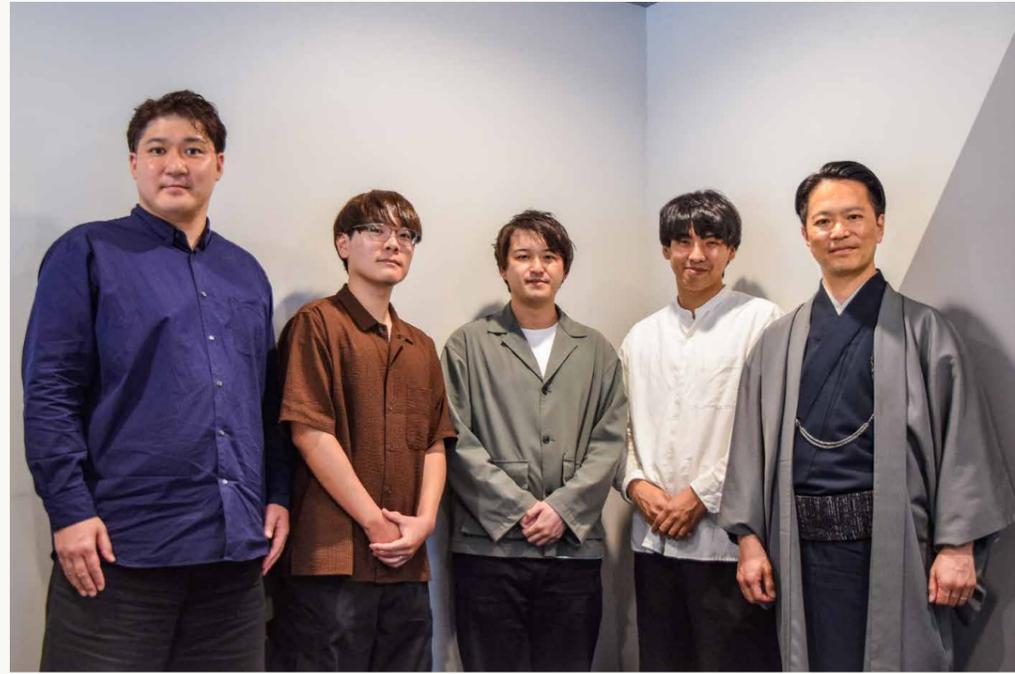


未顧客の獲得に向けたWebマーケティングの伴走型支援サービス

「未顧客」を掴むWeb戦略、伴走支援を始動

ノンユーザー（未顧客）をどう呼び込むのか。CFYのWebマーケティング部が、「未顧客」との接点作りにも本気で取り組む。



「未顧客」獲得に向け、多様な視点で伴走支援を行うCFYのWebマーケティング部（左から植村拓哉部長、富高陽水氏、柏浦一樹氏、辻雄輔氏）と、梶川弘徳代表取締役CEO。

（株）CFYは各ホールに向けて「未顧客（非ユーザー）」の獲得に向けたWebマーケティングの伴走型支援サービスを立ち上げた。パチンコ業界専門の広告代理店として長年培ったノウハウを活かし、ホール単独ではアプローチが難しい「未顧客」層への訴求に本格的に挑む。

「未顧客」獲得は成長戦略に不可欠

新規層やライト層の開拓が成長の鍵であることは、パチンコ業界に限った話ではない。代表的な事例がアサヒビールだ。国内のビール消費者は年々減少し、2000万人を割り込むまでに縮小。この状況下で同社は当初、既存のビール愛飲者に対して消費量を増やす施策を講じたものの、下げ止まりには至らなかった。そこで戦略を大きく転換し、

ターゲットを「ビールを飲まない層」へとシフト。アルコール度数の低い商品など、飲酒習慣のない層でも楽しめるラインアップを整備した。その結果、新たな需要を掘り起こし、同社は増収増益を実現した。CFYの梶川弘徳代表取締役CEOもこの事例に触れ、「こうした発想の転換こそ、今のパチンコ業界に必要です」と語る。

同社のWebマーケティング支援サービスでは、ホールごとのターゲット像に応じて、LP（ランディングページ）の設計やWeb広告、SNS戦略を中心に施策を構築していく。「未顧客」が

Webマーケティング支援サービスの特徴

<p>未顧客（非ユーザー）特化の戦略設計</p>	<p>共感から来店に繋げる販促クリエイティブ</p>	<p>多様な人材による伴走支援</p>
--------------------------	----------------------------	---------------------

抱く「不信感」や「遊び方分からない」といった心理的なハードルを取り除くには、従来のように「お店の魅力」を前面に打ち出す手法では不十分だ。彼らの視点に立ち、共感や興味を起点とする訴求が求められる。例えばアニメファンを対象とする場合、人気キャラをLPの冒頭に配置し、店内にフォトスポットを設けるなどの連動施策を行う。店名やパチンコに関する情報は、あえてLP下部にとどめる構成とし、「この世界観に触れてみたい」と思わせる導線設計が重視されている。同社Webマーケティング部の植村拓哉部長は、「まず誰に伝えるのか

を見極め、その人の暮らしや関心に即した情報を届ける必要があります」と語る（※左：未顧客を対象としたLP事例参照）。

サービスの強みは多様な人材登用

この取組みを支えるのが、同社の多様な人材である。広告・販促に精通したベテランに加え、あえてパチンコ未経験の20代〜30代の若手スタッフもプロジェクトに参加。「未顧客」に近い視点から企画を構想できる体制が強みだ。とはいえ、「未顧客」向けの施策は業界内外を問わず実証例が少なく、成果が見えづらい領域でもある。梶川社長は「この分

野は腰を据えて取り組まないと成果に結びつきません。最低でも3ヶ月〜半年は継続すべきです」と語り、短期視点での判断を戒める。植村部長も「たとえ1回の来店で終わったとしても、それが再訪のきっかけになる可能性があります」と強調する。「未顧客」に門戸を開くこの挑戦は、従来の延長線上では届かなかった層に働きかける新たな試みだ。特にお盆商戦期などは、普段ホールに足を運ばない層の来店が増える傾向があり、「未顧客」を掘り起こすには絶好のタイミングでもある。この潮流をどう捉えるかが、これからの明暗を分けるだろう。

その世界を体感せよ

SMART PACHINKO 東京喰種

今回の見どころ フォトスポット

現地でお楽しみに!

楽曲

アニメシリーズの人気楽曲を搭載!!

unravel

TG Symphonia

無能

GLASSY SKY

季節は次々死んでいる

パチンコ向けガイド

お金の使い方

- まずは使っている金額を決めよう
- 金額を決めたら台の左側にある「サンド」と呼ばれる機械にお札を入れよう
- 賞し玉ボタンを押したら球が出てくる

パチンコに関するQ&A

一人でもいい大丈夫? A もちろん大丈夫です!

どのくらいの予算から遊べる? A まずは基本1,000円〜3,000円くらいで考えれば始めやすいです!

「未顧客」のアニメファン層向けに制作されたLP（ランディングページ）の事例。店舗の特徴を前面に出していた従来のLPとは対照的に、人気作品のキャラクターを中心に据えた構成が特徴だ。