

# お客様を呼び込むための 一般景品活用術の御提案



## CI戦略の一環としての店舗イメージ作り に役立つ一般景品活用術

---

これからの業界市場動向を鑑みて、集客のための顧客への訴求ポイントを現行の機械スペック頼み、イベント等での煽り宣伝、新台入替等の営業方法から具体的にどのように変更しなければいけないのかが今後の大きな課題、そして地域での競争に生き残るための重要なポイントとなります。



では、その市場動向はどのように変化していくのでしょうか…

# 今後の市場動向予測は・・・

## 警察庁指導による業界「健全化」運動推進の本格化

### < 具体的な指導ポイント >

#### 風俗営業法の改正によるイベント、広告等の大幅な規制強化

- ・過激玉出しイベントの規制
- ・新台オープン以外でのチラシ、携帯メール等の配布の規制

#### 機械台のスペックダウン、射幸性抑制による既存客の離脱

- ・現状はスロット規制(5号機)だが、いずれパチンコにも波及が予測される
- ・低金額で遊べる遊技場の環境づくり

#### 景品の取り揃えの充実の指導

- ・特殊景品への交換率低減への誘導

# 集客におけるこれからの訴求ポイントとは

---

## 市場動向予測を踏まえて

勝ち負けだけではないプラスの店舗付加価値の創造  
(店舗ロイヤルティの強化)

団塊の世代を含む**新規顧客**の取込みのための環境作りが急務

価格訴求から(出玉イベント、射幸性)



**価値訴求**への転換(店舗ロイヤルティの強化)

# 価値訴求実現のための お客様を呼ぶ一般景品活用術(4つのキーワード)

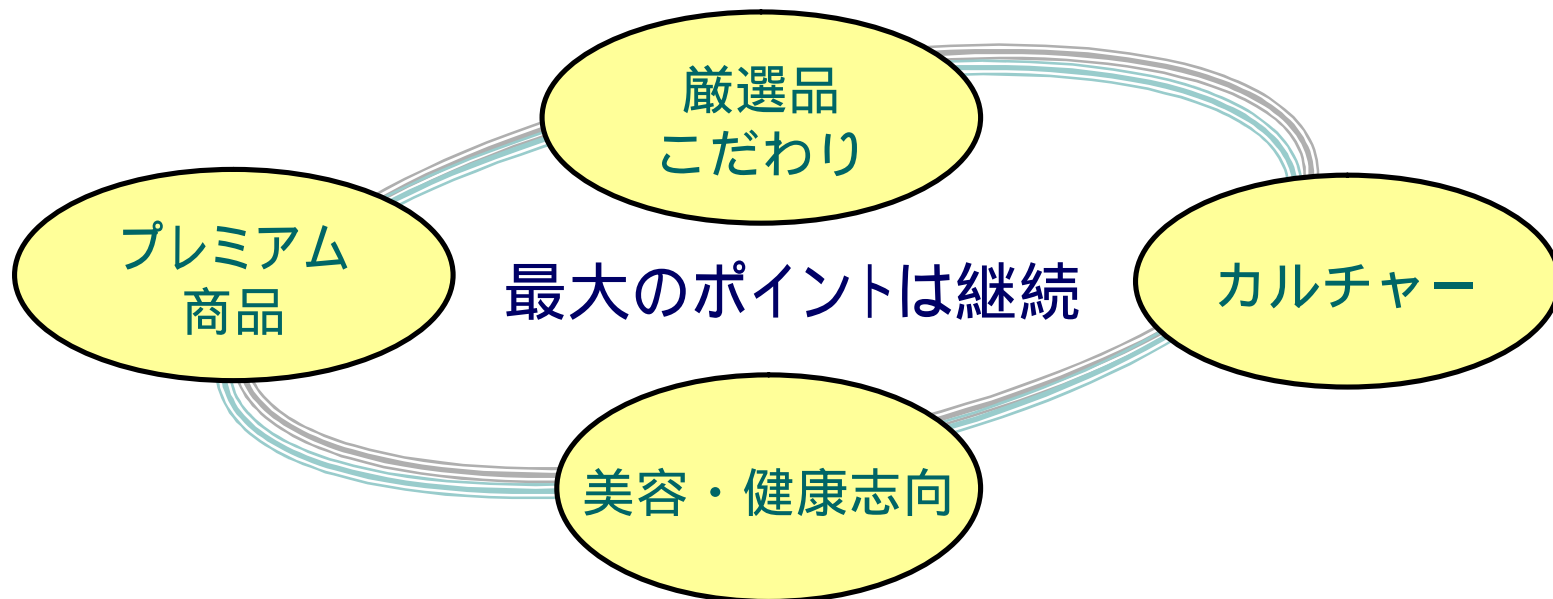
競合他店との差別化戦略！

来店動機が多様化

ホールに興味を持ってもらう

店舗イメージ作り

景品はイベントだ！！





# 景品活用の具体的なメリットとは

---

1. 売れる景品活用での集客効果
2. 景品交換による高粗利物販店へ
3. 希少価値のある景品活用での集客
4. 景品を通じた顧客とのコミュニケーションづくり
5. 景品を活用した店舗イメージの構築