

業界ダントツNo.1 FAX機械情報

全国5,000ホール配信

無断での転載は
お断り申し上げます。号外版 **データCOMPASS** 2015/2/12
コンパス 第5号**GLOBAL**
Amusementグローバルアミューズメント株式会社 TEL 0120-519-113
〒150-0002 東京都渋谷区渋谷1-12-2 クロスオフィス渋谷8F FAX 03-6805-1029

～業績常識とはかなり違うぞ～

シニア層が好む機械の実態とは!!グローバルアミューズメント株式会社
代表取締役 青山 真将樹

Hondaのマーケティングプロジェクトリーダーとして新商品の開発企画に従事。
企画商品は「日本カーオブザイヤー」、「日経新聞大賞」など各賞を獲得。
2007年、とあるコンサル会社に入社。在籍6年9か月で4度の
「年間最多コンサルティング受注」を獲得、現役最強トップコンサルタントとして突出した
存在となる。2013年12月、パチンコ・パチスロの機械評価・市場分析に特化した、
コンサル&シンクタンク会社グローバルアミューズメント株式会社を設立。
現在、ホール&メーカーの双方から支持される業界唯一のコンサルタントであり経営者。
(雑誌 PIDEAにて「データDYNAMITE High School」を好評連載中)



皆様、こんにちは。グローバルアミューズメント株式会社 代表取締役 青山真将樹です。

早速ですが、本日の号外では「シニア層施策」についての考察記事をご提供させていただきます。今年の最重要注力ポイントになると思いますのでぜひお読みください。よろしくお申し込み申し上げます。

■シニアが言う“シンプル”の意味を適切に理解しよう!!

先週、2月6日(金)、弊社では2015年最初の「パチンコ&パチスロ プレイヤー研究会」を開催いたしました。6社のメーカー会員企業様にご参加頂いた今回は「60歳以上シニア層の好む機械とは?」というテーマで、60歳以上のシニアプレイヤーを男女別に集め、グループインタビューを開催いたしました。メーカーの垣根を超えて、総勢30名弱の企画開発部門、マーケティング部門の責任者・実務者がモニター&マジックミラー越しに、シニアプレイヤーの“パチンコ議論”を観察し、気づきを得るという調査手法だったのですが、身振り手振りで話をするおじいちゃん、おばあちゃんを観ていると、「もっと体感的にシニア層に触れる場を増やさないと、シニア層のニーズに添った商品・サービスは作れないなあ」と痛感いたしました。シニア層の場合、言語説明能力がちょっと低めなので、包括的な言葉を使って説明をしがちです。特におばあちゃんプレイヤーは発言内容と“真意”が微妙にズレていることも多く、発言の中身を丁寧に確認しながらでない、思わぬミスリードに陥りがちです。私も

メーカー開発者の皆様もかなり“ショック”を受けた訳ですが、号外読者様にもその一部をご紹介させていただきます。

【業界人が勘違いしているシニア層プレイヤー “6つの間違い”】

- ①シンプル＝演出量が少ないという意味ではない。
セグ、ドット等、懐かしい系パチンコのニーズは高くない。
- ②60歳以上層であっても高遊技頻度層は現在のパチンコ演出ロジックをかなり理解している。STやループ等、機構に対するこだわりもほとんど持っていない。
- ③海シリーズだけ別格で観ている。
全体が海みtainなシンプルな機械になることは望んでいない。
- ④“わかり易い”の真意は「これがきたら当たる!!」という信頼度が高い予告のこと。
- ⑤“出る機械が好き”とは言うが、大量出玉ニーズはサラリーマン層よりも低い。
- ⑥“眩しい”、“賑やか”に対し全般的に否定している訳ではない。
熱い演出に絡むのなら許容する。

今回のインタビューは10回以上/月、パチンコを遊技している“ヘビー層 シニア”のインタビューでしたので、「常連シニア達の意見」といえます。業界では頻繁に「昔みたいなパチンコ機が増えれば、」という議論がされますし、プレイヤー自身も「昔みたいに、」という言葉をよく発言しますが、深掘っていくと“昔みたいに”という言葉は業界全体の市場環境が良く、プレイヤーの勝率も今より高かった話題が挙がり易いことの影響で、“口癖言葉”になっていると理解するのが適切であると思います。むしろ、シニア層にとって問題であるのは、ドンドン短時間遊技×大量出玉トレンドに流れている“スペック設計”が、「毎日、長時間打ってくれるシニア層にはあってないのでは?」と感じました。遊技動機を聞くとアイキャッチの重要性も確信しましたし、“枠&演出のインパクトもあり、もう少し出玉の偏りが少ない機械”という要件がシニア層が実際に遊んでくれる機械になりそうな印象をもっています。

機械だけでなく、店頭サービスにおいても“シニア常連層の真意”を理解しないまま、“業界人常識”でシニア固定客に対応しているお店も多いと思います。2月26日、27日の2日間今度は“シニア向け店づくり施策”を深く理解する場として「シニア層固定客化 1泊2日合宿」を開催いたしますので、シニア向け施策を強化したい経営者・幹部・店長様はぜひ、ぜひご参加ください。(詳しくは次項のご案内をご覧ください。)

本日も最後までお読み頂きありがとうございました。

短期集中鬼カリキュラムで開催!! 『シニア層固定客化 1泊2日合宿2015』 弊社HPにて受付中!!