〒234-0054 横浜市港南区港南台八丁目11番5号 南州ビル　TEL.045-831-6751　www.nanshusoft.com/nappa

頭取りの目的を確実に理解して営業戦略に生かすことの大切さ

客数・客層調査分析システム『NAPPA』

客数・客層調査分析システム『NAPPA』は、頭取りしたデータを元に営業力強化に役立つさまざまな分析が可能だ。ファン人口が大幅に減少する中、頭取りによるMR（Market Reserch＝市場調査）を重視するホールが増えている。㈱ワイズコーポレーション（本社＝埼玉県朝霞市）は2013年12月、系列店7店舗すべてに『NAPPA』を導入。ターゲットに応じた、きめの細かな営業戦略に活用している。

①機種別・機種タイプ別グラフ
②携帯端末からも分析結果の簡易版を閲覧できる

客層のメインである中高年の男性を意識してエリアで初めて0.4円パチンコ（48台）、2円スロット（44台）を導入している（センチュリー戸塚店）

「MRを重視し年齢層や性別に応じた最適な戦略を立てるため、そして頭取りにかかる膨大な労力を削減するために『NAPPA』を入れました」

㈱ワイズコーポレーションの情報システム課、村井健吾課長は、『NAPPA』の全店導入の目的をこう語る。この手法は、消費者の欲求・要求に適う商品を、適切な数量、適切な価格、適切なタイミングで提供する企業戦略で、MD（Merchandising＝マーチャンダイジング）と呼ばれている。何をもって適切なのかは数値化しなければ明確にならないので、ホールの場合『NAPPA』で収集したデータや分析が非常に役に立つ。

ところで、「適切なタイミング」とは、どういうことを指すのだろうか。例えば、他店で中高年の女性に非常に人気がある機種を自店で導入していない場合、このターゲット層は「打ちたい時に打てない」ために他店に流れてしまう可能性がある。『NAPPA』でこうした状況をすばやく把握することができれば、機を逃すことなく「消費者の欲求・要求に適う商品」を供給することができるのだ。逆にエリア内で、ある層に人気がそれほどないというカテゴリーや機種がわかれば撤去台選定や台数決定にも役に立つ。

㈱ワイズコーポレーションの系列店の一つ『センチュリー戸塚店』（横浜市）は、設置台数708台（パチンコ450台、パチスロ258台）の郊外店だ。

岡村耕司店長は「単に客数だけでなく、年齢層、性別、機種やスペック別、そして曜日や時間帯別にも自店と他店の比較ができるので、本当にいろいろな戦略が立てられるんです」と言う。

これらのデータを活用すれば商圏内での自店の立ち位置が明確にわかる。項目別の客観的な数値でMR（マーケットリサーチ）ができるので、「ライバル店に勝つためにMAXタイプに力をいれる」といった大味な戦略ではなく、A店に対しては低玉貸しのミドルを強化、パチスロで高齢者層が多いB店に対してはノーマルタイプを強化……といったように、エリア内で自店を軸にした、より具体的で多彩な戦略が展開できるのだ。

岡村店長は、頭取りから戻ったスタッフから他店の状況を聞くようにしている。「それぞれの数字がどういう意味をもつかは、現場に行かなければわからないこともありますから。戦略を考える立場にある人間は、ただ数字を眺めるだけではなく生きた情報として活用することが大事だと思っています」

また、通勤途中など、思いついたときに、スマートフォンで分析結果の簡易版を閲覧する。「他店の動向をいつでもどこでも最速で見ることができます。素早い対応が可能になり本当に便利な機能です」

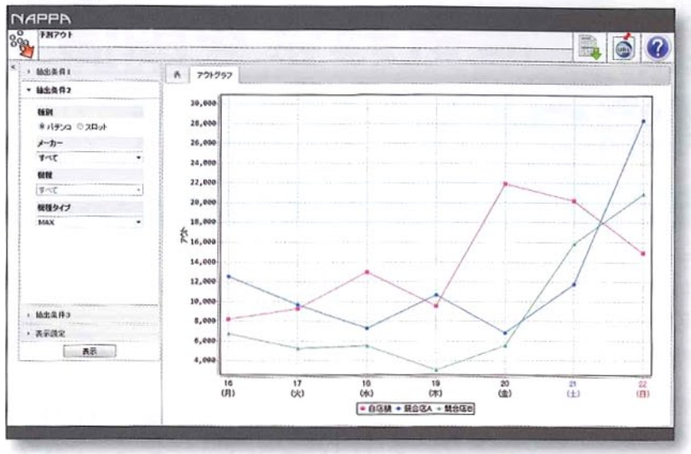
前出の村井課長と岡村店長が口を揃える『NAPPA』導入のメリットは、なんと言っても労力の大幅削減だという。

「今まで手作業で行っていたExcel入力とデータの分析が自動化された意味は非常に大きいですね」（村井課長）

「スタッフの労力が削減できたのはもちろんですが、僕自身も数値管理が非常にやりやすくなりました。データの分析や戦略の立案に多くの時間を割けるようになりました。『NAPPA』を使った頭取りは、お金では買えない価値がありますね」（岡村店長）

◇

『NAPPA』のもう一つのメリットは、現場で活用しているユーザーの声を反映して機能が常に進化していることだ。「例えば、他店の客単価が予測できれば、さらに効果的な戦略が立てられます。僕自身は独自にそういう活用をしていますが、『NAPPA』に機能として追加されればうれしいですね」（岡村店長）

携帯端末からの分析結果簡易版の閲覧もこうした現場からのニーズを反映した機能だ。『NAPPA』はリリースから今年で5周年。5年前に比べ業況が一段と厳しくなっている中、業界活性化の重要なツールとして今後も進化を続けていくに違いない。A

アウト玉予測機能