

# インバウンドとは？ パチンコ店にとって必要な 一手となるのか？

## 各業界で注目される インバウンド集客

「インバウンドとは？」という検索数が2024年1月9万5000から5月20万1000へ2倍以上伸びています。その背景には、日本政府が2023年3月に閣議決定した「観光立国推進基本計画」が順調に推移していることが一つに挙げられます。インバウンド(Inbound)とは、外国人が訪れる旅行のことを指します。日本へのインバウンドを訪日外国人旅行または訪日旅行と言います。インバウンドの早期目標として「訪日外国人旅行消費額5兆円」が、2025年までの目標として「訪日

■2024年1月～5月の平均値

キーワード候補	検索数	1月	5月
インバウンドとは	165,000	+22%	+83%
指定されたキーワード			
インバウンド	74,000	+22%	+50%
キーワード候補			
インバウンドプラットフォーム	1,900	+23%	+233%
インバウンドとは	1,900	+53%	+123%
訪日	1,900	+50%	0%

外国人旅行者数の2019年水準(3188万人)を超え「訪日外国人旅行消費額単価20万円(2019年16万円)」「一人当たり地方部宿泊数2

泊(2019年1・4泊)などが掲げられます。足元では単月で訪日外客数がコロナ禍前水準まで回復しているほか、一人当たり消費単価も20万円を超える水準となっています。

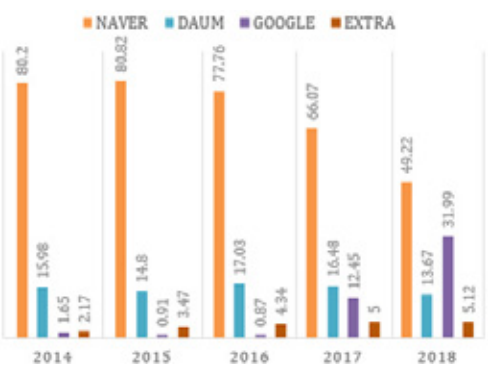
そのため、様々な業界でインバウンドに取り組もうと模索し始めました。パチンコ業界でも大阪なんばの千日前のパチンコ激戦区など、一部の商圏でインバウンド集客に対して模索し始めております。しかし現時点ではインバウンド集客に取り組もうと考えている企業は非常に少ないのが実情です。ただ、パチンコ業界もいつかは本腰を入れることを見越して、インバウンド集客にどのような取り組めば良いのか方向性を示します。

## 集客にあわせて 最適な媒体を選ぶ

まずはインバウンド集客も、パチンコ店の集客も集客の基本構造は同じです。ただし、集客したいターゲット国に合わせて活用するメディア媒体を選定する必要があります。先日、打ち合わせをした大阪のパチンコ企業では韓国の訪日外国人客を集客したいと話しており、広告代理店に相談したら圧倒的にWEB検索エンジンとしてシェアを誇る「NAVER」が良いと勧められたそうです。しかし、それは昔の話で現在は圧倒的なシェアではなく、グーグルとの差が数年で縮まっています。

そのため、2024年モデルのWEB検索エンジンやSNSを選ぶ必要があります。

■韓国のサイト利用率の変化



話を戻します。集客は顧客欲求を捉えることから始まります。我々人間は自分自身の欲求のあるものにか興味を示しません。先日、私の取引先へ研修を実施している最中、コンビニのローソンが2024年6月に49周年を迎えるため、創業を記念して話題の47%増量の「盛りすぎチャレンジ」を実施していることを知っているか質問をしました。50名程度参加する勉強会でしたが、2割しかご存じなかったです。世の中で話題になっていても、欲求がなければ47%増量の「盛りすぎチャレンジ」

を実施していることさえ知らないのです。

## 検索状況から 顧客欲求を捉える

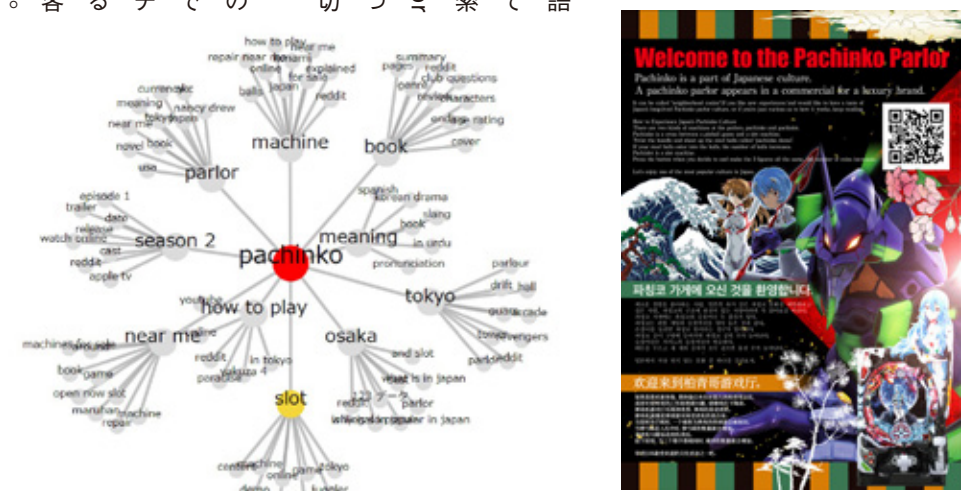
顧客欲求を捉えるためには、お客様の検索状況を知ることが重要です。本コラムでは何度も伝えておりますが、検索は欲求です。知りたいから、欲しいから、買いたいから、打ちたいから調べるのです。つまり、調べるといふ行為は欲求の表れなのです。例えば、7月下旬に導入予定の「ミスタージャグラー」の顧客欲求は何

■「ミスタージャグラー」のマインドマップ(左)とポスター例(右)



©KITA DENSHI

■pachinkoのマインドマップ(左)とポスター例(右)



©カラー びじゅ びじゅ



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、売り場ランチエ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容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。



ミスタージャグラーのデザインなら「デザイン定期便」