

ぱちんこ 言葉物語

99

前回は広告の3店方式（ユーチャー）に対し店舗では表現できない事案を行う第三者におけるステマの問題性について指摘を行いました。その中で「ライター」の発信事例が増えたことに対し、各都道府県遊協が主に指導を繰り返しているのが現在までの流れです。そして、その指導対象はホール企業だけなく企画会社や個人となっており、本来たとえ個人であってもホールの射幸心を煽る行為については慎まなければならぬのです。しかし、特に2020年辺りから「晒し屋」と

ぱちんこ
言葉物語

今回の言葉物語は「晒し屋」です。私としては現在最も懸念をしている項目の一つと考えているものです。前回のコラムをご参考頂きながらお読み頂ければ幸いです。

指導の対象が多方面に

前回は広告の3店方式（ユーチャー）に対し店舗では表現できない事案を行う第三者におけるステマの問題性について指摘を行いました。その中で「ライター」の発信事例が増えたことに対し、各都道府県遊協が主に指導を繰り返しているのが現在までの流れです。

- 注目日のホールの告知をしている
- 特に出玉情報がネットで見られるホールを中心に出玉グラフと共に告知をしている
- 何故か「全6」「全56」のようなホールしか知り得ない情報であるはずのものを、確定情報であるかのように宣伝をしている

といった傾向があります。そして、

そのような晒し屋に対しホールがツイッター上で「いいね」を付けたり、フォロワー関係を結ぶといった事例も非常に多く見られます。彼らは一見ホールとは全く関係のない個人のように見えますが、何故ホールに有益となる情報を探しているのでしょうか。例えば

違法行為に該当の恐れ

このステマ行為は2つの点で非常に危険を孕んでいます。一つは、風営法関連は勿論、内容により詐欺や威力業務妨害にも抵触該当する恐れがあること。もう一つは、ステマ破綻は致命的であることです。前者は言うに及ばず処分の対象になるばかりでなく、知り

晒 し 屋

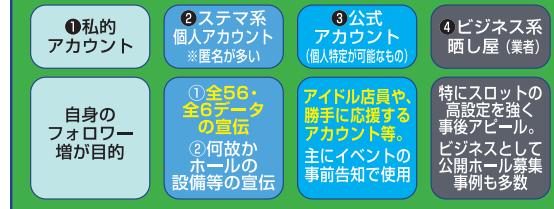
呼ばれる、特に個人の類による宣伝活動が妙に活発化しているのです。

確定情報 のよう宣伝

晒し屋の特徴としては主に、

- 自身のフォロワー増加目的
- ①全56・全6データの宣伝
②何故かホールの設備等の宣伝

晒し屋の方向性は4つ



晒し屋と呼ばれる主な分類。②から④はホールが喉から手が出る程行いたいことだが、当然個人であってもこのような行為は問題となる。



某日の某氏が投稿したツイートを再現。完全に特定した表現を使っている。差玉チェックだけで設定が分かる事など通常あり得ないが…。

モラルの崩壊を招く

は「その通り」とも「いや違う」とも声を上げられないのです。そして後者はどの業種でも当てはまることで、ステマとは負け負った人間が墓場まで持っていく約束で初めて動きますが、これ

ンした店舗で話題になつたこともあります。その「ステマ垢」は何故か店舗設備写真をアップしたり、空き台情報の告知をしていたりと、個人のアカウントの筈なのに妙に来店を促す内容が特徴です。そしてこれも不思議なのでですが、回る(出る)情報は書いても逆の情報は何故か出さないのです。

は簡単に言えば「偽装した客観的評価」であり、自らブランド価値を下げるリスクが極めて高い行為です。

では何故これらの行為が横行するのか。それは直接的に規制する法律が日本にまだないため、景品表示法や不正競争防止法等を活用して違法とするしか方法が無いからです。今までには「モラル」という不文律で生きてきた日本社会ですが、特に不文律や自淨努力によつて築き上げてきたパチンコ業界だからこそ、このような脱法的行為には非常に弱いのだと改めて思い知らされた気分です。これは、是非各監視団体の努力に期待したいと思います。

(大和田敏男)