

依存者の創造 -日本における電子ギャンブルと日常生活-

ヴェネツィア・カ・フォスカリ大学
北アフリカ・アジア研究学科
バルベッタ・トマゾ

1. はじめに

本論はパチンコを中心に、現代日本における電子ギャンブルが住民たちの日常生活にどのような影響を与えるかを検討するものである。電子ギャンブルとはパチンコ、スロットマシンやオンラインギャンブル等、電子機を通じたギャンブルのことである。具体的には、都市空間、ホールの建築やパチンコ機のデザインに目を向け、パチンコ利用者にギャンブル依存を引き起こし、その状態を維持するメカニズムを考察する。

1980年代以降、情報技術の発展や普及により日本や多くの先進国においてギャンブル業界が大きく変化しはじめた。スロットマシンやパチンコ台といったギャンブル機においてコンピューター化が急速に進んだ。情報技術がギャンブル業界に浸透したにつれて、ゲームの射幸性や依存性が大分高まった。更に、交通技術、建築技術や金融技術等の進歩により都市空間もギャンブルを行う空間も大きく変貌したことにより、ギャンブル機の利用時間が延長し、賭ける金額が増加し、利用頻度が高くなるような傾向がみられる。そのため、ギャンブル市場が徐々に拡大し、多くの人々の日常生活においてギャンブルの影響が少しずつ大きくなった。

空間やモノのデザインは我々の行動や知覚を左右する。これは消費社会学等において既に論じられていることである (Cochoy 2008, Bajde 2013)。利益を伸ばすことを目的とし、様々なメディアを通じるマーケティングは我々の行動をコントロールしようとする。例えば、マクドナルドの椅子は心地が悪く、それは客を店から早く出るように促している (Ritzer 2015)。本論で「メディア」は広い意味を持ち、椅子も、道も、ライトも音もメディアとして捉える。我々の日常行動はこのような「メディア」に無意識に支配されている。

ギャンブル業界も都市空間やモノのデザインを通じ利益の増加を狙う。諸国で行われた研究によると (Council on Casinos 2013)、現代電子ギャンブルの多くの利益は病的ギャンブラーによって生み出されている。利益を伸ばすために、ギャンブル業界は利用者を支配し、依存を引き起こす作戦を展開しているのだ。

1.1 ギャンブル大国ニッポン

現在、日本は世界の最も大きなギャンブル市場である。2013年にパチンコホールの売上は約27兆円であった（総務省2014）。パチンコホールは道路貨物運送業（23兆円）や病院（21兆円）を超える巨大な産業である。多くの住民が頻繁に利用するコンビニエンスストア産業より規模が三倍近く大きい市場なのだ（コンビニ業界の売上は2013年に約9.4兆円だった）。

しかし、2014年の調査によればパチンコ業界の利用人口は1000万人も達していない。日本人の8%しか対象になっていない市場であるにもかかわらず、コンビニの売上を上回ること、遊戯者一人当たりの使用額が非常に大きいということを示すのだ。

パチンコはパチンコ利用者の日常生活に深く浸透しているため、パチンコやパチスロへの依存が原因で、借金、離婚、鬱病、自殺といった深刻な問題に陥っている遊戯者が多い。厚生労働省の調査によると、日本の成人人口の約4.8%は病的ギャンブラーの疑いがあるのだ。

一応違法であるにも関わらず日本はギャンブル大国である（吉川2013）。だが、日本の電子ギャンブルに関する研究が現在まで少なかった。その上、ギャンブルに関する殆どの研究は心理学の視点から精神病や病的ギャンブラーの精神状態にしか目を向けてこなかった。日本の電子ギャンブルの考察に当たって社会科学的なアプローチをし、依存を生み出す原因としてモノや空間の役割には注目する研究はない。Schüllはアメリカのギャンブル機やカジノを研究した上で、ギャンブル業界がモノのデザインを通じ人々に依存を引き起こしていることを明かした（Schüll2013）。ギャンブルへの依存は個人の本質的な精神状態によって生じるのではなく、人と環境との触れ合いによって生じるため、環境におけるメディアの刺激等に注目すべきである。本論では、Schüllの研究に基づき、日本において、都市空間、建築や機械のデザインはどのようにギャンブル依存を引き起こし、どのように依存を維持させるかを検討する。

1.2 理論と目的

本章は日常生活という概念の意義を検討した上で、本研究にて使用する理論を紹介する。

日本版のWikipediaでの「日常生活」の定義は次の通りである。

日々の生活の中で繰り返される出来事や習慣的動作、そこで用いられる物の考え方や知識（常識）、接する物品（その一部は日用品と呼ばれる）などから構成される。

この定義に従えば、人の日常生活を考察することは、その人の行動、考え方や触れ合うモノを考察するということである。このような「日常生活」の概念に基づくのに、「社会」という概念の意味も考え直す必要がある。日常生活は人間関係のみによって構成されているわけでは

ない。日常生活は動作やモノによっても構成されているのだ。それと同じく、社会も人間だけではなく、モノや行動も含めるネットワークとして捉えられるべきである。

このような転換こそが電子ギャンブルの分析にあたって重要である。人間中心主義や間主観性に基づいたアプローチは、人々の個人的な心理や人間同士のコミュニケーションにしか目を向けない。しかし、電子ギャンブルにおける人と機械の繋がりや建築による行動支配を人間同士の現象として捉えることには大きな限界がある。また、ギャンブルへの依存を個人の心理のみによって生じる現象として捉えることにも限界があるだろう。モノや空間のデザインは心理に影響を与え、中立的ではないからなのだ。我々が接するモノは全てメディアとして解釈すべきである。言い換えれば、我々の行動と我々考え、つまり我々の世界認識はメディアによって媒介されるのだ。

過程への依存といわれる（帯木 2011）ギャンブル依存症は日常生活における現象である。病的ギャンブラーは日常生活でどのようなモノと接しているのか。依存はどのようなメディアの媒介によって引き起こされるのか。本研究は主に Actor-Network 理論（ANT）に基づき、このような問題を検討する。他の社会科学理論と比較すれば、Actor-Network 理論の特徴は社会の考察にあたってモノに注目することである。Actor-Network 理論によると、社会は人間と非人間（もの、考え、空間、行為等）が対称的に構成するネットワークなのだ（Latour 2005）。人間と非人間は「アクター」として同じように存在し、同じように互いに影響を与えあう。従って、依存を人間とモノや空間等が繋がる、色々なアクターの間で発生する関係性として捉える。

Actor-Network 理論の出発点はネットワークに基づいた存在論である。ネットワークを基にした存在論によると、全てのモノはネットワークとして分析すべき。つまり、各モノの本質は他のモノとの繋がりによって構築される。人間もそうである。ヒトは、身体、接するモノ、考え、他人等との関係によって構成されつつあるネットワークとして分析すべきである。

具体的に病的ギャンブラーの場合、その人々の日常生活の中で接するモノとの関係を考察することが重要である。パチンコの病的ギャンブラーはパチンコ業界、パチンコホール、パチンコ機といったアクターとの接触によって構成されている。パチンコはパチンコの病的ギャンブラーを創造するともいえるだろう。

2 都市空間

本章は都市空間におけるパチンコホールの位置や建築は病的ギャンブラーの日常生活にどのような影響を与えるかを考察する。

現代都市は多種のメディアが共存する非常に複雑な空間である。そのメディアが常に我々の行動を支配する。無意識かどうかを別にし、どの道を歩く、いつ止まる、いつ渡る、どこへ行

く、というような行為は様々な記号の解釈による。このような行為はギャンブルと関係がないように感じるかもしれない。しかし、そうではない。

パチンコをやめる方法を説明する本とサイトはいくつか存在する。内容はそれぞれ異なるが、全て「パチンコをやめたくてもやめれない」、「辞めようと思いますが、どうしてもパチンコ屋に行ってしまう」という自分がパチンコ依存であることに既に気づいた人々を対象に書かれている。彼らが辞められない理由は様々であろう。まずはやめられない理由の中で暮らす環境という点に注目したい。

2.1 パチンコホールの位置

日本のパチンコホール店舗数は11,000軒以上だ。ファミリーレストランより多く、また、5軒のコンビニに対して1軒のパチンコホールがある。パチンコホールがない都道府県はなく、全国に広まっているため、多くの日本住民には日常的にパチンコホールへ行くことが可能である。その上、パチンコホールは住民の生活空間に浸透するような場所に位置している。多くのパチンコホールは駅と商店街の近くにあるため、通勤、通学や買い物するとき、パチンコホールの前を通る住民は多い。例えば、筆者がフィールドワークをした京都市では、平日にパチンコホールが混み始めるのは6時以降である。それは明らかに仕事帰りの時間なのだ。パチンコをやめたくても、駅を出るとパチンコホールがあり、その前を通る。そして、我慢できず、つい入ってしまう。このような人々は少なくない。パチンコホールは日常生活空間において、避けられない場所にあるのだ。

ラス・ベガスやマカオといった観光地のカジノが非日常ギャンブルである¹のに対して、パチンコは日常ギャンブルなのだ。これはパチンコが市場規模で世界一大きいギャンブル業界になった大きな理由である。また、前述したようにギャンブル依存が日常生活における現象であれば、これは依存の一つの条件としても捉えられる。日本はギャンブルの「依存インフラ」²の最も発展した社会なのである。本論では触れないが、このギャンブルの「依存インフラ」の発展を支えたのは日本の独特な法律である。

都会では徒歩でパチンコに通える家が多い。筆者は今まで日本の三つの町に住んだことがある。全ての家から最も近いパチンコホールの距離は徒歩15分以内だった。自転車に乗れば選択肢が広がり、数軒回ることができた。近年、パチンコ業界が高齢者や専業主婦を狙っていることがいわれている。確かに、京都では平日の午後6時以前は高齢者や中年の女性が多かった

¹ ラス・ベガスは確かにギャンブルの観光地であり、アメリカの遠いところからギャンブルをしに行く人が多い。しかし、リゾートカジノだけではなくラス・ベガスには在住者向けの「ローカルカジノ」もあり、在住者の中で日々ギャンブルをする病的ギャンブラーが多い。

² 近年、社会科学において「生活インフラ」という概念がよく論じられる。「依存インフラ」はそのような概念の皮肉的なひっくり返しである。

のだ。パチンコ以外で自宅から散歩するだけで一人でできる娯楽は少ない。暇だから通い始め、そしていつの間にかパチンコにハマる人も少なくないと考える。

その上、駐車場のあるパチンコホールも多いので、もしパチンコ店が遠ければ車で簡単にいける。買い物ついでにパチンコホールに寄る人は少なくない。そのような客を対象にした冷蔵ロッカーが数年前からいくつかのパチンコホールで導入されている。購入したものも車も全て放置し、楽にパチンコができる。このようにギャンブル依存を促すインフラが整備されているのだ。しかし、その一方で、パチンコホールの駐車場で乳児が熱中症等で死亡する事件は毎年起き、話題になる。病的ギャンブラーは全員そこまで酷いわけではない。しかし、パチンコのために、自分の子供すら忘れてしまう人がいることは事実である。日常的にパチンコができる環境がなければ、そのような事件は起きないはずだ。³

都会にある多くのパチンコホールのすぐ近くにコンビニがある。それによって、何時になっても買い物や食べ物を手に入れる心配がないという点が重要である。その上、コンビニにはATMもある。お金を全てパチンコに使ってしまったとしても、またコンビニでお金を引き出し、ギャンブルがいつまでも続けられるのだ。更に、現在のコンビニのATMではカードローンの借入も簡単にできる。病的ギャンブラーはギャンブルで負けたお金をまたギャンブルで取り戻そうとする（American Psychiatric Association 2013）。そして、お金がなくなればギャンブルをするために借金をしてしまう。帯木（2011）は100名の病的ギャンブラーに調査を行った。初診するまでギャンブルに使った平均金額は100名で1300万円だった。その中で、借金地獄に陥り、家族か親族に借金の肩代わりをしてもらった上、またギャンブルのために借金をしてしまった例も多い。

2.2 都市空間における知覚刺激

パチンコホールが多くの住民が手の届くところに位置し、生活空間に浸透しているため、パチンコは日常的にできるギャンブルである。日常的にできることが依存の一つの条件である。しかし、「本当に」やめたければ、我慢して、入らなければいいだけではないのか？と思う人は多い。だが、病的ギャンブラーは自分の状況を十分に理解していても、ホールに入らないようにしようとしても、ホールの前を通れば我慢ができなくなり、入ってしまうのだ。

日常的にパチンコを利用する人々はパチンコ業界がマーケティング戦略を通じ与える様々な刺激に応じるようになる。パブロフの犬と同じで、身体が勝手に動くような状況だ。パチンコホールの前を通る病的ギャンブラーはホールの外見、デジタル看板に映るイメージ、パチンコ玉が流れる音、客の姿といった情報に反応する。パチンコが日常生活に浸透した人の感覚が変

³ 実は、まだ比較的少ないが託児所の設置されているパチンコホールが最近台頭している。

化したため、ギャンブラーではない人々と同じ都市空間をあるいていても、その空間の認識が質的に異なるのだ。

多くのパチンコホールはポストモダン的な建築に基づく。アーチ、円柱、派手な色や賑やかなライトがあり、都市空間で目立つ建築である。例えば、大阪府にあるミナノというパチンコチェーンの店舗の屋根に店のシンボルであるゴリラの巨大な像が飾ってある。見た目はまさにテーマパークのようであり、「ここは日常から離れられる楽しい空間だ」のようなメッセージが伝わる。ラス・ベガスやディズニーランドの建築の影響があるのは明らかである。

そして、店の正面に並ぶ旗や看板はさらに非日常性のイメージを強調する。看板等にはホールで行われている特別なイベントが紹介されている。時期的なイベントは全て「祭り」や「フェア」というような表現で紹介され、イベント性の高い空間であることを強くアピールする。ここでいうイベント性とは「創造性や新奇性、話題性や非日常性、快適性や遊び性、人びとを引き寄せる街頭性やドラマ性、実験性や開発性、参加性や体験学習性、驚きや感動を喚起する演劇性などの特徴や要素を持つこと」(巫 2009)である。また、新台の導入を紹介する旗も多い。後述のようにパチンコ台の入れ替えは現在のパチンコ業界にとって不可欠である。新台は顧客を招き、パチンコの目玉商品のようなものである。入れ替えにより、新奇性が維持される。新台の入れ替えに敏感になった遊戯者は、新台の宣伝による刺激に反応し、新台を試すために店に入る。⁴

入れ替えの看板には新台に登場するキャラクターが描かれている。殆どのパチンコ台は有名なテレビアニメ、ドラマ、アイドルグループ、ゲーム等をテーマにしているのだ。好きなキャラクターに特に敏感であり、好きなシリーズの新台の登場に興味を持ち店に入る遊戯者は多い。

加えて、そのキャラクターはパチンコを利用しない人にも知られているため、看板や旗は非利用者にもパチンコホールのことを意識させる。その上、有名なキャラクターは新たな客を増加させることもある。例えば、「冬のソナタ」という人気韓国ドラマの看板に興味を引かれたきっかけで、パチンコを始めた主婦が多い。

3. ホールの空間

本章は建築、設備、モノ、音等のデザインに注目し、パチンコホールの空間によって遊戯者はどのように支配されるかを考察する。

⁴ 新奇性やイベント性を強調することはパチンコ業界の独特な戦略ではない。日本ではファストフードや飲食業界を始め、時間性を導入し、イベント性をアピールをするマーケティングが特に普及した。例えば、期間限定商品等もそのような理屈に基づくのだ。加えて、新奇性は他国の電子賭博業界ではそれ程強調されていないことも指摘すべきである。

3.1 空間のデザイン

客がなるべく長い時間パチンコを打つような空間を創造することがパチンコ業界にとって重要である。そのため、様々な戦略がたてられている。その中では、欧米のカジノを意識した作戦も多い。例えば、殆どのパチンコホールには時計が置いてない。それは、19世紀のヨーロッパで誕生し、未だに世界のカジノでとられている戦略である。ギャンブラーが長く遊戯をするためにはゲームに集中ができる空間が必要とされている。時計をみることによって時間の流れに気づき、ゲーム外の世界を意識してしまう。時計を置かないことは、それを防ぐためである。パチンコホールには玄関のガラス以外、窓が殆どないことも同じ目的を果たす。外をみることで、または外の光の変化を意識することは、時間の流れを意識させ、遊戯を妨げてしまうのだ。そのため、自然光の影響を受けず、ホールの照度は人工照明によって調整されている。

音も管理されている。出玉や機械のスピーカーによる音が常に流れている。もし、切れ目のある音楽がかかっていたら、プレーヤーがバックグラウンドを意識してしまう可能性があるため、意図的にそのような変化がなく不定形の騒音にされている。パチンコホールを出ても、病的ギャンブラーの頭の中でその音がずっと流れ続けることがあるという。家に帰った後でも、パチンコ玉の音が離れない。ホール内は音量が大きく、ホール外の音が全く聞こえなくなる。人の声等、認識できる音が殆ど聞こえなくなり、席に座ると、周りが消え自分と機械しか存在しないような気持ちになる。視界も狭く、ゲームに集中すると、遊戯者はギャンブル機以外何もみえなくなる。閉鎖的な遊戯空間である。密に並んだパチンコ台の間に隙間がないため、自分の台から目をそらしても、隣の機械と遊戯者しかみえないのだ。そのような、狭く閉鎖的な遊戯空間による効果はアメリカのカジノに関する研究にも示されている (Friedman 2000, Griffith 2009)。

しかし、アメリカなどの観光カジノは迷路のような建築であり、人が迷う非合理的な空間になっているのに対し、パチンコホールの空間はより合理的である。パチンコの病的ギャンブラーはパチンコホールに日々通っており、台の位置を理解している。どの台に向かうかはホールに入る前から既に考えている。複雑で非合理的な建築は時間を無駄にさせるのだ。できるだけ、早くお店に入り、空いた台を確認した上で、座って打つことは病的ギャンブラーのニーズである。

3.2 ホールの利便性

パチンコホールには遊戯者にとって様々な便利なサービスがあるのだ。そのサービスの目的は人をできるだけ長く遊戯させることである。

パチンコホールの殆どの席は喫煙席であり、喫煙のため遊戯を停止しパチンコ台から離れる必要がない。喫煙も日常生活に浸透した (ニコチンの物質的な依存を含め) 過程依存であるた

め、遊戯にうまく取り入れられることが重要となる。そのため、パチンコ台に灰皿が付いている。更に、都会の多くのパチンコホールはタバコ小売販売業許可を取得していないのに関わらず、タバコ箱が景品の一つになっているため、店内で玉やメダルで購入できるシステムになっている。遊戯中に台に設置されたボタンで店員を呼ぶと、台までタバコ箱をもって来る店が多い。喫煙者にとって「便利なサービス」であり、集中できる空間が維持されるのだ。

店員を呼べば、ドル箱（玉・メダルが貯まる箱）の交換が行われることも同じ意図である。その上、2007年以降パーソナルシステムの導入により、ドル箱がないパチンコホールも増えている。店員を呼ばずに、継続的に遊戯ができる作戦である。しかし、ドル箱が利用されているパチンコホールはまだ多いのだ。それは、パーソナルシステムが遊戯に集中できる空間を維持することに対し、ドル箱が他人の勝ちを意識させる作戦に従っているのだ。パチンコにおいて、山盛りになったドル箱は勝ちの象徴である。入店した客は満杯になったドル箱が色々な台に積もっていることに気づき、自分でも勝てるのではないかと考えてしまう。島の間の通路が狭いことも、積もったドル箱に注目させるためだ。混雑しているパチンコホールの通路を通るとき、他人のドル箱をよけるのに注意し、無意識に他人の勝ちを強く意識してしまうのだ。

その上、遊戯者がパチンコホールで長い時間過ごせるように、日常生活の多くニーズに応じるサービスが提供されている。例えば、携帯電話の充電器が用意されている。最近、直接にUSBでパチンコ台とスマートフォンをつなぎ充電ができるホールも多い。また、店内で飲み物の自動販売機が必ず置いてあり、スタッフが島を回り遊戯中の客にコーヒーや飲み物を販売することもある。大きなパチンコホールでは食堂が付いており、ホール内で食事ができる。休憩室のようなスペースも多くのパチンコホールに設置されている。その他、傘、ブランケット、爪切り等の貸し出しも行われる。更に、一割近くのパチンコホールではATMも設置されている⁵。負けても、ホールから出る必要がない時代がついに辿り着いた。しかし、お金がすぐ引き出せるそのような環境は自己抑制できなくなった病的ギャンブラーに望ましいとは思えない。

4. ゲームデザイン

本章ではパチンコやパチスロ台に注目し、ギャンブル機と遊戯者の繋がりを考察する。先述したように、1980年代以降電子化や情報化によりギャンブルのメカニズムが大きく変わった。利益の追求に基づくギャンブル機の変化には主に2つの傾向が見られる。一つ目は遊戯が速くなった。二つ目は技術の進化により、遊戯者への支配力が大きくなった。これは、日本のパチンコ業界に限らないグローバルな傾向だと思われる。

4.1 高頻度ギャンブル

⁵ しんぶん赤旗より http://www.jcp.or.jp/akahata/aik14/2015-01-19/2015011901_02_1.html

自動化により現在の電子ギャンブルにおけるゲームが高速化した。スロットマシン、ビデオポーカー、パチンコ等は極めて短い時間の間にお金を賭け遊戯をする機械になっており、高頻度ギャンブルだといえる⁶。高頻度ギャンブルは低価格であるいっぽうで、再プレイをする頻度が非常に高い。典型的なパチンコは一玉あたりの価格が4円である。1970年代まで、パチンコ台は手打ち式だった。パチンコ台に玉を一個ずつ手で入れ、手動のレバーを引き、強弱で入賞口を狙うゲームだった。それに対し、現在のパチンコは電動式ハンドルが設置されており、一回ハンドルを回すだけで、パチンコ玉が自動的に発射しつづける。一分に約100発発射する。1時間は6000発になる。大当たりが無ければ、2分から4分ぐらいの短い時間に1000円が消費される。止まることのない玉の流れであるため、もはや一発ずつ玉を賭ける感覚がない。1990年代以降ラス・ベガスのスロットマシンにおいても同じような進化が行われたのだ。電動化によってボタンをずっと押した状態にすると、機械が自動的に再プレイしてくるため、遊戯の頻度が非常に高まったという。

現在の殆どのパチンコやパチスロはプリペイドカードを使う機械になっている。現金でプリペイドカードを購入し、ギャンブル機にさし、残高がなくなるまで遊戯が続けられる。最近、直接パチンコ台の挿入口に現金を入れ、プリペイドカードを購入やチャージができるパチンコホールが多い。一万円等の高額紙幣にも対応している。貸出ボタンを押すとパチンコ玉、あるいはメダルが追加で出てくるため、残高次第にギャンブルの流れを停止せずに、遊戯の頻度をずっと維持できる。

4.2 ゲームにおける知覚刺激

現在ギャンブル機による視覚、聴覚や触覚刺激は全て意図的にデザインされている。遊戯者の感覚や考えを支配し、遊戯時間を長くするためである。例えば、スロットマシンにおける音のデザインは負けを見落とさせ、勝ちを強調させるため、遊戯者の勝ち負けへの認知を歪めてしまうことがアメリカの研究によって明らかにされている (Dixon 2014)。勝ちに注目させることは再プレイを促し、重要な作戦である。同じような作戦はパチンコ業界によっても用いられる。「勝った事、って覚えてるんだけど負けた事、って忘れるんですよね」といった遊戯者はいる。

または、音や画面に出ている情報と動画を通じ、遊戯者に負けを「ほぼ勝ち」として感じさせることも可能である。例えば、スロットマシンやパチスロにおいて、絵柄が二つ揃ったとき、三つ目の絵柄が揃いそうになる。揃いそうだが、結局外れる。現代のギャンブル機はコンピュ

⁶ 「高頻度ギャンブル」という表現は、金融の自動化による「高頻度取引」を意識している。高頻度取引とは、コンピューターを通じ極めて短い時間の間に株の売買をするシステムのである。

ーターによってコントロールされているため、昔ただの偶然だったそのような状況を意図的にだせる。そして、「勝ちそうだった！」という気持ちになった遊戯者は遊戯を続けてしまう。

その上、日本のパチンコやパチスロは動画を通じ、遊戯が物語のように感じさせる特徴がある。先述したように、有名なアニメ、ゲームやドラマ等のキャラクターや設定がパチンコのテーマになる。つまり、ギャンブルがコンテンツ化されているのだ。遊戯の流れにより、パチンコ台に設置された液晶画面の演出が変化する。その演出によって、遊戯の意味が媒介される。リーチ中に、遊戯者に期待させる。大当たり中に、快楽を伝える。そのような役割を果たした演出である。また、遊戯中にチャンスボタンというものを押させる演出も多い。ボタンを押すことは大当たりになる確率に全く影響を与えないことが、殆どの遊戯者に知られているのだ。にも関わらず、多くの遊戯者は言われた通りにボタンを押す。チャンスボタンを押しまくることによって演出が変化するだけなのだ。チャンスボタンを通じた、演出との相互作用は遊戯者に快楽を与え、更に遊戯に集中させる。そのように、ギャンブル機が聴覚と視覚にだけでなく、触覚にも刺激を与えるのだ。

また、機種によってテーマが違い、演出が異なる。遊戯のメカニズムが同じであっても、コンテンツが異なることにより、その遊戯の意味や「楽しみ方」が変わってくる。機種の演出や特徴等は遊戯者の記憶に強く残るのだ。そして、機種の入れ替えによって、常に新たな遊戯経験を遊戯者に提供することが重要になる。

最後に、パチンコで遊戯者を大きく支配するのは確率変動というシステムである。他のギャンブルと違い、パチンコは勝ちをする確率が統一しない。遊戯中に大当たりや小当たりが出る確率が爆発的に上昇することがたまにあるのだ。確率変動中に、大当たりの確率が10倍まであがるのが可能になっている。また機種によってその確率が異なるのだ。確率変動によって連続に大当たりを出し、大きな金額を獲得することができるのだ。その状況は連チャンという。しかし、長く大当たりをし続けることは遊戯者に巨大な刺激を与えてしまうのだ。それ以降、遊戯者は記憶から離れないその非日常体験をまた追求する。そのような勝ちから得る快感こそが依存を促してしまうのだ。

5. 結論

パチンコ業界は市場経済の産業である。法律に認められている限り、様々な作戦を用い利益の増加を狙うことは当然である。利益の追求は、主に三つの戦略を促す。一つ目は、パチンコホールに新たな客を招き、客数を増やす。二つ目は、一人あたりの使用額を増加させる。三つ目は、遊戯者に来店させる頻度を高める。本論では、一人あたりの使用額を増やす戦略と遊戯者の来店頻度を高める戦略を検討してみた。

都市空間におけるパチンコホールの位置、建築、デザイン、技術やサービス等を通じ、パチンコ業界は「有益な遊戯者」を創造する。しかし、最も有益な遊戯者とは、パチンコに依存した人々である。パチンコに依存した人々の生活はギャンブルによって支配されているのだ。パチンコが日常生活の中心になり、ギャンブルをするために、経済問題、家族問題、精神的な問題等が起きてしまう。更に、レジャー白書（公益財団法人日本生産性本部 2014）の調査によればパチンコは余暇活動の中で満足度の最も低い活動であるのだ。海外旅行やコンサートに関して満足している人が 50%以上であるのに対して、パチンコに満足している人はたった 2.4%しかいない。長期的な満足感もほぼ与えずに、パチンコは人の日常を崩してしまう。パチンコにより生活のクオリティは悪くなるのだ。

それに対して、我々研究者は何ができるのだろうか。今まで心理学者と精神医学者は主に病的ギャンブラーの治療に注目をしてきた。しかし、現代パチンコ業界のような病的ギャンブラーを構成するネットワークがそのまま残存する限り、ギャンブル依存やそれによる困難はなくなるはずがない。むしろ、技術の発展によって更に生活に浸透してしまうことは考えられる。そのため、パチンコ廃止を求める活動家が多い⁷。韓国では 2006 年にパチンコ廃止が成功したことは確かだが、日本より市場規模が余程小さかったことも指摘すべきである。日本において、パチンコ業界と政治の間の複雑な権力関係も意識したうえで、労働人口が 30 万人超え、年間売上が 20 兆円を超える産業を突然に禁止にすることは考えがたい。

我々の目的は病的ギャンブラーを構成するネットワークに変化をまたらすことである。そのネットワークを分析した上で、依存者を構築するメディアを細心に考え直すことが重要である。メディアの小さな変化は人の生活に大きな影響を与えることがあるのだ。

法律や警察の管理を通じ、パチンコが住民の日常生活空間に浸透しないように、具体的にパチンコホールの位置、ホール内の空間やギャンブル機のメカニズムに制限を設ける。例えば、パチンコホール内に ATM の設置を禁ずる。ホール内の音量を制限する。全て禁煙にした上で、タバコの購入を禁ずる。ギャンブル機に大きな時計を設置によって遊戯者に時間を意識させる。遊戯時間が長くなるとギャンブル機が停止する期間を定める。電動式ハンドル等に制限を設け、遊戯自体を遅くする。また、三店方式により特殊景品を現金に交換できることを禁止にする。

パチンコが禁止になることは考えがたいかもしれない。しかし、このような変化を求め、多くの住民の日常生活がギャンブルに支配されない環境を作ることが可能である。

⁷パチンコホールは在日韓国・朝鮮人の経営者が多いと思われているため、「在日特権を許さない市民の会」のような極右で排外主義的なグループも反パチンコ活動をすることが多い。

参考文献

- American Psychiatric Association (2013) *Diagnostic and statistical manual of mental disorders (5th ed.)*
- Badje, D. (2013) “Consumer culture theory (re)visits actor-network theory: Flattening consumption studies”, *Marketing Theory* 13 (2): 227-242
- Cochoy, F. (2008) “Calculation, qualculation, calculation: shopping cart arithmetic, equipped cognition and the clustered consume”, *Marketing Theory* 8 (1): 15-44
- Council on Casinos (2013) *Why Casinos Matter*. Institute for American Values.
- Dixon, Mike (2010) Losses disguised as wins in modern multiline video slot machines.
- Dixon, Mike (2013) The impact of sound in modern multiline video slot machine play.
- Friedman, B. (2000) Designing casinos to dominate the competition.
- 巫 坤達 (2009) 『メディア・イベント論の再構築』 「応用社会学研究」 No 51
- Griffiths, M.D. (2009) “Casino design: Understanding gaming floor influences on player behaviour”, *Casino and Gaming International* 5(1), 21-26.
- 帯木 蓬生 (2011) 『ギャンブル地獄の実態と治療』 「依存学ことはじめ」
- 公益財団法人日本生産性本部 (2014) 「レジヤーズ白書 2014」
- Latour, B. (2005) *Reassembling the Social*.
- Ritzer, G. (2015) *The McDonaldization of Society*.
- Schüll, Natasha (2013) *Addiction by Design: Machine Gambling in Las Vegas*.
- 総務省 (2014) 「総務省サービス産業動向調査平成 25 年拡大調査結果」
- 吉川 美穂 (2013) 「ギャンブル大国ニッポン」