

巻頭インタビュー

マースエンジニアリング

江藤征弘

代表取締役社長

MARS



ETOH MASAHIRO

マースエンジニアリングの創業は1974年。創業者の松波廣和氏ら4人でのスタートだった。その後、1980年に景品管理POSでパチンコ業界に参入して成長を遂げ、2001年には東証一部上場を果たした。江藤社長は現在55歳。1996年に入社して以来、営業畑でマースの成長を支えてきた。2022年4月にマースエンジニアリングの社長に就任。コロナ禍での船出だった。

—— 創立50周年をどんな心境で迎えましたか？

江藤 50年ともなると、創業時に私どもの会社で働いていた方々はすでにいらつしやいませんが、これまでマースに関わってこられた方々が、しっかりと会社の礎を築いてくださったおかげで今があると思っています。創業の精神である開発型企業としては、50年前もいまもやることは同じです。時代背景や社会環境の変化に対応した新しいアプローチは必要ですが、ホール様のお役に立つ製品を提供することに変わりはありません。日本には意外と100年企業が多いのですが、当社グループも100年企業を目指していこうという考えをしっかりと共有しています。もちろん100周年のときに私は生きていませんが(笑)。私たちがいなくなっても100年続くような礎(イースム)を作

50周年を 新たなスタートの年に

1974年の会社設立から今年で50周年を迎えたマースエンジニアリング。パチンコホールの設備機器で数々のイノベーションを起こしてきた同社は今後どう進んでいくのか。江藤征弘社長に聞いた。

つておこななければならないと思っています。

—— 50年続けてこられた要因をどう見ていますか。

江藤 市場に受け入れられるか、受け入れられないかに関わらず、いろんなモノを作ってきたことが第一です。もちろん、世の中に出せなかったモノや、目の目を見たけどあつという間に淘汰されたモノもありました。しかし、そうして製品を作っていくか、とヒット商品の原点です。そしてマーケットインがあつてのプロダクトアウト。常にターゲットを考えてモノづくりをしていかないとヒット商品は生まれません。受け入れられたとしても放っておけば陳腐化してしまうので、面倒を見ていかななくてはならない。そこは子どもと一緒に育てることが大事で、おろそかにできない部分です。そうしたこと愚直に積み重ねてきた結果、50年を迎えることができたのだと思っています。

—— どんな企業でも百発百中でヒット商品が生まれることはありません。

江藤 当社が初めてパーソナルシステムを発売したのが1996年。そのときは業界の時代背景的にもホール様に受け入れてもらうのが難しい製品でした。しかし、それを10年後の2006

年に「パーソナルPCシステム」として再度販売した際には受け入れていただけ。それは1回世に出していたからこそできたことです。1回目がなければ時代の変化に合わせてすぐには出せなかったと思います。

—— Air紙幣搬送システムもヒット商品になりました。

江藤 省力化という意味では、長い目で見てホール様のメリットが大きい製品だと思います。おかげさまで導入店も1000店舗ほどになりました。最初は紙幣搬送装置を事業化する際に「お札を飛ばしたらどうか」という発想から開発したものです。でもそうした突拍子もない発想がすごく大事だと思います。パーソナルもAir紙幣搬送も、販売当初は業界内では懐疑的に見られていましたが、おかげさまでいまではスタンダードになりました。

お客様が遊技するときに
最初に触るのはユニット

—— 問近に迫っている紙幣の改刷対応はどんな状況ですか。

江藤 ソフトのダウンロードで済むユニットと、ハードを交換する必要があります。ユニットがありますが、私どもは両方とも早くから、なるべくローコストでできる方法を提案させていただいて



いました。20年前の改刷ではすべての旧紙幣が新紙幣に代わるのに1年以上かかりましたが、今回は早ければ半年で代わってしまう可能性もあります。10年以上使われているユニットも多いので、早期に対応していただけるようホール様には協力をお願いしています。

——スマート遊技機が増えてきている状況で、設備関係ではどんなトレンドがあると認識していますか。
江藤 現在はパチスロ優位の状況ですが、設備面ではスマパチ、スマスロの両方を見据えた島づくりが増えてい

ます。当社が関わるユニット関係で言えば、パチスロでもユニットを左側に置く置きを主張してきたのですが、その理由はパチンコもパチスロも同じ位置に設置すればプレイヤーが混乱しないと思うからでした。お客様が遊技をする際に、最初に触るのはハンドルやレバーではなくユニットなんです。未経験者がそこでつまづかないように、お札が入らないといったトラブルがないようにしなくてはなりません。そういう意味でも重要な設備だと思っています。

——将来的にユニットに関連してくる可能性はある電子決済についてはどうお考えですか。
江藤 当然、時代の流れで今後は導入される方向に向かっていくでしょう。ただこれも業界全体で取り組むべき問題であって、設備会社や既存のプラットフォームが押し付けてやるものではないと思います。導入にあたってホール様の負担が大きくなれば、営業が立ちいかなくなることも考えられますから、まだまだ議論の余地があるのではないのでしょうか。ただ、電子決済自体はすでに世の中に出回っているシステムなので、技術的にそれほど難しいことではありません。当社としてはいつでもできる準備はしています。

橋としての役割があったと自負していますが、玉やメダルがなくなれば必要なくなっていくと思います。マースはもともとメカを中心としたモノづくりをしてきました。でもこれから先はメカではなく、ソフトやコンテンツ、視覚に訴えるもの、心の中に訴えるものを見つけたいかなくてはなりません。そこは若い世代に活躍してもらわなくてはならないと思っています。

——50周年の今年、会社としてどんな取り組みを考えていますか。
江藤 もちろん、グループとしての記念事業は予定していますが、ホール様向けには、夏に5年ぶりの展示会を予定しています。本来であればもっと早く新製品をお披露目して、その後にスマート遊技機という順序を考えていたのですが、コロナ禍に加えてスマートユニットへの対応が先になり、タイミングがズレてしまいました。今夏ご提案させていただくのは、これまでのマース製品のシステムを、扱いやすくオールインワンに統合したシステムです。バラバラなものをただまとめるのではなく、ぎゅつと凝縮した状態のオールインワンのシステムとイメージしてください。

——50年前に創業された当時、松波相談役は36歳だったと聞いています。
江藤 当時は松波相談役から、こんなものがあつたらいいんじゃないかというアイデアをどんどん投げかけていただき、そこからすべて始まっています。今後も全社員がそういう感覚をもってアイデアを出していけば、その中からヒット商品が生まれると思っています。とくに若手の意見が大切なので、若手のちょっとしたひらめきを大切にしていきたい。その後は、イマジネーションを具現化できるか。それはゴルフと一緒に。アプローチで普通に転がしてピンに寄せるのか、ピッチエンドランか、スピンをかけて戻すのか。そういう発想をせずに、ただポーンとボールを打つてもスコアは良くありません。選択肢がたくさんあってそれが全部でいいのですが、それができなくても、いろんな可能性を模

索して努力することで結果は変わると思っています。
——いまの時代に合った製品と言えますか？
江藤 人口構成の年代別分布をみると、今後は働き手が少なくなるばかりです。そういう意味でも昔のやり方をそのままやっているのは厳しい。ハードの面とソフトの面で質を高めて、人手不足など労働環境の変化をカバーできるシステムに代えていこうとしているところです。スマート遊技機が登場した

方を見据えた島づくりが増えてい

——将来的にユニットに関連してくる可能性はある電子決済についてはどうお考えですか。

江藤 当然、時代の流れで今後は導入される方向に向かっていくでしょう。ただこれも業界全体で取り組むべき問題であって、設備会社や既存のプラットフォームが押し付けてやるものではないと思います。導入にあたってホール様の負担が大きくなれば、営業が立ちいかなくなることも考えられますから、まだまだ議論の余地があるのではないのでしょうか。ただ、電子決済自体はすでに世の中に出回っているシステムなので、技術的にそれほど難しいことではありません。当社としてはいつでもできる準備はしています。

ことで、これまでとは切り口の違う製品が必要なんです。私たちがまずやらなければいけないのは、スマート遊技機に代わっていくであろうお店の中で、遊技されるお客様の利便性を高めるためにシステムをどう変えていくかです。ユーザーファーストで考えれば、まだまだ改善の余地はあると思っています。

——具体的に言いつつ？

江藤 お客様がお店に入ってから帰られるまで、ストレスフリーで遊んでいただける空間づくりです。そのためにお客様の動線に沿って操作性やレスポンスに優れたシステムを作っていました。マースの製品を使うと自然とそうなることがわかっていただければと考えています。

——AIユニコンについてはどんな状況ですか。

江藤 日々進化しています。当社のAIの特徴は、会員データと紐づけてAIに学習させている点です。稼働時間や遊技時間だけでなく、お客様のカルテを作る感覚ですね。一店一店のホール様を診て、分析していくと、だいたいお店の中の売上の構成が見えてくる。データに即した商品群を揃えて営業をコントロールするのが本来のあり方だと考えているので、ホール様にはそういう情報を提供できればと思っています。ただ、AIが営業をやってくれるわけはありません。やはりAIのデータを紐解いて、自分で分析して営業に落とし込んでいける人材が必要だと思っています。それでも、人手不足の問題もあるので、究極的にはAIの言うことを聞いておけば誰が店長でもAIの分析を基に営業できるようにしていきたいと思っています。

**今夏に新製品展示会
スマート遊技機時代に対応**

——今後の製品開発についてはどんな考えですか？

江藤 これから本格的にスマート遊技機の時代に移っていきます。デジタル計数という意味では、パーソナルシステムというメカ的な製品は時代の懸け

——夏の発表会のコンセプトがあれば教えてください。

江藤 「進化」×「真価」×「深化」です。50周年は節目ではありますが、あくまでも通過点に過ぎません。ホール様向けの設備はほぼ出そろった感がある。そうすると、安価で陳腐なシステムを提供していきがちですが、そうではなく、新しい付加価値を生み出して、メーカーもホール様も遊技客の方もみんながウィンウィンになれるシステムを作っていきたい。そういう想いが根底にあります。それをいま社内でも啓蒙しながら開発に取り組んでいます。50周年の節目に、開発型企業の名に恥じない第一歩を踏み出す年にしたいと考えています。ぜひ今後のマースに期待してください。



えとう・まさひろ
1969年、新潟県生まれ。父の転勤に伴い学生時代まで福岡と熊本で過ごし、初代パーソナルを開発・販売した1996年にマースエンジニアリング(現マースグループホールディングス)入社。福岡支店へ配属された後、97年に本社営業企画部に異動。販売促進に勤しむ傍ら、営業としての経験を積む。その後、首都圏営業部長を務め、取締役就任後は製造・販売・品質保証を掌管。