

各台計数機導入を成功させ、その先を見据えるには

株式会社船井総合研究所

船井総合研究所では2月7日、同社五反田オフィスで各台計数機セミナーを開催した。

導入成功事例における特長や施策、導入時オペレーションの具体例、導入に際し求められる意識や導入後の課題といった視点から4名の同社コンサルタントが講師を担当。

第1講座では加藤振一良氏が「各台計数機導入店舗の成功事例」として、装飾や機種レイアウト、接客オペレーション等而言及。導入成功店舗の特長として出玉感のなき、顧客との接点の少なさなど各台計数機導入のデメリット解消に対し積極的に取り組んでいるとし、POPの工夫や色使い、接客のポイントと言った具体例も紹介。

一方で各台計数機導入のメリットとして生産性の向上を挙げ、これを存分に享受すべきだと指摘。大手チェーンの施策を例に、ソフトの見直しや短時間パートの活用などについて触れた。

第2講座では徳村英志氏が「各台計数機導入店舗の営業戦略」として、特に導入時のプロモーション戦略について説明。導入を単なる設備更新と捉えず、いかに顧客に対しその利便性を浸透させるかの重要性。またそのために求められるブランドオープン級の仕掛けの必要性などについて訴えた。また野中慎一郎氏が各台計数機導入時の有効な施策として「無料開放イベント」を紹介。その具体的な運用の仕方や注意点、イベント時の会員獲得手法などについて解説した。

こうした講義を受け第3講座では奥野倫充氏が「本日の講座を最大限に活用しよう」として総括。各台計数機に限らず斜陽期における業績アップの鍵は「狭く、深く」にあるとまとめた。

「簡単なこと×成果130%」で業績アップへ

株式会社南州ソフトウェア

ホール向け客数・客層調査分析システム『NAPPA』を販売する南州ソフトウェアは2月14日、都内「TKP東京駅日本橋ビジネスセンター」において「2011年ホール動向解説セミナー」を開催。船井総合研究所・奥野倫充上席コンサルタント、野中慎一郎氏、南州ソフトウェア・日野藤一郎第1営業部課長が講演を行った。

奥野氏は、今年の時流を象徴するモデルエリア（1円等価専門店、2・5円等価交換など）の成功事例を紹介しながら「今年は4円パチンコの残り福を虎視眈々と窺う年」と述べ、4円マックス、ミドルからの客単価ダウンにより顧客流入が想定される20円パチンコ、4円ライトミドル層を掴むことが肝要と説いた。また「難しいこと×成果果赤字」ではなく「簡単なこと×成果130%」の方針により低コイン、1円海コーナーの育成、1円海で42000発/2500円達成後の増台を挙げた。野中氏は顧客に合わせ集客効果を高めるパチンコ、パチスロ販促事例を紹介。奥野氏同様、成果が出やすく前向きに取り組める「簡単なこと×成果130%」をキーワードに2円、20円パチスロ、1円パチンコ、ピークイベント時の施策についてノウハウを伝授した。南州ソフトウェア・第1営業部の日野藤一郎課長は、同社製品『NAPPA』を用いた客数・客層調査データの最大活用事例を数多く紹介。業績アップ、ローコスト化に加え、将来的には全国指標の提供による判断材料の提供などが可能となる同製品の利点や『NAPPA』導入後に業績アップした店舗を紹介。会場に設けられた『NAPPA』体験ブースは多くのホール関係者で賑わいをみせた。

減り続けるミドルユーザー、新台頼りの限界にどう対応？

株式会社ヒューテック

ヒューテックでは2月3日から15日にかけて、全国5会場で「2011年CIS経営指針セミナー」を開催した。同社の運用する会員管理システム「HT-CIS」より会員情報を分析し、会員あたり使用金額や機種間の回遊状況など遊技客の動向に立脚した「客帳」をもとに2010年の傾向をまとめるとともに2011年の動向を予測。

第1部では顧客情報企画開発部・三輪勝治取締役企画開発部長が「今こそ考えるべき時!!店舗運営にとつての新人台入替の必要性」をテーマに、4円ユーザーのつなぎとめ等について解説。ファンのみドル離れが顕著な現状について「勝ち率」という顧客のウォンツが満たされなくなった。マックスへ行くか、パチスロや低貸玉へいくかの二極化が進んでいる」と指摘。こうしたなかでのミドル育成にはいかにリビートさせるかが重要だと訴え、「新台でなくても顧客はリビートする。顧客の動向を見て営業すれば（ビッグタイトルを除き）過剰な入替は必要ない」等とまとめた。

また、この際顧客のウォンツ充足度を計る指標として「T乖離率」を挙げ、これが100を上回るとお客が一気に離れていくと解説した。

続く第2部では顧客情報支援部・福田耕太郎部長が「顧客動向と遊技機動向を読む」としてセブン機、ハネデジ、低貸玉、パチスロの各カテゴリー別に、機種ごとの顧客動向等を解説。投資できない顧客と射幸性の高い遊技機により「運が良ければ大当たりを引ける」という深追いしない顧客の増加やこれに伴う顧客の勝ち率の低下。一方、特にパチンコでは新台の稼働力が低下している点などが指摘された。