

主婦の心を捉えて離さない 売り場の魔法

第20回

株式会社 プラスアルファ
中島安紀子
akiko nakashima

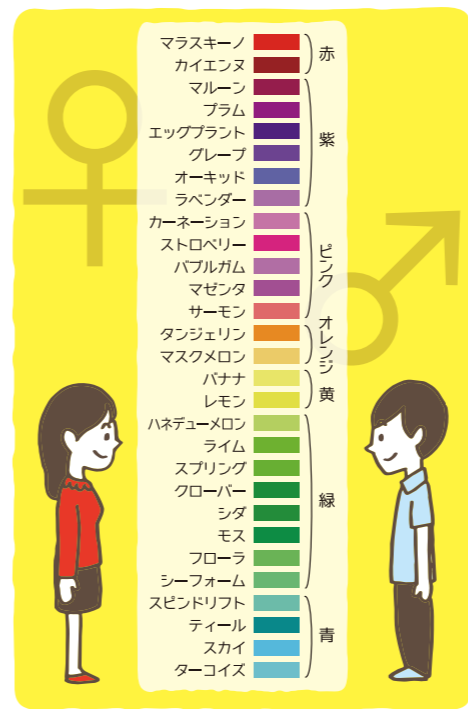
カラーサイクルによる 既存の伝達手法からの脱却

派手な情報発信は時代遅れ!? 女性と男性では、見えている世界が違うのは知っていますか? 女性のお客様に反応して頂ける情報発信とは?

パチンコ店のポスターは、パチンコ店以外に掲示されているポスターと比較すると「派手でガチャガチャしている」ポスターが多いです。では、パチンコ店のポスターは何故「派手」なのでしょう。それは、パチンコ店のスタッフまたはお客様を含めて男性が多く、男性社会であることが大きく影響しています。実は、女性と比較すると、男性は色の微妙な違いを見分ける力が劣るため、男性社会ではハッキリと分かりやすい派手な色で情報発信することが好まれるのです。

女性の方が色の変化に敏感

色の微妙な違いを見分ける力が劣るとはどういうことか? それは、色を見分けるための視細胞の違いによって起きている。視細胞は、性染色体(XとY)に存在しますが、視細胞の中でも特に、色の違いを見分ける「錐体細胞」は種類があり、赤色は「L錐体(長波長錐体)」、青色は「S錐体(短波長錐体)」、緑色は「M錐体(中波長錐体)」というように、それぞれ異なる色に反応します。多くのヒトはこの「赤・青・



緑」の三原色で世の中を見ているですが(3色型色覚)、そのうち、緑色に反応する「M錐体」の遺伝情報は、X染色体にしかないため、男女差が生

まれます(※性染色体がXYの組み合わせだと男性、XXの組み合わせだと女性になるため、Xが少ない男性は不利)。また、「M錐体遺伝子」には①緑色を強く感じる、②緑色を多少感じる、③緑色を感じない、という3パターンがあるため、たとえ色覚異常がなくとも、男性の方が女性より、緑色の区別が苦手という傾向があります。このような視細胞の違いから、色覚の男女差は生まれるのです。ニューヨーク市立大学の心理学教授の

イズリエル・エイブラモフ氏は、女性はほぼ全ての色において男性よりも色を識別する能力に優れているという結果が出たと発表しております。つまり、男性より女性の方が色に対して敏感だということ。例えば、スピンエキスポで発表された、2017年春夏のトレンド色の1位は、ワンダーランドホワイト。男性の皆さん、「白と何が違うの?」という感じではないでしょうか? (笑) 非常に微妙な違いですが、ホワイトと黄色が混ざったような色のことを指します。ちなみに2位は、マチュアイエロー。これはアプリコットのような柔らかいイエローのことです。もちろん、すべての女性がこのくらい細かい色の違いを意識しながら生活しているかというと、そこまでではありませんが、少なからず男性より、微妙な違いに敏感に気づいています。また、女性は色の微妙な変化だけではなく、男性には認識できない些細な変化を認識する能力を持ち合わせています。だから、子どもを育てるにあたり、ただ泣いているだ

効果を得ています。

派手さよりも細やかな変化

また、女性が正面からモノを見る特性を踏まえると、パチンコ店の売り場プロモーションはどのような行っているのが良いのでしょうか? まず、デジタルサイネージの活用。以前も、デジタルサイネージはいろんなポスターデータを何枚も数秒単位で表示していることは、情報内容が多くて見切れないという話をしましたが、女性集客を狙うのであれば余計に、デジタルサイネージで何枚も数秒単位で表示する活用は止めましょう! なぜなら、脳科学的に

女性には動くモノに反応する力が、男性より劣るからです。デジタルサイネージは一つの媒体でたくさん情報を提示できるため、ついついたくさん提示して、伝えたいことがに陥りやすいですが、提示内容を増やせば増やすほど伝わらないという、本末転倒な結果になるだけです。極論、動いているモノを認識する力が劣る女性に、デジタルサイネージでたくさん伝えることは不可能だと思ってください。その証拠に、女性客が多い百貨店などで活用しているデジタルサイネージは、情報を動画で伝えるというより、静止画として運用しているケースが多いです。

さらに、モノをじっくりと見つめて、そこから様々なことを感じ取る力が強い女性なので、座る場所での告知にこだわっていきましょう。あなたのお店の台周りや休憩スペース、トイレ個室といった座る場所での告知はどうなっていますか? お客様が見たくなるような告知になっていますか? 「女性は男性が気づかないような微妙な変化に気づく」ということは、変わら

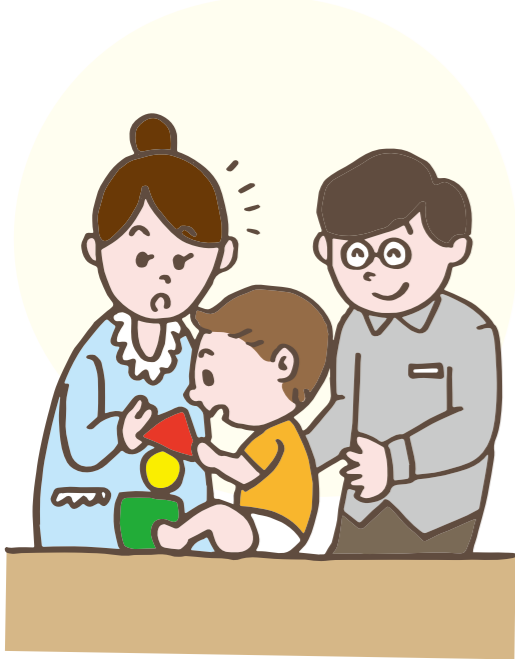
ないものに対する飽きも断然早いです! 逆に細かな取り組みにも気づいて頂けるので、実施しているお店と実施していないお店に対する感じ方の差は、男性よりも大きいです。派手さは一切必要ありません。細やかな変化はできる限りコストが発生しない仕組みを作ることがポイントです。そして、細やかな変化を生むだけではないのです。パチンコ業界では、赤色や金色を基調としたデザインが溢れています。概念に捉われず、売り場プロモーションのカラーサイクルを自店独自に創り出して、みては如何でしょうか。

心理学用語 共感とは?

相手の主観を自分の主観として理解すること。なお、臨床心理学で用いる「共感的理解」とは、相手の話に熱心に耳を傾け、そのことに対し評価せず、ただ受け入れることを指すため、単純な共感とは異なる。評価をした時点で共感ではなくなり、お客様に限らず、コミュニケーションにおいて、共感することは大切である。



お客様反応が上がる
新台ポスター???



なにかしあ 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。



なにかしあ 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。