

ホール経営・営業に活かせる  
「よしまつ流」の視点

第5回

吉松 真

株式会社バグ・エクス・インベション  
コストコントロール事業部 部門責任者  
shin.yoshimatsu

# パチンコ産業の新時代を生き残る！ デジタルトランスフォーメーション

広告宣伝の自粛が緩和されたこともあり、長蛇の列で賑わいを見せるホール様も増えました。今後、感染予防も頭に入れつつ、業績を上げていくための手法として、DX(デジタルトランスフォーメーション)デジタル技術の浸透による変革の導入がますます注目を集めるでしょう。

## モバイル抽選とDX

Withコロナの7月、某都心部で1000台クラスのホールがランドオープンしましたね。これで同ホールが出店した地区は合計4000台オーバーという規模感です。この時期のランドオープンということもあり、業界内外問わず注目度は高かったのではないのでしょうか。

「どのように感染予防しつつ会員募集・受け付けするか」は課題のひとつだったと思わ

れます。

Withコロナの7月、某都心部で1000台クラスのホールがランドオープンしましたね。これで同ホールが出店した地区は合計4000台オーバーという規模感です。この時期のランドオープンということもあり、業界内外問わず注目度は高かったのではないのでしょうか。

「どのように感染予防しつつ会員募集・受け付けするか」は課題のひとつだったと思わ

様は入店禁止、使い切り手袋を用意するなどの施策もありました。

多くの見に行かれた同店ですが、Withコロナでのランドオープンやリニューアルの際のお手本になったといえそうです。

これからはオンラインでの入場抽選は当たり前になり、お店のアプリのコンテンツ充実(新台入替情報、入場方法、トイレ空き情報、台データ、フロアマップ)やYouTube

広告、Twitter連動、社内インフルエンサーの構築など、営業面でもDXは浸透していくでしょう。

## イベントZoomを活用 「焼酎BAR」が話題

次に異業種での生き残りかけたDX事例をご紹介します。新橋駅前の飲食店がひしめく「焼酎BAR」では、毎月行っていた蔵元との焼酎イベントを新たな形に進化させ減少した売上を補填、さらにリモート顧客の新規開拓に成

功しています。

同店はWithコロナでの間引き営業などにより、売上はダウンしました。そこで「毎月の焼酎イベントを新しい形に！」と、これまで開催していたイベントに一工夫を凝らしたのです。

これまで開催していたイベントは杜氏(とうじ)日本酒の醸造工程を行う職人集団)さん呼び、お店でその蔵元さんの焼酎を飲みながら料理を嗜むという内容でしたが今回、蔵からZoomで生配信するという手法を採用。コロナ禍で新橋になかなか来られないお客様も、自宅で杜氏さんのお話を聞きながらお酒と雰囲気味わえるようになりました。

今回のイベントでは、事前にお店からお客様にイベントでの蔵の焼酎セットを宅配し、時間になったらZoomで参加してもらおうという方式となっています。この方式なら今後も様々な蔵との連携が月一回に限定せず何度も可能になります。

新たな試みの導入後、仕込み時期には来られなかった杜氏さんも蔵からの生配信なら

## PDXを前提に ゼロベース思考で即行動を！

その心は…パチンコ版デジタル化(PDX)を前提に  
ゼロベースで考え、再度原点から自社・組織・個人の  
在り方を見直し、方策を決めて行動を起こしましょう。

と気軽に参加しやすくなったとのことです。

女将さんの「まずはやってみよう！」という精神が新たなビジネスを生み出したDXの好例ではないでしょうか。

ホール事業以外に飲食事業をされている企業様も多いかと思えます。私はこんなとき「やってみなはれやらなわからしまへんで」というサントリイの創業者・鳥井信治郎さんの言葉が頭をよぎります。新しいことに挑戦することはとても勇気が必要です。が、「やらなわからしまへんで」の通り、まずはDXを駆使してやってみませんか？

## Withコロナも ゼロベース思考で練り直す

先日1本の電話を知り合いのホール関係者様から頂きました。

ご相談内容は「Withコロナでお客様との会話ができないため、ホワイトボードなどを使って筆談で接客を考えているが、他店はどのように行っているの？」というものでした。

ご相談頂いたホール企業様の接客サービスは、マニユア

ルが一切なく、過去のお客様とのやり取りで蓄積してきた顧客データベースを活かし、One to Oneマーケティングを実践するというものです。一貫して「お客様が喜ぶこと」を念頭に、とにかくお客様とスタッフの会話が多い店舗でした。

相談を受けた私はふと、ソイスネクストの「POCKETALK」(ポケットーク)を思い出しました。同製品はインバウンド対策として、ゲーム音が鳴る店内でもスムーズに翻訳できることからアミューズメント施設(ナムコ大阪日本橋店)さんが導入しています。

同製品はインバウンド対策のほか、難聴の方へのコミュニケーションもこれ一つで可能という利点もあります。また、毎回の会話内容をストックすることで、お客様との会

話を分析することができるようになりました。まさかWithコロナでの日本人に対するパチンコホールでの接客に「POCKETALK」を利用することがあるとは思っていませんでした。DXを前提に「ゼロベース思考」で生まれた新しい接客の形ですね。

「Withコロナ」という新時代を迎えて、ホール企業もデジタル技術を利用したり、発想や切り口を変えて今までの行動を練り直したりするなど、これまでの常識や枠組みに囚われない「ゼロベース思考」が重要になっていきます。

変化に対応できた企業こそNEXTステージがあるのではないのでしょうか。



よしまつ しん  
2000年にバグ・エクスグループへ中途入社。全国ホール企業の採用、教育、組織コンサルティングをはじめ、新電力の業界窓口、業界特化の損害保険代理店を立ち上げ兼務。世の中にあるサービスを業界に合うように変換し新たな形で展開、包括的にサポートしている。

## 今月のよしまつ格言