

アウトはレガシー、分布が未来を語る — なぜ“初動評価が良かった機種”が消えるのか

アウトはレガシー、分布が未来を語る

— なぜ“初動評価が良かった機種”が消えるのか

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

本レポートの位置づけと評価の前提

本稿は、2025年にリリースされた新機種を対象に、導入初期データを基にランキング形式で整理した評価レポートである。

評価にあたっては、アウトや粗利といった結果指標に直接依存するのではなく、顧客データを軸とした独自スコアリングを採用し、販売台数や導入時期といった環境要因を可能な限り除外したうえで、機種そのものが持つポテンシャルを相対的に評価している。

そのため、本資料の評価結果は、実際の貢献実績と乖離して見える場合がある。しかし、貢献実績は必ずしも機種評価を正確に反映するものではない。販売台数が多い、同時期に競合機が少ない、島構成上台あたり遊技人数を維持しやすい、といった環境要因によって、機種のポテンシャル以上の結果が出てしまうケースも少なくない。

こうした事例は、ユーザーから高く支持された結果というよりも、販売構造上の有利さによって数値が押し上げられた状態と捉えるべきであり、長期的に再現性を持つ評価とは言い難い。本資料では、このような構造的なズレを「評価上のエラー」として扱い、短期的な数値の強さを過度に持ち上げない視点を採用している。

なお、本資料で用いている偏差値は、対象母集団内で標準化された相対指標である。したがって、評価軸の重みづけは固定的なものではなく、ホールの目的—粗利最大化、集客最大化、滞在最大化—によって最適解は変化する。その前提を踏まえ、本資料は「唯一の正解」を示すものではなく、意思決定の精度を高めるための比較軸として活用されることを意図している。

問題設定：なぜ「導入初週」は誤読されるのか

新機種評価が難しい理由は、導入初週の数値が「機種の實力」だけで決まらない点にある。導入週は、告知量、設置台数、島導線、年末年始などの商戦要因、さらにはIPの強度といった外部変数が混入し、プレイヤー行動の観測値にノイズを注入する。

ここで多くの現場が頼りがちなのがアウトである。しかしアウトは、プレイヤー行動の結果として生じた“流量”であり、行動の質を直接説明しない。アウトが高いことは事実だが、それが「定着を伴う評価」なのか「短時間の回転に依存した熱量」なのかは分からない。言い換えれば、アウトはレガシー指標であり、未来の安定稼働を映しにくい。

この誤読を解く鍵が、行動の分布構造である。本稿では、導入7日間データを「短期の盛り上がり」ではなく、“定着力”へ翻訳することを目的に、Rv（勝ち体験の強さ）、遊技時間、60分以上割合、15分以内割合の4指標を軸に再整理する。

Rvについて

RvとはReward value（リワードバリュー）の略称であり、褒美の値（報酬値）という意味になる。いまではよく語られることがある、「勝ち率」「勝ち金額」という勝ちの魅力を実量的に表した数値がある。しかし、それだけではプレイヤーのウオonzによって比重の置かれかた（勝ち率重視派・勝ち金額重視派）が、どうしても異なるため個々に判定しにくい側面があった。こうした問題を少しでも解決させていくために、勝ちの魅力を統合させることでプレイヤーが遊技した結果から得られる勝ち体験を、褒美の値（報酬値）として総量的にとらえることを実現させたのがRvである。

Rvの計算式

$$Rv = \text{勝ち率} \times \text{勝ち金額}$$

Rvが大きければ大きいほど勝ちの魅力が高い機種となる

※Rvについての詳しい解説は「TRYSEM CROSS_VOL.03」「TRYSEM CROSS_VOL.04」をご覧ください。

評価設計：平均値から分布へ

本分析の根底にあるのは、統計学の基本原理である。すなわち、平均値は分布の代表値に過ぎず、分布の形状が違えば同じ平均でも意味が変わるという点だ。導入初週においては、この“分布の歪み”が特に大きい。短時間の試し打ちが大量に発生して平均を押し下げる一方、少数の長時間層が存在して将来の定着可能性を示す、といった混合分布が成立しやすい。

そこで本稿は、以下のスコアリングモデルを採用する。

【図1】 評価設計

評価設計 (Scoring Model)

本評価は、導入初週の“盛り上がり”を一撃（勝ち金額）だけで誤認しないために、滞在（遊技時間）と長時間層（60分以上）を重視し、試し打ち離脱（15分以内）を構造リスクとして減点します。

$$\begin{aligned} \text{総合スコア (Z)} &= 0.40 \times Z(\text{Rv}) + 0.30 \times Z(\text{遊技時間}) + 0.25 \times Z(\text{60分以上割合}) - 0.15 \times Z(\text{15分以内割合}) \\ \text{総合偏差値} &= 50 + 10 \times Z(\text{総合スコア}) \end{aligned}$$

なぜ 0.40/0.30/0.25/-0.15 なのか？

- ①Rvは「勝ち体験の強さ」を代表するための主軸（0.40）。②ただし Rv 単独だと“勝ち金額偏重”で誤認しやすいため、滞在（遊技時間）を第二軸（0.30）。
- ③初動の定着力は長時間層の厚みで効くため 60 分以上を第三軸（0.25）。④15 分以内は“試し打ち→離脱”の構造を示すため、同じ強さで持ち上げないよう減点（-0.15）。

この重みづけは、単なる「好み」ではない。

- Rv (0.40)：初動の注目形成に最も寄与する“入口変数”。ただし単独評価は危険。
- 遊技時間 (0.30)：行動心理を定量化する複合指標。理解・納得・期待が延長として現れる。
- 60分以上 (0.25)：分布の右裾を観測する。初期段階で“Commit (定着)”が成立した痕跡。
- 15分以内 (-0.15)：分布の左裾、すなわち“Trialで終わる構造リスク”として扱う。

重要なのは、勝ち体験が強いことを否定していない点だ。むしろ Rv は必要条件になりやすい。しかし 2025 年のデータが示したのは、Rv は十分条件ではないという事実である。勝ち体験の強さがあっても、試し打ち離脱が多ければ、定着へ接続できない。

【図 2】プレイヤー導線（行動構造）



2025年パチンコ市場：勝ち体験は滞在と同居できているか

パチンコ領域のTOP10（対象62機種・ミドル帯）を見ると、上位は総じて「高射幸」属性が並ぶ。ここで読み取るべきは、「高射幸＝強い」ではなく、高射幸でありながら滞在を作れているかという構造である。

最上位は、e新世紀エヴァンゲリオン17 はじまりの記憶 R（総合偏差値74.4）。Rv 7,599、遊技時間 56.5分、60分以上 32.68%、15分以内 15.59% という構成は、初週にありがちな「入口だけの熱量」ではなく、短時間離脱が低く、長時間層が厚い。これは“Exposure→Trial→Engage→Commit”の導線が成立した形であり、導入初週としては非常に稀なバランスである。



次点のe女神のカフェテラス JLZ（偏差値71.6）はRv 10,138と突出するが、15分以内 24.00%が高く、60分以上 26.00%、遊技時間 48.6分という構成である。ここに2025年パチンコの象徴的な論点がある。すなわち、Rvが高いことは入口を作るが、離脱が高いと“入口止まり”になり得る。統計学的には、平均時間が悪いというより、左側（短時間）に質量が寄っている、つまり分布が歪んでいる状態である。



導入初週にこの歪みが大きい機種は、翌週以降に「評価の再現性」を失いやすい。なぜなら、初週の試し打ち群は“新台だから触った”だけの集団であり、継続需要の母集団ではない可能性が高いからだ。

同様に、e東京リベンジャーズ GFEC (偏差値 64.5) は、Rv 6,702、遊技時間 49.6 分、60 分以上 25.87%、15 分以内 18.95%。ここでは「人数 (集客)」のタグが付されているが、ポイントは集客の強さと離脱の抑制が両立している点である。つまり、入口の強さが「短時間で燃え尽きる」形になっていない。これは 2025 年の LT 系で評価すべき典型だ。



また、パチンコ上位には高速機も混在する。高速機は、短時間回転によって稼働の見た目が作りやすい一方、分布が薄いと失速が早い。2025 年の教訓はここにある。

“勝てるか” は入口の問いであり、“納得して打ち続けられるか” が島を支える問いである。
 初動評価は、Rv の高さで踊るのではなく、15 分以内の抑制と 60 分以上の形成をセットで確認すべきである。

2025年パチスロ市場：長時間層の設計力が勝敗を分けた

パチスロ TOP10 (対象 48 機種・AT/ART) では、パチンコ以上に分布の差が鮮明である。上位は総じて 60 分以上割合が極めて高く、15 分以内が一桁前半に収まっている。これは、スマスロ市場における「理解コストの高さ」を示す。理解コストが高い市場では、短期の上振れよりも、理解→没入→継続の成立が行動に現れやすい。

最上位は、L/スマスロマギアレコード/RN (偏差値 68.9)。遊技時間 144.0 分、60 分以上 67.70%、15 分以内 5.75% という構造は、初動の時点で“Commit 層”が大きく形成されていることを意味する。平均値の高さ以上に、分布の右側が厚い。このタイプは、新台密度が高い局面でも残りやすい。



次点の L 東京喰種CT (偏差値 63.7) も、遊技時間 107.3 分、60 分以上 60.17%、15 分以内 5.55%。ここで重要なのは、Rv が 9,736 と高い一方で、入口離脱が抑制されている点である。つまり、勝ち体験が強いことが「短期の偶然」ではなく、ゲーム性理解と接続している可能性が高い。



さらに、導入週が 2025-12-8 の L スマスロ化物語 KH (偏差値 63.3) も、遊技時間 125.3 分、60 分以上 62.03%、15 分以内 5.42% と同系統の分布構造を示す。年末商戦など外部要因が混入しやすい週であっても、15 分以内が低いという事実は、入口で拒否反応が起きていないことを示す。統計学的に言えば、外乱があっても“分布の形状”が崩れていない点が強いの。



ここから導ける 2025 年スロットの総括は明確である。

- 勝敗は「一撃の強さ」ではなく、長時間層の設計で決まった。
- 15 分以内が低い機種は、理解導線が機能している。
- Rv は出玉の強さではなく、体験の納得感（期待の連鎖、波の読みやすさ）として扱うと精度が上がる。

スロットは「勝った／負けた」よりも、「次も打ちたい理由」が行動を支配する。この命題が、2025 年の分布データによって裏づけられた一年であった。

2026年への提言：評価軸を週次で更新せよ

導入7日間は「入口の観測」として価値がある一方、判定に使うと誤認が増える。外部要因が混入する以上、評価を確率的に更新する運用が合理的だ。結論として、2026年に必要なのは次の二点である。

提言①：初動評価は「7→14→28日」で更新する

- Week1：入口（台あたり人数）と離脱（15分以内）を確認
- Week2：理解の進行（遊技時間の伸び、60分以上の厚み）を確認
- Week4：分布の安定性と代替流入（他機種からの移動）を確認

統計的に言えば、これは単純な“追加データ”ではなく、事後分布の更新である。初週の観測値を確定値として扱うのではなく、週次で更新し続けることが意思決定の精度を上げる。

提言②：ホールの設置価値は「分布」で測れる

機種評価は機械単体の問題ではなく、島構造の問題でもある。短時間層の入口として機能させるのか、定着機として運用するのかで、求める分布は変わる。

- 入口機：15分以内が高すぎないことが最低条件
- 定着機：60分以上が相対的に厚いことが必要条件
- 高単価機：滞在が薄い場合、反動（失速）が大きくなるため要注意

粗利最大化だけで島を組むと、短期の回転が作れても、客層導線が分断される。2026年は「新台＝短期回収」の発想ではなく、“滞在導線の設計”として新台を捉える必要がある。

2026 年総括：データの羅列は入口、構造の読解が判断である

2025 年の新機種市場を導入 7 日間で俯瞰すると、Rv が依然として注目の入口であり続けた一方で、上位に残ったのは「滞在と分布」を同時に作れた機種であった。特に、15 分以内を抑え、60 分以上を形成できた機種は、初動のノイズを超えて“定着の芽”を示している。

データの羅列は理解の入口に過ぎない。判断と行動へ接続するには、行動を分布として読み替え、外部要因をノイズとして扱い、週次で評価を更新する必要がある。

2026 年、ホールの意思決定はさらに難しくなる。だからこそ、アウトというレガシー指標から視点をずらし、滞在と分布から未来を読む。これが、TRYSEM CROSS が提示すべき、次の業界標準である。

分析の左右を観測する二つの極性指標



おわりに

新機種評価において、私が最も警戒しているのは「初週の数字が強い＝良い機種」という短絡である。導入初週は外部要因の混入が避けられず、観測値はしばしば“盛られる”。このときアウトや粗利といった流量指標に寄りかかると、判断はどうしても短期へ偏る。結果として、ホールの島は「強い数字が出た機種を追いかけ続ける構造」になり、意思決定が消耗戦へ変質していく。

だからこそ本稿では、勝ち体験（Rv）を入口として尊重しつつも、評価の主戦場を「滞在」と「分布」へ移した。統計学的に言えば、平均値の優劣ではなく、分布の形状—とりわけ左裾（15分以内）と右裾（60分以上）—に注目したということである。初週における15分以内の厚みは、話題性の消費で終わる危険信号になり得る。一方で60分以上の形成は、理解と納得が成立し、行動が次回へ接続される可能性を示す。未来を映すのは、流量ではなく“遷移”である。

2026年に向けて、ホールの勝ち筋は二つに集約されると見ている。第一に、評価を一度で決めないこと。7日で判定するのではなく、7→14→28日で更新し続ける運用へ移行すべきである。第二に、機種単体ではなく島の導線として設置価値を捉えること。短時間層の入口、定着機の核、リピート導線の橋渡し—この役割設計を分布で検証し、島全体の“滞在の厚み”を作り直すことが、最終的な稼働安定へつながる。

数字は事実である。しかし、評価は文脈によって変わる。ゆえに、その文脈こそをデータで設計する必要がある。アウトはすでにレガシーな指標であり、未来を映すのは分布である。本稿ではこの考え方を一つの金言として、読者に提示したい。

—— 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。

アウトはレガシー、分布が未来を語る — なぜ“初動評価が良かった機種”が消えるのか

2026 年 2 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/>

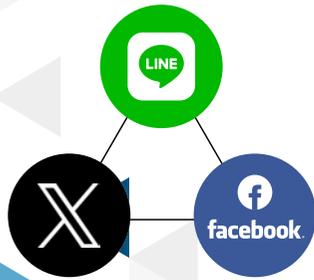
info@thin-x-lab.com

運営会社：株式会社 THINX

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。

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