TRYSEMCROSS
vol.44
2025.12

数字は事実だが、評価は文脈で変わる

——新台評価の“誤読”を正す統計的思考

THINX

数字は事実だが、評価は文脈で変わる
――新台評価の“誤読”を正す統計的思考

本書で扱うデータは TRYSEM（株式会社 SUNTAC）から引用

TRYSEM

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

新台の評価をめぐる議論において、最も頻繁に見落とされるのが、「絶対評価」と「相対評価」を混同する危険性である。とりわけ、パチスロ機においては、導入初週のアウトや遊技人数の高低がそのまま機種の良否と結びつけられがちであり、単純な“数字の上下”が過度に意味づけされてしまう。しかし、数字とは文脈によって価値が変動するものであり、文脈を欠いた数値評価は、必ず誤読を生む。

この誤読が典型的に表面化した例が「Lヴァルヴレイヴ2[※1]」である。導入直後、「満足いく初動ではない」「伸びが弱い」といった声が散見された。しかし、この印象は“数字の読み方”が誤っているだけでなく、評価のフレームそのものに欠陥がある。

すなわち、
①絶対評価の文脈で語るべきことと、
②相対評価の文脈で語るべきことを、
明確に分けていないことに起因する誤りである。

本稿では、「Lヴァルヴレイヴ2」を題材としながらも、個別機種の評価を目的とするのではなく、評価の方法論そのものを再定義することを目的とする。統計的視点から「評価とは何か」を改めて問い直し、行動データを扱う者が絶対に踏み外してはならない前提を整理していく。

※1 Lヴァルヴレイヴ2　L革命機ヴァルヴレイヴ2JF

絶対評価という“地図”の限界 ── 数値は真実を語らない

絶対評価とは、単独の数値を基準として「良い・悪い」を判定する行為である。
例：
・アウトが高い＝良い
・遊技人数が多い＝良い
・遊技時間が短い＝悪い
・勝率が低い＝弱い

しかし、これらは本来、すべて暫定的な一次情報にすぎない。
絶対評価には次のような欠陥がある。

(1) 数値は環境条件に強く依存する

たとえば、台あたり遊技人数は設置台数によって容易に変動する。
設置が多いほど人数は希薄化するため、初動の人数が弱く見えるのは当然である。
それにもかかわらず、絶対評価ではそのような前提条件が無視される。

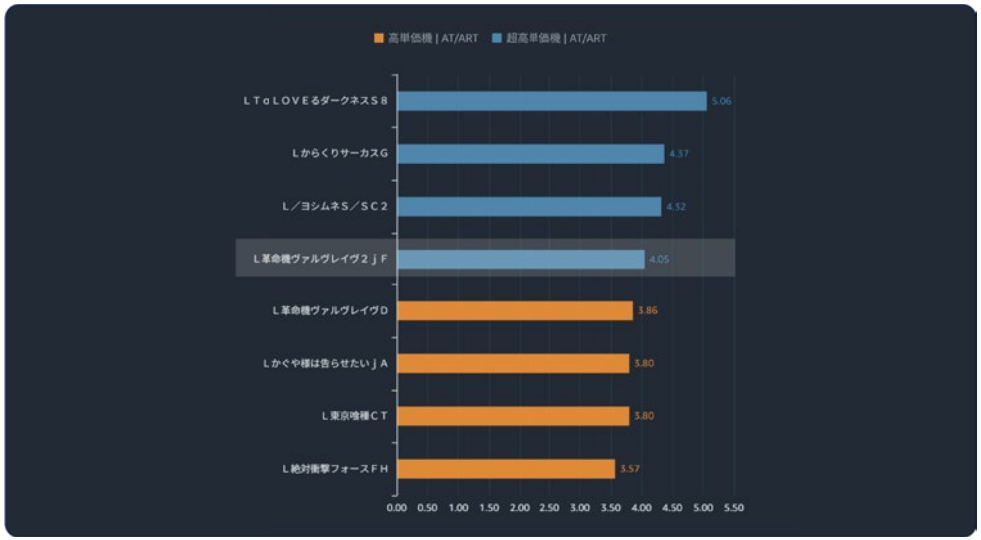
(2) プレイヤー心理の“期待バイアス”が反映される

「Lヴァルヴレイヴ」初代※2 は、スマスロ黎明期という“熱狂期”に登場した。
この時期は、新仕様への期待によって遊技意欲が上振れし、数値が自然と底上げされる。
つまり、環境が数字を押し上げた結果であり、機種単体の力量とは区別しなければならない。

絶対評価はあくまで“地表の反応”を捉えるだけであり、機種そのものの本質には近づかない。だからこそ、「Lヴァルヴレイヴ2」の導入初週の数字だけを見て「弱い」と評価するのは、統計的には誤りである。

※2「Lヴァルヴレイヴ」初代　L革命機ヴァルヴレイヴD

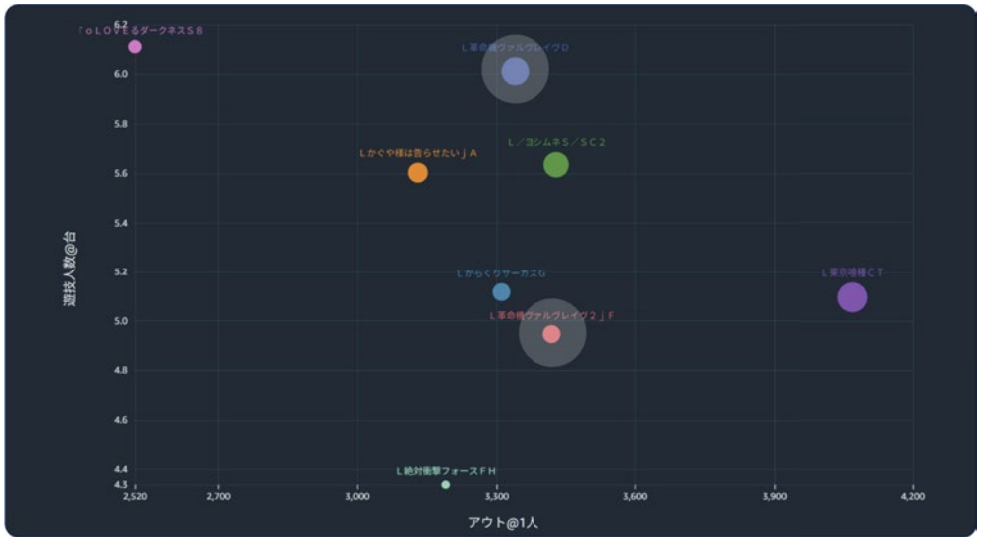
【図 1】 導入 7 日間：単価属性



＜解説＞

本図は、同じ“遊技人数”や“初動の強弱”といった絶対値の比較が、単価帯の違いによっていかに意味を変えてしまうかを示すものである。コイン単価が高いほど投資負荷が増し、離脱リスクが高まるため、低単価帯の機種と同列に評価することは本質的に不可能である。評価を行う際には、まず「どの単価帯に属する機種なのか」を基準として揃える必要があり、本図は絶対評価の危険性そのものを可視化している。

【図 2】 導入 7 日間：稼働構造（アウト構造）



＜解説＞

本図は、アウト総量が「1 人あたりの遊技量」と「台あたりの遊技人数」という二要素の掛け算で決まる構造を示している。台数が多いほど人数は希薄化し、初動の人数が低く見えるのは自然な現象である。したがって、「人数が弱い＝機種が弱い」という短絡的な結論は誤っており、絶対評価が必ずしも正しい機種評価につながらないことを象徴するデータである。

相対評価という“座標軸”──比較が意味を生む

相対評価とは、同条件・同属性・同文脈のデータ同士を比較する手法である。ここで初めて、数字に意味が宿る。

(1) 同一単価帯で比較するという当たり前の原則

「Lヴァルヴレイヴ2」はコイン単価 4.05 円の超高単価機である。この帯域は、投資リスクが高く、短時間層が離脱しやすいという構造的特性を持つ。この性質を無視し、低単価帯や中単価帯と絶対比較することは、料理の塩分量を“水の量”と比べるようなものである。

(2) 前作との比較は“環境補正”が不可欠

前作は黎明期、今作は定着期。

この“市場環境”という外生要因を除去しなければ、比較は成立しない。

ここで注目すべきは、バイアスなしの相対評価では「Lヴァルヴレイヴ2」は前作に劣っていないという点である。

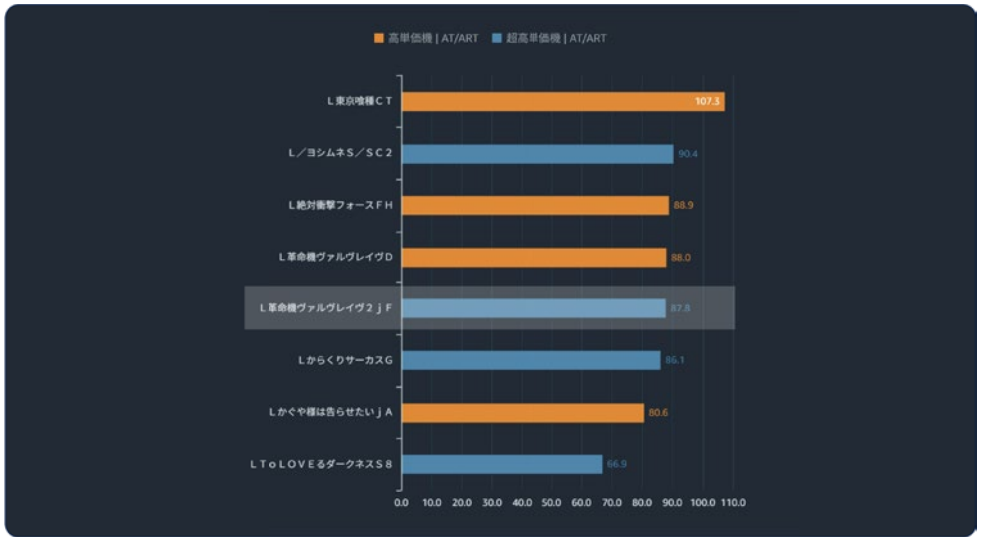
実際、当社の分析でも、

- 遊技時間（導入週）：前作と同等
- 60 分超滞在率：前作と同等
- Rv（満足度指標）：前作を超える高水準

など、相対評価ではむしろ後継機としての妥当な進化を遂げている。

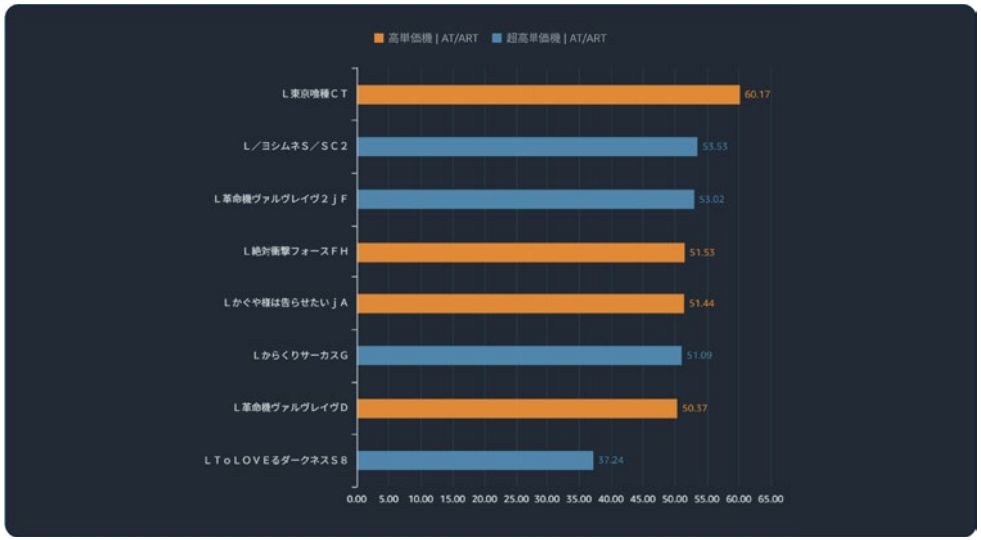
つまり、初動の“物足りなさ”という印象は、絶対評価の誤用によるバイアスでしかない。

【図 3】 導入 7 日間：遊技時間



＜解説＞
　本図は、導入初週における「Lヴァルヴレイヴ2」と前作との遊技時間が、ほぼ同等であることを示している。前作がスマスロ黎明期という“期待上振れ環境”で登場したことを踏まえると、同等水準で推移している現行作は、相対評価ではむしろ高いポテンシャルを持つといえる。単純な絶対値では捉えられない“文脈込みの比較”の重要性を示す代表的な図である。

【図 4】 導入 7 日間：60 分以上遊技者割合



＜解説＞
　本図は、コイン単価 4 円帯という高リスク領域において、「Lヴァルヴレイヴ2」が半数以上のプレイヤーを 1 時間以上滞在させていることを示している。これは同単価帯の中でも上位に位置し、前作と同水準の“滞在安定性”を備えている。相対評価の視点に立つと、本機の体験構造が適切に機能していることが明確になる。

環境依存評価とポテンシャル依存評価 ── まったく異なる二つの評価軸

ここからさらに重要なのは、「環境依存評価」と「ポテンシャル依存評価」の違いである。

多くの現場評価は、この二つを同列に扱うことで誤読を引き起こす。

(A) 環境依存評価 ── 外的要因に左右される“今この瞬間の数字”

例：

・設置台数が多すぎて台あたり遊技人数が希薄化
・市場全体の来店人数が減少
・熱狂期待が下落し、注目度が低い

これらは機種の力とは別の構造要因であり、数字の変動要因の大半はここにある。

「Lヴァルヴレイヴ2」の台あたり人数が弱く見えるのは典型例で、

・20S 総客数の減少が引き起こすマーケットの絶対数の違い
・多台数運用による希薄化

という外部環境の影響で説明できる。

(B) ポテンシャル依存評価 ──“中身そのもの”が生む体験価値

こちらは機種が本来持つ構造的価値を測る評価である。

代表例：

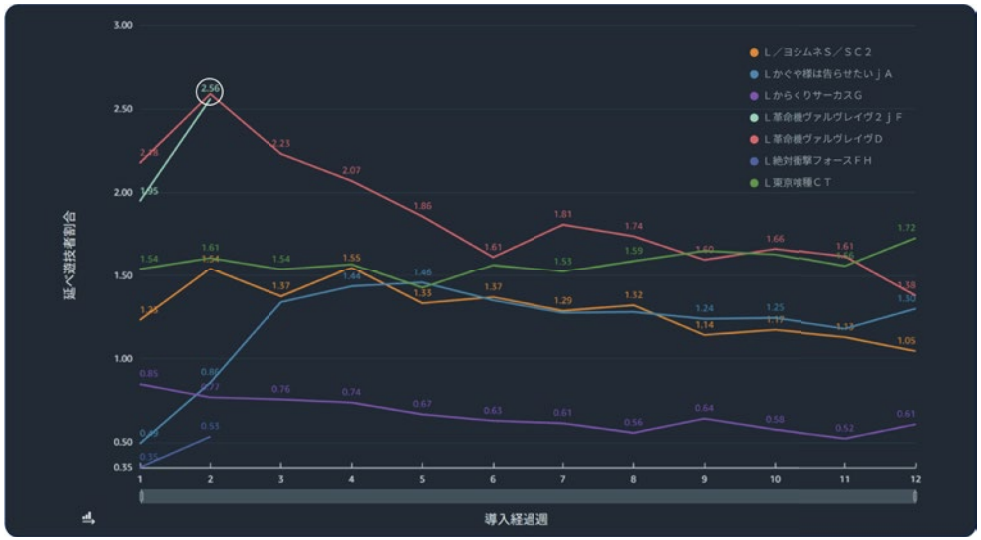
・初週の離脱率が低い
・勝ち金額の満足度が高い
・Rv の高さ
・長時間層が厚い

これらは環境に左右されにくく、本質的なプレイヤー体験価値を示す。

ここで「Lヴァルヴレイヴ2」の特異性が浮き彫りになる。

導入初週でプレイヤーの粘着性と満足度が高いという事実は、ポテンシャル評価では高い得点であり、環境評価の弱さ（人数減）とは切り離して捉える必要がある。ここで注意すべきは、台あたり人数の減少が、必ずしも“プレイヤーの評価の低下”を意味しない点である。むしろ創出量の推移を見ることで、真の吸引力が見えてくる。

【図 5】 経過観察：プレイヤー創出量（1.95 → 2.56 へ上昇）



＜解説＞
本図は、「Lヴァルヴレイヴ2」が導入 2 週目においても依然として高い吸引力を持ち、“触ってみたい機種”として選ばれていることを示している。台あたり人数の減少とは対照的に、創出量が伸びている点は、外部環境と内部評価が別物であることを理解するうえで極めて重要である。ポテンシャル評価では、本機は確実に“強い”側に属している。

【図 6】 経過観察：台あたり遊技人数

＜解説＞
本図は一見すると「人数が減少している＝評価が下落している」ように見えるが、人数減の主因が“設置台数の多さに起因する希薄化”であることを示すものである。プレイヤー創出量は増えているにもかかわらず台あたり人数が減少しているのは、環境要因が数字を歪める代表例であり、機種のポテンシャルとは切り分けて読むべき指標である。

“評価の誤読”はなぜ生じるのか ——人は比較の基準を誤りやすい

評価の誤読を生む背景には、次の三点がある。

（1）人は“絶対値”に飛びつきやすい
数字が単純であり、理解しやすいためである。

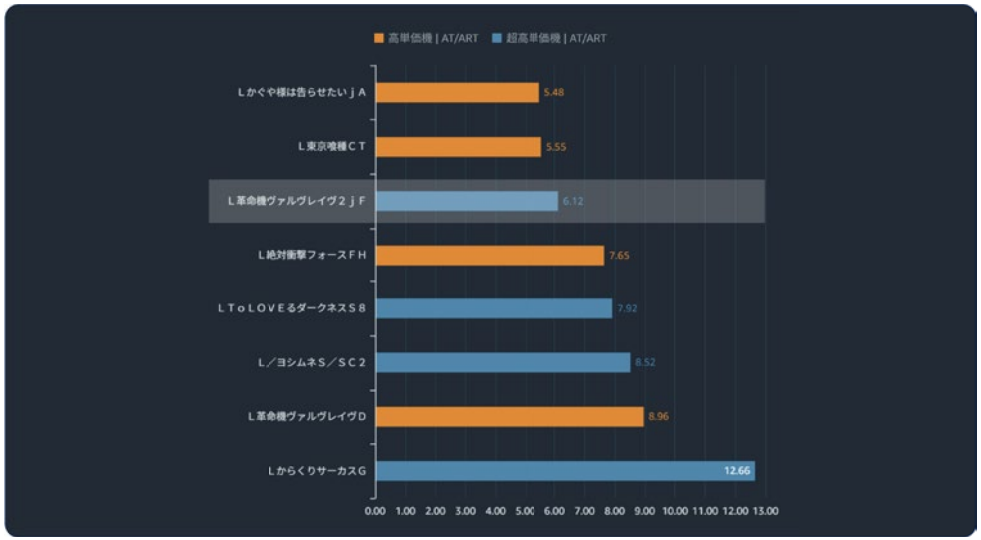
（2）目に見える現象を“機種のせい”にしたくなる
評価者の心理的バイアスによるもの。

（3）市場環境を変数として扱う文化が弱い
本来は前提条件として外生要因を除去すべきだが、その習慣が浸透していない。

これらが重なると、本来は中身としては高評価なのに、外部環境によって数字だけが悪く見える機種が正当に評価されないという構造が生まれる。

「Lヴァルヴレイヴ2」はまさにその典型である。

【図 7】 導入 7 日間：15 分以内遊技者割合



＜解説＞
本図は、“初動が弱い”という印象が誤りであることを最も端的に示すデータである。前作よりも離脱率が低いという事実は、序盤の体験設計が改善され、初期体験の質が明確に向上していることを意味する。浅い層の“印象評価”ではなく、行動データが示す“実態評価”を優先すべきことを示す典型例である。

いま必要なのは“統計的リテラシーとしての評価観”である

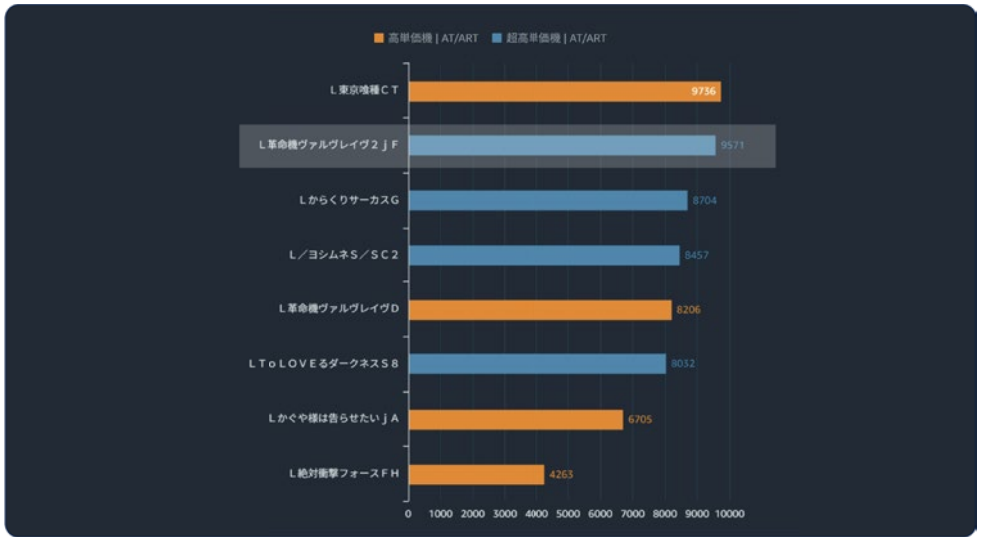
行動データを扱う者にとって、最大の責務は、データを適切な文脈に乗せて解釈することである。数字は事実だが、評価は文脈で決まる。この原則を踏まえれば、「Lヴァルヴレイヴ2」初動の解釈はまったく違う景色を見せる。

まとめればこうである。

・絶対評価では弱く見える
・相対評価では前作と同等
・ポテンシャル評価ではむしろ高い
・環境依存評価で“弱く見えるだけ”

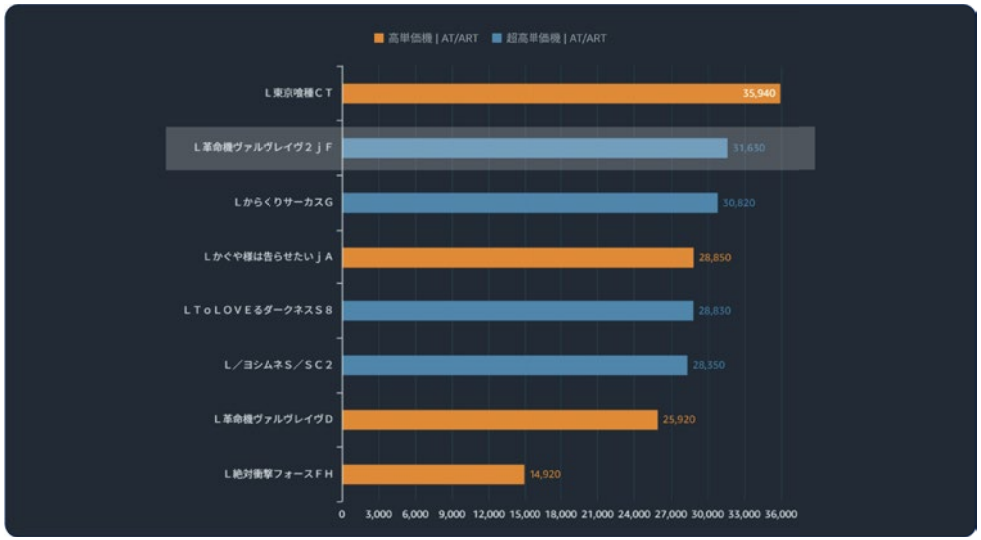
したがって、初動の印象は結論ではなく、ただの“未調整の観測値”にすぎない。ポテンシャル評価を明確にするには、“勝ったときの満足度”を定量化した指標が不可欠である。次の図は、その体験価値を構造的に示すものである。

【図 8】 導入 7 日間：Rv（勝ち体験指数）



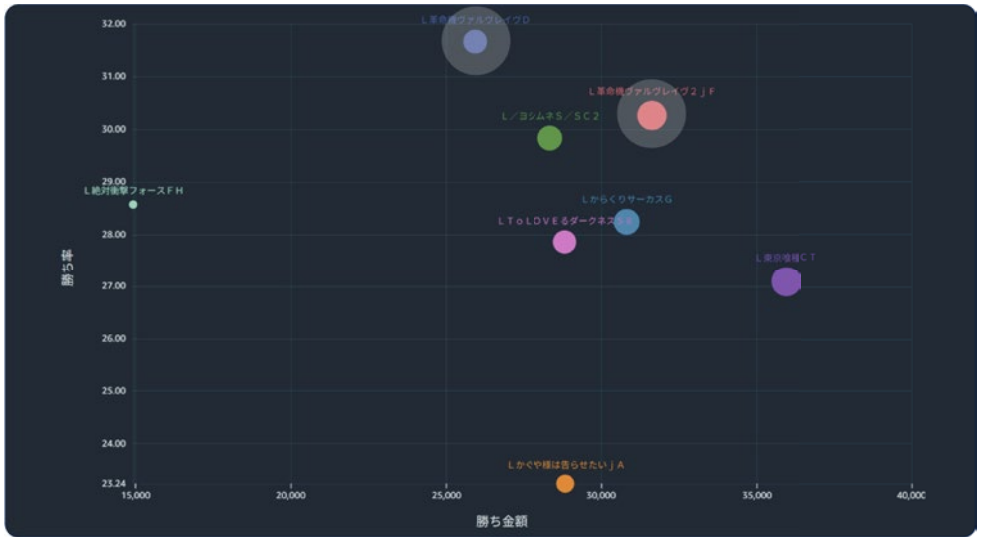
＜解説＞
Rv は勝率・勝ち金額を総合的に評価した体験価値指標であり、本図は「Lヴァルヴレイヴ2」が前作から大きく向上していることを示す。単なる射幸性ではなく、プレイヤーが“納得してリスクを取れるかどうか”を測るうえで、最も本質的な評価軸である。

【図 9】 導入 7 日間：勝ち金額



＜解説＞
　本図は、勝率だけでは測れない“勝ち体験の質”を捉える重要な材料である。「Lヴァルヴレイヴ2」は､同単価帯で最も重要な価値である「大きな勝ちの納得感」において、前作を上回る成果を示している。これは環境ではなく、機種構造そのものが提供している本質的価値である。

【図 10】 導入 7 日間：勝ち体験構造



＜解説＞
　本図は、勝率・勝ち金額・Rv という三要素の関係を可視化し、プレイヤー体験の“質的バランス”を示すものである。「Lヴァルヴレイヴ2」はバランスの中心軸に位置し、勝率の高さだけでなく、“勝ったときの満足度”を高める設計が機能していることを示している。ポテンシャル評価が絶対評価を凌駕する典型的な構造である。

結語 ―評価とは、本質をすくい上げる行為である

「Lヴァルヴレイヴ2」が提示したのは、この機種をもって「良い機種」と評価すべきだ、という主張ではない。この点は、あらかじめ明確にしておく必要がある。本稿の主眼は、特定機種の優劣を断定することではなく、遊技機評価において、数値がどのように解釈され、どの段階で誤読が生まれるのかという構造を整理することにある。

その意味で、「Lヴァルヴレイヴ2」は、“評価とは何か”を改めて問い直すための材料を提示した存在にすぎない。

なお、「良い機種」という文脈で語るのであれば、先述までに示したデータが示す通り、高単価機・超高単価機の領域においては、「L 東京喰種」が現在に至るまで一貫して優秀な水準を維持している機種であることは、すでに確認されている事実である。

しかし重要なのは、評価とは必ずしも「数字の強弱」だけで完結するものではないという点である。

数字だけを見れば「弱い機種」に見える。
しかし、文脈を乗せれば「弱いように見えるだけ」であり、
さらに深掘りすれば「本質的には強い」と結論づけられる。

評価とは、観測値の羅列ではなく、
外生要因を取り除き、同条件で比較し、内在する構造を抽出する作業である。
これを統計学では、データスケーリングと呼ぶ。

統計とは、世界の“見え方”を正す技術だ。
パチスロの評価も例外ではない。
数字の読み方を誤れば、本質を見誤る。
数字の文脈を正せば、本質が見える。

その違いを、いまこそ業界全体で共有する必要がある。

おわりに

本稿では、「Lヴァルヴレイヴ2」という一つの題材を通して、評価とは何か、そして数字をどのように読むべきかを再考した。私はデータアナリストとして長年、多くの機種、多くのホール、多くの市場を見てきたが、データの誤読ほど現場を迷わせるものはないと痛感している。数字は事実である。しかし、その事実をどう“解釈するか”は常に可変であり、評価者の視点に大きく左右される。

特に新台評価においては、数字が“語っているように見えるもの”と“実際に語っているもの”が異なる場合が多い。絶対評価はわかりやすく、相対評価は手間がかかり、環境要因はしばしば軽視される。だが、安易な評価は誤解を生み、誤解は誤った意思決定を呼び込む。

私は、データを扱う者として、そしてこの業界の未来を信じる者として、数字の奥行きを正確に読み解く文化を根づかせたいと考えている。ひとつの数字、一週間の初動、一部の声。それらは評価の入り口であって結論ではない。評価とは、数字と文脈の“整合性”を見極める行為であり、短期的な揺れではなく、機種が持つ構造的価値を掘り起こす営みである。

「評価を急がない」
「環境要因を切り分ける」
「データの背後にある行動を読む」

この三つを忘れない限り、私たちは数字に惑わされることなく、的確な実態にたどり着けるはずだ。

業界はいま、単なる射幸性や話題性ではなく、“体験価値そのもの”を見極めるフェーズに入っている。データに基づいた冷静な評価ができるかどうかが、これからの市場を大きく変える。私はその変化に立ち会えることを楽しみにしているし、そのために必要な分析と知見を今後も提供していきたい。

本稿が、読者の皆様が日々の評価や判断を行ううえで、わずかでも視点の補助線となるのであれば幸いである。今後も、データでデザインする未来をともに描いていきたい。

――― 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リ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。

数字は事実だが、評価は文脈で変わる
―― 新台評価の“誤読”を正す統計的思考

2025 年 12 月 19 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

THINX

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

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。

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リー
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。

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

10 日間お試し無料期間

① 会員登録
まずは会員登録を申請。
弊社の審査後アカウントを作成。

② MEMBER'S 10日間無料会員
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。

③ 初回支払い 年額会員の場合一括
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。

④ SUBSCRIBE 翌月より定額支払い 月額会員の場合
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。

THINX-LAB.（シンクスラボ）
https://www.thinx-lab.com/
info@thinx-lab.com
運営会社：株式会社 THINX

SNS SERVICE

システム横断型業界統計サービス
TRYSEM
トライセム

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

SUNTAC

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？ 貴店が参考に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よね？

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、自店の新台からより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、セカンドオピニオンに最適です。

新台データも翌日11時には公開されるので、知らない店舗に一歩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。

SUNTAC
株式会社SUNTAC

■本　　社　〒450-0003　愛知県名古屋市中村区名駅南4丁目12-17 イマス名古屋ビル 8階　TEL.052-433-7588　FAX.052-433-7589
■東 京 支 店　TEL.03-6381-0758　■札幌営業所　TEL.011-595-7145　■仙台営業所　TEL.022-772-2241　■名古屋営業所　TEL.052-433-7590
■大阪営業所　TEL.06-6636-1770　■広島営業所　TEL.082-261-5311　■福岡営業所　TEL.092-413-6331