

# 女性のお客様に 上書き保存されえない 売り場づくり

女性の常連客は一度離れたら戻ってこない！  
お店づくりで女性の上書き保存を防ぐ！

男女の恋愛観を比較する時によく、パソコン用語を使用し、「女性は上書き保存」、「男性は名前をつけて保存」と表現されます。つまり、女性は最新の恋愛を、どんどん上書き保存していくので、過去の恋愛は薄れていくor忘れていくけれど、男性は多くの場合が良い思い出として新しい彼女の好き具合に関わらず、別々に保存していくので、過去の記憶が鮮明に残っているという事です。実は、お店に対しても同じことが言え

ます。結論から言うと、女性のお客様に一度嫌われたら、その女性のお客様は二度と帰ってきません。一度嫌われたお店は、上書き保存されてしまっているの、思い出すことがないのです。新規顧客の獲得が難しい現在において、常連のお客様をいかに離反さ



せないかということ、皆さん懸命に考えていらつしやいます。それなのに、貴重な常連のお客様に嫌われて、上書き保存されてしまうなんて悲しいですよ。だからこそ、女性のお客様からの減点は致命傷です。今回は、女性のお客様に上書き保存されない売り場づくりをご紹介します。思いま。

## 男性は加点法 女性は減点法

まず、女性に嫌われてしまう女性は男性より協調性が高い（一説によると10倍とも言われる）と言われています。そのため、人の気持ちに非常に敏感で、感受性が非常に強い生き物です。だからこそ嫌なことがあつたりすると「どうして？理解できない！」や自分自身を否定されているという感情が長く記憶されます。そのため、嫌な感情に残して非常に敏感で記憶にも残

りやすいです。反対に、男性は女性とは真逆で自己主張する本能があります。「自慢話」や「自分の話だけして相手の話を聞かない」はまさにその影響で、自分を良く見せようとする事で相手を魅きつこうとします。その反面、女性と比較して協調性は低く感受性も低いので、「嫌な体験」を深く考えすぎず回避します。自分自身の良かった事は記憶しているのですが、辛い体験は記憶の片隅に置いておくのです。

この心理の違いは、好きなものと嫌いなものに対するリアクションでも見受けられます。男性は、「好きなものについて「何故好きなのか？」を聞くと、具体的な理由を答えられる場合が多いですが、女性は「何となく好き」が非常に多いです。しかし、嫌いなものに対しては逆で、男性は明確な理由が出てこそ、女性はいくらでもか、というくらいにいろんな嫌いな理由を述べることが出来ます。これは、男性はプラスの感情が、女性はマイナスの感情が強く印象に残るような性質だからです。このような心理の違いから、

男性は、基本的に良いことを覚えておく加点法、女性は、基本的に悪いことを覚えておく減点法で対象を判断するのです。恋愛においても、女性にモテる人は意外に、特別なことをしているというよりは、女性に嫌われる行動がとてもしないという点が挙げられます。

このように、女性は例えばお店で嫌な思いを一度でも経験すると、その嫌な印象は残り続けます。その上、一度嫌な思いをしたことで、次からは嫌な面に、より敏感に気が付くようになります。「警戒仮説」が働きます。そして、今まで以上に気づくようになってしまったマイナスの積み重ねにより、来店回数が減り、気づいた時には上書き保存されて、お店から完全に心は離れて、極論そのお店では二度とご遊技しなくなるのです。だからこそ、特に女性のお客様においては、まず最初の減点対象となる事象を生まないことが、ポイントとなります。ここで重要なのは、プラスな面をどれだけ積み重ねても、マイナスは払しょくされないということ。



- ①「競合店がやっているから」という理由で始めた取り組みがある
- ②クレームリネスを徹底できていないにも関わらず、サービス（取り組み）の



なかしま あきこ  
1983年岐阜県生まれ。中京大学大学院卒業。2010年：心理学検定1級取得。2011年：認定心理士取得。現在は売り場プロモーション調査の責任者として、全国のパチンコ店を数値化。数値化したデータをもとに店舗の改善案を提案する「売り場カルテ」を拡めている。さらに、女性目線を踏まえた研修・セミナーには定評がある。



お客様反応が上がる  
新台ポスター???

## 心理学用語 警戒仮説とは？

自分のよく知らないものや、よく分からないものに会った時に感じる不安や恐れによって、不快な気持ちになるのを未然に防ごうとする心理。普段仲良くしていない人の悪口や批判をつい口にしてしまうのも同様の理由。また、「警戒仮説」に従うと、負の感情が膨らむため、その対象の嫌な部分之余計に目につくようになり、その対象のことをますます嫌いになるという結果に繋がる。

せんか？ それ、実は女性のお客様のマイナスの印象を積み重ねてしまっているかもしれません。徹底的に取り組めることに集中する

昔に比べると、パチンコ店のサービスレベルは総じて上がりましたが、その分、個性は失われつつあります。どのお店も競合店が取り入れているものを自店も取り入れようと

同じレベルまで引き上げる取り組みを行います。それが徹底できるかは別物です。だからこそ、競合店がやっているからと安易に自店の状態を踏まえずに実施しようとするのは非常に危険です。だって、そこにやりっぱなしというマイナスが生じれば、女性のお客様に「ダメ」という烙印を押されてしまうのです。

充実化を強調して発信している  
③店内の販促物のうち、3ヶ月以上貼り換えていないものが5割以上ある

この3つのうち、あなたの店はいくつ当てはまりますか？ 1つでも当てはまったというお店は要注意。今からでも間に合います。中途半端な取り組みは止めましょう！そして、徹底的に取り組める1つに、まずは集中しましょう。できないことをできないと正直に伝えるのも、マイナスを減らす一つの方法です。適当に色々やるけど中途半端というチャラ男なお店づくりから、不器用だけど一途（できないことはできないとちゃんと伝える）な男気溢れるお店づくりに、是非取り組んでみてください。