

時代の変革期

明けましておめでとうございます。

昨年中は格別のお引き立てを賜りありがとうございました。

本年もよろしくお願い致します。

初頭に当たり、変革期となる今年のポイントを書かせていただきます。

パチスロが差枚での出玉に変更されるようですが、

誰でも自分が低設定の養分にはなりたくないものです。

逆に、自分が先陣の恩恵にあずかりたいというのが本音です。

表現は悪いですが、いかにして投資してくれる客数を集めるか、それが決め手ではないでしょうか。

小さな店が生き残るために必要なモノとは何か？

その答えの一つが個性ある世界観かもしれません。

成長期ならば同質化も良いのですが、衰退期における同質化は、衰退加速装置になってしまいます。

パチンコの遊技機は認定されなければ設置営業できません。

つまりそれは、同じ製品での商売になることを意味します。

スタート地点は同質です。

ここから競合する他店との差別化が必要になります。

そうなると、新しい遊技機を多く導入する、

人気になっている機種を多く揃える、

薄利で玉を出す、広告宣伝費を増やす、

イベントを繰り返す、資本力の争いになります。

つまり強者の戦略として、資本力を用いて弱者をミートする、
という手法です。

認定制度や風営法がある以上、ただでさえ同質化するため、
業界は二極化へと加速してしまいます。

何かを手放さなければ、何かを掴むことはできません。

あるラーメン屋さんがオープンしました。

『塩ラーメン専門店』

マスメディアにも取り上げられ、
毎日行列ができるほどの繁盛ぶりです。

しかしそれも長くは続きませんでした。

なぜならば、人は毎日塩ラーメンばかり食べていられないからです。

そこで店主はお客様に『何が食べたいか』を聞きました。

そこで多かった『炒飯と餃子』をメニューに加えたのです。

それでも一度落ちた売上は戻りません。

その後お客様の声から、
新しいメニューを次から次に追加して行きました。

『豚骨ラーメン、醤油ラーメン、味噌ラーメン、ワンタンメン』

もはやどこにでもある普通のラーメン屋です。

業績の低迷は底を打って止まりました。

A店の醤油ラーメンは煮卵が美味しいと評判。

B店の味噌ラーメンはチャーシューが大きいと評判。

C店の・・・・。

そうやって他店の良い所を取り入れていきます。

標準化、そして同質化することで誰からも選ばれる、
そんな店になったのです。

しかし利益はわずかばかりのため、間もなく閉店となりました。

その理由は、同じ商品ならば安い方が選ばれるからです。

安くし、それでも他店の良いところを取り入れる。

原価率が上昇し、それでも値上げをできなければ終わりです。

過去の結果を表す同じ情報を見て、同じ判断をする。

市場がシュリンクしていく中で同質価値を生み出し続ける。

最後に強者が生き残る既定路線だといえそうです。

あなたの店でしか味わえない魅力を作り出す。

ただそれだけのことが、お客様に来店していただく理由です。

自分の店が提供する価値に共感してくださるお客様を創る。