

遊技機の特徴をお客様に伝える

プラスアルファ代表 藤田雄志

皆

さんはお気づきでしょうか？実はパチンコ店というのは、良く知っているお客様が得をして、良く知らないお客様が損をする店作りをしているのです。どういふことかというところ、パチンコ店側が、「お客様は知っている」という先入観で店作りをしてしまっています。つまり、お客様目線ではなく業界目線での店作り。これが加速しているのです。

ここまで読んだ時点で、「えー、そんなバカな」と思った方は、自覚症状がないわけですから、要注意です。

何をお伝えしたいのかというと、パチンコやパチスロの機械のスペックやゲーム性などの、お客様への案内についてです。

最近の機械はスペックが複雑化しています。ユーザーの多くは、その特性を理解せずに遊技しているというのが実態です。例えていえば、皆さんが新しいテレビゲームのソフトを購入して説明書を読まずにゲームするのと同じ状況です。ゲーム機のコントローラの使い方もわからない状況で楽しまなくてはなりません。テレビゲームなので時間を投じてやってみて覚えればよいのですが、パチンコの場合は遊技する

店舗力を見える化する

2

ために多額のお金がかかります。そして、ユーザーが理解していないワードが多数存在します。「電サポ」「セグ情報」「ST」や、基本スペックと謳われている「9C」「11&10&3」、自力解除など。こういった業界ワードが顧客の遊技参入に制限をかけています。つまり、難しく良くわからないのです。

問題を掘り下げると、働いているスタッフの機械知識にも波及していきま

す。機械スペックの複雑化に伴い、現場スタッフの知識が追いつかなくなっています。自店

に設置してある機械をじっくりぶんに理解しないまま、ホールを巡回しています。これで本当に良いのでしょうか。大手

家電量販店に例えるのなら、デジカメを売っているのにデジカメの性能を答えられないスタッフが対応している状態です。当然、売れませんよね。現状のパチンコ店はこのような問題店が多く見受けられます。

遊技機の各台に機種説明を配置しているお店がほとんどです。しかし、最近ではメーカーが配布しているオフィシャルガイドブックの情報量やクオリティが高くなっているのに、ホール側が各台に設置する機種説明の情報量やクオリ

ティは向上していません。つまり、プレイヤーの手が届くところにあるのは情報量の少ない機種情報で、メーカー配布のわかりやすいオフィシャルガイドブックは島端などに取りにいかないばならない。こういうお店がほとんどです。

私はこの状況を変えなければならぬと思います。

例えば、店舗で業界の用語集を作成してお客様に配布する、機種情報に詳しいスタッフを多数配置する、朝終礼などで機械スペック勉強会を開催する。今までの常識から脱却し、「お客様への案内」で他店と差別化することが最優先事項かもしれません。

今からでも遅くはありません。NEWSスペックなどの新しい機械の、本当に楽しめる特徴を徹底的に告知してみてください。

AI



ふじた・たけし 1972年千葉県生まれ。2008年、プラスアルファを設立。ホール企業と共に進める戦略実行型コンサルティングにより、北海道から九州まで全国各地でホールの業績改善を支援。信条は、売上・利益貢献はもちろん、ホール企業の組織力を飛躍的に高めること。www.hpa.co.jp