

PRESS0720

新型コロナウイルスに関する 全国パチンコ店調査レポート



2020年7月20日
シーズリサーチ

調査名

「新型コロナウイルスに関する全国パチンコ店調査」

調査目的

コロナ禍で定着した遊技者の感染不安やパチンコへのイメージ低下の解消など、パチンコ店の新型コロナウイルスに関する感染予防対策への取り組みや、パチンコ業界における正しい情報を調査・発信する。

・調査方法

WEBアンケート

・回答者

パチンコ店(全国)の運営に携わる方 912サンプル

・調査日

2020年7月6日(月)～7月12日(日)

<調査レポート項目>

- 遊技客へ向けた新型コロナウイルス感染予防対策
- 従業員へ向けた新型コロナウイルス感染予防対策
- 新型コロナウイルス流行前と比較した店舗の稼動状況
- 新型コロナウイルスの影響 営業面での不安要素
- 新型コロナウイルスの影響 資金状況と休業時の給与支給状況
- 新型コロナウイルスの影響 今後のコスト削減予定項目

レポート内で使用している遊技者を対象とした

「新型コロナウイルスに関するパチンコへの意識調査」(第1回・第2回)の調査結果は、シーズリサーチのHPよりご覧いただけます。

<http://s-research.sees.co.jp>

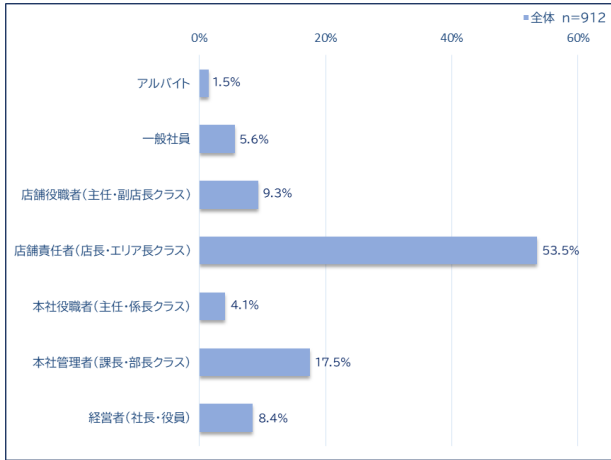


【企画・調査】 シーズリサーチ

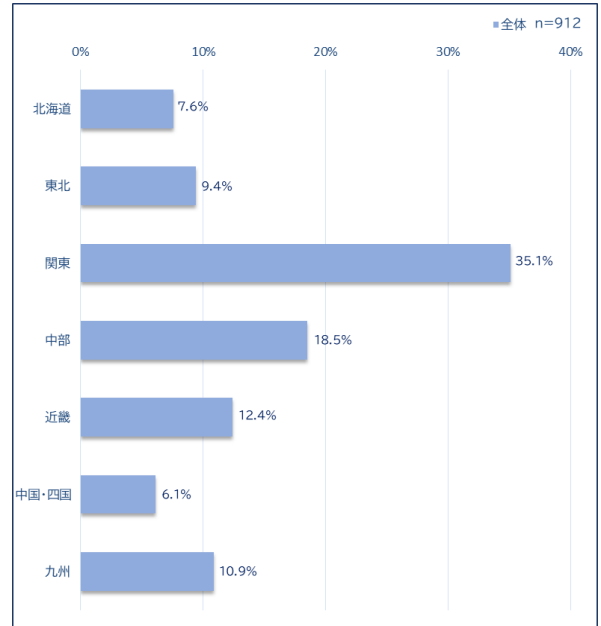
東京都台東区東上野2-20-1 晴花ビル2階

電話:03-6806-0548 Mail:research@sees.co.jp

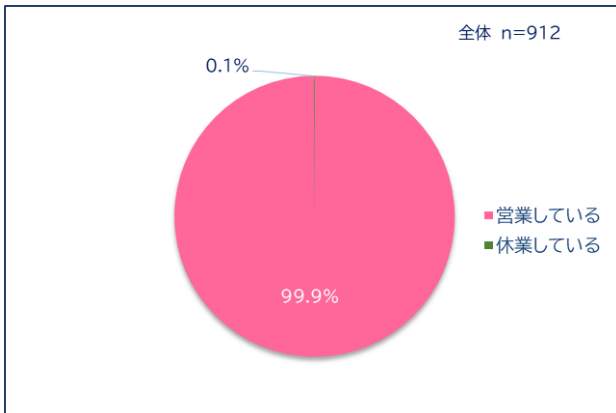
・回答者属性(役職)



・回答者属性(地域)



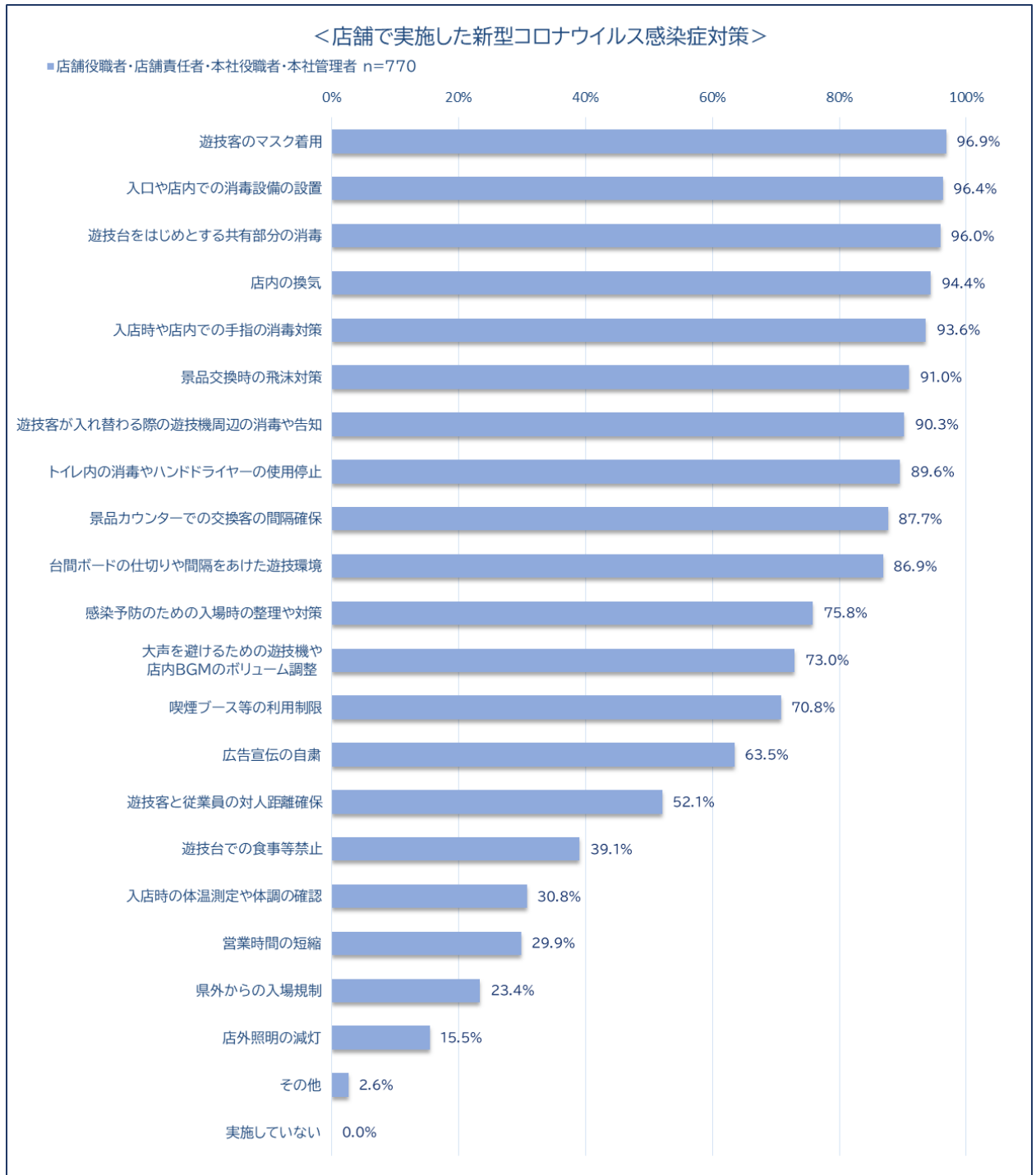
・店舗営業の状況



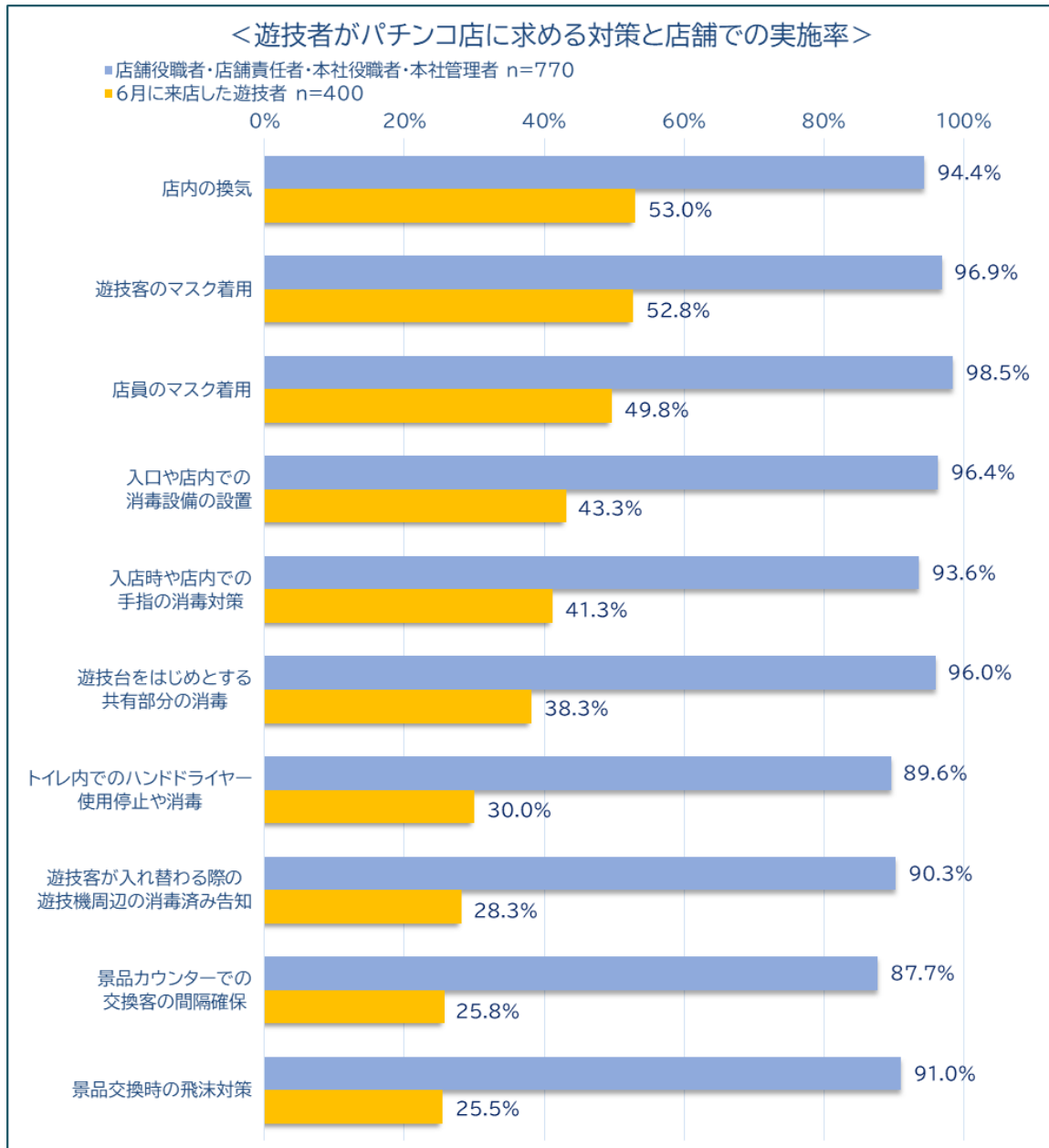
ー調査ご協力企業ー(遊技機メーカーならびに業界関連企業 ※五十音順)

- ・株式会社オリンピア
- ・アールイーサーチ株式会社
- ・株式会社遊技産業未来研究所
- ・株式会社北電子
- ・株式会社エンターテインメントビジネス総合研究所
- ・ユニークワークス株式会社
- ・株式会社コナミアミューズメント
- ・株式会社クレオ
- ・株式会社ライム
- ・株式会社三洋販売
- ・グローリーナスカ株式会社
- ・株式会社ルーヴィック
- ・株式会社大一販売
- ・株式会社ゲリラプロダクツ
-
- ・豊丸産業株式会社
- ・株式会社NEXT-S
- ・その他、ご協力企業各社
- ・株式会社ニューギン販売
- ・株式会社バック・エックス
- ・株式会社ヒューマン
- ・株式会社パイオニア
- ・株式会社ファスティーエンターテインメント
- ・株式会社藤商事
- ・フィールズ株式会社
- ・株式会社平和
- ・株式会社プロテラス
- ・マルホン工業株式会社

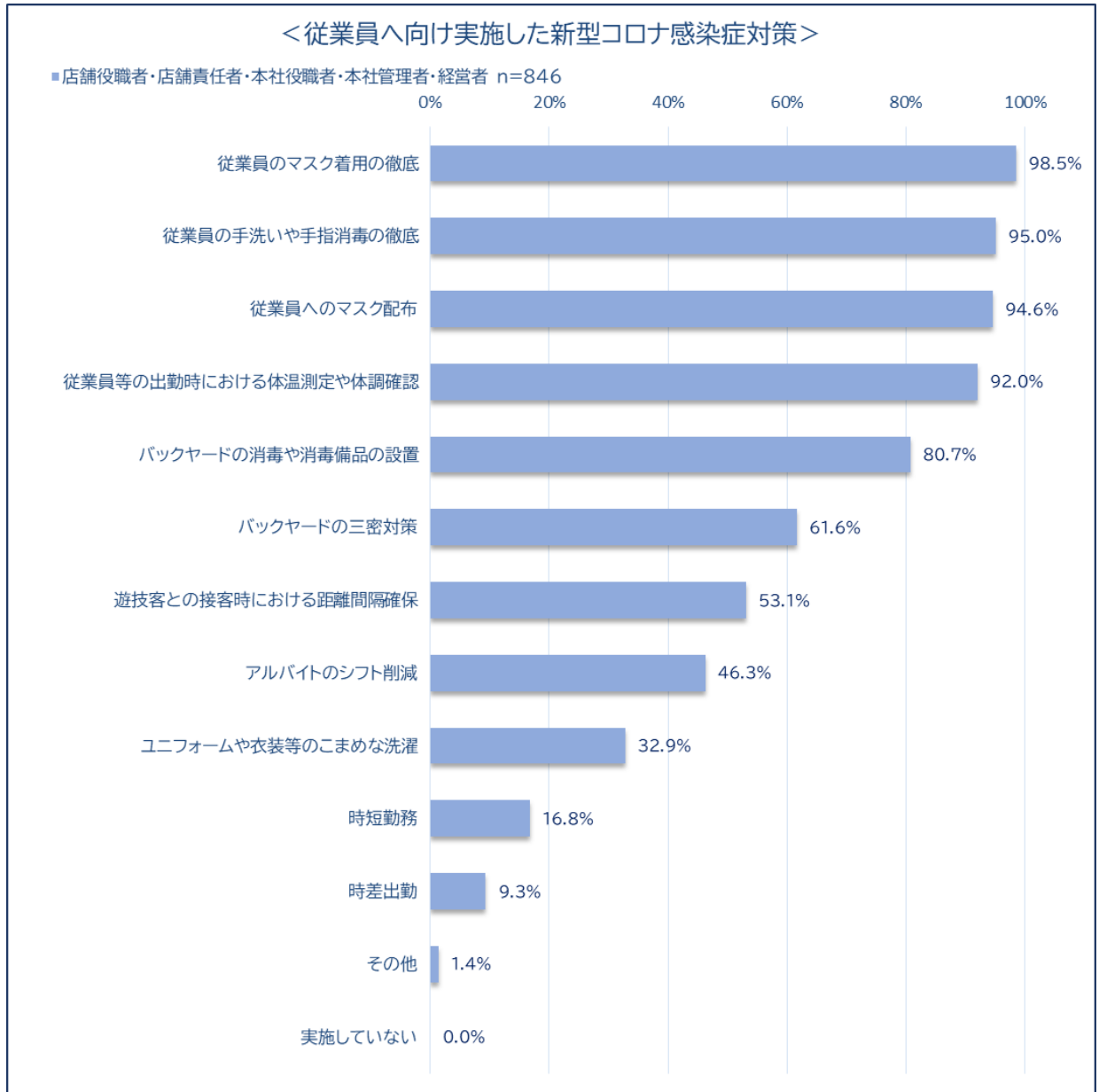
新型コロナウイルスは、一般的に飛沫や接触が感染経路とされているが、営業時の飛沫・接触感染予防と集団感染の共通点(三密)に該当する項目の対策は、特に高い結果となった。



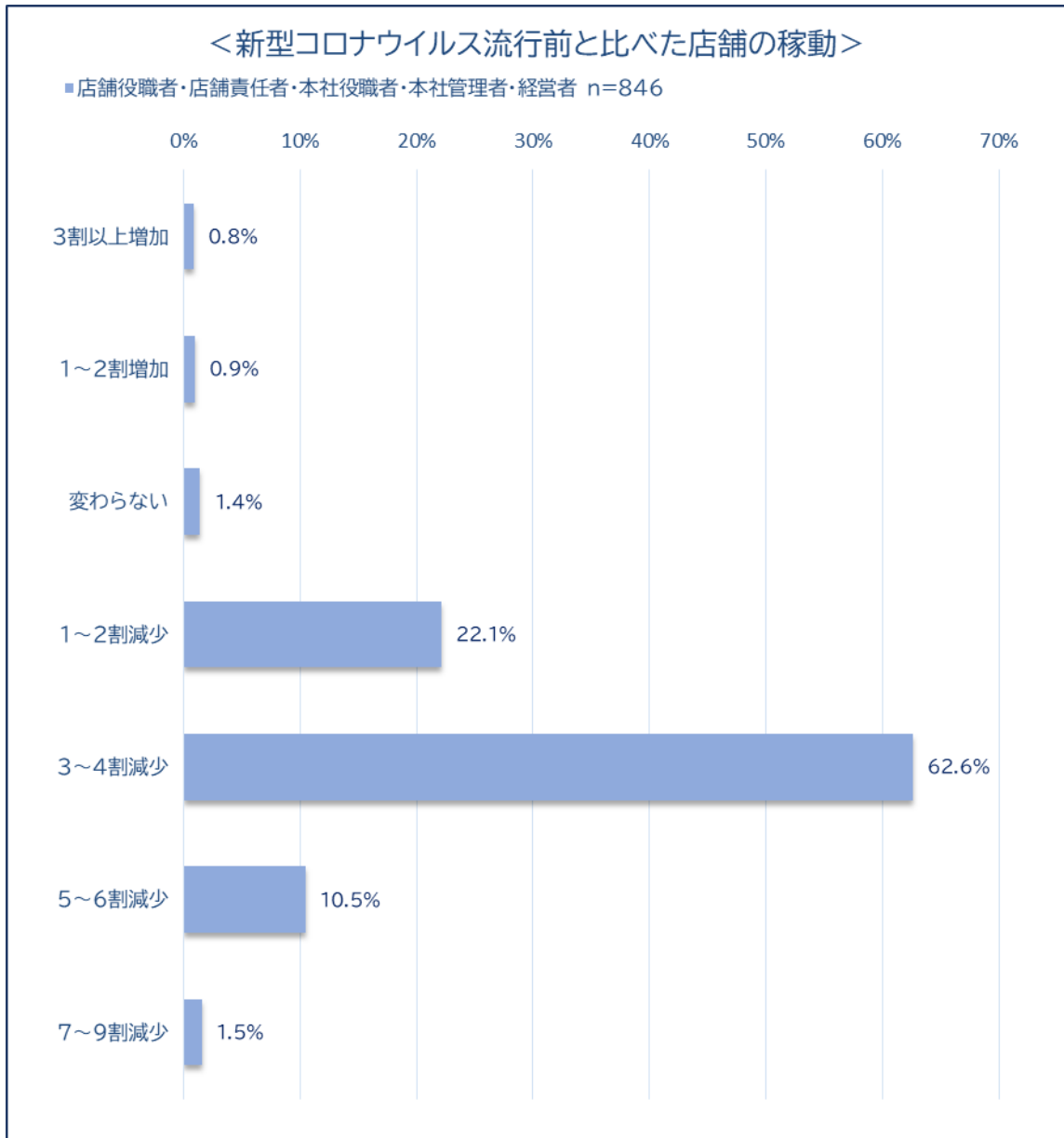
遊技者がパチンコ店に求める新型コロナウイルスの感染予防対策(6月の緊急事態宣言解除後の遊技者対象調査)と店舗の実施率を上位10項目で比較すると、パチンコ店はすべての項目で高い対策実績がみられた。



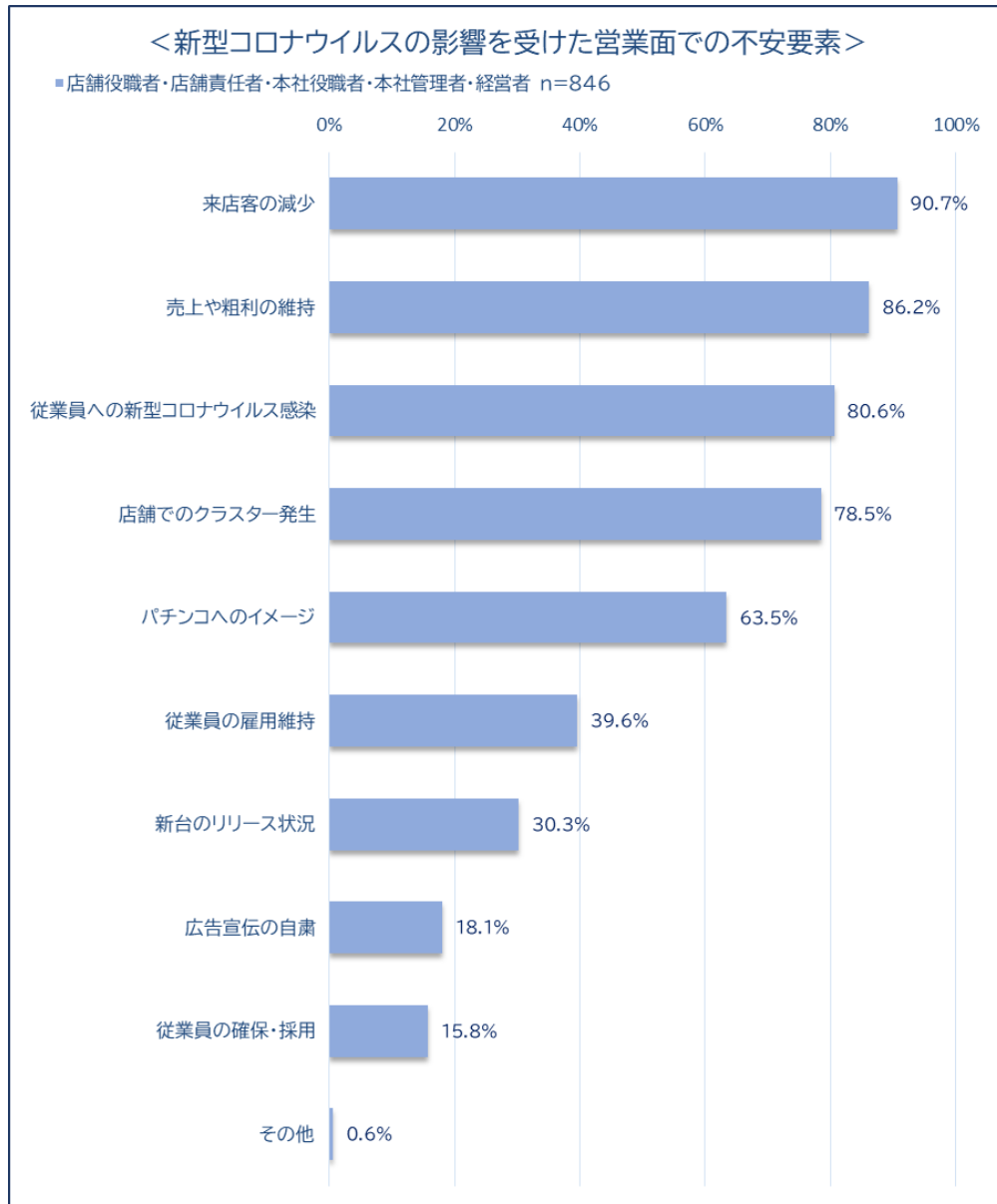
従業員へ向けた感染予防対策は、「マスクの着用」「手洗いや消毒の徹底」「マスクの配布」「体調の確認」がいずれも90%以上となった。特にマスクは、着用の徹底が98.5%で最も高く、店舗からの配布が94.6%と、感染を広めないための対策として店舗の対策意識も非常に高い。



店舗の稼動は、全体で「3～4割減少」が最も高く62.6%となった。
詳細データを分析すると、エリア別で見ても「3～4割減少」が最も高かった。

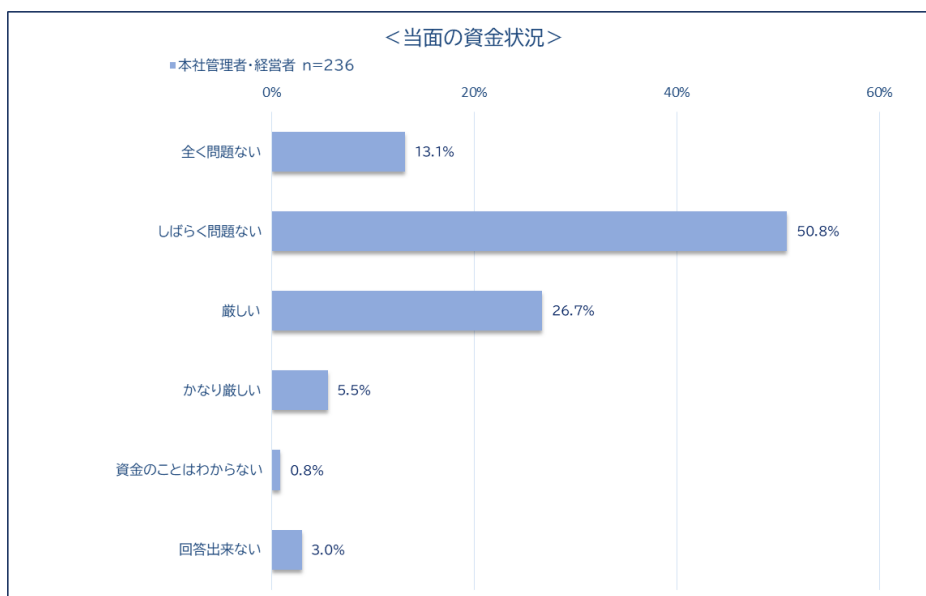


稼働の低下もあって、「来店客の減少」と「売上の維持」が不安要素では高い結果となった。「従業員への感染」や「店舗でのクラスター発生」も約8割となり、新型コロナウイルスの感染に対する不安要素も終息を迎えるまでは、継続課題となる。



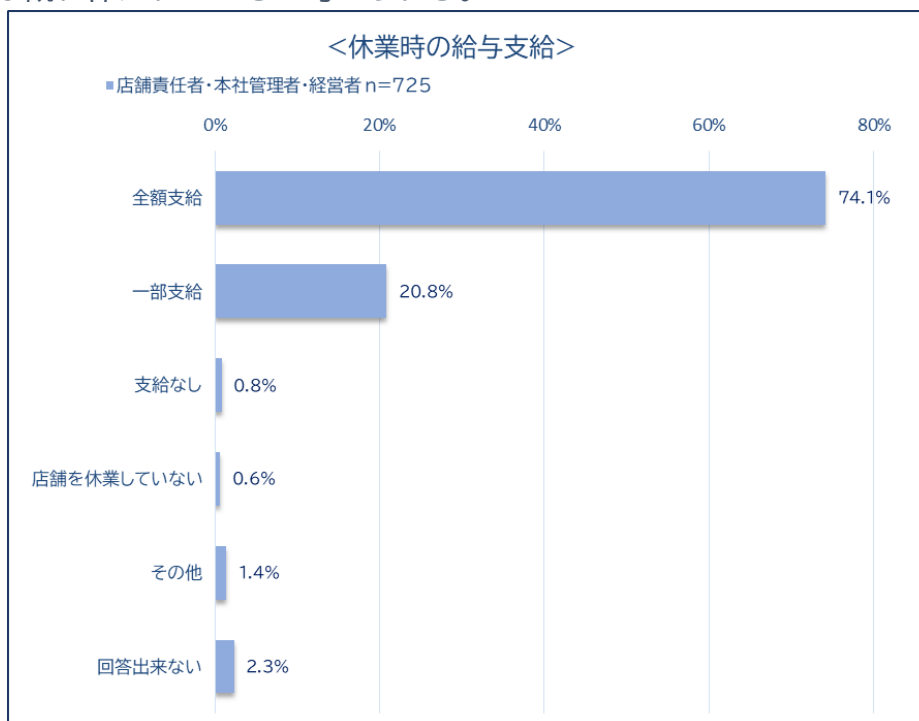
資金状況について

「しばらく問題ない」が最も高く50.8%となり、「厳しい」と「かなり厳しい」の合計は、32.2%となった。



給与支給について

休業など企業としても厳しい対応が迫られた中、休業時の従業員への給与支給は、74.1%が「全額支給」という結果となった。アルバイトへの対応などを含め、「一部支給」は20.8%となるが、全体的に給与は概ね保たれていると考えられる。



今後のコスト削減予定の項目では、「新台の購入費」が最も高く87.4%となった。

詳細データを分析すると、店舗側と本社側の回答では削減項目に違いがみられた。店舗側の回答では「設置台数の削減」「広告宣伝費」「人件費」といった営業に関する項目が高く、本社側では「コンサル等の外注費」「研修・セミナー費」「地代・家賃」などの運営に関する項目が高い結果となっている。

