

日遊協ファンアンケート調査結果

遊パチキャンペーンさらに浸透 1円パチンコ半数以上が肯定

パチンコ・パチスロが昨年10月から全て新基準機に入れ替わって半年余。日遊協ではファンの遊技機に対する反応に変化が起きているのか、遊パチキャンペーンの知名度はどうかなどを探るため、今年4月末から5月はじめにかけて、全国151店舗で2774人のお客様からアンケート調査を行った。その結果昨年10月の調査に比べ、遊パチキャンペーンの認知度は、約10%増加して、全体の半数以上の人を知っていることなどが分かった。わずか半年経過しただけだが、ホール、メーカーをはじめ業界各団体の地道な努力が少しずつ浸透している様子がうかがえる。

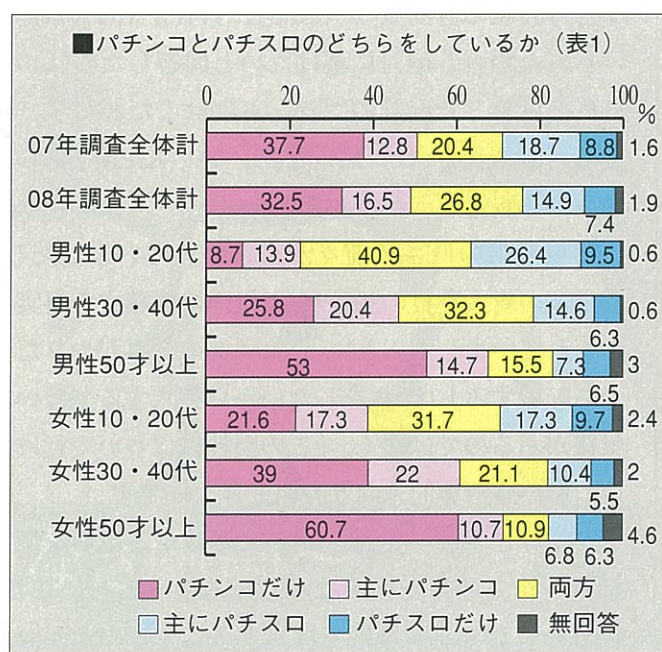
調査を行った151店舗は、日遊協会員ホールを中心に北海道から九州まで、全国に広がっている。各店舗で従業員が、来店者から対面して聞き取り方式で調査を進めた。男女別は、男性約64%、女性約36%。年代別は、20歳代から60歳代までが中心。10歳代もわずかながらいた。

パチンコ・パチスロ “両方派” 増える

昨年10月の前回調査と同じようにパチンコ、パチスロのどちらを遊技するかを聞いたところ、「パチンコだけ」「主にパチンコ」の“パチンコ派”は約49%（前は約51%）、「パチスロだけ」「主にパチスロ」の“パチスロ派”は約22%（同28%）といずれも減ったものの、“両方派”は、約27%（同20%）と両方遊ぶファンが約7%も増えていた（表1）。

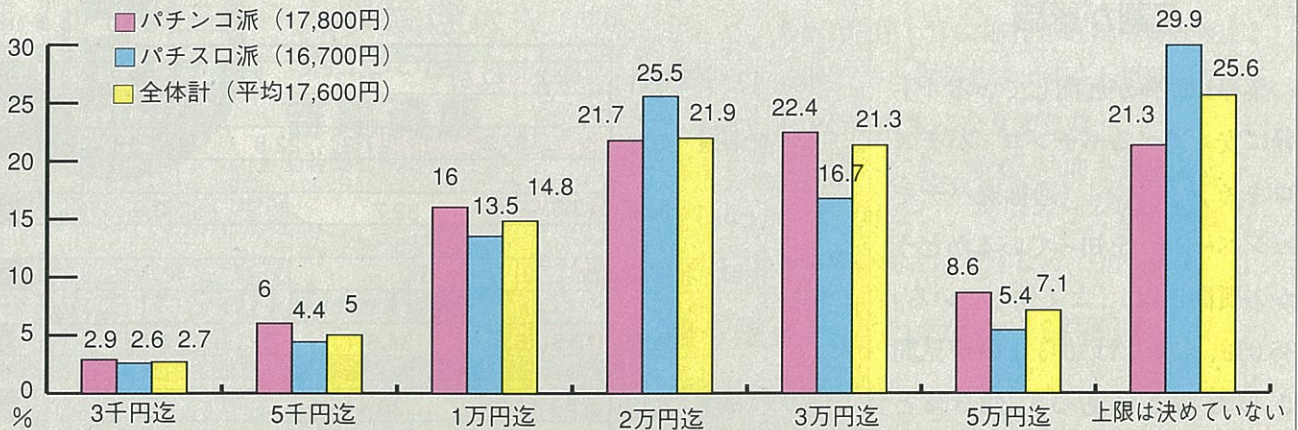
1回の上限額、平均で1600円減

パチンコ・パチスロで1回に使う金額の上限を聞いたところ、全体のトップは「上限は決めていない」で25.6%。次いで「2万円まで」で21.9%、「3万円まで」が21.3%、「1万円まで」が14.8%という順になっている。前は、「3万円まで」が2位で、「2万円まで」が3位だったのが、今回はわずかな差ながら「2万円まで」



たところ、全体のトップは「上限は決めていない」で25.6%。次いで「2万円まで」で21.9%、「3万円まで」が21.3%、「1万円まで」が14.8%という順になっている。前は、「3万円まで」が2位で、「2万円まで」が3位だったのが、今回はわずかな差ながら「2万円まで」

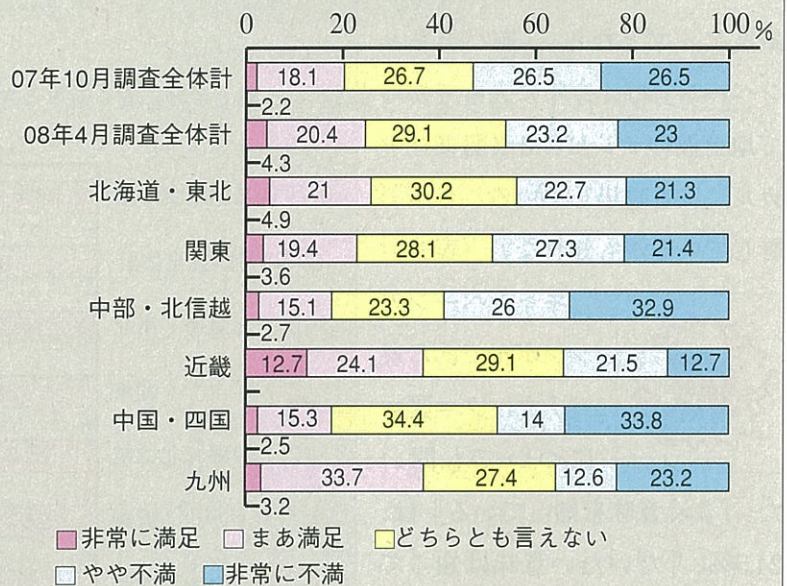
■1回に使う上限と考える金額（パチンコ派とパチスロ派）（表2）



のほうが上位にきているのが注目される。全体平均でも前回は19,200円なのが、今回は、17,600円と1,600円減っている。ファンの投資額はこの半年でも変化が現れている（表2）。

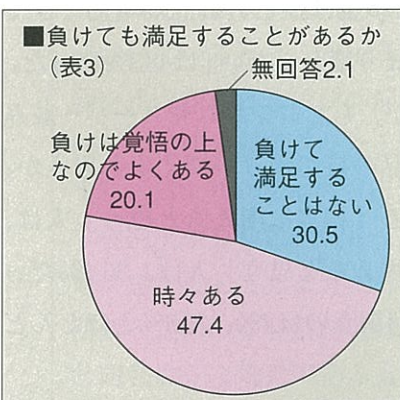
1回当たりの上限額は落ちていることが分かったが、それでは「負けはしたが、ある程度の時間楽しめたのでまあ満足した」というようなことがあったかどうかについてはどうだろうか。前回「負けて満足することはない」が約29%だったが、今回は約30%だった。「負けは覚悟の上なのでまあ満足はよくある」約20%（前回18%）、「時々はある」は約47%（前回51%）とファンの気持ちはほとんど変わらない（表3）。

■パチスロ5号機に対する満足度（地域別）（表4）



5号機への不満53%から46%にダウン

パチスロの新基準機（5号機）に対するファンの反応は、この半年間で変わったか。前回「5号機への不満」は、「非常に不満」「やや不満」が全体の53%と半数を超えたのに対して、今回調査では、約46%と半数以下に減っている。反面今回全体で「非常に満足」と回答した人は4.3%（前回2.2%）、「まあ満足」



「まあ満足」を加えると近畿は36.8%、九州は36.9%と高くなっている。「5号機でもいい機械が出てきている」という声を裏付ける傾向かも知れない（表4）。

1、2円パチンコ過半数が肯定

最近1円、2円パチンコが増えてきたが、ファンの反応はどうか。「すでに時々遊んでいる」人は18.2%、「安い貸し玉で遊ぶ方が多くなる」人は7.5%、「たまには遊んでも良い」人は31.2%と合わせて56.9%の人が低貸し玉営業に肯定的だった。ただ「遊ぶ気がしない」人も39.7%いた（表5）。

「遊パチキャンペーン」 7割が認識

業界15団体が展開している「手軽に安く遊べるパチンコ・パチスロキャンペーン」(通称遊パチキャンペーン)を知っているかどうかの質問には、「よく知っている」35.0%、「よくは知らないが見聞きしたことはある」33.5%と68.5%の人が認識していた。前は、これが58.8%だったのと比較すると、この半年で約10%もの認識度アップとなる。「遊パチキャンペーン」は、今年に入って初めて地上波のテレビCM(関東ローカル)にも登場していることが影響しているかも知れない(表6)。



キャンペーンのシンボルである遊パチマーク=図=についても聞いた。

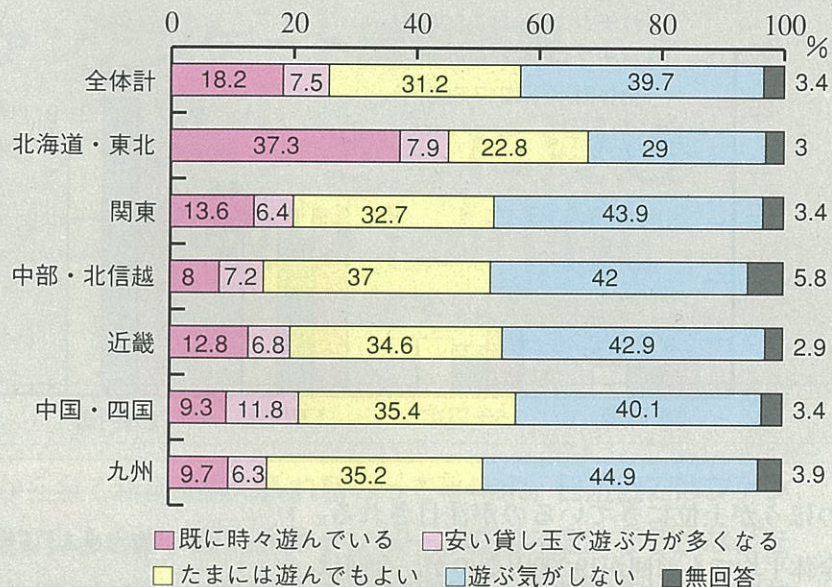
「よく意味を知っている」は、24.5%、「だいたい意味は知っている」が25.8%で、50.3%の人が知っていた。ただ、「見たこともない」人も多く、4人に1人にあたる23.8%だった。

最後に賞品取りそろえの充実度について聞いてみた。これは、一昨年12月に日遊協、全日遊連などホール

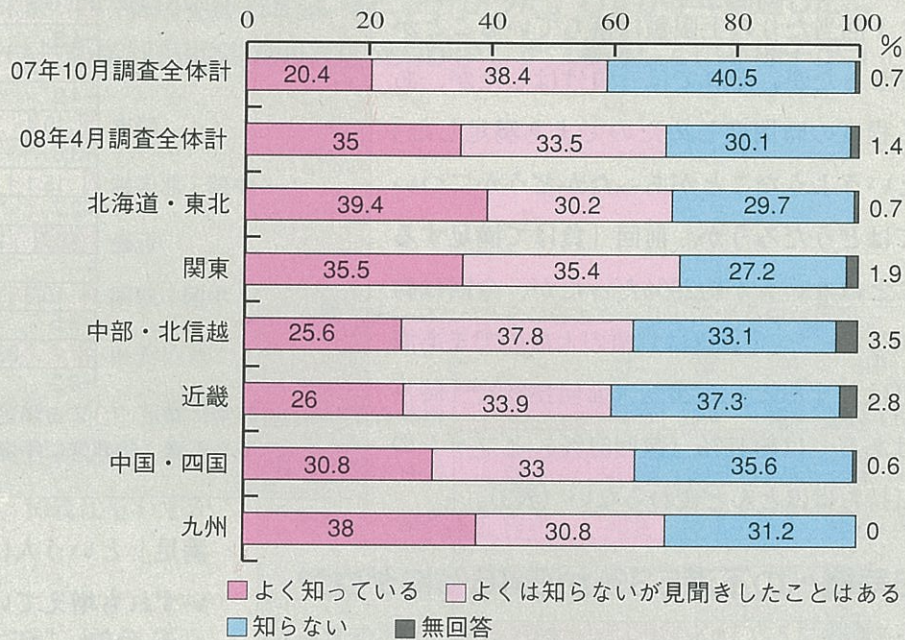
関連5団体が、充実を決議(5品目以上、500種類以上)しており。決議の達成は、昨年12月まで、となっている。

「ホールにおいてある賞品の品揃えが最

■低価格貸し玉ホールでのプレー希望(地域別)(表5)



■「手軽に安く遊べるキャンペーン」の認知状況(地域別)(表6)



近、以前に比べ充実してきた(欲しい賞品が増えた)と思いますか」の問いに「かなり欲しい賞品が増えてきている」は13.9%、「多少は欲しい賞品が増えてきている」は、34.4%。「あまり変わらない」は48.3%だった。

その賞品の品揃えが、もしコンビニやスーパー並みに充実した場合、賞品の持ち帰りが増えると思うか、について聞いたところ「相当に増えると思う」人は、15.6%、「ある程度は増えると思う」人は、36.4%だった。この数値は、前回調査の14.4%、35.5%とほとんど変わらなかった(表7)。

■最近「欲しいと思う景品」は増えてきたか(表7)

