



競合店のLINE広告ばかりが表示される理由は、競合店が追いかけ広告(リターゲティング広告)を実施している場合が圧倒的に多いからです。通常のLINE広告と比較して、LINEのリターゲティング広告は一度接触したユーザーに対して繰り返し配信されます。

つまり、ユーザーのLINE画面内で競合店が存在感を持ち続けている状態を維持できるのです。恐らく、競合他店ばかり出ると思われている店長を含む経営幹部の方は、一度競合店のLINE広告へアクセスしなかったのでしょうか？ SNS広告やWEB広告を使いこなすためには、まずは正しい知識を持つことが重要です。

本コラムで繰り返し解説しておりますが、LINE広告を含めて、現在のパチンコ店のWEB広告およびSNS広告のKIP(重要業績評価指標)はインプレッション数(表示回数)に設定している場合が多いです。KIPとは、目標達成に向けた取り組みの進捗状況を定量的な数値で把握・評価するための指標です。広告代理店のレポートでは非常に安価な表示単価で何十万・何百万の広告配信が出来ましたと報告されています。しかし、どれだけ表示回数を増やしても増客しません。つまり、表示回数が集客のKIPになることはあり得ないのです。

WEB広告やSNS広告の基本的な配信費の捉え方は、ターゲットを含めて配信を絞り込めば配信費は高くなり、配信を絞り込まず不特定多数に配信すれば配信費は安くなります。

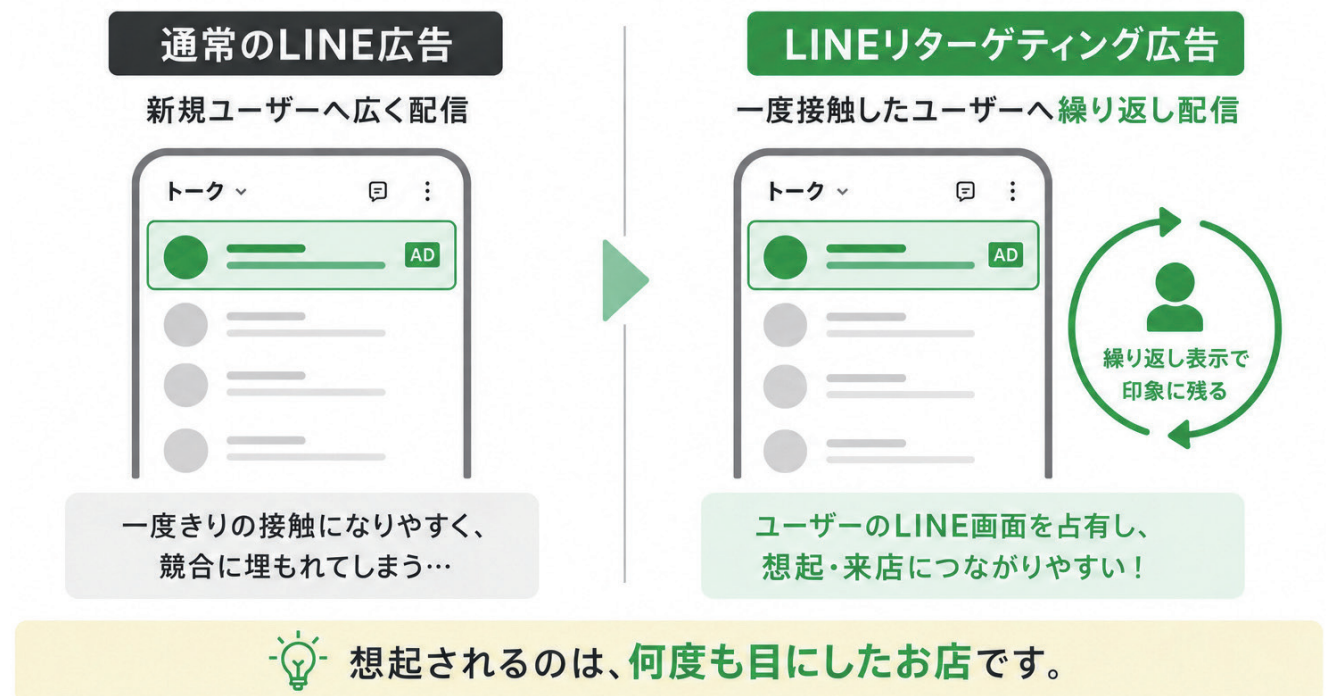
例えば、LINE配信のKIPを「沢山表示させること」に設定すると、配信単価が安ければ安いほど良いという話になります。不特定多数に広告が露出されても、多くのユーザーがパチンコ好きではないため、集客効果を高めることは出来ません。弊社がWEB運用アドバイザーとして支援している企業や店舗の初見打ち合わせでは必ず議題に上がる改善項目です。パチンコ店の店長を含む経営幹部の方々が玉単価や玉粗利に異常があれば直ぐに分かるように、我々もWEBおよびSNS広告の異常な数値は直ぐに分かります。

では、どの広告配信の数値をKIPに設定すれば良いのでしょうか。LINE広告は見込み客層へのアプローチができる広告媒体の一つです。そのため、フリークエンシーという1日あたり何回LINE広告に接触したのかという数値に設定すべきです。人は広告を1回見ただけで行動することはほとんどありません。マーケティングの世界では「単純接触効果(ザイオンス効果)」と呼ばれ、接触回数が増えるほど親近感や興味が高まることが知られています。そのため、見込み客層を獲得する段階ではフリークエンシーを重要指標(KPI)の一つとすることが大切です。

ただし、フリークエンシーをKPIに設定するだけではLINE広告の最大の効果を発揮させることは出来ません。LINE広告は2段階で活用する必要があります。1段階目はあなたのお店のランディングページ(LP)というWebページへユーザーを流入させて見込み客層を

なぜ競合店のLINEばかり表示されるのか？

その理由は「リターゲティング広告」の有無にあります



獲得する段階。LINE広告は広告配信の設計上、間違えてLPに流入することが少ないです。そのため、LPに流入してくるユーザーは、あなたのお店が配信したLINE広告の内容に興味があるユーザーです。事前に広告代理店に依頼して、そのユーザーを集めるLINE広告の配信設計に必要があります(※専門的すぎる内容なのでここでは割愛します)。

2段階目は、あなたのお店のLPに入流したユーザーに向けて、LINEのリターゲティング広告を配信して、顕在層(自分の抱えているニーズを明確に自覚しており、具体的に比較・検討しているユーザー層)を獲得する段階。ここまでLINE広告を設計して、初めて来店意向の高いユーザーにアプローチでき

るのです。

さらに、1段階目と2段階目のLPの内容はどのような内容にすれば良いのか？また、LINE広告を配信する画像(クリエイティブ)は何にすれば良いのかなど、多岐に渡って検討する項目はあります。しかし、それらはLINE広告の配信結果を見て改善できる項目であるため、まずは、見込み客層を獲得できる設計にすることが重要であり、さらにタイミングを見定めてその見込み客層を改めて狙う、2段階のLINE広告の配信設計にすることをおすすめします。 [A]

Essential Web Advertising Strategies You Need

to Know for 2025



のじま・たかのり
三重県生まれ。北海道教育大学卒。毎年年間1000店舗以上のパチンコ店を調査。広告を6つのポイントで数値化して、その仕組みを売り場の書籍「あなたの売り場、太っていませんか？」で執筆。売り場プロモーション診断士検定を8年前に立ち上げ2020年には1200名以上が受験。