



【株式会社ビルズ社内セミナーシリーズ：その3】

～パチンコ店舗運営における戦略立案編～

『セミナー内容について』

ホール戦略において「対競合店」という視点をどのように捉えるかによって、自店においての必要な施策、また、遊技機運用戦略の方向性は決定付けられます。特に「有効な機種構成」をどのように構築するかは非常に重要な問題となります。このセミナーでは「現在のホール状況において、どのような戦略が最も適しているのか」に焦点を当てながら解説させていただきます。

I. SWOT 分析（状況分析）

- 1.SWOT 分析とは
2. 「自店の状況」を分析する
- 3.図解：SWOT 分析
4. 状況分析における 9 つの要素
- 5.SWOT 分析における「強み」の事例
- 6.SWOT 分析における「弱み」の事例
- 7.SWOT 分析における「機会」の事例
- 8.SWOT 分析における「脅威」の事例
- 9.「積極化戦略」と「差別化戦略」
- 10.「積極化戦略」とは

11. 「差別化戦略」とは
12. SWOT 分析からのエリア戦略
13. エリア戦略の方向性
14. クロス SWOT 戦略とは
15. クロス SWOT 戦略事例
16. SWOT 分析における注意点

Ⅱ. 遊技機 PPM 分析（遊技機分析）

1. 遊技機 PPM 分析とは
2. 遊技機 PPM における 4 つの機種分類
3. 図解：遊技機 PPM 分析
4. 遊技機 PPM における 4 つの機種分類①
5. 遊技機 PPM における 4 つの機種分類②
6. 遊技機 PPM における 4 つの機種分類③
7. 遊技機 PPM における 4 つの機種分類④
8. 遊技機運用の行い方セオリー
9. 遊技機運用における注意点
10. 機種構成における注意点
11. 平日営業と土日祝営業の比較
12. スロット設定とアウト数向上

13. 「低設定が動く店舗」の特徴

14. 高射幸性機種 15%の行い方

Ⅲ. コンセプトエリアの考案

1. 「金のなる木エリア」という考え方

2. コンセプトエリアの必要性

3. 「金のなる木エリア」事例

4. コンセプトエリアにおける注意点

Ⅳ. 目標設定（エリア毎）

1. 目標設定における注意点

2. 目標設定例（現状と目標）

3. 「現状と目標の差」を埋める考え方

4. 「施策 5 大要素」

Ⅴ. マーケティング戦略の策定

1. マーケティングとは

2. マーケティングの量と効果の関係性

3. マーケティング戦略の 2 要素

4. マーケティング戦略の 3 パターン

5.「ターゲットの共感」は稼働率を上げる

6.マーケティングをWEBで行う

7.マーケティングを店内で行う

8.マーケティングにおける注意点

VI. 行動計画の立案

1.行動計画の決定①

2. 行動計画の決定②

3.行動計画における注意点

VII. 予算配分

1.予算配分の重要性

2.予算配分の見直しについて考える

3.予算配分の優先順位を付ける

4.予算配分における注意点