

心理状態を見極めて お客様の行動が劇的に 変わる情報発信とは？

業界が低迷していても、売上を上げるためにやれることはまだある！
お客様の心理状態を考えて、お店もお客様も幸せになる情報発信を！

低貸割合が年々増え、以前の4円20円が主軸の時とは、お客様の動きが変わってきています。また、「伸るか反るか!?」というような、ギャンブル要素が強かった側面が、内規変更に伴い、「パチンコは適度に楽しむ遊び」として、短時間で勝負できるギャンブルというより、長時間遊技しなければ大きく勝つことができないケースが増えています。では、このようにお客様が、長時間滞在するという前提で

考えた場合、今後とるべき施策はどのようなものが考えられるでしょうか？ まず取り組むべきは、今いらっしゃるお客様に、より長く滞在して頂くことです。「当たり前のこととを言うな！」と思うかもしれませんが、意外に、長時間滞在頂くための店舗からの工夫を具現化しているお店は多くありません。皆さん当たり前のことだと分かっているのに、お客様に働きかけができていないのです。そこで、今

無防備な時にチャンスあり

例えば、遊技がひと段落ついで、大当りで得た出玉（メダル）を交換しようと計数機（ジェットカウンター/メダルカウンター）に行つて、一般景品にしか交換できない余り玉（メダル）があつた時、あなたはどうしますか？ もと

回はお客様に長時間滞在頂くための売り場プロモーションについてご紹介します。

もと会員カードを持っている人は貯玉（メダル）したり、持っていない人はこの機会に作ろうと思ったりするかもしれません。しかし、かたくなに会員カードを作らないお客様は、毎回余り玉（メダル）で、いろいろなお菓子をもらっている可能性があります。これ、非常にもったいないです！ このタイミングにチャンスは転がっています！ なぜならば、このタイミングのお客様は、テンション・リダクション効果が働く可能性が高いからです。

例えば、スーツ一式を購入することを決めた時に、店員から、「こちらのスーツにはこのシャツが似合いますが一緒にいかがですか？」や、「このネクタイも併せてご購入されるお客様が多いのですがいかがでしょうか？」など、お勧めされたらどうでしょうか？ ついつい「じゃあついでに」と購入してしまうかもしれません。しかし、スーツを購入する前に、シャツやネクタイを提案されても、心の中で「スーツを選んでいるのに」と店員の提案を迷惑に感じるはずですよ。テンション・リダクション効果を上手く活用することで、成果が大きく変わります。しかも、人は一度自分の意志で選んだ行動に関しては、肯定的に捉える側面があるため、よっぽど商品にマイナスポイント（汚れや破れなど）がない限り、押し売りされたというより、自分

計数だけでなく 選択肢を提案

お客様がジェット（メダル）カウンターに訪れたタイミングは、遊技がひと段落した、まさにテンション・リダクションな状態です。つまり、お店からの情報発信に対して、受け入れやすい状態とも言えます。そのため、単に景品交換だけで終わらせるのではなく、「やっぱりもうちょっと遊技してはいかがかな？」と思わせるような対応や情報発信をすべきなのです。例えば、スロットのお客様がメダルを交換する際、①余ったメダルで遊技しますか？ ②カードに貯めますか？ ③景品に全て交換しますか？ と3択でお客様に提案します。ここでお客様が①を選択した場合は、

もちろん、このような対応を行つても、再遊技に至らないお客様は多数いらっしゃるかもしれません。現在多くのお店で行われている、計数をするだけのメダルカウンターでの対応よりは、確実にお客様の行動が変わる可能性が高いです。少しでもお客様に反応して頂ける可能性が高いタイピングがあるならば、そこを確実に押さえ、少しでもお客様の行動が変わる可能性

が高い対応をすべきです。スタッフの声掛けで、ここまでできればベストですが、人の教育には時間とお金が掛かります。もし、声掛けが徹底できない場合は、メダルカウンターのミニポスターで、3択を表示するのも一つの手です。お客様に響かない既に導入された新台告知をするくらいなら、3択を表示する方が、よっぽどお客様のための情報発信となり得ます。伝わる可能性が高い場所、お客様の行動変容に繋がる可能性が高い情報発信を行っていきましょう。

の巻が解説する **心理学用語**

テンション・リダクションとは？

緊張状態が消滅したあとの注意力がおろそかになっている状態のことを指し、この状態を上手くマーケティングに利用したものをテンション・リダクション効果という。

認知的不協和理論とは？

自身の中で矛盾する認知を同時に抱えた「認知的不協和」という不快な状態を回避しようとして、認知的要素の一方を変化させたり、新たな要素を加えたりして、認知的不協和を低減させること。例えば、喫煙者の場合、「タバコは肺がんの原因になる」という話は「タバコを吸う」という行為に対して矛盾を生むため、「タバコを吸っていても長生きしている人はいる」という喫煙行動を正当化する話を信じることで、不協和状態を緩和しようとする。

お客様が①を選択した場合は、ぴったり特殊景品に交換できる分だけ計数機に流し、余りメダルは手渡すのです。そうするとお客様は、手元に数枚余ったメダルを持って、改めて台を選び、スロットコーナーで再遊技する可能性が生ま



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。



お客様反応が上がる
新台ポスター???