



### オンラインパチンコへの挑戦

# いつでも、どこでも遊戯は 新たな市場を開拓するか？

減少の一途をたどるパチンコ店舗数とファン人口。生き残り競争が日々激化する一方で、業界の先細り感も否めない。そうした中、パチンコを根本から変えるイノベーションを生み出そうとする企業がAmusefactor（アミューズファクター）だ。同社が進めるReaPa！（リアパ！）とは何か？その現在地と未来構想を都筑広章社長に聞いた。

### パチンコの新しい価値を創造する

目的のパチンコ店へ行き、台を選んで座る。現金で玉を借りると、ハンドルを回して玉を打つ。それはパチンコの発祥から今日まで1世紀近く<sup>※</sup>にわたって続けられてきた遊び方だ。その行為を一気に端折ってしまい、自宅にいながら①スマホやPCで、②パチンコ

の実機が打て、③（ハンドルを回して）玉を打たずに遊べ、④出玉を賞品と交換できるのが新サービス「ReaPa！」である。同サービスを運営するAmusefactorの都筑氏が言う。「正直な話、今のパチンコ業界の状況に嫌気がさしてきているところがあります。がんじがらめの規制の中でこれまでと同じことをやっていたら生き残れません。未

来への希望もなくなってきています。そうした現状を打破するために『パチンコをイノベーションして新しい顧客価値をつくらう』というのが弊社のミッションです」同社が掲げるパチンコのイノベーションとは、  
・パチンコそのものを根底から変える  
・パチンコの「新しい切り口」「新しい捉え方」「新しい活用

法」を創造する  
・新しいアイデアから新たな価値を創造し、大きな変化をもたらす革命を意味する  
・玉を買う、打つなどの行為をなくす  
・パチンコをより簡素化し、説明不要にする  
・運用方法を、ゲーム化、オートメーション化、システム化、仕組化することである。

「イノベーションを起こすにはDX（デジタルトランスフォーメーション）化を進めること」とする同社長が代表例として挙げるのがNETFLIXのケースである。

1997年にわずか8人で起業し、オンラインのDVDレンタルサービス事業を開始。

- ①レンタルDVD店に行くという行為
- ②お店の会員になって会員書が発行してもらうという行為
- ③DVDをDVDプレイヤーにセットする行為
- ④DVDをレンタル店に返却するという行為

をすべてなくし、さらに動画配信事業で世界規模の企業に急成長した。

そんなイノベーション（DX）をパチンコ遊技でも目指そうというわけである。

### 急拡大した「オンラインクレーンゲーム」に続け

ReaPa！のゲームフローについては、誌面で細かく紹介するよりも実際にスマホやパソコンで遊んでもらった方が早いのが、簡単に説明すると、画面を開き新規会員登録→登録したら課金する額を決め

る→額に応じてリアポ（ポイント）が付与される→画面をスクロールして好きな台を選ぶ→オートプレイを押すとリアポまたは持ち玉が消費され、自動で回り続ける→（オートプレイを1度止める必要があるが）好きな倍率に変更できる→大当たりすると玉数が加算される（1倍プレイなら10玉ずつ増）→終了するなら出玉を精算、好きな景品と交換するという流れだ。

基本的には1円パチンコ仕様だが、倍率が変わるので1.5倍、2倍と好みで設定できる、一方、お試し台のような位置付けで0.2円仕様もある。スタートは1回転あたり大当たり確率や出玉に合わせ遊パチ、甘デジ、ライトミドル系は16～18玉（リアポ）、390玉を消費する一発台もある。出玉率は85%～95%。倍率が変更できるため99分の1の台を打ってある程度ハマって「そろそろ当たりそうだな」と思った時は、その時点から



ReaPa！で一番人気の一発台「CRシャカリナー」



Amusefactorのホームページ

ら2倍に変更するという予測を絡めた遊び方もできる。

リアポで取れる景品も豊富だ。発注が入れば、アマゾンから即日ユーザーの自宅に届く仕組みになっているという。

そして、都筑氏は「国内でもっとも参考にしていきたい事例」としてオンラインクレーンゲームを挙げる。

オンラインクレーンゲーム市場規模は今、

・サービス提供30社以上（カブコン、セガ、タイトーなど大手が参入）

・累計DL数250万件以上

・売上規模250億円以上、である。

この市場は2017年に経済産業省が「オンラインクレーンゲームは風営法による規制には該当しない」と通達したことを受けて急拡大した。パチンコ業界と同じ風俗営業に該当するゲーム業界はDXに成功し、市場を確立させた。現在は海外での事業展開を進めている企業も多く存在する。

「クレーンゲーム市場の成功事例を参考とし、後発ながらパチンコ市場もオンライン化を進めていくことが遊技人口を増加させるための新たな手法だと考えています。オンラインクレーンゲームを

PIEIA 22 ※開注/1930年、名古屋で許可されパチンコ店が風俗営業第1号店といわれている。そこから数えると2022年の今年には92年になる



オンラインクレーンゲームは2017年以降、急成長をみせている

やる人よりも遊技人口の方がはるかに多い。これまでオンラインパチンコが日の目を見ていないのはそこに何か理由があるからなのか。同じ枠組みであるならクレーンゲームを参考にしながら、パチンコの実機を使って後追いでできるのではないかと都筑氏は期待を込める。

また、公営ギャンブルの競馬、競艇、オートレース、競輪はコロナ禍の2020年、2021年と一気に売上を伸ばした。

新型コロナウイルス感染が拡大した2020年以降、4競技とも一般客の入場を制限、無観客開催をしたり、場外投票券発売所の営業を見合わせた。しかし、インターネットを通じた投票券の販売が「ステイホーム」というコロナ禍での新しい生活様式に合致し、「巣ごもり」需要が業績拡大につながったことが大きい。

例えば日本中央競馬会の電話・インターネット投票会員数は、2019年に約447万人だったのが、2020年には約506万人、2021年には約561万人と、コロナ禍の2年間で約114万人（25.4%増）増加した。一方、東京競馬が運営する地方競馬インターネット投票

「SPAT4」の売上高も2019年の2399億円から、2021年には4361億円と、コロナ禍の2年間で売上が1.8倍（81.7%増）に急伸したという。これも公営競技によるイノベーション、いわば1つのDX化といえる。

### 風営法、景表法の規制外著作権法が唯一のハードル

オンラインパチンコを運営し、普及させるに当たっては2つの重要課題がある。1つ目はパチンコホール同様に風営法の規制を受けるか否かである。その結果については、オンラインクレーンゲームと同様に「風営法による規制は受けない」ことが経産省のウェブサイトに掲載されている。そのサイト上で国家公安委員会は「客の立ち入らない閉鎖されたパチンコ店



などに設置した中古機などをインターネットを介して遠隔操作させることで客に遊戯させるサービスは「風俗営業」に該当しないため、同法による規制は受けないと回答している。

2つ目は、遊戯の結果に応じて景品を提供することに対する景表法上の規制（過大景品による不健全な競争を防止）を受けるか否かである。これについて、客は遊戯が目的であり、その結果によって景品が取れるということではなく、「これを買ってもらったらこれも付けます」という取引に付随して提供されるものではない。つまり景表法上の規制を受けないというのが公取委の見解だ。

ただ風営法による規制は受けないといっても、この先どんな妨害が入るのかも分からない。都筑氏はホールを経営してきた経験則として「遊技機の取り扱い管理」「18歳未満はプレイ不可」などの自主規制を定めている。

「この先何か問題があれば、その都度対処していかなければいけません。最初はどんな事業でもそうですが、リスクを恐れていたら前に進みません。少しずつですが、これはいいのかな、あれはどうか、ここまではいこうとまずいのか、という感じで前に進めていきます」（都筑氏）

### 日本の文化としてパチンコを海外に

先日、大きな話題となった山口県の4630万円の誤送金事件のニュース。そこで日本からのアクセス数が世界で4位であることが報じられたオンラインカジノは、日本語のサービスを提供している

会社が80社以上、国内のプレーヤー数は200万人以上に上るといふ。

その市場規模は世界全体で、2020年に667億米ドルに達しており、世界的なインターネットの普及と急速な都市化が、市場の成長を促進する重要な要因といわれている。さらに、さまざまな先進国でオンラインベッティングが合法化され、文化的にも承認されていることも成長を後押ししている。

また、オンラインカジノ企業は名だたるサッカークラブやレーシングクラブとの間でスポンサーシップを獲得しており、これが新規ユーザーの獲得につながっているという。この先2021年から2026年にかけて、世界のオンラインギャンブル市場は力強い成長を見せると予想されている。

その現状に都筑氏はこう警鐘を鳴らす。

「競合店との争いという足元ばかりを気にしていないで、もっとオンラインカジノを注視していないとパチンコ業界は食われてしまいますよ。気をつけなければいけないのはそのスピードの速さです。オンラインカジノの遊技人口は230万人と言われているが、その数に到達したスピードはデジタル化でどうなったか。最大手のベラジョンが日本に参入したのは2012年。会員数は10年で200万人になりました。参入当初は少しずつしか増えていなかったのが、直近の2、3年で一気に増えました。そして22年以降、そのスピードが加速するのは明らかです。一方、パチンコは2012年から10年で550万人減っている。このままではパチンコ業界は終わってしまうで



リアパのホームページ



景品のフィギュアなども充実している



景品のフィギュアなども充実している

しょう」

パチンコ店を1軒作ろうとすれば、数10億円かかる。たとえ1000台の店を作っても集客できる範囲は20kmから30km。それがデジタルなら短期間で、かつ広域に集客できるという可能性がある。

「リアパは日本だけでなく、海外に発信したい。これは僕の夢でもあります。パチンコを海外に輸出したいのです」と語る都筑氏は、「最近のパチンコは限られた人たちがやっているニッチな産業になっている」と危機感を持つ。

今のパチンコはアニメなどの著作権モノを取り入れるようになってそのファンがパチンコを打ちに行くという流れが出来上がってきている。そしてパチンコ産業の中で得た収益の一部がアニメ産業に流れ、それで潤ってまた新しいアニメを作る。それはwin-winの関係といえる。

日本のアニメ文化が海外に受け入れられている中で、「日本

のアニメ文化を背負っている射幸性のある遊び、パチンコを日本の文化として海外に広めた

い。当面の目標は日本国内でオンラインクレーンゲームと同じ認知度と、同じ市場にしたい。それは弊社1社だけでなくというわけではなく、パチンコ業界内でオンラインパチンコを広めたいという企業も一緒になって市場を作っていきたい」と都筑氏は考えている。

オンラインクレーンゲームと肩を並べ、世界の市場へ。その目標を実現するためにReaPa！は独自のヒット機種を創出や、刺さるイベント企画などを模索。着実にプレーヤー数を増やしつつ、市場の拡大と確立に向かっている。

