

～好況期と不況期では人の心は変わる～ 人が不安になった時の価値観変化

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、昨日から実施しております「Zoomによるweb機械評価勉強会」が大変高
評価を頂いております。13日の会では74名と多数の方に参加頂き、事後アンケート
では、「今後はZoomの勉強会を増やして欲しい」とのご意見が100%でした。

「ご参加人数に制限が無い」・「移動時間などを考えると効率が非常に良い」・「想定
以上に勉強会感がある」など、会員の皆様にもかなりメリットが大きいようです。

ここまで高反響ですと、勉強会の在り方自体をちょっと考えたいと思いますので、まだ
未参加の会員様がいらっしゃいましたら15日(金)13:30～15:00の「5月度 Zoom
機械評価勉強会」にぜひ参加頂き、web勉強会を体験してくださいませ。

さて、本日の号外では、ちょっと広い視点の話で、

「人が不安になった時の価値観変化」

というテーマで記事をご送付させていただきます。この話は、船井総研時代に、幸運にも
吉田カバンのトップデザイナー 吉田晃務様にインタビューをさせて頂けたことがあり、
お話を伺った中で非常に印象に残った内容です。ぜひご一読ください。

■不況期になると「競争から共存へ」

世の中が不安定になり、人の心に不安が大きくなった時に、人の価値観は
以下のように変化するそうです。

【好況期→不況期 人の価値観変化】

- ・“競争”から“共存”へ
- ・“テクノロジー崇拜”から“自然回帰”へ
- ・“使い捨て消費”から“長持ち消費”へ
- ・“友達の数”から“本当の仲間”へ
- ・“高いモノ”から“自分の好きなモノ”へ

世の中の環境が不安定になり、人の心に常に“不安”がつきまとうような状況になると
人と比較した「勝ち負け重視の価値観」が変化し「信頼できるモノ、安心できるモノに
気持ちが向かう」と総括することができると思います。コロナ禍のような大きな社会不安が
生じると、今後、上記のような価値観変化が粛々と人の心の中で進行していくでしょう。

このような価値観変化を今後のホール営業に活かすとすると、

- ・お客様とホールの“仲間感”、“一体感”の醸成は効果的
- ・新台よりも信頼できる1台(自分が本当に好きな機種)が重要になる。
- ・放出(勝ち負け重視)よりも一定感(共存し易さ)が重要になる。

というような変化がお客様の心の中に育まれていくと、私は予想しています。

今後、コロナ禍を契機にパチンコホールは、ギャンブル的な場から、「必要としてくれる
人達のコミュニティ」という意味合いが強くなっていくと思います。表面的な議論に流さ
れず、お客様の価値観変化を適切に捉え、今後の店づくりに活かして頂きたいと考えて
おります。コロナに負けずに頑張ろう!! 本日も最後までお読み頂きありがとうございました。

【本会員の皆様】:本日(5/14) 19時～ 5月度機械評価アンケートを開始します。ご回答を賜れますようお願い申し上げます。