

## 営業センスの改革 顧客目線から顧客動向へ ②

プラスアルファ 代表 藤田雄志



# 大当たり情報公開のポイント

**か**

つてはホールに足を運ぶか、サイトセブン(ダイコク電機)などの有料サービスでしか、ユーザーは遊技台のデータを見ることができませんでした。しかし今では店舗アプリなどの登場により、ホールが自店の設置台の当たりデータを公開する時代になりました。この情報公開もさまざまな機能がついており、顧客動向を捉えることで集客につなげることが可能です。

この話をホール関係者にする、「そのようなデータを公開したら玉が出てないのがバレる」とか、「見ている人は少ないでしょう?」ということを言う方が大半です。これが営業センスのポイントです。見ている人が少ないと断定することが問題です。

サイトセブンなどにデータ公開を行っている店舗様は、まず自店のサイトセブンのデータを見てください。自店をお気に入り登録しているユーザー数、日ごとのページビューなどを閲覧でき

ますが、この数字を確認してみると、想像以上の数字が表れてくると思います。ここに出てくる数字は、わざわざ有料サービスに登録して閲覧しているユーザーの数値です。おそらく店内ではサイトセブンに情報掲載をしているというプロモーションをさほどしていないでしょう。それにもかかわらず、閲覧している人がいるという数字です。有料でかつ、プロモーションもしていないのにこれだけの人が見ているという事実認識が必要です。

もしも、「無料で、データの見た方や台データの公開を始めました」というプロモーションをしたら、どうなることでしょうか。時代はヘビーユーザー過多の時代です。だからこそ、ユーザーが欲しい情報は可能な限り公開するべきです。隠すことは客数の減少を容認していることと同じです。仮に見ている人が少なかつたとしても、それでも見ている人がいるのであれば、集客に

繋がる可能性があるのですから、やらないよりやるべきと考える必要があります。

実際に公開しているデータを分析すると、ユーザーが見ているデータは20円パチスロの人気機種やジャグラーシリーズなども多く、次に4円の海シリーズと新台のデータです。このデータを分析すると1円パチンコや5円パチスロなどの低貸しは閲覧数が少ないことから、勝ちにこだわるわけではなく時間消費のレジヤの位置付けになっていることもわかります。

注意点がありません。さまざまな台データ公開サービスが存在していますが、まずはユーザーが見たいデータを公表することです。特賞回数と合成確率を公開しているものの、ゲーム数が公開されていないようでは、ユー

ザー目線としては、ほとんど意味がないデータということになります。

一部のデータ公開サービスでは特賞履歴データなどを公開していますが、何時何分に大当たりしたというデータを公開しても意味はありません。あくまでヘビーユーザーの再来店頻度の向上を目的に行うのですから、その点を良く理解してデータ公開を行っていくことが大切になってくるのです。

再度、念を押します。ヘビーユーザーが知りたい稼働情報とは何か。それを考えてみてください。 **AJ**



**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](http://www.hpa.co.jp)