パチンコ店特化型広告代理店の代表取締役が語る注目機の販促ポイント

第79回

「通常時も、RUSH後もチャンス」『e戦姫絶唱シンフォギア5』販促ポイント

通常時は最大3回転のチャンス、RUSH終了後も39回転の再挑戦。本機ならではの2つの遊技体験からユーザーに伝わる販促のポイントを考えます。

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

『eフィーバー戦姫絶唱シンフォギア5 超デカ×スマートスタート』は、超デカヘソとスマートスタートに加え、SANKYOの「通常時フラグ」第1弾として登場します。LT継続率約80%、3000個の振り分け約70%という出玉性能に加え、通常時とRUSH終了後にも見どころを設けています。

今回着目するのは、通常時の「一直線モード」と、RUSH・LT終了後の「もうひと踏ん張りMODE」です。新機能の名称を伝えるだけでは、遊技の変化はイメージしにくいものです。「いつ、どんなチャンスが訪れるのか」を具体的に示し、それぞれの楽しさを伝えることが販促の鍵となります。



販促事例①通常時に訪れる最大3回転の期待感を強調



販促事例②RUSH終了後も続く39回転のチャンスを紹介

【販促ポイント】

①通常時に訪れる最大3回転のチャンス

「一直線モード」は最大3回転のチャンスゾーンで、図柄揃い期待度は約33%。大当たりを待つ通常時にも、短い回転数へ期待が集まる場面が生まれます。単に新機能を紹介するのではなく、通常時の中に明確な見どころがあると伝えたいところです。

例えば「通常時にも、最大3回転の集中チャンス」というコピーに、モード名と図柄揃い期待度を組み合わせます。「通常時フラグ搭載」と知らせるだけでなく、モード突入後に何を期待できるのかまで示せば、ユーザーも遊技をイメージしやすくなります。

デザインでは「一直線モード」の口ゴと「最大3回転」を大きく配置し、「図柄揃い期待度約33%」を近くに添えます。突入からリーチ発展までの流れは補足として整理し、情報を詰め込みすぎないことも大切です。機種紹介では特徴を端的に示し、着席後の案内では演出の流れを説明するなど、掲出場所に応じた使い分けも考えられます。

②RUSH終了後にも続く「39回転の期待」を伝える

「もうひと踏ん張りMODE」は、RUSH・LT終了後に突入する39回転の引き戻しゾーンで、RUSH引き戻し期待度は約20%。RUSHが終了しても、再びRUSHを目指せる展開が続く点が、もう一つのポイントです。

販促では「RUSH終了後も、もうひと踏ん張りの39回転」など、モード名を生かしたコピーが考えられます。響の表情や作品らしい力強さを生かしたビジュアルに「39回転」と「引き戻し期待度約20%」を組み合わせれば、終了後の再挑戦を視覚的にも印象づけられます。

あわせて、RUSH・LT終了後に突入することを明記し、「いつ、何を目指すゾーンなのか」を分かりやすく伝えます。LT終了後に引き戻した場合も復帰先はRUSHとなるため、LTに戻ると誤解させない表記も必要です。

通常時の短期決着と、終了後の再挑戦。異なる2つの楽しさをそれぞれ独立した販促物で示すことで、本機の遊技体験をより具体的に伝えられるでしょう。



●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㈱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（あなたのために）」

▲
※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