

顧客のポジティブ感情から 情報発信を組み立てる方法

例：『スマホバジリスク絆2天膳』

顧客感情は消費に影響する

今回は『スマホバジリスク絆2天膳』および『シン・エヴァンゲリオン』（以下、エヴァ16）の新台幣入後の顧客感情を読みます。

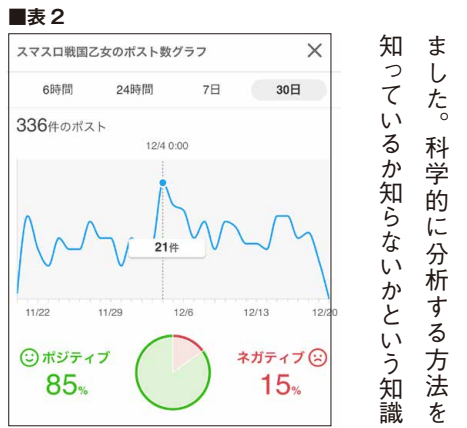
顧客感情によって消費は増減します。悲しみ、苛立ちなどマイナスの感情は消費行動を停滞させます。失恋して泣いている時に洋服を買いません。渋滞で時間がなくて苛立っている時はコーヒーを買いません。私たちはネガティブな感情の時に消費行動しない生き物なのです。

「クリスマス」という言葉が含まれたSNSの投稿内容から顧客感情を

分析すると82%がポジティブな感情でした（表1参照）。消費活動はポジティブな感情の中しかり起きます。クリスマスが7000億円という経済効果を生み出すのは、非常に多くの人々がポジティブな感情だからです。



同様に、12月時点では高稼働で推移している『スマホ戦国乙女』も



ポジティブな感情が85%と高いです（表2参照）。お客様に人気のない遊技台は、ポジティブな割合よりネガティブな感情が非常に高いため、数値公開すると誹謗中傷として受け止める方もいらっしゃるかもしれません。そのため、私の支援先のみ止めます。科学的に広告実施できる時代となりました。科学的に分析する方法を知っているか知らないかという知識



増台→クリスマス→年末年始の流れで構築した「スマホ戦国乙女」のプロモーション例

©HEIWA
Character design by SHIROGUMI INC.

の差が、SNSおよびWEB広告だけでなく、店内プロモーションの

運用においても大きな影響を与えます。

ポジティブな数値が高い状態で推移すれば、店内の広告は積極的に鮮度プロモーションを駆使して、『スマホ戦国乙女』を強化していることを「点」ではなく「線」のプロモーションとして情報発信すべきです。弊社が運営しているデザイン定期便では、増台→クリスマス→年末年始という流れで、鮮度プロモーションの流れを構築しています（右ページ下のポスター例）。

顧客の感情データをどう活かすか

では、今回の本題です。12月18日に2023年最後の新台幣入替をした『エヴァ16』と『バジリスク絆2』の24時間経過した段階での感情はど

■表3



のような状態だったでしょうか？

『スマホバジリスク絆2』は左上グラフです（表3参照）。77%がポジティブな感情で23%がネガティブな感情です。一方、『エヴァ16』はどうでしょうか？ 53%がポジティブな感情で47%がネガティブな感情です（表4参照）。※ただし、厳密にはスマパチ（e）とちんこ（p）の感情が混ざっているため、紙面の関係上合算しておりますが、本来は分解して戦略を練る必要があります。



つまり、たった1日（24時間）のみのデータで判断すると、過去の統計データでは『スマホバジリスク絆2』が優勢で中長期的に稼働する可能性があります。一方、『エヴァ16』は短期的な集客で短期的に低迷する可能性があります。

ます。もちろん、たった1日の計測期間なので全てを語れませんが、顧客感情の動きを見ながら施策を打つ必要があります。

恐らく、このコラムをご覧頂く時には、お客様の人気があったのか、なかったのか、白黒はっきりしているはず。私の取引先ではホールコンピュータのデータおよび2日間のポジティブ割合を見て、中期稼働する可能性があるのであれば、12月20日から「おすすめ機種」として積極的にX（旧ツイッター）やLINEなど様々なSNSと店内プロモーションで打ち出そうという話になっています。

正月明けに、もし『スマホバジリスク絆2』のポジティブ割合が継続的に高く、高稼働していれば、『スマホ戦国乙女』と同様に鮮度プロモーションを駆使して、情報発信を行います。

顧客反応を複合的に様々なデータから収集して、営業戦略にどのように活かすのか。この取り組みの数がお客様に選ばれ続けるお店になるのかどうかの分かれ目だと、私は信じています。



野島崇範 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。また、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。16年から青山学院Hicon代表取締役 玉木欽也氏（青山学院大学 経営学部 教授）の指導のもと、「売り場プロモーションの定量化（数値化）」の共同研究を開始して、より一層お客様立場の増客につながる売り場づくりを目指している。売り場の書籍「あなたの売り場、太っていませんか？」を発売。



2024年企画の機種×国民的行事のポスターが豊富なデザイン定期便「デザイン定期便」