

遊タイム機能等に関するパチンコ遊技者調査 調査結果のお知らせ

このたび、パチンコ業界に特化したマーケティングリサーチを行うシーズリサーチ(本社:東京都台東区)は、全国のパチンコ遊技者を対象に「遊タイムなど新しいゲーム性に関する調査」を実施致しました。

パチンコの解釈基準一部変更にとともなう、新しいゲーム性に関する遊技者の意識や意向の把握を目的として行ったものです。

つきましては、本調査の調査結果についてお知らせ致します。

【調査概要】 調査名「遊タイム機能等に関するパチンコ遊技者調査」
【企画・実施】 シーズリサーチ
【調査対象】 月1回以上のパチンコ遊技者 500サンプル

調査項目

- 新しいゲーム性に対する認知度と遊技動機
- 新しいゲーム性に対する認知度と遊技動機(頻度別・年代別)
- 遊タイムが遊技動機となる理由
- 遊タイムが遊技動機となる理由(年代別)
- 遊タイムが遊技動機とならない理由
- 遊タイムが遊技動機とならない理由(年代別)

調査結果トピックス(月1回以上の遊技者)

- ・新しいゲーム性の認知度と遊技動機:1位「遊タイム」、2位「ロング時短」、3位「突然時短」。
- ・「遊タイム」について、週1回以上の遊技者では認知度が約70%、遊技動機は約54%。
- ・新しいゲーム性の認知度:40代と50代を境に認知度に差があり、若い年代で認知度が高い。
- ・新しいゲーム性の遊技動機:遊タイムは40代以下で高いが、それ以外は年代別の傾向差が低い。
- ・遊タイムが遊技動機となる理由。
1位「遊タイム発動での大当りに期待が持てる」、2位「勝率が上がる」、3位「お金がかかりにくい」
- ・遊タイムが遊技動機とならない理由。
1位「お金がかかる」、2位「当りにくさ」、3位「出玉性能の低下」

詳細は、下記より調査結果レポートをご確認ください。

http://s-research.sees.co.jp/trends_0818

【本件に関するお問合せ先】

株式会社シーズ シーズリサーチ 担当:杉本

TEL:03-6806-0548 MAIL:sugimoto@sees.co.jp