回りながら、「純増 4 枚以上」個別集団は推移している。一方で、「純増 4 枚未満」個別集団は Rv4500 以下の推移をたどっており、支持を集められない理由のひとつとして考えられそうである。

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」という勝ちの魅力を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。

おわりに

本書では、どのような特徴を持つ「6.5号機」が良い傾向にあるのか分析したが、「純増4枚以上の区間を搭載された機種」という一つの要素が得られた。しかし、これはあくまで表面的なスペックやゲーム性の話であり、その背景にある「遊技機の魅力」という性質が重要だと考えている。つまり、「勝ちの魅力」という性質が重要なわけである。あくまで、「勝ちの魅力」が結果的に高くでやすいのが「純増4枚以上」個別集団であって、「純増4枚以上」というワードだけが先行してしまうのは少し違うと考えている。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わけで、スペックやゲーム性だけを切り取るだけの話をしているわけではない。

とはいえ、現状のデータが示唆するものとしては、「純増4枚以上」の機種のほうが良い結果を得られやすいことに違いはない。ひきつづき、その背景にある「遊技機の魅力」を分析することがなによりも重要だと感じている。

————— 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。

好業績を残す 6.5号機の特徴

2022年11月21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



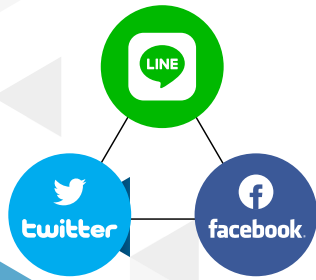
機種分析

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



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>
---	--	--

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。

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。

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！

<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。