

ピーアークの今がわかる情報誌。

PARK NOW

2025.12

VOL.

07

驚きと熱狂のために

すべての挑戦は



対談

熱狂は、「面白い」を出し合える
居場所から生まれる

面白法人カヤック 代表取締役CEO

やな さわ だい すけ

柳澤 大輔氏

代表取締役社長

しょう じ まこと

庄司 眞



PICK UP

NOW

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

初参加のイベントも！ 地域とのつながりを育む催事



人気イベントが町田に初上陸！



50組の親子にご参加いただきました

ピーアークでは、催事への参加を通して地域とのつながりを育む取り組みを進めています。今年は新たに「ニクオンMachidaBASE(町田市)」と「タケノツカハロウィン(足立区)」に参加しました。

「ニクオン」は、墨田区で高い人気を誇る音楽とお肉のイベントです。幕張フリマや各地での催事活動を知った主催者様からご相談があり、協賛する運びとなりました。また「タケノツカハロウィン」は、ロータリーにあるカフェ「ミントポ」さんからのご相談をきっかけに実現した催事です。地域商店6店舗にご協力いただき、8拠点をめぐる2部制のツアーが開催されました。

さらに「第37回大野北銀河まつり(相模原市)」はコロナ禍以降、久しぶりの参加となりました。ブースの盛況ぶりを見た商店会からは入会を強く勧められ、学生さんから学園祭へのお声がけをいただくなど、嬉しい広がりも生まれました。

\\ 2026年度の内定式をおこないました //

本年の内定式では、5名の新しい仲間を迎えました。業界への深い愛着と、未来を変えたいという高い志を持つ彼らは、ピーアークの「楽しい」に一生懸命取り組む姿勢や、人を大切にする風土に強く共感してくれました。それぞれが個性豊かで、これからの成長が期待される人材です。来年4月の入社に向けて、私たちも万全の受け入れ体制を整え、新たな仲間との出会いを心待ちにしています。



その先の未来を描くための 成長と挑戦

店舗の大型化やパチスロ傾倒が進む中、
ピーアークの考える成長は
店舗の数や規模の拡大にとどまりません。
もっとワクワクドキドキできる
エンターテインメントへの進化。
未来を描くための挑戦が始まっています。

導入・プロモーションすることで全体の底上げを図ってまいりました。サービス面では、未来においてお客様に感じていただきたい状態を店舗ごとに「サービスロードマップ」として可視化し、外部調査を取り入れながら改善行動を進めております。

「人材の成長」としては、全役職での教育研修をベースに、各上位評価者へ特別プログラムを本格始動。さらに国内外でのLive Entertainmentを体験学習する機会を設けることで成長を加速させております。また、60歳定年後も専門性を活かした持続的な活躍ができるように制度変更をおこないました。

「コイポレートの成長」としては、全社員がお客様に新たな遊技体験を企画提案する「Exciting PARK」を継続実施し、多くの挑戦が生まれました。採用活動においては、新卒採用だけでなく、業界内外を問わず中途採用やアルバイトの社員登用などで広く人材を募り、10月に新たな仲間を迎えました。また、AIやRPAといった技術を積極的に取り入れることで、業務の効率化や精度・速度の大幅改善を実現しております。

以上の結果、上期前年比では売上高107・3%とさらなる成長を達成。そして、グループ連結売上高1000億円を射程に捉えた今、さらにその先の未来を見据えて必要な歩みを一歩一歩進めております。それはパチンコ・スロットファンがよりワクワクドキドキできるエンターテインメントへ進化していくための、まったく新しい遊技体験とFun商品の開発への挑戦です。2026年も『楽しい』を生むつながりを、『をミッションとするピーアークにどうぞご期待ください。』

代表取締役社長 庄司 眞

2025年度のパチンコ業界は、スマート遊技機の普及と進化が進み、さまざまな機能を搭載した遊技機が誕生しました。パチンコ遊技機においては演出を任意でスキップできるなど、さまざまな機能を搭載した機種が登場。パチスロ遊技機にも「ボナストリガー」というノーマルタイプでありながらも一度に大量獲得が可能な機種が登場しました。

警察庁発表による2024年末時点でのパチンコホール店舗数は6706軒(前年比377軒減)、1店舗あたりの平均台数496・0台(過去最高)。設置遊技機においては、パチンコ遊技機196万9913台(前年比5・2%減)、パチスロ遊技機135万5839台(0・6%増8年ぶりに増加)と、店舗の大型化とパチスロ傾倒が進んでおり、この流れは今後も進むことが予測されております。

そのような中、ピーアークでは『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』を経営方針に掲げ、『営業の成長』『人材の成長』『コイポレートの成長』を三本柱に推し進めてまいりました。

まず『営業の成長』については、全店舗が「店舗コンセプト」を今の市況に合わせたものに再設計して実行。変化の激しい環境下でもブレない運営を各店で考え実行できる体制を構築しました。たとえばパチスロ専門店であるピーアーク北千住SSSは、パチスロ優勢の業界状況からエリアのポジションアップの機会と捉え、増床・増台とともに新たな遊技体験をお客様に広く訴求するために、4月にリニューアル戦略を実施しました。その結果、北千住エリアの売上高上期前年比は136・4%となりました。

さらに業界的にも堅調なパチスロをベースに、パチンコの新基準機であるラッキートリガー機を積極的に



面白法人カヤック
代表取締役 CEO

柳澤大輔氏

DAISUKE YANASAWA

ビーアークホールディングス株式会社
代表取締役社長

庄司眞

MAKOTO SHOJI

熱狂は、「面白い」を出し合える 居場所から生まれる

27年前に柳澤大輔氏ら学生時代の友人3人で設立した株式会社カヤック。「面白法人」を名乗り、SNSでバズる話題の広告やアイデアを提供する面白プロデュース事業のほか、ゲーム事業、XRやメタバース事業、さらには「うんこミュージアム」の開設や、コミュニティ通貨を活用した地域活性化事業まで、ユーモアに富んだ事業を展開しています。多くの人を引きつける面白いアイデアはどのように生まれているのか。CEOの柳澤さんにお話を伺いました。

「面白い」を届けるために
まず自分たちが面白がれる
文化をつくる

庄司(以下 庄) 本日はよろしくお願ひいたします。早速ですが、柳澤さんはパチンコってされますか？

柳澤(以下 柳) 大学時代にやっていましたね。そこそ相模原にあるビーアークさんのお店によく行ってましたよ。

庄 ええ、そうなんですか！本当に嬉しいです。今回、柳澤さんにお話を伺いたいと思ったのは、御社の掲げる「面白い」というキーワードと、当社の掲げる「楽しい」「熱狂」というキーワードが、どちらも事業の根幹にあるという点で非常にシンパシーを感じたからです。当社は今、「楽しい」を生むつながりを。」をミッションに掲げています。お店の中でも、お客様が単にパチンコを楽しむだけでなく、遊技を通じてスタッフとお客様あるいはお客様同士をつなげるようなアクションを企画する

ことで、人のつながりをつくりたいと考えています。

柳 すごくオリジナリティがありますよね。パチンコという、どうしても一人で黙々とやるイメージじゃないですか。「つながり」をテーマに掲げているパチンコのお店はなかなかないでしょうし、それ自体がすごく本質的で優位性になりそうです。

庄 ありがとうございます。そういった点で、実際に鎌倉で「地域資本主義」を掲げて、住民同士の「つながり」をつくっていらっしゃる柳澤さんにお話を伺いたいです。柳澤さんは、「つながり」をまち全体でつくっていらつしゃいますが、その仕組みの設計や継続の仕方にも、色々な工夫や考えがあると思います。まず御社の事業の軸足である「面白い」について、どう定義されていますか？

柳 会社を設立したのは27年前ですが、そのときにまず「面白法人」というキャッチコピーをつけました。法人格も一つの

「人」だと考えたときに、「面白い人」がいいな、と。「面白がっている状態」が多い方が、きっと世界はハッピーになるだろうと考えているので。ただ幸福学によると、何もハプニングが起らないと、幸福度は下がるというデータもある。そのため当社では、「うんこミュージアム」のような、少し尖った方向の「面白い」を追求しています。多少の失敗や挫折も「大変だったね」ではなく「面白いね」と肯定的に捉える。社内にも「何でも面白がろう」という文化が根付いていますね。

庄 なるほど。我々もお客様に「楽しい」を提供するからには、まず自分たちが楽しくなければいけないと考えています。当社は年に2回、誰でも新しいサービスや改善案を企画し、提案できるイベントをやっているのですが、そこで常に議論になるのが「その『楽しい』は独りよがりになっていないか」という点です。自分たちが楽しいのは当然ですが、お客様も楽しくなければ、会社として間違っ

た方向に進んでしまうのではないかと考えます。その点はどうお考えですか？

柳 仰る通りで、外から「面白い」と言われるためには、自分たちが楽しんでるだけではダメで、サービスが受け入れられなければなりません。その点では、「話題になるものをつくる」という明確な基準があります。我々の制作物が、社会の多くの人々にちゃんとシェアされているかどうか。「いいね」やシェア数、インプレッション数など、いわゆる「バズったかどうか」が一つの指標です。お客様に面白く思ってもらえなければ、シェアも口コミも広がりにませんし、次のお仕事の相談もありませんから。

人が集い、話し合い、
笑顔になれる「居場所」を
いかに設計するか

庄 プロジェクトチームを立ち上げるうえで、それぞれの「面白い」という感覚をクライアントやチーム内のメンバー同士ですり合わせるような機会は設け

ているんでしょうか？

柳 細かく言語化はせず、我々のこれまでの制作物やエピソードなどの「塊」を見せるくらいです。例えば、社内に通称「Hスタジオ」というゲーム制作チームがあるのですが、尖った人や変わった人ばかりが集まった「スクール・ウォーズ」みたいなチームなんです。でも、そのチームが作ったゲームが今年大ヒットした。ほかではうまくハマらなかった人材がワンチームになって結果を出したんです。こうした「面白いエピソードを面白そうに語って人に伝えていく」ことで、面白い価値観を共有していますね。

庄 なるほど。続いて伺いたいの、が、「体験価値の向上」についてです。パチンコホールというリアルな場での体験価値をどう差別化していくか。負けてしまったお客様をどうケアするかで、再来店率が変わるというデータも出ているんです。そこで当社では、接客についての独自資格や制度を設けることで、



「うんこミュージアム」は累計来場者数200万人を突破。また、鎌倉にある「まちの社員食堂」(写真右)は地域コミュニティの拠点となっている。

スタッフの接客接遇の向上や
お店のデザイン、賞品などで
付加価値をつけていこうと取
り組んでいます。

柳 それはいいですね。パチン
コホールが2つあったら、接客
のよいほうに絶対行きたい。

庄 2020年に「10年後に向
けたビジョン」をつくる際、お
客様にインタビュールさせていた
だいたのですが、最も多く出て
きたのが「居場所」というワード
でした。仕事や家庭から離れ、
自分だけの時間と空間を求めて
来られる方が多いんです。そこ
で我々としては、単に遊技機を
置くだけではなく、人を通じて
「ここに来てよかった」と思っ
てもらえるようなエピソード
をつくりたいと考えています。

柳 そうですね。そういう空気
感の場になると、自然と企画が
持ち込まれるようになるんです。
まちの社員食堂も土日は休みで
すが、「土日にイベントで使い
たい」という相談が来るようにな
りました。それが、地域の
つながりを増やすイベント
だったり、子ども食堂だつた
り、何かやりたいと思った人
が「あそこに相談してみよう」
と思える場所になっていく。

庄 カマコンは、参加者同士が
お互いを応援しなくなる仕組み
づくりが素晴らしいなと思いま
した。

柳 順番としては、まず内部
でアイデアを潰さずに取り入
れる文化をつくって組織力を
つける。そのうえで、外から
来た企画に対して、お金も人
もちゃんと出して取り組める
ようにしていくという流れで
した。カマコンも、最初は
「1Tのアドバイスをします」
といった実利的なメリットを
打ち出して人を集めたんです。
そのうち人が集まるようにな
り、応援し合う文化が生まれ、
自走し始めました。しかも早い

段階から会費制にして参加者か
らお金を集め、それを活動資金
に充てています。やはり理想だ
けではなく、ちゃんと実現する
力、事業を成立させる力もつけ
ることが重要です。

賛否両論の人々を 「プレスト」で巻き込んで 「熱狂」を生み出す

庄 こういったアイデアが出や
すいのは、カヤックさんの「プ
レスト文化」の効果が大きいの
でしょうか。

柳 そうですね。カマコンもプ
レストから生まれました。こう
した仕組みは、全国の何十か所
にも広がっています。最近、面
白法人グループの仲間になった
サッカーチーム（FC琉球
OKINAWA）でも、サポー
ターとプレストをやっているん
ですよ。

庄 そうなんですね。

柳 去年、僕がFC琉球の社長
に就任したばかりのときに、「エ

ンブレム問題」に直面しました。
エンブレムをシンブルなデザイ
ンに変更する動きがあり、サ
ポーターから大反対が起きたん
です。そこで、サポーターを集
めて「どの要素を残せば、全員
が納得できる新エンブレムをつ
くれるか」というお題でプレス
トをしました。反対している人
たちも巻き込んで、一緒に考え
てもらったんです。これを5回
くらいやったら、スムーズに、
そしてサポーターと一緒につく
りあげたエンブレムに刷新する
ことができました。

庄 そうした賛否両論の人々を
巻き込む場づくりが「熱狂」を生
み出すんですね。

柳 やはり観客が主体的に参加
できる「居場所」をつくることが
大事です。お客さんだった人が、
つくる側に回って初めて本物の
「居場所（ホーム）」ができる。サッ
カーも最初はいちファンだけど、
サポーターの幹部になってファ
ンを束ねるようになると、「自分
たちがチームを支えているんだ」
という意識が芽生えてきます。

負けたときは「自分たちの応援
が弱いから負けました、すみま
せん」って謝りさえますから。

庄 それはまさしく、12番目の
選手ですね。

柳 そうです。選手と対等だと
思っているから真剣になれるわ
けです。そして負けそうなとき
は「諦めんなー」って選手を熱く
鼓舞するようにもなる。そして
観客から運営側へと関わりが深
まると、さらに熱狂は高まって
いくのだと感じます。

庄 パチンコは基本一人で遊
ぶものですが、人々が同じ場
所に集まって同じゲームを楽
しんでいるという点ではサッ
カーと共通しています。一方
で、朝の入店順番を決める瞬
間や、ホールのどこかで大当
たりした音、宝探しのよう
にデータを見比べながら遊技台
を探す瞬間など、パチンコな
らではのワクワクする瞬間も
あって、お客様が結果に一喜
一憂している様がホール全体
に熱気を生んでいるんです。

柳 パチンコはファン全員が
プレイヤーでもありますから、
熱くなりますよね。

庄 ピークでは今、その
先の熱狂を生むために企画案
を練っている最中で、まさに
お客様を当事者、主人公にし
ていく仕掛けが大事だと思っ
ているのですが、プレストの
やり方にも柳澤さんならではの

の工夫があるんですか？

柳 参加者としてプレストに
加わるときは、あえて「しよ
うもないこと」を言いますね。
いいアイデアばかり出すと周
りが萎縮してしまうので、「こ
んなアイデアでもいいんだ」
と思ってもらうくらいがちょ
うどいい。一方でファシリ
テーターとして参加するとき



ブレストをおこない アイデアが生まれやすい 素地をつくる

は「問い」が重要です。どういう問いを投げかけるかで、場の盛り上がり方が変わります。参加者の構成も重要なポイントですね。ブレストに慣れていない人ばかりだとうまくいかないので、話し慣れている人を半分くらい入れて配置を調整しながら全体を設計する。何回か繰り返しすることで、組織がだんだんと「ブレスト体質」になっていきます。

庄 勉強になります。当社はカスタマーセンターを自前で持っているのですが、正直なところ寄せられる声の8〜9割は出玉に関するクレームなんです。でも残りの1割に、我々がやるべきことのヒントが詰まっている。それを信じてカスタマーセンターを続けているんです。さらにもっとたくさんファンの声を集められるように、さまざまなチャレンジを重ねていくことが必要だなと感じました。

柳 その方々こそが、熱狂のコアになり、新しいお客様を勧めてくれる人たちですからね。

チャレンジを評価する制度を整えたりしています。毎週役員会があるので、そこに議案としてあげることもできます。

そこで当社では、全スタッフがお客様から頂いた「ありがとう」のエピソードを投稿し、毎月ベストエピソードを選ぶ

「Fanエビ」という取り組みを続けています。例えば御社では、「面白い」を可視化したリ、定量化したりするために、SNSの「いいね」の数以外で、何か意識的に取り組んでいращやることはありますか？

柳 社内の「面白い」事例に関しては、エピソードを集めて、いつでも見られるようにしています。その一部を漫画化して、ウェブサイトで社外に公開もしていますね。あとは「スマイル給」という制度があります。毎月、全社員がランダムな組み合わせで、ほかの社員を褒めるメッセージを送るんです。誰に送るかは月の初めに決まるので、その1か月の間は相手の働きぶりを自然と見るようになります。もらったメッセージは、退職するときに卒業証書のようにまとめてプレゼントしているんですよ。これは社員同士が新しい関係を築ききっかけにもなっています。

柳 いいですね。誰かが誰かに「ありがとう」と言っているのを見るだけでも、温かい気持ちになります。「ありがとう」という言葉には、すごい力がありますよね。

庄 本当にそう思います。

閃きは生まれにくいですよ。

柳 そうですね。一人だけですごいアイデアを持ってきたというケースは少ないかもしれません。社内のS i a c k（コミュニケーションツール）で「〇〇に興味がある人、ブレストしませんか？」と呼びかけると、すぐに結構な人が集まるんですよ。ちょうど昨日の夜も、「結婚する社員を祝う会の出し物は何がいいか」ということで、皆でお酒を飲みながらブレストしていました（笑）。

庄 我々はパチンコホールとして、パチンコが好きの人をどれだけ増やせるかにチャレンジしていきたいです。そのためには、「熱狂」できるファンづくりが不可欠。お客様一人ひとりの遊技だけでは生まれない、人と人がつながることによって生まれる熱量を、お店の中でたくさんつくってきたい。「あのお店に行くと、なんだかみんな熱狂していて面白い」。そう思ってください



はどのようにつくられているのでしょうか。

庄 面白いですね！当社でも「Exciting PARK」という全社員参加型の企画提案制度を2023年からおこなっています。これまで4回実施して、2000近い企画が提案され、その中から店舗独自のキャラクターや遊技結果のランキング表示、話題の新機種の展示台の設置といったアイデアが実現しました。御社は、特に新しいアイデアや企画を提案しやすい社風だと感じますが、それ

柳 提案しやすい環境の前に、まず「提案が生まれてくる」状態をつくらないといけません。そのためにブレストを日常的におこない、「アイデアを思いつきやすい素地」をつくるのが、第一歩だと思います。思いついてしまえば、誰かに言いたくなるじゃないですか。あとは、アイデアの発表の場を設けたり、

場所を目指しています。

柳 我々も「面白がれる人生を歩める人を増やす」ことを目指しています。例えば何でもいいのですが、夜寝る前に、次のサッカーの試合でどうやって勝つかを想像してワクワクしたり。そういうものが一つでも増えると、人生は楽しくなる。パチンコで当たりワクするのをイメージしてワクワクするのも、まったく同じですよ。

庄 そうなんです。ただホールでは、大当たり中以外の時間を楽しんでいるようなお客様が見受けられることもあります。大当たりまでのプロセスを楽しむにいくという現状があるのかもしれない。

柳 その点は、まだまだ工夫できる余地がありそうですね。複数のお客様がチームになって遊べるようになるなど、これまでのパチンコの概念を覆すような新しいホールづくりのアイデアがこれから生まれる

かもしれません。

庄 そうですね。以前、浅草でインバウンドの方に向けてパチンコを体験してもらう企画をやったことがあるのですが、そのときは当たると、みんなでハイタッチして大喜びしていました。あの景色をもう一度、日本のパチンコ業界にもつくりたいと考えています。本日はありがとうございました！

柳澤 大輔 氏

面白法人カヤック 代表取締役CEO
琉球フットボールクラブ株式会社 代表取締役社長

1974年香港生まれ。1998年、学生時代の友人と共に面白法人カヤックを設立。鎌倉に本社を置き、ゲームアプリや広告制作などのコンテンツを数多く発信。カンヌライオンズ 国際クリエイティビティ・フェスティバル(2012年)をはじめ多数のWeb広告賞の審査員や、内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議構成員(2021年～2024年)を務める。2024年、FC琉球を運営する琉球フットボールクラブ株式会社の代表取締役役に就任。沖縄県内に第2本社「面白法人カヤック沖縄本社」を設立し、FC琉球のJ2昇格を目指して挑戦中。



チームワークがよくなりオープンな関係性を育む効果があるブレスト。
鎌倉活性化プロジェクト「カマコン」やFC琉球のサポーター会議でも取り入れている。

▶ 社員が語る学びのポイント



街全体が非現実的なドラマのようで、顧客を主役にする舞台装置として、細部まで計算されている点に、プロの仕事を感じ心から感動しました。



本場のカジノを視察し、パチンコの本質はエンタメ体験なんだと感じました。熱狂の源泉は感情の共鳴、そして予想を超える驚きや美しさ、没入感にありました。



人々が歓声をあげる姿が印象的。日々の研鑽によって極められたものは言語・国境の壁を越えて人の心に届くのだと教えられました。

▶ 日々のホールに活かせる「熱狂」のアイデア



- ✓ 店内でのマイクパフォーマンスやBGM、照明の変化で何が起こるのかというワクワク感の演出
- ✓ お客様の期待値が一番高い抽選前後の時間に、ライブ感や高揚感を高めるための工夫をする
- ✓ 季節ごとにお客様を楽しませる見た目や香りなど、五感を刺激して遊技の体験を印象づける
- ✓ 喫煙室やトイレ、レストスペースなどの足を止める場で、自社(自店)のコンセプトや提供価値をアピール

現場から学ぶ!

エンタメ
視察
レポート

人々を熱狂させる マカオの統合型リゾート

TRAINING THEME

世界最大級のカジノ市場として、世界一の収益力を誇るマカオ。その持続的な成長は、ホテルや飲食店、ショッピングモールなどを含めた統合型リゾートとしての展開が鍵となっています。斬新な意匠の建築や、圧倒的なパフォーマンスで世界的に知られるショーコンテンツ。訪れた人々を熱狂させる非日常の演出や仕掛けについて、実際に社員が体験した学びをレポートします。

05 | ウォーターショー



大人気の「ザ・ハウス・オブ・ダンシング・ウォーター」は、壮大な水と光の演出で観客に深い感動を与える本場の世界最大規模のウォーターショー。五感を刺激される「リアル」だからこそ得られる感動がありました。

03 | バスナイトツアー

バスに乗って夜のマカオ市内を周遊。訪問時のマカオは雨季で、気温は30度超。さらびやかな街並みに興奮したのもつかの間、スコールに見舞われて刺激的な体験に。



04 | teamLab SuperNature



アートコレクティブ・チームラボによる、非常に複雑で高低差のある立体的でインタラクティブな「身体ごと没入するアート空間」。没入感と共創感を堪能しました。



02 | カジノ視察



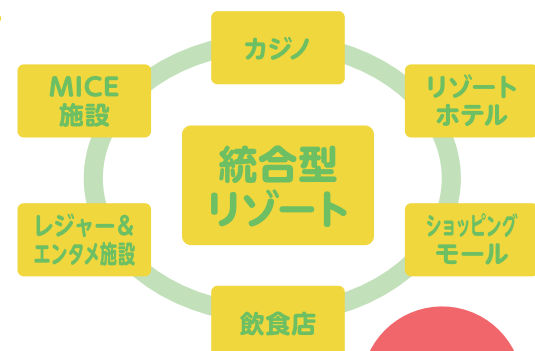
伝統と革新を共存させたモデルとして、老舗顧客から新規訪問者まで幅広い層に人気のカジノリスボア。街全体が風水をもとに設計されているマカオは斬新な構造の建築物が多く、非日常を味わう空間づくりのヒントにあふれています。

マカオ料理
レストランで
現地のグルメを
堪能!



01 | 座学研修

START!



事業の構造を
研修で学習

マカオの統合型リゾートについて、施設や顧客、収支などの市場環境と合わせて事業展開のポイントを座学研修で確認。人を熱狂させる、楽しませるために仕掛けている工夫や、非日常感やにぎわいを創出する集客策についてギャラクシーマカオの具体例をもとに学びました。



ホール営業に
活かせるヒントを
たくさん
得られました!





Q3 安心して働けるピーアークの魅力とは？

Cさん 最近、子どもが産まれてパパ育休を取得しました。夜泣きもあるし、もう何が正解か分からなくなるくらい大変で、逆に育休を取れなかったら本当に家庭がやばかったと思っています。

Bさん 私も次女が産まれたときに、妻と相談して2か月取りました。おかげで時間に余裕ができたので、長女と遊ぶ機会も作れてよかった。人事の方が親身に相談に乗ってくれたり、制度について教えてくれて助かりました。

Cさん 私にも「1か月だけで大丈夫？」と尋ねてくれて、快く取得できました。

Aさん あとカフェテリアプランも嬉しいですよ。年2~3万円の範囲で、会社が社員のために医療費やレジャー費など幅広く補助してくれる。私は実家が遠く、帰省のたびに新幹線代がかかるのすごく助かっています。

Bさん 最近、子どもの自転車を買ったときに利用しましたね。

Cさん 私は人間ドックと簿記の参考書代だったかな。そういう

補助に加えて、年間120日の休日にプラス、上期と下期でしっかり有給を取得しましょうと、オンとオフでメリハリをつけて働く文化が根付いていて、超ホワイトですね。

Aさん ワークライフバランスが整っている環境は大事ですよ。これから新卒で会社に入る人たちが安心して働ける会社でありたい。



Q4 これからも大切にしたいピーアークらしさとは？

Cさん 14年前に会社説明会に参加したとき、ボードゲームで自社を紹介していて「なんて楽しい会社なんだ」と思ったんです。実際どうすればお客様を楽しませられるか、日々頭を使うことの連続だけど、「楽しい」を追求できるのがうちの会社らしさだと思う。

Aさん 今は遊技も計数も交換も、人と触れ合わずにできてしまう時代。そこに「私たちがいることの価値は、やっぱりお客様と楽しい時間を共有して、つながりを作ることにある」んじゃないかなって。

Bさん 私は入社するまでノンユーザーだったんです。だから店を任せられる立場になったら、地域の方々と触れ合うイベントを増やして、もっとたくさんの人に「パチンコって面白い」と

思ってもらいたい。

Aさん 私も地域のイベントに参加するのはリフレッシュにもなるし、普段と違ってお子様とも交流できて楽しい。そういうふれあいはこれからも続いてほしいな。

Bさん やっぱり大事なのは「人とのつながり」。同じ思いを持つ仲間を増やしていけば、ピーアークはもっと大きくなっていくはず。

Cさん YouTubeの「ピーアークちゃんねる」もフォロワーが13万人以上いて頑張っているしね。でも一方で、まだ世の中のみんなにこの業界が認められていないなと感じることもある。だからこそ店舗を盛り上げて、お客様や社会から、もっともっと期待される存在になっていきたいですね。

社員が語り合うピーアーク

TALK SESSION



今回のテーマ /

自分らしく、ピーアークらしく働く

新入社員とチーフ、マネージャーの役職に就く社員の3名が集まりそれぞれの視点で、仕事や会社の魅力、ピーアークの未来について語り合いました。



ピーアーク ガーデン
社員
Aさん



ピーアーク 草加
チーフ
Bさん



ピーアーク 越谷
マネージャー
Cさん

Q1 ピーアークならではの仕事のやりがいは？

Aさん 多くのお客様にとって遊技の勝ち負けが大事だと思いますが、それを超えたところで感謝されたり、「また来るね」って言ってもらえる瞬間がとても嬉しいし、一番のやりがいを感じています。

Cさん ピーアークは遊技台のスマート化に力を入れていて、玉箱業務がない分、接客に多くの時間を割ける。ホールでお客様と話したり、心が通ったコミュニケーションを取ることをすごく重視していますね。

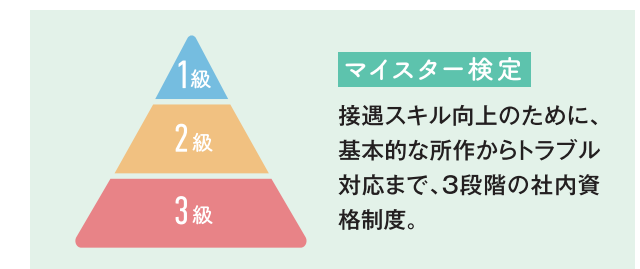
Bさん 確かに私が入社したときから、当時の社長も今の庄司社長も、一貫して「人とのつながりの大切さ」について語っていました。その思いが店舗のスタッフみんなに浸透している。

Aさん 会社説明会のときに、他社は出玉優先・経営優先という話をしていた。この業界はそうなんだと思ったとき、ピーアークはお客様を歓迎する姿勢を大切にしていると聞き、私はそれがいいなと思って応募したんです。

Cさん 会社全体が接客を第一に考えているから、ホールスタッフ

にマイスター検定(下図)の取得を積極的に薦めていますよね。正直、遊技台だけで他店と差別化することは難しいし、いかに接遇でお客様の支持を得られるかが大事だと思います。

Bさん お客様に私たちの魅力を伝えたり、来店いただくためにどうすればいいか。チーフとしてホールを統括する立場なので、そのきっかけを生むアクションを自分で考えて行動に移せる点もやりがいにつながっています。



Q2 自分の成長に役立った会社の取り組みといえば？

Cさん チーフ、マネージャー、副店長と、ステップアップをサポートする研修制度「アクティブキャリアプログラム(ACP)」ですね。私は副店長を目指して受講したけど、小学生が中学生の勉強をするくらいレベルが高く刺激を受けました。

Bさん 私も昨年、ACPを受けました。チームビルディングやリーダーシップの考え方など、これまで感覚的におこなってきた物事について、基本的な理論からしっかりと学べる機会となったのがとても良かったです。

Aさん 1年目の社員としては、経験値が足りない部分を役職研修で定期的に補ってくれるのがすごく助かっていますね。ちょっと量が多いけれど(笑)。

Cさん 私は「レベルの高い場所でもがくのが努力、それを難なくこなせるようになったら成長」という言葉が好きで。マネジメントやデータ管理、人材育成など、今は難しく感じる仕事になんかできるようになったら、自分も成長できると頑張って頑張っています。

Aさん 制度だけではなく、なんていうか先輩がいい人。入社前に現場の先輩社員が仕事内容や職場環境を親身に話してくれて、すごく安心できた。特に私は就職を機に秋田から上京したばかりで心細かったんです。でもこういう人たちがいる会社なら大丈夫だなって。

各地域で

さまざまなイベントがおこなわれました！

相模原エリア以外にも、各地域の催事に参加しました。その数、合わせて13イベント！
ピーアークは、今後も地域コミュニティのつながりを生む挑戦を続け、ソーシャルグッド活動に取り組んでいきます。



かわいい仮装で
地域のお店を訪問！



子どもたちとの交流を
楽しむピーくん



三田春日神社例大祭



熱気あふれるよさこい



第8回 慶仲祭 ～ふれあい祭～



北綾瀬 上谷中町自治会
納涼盆踊り大会



竹塚神社例大祭



新城はってん会夜店市

まちとのつながりを大切に

地域催事に参加しています

新たに2つのイベントに参加した
相模原エリアをピックアップ！



今年も地域とのつながりを深めるため、各地の催事に参加しました。相模原エリアでは、第37回大野北銀河まつり(①)、さがみおおのハロウィンフェスティバル2025(②)、相模大野もんじえ祭り(③)に加え、新たにニクオンMachidaBASE(④)に参加し、多くの方々と交流しました。

参加した社員の声

お客様の枠を越えて広がる
「楽しい」を生むつながり

店舗にお越しいただけるお客様とは違い、お店に来ない方、来られない方々とのようにつながりをつくるのか。その答えがソーシャルグッド活動だと思っています。会社のビジョン達成に向けた「楽しい」を生むつながりを、ピーアークらしさを用いて最も体現できるのが地域催事への参加ではないでしょうか。

ピーアーク 相模原



ピーくんが広げる交流の輪

地域のイベントや催事に参加すると、どこへ行ってもピーくんの人気は素晴らしく、多くの方々に親しんでいただいていることを実感します。子どもたちの笑顔や、地域の皆様との会話を通じて、店舗だけでは得られない貴重な交流が生まれています。今後も地域に根差した活動を継続し、信頼関係を築いていきます。

ピーアーク 相模大野



EVENT REPORT

EVENT REPORT

お客様の声に活かされて vol.7

声の奥にある思いに寄り添い、お客様との信頼を育む

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に届く声は、ときに厳しく、ときに切実です。「出ない」「負けた」といったご意見は、表面的には不満のように聞こえます。その心の奥には「もつと楽しみたかった」「期待していた」といった思いが込められている。私たちはそう受け止めています。

こうした声を、単なるクレームとして処理するのではなく、お客様が何を求めているのか、そして、ピーアークがより多くのお客様にご支持いただくために何が必要なのかを考える、貴重なきっかけとして捉えています。

遊技結果に対するご不満をうかがった最後に、改めてご愛顧への感謝をお伝えすると、「スタッフが体調を気遣ってくれた」「負けてもまた来てしまうのは、接客がいいから」といった、思いがけないお言葉をいただくことがあります。お客様がピーアークを選んでくださる理由や、評価してくださっている点を知ることができる瞬間です。

また、話すことで気持ちが整理され、「少し気分が楽になった」と笑顔になるお客様もいらっしやいます。クレームに耳を傾けることは、普段うかがうことのできないお客様の本音に触れる機会であり、ときにお客様の心のリセットにつながることもあると感じています。

15年ほど前、あるお客様から頻繁に厳しいご意見をいただいていた。言葉は荒く、罵倒で終わることもありましたが、翌日にはまたご来店くださっている。その事実、厳しい言葉の裏にあるお客様の店舗に対する期待を感じながら、真摯に対応を続けていました。

ある日、これまでとは異なるトーンの手紙がカスタマーセンターに届きました。そこには、奥様が余命いくばくもない病床にあること、そしてご自身がつらい思いをされていたときに、笑顔で接したスタッフの対応に勇気づけられたことが綴られていました。文末には「残念ですが、ピーアークに通うことはいったん区切りをつけます。これまでのことをお許しください」とあり、厳しい言葉の裏にあった出来事と本音が静かに語られていました。

私たちは、ご利用いただいていた店舗の店長とともに手紙をお送りし、ささやかではありますが、お花も添えました。

それから10年ほど経ったある日、店舗スタッフからこんな話を耳にしました。「あのときの手紙と花にはずいぶん励まされた。だからピーアーク以外の店には行かない」と、ご常連様からうかがったというエピソードです。あのお客様が再びピーアークに戻ってきてくださり、今なおご愛顧いた

お客様の心をほぐすコミュニケーション

「レストルームでウトウトしていたら注意されました。注意されるほどのことかしら」とのお電話。「盗難が心配ですので、お声掛けをしております。お客様が注意と感じられるようなお声掛けになったことをお詫び申し上げます」と説明すると、つかえていたものが取れたご様子で、ご理解いただいて終えることができました。お客様の気持ちをリセットできるのもクレーム対応の利点だと実感した出来事でした。



お客様との
つながり

FAN エピソード

PARK FAN EPISODE



心を込めたひと手間が 届いた瞬間

お客様が他のスタッフにハンカチの忘れ物について問い合わせているのを耳にしました。そのときはお預かりがなく、お客様はご遊技に戻られました。のちに店前で雨に濡れたハンカチが見つかりました。お客様を探してお声掛けすると「そのハンカチです!」と言いつつ少し悲しそうな顔をされていました。お客様はご遊技中だったため「よろしければキレイに洗ってお持ちしますね!」とお伝えすると嬉しそうにされていました。ハンカチを洗って乾かしてからお返ししたところ、凄く素敵な笑顔でお礼を言って下さり、私も嬉しく思いました。

数日後、お客様から「この前はハンカチありがとうございました!」と改めて声を掛けていただき心に響きました。

母にできなかった 親孝行を胸に

酸素ボンベを使用されているお客様が、台にもたれて座っていました。「大丈夫ですか?」と声をかけると「酸素が切れてしまい苦しい」とのこと。ご家族に連絡ができるか伺い、お持ちのスマホから電話をかけてもらいました。スマホをお借りし、替えの酸素ボンベが必要な旨をお伝えしたあと、ご家族がいらして、無事に酸素ボンベを交換することができました。お客様から、どうして困っていると分かったのかと聞かれたため、母が肺がんで酸素ボンベを使っていたことをお伝えすると「お母様に助けられました、ありがとう」と言って頂きました。お客様は8年も闘病されているそうです。母にはできなかった親孝行として、今後も気にかけていこうと思います。

小さな“ありがとう”が つないだご縁

応援勤務中、沢山のお客様との懐かしい再会がありました。勤務していたのは2年、経過した時間は9年。それでも、私を覚えていて声を掛けて下さるお客様方に心を動かされた1か月でした。

「あなたにスマホの使い方を手助けしてもらったことがあるの」と声を掛けて下さったお客様。人違いの可能性もあると思い、勤務していたのはかなり前であることを説明すると「すぐく助かったから覚えているの。間違いなくあなたよ。その節はありがとうね」と言っていました。

9年越しに頂いたそのひと言で、日々お客様と接する中で、自分が当たり前におこなっていることを心に留めていて下さるお客様がいることや、小さなありがとうを沢山のお客様から頂いてきたことを改めて実感しました。

思いやりの心が生んだ笑顔

外でゲリラ雷雨が起こったタイミングで、お客様から食事休憩の申し出がありました。お手元に雨具などは見当たらなかったため、外はかなり強い雨であることをお伝えしました。お客様は悪天候をご存知なく「一旦、休憩をとるのはやめておきます」と席に戻られました。

外の雨が止んだ頃、お客様がまだ店内にいらしたため、状況をお伝えし休憩に入られるか伺いました。お客様は「天気予報を見ると、また雨雲がきそうなのでやめておきます。ありがとうございます」と笑顔で携帯電話の天気予報を見せてくれました。今回の対応で、初めて業務外の会話を通じて、お客様の笑顔を見ることができました。

「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