



ホールを襲う自然災害 全国各地で備えが必要

全国大手ダイナムの危機管理対策に学ぶ

地元熊本の被災地を岩下兄弟が継続支援

機構の動き

5月度<2021年5月1日~5月31日>

遊技機等への立入検査関係

5月度 立入検査店舗数89店舗
(遊技機検査89店舗、計数機検査0店舗)
5月末日 誓約書提出店舗数8829店舗(対前月比▲38)

依存防止対策調査の関係

5月度 依存防止対策調査実施店舗数144店舗
5月末日 承諾書提出店舗数8605舗(対前月比▲31)

会議開催関係

5月17日(月)に定例理事会を開催した。
定例理事会においては2020年度の計算書類等(決算)を承認可決した。
あわせて6月9日に定時社員総会を招集すること等を承認可決した。

CONTENTS

7 July
2021

ホールを襲う自然災害 全国各地で備えが必要 ~全国大手ダイナムの危機管理対策に学ぶ	1
地元熊本の被災地を岩下兄弟が継続支援	6
偽ブランド品・偽キャラクター品等について 三堀 清	7
店長に求められる知識「マーケティングⅩⅦ」	10
KiKo NEWS お知らせ	13



表紙の
はなし

川崎市・川崎大師風鈴市

風鈴のそろはぬ音なれ二つ吊り 汀女

夏の風物詩、風鈴市は日本各地で開催されるが、全国から3万個もの風鈴が集まる大規模な催しといえば、7月下旬の川崎大師風鈴市だろう。無数の風鈴がそれぞれに涼やかな音色を鳴らす様子が楽しめる。境内の特設会場に、900種類ものガラスの風鈴が吊るされ、金属製、石や陶磁で作られた風鈴も見ることができる。だるまの絵が描かれた、川崎大師デザインの「厄除開運だるま風鈴」(表紙写真、限定発売)は特に人気ものだ。期間中は、古くなった風鈴を納める「風鈴納め所」が境内に用意される。昨年はコロナ蔓延防止のため中止。今年は人出が集中しないように、20日(火)から8月22日(日)まで約1か月間、新しい趣向で実施する予定。

ホールを襲う自然災害 全国各地で備えが必要

夏を迎えたが、コロナ禍は終息する気配をみせず、全国のホールはその対策が重要案件となっている。さらに、この時期に忘れてならないのが自然災害対策だ。

近年は台風や集中豪雨の被害が毎年発生しており、昨年も「令和2年7月豪雨」が

多くの死者・行方不明者をもたらした。

2011年の東日本大震災以降、

16年の熊本地震、18年の北海道胆振東部地震など、地震被害も続いている。

不特定多数の顧客が出入りするホールにとって、

災害時の避難対応など、

日頃から物心両面の備えが必要になっている。

全国で最も多くの店舗を展開するホール企業・ダイナムの、自然災害における危機管理対策の取組みをレポートする。

全国大手ダイナムの危機管理対策に学ぶ



令和2年7月豪雨で大打撃を受けた熊本県吉市にあって甚大な被害を免れたダイナム熊本吉店。駐車場を貸し出すとともに、従業員は町の清掃に助んだ

ダイナム本部での消防訓練。消防訓練と防災訓練は手を抜かず、丁寧に行うよう徹底している



災害対策基本法改正 避難指示の範囲が拡大

大規模な自然災害はこの10年、毎年のように発生している。

直近では令和2年7月豪雨が39都府県に被害をもたらし、死者・行方不明者は86人、住家被害は1万6599棟に及んだ(2021年1月7日現在)。



平成30年7月豪雨ではダイナム信頼の森 岡山真備店(岡山県倉敷市)とダイナム愛媛大洲店(愛媛県大洲市)の2店舗が水没した。写真は岡山真備店



この要因とされるのが地球温暖化で、環境省では環境白書などで「地球温暖化の進行に伴い、このような豪雨や猛暑のリスクはさらに高まることが予想されている」と警鐘を鳴らしている。

大地震もしばしば発生しており、政府は今後も南海トラフ地震や日本海溝・千島海溝周辺海溝型地震などの巨大地震が発生するおそれがあるとし、特に南海トラフ地震は最悪の場合32万人を超える死者が出るおそれがあると警戒を呼びかけている。

こうした状況も踏まえ、国は5月20日に災害対策基本法を改正。避難情報ガイドラインも改定した。ポイントは避難勧告と避難指示を一本化したことだ。以前は警戒レベル4に避難勧告と避難指示が併記されていたため、避難勧告も本来避難すべきタイミングであるのに避難せず、逃げ遅れによる被災者が発生する一因となっていた。そこで避難勧告を廃止したのだ。

不特定多数の顧客が日々来店し、かつ現場では多くの従業員が働くホール企業の自然災害における危機管理対策はどうなっているのか。



ダイナム本社

全国大手のダイナム(本社・東京都荒川区、保坂明社長に話を聞いた) グループの店舗を守る

リスク管理部を中心に 危機管理体制を構築

ダイナムの店舗数は6月3日現在399店舗。沖縄県を除く46都道府県に店舗を展開している。従業員数は8961人(パートを含む。21年3月現在)にのぼる。そんな同社の危機管理対策を担当しているのがリスク管理部だ。

同部署は東日本大震災後に設けられたセクションで緊急事態が発生したとき、状況の把握に努め、適切な初動対応を促す役割を担っている。



リスク管理部 阿部部長

扱うテーマは自然災害のほか

依存問題、新型コロナウイルス問題など多岐にわたり、日頃は各テーマの対策マニュアルの作成・改訂や周知などに取り組んでいる。

阿部副リスク管理部長は「自然災害や事故、トラブルなどに見舞われた場合は事後、その原因は何だったのか、他店でも起こりうることなのか、対応は適切だったか現状の対策に見直すべき点はないかなども検証します。さらに再発防止策も含めてBCP対策全般に努め、緊急事態に会社全体にかかるリスクを少しでも抑えるのが役割です」と説明する。

そのリスク管理部で阿部部長を含めた幹部3人が兼務しているのが情報コントローラーという任務

*企業が地震や津波、台風、大雨といった自然災害や事故、停電など、予測不可能な緊急事態に見舞われた際にとる施策。



平成30年7月豪雨の被災地でボランティアに汗を流す従業員



水が引いた後の岡山真備店。駐車場は自衛隊の被災地救援部隊に貸し出した

だ。社内で緊急判断が必要な事態が発生した場合、この情報コントロールに情報が集約される。当該現場はもとより、関連部署に対して初動の指示をする権限も与えられる。

「ある店舗が大雨に被災した場合でも、他部署に対して、情報コントロールが許可するまでは当該店舗に連絡しないよう指示を出せます」と阿部部長。

その情報コントロールを統括するのがダイナムグループの各部署横断型常設組織「危機管理委員会」で、規定により、緊急事態に限って情報コントロールは社長

従業員の命を最優先

従業員と顧客の安全を確保する

同社では災害対策基本法の定める警戒レベルが4となり、避難指示が出ると店休にすることになっている。

その根底にあるのが「命を守る」というダイナムグループが第一義に掲げる絶対的な方針。阿部部長は「当社グループが何よりも大事にしているのは従業員の命とお客

と同等の権限を与えられ、判断や指示を代行できるのだ。

さらに緊急時に招集されるダイナムグループ全体の最高意思決定機関「緊急対策本部会議」では、社長が本部長となり、リスク管理部長が事務局長を務め、関連部門の代表が集まって対応策を検討する。

昨年9月に発生した「令和2年台風10号」の際は広範囲にわたって甚大な被害をもたらすおそれがあるとの予報だったことから、上陸直前の会議でダイナム27店舗とグループ企業の夢コーポレーション2店舗の翌日店休を決めた(結果的に同台風による被害はなかった)。

様の命の安全を確保することです。この方針に基づいて、さまざまな仕組みづくりを行っています」と言う。

原点は東日本大震災に遡る。当時、同社では早々に被害の把握に努め、グループ351店舗のうち50店舗が営業不能となり、安否確認がとれない従業員が372人にと数日うちに発表したが、その後、4人の従業員が亡くなったことが判明した。

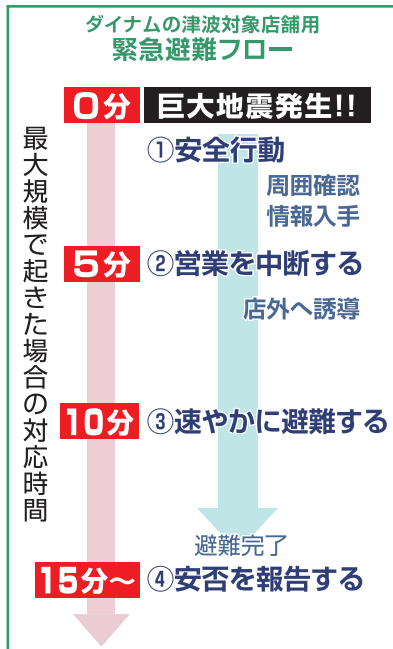
震災時、福島県郡山市にある同社の郡山統括事務所長だった阿部部長は、「経営トップをはじめ、従業員全員が心をものすごく痛め、命の重さ、大切さを痛感しました」と当時を振り返る。

東日本大震災までは、あれほど大規模な地震や津波の発生を想定していなかったことや、地震・津波の発生時に従業員の命を守るための行動基準もいまほど共有されていないなかったことを悔やみ、「その後の取組みの原動力となりました」と強調する。

地震・津波は現場対応 具体的規定で判断補助

まず、被災時のマニュアルを見直した。たとえば東日本大震災以前から「沿岸から5km以内で、標高20m以下の地域の店舗」は津波対象店舗に指定(21年6月3日現在、グループ全体で134店舗)、津波が襲ってきた際は顧客が安全に帰った後で従業員が避難することとしていた。それでは従業員が逃げ遅れるおそれがあるため、従業員の命を守ることを考えたマニュアルにしたという。

具体的には、地震や津波に関し



では現場判断で動ける、よりきめ細かな行動基準を定めることとした。それが津波対象店舗用の津波避難フローと津波避難マニュアル（フロー解説）だ。

フローでは①安全行動（地震が起きたら周囲の確認と情報入手に努める）②大津波警報もしくは避難指示が出たら、営業を中断（顧客を店外へ誘導）③速やかに避難④安否の報告という四つの対応を5分刻みで実行するよう示している。マニュアルでは大きな四つの対応に沿って、約30項目に及ぶ具体的な行動内容が示されている。津波避難マップも各店に整備している。

さらに同社では津波対象店舗のなかでも「南海トラフ地震などで津波高5m以上、津波浸水深1m以上が予測され、かつ避難開始ま

での猶予時間が20分以内とされる地域の店舗」（21年6月3日現在9店舗）を津波対策特別店舗に指定し、当該店舗にはより迅速な行動をとるよう指示している。

これらのマニュアルで従業員に最優先で徹底させているのが、自身の安全を守ること（付言すると、顧客の命を後回しにするわけではない。従業員に何事もないからこそ、顧客の安全を守ることができ

カギは安否確認と備蓄品

全従業員漏れのない安否確認システム構築

もともと、被災時にいきなりマニュアルどおり動けと言われても動けるものではない。年1回の防災訓練の際、津波対象店舗は緊急避難フローとマニュアルに沿って

忠実に行動し、最終的には参加した従業員全員で避難場所まで歩いて移動し、道順、所要時間などを頭に刻んでいる。

安否確認訓練も年2回実施。同訓練は、東日本大震災時に通

るという考えだ。店内にとどまっている顧客に対しては「従業員もこれから避難します」と呼びかけ、従業員が率先して避難することになっている。

阿部部長は「避難を呼び掛けても遊技中のお客様はなかなか席を離れようとされません。そうした方に離席を促すためにも、従業員が率先して避難する姿勢を見せることは重要なのです」と話す。

信障害により本部が現場従業員の安否確認をスムーズにできなかったことから実施するようになったもので、数年前までは3か月に1回実施していた。

阿部部長は「現在はSNSを利用した安否確認システムを導入しており、無事かどうか、出勤が可能かどうかの返信が本部でも簡単に受け取れるようになっていきます。そのシステムが実際に機能するかどうかを確認するテストのようなものです」と説明する。

緊急時の通信手段は、東日本大震災時に都市部でPHSがつかないりやすかったことから、幹部にはPHSを持たせたり、衛星電話を

導入するなど、常に最適と思われものを導入してき

た。「今後もその時代に合った、非常

時に機能しやすいシステムを選定し

ていきながら、いざというときに連絡が取れない従業員が一人も出ないようにしたい」と力を込める。

物流センターを利用したローリングストック

ダイナムが東日本大震災でもう一つ強化の必要性を痛感したのは緊急時の必要物資、特に水と食料の備蓄体制の整備だった。

「ただ、水も食料品も年数が経つと買い換ええないといけないし、か



東日本大震災で被災した店舗（左は宮城県亘理町のダイナム宮城亘理店、右が同県東松島市のダイナム矢本店）。震災直後は当時の系列351店舗中、約50店舗が営業不能に陥った



東日本大震災の被災地での社会貢献活動の様様。
社内公募したところ、全国の同社従業員がボランティアに駆けつけた



さばるものなので備蓄場所も問題です。どのような形で備蓄すれば一番問題がないかの検討を重ねています」と阿部部長。

その結果、たどりついたのが各

東日本大震災後の同震災に関する緊急対策本部会議の議事録。
会議は55回に及んだ

「東日本大震災」におけるダイナムグループの対応の記録

(2011年3月11日～5月31日)



「東日本大震災」におけるダイナムグループの対応の記録②

(2011年6月1日～9月30日)

地域共生担当チームが 社会貢献活動を推進

店舗のバックヤードではなく、ダイナムグループが全国16か所に展開する物流センターに備蓄する方法だ。そこに水と食料を、常に一定量備蓄し、当該物資が系列店に配送される都度、新たな水と食料を同センターに補充する形をとる方法を検討し実験している。

このようにダイナムでは自然災害における社内の危機管理対策をさまざまな角度から進めてきた。一方で大事にしてきたのが地域と連携した対外的な活動。自然災害が起きるたび、ボランティア活動

ボランティアにも全力

これはローリングストックという手法。古くなった備蓄品を顧客に提供するわけにはいかないの、どの程度の量をプラスチックで備蓄するのがいいの、あるいはセンター内での保管体制はどのような形がベストなのか、いまもテストを重ねているという。

に精力的に取り組んできた。

東日本大震災のときもボランティア参加を社内公募すると、すぐに300人近くの従業員が各地から名乗りを挙げた。被災から3週間足らずの3月28日には第1陣が被災地に入り、翌日から避難所を訪問して、パンやジュースなどを配った。

平成30年7月豪雨の際は、ダイナム信頼の森岡山真備店(岡山県倉敷市)とダイナム愛媛大洲店(愛媛県大洲市)の2店舗が水没する被害を被ったが、当該店舗の従業員らは町の土砂の除去作業などにも汗を流した。

令和2年7月豪雨においては、奇跡的に小被害で収まったダイナム熊本吉店の従業員らは、泥水に埋まった市の清掃などに

精力的に取り組んだ。

地域社会が危機のときこそ、ホールの存在意義が問われる。地域との共生の姿勢をさらに推し進めるため、同社は経営企画部の下、2020年に地域共生担当チームを発足した。メンバーは34人で、一人が10店前後を担当。地域社会との結びつきを太くする活動を推進している。

同チームの重要案件の一つが、自治体との地域防災協定の締結。自治体側からの要請を受けて複数の事業が動いており、地域共生担当が協議を進めている。阿部部長は「今後は当社からも各自治体に対して、協定締結を積極的に働きかけていきたい」と意欲を示す。

また、自然災害に同じものは何一つないとして、「自然災害における危機管理対策にも『絶対』はないということ」と強調。どうアプローチしていけばいいのか、永遠のテーマだと結んだ。

いまや自然災害は毎年のようにどこかで発生している。大規模自然災害とは長年無縁の地域のホールも備えは不可欠になっている。ダイナムの考え方や取組みが参考になれば幸いだ。

地元熊本の被災地を 岩下兄弟が継続支援

「令和2年7月豪雨」から1年。球磨川の氾濫で大打撃を受けた熊本県人吉市は復旧が進まず、同市に本社を置く岩下兄弟(株)は支援を続けている。5月には仮設商店街に倉庫を寄贈した。



岩下社長(左)と人吉商工会議所の深野秀陸副会頭。地元のテレビ局や新聞社が報道した



寄贈した倉庫には復興を応援する絵が描かれている

自社キャラ入り倉庫を 人吉市の仮設商店街に

岩下兄弟は今年5月10日、市街地の仮設商店街「人吉復興コンテナマルシェ」を運営する人吉商工会議所に備品保管用の倉庫1戸を寄贈した。同市在住の画家・堀川明広氏と人吉高校美術部の生徒に協力を依頼し、同社マスコットキャラクター「タマちゃん」が地元SLに乗ったり、温泉を楽しむ絵が外壁には描かれている。

仮設商店街での寄贈式には商工会議所会頭でもある同社の岩下博明特別相談役や岩下洋三社長、堀川氏、商工会議所関係者、出店者ら約20人が出席した。同商店街は被災事業者の支援と

市中心地の活性化のため、人吉商工会議所が今年1月30日に開設したもので、現在は7事業所が営業している。倉庫は出店者が欲していたもので、岩下社長は「(当社としても)被災者の方々のお手伝いをしたいと考えていました。今後、も持続可能な支援をしていきたい」と挨拶した。

社内に復興支援対策会 今後も物心両面で支援

令和2年7月豪雨は九州から西日本、東日本へと移動し、全国各地に被害をもたらした(被災状況は本誌1ページ参照)。特に深刻な事態に陥ったのが熊本県で、南部の人吉市、芦北町、八代市郊外の坂本町などは球磨川の氾濫もあって深刻なダメージを受けた。

岩下兄弟も人吉地区の3店舗、球磨地区の4店舗、水俣地区の1店舗が臨時休業し、そのうち本社併設の「モナコパレス青井本店」は1か月以上休業した。

そんな同社が、豪雨が落ち着き始めると取り組んできたのが被災地支援で、8月には岩下特別相談役(当時は会長)自らがデザインした「がんばるばい人吉」のメッセージ入りTシャツを約1000枚制

作し、復旧にあたってはボランティア団体などに配布した。

その後もSDGs(持続可能な開発目標)の取組みの一環として復興支援対策会を設置し、人吉球磨復興プロジェクトを推進。被災地ボランティアや消毒用ハンドジェルの寄贈などをしてきた。

今回の倉庫寄贈もその一環で、同社では「人吉の復興はまだまだ時間がかります(編集室注:市は「被災市街地復興推進地域案」の住民説明会を今年5月に開催したばかり)。

一時的な支援ではなく、会社をあげて地域に寄り添いながら、継続的に復興をサポートしていく予定です。今後も物心両面から地域貢献していきたい」とコメントしている。



◀寄贈式の出席者。後列右から3人目が岩下特別相談役、4人目が岩下社長。左端は岩下兄弟のマスコットキャラクター「タマちゃん」

偽ブランド品・偽キャラクター品等について



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 景品(賞品)の

取りそろえの位置付け

風適法上、景品(賞品)の提供方法については、等価性の基準(等価交換規制)、景品の取りそろえ及び景品の価格の最高限度という三つの規制が定められている。いずれもパチンコの射幸性を抑制する趣旨に出た規制であるが、景品の取りそろえは、別の観点から、健全化に向けた重要な規制と位置付けられる。

パチンコホール業界の健全化を阻害する要因の一つとして、換金の問題と、いわゆるグレーゾーンの存在が挙げられている。この換金の問題をクリアにするには、換金に対する需要自体を抑制する必要がある、その実現の

ために貯玉再プレイシステムの普及と共に、景品の取りそろえの充実が図られたのである。

景品の取りそろえについては「客の多様な要望を満たすことができるよう、客が一般に日常生活の用に供すると考えられる物品のうちから、できる限り多くの種類のものを取りそろえておくこと」と規定されているが(風適法施行規則36条2項2号)、何品目、何種類以上取りそろえるのかについての規定はない。しかるに、平成18(2006)年12月にホール業界5団体(日遊協、全日遊連、同友会、余暇進、PCSA)は、「ぱちんこ営業に係る賞品の取りそろえの充実に関する決議」で5品目5百種類以上(設置遊技機台数が5百台を超えるホ

2

偽ブランド品・偽キャラクター品等の問題

ールは台数以上)の賞品を取りそろえることとしており、これが一種のソフトローとして確立した基準となっている。但し、業界全体として景品の取りそろえの充実の進捗ははかばかしくなく、平成25(2013)年10月には警察庁生活安全局保安課長から「ぱちんこ営業に係る賞品の取りそろえの充実の更なる推進について(通知)」が発され、前記決議を周知徹底し、取りそろえの充実を推進するように指導されている状況ではある。

健全化に不可欠な景品の取りそろえ

の充実のためとはいえ、景品の仕入れの際に余り買い叩くと、偽ブランド品や偽キャラクター品等の偽物を掴まされてしまう懸念が出て来る。

ルイ・ヴィトンのバッグのような高級ブランド品(最高額の規制を超えてしまい、実際には景品として提供することはできないのが通常であろう)の場合であっても、森永製菓のミルクキャラメルのような普及品の場合であっても、偽物は、法的には同じ建付けであるルイ・ヴィトンのモノグラムや「Louis Vuitton」の文字、或いは森永製菓のエンゼルマークは、いずれも登録商標であり、偽物とはこれらの登録商標と同一又は類似の商標を勝手に使用することにより、商標に関する権利を侵害するものであるという点で差異はないのである。

ここに商標とは、商品やサービスに用いられる「…文字、図形、記号、立体的形状若しくは色彩又はこれらの結合、音その他…」の標章のことで(商標法2条)、簡単にいえばトレードマーク、サービスマークやロゴの類である。商標を登録した商標権者は、自ら使用する他、第三者に「専用使用権」又は「通常使用権」を設定する(商標法30条、31条)。そして、商標権者及び専用使用権

者は、登録商標やこれに類似した商標を勝手に使用する者があった場合、これらの者に対して使用差止請求や損害賠償請求をすることができるのである(同法36条、38条)。

その他、登録商標やこれに類似した商標を勝手に使用することにより他人の商標権や専用使用権を侵害した者は、10年以下の懲役もしくは1千万円以下の罰金又はこれらの併科という刑事罰を科される(商標法78条)。

なお、商標法は、同一又は類似の商標を「…商品又は商品の包装…を付したものを譲渡、引渡し又は輸出のために所持する行為」までも「侵害とみなす」としているから(同法37条2号)、商標権侵害の有無は使用した商標が本物か偽物かという客観的事実だけで判断されることになり、例えば、ホール業者が景品卸業者の説明を鵜呑みにして、本物と信じて偽物を景品として仕入れて在庫させても(実際に、ホールで景品として提供していなくても)、使用差止や損害賠償請求の対象となってしまうのである。

これに対して、刑事罰は、偽物であったことを知らなければ故意がなかったとして免れることが出来るが、通常の卸値よりも相当安く買い叩いて仕入

れたような場合、「偽物とは思わなかった」という弁解は通用しないであろう。

キャラクター商品、例えば、サンリオの「ハローキティ」の付された商品の偽物の場合は、商標法違反となると同時に著作権を侵害する著作権法違反となる。

なお、商標として登録されていないため商標権の侵害とはならない場合であっても、著名なトレードマーク等を勝手に使うと不正競争防止法違反となることがある。

3 偽物を景品とした場合の風適法上の問題

ホールの景品として偽物を提供していた場合、風適法上、等価性の基準(等価交換規制)違反が問題となる。

等価性の基準とは、景品は「…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」でなければならぬという基準である(風適法施行規則36条2項1号イ)。小売価格500円のタバコは、4円玉なら125個、20円メダルなら25枚に対して提供されなければならないということである。

等価性の基準を字義通り解釈すると、

景品を通常価格より安いバーゲンプライスで提供した場合だけでなく、安物を高値で提供した場合にも違反となることになる。偽物を真正商品と信じて提供した場合であっても、客観的に安物を高値で提供したことに変わりはないから、等価性の基準違反となるのである。

等価性の基準違反に対しては、刑事罰は規定されていないが、行政処分は規定されているが、Dで10日以上80日以下、基準期間20日間の営業停止命令とされている。但し、同種の違反が繰り返されたりしていなければ、実際には指示処分が済む例が多い。

4

偽物を景品とした場合の 遊技客との問題

ここで忘れてはならないのは、景品が偽物であった場合、遊技客との間の遊技に関する契約上の問題である。

ホール業者と客との間には、遊技料金の支払い(貯玉の払出しも同様)により、遊技機でプレイをする・させる、出玉に対して景品の提供を受ける・するという権利義務関係を内容とする遊技に関する契約が成立する。同契約上、ホール業者は、等価性の基準から、出

健全化に不可欠な

景品の取りそろえの充実のためとはいえ、景品の仕入れの際に余り買い叩くと、偽ブランド品や偽キャラクター品等の偽物を掴まされてしまう懸念が出て来る。

商標権侵害の有無は

使用した商標が本物が偽物かという客観的事実だけで判断されることになり、例えば、ホール業者が景品卸業者の説明を鵜呑みにして、本物と信じて偽物を景品として仕入れて在庫させても(実際に、ホールで景品として提供していなくても)、使用差止や損害賠償請求の対象となってしまうのである。

玉数×貸玉料金に見合った市場価格(小売り価格)の景品を提供しなければならない義務を負う。

ところが、ホール業者が本物と同じだけの市場価格がない偽物を本物であるとして景品にした場合、売買契約で売主が偽物を本物であるとして売った場合と同様、前述の遊技に関する契約上の義務を果たさなかったことになり、債務不履行責任として本物と交換するか損害賠償をしなければならなくなる(民法415条)。

また、偽物であるということは、法律上の瑕疵のあるモノ(要するにキズモノ)なのであるから、ホール業者は、過失の有無にかかわらず、契約不適合責任として、客に対し、本物と交換するか代わりの物品を提供しなければならなくなる(民法562条1項)。

遺憾ながら、景品の取りそろえに努力しながら、商標権者等の権利を侵害する偽物を景品として抱え込んでしまうという事態は、健全化に逆行するとは明らかである。



店長に求められる知識

マーケティング XVI

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は同じ製品（遊技機）が並べられ、似たような営業手法が取られています。このような環境下においても外部環境の変化に対応しながら、商圏内で競合店よりも多くのお客様の支持を集めていくこと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です。マーケティングは、日本では一般的に「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づくりそのものです。知識としてマーケティング理論を身に付けるだけではなく、実務として店舗運営に活用するため継続することが重要です。

今回は、マーケティング理論・法則について取りあげます。マーケティングには歴史の中で誕生した数多くの理論・法則が存在し、現代社会のあらゆるビジネスシーンで活用されています。名前だけを見ると横文字が多く難解な印象を受けますが、実際はイメージほど難しいものではありません。こ

ここからは問題を解きながら解説していきます。

競争地位4類型

【問題】

フィリップ・コトラーが提唱した競争地位4類型に関する記述として、最も適切でないものはどれか。

【選択肢】

- a：リーダーは、特定の市場で最大のシェアを持つ。
- b：チャレンジャーは、市場に参入して間もないスタートアップ企業のことを表す。
- c：フォロワーは、上位企業の模倣をしながらリスクを回避してポジションを維持する。
- d：ニッチャーは、限定された市場において独自のポジションを築くことに注力する。

【回答分布】

- a：6・3%
- b：40・8%
- c：41・2%
- d：11・8%

【正解と解説】

正解はbです。フィリップ・コトラーが提唱した競争地位4類型におけるチャレンジャーとは、ター

フィリップ・コトラーの競争地位4類型

相対的な経営資源		経営資源の量	
		多い	少ない
経営資源の質	高い	リーダー	ニッチャー
	安い	チャレンジャー	フォロワー

れています。

ーゲットとなる市場でシェアが2位以降のポジションである企業を指します。チャレンジャーはシェア1位の企業(リーダー)との真つ向勝負を避けて、強みを活かした差別化を図ることで基本は下位のポジション(フォロワー、ニッチャー)よりシェアを奪うことが競争のセオリーとさ

競争地位4類型とは、フィリップ・コトラーが1980年に提唱した競争戦略理論です。本理論では、マーケットシェアの観点より企業のポジションを4つに類型化し、競争地位に応じた戦略策定を提示しています。

その他、選択肢を見てみましょう。aのリーダーとは、ター

ト市場で最大のシェアを持つトップ企業のことです。トップ企業なので、基本的には1社のみを指します。経営資源の質・量ともに競合他社よりも優れ、下位すべての企業に対して全方位からシェアを奪うのが基本戦略となります。

cのフォロワーとはターゲット市場で3番手以下に位置し、リーダー企業の真似をしながら追従する企業です。経営資源の質・量ともにリーダーやチャレンジャーに劣るため、上位企業を徹底して真似することにより、リスクを抑えつつおこぼれとなるリターンを獲得することを目指します。

最後に、dのニッチャーとはリーダーが参入していない小規模な市場で大きなシェアを獲得している企業です。経営資源の量は少ないものの、特定ジャンルにおける技術やノウハウなどの高い質を持ちます。ニッチとは「隙間」という意味であり、上位企業が関心を持たない分野をターゲットとして、直接的な競争を避けながらシェアを獲得するのが基本戦略となります。

パレートの法則

【問題】

イタリアの経済学者ウィルフレド・パレートが発表したパレートの法則において、(ア)(イ)に当てはまる数字の組み合わせとして、最も適切なものはどれか。

企業の売上の(ア)割は、全製品のうちの(イ)割で生み出している。

【選択肢】

- a : ア11 9 イ11 1
- b : ア11 8 イ11 2
- c : ア11 7 イ11 3
- d : ア11 6 イ11 4

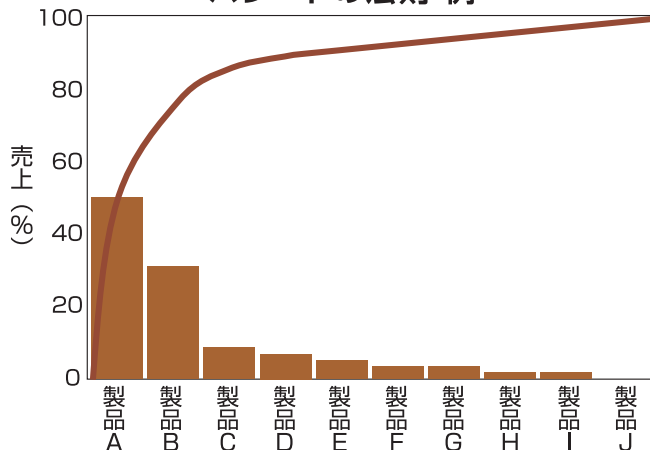
【回答分布】

- a : 23・4%
- b : 43・8%
- c : 27・6%
- d : 5・2%

【正解と解説】

正解はbです。パレートの法則とは、経済活動における産出、結果、報酬などの全体の大部分は、投入、原因、努力など一部のわず

パレートの法則 例



かな要素が生み出しているという法則です。別名2・8の法則と呼ばれるように、空欄には2と8がそれぞれ該当します。

パレートの法則は現代社会のさまざまなビジネスシーンで使用されています。パチンコ店を例に挙げれば、「上位20%の顧客が売上の80%を占める」「上位2割の機種が全体稼働の8割を占める」などの傾向が挙げられます。その場合、全体に対して同等に資源を配分するよりも、上位20%に集中させることで効率的に収益性を高めることができますのです。

出店戦略

【問題】

特定地域内で集中的に店舗出店を展開し、大きなシェアを占めることで競争優位性を発揮する戦略の名称として、正しいものはどれか。

【選択肢】

- a : ランチエスター戦略
- b : ミート戦略
- c : ドミナント戦略
- d : ブルーオーシャン戦略

【回答分布】

- a : 28・2%
- b : 9・9%
- c : 55・2%
- d : 6・6%

【正解と解説】

正解はcです。

特定の地域に経営資源を集中することで、市場の独占を狙う戦略をドミナント戦略と言います。ドミナントとは「支配的な」という意味を持ち、主に小売店において多く見られるチェーン展開です。限

られた経営資源の量でも効率的にシェアを獲得することができ、反面、自店舗同士で商圏が重なることでお客様を奪い合うというケースは避けられません。また、対象とする地域環境の変化によるリスクが集中するという危険性もあります。

パチンコ店における店舗展開でも、ドミナント戦略は数多く見られます。地域によって規制が異なり、お客様の嗜好にも独自性が見られる点など、営業施策面においても有効な戦略と言えるでしょう。

孫子の兵法

【問題】

孫子の兵法における(ア)(イ)に当てはまる言葉の組み合わせとして、最も適切なものはどれか。

(ア)を知り (イ)を知れば

百戦殆うからず

【選択肢】

- a : アII過去 イII現在
- b : アII攻撃 イII防御
- c : アII彼 イII己

d : アII強み イII弱み

【回答分布】

- a : 15・0%
- b : 6・5%
- c : 53・7%
- d : 24・8%

【正解と解説】

正解はcです。

孫子の兵法「謀攻篇」において、以下の文章が記されています。

彼を知り己を知れば

百戦殆うからず

(かれをしりおのれをしれば

ひやくせんあやうからず)

これは、敵の実情と味方の実情を熟知していれば、百回戦っても負ける心配はないということです。パチンコ店の運営に置き換えると、競合店と自店の調査・分析がしっかりとできていれば、(勝つことはできなくても)圧倒されることはないという意味を持ちます。

孫子の兵法は、紀元前500年頃の軍事思想家「孫武」が残した兵法の書であり、現代社会におけるマーケティング理論にも多大な影響を与えています。この一文は、

マーケティングのフレームワークとしても有名な3C分析に通じるものです。3C分析の3Cとは「市場(Customer)」「競合(Competitor)」「自社(Company)」の頭文字を取ったものであり、市場分析(市場規模や成長性、顧客ニーズなど)と競合および自社分析(競争力の優劣、自社の強みや弱みなど)から、さまざまなビジネスシーンにおいて戦略の策定に活用されています。

店舗を任される立場であれば、一般的なマーケティング理論・法則は既に理解しているという方も多いでしょう。しかしながら、知識として覚えていることと実践することはまったく異なるものです。スポーツでも正しい手順やコツを理解しただけでは成果が出ないと同様に、マーケティングにおいても自身の経験と重ね合わせながら身体で成功の方法を身に付けていくことが重要です。マーケティング理論・法則を体系的に学び、自店の店舗運営で実践してみましよう。

コロナ対策に協力

**成通が津山市の病院に
店舗駐車場を無償提供**

全国に「ハリウッド」の屋号で33店舗を展開する成通グループ(本社・岡山県岡山市、千原行喜代表)は6月、

全国46都道府県にパチンコ店を展開するダイナム(本社・東京都荒川区、保坂明社長)は6月3日、「ダイナム福島郡山東店」の店舗駐車場の一部を新型コロナウィルスのワクチン接種時の臨時駐車場として郡山市に無償提供していることを発表した。

期間は今年4月12日から7月30日まで。地域貢献活動を進める同社スタッフが、郡山市役所を訪問した際、ワクチン接種会場の駐車場不足という課題に直面していることを知り、協力を申し入れ実現したという。同市のワクチン接種会場は民間病院のため、通常利用者とは別の専用駐車場が必要であることから、近隣に建つ同店の駐車場30台分を無償提供している。

同社では同様の取組みをダイナム山口小郡店(山口県山口市。5月10〜16日は実施済み)、ダイナム茨城日立北店(茨城県日立市)、ダイナム福岡田川店(福岡県田川市)でも進めている。



ダイナム福島郡山東店のワクチン接種者の臨時駐車場

**ダイナムが自治体に
店舗駐車場を無償提供**

新型コロナウィルスのワクチン接種者用に「ハリウッド津山店」(岡山県津山市)の駐車場を無償提供していることを発表した。

ワクチン接種会場となった隣接する医療法人東浩会石川病院から同店駐車場を有料提供してほしいという要望を受け、無償提供することにしたもの。期間は5月12日〜7月29日の接種実施日にあたる隔週木曜日で、平面駐車場10台分を提供している。



無償提供しているハリウッド津山店の駐車場

編集後記

機構NEWSの表紙は、長年に亘り、日本の祭を取り上げて来たが、新型コロナのため、「今年中止」という断り書きが1年半続いてしまっている。

自分が体験した祭を、思い返してみよう。子ども時代の近所の八幡神社の

止まっている日本の祭

夏祭。家族と見た青森ねぶたと弘前ねぶた、青春の思い出の能代のねぶながし、仕事で見た浅草三社祭、神田祭、結婚前の祇園祭。子供と行った夜の川越まつり。思い出深いものばかりだ。地元民でなくとも祭の感動は大きい。2年連続夏祭り中止という報が各地から飛び込んでくるなか、スポーツの祭典五輪断行で、その穴を埋めることができるのだろうか

同社では「津山市は高齢者が多く、自動車での移動が(交通手段の)メイン。一人でも多くの方が早く接種を受けられることを期待します」とし、今後も新型コロナの早期終息に向けて、全店で協力していくとコメントしている。

**神奈川県遊協が
オゾン発生器など寄贈**

神奈川県遊技場協同組合(理事長・伊坂重憲氏)と神奈川県福祉事業協会(会長・同)は5月24日、神奈川県共同募金会を通じ県内の児童養護施設に對して、非接触型体温計とオゾン発生器を寄贈した。

新型コロナウイルス対策の支援の一環で、非接触型体温計は20施設に、オゾン発生器は14施設に贈られた。横浜市の同県遊協会館で行われた寄贈式には伊坂理事長や共同募金会の押川渉副会長、社会福祉法人唐池学園理事長で神奈川県児童福祉施設協議会長の鶴飼一晴会長らが出席。鶴飼会長から「子どもたちはきれいな空気の中かで元気に遊べます」と感謝の言葉が送られた。



寄贈した非接触型体温計(左)とオゾン発生器

競馬 馬仲間の一人が肝臓ガンと宣告された。なんでも肝臓に腫瘍が二つあって二つともガンだったら手術も難しい。でも一つならなんとか…ということのようだったが、幸い？ガンは一つだけで手術することになった。

東京の名所 大井競馬場に連れて行って以来、毎週のように競馬をやってきましたから約30年近くの競馬仲間ということになる。まあ、お互いもうすぐ還暦

ギックリ腰 間後。藤沢後、初の取材があり、着替えるようとしたら、ズボンのホックが止まらないのだ。静養中、食べては寝ての生活だったためだろうか。無理やりはいて出動したが、ホックがはじけないか、とても怖い1日だった。皆さん、日頃の運動は大切です。

と、ハタと考え込んでしまった。(M)

だし、迎えが来る年齢に達した…ということなんだろうと思っている。(H)

約20年ぶりにギックリ腰になった。その2日後が神奈川県藤沢市での取材だったのだが、軽度だったことが幸いして、なんとか取材を済ませることができた。ところが、またまたドキッとしたのは、腰の具合がかなり良くなった2週間後。藤沢後、初の取材があり、着替えるようとしたら、ズボンのホックが止まらないのだ。静養中、食べては寝ての生活だったためだろうか。無理やりはいて出動したが、ホックがはじけないか、とても怖い1日だった。皆さん、日頃の運動は大切です。(N)

おかしいと思ったら すぐここへ <https://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

Organization for
the Sound Development of
the Pachinko & Pachislot Industry