2022年（令和4年）11月21日 月曜日 第818号（毎週1回発行）

本新聞はヤマト運輸(株)に委託して、ポスト投函方式でお届けしています。（郵便物ではありません）

パチンコ・パチスロ業界最新情報

週刊アミューズメントジャパン

Weekly Amusement Japan

2022年（令和4年）11月21日 月曜日

編集・発行所 株式会社アミューズメント プレス ジャパン 〒150-0013 東京都渋谷区恵比寿1-21-10 えびすアシスト5F TEL.03-5447-0555 https://www.amusement-japan.co.jp

週刊アミューズメントジャパンは
月曜日Webアップ！
PDFでもご覧いただけます
アミューズメントジャパン 検索

Weekly Amusement Japan
©2022 Amusement Press Japan Inc.
editing & publishing
Amusement Press Japan
planning & production
Amusement Promotion
printing
Four Plus One
年間購読料27,000円（税・送料込）
本紙記事の無断転載を禁じます。

今週の紙面から

月下雷鳴のゲーム性再び
『パチスロ モンスターハンターワールド：アイスボーン™』フィールズ 2面

設置の速さと精度で対決
入れ替えの「日本シリーズ」
日本iスポーツ機構 2面

メダルゲームでも稼働開始
『フィーチャープレミアム パチスロ ボンバーガール』
コナミアミューズメント 2面

堀井理事長が3期目
東商流 総会 2面

導入前の告知案内に注力
スマスロ導入直前アンケート 3面

すべての空間に音声広告を
オトナル 八木太亮代表 3面

日本一のオークションが魅力
BRAND OFF マチノマ大森店 3面

ホール業界の社会貢献活動
2022年5月から8月まで 4面

スマスロ導入直前アンケート
大型店が積極導入
専用ユニットの供給に懸念も

本紙は11日から15日にかけて、スマート遊技機に関するアンケートを実施。本社に勤務する部長職以上の幹部層、および店舗で勤務する副店長職以上の役職者の回答を抽出して分析した。一部店舗では21日から、スマートパチスロ第一弾※が稼働を始める。

アンケートはアミューズメントジャパンのメールマガジン登録者を対象に実施し、200人から回答を得た。このうち本社勤務の幹部層は37人で、店舗勤務の副店長職以上の役職者は80人。該当者によって設問が若干異なるものの、主にスマスロ第一弾について質問を投げかけた。

スマスロ第一弾の機種を導入すると答えた幹部層は86・4%に上った。内訳は全店での導入が40・5%で、一部店舗での導入が45・9%。残る10数%は「しばらく様子を見たい」「スマスロまたは専用ユニットに投資する予算がない」などの理由から、今回は導入を見送った。

一方の店舗役職者（副店長以上）は、自店で導入すると回答した割合が71・3%だった。各機種の導入率（導入すると回答した全57店舗中に占める当該機種の導入店舗数）は、『ヴヴヴ』が最も高い87・7%。続いて『鏡』（84・2%）、『バキ』（78・9%）、『リノ』（49・1%）の順。導入しない理由は幹部層と同様だった。

スマスロを導入する店舗と導入しなかった店舗の違いは総設置台数にはっきりと表れた。総設置台数が700台以上の店舗では、スマスロを導入する店舗の割合が100%だったのに対して、300台未満の店舗では33・3%。同じように導入台数も、総設置台数の違いが顕著だった。

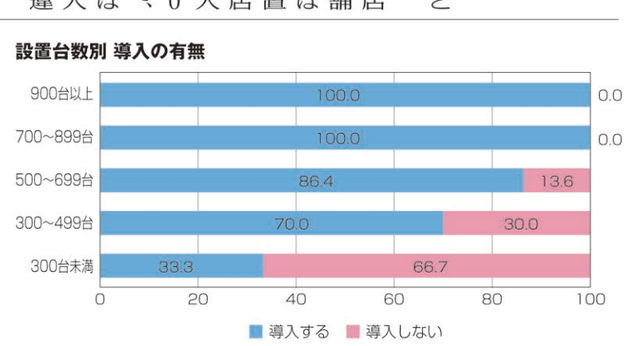
各機種を何台ずつ導入するかを総設置台数別に分析したところ、900台以上の店舗では平均導入台数が38・3台に達した。内訳は多い順に、『鏡』（17・4台）、『ヴヴヴ』（9・9台）、『バキ』（8・3台）、『リノ』（2・8台）。他方、300台未満の店舗では平均導入台数が6・1台で、それぞれの内訳は2・6台、1・9台、1・1台、0・6台だった。

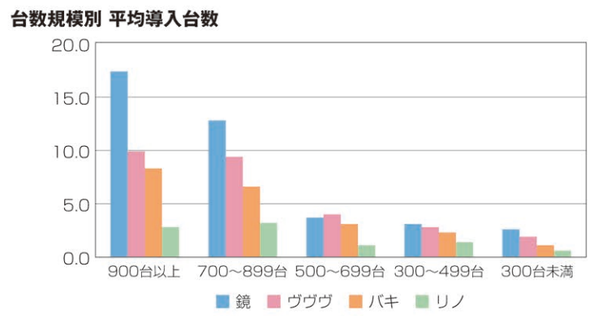
導入台数の満足度も聞いた。回答項目の「とても満足」と「やや満足」を合わせた満足派は、『バキ』が最も高い64・9%。続いて『ヴヴヴ』（59・6%）、『リノ』（45・6%）、『鏡』（35・1%）の順だった。

この満足度は、ホールが事前に導入を希望していた台数と比べて、どれだけの台数が実際に納品されたかを示す「充足度」に言い換えられる。導入するには専用ユニットも必要。不満を感じている回答者の中には、専用ユニットの供給不足や遊技機の供給不足を指摘する声が多く挙げられた。『鏡』に対する評価は、「もっと欲しかった」という願望の裏返しと言えそうだ。

その他の不満としては、さまざまな自由回答が寄せられた。しかし買い手と同様に売り手にも相応の事情がある。片方の言い分を是とせず、双方に利のある販売方法を模索することが建設的な解決策になるはずだ。

【3面に関連記事】





※21日が最速導入日である『Lバキ 強くなりたくば喰らえ!!!』、『パチスロ 革命機ヴァルヴレイヴ』、『スマスロリノヘブン』に、12月5日から導入される『HEY!エリートサラリーマン鏡』を含めた4機種。紙面の都合で文中では、一般的な略称を使用する。

初のXmasイルミ点灯式
玉屋

福岡県と佐賀県にホール14店舗を展開する玉屋（福岡市中央区）は5日、経営する複合商業施設・トリアーダ宗像（宗像市）で、初となるクリスマスイルミネーション点灯式を開催した。

点灯式直前にはオープニングセレモニーが開催され、宗像市立日の里中学校の吹奏楽部がクリスマスソングを演奏した。セレモニー後の会場には約8メートルの特大クリスマスツリーが登場。カウントダウンとともに華やかに点灯した。

玉屋は「トリアーダ宗像は生活にイロドリを与える『娯楽』『物販』『飲食』の三つの価値が揃った複合商業施設。街の賑わい、防災拠点の両面から地域に貢献できる施設として、今後も地域との共生を目指していく」とコメントしている。

同社のゆるキャラ・たまピーも登場した

豪雨被災地に義援金
ダイナム

ダイナムは10月31日、令和4年8月豪雨の被災地に349万5000円余りの義援金を贈った。4月1日から9月30日までの期間に、該当4県にある43店舗の来場客から寄付された玉やメダルの相当額。内訳は、新潟県に118万8264円、石川県に83万8087円、福井県に82万5858円、山形県に64万2863円。

同社は災害発生直後にも、従業員が被災地を訪問し、泥の撤去や水道管周りの清掃などのボランティア活動を実施している。

石川県白石市での泥の撤去作業の様子

5団体に計400万円
マルハン

マルハンは9月2日から10月19日にかけて、五つの自治体・災害支援団体を訪問し、令和4年8月豪雨に対する義援金として計400万円を寄付した。内訳は、山形県と日本赤十字社の新潟支部、青森支部に100万円ずつ、福井県大野市と石川県小松市に50万円ずつ。

寄付金は、「マルハン従業員募金」によるもの。これは、店舗バックヤードに置かれた自動販売機の売上1本につき10円を積み立て、従業員の申請に基づいて国内外のNPO団体、NGO団体、福祉団体に寄付する活動だ。

社員が直接寄付金を贈った

3年連続で「ゴールド」
ダイナム

ダイナムは、日本の企業や団体のセクシュアル・マイノリティに関する取り組みを評価するアワード「PRIDE指標2022」で、2020年から3年連続で最高位の「ゴールド」を受賞した。

同社は同年4月から、LGBTに対して協力的な姿勢を示す組織LGBTフレンドリーとして、同性パートナーシップ制度の導入や相談窓口の設置などさまざまな活動を実施。それらの取り組みが「PRIDE指標」における「行動宣言」「当事者コミュニティ」などの五つのテーマでそれぞれ高く評価された。

性別を問わず個の能力が認められる企業風土を構築するべく、さまざまな取り組みを行っている

work with Pride Gold 2022

店舗でフリマと献血会
玉屋

福岡県と佐賀県にホール14店舗を展開する玉屋（福岡市中央区）が運営する『玉屋中尾店』（福岡市南区）は、10月30日にフリーマーケットを、11月3日に「2022年度第2回献血活動」を開催した。

同店でのフリーマーケットの開催は約3年ぶり。地元企業と町内会が出展し、多くの来場客が集まった。福岡県赤十字血液センターから「コロナ禍の影響で献血活動の中止や献血ルームへの来場者が減っている」という情報を受けて実施された献血活動には、地域住民と同社社員を合わせた86人が参加し、83人が献血した。

同店での献血活動の開催は昨年に続き2回目だ

スマスロの魅力サイトで発信
安田屋

関東圏でホール23店舗を展開する安田屋（東京都）が11月上旬、スマートパチスロをアピールするWebサイトを開設した。導入予定機種として、リリースされた第一弾の4機種を掲出。ATの純増枚数や機械割を個別に示している。

サイト内では日電協と回胴遊商が運営するポータルサイト『パチスロサミットONLINE』と連携。より詳細な情報にアクセスできる。

同社は「スマスロを導入することが休眠層を呼び起こす絶好の機会になると判断して開設した。可能な限りスマスロを導入して、運用を含めてパチスロ全体の盛り上がりにつなげたい」とコメント。スマパチ・スマスロが業界の救世主となることを期待して、全力で営業すると表明している。

車いす競技大会に10万円
大分県遊協

大分県遊技業協同組合は、「第41回大分国際車いすマラソン大会」を支援するため、大分合同福祉事業団を通じて10万円を寄付した。贈呈式が10月28日に行われ、木下哲二理事長が大分合同福祉事業団の衛藤良司事務局長に目録を贈った。

同組合は、身体障がい者がひたむきに汗を流すこの大会に少しでも助力したいとの思いから、開催当初から約40年にわたって寄付金を贈っている。

左から木下理事長と後藤事務局長

マーケティング講座 増客する店長の視点 シーズン3 ㊵
残念な企業が変われない理由

株式会社 第二営業部 堀川和映 顧問

このままだと会社が危ないと感じた彼は、社長に改革を申し出ました。しかし社長はそれが気に入らなかったようで、その後、彼は退社することになりました。

残念な企業は優秀な人材から抜けていきます。残るのは、他社に行っても評価される自信のない人です。誰もが社長に対して自分の首をかけた忠信をできるわけではありません。社長の機嫌を損ね、「俺のやり方が嫌なら辞めろ」と言われれば、会社にとどまることは困難です。事実、私もそうして最初の会社を辞めています。その会社は、もう存在していません。

「腰巾着（こしぎんちゃく）」や「提灯持ち」と呼ばれるイエスマンばかりが会社に残ればダメになるのは明らかです。そうなってしまった企業に、優秀な人材が入ってきてもすぐに辞めてしまいます。仮に、転職してきた優秀な人材がその企業を改革しようとすれば、カビの生えた魑魅魍魎（ちみもうりょう）が寄ってたかってそれを邪魔します。企業組織が一度泥沼にハマってしまうと、簡単には抜けられない理由です。

コップ一杯の水に、赤いインクを落とすと水は赤くなります。水の半分を透明な水に入れ替えても赤い色は取れません。何度繰り返しても、簡単には赤い色はとれません。赤く染まった水をいったんすべて流して、改めて透明の水を入れることが早道なのです。

稟議書を出すがなかなか回答が返って来ない。状況が変わりもはや手遅れになった頃に捺印（なついん）された稟議書が戻ってきます。

上司からは「お前の仕事はいつも上手くいかないな」と言われます。

「それはあんた方のせいなんだよ」という台詞をぐっと飲み込んで、「申し訳ありません。もう少し早く動けていたら・・・」と頭を下げます。

上司はさらに、「上手くいくかどうか、状況を確認してからでないと動けないでしょう」と呆れたように言います。

提案書を挙げると、上司から「成功事例はあるの？」と尋ねられます。

「いえ、これはチャレンジですのでありません」と答えると、「前例が無いものは承認できないよな」と言われます。

「でも、当社のHPには『チャレンジ精神が大切』とありますが」と食い下がると、「それは安全だったらに決まってるだろ。失敗したら誰が責任取るんだよ！」と、いかにも当然のことだろうと言われます。

「なんですぐにできないの？」「もっと簡単にやれない？」「誰でもすぐ簡単にできる方法ないの？」

解決策の案をまったく提示せずに、目の前にある課題をいとも簡単に解決しろという上司は、問題解決能力と現在の環境変化に対する認識が欠如しているのです。このような上司の命令は、「根本の問題に向き合わなくてもよいから、すぐに効果が出る表面的な手法で解決しろ」と言ってるのと同じなので、現場はバレなければ良いとばかりに安易なやり方（ときには不正な手段）に溢れかえるのです。上司がどこを見ているのか、何を見たがっているのか、そこに社内の視点は集中するからです。それゆえに視野が狭まり、盲点がひろがり、企業は衰退してゆくのです。

ほりかわ・かずあき
株式会社 第二営業部 顧問／パチンコホール経営企業、セキュリティ会社役員、遊技機メーカー管理職など多彩な経歴で遊技業界歴は35年以上。現在はパチンコマーケティングを中心に講演やセミナー、勉強会を開催している。

2022 総括と業界の行方

パチンコは業績向上も稼働低下、時間粗利上昇 全国稼働状況2022
ダイコク電機 片瀬宏之 DK-SIS室室長
全国稼働率ランキング上位50店舗
上位店舗と下位店舗の稼働率差が広がる
メディアシステム 玉田正明氏
エリア別稼働率ランキング上位20店舗

ダイナミックな変革が求められる年に
三菱UFJリサーチ&コンサルティング 浦部雅充 シニアマネージャー

TOP INTERVIEW
延田グループ 社長 延田尚弘 チャレンジし続ける集団に

SPECIAL FEATURE
広告宣伝の新潮流
集客力を高める新たな広告 ぱちんこ広告協議会 大島克俊 理事長
一番大切なのは伝えるべき情報を伝えていくこと。
デジタル音声広告の可能性 オトナル 八木太亮 代表
すべての空間に音声広告を

PRODUCT REPORTS
エルゴジャパン『スモーククリア』
Kブランドオフ『BRAND OFF 横浜元町店』
plus『足湯 リラクゼーション』
エムエムインターナショナル『シルバープロテクト』
大都販売『ZEUS-S PLUS』
パック・エックスイノベーション『ど冷えもん』

DESIGN WORKS
MEGAFACE1120豊崎本館・豊崎II
Super D'station 日向店
GOLF&BAR NUNI

PACHINKO・PACHISLOT・AMUSEMENT 経営者の必読誌
Amusement Japan 月刊アミューズメントジャパン 2022 12

定期購読のお申し込みはお電話またはメールで TEL.03-5447-0555 mail info@amusement-japan.co.jp

フィールズ
”月下雷鳴“のゲーム性が再び
『パチスロ モンスターハンターワールド：アイスボーン™』プレス説明会

©CAPCOM CO.,LTD.ALL RIGHTS RESERVED.

フィールズは10日、都内の上野ショールームで『パチスロ モンスターハンターワールド：アイスボーン™』（エンターライズ製）のプレス説明会を開催した。

本機は純増約2・8枚／GのAT機。2014年に登場し、人気を博した『パチスロ モンスターハンター月下雷鳴』のゲーム性を継承した。

通常時はレア役で高確移行やCZのチャンス。CZはモンスター討伐でボーナスとなる「クエスト」、ビンゴ達成でボーナス確定の「アイルーBINGO」、突入時点でボーナス確定の「セリエナ防衛戦」という3種類を用意した。

ボーナスは、25G保障のバー揃い、40or50G保障の赤7揃い、60G保障の青7揃いの3種類。ボーナス中は、“月下雷鳴”と同様にベルやレア役で攻撃する。仲間の参戦やアイテムの使用で、討伐が有利に展開。今作は新アイテム、大ダメージを与えるチャンスのミッションを追加した。

モンスター討伐後は「剥ぎ取りチャンス」に移行し、ボーナスをストック。「剥ぎ取りチャンスG」ならば約50％or約75％で継続するため大量にストックできるチャンスだ。

このほか、ボーナスストックを消費することなく、討伐失敗までボーナスが継続する「大連続狩猟モード」や100G保障で平均ボーナスストック約6・6個を誇る「ムフェト・ジーヴァBONUS」も搭載している。

ホール導入は、23年1月下旬を予定している。

日本iスポーツ機構
設置の速さと精度で対決

同法人の大原弘代表理事（中央）とベスト4入りした選手たち

日本iスポーツ機構は12日、東京・渋谷のSpotify O-nestで「iスポーツ大会『日本シリーズ2022』を開催。平和、オリンピア、豊丸産業、ピーワールドなど11社が協賛した。

iスポーツとは、遊技機取り付けのスピードを1対1で競うもの。設置タイムに傾斜のズレや作業中の道具落下回数に応じてタイムを加算。総合タイムが短い選手が勝者となる。

大会は、Aブロック（店舗スタッフ部門）とBブロック（一般部門）の二つに分かれて進行。プリーアナウンサーの井田将勝さん、パチンコライターのヒロシ・ヤングさん、『バラー富士』（東京都豊島区）の堀哲文店長による実況の中、24人の選手が激突した。

特にハイレベルな戦いを繰り広げたのは、設置業者が多く参加するBブロック。前回優勝者のみょんチッチ・ジ・エンド選手が大会最短記録を更新しながら勝ち進み、Bブロック決勝戦では設置タイム1分8秒を記録。しかし、初出場のゆうちゃみ選手が精度の高さで上回り、総合タイムで逆転勝利した。

決勝戦ではゆうちゃみ選手とAブロック優勝者のくま選手が激突。設置タイム1分14秒総合タイム1分29秒でゆうちゃみ選手が勝利し、優勝賞金の100万円を手にした。

予選大会の設置タイム1分40秒から大きく記録を更新して優勝したゆうちゃみ選手は、入れ替えは効率がすべて。これからもスピードを速めていきたい」とコメントした。

入替作業のプロたちが熱い戦いを繰り広げた

コナミアミューズメント
メダルゲームでも稼働開始
『フィーチャープレミアム パチスロ ボンバーガール』

メダルゲーム仕様の筐体（右）とコナステ用の表示画面
©Konami Amesement　©Konami Digital Entertainment

コナミアミューズメントの『パチスロ ボンバーガール』を元にしたメダルゲーム『フィーチャープレミアム パチスロ ボンバーガール』が、全国のアミューズメント施設で稼働を開始した。

また、PCやスマートフォンでも楽しめる『フィーチャープレミアム コナステ パチスロ ボンバーガール』も配信を開始。いずれも、『ボンバーガール』でおなじみのキャラクターが多数登場し、パチスロ版の特徴であるボーナスの継続を体感できる。

『フィーチャープレミアム パチスロ ボンバーガール』には、パチンコホール仕様のゲーム性に特殊モードを追加。メダルゲームならではのゲームも楽しめる。

『ボンバーガール』は2018年8月に稼働開始したアーケードゲーム。個性あふれるキャラクターが登場し、スキルやボムを駆使して敵陣営の拠点を攻める対戦協力型アクションゲームとして人気がある。

『パチスロ ボンバーガール』は、今年9月に導入を開始。6・5号機ならではの性能を存分に生かし、好調な稼働を維持している。

入場者600万人を達成
三島スカイウォーク

600万人目に数えられた太田さん（左）

「hu・ji・ko」の屋号で静岡県にホール6店舗を展開するフジコー（静岡県三島市）が運営する日本一の歩行者専用吊橋「三島スカイウォーク」は15日、入場者600万人を達成した。

600万人目に数えられたのは日帰り旅行で訪れていた太田貞夫さん。「旅番組などで見ることはあったが、来る機会はありませんでした。日帰り旅行で箱根に来ていたので、初めて来てみました。橋の上からの景色を楽しみたいと思います」とコメント。太田さんには記念品として、厳選静岡茶と三嶋柄湯呑セットが贈られた。

同社の川本健治常務は「コロナ禍により集客が減少した時期もあったが、少しずつ旅行に出掛けやすい状況になっている。まずは700万人を次の目標とし、10年間で1000万人を達成できるよう精進していきたい」と話した。

「三島スカイウォーク」は、全長400mの日本一の歩行者専用吊橋。2015年の開業以来、三島の観光名所として多くの観光客が訪れている。

サミー
カバネリに新パネル

©カバネリ製作委員会　©Sammy

サミーは15日、『パチスロ甲鉄城のカバネリ』の第二弾パネルとして、「美馬パネル」を追加した。2023年1月から順次導入予定。容姿端麗な「天鳥美馬（あまとり・びば）」をデザインした。

同機種は純増約6・0枚／GのAT機。ボーナス高確率状態のSTとボーナスをループさせて出玉を増やす。最上位はループ率約95％の「裏美馬ST」。突入時の期待枚数は約3500枚（設定1）に達する。今年7月の導入以降、パチスロ市場をけん引する6・5号機の筆頭機として高稼働に貢献している。

ユーコーラッキーグループ
地元プロレス大会に協賛

©KYUSHU PRO-WRESTLING
多くの来場客で賑わった

九州を中心にホール25店舗を展開するユーコーラッキーグループ（福岡県久留米市）は、10月30日に開催された「九州プロレスin久留米“久留米ばれ元気にするっタイ！”」に地元のホール企業として協賛した。

同大会は、九州を中心に活動しているプロレス団体・九州プロレスの主催によるもので、久留米での開催は今回で2回目。観戦当選倍率は3倍だった。当日は大勢の子どもを含む457人のファンが押し寄せた。

九州プロレスは、所属レスラーによる保育園や高齢者施設への訪問・慰問活動にも力を入れており、9月に2施設、10月に2施設を訪れている。

東商流 総会
堀井理事長が3期目

堀井理事長

東京商業流通組合は10月25日、都内のホテルメトロポリタンで通常総会を開催。任期満了に伴う役員改選が行われ、堀井努理事長が再選された。

堀井理事長は4期目。その他理事15人、監事2人が選任された。

堀井理事長は「当面の課題として、金地金価格の変動に対応した商品の在り方や流通システム維持のための縮減、インボイス制度への対応などがある。組合員の皆様と真摯に協議し、かつ都遊協様をはじめとする関連企業さまと連携を図りながら、安定的に商品を提供したい」と挨拶。組合員に理解と協力を求めた。

行政講話では警視庁の増田光春風俗保安対策官が登壇。防犯対策の徹底、暴力団排除と再関与防止対策、特殊詐欺被害の防止について言及した。

MIRAI
依存問題の正しい理解 有識者インタビューを公表

MIRAIぱちんこ産業連盟の社会連携委員会依存問題対策研究会は、依存問題について業界内外に正しい認識を持ってもらうために、有識者の見解を整理しMIRAIのWebサイトに掲載した。

依存問題対策研究会がインタビューした有識者は、日本初のギャンブル依存支援施設を運営するNPO法人ワンデーポートの中村努施設長（内閣官房ギャンブル等依存症対策推進関係者会議委員、横浜市精神保健福祉審議会臨時委員）と、精神保健福祉士で「浦和まはろ相談室」の高澤和彦代表（依存の問題の支援に携わる人たちの勉強会代表）の2人。

従来の依存問題対策は、「パチンコを続けて破綻するか、やめて回復するか」を問うようなものが中心だったが、パチンコを「やめる」ことを目的とする回復支援は問題の解決に結びつかないことがあり、また危険も伴いかねない。やめさせるより、「健全な遊び方をしましょう」と啓発していくことが有効と説明している。

レポートはMIRAIのWebサイトで閲読可能。

セガサミーHD
4年連続で最高評価

セガサミーホールディングスは、LGBTQ+といった性的少数者に関するダイバーシティ・マネジメントの促進と定着を支援する任意団体「work with Pride」が認定する「PRIDE指標」で、最高評価のゴールドを受賞した。

受賞したのはセガサミーHD、サミー、セガの3社。各社は初エントリーした19年以来、4年連続で受賞している。

セガサミーグループの性的マイノリティに関する取り組みは、e-ラーニングによる基礎知識の受講プログラムに始まり、社員向けの外部相談窓口、同性パートナーを配偶者と同じ扱いとする各種制度、関連イベントへの賛同などが挙げられる。

回胴遊商 近畿支部
森林維持のため下草刈り

新型コロナウイルス感染対策に留意しながら実施した

回胴式遊技機商業協同組合の近畿支部は10月8日、「アドプトフォレスト豊能町切畑ふれあいの森づくり」を実施した。

この活動は、大阪府豊能町切畑地区の里山を再生させるべく、竹林の手入れや木の苗植えを行うもの。長年にわたる活動によって育った森林を維持するべく、組合員とその家族を含めた53人が下草や不要な枝を伐採した。

健全化推進機構
上期の立ち入り急増

遊技産業健全化推進機構は2日、都内で定例理事会を開催。検査部が本年度上半期（4月1日から9月30日まで）に実施した立ち入り検査結果を共有した。

検査部は同期間中、前年同期の3倍を超える検査を実施。51都府県方面の1025店舗に立ち入った。検査遊技機台数は6842台（パチンコ3335台、パチスロ3507台）。検査計数機台数は135台（玉計数機102台、メダル計数機33台）だった。

啓発用のポスター等が掲示されていることを確認する「依存防止対策調査」のために立ち入った店舗数は、49都府県方面の749軒だった。

New Machine Digest

ニューギン
P真・花の慶次3～黄金一閃～
問い合せ／㈱ニューギン　導入予定日 2023年1月23日

©隆慶一郎・原哲夫・麻生未央/コアミックス 1990,版権許諾証YSR-432

「最強の慶次」が見参 50%突破で勝閧を

初当たり50%を突破すれば、4500個（次回2回分の大当たりが濃厚）の払い出しという盛大な祝福を受ける。豪快な幕開けの先に待つ花道は、3000個（次回大当たり濃厚）の振り分けが33%存在する、オール1500個の最強RUSH。爆発的に出玉を増やしていける、「最強の慶次」の名に恥じぬスペックだ。平均期待出玉は約8727個。通常時のアウト効率とSPリーチ期待度もアップ。シリーズ初のカスタマイズ機能も搭載された。

ミドルタイプ
大当たり確率：1/319.68→1/9.25
RUSH突入率：50%
RUSH継続率：約72% ※時短10回転時継続率約68.1%と残保留1個時継続率約10.8%の合算値
時短：10回or1000回
ラウンド：2Ror10R・10カウント
賞球数：1&2&6&15

三洋物産
PAスーパー海物語 IN 沖縄5 夜桜超旋風 99ver.
問い合せ／㈱三洋販売　導入予定日 2023年1月10日

高継続かつ高出力 あの強力RUSHを再現

約90%の高継続RUSHと高い出玉性能がコラボレーションした「夜桜超旋風」が、全く同じ継続率を実現したうえ、遊びやすくなって再登場。甘デジでありながら、次々と大当たりが積み重なっていくあの爽快な打感を存分に味わえる。出玉性能の高さももちろん再現されており、その期待出玉は約2680個。時短6回＋残保留2回で決着するスピード感も前作のままだ。満足感あるスペックで、「海物語」の甘デジに新風を吹かせる。

甘デジタイプ
大当たり確率：約1/99.9→約1/3.99（※小当たりと大当たりの合算）
RUSH突入率：50%
RUSH継続率：約90% ※時短6回時継続率約82.2%、残保留2個時継続率約43.8%の合算値
時短回数：6回
賞球数：3&1&3&4&7
ラウンド数：3Ror5R・10R・10R

KYORAKU　遊タイム搭載機
ぱちんこ アズールレーン THE ANIMATION
問い合せ／京楽産業.㈱　導入予定日 12月5日

©Manjuu Co., Ltd., Yongshi Co.,Ltd. & Yostar, Inc./アニメ「アズールレーン」製作委員会
©KYORAKU

高継続RUSHが再始動!? 異次元ループを体感せよ

業界初の新機能「RUSHループチャンス」が爆誕。RUSH終了後に必ず発生し、成功すれば約90%継続RUSHが再始動。大量獲得を目指す戦いがもう一度幕を開く。成功条件は「RUSHループチャンス」中に、RUSH直撃大当たりに当選することと、50回転消化後に突入するST174回転中に大当たりすること。初当たり時は、2Rの潜伏確変突入後に演出を成功させるか、7R＋RUSH突入に当選すれば、幸運の波がやってくる。

特殊タイプ
大当たり確率：約1/46.0→約1/41.0
確変継続率：約90% ※次回までの確変（継続率100%）とST86回転（継続率約85%）の合算値
RUSHループチャンス成功期待度：約41% ※RUSHループチャンス50回転中にRUSH突入大当たりに当選する期待値（約9%、右始動口の残保留4個を含む）、及び50回転大当たりなしでST174回転に突入し、かつST中に大当たりする期待値（約33%）の合算値
賞球数：1&1&3&6&15&14&15
ラウンド数：2Ror7Ror9R・3カウント
特賞出玉：約84個or約530個or約700個 ※BONUSによる払い出し出玉と入賞口による払い出し出玉の合算値
遊タイム発動条件：低確率状態を136回消化でST174回転

西 陣（DAXEL）
SモモキュンソードデュエルDX
問い合せ／㈱西陣　導入予定日 2023年1月10日

©NISHIJIN　©DAXEL

自力でヤレる6.5号機 32Gでワンチャン到来

32Gごとに訪れる自力勝負型CZは、4戦中に1勝すればボーナス。犬神、猿神、雉神いずれかの「憑依玉」を入手していれば、対応する小役・レア役成立で勝利期待度がグッと高まる。ボーナス最終Gは6択ベル当てに挑戦。押し順正解で、G数上乗せ型のAT「桃剣RUSH」に突入する。勘も大事だが、ボーナス中の内容次第で押し順ナビが発生する。初期G数は特化ゾーン「桃剣ATTACK」で決定（平均50G）。消化中はG数直乗せやボーナス、特化ゾーンを抽選するレア役に期待だ。最強特化ゾーン「暴走BURST」の平均期待値は1200枚以上。自力でヤレるポイントが満載の1台だ。

ATタイプ（純増約5枚/G）
ボーナス・AT合算確率：1/198.9（設定1）～1/180.4（設定6）
AT初当たり確率：1/381.2（設定1）～1/228.4（設定6）
出玉率：97.9%（設定1）～110.0%（設定6）

山佐ネクスト
パチスロ戦国無双3
問い合せ／山佐ネクスト㈱　導入予定日 2023年2月

©コーエーテクモゲームス All rights reserved.
©YAMASA NEXT

新ゲーム数テーブル搭載 上位ATは継続率約96%

「パチスロ戦国無双」シリーズ最新作がついに登場。通常時は新ゲーム数テーブル「戦刻システム」を搭載した。規定刻数（ゲーム数）到達+αでAT「戦国ラッシュ」が確定。刻数はAT当選まで引き継ぐ。「戦国ラッシュ」はゲーム数上乗せ型AT。レア役でゲーム数を上乗せしながら、ベル連などですべての敵兵を倒せばボーナス当選となるゲーム性だ。最大6回目のボーナスでエピソードが発生し、「天下無双への道」に突入。慶次が桜並木を歩く懐かしのステージで、2択チャレンジを規定回数成功させると、継続率約96%を誇る上位AT「天下無双の傾奇インフィニティバースト」に突入する。

ATタイプ（純増約1.8枚/G）
ボーナス確率：現在調査中
AT初当たり確率：現在調査中
出玉率：現在調査中

サミー
Pビッグドリーム3
問い合せ／サミー㈱　導入予定日 2023年1月上旬以降

©Sammy

高速GGが神の領域へ 3000個比率は約40%

覚醒した“神撃”は、強大な出玉と圧倒的な速さを兼備。3000個を払い出す「超絶神極BONUS」（10R×2）の比率は特図1で20%、特図2では約40%に及ぶ。残る約60%もすべて10Rだ。変動速度を約0.27秒に短縮したRUSH「GOLDEN GAME」は、変動と大当たりのインターバルもシームレス。ムダ玉を極限まで削るアタッカーが、抜群の時間効率を後押しする。RUSH突入率は70%。時短システムには転落小当たりを採用した。

ミドルタイプ
大当たり確率：約1/319.7
右打ち時の実質大当たり確率：約1/29.3 （大当たりと図柄揃い小当たりの合算）
GOLDEN GAME突入率：70%
転落小当たり確率：約1/66.4
賞球数：1&2&4&15
ラウンド数：2Ror10R・10カウント

※大当たりおよび時短突入はV通過が条件

機種情報について ▼時短はSTを含めた回数です ▼パチスロのボーナス枚数は、すべて純増です ▼導入予定日（最速）は納品日ではなく、オープン日を指します ▼問い合わせ先は各社最寄りの営業担当まで ▼スペックはアミューズメントジャパン調べ

スマスロ導入直前アンケート

導入前の告知案内に注力

スマパチ導入期に課題残す

店舗での運用が始まったスマスロ。ホールはこの新しい遊技機を稼働させるにあたり、どのようなことを課題に感じ、どのように準備を進めてきたのか。本紙は11日から15日まで、Webアンケートを実施した。【1面から続く】

調査結果の分析では200人の回答の中から、本社に勤務する部長職以上の幹部層、および店舗に勤務する副店長職以上の役職者の回答を抽出した。有効サンプルはそれぞれ37件と80件。

スマスロを導入するにあたって課題に感じていたことは、大方の予想どおりの結果になった。本社幹部層も店舗役職者（副店長以上）も、専用ユニットの調達、スマスロ遊技機の調達、ユニット設置に伴う工事日程を懸念。自店が希望する台数を確保できるか、最速でスタートを切れるかに関心が集まっていたようだ。

しかし共通認識として形成されていた部材不足への理解に比べて、島工事の工期が全国的に重なることは楽観視されていた印象がある。ユニットメーカー関係者らは工期が導入直前日に集中することを避けるために、ユニットの取り付け工事だけでも早い時期から始める分散型を求めていたが、それに応じたホールは一部に留まったようだ。

店舗役職者（同）に島工事の開始日を尋ねたところ、最も多かった日取りは11月13日から19日までの週（36・8％）。次いで11月21日以降（33・3％）、11月6日から12日までの週（17・5％）の順だった。最も早い時期として提示した11月5日以前は5・3％。

着工は専用ユニットやスマスロの納品日が固まらないと踏み切れないものの、およそ3分の1のホールが最速導入できなかった。同様のことはスマートパチンコを導入するときにも起きるため、着工スケジュールには留意しておきたい。

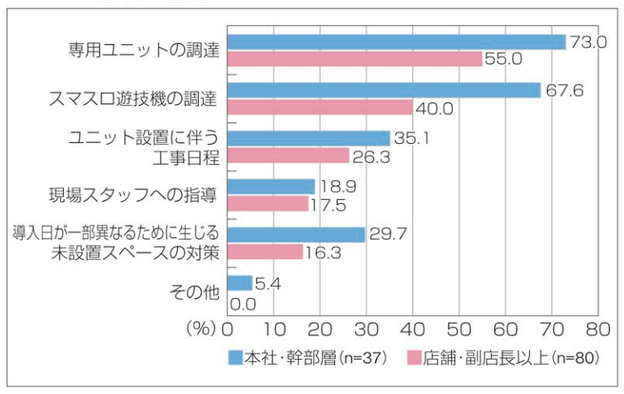
ではホールは導入前にどのような準備を進めていたのか。最も多かった項目は本社幹部層、店舗役職者（同）ともに、遊技客を案内するための店内ポスターだった。本社幹部層は次いで近隣店の情報収集、店舗役職者（同）は次いで従業員教育に注力していた。

店舗で行われた従業員教育の具体的な内容としては、専用ユニットやスマスロの扱い方に関するものが多かった。遊技機の特性やスムーズな操作方法、遊技客に対する的確な案内方法のほか、離席や空席時の対応など運用後に想定される注意事項を共有したようだ。

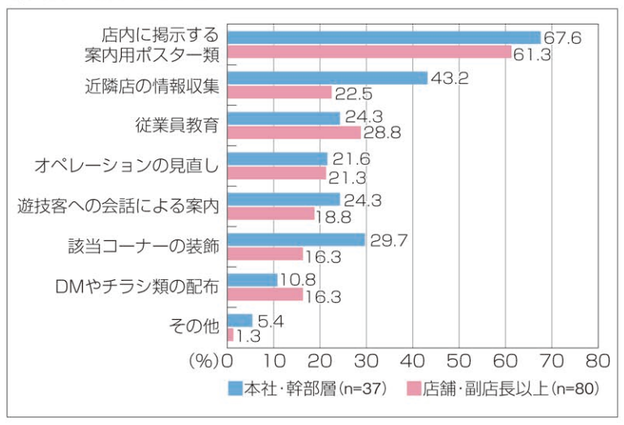
スマスロ第一弾に続くラインナップは現在までに正式発表されていないが、来春にはスマートパチンコの稼働も始まる。今後、スマート遊技機が普及していくためにはどのようなことが必要なのか。アンケート回答者の意見からは、遊技機や専用ユニットの供給量、P機やS機と比べたときの優位性、より自由に購買できる環境がポイントとして挙がった。

遊技機の性能は、集客や売上を左右する重要な要素。プラスに作用する可能性が大きければ、ホールの購入意欲は上昇する。より魅力的な遊技機づくりが可能になったスマート遊技機の今後に期待したい。

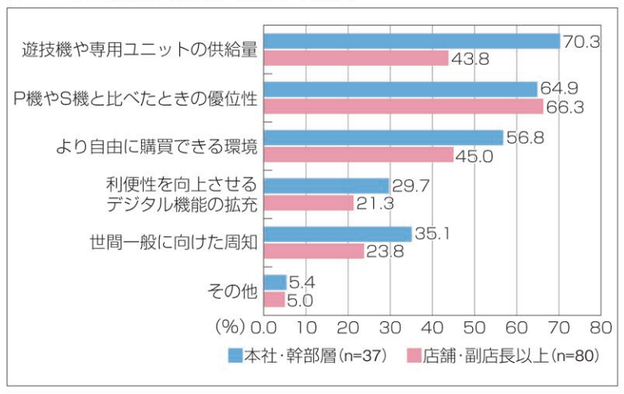
スマスロ導入時の課題



導入前に注力したこと



スマート遊技機が普及するための課題



FC加盟店で活躍するオーナーたち

BRAND OFF マチノマ大森店 日本一のオークションが魅力

FCの成功事例となる店舗へ

9月21日、東京都大田区にK・ブランドオフのFC店舗『BRAND OFF マチノマ大森店』がオープンした。同店を運営するのは業界未経験の菅原崇オーナー。同社以外にもFC展開するブランドリユース店がある中で、『BRAND OFF』に決めた理由や今後の目標を聞いた。

JR大森駅と蒲田駅のちょうど中間あたりにある、スーパーや飲食店などが入った複合商業施設内に店舗を構える『BRAND OFF マチノマ大森店』。菅原オーナーはオープンの理由をこう語る。

「もともとは金融系のシステム会社を運営していたのですが、金融系以外で別事業をやりたいと考えていました。飲食ほど初期投資がかからず、ある程度専門性があって、業界として伸びているものを探していたときに、ブランドリユース業界に興味を持ちました」

前職ではマーケティングも行っており、集客については自信があったという菅原オーナー。FC展開する企業の話を聞き、ゼロからスタートするよりもFCで開業することに決めた。

「さまざまな企業の話を聞きましたが、K・ブランドオフさんが持つ日本一のブランド品オークションが魅力的で、買取専門店が買い取った品物を販売店が競り落とすというのが、私としてはフェアに感じました。金融系を長くやっていたのでわかるのですが、多くの取り引きが集まるものに対して、価格は安定しますし、品物を高く買い取ってくれるところもありました。それがバックグラウンドでついてくれているというのが、『BRAND OFF』を選んだ理由の一つです」

BRAND OFF マチノマ大森店 菅原オーナー

『BRAND OFF』として出店することを決め、業界内の知識や真贋判定については研修を通じて学んだ。業界について学ぶほど、店舗と来店客がwin-winな関係になる取引もできるため、リピーターにも期待できるという。

「真贋や接客などについては研修で学べますし、独自のAI真贋判定もあるので未経験でも安心してスタートできます。他のFCよりも勉強は必要かもしれませんが、その分自分たちが買い取ったものを高額で売れる可能性は明らかに高い。お客様に満足いただける金額で買い取り、その品物を必要とする販売店にオークションで高く買い取ってもらうことも可能なので、双方にとって気持ちの良い取引もできますよね。FC店舗ではありますが、直営店と同じような感覚で、学びながら改善できるところにやりがいを感じています」

同店の強みは駐車場完備の複合商業施設内にオープンしたこと。来店客は車で気軽にブランド品を持ち運べる。ある程度の時間がかかる査定中は、品物を預かることで買い物や施設内を見て回れると好評だ。

菅原オーナーの今後の目標について聞いた。

「2～3年で10店舗オープンすること。K・ブランドオフさんは、これまで培ってきた知識やスキルを惜しみなく提供してくれます。オープンまで真摯に対応してくれた担当の方には感謝していますし、同社で働く方々の人間性というところも感銘を受けました。今後、店舗数を増やしていくという意味でも、FCで成功した事例の代表になれるような店舗作りを目指していきます」

複合商業施設内にオープンした『BRAND OFF マチノマ大森店』

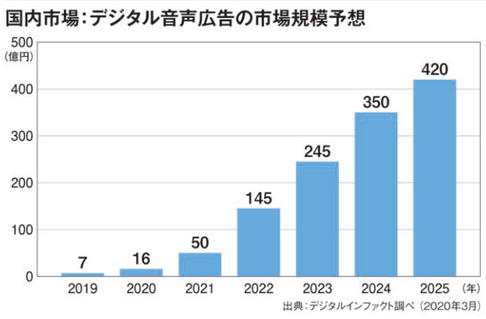
［成長中の広告メディアに迫る］

デジタル音声広告の可能性

インターネット上の音声メディアに広告を出稿する、デジタル音声広告が注目を集めている。これまでラジオ広告を出稿してきたパチンコ業界とも親和性が高い、成長中の広告手段だ。

広告配信対象となるのは、Spotifyのような音楽ストリーミングサービスや、radikoラジコをはじめとするラジオアプリ。デジタル領域の調査会社・デジタルインファクトによると、国内でのデジタル音声広告の市場規模は2019年にはまだ7億円ほどだったが、21年には50億円にまで成長しており、25年には420億円にまで市場拡大が進むと予想されている。

国内市場：デジタル音声広告の市場規模予想



出典：デジタルインファクト調べ（2020年3月）

完全再生率は90％超

デジタル音声広告の強みの一つはリスナーに最後まで聞かれやすいことだ。リサーチ&マーケティング支援会社・ネオマーケティングの「動画広告の接し方に関する調査」によると、YouTubeなどでの動画メディアでは回答者の38・8％が広告を「必ずスキップする」「56・7％が「スキップすることが多い」と回答しており、動画広告があまり見られていないことが伺える。それに対し音声メディアは完全再生率（最後まで広告を聞かれる割合）が非常に高い傾向にある。各社が公表しているデータによると、Spotifyの完全再生率は90％、radikoの完全再生率は98％。音声媒体は動画媒体と違ってスマホ画面を見る必要がなく、移動中や作業中に「ながら聴取」がされやすい傾向にあるため、広告もスキップされにくいと推測できる。

20年6月、アメリカの大手データ分析会社ニールセンとSpotifyは「広告接触者への脳波計測ブランド認識度調査」を実施した。この調査ではまず、広告出稿企業A社とその競合2社のブランド名を被験者に見せ、ベースラインの脳波を計測。次にA社のブランド広告を「音声のみ」「動画のみ」「音声+動画」の3つの手段で被験者に提示した上で、A社を含めた3社のブランド名を再度見せて脳波を計測し、最初に計測した脳波と比較した。

その結果、ブランド伝達強度（広告とブランドの結びつきの強さ）で最も高い数値を示した手段は「音声のみ」だった。Spotifyジャパン（Spotifyの日本支部）のオフィシャルサイトでは「ブランドに関する情報のほかにもさまざまな要素で構成される動画より、まさに音声だけで構成される音声広告のほうが頭に残りやすいのではないか」との見解が示されている。

地上波ラジオ広告との違い

地上波ラジオ広告にはないデジタル音声広告の強みは主に二つある。一つめは、「店舗から○キロメートル以内への行動履歴のある、パチンコに興味・関心が高い20代の男性にのみ配信」といったように、細かい条件で訴求できる点。もう一つは、「何回再生されたか」というレポートが必ず返ってくる点だ。

また、地上波ラジオ番組とデジタルオーディオでリスナーの聞く姿勢が違う、というデータをSpotifyが出している。流したままでも次々と番組が変わる地上波ラジオと異なり、デジタルオーディオは流す番組を自己選択するため、集中して聞かれやすい、というものだ。

他の広告手段にはない効果を多く期待できるデジタル音声広告。ホールでも、新しいプロモーションの手段として一考の予知がありそうだ。

同業他店の営業権取得へ

ダイナム

ダイナムは2日、アストリーツーコーポレーション（神戸市中央区）が経営するパチンコホール『アビック焼山店』（広島県呉市）の営業権を取得することを発表した。吸収分割によるもので、効力発生日は12月15日を予定している。

同店の総設置台数は424台（パチンコ219台、パチスロ205台）。県道66号線に面する郊外店で、周囲には住宅街が広がっている。アストリーツーコーポレーションは現在、同店を含めて兵庫と広島で5店舗を運営する。

ダイナムは「通常の新規出店に加え吸収分割の手法も取り入れ、さらなる店舗数の拡大を目指す」とコメント。ダイナムの運営店舗数は同店を含めて396店舗、ダイナムジャパンホールディングスのグループ全体で4333店舗となる。

15回目のサンゴ保全活動

回胴遊商 九州・沖縄支部

回胴式遊技機商業協同組合の九州・沖縄支部は10月7日、沖縄県宜野湾市の宜野湾マリン支援センターでサンゴの保全活動を実施した。

当日は26人の組合員が参加。NPO法人コーラル沖縄の成田隆一さんによるサンゴの生態やサンゴ礁再生のための取り組みに関する講習を受講した後、センター施設内の水槽に移動してサンゴ苗100株を水槽内に収めた。

これらのサンゴは海底での生育に耐えられるほどまで成長させた後、同法人のダイバーによって海底に植え付けられるという。

同支部は2008年から継続してこの活動に参加。今年で15回目を迎えた。今後も続ける方針だ。

INTERVIEW

すべての空間に音声広告を

株式会社 オトナル 八木太亮 代表

オトナルは、「広告枠の創出」「広告枠の販売」という二つの機能を備えたデジタル音声広告におけるオールラウンダー企業だ。代表の八木太亮さんは、デジタル音声広告市場を発展させるべく、自身のポッドキャスト番組「オトマーケ」での情報発信を中心に、啓蒙活動に取り組んでいる。デジタル音声広告市場の成長背景や、パチンコホールの広告媒体としての可能性について聞いた。（文中敬称略）

番組・媒体・機器の充実でラジオの時代が再来する

――はじめに経歴を聞かせてください。

八木 大学卒業後3年間はコピー機の営業をしていました。その後起業し、左利き専門の楽器のネットショップやPCバッグのメーカーなど、いろいろな事業を模索した後に、2013年から「ビール女子」というウェブメディア事業を運営。2018年に事業譲渡してデジタル音声広告市場に足を踏み入れました。今の形態で事業を行うようになったのは2019年からです。当時、国内でこのデジタル音声広告を扱っていたのは私たちと電通さんくらいでした。

――なぜデジタル音声広告だったのですか。

八木 注目したきっかけは、スマートスピーカーが日本で発売されたことです。聴覚のメディアであるスマートスピーカーは私がそれまで営んでいた視覚メディア（WEBメディア）とは異なり、話しかけるだけでラジオや音楽などのコンテンツを引き出せます。両手が塞がっていても、音声ならコンテンツを楽しめる。音声の魅力を実感し、強く関心を抱きました。現代の日本では自宅にラジオ端末がある人は少ないと思いますが、スマートスピーカーが普及すればもう一度ラジオの時代が来るのではないかと。調べてみると、2018年の段階でアメリカではすでに2700億円のデジタル音声広告市場ができていました。日本のラジオ広告市場は常に1200億円前後を推移しているのですが、アメリカにはデジタルだけで2倍以上の市場がある。しかも毎年市場が伸びている。2021年に至ってはアメリカで最も成長したメディアはオーディオだったという調査もあります。この流れが日本でも起こると確信しました。

――事実、日本でもデジタル音声広告市場は成長の兆しを見せています。これにはどのような背景がありますか。

八木 三つの要因があります。一つ目は、ワイヤレスイヤホンの普及です。ワイヤレスイヤホンがあれば、生活時間のいつでも音声を聞くことができる。2016年の発売以来売れ続けており、今後も広まっていくことが予想されます。ワイヤレスイヤホンが普及することは、音声に触れる機会が増えることにつながります。二つ目は、プラットフォームの充実です。かつてポッドキャストを聞ける媒体はAppleとニッチなサードパーティ製のものだけでしたが、2018年にSpotifyとGoogleが、2020年にAmazonが参入してきました。聞ける媒体そのものが増えたため、音声媒体そのものも伸びています。三つ目は、コンテンツの充実です。現在、さまざまな活字媒体がポッドキャストに参入してきています。活字を読むAIが進化して、番組を作りやすくなったこともこの流れを加速させています。例えば、朝日新聞のポッドキャスト番組のひとつは、WEBの文字を読み上げる「音声合成」の技術を使って番組を作っています。海外メディアでも、アメリカのワシントンポストはすべての記事を音声化しています。

パチンコ店が効果的に広告を出稿するには？

――デジタル音声広告に適しているジャンルはどのようなものでしょうか。

八木 ビジュアルで見せる必要のない、無形商材やサービスが適しています。パチンコも適性が高く、既に出稿事例もあります。

――パチンコ店が出稿しようとする場合、どのような方針が効果的ですか？

八木 広告内容に関しては、地上波ラジオ広告と同様に、店舗名や所在地などの刷り込みを狙うことを推奨します。私はパチンコ・パチスロはやりませんが、地上波ラジオ広告の影響で地元のパチンコホールの屋号を認知しています。また、デジタル音声広告は位置情報と絡めたマーケティングが可能です。そのため、対象店舗から10キロメートル以内というように商圏を定めた広告配信もできます。サードパーティデータ（他のデータ会社が提供しているデータ）と連携し、パチンコが好きな人、競馬が好きな人、お酒が好きな人、などの属性でターゲティングする「プログラマティック広告」もお勧めします。位置情報の履歴を使えば「1年に3回以上競馬場に行く人」のようなデータを作ることもでき、細かいターゲティングが可能です。ただし、このようなターゲティングが可能なものはSpotifyやradikoのようなアプリ媒体に限られます。一方で、ポッドキャスト番組に出稿したい場合は、県単位のエリアでターゲティングして番組を選ぶことを推奨します。このケースではお笑い番組などが適しているのではないでしょうか。

――今後の展望を聞かせてください。

八木 日本にアメリカのようなデジタル音声広告市場を作るのが私たちのミッションです。空間、社内、生活空間すべてに音声コンテンツと音声広告がある状態を目指しています。車中の人にのみアクセスできる広告枠を作るほか、街頭や店頭の音声も入札できるようにし、広告枠を増やしていきたい。広告以外にも、パブリッシャーとして「音声をどうやって収益化するか」といったことも常に考えており、番組のリスナー課金のようなビジネスも視野に入れています。

やぎ・たいすけ
2013年にウェブメディアを運営する株式会社オトナルを創業。2018年に音声コンテンツと音声広告領域の事業に特化。アドテクノロジーを活用した広告出稿からクリエイティブ制作までを支援し、過去800件以上のデジタル音声広告の実績を持つ広告事業を展開。また、ラジオ局や新聞社、出版社向けの音声コンテンツおよび広告枠の開発とデータ運用支援も行っている。著書：『いちばんやさしい音声配信ビジネスの教本 人気講師が教える新しいメディアの基礎』（インプレス） twitter:@pyusuke

2022年 5月～8月 社会貢献活動

さまざまな社会貢献活動に取り組むホール業界。社会福祉や青少年の健全育成に努める関連団体への助成をはじめ、災害復興、地域催事への協賛など、その取り組みは多岐にわたる。2022年5月から8月までに行われた主な活動を振り返った。

※週刊アミューズメントジャパンで掲載した社会貢献活動の一部を掲載。役職などは当時のまま表記しています。

5月

ダイナム（東京都）スカッシュ大会に特別協賛

ヨコハマスカッシュスタジアム・SQ・CUBE（横浜市港北区）で、3日から5日にかけて開催されたスカッシュの大会「ダイナムCUP SQ・CUBE OPEN 2022 in YOKOHAMA」に特別協賛した。

左から松井選手、保坂明代表、机選手

マルハン 北日本カンパニー（東京都）ゆるスポーツ大会に協賛

ショッピングセンター・アピタ福井大和田店内で、5日に開催された「アピタ福井大和田店主催ゆるスポーツ大会」に協賛。ゆるスポーツとは、世界ゆるスポーツ協会が「年齢性別運動神経に関わらず、だれもが楽しめる新スポーツ」として開発したもの。

玉屋（福岡県）店舗駐車場で献血

『玉屋伊万里店』（佐賀県伊万里市）は8日、店舗駐車場で献血活動とフリーマーケットを開催した。同店での献血活動は初。地域住民や同社従業員ら113人が献血に協力した。

南日観光（鹿児島県）心肺停止男性を救助

人命救助を行ったとして『ナンニチ新栄店』（鹿児島市）に9日、全日遊連が感謝状を贈った。同店スタッフは店内で遊技中の高齢男性が意識不明の心肺停止状態に陥った際、迅速・的確に救命措置を施し、救急隊に引き渡した。高齢男性は一命を取り留めたという。

五月女総合プロダクト（栃木県）栃木県鹿沼市と防災協定

鹿沼市と11日に防災協定を締結。地震や風水害などの大規模災害時に、運営する店舗の一部を避難場所として開放する。

協定書を掲げる南常務（中央）と佐藤市長（右）

神福協 更生保護活動で感謝状

古川禎久法務大臣と神奈川県更生保護協会から12日、感謝状を受領した。法務省主催の作文コンクールの優秀作品を掲載した文集作成など、1986年から社会貢献の一環として更生保護活動の継続的な支援を行っているため。

左から斎藤理事長、中村理事、勝田所長

佐賀県遊協 ホールの防災拠点化PR

武雄市が主催する防災フェスタ・治水シンポジウムに出展。15日、会場入り口にブースを展開し、傘下ホールが取り組む防災備蓄を映像で紹介したほか、来場者にローリングストック300セットを配布した。

新冨和紀理事長や青年部メンバーがブース前で配布した

ダイナム 地域清掃に参加

『ダイナム氷見店』は15日、富山県氷見市で開催された「ゴミの見える化で進めるSDGs」の清掃活動に参加。従業員5人が参加した。

三重県遊協 支援金・啓発物品を贈呈

津市のホテルグリーンパーク津で17日、フリースクールを運営する「三重シューレ」に運営資金約37万円、三重県防犯協会連合会に対する啓発物品として災害グッズ「スタジアムクッション」800個を寄贈。さまざまな依存問題を抱える人たちのサポートコミュニティ「三重ダルク」に助成金50万円の内定証書を贈った。

目録を渡す権田清理事長（左）

悠輝（東京都）多摩市と防災協定締結

『ドキわくランド聖蹟桜ヶ丘店』が所在する東京都多摩市と20日、防災協定を締結。同日に市役所で締結式が行われ、岩谷東明社長と阿部裕行市長が協定を交わした。

阿部市長（左）と協定を交わした岩谷社長

プローバ（広島県）スポンサードゲームを開催

エディオンスタジアム広島で21日に開催された、明治安田生命J1リーグ第14節のサンフレッチェ広島vs京都サンガF.C.戦のゲームスポンサーを務めた。

会場には同グループが運営するフィットネスジムVace1のブースを設営し、フィットネスマシンを使った体力測定チャレンジなどを行った。

新入社員も参加したイベントブースの様子

岩手県遊協 公益法人に計60万円

県内の公益法人3団体に寄付金各20万円を贈呈。24日に盛岡グランドホテルで行われた贈呈式では、工藤嘉理事長から各団体の代表者に目録が手渡された。

左から宇土沢特命参事、細江会長、乳井専務理事、工藤理事長

玉越（愛知県）寄付金贈呈で感謝状

愛知県共同募金委員会から30日、感謝状を授与された。同委員会に寄付金を送ったため。贈呈式が玉越本社で行われ、高木糸美常務が名古屋市守山区社会福祉協議会の中沢伸生事務局長から受け取った。

高木常務（左）と中沢事務局長

安田屋（東京都）集団献血に50人

埼玉県八潮市の『やすだ八潮店』で30日、企業集団献血を実施。近隣住民や同社スタッフなど50人が協力した。

真城ホールディングス（愛知県）ウクライナ支援に100万円

ロシアからの軍事侵攻が続くウクライナへの人道支援として100万円を日本赤十字社の愛知県支部に寄付。31日、日赤県支部で贈呈式が行われ、真城吉仁専務が日本赤十字社愛知県支部の新美孝調整監に目録を贈呈した。

真城専務（左）と新美調整監

6月

三重県遊協 伊勢支部 社会貢献活動で受賞

三重県職域防犯組合連絡協議会から1日、同会の八太正年会長と三県警察本部長の佐野朋毅警視監の連名の表彰状を受贈。同支部が永年にわたり伊勢・度会地区の新入学児童全員に防犯ホイッスルを配付するなどの社会貢献活動を行ってきたことなどが評価された。

表彰状を受け取る山口支部長（右）

マルハン東日本カンパニー（東京都）小田原市に2000万円

企業版ふるさと納税制度を活用し、神奈川県小田原市に2000万円を寄付した。贈呈式が6日におだわらイノベーションラボで行われ、韓裕社長が守屋輝彦市長に目録を贈呈した。韓社長は返礼として感謝状を受け取った。

韓社長（左）と守屋市長

キング観光（三重県）医療従事者に1000万円

桑名市総合医療センターに8日、医療従事者支援として1000万円を寄贈。本支援は今年が4回目で累計支援額は4000万円となった。

竹田理事長と権田清代表（右）

安田屋 啓発協力で表彰状

災害予防の啓発に協力したとして、千葉市防火管理者委員会から表彰を受けた。表彰式が8日に『やすだ稲毛駅前店』で行われ、小滝秀樹常務と山岸克史店長が千葉市稲毛消防署の御園生副署長から表彰状を贈られた。

左から山岸店長、小滝常務、御園生副署長

ユーコーラッキーグループ（福岡県）ピンクリボン運動に協賛

11日と12日の2日間、プロ野球チームの福岡ソフトバンクホークスが主催する公式戦「タカガール♡デー」の観戦チケットを乳がん患者とその家族に贈った。「タカガール♡デー」は、乳がん検診を啓発するピンクリボン運動の支援活動の一環で、同社は昨年からピンクリボン運動を推進する認定NPO法人ハッピーマン（福岡市）に協賛している。

岡山県遊協 県内3団体に300万円

16日に開催した通常総会の席上で、岡山県青少年財団など3団体に300万円の寄付金を贈呈した。内訳は同財団に200万円、岡山県防犯協会に50万円、日本赤十字社岡山県支部に50万円。

感謝状を受け取る千原行喜理事長（左）

タイホウグループ（愛知県）防犯ベスト等450人分を寄贈

小野直彦社主は20日、愛知県防犯協会連合会に防犯少年団の子どもたちが着用するベストと帽子計450人分を寄贈。同社内で行われた贈呈式で、小野社主から同連合会の鈴木敏専務理事に目録が贈られた。

小野社主（右）から鈴木専務理事に目録が贈られた

真城ホールディングス 防犯用具を240枚寄贈

東区防犯連合会に「防犯カメラ中」と書かれた警告用のマグネットシール240枚を寄贈。贈呈式が20日に愛知県東警察署で行われ、同社の水谷篤参事から防犯連合会の古橋茂会長に目録が贈られた。

玉屋 宗像市と防災協定を締結

改修した複合商業施設「トリアーダ宗像」の完成を契機に、福岡県宗像市と防災協定を締結した。締結式が25日に同施設で行われ、山喜多映一社長と伊豆美沙子市長が登壇した。

伊豆市長と山喜多社長（右）

夢コーポレーション（愛知県）3年ぶりのサッカー大会

栃木県の那須塩原市那珂川河畔公園サッカー場で25日、「第17回YUMEYA CUP」を地域のサッカーチームと共同開催した。新型コロナウイルス感染拡大の影響により、3年ぶりの開催となった。

玉越 フェンシング大会に協賛

日進市のプライムツリー赤池で26日に開催された「2022 Aichi Fencing Festival&第61回中日本フェンシング選手権大会」に協賛。同大会は日本で初めてショッピングモールで開催された、日本最大規模のフェンシング大会となった。

700人以上の出場者が火花を散らした　【©愛知県フェンシング協会】

7月

神福協 県内3団体に900万円

日本赤十字社神奈川県支部、神奈川県共同募金会、神奈川県新聞厚生文化事業団に総額900万円を寄付した。贈呈式が30日に神奈川県遊技場協同組合会館で行われ、伊坂重憲会長がそれぞれに目録を贈呈した。

前方左から、並木会長、伊坂会長、松森事務局長

山本ビル（北海道）少年野球大会を共催

2日に旭川市の軟式野球連盟と共催して「第4回アルファカップ少年野球大会」を開催。市内および近郊の小学生30チームが参加し、熱戦を繰り広げた。

優勝した旭稜野球少年団

澤田グループ（富山県）日赤に救援金預託

今年3月16日に発生した福島県沖地震の災害救援金として6日、34万7180円を日本赤十字社富山県支部に預託した。3月24日から5月31日まで、パチンコホールを含むグループ57拠点で募金を実施し、来店客および同社従業員から寄せられたもの。

日赤富山県支部の大坪昭一事務局長に預託した澤田グループの澤田康弘常務執行役員（左）

神奈川県遊協 8施設に福祉車両

県内で福祉施設を運営する8団体に各1台の福祉車両を贈呈。車両贈呈式が22日に横浜市内の県遊協会館で行われ、白石良二副理事長が各施設の代表者から感謝状を受け取った。

岩手県遊協 青年部会 継続した献血に感謝状

国から厚生労働大臣感謝状を贈られた。贈呈式が27日にサンセール盛岡で行われ、青年部会の春山直樹部会長に感謝状が贈られた。

都遊協 依存支援施設に300万円

27日に開催された定例理事会において、ギャンブル依存支援施設を運営する認定NPO法人ワンデーポートに寄付金300万円を寄贈した。目録を受け取った中村努施設長は都遊協からの支援が14年目であるとして、「都遊協さんの理解がなければワンデーポートの活動はここまで来なかった」と謝意を示した。

ワンデーポートの中村施設長（左）と都遊協の阿部恭久理事長

真城ホールディングス 防犯プレート240枚寄贈

左から井戸会長、真城社長、渡辺署長

安田屋 人命救助で感謝状

『やすだ朝霞店』の従業員2人が27日、埼玉県の朝霞消防署から感謝状を贈られた。同店で倒れた遊技客に救急処置を施し、救急隊員に引き継いだため。

（左から）恒吉智也営業部長、朝霞消防署の尾口寿敏署長、多田主任、渡部幸伸店長

中区防犯連合協議会に「特別警戒中」と書かれた防犯抑止プレート240枚を寄贈。贈呈式が29日に愛知県中警察署で行われ、同社の真城貴仁社長から中警察署の渡辺勇人署長に目録が贈られた。

安田屋 近隣町会と防災協定

『やすだ八潮店』（埼玉県八潮市）は29日、店舗近隣の町内会である大曽根西町会および大曽根中町会と「洪水災害時における緊急一時避難場所に関する協力書」を締結した。協定内容は地域住民の安全確保を目的とするもので、市内で水害が発生した場合に、同店の立体駐車場を地域の緊急一時避難所として提供する。

善都（愛知県）防災啓蒙イベントに協賛

イオンモール熱田店の東側駐車場で30日に開催された「第50回消防救助技術東海地区指導会」、30日と31日に開催された「災害に備えよう！レスキューフェスタ」に協賛した。

消防車と綱引きする子どもたち

8月

ABC（静岡県）24hテレビに1131万円

本社と全店で「24時間テレビ45 愛は地球を救う」への自主的な募金活動を実施。1日から28日までの期間中に遊技客と従業員から集まった募金1131万6532円を24時間テレビチャリティー委員会に寄贈した。

ユーコーラッキーグループ 筑後川花火大会に協賛

5日に開催された筑後川花火大会に協賛。この花火大会は350年以上の歴史がある西日本最大級の花火大会。久留米の夏を代表する一大イベントで、3年ぶりに開催された。

ユーコーラッキーグループ 中学硬式野球大会に協賛

16日から18日に開催された中学硬式野球大会「ホークスカップ2022」に協賛。ヘルメットに広告を掲出した。

広告を掲出したヘルメット

神奈川県遊協 県にプロレス興行券

新日本プロレスの興行入場券100枚を神奈川県に寄贈。贈呈式が18日に県庁で行われた。興行試合の名称は、「『がんを知り、がんと向き合い、がんの克服をめざす神奈川づくり』がん撲滅チャリティー横浜大会」。入場券は、がん患者会や関連病院などを通じて、県内のがん患者に届けられた。

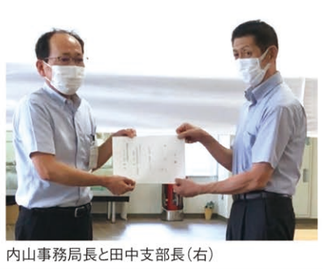
神奈川県遊協 筋電義手の普及支援

県が進める取り組み「筋電義手バンク」に300万円を寄付。感謝状贈呈式が30日に行われた。筋電義手は、腕の筋肉が収縮する際に発生する微弱な電流を利用することによって、使用者が自分の意思で動かすことを可能にした自然な外観の義手。今年度始まった「筋電義手バンク」は筋電義手の普及促進を目指している。

左から佐藤専務理事、伊坂理事長、黒岩知事

三重県遊協 尾鷲支部 災害対策への功労で感謝状

尾鷲市社会福祉協議会から感謝状を贈呈された。長年にわたって、三重県紀北地区の地震・津波等の災害対策に功労してきた点が評価された。31日に同協議会の内山洋輔事務局長から同支部の田中聡支部長に贈られた。


内山事務局長と田中支部長（右）