

第8回 遊技産業

マネジメント・カレッジ



白板を使って熱心に討議を続ける各グループ

パチンコ・パチスロ産業の次世代の人材養成のため、日遊協と人材育成委員会主催の研修「第8回遊技産業マネジメント・カレッジ」が11月20、21日の2日間、東京・晴海グランドホテルで開催された。今回のテーマは「新規ユーザー獲得へのチャレンジ」ターゲット2020年・20歳」。東京五輪・パラリンピックがある2020年に向けてパチンコ業界の活性化を図るために、とくに若い遊技人口が増えている状態にすること、若い人が遊技したくなる状況をつくること——などがグループワークで議論された。

参加したのは遊技産業各業種の中堅管理職45人(26社)。業種別内訳はホール30人(16社)、遊技機メーカー7人(5社)、販社2人(1社)、その他5人(3社)だった。ホールはエリア長・店長クラス、遊技機メーカー・販社等は部課長クラスで、平均年齢は35・4歳。

マネジメント・カレッジは企業の将来を担う幹部養成の一環と位置づけられ、07年から毎年1回開催されている。研修者たちはグループワークでの議論で業界が直面する課題を共有するとともに、懇親

パーティーで業界の先輩である役員たちと交流し、さらに2日間を通じて、同業他社や異業種の人たちとの人脈形成を図った。

前田竜哉委員長

「企業の枠を越え」

●第1日(11月20日)

午後1時の開校式で人材育成委員会の前田竜哉委員長が、「過去にマネジメント・カレッジで話し合われ、日遊協としてバックアップして実現した企画もあります。皆様には日々の喧騒から離れ、企業の枠を越えて業界の明日を改めて考え議論していただきます。その上で、今まで顔を合わせたことがない企業の人たちと交流して、人脈づくりをしてください」とあいさつした。

続いて、元プロ野球選手、佐々木主浩氏が「超一流プロの思考とは」のテーマで特別講演を行った。『ハマの大魔神』と呼ばれた佐々木氏は横浜大洋ホエールズ(横浜ベイスターズ)、シアトル・マリナーズで活躍、クローザーとして日米通算381セーブを挙げ、一時代を築いた。

講演は女性インタビューアールと

「若い人たちをホールへ」 中堅45人が充実の討議



全員そろって記念撮影

のやり取り、会場との質疑応答の形で進められた。佐々木氏は、抑え投手の気持ちとして、「最後に登場するが、それまで繋いでくれ

佐々木主浩氏講演 「何か一つ武器を」

若い人の育成について、「何か

た人もいるし、勝ち投手の権利がある人もいる。プレッシャーはあったけど、それだけに抑えた時の喜びは大きかった。ここで抑えなきゃとか考えるからプレッシャーになる。打たれたらしようがないと思うくらいでないといけない」と述べた。

初日、まずは名刺交換でコミュニケーションをはかる▶



一つ武器があればいい。コントロールが悪いピッチャーがいればそれが武器だ。バッターがビビるから。コントロールがよくなったら魅力がなくなる。欠点をいろいろ直すより、一つの長所を伸ばしてあげるべきだと思う。だから昔の選手は打ち方も投げ方も独特な人が多かった」。

野球の人気復活策について、「ファンサービス、選手個々が同じ目標に向かって努力する気持ち」を挙げ、さらに「乱闘がなくなった。乱闘がいいとはいわないけど、僕らの時代はうちの選手が当てられたら相手チームのキャッチャーに当てに行った。古田さん(ヤクルト捕手)が異常にデッドボールが多いのはそのためだ。闘争心がなるとだめ。今は仲良しできれいな」とつけ加えた。

やり取りの合間に、「大の巨人フ



楽しい話題で会場を沸かした佐々木主浩氏の講演

アンだったので、1年目のとき、クロマティと対戦して、ホームラン打たれてすごうれしかった。今でも忘れられない」「清原と仲良かったので、清原と対戦するときにはキャッチャーに球種を全部まかせた。気持ちが入っちゃうと真っ直ぐを投げてやろうかなと思うんで」「イチローはフライが上がる」と早く球の下に行かないで、ギリギリでジャンプして捕る。こういうのはピッチャーとして頭にくる。一度、怒ったことがある」等々、実名入りの裏話が次々に飛び出した。パチンコとの出会いは古く、大学生のころ練習が終わってからよく行ったとか。最近では「1か月ほど前、女房と近所の店に行き、1000円だけやるつもりが5000円スツタ」という。

庄司孝輝会長

「普段と違う見方を」

午後2時30分からグループワークの開始。研修生たちは8班(5〜6人)に分かれ、白板を使って、若い遊技人口をいかに増やすかの企画案を協議した。

午後6時、グループワークを中断して懇親パーティー・交流会が

始まった。第4回定例理事会を終えて駆けつけた庄司孝輝会長ら役員が合流した。庄司会長はあいさつで「こういう場で、同じ課題を持った人たちが集まるという機会はなかなかないと思います。職場を離れて自分の仕事を見つめ直したり、ほかの業種も含めていろんな人と出会ったり、普段とは違った見方をして2日間がんばってください」と述べた。

パーティーは立食で、役員たちも加わってなかなか懇談が約1時間半続けられた。

8班が「企画」発表

パーティーの終了後、研修生たちはいったん部屋に戻り、入浴などで休憩した。午後8時半からグループワークが再開された。



懇親会で取りあえず疲れを癒す参加者たち



懇親会なのだが庄司会長（中央）の前ではかしまる



色彩についてもその効果をスピーチする小山雅明氏

●第2日（11月21日）

朝食後の午前8時、グループワークが再開され、各グループとも企画案の最後の仕上げを行った。昼食後にプレゼン大会が開かれ、8班は練り上げた企画案を8分の持ち時間で発表した。

小山雅明氏講演

「看板・サインの役割」

プレゼン大会の後、アイワ広告(株)代表取締役社長、小山雅明氏が「効果的な広告とは〜『看板偏差値』による集客看板の法則〜」のタイトルで特別講演を行った。小山氏は看板視認性の改善、ショットアイコンティイによる集客サインコンサルティングの第一人者。看板によって集客を仕組み化する。看板ドクターとして活躍している。

小山氏は、「店の『売上UP』には『客数UP』が関係し、『客数UP』には『新規顧客UP』と『リピート率UP』が関係する。このうち『新規顧客UP』のためには種々のセールズプロモーションとは別に『看板・サイン』の役割が重要となる。初めての人が店を見つけ、興味を持ち、入店するまでは『看板・サイン』の仕事で、そのあとリピートさせて常連化させるのは店の努力による」と述べた。

その上で、看板による集客について、①遠くから多くの人に店の存在・業態を認知してもらう「発見確率」②店に興味を持たせ、入る意思を固めさせる「魅力確率」③新規客が店に入る際に感じる特有の不安感を解消する「IN誘導確率」——の3段階確率論を展開させ、色彩やビジュアル効果などを詳細に説明した。

講演後にプレゼン大会表彰式が行われ、金賞が参加したくな

る遊技産業について、銀賞にC班の「新規ユーザー獲得へのチャレンジ〜ぱちこ〜」、銅賞にB班の「ぱちんこ業界のイメチェン〜トウギャザーしようぜ〜」が選ばれた。最後に谷口久徳副会長が「今日皆さんが提案した内容を日遊協も真剣に考え、世の中から望まれる産業につくり上げていきたい」と2日間の労をねぎらい、午後4時半に閉講した。

DECEMBER

12月の行事予定

2日 (火)	13:00~15:00	依存問題関連会議
	15:00~17:00	自己申告プログラム検討会
3日 (水)	13:00~15:00	依存問題PT県WG
	16:00~17:30	貯玉補償基金理事会 (グラントアーク半蔵門)
4日 (木)	10:00~16:50	遊技機取扱主任者講習・試験 (更新)
5日 (金)	12:00~13:00	人材育成委員会
	13:30~17:30	人材育成フォーラム
8日 (月)	15:00~17:00	委員長会議
9日 (火)	15:00~17:00	風営法PT
10日 (水)	16:00~17:30	賀詞交歓会事務局連絡会 (全日遊連)
12日 (金)	15:00~16:00	インターネット広告協議会
	16:00~17:30	東京都・関東支部役員会議
15日 (月)	13:30~14:30	不正対策室
16日 (火)	15:30~17:30	遊技機委員会
18日 (木)	13:00~15:00	広報調査委員会
19日 (金)	16:00~17:00	セキュリティー対策委員会

第8回マネジメント・カレッジ班分け
グループワーク

班	名前	企業名
A	豊中 弘之	(株)安田屋
	安田 哲也	ピーアークホールディングス(株)
	鈴木 篤	東和産業(株)
	江頭 慶保	(株)ヤマト
	岩下 秀忠	(株)北電子
	岡本 創	グローリー(株)
B	濱中 毅	(株)善都
	祝 崇一	(株)ブローバ
	飯田 寿章	東和産業(株)
	小林 智行	(株)マルハン
	先崎 正志	(株)SANKYO
	太田 広幸	(株)日進
C	小林 琢哉	(株)安田屋
	佐々木健雄	(株)ABC
	摩庭香穂里	(株)ニラク
	保海 篤志	永伸商事(株)
	大庭 拓也	(株)SANKYO
	長久保 明	ジャパンネットワークシステム(株)
D	長谷川 滋	スタートラクト(株)
	亘 将人	(株)メッセ
	長野 綾平	(株)九州エース電研
	村山 貴之	(株)マルハン
	稲垣 智己	サミー(株)
	中島 誠	(株)森創
E	阿部 祐之	ピーアークホールディングス(株)
	野路井祐輔	日拓ホーム(株)
	山下 直美	(株)マルハン
	上野 善郎	スタートラクト(株)
	山本 龍弘	(株)高尾
	小椋 隆一	(株)森創
F	筒井 英樹	(株)ヤマト
	酒井 徹	(株)ニラク
	金城 幸一	永伸商事(株)
	簗田 剛	(株)アサヒディード
	多々木崇彰	(株)日進
	G	橋本 秀之
俊成 達信		(株)メッセ
劉 俊哉		(株)アサヒディード
寺島 京平		(株)オリンピア
荒川 相烈		ゲンダイエージェンシー(株)
H		花田 識行
	水野 賢一	(株)ABC
	阿原 理光	(株)ブローバ
	中野 裕斗	サミー(株)
	杉山 博厚	ジャパンネットワークシステム(株)

受賞班の発表要旨

第8回遊技産業マネジメント・カレッジのプレゼン大会で、金、銀、銅賞を獲得した3グループの発表要旨はつぎの通り。(敬称略)

金賞ⅡH班
JPPに名称変更

「パチンコ」の呼称が悪いイメージを引きずっているのを、抜本的に名称変更して「JPP」(ジャパニーズ・パチンコ)とする。全体のイメージキャラクターをつくり、20代に好感を持たれる女性タレントをイメージガールに起用し、「JPP」をメディア、SNS等で同時多発的に展開して、業界全体のイメージチェンジを図る。「JPP」の名称を法令順守、安心サービスなどを含めてブランド化する。さ

らに他産業とのコラボでホールでしか入手できない商品(賞品)を制作することで参加率を高める。

概算費用は、イメージキャラクターのデザイン・製作費、イメージガールの年間契約料・宣伝費用、コラボ商品開発・製作費等で5億円を見込む。2025年に1400万人の参加を目指す。そのために業界全体が足並みをそろえて予算を捻出する。

銀賞ⅡC班
「ぱちんこ」を

若年層にコミュニティの場を提供するため、情報共有サイト「ぱちんこ」を立ち上げる。最近初心者が友人や上司などからパチンコに誘われて覚えるケースが少なくなっているが、「ぱちんこ」はこの流れパチンコに代わるイメージだ。例えば「初めてのパチンコ会」などの告知・募集を発信し、みんなでホールに行く。「シニア会」「カップル会」「女子会」などの



金賞を獲得したHチームは充実した討議を続けた



谷口久徳担当副会長(左)から銀賞を受けるC班のメンバー

パターンに活用可能だ。あとはそのホールの評判をサイトや口コミなどで広げてもらう。ネット関連のトラブルが予測されるが、日遊協がサイトの運営管理を徹底する。費用は新規WEB製作費、バナー掲載等の初期販促費用等で8000万円を予想する。

銅賞ⅡB班
ネーミング募集

「パチンコ・パチスロ」のネーミングをおしゃれなイメージに変える。新名称は若年層(20~25歳)を対象に、全国規模のイベントとして募集する。さらに話題づくりとして賞金100万円、副賞に遊技台の演出に参加、1日店長などを用意する。投票から決定まで1、2年かけ、さらに4、5年かけて認知の徹底を図る。認知方法はテレビCM、ドラマ、WEBページを使う。名称決定の日を記念日として、売り上げの1割をオリンピック等に寄付し、当日はホール、メーカー、販社が全国で一斉清掃するなど話題づくりをする。費用はネーミング募集、その後の認知策で2億円を予想する。