

## 魅力ある売り場が繁盛店を創る

繁盛店の共通点は、魅力ある売り場づくりを推進していること。実は、魅力ある売り場の特徴は数値化することができます。今回は、その一構成要素の「訴求ポイント数」について説明します。お客様の期待感は「訴求ポイント数」の数量の多さと連動します。まずは、下記A店・B店の新台入替の売り場をイメージしてください。

A店は、新台入替の当日、(1)店外のぼり10本全てを「新台入替」の内容に統一。また、(2)横断幕・懸垂幕も「新台入替」の内容のみで運用。さらに、(3)風除室イーゼルおよび(4)店内ポスター、(5)新台導入対象コーナー前の島入口イーゼル、(6)幕板POP、(7)三角フラグ、(8)ドル札でも「新台入替」の内容のみ。(9)台周りミニチラシ、(10)機種説明+a、(11)トイレの個室ポスター、(12)休憩スペースの卓上ポスターでは、「今回導入した新台機種の特徴」の文章量豊富なメッセージ告知。

B店は、新台入替の当日、(1)店外のぼり10本中5本を「新台入替」の内容に統一。それ以外は、メーカーから支

給された様々な機種のぼり。また、(2)横断幕・懸垂幕は「1円パチンコ50台設置」の内容。(3)風除室イーゼル、(4)新台導入対象コーナー前の島入口イーゼルは、「大当たり確率・ゲームフロアを含む新台入替」の告知。(5)店内ポスターは、会員募集の告知。(6)幕板POPは「大当たり確率」を表示。(7)三角フラグは機種キャラクターを表示。(8)ドル札では店名を表示。(9)台周りミニチラシおよび、(10)トイレの個室ポスター、(11)休憩スペースの卓上ポスターでは、新台入替チラシの縮小サイズを掲示。

現在、全国のパチンコ店の新台入替プロモーションは、大きく分けて右記の2パターンに選別できます。当社の統計データ上、A店の取り組みに属するパチンコ店の割合は1割。B店の取り組みに属する割合は9割。では、どちらの売り場がお客様の期待感を高めるでしょうか？

訴求ポイント数とは、店内の告知の一貫性・統一性を図る基準値。基本的には、店内外の同系統の告知ツール数を

カウントした個数です。この事例では、「新台入替」と記載された内容の告知ツールは(1)~(12)の全てが該当するため、A店の新台入替の訴求ポイント数は12ポイント。B店は、「新台入替」と記載された内容の告知ツールは、(3)~(7)の5ポイントが該当。A店はB店の2倍の訴求ポイント数があり、期待感の高い魅力ある売り場だと言えます。

実は、全国の高稼働店を調査していると、確実にA店のような訴求ポイント数の高さを維持しています。これはパチンコ店だけでなく、異業種の繁盛店でも同様のことが言えます。

今後、店舗視察を行う際には、訴求ポイント数を意識しながらお店を見てください。必ず、「新台」「会員募集」など、こだわった情報伝達の訴求ポイント数が高いはず。

