

<調査の実施概要>

調査方法: WEBアンケート調査

調査期間: 2022年2月下旬

スクリーニング対象者数: 37,532サンプル

本調査: 1,500サンプル(過去1年以内の遊技経験者)

※スクリーニング・本調査いずれも性・年代の人口構成に合わせたウェイトバック集計を実施

調査エリア: 2大都市圏を中心に政令指定都市を含む道府県、その他地方を合わせた全国47都道府県

パチンコ・パチスロプレイヤー調査2022

【企画・実施】株式会社シーズ シーズリサーチ

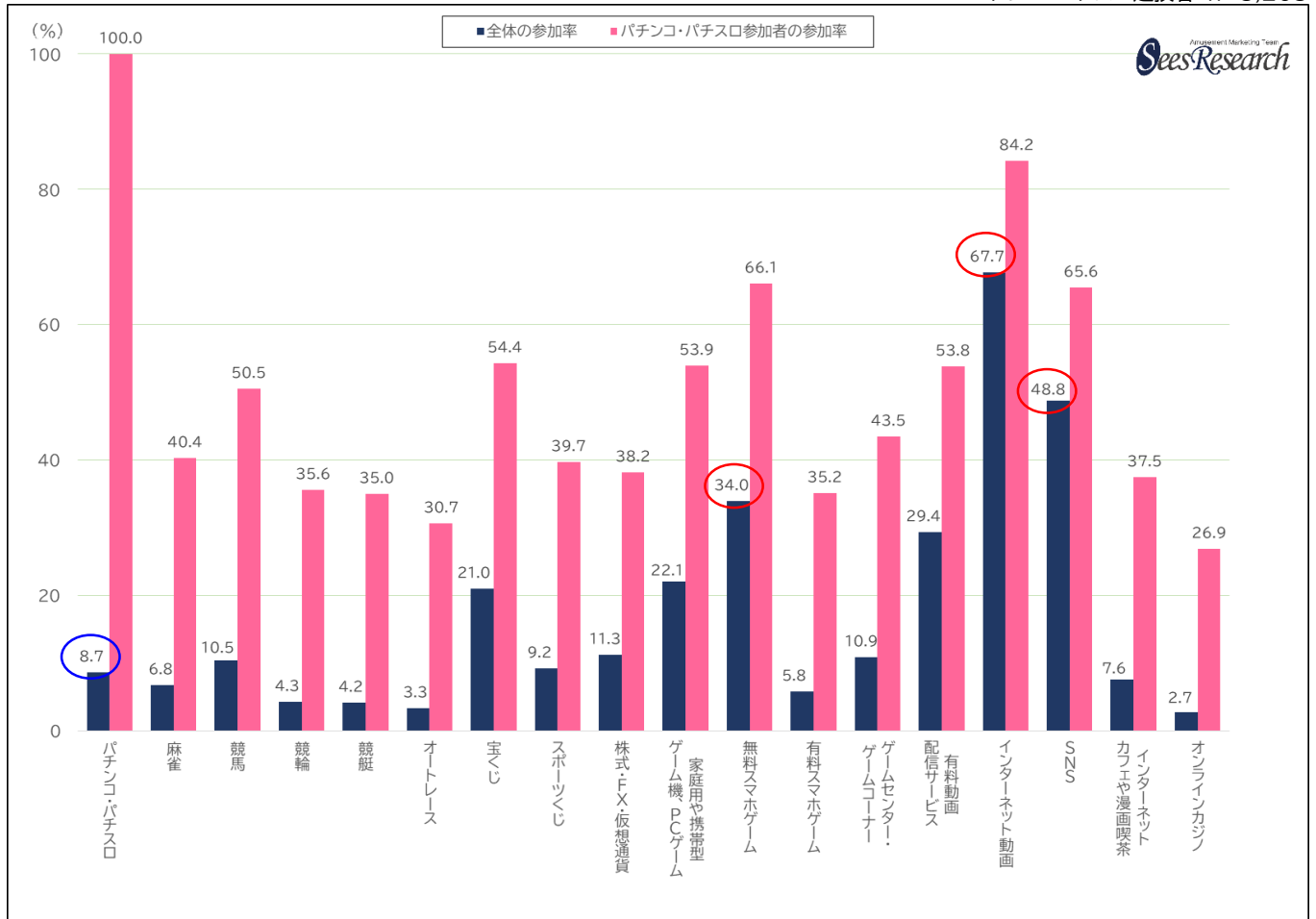
【共同調査】EBI/APJ

【パチンコ・パチスロプレイヤー調査2022 調査結果】

娯楽の参加率(全体)

■パチンコ・パチスロ全体

全体 n=37,532
パチンコ・パチスロ遊技者 n=3,263



※公営競技は20歳以上が対象 ※2022年度調査より、ショッピングモールやデパート、観光・行楽活動等は除外
遊技者・非遊技者を含む全体の娯楽参加率上位は、以下の通りとなった。

- 1.インターネット動画67.7%
- 2.SNS 48.8%
- 3.無料スマホゲーム34%

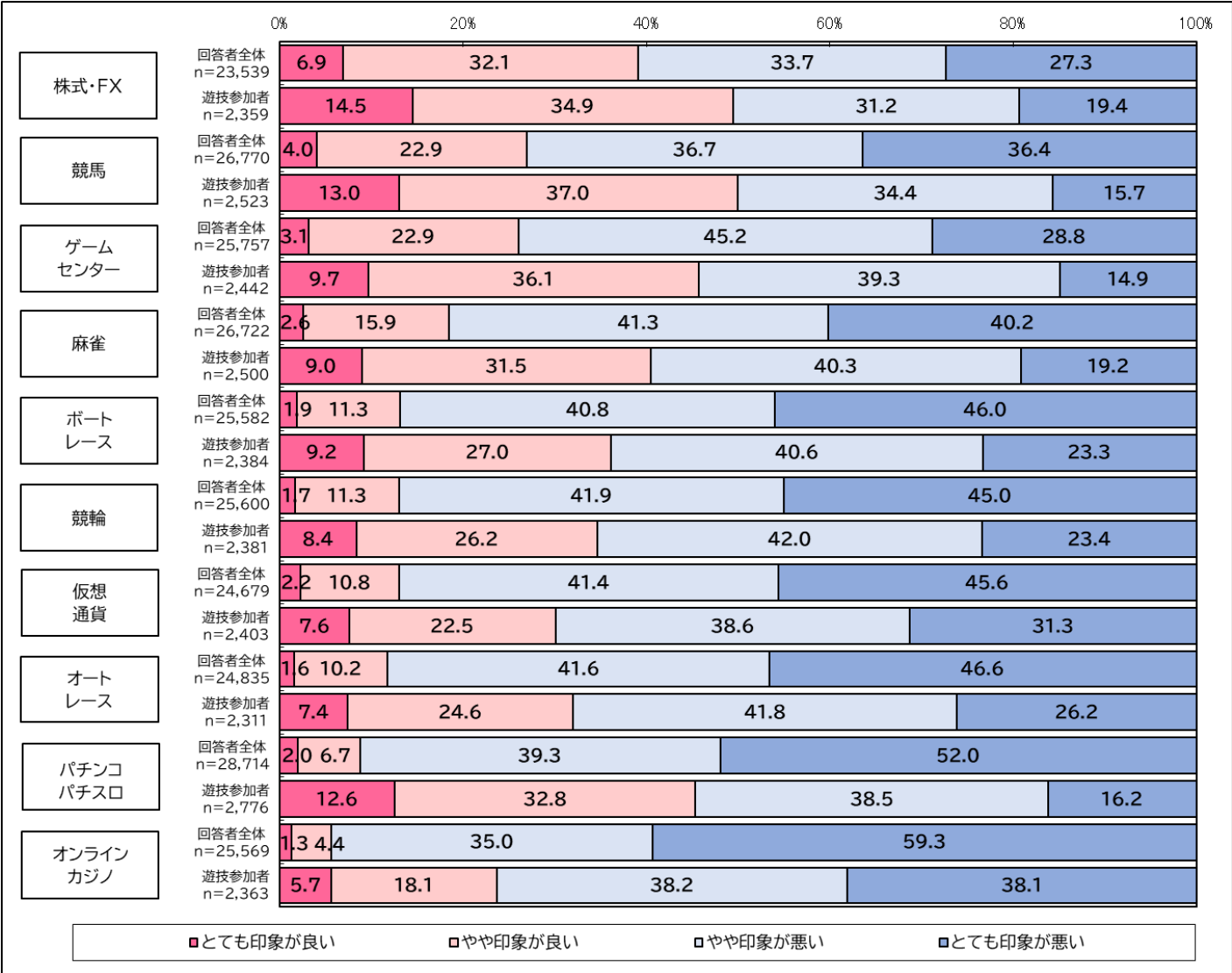
全体での、パチンコ・パチスロ参加率は8.7%(前年比+0.3%)。

遊技別で見るとパチンコが7.9%(前年比+0.3%)で微増、パチスロが6.2%(前年比+0.2%)で微増となった。

パチンコ・パチスロの参加率は微増したが、全体的に娯楽の参加率は昨年と比べ低下した。

参加率が微増したのは、競馬(前年比+0.4%)パチンコ・パチスロ(前年比+0.3%)競輪・オートレース・オンラインカジノ(いずれも前年比+0.1%)で、ギャンブル的な要素の娯楽が増加した。

■各娯楽に関するイメージ



※「わからない」人を除く

公営競技を含む各娯楽に関するイメージを聞いたところ、回答者全体(=一般のイメージ)では印象が良い(とても+やや)と感じているのは「株式・FX」で約39%が最も高く、次いで「競馬」の約27%、「ゲームセンター」が26%となった。いずれの娯楽も、印象は「良い」より「悪い」が上回っている。なかでも「パチンコ・パチスロ」は良い印象が8.7%とかなり低く、全体の中でもワースト2の印象の悪さとなった。

パチンコ・パチスロ遊技者では、パチンコのイメージが良いと回答した人は約45%で、半数以上の遊技者は遊技をしているがイメージは良くないと回答。印象の良さでは、回答者全体に比べ、どの娯楽もパチンコ・パチスロ遊技者の方が、印象の良い項目が上回っており、このイメージは各娯楽との相関性の高さ(参加率)が影響していると考えられる。

コロナ禍で、パチンコ店が一部営業していたことによるテレビ等の報道や世間のバッシング、パチンコを遊技することに対する後ろめたさや世間体など、こういった背景も業界イメージの悪さが大きく影響していると考えられる。競馬がそうであったように、パチンコ業界も一般的なイメージ戦略や業界外への情報の発信など、身近であるが故に生まれるマイナスイメージで業界の未来が危ぶまれないよう、より一層の業界イメージの向上が求められる。