

確実に広まる認知度 シェアは4年で15倍

クルーン役物に代表される、大当たり抽選にアナログ要素がからむ変則機は、デジタル機全盛の時代にあって、今一つ盛り上がりを見せているのが実情だった。

しかし、2007年から続くシリーズ最新作「CR餃子の王将3」（豊丸産業）が2015年に市場導入したことを皮切りに、蘇よみがえった一発台として話題になった「CR天下一閃」（大一商会）が2016年に、「天下一閃」と同様、デジタル抽選を排した「CRジェットアローII号Y」（ジェイビー）と「CRGoGoピラミッド2000」（Agon）の2機種が2017年に相次いで市場に導入。

さらに2018年、3段クルーン搭載の「CR天龍∞」（マルホン工業）が、その新奇なゲーム性でユーザーの耳目を集めた。

2015年10月〜2018年1月にかけて発売した、1回の大当たりで2000個前後の出玉が獲得できる変則機は、7機種。スペック替えのシリーズ機を含めれば、10機種に及ぶ。

2018年5月以降も、アナログ抽選を搭載した機種として、「CRRAIZINMAN」（Agon）、「CR犬夜叉JUDGE GEMENT∞」

（デイ・ライト）、「CR今日もカツ丼」（豊丸産業）を発売。メーカーの開発動向は、目に見えて活発化している。

「ただし、客観的に見ると、市場の評価は決して高いといえない」とするのは、ダイコク電機の成田晋治 上席講師。

「当社のデータによれば、変則機10機種のうち、稼働貢献が10週を超えた機種は3機種のみで、平均稼働貢献は9.8週。2015年の22.1週、2016年の11.7週、2017年の13.7週といった、パチンコ全体の総合稼働貢献週と比較すると、厳しい見方をせざるを得ません」

また、稼働貢献37週の「餃子の王将37000」から、同2週の「ジェットアローII号Y」まで、極端にバラついた稼働状況から、ジャンルではなく、個別機種の支持層がプレーヤーの中心と分析。「ジャンルとして、確固たる地位を獲得したとはいえない」との認識を示す。

しかし、その一方で、2015年時点で0.1%だった市場シェア率は現在、1.5%。15倍アップしたこと、ある種のジャンル感が醸成されつつある点は、否定できないとも。

「低いとはいえ、その伸びは倍々。『天龍∞』の貢献週が10週を超えたことといい、ホールにもユーザーにも、変則機のゲーム性が浸透してきたことは確か。見方を変えれば、シェアの低さは他店と差別化を図る

特別レポート

変則機の可能性

デジタル機一辺倒への反発か。玉の動きを楽しむ、本来の楽しさへの回帰か。アナログ抽選を搭載した、いわゆる変則機市場がにわかに盛り上がりを見せている。

シェア率こそまだわずかだが、導入機種は年を追うごとに増加。なぜ今、変則機なのか？そして、ホールはどのように扱うべきなのか？多数の関係者の声から、変則機を取り巻く現状と可能性をレポートする。

上では最適。数多のデジタル機の中
で、スパイ的な存在として活用す
れば、可能性は広がるのでは」との
見解を述べた。

熟達のコンサルも予測不能 なぜ若者受けするのか？

では、変則機はどの層に、どのよ
うな理由で支持され、そして、今後、
どんな機種が受けるのか。

成田氏は、把握すべき特徴として、
20〜30代の若年層プレーヤーが圧倒
的に多いことを挙げる。

「変則機は、年配層の需要が高い
と思われがちですが、実は50〜60代
の比率は驚くほど低い。特に『天龍
∞』は、若年層がメイン。これは予
測できませんでした」

ゲーム性が単純で、ある程度の知
識があれば、台の選定がしやすい点。
そして、当たれば必ず、一定量の出
玉が獲得できる点。それが、勝ちに
こだわる若者に、「パチスロのノー
マルタイプ」と同様の感覚で受け止
められたのではと推測する。



成田上席講師

一方、「勝ち方も負け方も明確な
点」を特長として挙げるのは、ホー
ルのコンサル事業を手掛けるTKC
の高橋正人社長だ。

「どうなれば勝ちなのか、止めど
きはいつなのか。台間POPを見て
も理解できない」と、昨今の液晶機
が抱える問題点を指摘。結果的に勝
てても、プレーヤーは、なぜ出玉
が出たのかが理解できない機種
のりピーターにはならないと高橋氏。
それは、負け方が理解できないこと
と同義だからだ。

Vに玉が入ったから勝った。役物
の中に全然、玉が入らなかったから
負けた。勝敗がシンプルのゆえの、納
得感^{ナゲカン}が、一定の層に支持される理
由だろうと語る。

この「納得感」の扱いが今後、変
則機を使う上で重要になる。

「現在、変則機は、アナログ抽選
を経てデジタル抽選に移行する『餃
子の王将』タイプ、その逆の『極閃
ぱちんこCRうしおとら』タイプ、
そして、アナログ抽選のみの『天下
一閃』タイプに分かれますが、『うし
おとら』タイプは現状、市場の反
応が厳しい」とは、両氏共通の意見。
パチンコユーザーにとって、「液
晶の図柄ぞろい」は、出玉に直結す
る絶対的な存在。にもかかわらず、
アナログ抽選に外れて出玉につな
がないとなると、打ち手は、納得感^{ナゲカン}
を失う。



高橋社長

「ゲーム性自体は、変則機の可能
性を広げる斬新なモノ。しかし、運
用に失敗したホールの多くでは、デ
ジタル機と混在したことで、納得
感^{ナゲカン}の喪失を助長してしまった。要
は、使い方次第」と高橋氏。

逆をいえば、ホールがユーザーの
「納得感」をうまく引き出すことが
できるかが、成否のカギ。例えば、
POPなどで、ゲームフローを説明
するのは当然として、「どこに入る
とゴールなのか」「何発獲得できる
か」といった出玉に直結する情報を
最大限、強調するのも手だろう。

10台以上の設置店にみる 変則機の使い方

実際に変則機を運用するホール側
の意見は、どうなのだろう。

キング観光グループが運営する名
古屋市の「キング観光サウザンド栄
若宮大通店」で、台選定を差配する
島田航プロック長。「性能的には辛目
だが、稼働も利益もしっかりとれる
台」と「餃子の王将37000」を

高評価する。

全国に45店舗（P・WORLD調
べ）にしかない普通機「CRコスモ
アタック7A04」（愛喜）を2台
設置するなど、変わり種の機種を心
意気^{ココロ}と語る通り、同店では「餃子
の王将37000」「天龍∞」を12
台ずつ、「CRうしおとら」を7
台設置。これは、パチンコ設置台数
624台の約5%に当たる。

店舗平均よりやや高粗利（玉利
27〜28銭）となつているが、それ
でも客離れが起きない理由について、
「餃子の王将37000」「天龍∞」
ともに1回の当たりが約7000発、
しかも、前者は保留連チャンもあ
り、1回の当たりが描く見せ場が良
く、荒い機種を好む土地柄にうまく
ハマった感じだ」と島田氏。

「天龍∞」導入時に「餃子の王将
37000」の稼働が低下したこと
で、変則機ユーザーはエリア内の固
定層と見る同店。自店の他機種より、
他店の同機種との比較が、選ぶ基準
であることを踏まえ、他店に負けな
いような運用を心がけている。

以前設置していた「天下一閃」
（12台）も売却はせず、しかるべき
ときに再設置するつもりと明かすよ
うに、変則機に期待をかける島田氏。
だからこそ、新台の導入には慎重に
なる部分も多いという。

「たとえヒット機種の後継機でも
シリーズとしての意識は捨て、個々



「キング観光サウザンド栄若宮大通店」では「天龍∞」「餃子の王将37000」は背中合わせでの設置。プレイヤーも行き来が多かった

のゲーム性をしっかりと把握^{はあく}することが重要」との認識を示した。

「キング観光サウザンド栄若宮大通店」の場合、稼働は地元ユーザー中心だったが、ユーザーの流動性が激しい、都心の場合はどうだろうか。

永森商事が運営する「ジャラン五反田店」は、都営浅草線・五反田駅より徒歩1分の場所にある駅前型。

以前、7台導入していた「天下一閃」の平均アウトが約5万発を維持するなど、変則機の運用には実績のある同店。現在、456台のパチンコ機の約2%にあたる10台の「天龍∞」を、4パチのメインに設置する。「天下一閃」の5万発稼働も夕方過ぎからの伸びで確保していたように、自店の変則機はサラリーマン客

が主体」と話すのは、森雄太営業部ストアマネージャー。

その言葉通り、顧客の多くが一見客。昼まで閑散^{かええ}としていた島が、夕方には入れ替わりで客がつき始め、10時を過ぎるころには10台中8台が稼働する状況も日常的だという。

「一定の投資金額で、短時間勝負ができる変則機は、自店のようなオフィス街の店舗にとつて、夜からの稼働を支える貴重な機種。終日フル稼働は導入当初から念頭に入れておらず、夜プレイヤーの純粋な勝負台として、割り切つて使っています」
もともと、この運用は、「天下一閃」の高稼働の実績があつてこそその話。店自体が変則機に対して、打てるイメージを培^{つちか}つてこなければ、導入しても集客は厳しいのではと私見を語った。

3台以下の設置店はカテゴライズで島育成を

では、先に紹介した2店舗と違い、設置台数が4台未満のホールは、どう変則機を生かせばいいのか。高橋氏は、「カテゴライズ」を提唱する。

プレイヤーはたとえ、自分が勝てなくとも周囲が出ていれば、間接的にしろ、勝ちの体験を得る。3台以下の変則機が運用に失敗する理由は、この「大当たりの体感」が少な



島田ブロック長

いことだと高橋氏。

「並びで打つて誰も出ていない。当然、他機種でも頻繁^{ひんぱん}に起こりますが、これが319分の1のデジパチ以上に発生しやすく、派手な演出も少ない変則機では印象を悪くします」

そこで今後、導入する変則機に合わせて、「天龍∞」「餃子の王将」「天下一閃」などをそれぞれ2〜3台ずつ。4機種でコーナーを構成する方法を提案。

「天龍∞」を除けば現状、中古価格が安く、入手しやすい点。ある程度、大当たりの体感^をを演出しやすい点。何より、変則機はアナログ抽選の共通性で関連付けがしやすく、長期の島育成がしやすいメリットがあります」

本気で自店に変則機を根付かせるなら、メーカーの開発が積極化する今をおいてほかにないだろう。

回顧趣味にはとどまらず 変則機は進化のただ中に

ここから先は、作り手・メーカー



森営業部ストアマネージャー

の意見をまとめていこう。

「この数年来、当社代表・市原高明が絶えず言い続けてきたことのひとつに、『多種多様なゲーム性』がありました」

そう語るのは、「天下一閃」を送り出した大一商会で長年、開発として現場に携わつてきた大一販売営業戦略室の五位潤潤室長だ。

「液晶機が主流である事実は変わらない。しかし、飽^あき^ぎは必ず、市場に蔓延^{まんえん}する。その飽^あき^ぎをすくい上げられるゲーム性を持った機種を生み出していこうとの考えから出た言葉です」

市場に新たなゲーム性を。その使命感に支えられた「天下一閃」の開発だが、ゲーム性については、社内でも大きく反応が分かれたとか。

「羽根モノや一発機に馴染んだ世代は文句なく好反応でしたが、若い世代になるほど、『まったく面白さが理解できない』といった意見が多くなりました」

追求したのは普遍性ではなく、独自性。むしろ、社内での意見が分か



CR天下一閃



CR天龍∞

れたことで、「天下一閃」がコンセプトに忠実な機種であることに手応えを感じ、固定層の需要は必ず掘り起こせると、自信を強めたという。

ただ、実際に市場に導入した機種に、若者が高い反応を示したことは、想定外だった。

「当社に寄せられた若いユーザーさまの感想として多かったのは、『勝ちのルートが目で見える楽しさ』と『はじめて味わった玉で遊ぶ感覚』の二つ。ある意味では、古くて懐かしいゲーム性が、ここまで新鮮な受け止められ方をしたのは、うれしい驚きでした」

「天下一閃」が打ち上げたトスを「天龍∞」として、市場に打ち込んだのはマルホン工業。

同社の高田完人開発ストラテジ室長は、「『天下一閃』が灯した火種を絶やさず、どう市場をつないでいくかは相当、意識した」と、その影響は認めつつも、また違う観点から、変則機の需要について語る。

『『天龍∞』が生まれた背景には、今のデジタル機に対するユーザーの不安を解消したいとの思いがありました』と高田氏。

一つは、当たっても本当に投資分を回収できるのかといった出玉に対する不安。もう一つは、目に見えないデジタル抽選への不安だ。

「Vに入れば必ず約7000発。この不安を『見える化』で解消した単純明快なゲーム性こそ、本機が受け入れられた最大の理由だと考えて

います」

さらに、「天龍∞」は、明確な意図をもって、若年層に向けた開発に努めたと明言。

「古臭さを感じさせないデザインも、人気漫画を想起する三段クルーンもすべて、若者を意識したものの。しかし、何より配慮したのは、ぶっこみへの突入率を含めた、ゲーム設計そのものでした」

変則機のような玉の動きを楽しむ機種を開発する場合、過去の再現を意識するあまり、往々にしてゲーム自体が古くなりがち。高田氏は「一玉のアツさを追求した、かつての『発台』的なゲームでは、今の若者は耐えられないと判断。ぶっこみへの突入率は最大限に高めた上で、役物



五位淵室長

内で弾くゲーム性へと開発をリーディングしていった。

「この役物に玉が入りやすい設計は、止め打ちの抑制にもつながり、アウトを低下させない目的もありました」と高田氏。すべての狙いが市場のニーズと合致し、受けるべくして受けたのが「天龍∞」なのだ。

今後の変則機の開発動向について、他メーカーも変則機の開発を積極化させるとの話も耳にしており、変則機市場は同じジャンル内での競争へとシフトしつつあると考えます。互いに刺激を与えながら、進化していければ」と五位淵氏は語る。

片や、マルホン工業の高田氏は、「変則機は絶対必要という考えには縛られていません。需要があれば押し、なければ引くだけ。もちろん、今は全力で押しの時期と判断していますが（笑）」と、精力的な開発姿勢を仄めかす。

玉の動きを楽しむ原点回帰にとどまらず、時代に即した進化を遂げた変則機。新たな市場を開拓できるのか。今後も目が離せない。