

## 広告宣伝費の“正しい”削減方法 ⑨

プラスアルファ 野島崇範

# 広告宣伝費を再定義する

**広**

告宣伝費を分解すると、どのような内訳になっているでしょうか？ 店内ポスターであれば、デザイン費や印刷代、用紙代、配送費。チラシであれば、そこに刷版（印刷データをプレートなどに焼き付けたもの）などが追加されます。

それだけでしょうか？

いままで何百人ものホール関係者に質問してきましたが、私が求める回答をした人は一人もいません。

広告宣伝費を正しく分解する必要があります。

広告宣伝活動を行うと、必ず目に見えないコストが発生します。例えば、広告代理店から届いたポスターや社内で製作して印刷したポスターをお客様に見ただくためには、現場で働く方々が閉店後または開店前に掲示しなければなりません。広告宣伝費にはその作業に投じられた人件費を含めて考えるべきです。人が動くということは、その

瞬間からコストが発生するということなのです。決して0円ではないということを強く認識しましょう。

旧態依然の広告手法に頼り、A1サイズ以上の大きな広告こそ伝わると信じてポスターやイヤゼルを積極的に活用するお店。お客様がいらないから島内が寂しく見えないように広告で覆い隠したい気持ちから島上の三角フラグやPOPなどを派手に着飾るお店。こういったお店ではその掲示量に応じて貼り替えや変更の手間がかかるのです。

私は今、「お客様は広告を見ないという前提で広告活動を行うべきだ！」とお伝えしています。時代は変わったのです。お客様の勝率を上げない射幸性の低い広告は、お客様が意識的に見ることはありません。だから、このコラムではお客様の立場で見た無駄な広告を減らす方法を解説してきました。「広告の削減は、目に見えるコストの削減だけではな

く、目に見えない人件費というコストの削減にもつながる」という想いを込めています。

現在、新台入替時に広告物の貼り替えや変更は何時間かかり、何人がその作業に関わっているかを把握されているでしょうか。例えば300台規模のお店で、2人で1時間半かけて作業を行っていた（2人×1.5時＝3人時の作業）としたら、まずは作業時間と人数をそれぞれ半分にすることを目標にしてください。2人×0.5×1.5時×0.5＝0.75人時です。1人で行って45分で終わらせる量に減らすのです。もし2人で行うなら、各人22.5分の作業時間で終わらせる量です。

この目標をクリアするには、自ずと広告量を減らさなければなりません。広告削減をしなければならぬと思っていながらそれを断行できない方は、作業量を減らすという視点から変革してください。卵が先か鶏が先かという話です。どちらからアプローチし

ても目的地に辿り着けます。

次月号は、広告宣伝費を人件費の視点からもう一步踏み込んで考えます。お客様立場で不要な広告を削減できたら、次のステップは、お客様の立ち止まる場所と座る場所に出合う広告について「貼り替えるために必要な作業時間」という視点から取り組み方を解説します。あなたのお店の遊技台の横に設置してあるA6サイズの台間ミニチラシはどのような運用になっていますか？

④

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、太ついでませんか？」で執筆。売り場プロモーション診断士検定を5年前に立ち上げ2020年には1200名以上が受験。

