



今年の夏も猛暑の予想 子どもの車内放置事故ゼロの継続を！

～マルハンの系列店が駐車場巡回による未然防止で、全日遊連から感謝状～

2024年度の検査を振り返って 機構検査部

機構の動き

4～5月度<2025年4月1日～2025年5月31日>

遊技機等の立入検査関係

- 4月度 立入検査店舗数113店舗
(遊技機検査62店舗、計数機検査51店舗)
4月末日 誓約書提出店舗数6604店舗(対前月比▲19)
5月度 立入検査店舗数99店舗
(遊技機検査75店舗、計数機検査24店舗)
5月末日 誓約書提出店舗数6593店舗(対前月比▲11)

依存防止対策調査の関係

- 4月度 依存防止対策調査実施店舗数114店舗
4月末日 承諾書提出店舗数6601店舗(対前月比▲19)
5月度 依存防止対策調査実施店舗数102店舗
5月末日 承諾書提出店舗数6590店舗(対前月比▲11)

会議開催関係

5月12日(月)に定例理事会を開催。「第19期事業年度 計算書類承認の件」「社員の経費負担の件」「定時社員総会招集の件」等を審議し、それぞれ承認可決した。

CONTENTS

7/8 July August 2025	今年の夏も猛暑の予想 子どもの車内放置事故ゼロの継続を! —————	1
	～マルハンの系列店が駐車場巡回による未然防止で、全日遊連から感謝状	
	2024年度の検査を振り返って 機構検査部 —————	4
	今後の規制動向を読み取る 三堀 清 —————	7
	店長に求められる知識「マーケティングXX」 —————	10
	KiKo NEWS —————	13



大阪天満宮 天神祭 船渡御

数ある天神祭の中でも最古かつ最大規模を誇る、大阪天満宮の天神祭。京都の祇園祭、東京の神田祭と並ぶ日本三大祭のクライマックスが、7月25日の本宮(ほんみや)で行われる船渡御(ふなとぎょ)だ。

大川(旧淀川)に100隻あまりの船が行きかい、数千発の奉納花火が打ち上がる。神様(菅原道真公)を運ぶ御羽車(おはぐるま)を乗せたご一行は天神橋から上流へ。飛翔橋から出発した奉拝船が一行を出迎える。船と船、船と川岸の間でも「打ちまーしょ」「もひとつせ」と「大阪締め」の手打ちが交わされ、祭を盛り上げる。

前日24日の宵宮(よいみや)では、祭の開幕を告げる「鉦流(ほこながし)神事」が行われる。堂島川の中ほどから神鉦を流す神童の大役は、毎年、大阪市立西天満小学校の生徒から選抜される。

大阪天満宮によると、天神祭が始まったのは951年。豊臣秀吉が大坂城を築いたころには船渡御の形が整っていたという。

表紙の
はなし

今年の夏も猛暑の予想 子どもの車内放置事故ゼロの 継続を！

今年の夏も猛暑が予想されている。

全日本遊技事業協同組合連合会（略称・全日遊連）では毎年7・8月を「子どもの事故防止特別強化期間」と定め、店内アナウンス等による注意喚起や定期巡回など、ホール駐車場等における子どもの事故防止に向けた取組みの徹底を図っている。

今年2月に系列店が事故を未然防止し、全日遊連から感謝状を受けたホール企業に、当時の状況や日頃の警戒態勢について話を聞くとともに、組合員販社のホール訪問時の駐車場巡回協力が21年目を迎える回胴式遊技機商業協同組合の取組みにもスポットを当てた。



マルハンの系列店が 駐車場巡回による未然防止で、 全日遊連から感謝状

**危険だとわかっていても
車内放置してしまう心理**

全日遊連をはじめとして、一般社団法人日本遊技関連事業協会、一般社団法人余暇環境整備推進協議会、一般社団法人MIRAIぱちんこ産業連盟のホール関係4団体は以前から「子どもの車内放置撲滅キャンペーン」を展開し、「子どもの車内放置防止対策マニュアル」の順守徹底によるホール駐車場等における子どもの事故防止に取り組んできた。

近年は業界を挙げて事故防止に向けた取組みを継続していることもあり、2017年7月を最後に死亡事故は1件も報告されていないが、過去の死亡事故の傾向としては春先から初夏（3～5月）、夏休み期間（7、8月）の日中が多く、死因では熱中症が最多とされている。

こうしたことから、全日遊連では5月の大型連休から10月までの半年間及び年末年始を「強化期間」とし、加えて特に高温化で熱中症発生のリスクが高まる7・8月を「特別強化期間」と定め、対策マニュアルの取組みのさらなる徹底

駐車場巡回による未然防止で、全日遊連から感謝状

全日遊連の感謝状を千葉県遊協の星山聖達理事長（右端）から授与されたマルハン八千代東店の佐藤マネジャー（中央）と千原紳吾さん



を毎年呼び掛けている。
ホールに徹底している取組みの柱は「駐車場への子連れ入場を禁止する旨の店内外への表示」と「駐車場の車両1台1台に対する巡回点検活動」の2点。
「ホール駐車場への子連れ入場を禁止する旨の店内外への表示」に

つては、「子連れ入場禁止」や「車内放置禁止」のノボリ、ポスター、立看板、懸垂幕などを駐車場入口やホール入口に、来店客の目に留まるよう掲示することとしている。チラシ等の広告宣伝でも子連れ入場お断りの告知をするよう徹底し、店内放送では、30分に1

回を目安に、気温や時間帯によつては回数を増やして注意喚起することとしている。

しかし、ある大手の自動車関連メーカーが23年に実施した「子どもの車内置き去り実態調査」によると、一般ドライバーの90%強が子どもの車内放置事故による熱中症が毎年のように発生していることを「知っている」と回答しているにもかかわらず

らず、1年以内に子どもを車内に残したまま車を離れたことがあると回答した人が約20%いたという。車内放置が危険だと頭ではわかっていても、「今日の天気なら大丈夫」などと、つい逃げ道をつくつてしまふ心理がうかがわれる。

過去5年間の未然防止は134件170人

そこで不可欠な取組みとなるのがホールの巡回点検活動。ホール関係4団体の「子どもの車内放置防止対策マニュアル」には営業時間中、定期的に駐車場を巡回点検することや、点検にあたっては1台ずつ懐中電灯等を用いて車内の隅々まで確実に目視確認することなどが明記されている。

子どもの車内放置を発見した場合の対応についても、子どもの意識確認を行なうため、窓ガラスを叩いて、反応の有無を確かめ、反応がなかった場合は子どもへの呼びかけを続けるとともに、そのとき店舗にいる最高責任者に即座に報告し、110番通報と119番への転送確認をするなどの手順が細かく記されている。

全日遊連が組合員から報告を受

けた子どもの事故未然防止事案は、2020～24年度の5年間で134件170人にのぼる。

マルハン八千代東店の未然防止事例

全国大手のマルハン（本社・京都市、東京都）は今年2月下旬、マルハン東日本カンパニーが管轄するマルハン八千代東店（千葉県八千代市）の従業員が巡回中に立体駐車場の車内でスマホの動画を視聴している男児（11歳）を発見し、マネジャーに報告。マネジャーが駆け付け、父親が店内で遊技していることを聞き出し、呼び出して無事保護につなげた。

時間は午後6時20分頃で、立体駐車場内ということもあり薄暗い状況だったが、あまり混み合っておらず、該当車両は店舗に近い場所に停められていたという。

4月16日に全日遊連から感謝状を授与された同店の佐藤淳一マネジャーは事故を未然防止できたことを喜びつつ、「業界団体や各法人のご尽力で、車内放置事故防止への取組みが推進されていると同時に、社会からの認知も深まっているように感じます。一方で、ごく

今年の夏も猛暑の予想 子どもの車内放置事故ゼロの 継続を！

一部の方ではありますが、いまだに危険性が軽んじられてしまっていることに対し、私も子を持つ親の一人として非常に悔しく思います」と話す。

AIを利用したシステムで 効率的で確実な点検を実現

現在、マルハンは全国に313店舗を展開し、そのうち駐車場を保有する店舗数は297店舗。駐車スペースの合計は17万751台にのぼる。同社にはさまざまなリスクへの対応を検討・実施するために危機管理委員会が設置されており、駐車場の車内放置事故防止は同委員会内の「店舗トラブル分科会」において対策等の検討が行なわれている。

駐車場の巡回については、4～10月の日中は巡回頻度を高め、1時間おきの

巡回を徹底。11月～翌3月も気温などにより車内放置事故のリスクが高い日は、定期巡回をより徹底している。

また、マルハン東日本カンパニー管轄の全店舗においては、スマートフォンと専用アプリを組み合わせた駐車場巡回支援システムを導入。AI画像認識アプリをインストールしたスマートフォンの使用して、車両のナンバープレート撮影、蓄積、照合を行なっている。同システムは、車内確認済みの車両かどうか判別できるため、駐車場巡回スタッフの負担削減、チェックレベルの底上げ、平準化に貢献しているという。

車内放置児童を発見した場合は、店内で該当車両の情報などを繰り返しアナウンスして該当客を呼び出し、注意や退店を促している。店内の遊技機等の音量により、呼び出しアナウンスが速やかに伝わらず、該当客を見つけて声掛けするまで、時間が掛かってしまうことがあるという。

「これからも駐車場巡回の大切さを仲間に加え、車内放置撲滅のために自分たちにできることをしっかりと実行してまいります」とマ

販社組合もホール駐車場の巡回協力

回胴遊商は今年で21年目

ホール駐車場の巡回については、全国遊技機商業協同組合連合会を構成する各地区遊商や回胴式遊技機商業協同組合（略称・回胴遊商）も、組合員がホール訪問時に駐車場チェック活動が続けている。

社の社員等が取引先ホールの駐車場に到着したときと帰るとき、どちらか1回は場内を一巡している。7～8月は特別強化月間とし、駐車場に到着したときと帰るときどちらも場内を一巡している。

回胴遊商の取組みは2005年8月1日にスタートし、今年で21年目。5～10月は強化月間とし、組合員各

ルハン八千代東店の佐藤マネジャー。近年は幼稚園児のマイクロバス車内置き去り事故の発生もあり、子どもの車内放置に対する世間の関心が高まっている。今後、全国のホールは日々の巡回に努めてほしい。



回胴遊商組合員がホール駐車場を巡回する様子

2024年度の検査を振り返って

機構検査部

遊技産業健全化推進機構が全国の誓約書提出ホールに対して検査を開始してから、遊技機検査は18期目、計数機検査は14期目の実績となりました。

2024年度の立入検査に対するホール側の対応は概ね良好であり、営業時間の内外を問わない随時無通知の検査にもかかわらず、スムーズに立入検査や依存防止対策調査を受け入れて頂いた全国のホール関係者の皆様、特に現場で立ち会って頂いた担当者の方々に改めて感謝を申し上げます。

新型コロナウイルスは5類感染症に移行し、マスクの着用は個人の判断が基本となりましたが、当機構では現在もホールでの検査に際し、必要に応じてマスクや手袋等を着用して作業しております。今後ともご理解を頂くとともに、遊技機検査及び計数機検査、並びに

依存防止対策調査へのご協力をお願いします。

以下、24年度の検査結果の詳細

2024年度 月別検査集計

各月		検査日数	訪問 都府県方面 数	検査ホール数			検査台数				
							遊技機		計数機		計
				遊技機	計数機	計	ぱちんこ	回胴式	玉	メダル	
2024年度	4月	14	9	68	6	74	266	270	4	2	542
	5月	11	7	50	24	74	246	241	19	5	511
	6月	13	9	82	18	100	332	278	14	4	628
	7月	15	13	102	35	137	388	380	25	10	803
	8月	12	12	109	20	129	422	403	14	6	845
	9月	13	12	115	27	142	436	448	18	9	911
	10月	16	12	111	32	143	408	452	24	8	892
	11月	14	9	98	30	128	390	372	25	5	792
	12月	13	9	129	17	146	496	508	11	6	1,021
2025年度	1月	12	9	121	17	138	460	476	12	5	953
	2月	13	9	99	23	122	366	376	15	8	765
	3月	12	9	72	25	97	268	280	18	7	573
計		158	119	1,156	274	1,430	4,478	4,484	199	75	9,236

をお知らせします。

検査店舗数のトータルは3万9642店に

機構検査部は07年4月より、提出された誓約書に基づき全国各地のぱちんこホールに伺い立入検査を実施しています。

18期目となった24年度は、4月1日からの1年間で全国1430店舗（計数機検査含む）の立入検査を実施しました。同年度事業計画の目標店舗数（1200店舗）と比べると、店舗数で230店のプラス、達成率で約119%となりました。

この結果、これまでの累計検査店舗数は3万9642店舗に上りました。

遊技機など28万台を超える検査台数

24年度の検査内訳は、遊技機検査8962台、計数機検査274台の計9236台でした。

「ぱちんこ遊技機」は12メーカー、

77機種（型式）の4478台、「回胴式遊技機」は19メーカー、58機種（型式）の4484台。また計数機については「玉計数機」が12メーカー、60機種（型式）の199台、「メダル計数機」が8メーカー、14機種（型式）の75台でした。

通算での検査総台数は「ぱちんこ遊技機」が13万2484台、「回胴式遊技機」が14万4527台。計数機検査総台数は「玉計数機」が3517台、「メダル計数機」が1285台となりました。

検査の結果

検査結果については、詳細な情報開示は控えさせて頂きますが、24年度は遊技機検査と計数機検査の両方で異常事案が確認されました。前年度は検査開始以来、遊技機検査で初めて異常事案ゼロとなり、全体的に良い状態が続いてい

各年度別の検査活動状況

各年度	検査日数	検査 ホール数	検査台数				
			遊技機		計数機		計
			ぱちんこ	回胴式	玉	メダル	
2007年度	146	767	1,289	1,607	—	—	2,896
2008年度	160	2,995	6,584	7,546	—	—	14,130
2009年度	150	4,449	8,217	8,873	—	—	17,090
2010年度	136	3,117	5,837	6,057	—	—	11,894
2011年度	155	2,823	5,672	6,219	410	21	12,322
2012年度	179	2,388	9,668	10,518	515	460	21,161
2013年度	148	2,127	12,368	13,473	289	205	26,335
2014年度	146	2,300	13,927	15,493	241	126	29,787
2015年度	148	1,664	9,855	10,894	204	82	21,035
2016年度	140	1,722	9,524	10,135	183	45	19,887
2017年度	148	2,375	7,697	8,210	289	48	16,244
2018年度	145	2,480	7,535	9,209	302	41	17,087
2019年度	147	2,841	9,447	10,435	297	25	20,204
2020年度	120	1,663	5,663	5,999	134	15	11,811
2021年度	119	1,249	4,122	4,554	96	29	8,801
2022年度	160	2,088	6,863	7,129	207	69	14,268
2023年度	148	1,164	3,738	3,692	151	44	7,625
2024年度	158	1,430	4,478	4,484	199	75	9,236
合計	2,653	39,642	132,484	144,527	3,517	1,285	281,813

ることは間違いありませんが、機構の立入検査はサンプル的な抜き取り検査であるため、軽微な異常事案については、いまでも存在している可能性があるとみております。毎年お願いしているように、ホール側の簡単なチェックで発見できるケースもあります。是非ともホールの現場においては日常的な遊技機の点検確認をお願いします。

一方、計数機検査においては、18年度から異常事案ゼロが続いており、良い状態が続いておりましたが、23年度に続いて、24年度の検査に

においても計数誤差事案が発見されました。非常に残念であると考えております。こちらについても、日常の清掃や定期的なメンテナンス等で防げるものと考えておりますので、ホールの現場では継続しての取組みをお願いしたいと思います。

次に、毎年その概要をお知らせしている各店舗の稼働率平均の調査について。

(立入検査時点における目測確認のため多少の誤差も考えられます)

新型コロナウイルス感染症が流行した20年度に、ぱちんこの4円貸・低貸、また回胴式遊技機の20円貸・低貸、全てにおいて前年比の稼働率平均がダウンしました。流行が続いた21年度は回胴式遊技機の低貸のみがさらに若干ダウンしましたが、他のカテゴリは若干アップしました。新型コロナウイルス3年目の22年度はぱちんこと回胴式遊技機の低貸のみが若干ダウンし、他のカテゴリは前年並みでした。

その後23年度は、5月8日に新型コロナウイルスが5類への移行となり、アフターコロナの回復基調が期待されましたが、20年度と比較して、ぱちんこの4円貸で1ポイント、低貸で

5ポイント、回胴式遊技機の20円貸では3ポイント、低貸では2ポイントといずれも回復となりました。

そして24年度は23年度と比較して、ぱちんこの4円貸で1ポイント、低貸で2ポイント、回胴式遊技機の20円貸では4ポイント、低貸では5ポイントといずれも回復となりました。

どん底だったコロナの時代からは全てのカテゴリで回復傾向となり、コロナ前の19年度のレベルまでに回復した稼働率となりましたが、店舗数の減少もあり、分母が小さくなっていることで本格的な回復とは言えない状況だと思っております。その中でもスマート遊技機や、新たなゲーム性を搭載した遊技機の高稼働も見受けられ、全国のパチンコホールに活気が戻ってくることを期待しております。

次に機構に対して誓約書を提出している全国のパチンコホール数についてです。25年3月末で6623店舗でした。

別表にある通り、24年度の誓約書提出ホールの推移としては、ホール数がマイナス438店舗。23年度のマイナスが511店舗であ

2024年度 誓約書提出ホール数の推移

2024年度 各月		提出 ホール数 組合員	提出 ホール数 非組合員	提出 ホール数 合計	前月との 差分 (ホール数)
2024年	4月末	6,375	627	7,002	-59
	5月末	6,274	590	6,864	-138
	6月末	6,248	585	6,833	-31
	7月末	6,214	585	6,799	-34
	8月末	6,198	581	6,779	-20
	9月末	6,193	573	6,766	-13
	10月末	6,177	573	6,750	-16
	11月末	6,158	567	6,725	-25
	12月末	6,142	559	6,701	-24
2025年	1月末	6,102	557	6,659	-42
	2月末	6,076	557	6,633	-26
	3月末	6,067	556	6,623	-10

※2023年度未誓約書提出ホール数7,061店舗

ったことから、店舗数の減少にやや歯止めがかかったように見受けられます。

ただし、既に廃業されているものの、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を割り引く必要があることを付け加えておきます。

考察

立入検査を通して

次に、実際に検査を行なった機構検査部の考察などを以下にまとめてお伝えします。

日々のメンテナンスが大切

遊技機検査における異常事案について、開示できる範囲の情報をお知らせします。



2024年度の検査を振り返って

2024年度 都府県方面別の機構活動状況

NO	都府県方面名	誓約書提出 ホール数	検査ホール数			検査台数				合計
			遊技機	計数機	合計	遊技機		計数機		
1	札幌方面	179	37	8	45	136	141	5	3	285
2	旭川方面	60	9	-	9	36	36	-	-	72
3	釧路方面	52	8	-	8	32	30	-	-	62
4	北見方面	32	-	7	7	-	-	4	3	7
5	函館方面	35	10	-	10	38	42	-	-	80
6	青森県	93	10	6	16	40	40	3	3	86
7	岩手県	86	9	-	9	36	36	-	-	72
8	宮城県	143	22	10	32	88	88	7	3	186
9	秋田県	84	10	9	19	42	38	7	2	89
10	山形県	60	10	6	16	36	44	4	2	86
11	福島県	136	28	8	36	116	108	5	3	232
12	東京都	518	86	8	94	296	338	7	1	642
13	茨城県	164	27	9	36	112	104	6	3	225
14	栃木県	112	20	10	30	80	72	8	2	162
15	群馬県	87	22	9	31	98	78	5	4	185
16	埼玉県	330	93	8	101	344	344	6	2	696
17	千葉県	281	42	10	52	186	170	8	2	366
18	神奈川県	345	63	9	72	252	228	6	3	489
19	新潟県	110	12	7	19	50	46	7	-	103
20	山梨県	43	9	-	9	34	36	-	-	70
21	長野県	114	18	10	28	68	76	7	3	154
22	静岡県	195	25	8	33	104	94	7	1	206
23	富山県	53	6	6	12	24	24	5	1	54
24	石川県	55	10	10	20	44	32	6	4	86
25	福井県	57	12	-	12	48	36	-	-	84
26	岐阜県	97	21	8	29	80	88	5	3	176
27	愛知県	366	50	8	58	200	214	6	2	422
28	三重県	87	11	8	19	40	40	5	3	88
29	滋賀県	74	16	8	24	56	54	8	-	118
30	京都府	111	18	10	28	68	74	8	2	152
31	大阪府	467	66	8	74	244	268	6	2	520
32	兵庫県	266	49	10	59	182	198	9	1	390
33	奈良県	52	13	-	13	48	40	-	-	88
34	和歌山県	55	10	-	10	48	32	-	-	80
35	鳥取県	43	10	-	10	32	40	-	-	72
36	島根県	51	11	-	11	40	44	-	-	84
37	岡山県	93	19	8	27	72	80	4	4	160
38	広島県	180	32	9	41	124	106	6	3	239
39	山口県	85	12	8	20	38	56	6	2	102
40	徳島県	45	11	-	11	44	44	-	-	88
41	香川県	61	19	-	19	74	78	-	-	152
42	愛媛県	88	16	7	23	78	83	5	2	168
43	高知県	59	12	-	12	48	40	-	-	88
44	福岡県	257	42	8	50	162	166	6	2	336
45	佐賀県	49	9	-	9	36	36	-	-	72
46	長崎県	100	15	8	23	60	58	5	3	126
47	熊本県	111	24	-	24	98	90	-	-	188
48	大分県	93	17	8	25	68	68	7	1	144
49	宮崎県	80	23	-	23	82	88	-	-	170
50	鹿児島県	159	27	-	27	96	100	-	-	196
51	沖縄県	70	5	-	5	20	18	-	-	38
合 計		6623	1,156	274	1,430	4,478	4,484	199	75	9,236

24年度の異常事案のひとつは、遊技機での「部品取り」と呼ばれる事案でした。回胴式遊技機のホッパーの型式違いや、メダルセレク

ターカバーの欠損などの「部品取り」が疑われる事案については、23年度の検査では「たまたま見つからなかっただけ」で、未だに残

っているとの懸念を抱いています。機構の検査対象は市場にある全ての型式が対象でありますので、懸念されるそれらの遊技機だけに特

化して検査をしているわけではなためです。

ホールの逐次の日常点検とメンテナンスで防げるものと考えられますので、ホールの現場では特に注意と点検の実践をお願いします。続いての異常事案は計数機検査での異常計数ですが、こちらについても日常のメンテナンス（清掃・点検）で防げるものだと考えております。機構検査部では検査の段階で、計数機の細部まで目視点検を実施致しておりますが、内部にホコリなどのゴミが多く溜まっている計数機もよく見かけております。

また、機構の立入検査では発見に至っていませんが、特定の遊技機での不正改造事案もいまだにあり、この特定の遊技機にも重点を置きながら、全国のホールを検査してまいります。また新たな不正事案の情報収集もあわせて実施しているところです。

機構検査部は全国の誓約書提出ホールへの検査活動を粛々と遂行し、その検査活動を通じて、業界を構成するすべての皆様とともに、不正根絶を目指していく所存です。よろしく願います。

今後の規制動向を 読み取る



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
令和6年 丸ビル総合法律事務所パートナー

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 「令和6年における

風俗営業等の現状と

風俗関係事犯等の

取締り状況について」

警察庁生活安全局保安課は、4月、「令和6年における風俗営業等の現状と風俗関係事犯等の取締り状況について」を公表した。

このレポートは毎年作成・公表されているが、今回公表されたものは、冒頭に「トピックス1 悪質ホストクラブに対する取締り等の状況」及び「トピックス2 オンライン上で行われる賭博事犯の取締り状況」を並列するという異

例の構成となっている。

このレポートでは、これらの「トピックス」に続き、「第1 風俗営業等の現状」で、パチンコホール営業について、営業所の許可数の減少が続いているが、大型店舗の割合が増加しているとのデータが報告されている。同じく「第3 風営適正化法に基づく行政処分の状況」で、麻雀店を含む「遊技場営業」(4号営業)に対する行政処分件数の減少も報告されている。

2

悪質ホストクラブと
オンラインカジノの問題

今回のレポートでは、「トピックス1」

として巻頭にとりあげられた悪質ホストクラブ問題について、令和6(2024)年中の検挙が81事件(前年比+39事件)、207人(前年比+121人)と件数・人員共に倍増していることが報告されている。ここで計上されているのは、ホストが女性客に売春させるなどホストクラブの利用料金を背景として女性客に関して行われた事案や、無許可営業、20歳未満の者への酒類等提供等悪質な営業が行われた事案であり、検挙された人員には、ホストクラブ関係者の他、ホストクラブの女性客が職業紹介された性風俗店の関係者等も計上されている。

しかるに、この問題への対策は、5

月20日に衆議院本会議で可決・成立した(参議院先議)改正風適法に盛り込まれている。前号の繰り返しになるが、その概要は以下のとおりである。

まず、接待飲食営業に関する遵守事項・禁止行為として、料金の虚偽説明、色恋営業、注文していない飲食等の提供が追加された他(改正風適法18条の3)、罰則付きのものとして、注文・料金支払い・売掛返済等のための客に対する威迫、威迫・誘惑による料金支払い・売掛返済等のための売春・性風俗店勤務・AV出演等の要求が追加された(同法22の2、53条2号)。

また、罰則付きで性風俗店による「スカウトバック」が禁止された他(改正風適法28条13項、53条7号)、無許可営業等に対する罰則が強化された(同法49条、57条1項1号)。

今回のレポートでは、「トピックス2」として二番目にとりあげられたオンラインカジノの問題について、令和6年中の検挙が62事件(前年比+49事件)、279人(前年比+172人)(う

令和2年から令和6年の間に、遊技場営業に対する行政処分が43%も減少したとのデータが報告されている。

行政処分件数の減少は、行政及び業界団体による健全化への取組みの成果であることは勿論であろうが、法令違反によるリスクに敏感であるが故にコンプライアンス意識を向上させ、内部監査体制も厳しい大手・中堅のホール業者のシェアが拡大したことも関係していると考えられる。

この事実は、ホール業の遵法経営と健全化は、ある程度のレベルに達したということも意味しよう。

数ある風適法の適用対象営業の中でも、ホール業に対する規制は必要ではあっても、重要性は相対的に低くなって来ている。

一部の県でホールの構造・設備や遊技機の変更承認は書面審査だけで済ませ、係官を営業所に臨場させる検査まではしないという取扱いが始まり、ホール業に対する規制が緩和される傾向が見えているのである。

但し、規制の緩和といっても、業界団体及び個々のホール業者の法令遵守と健全化への不断の努力と自浄作用があつて初めて定着するものであることを銘記しておく必要はある。

ち無店舗型55事件、227人)と激増していることが報告されている。

この問題への対策は、オンラインカジノが賭博罪・常習賭博罪(刑法18

5条、186条1項）に該当することを周知するとともに、摘発を強化するというものである。

3 パチンコホール業界の現状

今回のレポートの「トピックス」に続く「第1風俗営業の現状」では、パチンコホール営業につき、令和2（2020）年から令和6年の間に、営業所の許可数は9035から6706に25%減少したが、遊技機台数は400万4787台から332万5890台に17%の減少に留まり、設置台数が千台超の大型店舗の割合は3・8%から5・9%に増加したというデータが報告されており、店舗数の減少と大型店舗化傾向が明らかである。これは、中小零細のホールの廃業が進む一方で、大手・中堅のチェーン店・大型店のシェア拡大が進んだことを物語るものである。

ここで示された行政処分件数の減少は、行政及び業界団体による健全化への取り組みの成果であることは勿論であるが、また、法令違反によるリスクに敏感であるが故にコンプライアンス意識を向上させ、内部監査体制も厳しい大手・中堅のホール業者のシェアが拡大したことも関係していると考えられる。そしてこの事實は、ホール業の違法経営と健全化は、ある程度のレベルに達したということも意味しよう。

4 風適法の対象業種の中でのホール業の位相

風適法の適用対象となる営業は、許可制の風俗営業（同法2条1項）及び特定遊興飲食店営業（同法2条11項）、届出制の性風俗関連特殊営業（同法2条5項）及び深夜における酒類提供飲食店営業他（同法33条）、届出も不要なもの（同法32条、35条（35条の3）と多岐にわたる。ホール業は、売上規模が大きく、存在感はあるが、5種類の許可制の風俗営業の1種類のそのまた一部に過ぎないし、完全ではないにしろ、相当程度の違法経営と健全化が実現された業種でもある。

これに対し、悪質ホストクラブ問題やオンラインカジノ問題は、現に発生している被害を防止する対策を早急に実行し、害悪の芽を摘まなければならないものである。

その意味で、数ある風適法の適用対象営業の中でも、ホール業に対する規制は必要ではあっても、重要性は相対的に低くなって来ているのに対して、新たな問題を発生させる業種がびこって来ており、警察行政としては、限りある人的・物的資源を他の必要性の高い分野に効率的に配分しなければならない時期に來ているということである。

このことは、一部の県でホールの構造・設備や遊技機の変更承認は書面審査だけで済ませ、係官を営業所に臨場させる検査まではしないという取扱いが始まっていることから明らかである。

すなわち、ホール業に対する規制が緩和される傾向が見えているのである。但し、規制の緩和といっても、業界団体及び個々のホール業者の法令遵守と健全化への不断の努力と自浄作用があって初めて定着するものであることを銘記しておく必要がある。



店長に求められる知識

マーケティングXXI

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

に失敗を繰り返しながらも実践し続けることが重要です。まずは、マーケティングコンセプトについてです。マーケティングコンセプトとは、顧客にどのような価値を提供し、顧客にどのようなアプローチをしていくのかなどの基本的な考え方です。このマーケティングコンセプトの選り変わりについて学んでいきます。

マーケティングコンセプトの変遷

【問題】

変化する社会や顧客との関係に応じて移り変わってきたマーケティングコンセプト（基本的な考え方）の変遷として、最も適切なものはどれか。

【選択肢】

a：販売志向↓生産志向↓

顧客志向↓社会志向

b：販売志向↓顧客志向↓

生産志向↓社会志向

c：生産志向↓販売志向↓

顧客志向↓社会志向

d：生産志向↓顧客志向↓

販売志向↓社会志向

【回答分布】

a：14・0% b：14・0%

c : 56 ・ 4 % d : 15 ・ 6 %

【正解と解説】

正解はcです。

マーケティングコンセプトの変遷は、需給関係や顧客のニーズなど時代に応じてコンセプトが進化してきたことを表しています。

モノがない時代において、最も重要な機能は生産です。モノが溢れてくると、売り込みに動かなければならず、販売志向へとシフトしていくことになります。

プロモーションを行っても売上が伸び悩む時代では、顧客のニーズに沿った商品・サービスを提供していく顧客志向へと移って行きました。そして、顧客ニーズと社会のニーズのバランスを保っていかねばならない時代には社会志向へと変わっていくことになりました。

マーケティングにおいて、顧客の獲得とともに、顧客の離反の抑制は大きな課題です。

次の問題では、顧客の離反理由について考えてみましょう。

顧客の離反要因

【問題】

ベッツィ・サンダース(米国ノードストローム社元副社長)が説いているお客様を失う理由として、最も適切なものはどれか。Ⅱ下表Ⅱ

【回答分布】

a : 45 ・ 0 % b : 5 ・ 0 %
c : 9 ・ 3 % d : 40 ・ 7 %

【正解と解説】

正解はaです。

ベッツィ・サンダース氏が「サービスが伝説になる時」(初版1996年)で、示した顧客が離反する要因別の割合です。

彼女が働いていたノードストローム社は、米国の高級デパートです。モノを売る現場のパート販売員から副社長に上り詰めた彼女は、集客と共に顧客の離反を防ぐために、「サービス」の重要性を説きました。「サービス」のためのベ

【選択肢】 離反要因

	a		b		c		d	
	離反要因		離反要因		離反要因		離反要因	
1	従業員の無関心な態度	68%	友達からの影響	68%	ライバル企業の誘引	68%	商品への不満	68%
2	商品への不満	14%	従業員の無関心な態度	14%	友達からの影響	14%	ライバル企業の誘引	14%
3	ライバル企業の誘引	9%	商品への不満	9%	従業員の無関心な態度	9%	友達からの影響	9%
4	友達からの影響	5%	ライバル企業の誘引	5%	商品への不満	5%	従業員の無関心な態度	5%
5	その他	4%	その他	4%	その他	4%	その他	4%

となる「お客様への関心」は、遊技の機会と空間を提供しているパチンコ店という商売においても、重要な要素であると言えます。

次は、マーケティングを実行していく上での手法に関する問題です。

マーケティング手法

【問題】

顧客1人ひとりのニーズに合わせた賞品やサービスを提供するマーケティング手法として、最も適切なものはどれか。

【選択肢】

a : ソーシャル
マーケティング
b : テレマーケティング
c : マスマーケティング
d : ワントウワン
マーケティング

【回答分布】

a : 30 ・ 3 % b : 3 ・ 2 %
c : 23 ・ 8 % d : 42 ・ 7 %

【正解と解説】

正解はdです。

第1問で触れたように、時代に
合わせてマーケティングの考え
方や手法も進化してきています。こ
こでは、現在でもよく利用される
マーケティング手法を選択肢とし
て取り上げました。

ソーシャルマーケティングは、
社会全体の利益や福祉の向上を訴
えることで自社製品やサービスの
販売につなげていくマーケティン
グ活動のことです。

テレマーケティングは、電話で
顧客と直接話すことで販売を促進
する手法のことです。

マスマーケティングは、1つの
商品をテレビCMなどで多くの消
費者全体に訴求し大量生産・大量
流通する手法のことです。

消費者のニーズが細分化されて
きた現在においては、ワントウワ
ンマーケティングの重要性は高ま
ってきています。

次は、政府も推奨しているDX
時代を象徴するデジタルマーケテ
ィングに関する問題です。

デジタルマーケティング

【問題】

デジタルマーケティングにお
けるメディアと、具体例の組
合せとして、最も適切なもの
はどれか。

(ア) ペイドメディア…

ディスプレイ広告

(イ) シェアドメディア…

Instagram

(ウ) オウンドメディア…

パブリシティ広告

【選択肢】

a : (ア) と (イ)

b : (ア) と (ウ)

c : (イ) と (ウ)

d : (ア)、(イ)、(ウ) 全て

【回答分布】

a : 38・3%

b : 6・4%

c : 25・5%

d : 29・8%

【正解と解説】

正解はaです。

選択肢で挙げた、3つのメディ
アの特徴と具体的な手法／利用例
を以下に示します。Ⅱ下表Ⅱ

デジタルマーケティングは、重
要性を増してきており、IT環境
の目覚ましい進歩により、新しい
メディアやツールが日々登場して
きております。それに伴い、新し
い活用方法も次々と開発されてお
り、マーケティングにおいては、
その使いこなしは必須となってい
てきます。

但し、流行に流されず、利用目
的に合致しているか、費用対効果
としての優位性があるかなどの確
認を怠らないようにしましょう。



様々な手法で分析して実施した
施策でも、すぐに結果が現れるこ
とは稀です。

試行錯誤を続け、より良い成果

デジタルマーケティングでの各メディア

分 類	特 徴	具体的な手法／利用例
ペイドメディア (Paid Media)	有料のWeb広告・SNS広告 ターゲティング配信が迅速 コストがかかる	Web広告： リスティング ディスプレイ SNS広告 SEO MEO など
シェアドメディア (Shared Media)	第三者発信で拡散・情報共有 集客力・購買意欲向上に期待 制御困難 即効性低い	SNS： LINE Instagram X(旧Twitter) YouTube など
オウンドメディア (Owned Media)	発信情報を自社で決定可能 低コストで提供サービスを訴求 信頼獲得困難 即効性低い	自社サイト： HP EC コンテンツ アプリ ブログ 公式SNS など

を得るためにもマーケティングの
手法を学び、実践できるようにし
ていきましょう。



24、25日、横浜市の横浜公園などで開催された「かながわMIRAIストーリー」(主



同基金は県内NPO団体の社会貢献活動に対する支援とNPO活動の持続的な発展を図るため、2004年度に設立された。当初は県から1億円が積み立てられたが、現在は県民や企業、団体等からの寄付が主な財源で、埼玉県遊協は2010年から昨年までの15年間にわたって同基金への寄付を続けている。

子ども支援のイベントに 神奈川県遊協が参加

神奈川県遊技場協同組合(理事長・伊坂重憲氏。以下神遊協)と神奈川県福祉事業協会(会長・同。以下神福協)は5月

県NPO基金への寄付で 埼玉県遊協が知事から表彰

埼玉県遊技場協同組合(趙顕洙理事長は5月14日、長年にわたって埼玉県NPO基金に対して寄付を継続してきたことにより、大野元裕知事から感謝状を授与された。

催・tvkかながわMIRAIストーリー実行委員会)に子ども縁日を出展した。子どもたちに地球の資源や美しさを引き継ぐことが可能な社会をテーマとしたイベントで、神遊協と神福協は子ども・子育て支援の環で出展。組合員らが「スーパースクール」サイコロゲームなどの出し物で来場した子ども連れ等の家族をもてなした。売上金は遊技業界の支援による給付型奨学金「パチンコパチスロ(即)奨学金」に寄付される。

東遊商が千葉県旭市で 防波堤植樹活動に参加

全国遊技機商業協同組合連合会傘下の東日本遊技機商業協同組合(中村昌勇理事長)は4月27日、千葉県旭市で「鎮守の森のプロジェクト森の防波堤植樹活動」に参加。社会貢献委員会のメンバーとその家族ら9人が、地域住民の命と財産を守る防波堤ができることを祈りつつ、海岸線に造成された丘陵地帯に9種類の苗木を植樹した。同プロジェクトは2011年の東日本大震災

災を契機に始まった防災林の役割を果たす森づくり活動で、全商協傘下の各地区遊商は以前から趣旨に賛同し、協力している。

旭市は震災で津波により甚大な被害を受けたエリアで、10年前に千葉県による試験植樹が成功したことから、同プロジェクトによる技術提供と自治体による植樹活動が行われることになった。今回は500人が参加し、3000本の苗木を植樹した。



東遊商組合員とその家族らが参加した

編集後記

去年の1月に16年飼った犬を亡くした。朝の散歩だけは、犬と歩いていたコースを今も歩いている。ヒバリやウグイス、キジ、シジュウカラなど、野鳥の声に季節を感じながら歩くのは、田舎住まいならではの贅沢だ。

田舎だからやつかいなこともある。例えば蚊柱。大阪・関西万博の会場でも大量発生が報じられたユスリカの群れた。普通の蚊と違い刺すことはないが、歩く人の頭付近にまとわりつき、油断すると口の中に入ってくる。うっとうしい。

2日に一回は様子を伺いつつ、短時間ではあるが、お気に入りのハネモノを打つ。場所や時間帯によって違うのかも知れないが、ぼ座ることができ、派手な履歴が確認できると羨ましさでつい打ってしまう。打ち始めるも、拾わない・等、色々と

6月6日、将棋ファンの自分にとってサプライズのニュースが飛び込んできた。日本将棋連盟が同日、通常総会と理事会を開き、羽生善治会長の後任に清水市代女流七段を

ハネモノ2
言う、●ルートの外れると思わず声が漏れる。のめり込みすぎないようにと左手を律しつつ打っているが、今の状態であれば良い気分転換になっていると思いたい。

善都が三河地区5店舗の 合同防犯講習会&防犯訓練

愛知、岐阜両県に店舗展開する善都(本社・愛知県豊田市、都筑晶裕社長)は6月3日、「ZENIT岡崎インター店」(愛知県岡崎市)で三河地区の系列5店舗に合同防犯講習会及び防犯訓練を実施した。

非常時の防犯意識の向上、実践的な防犯対処の習得を目的とした取組みで、当該5店舗の代表者、ZENIT岡崎インター店従業員、本社スタッフら38人が参加。岡崎警察署の担当官を講師に招いて、講習会では昨今の犯罪情勢とその傾向について学び、防犯訓練では営業中の無差別殺傷行為を想定した模擬訓練を行った。



推進機構ではクールビズ期間中、



夏用ベストを着用した検査要員が
ホールに伺います。