

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 2014/6/12
コンパス 第25号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

～平日昼稼働を支える常連向けMAXだと予測～ 集客期待値分析:CRリング3-運命の日-

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。

今週、来週は夏商戦に向けた大型機の展示会が相次ぎますね。お盆商戦に向けた
入替機種を検討するために、会議等で喧々譁々の毎日だと思います。本日は先週本会員
様にご送付させて頂きました「データCOMPASS本編」の中から「CRリング3-運命の日」の
性×年代別 遊技意向率調査結果をご送付させて頂きます。宜しくお願い申し上げます。

■サラリーマンより“おばちゃん”の遊技意向率が高い。

以下は5月30日～6月2日の期間、直近1ヵ月に3回以上 4円パチンコを遊技した男性×
女性 20代～60代を対象に「近くのホールに“CRリング3～運命の日～”が導入されたら打っ

■プレイヤーに聞いた「CRリング3～運命の日～」を打ってみたいか？

	男女全体	男性20代	男性30代	男性40代	男性50代	男性60代
回答数	1000	130	170	140	100	160
遊技意向率(打ってみたい回答率)	15.9	16.2	15.9	15.0	22.0	15.6

	女性20代	女性30代	女性40代	女性50代	女性60代
回答数	40	60	40	40	120
遊技意向率(打ってみたい回答率)	15.0	18.3	25.0	22.5	5.8

2014年5月30～6月2日 グローバルアミューズメント株式会社によるインターネット調査
直近1ヵ月に3回以上4円パチンコ遊技層回答

てみたいか？」についてアンケートを行った結果です。数値は「打ってみたいと回答した率」で
す。図表からは読み取れるポイントは以下となります。

- ① リング3の遊技意向率は15.9%。(ほどほどに○レベル)
- ② 最も遊技意向率が高い年代は女性40代(遊技意向率 25.0%)
- ③ その他、男性50代・女性50代の遊技意向率も高い。

という結果となりました。おそらく、毎月データを観ている本会員様以外は、「遊技意向
率 15.9%と言われてもよくわからん。」と思われると思いますので、比較対象と
して2014年登場大型機種の前導入前の同調査数値を列挙しますと。

【遊技意向率】

- ・CRキン肉マン 夢の超人タッグ編 19.5%(2014年4月調査)
- ・CR化物語 10.1%(2014年4月調査)

という結果で、集客ポテンシャルとしては「キン肉マン>リング3>化物語」の位置づけ
であると判断できます。一方、キン肉マンが設置台数7万台に対し、リング3の販売計画は
4万台程度という話ですので、集客ポテンシャル評価としては「商圈全体の客数アップに繋が
るとは思えないが、需給バランスを考えるとほどほどに○」という見方が適切だと分析してい
ます。元来、好き嫌いのわかるコンテンツですので元々リングファンが多いなど、本機が自
店客層にあってると判断できるお店は積極導入をお勧めしています。

■平日昼稼働にプラス効果があるMAXタイプになりそう。

調査結果から読みとれるもう1つのポイントが、「中心客層がおばちゃん、おじちゃん」という
点です。MAXタイプの客層というよりも、どちらかというミドル客に客層構造に近い点特徴
で、平日夜&土日の稼働よりも平日昼稼働への貢献があるMAXタイプになりそうな印象です。
サラリーマン客層(男性30代、男性40代)の遊技意向率がちょっと低めなので、導入直後の
瞬発的な客数アップよりも、「平日昼に毎日通ってくれる常連向け」の機械といえますので、
導入店は長い目でみたスタンスで活用した方が良さそうな印象です。

データを観察した所感としては、導入時期がお盆前であることは、本機にとっては相当な追
い風になっていると分析しています。ぜひ、機械購入の判断材料として本日の記事を
会議等でご活用くださいませ。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。