

MODE MASTER
SCHOOL

機種構成

～機種構成のバランス～

Mode IN
株式会社メイドインサービス

○タイプ別比率 (1)

☆自店舗の設置機種のタイプを把握しておく

AT機？ART機？RT機？ジャグラー？沖スロ？Aタイプ？

自店舗が導入した機種のタイプをまずは理解しておく。どんなタイプの客層をターゲットとしているのか？又は、商圈内の客層に合わせた機種構成が望ましい。

そこが明確になっていない限り、どんな話題機を導入してもその効果は薄い。

□ジャグラー系

ジャグラー系は現状、中高年層を中心とした客層がメインであり、常に安定した稼働・売上・粗利を維持している。但し、今後は中高年層の減少と共に縮小の可能性も秘めている。ジャグラーシリーズでも、特徴の違う機種を導入することによって、ターゲットとする客層の幅が広がる可能性がある。ジャグラー島が固定できれば、入替の台数も削減することが出来る。

例) アイムシリーズ：中高年層中心 マイジャグシリーズ：若中年層中心
機種構成比率 目安 20%～40%

□30パイ

パイオニア系の沖スロ、特にハナハナシリーズを筆頭に全国でそのシェアを伸ばし始めている状況。基本30パイのコインを使用している機械を沖スロと呼んでいる。最近では沖ドキの様な、AT機で擬似ボーナスの連チャンを売りにしている30パイが人気。保通協の試射試験の内容変更に伴い、旧基準の機種は今後出てこない為、沖ドキの様な30パイが登場することも無くなった。30パイは、地域により大きくその人気度が違う。当然、沖縄ではホールの主流が30パイ。その他、中部地方（特に愛知県）や北関東などでも30パイの人気は高い。Aタイプなので、中高年層が中心かと言えばそうではなく、沖スロ特有の客層・コアなファンが多く存在する。固定のファンを育成してしまうと、ジャグラー並みの安定感と強さを発揮する。※関東圏は苦戦する例が多い

機種構成比率 目安 0%～20%

○タイプ別比率（2）

□その他Aタイプ

機械としてハズレが多く、稼働・粗利ともに安定はしないカテゴリー。最近の中ではHANABIの実績が飛び抜けて良いが、後にも先にもHANABI以上の実績が出たAタイプの新台は皆無。但し、ニューパルセーシリーズやクレアの秘宝伝など、根強いファンが存在する機種も設置されているので、自店・地域の客層にあったAタイプを導入したい。

機種構成比率 目安 5%

□AT機

旧基準機のメインとなるタイプであり、出玉の訴求とリスクが両極端で店舗全体の収益性もAT機の台数や比率で決まってくる。2015年当時の主力であり、ヘビーユーザー中心に売上・粗利の中心に位置する。5号機時代の最高位に位置する出玉性能を有するタイプであった。その為、業界側の自主規制という形で、2016年7月までAT機の販売・導入が終了する事が決定した。

機種構成比率 目安 20%～30%

□ART機

2015年新基準機の礎となるか？設定看破などの要素は、AT機よりも分かりやすくベースも高く、比較的遊びやすい。5.5号機の主力となるタイプである。ボーナス+ART又は、ARTのみで出玉を獲得する機種になるが、最近ではAT機に代わってその設置比率は40%近くまで上昇している。

機種構成比率 目安 20%～40%

[point]

自店が目指すスタイルに合わせた機種構成比率を検討。業界全体の動向も踏まえた方針を打ち出さないと、大きな方向転換が必要になる時もある。どんな店づくりを目指すのか？機種構成によって、店のイメージを表す重要な要素であり、客層さえも機種構成によって変動する。

○理想的なタイプ別比率 (1)

☆理想的な機種構成比率パターン ※2018年現在

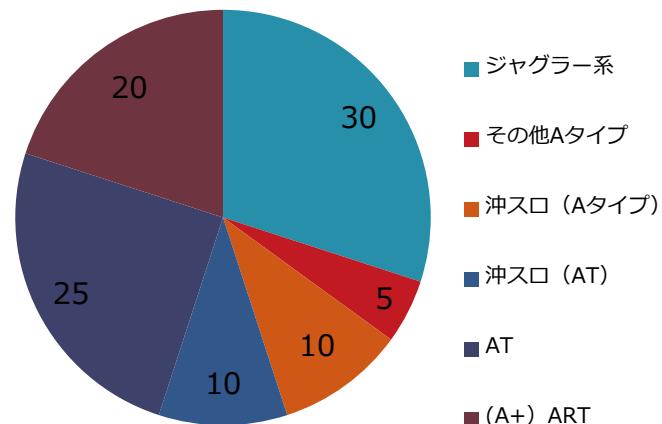
□バランス型

各タイプ毎に売上・粗利のバランスを考えた機種構成比率。ジャグラーと沖スロで稼働を確保し、その他Aタイプ・AT機・ART機で粗利を確保する。

[point]

ジャグラー・沖スロの稼働安定が大前提。
ここでの稼働が低下すると全体の稼働も一気に低下する恐れを孕んでいる。

機種構成比率①



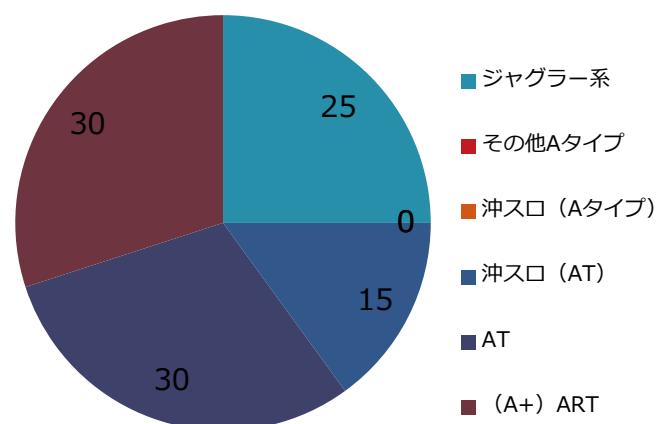
□攻撃型

AT・ART機で全体の70%を占める機種構成比率であり、売上重視の比率でもある。
若年層中心の駅前繁華街型の立地に多い。
回転数も高いので、売上が特に上がりやすい。

[point]

AT・ART機の入替頻度が高くなれば、稼働の低下も早く、甘い機種が多くなると粗利確保もままならないリスクの高い比率。

機種構成比率②



○理想的なタイプ別比率 (2)

☆理想的な機種構成比率パターン ※2018年現在

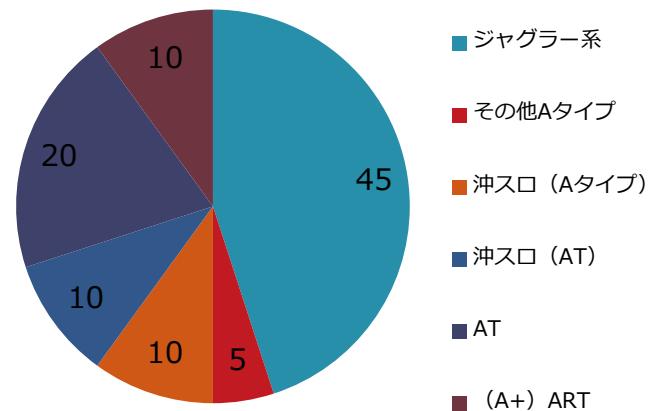
□守備型

特にジャグラー・沖スロ・Aタイプの比率が高い稼働安定型比率。稼働の上昇は難しいが、稼働の安定感は抜群。反面、売上・粗利の面では、低い前提での運営となる。

[point]

こちらもジャグラー・沖スロの薄利運営が前提の機種構成比率であるため、AT・ART機にはほとんど設定という設定は入らない。
地方郊外型立地向き。

機種構成比率③



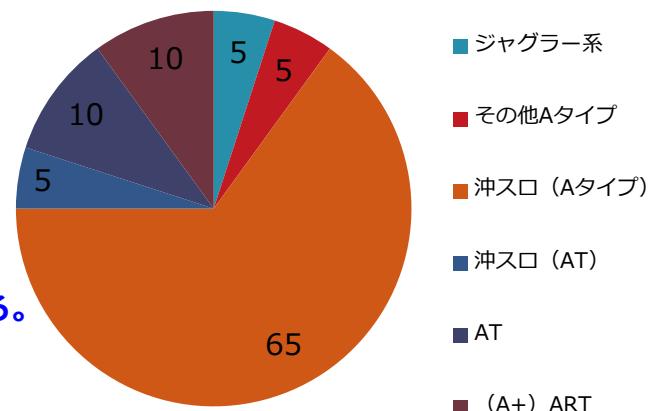
□沖縄型

現在も沖縄県内ではよく見られる風景。
沖スロがメインの機種構成で、1機種当たりの台数もまとまっている。沖スロだけに設定を投入して、稼働の維持・アップを狙う。

[point]

本土では、ここまで機種構成比率は滅多に無いが、沖スロが浸透している地域では、このような尖った運営も成功する可能性を秘める。

機種構成比率④



○機種構成のポイント（1）

☆各メーカーのバランス取りは必要？

トレンド重視！しがらみや機歴も考慮

正直メーカーの比率、バランス取りなど考える必要はない。4号機時代はメーカー毎に特徴があって、ホールにも○○○（メーカー）に強いホールなど特徴的な機種構成の店が多くた。

現在では、バジリスク絆やまどか☆マギカを中心にユニバーサル系の機種が人気であるが、その時代のユーザーの嗜好に合わせた機種構成を考えたい。ホール側の都合や趣味で機種構成を決定する事だけは避けて欲しい。ただ、多台数少数機種構成だとユーザーのニーズに応えられない可能性が高いため、最低限必要であると考えられる機種は、バラエティ～少台数で対応したい。

また今後どうしても必要な機種がある場合は、事前の機歴作りも必要悪と捉える場合もある。

トレンドに合わせて必要な機歴があれば、購入の検討もする。しかし、新台の稼働寿命が著しく低下している現状では、欲しい新台1台確保する為に2台・3台の機歴・経費、更に稼働が悪かつた時の入替用新台の経費1台・2台分が必要になる可能性も考慮し、トップ導入ではなくても中古機導入を前提にした運営も視野に入れる。

安易に話題機に飛びついた場合の結末は？・・・しかも多台数！

5号機になってからというもの、話題性の高い機種が必ずしもヒットしているという実績はほとんどない。代表的な機種では「北斗の拳 修羅」「バジリスクⅢ」「アステカ太陽の紋章」であった。現行でAT機である「バジリスク絆」「北斗転生」とのシステムギャップが稼働を大きく下げた理由だが、昔の版権で「飽き」が感じられた要因もある。

北斗だからある程度期待できるという神話が崩れた機種でもある。稼働しないので見栄えも悪く、早めの減台はしたいが新たな機種を購入しなければならないので予算もかかる。現在の5.9号機や今後登場予定の6.0号機では、もともと生産台数も少なく、多台数で購入するケースは少ないが、引き続き注意したい。

○機種構成のポイント（2）

☆客層別機種構成（自店の客層を把握する）

自店リピーターの比率は？

来店頻度により幅はあるが、まずは自店をマイホームとして遊技していると考えられるユーザー数がどのくらいか把握する必要がある。会員システムで見る場合、目安として全会員の内、20%程度が実際に来店いただいていると考えて良い。自店の全会員数が1,000名の場合、約200名程度のコアなユーザーがリピーターとして自店エリアに存在している。逆に見ると、300名のコアユーザーを目指すのであれば、1,500名の会員登録が必要になってくる。

会員システムが整っていない場合、ピーワールドなどのメール会員数でもある程度の把握は可能になる。会員システム同様、メール会員登録数の約10%はメールの案内により誘導することが可能になる。合わせてホールの営業努力により、この比率を上昇させる事も可能になる。自店の設置台数×10のメール会員数を最終目標とする。仮に200名のコアユーザーが存在するのであれば、その層を大切に自店のファンとして育成しなければならない。

イベント時の客層変化

いつもご来店頂いている方とは全く違う知らない顔ばかりが…

イベントや企画を立てる日などは、出玉に期待した動きの軽い若年層が来店する可能性が急激に高くなる。普段来店していないユーザーがどの機種を打っているのか？どんな動きを見せるのか？朝一の並び・入場・台確保、その後の立ち回りなど、細かくチェックできると良い。※設定調整へ結びつける

大事にする機種と割愛する機種を見極める

真の自店ユーザーから支持を得ている機種とは何か？機種毎に平常時とイベント時の稼働格差を比較する。特定日のみ極端に稼働が上昇する機種、特定日・平常時ともに大きく変わらない機種の2パターンある。当然、どちらも稼働が大きく変わらない機種を大事に育成してゆきたい。※設定調整へ結びつける

○機種構成のポイント（3）

☆客層別機種構成

・自店舗の色とは？打ち出したい色と現実

競合店にない自店の色を出したい！と言う願望は常に存在する。しかし、自店の客層から考えた時に無理な理想は追いかけないようにしたい。自店のファンにとって、必要な色なのかどうか？魅力的に映るのかどうか？事前に調査、アンケートなどを実施し、じっくりと精査する。特に特徴的な設置機種・比率の変更などは、稼働を著しく低下させる可能性があるので、慎重に実施して欲しい。

失敗例1）

ジャグラー系の設置比率アップ・稼働重視の薄利営業で粗利不足！

中古でも高価なジャグラー系機種を取り揃え、稼働重視の営業で設定ベースを③に。月間を通して粗利を0に設定し、3ヶ月間運営。結果としてジャグラーの稼働は上昇せずに、やむなく減台。

失敗要因

稼働面で優位に立っている競合店のジャグラー設置台数が多く、高稼働させるほどの十分な集客ができなかつた。集客できるほどの出玉も出でていない中途半端な状況が続く。

ジャグラーなら何とかなると言う何の根拠もない理由からジャグラー比率アップを決断したことが大きな失敗要因。

失敗例2）

バラエティコーナーのある機種をデータ上稼働が悪いので撤去したが、実は年配層が遊技しており、投入スピードが遅いが店にいる時間は長かった。その年配層は近隣競合店のバラエティコーナーで撤去してしまった機種を遊技していた。

失敗要因

この事例はかなり細かいが、これからは気にしなくてはならない時代になってくる可能性はある。データ上の数値だけで判断せず、しっかりとフロアでユーザーの傾向観察を行いたい。