

ポテンシャル市場 「ライトミドルタイプ」の販促ポイント

パチンコ稼働アップの可能性を秘める「ライトミドルタイプ」を有効活用するには
どうすれば良いのか？ ポイントは「提案型の販促」になります。

株式会社CFY 代表取締役 梶川 弘徳 hironori kajikawa



販促事例①「通常時のポイント獲得」をピックアップ。



販促事例②大量pt獲得チャンス「東記ACCEL」を紹介。

パチンコ業界最大の課題となっている「ユーザー減少」に対し現在、業界全体で様々な取組みが進められています。パチンコ稼働が好調な一方、「パチンコ稼働アップ」という課題が依然として存在し、7月から導入が始まったLT3・0プラスによって、パチンコの増客を目指す新たな動きが始まりました。

LT3・0プラスは今後、大型版權を活用した新機種の導入も控え、長期的な視点で稼働アップに繋げていくことが期待されます。また、パチンコユーザーの「新規開拓」には、ライトミドルタイプの活用が有効との意見が増えています。ハイミドルやLT3・0プラスは、初当たりまでの投資金額が高い分、大きなリターンが得られる仕様のため、既存ユーザーの遊技頻度が高い傾向にあります。

一方で、ライトミドルタイプは初当たりに必要な投資金額が2万円未満である機種がほとんどで、ライトミドルタイプの遊技頻度向上や新規ユーザーの開拓にも適していると考えられています。

前述の通り、ライトミドルタイプは初当たりまでの投資金額が2万円未満でありながら、甘デジ以上の出玉を得られることが遊技メ리트となります。こうしたポイントを押さえた上で、ライトミドルタイプをおよび新規ユーザーをターゲットとした「提案型の販促」という観点から、販促デザインの事例をご紹介します。

「販促ポイント」

①「新規ユーザー提案型」

デザイン事例

私たちが趣味や暮らしの中で初めてのことチャレンジする場合、何も分からずに不安を抱いたり、迷ってしまうことが多いと思います。そんなシーンで最も頼りになるのは「初心者向け」や「ビギナー対象」という掲示物（販促物）ではないでしょうか。

ホールにおいても、好きなコンテンツ（版權）に興味を抱き、ノンユーザーが来店するかもしれないということを想定し、「ビギナーも遊びやすい」という頼れる言語をキャッチ

フレーズにした販促物を設置してみてはいかがでしょうか。

②「ライトミドルタイプ提案型販促」

デザイン事例

ライトミドルタイプは短時間でも勝負になるといのがノンユーザー（ライトミドルタイプ）にとって魅力のひとつとなります。

ノンユーザー（ライトミドルタイプ）は、仕事帰りや隙間時間で遊技を楽しむ、あるいは投資金額を抑えながら適度に勝つ、というスタンスで遊技する傾向にあります。遊技スタンスに合っているということを示す提案型販促物によってライトミドルタイプの遊技促進に繋がってみたいかがででしょうか。

●かじかわ・ひろのり

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として活躍し、2009年33歳で株式会社CFYを設立して現在に至る。座右の銘は会社名の由来でもある「Crazy For You（あなたのため）」



※参考画像は弊社の「フダボス」から無料ダウンロード出来ます。
<https://fudapos.cfy.jp>