

5G時代の パチンコ店Web戦略

動画で「何」をどのように伝えるか!?

文：梶川弘徳 シーフライ代表取締役CEO

ユーザーエクスペリエンス (顧客体験)

5Gをビジネスで活用していくうえで重要なこととして、5Gというのは、社会をより便利で暮らしやすくするための「ツール」であり、手段である「という点を理解する必要があります。5Gを「使うこと」が目的ではなく、5Gを使って新しい「ユーザーエクスペリエンス(顧客体験)を提供すること」が目的となります。

ユーザーエクスペリエンスとは、ユーザー(消費者や顧客)が商品やサービスを通じて得る体験のことをいいます。ユーザーに対して最適なユーザーエクスペリエンスを提供するためには、



「5G」時代で一步先を行くためには顧客の立場でサービスを体験し、もっと満足や感動を与えることを考えてみる

ユーザーの表面的なニーズだけではなく、ユーザーの行動や背景などのライフスタイルを理解して、真のニーズを発掘することが重要となります。

黎明期において、5Gの活用で注目される産業としては「ゲーム」と「動画配信」が挙げられます。注目される理由としては、ユーザーの多さと、マネタイズのシステムが既に構築されていることから、ユーザーと企業の動向が一致しやすいことにあります。まずは、この2つの産業が5Gの普及を大きく牽引すると予想されます。

5G時代において、ビジネスで優れたユーザーエクスペリエンスを提供するためには、自らがユーザー体験をすることが重要であると考えます。まずは、5G普及を牽引する産業のサービ

かじかわ・ひろのり

パチンコホール企業で取締役営業部長として、営業戦略や組織マネジメントの責任者で活躍し、2009年33歳で当社を設立。提案力が強みのパチンコ店特化型広告代理店として評価を集め会社を成長させてきた。パチンコセミナー多数登壇。業界誌で執筆活動中。着物のギネス世界記録を保有しており「きものはたら社長」としてブログも配信中。
<https://corp.cfy.jp/>



スをユーザーとして体験してみる。そして、その提供されたユーザーエクスペリエンスを「これがベストか?」と何度も繰り返し考える。ユーザーをより満足させて、より感動させて、ワクワクさせるユーザーエクスペリエンスは、その地道な行動から生まれるのかもしれない。

アナログからデジタルが本格化 動画配信を広告戦略の柱に

次に、パチンコ店は5Gに対してどのように向き合うべきか、ということについて考えてみたいと思います。今、パチンコ店の広告は紙媒体などの「アナログ広告」から、Web媒体などの「デジタル広告」へシフトしつつあります。そしてそのデジタル化の動きは、ユーザーのライフスタイルの変化から考えて今後さらに加速すると予想されるため、Webを軸としたプロモーション戦略を策定する必要があります。高まってきました。そのような「急速なデジタル化」という流れのなか、新しく登場した「5G」に対してはどのように向き合うべきなのか?その答えの鍵を握るのはやはり「ユーザー」であります。ユーザーのライフスタイルや興味関心を分析して、「ユーザーファーストの施策」を打ち出すことが5Gとの正しい向き合い方になっていきます。

5Gが普及していく過程において、変化するユーザーのライフスタイルのひとつとして「動画視聴の増加」が考えられます。5G技術の活用で動画配信産業に注目が集まっていることもあり、動画配信サービスがより充実していく、私たちは生活のなかで動画を視聴する機会が大幅に増えていくと考えられます。その「動画視聴の増加」というライフスタイルの変化に、パチンコ店もまずは適応していく必要があるでしょう。

広告代理店である弊社には、パチンコ店からのYouTube広告依頼が、昨年と比較して約5倍の量となっています。ターゲットである「パチンコユーザー」が視聴するであろう番組に広告が掲載できて、その広告の効果測定もできるという理由から、YouTube広告に予算を配るパチンコ店が増加しています。

5Gが普及していく2021年は、YouTube広告の出稿が2020年と比べての10倍ほどになると弊社では予想しています。現在、動画広告

5G時代に効果が高い広告媒体

サービス名	広告媒体名	パチンコ店CM
YouTube	TrueView広告	●
TVer	Red TVer PMP	●
GYAO!	Yahoo!プレミアム広告	●
Abema	ABEMA AdS	▲

の軸は無料動画共有サービスのYouTubeですが、YouTube以外にもパチンコ店が出稿できる動画配信サービスがいくつかあります。そのひとつが、在京民放キー局5局が中心となって運営するテレビ番組の広告付き無料配信サービス「TVer」です。TVerは、民放テレビ局が連携したサービスで、民放番組枠に低価格で広告出稿できるというメリットがあります。好きな時に、見逃した番組を無料で視聴できるといった利便性から、2020年9月時点のダウンロード数は3000万DL、MAUは1350万とあっており、費用対効果の高い広告媒体として注目されつつあります。

もうひとつは、Ya

hoo!グループが運営する広告付き無料動画配信サービス「GYAO!」です。TVer同様、放送後の番組見逃し配信に加え、放送中ドラマのスピントフや、オリジナルバラエティ番組など、GYAO!オリジナルコンテンツ

が会員登録不要で楽しめる、MAUは854万となっています。

そしてもうひとつ、パチンコ店は「条件付き出稿可能」となりますが、広告出稿可能な動画配信サービスとして「ABEMA」があります。ABEMAのダウンロード数は5900万DL、MAUはAmazonプライムに次ぐ国内2位というマンモスメディア媒体なので、「企業イメージ広告」として出稿するという価値は十分にあるかと思えます。

ライブ配信の時代に? 求められるのは企画運営力

5G時代はコンテンツにも様々な変化が生まれてくると考えられます。5Gの技術的な特徴から考えてスマホでもライブ配信が利用しやすくなるため、5Gが普及していくにつれて「ライブ配信コンテンツ」が増加してくると予想されます。スマホ視聴を想定して企画・立案された「ライブイベント」や「ライブ番組」などが充実してくるでしょう。

ユーザーとしては、リアリティー感を打ち出したライブ配信の企画が、より身近でスタンダードな時代になってきます。パチンコ店としても時代に適応していくためには、ユーザーから高評価されるようなライブ配信の「企画

運営力」が求められます。例えば、実践取材は「収録」ではなく「ライブ」で配信が当たり前、店舗オリジナル番組は「生番組」が面白い、となるとその企画運営力が必要となってきます。

競合店との差別化という目的で、「グループ店同士をライブ中継して、Vチューバーが司会者を務める、eスポーツのような遊技対決イベント」といった未来型イベントを企画運営する企業も出てくるかもしれません。5Gが普及していくことで「ライブ配信」という方法が実践活用できるようになり、「ライブ配信コンテンツ」によって今までは違ったパチンコの楽しみ方をユーザーに提供することができるようになります。

2021年以降は、5G普及とともに企業の研究開発が進み、サービスは急速に拡充していきます。また、国家的イベントも控えており外的要因も多いため、動画配信は今後さらに注目されていきます。そういった背景から、5G時代のパチンコ店Web戦略として、「動画で集客」ということを戦略の柱として考えていく必要があります。高まると考えられます。「効果測定」という目的で積極的に「動画広告」や「オリジナル番組」を活用して、来る5G完全普及時代に備えて、自社の動画ノウハウを構築してみたいかがでしょうか。