

Fun for Life



vol. 7

ピーアーク コーポレートブック

P対談：
株式会社ベアーズ
専務取締役
家事研究家 **高橋ゆき氏**

「増客戦略110（イチイチマル）」

今期2012年度は、当社におきましては創業60年を超えて次のチームへ、また日本再生と同じく象徴的な経営年度となりました。経営方針は、「ピーアーク営業」の原点に立ち帰り、お客様を増やす施策に特化する「増客戦略110（イチイチマル）」を掲げています。国難の影響から反転攻勢し、顧客満足の最大化を図り、増客力を戦略的にアップさせる営業を確立致します。具体的には、重要施策の綾瀬エリア・ドミナント戦略の更新でコア事業の成長促進を図り、攻めのM&Aならびに新規出店を計画し、首都圏におけるシェア拡大で「増客110%」に挑みます。

春の商戦、ゴールデンウィーク営業では、全店好スタートを切り、特にピーアーク史上初の試みとなった「5月8日、全店合同「ピーアークの新装開店」で閉塞する殻を破り、増客力アップを共有し前進する繁忙期となりましたことをご報告致します。

また、旗艦店舗のエンターテインメントスタジオピーアークをリニューアルし、「ミニストップ」様と新業態コラボレーションへ着手、「パチンコを、その先へ。」と導くモデルとして10坪コンビニのトライアル1号店を開店いたしました。異業種シナジーによる新たな来店動機提案モデルの成果にご期待ください。

時期を同じくして、メディア戦略ではテレビCMを更新致しました。今回は「ピー、つながってます。」をキーワードに、「Fun for Lifeな「地域への密着性」を高めた新企画でコーポレートメッセージをお伝えしています。

ピーアークの店舗は、もともと町や地域におけるかけがえのない存在に、頼りになる存在へ進化するという視点で、より具体的な行動を起こし、ピーアークと町が「繋がる」感を積み上げていくビジネスベクトルを表明致しました。

お客様や地域社会との「繋がり」をさらにさらに深めしつかりと耕し、活動の翼を大きく外に広げた「+Fun (プラスFun)」のアクションで、つながりの「糸」を「ひも」に代え、その「ひも」もやがて「綱(つな)」に代え、強い絆と信頼のブランディングを具体的かつ強力に推進すべく、「ピー、つながってます。」にピーアークのFun for Lifeの思いを込めて推進中です。

最後に、当社が冠スポンサーをしておりますbayfm・幕張メッセ主催の「ピーアーク presents 幕張メッセ ときどきフリーマーケット2012」は、2002年の協賛開始後の集客レコードとなる21万8000名(5/3~5/5の3日間計)をカウントしたことをお知らせ致します。GW直前のテレビ番組「アド街ック天国」での特集、3年連続となったAKBライブの5000名集客もその話題性で貢献しましたが、家族連れに大人気のジャンボパチンコ、ピーくんスロット、特に好評だったピーくんと記念撮影ブースの大行列、お客様とスタッフとのコミュニケーション等々、10年の月日を積み重ねた浸透力を発揮したブランディング活動の成果を見ることができました。

今年度も業界に一石を投じるような「楽しくて新しきもの」を探究し、「地域(まち)の楽しい存在」「遊びの公園」ピーアークの企業価値を世に示して参りたいと考えております。株主の皆様には、ピーアークの「+Fun」にご期待頂き、ご指導ご鞭撻をお願い申し上げます。



続々
リニューアル

ピーアーク イノベーション 求められるお店づくり

今期は、スタートから攻めの営業で挑むため、リニューアルを積極的に進めております。スタッフが頂戴したお声をはじめ、専属スタッフを導入してのアンケート結果などからお声の多かった要素を採り入れ、さらなる支持や要望を頂くことで今後も、「求められるお店」を具現化してまいります。



ピーアーク 草加

3月27日(火)リニューアル

総台数：525台

業 態：4円パチンコ：211台

20円スロット：243台

イチパチ：58台

ゴースロ：13台



旧ゲームセンター部分を増床し広々とした店内は、業態毎のゾーニングを分かりやすくした上、楽得システム^{ラクド}の導入、台間にゆとりを設け、レストスペースにも十分な広さを用意しました。

隣接するファンパチンコ草加とのドミナントで、より多くのニーズに対応しています。

REST SPACE



レストスペース

草加駅が見渡せる広々としたレストスペースは、アメニティを充実させた他、iPad を用いてスタッフ紹介や、お客様アンケートを行っています。



iPad を用いてお客様アンケートを実施



アロマの香りも数種類用意

ドリンクバー

十数種類から選べるドリンクバーは、初回 100 円で購入すれば、2杯目からは5玉（20 円相当）で好きなドリンクを選ぶことができ、新たな楽しみとして好評いただいております。



DRINK BAR



CANDY STAND

キャンディースタンド

恒例となったキャンディーサービスも、ピーくんスタンドを用いたことでインテリアとしての役割も果たしています。



エンターテインメントスタジオ ピーパーク

多層階のメリットを生かし階ごとの特色を明確にしました。スタッフに魅力を感じてくださるお客様が多い同店で楽得システムを採用することで、お客様との対話の時間をさらに生みだすことができ

ています。また、ピーパーク初の試みとしてコンビニエンスストアの併設にトライアル。サービスの充実化と、ノンユーザーへのアプローチを図っています。



コンビニエンスストア

従来のカフェサービスに比べ豊富なコンテンツを用意できる他、一般雑貨の設置、ATMなど、生活により一歩近づいた便利なサービスを用意



分煙ボード・手荷物ラック

お客様アンケートより要望のあった、タバコの煙の横流れを防ぎ、プライベートな空間を保つ分煙ボード(収納もできます)や手荷物を汚すことなく置くことができる手荷物ラックを設置

4月28日(土)リニューアル

総台数: 898台

業態: 4円パチンコ: 400台 イチパチ: 96台
20円スロット: 362台 ゴースロ: 40台



ピーパーク 新城 マックスパチンコ



4月28日(土)リニューアル

総台数: 543台

業態: 4円パチンコ: 389台
20円スロット: 154台

エリアで高い顧客支持を得ている同店は、ご支持いただいている要素をさらに強化。最新周辺機器の導入と、デジタルサイネージの積極的利用も進めました。



ピーアーク千葉 デジタルタウン

4月13日(金)リニューアル

総台数：814台

業 態：4円パチンコ：426台

20円スロット：248台

イチパチ：106台

ゴースロ：34台

ラクト
楽得システム導入で島通路を広く確保したのはもちろん、メイン通路やカウンターエリアの空間も意識。低貸し玉業態も積極的に採用することで遊びの選択肢を広げ、既存・新規どちらのお客様にも楽しんでいただけるお店を作りました。



マックスパチンコ ピーアーク 印西

4月27日(金)リニューアル

総台数：402台

業 態：4円パチンコ：210台

20円スロット：150台

イチパチ：42台

スロット顧客の支持率を高めるため、スタッフルームを移動してスロットコーナーを増床。ラクト楽得システムはもちろん、各台データモニターなど最新設備も導入しました。



キーワードは

“ピー、
っながってまう。”

ハッピーの
連鎖

ピーアーク presents も 10 回目となった「幕張メッセどきどきフリーマーケット」。今年は、例年を大幅に上回る **21万8千人**にご来場いただくことが出来ました。ピーアークブースにもたくさんのFunをご用意し、笑顔と歓声でいっぱいの、「ハッピーの連鎖」があちこちで感じられた3日間でした。(5/3 ~ 5/5)



みんなの作品を展示



ぬり絵コーナーも
大人気!



子どもたちとつながる エアドームパチンコ

昨年長蛇の列を作ったエアドームパチンコを今年も実施。エコキャップ回収にご協力いただいた方に遊んでいただきました。今年も開場とともにキャップを握り締めた子どもたちでいっぱいの、ハッピーで溢れる大人気コーナーとなりました。キャップの売却益は、世界の子どもにワクチンを日本委員会を通じ、ポリオワクチンとして、世界の子ども達にお届けします。





ピーアーク各店で位置情報登録すると
ピーくんアイテムがマップ上に!!



ピーアークがつながる My Town



アメリカでは既に400万人以上が遊ぶ大人気
位置情報連動ソーシャルゲームアプリ「My Town」
を幕張フリマとピーアーク各店の連動企画と
して実施しました。

ぬいぐるみが景品の
UFOキャッチャーは大人気♪



今年はピーくんとの
撮影ブースを用意



ピーくんアニメ
放映中♪



東北とつながる

おらが大槌 復興食堂

ブースの一部では、「おらが大槌 復興食堂」
をお招きし、東北地方の物産を販売したり、
現在の復興の状況などを紹介いただきました。購入いただいたお客様、励ましのお言葉
をかけてくださったお客様の想いをしっかりと
受け止め、ピーアークができる活動をこれから
も継続してまいります。



2012 “Fun for Life” VISION MEETING

To people who put a thought on 20 vision of P ARK

5月7日(月)、TKP ガーデンシティ品川にて社員大会「2012 Fun for Life VISION MEETING」を実施しました。昨年、創業 60 周年の節目を迎えましたが、創業からの変わらぬ想い、2020年にありたい姿、Fun for Life で目指すピーアークを改めて全社で共有・共鳴するため、全社員550名が集結しました。



大会冒頭に、創業からの60年間を振り返るビデオメッセージが流れ、続いて庄司社長からのメッセージがありました。

「当時の写真を見ても、幼少時代の辰巳靴店を思い出しても、経営理念である『期待価値創造』は、この頃からあったと改めて感じます。時代とともに変化したものも多々ありますが、この経営理念が今までのピーアークであり、これからも変わりません。2012年度は攻めの1年にベクトルを合わせ、楽得システム構築、大型M&Aなど、パチンコをその先へと進める進化更新の年としていきたいと思います。」



トップ
メッセージ



パチンコを、その先へ。コンテスト

パチンコをその先へと推し進めるアイデアを社内募集した「パチンコを、その先へ。コンテスト」。応募総数153通の中から選ばれた6名の表彰を行いました。

エンタメ原人賞

野溝 恵介

「老人ホーム向け 遊技台貸出サービス」



Fun for the Customer 賞

湯浅 晃

「パチンコ&スロットプレイの 生放送コンテンツ」



Fun for the Area 賞

石原 圭太

「地域に根付いた高齢者による 派遣事業地域共生型モデル」



Fun for the Staff 賞

中條 宏章

「ゲーミフィケーションの導入」



バリュークリエイター賞

田代 謙二

「駅ナカ」パチンコ



OJKA 賞

舘山 聡

「みんなが幸せになる 有料会員サービス」



ピーくんチャリティー贈呈式



スペシャルオリンピックス日本名誉会長の細川佳代子氏をお迎えし、冬季ナショナルゲーム・福島応援企画で実施したチャリティーの贈呈式を行いました。



募玉総数

110万9970玉
(321万1908円相当)

チャリティー実施期間：
2011年12月29日～
2012年3月11日

瑞宝太鼓パフォーマンス



知的障がい者によるプロの和太鼓集団「瑞宝太鼓」。2010年には東京国際和太鼓コンテスト優秀賞を受賞し、現在は年100回以上の公演を国内外で行っていらっしゃいます。常に自分たちと向き合い「挑戦」する皆さんの熱いスピリットを和太鼓を通じて体感・共有することが出来ました。



2012 "Fun for Life" VISION MEETING



オールピーアークが一堂に会した熱気溢れる会場、お客様との絆を再認識したFunエピソードやwith youプロジェクト、ピーアークがやりたい姿に熱弁を振るう社員など、ピーアークの胎動を随所に感じることのできた会となりました。これからもFun for Lifeを追求し、お客様を、世の中を、楽しく明るくする企業を目指して挑戦を続けてまいります。





株式会社ベアーズ専務取締役
家事研究家

高橋ゆき氏

お客様感動度 120%のギフト

～笑顔創造ベンチャー～

独自性のあるサービス戦略でブランド力を高め、ファンを獲得していくことがこれまで以上に競争優位の源泉になってきています。人々のライフスタイル多様化を背景に、日本初の家事代行サービス産業を興し、そのトップ企業として急成長中の(株)ベアーズ高橋氏との対談からそのヒントを探ります。



ベアーズ キャラクター
モモエ

ピーアークホールディングス株式会社
代表取締役社長

庄司正英



庄司 今日は、NBC 関東ニュービジネス協

議会でも今もとても輝いている女性経営者の1人であるベアーズ高橋さんとのP対談、とても楽しみにしていました。聞くところによると、私どものキャラクター「ピーくん」の大ファンで、オフィスのアイドルにしてくれているとのこと、ピーくんの父親として御礼申し上げます(笑)。

さて、それにしても高橋さんの最近のマスコミへの露出はやはり、NBCの経営者の中でも特出ですね。時代を先取り、社会ニーズに呼応したベアーズさんの企業理念のお話から、まずは伺いたいと思います。「家庭に、社会に、ひとつでも多くの笑顔の創出に貢献すること」とありますが、この考え方は、ピーアークレド「Fun for Life」ワタシたちの仕事は世の中を楽しくすること」にとっても通ずるところだなと感じました。この経営理念に至った背景や思いをお聞かせ下さい。

高橋 私たち夫婦は創業前に4年ほど、私の仕事の関係で香港で過ごしました。香港に行く直前に妊娠したことがわかったのですが、当時の日本は、女性社員の妊娠を喜ぶ会社はあまりない時代でした。でも、香港の社長は喜んで「こ

れで君はもっと仕事のできる女性になるね」と言ってくれました。びっくりしていると、「香港には、『家庭の幸せの縁の下力持ち』をやってくれるフィリピン人のメイドさんという存在がいるんだよ」と教わりました。

そんな折、香港で頑張っている日本人女性をドキュメンタリーにした番組で紹介されることになったのですが、テレビの中の自分は、なぜだかすごく輝いているように見えました。その頃の日本は、仕事やキャリアを案じて妊娠を素直に喜べない女性や、産んでも、育児ノイローゼやポジションがなくて復職できない悩みを抱える女性が多い中で、テレビの中の私は輝いている、なぜだろうと見続けているうちに、私たち家族の後ろに映っているメイドのスーツザンが見えたんです。その瞬間、彼女のおかげだ!と思いました。

そこから約3年、私は家族とスーツザンに支えられながら生活しました。日本に帰国して、二人目の子どもを出産し、香港滞在時同様に東京でスーツザンのサービスを探したんですが、当時はハウスクリーニングと家政婦紹介と便利屋さんしかなくて。困ったなあと思っていたところに、アメリカの大学で2〜3ヶ月

勉強して帰ってきた夫が私の顔を見るや、**フスになっただな**」って言ったんです。理由を聞いたら、「今の君は笑顔がない、君から笑顔を取ったらブスと同じだ」って。親も家族も近くにいて、子どもも元気に育ってるけど、理由があるとしたら「スーツザンのような人が日本にいないからかな」と思ったんです。そうしたら彼が、「よし、**産業をつくらう! スー**

ザンの産業! 楽をしたり贅沢をするためのものではなく、一度きりの人生を愛する人のために、心のゆとりを提供するサービスの産業を作ろう」と。そう聞くと女性のための産業のように思えますが、夫は、「悪いけどこれは、夫である僕たちのためだから。女性の笑顔が明日への活力の源だからね」って(笑)。最初にはわが家のメイドを1人探してただけなのに、何故か産業を作ることになっちゃって。

庄司 女性の笑顔が元気の源とはグッと来ますね。心のゆとりはまさにエンターテインメント産業の本領の発揮しどころです。高度成長期にはパチンコ産業のミッションも、サラリーマンの明日への活力の源と言われていました。仕事帰りのひと時のグッドラックで持ち帰ったチョココレートの役割は、まさに家庭

に笑顔をもたらす一翼を担ったと思います。そうして、国民大衆娯楽として多くの働く人々の心のゆとりとして果たしてきた歴史は、この産業の誇りですよ。

高橋 女性の笑顔で男性がハッピーになれば、女性も心豊かにおだやかに生きていきますからね。原点はそういった心のゆとり、一度しかない人生を輝いて生きていくためのお供をさせていたきたいという思いです。「お掃除屋さんだよ」と言われますが、「違うよ、笑顔製造工場だよ」といつも冗談よく話しています、ちよつと分かりづらいですけどね（笑）。でも、「家事代行」という言葉は13年前、私たちが勝手に作った言葉で、日本にはそういう概念すらなかった時代に、「会社」ではなく「産業」を作るのだからわかりやすい方がいいねと作った言葉です。それまで「カルキュアル家政婦」や「お掃除サービス」という業種はありましたが、お掃除専門の会社さんばかりで、私たちのようにお料理もお洗濯もペットのお世話もという企業はなかったと思います。でも、働く女性にとっては全部揃ってないという意味ですよ。

庄司 聞いてはいましたが、香港は高橋さん

が刺激を受けるくらいすごい環境なんですね。しかし、「産業を作ろう」という行動は素晴らしいと思います。最初に「志」ありきですね。自分たちの会社や事業というより、日本に足りない女性の笑顔を作るために、という志は本当に素敵なことです。

高橋 それしかないですね。私は、**日本人の暮らしを豊かに変えていくサービス**だと確信をもっています。パチンコもそうだと思いますが、概念が進化できるよう進むべき道を切り開いていく挑戦の毎日です。

庄司 日本では今、託児所の不足問題が聞かれますが、よくよく考えてみたら、子どもにとって一番の環境は自宅ですよ。なんでこのような概念が政府にないのか不思議ですね。雇用創出の観点からも、新たな託児所を作るよりも家庭こそがこの機能をもっているでしょう。

高橋 それは国として是非取り組んでもらいたいサービスです。子どもは家が一番安心しますから、例えば、従業員の家にベアーズのスタッフが行くことを会社が補助した方が、建物や部屋を用意して保育園をやるより数段母子ともに健やかに過ごせますよね。

庄司 ところで、私のイメージでは、家政婦

さんを雇えるのは富裕層というイメージがありますが、そのあたりはどうなんですか？

高橋 創業当時は一律いくらという手法をとっていましたが、そういう声もありましたので、今はラインナップを充実させて、例えば、1人暮らしの人はうつ病になりやすい傾向があつて、そんな人に「おふくろのぬくもり」を届けてあげたいと、「ベアーズONE」という90分5500円のサービスを作りました。月に2回で1万円ちよつと、飲みに行くのをちよつと我慢すれば健康的な生活が送れるようになる、このように色々なラインナップを増やしています。

庄司 社会の問題を転換しての新たなサービス創出はすばらしいですね。ドラッカーの「需要の創出」は私のマネジメントテーマで、パチンコの新業態創造はピーアークのミッションだと信じています。しかし、それにしても高橋さんの着眼点はさすがだなという印象ですよ。

高橋 いえいえ、ほんとにちよつとしたことなんです。ある日娘がくれた「肩たたき券」を見て、「こんな風にベアーズのサービスを贈れたら最高だな」、そこから生まれたのが日本初の家事代行ギフトチケットです。でも、あ

る日突然「これ売るぞ！」は絶対ムリなので
ストーリーが大事だということ、そして、お
 客様のちょっとした会話の中にあるニーズを
 逃さないことですね。お料理作り置きサービ
 ス「楽ラクうちごはん」などは、お客様のヒ
 ントの中から生まれた商品です。あとは、あ
 るお客様に「ペットのお散歩は頼めないわよ
 ね？」と言われたことがあって、そんなサー
 ビスはありませんでしたけど、犬の散歩くら
 いなら出来る人はいるだろうと募集をかけま
 した。動物が好きで、洗濯もお掃除も出来る
 人、と不思議な求人になってしまいました。が、
 そこになんと280名も応募が来て。これだ
 けいるなら新しいサービスとして売り出せる
 と思いプレスリリースを作っていたら、そこ
 に担当者が赤で何か過筆していて、何だろう
 と覗いてみたら、扱えるペット「犬、ネコ」
 の横に、魚、鳥類、爬虫類、モルモットって。
 私が驚いていると「専務。280人もいると
 家事と同じで哺乳類が得意な人、ワニが得意
 な人って色々いるんですよ。」って、そんな風
 にサービスの形が出来ていくんです。

庄司 相手が困っていることを察知する。家
 中の色々なことを一つひとつ分業してサー

ビス化して、それをひとつに統合すれば主婦
 の仕事になりますね。でも、こんなに網羅し
 てやっている会社は他にないのでは？
高橋 ないですね。だから韓国や中国からも
 視察にいらっしゃいますよ。みんなベアーズ
 をひとつのロールモデルとしてくれているこ
 とはすごく嬉しいですし、**その信頼と期待を
 裏切らないように**歩んでいかなくてはいいけ
 ないなと思っていますね。

庄司 私が初めてベアーズさんの存在を知っ
 たのは、野村総研の書籍

「2015年のサービス産業」

に注目企業として取り上げら
 れていたのを拝見した時です。
 その後、NBCの理事会でお
 会いしたときには、高橋さん
 の経営者としての才覚を感じ
 ました。新産業のひとつとし
 て新しい道を作っていくのは
 本当に楽しそうですね。

高橋 私が思うのも、ピー
 アークさんのピーくんの子
 メーじやFun for Lifeのクレ
 ドと一緒に「エンジョイライ



家事代行という
 「ギフト」で
 日本人の暮らしを
 豊かに変える
 「笑顔製造工場」に



「フ」なので、楽しむとか、輝くとか、心がウキウキときめくとか、そういうことをお客様に感じて頂きたいんです。

庄司 私がこの産業に入ってから、ターニングポイントは、「今日はとれなかったけど楽しかった。ありがとう。」というお客様の言葉でした。これこそ「時間消費型レジャー」の始まりで、遊びのプロセスを商品化し業態改革しようと決心した瞬間でした。そして、「業界の常識は世の中の非常識」をイノベーションの拠り所としました。クレームでも何でも、お客様から頂いたものはすべて宝の山へと発想の転換をするカスタマーセンターの運営にはかなり力を入れていきます。アプローチはベアーズさんの志と同じですが、女性を救うとか笑顔とか、こういうストーリーをビジネスモデルに転換していくという高橋さんの天才的なひらめきに感動です。

高橋 私は家事研究家という活動をかれこれ10年ほどやっています。これはどういう想いかと



お客様の動態情報や 声を分析して 期待値を超えるための 新たな商品開発へ

いうと、私、子どもは家で保育をしたいし、女性は愛する家族のために家事や料理は自分でしたいはずだと考えています。そして、それを楽しくできたらいいのにとみんな思っているはずなんです。だったら、体も心もラクにできる家事の方法を教えましょう。物理的、立場的にそれが不可能な人は、私たちのサービスをご利用ください、ということなんです。ベアーズは、5つ星ホテルの客室づくりをもう7年ほどやっておりますが、「調度品や家具は自宅の方がずっと良いけど、ここの空間エネルギーがとっても好きでいつも利用しています」というご意見をたくさん頂戴しています。お客様と会わなくても、心笑顔でやろうね、と社内共有しています。手法はもちろんですが、その前に心構えがすごく大事だと思っていて、今スプリチュアルスポットなどが流行っていますが、家族にとって一番パワースポットでなければならぬのは自宅のほずです。でも、私たち主婦が心のこつ

たまま掃除をすると決して良いエネルギーは流れない。でも優しい気持ちでやると、普段とれなかった汚れが落ちるんですよ。家事代行会社の経営者が家事の仕方を教えているというのは社内でも理解を得るまでに4〜5年かかりましたが、私は、今みたいなライフスタイルの考え方をお伝えしていきたいという思いでいるだけです。お掃除の仕方を教えるというよりは、暮らし方を皆さんとシェアしていきたい、**お客様の満足度を感動度に変えたい**という思いですね。当たり前のことを当たり前にやれば「満足」まではいきませんが、ピーアークが目指しているのは**「お客様感動度120%」**なので、そのプラス20%は何なのかを追求する、そのためにパーソナル情報をきちんと蓄積しているんです。

庄司 それはまさに家事代行の概念を凌駕していますね。お客様満足を超えてお客様感動度120%は、まさに私たちピーアークの経営理念である「お客様の期待価値創造」です。

目指すのは
お客様感動度120%
「プラス20%」を
追求していきたい



ピーアークの店舗でも、お客様の動態情報を蓄積、お客様の声も含めてそれをどう分析、フィードバックし、そして新しいサービスや商品開発につなげていくのか、お客様のために、お客様の期待値を超えるための新たな商品開発が今まさに最要の研究課題で取り組んでいるところです。

今、ピーアークでは「パチンコを、その先へ。」をコーポレートメッセージにしていますが、人が楽しいと感じる瞬間や様々なライフシーンの一つひとつに、私たちの想いや取り組みや「ピーくん」が役立てばいいなということ、今真剣に探求しているところです。

お客様が、ピーアークの店舗に「また来よう！」と思って下さって実際に足を運んでいただける、そういう状況にどんな理由や動機があるのか、ピーアークはその可能性お客様の思いの数よりもたくさん揃えて、そしてまたお客様をお迎えする。「さあ、どうぞ！開店します！」って。



常に、お客様の期待価値を超え続けるのが私たちの仕事であると思っていますし、結果としてそれが、世の中を楽しく明るくするんだと信じて全社で共有しています。それと、高橋さんのみならず、NBCの女性経営者の皆さんに「かわいがっていただいているピーくんはその象徴ですし、ある意味私の分身ですよ。」

私どもの営業的な話をすれば、今年度の方針を「増客戦略110（イチマル）」としています。「集客から増客へ、顧客創造」が今求められる営業のあり方でしょう。これは安心と信頼でお客様の来店頻度やプレイ数、お客様がピーアークのパチンコと向き合って下さる指標が110%という意味ですが、高橋さんのお話を伺っていたら、何やら増客120%に上方修正したいと思っています（笑）。

高橋 ベアーズもデータを大切にしていますが、マーケティング会社になろうと思っているわけではなくて、やりたいのはもっとも必要とされるサービスの開発、もっともっと愛される企業になりたいというだけの話で、そのためにはその家庭に1つしかないルールブックをきちんと分析して知っていきましようというひとつの活動だと捉えています。**お客様カルテ**と呼んでいます。交換日記のようにして、お客様と情報交換もするんですよ。担当が変わるときでもこれを一読す

ると、お客様はこういうこだわりがある、こういうのが喜ばれる、というのがわかるんですよ。

庄司 ピーアークでいうと、お客様がピーアークで遊んだ帰りの立ち話、「お客様、今日はどうでしたか？」というコミュニケーションシーンに近いものを感じますね。

高橋 私が興味あるのは、「パチンコに行く前は何かをしているんだろ？」「終わったあとはどこに行くんだろ？」というところ。父がとてもしんどいパチンコ好きで、景品は私の小さい頃の楽しみでもありました。帰りは必ず3軒先のマクドナルドで、「今日はこうだった」とか良くわからないけど話を聞かされる。そうするとマクドナルドに行くとパチンコに行きたくなるらしくて、父にとっては、パチンコ店→マクドナルドがお決まり

常にお客様の期待価値を
超え続けるのが私たちの仕事

のルートだったわけですけど、そこにパチンコ店との提携で何かプラスがあったら面白いですよ。

庄司 それは新たなマーケティングの方向性ですね。パチンコはその時間に集中特化のプレイで、その前後に思いを馳せることをおろそかにしていたかもしれません。今のお話を聞くとライフシーンに組み込まれている、その人の行動パターンに組み入れられて、ストーリーになってるんですね。業界は広告規制で、イベントで集客することが突然できなくなつたために、新たな営業戦略の組み立てが必要になりました。今のお父様のお話のように、「**行動の前後**」をストーリーイメージしシミュレーションして、その人その人向けに何かアプローチできれば、お客様のハートを深くキャッチできるかもしれませんね。まさに One to One マーケティングでしょうか。

高橋 そうです。その人が行く近隣のお店で、ピークんの何かを提示すると特典がもらえるとか。そうすると地域からも愛されるじゃないですか。父の行動はもう習慣化されていて、言ってみれば**習慣マーケティング**ですよ。例えば、たばこを吸う人はお店に入って

吸って、出るときに最後の1本というのは習慣になっている。父にとってはマクドナルドに行くとパチンコに行きたくなる。パチンコをもよおさせるマーケティングを、例えばそこにピークンを置いて思い出させるというのもきつと効果があると思いますよね。

庄司 コラボできる話ですね。最近私の習慣マーケティングは代官山のTSUTAYAに行くのですが、時間消費と感動消費プラス時代トレンドの勉強会でしょうか。多種多彩な混在するアイテムで、TSUTAYAに行つて発想するというリンケージができてきますね。

高橋 以前、日本テレビとタイアップして美術展とベアーズのセットをコンビニでチケット販売したときはニュースにもなりました。ご夫婦で美術展に行っている間に家がきれいになっている。エステと組み合わせたこともありましたけど、それを応用して、お掃除チケットはお母さんにプレゼントしてエステは自分で使うなんて上級者もいらつしやいましたね。そうやって何か新しいものの組み合わせを今後もしていきたいと思っています。

庄司 チケットは画期的ですね。しかし商品化する行動力がまたすごいですね。

高橋 13年前に起業すると言ったときは反対していたメンバーも、今はやたらと褒めてくれて。ただ、その人たちは皆このサービスを使える立場なのに、誰も使っていない。訳を聞いてみたら「使うきっかけと大義名分が欲しい」と言われたんです。そこから数日間ずーっと考え続けて、ピン！と出てきたのが

「ギフト」 だったんです。人からプレゼントされたというきっかけと大義名分があれば、「もらったから使ってみよう」ということになって、それで喜んでいる奥さんを見た家族は、家もピカピカだし、お前はニコニコだし、俺も幸せだぞという風な連鎖が起こるんじゃないかと思って、社内でもプレゼントだ！と思っていたところにコンビニさんからご連絡が来て。

今の時代、コンビニも有形のモノだけではなく無形のサービスも扱う時代だという事になったそう。老若男女が喜ぶ暮らしの向上サービスを探している中でベアーズを探してくださったそうです。今のコンビニは安かろう悪かろうではなく生活に一番密着している物流で、子どもも大人も社長さんも1日1回くらいは足を運ぶコンビニに置くことができたなら、たとえば売れなくても、コンビニに置いてくれるという社

会的インパクトによる啓蒙活動になるって思ったんです。

家事代行をベアーズとしてやっているのも、笑顔の創出と、夫婦円満、家庭平和、そして、やっぱり子どもが輝かないと日本は元気にならないので、子どもが輝くためにはお母さんが笑顔でいなければいけません。**ママの笑顔が子どもの笑顔、子どもの笑顔が日本の元気になる。**そういう

う風に考えると、われわれがもっと努力して、料金の問題もそうですし、サービスのラインナップ、そして何より品質、これはお掃除の質ではなくて、感動度を上げるベアーズブランドとしての質ですね。

庄司 スキルよりもお客様満足度をあげる。これはピーアークの経営理念の「お客様の期待価値創造」ですね。これは私どもの課題でもあるんですが、カスタマーセンターでお聞きしたクレームはデジタル情報で共有し、店



舗とのリレーションで営業に還元する。クレームの方が多い業態ですから、そこからいかにお客様満足度を高める取り組みに転換できるか、うまくお客様と店舗がキャッチボールしながら満足度をあげていく方程式を追求しています。

高橋 当社では、クレームもグッドニュースも全員で共有しています。1日に約600通、「どうせ専務は見ていない」と思われるの

が嫌で、F2Dを携帯してちゃんと全部に目を通しています。また、私自身が受けたクレームを朝礼で話したりもします。それは、その会社を批判するためじゃなく、「私たちは大丈夫？」ということです。これは過去にあった例ですが、業務中にお皿を割ってしまったお客様の家に伺ったときに、「実は前にもこういうことがあって、景品でもらったタダのお皿だから会社には報告しないでもいいわって言うんですけど、子どもにとっては頑張ってポイ

ントを貯めてもらった思い出のお皿だったのよ」と言われたことがあって。このお客様には、後日、そのお皿のキャラクターグッズを箱いっぱいにお送りして、お子さまにはとても喜んで頂きました。

庄司 感動ストーリーはそのくらいしないと生まれてこない、ということですね。

高橋 だから今取り組んでいるのは、これらのクレームを上げること満足してないか、ということなんです。このクレームをどうしたかまで共有できないと当社の資産になりませんよね。

庄司 「産業をつくり変える」ための手段としてのIPOはいかがですか。

高橋 皆に言われるのですが、ただIPOするのではなく、電気・水道のような存在なんだから、パブリックカンパニーだよ、するべきだよと世の中から言われるくらいの市場性が見えてきたときにはと考えています。それまではインナーマッスルを鍛えて、家事代行といえバベアーズだと思われるような「家事代行」の浸透とブランディングを確立する時期だと思っています。現に、国内市場は数年以内に1720億円になるとの試算もありますので、仮に、当社の売上高が1000億円

人生のキャリアを 丸ごと活かせる 新たな観点での雇用創出を



になれば、産業として確立されるひとつの節目になるのではと考えています。

庄司 タイミングは重要で、早くスタンダードモデルを確立しデイファクトにするべきでしょうか。ところで商工会議所の「勇気ある経営大賞」特別賞、受賞おめでとうございます。あらためてどんな観点で勇気を評価されたのですか。

高橋 私たちの場合は、従来あった家政婦のサービスを一歩進めて時間売りにした点、あとは、パソコンが使えないやや高齢の方でも人生の主婦というキャリアを丸ごと活かせる職場という新しい観点での雇用創出、元気なれば定年はありませんし、お客様との絆も深まって、子どもの運動会にベアーズレディが呼ばれたりするんですよ。面接に来られたときはおばあちゃんでも、3ヶ月後にはイキイキし

てきて、背筋もピンと伸びて、そんな方はありがたいくらい長く勤務してくれそうですし、働けるうちにはこうやって働ける環境を作り続けていかなくてはと思いました。入社してくる社員たちには、うちはベンチャーじゃなくてアドベンチャーだって言ってますけどね。

庄司 誰かのお役にたてる仕事、それが一番です。他にはない、新しい、イノベーションの最先端のような感じですね。

高橋 最近では他業種との提携、鉄道会社から沿線沿いのお客様の満足度を高めるために、百貨店さんは、物を売るためだけに訪問するのは難しいけれど、家事どうですかなら行きやすいからサービスを導入したいという声があったりと、異業種との提携も進んでいますし、自社だけでなく、アライアンス網をひいて、そういう志の企業さまのところにお役立ちがで



Profile たかはし・ゆき

株式会社ベアーズ 専務取締役
主に、アライアンス、販促・広報・マーケティングに従事する。
1969年、東京都生まれ。短大卒業後、IT関連会社を経て出版社時代に香港特集企画で約1ヶ月滞在した香港に魅了され、1995年より商社のPRマネージャーとして香港に4年間滞在。帰国後の1999年10月、夫とともに株式会社ベアーズを設立。家事研究家としてもテレビや雑誌、講演会など幅広く活躍している。

て、日本全体の暮らしを盛り上げていけたらいいなと思っています。

庄司 一見、ニッチなところからのサービスだと感じますが、実はお客様からの情報マーケティングを顧客満足とつなげてビジネス化する発想力と志の高さが素晴らしい。創業のスピリットに溢れていて、完全に高橋さんのストーリーに感動創造でした（笑）。今度はピーくんとモモエちゃんの本音対談を企画しましょう。本日は本当にありがとうございました。

（5月8日、敬称略）

Fun for Life



を求めて Vol.7

みんな、プロバスケットボールって見たことある？
身長2メートル。とても大きな選手が華麗に舞って、
ダンクシュート！トリッキーな動きからシュートを放つ時は、時間が一瞬止まったみたい。見事
ゴールが決まったときの爽快感はボクのワクワク・ドキドキも最高潮。そんな今回は、埼玉県
をホームタウンに地域に根ざした「スポーツエンターテインメント」を展開し
ている「埼玉ブロンコス」の魅力に迫ってみよう。レッツゴー・ブロンコス！

PKUN

speed!

passion!

BRONCOS
Basketball Team

今回は、全国初の市民球団「所沢ブロンコス」として産声を上げ、現在は、プロバスケットリーグ「bjリーグ」に所属、埼玉県を拠点に活躍をしている「埼玉ブロンコス」を紹介するよ。彼らが設立から一貫して取り組んでいるのは、「絆」地域密着型のプロスポーツ。選手・ファン・地域・そしてスポンサーの皆さんが一体となって醸し出す「空間」はいつも沢山の笑顔に満ち溢れているんだ。

リーグ随一と名高いホームゲームでは、ブロンコスチアリーダーズとキッズダンスチーム「ポニーズグリーン」がパフォーマンスショーを繰り広げたり、地元では選手が商店街を盛り上げたり。ファンはもちろん、バスケットに詳しくない人でも楽しめちゃう、まさに「スポーツ」と「エンターテインメント」の融合って感じ。一体になってワクワク、ドキドキするって楽しいよね！

でも、そこにたどり着くまでは並々ならぬ苦勞もあったとか…。

「私のFun for Lifeはやはり、バスケットボールです。」



interview

成田俊彦氏

株式会社埼玉ブロンコス代表取締役社長



活動テーマとして「絆」を掲げてきましたが、
どうやったら絆が出来るのかを考えていくと、
最終的に楽しい場作り、という結論になりました。
無理に作りすぎず、
選手やブースター(ファン)の皆さんが
醸し出してくれる雰囲気大切にしています。



fight!



バスケットを愛し、ファンを愛し、地域を愛し、街を愛し、バスケットを通じ地域の活性化に挑戦する、(株)埼玉ブロンコス生みの親、成田俊彦社長のインタビューを交え、彼らの魅力に迫ってみたいと思います！

—埼玉ブロンコスの生い立ちについて

元々は自動車メーカーのチームとしてスタートしましたが、90年代末に会社のサポートが受けられなくなり、有志が集まって市民球団「所沢ブロンコス」を立ち上げました。

—それが、バスケット界で日本初となるプロチームの誕生ですね。反響は？

私たちはそれほど意識していませんでしたが、周りから「それは、もう凄いことだよ」と言われ、テレビ、新聞といったメディアの反響がすごかったですね(笑)。

—設立当初一番のご苦労は？

サラリーマンを続けながらの活動でしたので、遠征費などはすべて自己負担。リーグは全国で開催されるので、毎週自己費用で駆け巡りました。当時は企業のチームがほとんど、市民球団チームが参加することで、



成田俊彦氏

PROFILE

元バスケットボール選手。マツダオート東京（現・関東マツダ）で選手としてプレーし、後に広報に転じる。1996年にチームが廃部になると、市民資本のクラブチーム「所沢ブロンコス」（現・埼玉ブロンコス）を設立。2005年河内敏光氏と共にbjリーグを発足させる。

です。
昨シーズンは、東日本大震災の影響による計画停電で体育館が使えず、収入がゼロという期間もありましたが、スポンサー企業様からは本当に温かいご配慮を賜りました。地域に根ざし、安定的な経営基盤を確立していくことが必要だと感じています。
また、事業性と比例して、チームも強くなり、チームが勝つことが、地域への最終的な還元になるようにしていきたい。「勝ってくれよ！」と応援してくださる皆様にはしっかりとした結果を残し、恩返しをしていかなければと思います。



voice

ブースター（ファン）やチアリーダーからの声をお届けします。

voice 2 草加市の小学2年生
ちびっ子ブースター
ぜん君

ブロンコスの選手達は次々と難しいシュートを決めるんだ、とってもかっこいいと思うよ。なかでも僕はハンフリー選手が大好き。

voice 3 ブロンコス
チアリーダーズ

魅力はやはり、絆の強さ。ブースターの皆様と一体になれるチームカラーを持っていますので、私達も会場のお客様と一緒にチームを応援し、観客を魅了するパフォーマンスを目指してがんばります。

voice 1

ブロンコスの
ブースター第1号
大館 由紀雄さん



bjリーグになるもっと前のことですが、ピーアークさんが、コンテナハウスを貸してたでしょ。そこにいくと観戦チケットが無料で頂けたんです。近くで見るのは初めてでしたが、スピードと迫力が他のスポーツより抜きん出ている。それでファンクラブに申し込んだら僕が一号だったんです。

アウェイの試合では、ブースターが僕一人だったことも（笑）でも、相手のブースターさんから「一緒に飲みましょう」と誘ってもらいましたから、逆にアウェイに来た人たちは、僕たちが迎えてあげる。そんな交流ができるのも、アットホームな会場の雰囲気があるからでしょうね。

市民球団として成長するブロンコスがあるから、試合を通じて人も地域も活性化される。そのほうが社会にとって良いことでしょう。

SAITAMA BRONCOS

Funの素

インタビューで教えてもらった
Funの素を
実際に見てみよう!



ジュニアによる モップパフォーマンス

タイムの時にモップを持って元気よくコートを拭いているのは、将来のバスケット選手を夢見て「ブロンコスアカデミースクール」に通うジュニアの皆さん。お手伝いをしながら、プロの選手のプレーを間近で見れるなんて嬉しいよね。



ファンサービス

試合終了後は、プロ野球でもJリーグでも見られない、選手とファンがハイタッチしている光景が! 憧れのスター選手とハイタッチや握手ができるなんてたまらないね。サイン会も必ず行われて、毎回長蛇の列! 愛用品オークションやビンゴ大会で選手と触れ合えるブースター感謝デーもシーズン最後に毎年開催。絆を大切にするブロンコスならではのね。





バスケットボールではファンのことを、「チームを後押ししてくれる」という意味で、「ブースター」と呼ぶんだよ。

コート開放

ホームゲームでは、憧れの選手がプレーした公式コートを試合後に開放。子供も大人も入り乱れてのドリブル&シュート合戦は大迫力。こんな試合後の楽しみ方を提供してくれるのもブロンコスが根強い支持をうける理由のひとつだよ。



ハーフタイムショー

ハーフタイムには、お客様と一緒にダンスを踊るんだ。上手く踊れたら、スポンサーさんの商品がもらえるよ。楽しいダンス、嬉しいお土産、スポンサーさんも、商品を覚えてもらえる大チャンスだよ。

「応援してくれるブースターと共に成長する」それが埼玉ブロンコス「Fun for Life」だということが分かりました。
成田さん、どうもありがとうございました！



所沢市観光大使

埼玉ブロンコスは、2009年から「所沢市観光大使」に任命されていて、地元活性化のために色々な取り組みをしているよ。ブロンコスを応援し、一緒に埼玉・所沢を盛り上げてくれるお店を募集する「埼玉ブロンコス 勝つんだ! 企画」の参加店は116店もあるんだって!





日常生活の中で見つけた
Fun for Lifeを紹介するコーナー

私の健康増進方法

亀山佳代子様
(中央区在住)



She's
a Fan

楽しみのヒント、
みつけたっ

——プロフィール
を教えてください。

出身は異国情緒

たっぷりで、百万ドルの

夜景が観光スポットとし

て有名な北海道・函館で

す。昭和13年生まれで、74歳になりました。

た。子供のころは戦争で佐渡に疎開して

いたこともありましたが、今はピー

アークから歩いて15分ほどの勝どきに

住んでいます。若かりしころは、私は美

容師、先ごろ他界しましたが主人は理容

師として、4人の子供を育てました。今

は独り暮らしです。

——お子様たちは？

子供達のうち二人は主人の仕事を引き

継ぎましたが、末っ子は競馬学校に入学

したの。中学卒業が原則で、毎年10名程

しか試験に合格をしない本当に狭き門な

のよ。卒業後はジョッキーとして活躍

し、今は競馬の調教助手を勤めながら調



懐かしい美容師時代

——PTAの元会長さんとパチンコと
の出会い？それはいつごろでした？

今から15年くらい前かしら？子供

たちも巣立ち家庭生活が一段落した

ころからかしらねえ。主人がパチンコ

好きだったこともあって、子供たちに

誘われて地方のパチンコ店に行った

のが私のパチンコデビューです(笑)

——そのときの印象は？

それはもう、初めての遊技でしたか

ら、とにかくドキドキ！でもね、子供

たちが「母さん、こうして、ここがこう

なると良いんだよ！」とか色々教えて

てくれて、家族のコミュニケーション

が深まった感じがしてとっても楽し

教師の資格取得を目指
しているのよ。そうそ
う、実は私ね、子供の通
う高校でPTA会長を
任されていたこともあつ
たのよ(笑)。

かったの。最近では一円パチンコができたから、自分のペースで遊べてとてもいいわね。

——パチンコを通じて知り合ったお友達もたくさんいらっしゃるのか？

そうなの、年のころでは私よりも少し先輩になるけど、とっても元気なお友達がいるわ。その方には、人生の色々なことを何でも相談できるの。信頼できる大切な友人ができたわ。

——亀山様にとってパチンコはどんな存在ですか。

私にとって「健康増進方法」になっているレジャーなの。家からお店に歩いていくから、健康でないといけないでしょ。だから健康管理もしっかりやる。もちろん遊びに行くからには、家のことはきちんと済ませて、一日の段取りもちゃんと整えて。遊ぶ時間も午後1時から午後5時までと決めているの。この年になっても、家の

中でボーっとテレビを観ているより、「頭の活性化」につながるもの。適度に楽しむことは「頭の体操」になるし、この年でも参加できる身近で手軽なレジャーがあるから、今でも常に前向きに生きているのよ。パチンコはまちがいなく「私の生きがい」よね(笑)



PTA会長当時の
記念式典での挨拶



20歳の頃



思い出の場所、佐渡にて



大手デパート勤め
のころ



末っ子はジョッキーとして
活躍していたことも



Fun for Life

読み切り小説

リズムとイズムと オカルトと宝くじ



安藤博文

あんどろひろぶみ ● カスタマーセンターディレクター。
第7回パチンコ・パチスロ論文・作文コンクール
最優秀賞を受賞。パチンコホール情報誌ビデオに
「実践！クレーム錬金術」を連載中。

僕

はオカルトの類をまるで信じていない。科学で解明されていないことを語ったところで結論など出るわけもなく、幽霊とかUFOとか超能力とか予言とか、そのようなことを一切信じる気にはならない。そんな僕であるが、一番信用できた大学の友達はオカルト好きの女性だったんだ。

予知夢を見るという話だけではどうにも信じることができなかったが、リズムとイズムさえ同じなら人間関係など友好的になるもので、彼女とはそこが素晴らしく一致した。

僕は授業の合間には決まって駅前のパチンコ店に行ったのだが、彼女も同様で、その頻度やタイピングはまったく一緒だった。同じ時

間に店に入り、同じ時間に店を出ることが多く、僕らのプレイリズムは何故か一致していた。自然と、どちらかがやめるときは一声かける様になり、パチンコの後で食事をするのが恒例になっていた。

僕も彼女も大金持ちになるのが夢だった。彼女は必ず玉の輿にのってみせると言い切っていたし、僕は会社を起こして事業で成功することを宣言していた。お互い金持ちになるためにはどんな努力も惜しまないタイプだったし、そのあたりのイズムも一致していた。

二人の会話はいつも終電ギリギリまで盛り上がり、彼女と過ごす時間はとにかく楽しかったんだ。

予知夢の話だけは聞き流していたが、た

だひとつだけ、僕が宝くじで一等を当てる夢の話は覚えている。当選番号が77組111777と、いかにもパチンコ好きの妄想らしい番号だったので二人で大笑いした。

繰り返すが僕はオカルト的なことは信じない。だからそんな話も、笑い話としか受け取れないし、絶対実現しない確信もあった。

僕は宝くじを買ったことがないし、これから先も一生買うつもりはないからだ。

二人はまるで恋人同士のようにいくつかの季節を共に行動し、楽しい日々を過ごしていた。

だけど、就職活動の時期は色々忙しくもなる。徐々に会う機会は減っていった。僕が約束の時間にすっかり遅れて会えなかった時か

ら、彼女の連絡は途絶えてしまった。何度も電話やメールをしたが返事がなく、大学の仲間にも聞いても、彼女の行方を知るやつはいなかった。結局僕はそれっきりとなったんだ。

あ

それから一年以上経過する。

今夜参席した結婚式の引き出物をぼんやり眺めながら、僕はそんなことを思い出している。花嫁の幸せそうな顔を見ることができて何より気分がよかった。

そう、音信不通だった彼女が結婚した。唐突に電話があったかと思うと披露宴へのお誘い。久々の電話が結婚の報告なのも驚いたが、もっと驚かされたのはその後の懺悔話だった。

僕と仲良くなるずっと前に、彼女は大金持ちと結婚する予知夢を見た。結婚相手の顔はわからなかったが、駅前のパチンコ店で出会う相手だということにはわかったらしい。



ある時、同じ大学に通う男が彼女の夢に登場する。なんと、宝くじで前後賞込みの一等賞金を獲得している夢だった。それが僕。彼女は結婚相手が僕だと考え、それから僕への接近を試みた。パチンコするためではなく僕目当て。というよりは将来の金目当てで駅前のパチンコ店に通ったらしい。

どんな努力も惜しまない点はさすが、僕らはいかにも自然に仲良しとなる。彼女の計画は順調に進行していたが、僕が遅れた日にパチンコ店の前で車にひかれてしまった。

彼女をひいたのが結婚相手。それがきっかけでお付き合いが始まり、結婚に至ったようだ。懺悔の対象は僕。彼女の思いこみで近づいたが、何も知らずに楽しそうに話す僕を見て罪悪感にさいなまれていたようだ。

僕

に近づくために、偶然を装って出会いを演出したなんて、僕にとっては超常現象よりもびっくりさせられる話だったが、彼女

に騙されたという感情は全く生じず、むしろまるで映画のような出来事に僕は感動したくらいだ。

結婚相手はずっと身分を隠していたようで、プロポーズを承諾した後に、超がつくほどの資産家であることを知らされたらしい。玉の輿にのる彼女の夢と予知夢は両方実現した。

でも今日の嬉しそうな表情はそんなこととは関係なく、最高のパートナーとめぐり合えたことがもたらす幸せいっぱい笑顔だと感じた。

引

き出物に入っていた高価そうな品物を取り出しながら、電話の最後に言った彼女のセリフを思い返していた。

「そろそろあなたの番ね」

僕の近況も話せという意味か、結婚のことか。

袋の底には10枚ほど入った宝くじの封筒。一番上の番号は111771。

僕はオカルトは信じない。いまのところは。



応援ありがとうございました！ 冬季ナショナルゲーム・福島 ボランティア

2月10日(金)～12日(日)、有志16名がSON冬季ナショナルゲーム・福島のボランティアに参加しました。現地では、DAL(デリゲーション・アシスタント・リエゾン)として選手団のサポートを担当した他、各店でお客様に協力いただいたメッセージフラッグを大会に届けました。



2012年度 入社式

4月2日(月)、10名の新入社員を迎え、入社式を行いました。庄司社長からは、「皆さんは選ばれし10名です。チームワークで団結し、プロフェッショナルとして振る舞い、努力を惜しまず、目標に立ち向かいましょう。この気構えさえあれば前に進めます。努力することが苦になりません。今日から「Unit」の大きな歩みをしつかり歩んでいただくことをお願いし、社長のエールとします。」とのメッセージがありました。



CM第7弾は 「ハッピーを街へみんなへ プロジェクト」

今回のCMも主役はピーくん。日常のちょっとしたシーンを背景に、「ハッピーを」お客様に「街に」仲間に「届けるために毎日奮闘する私たちの想いを表しました。」



ピーパーク川口リニューアル
(12月23日)

SON冬季ナショナルゲーム・福島
ボランティア参加(2月10日～12日)

ラジオ日本

「マツト安川の価値組ビジネス」
に庄司社長出演(2月19日)

東北物産フェア第2弾スタート
(3月1日)



パチンコホールイノベーションセミナーで
西川りゅうじん氏とのパネルディスカッション
に登壇(庄司社長)(3月27日)

ピーパーク草加
リニューアル
(3月27日) → P4

入社式(4月2日)

第7弾CM

「ハッピーを街へみんなへプロジェクト」編
スタート(4月22日)



PARK DREAM

今号の考案者

家族で遊べる場所を提供したい、子供から大人までピーアークの楽しさを知ってもらいたい、休日はみんなでピーアーク(PARK=公園)に行こう、と提供いただける何かがないかと考えました。子供は外で遊びたい、お父さん、お母さんはパチンコしたい、おじいちゃん将棋がしたい、おばあちゃん併設された公民館でお茶したいなど様々なコミュニケーションが生まれる場所を提供したい。ピーアークスタッフも交じって地域の皆様と遊べる、そんな公園があったらきっと楽しいですよ！

片岡文人(H18年入社)

編集後記

2月中旬、総勢16名でスペシャルオリンピックス日本冬季ナショナルゲーム・福島ボランティアに行ってきました。初めて間近で見たフロアホッケーの迫力に感動したのはもちろん、自分自身を超えようと挑戦を続けるアスリートの姿には、たくさんのものを教えてもらいました。

2012年度のピーアーク経営方針は、「増客戦略110」。お客様と共に、地域とともに、ピーアークの使命である「世の中を楽しく明るくする」ため過去のピーアークを超える挑戦です。「満足」のその先には「感動」があると信じ、感動創造カンパニーの名に恥じないFun for Lifeの実現に挑んでまいります。

<編集長 中川 祐子>

パチンコホールイノベーションセミナーで講演

3月27日(火)、パチンコホールイノベーションセミナー2012にて、西川りゅうじん氏と庄司社長のパネルディスカッションが行われました。「パチンコホールの新たな価値創造とビジネスモデルの再構築」をテーマに開かれたフォーラムで、ホールイノベーションの視点、若者・女性のレジャー消費動向の変化と予測等について談義が繰り広げられました。



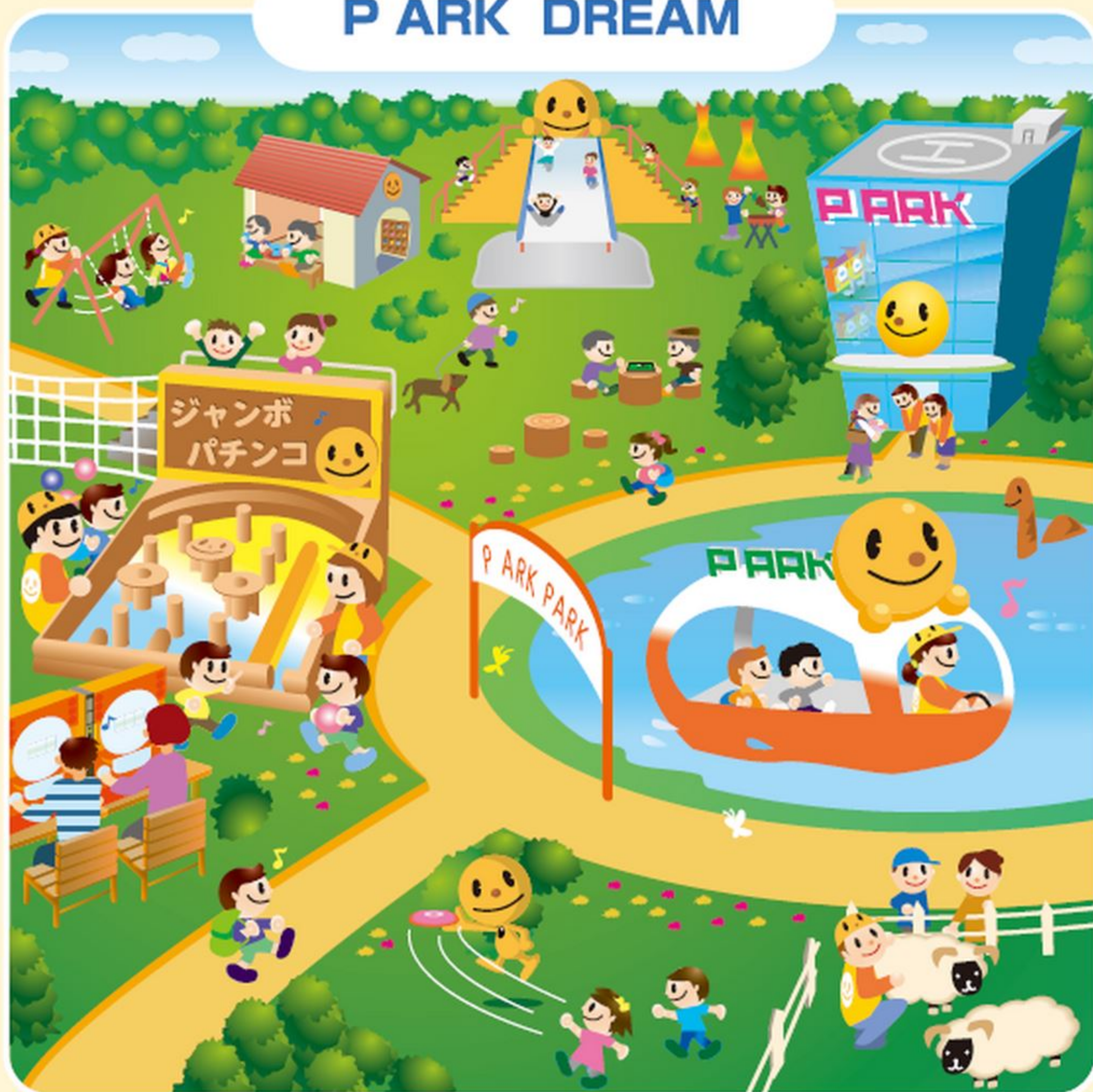
5月

ピーアーク presents 幕張メッセ
「どきどきフリーマーケット2012」
(5月3日~5月5日)
↓P8

2012「Fun for Life」
VISION MEETING(社員大会)実施
(5月7日) ↓P10



P ARK DREAM



ピーアーク — 遊びの公園 —

「～ピーアーク、それは遊びの公園～」。その想いを具現化した公園が誕生。将棋をするおじいちゃん、滑り台におおはしゃぎの女の子、ボカボカの太陽と、楽しい笑い声。老若男女みんなが笑顔の空間は、Fun for Lifeで溢れたユートピア、まさにピーアークが目指す理想の公園です。

ピーアーク
総合モバイルサイトに
アクセスしてね！



ピーアーク総合サイト

www.p-ark.co.jp

エンタメ原人  ピーアーク

ワタシたちの仕事は世の中を楽しくすること

Fun for Life

<http://www.p-ark.co.jp>