

## 『レジャー白書2022』

レジャー白書2022によるとパチンコ・パチスロの市場規模は、前年と同水準の14兆6000億円、推計参加人口は10万人増え720万人でした。

回復しているように見えますが2019年比では170万人少なく、これは日本の人口動態との関係があることを忘れてはなりません。

ちなみに売上好調な公営競技の参加人口を見てみると、中央競馬は30万人減、地方競馬は50万人減、競輪は20万人減、ボートレースは10万人減でした。

過去に3千万人もいたといわれるパチンコ参加人口は、約24%にまで縮小していることとなります。

強いファンによる売上構成の偏重が否定され続けていますが、その視点は本当でしょうか？

たしかに高い参加率によるライトユーザーの増加は重要ですが、時代背景を考えた場合にその考え方で上手く行くとは考えづらいといえます。

## 『2022年という時代の変革期』

来年のゴールデンウィークに第一回目のピークが来るのではないかと考えています。

その推測は、スマスロの初期導入が15万台だと仮定して、5月までには約30万台までに伸びるのではないかという点です。

また、3月から始まるスマパチもスマスロに加わり、最初のスマート式遊技機がそろそろ繁忙期になるからです。

現状のAT・ARTが約100万台だとして、その30%が6.5号機に、その30%がスマートに変更されれば、ということになります。

かなりの設備投資になりますが、売上はついてくるため投資回収のペースとしては悪くないと考えられます。

そんなに回収ばかりだと店がダメになるという心配もあろうかと思いますが、全体の部分比率として捉えれば良いと思います。

いうまでもなく、売上が伸びれば、粗利率が同じでも粗利額が増加するのは必然です。

売上が伸びるということは、それだけ魅力的だということになりますから、客単価が上がるだけでなく、客数が伸びるという視点も重要です。

ただし、それは全体として客数が増えるよりも偏るということかもしれません。

もう少し突っ込むと、客数を増やせないと特定のヘビーユーザーだけの負担が増えるということの意味します。

ここに注意点があるのです。

つまり、スマート遊技機の設置比率はどのホールも平等ではないということです。

もっとハッキリ申し上げれば、6.5号機のヒット機種やスマスロの設置台数は、限られた店舗のお話だということです。

そして6.5号機のヒット機種、パチンコのヒット機種、スマート遊技機の設置台数が入らないお店から、無くなっていきます。

つまりお客様が減る環境下において、これからはもっとお客様が偏ることが起きると予想できます。

今年から来年に向けて、いよいよ7千軒を切る状況になりますが、さらに6千軒となっても減り続けることになりそうです。

投資効率として弱い小型店はまだ多く、淘汰の足音は止まりそうもありません。