

## ～焦らず、時間をかけて取り組んでほしいです～ シニア常連客を再誘引の考え方

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。さて、本日から全国各地で営業を開始した店舗がパラパラとあるようです。  
5月7日、8日の両日を「様子見」としている法人様が多いと思いますので、私の想定  
では、来週の後半までには全体の7～8割の法人様が営業を再開するのでは？と  
考えております。5月中旬頃から、大阪など休業要請解除になる可能性が高く、  
パチンコ業界だけでなく異業種を含め営業再開の雰囲気が高まると予想しています。

### ■一旦、離れてしまった“シニア常連客”に 再来店してもらうためには、どのように取り組むべきか？

シニア客が激減している状況は、全国的に起こっている事象だと考えます。営業  
再開時には、一部のシニアの方は再来店してくれると考えますが、厚生労働省に  
“高齢者”と定義づけられる65歳以上(ちなみに、シニアとは一般的には55歳以上の  
人を指す)のお客様は「命を危険にさらす可能性がある限り、なかなか  
店に近寄ってくれない」と想定しておいた方が良く考えます。おそらく、

コロナウィルスに有効な薬が、容易に使い、世の中全体に安心感が醸成されないと  
以前と同様のシニア客数を望むのは難しいと考えます。

そのような状況をふまえると、シニア客層の誘引には以下がポイントだと考えます。

### ①焦って“すぐ来て”と来店誘引するのは逆効果

来店して頂きたいという気持ちはわかりますが、「今日来て。ダメなら明日来て!!」という  
ような直近の誘引を積極的誘うのは逆効果だと考えます。なにせ、シニア客層は  
「命の危険」を感じている状況ですので、こちら側の都合だけで、お客様を“危険に  
さらす”と捉えられかねないことをしてしまうと、逆に距離を置かれることとなります。  
「あまり、焦って誘引してはダメ」とう点は念頭において頂きたいと考えます。

### ②人は少し先の約束ならしてくれます。

#### 特にシニアは約束を守る意識が強めです。

これは自動車の営業マン時代に非常に効果を発揮した話ですが、

「人は明日の約束はしてくれない、

ちょっと先のやや緩い約束はしてくれる」

つまり、「明日来て」というメッセージには拒絶反応を示す人も、「半年以内に1回は  
来てね!」という約束はしてくれます。人は現在の約束はしませんが、未来の約束は  
比較的にしてくれます。且つ、高齢者は1日の対人数が現役世代よりかなり少ない  
ため、こちらが思っている以上に「ひとりひとりの言葉を重くとらえる」という  
傾向があります。パチンコホールの営業に落とし込むと、「お盆迄には一度お越しくだ  
さい。」「秋ごろには一度はご来店ください」などの“ちょっと先の未来の約束”をメッセ  
ージとして会員様へのDM送付、チラシの一部にメッセージ掲示、(常連様同士の口コミ  
を期待して)店頭へのメッセージ掲示、など情報の積み上げ型で、時間をかけて腰を  
据えてメッセージ発信すると理屈にマッチしたアプローチになると考えています。  
ぜひ、実践してみてください。 本日も最後までお読み頂きありがとうございました。