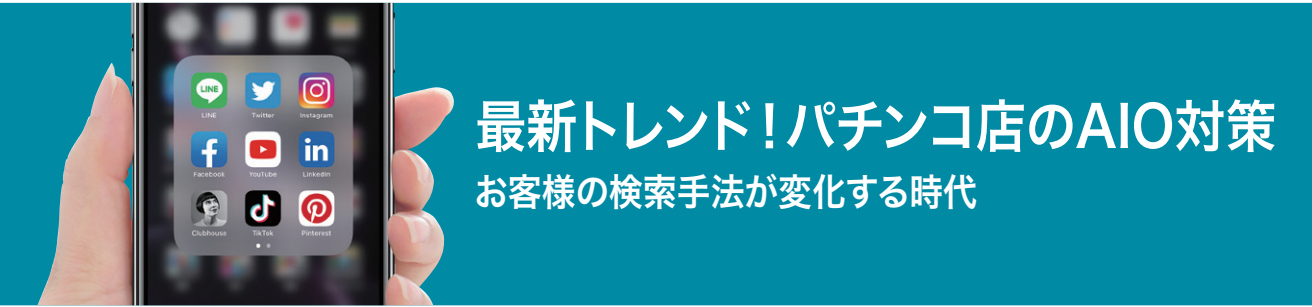




パチンコホールの集客環境は、いま大きな転換点を迎えています。これまでWEB集客といえば、P-WORLDやDMMぱちタウン、Google検索、SNSなど、それぞれの媒体でいかに露出を増やすかが重要でした。しかし今後は、それだけでは十分ではありません。生成AIの普及によって、「お客様が店を探す方法」そのものが変わり始めているからです。

ここで重要なのは、生成AIを積極的に使うユーザーだけがAI検索をしているわけではないという点です。従来通りGoogleの検索窓に「今一番勝てるパチンコ店を教えてください」「新台を打つならどのパチンコ店がおすすめ?」と入力しているユーザーであっても、検索結果の上部にはAIによる要約や回答が表示されるようになってきました。つまり、本人に「AIを使っている」という意識がなくても、検索行動そのものがすでにAIを介した情報収集へと変わり始めているのです。

現在、ほぼ全てのパチンコ店はAIO対策を行っていないため、「10月10日にパチンコを打つならどのパチンコ店がおすすめ」と検索しても、AIによる概要には店舗が掲載されません。一方、飲食業界はパチンコ業界と比較するとまだまして、AIによる概要として具体的な店舗が掲載されます。(※しかし、飲食業界もAIO対策をしているわけではないので、大手チェーン店にも現段階ではやりようによっては勝てる段階です)。

これまでは検索結果に並んだ複数のWEBサイトをユーザー自身が開き、店舗を比較していました。しかし、AIによる要約が一般化すれば、ユーザーが各サイトを閲覧する前に、「この条件であればこの店舗」とAI側が候補を整理する場面が増えていくと考えられます。さらに、「スマスロが充実しているお店は?」「駅周辺で新台の導入台数が多いお店を教えてください」と生成AIに直接質問する行動も広がっていくはず。ユーザー



Essential Web Advertising Strategies You Need

to Know for 2026



自身が複数店舗を比較する前に、AIが候補を2~3店舗に絞り込む可能性があります。つまり、これからは「検索結果で見つけてもらう」だけでなく、「AIの回答候補に入る」ことが重要になります。

その際に鍵を握るのが、SNSを含むWEB上での「言及」、いわゆるサイテーションです。

多くのホールでは、X(旧Twitter)で新台入替、おすすめ機種、増台、設備などを日々発信しています。しかしその情報を、ポスター画像を中心に伝えているケースは少なくありません。人が見れば一目で理解できますが、AIにとっては、画像の中にしか存在しない情報は十分に認識されない可能性があります。だからこそ、これからは画像だけでなく投稿本文にも、「店舗名」「地域名」「機種名」「導入日」「台数」「設備」などを具体的な文章として残すことが重要です。

例えば「本日新台入替!」だけで終わらせず、「〇〇店では10月19日、スマスロ〇〇を10台導入します」と記載します。「設備充実!」ではなく、「加熱式たばこプレイエリア完備」「大型駐車場〇台」と具体的に書きます。こうした発信が積み重なることで、「〇〇店=この機種に強い」「〇〇店=この設備がある」という情報がWEB上に蓄積されていきます。

重要なのは、発信量を増やすことではありません。必要な

のは、「いま行っている発信を、AIにも理解できるカタチに変える」ことです。

つまり、これまでのSNS運用をやめる必要もありませんし、投稿本数を増やす必要もありません。画像中心の投稿に数行の具体的なテキストを加えるだけで

も、その投稿は単なる告知から「店舗の情報資産」へと変わっていきます。

そして今後求められるのが、AI上で自店がどのように見えているかを定期的に確認することです。「おすすめのパチンコ店は?」「スマスロ〇〇を打つならどこ?」と、実際にAIへ質問し、自店がどのように回答されるのかを確認します。出てこないのであれば、どの情報が足りないのかを分析し、公式サイトやSNSの発信内容を補います。

従来SEO対策は検索順位を原始的に測定しながら改善してきましたが、いまはAIの時代です。この作業をAIに行わせます。特に重要なのがパチンコ業界に適合した精度の高いAIO診断です。このAIO診断がなければAIO対策は出来ません。

あなたのお店はAIO診断のスコアは何点でしょうか? A



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。