

## スマスロ市場における “本物”の再定義 ～コモディティ化時代を生き抜く機種選定の条件～

# スマスロ市場における“本物”の再定義 ～コモディティ化時代を生き抜く機種選定の条件～

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

スマスロは、ローンチ当初こそ市場を急拡大させ、パチスロ市場全体を牽引する存在となった。しかし、短期間の成長の後、供給過多によるコモディティ化が進行し、市場の勢いは徐々に鈍化した。もはや「新台が出れば必ず稼働する」という単純な図式は成立せず、どの機種を軸に据えるべきかを見極めることが、ホール経営において極めて重要な局面に入っている。

本稿では「L東京リベンジャーズ<sup>※1</sup>」を題材に、市場の中で“本当に使える機種”の条件を再定義する。

---

※1 L東京リベンジャーズ Lスマスロ東京リベンジャーズ ZF

## 稼働構造から見た評価

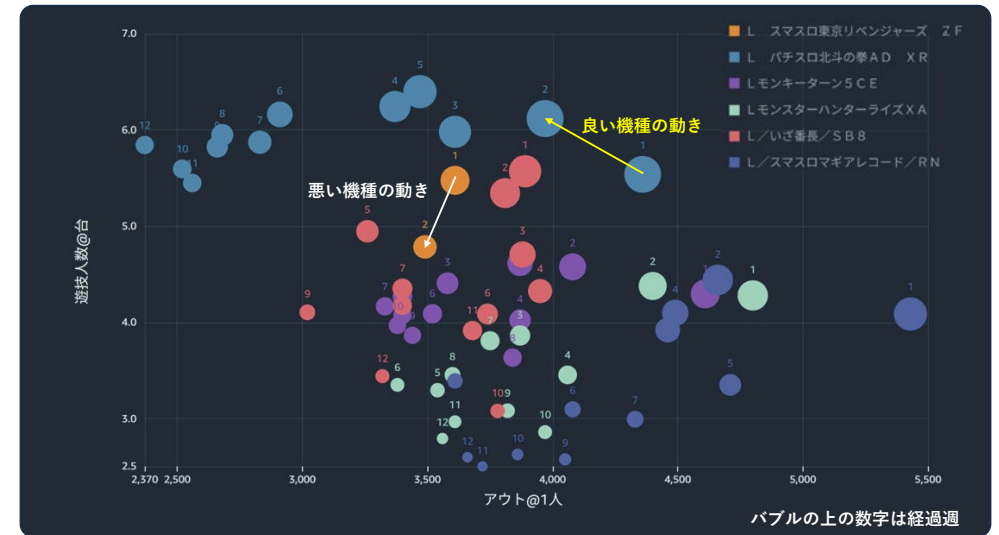
バブルチャートを用いた稼働構造の分析によれば、「L東京リベンジャーズ」はローンチ初週から2週目にかけて、1人あたりアウトの下落幅がごく小さいという特徴を示した。これは、通常であれば時間経過に伴い遊技時間が短縮され、アウト水準が大きく落ち込むケースが多い中で、ある程度の安定感を維持していたことを意味する。したがって、一見すれば一定の粘着性を有し、プレイヤーが継続的に本機へ関与していたようにも解釈できる。こうした数値だけを切り取れば、稼働における底堅さを裏づける材料として評価されても不思議ではない。

しかしながら、この見かけ上の安定性は、別の指標を重ね合わせることで全く異なる解釈に転じる。問題となるのは、台あたり遊技人数が2週目に減少へと転じた点である。優良機種種の稼働推移においては、時間経過による自然減少が遊技時間を押し下げ、一時的に空台が発生する場面は避けられない。それでも、支持層の厚い機種であれば、その空席はすぐに新たなプレイヤーによって補完され、結果的に台あたり遊技人数は横ばいか、むしろ上昇に転じる傾向を示す。これは「評価の高い機種は、既存の粘着層だけでなく、新規の流入需要によって空席が埋められる」という市場の典型的な構造である。

ところが、「L東京リベンジャーズ」の場合、この補完需要が十分に機能しなかった。つまり、アウト水準が維持されていたとしても、それは一部のプレイヤーが遊技を継続していただけに過ぎず、市場全体からの新規流入や広がりやを伴っていなかったことを意味する。結果として、台あたり遊技人数は減少し、支持基盤の脆弱さが浮き彫りとなった。この動きは、単なる短期的な乱高下ではなく、「稼働の持続性を保証するための層の厚み」を欠いていることを示唆している。

このような結果を踏まえると、アウト水準や粘着性だけに注目するのでは不十分である。次に確認すべきは、プレイヤーの滞在行动が具体的にどのような時間分布を描いていたのか、すなわち「遊技時間の推移」である。そこにこそ、支持の質と深さを測るための重要なヒントが隠されている。

【図1】経過観察：稼働構造（アウト構造）



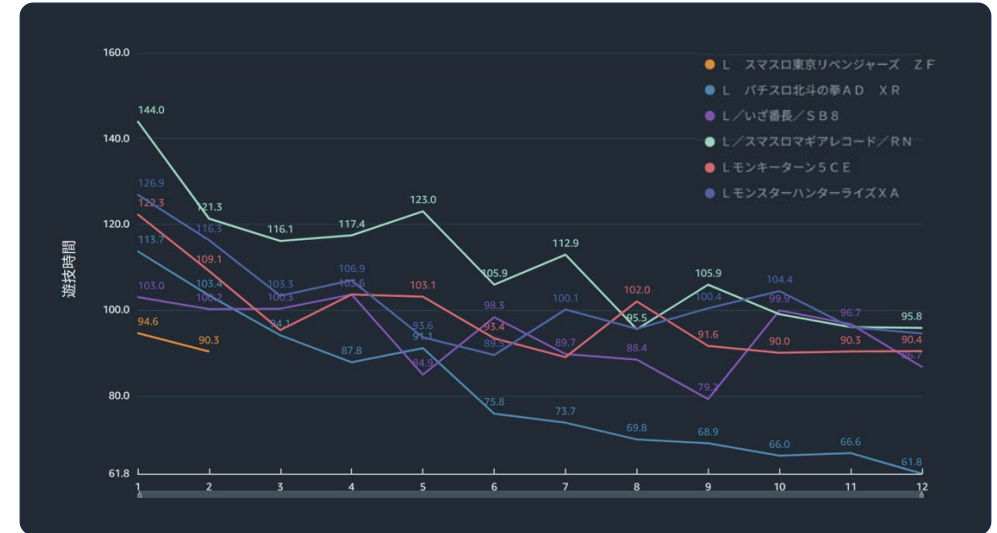
## 遊技時間に見る持続性

「L 東京リベンジャーズ」の遊技時間は、初週 94.6 分から 2 週目 90.3 分へと減少した。数値の上では約 4 分程度の下落にとどまり、急激な崩れを回避した点は一定の評価ができる。一般的に、新機種はリリース直後の関心の高さから初週は遊技時間が長くなり、2 週目以降は急速に短縮される傾向にある。そのため、本機が緩やかな減少にとどまったことは、一見すると「安定感」を示す指標と解釈されても不思議ではない。

しかし、この表面的な安定性は、評価基準を当てることで異なる意味を帯びる。当社が中単価機を評価する際に設定している基準値は 100 分である。プレイヤーが十分な遊技体験を享受できるかどうかを測る指標として、この 100 分を超えるか否かは大きな分水嶺となる。つまり、遊技時間が基準を下回っている限り、数値の下落幅が小さいことは大きな意味を持たない。どれほど市場シェアが一時的に拡大したとしても、それは本質的なプレイヤー支持を示すものではなく、むしろ他機種からの一時的な移行や新台効果に依存した稼働にすぎないと考えべきである。

このような状況を踏まえれば、次に検討すべきは「L 東京リベンジャーズ」がどの程度の新規プレイヤーを市場に創出したのか、あるいは単に既存機種からの移行にとどまったのかという点である。ここからは、プレイヤー創出量という指標を通じてその実態を明らかにする必要がある。

【図 2】 経過観察：遊技時間



## プレイヤー創出量の実態

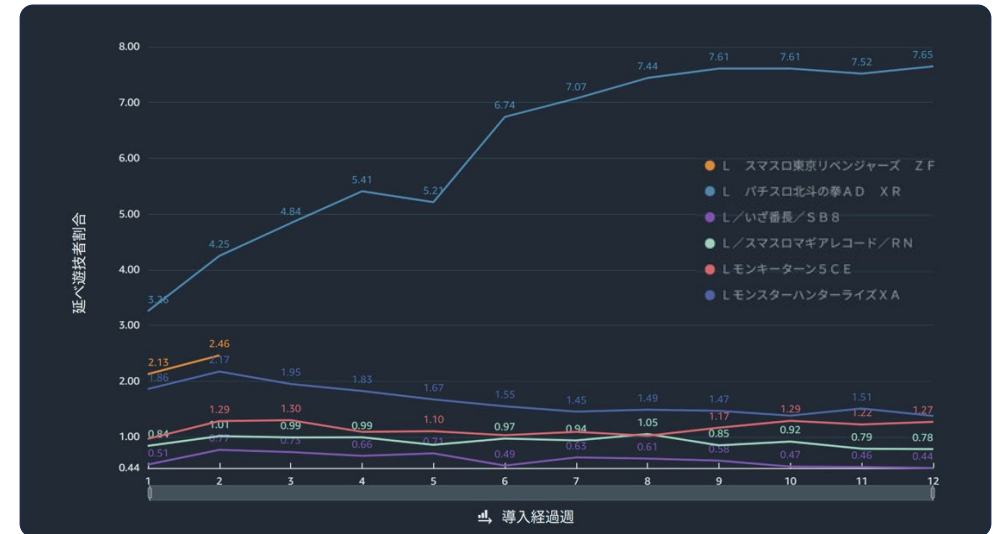
「L 東京リベンジャーズ」のプレイヤー創出量は、1週目 2.13% から2週目 2.46% へと上昇した。新機種が市場シェアを伸ばしたように見えるが、その背後にある実態は別である。

この指標は、20 円パチスロ全体の遊技者数を 100 とし、そのうち対象機種が占める割合で算出している。短期的に新台がシェアを伸ばすのは当然の構造であり、それが新規プレイヤー創出を意味するわけではない。むしろ既存機種からの移行や他機種の支持低下による「相対的な上昇」である場合が多い。

台あたり遊技人数が減少している事実を踏まえれば、「L 東京リベンジャーズ」がファン支持層を形成できていないことは明白である。つまり、このシェア増加は市場における真の支持拡大ではなく、むしろ構造的な弱点を覆い隠す数字に過ぎなかった。

ここまでの分析を踏まえると、対比対象として「L 北斗の拳<sup>※2</sup>」の存在を参照することが、市場における“真のヒット”の条件を浮かび上がらせるうえで不可欠となる。

【図3】 経過観察：プレイヤー創出量



※2 L 北斗の拳 L パチスロ北斗の拳 AD XR

## L 北斗の拳との対比

2023年4月に登場した「L 北斗の拳」は、ローンチから2年以上が経過した現在においても圧倒的な客数占有率を保持し続けている。これは、販売数調整など需給コントロールに依存した一時的な人気ではなく、スペック設計とIPブランド力そのものに基づいて獲得された持続的の支持である。

数多くの機種が“スマッシュヒット”と呼ばれながらも一過性に終わる中、「L 北斗の拳」は市場規模を拡張し、揺るぎない地位を築いた。これは「真のヒット」と「供給依存型のヒット」を分ける象徴的な事例であり、ホール経営においては最重要の比較基準である。

対して「L 東京リベンジャーズ」は、粘着性の一端を示しつつも市場形成力に欠け、長期的な牽引力を備える機種ではなかった。この対比は、戦略的意思決定における大きな示唆を与える。

この示唆を具体的な経営判断に落とし込むことで、ホール運営にとっての合理的な戦略方針が見えてくる。

【図4】 直近週次推移：プレイヤー創出量



## 経営判断への示唆

分析から導かれる結論はきわめて明快である。すなわち、ホール運営においては「メーカーによる需給コントロール」によって演出される一時的なヒットに惑わされるのではなく、プレイヤーからの支持がどれほど持続的に得られているかという“実質的な評価”に基づいた判断を行うことが不可欠である、という点である。

メーカーは販売数を意図的に制御し、供給を限定的に見せることで一時的に機種希少性を高め、台あたり遊技人数を押し上げることが可能である。こうした戦略は短期的には「市場に新たなヒットが登場したかのような錯覚」をもたらし、導入初期の稼働を華やかに演出する効果を持つ。しかし、この人気はあくまで供給構造に依存した“擬似的な人気”であり、時間の経過とともに急速に色褪せやすい。いわば、外部的な操作によって一時的に膨らまされた期待であり、プレイヤーが自発的に支持し続ける力学とは本質的に異なるものである。

対照的に、真のヒット機種とはブランド力とスペック設計の両面に裏づけられ、プレイヤーが自らの体験に基づいて「この機種で遊びたい」と選択し続ける構造を持つ機種である。その代表例が「L 北斗の拳」である。同機はリリースから2年以上が経過した現在でも、圧倒的な客数シェアを維持し続けている。これはメーカーが供給を調整して作り出した一時的な人気ではなく、機種そのものの性能とIPの力、さらにはプレイヤー体験の積み重ねによって獲得された持続的な評価である。こうした機種は、一過性のブームではなく、長期にわたってホールの収益と集客を下支えする“市場の柱”となる。したがって、経営の中軸に据えるべきはこのような機種であることは疑いようがない。

これに対して「L 東京リベンジャーズ」は、あくまでも分析の題材にすぎない。同機の事例から読み取るべき本質は、「本当に市場で戦える機種とは何か」という問いを再定義する必要性である。稼働指標の一部では粘着性を示しつつも、プレイヤー支持を持続的に確保できなかった点を冷静に受け止めるべきである。このことは、ホールにとっては単なる一機種の評価を超え、今後の営業設計に直結する課題を突きつけている。

ホール経営者がとるべき合理的な戦略は明らかである。短期的なブームや販売戦略に依存したヒットに資源を投じるのではなく、プレイヤーから長期的に支持されると見込める主力機種へと投資を集中させることである。具体的には、ブランド力のあるタイトルや、100分以上の遊技時間を安定的に記録するような機種に対して、設置比率や販促リソースを再配分することが求められる。こうした選択こそが、コモディティ化が進み見極めが難しくなったスマスロ市場を勝ち抜くための最適解となる。

結局のところ、市場が混迷する時代においては、見かけの数字や一時的な盛り上がりによって左右されるのではなく、データに基づいて“本物”を見抜く力がホール経営の勝敗を分ける。今こそ、需給コントロールに依存した幻影を超え、真の支持を得た機種に焦点を当てる姿勢が問われているのである。

## おわりに

本稿をまとめながら、あらためて「スマスロ」というカテゴリーが持つ二面性を強く感じた。ローンチ当初は市場の熱狂を喚起し、新たな成長の象徴として注目を浴びたが、その後の推移を冷静に振り返ると、数多くの機種が供給主導のヒットに依存し、持続性を欠いてきたことは否めない。

「L 東京リベンジャーズ」を通じて確認できたのは、指標の一部では粘着性を示しつつも、結局は深い支持基盤を築けなかったという事実である。数字は一見すると好意的に読める部分もあるが、全体を俯瞰して解釈すると、やはり市場における評価は厳しいものにならざるを得ない。

一方で、「L 北斗の拳」が示す圧倒的な持続力は、やはり突出している。ブランド力、スペック設計、そしてプレイヤーの心理的納得感——これらが揃って初めて“真のヒット”は成立するのだと再認識させられる。

本稿の結論として強調したいのは、単なる数値の羅列に一喜一憂するのではなく、その背後にある「市場構造」と「プレイヤー行動の質」を正しく読み解くことの重要性である。これを怠れば、ホールは需給調整による一時的な幻影に踊らされ、長期的な収益性を損なうリスクを抱えることになるだろう。

データは冷徹である。しかし、そこから浮かび上がる真実に耳を傾ければ、経営の羅針盤として十分に機能する。スマスロ市場のコモディティ化が進む今だからこそ、データアナリストとしての視座を一層研ぎ澄ませ、“本当に戦える機種”を見極め続けたい。

—— 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。

# スマスロ市場における“本物”の再定義 ～コモディティ化時代を生き抜く機種選定の条件～

---

2025 年 10 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](mailto: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



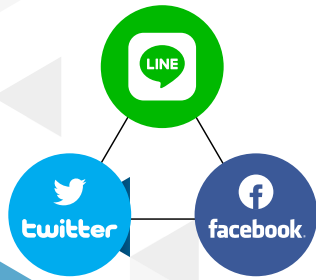
機種分析

THINX-LAB. (シンクスラボ)

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

[info@thin-x-lab.com](mailto: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。