ぱちんこ
言葉物語 ㉔

「グランドクローズ」

今回の言葉物語は「グランドクローズ」をテーマにします。

遊技場の減少、特に最近になってから中小や大手チェーンによる閉店も始まってきた頃からにわかに使われだしたこの言葉です。あまり出くわしたくはないこの言葉を少し掘り下げてみましょう。

周りが使うことが多い

過日、ネイティブの方に聞いてみたら「?」という顔をされたこの言葉、どうも和製英語のようです。業界でこの言葉を使う場合は「その屋号での営業を完全に終了すること」といった意味合いで使用するケースが多いでしょう。また、この言葉は当事者であるホール側が使うケースはほぼ無く、閉店の情報を聞いた周りの人々が使う場合が多いのも特徴です。

少なくともこの言葉を聞き始めたのは2～3年前からだと記憶していますから、パチンコ企業数が1年間で200も減少した2010年あたりとほぼ一致しているかと思います。もっとも、遊技人口の減少が激しい地方部では場所によりもっと早く使われているかも知れません。

では、パチンコ業界でしかこの言葉は使われていないのかというと、そうでもありません。過去にマクドナルドが店舗整理を行い多くの店舗が閉店した際に、一部店舗で閉店セールを行ったときに「グランドクローズ」という言葉を使用していたことがあります。

ちなみに2010年、マクドナルドの戦略説明会の中で430店舗の整理閉店を発表しており、この言葉が本格的に世に伝播し始めたと考えられる時期と一致しています。一見順風満帆に見えていたマックがある日突然閉店になってしまった衝撃は今でも覚えている方は多くいらっしゃると思います。

さて、他業界でのグランドクローズはどうかというと、一般的に「(○○につき)(完全)閉店」「FINAL」といった単語を多く用います。ちなみに、掲載している写真の銀座松坂屋では、この度建て替えによる改装のため閉店しました。この表記としては「GRAND FINAL」としていました。

以上のように、グランドクローズという言葉は非常に狭い世界で使用されていることがわかりますが、パチンコ業界では今までの業界の慣例上、その言葉から商機に全く繋げられない悲しい現実もあります。

6月30日で建替え改装のため閉店した「松坂屋銀座店」

商圏そのものが小さく

パチンコ業界の「常識」として閉店情報が市場、果ては来店顧客に伝播することは利益確保から極力避けたい、それは「閉店する=出る気がしない」といった負のイメージが常につきまとうからです。また、競合店での出店対策を極力遅らせるため、新たな店舗が出店する際には既存店舗が完全に閉店し、かつ新店舗の準備が整うまで、ほぼ何も告知などをしない状況となります。

ひと昔前では遊技人口は潤沢でしたのでそれでも良かったでしょうが、現在では店舗のグランドクローズが起こると、その商圏から遊技人口が大きく減少する事もある時代になりました。

最も恐ろしいパターンは、競合店が潰れる事を自店が喜んでいる間に、その商圏で遊技している顧客が「この〈地域〉はヤバいんじゃないか」と考え、他の商圏に流出するリスクがあるということです。競合店が閉店したことにより商圏遊技客総数が減少した経験は多くの方が経験済みでしょう。

競合店の閉店は競合店顧客を自店や自商圏へ留める「最後の機会」になってしまう事もあるかも知れません。また、このような理由から、閉店後その立地に出店する事を寸前まで市場内に告知しないことのリスクの方が今では高いのかも知れません。

ある地域では営業中の店内に次の店舗の出店告知が掲載されているのを見て驚愕しましたが、それくらい今までの常識が通用しない時代になってきているのです。ひっそりと閉店する時代から、競合店の閉店を機に周りの店舗は、新規出店企業はどのタイミングで動くべきなのかを柔軟に考える時代になったと言えるでしょう。「グランドクローズ」の意味は案外と深いのかも知れません。

（大和田敏男）

競合店が喜べない時代