AIアバターが変える パチンコホールのWebマーケティング

文=梶川弘徳 CFY代表取締役

エンターテインメントの世界では、魅力的なキャラクターや出演者がコンテンツの楽しさを大きく左右します。テレビやYouTube、VTuberなどで個性豊かな出演者が活躍していますが、今ではAIアバターによって企業が独自のキャラクターやニュースキャスターを持ち、番組を制作できる時代になりました。パチンコホールでも新台告知だけでなく、ユーザーが楽しみにしてくれる情報を日常的に届ける方法として注目したい技術です。

AIアバターは実在する人物の姿や声を再現したり、架空のキャラクターに話させたりできる技術です。原稿に合わせて口元や表情、身振りを生成でき、ニュース番組や対談、商品解説など表現の幅が広がっています。出演者の個性を生かした番組づくりが身近になり、企業が自らの視点で情報を発信する機会も増やせます。

動画制作の負担が変わることも魅力です。従来は出演者の日程調整や場所の確保、撮影、編集が必要でしたが、AIアバターなら初期設定後は原稿を変更して新しい動画を生成できます。

新台紹介に加えて設備案内や初心者向け解説を制作しても、出演者の追加撮影は必要ありません。企画や編集を含む月間総制作費を公開本数で割り、1本当たりのコストを比較すれば導入効果が見えてきます。

「企画から公開までの時間」「制作費」「月間公開本数」を導入前後で記録することで運用効率の変化を把握できます。削減した時間を新たな企画や視聴者との対話に振り向けられる点も価値となるでしょう。例えば週1本だった配信を週3本へ増やす場合も撮影回数を増やさずに番組のテーマを広げられます。

代表的な制作サービスにはHeyGen、Synthesia、D-IDがあります。HeyGenは人物を再現した動画、Synthesiaは企業の研修や説明動画、D-IDは写真から話す人物を生成する用途などに特徴があります。

私が活用しているのはHeyGenです。無料プランに加え個人向け有料プランもあり、動画の長さや制作本数に合わせて選べます。HeyGenで自分のアバターをつくる場合は本人の映像を登録し、同意確認を行います。次に原稿を入力して動画を生成し、ニュース見出しや図解、字幕、BGMなどを組み合わせれば独自の番組に仕上がります。

私の場合は台本をつくった後に画面の見出しや図解を考え、音声と映像を合わせています。SNS向けには冒頭でテーマや問いを明示し、最初の数秒で「何が分かる動画か」を伝える構成が有効です。話す内容だけでなく、見出しの大きさや画面の切り替え方も視聴体験を左右します。



パチンコホールで始めやすいのは店長アバターによる定期発信でしょう。新台紹介ではスペックの羅列ではなく「初当たり後に何が起こるか」「どこに遊技の面白さがあるか」を図解で説明する。初来店の人には入場方法や設備、会員サービスを案内する。

店舗キャラクターを出演者にすれば遊技用語の解説やスタッフの取り組みも紹介できます。「今週の新台」「初めての方へ」「店長からのお知らせ」などの定番企画をつくると、次の配信を期待してもらいやすくなります。新台導入前にゲーム性を知りたい人と、遊技経験がある人では必要な説明も異なります。視聴対象を明確にすることが短い動画でも伝わる情報設計につながります。

さらに重要なのがSNSやWebを通じたコミュニケーションです。告知日だけでなく日常的に動画を届け、コメント欄の質問を次の動画で取り上げれば双方向の接点へと発展します。店長やキャラクターが定期的に登場すれば、店舗の考え方や雰囲気を知ってもらう機会も増えます。

例えば新台の基本的な仕組みを説明した後、遊技で注目したい場面を取り上げる。視聴者の質問から続編を制作する。連続した企画にすることで単発の告知では生まれにくい視聴習慣をつくれます。店舗サイトにも動画をテーマ別に蓄積すれば、SNSから訪れた人が関連情報を探せます。

私自身も着物姿のAIアバターがニュースキャスターを務める「CFY NEWS」を制作しています。パチンコ業界のニュースや経営・マーケティングの話題を見出しやテロップ、図解を交えて解説する番組です。

曜日ごとにテーマを設け、ニュースに合わせて原稿と映像素材を更新していきます。撮影の時間を確保せずに発信でき、経営者として伝えたい考えを番組として蓄積できることに価値を感じています。ホール独自の情報番組にも応用できるでしょう。

配信後は数字を見ながら改善します。Xのアナリティクスには動画の分析データがあり、ユニーク再生数や再生数、視聴維持率などを確認できます。

ユニーク再生数は重複を除いた視聴規模、再生数は延べ視聴回数を捉える指標です。両者の比較から繰り返し再生される傾向を探れます。

視聴維持率では冒頭で離脱が多ければ導入を変え、中盤で落ちるなら説明や図解の見せ方を変えるなど改善策を考えます。同じテーマで冒頭の構成を変えた動画を制作し、視聴維持率を比較すれば、関心を引く見せ方を検証できます。

投稿後7日間など集計期間をそろえ、動画の長さや投稿時間も記録して次の企画に生かします。同じ指標を継続して追うことで改善の積み重ねが見えやすくなります。再生回数や視聴維持率だけでなく、店舗サイトへのアクセスや来店動向も確認すれば、情報発信と集客の関係を考える材料になります。

AIアバターの魅力は動画制作の負担を減らし、多彩なコンテンツを継続的に届けられることです。ホールでも一方的に告知するだけでなく、ユーザーが楽しみにしてくれるコンテンツを育てることがWebマーケティングの新たな可能性になるでしょう。

まずは自店ならではのテーマを見つけ、AIアバターによる情報発信に取り組んでみてはいかがでしょうか。 AJ



かじかわ・ひろのり
株式会社CFY 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で活躍し、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/

WEB MARKETING OF PACHINKO HALL