

「人流データ」が導く 次世代Webマーケティング戦略

文〓梶川弘徳 シーエフワイ代表取締役



かじかわ・ひろのり
株式会社シー・エフ・ワイ 代表取締役CEO
パチンコホール企業で営業部長として、営業戦略や組織マネジメントの責任者が活躍し、2009年33歳でCFYを設立。提案力が強みのパチンコ店特化型広告代理店として評価を集め、会社を成長させてきた。パチンコセミナー多数登壇。業界誌でも執筆活動中。着物のギネス世界記録ホルダーであり「きものではたらく社長」としてブログも配信中。 <https://corp.cfy.jp/>

これまでのWebマーケティングは、サイトへのアクセス解析やSNSエンゲージメント、広告のクリック率といった「オンライン上の数値」に依存しており、ユーザーが実際にどこにいて、どのように動いているかという「オフラインの行動」を捉えることが難しいという根本的な課題がありました。

特にパチンコホールのような店舗ビジネスにおいては、Web上での反応が好調でも、実際の来店にはつながらないケースが多いです。どの地域のどの層が広告に反応しているのか、いつどこで購買意欲が高まっているのかといった生活動線に関する情報が把握できないことが、戦略のブレや無駄な予算投入につながっていました。

こうした課題に対して、近年注目されているのが人流データです。これはスマートフォンやGPSやWi-Fiログなどか

ら収集された匿名の位置情報をもとに、人がいつどこを通り、どれくらい滞在し、どう移動したかを可視化・分析できる仕組みから得られるデータを指します。人流分析ツールを活用すれば、特定エリアの通行量やピーク時間、居住地域や年齢層の傾向まで詳細に把握できるようになります。

この人流データをWebマーケティングに組み込むことで、広告出稿エリアやターゲティングの最適化、ターゲット属性の精緻化、リアル行動に基づくパーソナライズなどが可能になります。

パチンコホールにおいては、店舗周辺の人流が多い曜日や時間帯に合わせてSNS広告を配信したり、来店客の居住地を分析してピンポイントでチラシを配布したりすることで、広告効果を最大化できますし、近隣の競合店舗に足を運ぶ人の流れを可視化して差別化戦略を立て

られます。また裏通りや駐車場からの流入が少ないとわかれば、その動線上にサインネーじや誘導看板を設置して人の流れを変える施策も設計できます。

このように従来のWeb施策では見えなかった現実の行動をマーケティングに取り入れることで、より深く正確にターゲットを捉える手段となり、特に立地や時間帯、地域性が集客に直結するパチンコホールにとっては、まさに次世代の必須ツールといえるでしょう。Webとリアルのギャップを埋める鍵は、「人が実際にどう動いているか」を読むことにあり、人流データを活用することで、これまでの課題がチャンスに変わり始めています。

今までは「なぜあの店には人が集まるのか」「うちの店からどれだけ流出しているのか」という問いに対して客観的な答えを得るのは非常に困難でした。しかし人流データを活用すれば、競合店周辺の

滞在人口や時間帯別の混雑傾向、来訪者の居住地や移動ルートなどが地図上で見える化され、自店との比較やギャップが

一目で把握できるようになります。たとえば、特定の曜日や時間帯において競合店に多くの人が流れていることが



判明した場合、そのタイミミングに合わせて自店舗側の施策を実施したり、回遊導線上に屋外広告やポスターを設置したりすることで、ユーザーの選択行動に直接影響を与えることが可能です。

また、競合店の主な来訪者が自店とは異なる生活圏から来ていることがわかれば、エリアごとに異なるプロモーション戦略を展開し、限られた広告予算をより効率的に使う施策も構築できます。さらに競合店が強い曜日・弱い曜日、自店と重なる顧客属性などを分析することで、「差別化すべき点」と「競合と競り合うべき点」を切り分け、施策やおすすめ機種などに戦略的な差を持たせる運営が実現できます。

これまで感覚や経験に頼っていた競合対策をデータにもとづいた論理的な施策として立案・検証できる点は、パチンコホールにとつて大きな価値をもたらすでしょう。

これまでのマーケティングは「誰に何をどう届けるか」に焦点を当ててきましたが、未来のマーケティングでは、ユーザーがWeb

上で何を見たかだけでなく、「ユーザーが現実どこにいて、どこへ向かい、なぜそこに立ち寄ったのか」という動きと理由が分析と戦略の中核になります。Web広告や店舗施策、イベント、コンテンツすべてが人のリアルな行動軸に沿った設計となり、これまでにないレベルの最適化とパーソナライゼーションが進むと考えられます。人流分析ツールはその中心的な役割を担う存在であり、単なる通行量の可視化にとどまらず、人間の行動心理・地域性・生活圏の特性を浮き彫りにする次世代の情報源となりつつあります。

人流分析ツールの可能性はまだ始まったばかりです。今後はAIとの連携によって、未来予測型のマーケティングや自動配信・自動最適化による省人化戦略も加速し、「リアル世界に即したマーケティング」が当たり前の時代になるのは時間の問題です。来訪者の行動パターンや滞在傾向を分析し、それに応じた個別のオフターやプッシュ通知を配信する「リアル×デジタル連携」のダイナミック広告(ジオターゲティング広告)なども精度が飛躍的に向上しています。パチンコホールにおいても、この変化をいち早く取り入れることで、顧客の「今」を捉え、「未来」を先取りする存在となるでしょう。

CFYでは人流分析ツールを活用したWebマーケティングの運用サポートをしています。お気軽にご相談ください。 ㊦

人流分析ツールで見えること 属性・時間帯・時系列での詳細把握

