

# 女性活躍推進フォーラムin東京 第5回

## 最優秀賞は「おそ松ちゃん」が受賞 東京エリア4グループが最終プレゼン

### 16社23人が参加 テーマ「増客」

日遊協人材育成委員会が主催する令和7年度最終回となる第5回「女性活躍推進フォーラムin東京」が1月29日に、東京・日本橋三洋グループビルで16社23人の女性社員と各社派遣担当者ら合わせて61人が参加して開催された。

東京エリアの4グループが昨年9月から約4か月をかけて練り上げた「増客」のための企画を発表。1グループ持ち時間10分のプレゼンテー

ションと各社派遣担当者からの質疑応答も行った。メンバーがカラーコーディネートして臨むグループや、推し活のオリジナルウチワを持つグループなど、リアル開催を存分に楽しみ、活かしたプレゼンを行った。

派遣担当者を含めた全員の投票の結果、**Cグループ「おそ松ちゃん」**の初心者向けのセミナーが最優秀賞を受賞した。

シヨットを絞り、店舗近隣の大学の学園祭に参加して初心者向けセミナーを開催し、パチンコ店のリアルを動画やクイズなどで伝えていくという企画。大学のパチンコ・パチスロ部や同好会が学園祭でアピールしていることから、連携も想定しているとのこと。グループメンバーが当フォーラム終了後、会社に持ち帰り必ず実施できるよう、実現可能性をとことん追求したという。

当企画は増客につながる具体的なイメージがあったこと、単発の企画ではなく継続性や発展性が感じられたこと、店舗の外に出で協働していく積極性などが評価され、最優秀賞に選ばれた。

若者の中でも大學生にタ

また、どのグループも現状分析や根拠となる数字を提示し、それに基づく企画を立ち上げている。のめり込み防止や広告宣伝規制な

謝辞を述べた。

### 受賞者の声

- ウェブでもいろいろ考えてやってきましたが、最後に来て内容をまとめプレゼンができ、最優秀賞という結果を得られたのがすごくいい経験でしたし、嬉しかったです。このような機会をいただき、本当にありがとうございました。
- チームメンバー以外とほとんど横のつながりを広げていって、更なる自分の成長へもつながれたらいいかなと思います。
- まさかこのような賞をいただけるなんて、夢にも思わなかったです。それぞれがフォローしあったり、会って話す時の雰囲気がとても良くて、このチームで本当に良かったなと思いました。
- 2回しか対面で会えませんでした。オンラインで打ち合わせをした時も楽しく作業できました。このメンバーだからこそ、こまめに作り上げられたと思います。みなさんに助けていただいて、本当に自分のためにもなったし、参加してよかったなと感じました。



最優秀賞を受賞し喜ぶCグループ



派遣担当者との質疑応答も

令和7年度第5回 in 東京  
主催：人材育成委員会  
1月29日 東京・日本橋

リアル開催ならではのプレゼンが行われた



講演を行った佐藤聖子氏



司会の山下夏恵委員



羽山雄介副委員長

## 各グループの企画概要

### Aグループ「プロローグ」

試打会を通じて新規客のお客様の窓口を作り増客につなげる

試打会×SNSというサブタイトルの、若年層の中でも18〜28歳のノンユーザーをターゲットに、店舗でタブレットを利用したリモート試打会を開催し、SNSで拡散。初来店の心理的ハードルを下げ、店舗来店へ接続する。20代の遊び方の特徴は、金銭的に堅実でどれだけ楽しく遊べるかを重視し

ていること、SNSなどでの情報感

度が高いことなどが挙げられる。店舗での接客や動線を含めた雰囲気味わってもらい敷居を低くする。イベント費ではなく未来への投資の観点で実施。

### Bグループ「チーム脳汁」

若年層の推し活を利用して、来店動機の形成をして定着させる

20代のファンが増加傾向にある今を、「20年後30年後のロイヤルカスタマーを増やすチャンス」と捉



参加者全員で記念撮影

え、好きを追求したい。20〜35歳までの若者の特性に響く企画として「推し活」を支援する。まずSNSで店舗で展開する推し活を拡散し集客、店内では会員限定の推し活支援サービスを展開し囲い込みを図る。広告宣伝ガイドラインに配慮しながら、遊技初心者の推し活と遊技体験を、より楽しくなる形で連携させる。

### Cグループ「おそ松ちゃん」

初心者向けのセミナーを開催し、新規顧客の獲得に繋げる

初心者の中でも、学生に焦点を当て、店舗近隣の大学の学園祭で「初心者向けセミナー」を実施する。既存の固定化されたネガティブなイメージ払しょくのため、現在の店舗の実際を見せる動画やクイズなどをプログラム。若い女性に人気のアジアンコスメを揃えた特別な景品ディスプレイなども展開し、景品獲得というパチンコ・パチスロ店舗ならではの楽しみもアピールする。セミナー終了後にアンケートを行い、ノンユーザーの声を拾う。

### Dグループ「ちいたけの里」

## 女性に配慮した遊技エリアの設置

全体数の増加と女性比率アップを目的に、女性が快適・安心して遊技できる環境を作り、来店動機に繋げる。特に20〜40代をメイン顧客層に育てるため、女性が安心して居続けられる環境を店内に整備する。女性スタッフのみを配置したコーナー作りや、隣席と程よい距離感を持った遊技台のレイアウト、落ち着いたカラーや照明など、様々な施策をSNSでも発信し広く伝える。女性客増加と共に、女性スタッフの活躍にもつながり、店舗のみならず業界全体のイメージアップと増客に発展させる。

## 人材育成委員会

1月20日  
本部会議室  
出席委員等10人

## フォーラムの最終打合わせ

29日に開催される女性活躍推進フォーラム in 東京第5回を控え、実施詳細を打ち合わせた。今回は今期最終回で、各企業の派遣担当者も臨席するため、出席者状況や発表者への質問者などを検討・決定した。また、各グループから参加しての感想を聞くことなどもスケジュールに加えることとした。

# 最優秀賞は「ハイブリッドAちーむ」が受賞

## 「ぬい活」ブームに着目し高評価

「増客」で最終プレゼン

人材育成委員会が主催する令和7年度第5回「女性活躍推進フォーラムin九州」が2月19日、福岡・福岡県遊技会館で12社20人のフォーラム参加者と各社派遣担当者ら合わせて50人が参加（オンライン参加含む）して開催された。

今期最終回となる今回は、九州エリアの4グループが「増客」をテーマに、約6か月かけて作り上げた企画を発表。1グループ持ち時間10分のプレゼンテーションと各社派遣担当者からの質疑応答が行

われた。

Aチームから順に行われたプレゼンでは、ぬい活や美容、インバウンド、占いをモチーフにした企画を説明。どのグループも説得力のある数字をもとにロジックを構築していた。その一方、アイキャッチとなる小物を揃えるなど、リアルならではの印象的なパフォーマンスも展開された。

派遣担当者を含めた全員の投票の結果、**Aグループ「ハイブリッドAちーむ」**の「推しぬいとパチンコデートーぬい活で増客」が最優秀賞を受賞した。講評した羽山

る規模で驚きました」と述べた。さらに現場実装のしやすさと新規開拓効果の可能性も高く評価された。店舗でも既に兆候（ガチャ景品にぬいぐるみ用衣装等）が見られ、需要の実在性が高いとの声も聞かれた。

受賞したAチームは、「いろいろ悩みギリギリまで準備するなど、もういろいろなことがありましたが、楽しいチームで最後まで一緒にやってきたことがすごく嬉しいですよ」と笑顔でコメント。

各グループの担当委員から感想やアドバイスを述べられるとともに、このフォーラムで生まれた出会いや培われたチームワークを今後の仕事にも活かしていきたい、とのメッセージが添えられた。



4チーム全員で記念撮影



司会の山下夏恵委員



羽山雄介副委員長

雄介副委員長は「優秀つげがたい大変難しい審査となりましたが、私のような男性からは絶対に決まらずに『ぬい活』が決め手となりました。よくよく聞けば参加人口もパチンコ人口に匹敵す

閉会にあたり羽山副委員長は、新富雅哉支部長をはじめ九州支部の関係者に謝意を述べるとともに「コロナ禍直前の2019年以来の九州開催ですが、みなさんの笑



最終プレゼンに耳を傾ける参加者

顔を見るとリアルで実施してよかったです。と思います。ぜひこのつながりを生かして、みなさんの店舗が少しでも向上できるような、いろいろな施策をぜひ考えていただきたいと思います。

## 各グループの企画概要

**Aグループ「ハイブリッドAちーむ」**  
推しぬいとパチンコデート！ぬい活で増客



最優秀賞を受賞したAグループ

20〜50代の女性10人に1人が行っているというぬい活。24年に市場規模は約450億円へと右肩上がりの傾向を示し、Instagramの「#ぬい活」は投稿36万件超という。このぬい活層をターゲットに、既存遊技客との交点をつくり、非遊技層の来店ハードルを下げつつ、遊技への「ついで打ち」を誘発するという企画。推し活に興味がある、または推し活中の未経験ユーザーに向け、推しのぬいぐるみ撮影用の遊技台キャラや店舗オリジナルの服、グッズの販売、フォトブース作成などを行う。入りにくいイメージを「親しみやすい」に変化させ、女性比率10〜15%アップを目標にする。

## Bグループ「令和乙女」 美容・健康×パチンコ

男性中心の文化というイメージが根強く残るパチンコ。「怖い」「タバコの臭い」「自分と無関係」という固定イメージの払拭と来店動機づくりによる新規接点の創出を目指す。遊技経験のない20〜50代女性を対象に、来店ポイント景品(誰でももらえる)とポイ活やアメニティのグレードアップ、総

付け景品、試供品提供などを展開。美容と健康をキーワードに、提供景品・賞品を揃える。SNSでハッシュタグを活用して拡散し、広告費はかからず効果が出せる。店舗ブランドの向上も意識。

## Cグループ「JAPANESE PACHIKO×INBOUND」

JAPANESE PACHIKO×INBOUND

今後増加すると予測される訪日外国人のうち東アジアの若年を対象に、認知↓体験↓拡散・再訪のサイクルで新規来店と定着化を図る低リスクモデルを提示。全国平均の東アジア比率が約50%に対し、福岡は79%と高水準という店舗データから、地の利を活かした市場拡大の余地があることに注目した。業界横断で取り組むことで各店の負担を軽減し、ファン化の最大化を目指す。ショート動画SNSやインフルエンサーの活用を経て、ステップ2では日本文化の体験として旅行会社と提携した1時間程度のツアーを実施、ステップ3では旅行中・旅行後のフォローにより観光客からファンへと変化させる。

## Dグループ「NEXT HER」

占い×パチンコ

占いとパチンコを組み合わせ、

「運」をテーマに短時間でワクワクと非日常を提供する集客・定着施策。タイパ(Time Performance)志向に合致する手軽な占い体験を入口に、遊技への心理的ハードルを下げ、来店循環を生み出す構想とした。主な導線は「占いイベントで話題化↓会員化↓常設占い機で日常接点↓遊技参加・滞在時間の向上」。具体的施策には、会員カード限定開催とした出張占い師によるライブイベントで、新規会員獲得と接客機会創出を両立。店内「パワースポット」を設置し、SNSでの顧客自走型プロモーションを狙うなど、話題化から顧客定着までをプログラム。

### チーム名と参加者 (順不同、敬称略、(株)略)

**Aグループ「ハイブリッドAちーむ」** = 新城聖子(ピータイム)、猪川美里(キスケ)、中村愛(玉屋)、八野美穂(アサヒディード)、出口紗雪(ブローバ)

**Bグループ「令和乙女」** = 甲斐名百后(玉屋)、高橋久羅々(岩下兄弟)、丸尾江里奈(新富商事)、石田悠(ブローバ)、寺崎愛(D'station)

**Cグループ「JAPANESE PACHIKO×INBOUND」** = 松本菜紀(ユーコー)、永岡久美子(宣翔物産)、宮羽杏奈(第一物産)、宇都宮風季(キスケ)、田口尚子(玉屋)

**Dグループ「NEXT HER」** = 本田明日香(岩下兄弟)、平松あすか(宣翔物産)、小野奈津美(ユーコー)、正岡冴子(キスケ)、甲斐理菜(善都)