

ピーアークの今がわかる情報誌。

PARK NOW

2025.06

VOL.

06

驚きと熱狂の遊技体験

みんなで作る創造する



対談 「コト」ビジネスへの挑戦と
リアルな現場で人が触れ合う価値

株式会社ジャパネットホールディングス

代表取締役社長 兼 CEO

たか た あき と

高田 旭人氏

代表取締役社長

しょう じ まこと

庄司 眞



このコーナーは、
ピーアークの最新情報をお伝えする連載企画です。
さまざまな出来事から、
毎号、注目のトピックをご紹介します。

今回の
注目トピック

2025年度の 入社式をおこないました

この春、ピーアークに10名の新たな仲間が加わりました。従来の新卒採用に加え、アルバイトからの社員登用や他業種からの転職など、多様なバックグラウンドを持つ人材が集まりました。共通しているのは、「お客様を喜ばせたい」という強い想いです。これから多くの経験を積み、それぞれの発想や特技を生かして活躍してもらいます。

入社式の後、最初の研修は代表の庄司によるピーアークビジョンについての講義をおこない、理解を深めてもらいました。

これからも進化し続けるピーアークに、ぜひご期待ください。



新入社員の抱負



新入社員代表あいさつ

私には、パチンコをもっと気軽に楽しめる娯楽にするという目標があります。私の好きなパチンコをもっと多くの人を楽しんでいただくために、第一線でお客様と触れ合えるホールで働くことを選びました。

私たち新入社員の中にはホールの経験が全くない者もいます。皆様に早く認めていただくため、そして何よりお客様が快適に過ごして、楽しんでいただけるように、上司ならびに先輩の皆様、ご指導ご鞭撻のほどよろしくお願いいたします。

ピーアーク独自の価値の創造で さらなる成長のステージへ

コロナ禍以降、グループ全体で
体制や制度の見直しと改善を重ね
着実な売上成長を実現することができました。
今年度で75年目を迎えるピーアーク。
さらなる成長に向けた一歩が始まります。

2024年度の日本経済は、個人消費に
持ち直しの動きがみられる中、雇用や所得
環境の改善などにより、緩やかな回復基調
が継続しました。一方で、国際情勢の不安
定さを背景とした資源・エネルギー価格の
高騰や物価の上昇が継続しており、景気の
先行きは不透明な状況が続いております。
パチンコ業界においては、新基準機となる
「ラッキートリガー搭載機」が2024年3月
に登場。若者からの支持が高いスマートパチ
スロも堅調に推移しております。一方、スマー
ト遊技機への切り替えに加え7月からの新紙
幣対応など、ホール運営法人にとっては、こ
れまで以上に設備の更新が求められる年とな
りました。

このような環境の中、ピーアークでは
「お客様のための店づくり」に徹し、驚きと
熱狂でピーアークブランドを磨く」を経営方
針に掲げ邁進いたしました。営業面では店
舗ごとの市場ニーズを細かく見定め、お客
様が毎日通いたくなる魅力（遊技機・価格・
プロモーション）を全社で探究・提供するこ
とで顧客支持を引き上げてまいりました。
4月にピーアーク千葉駅前においてフロア
増床を実施し、市場ポジションを大きく引き
上げ、千葉県No.1の稼働数を実現いたしま
した。組織面においても、全社員へ向けた
役職教育をおこない、ベイスの引き上げを
図るとともに、優秀層へは特別教育を開始
しました。また、ホールにおけるアルバイトの
ト比率の上昇を踏まえ、新しくアルバイトの

役職制度を開始し、サービスレベルとモチ
ベーションの向上を図りました。

その結果、連結の売上高は前年比で
106・9%、年度計画対比でも104・
9%と、多くのお客様の支持を頂くことが
できました。

今年度は、経営方針に「お客様のための価値
創造により、驚きと熱狂の遊技体験をチーム
で創造する」を掲げます。世界が大きく変化し
たコロナ禍以降、私たちはグループ全体で体
制や制度を継続的に見直し、改善を重ねてき
ました。その成果として、先述のような確か
な売上成長を実現することができました。
ここからさらなる成長のステージへと進むた
めには、より高レベルな、ピーアーク独自の価値
の創造が求められます。

今まで推し進めてきた「営業の成長」「人材
の成長」「コーポレートの成長」の3つの軸を
中心に、今年度もさらなる飛躍を目指します。
(詳しくは13〜20ページで紹介いたします)

ピーアークは今年度で75年目を迎えます。
ここまで支えてくださった様々なステークホ
ルダーの皆様にはあらためて深く感謝申し上
げます。そして今年度も、2030年に向け
た長期ビジョン「Fun Life+」私たち
の仕事は世の中をもっと楽しくすること」
の実現に向けて、創造力を発揮し挑戦を恐れ
ず、熱意を持って取り組んでまいります。これ
からのピーアークにもどうぞご期待ください。

代表取締役社長 庄司 眞



株式会社ジャパネットホールディングス
代表取締役社長 兼 CEO

代表取締役社長

たか た あき と
高田 旭人氏

しょう じ まこと
庄司 眞

TOP INTERVIEW

「コト」ビジネスへの挑戦と リアルな現場で人が触れ合う価値

2015年に、父親で創業者の高田明前社長に代わり、ジャパネットホールディングス代表取締役役に就任した高田旭人社長。創業時からの通信販売事業に加え、さまざまな挑戦を重ねながら、売上高は2024年までの9年で1.7倍へと拡大。新たな「コト」ビジネスのねらいと、その挑戦を可能にしたプロセスについてお話を伺いました。

**見つけて、磨いて、伝える
プロセスを徹底するから
結果がついてくる**

庄司(以下 高) 本日はよろしくお願ひします。ジャパネットさんとえば、創業者の高田明さんが40年ほど前に立ち上げた「通信販売事業」をコアに、着実に業績を伸ばされてきた印象が強いです。特に10年前に旭人社長が代表に就任されてからは、売上も2倍近くまで増えていますが、長年御社が支持されている「他社にはない強み」はどこにあると思われませんか。

高田(以下 高) ありがとうございます。当社では父の代から「見つけて、磨いて、伝える」ことを自社で徹底し、スピード感を持って取り組んできました。まず、いい商品を見つけてくる。その上でお客様にとって良いと思ったことを取り入れながら、さらに商品を磨く。そして、しっかりと伝える。これを変わず続けていくことで、お客様に満足していただけるかと考えています。

庄 具体的にどのようなことを実践されているのでしょうか。

高 例えば「磨く」の部分であれば、お客様から頂いた商品に対するご意見を担当バイヤーがメーカーにフィードバックし、改善すべき点があれば次の新モデルに反映してもらっています。その結果、ジャパネットのオリジナルモデルが売上の8割(2025年3月時点)を占め、当社でしか買えないという高い付加価値を創出することができました。また、3か月に1回は社内でも商品品質検討会議をおこない、どのように商品が改善されたのかも共有しています。それから「伝える」の部分では、「本音で話すこと」を徹底しています。よく社内で行うのは、社員が本気でよいと思っていない商品を演出でよく見せているのは詐欺に近いということ。売るのは詐欺に近いということ。たとえ少しくらい言葉足らずでも、自分で商品の良さをしっかりと勉強して、嘘のない言葉で語りかけたほうがお客様も信頼してくださると思うんです。だから当社では芸能人は使わず、社員がMCを務めてテレビに出演してい

ます。そのほうが商品の本質的な良さやこだわりをお客様により多く伝えられるからです。

庄 そこまで徹底されているからこそ、社員が心から自信を持ってお客様におすすめていただけるわけですね。当社でも、サービスや接客の品質を磨くために、「マイスター検定制度」を設けています。3級はピーアークが求める接客レベルを体現でき、きちんと現場で実践できるレベルです。これ以外にもサービス向上のために、当番制で接客チェックを実施している店舗もあります。現場における接客のPDCAが自走し、自分たちで磨き合う体制構築を図っている段階です。

高 検定制度を設けるのは、社員のモチベーション向上にもつながりそうですね。当社でもプロセスを重視して、例えば新規事業で最初から思うような結果が出ていなくても、それ自体を指摘することあまり意味はないと考えて

います。だから「自分も一緒に考えるから、ぶつかっていい」と伝えていきます。結果が出ていないことよりも、プロセスが機能していないことを隠してぶつかろうとしないことがいちばん悪いという考え方がですね。

庄 成果を求めるからこそ、プロセスを重視するという考え方にはとても共感します。当社でも、成果を出すためにはプロセスの質を変える必要があるという意識が、ようやく垣間見られるようになってきたところですね。その一環として、当社では





新たに参入したクルーズ事業では、参加者が一緒に楽しめるオリジナルイベントを多数企画している。これまで通信販売事業で培ってきた商品の魅力を「見つけて、磨いて、伝える」考え方が、「コト」や「サービス」にも活かされている。

「Exciting PARK」という社内コンペを開いています。テーマに沿った改善案を全社員から募り、その実現可能性や期待される効果などを審査して、優秀案を表彰する制度です。アイデアを具体化するというプロセスに加えて、仲間の力を借りて実現させるプロセスを全員が体験する機会を創ることで、精度を上げていきたいと考えています。

モノからコト、地域創生へ いいものは売れるまで売る ジャパネット流の挑戦

庄 御社では旭人さんが代表になられてから、従来の「モノ」を売る事業だけではなく、クルーズを中心とした旅行事業やウオーターサーバー事業など、「コト」や「サービス」の企画・制作・販売にも精力的に取り組まれていますよね。ただ、テレビ通販で商品の価格や機能の魅力を伝えるのとは違って、例えばクルーズの体験価値を言葉でお客様に伝えることは難しいと思うのですが、その点は何か

高 「ホワイトナイト」ということで、お客様もクルーも、全員

工夫されていますか。

高 そもそもクルーズ事業の発端は、モノづくりに対する憧れでした。私たちはモノを販売していますが、作っているのはあくまでメーカーさん。見つけて、磨いて、伝えることだけではなく、自分たちの手でイチから商品を作ってお客様に届けてみたいとずっと考えていました。

そうしたときに、たまたま役員とクルーズ船に乗る機会があったのです。それは非常にエキサイティングな体験だったのですが、改善できる余地もたくさんあることが分かりました。そのときクルーズ事業であれば、自社で船を所有して、食事から旅の行程まで丸ごとパッケージにしてお客様にご提供できるのではないかと思ったのです。

庄 なるほど。クルーズの体験価値を高めるために、どんな工夫をされていますか。

高 「ホワイトナイト」ということで、お客様もクルーも、全員

白い服を着るイベントなどを開催していますね。スポーツにも見えることですが、同じ場所で、同じ色の服を着て、同じ歌を歌うなど、共通体験をつくることは心を通い合わせるための大事なポイントだと思います。

庄 それ、うちもぜひ店舗でやってみたい(笑)。ハロウィンなどのイベントでやったら盛り上がりそうですよね。当社ではミッションに、パチンコを通じて、色々な人同士がつながることで人生が豊かになる、「楽しい」を提供することを掲げています。だから店内でお客様同士、もしくはスタッフとお客をつなげるための工夫に取り組んでいます。その1つが「Fanエピソード」で、お客様から頂いた「スタッフへのありがとうエピソード」を社内全体で共有しています。老若男女、さまざまなお客様とのエピソードがあがってきていて、つながりをつくり、深める効果を実感しています。スタッフと話したいというだけ

働きやすい環境づくりと 成果へのこだわり どう両立していくか

庄 新規事業を成長させるためには、社員の主体的な働きが不可欠だと思いますが、組織風土や職場環境の面で気を付けてい

ではなく、ほかのお客様と知り合いたいという方もいて、スタッフに紹介を依頼されるケースもありますね。

高 自社のファンをつくるというのは大事ですよ。クルーズのお客様も、「ジャパネットでお買いしました？」から会話が始まりますし、テレビ通販のMCの社員がいたら必ず声をかけてくださいます。1割ぐらいのお客様は、船を降りるときにもう翌年の予約を申し込んでくださるのですよ。

庄 それはすごい。高田社長は、新しい事業を始めるときの選択基準はあるんですか？

高 アイデアは社員の皆さんからもらうこともあります。基本的には自分自身が頭の中で描いて納得したものしかやりません。それこそ父も、テレビ通販をやっていたときに「どうやって売れるものを見つけたのですか？」とよく聞かれました。でも父は「売れるものを見極めている」のではなく、「いいと

思ったものを売れるまで売続ける」人です。

庄 なるほど、発想が逆なんです。

高 そう、売れる方法を考える続けるから、結果的に爆発的に売れる。同じ考え方で、この事業はいいはずだと思っただけで成功するまでやり続けるというのは、ジャパネット流かなと感じます。

庄 うちもYouTubeで「ピーアークちゃんねる」を立ち上げた当初は、全員素人で視聴回数も全く伸びなかったんです。でもメンバー同士で話し合っ、「自分たちが本当に面白いと思うものだけを作り続けよう」と企画や表現を磨き続けた結果、ようやく今、登録者数11万人を達成することができました。

高 一般的な会社は、コストを抑えてリターンを最大化するのがセオリーだと思いますが、私はリターンの広がり

無限だと思っています。昨年、創業地の長崎に開業した「長崎スタジアムシティ」はまさにその代表例で、先行投資を回収できるのはおそらく25〜30年先になると考えています。でもこのビジネスが成功すれば、民間企業の投資をもとに地域創生をした成功モデルが残せる。今後10年で、それこそ徳島

佐賀、岡山とか、色々な地方都市で同じような企業が出てきたら、それはうちにとっても大きなリターンになると考えているんです。こういう捉え方をするのは、他社さんとはけっこう違うかもしれないですね。

庄 事業としての数字面だけではなく、広く社会にもたらす効用もリターンに含めて考えていらっしゃるんですね。

当社でも、コロナ禍明けの2022年にオープンしたピーアーク相模大野はチャレンジングな出店でした。コロナ禍では不要不急の号令とともにパチンコ業界が槍玉にあげられました。そこからの反





2024年10月開業の複合施設「長崎スタジアムシティ」。約2万人を収容するサッカースタジアムを中心に、約6000席のアリーナ、ホテル、商業施設、オフィス棟などがある。約1000億円を投じ、民間主導の地域創生を实践している。

る部分はありませんか。

高 当社には「アットホームでストイック」という企業カルチャーがあります。父は仕事に対してストイックで、「会社の成長が社員の幸福にもつながる」といった、良くも悪くも家族的な社風でした。ただ一方で、残業も多かったですし、何かあったときは「根性で解決する」といったマインドでした。私は、仕事以外にも生きがいを見つけたいという考え方だったので、プライベートも充実させられるよう、週3日の「ノー残業デー」や「スーパーフレッシュ休暇」という制度を設けました。「スーパーフレッシュ休暇」はどの社員も原則として10営業日連続での有給休暇を年1回取得する仕組みで、公休日を含めると最大で16連休になります。最初は業務への影響が心配な点もあったのですが、今は実施して非常によかったと思っていますね。

庄 素晴らしいですね。「アットホームでストイック」な組織

というのは、当社も目指している社風です。ただ、実際にやってみると両立が難しいとも感じています。うまくバランスを取りながら真ん中を歩くためにどのように制度をデザインされているのか気になります。

高 仰る通りで、2つのバランスを制度やメッセージで調整していくことが、経営者としての最大の役目だとも感じています。私は、まず社員を信じるころからスタートしないと変わらないと思ったので、休日を増やす、給与を増やす、若手を役職者として登用することから着手しました。普通なら業績を上げてからやろうと考えるかもしれませんが、それだと仕事の進め方や体制は変わらないのです。働く時間が減るので、当然「仕事が回らない、できっこない」という声がたくさんあがってきます。そこで今度は、最新のPCやRPAを導入して効率化したり、人を増やしたりして対応していく。そうすると、

「時間が足りない」という言い訳ができなくなるんです(笑)。だから結果としてストイックになる、といった感じですよ。

庄 勉強になります。当社は、今はどちらかといえばアットホームな社風だと思いますが、百年企業を目指すとしたら、仕事を通じて社員が成長し、事業も持続的に成長し続



収益を生む最善手を数字と向き合い走りながら考える

庄 今後のことについて伺いたいのですが、先ほどもお話にあったように、御社は昨年「長崎スタジアムシティ」を開業されました。サッカースタジアムを中心にアリーナ、ホテル、オフィス、商業施設からなる大型複合施設ということですが、こちらの展開や構想については、どのように考えていらっしゃいますか。

けられる会社にならなくてはいけないと思えました。特にコロナショックで経営が危機に陥ったときは、それを痛感しましたね。だからこそ、アットホームな関係性だけでなく、成果にこだわり、成果を求め関係性も共存した企業文化をつくれなにかと、試行錯誤している段階です。

高 もちろんです。テレビ通販のPDCAのノウハウが生きているのは、まさにその部分なんです。当社のシステムでは商品の原価だけでなく、商品を1件受注したときのコールセンターの費用、物流センターの費用、人件費、賃料なども算出することで、1商品あたりの利益額を厳密に把握しています。さらに販売状況をリアルタイムで管理しているため、番組終了から10分ほどで成功か失敗かが分かります。実は、飲食やホテル事業を始めるときに、そうした管理システムがないことにまず驚きました。そのためスタジアムなどの箱物でも、通信販売と同様に施設ごとに管理会計の仕組みを細かく張り巡らせていく予定です。

庄 それは重要ですね。我々のホール業では、売上とアウト(お客様にご遊技いただいた時間を玉やメダルの数で換算したもの)と粗利が、主な営業状態を表している指標です。この3つの数字を基準に、営業の健康診断を日々おこなっています。特にパ

チンコ・パチスロの営業は流動が激しく、熱しやすく冷めやすい。だからこそお客様のトレンドや競合の動向、自店のマネジメント精度などを都度確認しながら、数字と向き合う必要があると考えています。

高 普段の会議で昨日今日の利益がいくらだったか、リアルタイムに見られる管理システムを構築できたら、打ち手も広がりそうですね。

庄 粗利でなく、さらに利益まで見える化するということですね。細かく数字を追うからこそ、プロセスの何が問題かが分かって、改善につながる。そうすれば高い精度で収益化に結びつくから、「まずはやってみよう!」というチャレンジングな気風も生まれやすくなりますよね。

高 そうですね。結果が今分かるか、1週間後に分かるかでは、雲泥の差なので、その仕組みづくりには徹底的にこだわっています。

庄 継続するかしないかを判断するための、KPIは設定されているのでしょうか。

高 やらないうちから判断するのではなく、まずやってみて、駄目だったら修正をかけていきます。チャレンジには、成功するものもあれば失敗するものもあります。失敗したら、そもそも企画がダメだったのか、やり方がダメだったのかを走りながら考えていきます。

社長の庄司が 代表理事に 就任しました

? ピーくん財団って?

ピーくん財団は2016年3月にピーアークグループの出資により設立されました。福祉、教育文化の発展、自然環境の保全、地域コミュニティの形成を目的とし、青少年育成、障がい者支援、被災者支援、森林保全への支援、地域住民の交流イベント開催などに取り組んでいます。

この度、財団の代表理事に庄司が就任いたしました。これまで以上に地域社会の発展のために活動の輪を広げてまいります。



≡ こんな活動を展開しています! ≡

寄付事業

持続性のある社会を築くために様々な活動団体へ寄付を通じて支援をしております。2024年度は計9団体に寄付金をお届けしました。

学校応援事業

未来を担う子どもたちの教育振興を目的に、足立区立の小・中学校に対して、備品・設備などの寄贈をおこなう助成事業をはじめました。初回となる2024年度は、区にもご協力いただき区立の全小・中学校にお声がけし、多数の応募をいただきました。その中から選考をし、以下のご要望に対して応援(寄贈)いたしました。

ご要望 1 多目的テーブルと椅子

不登校気味の児童のため、他の児童との接触が少ない教室の開設を予定しております。そのため明るい色の多目的テーブルや椅子を設置して、少しでも登校しやすい環境を整えたいです。

ご要望 2 金管バンドの衣装

地域住民の方にも愛されていた金管バンドですが、コロナ禍でその活動が途切れていました。再始動するにあたり、シンボルとなる衣装を揃えたいです。

ご要望 3 空用エアコン

空き教室がなく、備蓄部屋を不登校児童や学習の遅れが大きい児童の学習場所として整備したいです。しかし、一般教室ではないためエアコンの設置ができておらず困っています。

ご要望 4 アクションカメラとプロジェクター

来年度創立50周年を迎えるにあたり、児童並びに教職員、地域の皆様との良い思い出を残したいです。



ご要望 5 授業で使うハードル

現在使用しているハードルは20年以上経過しており、安全面の問題から使用できる台数に限りがあります。毎年少しずつ台数を増やしてはいますが、すぐに更新できれば、今いる子どもたちへの運動指導の幅が広がるため、ぜひ応援していただきたいです。

詳しくは
ウェブサイトをチェック!



AIやロボットには代替できない
つながりの場を創造したい

庄 スタジアムもそうですが、高田社長は「リアルな場所や人のつながり」にどのような価値や意味を感じていらっしゃるのですか。

高 当社は、通販からスタートして、今はクルーズ事業やスポーツ・地域創生事業で、多くのお客様と直接触れ合うようになりました。そこで社内よく言っているのは、「一人にしかできないことをやろう」ということです。私は最終的には、接客は人にしかできないと思っております。AIやロボットに任せれば、確かにルール通りの対応はできますが、生身の人と触れ合うときに感じる充足感を得られません。サッカーやバスケの試合でも、勝つたら一緒に喜んで、負けたら一緒に悔しがる。そういう一体感や高揚感を求めて、みんなが同じ場所に集まってくる。そういう意味では、パチンコも決してゲームの勝ち負けだけ

けではなく、仲間と同じ時間や場所を共有できるエンタメとしての要素が大きいんじゃないでしょうか。

庄 まさに仰る通りです。現在の街づくりは機能が重視されているがために、公園のように何の理由もなく居られる場所が本当に少なくなっていると感じています。その点で、パチンコホールは緩やかに人をつなげる場所でもあるんです。純粋にパチンコを楽しみたいお客様だけでなく、パチンコ仲間会いに来たり、スタッフの顔を見に来たりするだけでもいい。誰でも気楽に足を運べて、長く居られる憩いの場所として、社会に果たせる役割は大きいと考えています。

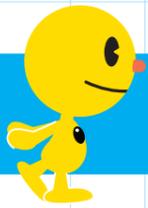
高 そうですね。テレビ通販だとお客様の顔が見えないから、社員にはいつも言っているんです。「今日は3万人のお客様にご注文いただいたけど、これはスタジアムの客席数2万席の1・5倍。それだけのお客様が当社でモノを買ってくれてるん

だって想像してみよう」って。そうした実感を持つ上でも、エンタメのリアルな現場に触れることは大切なと思います。

庄 本当の意味で人生を豊かにしてくれるエンタメって、「何をするか」よりも、「誰とするか」なんですよね。だからこそ、人との間に生まれる「楽しい」を創造することが、よりよい社会づくりにつながると信じています。本日はありがとうございました!

高田 旭人氏

1979年長崎県生まれ。東京大学卒業後、証券会社を経て、ジャパネットたかたへ入社。バイヤー部門、コールセンター部門、物流部門の責任者を経て、2010年にジャパネットコミュニケーションズ代表取締役社長となる。ジャパネットたかた取締役副社長を経て、2015年1月、ジャパネットホールディングス代表取締役社長に就任。2019年には通信販売事業に加え、スポーツ・地域創生事業をもう1つの柱とし、「リージョナルクリエイション長崎」を同年6月に設立。サッカースタジアム・アリーナ・オフィス・商業施設・ホテルなどの複合施設「長崎スタジアムシティ」の開発を民間主導で取り組み、2024年10月14日開業した。現在はホールディングスを含む8社の代表を務める。



2025年の
注目ポイント!!

ミッションをクリアして景品ゲット! ピーくんクエスト!

参加者同士がさまざまな交流を通してクリアを目指す、ピーくんクエストを開催しました。会場内で自分と共通点を持つ人を探したり、参加者同士で音楽を奏でたり。ここでしか味わえないワクワクとどきどきを楽しんでいただきました。

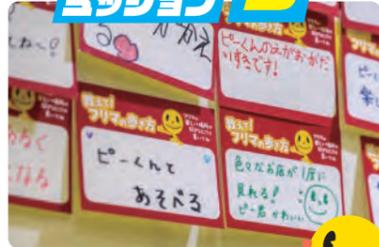
ピーくんクエスト! ミッション 1



さがせ! あなただの“おそろ”さん!

会場内にいる自分と共通点を持つ人(通称:おそろさん)を探すミッションです。外見や服装以外に、「好きな食べ物が同じ!」などもOK! 声を掛けるときはちょっぴり緊張している様子の皆様でしたが、共通点が見つかるとうれしそうだったのが印象的でした。

ピーくんクエスト! ミッション 3



教えて! フリマの歩き方

参加者の皆様が、おすすめのブースやフリマの楽しみ方を思い思いに書いて共有できる企画。最終日には、壁面にコメントがびっしり! 合計で1,223コメント、集まりました。

ピーくんクエスト! ミッション 2



興奮なリードと声掛けで盛り上げてくださったビートオブサクセスの皆様

あつまれ! フリマ楽団

今回、ピーアーキブスでいちばんの盛り上がりを見せたのはこちら! CMなどでもおなじみのピーアーキの曲に合わせて、楽器を奏でるミッションです。リズム良く打楽器をたたきただけでなく、会場内を大行進するときも! 周りの出店ブースの方も自前のベルや手拍子で参加してくださるなど、ハッピーな時間が流れていました。



今年のカプセルトイはおみくじ入り!



ピーくんクエスト! をクリアすると挑戦できるピーくんカプセルトイ! カプセルの中には景品に加えて、今年はおみくじを入れました。全部で9種類のおみくじには、それぞれピーくんおすすめのファンクレスト※やピーアーキからのメッセージを掲載しました。

幕張メッセ “どきどき” 2025 フリーマーケット

21回目のスポンサーとなる国内最大級のプライムイベント「ピーアーキpresents幕張メッセ“どきどき”フリーマーケット2025」が、5/3(土・祝)～5/5(月・祝)に開催。全体の出店数は3,908店、期間中の来場者は延べ138,612名となりました。今年のピーアーキブースのテーマは、「Funパーク!」。「楽しい」を生むつながりを。を掲げる、ピーアーキならではの工夫を凝らしたアトラクションを、いくつも企画しました!



FUN 1

FUN 2

FUN 3

FUN 1

FUN 2

FUN 3

ピーくんのじゃんぼパチンコ

4人の参加者が協力してゴールを目指すじゃんぼパチンコ。参加者の掛け声とスタッフの実況で、おおいに盛り上がりました。

ピーくんのボールゲーム

ボールで遊ぶ、新幹線ゲーム、ピンボール、ビンゴゲームを展開。壁面には、ペットボトルキャップがワクチンにかわるまでの流れを掲載しました。

ペットボトルキャップ回収

毎年恒例のペットボトルキャップ回収を今年も実施! 「世界の子どもにワクチンを 日本委員会」を通じて、世界の子どもにワクチンとして届けられます。

ピーくんpresentsおしゃべりベンチ

たまたま一緒に座った人同士がテーマに沿っておしゃべりするコンセプトなベンチ。スタッフも加わりながら、参加者の皆様と会話! ワクワクどきどきな瞬間が生まれました。



ピーくんのありがとカード

ちょっとしたひとことが、ありふれた瞬間を心あたまるものにしてくれる。そんな思いから生まれたメッセージカードです。会場内で商品を買ったり売ったりする際だけでなく、家に持ち帰って家族や友達などに渡すこともできる仕様になりました。



お客様の声に活かされて vol.6

近隣の方やお客様のご家族にも寄り添う対応を

日々さまざまな「お客様からの声」を拝聴し、サービスの改善につなげていくカスタマーセンター。毎日の仕事への想いや、実際に寄せられたお声をご紹介します。

カスタマーセンターではお客様から頂戴したご意見をもとに、お客様が感じられた不快な点や不具合があった部分の改善をおこない、ピーアークがよりご支持を頂ける店舗とされるよう取り組んでおります。一方で、近隣にお住まいの方やお客様のご家族など、お客様以外の方のご意見に対応するケースもございます。店舗に起因してご迷惑をおかけしたことや、お困りになられたことでのご連絡であれば、当然のことながらできる対応をおこないます。

あるお客様の家族よりカスタマーセンターに相談のお電話がありました。対象のお客様は女性のご常連様で、八十歳をゆうに超えるご高齢です。ご本人は健康で元気いっぱい、ご自身のお金で無理なく楽しんでいらっしゃるようですが、閉店の時刻までご遊技されることもあり、高齢者の深夜の一人歩きによる事故や事件を心配されているものでした。遊技中は携帯電話にも出ないとのこと。ご家族から伝えても聞き入れないが、店舗スタッフの言うことならば聞き入るとおっしゃって、夜になったら退店させてほしいという相談でした。ご本人が望まれてご遊技されているわけですから、退店を強いることはできません。しかしながら、連絡すらくかない状態で

は、ご家族の不安が続くことも重々お察しできます。店舗として何ができるか検討をおこない、「ご家族からお電話がかかってこないか、一度スマホを確認されてはいかがでしょうか」「ご家族が心配されているようですがお時間は大丈夫ですか」など、夜の時間帯で見かけた際には何気ない会話とともに「お声がけ」をおこなうことをもって、ご相談への対応とさせていただきます。

また、近隣にお住まいの方から、店外の喫煙スペースについて、路上喫煙を禁止する条例に違反しているのではないかとのご意見が届いたこともございます。条例に違反しているならば即座に撤去する必要がありますので、役所に改めて確認をおこないましたが、公道から離れた敷地内に位置しており、条例の対象外でした。

しかし、駅への近道として一般の方々が多く通行されていることも認識していただので、条例対象外だからよしとして終えるのではなく、ご意見の意図をくみ取って、できる対応をおこなうことにしました。保健所に相談のうえ、ツールを使用した喫煙スペースの明確な区分けと、通行される方々に向けた配慮をお願いする啓発活動の

通勤されている方からのご指摘

「ホームで電車を待っていると、店舗の照明が激しく点滅して刺激が強く、頭痛と目が回る感じがします。もう少し調整できませんか」

通勤で、店舗に隣接する駅を利用されている方からのご指摘で、思いもよらぬところでもご迷惑をおかけしてしまうことがあると改めて気付かされた一件でした。

急ぎ店舗に連絡をとり、当日のうちに点滅の速度と頻度を減少させて光量を調整し、お詫びの返信対応をおこなっております。

継続にて、周囲に配慮くださったご利用が定着しました。

お客様の声に対応する取り組み同様、お客様以外の方の不安や不快を訴える声にも誠意を持って対応することは企業の社会的責任の一つでもあります。これからもピーアークに向けられた声にしっかりと向き合い、お客様や社会からご支持を頂けるよう取り組んでまいります。

カスタマーセンター担当

TALK SESSION



今回のテーマ

「自身と会社の成長を考える」

アクティブキャリアプログラム(以下ACP)を受講した3名の若手管理職の社員が研修の特徴や人材育成強化に取り組む会社の未来について語り合いました。



ピーアーク相模大野副店長 Aさん



ピーアーク千葉駅前マネージャー Bさん



ピーアーク草加マネージャー Cさん

Q ACPで身についた力は？

Cさん 半年間かけてプロモーションや営業に関する数値の見方を、その道のプロフェッショナルから、手取り足取り教えてもらったのが本当に大きかったですね。数字に強くなれたという実感がある。

Aさん 普段は先輩からOJTで業務を覚えてもらうことがほとんど。このチャンスを生かすために、半年間は「誰よりもこの業界について考えよう」と思って没頭しました。

Bさん マーケティングや台のレイアウトなど、店舗経営に必要なロジックを基礎から学べたのもよかったですね。店長に戦略を提案するときも、ロジックや数値の根拠があるかないかで説得力が全然違ってくる。

Cさん 私も何をどうすべきか考えるときの根拠が明確になったと思います。従来の研修と違って、ACPでは課題の実践を通じて分からない点があれば、しっかりアフターフォローがある。そういった仕組みはすごく

助かりましたね。
Aさん これだけの時間をかけて教育に投資してもらえるのは、本当に貴重な機会。研修中も店舗は営業しているわけで、お店の仲間がフォローしてくれたからこそ参加できた。だから自分たちが学んだことを活かして営業で成果をあげ、後輩を次のステップに押し上げることが恩返しになると考えています。



Q 社員の成長を促進させるピーアークの魅力とは？

Bさん 私自身、アルバイトから中途入社して右も左も分からないときに、先輩たちが自分の時間を惜しげもなく使って仕事を教えてくれて。相手のために行動できる人がたくさんいるところは魅力ですよ。

Aさん あとは年功序列じゃないところかな。数字という結果を出せば、年齢に関係なくポジションを用意してくれるし、やる気のある人材を発掘してきちんと評価する仕組みが整っていると思う。

Cさん 世間では、今の20代ってあまり出世したくない人が多いと言われていますが、自分のやりたいことやポジションについて、理解しきれていないというのが一

因かもしれない。後輩社員から見て、こんなふうになりたいと思ってもらえる先輩でありたいですね。

Aさん 若い世代を育て、どうやって新しい風を起こしていけるか。それが将来的に30、40店舗という会社の成長に結びつく気がします。

Bさん その点、今は研修の種類や仕組みが充実して、会社が人材の育成に本気で取り組んでいるのをひしひしと感じますね。

Cさん お客様の「楽しい」はもちろんだけど、自分たち自身も楽しむために、熱狂した1人ひとりが挑戦できる会社にしていきたいですね!

「楽しい」を生むつながりを。

ひとりで感じた「楽しい」も、
仲間と共有できれば、もっと大きくなっていく。

ひとりでは見過ごしてしまう「楽しい」にも、
仲間がすすめてくれるなら、チャレンジしていける。

エンターテインメントが多様化し、
新しいコンテンツが続々と生まれる世の中で、

日々を豊かにしてくれるような「楽しい」は、
「人とのつながり」とともにあると、私たちは考えます。

ワクワクとドキドキにあふれた人生を、
すべての人が送れる社会を目指して。

ピーアークは、“「楽しい」を生むつながりを。”
創出してまいります。

PARK