

企業動向

マルチQR決済サービス「クラウドペイ」最新動向 共和コーポレーションに聞く、導入効果と将来像

デジタルガレージグループ（以下、DGグループ）が展開するマルチQRコード決済サービス「クラウドペイ」のアミューズメント業界での普及が進んでいる。同サービスの概要を紹介するとともに、直営店の半分以上へ導入した（株）共和コーポレーションに稼働状況や導入効果、さらには将来像について語ってもらった。



DG グループが展開する「クラウドベイ」は各決済サービスを一括して導入・管理できるのが特徴。共和コーポレーションは APINA 等の直営店舗で導入を進めている。

AI-Aモニタツシコレス決済の規格標準化に取り組むなど、じよいより100円硬貨ビジネスから変革する時代を迎えようとしている。その中にあって、オンライン決済プロバイダーとして国内最大規模の事業を展開するDGグループのマルチQ決済サービス「クラウドペイ」が、当業界への普及を進めている。「クラウドペイ」は、「マ

コードを店舗側が読み取る方で、その為のタブレットやスマートフォンなどを店舗で用意しなければなりません。対するモード(Merchant - Presented Mode)は、店舗側が提示するQRコードを顧

同様の三回のリバウンドを転換して得点することができるのである。

「クラウドペイ」で利用できる
優れています。

複数のQR決済サービスを包括契約導入負担の少ない「クラウドペイ」

客がスマートホン等で読み取る方式。QRコードを印刷した出力紙等を提示するだけなので、「コストパフォーマンスに優れている。また

業界への「アカデメイ」の進化は、決済制御ユニット（D.O.U.機能）を開発する有和晃とのシステム接続によって行われている。

業務においても、決済サービスなど
社からの入金をDGグループ側で
一本化するため、振り込み口座を
ひとつに集約されている。入金は
15日締め月末払い、月末締め翌5
日払いの月2回となっていること
もありがたいサービスである。

二九〇

最大の導入メリットは、消費増税に耐え得る体质づくり

—QRコード決済の導入以前は、このシステムについてどのようにお考えでしたか？

長尾 導入前の感覚としては、A M業界のお客様が現金決済に慣れています。そのため、しばらくは利用率が上がらないだろうと見ていました。導入効果として売上アップになるかどうかについても冷静に捉えていました。インカムへの恩恵があるとすれば、インバウンド効果。この需要が一定で見込める立地や商圈であれば、店舗全体のインカムが上がるだろうと考えていました。現在のコロナ禍で環境は大きく変わりましたが、今後インバウンドの需要は少なからずあるだろうと考え、それを見込める店舗から優先的に導入を開始しました。

—数あるキャッシュレス決済サービスの中から「クラウドペイ」を選定した理由は？

長尾 何よりも、様々なQRコード決済サービスをマルチに決済できることが大きかったです。また、キャッシュレス決済をするには、基本的に各サービスごとにハードが必要になりますが、QRコードの掲示だけでハードが不要になり、手間と投資を含めて導入が容易であることが決め手となりました。

—1号店から現在までの導入状況を教えてください。

長尾 1店目が2020年10月で、2021年9月7日時点です。営業58店舗中30店舗に導入済みです。1年間で半数に到達しています。

—コロナ禍で新作ゲーム機のリースが少ない状況ですが、決済システムの導入速度を上げているのでしょうか？

長尾 ゲーム機への投資を止めたり、カットしてまで速度を上げているというわけではありませんが、いろいろな意味でオペレーションを数値化できるメリットを感じて導入を推進しています。

—ゲーム機への投資を止めたり、カットしてまで速度を上げているというわけではありませんが、いろいろな意味でオペレーションを数値化できるメリットを感じて導入を推進しています。

—ポイントバックが利用促進、ひいてはインカムアップにつながると期待されていますが、ポイントの利用状況も変わりますか？

長尾 仰る通りです。アプローチをかけると、お客様からは「使えるんだ！」という反応が多いです。ゲームセンターで100円硬貨以外が使える、キャッシュレス決済ができることに驚かれるお客様ばかりです。

—ゲームセンターでQRコード

決済が使えるという認知はまだまだ低いという印象を持っていますが、ゲームの現場ではいかがですか？

長尾 ポイント増量等のキャンペーング期間と平常時を均すと10%程度です。

—ゲームセンターでQRコード決済を利用する技術やサービスを手に入れると、値下げツールとして利用されがちでした。そうではない価格設定が可能になるシステムを模索していたのです。

—顧客満足度の向上という観点では、利用者からどういった反応がありましたか？

長尾 「手軽で便利」という声は多く聞かれましたし、やはり、クレーン機での連コインの容易さは、利便性向上として大きかったです。

—顧客満足度の向上という観点では、利用者からどういった反応がありましたか？

長尾 「手軽で便利」という声は多く聞かれましたし、やはり、クレーン機での連コインの容易さは、利便性向上として大きかったです。



共和コーポレーション 上席執行役員 営業本部長 兼 店舗開発部
長尾 忠氏



—導入店舗でのQRコード決済



共和コーポレーションが7月にオープンした「アビナ新利府 北館店」(宮城県)は、クレーンゲーム機の設置台数でギネス世界記録に認定されている。その500台を超えるすべてのクレーン機にQR決済端末を搭載した



—人手不足もあってオペレーシヨンの現場では、仕事や作業量を増やさないというのが本音だと思いますが、導入後の作業環境に関して変化はありましたか？

長尾 デメリットというと語弊があるかもしれません、各筐体やコイン投入部などに、QRコード

ができる「クラウドペイ」の強みとして、各社へ働きかけてもらっていることを期待しています。

トもそうですが、その間を埋めることが必須です。ポイントバック増量のキャンペーン以外にも、関連する事業者様からの支援がまだ必要です。我々が各決済会社に個別にアプローチをかけるのは難しいですから、一括導入・管理ができる

QRコード決済が増えたほど、その利用率が上がれば上がるほど、当業界の大きな課題である日々の集金作業は簡素化・効率化されていきます。そういったところで、作業量の軽減につながると見ています。

売上げ状況の見える化で、営業戦略のスピードUP

—「RFC-380MPM」端末を介したQRコード決済の導入で、売上げなど数値の見える化が進んだと思いますが、データ分析

という点でどのような施策を行っているのでしょうか？

長尾 現金決済とQRコード決済の区分けが見えると、策を打つタイミングが早くなつたと感じています。感覚だけで商売をしていると、個人の先入観や肌感覚に頼つた判断になりがちです。まずは、数値化された情報を正確に取得することが大切です。プライズマシンを例に挙げると、「どの場所で」「どの景品が」「いつ売れているのか」をつかむことで、営業戦略をスピードアップできています。景品の一つやジャンルに合わせて、どのマシンに置くのが良いのか、価格設定はどうするのかを迅速に判断しています。ちなみに、プレイ料金の値下げは一切してい

ません。取得した情報に合わせて、その労力は大きいです。プレイ料金の変更を実施した時にも貼り替えが必要になります。ただ、QRコード決済が増えるほど、その利用率が上がれば上がるほど、当業界として普及を進めるべきだと思います。まずは、キャッシュレスで導入している店舗は3割程度でしたが、業界として普及を進めるべきとお考えですか？

長尾 やはり業界全体で進めるべきと思っています。ただ、ゲームセンター業界のキャッシュレス決済に対する信頼度が低く、他の小売業に比べると普及が遅れている状況だと思います。キャッシュレス決済全般に対して理解度を高める必要がありますように思います。

長尾 理解度を高めるには、どのようにすればよいとお考えですか？

長尾 理解するには、メリットを知ることが必要です。メリットを感じられない＝理解度が高まらないかない、という状況になつてゐるのではないか。ところが、業界の歴史の中で決済に関するツールが登場するたびに、値下げ競争の道具になつてしまふ状況でした。オペレーターの立場としては、決済手数料が掛かるという悩ましい問題があるので致し方ない面はあります。手数料の負担以上に、導入メリットが上回らなければいけないのです。弊社としては、ある程度の利用率に達すれば、前述した集金効率であったり、分析の手軽さや施策の迅速化に繋がつてい



—最後に、QRコードをはじめとするキャッシュレス決済システムの普及により、アミューズメント

—理解度を高めるには、どのようにすればよいとお考えですか？

長尾 理解するには、メリットを知ることが必要です。メリットを感じられない＝理解度が高まらないかない、といふ状況になつてゐるのではないか。ところが、業界の歴史の中で決済に関するツールが登場するたびに、値下げ競争の道具になつてしまふ状況でした。オペレーターの立場としては、決済手数料が掛かるという悩ましい問題があるので致し方ない面はあります。



DG グループと和晃のシステム接続によって誕生した端末「RFC-380MPM」。一般的な QR 決済端末に比べて安価であるだけでなく、同時に POS 機能も整備することができる

メリットが負担を上回ると考えています。

—キャッシュレス決済の利用率は、今後上がり続けるというお考えですか？

長尾 そうなることを期待しています。まずは、キャッシュレスで遊べることをお客様に認知していただき、利用するまでの壁を取り払わないといけません。我々オペレーターには壁を取り払うことは出来ませんので、各決済会社様や仲介されているデジタルガレージ様に尽力していただき、我々ではなく、お客様がメリットを感じられる環境になることを期待したいです。

—最後に、QRコードをはじめとするキャッシュレス決済システムの普及により、アミューズメント

ト業界はどのように変わっていくべきか、御社のお考えを教えてください。

長尾 間違いない申し上げられるのは消費増税への対応策です。消費増税が繰り返される中で、当業界は増税分を吸収し続けてきました。このままでは必ず限界がきますし、我々に限界がきたら、お客様へ提供するサービス・価値が低下してしまいます。それは娯楽産業として絶対にあつてはならないことです。弊社は率先してQRコード決済を導入していますが、業界全体で価格変更に対する柔軟性が生まれて、消費増税に耐えうる体質に変わつていければ、これ以上のメリットはないと思つていいます。

—ありがとうございます。

業界全体で価格変更に対する柔軟性が生まれて、消費増税に耐えうる体質に変わつていけば、これ以上のメリットはないと思つていいます。