

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

コンパス

2014/12/1  
第37号GLOBAL  
Amusementグローバルアミューズメント株式会社  
〒150-0002 東京都渋谷区渋谷1-12-2 クロスオフィス渋谷8FTEL 0120-519-113  
FAX 03-6805-1029

～2015年 時流施策を考える～

## 定量性は甘デジ強化後に取り組み施策

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 PIDEA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。

11月28日(金)に開催いたしました「アミューズメント業界 時流預言セミナー」には多数の  
の皆様にご参加頂き、誠にありがとうございました。お蔭様で、船井総研時代を通じ、コンサル  
タント青山としては過去最高のご参加者様にご来場頂いたセミナーとなりました。株式会社  
風土 小山政彦会長、ヒューテック株式会社 福田耕太郎執行役員、青山の3人のコン  
サルタントから、来年の営業施策に活かせる多くの「預言」をお伝えできたと思います。  
ご参加者様からも「今年最も充実したセミナーだった。」、「このメンバーで毎年やってほしい!!」  
等、応援の声も頂くことができました。本当にありがとうございました。本日は、時流預言  
セミナーの内容から来年の営業施策に関するヒントとして「定量性」について考察記事をご  
提供したいと思います。よろしくお願ひ申し上げます。

### ■“定量性=短時間遊技客も狙える”という話が間違いのモト!!

この話は、ヒューテック株式会社 福田執行役員の講座を聞いて、私も“気づき”を得た話  
ですが、現在、コンサルタントや業界メディアで語られている“定量性”の話は、“本来の目的”  
と“イメージだけで付加された目的”が混在している状態にあるようです。整理すると

- I) 本来の目的 = 特定のプレイヤーの大勝ちを排除し、勝ち経験を全体に分配すること  
II) イメージだけの目的 = サラリーマン層等、短時間プレイヤーの遊び易い環境作り

と考えます。つまり、「定量性によって多くのプレイヤーに勝ち経験をしてもらい、遊び易い  
環境を作る。特に駅前店等、短時間遊技客が多い店で有効」と考えるのは間違いで、むしろ  
「低投資・長時間遊技客向けに遊び易い環境を作る」ことを狙った方が正しいと考えています。

### ■機械に詳しく無い人が定量性をやっても絶対成功しない!!

定量性に取り組む上で、一番重要な点は「勝ち経験の分配」です。まず、

- ①MAXタイプのように“ヒキ”で勝敗が決まる機械は相性が悪い。  
②TSが浅めの機械でもAKBのように特図2のバラつきが大きい機械は相性が悪い

という点は大前提と考えるべきです。上記の機械は“スタート回数”よりも、その日のヒキで  
勝敗が決まる機械なので、ホールコンのデータ上の見え方はともかく、プレイヤーの体感的に  
は、「スタート回数アップ = 勝率アップ」と実感できるには相当の遊技回数を必要とします。  
つまり、「勝ちに上限を設定することで、高スタートで遊び易い環境を作り、広く浅く勝ち経験を  
分配する」という目的は、甘海やフィーバークィーンのように

- I) TSが浅く、スタート回数アップ=大当たり回数アップとなり易い。  
II) 特図2のラウンドが均一で、大当たり回数アップ=出玉量アップとなり易い。

という2つの条件を満たした機械でないと「勝ちの分配」に繋がらないといえます。そして、吸い  
込みが激しい短時間遊技機(瞬発力が高い機械)は、定量性との相性は“最も悪い”といえま  
す。その点を考えると、「駅前店で有効では？」と勘違いし、MAXタイプ等を定量性部門に混  
ぜていることが成功しない要因だといえます。「短時間遊技客が多い」等のコメントを業界メ  
ディアで観たことがあります。それは単に“やり方が悪く客離れが早いだけ”と考えた方が説  
明力があると考えています。

### ■4円甘デジ強化に成功した店でないと、定量性にトライする権利無し!!

結局、定量性の話は福田執行役員のような機械に詳しい人が提唱をはじめたものの、機械  
に詳しくないコンサルタントやメディアのせいで、“ちょっと歪んでホールに伝わり、実践されてい  
る話”のようです。機種構成が重要な施策なので、甘デジ、羽モノ、マイルドなライトミドル等  
に限定し、“何度も交換しながら打ってくれる長時間遊技客向け施策”として地方店・郊外店  
で取り組んだ方が良い施策といえます。(意外に低玉でも良いかもしれませんね。事例はない  
けど。) 目的を再確認すると都内の取り組み事例はあまり参考にしない方がいいかもしれません。  
4円甘デジ強化に成功した郊外店の“次の一手”と考えると、脈がある施策だと思います。  
ぜひ参考にしてください。本日も最後までお読み頂きありがとうございました。

2015年1月28日・29日 青山 直伝!!『エクセルを使ったスペック分析講座』開催!! グローバルアミューズメント(株)HPからお申込みください!!