

共同研究

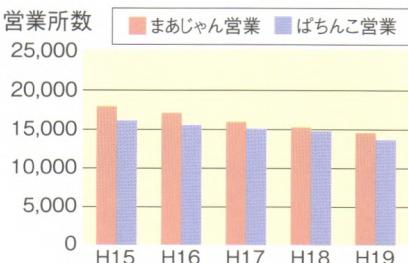
「アミューズ・サービス産業におけるマーケティングの研究」

株式会社アス・ワン 横山 誠人、串田 敏憲、

商学部 教授 田中潔

ハチンニヤスロット以降ハチスロと略す)遊技は、日本独自の娯楽文化として発展し「娯楽の王様」と言われ娯楽業の中でも大きな経済的シェアを占めているが、昨今その業界に急速な陰りが見えている。データを基に状況を見てみると遊技サービスの最終提供者となる営業店(以下ホールと称す)数は全国で平成18(2006)年度から19(2007)年度

図1 パチンコ営業店の推移
(警察庁生活環境課資料より)



「グリーンに関する研究」に取り組んで数々の成果を挙げて来た。研究初年度の成果は、弊社がこれまで蓄積していくパチスロホールに来店する顧客データを元にさまざまな解析を施し、その結果に基づくマーケティング戦略を立案してきた(文献「1」)。

地元岡山県における遊技業界のマーケティング研究が公表されることはこれまでほとんどなく、今後混迷が予想される同市場における業

にかけて10～89店舗減少（前年比7.5%）となっている（図1、警察庁生

情報となると期待される。平成19（2007）年夏に導入されたパチスロ5号機やその後の経済活動の世界的な停滞化などの影響によって、現在でもパチスロ遊技機営業を中心とする苦戦が継続している。このため更なる研究推進が必要とされ、平成20（2008）年度も共同研究を継続することとした。

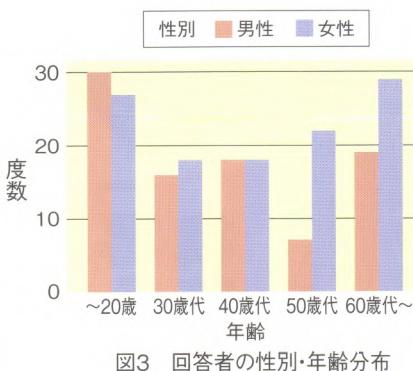
した。この調査の実施概要は表2にまとめてあります。

人口の頭打ちあるいはリピート顧客に限定され新規顧客開拓が不足している傾向が把握され、これまでの「大衆の娯楽」というイメージから徐々に離れている点が課題となってきた。そこで2年目の共同研究では一般市民にその対象範囲を拡げ、遊技産業に対するイメージを把握することにした。平成20（2008）年度「パチンコ・パチスロ遊技に関するイメージ調査」を岡山市街地にて実施

川の顧客の背景とな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ります。また、調査票を路上配布し回収する郵便法を採用せず、面接による聞き取り法を採用することで費用

様式	● 所定のアンケート用紙(B4縦1ページ)による質問紙法
方法	● 岡山市クレド岡山周辺にて街頭アプローチによる面接方式
期間	● 平成20(2008)年11月19~21日の3日間、各7時間ずつ実施
対象	● 周辺街区を通行する18歳以上の者(無作為抽出による)
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、回答率は12.2%)

表2 パチンコに関するイメージ調査実施要領



的な不利益は生じるもの、より精密な調査が可能になると考へた。通行する者を無作為に選び調査を行ったために、調査依頼数(配布数)1675件に対して回答数は206件となり、回収率の面では12.2%と厳しい結果となつた。

回答者の性別・年齢の内訳は図3のとおりである。性別はほぼ男女同程度の回答であったが、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つた。遊戯経験は全体の73.8%が「ほとんどない・未経験」としており、多くの市民がパチンコを敬遠気味であった。

回答者の生活像としては、「趣味や好きなことに生きる」35.4%、「家庭を第一に重視する」22.3%、「健康」などがあげられる。性別による違いは、女性が「趣味や好きなことに生きる」が35.4%で男性の26.2%よりも高い結果となつた。

ホール設備については65.0%が「明るい」とするものの、遊ぶ人へのイメージは「暗い」52.9%や「パチンコ・パチスロ競輪・競馬などは1%であり他のギャンブルとの関連性は薄い。

ホール設備については65.0%が「明るい」とするものの、遊ぶ人へのイメージは「暗い」52.9%や「パチンコ・パチスロ競輪・競馬などは1%であり他のギャンブルとの関連性は薄い。

ホール設備については65.0%が「明るい」とするものの、遊ぶ人へのイメージは「暗い」52.9%や「パチンコ・パチスロ競輪・競馬などは1%であり他のギャンブルとの関連性は薄い。

ホール設備については65.0%が「明るい」とするものの、遊ぶ人へのイメージは「暗い」52.9%や「パチンコ・パチスロ競輪・競馬などは1%であり他のギャンブルとの関連性は薄い。

ホール設備については65.0%が「明るい」とするものの、遊ぶ人へのイメージは「暗い」52.9%や「パチンコ・パチスロ競輪・競馬などは1%であり他のギャンブルとの関連性は薄い。

表4 入店抵抗感と遊技許容 のクロス表

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

表4 入店抵抗感と遊技許容 のクロス表

6人に対して156人(75.7%)が「許せる」とする一方で112人が「許せない」とする(54.4%)が入店に「抵抗感ある」としている。入店抵抗感についての関係については、表4にまとめられる。遊技として「許せる」と

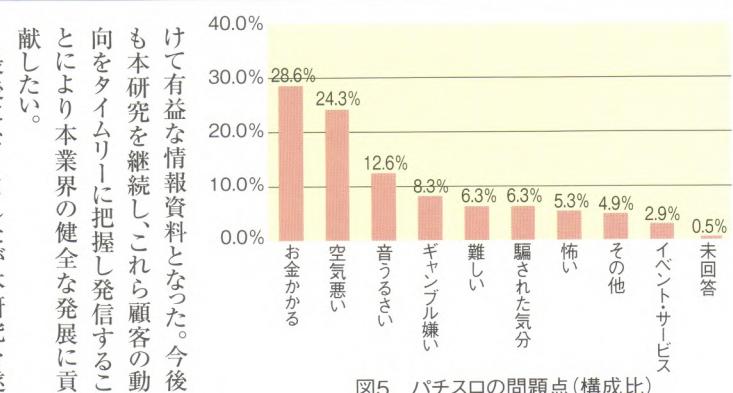
する中で入店には「抵抗感ある」とする者が68人(33.0%)も存在しており、潜在的な顧客層の多くをパチスロ市場に取り込み損なつては明らかとなつた。

パチンコ・パチスロ遊技の問題点としては、「お金かかる」28.6%が第1位であるが、その他「空気悪い」24.4%に対し「暇つぶし」77.7%ではあつた。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、気軽な娯楽であるものの遊技に対しては回答総数206人に対する6人に対して156人(75.7%)が「許せる」とする一方で112人が「許せない」とする(54.4%)が入店に「抵抗感ある」としている。入店抵抗感についての関係については、表4にまとめられる。遊技として「許せる」と

本調査研究では市民が抱くパチンコ・パチスロ遊技に対するイメージが浮き彫りとなり、その要因やプロモーション活動内容の検討を行うことができた。これまで実施してきたホールを中心とする来店顧客の直接的な分析に加え、今年度共同研究で、顧客になり得る潜在的消費者のイメージや考え方を収集し分析できたことは、今後遊技産業における戦略立案やプロモーション計画立案に向

ける有益な情報資料となつた。今後も本研究を継続し、これら顧客の動向をタイムリーに把握し発信することにより本業界の健全な発展に貢献したい。

最後になりましたが本研究を遂行するに当たり調査にご協力頂きました皆様、関係者の皆様に厚くお礼申し上げます。



参考文献

- 「[1]横山・田中等、アミューズメントのマーケティングに関する研究、商大レビュー、Vol. 17、P. 6 - 17、岡山商科大学社会総合研究所、2008.

商大レビュー

Review

Vol.18
2009.3

投資の時代

世界の金融市場の動向と資産運用

公開講演会

产学官連携センター 共同研究

- 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
- 著らしのポータルサイトの構築に関する研究
- スポーツ用品レンタル事業サイトの構築とターゲット設定
- 笠岡諸島における持続可能社会を基本とした振興策の研究

大学公開特集

慶應MCC夕学講座
オフキャンパス・セミナー
岡山県生涯学習大学
岡山商科大学孔子学院