2023年（令和5年）11月20日 月曜日 第843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

2023年（令和5年）11月20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

Weekly Amusement Japan
©2023 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。

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

今週の紙面から

スマスロ慶次で女子プロと共闘
ニューギン×スターダム
ニューギングループ 2面

遊技未経験者との接点創出
「組合まつりinTOKYO」に出展
KIBUN PACHI-PACHI委員会 2面

メモリアルイベント開催へ
ルパン三世 大感謝祭2023
平和 2面

目押し自慢が頂上決戦へ
サミー 2面

1g銀の流通開始へ
東商流 総会 2面

NFTゲームを解説
ANIMATE ARK 2面

特集 人材育成が企業を成長させる
第二営業部、アミューズ・ファクトリー、プラスアルファ、グローバルアミューズメント、フリコユラス 3面

メーカーとホールでファン増加へ
みんなのパチンコフェス2023 4面

日工組 みんなのパチンコフェス2023
4年半ぶりのリアル開催
2日間で4千人来場 生配信で全国へ

日本遊技機工業組合は3日と4日の2日間、都内のベルサール高田馬場で『みんなのパチンコフェス2023』を開催した。パチンコ最新機種の試打や多彩なステージイベントが用意された年に一度のお祭りには、2日間で延べ約4000人が来場。日工組公式YouTubeチャンネルでは会場の模様などを生配信し、視聴数は260万を超えた。

【関連記事4面】

『みんなのパチンコフェス2023』は、日工組とKIBUN PACHI-PACHI委員会がパチンコの楽しさやパチンコの価値を多くの人に届けること、さらにパチンコ未経験者が遊技を体験できる場所を創出し、新規ファン獲得を目的として開催するイベント。コロナ禍ではオンラインでの開催だったが、今回は約4年半ぶりにリアル会場で開催。同時にオンラインでの生配信も実施した。

初日の開場前には多くの報道陣を迎えてプレス発表会が開催された。日工組の榎本善紀理事長は冒頭挨拶で「スマスロ、スマパチが話題となるなか、4月にKIBUN PACHI-PACHI委員会を発足。『みんなのパチンコフェス』は業界全団体が参加してファンを増やしていこう、イメージアップをしていこうという施策の一環」とイベントの趣旨を説明した。

榎本理事長は、2週間前の10月21日に日電協がリアルイベント『パチスロサミット』を都内で開催し、『みんなのパチンコフェス』の2週間後となる11月17日から19日まで全日遊連の『全国ファン感謝デー』が開催されることについて、「ファンの方にはイベントでパチスロ、パチンコに触れていただきながら、最後は全国のホール様で実際に遊技していただくという形で、一人でも多くのファンを増やしていきたい」と、遊技業界全体が一丸となった取り組みであることを伝えた。

プレス発表会では、日工組の榎本理事長、全商協の中村会長、日工組の盧副理事長、新井広報委員長をはじめ、出演するお笑い芸人やパチンコライターがフォトセッションに臨んだ

イベントの概要を説明した新井宏明広報委員長は、日遊協を通じて多くのホール企業のスタッフに参加してもらうことに謝意を示した上で、「コロナ禍で足が遠のいたパチンコファンに戻ってきていただき、新たなファンを創造していくために、この催しが最高のお祭りとなって、パチンコファンを増やすきっかけになれば」と話した。

プレス発表会には、2日間にわたってイベントを盛り上げる椿鬼奴さん、見取り図の盛山晋太郎さん・リリーさん、岡野陽一さんが駆けつけて会場を盛り上げた。

開会を宣言するテープカットの後に登壇した日工組の盧昇副理事長は「イベント会場に足を運んでいただいたお客様、ネットを通じてこのイベントをご覧になるお客様に、まさに気分がパチパチと上がる高揚感を楽しんでいただけたら最高だと思っている。業界が一丸となったKIBUN PACHI-PACHIプロジェクトは今後も長期的に続けていくので、皆様からの多大なご支援を賜りたい」と述べた。

会期中は天候にも恵まれ、2日間で延べ約4000人がベルサール高田馬場に来場した。

オンラインでは2日夜に前夜祭を配信。3日のリアル会場終了後は深夜まで「みんパチキャラクター大運動会」やお笑い芸人による「お笑いP1グランプリ」なども含めて配信した。3日間にわたって配信されたYouTubeの視聴数は延べ260万を超えた。

警察庁 行政講話
ステマは景表法違反

余暇環境整備推進協議会が7日に開催した秋季セミナーで、警察庁生活安全局保安課の坂ノ上圭佑課長補佐が行政講話を行った。坂ノ上課長補佐は、広告・宣伝の運用や依存防止対策、不正防止対策などについて言及。広告・宣伝の段で、ステルスマーケティングの問題点を指摘した。

「SNS等を利用し、第三者の立場を装いホールの設定状況等を示唆する広告・宣伝が業界で問題になっていると承知している。広告・宣伝であるにもかかわらず、広告であることを隠すいわゆる"ステルスマーケティング"は、本年10月から景品表示法違反とされた。このような広告・宣伝は風営適正法の観点からだけでなく、景品表示法の観点からも問題である」

ガイドラインに関しては、「（業界団体が）是正勧告を行った実例やガイドラインを補足する通知文書、Q&Aを見ると、ガイドラインを理解していないと思われるものや、あえてガイドラインを潜脱する形で行っていると思われるものが見受けられる。このような状況が続けば、ガイドラインがより制約的なものとなり、業界全体にとってマイナスになることが懸念される」と注意を促した。

後段では「警察庁通達やガイドラインの主旨を踏まえ、業界の広告・宣伝が世間に与えるイメージの観点から、どのような広告・宣伝が業界にとって中長期的にプラスになるか考えた上で、健全化に向けた取り組みを推進していただきたい」と締めくくった。

最高評価を連続受賞
遊楽、ダイナム

work with Pride Gold 2023

LGBTQ+など性的マイノリティのマネジメントが企業・団体内で促進・定着するように働きかける一般社団法人work with Prideは7日、都内でカンファレンスを開催。性的マイノリティに関する職場の取り組みを5項目から評価する「PRIDE指標」の認定結果を発表した。

今年で8回目を数える同認定には、398社が応募。グループ企業の連名を受け付けているため、認定企業数は834社に上った。5点満点の最高評価「ゴールド」受賞社は705社だった。

首都圏でホール27店舗を展開する遊楽（さいたま市）は、2017年にホール業界で初めて受賞して以来、7年連続でゴールド受賞。ダイナムも20年から4年連続でゴールドを受賞した。

筋電義手の普及支援
神奈川福協

神奈川福祉事業協会は7日、神奈川県の黒岩祐治知事から感謝状を受け取った。県が設置する「筋電義手バンク」に150万円を寄付したため。伊坂重憲会長が県庁内で目録を手渡した。

使用者の腕の筋肉から発せられる微弱な電流に反応する筋電義手は、手指を自分の意思で動かせるようになる義手。1台150万円と高額で、県は普及促進のために昨年度、同バンクを設置した。神奈川福協による寄付は2年連続。

黒岩知事から感謝状を贈られた伊坂会長（左から2人目）

60周年記念大会開催
広島県遊協

広島県遊技業協同組合は10日、広島市内で創立60周年記念大会を開催した。

大会会長の延川章喜県遊協理事長は、1963年の組合設立以来さまざまな困難に打ち克ってきたことに対して、先人、ファン、県民、関係機関へ感謝の言葉を述べた。その上で、「今後はこれまで以上に厳しい時代になるのではないか」「既存客の離脱の防止、新規ファンの獲得のための効果的な広告宣伝のあり方の模索、業界のグレーなイメージの払拭などやるべきことはたくさんある」との認識を示し、「60周年記念大会を節目として、組合創立の目的である相互扶助の精神を再確認し、皆様に信頼され親しまれる身近で手軽な大衆娯楽を目指して努力してまいります」と宣言した。

延川理事長

県遊協は60周年記念事業として、NPO法人広島こども食堂支援センターに400万円を寄贈し、同センターから感謝状を贈られた。

子ども支援に10万円
アシベ商事

伊豆半島を中心にホール8店舗を経営するアシベスカイグループ（下田市）は10月26日、伊東市で活動する子ども育成団体「ドキドキわくわく冒険隊」に10万円を寄付した。

熱海店の添田紫苑班長（左）が目録を贈呈

同団体は地域の子どもたちが学外でさまざまな体験を積めるイベントを企画・運営。自然体験教室、放課後子ども教室、おもちゃ図書館、子ども食堂など多岐にわたる。

鈴木康弘会長は「地域社会と協力する当社は、特に子どもたちの健康と教育に貢献することに誇りをもっている。この寄付が子どもたちの未来につながれば」とコメントしている。

もてなし特化の就業支援
マルハン

マルハンが子会社マルハンユナイテッドパートナーズを通じて設立したCoret東京都）は1日、おもてなし産業に特化した就職・転職支援サービス「おもてなしstation」をリリースした。

宿泊、飲食、ブライダル業界向けに人材派遣・人材紹介を手掛ける同社。同サービスでは経験やスキル、待遇などの条件だけでなく、共感から育まれる「価値観マッチング」で、おもてなし産業の人材課題を解決する。

店舗屋上で航空ショー
善都

愛知と岐阜でホール24店舗を展開する善都（愛知県豊田市）は12日、航空自衛隊岐阜基地が開催する航空ショーに合わせて、基地に隣接する『ZENT各務原店』（岐阜県各務原市）の屋上駐車場を無料開放した。

航空ショーでは、基地所属の航空機やブルーインパルスによる展示飛行のほか、民間の曲技飛行チーム「ウイスキーパパ」によるエアショーが行われた。屋上駐車場に集まった約600人の来場者はカメラを向けながら、間近で見られる迫力のショーに歓声を上げた。同店による屋上駐車場の開放は今回が9回目。

屋上駐車場には折り畳み式の椅子を用意した

チーム力で成果を上げろ 第131回
1%のごめんなさいが関係を劇的に変える

株式会社上司の魔法 代表 黒岩 禅

部下に「ごめんなさい」を言えなかったことが、私が店長だったころの一番の後悔です。それを言えていれば、辞めなかった部下がたくさんいて、現場には笑顔がもっとあったように思います。

当時の私が「ごめんなさい」を言えなかった理由は、三つありました。

一つ目は、私が「ごめんなさい」を口にするのは、幼少期に父親から殴られているときだったからです。私にとっては「殴らないで」「助けて」という悲痛の叫びと同義語でした。

二つ目は、「上司が部下に謝ると舐められる」という昭和的価値観があったからです。

そして三つ目は、そんな時代的な価値観から周りの大人たちが、部下や子どもに「ごめんなさい」をしていなかったからです。明らかに間違っているのに、会社でも学校でも家庭でも、良い見本となる大人はいませんでした。

しかしそんな環境のせいにして、「ごめんなさい」を言えないままだと、どうなるでしょうか。あなたは人のせいにばかりする部下と一緒に仕事をしたいと思いますか。部下も同じように、自分のミスを認めない上司とは一緒に働きたいと思わないのです。

私たちはトラブルが起きると、「誰が悪いか」をジャッジしてしまいがちです。そして「お前が悪い！」と断罪するわけですが、部下は敵ではありません。大切な仲間です。だから私はこう考えるようにしました。

「誰かではなくみんなが悪い。それなら気づいた私が先に謝ろう」。これが部下との関係性を劇的に変える「1%のごめんなさい」です。

たとえば仕事を依頼した部下が期限の日に、「忘れてました」と報告したらどうしますか。かつての私だったら「なんで忘れるんだ」と厳しく叱っていたでしょう。その剣幕に萎縮して退職する部下もいました。

余談ですが、叱りつけたことのある部下に数年後、「あのときの内心どう思ってた？」と聞いたことがあります。彼は「そんなに大事な仕事だったら自分でやれよと思ってました」と教えてくれました。こんな関係性のままでは、私が彼からの協力を望むことは難しかったでしょう。

部下が仕事を忘れてしまうことは、当人が圧倒的に悪いと私も思います。しかし上司の仕事は、部下を断罪することではなく、チームで成果を上げることです。だから上司である私は、自分が1%も悪くなかったかを考えてみます。

言い方を変えると、私が何をしていたら部下は仕事を忘れることがなかったでしょうか。たとえば期限の前日に確認していれば、忘れることを避けられたはずです。だからこそ、私が「1%のごめんなさい」をするのです。

「忘れてました」と言う部下には、「うわぁ、まじかー、私も昨日とかに確認しとけば良かったね。ごめんね」という具合です。すると「いえ私が悪いんです、申し訳ありません」と本気で反省してくれます。そして次からの仕事を率先してやってくれるようになります。なぜなら失敗から救ってくれたあなたを信頼し、貢献しようとしてくれるからです。

「でも謝れないんだよね…」というあなたのために、次回は「1%のごめんなさい」ができる勇気のつくり方をお届けしますね。

くろいわ・ぜん
年間3000万円の赤字店舗を半年で黒字化するなど多くの収支改善の実績を持つ。TSUTAYA5つ星の1280店舗が、売上や計画達成率を競い合うTSCでグランプリ獲得。最多の受賞数を誇る。現実現場から生まれたマネジメント、<太陽のマネジメント>を伝える実践型講師。講演・セミナーでの、他に類を見ない圧倒的なパフォーマンスは評判。
株式会社上司の魔法 代表取締役
http://square-one.jp
Twitter @ZENG_Q

FOCUS

パチスロサミット2023 in 秋葉原
業界挙げてパチスロの魅力発信

DESIGN WORKS
マックスワン

PRODUCT REPORTS
エルゴジャパン『スモークフリー』
K・ブランドオフ『ブランドオフ』
EVO37宮崎

PICK UP
『BtoBプラットフォーム「請求書」』アイリスオーヤマ
二つのセンサーでどこでも快適温度
空調最適化省エネソリューション『エナジーセーバー』

INTERVIEW
請求書の電子化で業務の効率化を実現
インフォマート
不動産投資の概念を変えたい
Agnostri 青木 龍 社長

SPECIAL FEATURE
人材育成が企業を成長させる

SPECIAL FEATURE
ホール経営企業売上ランキング230社

2023年を総括
投資効果を測り、効果的な新台入れ替えを
ダイコク電機 DKSIS室 片瀬宏之室長
経済は回復途上、ホール営業は新時代へ
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
全国平均稼働率は昨年比で増加
メディアシステム 玉田正明氏
全国・エリア別 稼働ランキング2023

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
2023 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

ニューギングループ
スマスロ慶次で女子プロと共闘

ニューギングループは12月4日に全国導入されるEXCITE製の最新機種『Lパチスロ花の慶次～佐渡攻めの章～』のPRの一環として、女子プロレス団体「スターダム」の愛知大会にメインスポンサーとして協賛。11月上旬からスターダム公式YouTubeチャンネルで、所属4選手が参戦する試打バトル「new gin group presents女戦国時代GPスマスロ花の慶次スペシャル」を配信する。

スターダムは2011年に旗揚げした女子プロレス団体。年間130大会を興行し、23年度のチケットやグッズ売上は15億円、公式YouTubeチャンネルの登録者数は100万人を突破するなど、30代から50代の男性を中心にファミリー層からも支持を得ている。

今回のタッグは、新たなファン層を開拓したいと考える両社の思惑が一致して実現。市場分析によると、ファンの趣味嗜好には共通点が多く親和性が高い。

スターダム公式YouTubeチャンネルで配信される最新機種『Lパチスロ花の慶次～佐渡攻めの章～』のスペシャル企画には、スターダムから林下詩美選手、渡辺桃選手、舞華選手、MIRAI選手の4人が参戦。トーナメント形式で、ATのループバトルなど人気シリーズの魅力を堪能した。最初はぎこちなかった手つきが、徐々に上手くなっていく様子も本企画のポイント。熱戦の模様は3回に分けて配信予定だ。

12月2日には、ニューギングループがメインスポンサーを務める『new gin group presents STARDOM NAGOYA BIG WINTER 2023～風雲名古屋城～』が愛知県のドルフィンズアリーナで開催される。ニューギングループの新たな試みに注目だ。

（左から）林下選手、舞華選手、MIRAI選手、渡辺選手
©隆慶一郎・原哲夫・麻生未央／コアミックス 1990 版権許諾証YTI-925

KIBUN PACHI-PACHI委員会
遊技未経験者との接点創出
「組合まつり in TOKYO ～技と食の祭典!!～」に出展

全日遊連、都遊協、日工組、日電協、東遊商、回胴遊商、東商流の7団体は、8日と9日に都内の東京国際フォーラムで開催された「組合まつり in TOKYO ～技と食の祭典!!～」にKIBUN PACHI-PACHI委員会として出展した。

「組合まつり」は、全国の中小企業組合が集結する展示会。

出展した目的は、ノンユーザーがパチンコ・パチスロに触れるきっかけを作ること。パチンコとパチスロを9台ずつ計18台設置して、スタッフが遊び方を教えながら、「組合まつり」来場者に試打してもらっていた。担当者によると、試打した参加者のほとんどがノンユーザーだったという。

遊んだ来場者が参加できる抽選会も開催。景品にはギフトカード3000円分などを用意した。

パチンコを試打した参加者の一人は「スタッフさんの説明が丁寧で、遊び方が分かりやすかった。玉が穴に入って派手な演出が見れて、どんどん当たっていく感じが楽しかった。でも、初めてだから上手く穴に入れるための調節が難しくて、無駄にした玉が多かったのは悔しい。無料で遊べる機会やゲームセンターで、遊び方やハンドルをどれほど回せばよいのかをマスターできたら、お店にも遊びに行ってみたい」と話した。

パチスロを試打した参加者からは、「7を揃えられた瞬間は最高でした。自分で大当たりを掴んだ感覚が楽しかった」などの声が聞かれた。

多くのノンユーザーが初めてのパチンコ・パチスロを体験した

東商流 総会
1g銀の流通開始へ

東京商業流通協同組合は10月24日、東京都豊島区のホテルメトロポリタンで通常総会を開催した。

議案審議では、1g銀商品の流通を今年度中に開始することを盛り込んだ事業計画を可決承認。1g金賞品の休止やインボイス制度に対応する新しい真贋検査機の運用なども計画されている。

前年度の事業報告では、金地金の価格急騰に伴う金商品の流出を避けるために、0・3g金賞品を増産したことなどが報告された。

堀井努理事長は「パチンコ・パチスロが健全な娯楽であるために、確立された運営主体の一端を担うわれわれは、現下の厳しい環境を乗り越える。市場価値があり、高いセキュリティを付加した安心安全な商品を安定的に流通させることで、これからも微力ながら業界の持続発展に努めたい」と挨拶した。

懇親会で来賓挨拶した東京都遊技業協同組合としての阿部恭久理事長は、1g銀商品に関して、「ライトユーザーなどから支持を得られる」とファン拡大に期待を寄せた。

平和
メモリアルイベント開催へ
ルパン三世 大感謝祭2023

平和は11月25日、パチンコ「ルパン三世」の25周年を祝うファン向けイベントを東京・秋葉原で開催する。

当日はパチンコ・パチスロファンだけでなく、アニメファンも満足するイベントプログラムを展開。会場のベルサール秋葉原1Fメインステージでは、声優トークショーや楽曲ライブ、2Fでは原作者モンキー・パンチ氏が遺した貴重なコレクションの特別展示、B1Fでは歴代遊技機の展示と最新機種の試打会などが行われる。

声優トークショーではルパン三世役の栗田貫一さん、石川五ェ門役の浪川大輔さん、楽曲ライブではシンガーソングライターのSEAMOさん、音楽家のトミー・スナイダーさんが登場。人気お笑いタレントやグラビアアイドル、パチンコ・パチスロライターも勢ぞろいする。ハルルナの愛称で親しまれる平和の公式双子Vtuber・霧島ハルさんと霧島ルナさんも活躍する。

入場料は無料。オープニングステージは正午に開幕する。特設サイトではイベントのライブ配信を予定している。

特設サイトQRコード

サミー
目押し自慢が頂上決戦へ
超ディスクアップ選手権2024

サミーは「超ディスクアップ選手権2024」を開催する。地区予選およびアプリ予選は2024年1月からスタート。決勝大会は3月17日に開催される「ユニバーサルカーニバル×サミーフェスティバル2024」内で行われる。

使用機種は競技専用機の『超ディスクアップ2』。前回機種に新たな加点要素を追加した。従来のスピード・正確性・連続性、スロ運に加えて、精神力も試される。

参加費は無料で、個人戦の優勝賞金は331万円。特設サイトからエントリーする。地区予選は、東京と大阪で実施。女性を対象としたシンディカップ、1人1リールを担当する3人1組の団体戦、学生限定の学生団体戦も行われる。

今大会では、「運」の強さを競うぱちんこ版のP・SPORTSも初めて開催する。競技機種『北斗の拳・天運勝舞』の回転体に玉を入れ、制限時間内にラオウのライフゲージをゼロにできればクリア。ダメージ量は入賞する穴によって変化する。最速タイムでクリアした優勝者には賞金33万1000円が贈られる。

「ユニバカ×サミフェス2024」では、ユニバーサルエンターテインメントが実施する「エクストリームP・SPORTS」も開催されるという。

全国FC代表者会議を開催
「やたい劇場」ビート・アップ

アミューズメント施設の敷地内に屋台を出店する「やたい劇場」を全国でFC展開するビート・アップ（東京都）は6日、名古屋市内で「全国劇場グループ代表者会議in名古屋」を開催。会議にはFC加盟企業9社の代表者ら14人が参加した。

コロナ禍で顔を合わせた会議は約4年ぶり。冒頭の挨拶で井芹洋之社長は「コロナ禍の3年間で、これまで積み上げてきたものがリセットされるなど状況が変化し、新時代に突入したと感じている。新時代を生き残っていくためにも、本日はさまざまな意見を交換して、来年に向けて前向きになれるような場にしたい」と述べた。

会議では、東北、関東、中部、北陸、関西、中・四国、九州という全国7エリアの現状報告や訪日外国人を対象にしたインバウンド施策などについて、加盟企業が活発に意見を交わした。

このほか「やたい劇場」を定期開催していたホールがM&Aで他法人となったものの、来店客からの要望を受け、再び開催する運びとなった事例を紹介。加盟企業の代表者らは、地域住民に愛される「やたい劇場」の必要性を再確認した。

代表者会議の様子

ANIMATE ARK
デジタル化の波
NFTゲームを解説

ブロックチェーンをはじめとするWeb3・0ソリューションを既存事業の活用化や新規事業の創出のために提供するANIMATE ARK（東京都）の駒宮直樹CEOが10月28日に開催された『中嶋塾』で、「NFTを用いた日本初の稼げるゲーム事業とは」をテーマに講演した。

駒宮CEOは、日本市場をターゲットにしているあるオンラインカジノ事業者の資料をもとにユーザーあたりの使用金額を紹介しながら、「日本市場で非常に大きなお金が動いている」と説明。さらにWeb3・0の概念やブロックチェーンの仕組みを説明したうえで、その技術をベースに作られている『STEPN』や『PROJECT XENO（プロジェクトゼノ）』などの、「Play to Earn（遊んで稼げる）」と呼ばれるカテゴリーのNFTゲームを解説した。

駒宮CEOは「ただし、NFTゲームには事業者側にとっても消費者にとっても、ややこしさがある。Web2・0とWeb3・0の間には『溝』がある」と指摘した。

事業者側の課題には、改正資金決済法、金融商品取引法、景品表示法、刑法（賭博罪）などの法律の問題がある。消費者の課題は、言語の壁（現状のNFTゲームのほとんどは英語圏で開発されたもの）、仮想通貨交換所やウォレットを扱う難易度、知らぬ間に刑法（賭博罪）に触れてしまう可能性などがある。

NFTゲーム事業を、グレーな状態ではなく合法的に国内展開するには、これらのハードルを越えなければならないが、それを実現している国産のWeb3・0開発プラットフォームに『ANICANA（アニカナ）』がある。

「このプラットフォームなら諸課題を解消しNFTゲームを開発・運営できる。とはいえあまりに賭博らしさの強いゲームは、なんらかの行政指導を受ける可能性がある。育成要素や富くじ要素などを上手く組み込んだ『ゲームの範疇』に収めておくべき」と、長所と注意点を挙げた上で、ANICANAを使うことでホール経営企業でも低いハードルでNFTゲーム事業に参入できると説明した。

『中嶋塾』で講演するANIMATE ARKの駒宮CEO

アミューズ・ファクトリー
オンラインセミナー開催
営業マネジメント層向け

営業幹部研修やコンサルティングでホールの営業支援を行うアミューズ・ファクトリーは11月21日にZoomでのライブ配信（後日配信の視聴も可能）で、二つのオープン型のセミナーを開催する。支援契約をしていない法人の個人でも参加可能。

13時からのセミナーのテーマは「多店舗展開のプロになる勉強会」（2時間）で、より一層高単価営業主体となった場合の営業マネジメントのあり方とこだわるべきポイントなどについて解説。対象はホール企業の営業部長、経営企画・営業企画の幹部および経営層。

15時半からのセミナーのテーマは「パチンコ店ビジネスのプロになる勉強会」（2時間）で、繁忙期における営業戦略・戦術の基本などについて解説する。対象は副店長層～営業部長。

セミナーの詳細・参加費用・申し込み方法等は左記ORコードからアクセスするWebページをご参照ください。

〔特典〕アミューズメントジャパン読者特典として、先着10名様にいずれかの参加費が無料になります。参加の申し込みの際に「特典」の欄でお選びください。

三洋 新章アイマリン
グルミクとコラボ

三洋の「新章アイマリンプロジェクト」は10日、スマートフォン向けリズムゲーム「D4DJ Groovy Mix」（グルミク）とのコラボを開始した。これまでにリリースした楽曲6曲とそのMVを順次実装する。

楽曲は「Stand up! Blaze up!」を皮切りに、3日おきに1曲ずつ追加。YouTubeの視聴回数が150万回を超える最新楽曲「爽快奪回Sunlight」は24日に実装される。

グルミクはオリジナルからカバーまで、計70曲以上を搭載する音楽ゲーム。複数の楽曲をつなぐ「メドレーモード」では、DJ気分を味わえる。

サミーネットワークス
ガポリに新ビデスロ

サミーネットワークスは14日、運営するオンラインゲームセンター「GAPORI」（ガポリ）にサミーのオリジナルビデオスロット『LUCKY DANCIN・STARS』を追加した。

10G周期の通常時は、星図柄出現でチャンス。次ゲーム以降、同一周期が終わるまで枠エフェクトとして保持され、周期後にワイルドシンボルに一斉に変化する。二つ揃い以上で配当があるワイルドシンボルは、五つ揃いで最多の配当量だ。

ボーナスゲームは、エース図柄が3個以上出現したときに発生。ボーナス中は毎ゲーム、枠エフェクトがランダムに発生する。軽快なリズムで踊る『ディスクアップ』のアフロレディにも注目だ。

セガサミーHD
初のレインボー認定

セガサミーホールディングスは7日、職場における性的マイノリティへの取り組みが評価される「PRIDE指標2023」で、初めてレインボー認定を受けた。

2021年に新設されたレインボー認定は、国、自治体、学術機関、NPO、NGOなどと協働して取り組みを進める企業・団体に与えられる。今回レインボーに認定された企業・団体の総数は21。

セガサミーHDは40社超が集う企業横断勉強会を開催し、LGBTQ+に関する各社の人事制度や社内浸透施策を共有。このほかLGBTQ+に関する基本的な解説や社会課題とその対応方法などをまとめたハンドブックを制作し、Webサイトで無償提供していることが評価された。

自社の取り組みが評価される従来の認定制度では、最高位の「ゴールド認定」を19年から5年連続で受賞している。セガサミーHD、サミー、セガの3社連名でエントリーした。

work with Pride
Rainbow 2023

回胴遊商 東北支部
荒浜海岸で清掃活動

回胴遊商の東北支部は9月23日、東北遊商と合同で「広瀬川1万人プロジェクト」に参加。宮城県の広瀬川流域で清掃活動を実施した。

同プロジェクトは、市民・企業・行政などで結成された実行委員会による環境保全活動。仙台のシンボルである広瀬川の自然環境を守るため、計17カ所を分担して清掃する。

当日は、東北支部から23人、東北遊商から32人が参加。担当エリアの荒浜海岸で2時間にわたってゴミを拾い、市民が気軽に訪れられる環境を整えた。

参加者は「綺麗になった砂浜を見て嬉しくなった」「ゴミの量が多く、やりがいのある作業だった」などの感想を語った。

セガサミーHD
業績予想を上方修正

セガサミーホールディングスは8日、2024年3月期第2四半期（23年4月1日から9月30日まで）決算を発表した。売上高は2211・6億円（前年同期比47・3%増）。営業利益は395・8億円（同313・4%増）。経常利益は420・7億円（同2422・0%増）。

事業別の売上高は、エンタテインメントコンテンツ事業が1210・9億円（同3・8%増）、遊技機事業が934・2億円（同239・3%増）、リゾート事業が60・6億円（同7・2%増）だった。

躍進した遊技機事業では、期中に18万6893台を販売した。パチスロ機が13万395台。『スマスロ北斗の拳』の追加販売が好調だった。

増収増益を受けて同日、通期業績予想を上方修正した。修正後の通期予想は、売上高が4740億円（期初計画比9・5%増）。営業利益が600億円（同9・1%増）。経常利益が630億円（同8・6%増）。

修正した遊技機事業の通期計画では、売上高1340億円、26・2万台の販売を見込む。パチスロ機が17・8万台（期初計画比3・2万台増）。一部タイトルの販売を来期に持ち越す。

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

New Machine Digest

オレンジ
パチスロ琉神・30 スイカバージョン
問い合せ／㈱藤商事　導入予定日　12月4日（一部地域）

©藤商事

同時抽選役が頻出する「スイカゾーン」を搭載

ATタイプの完全告知機。通常時は左リールに琉神絵柄を狙いチェリーを取りこぼさなければ、中・右はフリー打ちでOK。スイカに強弱はなく、成立すれば40%でAT（擬似ボーナス）獲得のチャンスとなる。AT後は、32G以内のボーナスが濃厚となる天国・超天国のほか、高確率でスイカが出現する状態＝スイカゾーンがあり、うまくループすれば、期待以上の差枚を獲得するチャンスとなる。天国以上を示唆する特定演出は、かりゆしランプ・シーサーランプの点灯のほか、琉神絵柄揃い、特殊テンパイ音、テンパイボイス発生、BB終了後ボイス発生など多彩。コンプリート機能搭載。

ATタイプ（純増枚数：現在調査中）
ボーナス獲得枚数：BIG 約200枚 REG 約70枚
ボーナス合成確率：1/231.0（設定1）～1/199.5（設定6）
出玉率：現在調査中

高尾
P弾球黙示録カイジ沼5
問い合せ／㈱高尾　導入予定日　1月下旬

©福本伸行／講談社
©福本伸行／講談社・VAP・マッドハウス・NTV・D.N.ドリームパートナーズ
©福本伸行／講談社・VAP・NTV

約79%でRUSH突入っ！実写クルーン演出も多彩

RUSH突入の振り分けは75%と高水準。さらに、非突入で移行する「黙示録ゾーン」経由のRUSH突入を合算すると約79%となる。「黙示録ゾーン」は左打ち30回で、大当たりとc時短を同時抽選。当選すれば、次回大当たり濃厚の「レインボーZONE」に87.5%で突入する。まさに「大逆転」のゾーンだ。「レインボーZONE」には特図2の24.7%からも突入。お馴染みの実写クルーン演出は392種と大ボリュームだ。

ミドルタイプ
大当たり確率：通常時 1/319.6　RUSH中 約1/59.7　※大当たり+小当たり（1/73.47）の合算値
RUSH TOTAL突入率：約79%　※直突入75%と黙示録モード経由のRUSH突入を含めたトータル値
RUSH TOTAL継続率：約81%　※特図2大当たり発生時の継続確率、時短1万回（継続率99.99%）と時短77回+残存保留4回（継続率約74.52%）との合算値
RUSH回数：77回＋残存保留4回
黙示録モード中 合算確率：約1/159.8　※大当たり確率1/319.6+c時短1/319.6かつc時短中継続率99.99%との合算値
黙示録モード中RUSH突入率：87.5%　※レインボーZONE突入率
ラウンド数：8Ror10R・10カウント
賞球数：1&1&2&7&1&5&15

ニューギン
Pワンパンマン 199ver.
問い合せ／㈱ニューギン販売　導入予定日　12月4日

©ONE・村田雄介／集英社・ヒーロー協会本部

2回突破で最高継続率 RUSH中はすべて10R

昨年、ミドルタイプで登場したワンパンマンがライトミドルタイプで帰ってきた。初当たり後は60.5%の振り分けでRUSHに突入。RUSH突入時は初回のみ継続率60%となっており、2連目以降は継続率82%まで上昇する。RUSH中の大当たりはすべて10Rで約1000個を払い出す。演出は前作を踏襲。4大注目演出として搭載されている「正義執行演出」、「サイタマブレイク」、「S級ヒーローゾーン」、「月面帰還演出」発生で大チャンスだ。

ライトミドルタイプ
大当たり確率：1/199.80→1/1
RUSH突入率：60.5%
RUSH継続率（初回）：60%
RUSH継続率（2回目以降）：82%
ラウンド数：2Ror10R・10カウント
賞球数：3&1&6&10

特集 人材育成が企業を成長させる

予測が難しく変化が著しい時代に突入したいま、過去の常識ややり方が通用しなくなり、決められた仕事をこなすだけでは業績は上がらない。どこかにある「特効薬」を探し求めても、再現性のある会社の強さにはつながらない。自ら問いを立て、議論を通じて自分たちなりの最適解を模索する力が求められる。つまり、そのような社員を育成することがもっとも合理的な生き残り策なのだ。

※本特集はダイジェスト版です。詳細は月刊アミューズメントジャパン12月号をご覧ください。

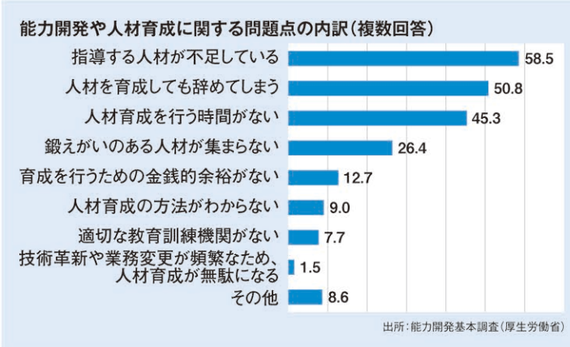
いまこそ「基礎力」を固める

パチンコ業界は何をするべきか？

日本の全産業平均を見ると、企業のOFF・JT実施率は低下傾向にある。企業の3割は正社員に対してOFF・JTを行ってない。こういった企業はいったいどうやって生き残ろうと考えているのだろうか？

今年6月に公表された厚生労働省の「能力開発基本調査」（2022年度調査）を産業別に見ると、パチンコホール業界が含まれる「生活関連サービス業、娯楽業」で正社員に対してOFF・JTを実施した企業の割合はわずか49・3％にとどまる。これでは環境変化に対応できる企業とそうでない企業の格差が広がっていくのもやむを得ないだろう。

OFF・JTを自社で実施できれば安上がりだが、適任者がいるかが問題だ。実際、「能力開発基本調査」によれば、企業が能力開発や人材育成に関する問題点として最も多く挙げたのは、「指導する人材が不足している」（58・5％）だった。研修の成果はこれを実施する研修講師のスキルに依存するので、品質を信頼できる外部に依頼するのが確実だろう。



仕事をしていくなかで必要となるスキルは、例えばパチンコホールの店長としての職務を遂行するために欠かせない、業界に特化した専門的な知識や技術、分析力などの「テクニカルスキル」と、論理的思考力やコミュニケーション能力、問題解決能力やプレゼンスキルなどの「ポータブルスキル」に大別される。

ポータブルスキルは、業種や職種が変わってもそこで転用・応用して生かすことができるスキルで、特定の業種や時代背景に捕らわれないため、「ビジネス基礎力」とも表現される。環境変化が激しく正解がひとつでない状況では、店長には、上層部も部下も納得する答えを導き出してチームをまとめることが求められる。そこで必要となるのは、ポータブルスキルだ。しかも、業界や職種ごとの専門スキルもそのほとんどは、職務に生かすためにポータブルスキルを必要としている。基礎力なしには応用できないからだ。

アミューズ・ファクトリーの宮川雄一代表は、ホールの経営支援・営業支援に関わる中で、「現状の把握」、「課題の設定」、「社内対応」、「部下マネジメント」の底上げの必要性を感じることが多いと言う。

「現状把握の精度が低いと、課題設定を間違えます。するとどうなるかというと、『間違った課題』を『正しく解決』しようという現象が起こります」（宮川代表）

フリコユラスの吉田真晃代表も、「現場を預かる責任者が経営陣と目標を共有するためには、『現状の把握』と『課題の設定』の高いスキルが欠かせない」と指摘する。

「なぜなら、目標を提案するには『なぜ？』に応えられるエビデンスが必要で、エビデンスは精度の高い『現状の把握』によって得られるものだからです。そもそも、計画立案能力も課題遂行能力も、『現状の把握』と『課題の設定』ができた上で研磨されるスキルです」（吉田代表）

人材育成は即効性がない。長期的視野を持ち、基礎力の底上げに取り組んだ企業だけが生き残るのだろう。

アミューズ・ファクトリー 全体売上を伸ばせるチャンスを活かす

パチンコ部門の客数シェアUPに取り組むための研修 他

現在、パチスロ部門好調を背景に、どの店舗もこの状況に適応し売上を拡大したいと考えているはずだ。しかし、現状を「パチンコ部門の客数UPに取り組む好機」と認識することが重要だと宮川雄一代表は言う。

アミューズ・ファクトリーが提供している研修テーマは五つに大別できる。第1に、「次世代の幹部育成」のための研修で、これは副店長クラスを対象としたもの。いつの時代でも求められる普遍的なテーマだ。第2に部長～役員層対象の「経営戦略の立案支援」、第3に部長～店長対象の「店舗業績向上のノウハウ」、第4に本社幹部～店長対象の「新規出店ノウハウ、大型化グランドリニューアルの成功ノウハウ」、第5に店長対象の「競合店出店・大型化の迎撃ノウハウ」だ。この第2、第3の支援の必要性の背景には、「業界の現状の認識」がある。

現在、どの店舗もパチスロの好調に適応し売上を拡大したいと考えているはずだ。問題は、「パチスロ部門の好調で、落ち込んだパチンコ部門を補おう」と考えているか、「パチスロ部門の売上拡大を核にして、店舗全体の売上を拡大しよう」と考えているかだ。

「ご存じのように昨年の6・5号機の登場からずっと、パチスロの業績を上げやすい環境にあり、この波に乗れているご支援先は、3年連続して前年比で売上増を見込めています。これはある程度当たり前の流れで、『機械の力』だけで営業したとしても達成可能です。しかし重要なのは、『いまこそパチンコ部門の売上拡大に取り組むとき』という認識を持つことです」

いまはパチンコ部門がおろそかになっているホールが多いので、そこからお客を奪う好機なのだ。目安となる指標のひとつが客数シェア。ライバル店からお客を奪えていることが重要なのだ。

「このことに気づいている企業と気づいていない企業では、現状認識が異なるので、経営戦略も営業戦略も異なってきます。スマスロ人気が落ち着いたとき、安定的な客数シェアを獲得しているのはどちらの企業なのか、言うまでもありません」

そのため同社は、店長層向けの研修では、"遊技機の力以外の要素で客数シェアを高める力"の向上を重要テーマに据えている。

「新規出店ノウハウ、大型化グランドリニューアルの成功ノウハウ」の研修ニーズがあるのは、社内にこれを経験した人材が少ないため。出店意欲がある企業からの引き合いが増えてきたという。

また、数年前と比べると新規出店が少なくなったとはいえ、他法人に買い取られた競合店舗が増台しグランドオープンするケースは増えている。そのため、これに対抗するための「迎撃ノウハウ」の研修も提供している。

「店長様にも幹部の方にも言えることですが、『現状を認識する力』は非常に重要です。これを誤れば、どんな戦略を立てて施策を推進しても良い結果は生まれません。客数シェアを上げる際に、お客様をどの競合店から奪うかを見極めるのも現状認識力です。こういった基礎スキルの習得を含め、業績を向上できる人材を育成する支援をさせていただいています」

株式会社アミューズ・ファクトリー
宮川雄一 代表取締役社長

おもな研修テーマ

1. 次世代の幹部育成
2. 経営戦略の立案支援
3. 店舗業績向上のノウハウ
4. 新規出店ノウハウ、大型化グランドリニューアルの成功ノウハウ
5. 競合店出店・大型化の迎撃ノウハウ

グローバルアミューズメント 機械評価スキルを高めるツール

共通項目による事前評価を蓄積・共有し予測精度を向上

遊技機の評価を客観化し購入判断・増台判断の精度を高めるのに有効なサービスが、機械評価共有システム『PS・Buyers's EYE』だ。これを活用することで機械選定に関わる社員のスキル向上が可能になる。

グローバルアミューズメントの青山真将樹代表は、「新台導入がホールの集客力を高める大きな要素である以上、機械選定担当者の判断力が業績の明暗を分ける。このスキル向上に組織的に取り組んだ法人が勝ち残る」と言う。実際、GAの会員企業は、機械購入判断のための「機械評価勉強会」に強い関心を寄せている。

こういったことを背景に開発されたのがWebサービス『PS・Buyers's EYE』（通称：PS・eye）だ。ホールの機械選定担当者がメーカーショールーム等で新機種を試打したその場で、「スペック総合評価」「演出総合評価」「版権（タイトル）集客力」「初週稼働予測」など約20項目を評価しスマホで入力する。GA会員は、こうやって蓄積された各機種の評価の平均値を閲覧でき、自社が下した評価と比較できる（個別企業の機械評価は閲覧不可）。

このシステム『PS・eye』のメリットは、稼働予測値だけでなく、「どういった部分が高く評価されているか」といった要素ごとの評価がわかることだ。もちろん、新台だけでなくすでに市場に導入された遊技機についても同様で、増台するか否かの判断材料にできる。

もうひとつの大きなメリットが、人材育成に活用できる点だ。社内では、機械評価を入力した社員個々がその機械をどう評価したかが蓄積されていく。例えば、導入初週稼働の予測であれば、実績値との差異が自動で得点化され、その成績順にソート表示できる。

「例えば、弊社が管理者権限で全ユーザーの中から、『過去半年間で10機種以上の機械評価を入力した人』のような絞り込み条件で稼働予測得点の上位者を抽出すると、やはり勉強会に熱心に取り組んでいる方々がランクインしています。社内でも同じように、誰の予測精度が高いかが一目瞭然になります。そして、『自分は本当はイマイチだと思っていた』といった後出しの言い訳が通用しません。ある導入企業様からは、『当初、このシステム導入に強固に反対していた店長がいた』といった話も聞きました（笑）」

重要な点は、誰の予測精度が高いかがわかること以上に、各人が各要素をどのように評価したかを記録に残せる点だ。それゆえ、予測精度が高い機械担当者が稼働予測や総合評価を下すにあたり、どの要素項目が強く影響していたかを検証することできる。

「機械評価スキルが高い社員の着眼点を社内でうまく共有すれば、社員の機械選定レベルの底上げができるということです。実際、そういう社員のスキルを社内勉強会や研修で横展開しスキルアップしている企業もあります」

『PS・eye』はGA会員ホールに限定したサービスとしてスタートしたが、現在は非会員も利用できるプランがスタートしている。

GA会員による各機種の要素ごとの評価得点を閲覧できる 評価情報（抜粋）

評価項目	評価法人数	全体平均点	評点分布（法人数：%） 10～9	8～7	6～5	4～3	2～1
≫					≫		
20 設定：設定1の出率	12	3.4	0	0	8	83	8
21 設定：中間設定の出率バランス	12	3.2	0	0	0	83	17
22 設定：高設定出率	12	3.7	0	0	17	75	8
23 全国データ稼働予測：初週稼働予測	12	22,000	0	0	0	0	0
24 全国データ稼働予測：4週目稼働予測	12	16,995	0	0	0	0	0
25 全国データ稼働予測：10週目稼働予測	12	13,563	0	0	0	0	0
26 メーカーブランド力	12	4.5	0	0	58	42	0
27 機歴機としての重要度	12	3.1	8	0	8	25	58

第二営業部 1日3分 物語で楽しく成長する

疑似体験で判断力を養うマーケティング研修 初回無料

いままでのやり方で新しい時代に対応できるのか？ 受講者の90％が「もっと早く知っておきたかった」という感想を寄せる第二営業部のマーケティング研修は、行動変容を起こすことにフォーカスしている。

第二営業部の堀川和映顧問は、ホール企業内のあるタイプの人材を懸念している。それは、「店長として成果を出せないが、多くの情報や知識を持っていることで社内で一目置かれている方」。なぜなら、「残念ながら、そのままでは成長が望めないタイプ」だからだと言う。

「こういう方のほとんどは、知識コレクターで、研修では、何を問うても、『知ってます』『分かってます』『やってます』と言います。彼らは、会社が外部研修を導入した意図も、店長が求められているのは知識を活用して成果を出すことだということも分かっていないのです」

最近、新たに第二営業部の研修を導入した企業は、「営業数値を改善できないのは、市場環境のせいではなくそういうスキルを持った人材が育っていないためだと気付いたため」「市場環境が厳しくなったいま、基礎からマーケティングを学びなおさないと生き残れないと判断したため」だという。

知識を活用して成果を出す肝となる〈応用力〉は、知識や技術が基盤にあるので、基礎力を修得するための反復学習が欠かせない。

「店長層向けの研修で、マーケティングの知識をどう応用して活用しているかと尋ねると、実際に活用できている人は、ほぼいません。勉強熱心で素直な店長は、『本を読んだり研修を受けたりしたときには理解した気がするが、いざ自分の仕事に落とし込もうとすると、どう活用していいかわからない』と答えるのが現実です。活用できるようになるには試行錯誤の体験が必要です。ですから研修は知識の詰め込みではなく、実践型である必要があります。具体的に言えば、疑似体験を多く盛り込んだ研修が有効なのです」

堀川顧問が現在オンラインで提供しているマーケティング研修は1回90分、全7回（左上囲みの通り）。平易で分かりやすい言葉とグラフィックを使い、本質を理解しやすいよう工夫している。これに加え、受講者が実務の中でマーケティング上の判断を迫られる状況を疑似体験できるように工夫している。

「受講者は、物語として提示されたシチュエーションを疑似体験する中で、『あなたならどうするか？』を問われ続け、そこでマーケティングのフレームワークや心理学の理論を活用することになります。そうすることで、楽しみながら、マーケティングを理屈ではなく感覚として理解でき、判断力が養われます。他の受講者の考え方にも触れられ視野も広がります。月に1回・90分ということは、1日あたりたった3分です。どんなに忙しい方でもこの程度の時間は確保できるはずです」

第二営業部では、ひとりでも多くの店長層にマーケティングを学ぶことの楽しさと意義を知ってもらいたいとの理由から、第1回目を無料で提供している。まずは第1講座を無料体験してみてはどうだろうか。

株式会社第二営業部
堀川和映 顧問

『マーケティング』オンライン講座
〈全7回〉

1. 努力するほど業績が下がる理由
2. 減る集客と増える集客の違い
3. 感動接客は増客につながらない
4. 新規顧客が増え続ける仕組み
5. 粗利貢献顧客が増える仕組み
6. 増客たったこれだけ3つの仕組み
7. 損する営業を儲かる営業に変える

プラスアルファ Web広告・SNSの運用力を高める

Google eパートナーが応用実践型の研修で内製化を支援

Web広告運用、SNS運用はホール営業においても必須スキルになりつつある。Google eパートナー（代理店資格）であるプラスアルファは、自社の持つWeb広告・SNS運用のノウハウを研修として提供している。

Web広告を使っていながら、「成果を感じられていない」「費用の相場がわからない」というホールは多いはずだ。その原因は、広告代理店に任せきりであるか、効果測定が適切でないことが多い。

Google eパートナー（代理店資格）であるプラスアルファは、Web広告代理店であると同時に、Web広告・SNS運用のノウハウを教える研修会社でもある。

相談を受け現状をヒアリングすると、広告の表示回数やクリック率を上げることが目的化してしまっているケースをしばしば見かけるという。これが目的になると、Web広告の〈真の目的〉を忘れ、クリック率を高めるサービスにお金を払うようになる。数値は上がるが、クリックしてくれたのはどんな属性の人かという検証をしていない。調べると、大半が想定ターゲットと異なる属性だったということもある。当然ながら来店客の増加にはつながらない。

「そもそもGoogle広告の〈来店計測〉を使いこなしているホールは稀です。少額でもできることや効果的な手法があるのに、それを知らないと高い費用をかけ続けることになる。知識を持てば費用面にせよクリック率にせよ、基準や相場がわかるようになります。自分たちがどの指標に着目すべきか、管理画面のどこを見ればいいのか等もわかるようになります。できれば、その知識を活用して内製化を目指していただきたい。Web広告の運用を代理店に任せることを否定しませんが、その場合でも、代理店の方と対等に近いレベルで話をできるよう知識の差を埋めるべきです」

同社の『Web広告スキルアップ研修』は全12回、『SNS研修』は全6回が標準的で、いずれもオンラインで実施。研修では基礎を学んだ後、各人に少額の予算を持ってもらい、広告を「誰」（ターゲット）に見せるか、「どこ」（配信地域）で見せるか、「何」（広告の種類）を見せるか、「どういう内容を」を見せるかなどを立案し実践してもらう。その成果をレビューしながら改善していくことを繰り返して、効果的な運用を学んでもらう。

「研修に渋々参加していた方も、実践形式だとライバル意識も生まれ面白くなってくるようです。『Web広告スキルアップ研修』ではGoogle広告の認定資格取得の支援もしていて、5人に1人くらいは自主的にこの資格取得を目指す方がでてきます。その方たちが周囲にいい刺激を与えることになり、社内のWeb広告運用力はぐんぐん高まります」

株式会社プラスアルファ
野島崇範 専務取締役

WEB広告スキルアップ研修

講義	内容
第1回	WEB広告の基礎と管理画面の作成と見方
第2回・3回	Googleディスプレイ広告の作成&配信、応用
第4回・5回	YouTube広告の作成&配信、応用
第6回・7回	Google検索広告の作成&配信、応用
第8回・9回	Yahoo!ディスプレイ広告の作成&配信、応用
第10回・11回	Yahoo!検索広告の作成&配信、応用
第12回	クロスメディア戦略とSNS

SNS研修

講義	内容
第1回	多様性の時代におけるお客様を増やす方法
第2回	YouTubeショートの基本と応用
第3回	YouTubeショートの広告配信と結果分析
第4回	Instagramリールの基本と応用
第5回	TikTokの基本と応用
第6回	X（旧Twitter）の基本と応用

フリコユラス 店長の目標達成力を向上させる

マーケティング研修～基礎スキル＝予測に基づく戦略立案力を強化

営業目標を達成できた月もあれば不達の月もあるだろう。大事なことは、店長が次月に「何を目標に設定したのか、なぜそれを目標に設定したのか、その目標をどうやって達成するのか」を説明できることだ。

フリコユラスが支援しているホール企業が昨年末、他法人から取得する形で小型パチスロ専門店を出店し順調なスタートを切った。同社のマーケティング研修を修了していた店長は、1年先までの計画を立ててグランドオープンに臨んだ。月ごとの目標を設定し、その達成のためにどのような施策を実施するかを立案し、店舗一丸となって取り組んでいる。

「日々の稼働に一喜一憂するのではなく、予測通りか、計画通りかということが重要です。例えば、1年間のストーリーの中で『今月は粗利を確保する月』という計画であれば、勇気をもってそのための設定を実行すればいいのです」とフリコユラスの吉田真晃代表は言う。

予測とのズレが大きければ結果を検証し修正すればいい。競合A店からシェアを奪おうと試みてうまくいかなかったなら、やりかたを変えればいい。

「店長に求められる『営業力』とは、目標を達成する力です。しかしその前提となる基礎知識は、市場変化の予測に基づいて戦略を立案するスキルです。ですので、弊社のマーケティング研修では、まずは予測に基づく戦略立案力を向上していただく内容にしています」

研修はロールプレイング形式中心で、さまざまな環境変化がどういった客層に影響するかを考慮したうえで、毎月、競合各店の部門ごとの客数を予測する。競合店は判断ミス等で、予測以上に特定部門の客数を減らすこともある。そういった微妙な状況変化をキャッチしながら予測を繰り返して精度を高めていく。それと同時に、「自店舗が強化する部門」や「目標客数」を設定し、その達成のための戦術を実行していく。こうして学びながら業績を向上させていく。

こういった考えが企業内で共有されると、営業会議での会話が変わる。仮に売上目標に達しなかった月でも、今月以降に「何を目標に設定しているのか、なぜそれを目標に設定したのか、その目標をどうやって達成するのか」という未来の話に集中するからだ。

目標を達成するには、最終的には実行力が必要だ。吉田代表は、「アルバイトまで含めた現場の全員を巻き込み、スイッチを入れることが重要」だと言う。

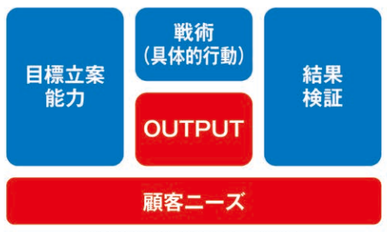
「店長には、自分が掲げた目標とスケジュールを現場の全員に理解してもらうアウトプット能力も必要です。しかし実際には、アルバイトの方々が目標を理解している店舗は少ない」

このスキルを高めるために研修では、現場のメンバーにも納得し共感してもらえるような、課題の整理のしかたや動機づけのしかたも身に付けてもらう。

「戦略、戦術を決めるにも、店舗のメンバーに目的・目標を説明するにも、マーケティングの裏付けがあってこそ納得してもらえるし成果につながるのです」

株式会社フリコユラス
吉田真晃 代表

営業力を鍛えるポイント



目標立案とOUTPUTとトレーニング量

メーカーとホールでファン増加へ

日工組・KIBUN PACHI・PACHI委員会　みんなのパチンコフェス2023

最新機種と最高の接客を来場者に

11月3日（金・祝）と4日（土）の2日間にわたって開催された『みんなのパチンコフェス2023』。ホール未導入機種を含むパチンコ最新機種18機種を揃えてパチンコファンを迎えたほか、ホール企業20社から約90人のホールスタッフが参加。未経験者や初心者に最高の接客でパチンコの楽しさを伝え、ファン増加に向けてメーカーとホールが一体となって取り組んだ。【関連記事1面】

メーカーとホールのスタッフ、出演者が全員揃って記念撮影

『みんなのパチンコフェス2023』は開催日前日の21時からオンラインで配信された「前夜祭」からスタート。お笑い芸人の岡野陽一さんや椿鬼奴さんらが会場を回り、フェスの見どころをレポートした。今回のイベントの模様は、会場内に設けられた配信スタジオから日工組の公式YouTubeチャンネルで、3日間にわたって全国に生配信された。

イベントはメインステージと試打エリアに分かれて同時に進行。メインステージでは初日が見取り図（盛山晋太郎さん、リリーさん）の2人、2日目が矢口真理さんと岡野陽一さんがメインMCを務めた。

初日のメインステージは「JAM Project」のみんパチLIVEでスタート。その後はお笑い芸人や人気ライターによるクイズやトークショー、パチンコバトル、パチンコ大喜利王決定戦などのコーナーで、パチンコの楽しさや「あるある」をファンと共有した。

みんパチLIVEは初日のエンディングで角田信朗さんが、2日目はオープニングでクリスタルキングさん、エンディングで高橋洋子さんが登場。いずれもパチンコファンならだれもが知っている「あの曲」を披露して聴衆を魅了した。

「キブン、パチパチ!」で盛り上がったフィナーレ

高橋洋子さん

角田信朗さん

JAM Projectのみなさん

クリスタルキングさん

遊技の楽しさを伝えた90人のホールスタッフ

ホール未導入を含む最新の18機種が並んだ試打コーナーは終始満席状態だった。試打を目当てに来場者するファンも多く、新機種をいち早く打てるとあって熱心にパチンコを楽しんでいた。

今回はパチンコ未経験者や初心者向けに「ガイダンスエリア」と「レクチャーエリア」を設けた。ガイダンスエリアでは動画を交えてパチンコの遊び方を解説。その後、レクチャーエリアで関東地区のホール企業20社から集まったホールスタッフの精鋭が個別に遊技をサポート。膝をついて遊び方を教えたり、遊技者と一緒に盛り上がったりするなど、スペシャルな接客で来場者を楽しませる姿が見られた。

神奈川県から来た20代カップルの女性はガイダンスビデオを観て「自分もパチンコ店に行くまでは悪いイメージが強かったので、あの説明はよかった。パチンコに嫌なイメージを持っている友だちに一度見せたい」と話していた。

都内在住の40代の夫婦はスタッフの接客を体験して「台のスペックを解説してくれて、一緒に盛り上げてくれて楽しかった」と笑顔を見せていた。

来場者を迎えた27体のキャラクター

もうひとつ、イベントを盛り上げたのが、ホールやメーカーのマスコットキャラクターたちだった。ホールのキャラクター14体、メーカーのキャラクター12体、全日遊連のパチローも含めて計27体が2日に分かれて出演した。グリーティングエリアに代わる代わるキャラクターが登場すると、写真を撮るために列ができるなど大人気で、イベントに華を添えた。

業界を挙げて取り組むKIBUN PACHI・PACHI委員会のブースでは、11月17日からの「全国ファン感謝デー」も案内。メインステージの合間では、「全国ファン感謝デー」の告知動画や「パチスロサミットONLINE」の宣伝動画も放映して来場者への認知促進を図った。クイズ大会では全日本学生遊技連盟（学遊連）が問題づくりで協力して活動の広がりを見せた。

ステージではオープニングとエンディングで来場者と一緒に会場全体で「キブン、パチパチ!」と声を上げるなど、業界の取り組みが徐々に一般ファンにも浸透してきたことを感じるイベントになった。

クイズ大会に参加した学遊連のみなさん

「全国ファン感謝デー」の告知動画を放映

【試打エリア】出展機種

『ぱちんこ GANTZ 覚醒 RUSH180』（オッケー.）
『スマートぱちんこ ソードアート・オンライン』（京楽産業.）
『P真・北斗無双 第4章 下剋上闘』（銀座）
『P交響詩篇エウレカセブンANEMONE』（サミー）
『Pフィーバーありふれた職業で世界最強』（SANKYO）
『PA激デジ牙狼 月虹ノ旅人』（サンセイアールアンドディ）
『P大海物語5ブラック』（三洋物産）
『Psin 七つの大罪 X-TREME』（高尾）
『P世紀末・天才バカボン～神 SPEC 凱旋～』（ディ・ライト）
『PA豊丸ととある企業の最新作2 SOD 99ver.』（豊丸産業）
『P覇穹 封神演義』（ニューギン）
『e義風堂々!! ～兼続と慶次～ 3』（ニューギン）
『e花の慶次～裂 一刀両断』（ニューギン）
『Pゲゲゲの鬼太郎 獅子奮迅』（藤商事）
『スマパチ ゲゲゲの鬼太郎 獅子奮迅SP』（藤商事）
『eルパン三世 銭形からの招待状』（平和）
※その他、タイヨーエレックと竹屋が参考出展

お互いが協力して1+1が3以上になった

『みんなのパチンコフェス2023』には日遊協が協力し、加盟ホールの20社から90人のホールスタッフが試打コーナーで接客にあたった。スタッフをまとめた山内祐吾さん（マルハン）と岡村俊佑さん（新日邦）に話を聞いた。

山内さん（左）と岡村さん

2019年に続いてホールスタッフが参加しました。その意義をどう感じていますか。

山内　ホールスタッフは普段、店舗がある地域という限られた範囲で活躍されているので、こうした場で全国から集まるお客様に対してみなさんが持っている力を発揮できることは、本当に良い経験になっていると思います。

スタッフの方々のムードはどうですか?

山内　すごく良いですね。昨日初めて会ったのにも関わらず、もう意気投合して、終了後に一緒に食事に行く人たちもいたほどで、想像以上に交流を深めてくださっています。お互いが協力して、1+1が3以上になっている。良い意味で楽しい空間づくりの共創ができているなと感じます。

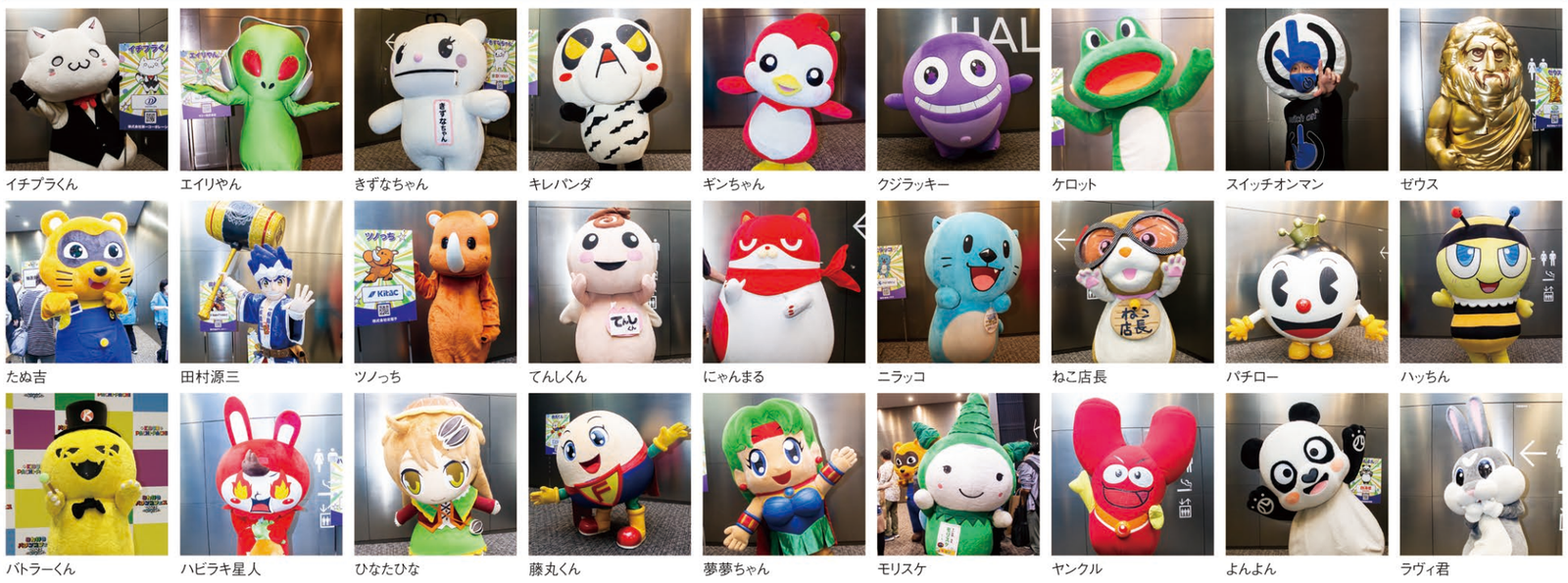
今後は岡村さんが山内さんの役割を担われる?

岡村　まだわかりませんが、そうなるかもしれません。今回は山内さんの動きを見て、盗めるものは盗みながら、来年以降は頑張らせていただこうと思っています。

今回初めて体験してみて印象は?

岡村　普段は関わりのない法人同士ですが、本当にみなさん切磋琢磨して、お互いに刺激を与えあっています。来年もあるなら、山内さんのように円滑にスタッフをフォローをしながら、しっかりとお客様が楽しめて、スタッフの方も楽しめるような場の雰囲気を作っていきたいです。

動画を使って遊び方を伝えたガイダンスエリア

ホールスタッフが接客にあたったレクチャーエリア

会場を暖めたみんパチキャラクター（50音順）