

◎野島崇範
株式会社プラスアルファ

なぜ「おすすめ告知」の 価値は下がっているのか？



Takanori Nojima

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、その中から繁盛店に共通する法則を見つけ出し「伝達力」と定義。「伝達力」調査の分析に基づき、お客様立場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。売り場ランチェスター戦略の第一人者として、科学的に売り場の支援を実施する。



最新の広告手法を
LINEから得る
『アドレディ』

近年、パチンコ店における「おすすめ告知」の価値が低下しています。その最大の理由は、店舗側がおすすめと告知しているにも関わらず、集客と結び付いていないことにあります。

本来、パチンコ店が「おすすめ」と打ち出す機種は、ユーザーにとって遊技意欲を高めるものです。しかし現状、おすすめ告知は顧客反応を生み出していません。これは単なる一店舗の問題ではなく、パチンコ業界全体で同様の状況が広がっている点が大きな問題です。

信用を失いつつある 「おすすめ」の告知

ユーザーは広告ガイドライン制定の初期は、パチンコ店の「おすすめ



という言葉にある程度、信用を持っていました。しかし、実際の集客状況と乖離する状況が繰り返されることで、徐々にその信用は低下してきました。

もちろん、この状態が続けば、ユーザーの心理はシンプルです。「おすすめ」と言われても信用できない」と

いう認識に変わりました。その結果、おすすめ告知は遊技意欲を刺激する広告として機能しなくなり、集客に繋がらなくなりました。

さらに、近年多くのパチンコ店が行っている出玉ランキングの告知方法にもおすすめ告知の信用低下を招く深刻な問題を秘めています。多くのパチンコ店では機種単位ではなく、パチンコ全体およびスロット全体のランキングとして運用しています。そして実際、出玉ランキングに「おすすめ機種」が入っていないことが少なくありません。おすすめ機種に関わらず、出玉ランキングに掲載されない機種に信用を担保できずでしょうか。お客様から見れば、おすすめと言っているのに、出玉ランキングには載らない機種という認識を強化します。

そのため、おすすめ告知の情報発信の再設計をしない限り、お客様との心理的な乖離は拭えないです。

まず初歩的な改善方法は、おすすめ機種と告知している機種のみを出玉ランキングを掲示すべきです。そして、月間ランキングを止めるべきです。約1カ月前の出玉ランキングを掲示していることに違和感を抱かないのでしょうか？ おすすめ機種なのに直近の出玉ランキングを掲示できない程、自信がないのでしょうか？ おすすめ機種に特化した先週1週間の出玉ランキングで運用すべきです。月間で大きな出玉数を見たいのは店舗都合です。顧客は古すぎる情報を見せられても何も感じません。最低限ここまで具現化して、中級さらに上級の改善方法を検討することをおすすめします。