



遊技時間が示唆するインサイト ～ 正しい分析の行い方 ～

2023-10-18



遊技時間が示唆するインサイト ～ 正しい分析の行い方 ～

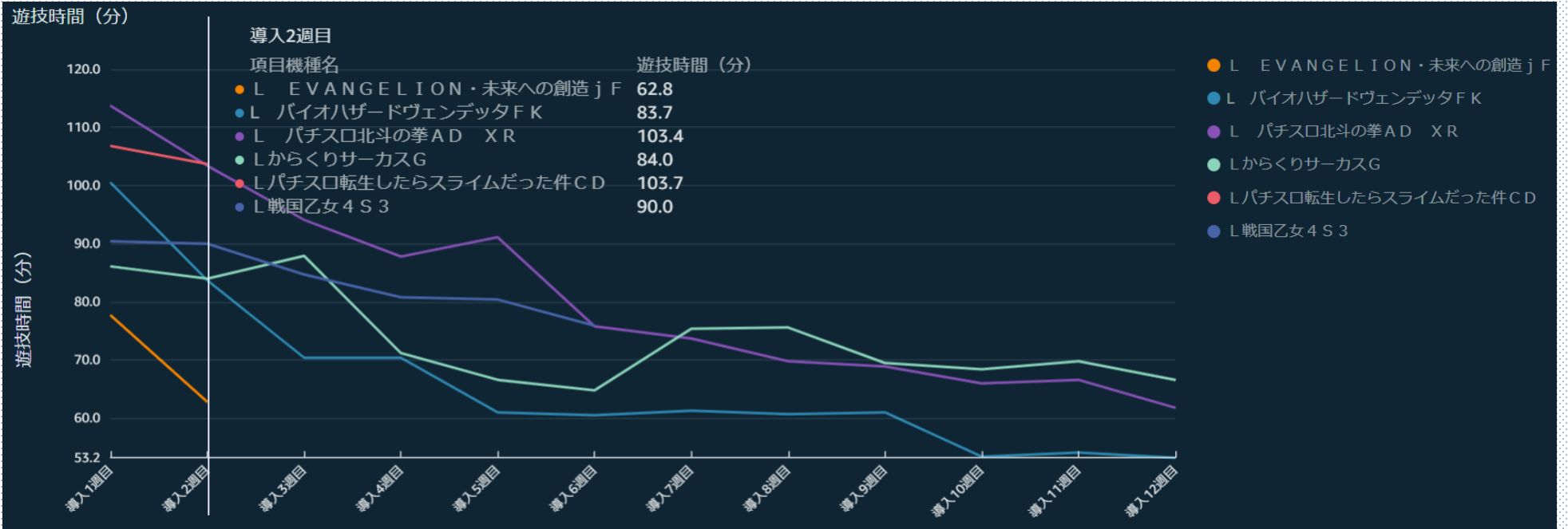
2週目にしても「転スラ」は良好な数値を残している。

そこで、本稿では「転スラ」の稼働を構成させている要因として影響が強い「遊技時間」というデータに着目して分析を進めてみることにする。

同時に「遊技時間」というデータを例に分析における“正しい視点”についてもまとめることにする。



遊技時間経過観察



「転スラ」の遊技時間は導入2週目にしても100分を超えている

スマスロ導入2週目の遊技時間

導入2週目

項目機種名	遊技時間 (分)
● L EVANGELION・未来への創造 j F	62.8
● L HEY! エリートサラリーマン鏡 P A 4	87.5
● L バイオハザードヴェンデッタ F K	83.7
● L パチスロ北斗の拳 A D X R	103.4
● L アナザーリノヘブン C C	31.7
● L からくりサーカス G	84.0
● L ゴブリンスレイヤー R D	77.9
● L スロット ソードアート・オンライン B 2	93.9
● L バキ L 3	91.7
● L パチスロ009RE : CYBORG-NZ	72.9
● L パチスロキンニクマン4 S L D C	70.6
● L パチスロにゃんこ大戦争 M K	85.1
● L パチスロベルセルク無双 E V	89.4
● L パチスロ転生したらスライムだった件 C D	103.7
● L ラブキューレ2 P S	81.4
● L 革命機ヴァルヴレイヴ D	75.0
● L 主役は銭形 4 L 1	81.5
● L 戦国BASARAギガZ E	71.7
● L 戦国乙女 4 S 3	90.0
● L 麻雀格闘倶楽部覚醒 K M	80.4

導入2週目で遊技時間100分を超えたスマスロは「北斗」と「転スラ」2機種だけになる。

したがって、本機はプレイヤーの長い粘り込みによって稼働が構成されており「遊びかたの質」は高く評価できる。

ただし、「北斗」と「転スラ」では販売台数の違いがあるので横並びに評価はできない。

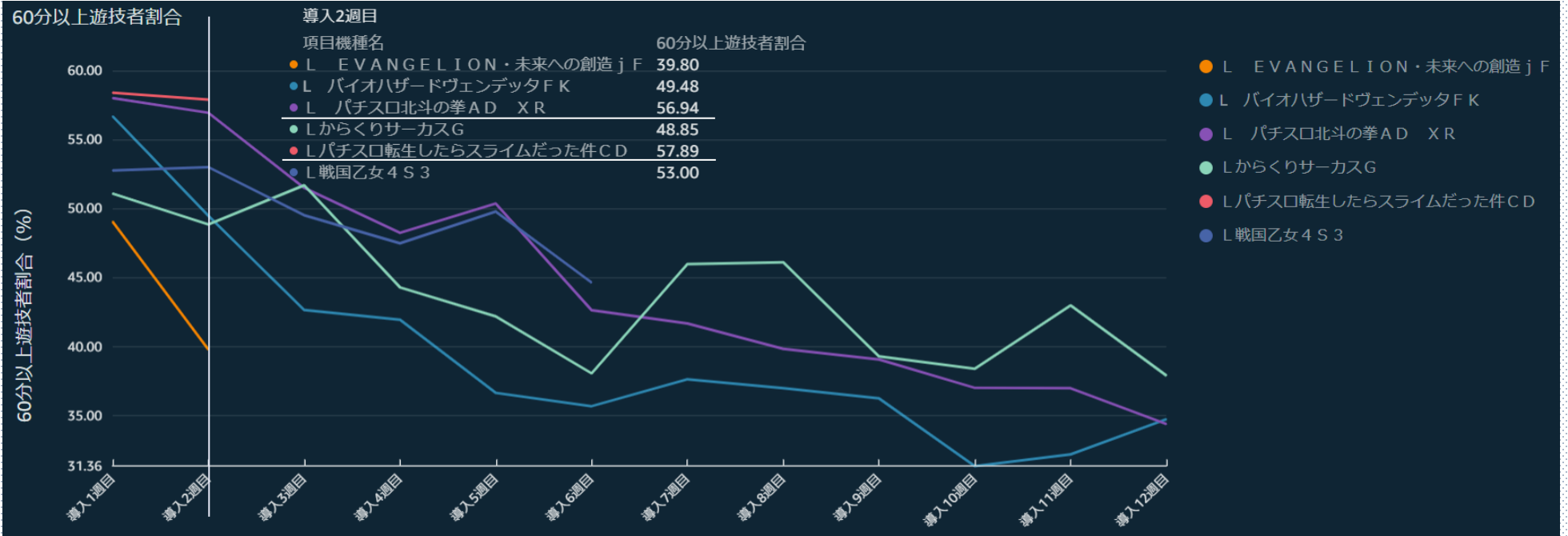
推測の域を出ないが「転スラ」というコンテンツとパチスロファンの相性みたいなものが合致した機種なのだろう。

それでは次に、遊技時間別の遊技者割合について分析を進めることとする。

次頁に「60分以上遊技者割合」をまとめた。

※規定台数および規定店舗数に満たない機種は除外

スマスロ導入2週目の60分以上遊技者割合



「転スラ」を遊技するプレイヤーの内、60分以上遊技しているプレイヤーの割合は約58%となった。これは「北斗」よりも1pt高い。

では、先ほどと同じようにスマスロの中でどの位置づけとなるのか分析を進めることとする。

スマスロ導入2週目の60分以上遊技者割合

導入2週目

項目機種名	60分以上遊技者割合
● L EVANGELION・未来への創造 j F	39.80
● L HEY! エリートサラリーマン鏡PA4	51.46
● L パチスロ北斗の拳AD XR	56.94
● L アナザーリノヘブンCC	17.05
● L からくりサーカスG	48.85
● L ゴブリンスレイヤーRD	45.34
● L スロット ソードアート・オンラインB2	53.43
● L パキL3	49.80
● L パチスロ009RE: CYBORG-NZ	44.00
● L パチスロキンニクマン4SLDC	40.54
● L パチスロにゃんこ大戦争MK	48.00
● L パチスロベルセルク無双EV	54.00
● L パチスロ転生したらスライムだった件CD	57.89
● L ラブキューレ2PS	46.37
● L 革命機ヴァルヴレイヴD	45.79
● L 主役は銭形4L1	50.15
● L 戦国BASARAギガZE	42.51
● L 戦国乙女4S3	53.00
● L 麻雀格闘倶楽部覚醒KM	49.02

すると、60分以上の遊技を行うプレイヤーの割合が55%以上なのは「北斗」「転スラ」だけとなった。

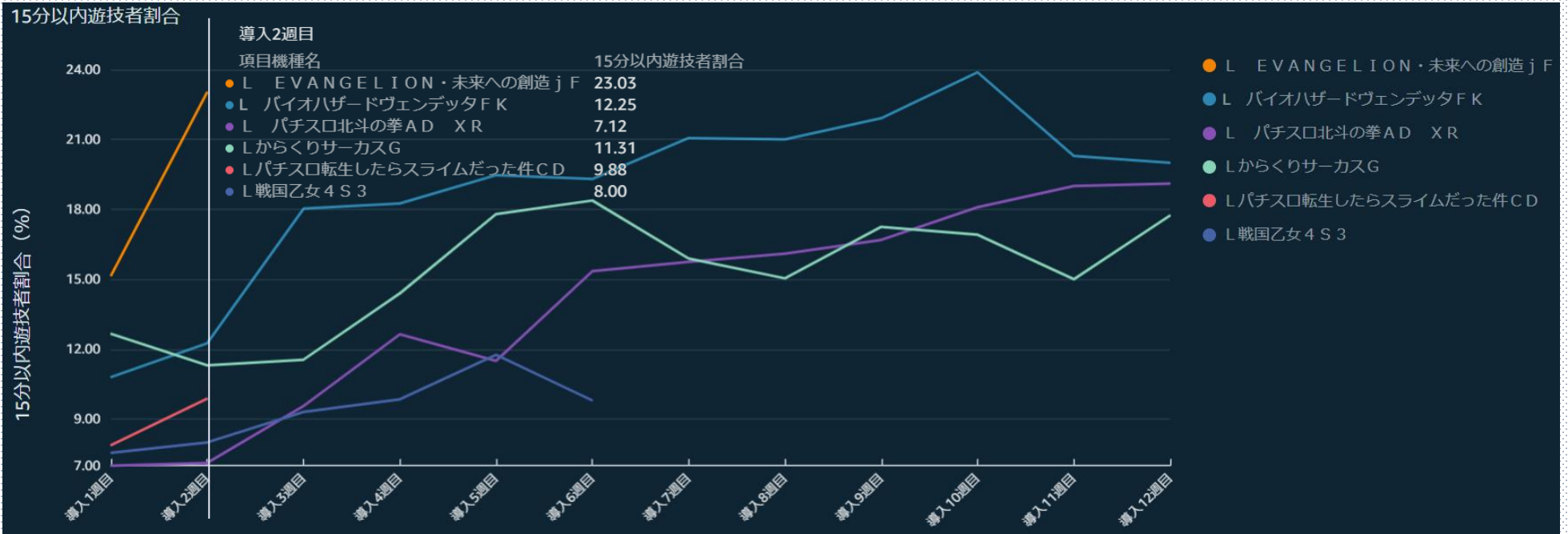
遊技時間平均が高くなったのは、こうした層の影響であると考えられる。

では次に、長時間遊技者の一方に存在している短時間遊技者の割合について分析を進めることとする。

次頁に「15分以内遊技者割合」をまとめた。

※規定台数および規定店舗数に満たない機種は除外

スマスロ導入2週目の15分以内遊技者割合



「転スラ」の2種目時点における唯一のマイナスポイントは、60分以上遊技を行うプレイヤーの割合が高くなった一方で、15分で遊技をやめるプレイヤーの割合も高くなってしまった点である。

ただし、それは「北斗」と「戦国乙女」に比べてという話で、相対的に見れば決して悪くない。

では、同様にスマスロ集団における位置づけを確認してみよう。

スマスロ導入2週目の15分以内遊技者割合

導入2週目

項目機種名	15分以内遊技者割合
● L EVANGELION・未来への創造 j F	23.03
● L HEY! エリートサラリーマン鏡PA4	9.63
● L パチスロ北斗の拳AD XR	7.12
● L アナザーリノヘブンCC	34.39
● L からくりサーカスG	11.31
● L ゴブリンスレイヤーRD	13.29
● L スロット ソードアート・オンラインB2	7.70
● L バキL3	9.41
● L パチスロ009RE: CYBORG-NZ	13.00
● L パチスロキンニクマン4SLDC	11.61
● L パチスロにゃんこ大戦争MK	10.00
● L パチスロベルセルク無双EV	9.00
● L パチスロ転生したらスライムだった件CD	9.88
● L ラブキューレ2PS	11.73
● L 革命機ヴァルヴレイヴD	9.05
● L 主役は銭形4L1	12.29
● L 戦国BASARAギガZE	11.98
● L 戦国乙女4S3	8.00
● L 麻雀格闘倶楽部覚醒KM	12.75

すると、15分以内で遊技をやめるプレイヤーの割合が8%以下なのは「北斗」「戦国乙女」「SAO」となっている。

しかしながら、相対的な評価においてはやはり悪くはない。

それではこれらの考察結果を受けて遊技時間というデータを基にどう評価を下していくのかまとめることとする。

※規定台数および規定店舗数に満たない機種は除外

遊技時間というデータから考える分析のポイント

「遊技時間平均」を構成させる「遊技時間別」の「遊技者割合」を分析すると、遊技時間（≒1人あたりアウト）という数値が、どのような遊技動向（遊技時間）を示すプレイヤーで構成された結果に基づいているのかわかりやすくなる。

長時間粘り込むプレイヤーが多いのか、あるいは短時間で遊技をやめるプレイヤーが少ないのか、「遊技時間平均」という数値ひとつ切り取っても、こうして中身を知ると違った印象や見解にならないだろうか。

私が思うに、分析というのはこうした要素構造を探索的に掘り下げてこそ正しいインサイトに近づけると考えている。「遊技時間が長いから・・・」、「アウトが低いから・・・」、「打込支持率が高いから・・・」、こうした見解はあくまで「**事実の整理整頓**」に過ぎず本質的な所までは語れない。

今回は「遊技時間」を例に挙げたが、分析を行う上ではこのような視点を持つことが重要だとお伝えしておきたい。

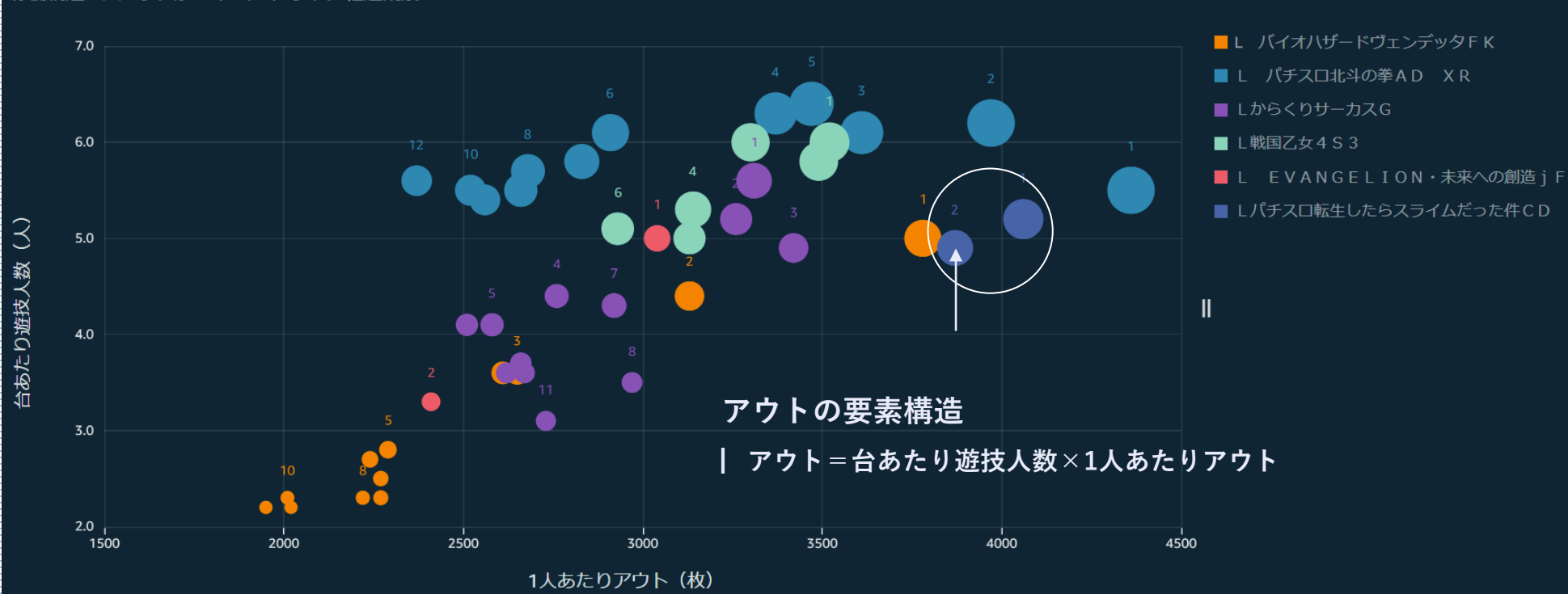
遊技時間平均



では、ここまでの分析で「転スラ」の「遊びかたの質」がどのような状況にあるのかが理解できたと思うので、次は稼働構造を分析し、**適正な台数の導き出し方や運用面の方向性**についてデータ分析から考えてみることにする。

稼働構造（導入12週間の経過観察）

稼働構造：バランスシート（z=アウト）経過観察



「転スラ」の2週目の遊技時間（≒1人あたりアウト）は「バイオ」の1週目のポジションに近い場所にプロットされた。1人あたりの粘りは2週目の「北斗」に比べ若干劣るレベル。しかしながら、「台あたり遊技人数」は「北斗」や「戦国乙女」に比べると低く、約5人程度で構成されている。したがって、アウト平均（バブルサイズ）がそこまで大きくならなかった理由は、プレイヤーを集める吸引力に問題があると考えられる。

つまり、設置台数が多すぎる、あるいはマスウケする商品ではないことが示唆されているので、バラエティ向けの機種であるが欠品は許されない商品である。と、そんなインサイトが得られそうである。

稼働構造から見えてくる「転スラ」の運用面のポイント

「転スラ」の「遊びかたの質」は前述した通り群を抜いて高い。
つまり、好きな人からしてみれば“神台”という事なのだろう。

ただし、短時間で遊技をやめてしまうプレイヤーが多く「台あたり遊技人数」がそこまで高くないという事は、
マスウケするほどの商品ではないと考えられる。（閑散期であることは多少の考慮が必要）

したがって、本機を扱っていく上でのポイントは以下が論点となる。

「台あたり遊技人数」5人の維持

- └ ★設置台数
- └ ★レイアウトの工夫

次頁に続く・・・

稼働構造から見えてくる「転スラ」の運用面のポイント

★設置台数

例えば4台の設置という事であれば4台×5人で20人のプレイヤーを集め続けなければならない。

(貴店の状況に鑑みて) 可能 or 不可能

もし仮に、不可能という判断で、15人ぐらいなら可能という事であれば、15人÷5人で3台設置が適正という見解に辿り着くので1台減台が好ましい。そんな事が考えられる。

★レイアウトの工夫

上記の例に続くが、現状4台設置でそれを「**固めて横並びで設置**」しているホールがあったとした場合、例えば、「**3台は固めて設置し残り1台はバラエティ**」で運用する。

こうした発想は、データ分析に基づいた面白い戦略構想ではないだろうか。

これは20人の維持が困難だけど15人を集める事なら可能であるという判断を基に意図して3台にし、遊技客の維持に努め、残り1台はバラエティで客倍を上げながら5人を確保するといった戦略構想となる。

分散させてしまうとスケールメリットが損なわれる事も危惧されるが、

前述した通りマスウケする商品ではないので、全体に与える影響としてはそこまで高くないと考えられる。

強いては**個別機種**の寿命を長める事や**バラエティコーナー**の活性化に繋がるといった有効な手段となるだろう。

つまり、分析というのはこうした準備の裏付けに使う道具(手段)であって、その道具をどう使うのか(アクション)が重要な意味を持っていることを忘れてはならないと考えている。

まとめ

要素構造を知る重要性と戦略に落とし込む発想！

我々の業界で重要とされている指標は昔からほとんど変わらないのではないだろうか。遊技機メーカーのプレゼンにせよ、ホールコンメーカーの仕様にせよ、どのデータを扱うのかであったり、データの素材自身、正直、あまり変わっていない気がする。

もちろん、昔はそうした指標に価値があったし、正しい所もたくさんあった。

しかし現在は、遊技人口が大きく減少しているので1つのデータから読み取れる精度や文脈は限られる時代となった。

だからこそ、探索的な視点が重要で、正しいインサイトへどう近づけるのかが大切だと感じている。

本稿では、そのヒントとして要素構造を知ることの重要性について論じさせていただいた。これはあくまで一例だが様々な局面で応用できるので、今一度、貴社のデータ資産を見直し、おいしい料理（正しい分析）を作る挑戦を試みてはいかがでしょうか。

最後までご覧いただきありがとうございました(‘◇’)ゞ

ご紹介

THINX-LAB.の記事だけ読みたい！

THINX LAB.

THINX-LAB. (シンクスラボ) では
パチンコ業界のすべてをデータアナリスト独自の分析から
有用となる情報を会員様に提供いたします。

レポート配信サービス

THINX-LAB.REPORT (シンクスラボ・レポート)

月額5,000円 (税別)

シンクスラボでは今回ご紹介したようなレポートをご覧いただけます。
10日間のお試し期間から始められるので
ご興味ある方はお問合せください(^^)

info@thinx-lab.com

090-5669-2182 (吉元)

 THINX

株式会社 THINX

〒675-0065

兵庫県加古川市加古川町篠原町 13 番地 3

まるいビル1F

代表取締役
Data Analyst
吉元 一夢
Yoshimoto Hitomu
090-5669-2182
h-yoshimoto@thin-x.co.jp

 文部科学省
文部科学省認定統計士
221010061

Data ▶ Design

Data - Driven Marketing

データでデザインする未来。



<https://www.thinx-x.co.jp/>



<https://www.thinx-lab.com/>

 @672ntdhp

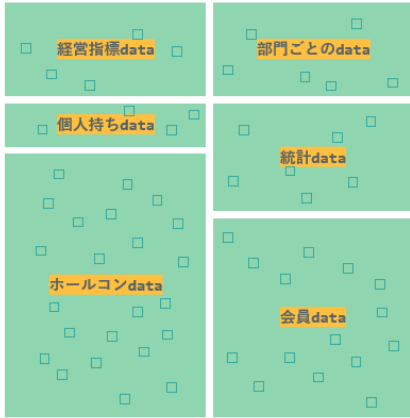


レポート配信のお知らせは公式LINEで行います。
よろしければご登録のほどよろしくお願い致します。

ご紹介

組織として独自の分析ツールを構築したい！！

いままで：縦割りでデータ分析が行われている



データ分析

- ホールコンのデータや情報をとにかく集める
- 集めたデータをExcelなどのローカル環境で処理
- 部署や部門、あるいは各自でデータ分析を行っている
- ホールコンからアウトプットされたデータだけを材料に議論を進める

生じる問題

- データ分析の属人化
- データを集めたりする作業に時間がかかる
- 各部門や個人でデータ自体は取っているけど活用されていない
- 組織内に散在する未活用データが存在している

これから：横串でデータ分析を行い実用的なインサイトを引き出す



● バックオフィスのDX化

データ分析を行う前段階で、データを集めたり整理したり、手間のかかる作業のデジタル化。これまで無駄に時間を要していた作業はIT技術に任せ、インサイトの発見に時間に費やしていく。

● ダッシュボード化して共有

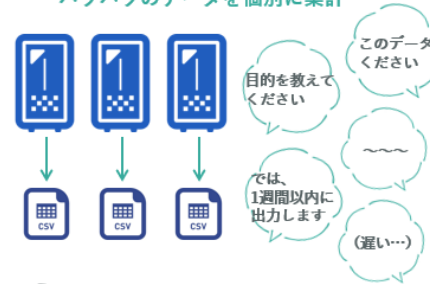
部門や個人に属人化し、バラバラに分析されていたデータを横串を通すことで、組織内に散在する未活用データを減らす。web上で共有を行い、誰が分析結果にアクセスしても同じ示唆を得ることができる。

● クラウドで分析環境の構築

基幹システム（ホールコン）には依存せず、独自の分析から示唆を得る環境を構築し、競合他社には知られない知見やノウハウをナレッジとしていき、データを組織の資産にしていく。

before

複数のシステムからCSVファイルを出力
バラバラのデータを個別に集計



- データ出力の申請に都度時間がかかる
- そもそもデータが見つからない
- ドリルダウンや軸の切り替えなど探索的分析に時間がかかる
- 個別の集計になり顧客動向を深く理解できない

after

必要なときに大量のデータを誰でも自由に分析・可視化



- 事前に必要なデータをクラウド上に登録しておくことでタイムリーな分析が可能に
- 組織にデータアナリストのような専門家がなくても予測・異常検知などのインサイトを獲得できる

独自分析ツールの構築にご興味ある方は
ご連絡お待ちしております(^^)

info@thin-x.co.jp

090-5669-2182 (吉元)