



店長業務を大幅に削減&強力サポート

エヴォールクラウド

Cloud



【会員アナライズレポート】

勝敗を分ける「会員分析」 アナライズレポートで成果検証

データは集めるだけでは意味がない——。
「アナライズレポート」による会員分析が、
ホール経営の勝敗を分ける。

**優良顧客の実態を把握し
失敗のない機種選定を**

スマート遊技機の普及によって、遊技履歴や来店頻度、会員属性など、取得できる情報量と精度は飛躍的に増している。しかし、データを保有しているだけでは経営改善にはつながらない。重要なのは、そのデータをどのように分析し、営業戦略へ活かすかにある。

近年、ホール経営においてデータ活用が重要視される背景には、市場環境の変化がある。顧客ニーズの多様化が進む中、経験や勘だけに頼った営業手法では限界も見え始めている。自店の顧客構造を正確に把握し、根拠のある施策を打ち出すことが求められるが、その際に欠かせないのが、データ活用による売上最大化をもたらすマースエンジニアリングのクラウド型総合管理システム『エヴォールクラウド』であり、その中核を担う「会員分析」だ。

一般的に、非会員よりも会員、会員よりも優良会員の方が、1人あたりの売上は高い傾向にある。しかし、その実態を数値で把握できているホールは決して多くない。そこで活用したいのが、『エヴォールクラウド』に備わる「アナライズレポート」だ。

同レポートでは、会員を来店頻度に応じてSSからEまでの7段階に分類。特に月に10回以上来店する層を優良顧客として可

視化し、店舗全体の顧客構造を把握できる仕組みとなっている（左ページ画像参照）。ランクごとの人数構成や会員単価を確認することで、どの顧客層が店舗の売上を支えているのかを客観的に把握することができる。

この結果から見えてくる重要なポイントのひとつが、「優良会員が支持する機種をはずさない」という視点だ。機種選定では平均アウトや粗利指標が重視されることが多いが、それだけでは顧客の支持実態は見えてこない。どの機種に優良会員が集まっているのか、固定ファンがどれだけ存在するのかといった視点も機種選定には欠かせない。

「アナライズレポート」では、「優良会員比率」や「オンリー遊技率（特定機種に固定化したファンの割合）」といった指標を活用し、顧客の嗜好をより深く分析できる。単純な稼働実績だけでは見えない機種の価値や、ファン層の存在を把握し、より精度の高い機種構成を検討できる。

一方、売上を支えているのは

優良会員だけではない。BランクからDランクに位置する中位層は、1人あたりの売上こそ高くないものの、絶対数が多く店舗全体の売上基盤となる存在だ。このボリューム層をいかに上位ランクへ引き上げるかも重要なテーマとなる。

**アナライズレポートが
データ活用の最適解を導く**

『エヴォールクラウド』では、こうした会員分析に加え、回遊データを活用したレイアウト検討や系列店データを活用した機種導入判断など、従来は店長の経験や多くの作業時間に依存していた業務を効率化し、データに基づく意思決定を後押しする。

データ取得環境が整った今、ホール経営の差別化要因は「どれだけデータを持っているか」ではなく、「どれだけ活用できるか」に移りつつある。その実践を支える「アナライズレポート」は、これからのホール経営における有効な経営支援ツールのひとつといえそうだ。

【エヴォールクラウド・会員アナライズレポート画面より抜粋】

ランク別

ランク	設定範囲	人数	比率	売上 (千円)	比率	会員単価
SS	26回以上	61	3.1%	7,779	10.9%	127,532
S	20～25回	87	4.5%	7,057	9.9%	81,125
A	15～19回	101	5.2%	8,011	11.2%	79,324
B	10～14回	217	11.1%	15,581	21.9%	71,801
優良会員計		466	23.8%	38,430	53.9%	82,468
C	5～9回	454	23.2%	19,536	27.4%	43,030
D	2～4回	581	29.7%	10,750	15.1%	18,504
E	1回	453	23.2%	2,572	3.6%	5,678
通常会員計		1,488	76.2%	32,859	46.1%	22,082
合計		1,954	100.0%	71,289	100.0%	36,483