

業界ダントツNo.1 FAX機械情報 全国5,000ホール配信 無断での転載は
お断り申し上げます。

号外版 データCOMPASS 2014/6/10 第24号
コンパス

GLOBAL Amusement グローバルアミューズメント株式会社 TEL 0120-519-113
〒150-0002 東京都渋谷区渋谷1-12-2 クロスオフィス渋谷8F FAX 03-6805-1029

～安易なコスト削減傾倒は会社を潰す!!～

2014年 ホール経営についての考察

グローバルアミューズメント株式会社
代表取締役 青山 真将樹

Hondaのマーケティングプロジェクトリーダーとして新商品の開発企画に従事。
企画商品は「日本カーオブザイヤー」、「日経新聞大賞」など各賞を獲得。

2007年、とあるコンサル会社に入社。在籍6年9か月で4度の
「年間最多コンサルティング受注」を獲得、現役最強トップコンサルタントとして突出した
存在となる。2013年12月、パチンコ・パチスロの機械評価・市場分析に特化した、
コンサル&シンクタンク会社グローバルアミューズメント株式会社を設立。
現在、ホール&メーカーの双方から支持される業界唯一のコンサルタントであり経営者。
(雑誌 PIDEAIにて“データDYNAMITE High School”を好評連載中)

社
長
青
山



皆様、こんにちは。グローバルアミューズメント株式会社 代表取締役 青山真将樹です。

本日は経済産業省特定サービス業調査 パチンコホール売上高部門のデータを基に
2014年のホール経営についての考察記事をご提供します。宜しくお願い申し上げます。

■利益のために、事業を小さくしてしまった1年だと思います。

下図は「経済産業省 特定サービス業調査 パチンコホール売上高」(6月9日速報値)の
数値をもとに売上前年比を算出した結果です。同調査は調査時期によって回答事業所数
が異なるのでサンプルの変化によりデータの解釈が変わらないように弊社が“機械1台当たり”

■パチンコホールの売上前年比(経済産業省特定サービス業調査)

	1月	2月	3月	4月	1-4月
機械1台当たり売上前年比	98.6%	94.7%	98.1%	96.1%	96.9%
人員1人当たりの売上前年比	107.3%	103.5%	104.7%	105.4%	105.3%
1事業所当たりの売上前年比	99.8%	95.5%	98.8%	97.0%	97.8%
回答事業所数	1237	1240	1244	1246	—

※2014年6月9日速報値反映

経済産業省発表数値からグローバルアミューズメント株式会社が“機械1台当たり”、“人員1人当たり”
“1事業所当たり”の売上数値を算出し、前年と比較した数値。

“人員1人当たり”、“1事業所当たり”の売上額を算出し、前年と比較を行いました。
数値をみると、過去1年間のホール経営の傾向として以下3点を読み取ることができます。

- ① 人員削減などの効果で要員効率面はかなり改善。
- ② 一方、商品当たり、店当たりの売上は低下
- ③ 直近1年間で人と売上が減り“事業規模が縮小”した企業が多い。

ちなみに、2013年4月調査では調査回答事業所数1226、平均設置台数499.5台、要員
平均28.7人でしたが、2014年4月調査では回答数1246、平均設置台数504.3台、要員
平均26.4人という状況です。平均設置台数前年比100.9%に対し、平均要員数前年比
92.0%。結果、事業所当たりの売上前年比97.8%という状況なので、やはり「人と売上が減り、
事業を小さくした企業が多い1年」と解釈できると考えています。

■中小にとって“事業縮小経営”は致命傷になる可能性あり。

グローバルアミューズメントを立ち上げて、私も中小零細の経営者になりましたので、痛切に
感じますが中小零細にとって一番悪いのは、“事業規模を縮小させること”だと思います。

スケールメリットを活かせる大企業なら、効率追求で利益を出しても競争力は落ちませんが、
中小零細が効率追求の結果、継続的に少ない人員や少ない売上(現金)で事業を回す
ことは、“確実に負ける方向”に歩んでいるといえます。もちろん、今期の利益も大事ですが、
少ない収穫であるからこそ“どれくらい次の種粉に回せるか”という点が中小零細の経営者の
力量だと思います。(過度の空腹で倒れている場合は別ですが、) この局面において大事
なのは、効率追求で生み出した利益の何割かを機械代・販促費に回し、「売上アップの仕掛
け」を継続することです。目に見える成果が簡単に出ない時期だからこそ“経営者の意思が
入っていないと続けられない施策”といえます。

先日、大手2社の決算発表において「機械代等の経費効率改善による過去最高益」が
業界誌等で大きく取り上げられております。この局面における“大手の経営論理”としては
正しい話だと思いますし、成果を出した2社は凄いなと思います。但し、大手の好業績に影響を
受け、中小零細企業が身の程をわきまえずに“会社を小さくするコスト削減”に着手してしまう
と、低玉傾倒施策のような“数年後に気づく致命傷”になると私は考えます。

後半戦は経営者としての嗅覚が試される市況になると思います。本日の記事に共感して頂
いた方は経営判断の留意点として、ぜひ、本日の記事を頭の片隅においといてください。

本日も最後までお読み頂き誠にありがとうございました。