

# 擬人化を活用して愛されるお店を作る

## パチンコホールのイメージ付けには、擬人化が効果的です。「擬人化」の活用で、女性の心を動かす!

古来より、日本では自然に存在するすべての物に神が宿る「八百万の神」の精神が深く根付いています。例えば、皆さんが常に持ち歩いているスマホや、愛用のペン、道端に咲く花など、万物には魂が宿っているという考え方です。そのため、たとえ無機質な物であっても、あたかも感情を持っている物のように、捉えることがあります。例えば、

### 好感度と理解度がアップ

「今日は機嫌ナメだな」と感じることはその一つです。このように、特に日本文化に慣れ親しむ人々にとって、いわゆる「擬人化」は非常に身近に行われている事象です。ここ数年、「この「擬人化」を使ったプロモーションが非常に増

えています。皆さん感じていらっしゃるのか? 「擬人化」を用いたプロモーションがもたらすメリットは何か? また、パチンコ店で「擬人化」はどう活用できるのか? 今回は「擬人化」のキーワードをもとに、店舗キャラクターをうまく使った売り場プロモーションの作り方を解説します。

例えば、ゆるキャラを考えてみましょう。「くまモン」は言わずと知れた、熊本県を代表するゆるキャラですが、単純に「熊本県」の良さを発信しても反応しなかったお客様が「くまモン」というキャラクターを使ったことにより、熊本県に興味を持ち、熊本県に行ってみようという行動に繋がったのです。そして、熊本県を代表する「くまモン」の好感度上昇に伴い、「熊本県」の好感度も上がっていきまし

た。熊本県の魅力自体は何も変わっていないのに、発信方法を変えたことで、好感度は上がったのです。2つ目は、「理解度の向上」です。「擬人化」することで、視覚的に捉えることができるので、単純に文字だけで説明するよりも、一瞬の見た目で、簡単に視認することができ、感覚的に理解することに繋がります。理解度が高まります。そして、1つ目のメリットと繋がりますが、脳はシンプルなものを好むので、分かりやすいものは好意を持たれやすくなります。

### キャラクターは好き嫌いが出にくい

では、このメリットを踏ま

人などでブランディングすると、どうしても好き嫌いが出てしまいます。しかも、キャラクターは不祥事も起こさないで、万が一のマイナスも起きません。店舗のブランディングに莫大な予算をかけたのに、その芸能人の不祥事で逆にマイナスの印象を与えてしまふなんて、本末転倒です。ちなみに、そのキャラクターのプロフィールなどの詳細を紹介しあげると、熟知性の法則が働き、さらに好感度が上がるというメリットもあります。「くまモン」にも性別は「オスではなく男の子!」や年齢が「ヒミツ(5歳というのは都市伝説)」、お仕事は「いちお

う公務員」など、プロフィールがあり、紹介されています。2つ目は「擬人化」キャラクターをアイキャッチに活用することです。例えば、あなたのお店の会員カード募集のポスター、文字だらけじゃありませんか? 文字だらけで記載されたポスターよりも、「擬人化」されたキャラクター(例えば、会員カードを人に見立てるなど)が、解説しているようなポスターにする方が、お客様の目に留まります。そして、「擬人化」されたキャラクターが解説することで、単純に文字で説明するよりも分かりやすくなり、行動を起こしやすいのです。ちなみに、

### ひとつに絞って認知度を高める

男性より女性の方が、より感覚的に物事を処理するため、パッと見た状態で理解しやすい「擬人化」を用いたポスターの方が、特に女性においては見て頂きやすくなります。以前紹介した、AIDMAの法則にも通じる部分ですね。まずはAttention(注目)を引くために、「擬人化」キャラクターを活用するのです。

その際、キャラクターの性格は、最も伝えたい内容に合わせて決めておきましょう。例えば、低玉貸専門店では会員カードの貯玉促進によって固定客化に繋がれようと考えています。その際、「セキユリティがしっかりとっている屈強な頼りがいのある男性のイメージ」や、「貯玉をしてセレブになっていく女性のイメージ」など、どのようなイメージで「擬人化」するかによって、ターゲット顧客が変わり、伝えたい内容のテーマが変化します。注意点として、「擬人化」キャラクターはまずはひとつに絞ってください。複数の「擬人化」キャラクターを

え、実際にパチンコ店の売り場プロモーションに、どのように活用できるのでしょうか? パチンコ店は是非活用して頂きたい、「擬人化」方法は2つあります。

1つ目は、ブランディングに活かすこと。特に、大手チェーン店であれば、自店のキャラクターを持っているお店も多いかと思いますが、そのキャラクターをうまく活かせていますか? せっかくキャラクターがいるのであれば、売り場プロモーションの至る所に、自店のキャラクターを登場させましょう。新台の説明、機種特性の解説、会員カードの使い方など、どこでも使えます。そうすることで、お客様自身がどの店舗で遊技しているのかという認識を、より強く持って頂くことが可能になります。お客様にご来店頂くには、自店のことを思い出して頂くため、脳の記憶の引き出しにしまっておいてもらわなければなりません。そこで、キャラクターを使って、自店のイメージ作りをするのです。しかも、キャラクターの良いところはマイナスがないところ。例えば、芸能

### 心理学用語 熟知性の法則とは?

単純接触効果と同様に、何度も繰り返して接触することにより、好感度が高まっていくこと。特に、人間関係において用いられる言葉で、相手のことを知れば知るほど、好意を持つようになるということ。警戒心や恐怖心が薄れるため、良い印象を持つようになると言われている。



お客様反応が上がる  
新台ポスター???

## 売り場プロモーション

性別  
オスじゃなくて  
男の子!

性格  
やんちゃで  
好奇心いっぱい



©2010熊本県くまモン

とくいわぎ  
くまモン体操と  
サプライズを  
見つけて  
広げること。

の「擬人化」キャラクターを



なかしま あきこ  
1983年岐阜県生まれ。中京大学大学院卒業。2010年：心理学検定1級取得。2011年：認定心理士取得。現在は売り場プロモーション調査の責任者として、全国のパチンコ店を数値化。数値化したデータをもとに店舗の改善案を提案する「売り場カルテ」を拡めている。さらに、女性目線を踏まえた研修・セミナーには定評がある。