

遊技産業における顧客動向

田中 潔（岡山商科大学経営学部）

1. はじめに

日本独自の娯楽文化として発展してきたパチンコ・スロット産業（遊技産業と略す）は、娯楽業の一つに位置付けられてこれまで定着し発展を続けてきた。しかし近年になって営業店舗や遊技参加人数も徐々に減少傾向が続いている。この問題解決の手がかりを得るため、2007年度より2年間に渡り遊技顧客を対象に2種の顧客動向調査を実施して検討してきた。本稿ではこの動向について報告することにする。

2. 遊技業界の動向

全国のパチンコ・スロット店舗数の年推移は図1の通り店舗数合計は次第に低下傾向にある。その中でスロット機（回胴式機）専門店は徐々に増加傾向にあるものの、2007年夏にスロット機は5号機への規制強化が図られ、今後この傾向に歯止めがかかることが懸念される。

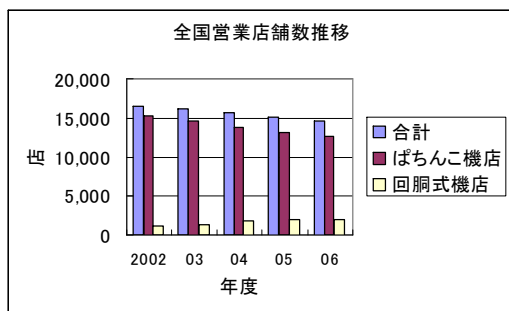


図1 全国営業店舗数の推移

表2 中国地方の状況

県別	店舗数	パチンコ台数	スロット台数
鳥取	87店	12,261台	12,641台
島根	101	15,664	11,571
岡山	208	34,110	36,129
広島	362	57,454	52,811
山口	201	37,264	32,324

警察庁生活環境課発表（2006/12）

中国地方5県の概況については表2の通りであり、1店当りのパチンコ・スロット台数では、山口346台/店をはじめ、岡山338、広島305、鳥取286、島根270台/店の順となっている。

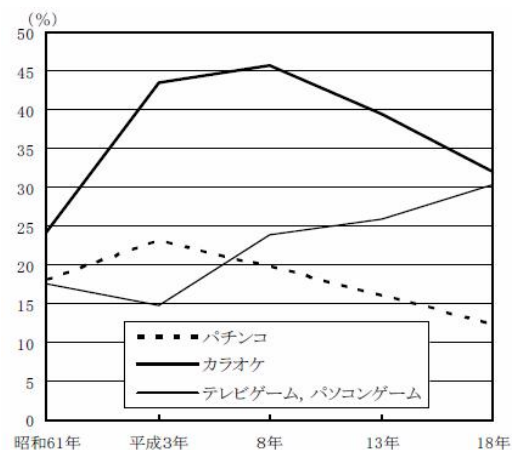


図3 3娯楽への推定参加人数

社会生活基本調査（総理府）によると、1986～2006年までのパチンコ、カラオケ、TVゲーム等の3つの娯楽については1991年頃よりパチンコやカラオケの参加人数が減少し、代わってTVゲーム等の人数が増加している。このように娯楽サービスが多様化し変化の中で従来型娯楽の減少が継続し、パチンコへの参加人口も減少傾向に歯止めがかからない状況が浮き彫りになっている。

一方、遊技産業の売上高について、その規模を測る目安である貸球料についてはレジャー白書2008によると、過去10年間28兆～30兆円で推移しており減少傾向にはない。つまり、遊技者の遊技単価が上昇したことで、結果的に売上規模が維持されていたと判断される。

18歳以上の誰もが参加でき、身近な娯楽としてのパチンコ・スロット遊技（以下遊技と略す）

の売上は、一部の過熱した顧客により下支えされていた傾向が見られ、これを危惧する監督官庁の警察庁は、特に行き過ぎた射幸性が俗にいう「パチンコ依存症」を誘発するとした。そこで、社会的にも問題視されていたパチスロ機を2007年に規則改正した。遊技機の射幸性低下を施す規制強化を実施した上で、適正な娯楽を提供する産業への回帰を業界団体に指導しつつ現在に至っている。

3. 遊技業に関するマーケティング研究

2007年、岡山商科大学産学官連携センターの共同研究事業に、(株)アス・ワン*が参加し、これまで2年間にわたり遊技業におけるマーケティング研究を実施してきた([1]、[2])。アス・ワンはメーカーとパチンコ・スロットホールの中に位置し遊技業に関する企画から工事施行までを扱うディーラー企業である。研究当初より遊技者に関する情報はほとんどなく、顧客動向を把握することが急務となった。そこで、初年度(2007)には、岡山県内のホールを利用する顧客を対象に「満足度調査」を実施した。また、2年目2008年度は岡山市街地の通行者を無作為に抽出し、市民に対する「イメージ調査」を実施した。データ処理はスキャナ+OMRソフトRemark Office OMR([1])により迅速に実施され、集計・分析にはSPSSを使用した。なお、結果詳細については当日さらに明らかにする。

3-1 遊技の満足度調査結果(2007)

岡山県内22店舗の出口で複数回実施され、のべ3,460人の回答を得た。配布数が不明のため回収率は算出できていない。

表4 満足度調査実施要領

対象店舗： 岡山県内22店舗
 回答者数： 3,460人
 調査時期： 2006/8~2007/6(複数)
 調査方法： 店舗を利用した客への面接

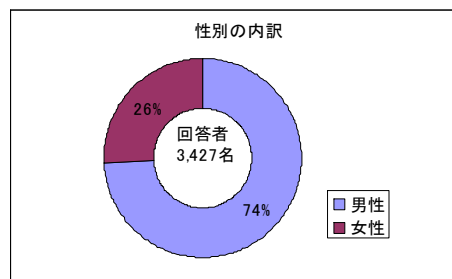


図5 回答者の性別

回答者の74%は「男性」であり、利用者の年齢は「20歳代30歳代」と上昇するものの「40歳台」が低下する傾向にある。来店頻度では、「週1回程度」が42.9%で最も多く、1回の使用金額では「2~3万円」が32.0%で最も多くなっていた。

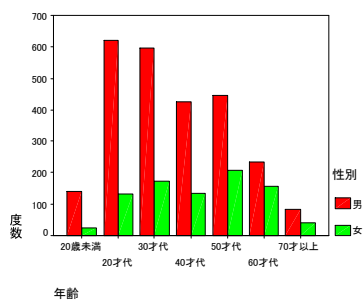


図6 年齢分布

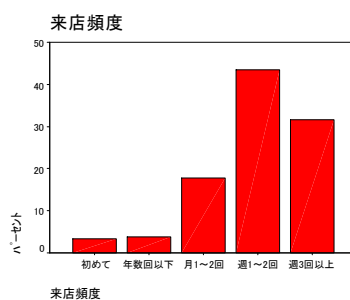


図7 来店頻度

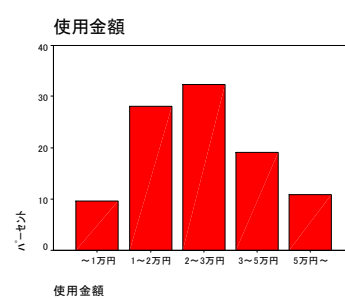


図8 使用金額の分布

*) 株式会社アス・ワン 岡山市今 1-7-13 info@as-wan.com

2006年7月に実施した調査では、スロット機の筐体の嗜好では、告知ランプ型、上部液晶型、全面液晶型の順で支持が集まり、スロット機の液晶演出ストーリー性へは66.3%が重視すると回答している。

表9 スロット台筐体の重視点

筐体		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	告知ランプ	31	29.8	34.4	34.4
	上部液晶	24	23.1	26.7	61.1
	全面液晶	22	21.2	24.4	85.6
	リール周り液晶	7	6.7	7.8	93.3
	パトランプ	6	5.8	6.7	100.0
	合計	90	86.5	100.0	
欠損値	-1	14	13.5		
	合計	104	100.0		

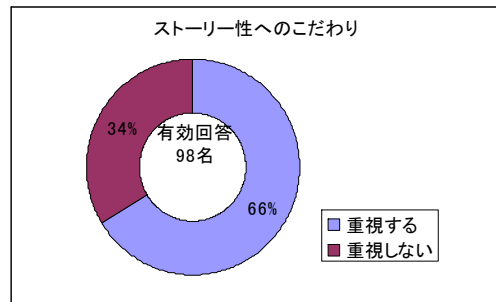


図10 台のストーリー性へのこだわり

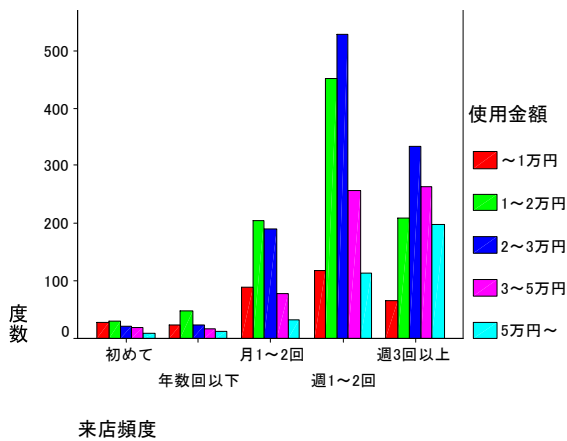


図11 来店頻度×使用金額

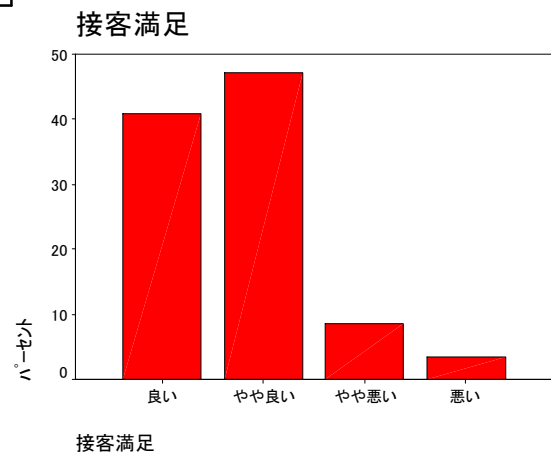


図12 接客に対する満足度

3-2 遊技のイメージ調査 (2008)

2008年には、一般市民(18歳以上)を対象に遊技に対するイメージ調査を実施した。この調査の特徴は、遊技をする・しないに関わらず広く市民から遊技に対する意向を収集し、ホール顧客の背景にある潜在的ユーザの状況や要望を把握することが可能になる点にある。

表13 イメージ調査実施要領

方法：岡山市中心街区にて面接法
 期間：2008年11月の3日間、1日7時間
 対象：周辺街区を通行する18歳以上の者(無作為抽出)
 配布数：1,675人(調査を依頼した総数)
 回答数：206人(回答に応じた数)
 回答率：12.2%

表14 年齢×性別

		男性	女性	合計
年齢	~20歳	30	27	57
	30歳代	16	18	34
	40歳代	18	18	36
	50歳代	7	22	29
	60歳~	19	29	48
合計		90	114	204

調査票を路上配布し郵便で返送する簡便な方法ではなく、路上面接による聞き取り法を採用することで、労力や費用面での不利益はあるものの、より精密な調査が可能になると考えられる。路上にて無作為に調査を依頼したところ、依頼数(=配布数)1,675人に対し回答数は206人、

回収率は 12.2%と厳しい結果となった。回答者の性別・年齢の内訳は表 14 の通りである。性別はほぼ男女同数の回答であったが、「若年層」と「50 歳代以上（特に女性）」の回答割合が多い結果となった。遊技経験は全体の 73.8%が「ほとんどない・未経験」としており、多くの市民が遊技を敬遠気味であった。

ホール設備については 65.0%が「明るい」としているが、遊ぶ人へのイメージは「暗い」52.9%や遊技へのイメージは「一攫千金」20.4%に対して「暇つぶし」77.7%であった。ホールで遊ぶ人は暇で暗い人というイメージがあるためか、遊技に対しては 75.7%が「許せる」とするものの 54.4%が入店に「抵抗感ある」としている。入店抵抗感と遊技許容の関係については、表 15 にまとめられる。遊技として「許せる」とする中で入店には「抵抗感ある」とする者が 68 人（33.0%）も存在しており、潜在的な顧客層の多くを市場に取り込み損なっている現状が明らかとなった。

表15 遊技許容性×入店抵抗感

		遊技許容		合計
		許せる	許せない	
入店抵抗	抵抗ある	68	44	112
	抵抗ない	88	6	94
合計		156	50	206

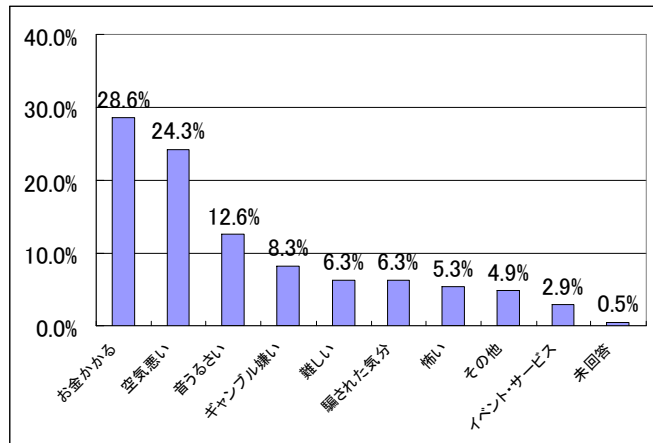


図16 パチンコ・スロット遊技の問題点

パチンコ・スロット遊技の問題点（図 16）としては、「お金かかる」28.6%が第 1 位であるが、その他「空気悪い」24.3%、「音うるさい」12.6%などホール環境を挙げる意見が続いている。これは実際の現場を改善することの他に、パチンコ・スロットが「暇つぶしで暗い」娯楽としてのネガティブな印象を与えているためである。今後はこれら抵抗感の要因をさらに分析し、特に、遊技に抵抗はないが入店に抵抗を感じる層を中心に、遊技イメージを向上させ入店につながるようにしなければならない。

4. おわりに

遊技業界の（特に地方都市における）マーケティング研究はこれまでほとんど行われていなかった。今回の研究は、混迷が継続する同業界の近代化や活性化のために重要な情報となる。現在、5号機規制以降、スロット機の営業を中心に苦戦が続いている。またパチンコにおいても 1 円、2 円パチンコなど従来とは異なる傾向も見受けられている。今後、さらに研究を進めることにより、健全で消費者に愛されるパチンコ・スロット遊技に発展しなければならない。

参考文献

- [1]: アミューズメントのマーケティングに関する研究、横山、田中等、商大レビュー、Vol. 17、岡山商科大学、2008。
- [2]: アミューズ・サービス産業におけるマーケティングの研究、横山等、商大レビュー、Vol. 18、岡山商科大学、2009。
- [3]: 統計前データ作成・集計ソフト「Remark Office OMR」、(株)ハンモック（橋本）、日本計算機統計学会第 19 回大会、2005。