

TRYSEM CROSS

vol.40
2025.08

ボーナストリガーの真価と限界 ～ 短命な熱狂と長命な構造 ～

ボーナストリガーの真価と限界 ～ 短命な熱狂と長命な構造 ～

本書で扱うデータは TRYSEM (株式会社 SUNTAC) から引用



本書で定義するセグメンテーションは「TRYSEM」と異なる基準を採用しております

ミドル海 1/250～1/349 ライトミドル海 1/160～1/249 アマ海 1/60～1/159 ミドル 1/250～1/349
ライトミドル 1/160～1/249 アマデジ 1/60～1/159 一発機 なし ハネモノ なし

研究テーマ

◆研究テーマおよび背景

2025年6月、パチスロ市場においてにわかに注目を集めたのが、「ボーナス 트리ガー」という新仕様であった。本仕様は、これまでリリースされてきたAタイプカテゴリの中において、相対的に高い体験指標を記録した新構造として、一定の注目を集めた。

中でも「LBアレックス^{*1}」「LBエヴァ^{*2}」の2機種は、メディアやSNSを通じて強く訴求され、Aタイプ機種としては導入初週から良好な稼働水準を記録した。しかし、それは“中長期的な支持”を示すものだったのか——それとも一過性の話題性に過ぎなかったのか。

本稿では、これら2機種の導入初期～2週目までの実績データと体験指標（遊技時間・長時間遊技者割合・Rv）をもとに、「ボーナス 트리ガー」という仕様の本質と限界を冷静に検証する。あわせて、Aタイプ市場そのものの構造的課題を再考し、今後の導入判断の指針を提示したい。

※1 LBアレックス LBAREXBRIGHTBA ※2 LBエヴァ LBエヴァンゲリオンsR

ローンチ週に特有の熱狂と構造バイアスの可視化

「LBアレックス」は導入初週において平均遊技時間76.5分、「LBエヴァ」も72.3分と、既存Aタイプ（Sクランキー※³：66.2分、Sバーサス※⁴：51.6分）を明確に上回る高水準を記録した。

この結果は一見すると、新仕様による深い遊技体験が成立しているように見える。しかし、その背景には初週特有の複数のバイアス要因が潜んでいる。

たとえば、メディアやホール店頭でのプロモーションによって高まった期待値、SNSを通じた拡散による認知拡大、「試し打ち」目的の一見ユーザーの増加、さらには新仕様としてローンチされたボーナストリガー機であること自体が喚起した“特別感”や“初体験への期待値”といった要素が、通常よりも長く台に滞在する行動を誘発した可能性がある。

とくに注目すべきは、日頃はAタイプを打たないプレイヤー層——たとえばAT機を主戦場とするユーザーや、話題機種を優先して選ぶライト層——が一時的に流入したことで、数値が底上げされた構造である。これは、本来その仕様に親和性の高いプレイヤーから得られる評価とは異なる可能性を孕んでいる。

このような初週特有のバイアスが混在した状態で得られた数値は、そのまま仕様の実力を反映するものではない。むしろ、導入直後の“熱狂”がどの程度定着へと昇華されるかを見極めることが、実態評価において不可欠となる。

この段階で評価すべきは「高い数値」そのものではなく、「その高さが持続可能であるか」という視座である。単なる初動評価に惑わされず、定着構造の兆候を見極めることが、導入判断において重要な分岐点となる。

【図1】 導入7日間：遊技時間



※³ Sクランキー S/クランキークレスト/CR ※⁴ Sバーサス S/バーサスリヴァイズ/HS

二週目に顕在化した失速：遊技時間・定着率の急落

期待値が剥がれた2週目、数値の“実態”があらわになった。「LBアレックス」の遊技時間は60.8分、「LBエヴァ」は53.8分へと、どちらも15分以上の下落を記録。(図2) 加えて、60分以上の長時間遊技者割合も「LBアレックス」が44.09% → 34.83%、「LBエヴァ」は38.23% → 30.44%と、それぞれ約10ポイント前後減少している。(図3)

この急落は、導入直後の期待感が実体験によって剥がれ落ちた結果であり、仕様そのものの定着力が十分でなかったことを示している。初週における高水準な遊技時間と粘着率が、実は一時的な熱狂やプロモーション効果、話題性といった外的要因によって押し上げられていた——すなわち、構造的バイアスが存在して

いた可能性が高い。

「初めて触れる仕様」への期待感や、新しい遊技体験への関心が遊技時間を押し上げたとしても、それが本質的なプレイヤー支持に昇華しなければ、持続性は伴わない。まさに今回の下落は、その仮説を裏づける動きと捉えられる。

比較対象として挙げられる「Sクランキー」や「Sバーサス」では、導入後もなだらかな下降カーブを描いており、相対的に高い安定性を維持していた。これに対して、ボーナストリガー機は構造的に“初週ドーピング”を含む設計であり、短命化リスクを内包していると解釈せざるを得ない。

【図2】 導入経過観察：遊技時間



【図3】 導入経過観察：60分以上遊技者割合



「粘着水準」の現在地——遊技時間による機種間ベンチマーク分析

しかし、ボーナストリガー機にも評価に値する点はあった。その代表例が「Rv (Reward Value)」の観点から明らかになる“勝ち体験の質”である。Rvとは、単なる勝率や勝ち金額にとどまらず、「どのように勝ったか」「その勝利がプレイヤーにどれだけの納得感をもたらしたか」といった、体験そのものの満足度を定量化した指標である。

このRvにおいて、「LBアレックス」はきわめて高い水準を記録した。勝率と勝ち金額のバランスが良好であり、プレイヤーにとって“納得感のある勝利”が成立しやすい設計となっていたことが読み取れる。特筆すべきは、こうした結果がホール運用環境下でも維持されている点である。スペック表上の性能だけでなく、実際の稼働においても“勝てる感覚”を体験させる構造が設計されていたという点であり、単なる話題性に依存しない強さを備えていたことになる。

一方で、「LBエヴァ」はRvの水準において一般的なAタイプと同程度にとどまり、突出した魅力を見せるには至らなかった。勝ち金額・勝率のいずれも平凡であり、設計上はともかく、プレイヤーに対して印象に残る勝利体験を提供するには不十分であった可能性がある。

このRvの差異は、前章で扱った遊技時間や60分以上遊技者割合などの体験指標にも連動しており、「LBアレックス」のほうがプレイヤーの深い没入と定着を生み出していた実態と合致する。

言い換えれば、「LBアレックス」はボーナストリガーという新仕様を、単なる話題の仕掛けではなく、プレイヤーの満足体験としてある程度定着させた機種のひとつであったと評価できるかもしれない。今後は、ボーナストリガー仕様のベンチマーク機種として参照される存在になる可能性もある。

【図4】 導入経過観察：Rv



粘着性と集客性の複合的機能——主要 3 機種ユーザー集積構造分析

こうした個別機種の評価を踏まえたうえで、次に注視すべきは A タイプ市場全体の構造である。

「LB アレックス」は確かに新鮮な勝ち体験を提示したが、それが“市場全体の転換点”になったとは言い難い。そもそも、A タイプ市場（ジャグラー除く）は、現在の 20 円パチスロ客数全体に占める構成比がおよそ 8%にとどまっており、その影響力や市場ボリュームには一定の制約がある。

このような環境において、たとえボーナストリガー機がヒットしても、それが業績全体に及ぼす波及効果は限定的であり、構造変革をもたらす存在にはなり得ない。つまり、個別機種としての成功はあっても、カテゴリ全体の再評価には繋がらなかったということだ。したがって、今後のホール導入においては、「LB アレックス」のようなシリーズ後継機・強版權機を除き、ボーナストリガー搭載機の導入は慎重に行うべきである。

短期指標の高さに惑わされず、中長期の稼働安定性、体験持続力、仕様理解率といった“本質的な構造”に注目する姿勢が求められる。営業戦略上の投資先として優先すべきは、やはりスマスロ AT 機および LT3.0 プラス機であり、ボーナストリガーはあくまで“補助的な話題機”として位置づけるのが妥当である。

現場では、しばしば「売れるスペック」に依存しがちであるが、それは「定着する仕様」とは異なる。短期収益ではなく、長期営業貢献度の視点を忘れてはならない。



おわりに

ボーナストリガーという仕様は、Aタイプ市場に対するひとつの刺激策であった。その意義は否定されるべきではない。実際、「LBアレックス」のように体験設計に成功した機種も存在し、限られた条件下では一定の成果を示したことは確かである。

しかしながら、現段階において、それが“業界の方向性を変える革新”であったとは言い難い。市場全体への波及力は限定的であり、プレイヤーの定着構造や営業貢献度の面においても、決定的な変化を生み出すには至っていない。また、短期指標では優位に見える数値も、分析を深めると構造的バイアスや初期限定の盛り上がりによるものであった可能性が高く、仕様本来の魅力とは切り分けて評価する必要がある。とくに“納得できる勝ち方”という視点で見たとき、すべてのボーナストリガー機がその要件を満たしていたわけではない。

今求められるのは、「次の体験設計」に向けた継続的な試行と、その評価手段としての指標整備である。Rvをはじめとする体験ベースの評価指標は、その一助として有効であり、単なる出玉性能では測れない“支持の本質”を可視化する重要な手段となる。

ホール側もまた、話題性やスペックの派手さに依存した機種選定ではなく、“体験の継続性”や“仕様の理解促進力”といった中長期視点の戦略に移行していく必要があるだろう。

最後にあえて断言するならば、ボーナストリガーは“夢の仕様”ではない。だが、“夢を見るきっかけ”にはなり得る。そのきっかけを、次代の設計者たちがどう深化させるか——それこそが、Aタイプ市場の未来を決める鍵である。

—— 吉元 一夢

吉元 一夢 よしもと・ひとむ

データアナリスト・統計士・BI コンサルタント・BI エンジニア

1986 年生まれ。文部科学省認定統計士過程修了。

パチンコチェーンに入社し、マネージャー、データ分析責任者、統括責任者の経験を経て、現職。

現在は、IT 企業のシステム開発やソフトウェア開発にアドバイザーとして従事しながら、

パチンコホール・戦略系コンサルタントとしても活動している。

その傍ら、全国から収集されたビッグデータの解析を行い、知見やノウハウを情報という形で提供。

2021 年には、会員制情報配信サイト「THINX-LAB.」をリリースし運営している。

ボーナストリガーの真価と限界 ～ 短命な熱狂と長命な構造～

2025 年 8 月 20 日 第一版 第一刷発行

著者 吉元 一夢

発行 株式会社 THINX

編集 〒150-0002 東京都渋谷区渋谷 2-19-15 宮益坂ビルディング 609

校正 079-450-9286

DTP <https://www.thin-x.co.jp/>

本稿の無断転用・複製（コピー等）は著作権法上の例外を除き、禁じられています。

©SUNTAC ©THINX



膨大なデータが紡ぎ出す、ただ一つの戦略。

THINXはアナリシスに特化した企業です。
まだ知らぬ無限の可能性を引出し、未知の領域へチャレンジするお手伝いをいたします。

相談窓口

「TRYSEM CROSS」について、ご不明な点や
もっと詳しく知りたいなどのお問い合わせ、
ご連絡は下記にて承ります。
また、対面・web面談がご要望であれば、
ご対応させていただきます。

Contact : <https://www.thin-x.co.jp/contact/>

079-450-9286

Mail : info@thin-x.co.jp

LINE : @672ntdhp

会社概要

株式会社 THINX (シンクス)

代表取締役 吉元 一夢

〒150-0002

東京都渋谷区渋谷 2-19-15 宮益坂ビルディング 609

079-450-9286

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

業務内容：戦略系コンサルティングファーム
IT 機器関連アドバイザー
分析ソフト開発（ローカルサービス）
会員制情報配信サイト運営
執筆・セミナー

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。

10日間お試し無料期間



まずは会員登録を申請。
弊社の審査後アカウントを作成。



アカウント作成日より、10日間の無料
会員期間が開始します。



10日間無料期間終了後、請求書（無料
期間終了日より月末まで日割り計算）
をお送りします。



以降、THINX-LAB. より月初に請求
書をお送りいたします。
翌月末にお振込みください。

もっと詳しく知りたいなどのお問い合わせ、ご連絡は下記にて承ります。

7つの情報



業界動向



定点観測



営業事例



戦略戦術



新機種導入前評価



新機種導入後評価



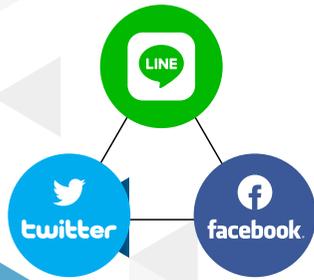
機種分析

THINX-LAB. (シンクスラボ)

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

info@thin-x-lab.com

運営会社：株式会社 THINX



タイムリーな情報発信

- ・新台速報をいち早く配信
- ・トピックス情報の発信
- ・セミナー、レポートリリースなどご案内

分かりやすい解説 /SUNTACチャンネル

- ・TRYSEM 活用法、レポート解説など様々なコンテンツを配信予定
- ・限定公開によるセミナーのアーカイブ映像も配信中

それ、
本当ですか？



システム横断型業界統計サービス

TRYSEM
トライセム

1
自店の
営業成績が
全国平均に
遠く及ばない。

全国平均よりも著しく低いという判断は正しいですか？ 貴店が参考している全国平均はいくつの情報を見て検証していますか？
一般的には、単一よりも複数の専門家に意見を求める方が、より良い判断ができるかとされています。

2
新台
導入直後の
稼働実績は、
自店の数字しか
参考にできない。

競合店の実績を確認することは不可能でも、全国平均ならばすぐに確認できるのが自然ですね？
遊技台の短命化が進んでいる中で、1日でも1時間でも早く他店実績を知ることができれば、自店の新台から多くの利益を確保できる可能性が高まります。

3
自店
未導入の
中古台は、
確認する情報が
多くて面倒。

全国的な稼働の良し悪し、自店の稼働貢献終了機種との比較、購入時の相場・・・1つのサービスでこれらの情報を確認することはできないのでしょうか？
得られる結果とかけられるコストが同じであれば、必要な時間を短縮できる方が良いのは当然です。

これ、TRYSEMなら解決です！

導入されているホールコンピュータに依存しない統計データなので、セカンドオペニオンに最適です。

新台データも翌日11時には公開されるので、知らない店舗に一步先行くアクションが取れます。

全国的に実績の良い自店未導入機種を複数ピックアップし、その中古台取引相場とともに提示します。

無料プランほか6タイプの料金プランをご用意。
詳細については、気軽にお問合せください。