

セミナー費用の一部を被災地支援に活用

東京都遊技業協同組合青年部会



後ノウス
金村龍馬氏

後プラスアルファ
野島崇範氏

都遊青では6月8日、都内遊技会館において、東日本大震災復興支援チャリティセミナーを開催した。

まず(株)プラスアルファ・野島崇範氏が「伝達力が繁盛店を創る！〜7月からさらに差が付く輪番休業の活かし方〜」をテーマに講演。全国のパーラーを年間1000店舗以上調査しているという野島氏は、高稼働店の共通点として「情報伝達力」を挙げ、「数年前は出玉や新台という営業力で集客できたが、今は不況になり可処分所得も減っている。客は1万円を使うのどの店で使うかを選ぶ。伝達力で集められる店はずいぶん」とし、伝達力の差が稼働の差になっていると提唱した。

情報伝達力を高めるためには、営業時間が重要になるとし、台周りの販促チラシを時間帯別に更新する手法などを紹介。また、イベント告知ポスター等についても客の行動形成につながるポイントなどを例示した。これらをもとに輪番休業時の情報

伝達としては、台周りやトイレなどの客滞留時間の長い場所への告知物の複数設置、客の滞留時間にあわせて販促内容の変更、景品カウンターや計数機周りで勝った可能性の高い客への告知などを提案した。

引き続き、(株)ノウズのパチンコ店舗コンセプター・金村龍馬氏が「新時代のパチンコ店舗経営〜3番店は機能と感情の融合を図れ〜」と題して講演。

金村氏は、客側の心理としてその店に来店しない理由について「よくわからないから行かないのであって、よくわからない店よりも大嫌いな店になってもよい。嫌いになるには理由があり、嫌われることをしなければよいだけでコントロールができる」と述べ、認知させることの重要性を訴えた。

コンセプト造りにおいては、ターゲットや対象をしばり込むことでレスポンス(反応)はあがると強調、「接客や新台、イベントなどの店の平均点を上げるよりも、特長をつけることのほうが重要。客にアピールでき認知度を高められ、長期的な計画も立てられる」などと述べた。

なお、今チャリティセミナーには都遊協傘下ホールから108名が参加。会費の一部が復興支援費に充てられ、計32万4000円が集まった。この支援費はPIVOT基金(東京都遊技業ボランティア基金)に集約し、被災地でのボランティア活動等の活動費用として活用する。

今夏の課題克服へ！ 輪番店休、節電への対応策を紹介

株式会社南州ソフトウェア

(株)南州ソフトウェアでは6月15日、都内で「震災後におけるホール経営の在り方、時流解説」セミナーを開催した。

東日本大震災を受け業界の背負った今夏の課題、「輪番休業」と「節電」への対応について(株)船井総合研究所上席コンサルタントの奥野倫充氏、照明学会認定照明士の栗原申和氏両名を講師として招いた他、客数・客層調査分析システム「NAPPA」を用いたデータ活用事例について(株)南州ソフトウェア第一営業部・日野藤一郎課長が解説。

第1講座では奥野氏がおもに「機種構成」「販促」の2点から講義。機種構成のトレンドとしてはパチスロ、ライトミドルの伸長を挙げたが、パチスロではART機の市場が縮小気味な一方ジャグラーのシェアが回復している点などをデータより指摘。「パチスロは設置300台を超えるような大量設置店が新台も20台単位で導入し安心感を提供している。今後パチスロでは大型化を目指すのか、少台数でもしっかりと収益を上げるのかの選択が必要」。ジャグラーは現在で1万〜1万3000枚程度の稼働があれば増台のチャンス」と等と解説した。一方、パチンコについては、

「4円がチャンス。甘、ライトミドルの比率を上げることで機械代を低減させ、4円を強化できる」等と触れた。

また、販促については震災以降「絆」や「地縁」が求められていると指摘。これは一過性の流行ではなく今後定着する時流であり、店長など責任ある立場の人から信頼性の高い情報を提供することが重要だとし、その発信ツールとしてはブログの有用性を説いた。

第2講座では日野氏が輪番店休を見据えた営業戦略を立案するにあたり、NAPPAにより浮かび上がる「相関関係」に注目することを提案。自店と競合店の間には互いのシェアが同調し上下するケース、一方のシェアが上がれば他方のシェアが下がるケースの2パターンがあり、特に後者の関係を持つ競合店の店休日にイベントを打つと効果が大きいと指摘した。

第3講座では栗原氏がLED照明の導入による節電効果について解説。節電効果については既に注目度の高いLED照明だが、それぞれの製品特性や設置場所によってその効果は大きく違うと指摘。

現在点灯が自粛されているが、アップライトや間接照明を用いる事でむしろトータルで光量を抑えつつ明るさを演出できるケースがある点、出力だけでなく照射角度でも明るさ感が左右される点などに触れ、LED照明導入にも戦略性が求められるとし、一度に交換するのではなく、有用性やコストパフォーマンスを考慮し導入の優先度を決めていくのもひとつの考え方だと説明した。