

# 顧客反応を生み出す パワーワードを駆使する

## 検索数は欲求の強さの現れ

お客様の欲求は検索に現れます。そして、お客様の欲求の強さは検索数に現れます。私のコラムで繰り返し解説しておりますが、覚えていただきたいので大切なことは何度も様々な角度で伝えます。

我々は欲しい時に調べます。食べたい時に調べます。つまり、欲求があるから検索するという行為に至ります。もちろん、顧客欲求は千差万別なのですが、物事を調べる件数を見れば、検索数の大小がはっきり数値として現れます。つまり、欲求の大小が明確に可視化されます。

2024年、著名人として検索数が圧倒的に多かったのは誰でしょうか？ 例えば、その一人が野球選手の大谷翔平です。メジャーリーグで大谷翔平の活躍を知りたいと思う方々が多くて、「大谷翔平」と調べると検索数が大幅に伸びました。

検索数が多い言葉を私はパワーワードと呼んでいます。パワーワードとは直訳すると「力の言葉」です。もっと分かりやすい解説をするとお客様の消費行動を突き動かす力強い言葉です。人間は欲求によって消費行動します。だからこそ、パワーワードとは顧客欲求が含まれた言葉でなければなりません。そして顧客欲求が大きくなければなりません。どのように判断するのか。検索数の

多さに着目すれば良いのです。お客様の消費行動を突き動かす力のある言葉。このパワーワードを駆使した広告戦術が必要不可欠です。

## 顧客欲求を掛け合わせる

ただし、ここで考えなければならぬのは、パワーワード以外の検索数が少ないものを伝えても意味がないのかということです。基本的には検索数が少ないものを伝えても欲求が立たないため、広告効果を得られることはできません。では、どうすれば良いのでしょうか？ 顧客欲求が小さいからと諦めるしかないのでしょうか？

やはり想定通り、2025年はパワーワードとなりました。パワーワードという視点を持てば、情報発信の在り方は変わるはず。2025年は店舗側だけの視点を打破して、お客様にあなただけの魅力を伝えるために、お客様の感情に寄り添った広告展開を練り上げませんか。

結論、顧客欲求が大きなものを顧客欲求が小さなものに掛け合わせるということが重要です。例えば、ECCジュニアという全国に約1万教室展開している子ども英会話教室の集客を伸ばす場合、どのような取り組みができるでしょうか？ 結論で述べた通り、ECCジュニアよりも大きな顧客欲求を掛け合わせれば良いのです（※右ページグラフ参照）。

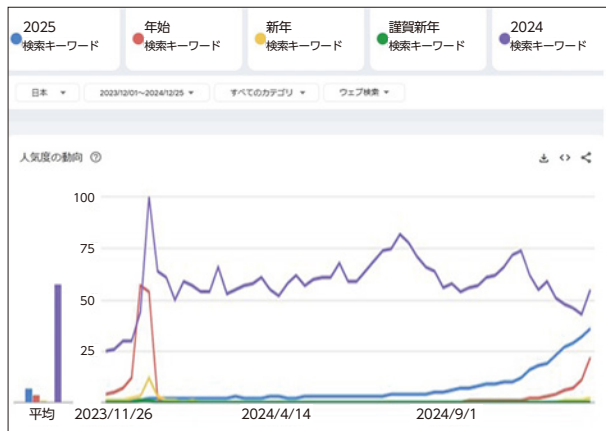
大谷翔平という顧客欲求が強いものに目が行き、最終的にECCジュニアという顧客欲求が小さなものに目がいきます。ほぼ全てのテレビCMは、まさに顧客欲求が小さなものに顧客欲求の大きなものを組み合わせさせて広告配信しています。

### 大谷翔平氏を起用したECCジュニアのCM



では、パチンコ店の広告は顧客欲求が小さなものに、顧客欲求の強いものを掛け合わせているのでしょうか？ 現在のパチンコ店の広告はほ

### 2025年の顧客欲求の推移①

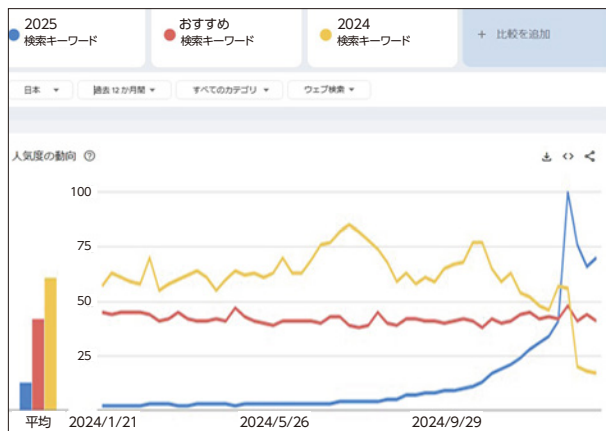


### パワーワードを組み合わせたポスター例



©CAPCOM ©河合出版・小学館/モンキーターンプロジェクト ©YAMASA ©YAMASA NEXT ©GOD EATER Series & ©Bandai Namco Entertainment Inc. ©Bandai Namco Stevens Inc. ©SEVENEAGLE ©YAMASA NEXT

### 2025年の顧客欲求の推移②



## パチンコ店の広告に パワーワードを加える

パチンコ店のパワーワードの事例を駆使した主力機種の一例を考えてみましょう。

昨年の年末、2025年の顧客欲

求を調べると、徐々に欲求が高まりつつありました。想定では2024年（紫色の折れ線グラフ）同様に2025年になった瞬間にパワーワードとなると予想しました。そのため、2025年というパワーワードを駆使して主力機種のプロモーションを企画しました。



野島崇範 Takanori Nojima  
1983年三重県生まれ。北海道教育大学卒。全国のパチンコホールを年間1,000店舗以上調査し、その中から繁盛店に共通する法則を見つけ出し「伝達力」と定義。「伝達力」調査の分析に基づき、お客様立場の徹底と継続の重要性を、支援先ホールの全スタッフと共有。また、売り場ランチェスター戦略の第一人者として、科学的に売り場の支援を実施。16年から青山学院Hicon代表取締役 玉木欽也氏（青山学院大学 経営学部 教授）の指導のもと、「売り場プロモーションの定量化（数値化）」の共同研究を開始して、より一層お客様立場の増大につながる売り場づくりを目指している。売り場の書籍「あなたの売り場、太っていませんか？」を発売。



顧客欲求を踏まえた  
デザインと言えば  
「デザイン定期便」