

KiKo NEWS

沖縄全島エイサーまつり



6月と7月の遊技機性能調査の結果(概要)について
平成27年度第1四半期検査結果報告 機構検査部



沖縄全島エイサーまつり

鼓のような形をした締太鼓(表紙)をたたきながら、色鮮やかな衣装の数十人が一斉にしゃがむ、跳ぶ、踊る。直径50cmの大太鼓、三線(さんしん=三味線の一種)も踊りの列に加わる。沖縄各地は旧盆(今年は8月26~28日)が終わるとエイサーまつり一色になる。その中で最大のイベントが今年60回を迎えた「沖縄全島エイサーまつり」だ。旧盆明け最初の週末、9月4日から6日の3日間沖縄市で行われる。

エイサーとは、先祖の霊を供養するための踊り。盆踊りに当る沖縄の伝統芸能。1603年から3年間、当時の琉球王・尚寧王(しょうねいおう)の知遇を得た東北出身の浄土宗・袋中上人(たいちゅうしょうにん)が布教、念仏踊りを伝えたのが起源といわれる。

盛岡さんさ踊り、北上・みちのく芸能まつりとともに、三大太鼓踊りと称され、太鼓のリズム、躍動感が人気を呼び、東京新宿(7月)、大阪大正区(9月)にも広まっている。

(N)

CONTENTS

9 September
2015

6月と7月の遊技機性能調査の結果(概要)について	1
平成27年度第1四半期検査結果報告 機構検査部	4
猛暑に対応を!~放置事故ゼロに向けて	7
佳代ちゃんアメリカへ~ドナーとの出会い待つ	12
機構の窓から「覚悟の時か」	14
店長に求められる知識「マーケティングⅦ」	15
「銀世界の裏」86~「アドバイス」	18
換金等価営業(業界等価営業)の問題点 三堀 清	22
データでみるパチンコ業界	25
お知らせ	28

6月と7月の 遊技機性能調査の 結果（概要）について

平成27年度
第1四半期
検査結果報告

機構検査部

6月と7月の遊技機性能調査の結果（概要）について

機構検査部

6月1日から開始した「遊技機性能調査」の結果について、
ぱちんこ遊技機の一般入賞口の入賞状況を確認した調査結果
の概要を以下にお知らせする。

なお、現在、機構検査部が実施する遊技機性能調査は、
ぱちんこ遊技機の一般入賞口への入賞状況を確認する調査を中
心として実施しており、回胴式遊技機の遊技機性能調査等、
他の調査はほとんど実施していない。この点は予めご理解を
頂きたい。

また、遊技機性能調査の結果については、当初9月の公表
を予定していたが、誓約書提出ホールに対し、情報公開を早
めることで、さらなる改善を促すべきであろうと判断したこ
とから、2か月分をお知らせするものである。

当機構検査部が遊技機性能調査を開
始して2か月が経過したが、一般入賞
口の入賞状況の調査結果としては、保

通協試験時の状態からは「ほど遠
い」状態の遊技機が市場に設置さ
れていると思われる。

ただし、時系列的にみたとき、6月
よりも7月の方が一般入賞口に入賞し
た遊技機の台数の割合が増加しており、
さらに一般入賞口の入賞球数も300
0個の打ち出しに対して二桁に達した
遊技機も確認されたことから、「市場
においては改善の兆しが少しみら
れる状況になった」と判断した。

誓約書提出ホールにおかれては、現
状の改善に向けたさらなる経営努力を
お願いしたい。

なお、現在は、遊技機性能調査の結
果、異常が確認されても通報を行わな
い猶予期間となっているが、あまりに
ひどい状況が確認された場合は、猶予
期間内であっても、当該都道府県警察
の担当部署に通報することが有り得る
ことをご理解頂きたい。



遊技機性能調査結果

「ぱちんこ遊技機」の 一般入賞口への入賞状況の調査結果について

6 月		
有効調査台数	全国7地区23店舗の32台	
打ち出し球数2650個～3701個	平均3020個	
一般入賞口への入賞が確認された遊技機の台数	9台(28.1%)	
入賞が確認された台の一般入賞口への入賞球数	1個～7個	
その内訳	1～3個	4台
	4～6個	4台
	7～9個	1台
	10個以上	無

7 月		
有効調査台数	全国25地区76店舗の124台	
打ち出し球数2069個～3220個	平均2929個	
一般入賞口への入賞が確認された遊技機の台数	53台(42.7%)	
入賞が確認された台の一般入賞口への入賞球数	1個～10個	
その内訳	1～3個	37台
	4～6個	11台
	7～9個	4台
	10個以上	1台

※遊技機性能調査の一般入賞口への入賞状況を確認する調査では、1台のぱちんこ遊技機において大当たり等を挟まず、2000個以上の打ち出しが確認できた調査のみを有効としている。
なお、地区は都府県方面別とお考え頂きたい。

そして最後にお伝えしたいことがある。
それは当機構が6月から遊技機性能調査を開始し、ぱちんこ遊技機の一般入賞口の入賞状況を確認する、とアナウンスして以降、様々な情報が流れた

ことだ。
かなり危ない情報も多い。
典型的なのは、「機構の調査では20分の試打を行い、一般入賞口に1個でも入賞すれば行政通報は免れる…」とい

うものだ。これらの情報は当機構が発表したものではない。また、基準云々はまったく違っていると言って良い。保通協試験時には10分間で数十個入賞しているのである。
情報は自己責任でご判断頂きたい。

計数機の定期的な点検等々を！

平成27年度第1四半期検査結果報告

機構検査部が平成27年度第1四半期（4月～6月）に行なった立入検査活動の結果報告をお届けする。

遊技機約7600台を検査

別表の通り、平成27年の4月から6月までの3か月間に機構検査部としては、29都府県の603店舗（うち計数機検査は87店舗）にお伺いし、ぱちんこ遊技機3650台、回胴式遊技機4036台の合計7686台の遊技機を検査した。計数機の検査台数は玉計数機64台、メダル計数機24台の合計88台であった。

今回の立入検査において立入拒否は無く、ホール側の受け入れ対応等に問

題は見受けらなかった。

今後とも当機構が実施する諸施策に對してご理解とご協力をお願いしたい。

検査の結果

遊技機不正改造などを確認 計数機の計数異常増加

検査の結果については、残念ながらこの3か月の検査においても遊技機検査に異常が確認されたことから、行政通報に至った事案が複数回確認された。特にぱちんこ遊技機の主基板が完全に不正改造

されたケースも確認されている。

さらに計数機検査においては、計数異常の件数が増加してしまった。

最近の計数機検査に

においては、異常計数が少なくなってきたことから、本年度の第一四半期は残念な結果となってしまった。ホールにおいては計数機の点検等も引き続き

いてお願いしたい。



計	
612	
104	
74	
1002	
324	
214	
624	
830	
694	
198	
129	
148	
107	
480	
207	
176	
240	
348	
119	
189	
64	
80	
70	
3	
144	
124	
130	
158	
182	
7774	



平成27年度第1四半期検査結果報告

《検査ホール数及び検査台数》

(平成27年4月1日～平成27年6月30日)

NO	都府県方面名	検査ホール数			検査台数			
		遊技機	計数機	計	遊技機		計数機	
					ぱちんこ	回胴式	玉	メダル
1	札幌方面	39	-	39	308	304	-	-
2	岩手県	7	-	7	48	56	-	-
3	秋田県	6	-	6	42	32	-	-
4	東京都	66	10	76	470	522	8	2
5	茨城県	20	6	26	144	174	4	2
6	栃木県	13	8	21	76	130	7	1
7	埼玉県	44	-	44	288	336	-	-
8	千葉県	54	9	63	393	428	5	4
9	神奈川県	47	-	47	328	366	-	-
10	新潟県	12	6	18	88	104	4	2
11	富山県	9	3	12	64	62	2	1
12	石川県	9	4	13	72	72	2	2
13	福井県	7	3	10	44	60	2	1
14	愛知県	31	10	41	224	246	6	4
15	三重県	13	-	13	103	104	-	-
16	滋賀県	12	-	12	88	88	-	-
17	京都府	17	-	17	102	138	-	-
18	大阪府	24	-	24	192	156	-	-
19	奈良県	8	7	15	56	56	6	1
20	和歌山県	13	7	20	100	82	6	1
21	鳥取県	4	-	4	24	40	-	-
22	島根県	6	-	6	32	48	-	-
23	岡山県	4	6	10	32	32	5	1
24	山口県	-	2	2	-	-	3	-
25	徳島県	9	-	9	72	72	-	-
26	香川県	9	-	9	62	62	-	-
27	愛媛県	9	6	15	38	86	4	2
28	高知県	10	-	10	80	78	-	-
29	鹿児島県	14	-	14	80	102	-	-
合 計		516	87	603	3650	4036	64	24



平成27年度第1四半期検査結果報告



平成27年度《誓約書提出ホール数の推移》

平成27年度 各月	提出 ホール数 組員	提出 ホール数 非組員	提出 ホール数 計	前月との 差分 (ホール数)
4月末	10755	778	11533	-43
5月末	10726	783	11509	-24
6月末	10690	794	11484	-25

店舗数はさらに減少

なお、機構に対して誓約書を提出されているパチンコホールは、6月末時点で1万1484店舗であった。

本年3月末時点においては、誓約書提出ホールが1万1576店舗あったことから、この3か月間に92店舗が減少したことになる。ちなみに平成19年

4月からこれまでの誓約書提出ホール数の差異はマイナス2458店舗となる。

なお、既に廃業されているにも関わらず、機構宛に連絡の無い店舗は誓約書提出店舗としてカウントされていることから、実際に営業されている店舗数は、その廃業店舗数

分を割り引く必要があることを付け加える。

検査で気づいたことをお伝えする

次に実際に遊技機検査を行なった結果についてその概略をお知らせする。

今回の遊技機検査で確認された異常事案の主な内容は以下の通りであった。

- ① ぱちんこ遊技機の
主基板管理番号証の偽造
及び主基板カシメの破損
- ② 回胴式遊技機の
サブ制御基板カシメの破損
- ③ ホッパーの部品取り

その他、遊技メダルセレクタ一部のカバーの破損など、毎月

のように確認されている事案も続いている。

また、計数機検査においてはマイナス誤差が二桁に達したケースもあった。

ホールにおいては、計数機の点検等も力を入れて頂きたいと思っている。

検査を行なった都府県方面別の検査ホール数、検査遊技機数等は別表の通りであるので、参考として頂きたい。



猛暑に対応を！

放置事故ゼロに向けて

猛暑が列島を襲い、
ホール駐車場での子供放置事故の危険が高い季節が続いている。
昨年は沖縄で生後5か月の男児が車内に置き去りにされ、
熱中症で死亡する事故が発生した。
このため全日遊連など各ホール団体では
駐車場の巡回の徹底などを傘下の組合員らに呼びかけ、
事故の再発防止に全力を挙げている。
実際に対策は浸透しているのか。
炎天下のホール駐車場の模様を報告するとともに
団体の取り組みなどを紹介する。



駐車場
ルポ

炎天下 見回りなし

ホールA

梅雨明けの猛暑が続く7月下旬、ホールの駐車場管理を確かめようと東日本のホールを回った。天候は晴れ。この日の予想最高気温36度。

まず1店目。ホールは幹線道路沿いにあり、周囲には林など緑が残る。オレンジと白の店舗がひときわ目を引く。遊技機台数は約250台の複合店。駐車スペースは店舗脇と裏側にある。収容台数は約200台。出入り口は2か所。

10時26分。まだ開店して間もない時間帯で、駐車しているのは14台。乗用車やワゴン車、軽自動車などが混在している。

駐車場を歩いてみる。車の通過する音に蝉時雨や鳥の鳴き声が混じる。強い日差しが降り注ぐ中、雀が10羽ほど店舗の壁面に群がっている。照り返しを受け、体感温度はかなり高い。隣接する民家の

庭ではヒマワリの大輪がしおれて頭を下げている。

10時41分。白いワゴン車が入ってくる。白のポロシャツに黒のハーフパンツ姿の若者が車を降り、携帯を操作しながらホールに入っていく。

駐車場の一番奥まで行くと雑草がアスファルトの隙間などから丈を伸ばし、駐車スペースの一部が覆われている。真夏だけあって凄い繁殖力だ。オレンジのカラーコーンが転がっている。

10時50分。ブルーの軽乗用車が入ってくる。白い野球帽をかぶった中年の男性が降りてきた。これで駐車は16台。うち8台が軽自動車で、後部がスモークガラスの車も多い。11時。ブルーの軽乗用車、白の乗用車が次々に入ってくる。作業服姿の男性、ハンチングに半袖シャツの中年男性がホールに向かう。店舗に近いところに車を止めている。上空に薄い雲がところどころに浮かび、日が陰ることがあるが、それも一瞬。照り返しが強さを増してくる。11時12分。白い軽乗用車が入ってきた。紺の柄シャツの男性が降りてくる。店舗からハーフパンツの若者が出て来

て白の軽乗用車で出て行く。同18分、白いワゴン車が入場。同22分シルバーの軽乗用車が店舗脇に止まり、白地にストライプの入った半袖シャツの男性とピンクのベストを着た女性が降りてくる。夫婦のように見える。そろってホール内に消えた。

約1時間見ていたが、巡回はなかった。車の出入りはそう多くはないが、気温はぐんぐん上昇している。車のボンネットを触るとやけどをするぐらい熱い。万が一子供が車内にいれば、影響は重大だろう。台数は多くないとはいえ出入りはあるのだから巡回すれば安心なのにと、いつつ現場を後にした。

30分に1回の巡回を実施

ホールB

猛暑なのにこれでいいのかななどと考えながら近くにある次のホールへ向かった。

ここも幹線道路に面しており、遊技機台数は約600台の複合店。オレンジの壁面に白く店名が描かれている。駐車場は4か所に分散している。店舗を取り囲む三方向

と道路を挟んだ向かい側である。収容台数は約600台。11時30分敷地に入つてみると店舗前のスペースだけでも100台を超える車両が止まっている。空いているのは建物から遠い側道付近だけ。その間にも白い乗用車、ワゴン車、軽乗用車などが次々と入ってくる。お客さんの出入りは激しいようだ。

敷地の周辺を一周してみると店舗両脇のスペースには各5台、道路を挟んだ広いスペースには10台。店舗から遠い駐車場は多分、従業員らの車なのだろう。ポールに設置したスピーカーから音楽が流れる。11時47分。黒のワゴン車からピンクのバッグを持った女性が降り、ホールに入っていく。まだ巡回には出会わない。

ここもやっていないのかと心配しつつ駐車場を眺めていると11時48分に巡回員らしい男性が見えた。オレンジの帽子に半袖シャツ、カーキ色のズボンで、スニーカー。右手には赤い誘導棒を持っている。車両のチェックをしている。

車列の間に入り、ゆっくり歩いている。1列終了すると次の列に移動。前面から車内を見通せる車両もあるし、これなら子供を見逃すことはなさそうだ。男性はやや猫背で、年齢は60歳ぐらい。近づいてみると胸から顔写真付きの身分証明書がぶら下がっている。不審者と間違われることはまずないだろうが、お客さんは安心出来る。

一巡した監視員が交通整理をしている。白い乗用車が入ってくる。白のTシャツに半パンの若者が車を降り、ホールのドアに向かう。太陽がガラガラと照りつけ、駐車場の片隅に立っていると汗が噴き出してくる。

正午ごろ。別の巡回員が出て来た。服装は同じだが、帽子から白髪がはみ出し、年齢は70歳ぐらいに見える。ワイシャツ姿の従業員と先行していた監視員の3人で打ち合わせをしている。駐車場の側道方向を指し示したりしているの

で、回り方の確認のようだ。3人はいったん店内へ消える。12時17分。後発の監視員が出て来て巡回を始めた。手には軍手をはめている。やや前屈みの格好で車の列を一つずつ回っている。約30分に1回を目処に巡回しているようだ。

最高気温でも見回りなし

ホールC

やや明るい気持ちで3店目のホールに。店舗は大通りからちよつと入った交差点の角に位置する。赤、白、オレンジの壁面の回りに店名を染め抜いた旗が立てられている。遊技機約400台の複合店で、駐車場は店舗沿いと隣接する平面と立体を組み合わせたスペースの2か所にある。収容台数は約250台。

14時15分。日差しが強く、周りの町並みが白っぽく見える。店舗脇のスペースは10台分しかなく、7台が止められている。店舗を回り込んでもう一つの駐車場を見る。ここは一般の有料駐車場を兼ねており、ホールの「特約駐車場」の表記がある。遊技客はカウンターで手続きをすれば無料となるシステムだ。平面のスペースに赤の軽乗用車など11台が見える。立体駐車場は3階建て4層で、表の壁はダークグリーン、内部はグレーに統一されており、白の乗用車やワゴンカラーのワゴン車などがぎっ

しり駐車している。警備員らの配置はない。

14時23分。黒い四輪駆動車が入ってくる。グレーのポロシャツにメガネの男性が景品交換所に寄り、またホールに戻って行く。周辺を歩きながら立体駐車場ののぞくと日光が屋根などで遮断され外よりは気温が低そうだが、事故を防げるような温度ではなさそう。駐車場の道路を黒とオレンジ色の日

掛け声だけに終わらせない努力を

今回は3店を回って駐車場の巡回を実施しているのは1店だった。暑さはまだまだ続く。9月に入っても最高気温は39・7度(熊谷)、39・3度(館林、いずれも200

傘を差したお年寄りや黒のTシャツに首にタオルをまいた白髪の男性らが通り過ぎていく。14時40分店舗脇の駐車スペースからグレーの乗用車が出て行く。もうすぐ最高気温が予想される15時になる。道路に立っていると首筋が焼けてチリチリしてくる。

15時03分ブルーのワゴン車が入ってくる。若い女性が降り立ったのでホールに向かうのかと思っ

見ていると反対方向へ歩いて行った。すぐ黒の軽乗用車が入り、乗用車とワゴン車が出て行く。15時16分、ワゴン車が入って来て、若者3人がホールへ歩いて行った。

1時間ほどチェックしていたが、従業員や警備員らはまったく姿を見せない。猛暑は分かっているはず。万が一という不安はないのだろうか。暗い気持ちを抱えて帰路についた。

ツクする②徹底した巡回で子供らを発見する―しかない。①はこのホールでも駐車場への出入り口は複数あり、そこに人員を配置する余裕があるところは少ない。だから巡回をきちんと実行するのが唯一の事故防止策となる。

しかし、これまで各地の駐車場を回った経験では、巡回を1時間に1回実施していたホールは約半分である。沖縄の事故のように、1か月に22日も子供を連れてホールに通っていた例も出ている。一昨年は死亡事故がなかったものの、その前の5年間は毎年犠牲者を出していた。今年こそ「巡回徹底」



佳代ちゃんアメリカへ ドナーとの出会い待つ



佳代ちゃんは成田から飛び立った



渡航前の一家▶



千羽鶴が贈られた

拘束型心筋症の
金澤佳代ちゃん(1歳)(千葉県流山市)は
7月22日に渡米、コロンビア大学病院に入院した。
現在、ドナーとの出会いを待っている。
「かよちゃんを救う会」の募金活動には
ホール企業も参加し、
わずか2か月で目標の2億4500万円を達成、
心臓移植しか生きる術がない幼女を支援した。
手術が成功し、笑顔で帰国する日を
多くの人が待ち望んでいる。

写真は「かよちゃんを救う会」提供

ご両親

多くの人たちの 支援に感謝

東京女子医大に入院していた佳代ちゃんは、体調が安定しており、院内を歩き回るほど元気だった。それでも渡航2日前から病状悪化を防ぐ点滴を増やし体力を消耗する航空機での長時間移動に備えていたが、成田空港から日航機で飛び立ち、無事ニューヨークに到着した。

これに先立ち、ご両親は7月21日地元で、「救う会」代表の佐藤典孝さんとともに会見を行った。父親の輝宏さん(38)は「娘が新しいステージに立て、成長を見守っていけるようになったのは、世間の皆様がまったく知らない子供を温かい目で見守って下さり、自分の子供のように気遣って下さった結果です」、母親の亜矢子さん(38)は「生きることを諦めなくていいんだな、皆さんで生かしてくれるようにして下さいな」と頭を下げ、それぞれ支援してくれた多くの人たちへの感謝の気持ちを語った。



渡米した佳代ちゃん



笑顔を見せる佳代ちゃん▶

「元気な姿で 帰国報告を」

また、「救う会」のホームページに一家3人の写真と「渡航前のご挨拶」を寄せ、「日々歩くスピードが速くなっており、点滴棒を押しながら追いかけるのも大変になってきました。この元気があれば、この先の治療もきつと乗り越えら

れるのではないかと希望を抱いております」と最近の様子を紹介。「いつか皆様に元気な姿で帰国のご報告をできたらと思います」と記している。

佳代ちゃんは7月26日には、検査、ご両親を含めたソーシャルワーカー、精神科医らとの面接が終わり、移植待機の登録が終了した。

夏奈ちゃんは1歳に 日向君は術後1年経過

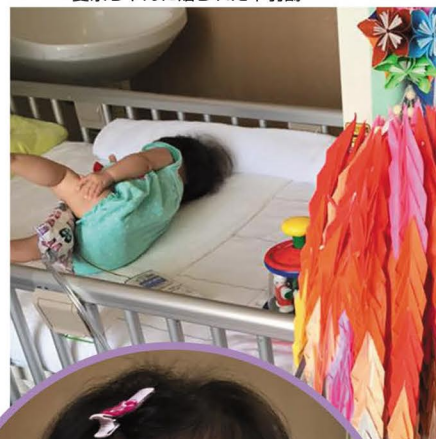
大阪市吹田市の大林夏奈ちゃんは7月26日1歳の誕生日を迎えた。この日お母さんの奈央さんは「救う会」にメッセージを寄せた。「今夏奈が生きてくれていることが奇跡であり、言葉では言い表せないほど嬉しさを感じます」と心境を語り、「人工心臓で持ちこたえていますが、毎晩のように不整脈

が起こり、お薬もどんどん増えており、まだまだ予断は許されない状況です」と訴えている。募金額は約1億2700万円（8月5日現在）と目標の2億8000万円にはまだ遠く、「救う会」は大阪や出生地の高松を中心に活動を活性化させている。

また、鹿児島県霧島市の小学2年生、水流添日向君（8歳）は7月9日で術後1年が経過した。お母さんの二三代さんは「ドナーになってくださったお子さんや家族の事を思いながら、新しい命を授かった今日この日は、二人の新たな誕生日だと思い（略）少しばかり御祝いをしました」とのメッセージを「救う会」に寄せている。

このように組合やホールが加わった募金活動は毎年着実に成果を挙げている。難病の子供たちが救われ、新しい人生を歩むことが出来る。これ以上の社会貢献はないだろう。遊技業界のさらなる支援が期待される。

夏奈ちゃんに贈られた千羽鶴



1歳の誕生日を迎えた夏奈ちゃん



放送番組に出演した日向君

写真は「ななちゃんを救う会」「つるぞえひなたくんを救う会」提供

機構の窓から

覚悟の時か

梅雨が明け、焦げ付きそうな日が続くとまた8月15日がやってくる。敗戦の日から70年、我が国はアメリカの強力な軍事力に守られて戦争とは無縁の平和な毎日を送ってきた。

「憲法9条で戦争を放棄したから平和でいられた。だから憲法9条を死守する」などという主張はばかばかしくて呆れるだけだが、これからの日本のあり方、どういう国になろうとしているか、この夏、しっかり考えなければならぬ時が来たと思っている。

以前、読売新聞社で出版局長をしていたころ、アマコスト元駐日米大使の本を出版した。同大使は「反日」と言われるほど厳しい人で、日本が「アメリカ離れをして本当の独立国家になるべきだ」とか石原慎太郎氏が「NOと言える日本」などを書いて日米関係が蜜月ではなくなったと言われた頃の執筆だった。

元駐日大使
マイケル・アマコスト さん

Michael Armacost 1937年生まれ。米国防省の外交官として数回、リビン大学、国際次官などを務め、駐日大使（89～90年）。現在はスタンフォード大学アジア太平洋研究所の特別研究員。



「友か敵か」というタイトルの本の中で「日本の将来のあり方は3つの選択肢がある。一つ目はアメリカと縁を切って共産主義国と友好的になるか。二つ目は軍部を強化し、戦前のような国家になるか、最後はこれまでどおりアメリカとともに世界平和を目指すかだ。こう書いてみれば答えは簡単だろう」と強調していた。

集団的自衛権はまさにアマコスト大使の問いかけに答えたものと言える。

また、佐伯啓思京都大学名誉教授が今年6月5日の朝日新聞に「日本にあるか米国の覚悟」というタイトルで「日米同盟の意味」を書いている。佐伯教授は「戦後世界は決して日本国憲法が想定しているような平和を愛する諸国民の公正と信義に信頼して」という状態ではない。

ますます世界各地で緊張が生じているのである」と分析、「では日本の防衛はどうするのか」に触れ、他国との安全保障の枠組みを前提とする以上、集団的自衛権の行使を可能として相互協力体制を強化することは、当然と言わねばならない」と言っている。

また「従属国家論」日米戦後史の欺瞞（P.H.P新書）の中で佐伯氏は「我が国は憲法の前文で『主権在民』を謳っている」。主権は国民にあると規定されてる。では「主権とは何か」。

「主権とは絶対的な権力で人々の契約によって生み出されたとされるもので、人々は生命の安全を確保するために主権者に絶対的な権力を委ねる。従って主権者の最大の義務は国民の生命財産を守ることだ。こうして人々は安全な市民生活を送ることが出来る、と言っている。だから君主国の場合には君主が国民の生命や財産を守る義務がある。

それでは民主主義国ではどうか。国民が主権者の場合には国民が自分たちで自らの生命財産を守らなければならないことになる。具体的に言うとな国民皆兵ということだ。市民武装で自分たちの生命財産を守るということだ。（略）我々はずっとそういう議論を避けてきた。それどころか無条件に平和主義イコール民主主義と思ってきた。日本は日米安保条約によって国が守られてきた。日本は主権を半分放棄しているがゆえに平和で民主的な生活を送っている。それが民主的な社会だと思っている。だが本当に主権国家なのか考える必要があるのではないかと指摘する。

今後、他国の戦争に巻き込まれる率は当然高くなる。だからといって主権を放棄、アメリカに守ってもらうだけの時代ではなくなった。平和な暮らしのためには他国との協力体制を強化する時なのかもしれない。

（勝）



店長に求められる知識

マーケティングⅦ

パチンコ店舗管理者実務能力検定試験

通称・P能検。エンタテインメントビジネス総合研究所が2005年から実施。対象の中心はホール店長やその候補者。筆記試験は7科目（一般常識・業界知識・法律知識・不正排除・計数管理・機械整備・設定管理・顧客サービス・経営マネジメント・マーケティング・労務管理）で構成されており、全100問が出題される。

規模や立地の違いこそあれ、ほとんどのパチンコ店で同じ製品（遊技機）が並べられ、似たような営業手法がとられています。このような環境下でも、あらゆる変化に対応しながら、商圏内で競合店より多くのお客様の支持を集めていくのが店舗責任者の役割です。そこで求められるのがマーケティング思考になります。マーケティングとは、日本では簡潔に「売れる仕組みをつくること」と言われますが、パチンコ店のマーケティング活動とは繁盛店作りそのものです。知識としてマーケティング理論を身につけるだけではなく、実務として店舗運営に応用できるよう、失敗を繰り返しながらも実践し続けることが重要です。

今回は、POPについて取り上げます。POPとは、「Point of Purchase」の略であり、「購買時点の広告」という意味です。POPは比較的低コストで効果の高い広告物として、パチンコ店のみならず、物販・飲食業全般でも幅広く利用されています。POPの役割は大きく以下の通りです。

1. 情報の伝達

製品やサービスなどの情報をスタッフに替わりお客様へ正確に伝える

2. 装飾・演出

店舗に賑やかさ、親しみやすさなどを生む装飾効果、歓迎の意や安心感を生むなどの雰囲気づくり

3. お客様の誘導

お客様に何がどこにあるのかを知らせて、誘導したい場所を指示す

店長であれば、POPひとつを取っても正しい知識を元に、広告効果を最大限に高めるよう適正に管理することが求められます。ここからは問題を解きながら解説していきます。

書体の効果(フォント)

【問題】

次のPOPにおける文章と書体の組み合わせにおいて、最も適切でないものはどれか。

【選択肢】

b ご自由にお取り下さい (丸ゴシック体)	a 防犯カメラ作動中 (ポップ体)
d 玉の持ち込みは禁止します (明朝体)	c 新台登場 (極太ゴシック体)

【回答分布】
a : 83・5 %
b : 3・6 %
c : 5・7 %
d : 7・2 %

【正解と解説】
正解はaです。

書体にはさまざまな特性があります。新台入替の告知などによって、期待感を創出したい場合は太

書体の効果(斜体)

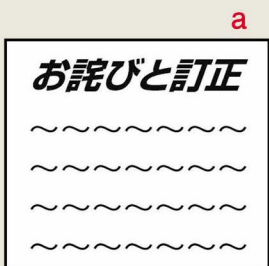
めの「ゴシック体」、サービスの案内などで親切さを醸し出す場合には「ポップ体」や「丸文字体」、注意書きなどの厳肅なニュアンスを出したい場合は「明朝体」「楷書体」がそれぞれ適しています。注意書きにポップ体を使用したaのPOPは、文章と書体の組み合わせが不適切です。

書体の選択を誤るとデザインの完成度が下がるだけでなく、お客様へのメッセージ性も低下します。文章の内容・目的により、適切な書体を使い分けるようにしましょう。

【問題】

パチンコ店のPOPにおける斜体の使用例として、最も適切なものはどれか。

【選択肢】



【正解と解説】
正解はcです。
一般的に、斜体を使用するのに適したケースは以下の通りです。
・語句の強調

【回答分布】
a : 8・6 %
b : 21・3 %
c : 52・8 %
d : 17・3 %



- ・外国語の使用
- ・書名、ホームページアドレスなどの引用
- ・専門用語の解説

aのように、お詫びの文章に使用すると不誠実な印象を与えます。bのように、注意書きに使用すると乱暴、横柄な印象を与えます。dのように、社会性の強いメッセージを発する場合は、普通の書体を使用したほうが誠実で好印象を与えやすいものです。cのように新台導入のフレーズに使用すれば、語句の強調により期待感を高めることができます。「視認性」「可読性」「判読性」とともに、心理的影響も考慮して書体を選択しましょう。

手書きPOP

【問題】

店内に掲示するブラックボードを使用した手書きPOPのメリットとして、最も適切でないものはどれか。

【選択肢】

a：あたたかい雰囲気演出するため、お客様に親近感を与えることができる。

b：修正が随時可能であるため、施策の実行速度を高めることができる。

c：手書きのデザインが目を引きやすいため、メッセージ性を高めることができる。

d：PCスキルを必要としないため、スタッフの誰でも作成することができる。

【回答分布】

a：8・5% b：19・9%

c：24・2%

d：47・4%

【正解と解説】

正解はdです。

手書きPOP

は、書き方次第で手書き独特のあたたかさを演出することができるため、お客様の目を惹きやすく、製品の特

①キャッチコピー

②製品名

③イラスト
または写真

④価格

⑤コメント

徴をより魅力的に伝えることができます。また、随時修正が可能である点も手書きならではのメリットです。しかし、手書きのスキルを要するため、誰もが効果の高い手書きPOPを作成することはできません。場合によっては、見た目を損ない逆効果となる可能性もあります。

手書きスキルは重要ですが、いくつかのコツを押さえておけば一定の効果は得られやすいものです。POPで必要な要素は大きく、①キャッチコピー、②製品名、③イラストまたは写真、④価格、⑤コメントの5つです。最初にレイアウト

トを決めて、全体的なバランスを把握しながら作成しましょう。また、情報はあれこれ多く詰め過ぎないことが大事です。読ませるのではなく、見てもらうことを念頭に作成しましょう。

黄金比

【問題】

人間の視覚において、最も安定して美しく見える縦横2辺の長さの比を黄金比と呼ぶ。この黄金比の比率（横：縦）として、正しいものはどれか。

【選択肢】

a：1：1.232

b：1：1.414

c：1：1.618

d：1：1.732

【回答分布】

a：8・2% b：33・9%

c：40・8% d：17・1%

【正解と解説】

正解はcです。

黄金比と呼ばれる比率は、1:1.618、約5:8です。典型として、パルテノン神殿の高さと幅やモナ・リザの顔の長さとの比率などが挙げられます。黄金比は芸術作品に利用されるだけでなく、さまざまな商品にも取り入れられています。書籍の新書版（106mm×173mm）や名刺（55mm×91mm）、テレビの画面サイズも9:16が主流となっており、黄金比に近い比率です。ちなみに、ポスターなどに使用される印刷紙のサイズは黄金比ではなく白銀比と言われます。その比率は1:1.414（約5:7）であり、こちらも美しく安定して見える比率とされます。

POPの完成度が高ければ店舗のイメージも高まると同時に、お客様との信頼関係も生まれやすくなります。遊技機や設備などでの差別化が難しい業種であるからこそ、POPによって作り出される店舗のイメージはとても重要です。ストア・ロイヤルティを高めるためのツールとして、POPの適切な管理手法を理解しましょう。

銀世界の裏

86

アドヴァイス

文・綾小路 杏

イラスト・末永士朗

パチンコ業界って、不思議なトコロだなと思う。

業界規模は大きくて、一時は30兆円産業なんて言われてて、大手ホールチェーンの経営者や大手遊技メーカーの経営者なんかは長者番付に載ったりするくらい、羽振りのいい業界なのは間違いない。

まあ、最近の色々あって、30兆円産業から20兆円に下がっているようだけど。

でも、それでも20兆円だ。

そんな「儲かっている」業界だからなのか、危機感のない経営者が多いと感じている。

●
オレは以前、不動産、事務機器、食品の営業をしていた。

不動産業界は扱う金額が大きいぶん、売れる時と売れない時の差が激しくて、ストレスが大きかった。事務機器営業は、コンスタント

にある程度の売り上げは出るものの、そのためにお得意様まわりなどに神経を使った。

食品営業は、そんなにストレスはなかったものの、単価が安いために数をこなさねばならず、体力を消耗した。

そして、もっとラクで儲かる営業職はないかと思って、今の会社に入った。

具体的にはパチンコ店などにセキユリティーシステムなどを販売している会社だ。

肩書は営業部長。

いままでと同じ、営業マン。

入る前は「パチンコか……今まで以上にブラックかもな」と不安だったが、転職を繰り返して年齢も年齢になって、選択肢がせばまったために渋々入った業界だ。

結論。

転職して良かった、だ。

さっきも言ったように、危機感のない経営者が多い。

もちろん、シビアでコスト意識をしっかりと持ったマトモな経営者もいることはいる。

だが、オレのまわりにいる経営者は、いわゆるノホホンとしたおぼっちゃま経営者ばかりだ。

というか、そういう人だからこそ、ウチの会社の顧客なんだが。

どうやら、そういった経営者は二代目、三代目のようだ。

経営は「専務」やら「取締役」などの先代（つまり、父親）からの側近に任せて、自分は良い車、良い家、良い女と旅行やゴルフと遊びほうけている。

ちなみに、旅行は「研修」という名で会社経費で落としているようだし、ゴルフも「接待」ということで経費らしい。

けっこうな役員報酬貰っているんだから、それくらい自分で払えよ、とも思うが、どうやら金持ちほどケチなようだ。

そういうところだけは、なぜか



しっかりしていて笑う。

とまあ、経営のことなんてまったくわかってないようなおぼっちゃまたちがトップに立っているの、動く金額の割にはゆるい業界だなと思う。

というか、パチンコやパチスロ自体に興味がないんじゃないかと思う。

興味があるのは、パチンコやパ

チスロで、自分にどれだけお金が入ってくるのか、だけ。今どういう機種があつて、どういう問題があるのか、わかっていない。

自分が扱っている商品のことを知らないなんて、フツートの業界ならありえないぜ？

パチンコ業界も、おぼっちゃま達

は知らないだろうが、激動、激変している。

当初は「互助会」的な側面があつた「協会」や「組合」といった団体は、不正をなくそうという理念によりさまざまな取り組みを行い、現在では第三者機関として「遊技産業健全化推進機構」を生み出した。

オレだって、この程度は頭の中に入っている。

ところが以前、あるホールに行つた時、経営者から、「機構って知ってるか？」と聞かれた。

この経営者は地域の組合活動を熱心にやっていたはずなのに、機構をまったく知らないことに逆こちらが驚いてしまった。

だいたいホール経営者であれば機構に出す誓約書にサインしているはずなのにだ。

つまりホール経営者の多くは何も見ずに売買契約書にサインしているということだと思つた。

呆れはしたが、そこは相手は大切

なおお客様。

事務所に置いてある売買契約書なども確認しながら、丁寧に機構について説明してさしあげた。

すると、この（オレにとっては常識的な）情報提供にエラく感激したその経営者は、ウチの会社が扱うセキユリティ機器を「お札」として契約してくれ、オレに高級な寿司をこちそうしてくれた。

これは、イけるぞ。

こんな些細な情報でも、こんなに喜んでくれる。

それじゃあ、もっと専門的な情報をわかりやすく説明したら……お金になるんじゃないだろうか。

今までも、情報と商品をセットにした営業はやっていた。

例えば、電波ゴトが流行って、新聞の社会面にも「パチンコ店で電波を使った窃盗犯が逮捕される」といったニュースが流れたら、その新聞の切り抜きと一緒にウチの会社が扱っている電波感知器を

紹介する、ってやり方だ。

オーソドックスな営業手法だが、新聞というメディアがオレたちの説得力を押し上げてくれる。

そんな今まで通りの営業のほかに、もっと「情報」で稼ぐ方法はないか……

オレはネットで何か使える情報はないかとパチンコ関係のサイトを巡回していたある日、例の「機構」が「お知らせ」を出しているのを見た。

内容は、「回胴式遊技機のメダルセレクターに取り付けられたカバーが取れている事案が多いので注

意して欲しい」……と。

読んだ当初、オレの頭はハテナマークが浮かんでいた。

こんなこと、なんで注意するんだろうと。

というのは、パチンコやパチスロで遊ぶお客さんってやつは、どうにも気が荒くなっているのか、台をバンバン叩く人がいる。

パチンコなんかはそれで玉の軌道が変わるため、「台叩き」なんて言われるゴト行為になったりするが、まあ、とにかく叩くわけだ。

叩けば何かしら不具合が発生することもあるわけで、パチスロの場合はメダルセレクターのカバーが外れることがあるのだ。

アタリマエのことを、さも重大事案のように注意していることを不思議に思った。

そして。

その数日後、ウチのお得意様のホールから緊急の呼び出しがあった。

何か問題が発生したようだ。

ウチが売った機器の不具合とかでなければいいが……。

オレはちょっと青ざめながらホールに急いだ。

ホールに着いて事務所に入ったら、そのホールの社長さんがいた。

この社長は、オレの受け持ちの中でも、人格的にも立派で、二代目ながらもしっかりと経営を見ている人格者だった。

何があったのかをさっそく聞いてみる。

先日、組合の立入検査があつて、パチスロ機3台のセレクターカバーが取れていることが判明し、そ



裏の銀世界

の場はかなり厳しく注意されたい、当該事案は行政通報する、とも言われたのだそうだ。

「こんなところにカバーがあつて取れたら違反ということは初めて知ったよ。何が問題なんだ……」

社長は困惑していた。

とりあえず、ウチの機械の問題じゃなかったのには安心した。

そして、コレって先日オレが見つけた「お知らせ」の件だなどピンときた。

情報収集しておいて、よかったぜ。

オレは少々得意げに社長に説明した。

たしかに組合から指導のあった通りで、セクターカバーが外れていると本来戻るメダルが戻ってこないこともあつて、お客さんが不利益となることもあるし、メーカーによっては「外すと違反になる」など書いたシールもカバーに貼られているのだ、と。

そして、機構も先日、業界内に

向けて注意喚起を行ったばかりだということ。

社長はびっくり顔で「そんなことを聞いたのは初めてだな」と言った。

これだけ商売熱心なこの社長でさえ、抜けている情報があるのだ。そこをオレたちが補えば、いい商売になるんじゃないだろうか。

やつぱり、情報は金になると実感した。

会社に戻って営業会議でその話をした。

するとほとんどの営業マンが同じことを考えていたようだった。

さっそく実行しようということになった。

まずやるのは機構って組織のための対応策などだ。

機構の組織や役割、そして立入検査の手法などを徹底的に分析して、どういったケースが行政通報

されるのか？……などを本にまとめた。

いく分推測は入れ込んだが。

これを製本。

最近では、少部数でも安く印刷・製本できるようになったので助かる。コピーでホチキスは、さすがに安っぽいからな。

おかげで、立派な資料集ができた。まるで受験勉強の時に使う「傾向と対策」のようなものだ。

そしてまずは例の社長に持って行って説明した。

社長は驚いたり、納得したり、そして反省したり……

「君、これ売ってくれよ。恥ずかしいことだけど、当たり前のことを理解してない業界人がたくさんいるんだよ。うちの店舗すべてに揃えて店長以下、全従業員にも徹底させるよ」

やった！

狙いどおりだ。

社長は1冊5万円でも良いという。

オレは社長には特別価格だからということ、1冊3万円で販売することにした。

社長が経営する店舗は11店舗。

しかも1店舗に2冊ずつ備えるという。

これだけで66万円の売り上げだ。

資料を作るのは確かに面倒だったが、それだけの手間でも66万円。

たぶん、この社長はホール経営者仲間に宣伝してくれるに違いない。300万円くらいは売れるんじゃないかな。

しかし何でも商売になる業界だな、ホントに。

この物語はフィクションです。実際の出来事を参考に書いていますが、現実に存在する人物像や事件とは一切関係ありません。



換金等価営業 (業界等価営業)の問題点



三堀 清

みほり きよし

昭和32年 神奈川県生まれ
早稲田大学法学部卒
司法修習終了後
昭和63年 弁護士登録(第二東京弁護士会)し、
大手企業の法律問題を扱う法律事務所勤務を経て
平成8年 早稲田大学大学院修士課程終了
平成9年 三堀法律事務所開設
現在、パチンコホールを始め企業関連の民事事件を手がける

1 等価交換規制(等価性の基準) と換金等価(業界等価)営業

パチンコホール業界関係者の中に、未だに等価交換規制(等価性の基準)(風適法19条、同法施行規則35条2項1号イ)と換金等価(業界等価)営業を混同している人や、等価交換規制をもって換金等価営業が許される根拠のように都合よく解釈する人がいて驚かされる。

等価交換規制とは、「当該遊技の結果として表示された遊技球等の数量に対応する金額と等価の物品」を賞品として提供しなければならないとする規制で、例えば、小売価格が420円のタバコは、4円玉105個・20円メダル21枚(いずれも420円が「遊技球等の

数量に対応する金額」となる)に対して提供しなければならないというものである。出玉に対して余りに高価な賞品が提供されると、「著しく客の射幸心をそそる」ことになってしまうから、それを一定の範囲に抑制するために定められた規制なのである。

これに対し、換金等価営業とは、例えば、ホールから遊技客に1000円分の出玉に対して提供された賞品が、景品買取所で1000円という景品の提供価格と「等価」にて買い取ってもらえるという営業方法である。

2 換金等価営業と等価交換規制 及び賞品の自家買い禁止等 との関係

換金等価営業において、賞品として

提供された物品の流通過程は、以下の例のようなものになる。

- ① ホールから客に1000円分の出玉に対する賞品として物品を提供する。
- ② 客は景品買取所にこの物品を1000円で売渡し、買取所は客に同額を支払う。
- ③ 景品買取所は景品卸業者(集荷業者)にこの物品を1030円で売却し、景品卸業者は景品買取所に同額を支払う。
- ④ 景品卸業者はホール業者に同じ物品を1050円で納品し、ホール業者は景品卸業者に同額を支払う。

この例に則していうと、換金等価営業は、ホール業者が1050円で仕入れた物品を、それよりも安い1000円分の出玉に対する賞品として提供することによる逆ザヤの発生を前提にし

なければ成り立たない。

このような逆ザヤの発生する賞品提供を適法とするには、等価交換規制とは、賞品の提供価格が通常の小売価格であることを要求しているだけであつて、仕入価格が客への提供価格よりも高くても（逆ザヤが発生しても）、提供価格自体が通常の小売価格でありさえすればよいという解釈をとらざるを得ない。

しかしながら、経済の原則からは、仕入価格が1050円する物品の通常の小売価格が1000円ということはあり得ず、1050円よりも高くなければおかしいという解釈をとると、これを1000円分の賞品として提供する換金等価営業は、等価性の基準に違反するということになる。

また、逆ザヤ分（1050円で仕入れた賞品を1000円で提供した差額50円分）は、ホール業者からの買取所に対する資金提供に該当するとの解釈をとると、換金等価営業は、ダミーを使った賞品の自家（直）買いの禁止（風適法23条1項2号）違反となるか、少なくとも、多くの都道府県の風適法施行条例で規定されている賞品の買い取らせの禁止（東京都の同条例7条2項2号等）に違反するということになる。

3

換金等価営業と

著しく客の射幸心を

そそる行為の禁止との関係

換金等価営業は、遊技客にとっては、賞品として提供を受けた物品の買取所への売却というプロセスが介在するものの、貸玉料金×出玉数相当の現金が取得できるというものである。これは、出玉（勝玉）を楽しむ遊技が、出玉数相当分の金銭の獲得を目的とする遊技に質的に変化することを意味し、それが賭博行為に該当するかどうかは措くとしても、本質的に著しく射幸心をそそる行為に該当すると判断される。

となると、換金等価営業は、各都道府県の風適法施行条例で規定されている「著しく射幸心をそそるおそれのある行為」の禁止（東京都の同条例7条1項7号）にも違反することになる。

4

換金等価営業の

射幸性に頼った

営業方法としての弊害

以上のように、換金等価営業は違法である可能性が高いが、この営業方法自体がもたらす弊害についても考慮す

る必要がある。

まず、この営業方法がホールの出玉に対して賞品を提供するコスト、いわば賞品コストを増大させるという問題がある。

換金等価営業においては、客は景品を持ち帰るよりも換金する方を選ぶし、換金される額も高額化するから、換金需要及び換金額の双方が増大する。

持ち帰り用の賞品であれば、通常の小売価格すなわち提供価格の七掛けから八掛け位の仕入れ値のものもあるから、賞品コストはたかが知れている。これに対し、先述の通り換金等価営業では逆ザヤが発生するのであり、賞品コストはかなり増大する。

賞品コストの増大は、直接ホール業者の収益を圧迫することになるが、遊技料金の高額化も招いて客離れを加速する。これは、業界全体の衰退にもつながる。

また、ホール業者にとって、賞品コストの増大は、大多数の客の犠牲（負け）の上に、ごく少数の客の多量の出玉（勝ち）があるという収益構造をとらなければ負担できなくなる。これは、遊技自体を、いくらお金をつき込んでもなかなか勝てないが、勝つと大勝ができるという、遊技の勝ちと負けとの差

を激しくしなければならぬこと、すなわち、遊技自体の射幸性が高まるということになり、その弊害たるのめり込み等の問題に直結することになる。

5

換金等価営業と 遊技機の不正改造

これは、遊技自体を、
いくらお金をつぎ込んで
なかなか勝てないが、
勝つと大勝ができるという、
遊技の勝ちと負けとの差を
激しくしなければならぬこと、
すなわち、
遊技自体の射幸性が高まる
ということになり、
その弊害たるのめり込み等の問題に
直結することになる。

ポイント

以上のように、換金等価営業はそれ自体に問題が多いが、それに留まらず、この営業方法が、大多数の客の犠牲の上にごく少数の客に多量の出玉があるという収益構造を前提とするため、ホール業者が遊技機の不正改造や射幸性に関する性能の改変に走る誘因にもなる。何故なら、遊技機の性能は、必ずしも換金等価営業に対応したものではないからである。

具体的には、換金等価営業に適した収益構造をもたすため、遊技機の中央入賞口にだけ玉が入り、一般入賞口には玉が入らないようにする釘曲げ等が行われる蓋然性が高まるのである。

ところで、一般社団法人遊技産業健全化推進機

構（機構）は、本年6月1日から釘曲げをチェック項目に加え、「遊技機性能調査」を開始した。この調査のポイントは、パチンコ遊技機で実際に遊技して、一般入賞口への入賞が、保通協における型式試験の結果と乖離していないかをチェックする点にある。

今回の機構による「遊技機性能調査」は、単に遊技機の釘曲げによる不正改造をチェックするに留まるものではなく、特に、一般入賞口に玉を入りにくくするという調整を行うこと、すなわち、外形上不正改造とまではいえない場合であっても、遊技機の性能に改変を加え、「著しく客の射幸心をそるものとして：国家公安委員会規則で定める基準」に該当するものか否かというものである。

新たな機構による調査を切り口に、問題の多い換金等価営業は、業界から一掃されることになるであろう。

（注）

換金等価は本来ホール営業とは関係ない景品交換所での取引行為である。ホール業者らが換金に関与すれば違法行為となることを確認しておきたい。

データでみるパチンコ業界

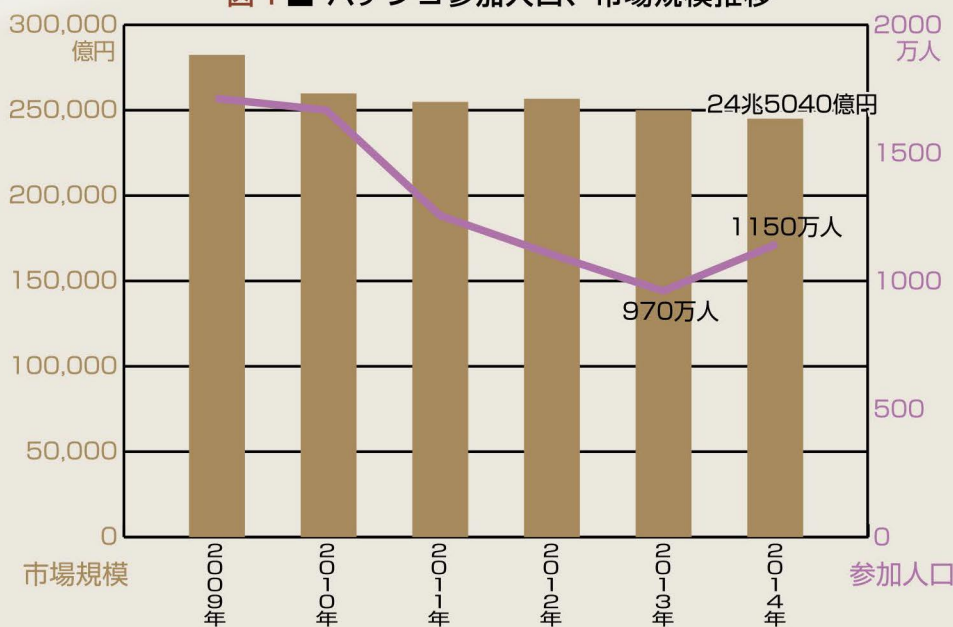
Yesterday, Today And Tomorrow

第九十八回

費用の増加は期待の表れ 過程での“納得”が大切

【協力】株式会社エンタテインメントビジネス総合研究所

図1 ■ パチンコ参加人口、市場規模推移



楽観はできない
参加人口

公益財団法人日本生産性本部の「レジャー白書2015」で、パチンコの参加人数は1150万人と公表されました。前年は970万人と1000万の万台を割り、今

年の数字が注目されていましたが、前年比18・6%増加(180万人)となりました。そして、2014年のパチンコ・パチスロの市場規模は24兆5040億円と推計されています。

今回「レジャー白書」では公的な統計調査である総務省統計局

「サービス産業動向調査拡大調査報告」や経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」のデータを踏まえて、「パチンコ・パチスロ」の市場規模について見直しを行いました。1992年以降の市場規模が修正されています。ですから店舗で営業に携わっておられる方々にはあまり実感のないものかもしれません。

新たに推計された市場規模と参加人口の推移を図1に示しました。参加人口が「増えた」とはいえ、

市場規模は2年連続で減少しています。今後のパチンコ業界の業況について楽観視はできないようです。

「パチンコ」は一部の人の娯楽？

レジャー白書では、レジャーをスポーツ部門、趣味・創作部門、娯楽部門、観光・行楽部門、その他部門の5つに分類しています。「パチンコ」は娯楽部門に含まれています。

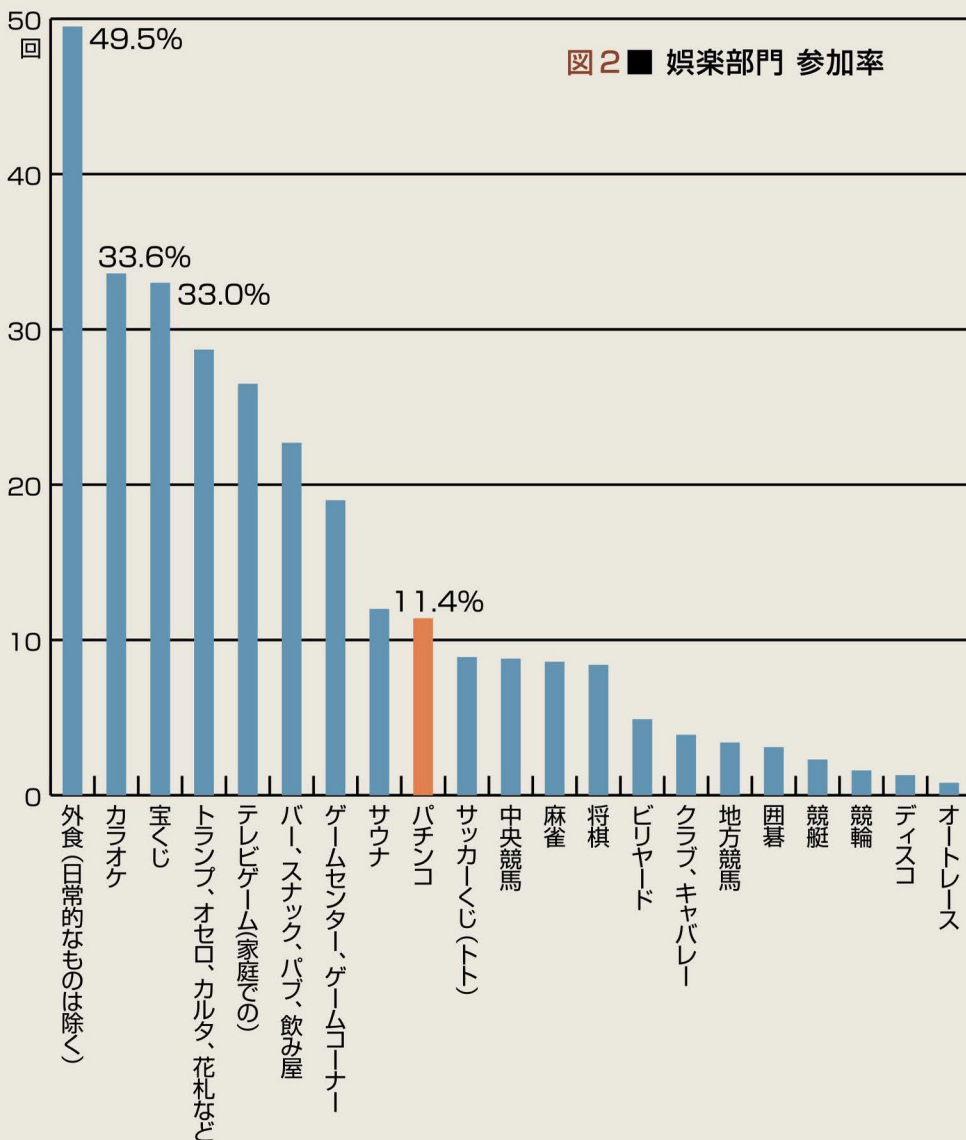
図2 「娯楽部門 参加率」では娯楽部門の21の余暇活動の参加率を示しました。最も参加率が高い「外食（日常的なものは除く）」は49・5%です。参加率は、その余暇活動を1年間に1回以上行った人の割合なので、ほぼ半数の人は1年以内に「外食」を経験したことになります。次いで参加率が高い余暇活動が「カラオケ」33・6%、「宝くじ」33・0%となっています。一方、「パチンコ」の参加率は11・4%と、1年間で体験した人は概ね10人に1人程度です。9割近い人はパチンコを楽しんでいないこととなります。大衆娯楽と

はいうものの「パチンコ」は一部の人の楽しみになっているようです。

活動回数は平均月2回程度

では、パチンコはどのように楽しまれているのでしょうか。図3 「娯楽部門 年間平均活動回数」を見てみましょう。最も年間平均活動回数が多いのは「テレビゲーム（家庭での）」の35・1回です。「テレビゲーム」をする人は、平均すれば月に3回程度楽しんでいることとなります。「パチンコ」は22・8回と2番目に年間平均活動回数が多く、平均活動回数が多く、月に2回程度の活動回数となります。この結果を見ると、参加率はそれほどでもないものの、活動回数が多いということが「パチンコ」という余暇活動の特色の

図2 ■ 娯楽部門 参加率



ようです。

言い換えれば、営業が一部の熱心なファン、ヘビィユーザーに支えられているという実態を裏付ける数字になっています。

勝ち負けがある余暇活動

「パチンコ」や「中央競馬」「競輪」「競艇」などの公営競技は、使った金額に関わらず「勝ち負け」があり、賞品や配当金に差が生じることが特色です。余暇活動をすれば、勝ったり負けたり、賞品を得ることもあればないことも、その日によって過程も結果も異なります。だから飽きることなく楽しむことが出来るとも言え、それだけ

費用の増加は期待の表れ過程での“納得”が大切

に活動回数が多くなっているの
しょう。

なかでも、「パチンコ」の活動回
数が多いということは、他の勝ち
負けがある余暇活動より身近なも
のだからだとも言えます。公営競
技の場合は開催日が決まり、毎日
楽しむというわけにはいきません。
対して「パチンコ」はほぼ毎日営
業しています。さらに公営競技が
限定された場所で開催されるのに
比較して、パチンコ店は街中や郊
外など様々な地域で数多く営業し
ています。活動回数の多さはパチ
ンコが身近な娯楽であることを示
しています。

増加した 「1回当たり費用」

しかし、パチンコ業界が一部の
ファンに支えられている歪んだ構
造は以前から指摘されています。
新たなファンが流入しなければ将
来展望は開けないからです。市場
規模がそれほど変わらないまま参
加人口が減少することは、ファン
1人1人の負担が増すことであり、
いずれパチンコ離れを引き起こす
可能性があるからです。

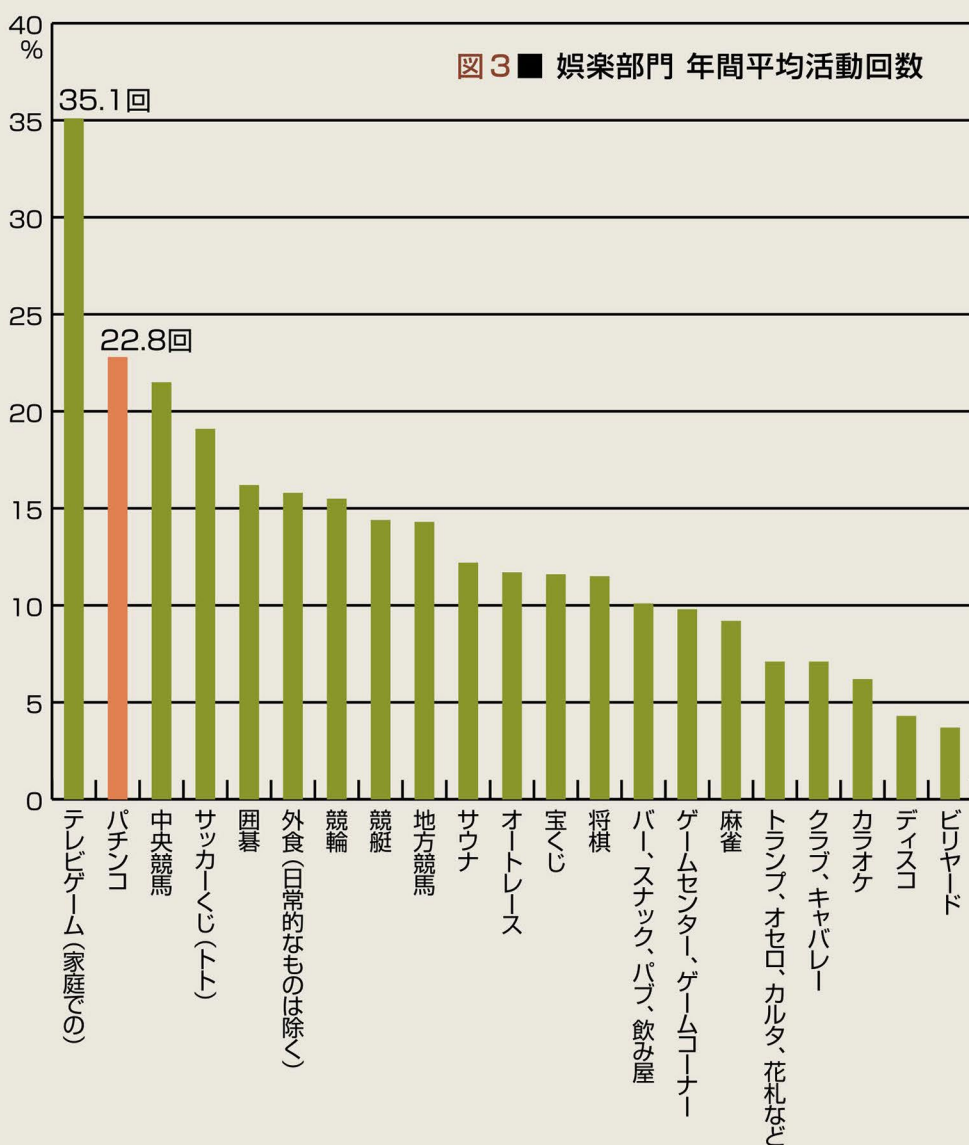
「増えた」といって

も昨年の参加人口は
09年の1720万人
に比べれば30%以上
の減少です。そして、
この1年で年間活動
回数は27・5回から
22・8回に減少し、
1回当たりの費用は
2660円が375
0円と3割も増加し
ています。1回当た
りの活動費用の増加
については、「中央競
馬」「競輪」「競艇」で
も同様の傾向がある
ため、景況がやや改
善されたことが影響
しているかもしれま
せん。それでも、費
用が急増していることは将来のプ
ラスに結びつく要素にはならない
でしょう。

将来のために

勝ち負けのある娯楽では、「今度
は勝てるかもしれない」という期
待が、次の活動を促す要因です。
ただし、根拠もなく、お客様の期

図3 ■ 娯楽部門 年間平均活動回数



待を煽ることは間違っています。
結果が伴わなかった場合に、むし
ろ大きな失望になってしまうこと
もあるからです。遊ぶ金額が多い
ということは、事前の期待がそれ
だけ大きいということでしょう。

お客様の期待に応えようとして
も、特定のお客様に対して勝ち負
けという結果を店はコントロール

できません。その過程である、接
客やサービス、店内環境などに、
「納得」いただくことがこのよう
な娯楽では重要なことです。デー
タをよく分析し、従業員の挨拶や仕
草、景品、備品の整理整頓など、
店舗でお客様がパチンコ・パチス
ロを楽しむ過程を改めて考えてみ
ることが大切でしょう。

KiK NEWS お知らせ

立入検査は様々な団体が実施



編集後記

「レジャー白書2015」によるとパチンコ参加人口が前年より180万人(18・6%)増えたが、市場規模は前年比2・0%減少し24兆5040億円だそうだ。ホール経営者たちはこの白書を「信じられない」と悲観的な発言だ。だが業界とは別に全体的には確かに景気が良くなっているようだ。ここ数年JRも地下鉄も電車の中吊り広告がぐんと減っていたのだが、このところ中吊り広告が全車両を埋めている。話題作のなかった出版界も「売らんかな」の鼻息荒く「芥川賞の受賞作」に力を入れ、何故か自衛隊員も隊員募集を掲げている。広告を見ると世の中の動きがよくわかる。そう遠くないうちに高景気の波が業界に届くと期待している。(E)

小津安二郎の「東京物語」を再鑑賞した。老夫婦が尾道から上京、子供たちの家を訪れる。独特の低いアングルの映像で淡々と親子の気持ちのずれ、戦争の落した影などが描かれる。昭和28年の作品。季節は夏。雨戸や障子は開けっ放しで、登場人物たちは団扇を使いながら話しを交わす。当時は普通の光景。クーラーが家庭に入り始めるのはこの20年後から。今では家庭での普及率は90%を超える。ヒートアイランド現象が発生し、子供が部屋でゲームに興じる。観ながらこれでもいいのかなと感じる。夏は真っ黒に日焼けした子供たちが外を走り回る。それが自然ではないだろうか。映画を観ながら考え込んでしまった。(F)

今から35年ほど前、高校に入學してすぐの頃、部活の先輩に誘われてモスバーガーに入った。そこで初めて食べたテリヤキバーガー。美味さに衝撃を受け、その後はせっせとモスバーガーに通い、テリヤキバーガーばかりを食べた。一日中パチンコを打って腹ペコの時などは、同時に3個食べていた。さすがに同じ味で飽きることもあるので、テリヤキを1個食べ、フィッシュバーガーを挟んで、もう一度テリヤキを食べるなどの工夫？をしていた。そんな大好物のモスバーガーの店舗が近所から消えて約10年。ようやく最寄駅の近くに新たにモスバーガーが出店してきた。はつきり言ってスゲー嬉しい。(H)

「機構の検査員が来たので確認させて下さい」。機構事務局にこんな電話が入る。しかし、この日機構の検査は問い合わせた地区では行われていない。「機構の検査は本日は〇〇市では実施しておりません。県の検査かもしれませんので、来た方に確認してみてください」。こんなやり取りが連日のようにある。

誓約書との関連で説明してみる。

誓約書は4種類ある。

- ① 全日遊連傘下の各都府県方面遊技業協同組合に所属している法人用
- ② 同個人用
- ③ 組合に所属していない非組合員ホールの法人用
- ④ 同個人用

宛先は①②が、遊技産業健全化推進機構、全日遊連、各都府県方面遊協。③④は遊技産業健全化推進機構となる。

①②の組合員ホールの場合、誓約書にサインすると、機構、全日遊連、各都府県方面遊協の3つの団体の検査を受け入れるという誓約をしたことになる。

もちろん、この他にも行政当局の立入検査があることは言うまでもない。

だから①②では計4種類の検査、③④では2種類の検査を受け入れることになる。

立入検査は様々な団体が行っていることをご理解頂き、ホールに検査員が訪れた際にはどこの団体の検査かを確認の上、それぞれの組織に問い合わせをするようお願い致します。

機構事務局へのお問い合わせは

電話番号 03-3518-2062

おかしいと思ったら すぐここへ <http://www.suishinkikou.or.jp/>

不正排除に 全力

遊技機も 計数機も



第三者機関

遊技産業健全化推進機構

21世紀 パチンコ・パチスロは変わります



おかしいと思ったらすぐご一報を
<http://www.suishinkikou.or.jp>

遊技産業健全化推進機構

Organization for
the Sound Development of
the Pachinko & Pachislot Industry