

「脳」で変身 ぱちんこ店 「みんなの健康広場」に

諏訪東京理科大学教授
日遊協理事

篠原菊紀

第5回

そつぽを向いてる若者たち 「経験」するチャンス与えよ

先日、早稲田大学で、パチンコライターの大崎一万発くん、ウエノミツアキくんをゲストに迎え、「ぱちんこ店は祈りの場として機能しているのか？」をテーマに3コマの授業を行いました(写真1)。

文化構想学部の「祈りのメンタリテイ」という講義の一環で、わたしたちのほか、仏教の専門家、キリスト教の専門家、美学の専門家などが連続講義して、祈りとは何なのかを学生に考えてもらう試みです。

さすがにシヨック 95人中わずか3人

途中でアンケートを実施したのですがこれが大シヨック。なんと講義を聴いている95人のうち、ぱちんこ(スロットを含む)経験者はたったの12人。そのうち、「たまたま」以上にパチンコをする、いわゆるぱちんこユーザーはなんとわずか3人。5%を切ります。

まあ、授業の最初で、ぱちんこ好きにとっては大スターである大崎一万発くんを紹介したときの反応から、「ああ、ぱちんこユーザーは思いのほか少ないんだな」と覚悟はしていました。予想された「おー」という反応もどよめきもなく、誰?的な空気のような反応だったからです。

わたしの大学でも明らかにぱちんこユーザーは減っていますから、受講生の中にぱちんこユーザーが少ないのは織り込み済み。まあ、受講生の3分の1くらいがぱちんこやスロットを一度はしたことがあって、かなり打ち込んでいる者は10%に届かないだろうと思っていました。でもその程度なら、疑似連とか、魚群とか、牙狼のスピードとか、演出の歴史だとか、それらと快感のかかわりは丁寧に説明すればある程度は分かっています。えるだろうと高をくくっていました。

ところがこの比率。早稲田の文化構想学部というのはわれわれの学生時代なら第二文学部。パチンコユーザーの巣窟のようなイメー

現状ではあぶない 高齢者施設の展望

この連載の第1回でお話ししたように、日本の人口動態を考えれば、ぱちんこ産業の主たるターゲットは少なくとも向こう25年はベビーブーマー世代であり続けるだろう。たしかに若年ユーザーの増加なくしてはぱちんこ産業は衰退していくが、これまで若年ファン層の確保にほぼ失敗してきたことを考慮すれば、ベビーブーマー世代の囲い込みの方がコストパフォーマンスが高い。

これが私の基本的な考え方です。しかし、大学生92人中、いわゆるパチンコユーザーがたったの3人

写真1

早稲田文化構想学部「祈りのメンタリティ」で大崎一万発くん、ウエノミツアキくん、私（日刊SPA! 2011.07.28）



というのは想定外。早稲田のこのデータだけで云々するのは危険ですが、少なくともばちんこ経験者の比率を3割程度に維持、できれば5割以上に引き上げておかなければ、ばちんこ産業全体では先細りをしながらも一定程度の店舗が地域に必要な高齢者施設として生き残っていくという、第1回連載で示した戦略が成り立たなくなってしまう。

ばちんこ店は不要という大合唱が、たとえば「たばこ不要」「喫煙

はニコチン依存、病気」という大合唱のように生じてしまえば、ソフトランディングどころの話ではありません。実際、くだんの授業で「パチンコ屋は必要か？」という問いに対して、「はい 39人」「いいえ 49人」「どちらとも言えない 7人」と不要派が多数を占めました。

長く見せたほうが好まれる率が高い

カリフォルニア工科大学の下條

信輔先生たちは、「見ることは好きになること」と主張しています。その根拠は次のような実験です。

まず好ましさと同程度の異性の写真を用意し、ディスプレイの左右に置きます。そして、どちらが好きか選んでもらい、選んだらボタンを押してもらいます。その時の視線の動きを調べます。すると、最初は視線が左右しますが、決断の1秒ほど前から視線が一方に偏り始め、そちらを選択します。

これだけだと当たり前のようですが、嫌いな方を選べど、こういう視線の集中現象は起きませんし、髪の毛の方を選べどか、眼の大きい方を選べどかの特徴抽出課題でもこの現象は起きません。「好き」を選ぶときだけ起こるので、「選好における視線の雪崩現象」と呼ばれます。

彼らはそこで考えました。では視線の集中時間を操作すると、好みの操作もできるのか、と。またまた同程度の選好度である二枚の顔写真を、今度はディスプレイの左右で交互に表示します。片側は0・3秒、もう一方は0・9秒。そしてどちらが好きか、たくさんの人に選んでもらいます。すると統計的に意味のある差が出ます。長く見せたほうが好まれる率が高いのです。

動作をともしなれば後付けしてくる

だからテレビにたくさん出ているタレントの好感度が上がるのですし、たくさんコマースィナルを打った方が購買意欲も上がるのです。これだけなら心理学という単純近接効果と同じです。単純近接効果

とは、たくさん接した方が好まれるという法則です。

しかし、この実験は、単純近接効果とは異なります。おもしろいことにディスプレイのど真ん中で、交互に写真を提示したのでは、長く見せたほうが好まれるという効果が現れないのです。

実は、ディスプレイの左右で見せるというのがみそ。首を動かして、眼球を動かす、そうして首や眼球を固定する。その時間が長い方が好まれるのです。どうやら人は、自分が無意識的にしてしまつた動作や行為に意味づけをする傾向があり、「そちらを向いた時間が長かったんだから、きっとそちらの方が好きに違いない」「眼球をその写真に固定した時間が長いから、好きだったはず」と後付けが無意識のうちに起こってしまうようなのです。「好きだから見る」ことはもちろんありますが、「見たから好きになる」というメカニズムが歴然とあるのです。

ばちんこ体験のない人たちには当然のことながらこのメカニズムは働きません。逆に授業のアンケートで、わざわざでもばちんこ経験のある者の方が「パチンコ屋は必

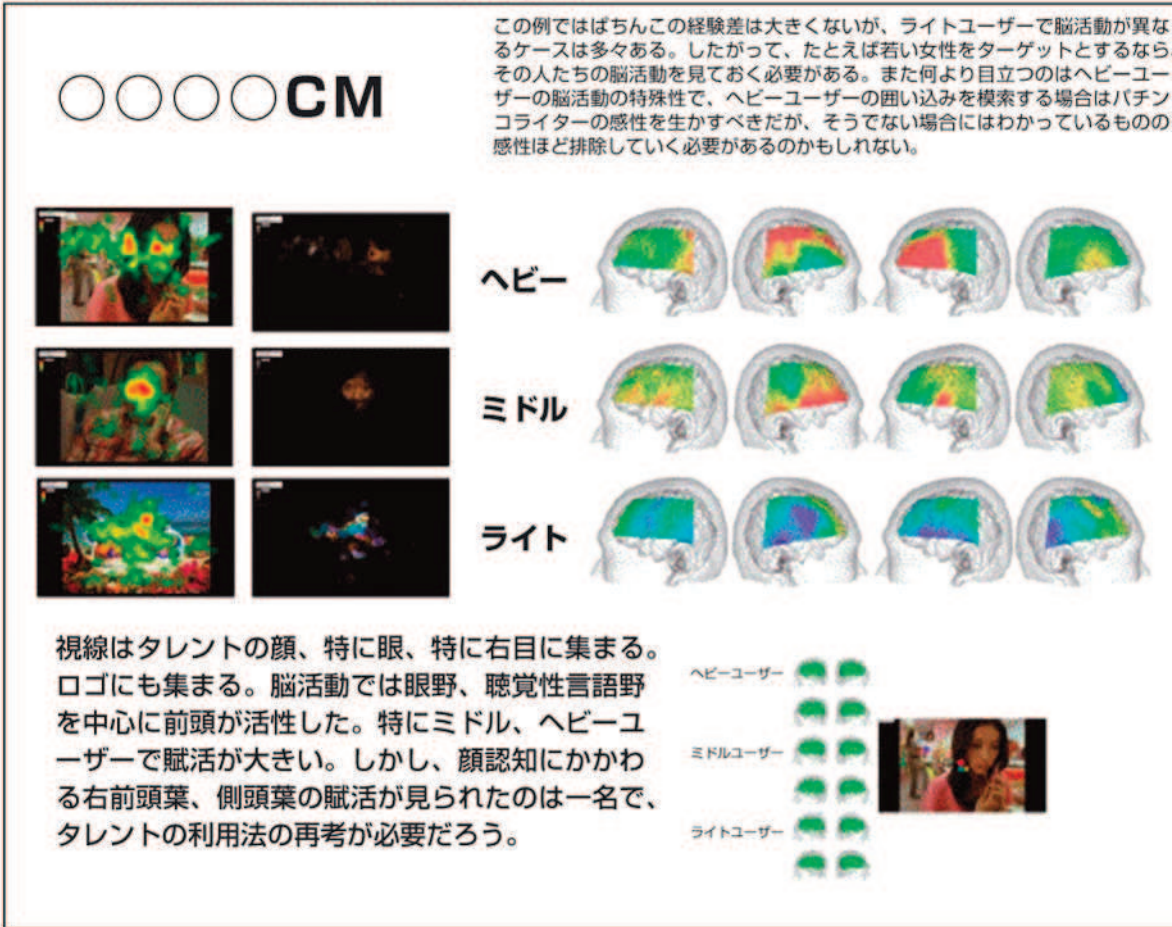
要」だと考える比率が高いのです。昔一部で、初心者のかばんこ打ち方講座とか、スロットの目押し講座とかをしていたようですが、長い目で見れば極めて重要な試みです。大学生ばちんこファンを増やしたいなら、女子大生ビタ止め講座とかを、ホールでもメディア上でも行うべきでしょう。当然、イケメンのサポート付きで。

偏見をなくすには「区別してもらう」

ブラウン大学のMichael Tarrらは、白人の大学生20人を対象に「顔認識」の訓練を実施しました。過去に見たことのある顔か、初めて見た顔を区別する訓練です。マイノリティの顔について10時間実施しました。

同時に、潜在的連合テスト(Implicit Association Test: IAT)を実施します。IATは偏見の度合いを測定するために、心理学の分野で用いられているテストです。このテストでは、さまざまな顔を被験者に見せ、肯定的あるいは否定的な言葉と関連づけてもらい、その関連づけにかかる反応時間を計測します。否定的な言葉と顔との関

図1 視線解析と脳活動解析によるホールCMの解析例



連づけにかかる時間が短いほど、その人に偏見を抱いていると見なされます。たとえば、否定的な言葉をマイノリティの顔と関連づけ

るのにかかる時間が、白人の顔と関連づける場合よりも短かったら、その人はマイノリティに対して偏見を抱いていることとなります。

結果、この訓練で顔を記憶する能力の向上が著しかった学生は、IATにおいてもマイノリティに対して著しく偏見が減少しました。相手を「個人」として認識するようになると、人種的な偏見が減少する可能性があるわけです。ばちんこスロットの区別がつくようになってもらうこと、ホールの違いが分かってもらうこと、機種の違いが分かるようになってもらうこと、店員の顔の区別がつくようになってもらうこと。それこそがばちんこ産業を根底で守る防波堤になります。

小学生に禁煙教育でたばこ産業は衰えた

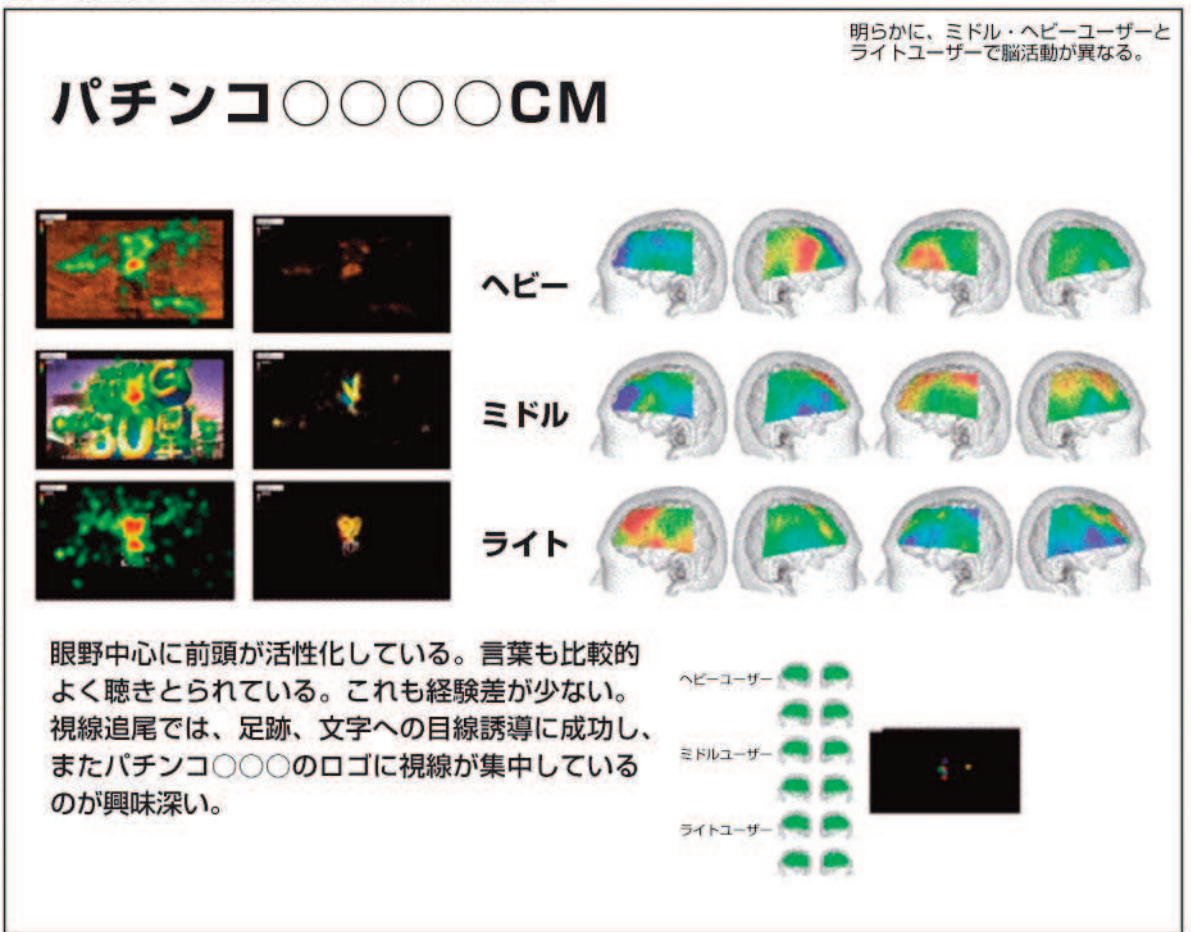
ところで、さきほどたばこ産業を引き合いに出しましたが、その急激な衰退の一因は、20数年前に小学生の保健教育の一環として禁煙教育を組み込んだことです。たばこの害、間接喫煙の害を教え、たばこをすすめられた時の断り方を教える。この一見遠回りに見える戦略が10年もしないうちに若年層の喫煙率の低下を生み出したのです。ブランド戦略という立場から見

ると、幼児期、子ども期からの囲みこみ競争にJ・Tは手が出せず、一方、健康教育側は大勝利して、日本国民のたばこに対する嗜好の変換に成功したのです。過半数を超える喫煙者に対して（大人に対して）禁煙教育をするより、10歳くらいの子供たちを教育して10年後の喫煙率を下げる方が、遠回りに見えて手っ取り早い。東大の健康教育学教室などが中核となって、「たばこを吸わないという教育」が小学生から実施され、健康増進法という形で実を結び、「たばこ文化」を根絶する勢いを得たわけです。

子供を囲えぬなら 勝負文化の育成を

つまり子どもたちの首根っこを押さえられると、案外早く社会全体の指向性が左右されかねません。もちろん、小学生からばちんこ・スロット遊技体験をさせるわけにはいかないでしょうが、少なくとも、勝負文化は育成すべき。たとえば、ベイブレードやカードゲーム、格闘技などヒリヒリするような勝負体験を子供たちにさせることは、迂遠なように見えてばちん

図2 視線解析、脳活動解析による機種CM解析例



こスロットを含む「勝負文化」を守ることにつながります。そしてこのことはばちんこ産業を守ることにとどまらず、日本の

行く末のために必須です。子どもたち、とりわけ男の子にヒリヒリするような勝負体験をさせることは、勝負をさける草食系から勝負

に挑む肉食系への変貌をもたらす重要なポイントになるからです。勝負というリスクを避け続けていけば、嫌でも草食系になっていく。えいやっと勝負に出てこそ道は開ける。ちよつと大げさな言い方をすれば、若者がリスクを避けてばちんこをしないということは、日本人の勝負気配の後退と平行です。

モデリング効果 止められたJ・T

ところで、健康教育側が子ども禁煙教育を推進する上で意識したのが、モデリング効果です。学習理論や行動理論を背景に、身近な人、尊敬できる人、あこがれの人の行動は無意識に継承されてしまう。モデルとしてしまう。だからタレントを使った喫煙シーンのCMは排除すべきだ、映画のシーンもいかに、そもそもCMがいかにとたばこ普及の手立てをことごとく奪っていったのです。

今の国際的な常識からすれば、たばこはがんの大きな要因ですし、アルツハイマー病の促進要因の可能性も指摘されています。ですから、子ども教育に手を突っ込み、

モデリング効果を排除し、喫煙の恐怖をあおる恐怖教育を行った健康教育は正しいとっていいのですが、ぱちんこ産業がこのプロセスから学ぶべき点は、この逆。JTが手足を奪われていったプロセスの轍を踏まないようにすることです。むしろその逆を行って、消費拡大、少なくとも消費低下を抑えることです。

「遊技性」強調して タレントが遊ぶ姿

たとえば和田アキ子さんがぱちんこ好きを公言していることは大



しのはら ● きくのり

1960年生まれ。長野県茅野市出身。東京大学教育学部卒業、同大学院教育学研究科修了。現在は、諏訪東京理科大学共通教育センター教授、学生相談室長、東京理科大学総合研究機構兼任教授。専門は脳神経科学、応用健康科学で、アミューズメント、教育、電子技術産業など多数の共同研究を手がけている。1月から日遊協理事。マスコミへの登場も多く、著書も多数。

切です。打っている人には行動の促進要因になりますし、打たない人たちにはきつかけ要因になります。

「ぱちんこ嫌」という気分の緩和にもつながります。ですから同じようにぱちんこ好きのタレントをフューチャーしていく、特に若年ぱちんこ層、大学生ぱちんこ層を増やしたいなら、京楽産業が手掛けているようなAKB、SK Eぱちんこ戦略を業界あげて推し進める、深夜帯のぱちんこ番組の半分は若年ユーザー獲得番組としてリニューアルする。パチンコライターのをもっと美しく、もしくはかっこよくしてあこがれの対象としていく。

それをメーカーやホールが支える（後でお話ししますがライトユーザーとヘビーユーザーでは脳の反応が違うので明確な区分が必要）。若いタレントの打っているシーンが含まれる番組を作るなど、もちろん広告規制との兼ね合いを見ながらですが、業界戦略としてやっていくべきでしょう。特にこの際、気を付けておくことは「遊技性」です。「技」を中核として女子大生たちがスキルアップしていくシーンこそ大切ですし、機種

開発も一定程度「技」性を担保しなければなりません。JTはある段階から喫煙についてのポジティブ情報を一切流さないことは決め、結果、武器を失っていったのです。

子連れの拒否は サービスの基本

たばこことの比喩でぱちんこをとらえるとき明確にしておくべき点があります。それは、「たばこは害」「たばこは間接喫煙を通して周りに迷惑をかける」「だからなくなるべき」という論理と同じように、「ぱちんこは害」「周りに迷惑をかける」「だからなくなるべき」というロジックへの立ち位置をはっきりさせておくことです。

すでに石川県での駐車場置き去り問題で警察が方向性を示してくれたように、こうした問題の原因を「ぱちんこ」にしてはいけません。子どもを駐車場においてぱちんこをする者の出入り禁止をホールに義務付けることは、問題の責任を育児放棄者におき、予防的な管理責任をホールに課すものです。「ぱちんこ」が原因ではないのです。

同様に病的賭博（いわゆるギャンブル依存）の責任の所在も本人にあるのです。実際、免責されませんし、意思で治せないという治療論と責任論は別次元の話です。そのことを駐車場置き去り問題同様にはっきりさせるためにも、以前この連載で指摘したようにアメリカ精神医学会による統計と診断マニュアル（DSM）に相当するような方には退去願うのをホールサービスの基本とすべきです。

5つ以上該当は 病的と疑われる

以下のうち5つ（またはそれ以上）によって示される持続的で反復的な不適応的賭博行為があると病的賭博が疑われる。

- 1 賭博にとらわれている
例 勝ったときのことを生き生きと再体験したり、賭博をするための金銭を得る方法を考えたり、次の賭けの計画を立てることなどにとらわれている。
- 2 興奮を得たいために、次第に掛け金の額を増やす。
- 3 賭博をするのを抑える、減らす、やめるなどの努力を何度かもやめたが成功しなかった。
- 4 賭博をやめようと落ち着か

ずイライラする。

- 5 問題から逃避する手段として、または不快な気分（無気力、罪悪感、不安、抑うつ）を解消する手段として賭博する。
- 6 負けると取り返さそうとする（深追いする）。
- 7 賭博したことを隠すために嘘をつく。

- 8 賭博の資金を得るために法律に触れるようなことをしたことがある。
- 9 賭博のために、重要な人間関係や教育、職業上の機会を危険にさらしたり失ったりしたことがある。

- 10 借金して賭博をする。賭博による経済的な問題を他人に解決してもらったことがある。

DSM告知など ホールの反依存

予防医学では予防を次の3段階に分けて考えます。

疾病の発生を未然に防ぐ「一次予防」。健康増進や特異的予防がここに含まれます。健康増進には生活習慣の改善、特異的予防には予防接種、事故防止、職業病対策、公

害防止対策などがあります。

重症化すると治療が困難または大きなコストのかかる疾病や障害を早期に発見・処置するのが二次予防です。早期発見と早期治療に分かれます。たとえばホールにDSMの項目を張り自己診断を促すのは早期発見を目指す行為。結局、いわゆるギャンブル依存ではその行為と切り離すことが治療的に必要になりますから、出入り禁止をうたうのは早期治療にも当たりません。

重症化した疾患から社会復帰するための行為が三次予防。予防という言葉に違和感を感じると思いますがさらなる悪化を防ぐという意味で使われています。RSN（リカバリーサポート・ネットワーク）の活動などは二次予防から三次予防にまたがります。おそらくRSNも人的、金銭的資源が十分にあれば、ストレス対策などの一次予防、早期発見などの二次予防を大いに進めたいと考えていると思います。

そこでホールにできることを振り返ると、その中核は明らかに「二次予防」で、DSMの項目の告知などは最も安上がりな依存症予防

対策です。ちなみに一次から二次、三次と段階が上がるにつれてコストが跳ね上がるのが一般的です。

ライトとヘビー 経験で反応違う

そのようにしてホール空間を自己コントロールが効き、余裕のある人の遊び場であるという雰囲気や共通認知を作ることは、大学生ユーザーを増やす上でも必須です。「きたない」「ださい」「かっこわるい」「ばかのやること」。残念ながらこのあたりが大学生のぼちんこ、パチスロに対する平均的な意見です。だからこそ自己コントロールが効き、金銭的に余裕のある人が、「高貴」に遊「技」するというイメージの確立を目指していく必要があるのです。

ところで早稲田の講義の最初は私。イントロはメーカーやホールのCM解析の紹介でした。視線解析と脳活動解析を併用する方法です。いわゆるニューロマーケティング。図1は某ホールのCMを見ているとき、被験者がどこを特に見ているのかをヒートマップで表示しています。また、ヘビーユーザー、ミドルユーザー、ライトユ

ーザーがそれぞれの脳活動を示しています。この例で面白いのは、パチンコ○○○のキャラクターが左下に出るのですが、そこへの視線固着が際だっていました。キャラの使用は重要です。

この例ではぼちんこの経験差は大きくないですが、たとえば図2の機種CMなどのようにライトユーザーで脳活動が異なるケースは多々あります。せつかくビッグタレントを使っているのに、ライトユーザーはほぼ無反応。ライトユーザー、もしくは非ユーザーをターゲットとしたCMを作っていく上では、ヘビーユーザーの感じ方（メーカーやホールの感じ方）をいったんキャラにする勇気が必要です。

参考文献

- (1) Shimojo S, Simion C, Shimojo E, Scheier C. Gaze both reflects and influences preference. *Nat Neurosci*. 2003 Dec;6(12):1317-22.
- (2) McGugin RW, Tanaka JW, Lebrecht S, Tarr MJ, Gauthier I. Race-specific perceptual discrimination improvement following short individuation training with faces. *Cogn Sci*. 2011 Mar;35(2):330-47.
- (3) 高橋三郎訳：DSM-IV-TR 精神疾患の診断・統計マニュアル（医学書院）2003
- (4) 藤原菊紀「その気にさせる脳の作り方」静山社