

最強覇権アニメ到来 『eリコリス・リコイル』の販促ポイント

『eリコリス・リコイル』は、アニメファンの入口を作る強力なコンテンツマシンです。映像、楽曲など分かりやすい山場設計を武器に、新規ユーザーの初回体験を成功させる販促戦略を解説します。

株式会社CFY 代表取締役CEO 梶川 弘徳 hironori kajikawa



販促事例①大きな強みである豊富な楽曲を訴求。



販促事例②新機能「ギンレポ」で再挑戦の動機付けに。

アニメファンにとって、遊技機を選ぶ基準は「出玉」だけじゃありません。世界観に浸れるか、推しが動くか、搭載曲が良いか、そして初見でも楽しめるか、といった点が大きく影響してきます。その点で、『eリコリス・リコイル』はかなり分かりやすく「入口」を作ってくれる機種です。

とりわけ新規／ライトユーザーの遊技体験を押し上げるのが「楽曲」の力です。アニメは、記憶のフック

が映像以上に「音」に宿っていることが多いです。OPやEDが流れた瞬間、理屈より先に作品の空気が戻ってきて、ホールの環境音さえ「リコリスの舞台装置」に変わります。

ここが重要なポイントで、初めて座る人ほど「何を見ればいいのか?」と不安になりがちですが、知っている曲が鳴るだけで気持ちの置き場ができます。ルール理解が追いつかない時間も、「好きな曲を聴きながら推しを眺められる」という体験が先に成立するので、最初の一回が苦にならないくらい傾向にあります。

「販促事例」

①「楽曲訴求」メインの遊技促進デザイン

宝石調の背景と大見出しでまず視線を止め、「人気楽曲」「新曲収録」といった強いベネフィットを最上段および最下段に配置して訴求点を明確化。中段はOP／ED、カバー、劇中歌を帯レイアウトで整理することで、初見でも内容が一瞬で理解できます。

さらに「NEW」などの強調演出で推したい情報の優先順位を直感的に伝達します。「目立つ＝分

かる＝覚える」を1枚で完結させる、楽曲訴求をメインとしたデザインです。

②新機能「ギンレポ」を訴求する遊技販促

「ギンレポ」は、RUSH終了後のリザルトに出るQRをスマホで読み取り、オリジナルイラストを選んで「自分だけの結果画面」を保存およびSNS共有できる新機能です。遊技が思い出として残り「次はもっと良い記録」「別絵柄も集めたい」と再挑戦の動機づけに最適です。コレクション欲求を刺激する販促ツールとして準備してみたいかがでしょうか。



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

●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)」