

営業センスの改革 顧客目線から顧客動向へ 6

プラスアルファ 代表 藤田雄志

変化への対応

客

数が減少しはじめ数年が経過しました。皆様のマーケットではどのような変化がありましたか？ よく聞く変化は「低玉貸し営業が増えた」「大型店が出店してきた」「お客様が減った」など。いろいろな変化が生じていると思います。しかし多くのパチンコホールは、マーケットの状況を把握できていません。

具体的に、どのような客層がどのくらい減少しているのでしょうか？ どの遊技料金の客数減少が最も大きいのでしょうか？ それはどのようなタイプの機械でしょうか？ 減少した客層はどのような年代の人たちでしょうか？ その中の男性と女性の比率はどのくらいでしょうか？

エリア(マーケット)内のこういったことを把握して、過去と現在の比較をする必要があるのです。

この話をすると「自店の会員デ

ータを分析すれば分かります」という人がいます。しかし、それは自店のデータであってマーケットのデータではありません。マーケットがどう変化しているのを把握することが必要な時代なのです。昨今では客数調査(競合店調査)を外部に委託しているケースが増えていますが、今後はマーケットの数値も男女別や機種別だけでは意味が薄れていくことでしょう。

現状の一般的な客数調査のデータだけでは、客数減少時代の変化に対応するには少ないという事です。今以上の精度で顧客動向を掴むことが業績向上の第一歩になります。

では、どうすればいいのか？

これからの時代の客数調査は若年層(20代・30代)、中高年(40代・50代)、高齢者(60歳以上)及び、男女までデータ化し分析する必要があります。実際にこのようなデータを把握してエリアの分析を行うと、今後とるべき戦

略が如実に浮かびあがってくるのです。あるエリアの分析結果では、3年前と比較して大きく減少している客層は中高年の男性でした。3年前と比較して約30%の減少です。中高年プレイヤーの部門別の客数減少は、20円パチスロのA.T、A.R.T部門で顕著であることがわかりました。20円パチスロのAタイプ部門の中高年の減少率は、全体の減少率の平均値程度でした。逆に高齢者においては客数が増えていました。

これは一例ですが、データからすると、A.T・A.R.Tを遊技する中高年の男性が減少していてAタイプの高齢者が増加しているのですから、20円パチスロの機種構成を変化させる必要があるのです。データ分析により、競合店より先にこの変化を察知でき

ば、A.T・A.R.Tの新台幣を購入するのではなく、Aタイプを購入するほうが得策であるのはい言までもありません。

このように時代の変化とともにデータ収集や客数調査の仕方も変わってくるはずですが、年代別に客数調査をするということは大変なこともありません。しかし、その大変なことをするから具体的な戦略が生まれ、業績が変わるのです。時代が変化しているのに自店は変化しないのであれば、業績も客数も減少することを容認することと同じです。ぜひ、変化に対応する取り組みを初めてください。

[A]



ふじた・たけし 1972年千葉県生まれ。株式会社プラスアルファ 代表取締役。ホール現場と共に進める戦略実行型コンサルティングを展開。信条は「顧客目線から顧客動向への変化」を掲げ全国の店舗の業績向上を担う。www.hpa.co.jp