

# パチンコユーザーと

# パチンコ店舗を

# クリックで繋ぐ WEB広告

## P.click正規取扱店一覧

株式会社一広 ケーアンドエー  
株式会社一広ケーアンドエー Tel. 03-3293-5111

**DMM**  
ぱちんこ  
お電話の場合はDMM営業担当までお問い合わせください

ゲンダイエージェンシー株式会社  
ゲンダイエージェンシー株式会社 Tel. 03-5308-7779

**Jarea**  
株式会社ジャリア Tel.092-461-7788

**Pix**  
Professional Innovation X  
株式会社ピーアイエックス Tel.03-3232-1951

**G3**  
株式会社ジー・スリー Tel. 048-551-3001

## P.click (ピークリック) と GDN・YDA との比較 (\*配信予算¥50,000の場合)

	表示回数	表示単価	クリック数	クリック単価	クリック率
<b>P.click</b> ピークリック	142,630回	¥0.35	12,026回	<b>¥4.38</b>	<b>8.47%</b>
<b>GDN</b> グーグルディスプレイネットワーク	114,389回	¥0.44	581回	<b>¥86</b>	<b>0.51%</b>
<b>YDA</b> Yahoo!ディスプレイアド	149,222回	¥0.33	1,338回	<b>¥37.3</b>	<b>0.90%</b>

※同一店舗で実施した場合の一例です。

### 高CTRの実現が可能になります。

**CTR**  
平均  
5%~7%

特殊なバナーを掲載することが可能なためYDAなどのWEB広告よりも高いクリック率の実現が可能になります。配信時に動的バナーを使用し弊社が蓄積したナレッジを組み合わせることにより、CTR10%を実現した実績もございます。

CTR(Click Through Rate) 広告に興味のあるユーザーがどれくらいたるかを判断できます。

### 低CPCの実現が可能になります。

**CPC**  
平均  
5円~20円

GDN・YDA等と比べても豊富なメディアとの接続と安い入札単価により、1クリック当たりの単価を低く抑えることが可能となります。効果の高いメディアがすでに明確な場合配信先をより限定して無駄なく配信することで予算を節約できます。

CPC(Cost Per Click) クリック単価のこと。Web広告で、1クリックを獲得するのにかかるコスト。

株式会社シーシージー エンターテインメント

TEL 03-4321-1114

(東京本社) 〒102-0074 東京都千代田区九段南2丁目3-14 日本生命靖国九段南ビル4F  
(大阪本社(本店)) 〒541-0054 大阪府大阪市中央区南本町1丁目8-14 堺筋本町ビル5F

## Web販促ツール P.click(ピークリック)



### P.Click使用時のアナリティクスデータ抜粋

「平均セッション時間」とは、一度のアクセスにおいて、平均的にどの程度サイトに滞在しているかを表す指標、下記であれば

### P.Clickの広告から27秒サイトに滞在

参照元	行動	
	平均セッション時間	直帰率
P.Click	00:00:27	73.00%

※アナリティクス関係のご質問はお電話にてご説明いたします。

昨年導入店舗数が急増 今話題のWEB広告  
**スマホ始動に『ピークリック』が好相性**  
 CCG ENTERTAINMENTが提供するWeb広告最適化ツール『P.click(ピークリック)』を採用するパチンコホールが急増している。これまでに以上に案件増加を呼び込んでいる背景にあるのは、スマートパチンコの市場デビューだ。

ホール案件急増中  
 スマホがトリガーに  
 スマスのホール導入から1カ月余りが経過し、市場の復調傾向は加速度を増している。

それと同時に、Web広告を最適化するツール『ピークリック』の案件が急増するなか、パチンコ市場全体と実効的なWebマーケティングが共に盛り上がりを見せている。特にクリック率の高さとサイト滞在時間に優位性を持つ

「ピークリック」との相性の良さが感じられている。今回、スマホ導入を機に多くのホール企業が、ファン向けに遊技方法などを説明するサイトを立ち上げている。ホールの立場ではそれがサイトを「見てもらう」理由であり、ファン視点でも「見る」理由になっている。双方を濃密に繋ぐ『ピークリック』の特性が遺憾なく発揮されているのが現状だ。

同社企画部の仲野達也部長は、急増する案件について、「店舗サイドの事情としては、スマホの登場で、遊び方などを解説するLP(ランディングページ)を読んでもらう必要性が高まりました。そのため、よりクリック率の高さを実現

するために必要なツールを求めたということだと思います。一方のプレイヤー側ですが、それに応じるように、クリックしてLPに着地するケースが増えていきます」と捉えている。もちろん、スマホのみならず、引き続き好調な6・5号機の魅力を伝えやすい環境も醸成されており、これまでLPまでの着地に苦心してきたホールなどでも、今の時流はまさに「やったもん勝ち」の様相を呈している。

### 今後の訴求対象はライトユーザー層に

次の段階としては、まだスマホに触れていないライトユーザー層対策だ。

この層に対しても、遊技方法などを解説したサイトにきちんと着地してもらう必要があることには変わりなく、『ピークリック』が果たす役割は、むしろ重要度を増している。さらに、『ピークリック』の高いクリック率と平均セッション時間(滞在時間)が長いという特性を活かして、P.DCAサイクルを回せば持続的に高い訴求効果を得ることができると期待している。

今春以降に登場するスマートパチンコでも同様の追い風が吹くことが見込まれている。今回『ピークリック』で実現したホールとファンを繋ぐ成功事例を踏まえつつ、来たるべきタイミングに備えておく必要性は高そうだ。



株CCG ENTERTAINMENT 企画部 仲野達也部長