

店舗調査の重要な着眼点

その3

野島崇範 プラスアルファ

今回はスロットのアウト1万5000枚以上の高稼働店の営業オペレーションを中心に紹介します。近頃スロット稼働に回復の兆しが出てきたとの声を聞くようになりましたが、稼働の高低差が顕著になってきました。この理由は、実は「お客様目線」に答えが潜んでいました。2つのポイントをご紹介します。

1つめのポイントは、『データ表示機の大当りカウンターの取り方（吸い上げ方）』です。高稼働店では競合店調査をする場合、ART機のデータ表示機のカウンターの取り方の調査を行っているのはご存知でしょうか？ それ以前に自店のデータ表示機のART機のカウンターの取り方はご存知でしょうか？「知らない」という店長様、「店に完全に任せている」という経営幹部の方々は危機感を抱く

べきです。なぜなら、スロットユーザーはこのカウンターの取り方をお店選びの判別に利用しているからです。

5号機時代になり機種特性が複雑化してきて、お客様だけでなくお店も5号機の運用をもつと知る必要がでてきました。そのため、高稼働店ほど、お客様目線を意識したデータ表示機のカウンターの取り方を重要視しています。地域1番店のデータ表示機のカウンターの取り方を踏まえた上で営業することが必要です。なぜなら、お客様の来店数は明らかに地域1番店に行く回数が多く、地域1番店の営業手法に慣れているからです。それがお客様にとつてもっとも分かりやすいデータ表示の仕方なのです。

そのことを理解した上で、高稼働店のART機のデータ表示機

「伝達力」こそ現場の力

1,000店舗の調査から見てきたこと

店舗管理

の大当りカウンターの仕方を見ると、大別して2パターンに分類できると思えます。

ひとつは、〈ビッグボーナス〉を1つの信号としてカウントとして上げ、〈レギュラーボーナス〉〈ART〉をもう1つの別の信号としてカウントを上げる方法です。実際に、多くのお店がこの取り方になっています。

もうひとつは、〈ビッグボーナス〉〈レギュラーボーナス〉を1つの信号としてカウントして、〈ART〉を別の信号としてカウントする方法です。

確率からいって、どちらの上げ方でもカウント数は変わりませんが、お客様が機種を判別する際には後者の方法が有効であり、多くの高稼働店がこのカウンターの取り方を行っています。なぜなら、〈ビッグボーナス〉〈レギュラーボーナス〉の合成

確率と〈ART〉のART確率により2つの観点から「今の機械台の状態」をお

お客様が把握し、データ表示機から高確率か低確率を知る糸口になるからです。これこそ高稼働店がお客様の目線を徹底して意識している点になります。だからこそお客様に選ばれるお店作りができるのです。

2つ目のポイントは、ART中には、お客様にご案内を行わないこと、遊技中の再来店促進が効果的だと述べましたが、ART中はナビゲーションに集中しているため、余計な情報を提供しに行くことはお客様にとつてデメリットになります。

以上のことを踏まえて営業するだけで、お客様目線で競合店と差別化を図った営業が行えます。パチンコも同様のことを意識してみてはいかがでしょうか。 [A]



のじま・たかのり

1983年三重県生まれ。北海道教育大学卒。全国のパチンコホールを年間1,000店舗以上調査し、その中から高稼働店に共通する法則を見つけ出し、「情報伝達力」と定義。お店の「情報伝達力」調査の分析に基づき、お客様目線の徹底と継続の重要性を、支援先ホールの全スタッフと共有し推進する。「お金をかけない！ スタッフの情熱と知恵で劇的に変わるお店づくり」を目指している。

nojima@pachinkotenshoku.com