

業績アップ情報を本会員様に向けて限定配信!!

無断での転載は  
お断り申し上げます。

号外版

データCOMPASS

2016/3/22  
第9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

## ～社長・部長・店長 必見!!～ 超重要!! 粗利率別 店格4区分

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。



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。

本日は、勉強会・コンサル現場でしかお伝えしない“超重要な話”について記事をご提供させていただきます。本日の記事を読めば「なんでウチは業績が上らないんだ、」と嘆いている経営者様の方には凄いヒントになると思います。業績を上げて将来も業界で頑張りたい方はしっかりとお読みください。よろしくお祈り申し上げます。

### ■“粗利率”によって店客層は4パターンに分類できる!!

客数を増やし業績を上げるためには、圧倒的に重要な管理項目は“粗利率”です。特に、一旦低稼働になってしまったお店は“玉粗”を管理項目にしていたら絶対に業績は上がりません。本来は、

A:「お客様が払った貸し玉金額から何%を粗利として頂戴しているか?」(粗利率)  
が重要であり、ホールコンの影響で業界人が重視している

B:「一玉あたりの粗利額がいくらか?」(玉粗)

はさほど重要ではありません。つまり、Bがどうあれ、Aが低くければ極端な高粗利営業ではありません。例えば、新台粗利率が25%を超える状態の店は、“新台を基本、使い捨てにしている”といえますが玉粗しか観ていないと初期稼働が高い機械ほど「これくらいの粗利はとっても大丈夫!!」と判断してしまいます。(新台寿命が短くなっている非常に大きな要因です。) ちなみに、ここまでの話を読んで「意味がわからん」という方はもはや業界で結果を出せないと思います。これからは業界で頑張りたいと思ったら猛烈に勉強してください。(GA社機械評価勉強会 春のキャンペーン実施中詳細はコチラへ↓↓)

### ■「店舗全体粗利率」・「客層」・「使える機械」のルール化 ※粗利率は店舗全体

粗利率	店の定義	客層	相性の良い機械
① 10%	超一番店 (遠くから通う価値のある店)	客層は②と同じだが総量が超増える。	なんでも動く。古い機械も使えたりするので変な事例の出どころにもなる。
② 15%	ほどほど勝てる店	③の客層に加え長時間遊技客(プロっぽい若者&シニア・女性)が増える。	③に加え海シリーズが動くようになる
③ 20%	ヒキ勝負の店	④の客層 +サラリーマン層(短時間客)	牙狼や北斗無双等、差玉が大きい機械が定番機としてそこそこ使えるようになる。
④ 25%以下	負け店	・勝ちにこだわらない客層 →面倒くさいので家の近くで打ちたい等の店選択理由 ・頻度低めの低玉客(負け額が少ない客)	北斗無双等MY重視の新台 &各客層のお気に入りの台しか動かない。(負け率が高いので定番機は安定稼働しない)

上図は私が店舗の営業支援をする中でルール化した内容です。

毎日、頭から煙を出しながら業績アップ手段を考えている方ならきっと、「なるほど」と思って頂けると思います。(「なぜ、自店ではあの機械が動かないのか?」という疑問も解決すると思います。)客数は①>②>③>④の序列で多くなりますし、客層も①>②>③>④の序列で幅が広がります。粗利率が高くなるほど「その店で打ち続けるのは無理!!」という離脱者が増えていき、「近くの人」や「お金をあまり使いたくない人(遊技頻度低めの低玉客)」しか遊技しない店になっていきます。一方、粗利率が10%程度くらいで営業できるようになると「どんな機械でも動く」、「長期稼働機が増える」という状態になり機械代も下がって行きます。逆にいえば、粗利率が高い店ほど「機械代をかけないと業績が下がる」という状況にあるともいえます。「じゃあ、どうやって粗利率を下げれば良いのよ?」とお考えの方がほとんどだと思いますが上記③迄なら機械選びと粗利率管理の精度を上げると1年くらいで改善するケースもあります。(競合との関係性による)④は「事業計画の組み方から変える」・「大きな仕掛け(リニューアル等)で客数を増やす」・「商圈の環境変化(競合が潰れる等)を待つ」しか今のところ成功パターンは無いと思います。2016年は新台の戦闘力が低く、「粗利率増」になる店が多いと予測しています。号外読者の皆様はぜひココで踏ん張って、客数を減らさない粗利率管理に着手してください。そこが人生の枝分かれになると思いますよ。(本記事はぜひ社内でもご紹介ください。)本日も最後までお読み頂きありがとうございました。

第3期機械評価勉強会は4月開始、[info@global-am.co.jp](mailto:info@global-am.co.jp)に「春の入会キャンペーン詳細希望」とご送付ください!!