

ボーダー理論

ボーダー理論とは、稼働と粗利さらには遊技台の寿命も含めて最適効率で運用するファン視点に立った遊技台品質管理の事である。

ファン視点に立った遊技台品質管理をされていますか？

ホームページ
特別提供資料

文=下村 和義
大都販売株式会社 カスタマー SE 課

大都販売ホームページをご覧ください

月刊アミューズメントジャパン（AJ）に掲載されたボーダー理論はいかがだったでしょうか？読者の中には、「その様な営業をして本当に利益が上がるのか？」と思われる方もいらっしゃるでしょう。その疑問の回答と、なぜこのような理論を打ち出したのか、その背景も含め、ここでは誌面の都合上、お伝えし切れなかったことを弊社ホームページをご覧の皆様だけに、ボーダー理論について、もう少し深いお話を致します。

貴社の利益は適正ですか？

まず、この話をする前にこのパチンコ業界が、今に至る経緯からお話したいと思います。この業界は、以前のほうが適正な利益で営業されていたと私は思います。（但し、その他顧客サービスや遊技台品質管理は除きますが）しかし、大手チェーン店の台頭により、薄利多売の大型店が乱立し、それに合わせ、多くの中小規模店舗も薄利営業で応戦しました。しかし、当然大型店でなければ利益額が見合わないのので、次は店舗の大型化が進みました。しかもこの背景には、スロット4号機の高粗利営業が行える時代であったという点も更に加速される要因でした。この大手が行った戦略は間違っていないと思います。この業界の顧客サービスに対する考えを激変させ、パチンコファンに大きな恩恵を与えました。しかし、資金力、規模が違う多くのホールが取った薄利営業は、単に「利益率の低い営業が、そのままファンの体感となる」というホール側の考えであ

り、ファン視点に立った考えではないと私は考えています。では、本当にファンが喜ぶこととはどんな事でしょうか？

ファン視点に立った営業とは？

ホールへ来られるお客様が本当に求めているのは、利益率を低く営業している店舗なのでしょうか？仮に①スタート5・8回で粗利が五千円の台と、②スタート6・2回で粗利を一万円取っている台は、どちらをファンが支持するでしょうか？当然どのお客様も体感する事ができるスタート回転数の高い②の台でしょう。

つまり、コンピュータがはじき出した利益は必ずしも顧客の体感と一致しないということです。もう少しファンの視点に立つて考えてみましょう。娯楽であるパチンコを遊技している殆どのお客様は、遊技台の様々な大当りを期待させる演出、そして、大当りを体験すること自体が醍醐味だと、私は考えています。もちろんギャンブルですから勝つ経験は必要です。でもその過程を楽しむことが多くのパチンコファンが遊技する理由です。そして更に、パチンコファンの支持を受けている多くのお店が共通している点は、人気の新台が地域で一番早く導入され、従業員のサービスも良く、活気があり、賑わい感のある店舗だと思います。そうだとすると、今行っている遊技台品質管理は、一番重要な点を見落としている営業となっていると感じます。

- ①スタートこそ最も優先すべき項目
 - ②販管費に見合う利益
- この2点を満たす営業を行わなければ、ファ

Daito Border Line



ンが求める店舗作りは、実現出来ません。この相反する二つのポイントを満たすためには、遊技台品質管理において、徹底した無駄の排除が必要です。そのため、遊技台の利益を確保する限界点を知った上で、営業をコントロールする必要があります。

情報化社会の影響

先ほどの話と合わせて、更に知っておかなければいけない事があります。それは、情報化社会の影響です。情報化社会と呼ばれる現代、スタートボーダーという言葉がファンの間で囁かれるようになって、もう数年の月日が経ちました。今はどうでしょうか？パチンコファンであれば、良く打つ遊技台のスタートボーダー値ぐらい頭に入れて来店するのが当たり前となり、そして、その基準でお店のブランド価値を量る時代となつています。

つまり、以前よりもファンのスタートに対する意識は更に高まっているということです。

勝ち抜くためには

では、このような時代となった今、何をすべきか？人件費削減、遊技台経費の節減。いえ、この部分を考えるのは最後です。当然無駄な販管費を圧縮する工夫は必要です。しかし、お客様へのサービスそのものに影響する販管費に手をつける前に、

ホールの唯一の商品である遊技台の品質は適正か、今一度見直して下さい。ホールで利益を生んでいるのは、この商品（遊技台）です。つまり、ホールの利益が減る、稼働が下る。そこには、必ず自店の遊技台品質管理に問題があります。自店を振り返って考えてみてください。どのような商品管理をされていますか？仮に、先ほど説明しましたファン視点に立ち、スタートを回すために、大当りの出玉を何の指針も無しに下げたとしたらどうでしょうか？ファンにストレスを与え、そのような遊技台品質となつていたり、又は、もつと利益が取れる台なのに低い利益で営業し、遊技台経費すら回収する事が出来なくなつていないでしょうか？

負のスパイラル

それでは次に、二つの事例から具体的に解説していきます。遊技台が短命化している今、導入時の商品力があるうちに早期回収をする。このような事を貴店では行っていないでしょうか？すべての遊技台を早期回収する。これは間違いないではありません。その手法が問題なのです。ここで二つの公式を紹介致します。

下段にあるこの公式がイコールになった地点が、その遊技台の最大利益のボーダーラインです。このボーダーラインを意識していないとホールブランドを下げ、ファンストレスを

商品価値+ホールブランド≧ファンストレス

増加させる結果となります。このような事の積み重ねが顧客の信用を失い、稼働低下を引き起こすのです。なぜあの店は、面白くもない台に、いまだにお客様がついているのかと疑問に思った事はございませんか？それは、お客様にとつては期待感のある台に見えるからです。早期回収をするために、遊技台性能以上の利益率で運用することは、「客離れ↓遊技台経費増加」の負のスパイラルへ陥ると断言します。つまりこれが、利益の限界点を知る考え方です。

そのシミュレーションからファンの顔は見えていますか？

もう一つの事例を挙げます。それはシミュレーションの落とし穴です。今のシミュレーションは、単に数値合わせの道具にしかなくなつていない点です。ですから、稼働目標、粗利目標を与えても、その結果に至る過程で、ブランド価値を落とすスタート値や、ファンにストレスを与えるような遊技台品質となつてしまつたのです。つまり、現状のシミュレーションは、ただの計算機に過ぎないのです。この問題を解決するには、どんなシミュレーションが必要なのでしょう？利益を確保する場合の明確な指針つ

表1：シミュレーション比較

| | 換金率 | 台数 | 導入経費 | 客滞率 | 稼働 | 千円ボーダー | | | | |
|-------------------|------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|------|--|
| CR大海物語スペシャル MTE | 3.3円 | 20台 | 656万円 | 170% | 40,000 | 19.12回 | | | | |
| | スタート | 確変ベース | 大当差玉 | 理K消化 | 最時消化 | R間秒 | 千円スタート | 粗利 | 回収日数 | |
| 既存シミュレーション値① | 5.90 | 90.0 | 1450 | 53.7 | 66.7 | 14.7秒 | 18.46回 | 5532円 | 60日 | |
| 大都ボーダー理論シミュレーション値 | 6.08 | 85.0 | 1327 | 80.5 | 100 | 17.8秒 | 19.15回 | 10014円 | 33日 | |
| 既存シミュレーション値② | 6.20 | 80.0 | 1265 | 107.3 | 133.4 | 21.0秒 | 19.62回 | 12008円 | 28日 | |

まり優先すべき項目と限界点を知ることが
できるシミュレーションです。

この大競争時代、同じ商品（遊技台）
を如何に競合店より活用し、自店のプ
ラント力向上と利益向上を計る指針が出る
今までにはない高度なシミュレーションが求
められています。また、日々の営業から、
その過程の検証を行えなければ、生き残る
事は困難です。

表1は、月刊A J誌にて紹介致しまし
たファン視点の検証値を加えたシミュレ
ーション結果です。

「既存シミュレーション①」の営業は、一
般的な今のホールの営業に近いシミュレ
ーション値かと思えます。では、「既存シミュ
レーション②」と「大都ボーダー理論シミュ
レーション値」はどうでしょうか？どちら
も利益は確保されていますが、通常は考え
ないシミュレーションに思えるでしょう。
確かに「既存シミュレーション②」は論外
です。赤枠内の値を見て頂ければ、ファン
のストレスとなる確変中の玉減り感を与
え、大当り中にフルオープンになる可能性
があります。しかし、「大都ボーダー理論
シミュレーション値」は、スタートボーダー
値までスタートを高めた場合の利益のボー
ダーラインです。このシミュレーション値は
理論上ファンへストレスを与えない限界点
です。この限界点を数値として把握するこ
とにより、自店の遊技台品質管理にまだ
考慮の余地が無いのか検証し、ファンが求
めるサービスを継続して行える利益を確保
した、店舗作りが実現できます。

『ボーダー理論』とは

ここまで読んで頂いた読者の皆様には、
なぜファン視点を意識した遊技台品質管
理が必要なのか分かって頂けたかと思いま
す。

つまり、千円スタートボーダーをホール
ブランドとして固定するならば、ファンに
ストレスを与える事無く、遊技台から取
れる粗利のボーダーラインは浮き彫りとな
り、稼動と粗利さらには遊技台の寿命も
含めて最適効率で運用する事ができるから
です。これが、遊技台を最大限に活用する
ファン視点の遊技台品質管理『ボーダー理
論』です。

具体的な指標値については、月刊A J誌
を参照して頂きたいが、もし、更に疑問や
質問などがございましたら、どうぞお気軽
に最寄の大都販売営業所まで、ご連絡下
さい。