

本日の座談会のテーマは「遊技人口の拡大に必要な新たなアプローチ」です。ゲストとしてアガルタの長屋社長と服部副社長、そして業界の広告代理店のエースプロから小林部長をお招きしました。アガルタさんはパチンコホールにインバウンド対策をいち早く提案し、グローバル集客の支援に取り組まれています。2008年にはパチンコ・パチスロの遊び方や店舗検索を外国人に発信する多言語パチンコポータルサイト「PACHINKOPLAY.COM」を開発。さらにホールに設置する多言語対応のガイドブックやポスターなどの販促物も精力的に供給されています。一方、エースプロさんはホールとメーカーにさまざまな企画を提案するパチンコ業界の代理店として活動をされています。とくに今年には課題の若年層集客対策として業界初となる「パチンコ未来コンテスト」を開催するなど、全国の学生を対象に、学生がパチンコに行きたくなる提案を学生から募集する取り組みを実施されました。アガルタさんは訪日外国人旅行者の集客支援、エースプロさんは若年層集客支援に取り組まれている、こういう棲み分けができるかもしれません。ではまず始め

を採用した遊技機がフックになっているのは間違いないでしょう。インバウンド集客を考える上で、コンテンツは不可欠な役割を果たしています。実際、取引先のホール様からは有力コンテンツを活用したタイアップ機を打ちたい英語圏の外国人客がいるからと多言語対応販促物の大量発注を受けています。

長屋 ただゲーム性という点ではわかりづらいところもあるようです。とりあえず台に座るけれどもしばらく液晶を眺めてやめちゃうとか、そんなシーンも何度か目撃しました。

服部 そこですよ。これからは甘デジが非常に重要になってくると感じています。多言語対応販促物を当社に大量発注されたホール様の機種リストですけれども、実は大半が甘デジでした。ゲーム性を理解してもらうことを考えると甘デジが一番のように思います。

多様化する趣味趣向 現代の若者の価値観

一方、エースプロさんは業界初となる学生を対象にした「パチンコ未来コンテスト」を開催されました。そこにはどんな想いがあったのでしょうか？

外国人と若者の集客で!!

遊技人口の底上げは

2015年の訪日外国人旅行者が2,000万人を突破する勢いだ。そんな中、パチンコホールに取り組むインバウンド対応の動きが活発だ。月間300人の外国人旅行者の集客に成功しているホールも現れ始めた。一方、遊技人口の底上げに若年層対策が課題に上っている。遊技人口の拡大に必要な新たなアプローチをテーマに座談会を開催した。

株式会社アガルタ 取締役社長

長屋幸二

Koji Nagaya



株式会社アガルタ 取締役副社長

服部実

Minoru Hattori

にアガルタさんにお聞きしたいと思います。最近のテレビや新聞では訪日外国人旅行者の急増が伝えられています。とくに今年には中国人旅行者による「爆買い」が話題になりました。パチンコホールに来店する外国人旅行者は増えていきますか？

クールジャパンが外国人集客のフックに

服部 増えていきます。弊社のクライアントの中で、自店で通訳やコンシェルジュを展開されているホール様がいらつしゃいますが、そのお店の外国人客は一日約10人、月間300人名くらいに上っています。

やはりアジア系の外国人が多い？

服部 そうですね。ただ英語圏の外国人、欧米系の旅行者も最近では目立つようになった印象があります。

彼ら外国人には何がフックになっていると思われますか？

長屋 ひとつにはクールジャパンが考えられます。

服部 アニメやキャラクターなどパチンコ業界が展開するタイアップコンテンツはかなり強力なものがあります。そういうコンテンツ

株式会社エースプロ 取締役 制作管理部 部長

小林正志

Masashi Kobayashi



小林 私どもはパチンコ業界の代理店として、さまざまな形で業界と関わらせてもらっています。その関係からホール様やメーカー様とお話をさせて頂く機会が多いわけですが、その際に、いつも話に出ていたのが遊技人口の減少問題でした。「パチンコ未来コンテスト」は、こうした業界の懸案に対して私どもとして何ができるのかを考え始めたのがきっかけです。

ひと昔前まで参加人口ピラミッドは20代にもっとも高いヤマが築かれていました。しかしいま40代以降に移行し、若年層離れが顕著になっています。

小林 若年層離れの原因として当初我々は若者に広がる嫌悪感を想定していました。しかし実際に調査を進めると、そういう評価以前の問題として、そもそも自身の生活の中で触れる機会の必然がない、パチンコが視界に入らない、要するにまったく興味がないということがわかってきました。パチンコに対する嫌悪感が理由であるなら改善に取り組めばいいわけですが、彼らの視界には最初からパチンコがまったく入っていないんです。実際コンテストに参加した半分の学生たちはパチンコ未経

験でした。非常に危機的な状況にあると思います。
 —ではいまの若者たちにパチンコ・パチスロを響かせるにはどういうアプローチが必要になると思いますか？
 小林 服部さんがおっしゃったように、コンテンツがフックになる



写真上／アガルタ社が新たに始める外国人観光客向けのパチンコ新宿マップ。写真下／インバウンド対策として採用が広がる同社の「多言語ガイドブック」。

可能性は十分にあると思います。ただし趣味趣向が多様化しているため、いまの若者たちに等しく強い影響力を持つコンテンツもなかなか出てこないのが現状です。私が若かった頃は大人っぽいことをすることに「格好いい」みたいな価値観がありました。だから18歳

になると周りの友達は自然パチンコ店に足を向けました。タバコもお酒もそうですね。しかしいまの若者たちの価値観はガラリと変わったような気がします。背伸びするところがなくなつたように感じています。かつて若者の憧れだったクルマにも若者離れが伝えられています。
 —価値観が変わつた若者に昔と同じアプローチをどんなに試みても響いていかない…。
 小林 そういうことですよね。
 —ではいまの若者たちにはどういうアプローチが有効と思われれますか？
 小林 現在の広告配信の形態はものすごく変わってきています。学生に対してはテレビCMやWEBサイトへの出稿よりも、各個人から発信されるSNSの影響がすごく大きくなっています。共感軸で動くところがあるんですね、要するに共感できる人から発信される内容に強く影響を受けるところがあるように感じます。
 服部 先日ハリウッドの大物俳優がプライベートで日本に観光にやってきました。パチンコで遊んでいったトピックがネット上を駆け巡りました。そのときの写真が「Instagram」(Facebook、Twitterと並ぶ



3大SNS)に投稿されたのですが、とにかく反響がものすごかった。あの動物ハリウッド・スターがパチンコというので日本でも若い人たちを中心に話題となりました。若年層へのパチンコ認知にはこういうことが必要になってくるのではないのでしょうか？そこは訪日外国人旅行者に対するパチンコ認知にも共通する部分だと思います。
 長屋 外国人がクールにパチンコを遊んでいて、その外国人が「楽しいです」とSNSで発信し、それが拡散されたとします。海外向けのパチンコPRとしてこれ以上

のものはありません。同時に日本国内の若い人たちにも大きな影響力を与える可能性もあります。「外国人がパチンコ？パチンコってそんなにクールなの！」。若い人をパチンコに振り向かせる格好の動機づけになることが期待されます。

—アニメはクールジャパンとして世界に発信されています。しかしそのアニメを使ったパチンコは残念ながらクールジャパンの輪の中に認識されていません。
 小林 クールジャパンの輪の中にパチンコが認知されることが若年層集客の鍵を握るのかもしれない。それがパチンコを打ち始める一番の理由になる、その可能性は秘めていると思います。
 服部 インバウンド集客も若年層集客も結局「0を1にする」ところは共通しています。今日はこのことを改めて認識しました。

**対象は個人観光客
パチンコ新宿マップ**

—インバウンド対応の必要性についてホール様の意識も数年前に比べて格段に高まっていると思います。
 長屋 おかげさまで毎日のようにホール様からのお問い合わせを頂



—新たな展開も開始されると伺っています。
 長屋 いま新宿マップというものをつくっています。これはパチンコホール様がメインの地図で、新宿エリアの約20の宿泊施設に置いていただくことになっています。近日中には第1号が発刊されます。さて弊社は一般社団法人アジアインバウンド観光振興会(AISO)に加盟しています。旅行会社は種類が2つあって、送客を中心とした旅行会社と、ランドオペレーター、ホテルを予約したり、現地の観光地にアテンドしたりする



2種類がありますが、ランドオペレーターが60社以上、周辺業務の会社も含め、100社以上集まった団体がAISOになります。AISOでは大きな3つの柱を掲げています。ショッピングツアー、ゴルフツアー、そしてパチンコツアーの3本です。
 新宿マップはパチンコツアーの一環として取り組むものです。今回AISOと共同でつくりました。このマップは団体旅行者よりもFITと呼ばれる個人観光客を対象に、新宿エリアにおけるパチンコホール様への誘致を目的にしています。今後は都内の外国人旅

行客の多いエリア、たとえば渋谷、原宿、秋葉原、上野、浅草といった各エリアのマップをつくり、その後全国に展開していく計画です。
 —いままでの観光案内にはパチンコホールは含まれることはなかったですから、その意味でも大きな意義がありますね。
 長屋 宿泊施設を押さえるのが一番と考えました。ホール様から見て外国人旅行者を集客するひとつの動機づけになればと思っています。

—一方、若年層集客を目指す「パチンコ未来コンテスト」ですが、来年も開催したいお気持ちはありますか？
 小林 そうですね。是非実施したい気持ちはあります。ただ、より波及効果を高めるには規模を大きくしていく必要があります。弊社1社だけだとどうしてもやりきれない部分があります。その意味でも賛同者を募って業界全体で同じ方向を向いてやっていくことができればベストでしょうね。業界の未来のために一緒に力をあわせられたならこれ以上の喜びはありません。現在賛同者を募っています。気概がある経営者の皆様、未来コンテストのスポンサーになってください！