

ピーアーク コーポレートブック

vol. 1



草加駅前に“ピーくんのお店”がオープン



ピーくんとともに地域から愛されるお店を

4月22日(水)、東武伊勢崎線草加駅前に、グループ40店舗目となる「ファンパチンコ草加」がオープンいたしました。コンセプトは「ピーくんのお店」。メインビジュアルはもちろん、店頭ではピーくんオブジェがお客様をお出迎えし、店内もポスター・POP・賞品などピーくんであっという間にワクワク感と共に、親しみやすい雰囲気が出されています。

既存店「ピーパーク草加」とのドミナント戦略で、オープンより両店とも好調な推移を見せております。草加エリア2店舗で、地域の方々にピーくんと共にいつまでも愛される店を目指してまいります。



ファンパチンコ草加店舗データ
 所在地: 埼玉県草加市氷川町2126-3
 総台数: 252台(パチンコのみ)
 駐車場: 50台
 業態: 4円貸パチンコ

ブランドビジョン2020キックオフ大会開催



2020年に向けてエンタメ原人始動!

今期よりスタートした長期経営ビジョン「ブランドビジョン2020（20ビジョン）」のキックオフ大会を4月20日（月）、六本木のインボイス劇場にて開催いたしました。

3部構成の第1部では、20ビジョンのメッセージとして掲げた「エンタメ原人ピーアーク（Fun for Life）」に込められた想いを共有するため、これまでの歴史とこれからのビジョンをキャラクターのピーくんが解説を行い、全員が一丸となって想いを新たにしました。

第2部は、ロングラン公演となっている「BLUEMAN SHOW」を鑑賞。書道家武田双雲氏との世界初となる特別コラボが実現し、エンターテインメントの魅力と奥深さを様々な観点から学べた鑑賞会となりました。



グループ全店を休業しての社員大会は実に8年ぶり、総勢600名の社員が一堂に会した会場は、熱気と興奮に包まれ、第3部の懇親会も大いに盛り上がりました。ピーアークは2020年に向けてFun for Lifeを追求し、お客様に、地域に、そして社会に貢献出来る企業を目指してまいります。

GWキャンペーン「ピーアーク必笑ウィーク」開催



ピーアークで笑TIME!

4月25日(土)から5月6日(水)の期間、ピーアークグループでGWキャンペーンを開催いたしました。

昨年お客様から反響が大きかった専門誌「パチンコ必勝ガイド」とのコラボレーションをはじめ、中継じ広告やラジオ、webを利用した外部訴求の広告展開をメインにし、既存・新規顧客へのアプローチを試みました。また幕張メッセフリーマーケットとの連動でペットボトルキャップの回収やパチンコ川柳大賞の応募を全店で実施し、社会貢献やパチンコを遊技する以外の楽しみも提供いたしました。キャンペーンの12日間で全店で、のべ62万人の方々にご来店いただくことが出来ました。



ピーアークグループ全店舗で統一のキャンペーンを開催し、多くのお客様にご来店いただきました。

毎年恒例 幕張メッセどきどきフリーマーケット



今年のフリマは「ピーくんプレゼンツ」

毎年ゴールデンウィークに開催される、幕張メッセでのフリーマーケット。7回目の特別協賛となった今回は、「ピーくんプレゼンツ 幕張メッセどきどきフリーマーケット2009」にネーミングが変更され、5月3日～5日の3日間で、約19万9600名が来場されました。

ピーくんブースの主役はもちろん「ピーくん」。シンガーソングライターの「あえか」さんがピーくんのテーマソング「空への道」などを披露したミニライブの他、ペットボトルキャップが玉代わりの巨大ピーくんパチンコゲームやパチンコスロット体験コーナー、ピーくんUFOキャッチャーなどを用意。他にも実験ショーや触れる地球体験コーナーなど様々なエンターテインメントでブースに来場したお客様に楽しんでいただくことが出来ました。



発展途上国の子どもたちにワクチンを贈るためのエコキャップを回収。約206kgのエコキャップを集めることが出来ました。



ピーくんの塗り絵コーナーを設け、多くの子供達が塗り絵を楽しみました。

Life



「ブランドビジョン2020への船出」

アゲインストをチャンスに変える時が満ち、ピーアークグループの新・長期経営ビジョン「ブランドビジョン2020」がスタートいたしました。いつも応援してくださっている皆様に心よりの感謝を申し上げます。ありがとうございます。そしてこれからもよりしくお願い申し上げます。次なる大きなマイルストーンである2020年に、ピーアークのあるべき姿、一人ひとりがやりたい姿をデザインする、ロングランのイノベーション活動の開幕です。

お客様の期待価値を創造し、社会から期待される存在になることが新たな経営理念です。私たちは、ピーアークの新たな「錦の御旗」として、「エンタメ原人ピーアーク Fun for Life」を掲げ、ゼロからイチを生み



特集

ピーアークの使命、 それは世の中を楽しくすること

社会になくてはならない、ピーアークのカタチを
支えるフィロソフィー
それが「Fun for Life」です。

ファン フォー ライフ

Fun for Life

2020年に向けて、私たちは
新しい credo「Fun for Life」を掲げ、
お客様に、地域の方々に、社員に一
ひいては社会全体が「楽しい」と思えるような
世の中を目指していきます。

出して、未踏のフィールドへの最初の
一歩を標すことで、ピーアークが、
そしてピーくんが世の中を楽しくして
いくことを誓います。

さまざまなライフシーンの、けれど一つ
ひとつは小さな出来事かもしれないFun
(楽しさ)やWill(志)をたくさん紡ぎ合わせ
て、Fun for Lifeという一枚の大きな絵画
を描きあげていくことが、私たちピーア
ークのミッションです。

「業界の常識は、お客様の非常識」のフィ
ロソフィーはそのままに、最適戦略(ベスト
プラクティス)によるパラダイムシフトへ
の即応と常に新たな遊びを創造していく
パッションでFun for Lifeを
探求し続けてまいります。

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



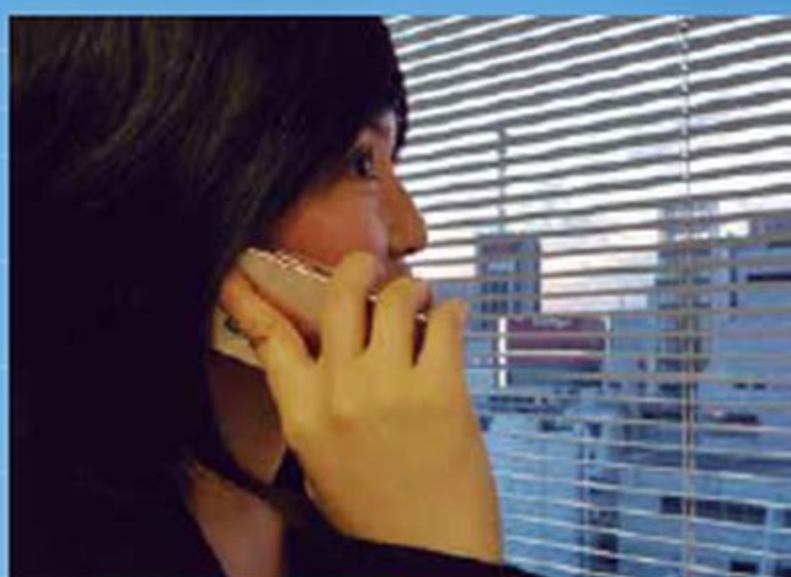
社員が考える

Fun for Life

グループの社員に聞きました。

「あなたの考える Fun for Life とは？」

仕事以外のことでいい。周りを楽しくするために、あなたなら何をしますか？ どんな時楽しいと感じますか？
きっとそれが Fun for Life の原点になります。



常連のおばあさんと
孫くらいの年齢のスタッフ。
楽しく話してるのが聞こえた。
「あなたがいてくれてよかった♪」
おばあさんのひと言に笑顔。
私もつられて笑顔になる。

(N・K)

何気ない日々
普通に食事して、買い物に行き、
テレビを見ながら愚痴を言う。
そんな時間が普通に持てている
今に感謝。

(K・M)

行きつけのラーメン屋のおばあちゃんが、
会計する時にいつもアメを1個くれます。
電車の中で見るからにやばそうな女子高生
が妊婦に席を譲っている瞬間を見た時。
日本もまだ捨てたもんじゃない。

(S・M)

出勤の為マンションを出る時、
管理人のおじさんがいつも
「いってらっしゃい」と声を掛けてくれます。
「いってきます」と返すと笑顔で
お見送りをしてくれるそんな日常。(Y・H)
今日は新刊の発売日だ〜！
冒険の続き／恋の行方／事件の真実／
僕の心にひとときのリラックス！ (H・N)

定年退職をした父親が
資格獲得のために現在勉強中。

そんな父親のために参考書を買って渡す時に

父親のがんばってる姿
を見るのがうれしくなる。

(K・I)

隣の家の赤ちゃんが最近

言葉を覚えたようです。(T・H)

草加に住む両親が

「チラシを見たよ！」

ピーアークでお店を出すんだって？」

「私らは行けないけど、

ご近所さんに言っとくからね！」と。(T・S)

朝、地域の父兄が小学生の通学路に立って、
交通安全のため旗を振る。

小学生たちは、私たちを見ると

元気良く「おはようございます」と。

子どもたちの素直さにいつも

何かを気付かされ、活力をもらう。(Y・S)

スーパーに行ったらうちに通っている

お客様がいて、挨拶してくれました。(K・N)

毎日通うコンビニで**おでん**を買う。

いつも相談しながら具を決める楽しいひと時。

(T・I)



ホールで走り回って疲れて帰った時、
まだ言葉も満足に話せない娘が
抱きついてくるんです。

そして笑顔で頭を下げて

「おかえりなさい」をする仕草が
かわいくてたまりません。一日の

疲れが吹っ飛ぶ瞬間です。(Y・N)

意味、目標を持って働くことが

Fun for Life

お客様からの

「ありがとう」がFun for Life

その「ありがとう」のために何が
できるのか考えることが

Fun for Life

仲間と笑い合えることが

Fun for Life

おいしいものをたくさん

食べてる時がFun for Life

生レモンサワーじゃなくて

レモンサワーがあったときに

Fun for Life

炭火焼だとFun for Life

パチンコでとりあえず

5箱積めるとFun for Life

パチンコ負けても遊べたかなって

思えたらFun for Life

セール品で得すると

Fun for Life

(S・O)



こんな形のFun for Life も



ここは東京銀座。ピーアークのマスコット「ピーくん」のヌイグルミが密かなブームを呼んでいるのでしょうか？

ピーアーク銀座（東京メトロ日比谷線東銀座駅三原橋口）の店頭にはピーくんがたくさんディスプレイされ、道行く人々はスツップに気軽に声をかけてくれます。「かわいいわねえ、コレ買えるの？」「ところでココ何屋さん？」「ハイ！パチンコ店です。現金ではなく玉数で景品交換いただけます！」「そうなの？じゃあ、お願いするわ」。

歌舞伎座からのお帰りの途中でしようか。お孫さんへのプレゼントやご自分へのお土産など、通りからお声掛けいただくケースは週に何回もあります。かわいさへのお言葉だけなら過去数百件でしょうか。パチンコ店、まずこの段階で大抵の方は驚きますね。でも、このサプライズと「ピーくん」が架け橋となる対話の瞬間、大都会の中で一陣のやさしい風が通り抜けていきます。そんな光景のある、今日もFun

for Lifeなピーアーク銀座

の店先でのひとコマ。歩き疲れたらそのまま店頭
のインターネットカフェ
で、冷たいお飲み物でもご
一緒にどうぞ。



銀座の街で人気の「ピーくんヌイグルミ」

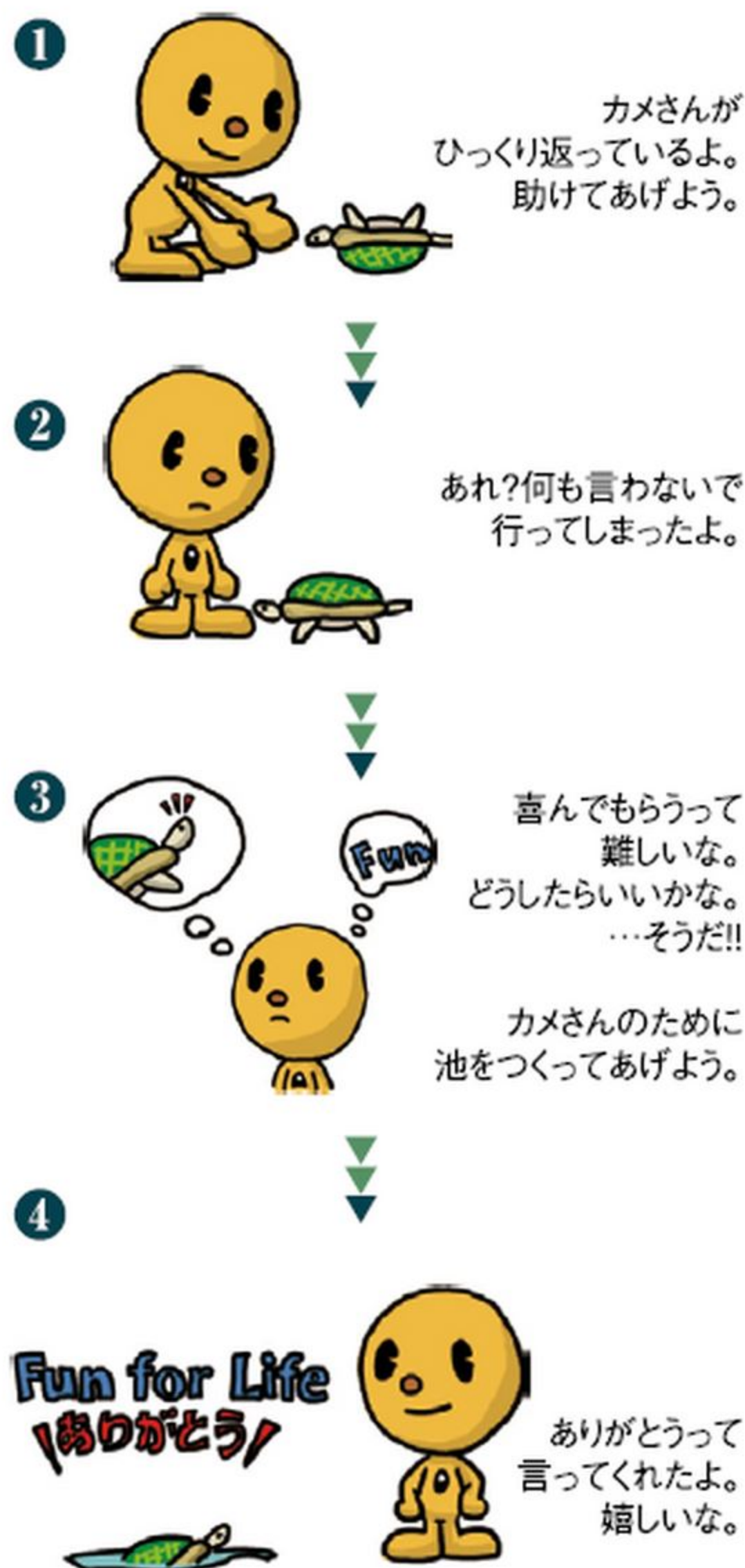


Fun for Lifeの 受け止め方は人それぞれ。 いろんな捉え方がある。

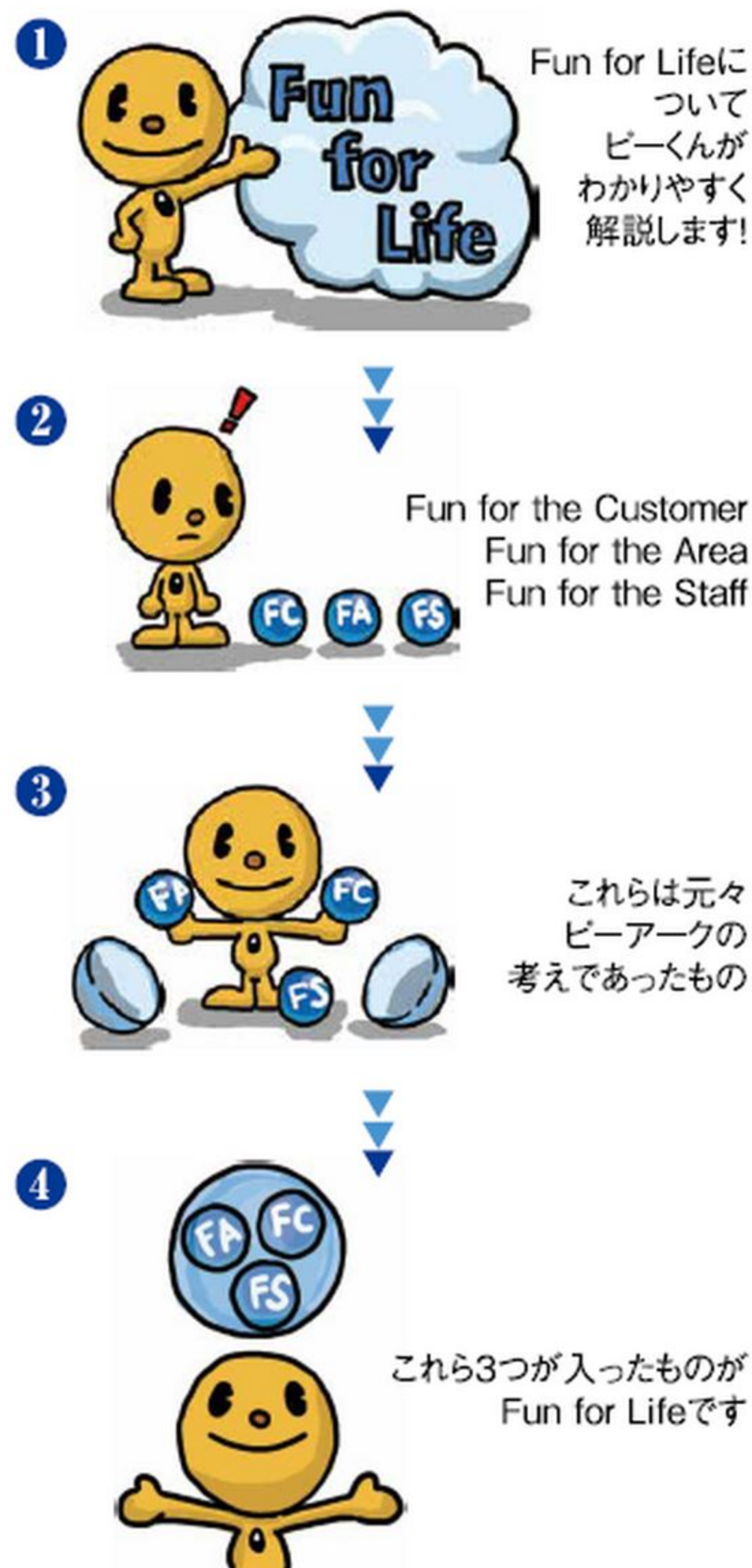
「まとめ」

毎日の時間の流れの中で、
お客様が感じること、私たち

ピーくんも実践!!



Fun for Lifeってなんなの?



小さなことでもいい。世の中を少しでも楽しく、幸せにできたら...それがFun for Lifeです。

が感じること、ピーアークのお店のお客様ではないけれど人々が感じること——ありがたい!うれしい!たのしい!小さな感動創造も、小さなサプライズも、誰かのための小さなやさしさや、誰かを思った小さな親切も、みんなみんなピーアークの宝物です。

ちよつとした喜び、ちよつとした楽しさ、ちよつとした感謝の言葉にたくさんのお客。身近で手軽で日常的なエンターテインメントの可能性の数々を私たちが切り拓くことこそが、お客様から望まれること、世の中から期待されるものではないかと考えます。小さな「志」をたくさん創り出していくことが、ピーアークと未来のお客様との約束です。

ベクトルを

ひとつに

その存在がこの産業のベクトルになる最大手企業マルハン。
業界の常識論と戦いながら解を求めるビーアークと同じベクトルだ。
その経営トップとのP対談は言わば「『志』の共感論」。
「志」を共有することの大切さを、
株式会社マルハン代表取締役社長 韓 裕 氏に聞いた。

対談



株式会社マルハン
代表取締役社長
韓 裕 氏



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 正英

株式会社マルハン

1957年5月に京都府峰山町で創業して以来、パチンコ、ボウリング、ゴルフ練習場、アミューズメント、シネマなどの遊技場他レジャーに関する業務の経営を行い、現在レジャー・アミューズメント業界において売上高NO.1を誇っている。業界のリーディングカンパニーとして、パチンコ業界を牽引する存在である。ホームページアドレス <http://www.maruhan.co.jp/>



代表取締役社長 韓 裕氏 プロフィール

1988年 4月株式会社地産入社
1990年 2月マルハン入社
1992年 2月取締役静岡営業本部長就任
2001年 10月取締役営業統括本部長就任
2005年 4月常務取締役営業本部長就任
2006年 4月代表取締役副社長就任
2008年 6月代表取締役社長就任(現任)

庄司 今日は、株式会社マルハンの韓裕社長と待望のP対談です。ピーアークは2009年を次の長期経営ビジョン「ブランドビジョン2020」に向けた「志の更新」の年と考えています。まずはプレイグラフに掲載された、私の一文字「志」に込めた熱い思いをお聞きたいと思います。

韓 プレイグラフの「私の一文字」は、今回が2回目です。昨年末、マルハンパチンコタワー渋谷(MPT渋谷)開設当時の副店長だった山口さんと話をしていた、マルハンにとって何が一番ふさわしいのかをよく考えた結果、やはり「志」しかないだろうと決めましたね。マルハンの原動力は、「志」の元に生まれた小さな感動の積み重ねですから。私がマルハンに入社したのが1990年の2月頃で、ピーアークさんが溝の口に出店されたのもちょうどこの頃、3月頃でしたか。当時、ピーアークさんの全部のお店を、それこそ隅々まで見せていただきましたよ。

庄司 それはありがとうございます。溝

の口は、98ビジョン「新業態創造」の具現化した店舗、しかもプリペイドカードシステム・スタートの全国第1号でした。ホテル並みのサービスを標榜したピーアークのフラッグシップ店でもありました。

韓 当時の業界はと言えば、お客様に対して感謝の気持ちは少しも感じられませんでしたね。サービス業はこうあるべきという思いで、まずは自分の理想とする1店舗を立ち上げさせて欲しいと、静岡の草薙にモデル店となる1号店「マルハン草薙アピア店」を作りました。共に戦う共感者を5人集めるのに1年かかりましたね。共感性のないところにどんなに熱く訴えかけても、その根底にあるモノの考え方が共有されていないと会社や業界は変わらない、そう気がつきました。翌年から採用にも携わり、徐々に共感者を集めていきました。草薙アピア店が成功を収めたことで、5人の共感者はやがて20人、100人と増えていきま

した。1995年にオープンしたMPT渋谷はその集大成とも言える店舗です。この頃から会社がどんどん変わっていききました。そういう意味でも参考にさせていだいたピーアークさん(溝の口等)の存在は大きかったですね。

庄司 たいへんありがたいことです。ピーアークの感動創造を隅々に埋め込んだ溝の口、それを理解していただけて。どのあたりが韓社長の参考になったのか、ぜひ伺いたいと思います。

韓 ピーアーク溝の口に限らず、当時の全店舗、やはり「新しいものを作り上げていく。」というスピリットですね。ピーアークさんを見て「コレだ!」と感じる人はたくさんいると思いますが、その発想やアイデアというのは、自らはなかなか出てこないものだと思います。特に店作りは斬新でしたし、自分たちが目指してきたお客様への価値創造や根底にある考え方というのは、ものすごく共感しました。

庄司 ピーアークの得意技はゼロからイチを生む力だと自負しています。パチンコの可能性を信じる熱い思いが新業態創造を目指して、そこから生まれたイチパチや50銭パチンコも、最初はうまくいかずでした。お客様の潜在ニーズを信じ、実はお客様自身も見えないけれど、欲していることはやっぱりやるべきだ、というのがピーアークのカルチャーでしょうか。韓社長とは世代が違っても、相通ずるこの生業への思いを感じますね。私のP産業の入り口論は「業界の常識はお客様の非常識」でした。出店ごとに答えを探るトライアルの歴史が、ピーアークの成長戦略でしたが、韓社長はそれを2年9ヶ月でしたか、出店を凍結までしてやり遂げたという所がまさにフィロソフィーの徹底ですね。

韓 基本は「人材」であり「採用」にあると考えています。私は「共感型採用」へのこだわりを徹底してきました。共感者を集め、実践者となり、さらにその人が伝道者となるプロセスを大事に考えて説明していま



MPT渋谷

韓社長が推進したお客様目線の店舗。その集大成とも言えるMPT渋谷は渋谷文化村通り沿いにある。

1つのモデル店から全店舗へ

す。マルハンにとって、共感型採用は本当に大切なことと考えていますし、特に新卒採用ではマルハンの「ありたい姿」を伝えていきました。未来のあるべき姿や夢に対して共有・共感出来なければ、その人の行動につながらない。言わば、その人やその企業、社会にとって「価値ある理念」とは何かであり、私はそれを「社会的利益の追求」と呼んでいます。社会に対してどのような接点を持ち、その事業がどのような価値を提供できるのかを創造していくことだと考えています。ある意味、就職活動は、未知への挑戦や、開拓者としての生き方の選択をすることではないか。入社するということは、見えない目標や夢に向かって、目に見えないツルハシと手ぬぐいを持って、一緒に道を切り開いていこう、ということではないかと思っています。

庄司 実にその通りで、経営理念は企業の存在理由そのもので、何のために汗をかき、誰のためのビジネスかが問われます。ピーアークは「お客様の期待価値を創造し社

会から期待される存在になる」です。もうひとつ、かの有名な「お掃除革命」についてもお聞かせいただけますか。

韓 清掃については充分取り組んできたつもりでしたが、会社の成長と共にいつの間にか汚れが目につくようになってしまいました。2006年に3ヵ年計画「クリーンマインド本気！プロジェクト」を立ち上げ、意識改革を行なっているこうと考えました。コンサルタントの先生の方針と言えば実に衝撃的で、第1回の清掃体験研修では、全国の営業幹部やエリア長たちに、男子トイレの小便器のフタを素手で持ち上げて「このウラが汚い！」と指摘されたり、店舗に掲示されているポスターが曲がっている事を指摘されたり、掃除道具が真っ直ぐ整理整頓されていないとか、視察後の反省会では、メモを取らなかった幹部に「あなた



クリーンマインド本気！プロジェクト



2006年から続けている「クリーンマインド本気！プロジェクト」。従業員全員で店内をくまなく清掃している。



はマルハンの幹部を務める資格はない！」とまで、厳しいご指摘を頂きました。研修の意図は掃除を通して「心を磨く」ということだったんですね。それから3年経った今では、本当にお店がキレイになりました。だんだん掃除するところがなくなってきた今は「ゴミ箱」まで磨いていますよ(笑)。また、東北エリアのある店長が始めたことですが、従業員用のトイレは店長が自分でピカピカに掃除する！と決めて、毎日清掃をはじめました。そしたら、店長がそこまでやっているんだからキレイに使わなければ、と気をつけるようになるし、今まで不安定に見えた組織の筋が、店長の行動を中心に真ん中にきちっと通っていきました。やがて店長たちの横のラインで話し合い、他の店舗でもやろうということになり、今では共感の輪が広がって全店長がトイレ掃除に取り組んでいます。

庄司 店長が社員トイレの掃除、頭が下がりますね。組織の出力は、やはりチームワークがもとですね。ピーアークのクレドに

「ありがたいの誓い」があつて、スタッフ同士の絆を大切にすること、の唱和します。私は、クレドは言わば念仏で、唱え、信じ、叶う、がパワーへと転換されると思つています。韓社長が、取組んでこられた数々のイノベーションは、MPT渋谷で集大成となつたのです。

韓 はい、そうです。全国から精鋭を集め、業界を変える挑戦をする。それはもうみんなモチベーションが高く、熱かったですね。でも、次第に社員とアルバイトに「熱の差」が生まれてしまうことに気がつきました。現場と幾度も議論を重ねた結果、「全ての言動・行動が根底にあるモノの考え方・価値観に左右されるのであれば、それを共有する必要がある。そもそも私たちは、いったい何のために働いているのか、マルハンはなぜ存在しているのか、そこを共有しなければならぬ」という結論に行き着きました。自



「マルハンイズム」カード
社員全員が携帯し、このカードによって、マルハンの理念を共有している。

マルハンイズムとイズムの芽



(右)「オコエガケ」

お客様の目線に立って「オコエガケ」をしたことによって、お客様から感謝の手紙をいただいた実際にあったエピソード。2004年度「イズム殿堂入り」を果たしました。

(左)「ハッピーバースデーをお母様に」

2008年度イズムの殿堂。社員のお誕生日にその社員の母親に手紙を書いてもらって、お祝いをしたエピソード。社員の間でも「喜ばせよう」という気持ちが根付いている。

分たちで議論して共感できる指標を作ろうと、どうあるべきかを議論し続けること約550日、全員で思いを込めて作り上げた自信作が、実は「マルハンイズム」なんです。お客様との間で生まれた素晴らしいエピソードの数々も、ただそのまま放置してはもったいないと考えて「イズムの芽」という制度も作りしました。全てのエピソードを集計して、優秀なものは朝礼の時に全店で読みあげて共有したりしています。その中から毎年5つ、「イズムの殿堂」を選びます。審査委員会を経て殿堂入りするとそのエピソードは映像化され、カレンダーやポスターとなってマルハンの歴史に刻まれるのです。たとえば、CMの指輪のエピソードとかがそうですね。関東圏内では、マルハンの知名度はまだまだですから、メディアを活用して、まずは社名を知ってもらい、認知度を上げる、ブランド

う、認知度を上げる、ブランド

を育てる、その経営姿勢がお客様に安心感を与えるのではないかと思います。

庄司 素晴らしい仕組みですね、今度は私が店舗見学してアイデアいただきます（笑）。ところで、マルハンさんのスーパーという制度に認定されたスタッフは、1万名のうち70名しかいらっしゃらないと伺いました。この制度についてお聞きします。ピーアークにもビジネス特許まで取った「ネオチップ」というシステムがあったのですが、最後は人気投票になってしまいました。

韓 当初は、お客様との関係性を深め、声を聞くために頑張っているスタッフがいたらお客様に1票入れて頂こうと考え、スタートしました。しかし、やはり最後は人気投票みたいになってしまったのは同じですね。今は、お客様の票が半分とスタッフからの投票が半分で運用しています。やはり仲間が一番見ていますから。1ヶ月に1回、一生懸命お客様に向き合ったスタッフに対し、自分以外の誰かに1票投票しよ

70 10,000 のスーパースター



スターセブンの人だけが持つ金色バッジがついた名刺。これをもっていることは大変名誉なこと。

うと。店舗の月間投票数1位のスタッフがスーパースターに選ばれ、スーパースターにはバッジが与えられます。そして、7個目の金色バッジを獲得するとスターセブンという称号が与えられます。特別な名刺を作成したり、経営メンバーとの食事会に招待したり、いろんな角度から賞賛していきます。こういった取り組みに対し、また頑張ろうと思ってくれるんですね。

庄司 今回のP対談での発見は、やはり「未来への共感」がすべてと感じ入りました。韓社長ご自身で実践された変革のためのモデル店舗とそこから広がる意識改革、クリンリネスへの思いと「お掃除革命」、スーパースター制度、全店のエピソード共有と社内への啓蒙等々すべてに一貫した韓社長の熱い思いに、大変感動・共感致しました。本日は、本当にありがとうございました。（敬称略）



Fun for Life



を求めて

「ふあんふおーらいふ」って言葉はピーアークの肝心のキーワードだけど、よその会社でも「Fun」を追求した、いろんな行いや仕組みがあるってボク(ピーくん)は思うんだ。今回は「Fun for Lifeを求めて」と題して、他業界のFunを徹底研究するよ。お客様をお迎えして「楽しい」と感じてもらうための行いや、「また来たい」と思ってもらうための工夫をレポートしてきました。

ご協力いただいた企業は「常磐興産株式会社」。あの有名な映画「フラガール」のモデルとなった施設「スバリゾートハワイアンズ」を運営する会社だよ。

PKUN

スバリゾート ハワイアンズ

営業部広報担当の鈴木英輔さんに案内してもらいました。昭和41年のオープンから5年後に記録した年間最多来場者数を、一昨年に初めて更新したそうです。

今では1200名収容出来る宿泊施設は平日で800名ほど、土日祝日はほぼ満室となるようで、日帰り客を含め年間150万人のお客様がご利用されるっていうんだからすごいよね。

レジャー施設は他にもいろいろあるけど、どうしてこれだけの支持をえられているのかなあ？このレポートを通してピーくんなりにいろいろ調べてみるね。

Spa Resort
Hawaiians

スパ



最初に案内してくれたのはメインアトラクションのひとつ

フラダンスやタヒチアンダンス

を華やかに踊る、ダンサーの方々。入社後はすぐにダンスのレッスンから始まり、ショーを演じた後はまたレッスン。とにかく四六時中ダンス、ダンス、ダンスとお客様に見ていただく踊りのレベルアップに努める毎日のようです。



Life
ゾート
アング
のこだわり

日々、大勢のお客様の前で踊り続ける彼女たちのやり甲斐を尋ねるとたくさんの歓声と拍手をいただけることがうれしく、幸せを感じる瞬間ということでした。どれだけ毎日が多忙でも観客の拍手はみんなにとってお褒めの言葉、それだけで元気がみなぎるんだね。お客様商売はやっぱり通じるところがあるね！



左からマルヒア由佳理さん、難波さん、吉田さん



ショーの合間にもレッスン

次はピーくんも大好きなお風呂！

大露天風呂に入ってみたよ。露天風呂の浴槽面積でギネスブックに載っているだけあってとても広々していましたよ。でも清掃は大変そうですね。清掃を行うスタッフにお話を聞いてみましたよ。

ギネスブックに載っている露天風呂「与市」



夜の12時から高圧洗浄器を使用して、全ての浴槽や床を毎日洗浄しているんだって！浴槽のお湯を抜くだけでも時間がかかるけど今では3~4時間ほどで全ての清掃を終えられるみたい。熟練のなせる技だね。



「温泉はこのメイン商品のひとつ、ぬるぬるしたお風呂は出せません。」と語ってくれました。深夜の清掃スタッフはお客様と接する機会はありませんが、陰ながらしっかりとお客様のことを考えて日々勤しんでいるんだね。



今回いろいろと取材させてもらってこの施設が大人気になるのもうなづけました。特定のターゲットに向けた娯楽施設とは違って、全ての客層に楽しんでもらう要素がそろっているんだ。

お子様はプールが大好きでしょ。おとうさん、おかあさんは数々のショーやお芝居、さらにはアカスリや整体などのマッサージ施設もうれしいよね。

おじいちゃん、おばあちゃんには自然豊かな景観と多種類の温泉が何より楽しめそう。

水着で入れる温泉は家族で一緒に楽しめるのが魅力だし、カップルにとっても好評を得そうだな。

なるほどー、家族全員が楽しめる要素がそろったレジャー施設って、考えてみると意外



プールの安全を守る後藤さん

今度はプールにきてみたよ。

スライダーが3種類もある。流れるプールも、、、も〜ビーくん我慢できない！子供に限らず大人だって楽しめちゃうよこれは。ここでの取材は「プールの点検」です。なんと開業以来無事故なんだって。毎日のチェックの賜物だね。

スライダーの体があたる面などは手で触りながら確認するんだね。排水口や吸水口の点検、営業時間中の監視業務などで安全第一を徹底しているんだ。

「ボクがお客さまの安全を守ってるんだ」というプライドがやり甲斐になっているんだって。うーん、プロフェッショナルだー！



テストスライディングで安全確認



ところで常磐興産株式会社は平成16年に大型レジャー施設としては**初のISO9001を取得**したんだ。

取得に至る数々の取り組みがあったようだけど、そのあたりのことをISO推進室の若松茂雄室長に聞いてみました。

「接客サービスのばらつきをなくすため、サービス品質をシステムによって維持できないか…という思いから始まりました。ISOについての説明会は毎月実施し年間200名のスタッフが受講しています。」
代表的な取り組みで一番先にあげられたのが「品質報告書」というもの。それぞれの持ち場でおこった出来事や気づいたこと、クレームのあがったこと、改善が必要だと感じたことなどをそれぞれのスタッフが書いて提出する報告書でした。問題点の早期発見と改善する仕組みとして定着させているようです。これによって、安全と衛生に対する意識がしっかり徹底されたようです。

そして「お客様満足度向上プロジェクト」を発足し「素敵な挨拶コンテスト」を社内でも実施したようです。コンテストを取り入れることで楽しみながら参画意識が高められたんだね。



Fun for
スパリ
ハワイ
「楽しい」へ

社内向け啓蒙ポスター



左から野木さん、若松さん、藤堂さん 年間1400件も寄せられる報告書



自分たちで作り上げていく「TCU」をお客様に提供し、お客様の笑顔をたくさん獲得していることがわかったTCU for Lifeレポートでした！

と少ないかもね。パチンコもいろんな世代や客層が面白いって思える付加機能があると、もっともっとたくさんのお客様に利用してもらえのかもしれないね。
そして何より、お客様と接するスタッフも陰で支えるスタッフもみんなが「お客様に楽しんでいただこう」っていう気持ちで業務に取り組んでいること。感動しました。お仕事はいろいろあるけど、どんな仕事でもお客様の笑顔につながるって信じて自分の役割をしっかりとこなすこと自体がそこで働くスタッフにとっての「TCU」なんだろうね。

「金曜日になると、 ワクワクしちゃうの」

岡 享子さん(48)

She's
a Fan

楽しみのヒント、
みつけたっ

——この春お子様が就職されたそうで。

そうなんです。上の娘は2年前に就職して、この春、息子が就職したの。子供たちは二人とも大学時代から一人暮らしをしていたので、主人との二人暮らしも今年で5年目になるわね。

——お仕事されているのですか？

2年前から近所の「おかき屋」さんで働いてるの。女の子は男の子と違ってちよくちよく実家に戻ってくるでしょ。だから、娘が大学生になってからはいつ帰ってきてもいいように、家で洋裁の内職をしていたの。でも、娘が就職を決めた2年前に、社会人になつたらそうそう帰ってこれないだろうと思って、25年ぶりに外に働きに出たんです。

——どんなお仕事ですか。大変ですか。

「おかき」の荷詰めや包装の仕事です。お歳暮の季節は目が回るほど忙し

いですが、年が明ければ、それほどありません。前は洋裁の仕事だったでしょ。だから「商品」が完成するまでが一続きの仕事で、「明日はどこまで仕上げよう」とか、四六時中頭の中が休まらなかったの。でも、定時で上がれる仕事は6時を境に頭を切り替えられるから、気が楽で本当にいいわ。



——週末のリフレッシュ方法は？

パチンコかしら（笑）。お父さんが教えてくれたのよね、6年前に。それ以来、毎週土曜日にお父さんと行くのが楽しみになってるのよ。自分がするまでは、何が楽しいのかさっぱり理解できなかったけれど、やってみたらビックリ！家事のことや、仕事のことがなんか一切忘れられるの。やってるときは夢中になるから、頭の中が真っ白になるって感覚かしら。



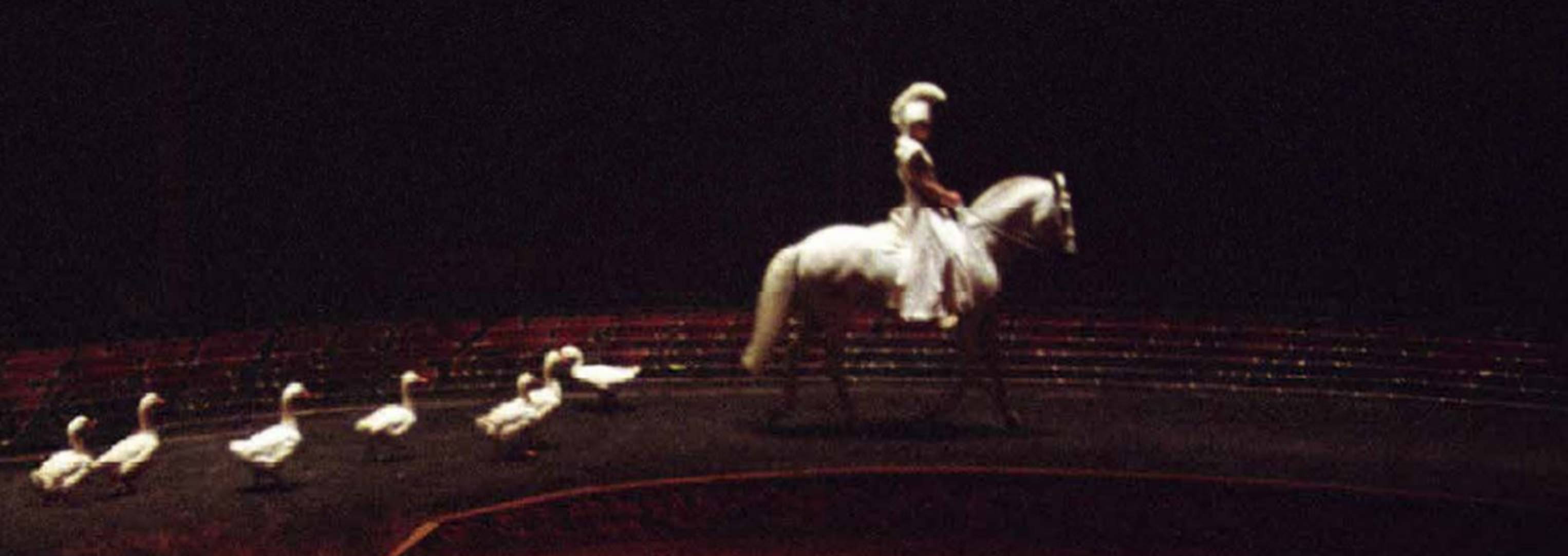
——では、パチンコは生活の一部ですね。

勝っても負けても、次の日に引きずることはないわ。週に一度のお楽しみね。でも、金曜日になると「明日はパチンコだわ」ってワクワクしちゃうの。最近、二人で楽しむための秘訣を覚えたのよ。それはね、お父さんとは別々の車で行くことなの。片方が出ていくときに帰れないと、ずるずる負けちゃうでしょ。あとね、今年に入ってから初めて「会員カード」というのを勧められて作ったの。カードに貯玉しておけば、「これは次回の分」って、次にそれで始められるでしょ。そしたら、貯まる一方なのよ、不思議でしょ。最近はいつも、お父さんが先に帰っちゃうのよね。

——今日は金曜日ですね。

そうそう。明日も一緒に行こうね、お父さん。





Poupel

瞬間を切り取る芸術、

それは常識と感受性への挑戦

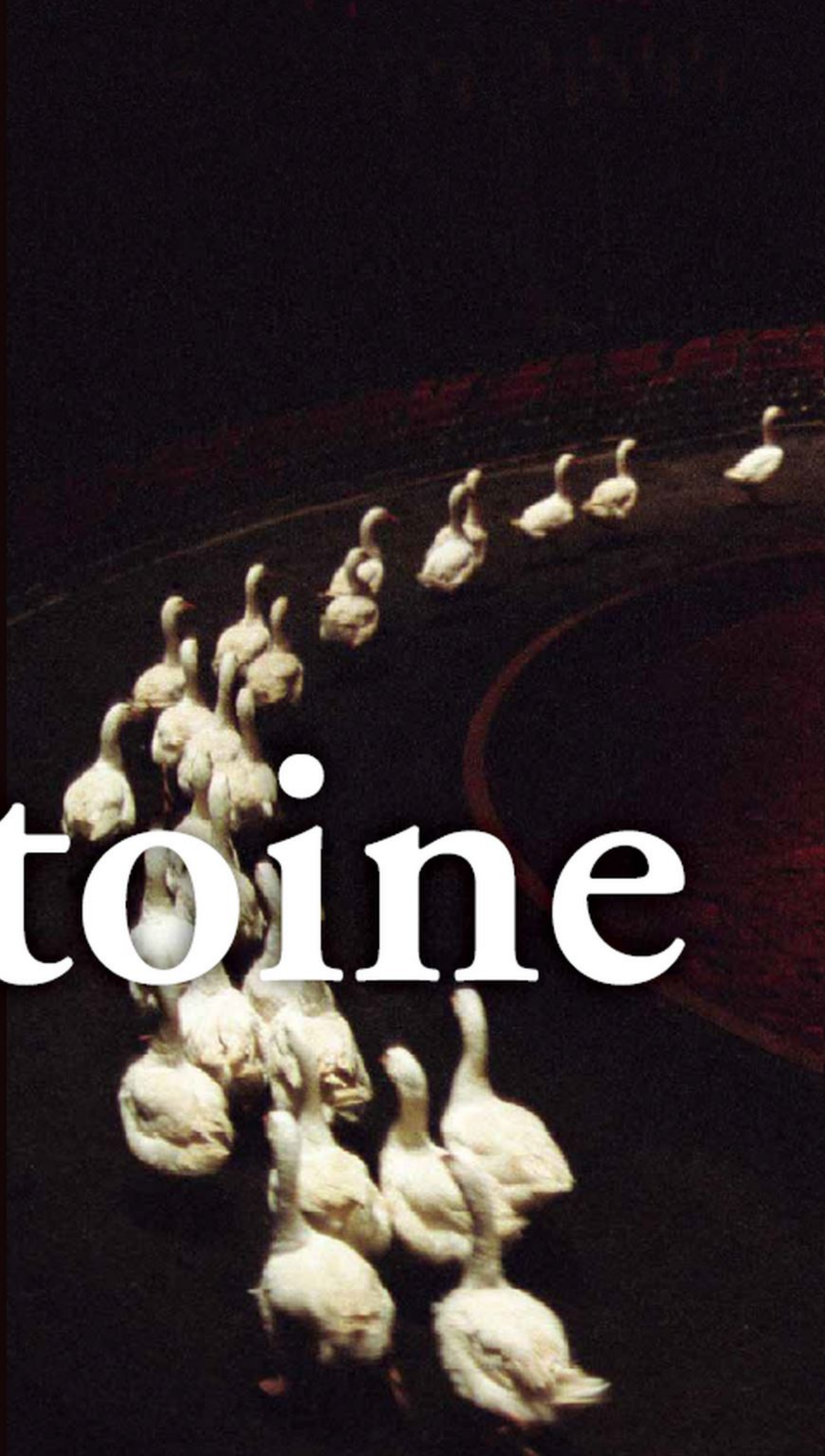
写真家 アントワーン・プーペルの世界

聞き手 庄司 正英

——今回、プーペルさんに写真を撮っていただいて私も衝撃を覚えましたが、まさに肖像とエレメント(物)の融合ですね。

1990年代にこのシリーズを始めました。当時はラボで現像する時に、ネガを複数重ねるというか、印画紙に焼いた時に写真の上から化学薬品で絵を描いたこともあり、ます。2001年には恵比寿ガーデンプレイスの東京都美術館で展示されました。毎回、撮る人によって写真もエレメントも違って、いろいろな人と新しく知り合える、そういう楽しみもあるんですよ。写真を撮って以降ずっとつながっている人々が多いですね。結局、カメラマンだけの仕事でなく、そこで被写体になる人も作品に参加していただいているんだと考えています。

——プーペルさんの作品からはカベをぶち破ろうとするインパクト



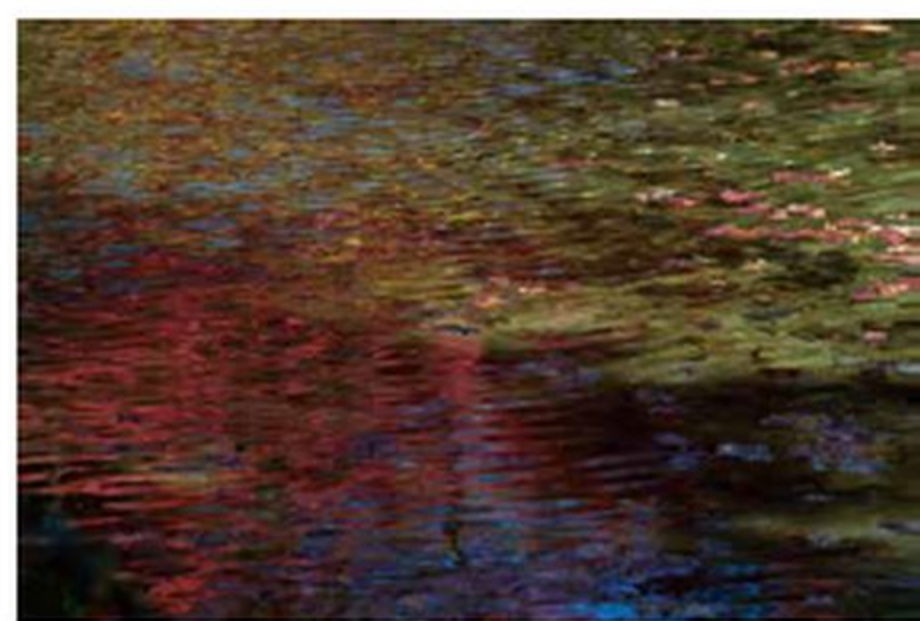
Antoine

トを受けましたね、かなりの衝撃でした。こういう発想というのはありえないアプローチだなと思いました。

まるで絵画のように絵の具ではなく化学薬品で写真に絵を描くというスタイルかもしれません。アクシデントさえも作品に取り入れていったと言えます。創造とかインスピレーションとかいうのは、そんなところから生まれてくると思います。

——偶然がもたらした奇跡ですね。写真のお仕事というのは、まさに「瞬間」を切り取るお仕事だと思いますが、その時限りというか、一期一会、一発勝負、ある意味オンリーワンとも言えるのではないかと思います。私たちピーアークもお客様と接する瞬間の勝負だと思っています。ところで、プーペルさんと言えばやはり「ジンガロ」ではないかと思いますが、その出会いなどお聞かせ下さい。

座長のバルタバスとは、1990年だったで



しょうか、彼のポートレートを撮らせてもらったのが最初ですね。今はもう死んでしまっていないんですが「ジンガロ」という名前の馬とバルタバスの写真を撮ったことがあって、それ以来意気投合してジンガロの専属カメラマンをやらせてもらっています。それがはじまりですね。

——フランスではジンガロのような舞台は珍しくないのですか？ 私は、まるでサーカスを見ているようでしたし、まったく初めての感覚で大変感銘を受けました。

欧州でも珍しいんですよ。サーカス要素と演劇要素と常に生演奏、何かこう凄くマジック的な要素が入り混じっていますね。（注）日本公演は2009年1月24日（土）～3月26日（木）であった）

——ジンガロの魅力とは何ですか？

やはり、他にはないということですね。オンリーワンです。それとバルタバス自身が天才だということでしょうか。ベリースペシャルです。でも仕事相手としてどうかと言えば、非常に難しいタイプです。機嫌の良い時はいいですが、悪い時は大変です（笑）。でも、魅力に溢れた人なんですよ。

——スペシャルと言えば、パリの「クレイジーホース」もスペシャルですよ。

クレイジーホースは、同じパリのキャバレー「リド」や「ムーランルージュ」と違って、それはもう劇場が小さいんですね（300人程度の収容）。演劇を見せるという感じで、その舞台はプロジェクトンを使って、あくまでもヌードで

はない、「光を着ている」というものなんです。光の衣装を着ている。光の当たっていないヌードは見せない。なんと言っても光が大切で、以前、東京都写真美術館で展示会を行なった時のオープニングにパリからダンサーが3名来てくれました。日本のテレビ局から踊ってくれないかという依頼がありましたけれど、その時の彼女たちの返事は、服を着て踊るのはいいんだけど、もしそうじゃないならプロジェクトンの演出を全部やらないと踊れない、でした。とにかく、光の衣装をまとわないとダメなんです。一言で言えば「アート」の域の話なんです。

——まさにプロフェッショナル、プロとしての徹底ですね。感銘を覚えます。ところで、



プーベルさんパチンコの経験はありますか？ご覧になった印象はいかがでしたか？

やり方を教えていただければ楽しいかも

(笑)。はじめて日本に来たときに、これは一体

何だ!?と驚きました。フランスにはないものだ

から凄く興味がありますね。インパクトはと

にかく大きかったですね。光、音、雰囲気、

遊んでいる人たちの真剣なまなざしや

楽しそうな姿、全部が凄いいと思いました。

——実は、パチンコのルーツ論にはい

くつかあります。コリントゲームや欧米

のウォールマシンとか言われてましたが、

19世紀のフランスに「マシン・ア・スー」と

いうのがあって、どうやらそれがルーツの

ようです。日本のハイテク技術で今のパ

チンコに進化したようです。でも後にマ

シン・ア・スーは法律で禁止されたよう

ですね。

そうですね、マシン・ア・スーがあるのは

今ではカジノだけです。バーでは禁止

です。お金を賭けるようになって、

それだったらカジノでやりなさい！ってこ

とだったみたいです。

——プーベルさんの写真を拝見して

いると、常識を覆すというか感受性への

挑戦というか、何かそういったものを感じま

したが、写真に手を加える、あるいは絵を描

く、そういうインスピレーションへの挑戦スタ

イルは今後も貫いて行かれるのでしょうか？

もちろん、そうです。常に新しいものを求

めます。

——私たちピーアークもそうです。常に進

化・更新、常識との戦いです。シンクロとい

かピンピン共鳴して感激です。本日は本当に

ありがとうございました。



アントワヌ・プーベル氏略歴

1956年 フランス ル・アーブル生まれ

1982年 国立造形表現美術大学卒

2000年 パリ国際芸術大学都市個展

2001年 モスクワ写真美術館個展、以降
日本国内でも個展多数

2008年 銀座シャネル・ネクサス・ホール写真展

2009年 丸の内デクシア・クレディ・ローカル銀行写真展

表参道ギャラリー「ホワイトルーム」写真展

パリ・クレイジー・ホース専属カメラマン、ジグザグ専属
カメラマンを歴任、欧州・アメリカ・ロシア・アジアで
活躍中。

Fun for Life

読み切り小説

雲がパチンコにみえた日

安藤博文

あんどろひろぶみ ● デライト・コミュニケーションズ株式会社（ビーアーケグループ）社員。「ファンから生じたパチンコ革命」で第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 PIDEA に「実践！クレーム錬金術」を連載中。

その日の空は澄みわたるように青色で、ところどころに浮いている雲がいろんな形に見えてきます。眺めているだけでなんとも楽しい空です。そんな気持ちのよい天気とは逆に、社内では上司が部下の業績にカリカリしています。

「山田君……山田！」

「……」

「こら、やまだあ！何ぼけつとしてる。返事をしろっ！」

「あつ、はっ、はい。すみませんちょっと考え事してました」

「まったく、ぼーっとしやがってえ。君は今

月もノルマ達成できてないぞ。どうすんだ。今は大事な時期だぞ、こんな時に悠長に考え事などして信じられんぞ、まったく。しかもどうどうと考え事してましたと開き直りやがって、そもそも、恥ずかしいと思わないのか。まったく。」

そう言って部長はイライラしながら自分の席に戻っていききました。部署業績が悪く、部下の報告書を見ながら頭を悩ましていたのです。

じつは部長がイライラしている理由はもうひとつありました。ここ連日残業で会社を出るのが23時。好きなパチンコができない日々が続いていたのです。

部長の席はガラス張りの壁に面していて外の景色が一望できました。

部長はこの眺めが好きでした。イライラした時でも景色をながめることでスッとしました。部長にとってはささやかな癒しのポイントなのです。

外

を眺めるとふわふわの雲が形を変えて青い空を漂っています。

「（最近パチンコしてないな、あの絵柄が揃う瞬間を眺めたいな、いききたいなあ）」

部長の願いに答えるように雲が形をかえていきます。眺めていると、なんだかパチンコ台のように見えてきました。

「(あそここの出っぱりがハンドルだな、おっ777って揃っているような感じだ。あはっ、気持ちいいねー。うおーっ、玉がでてきたぞー！こりゃー大勝ちだ。)」

風で雲の形が少し変わりました。

「(今度はスロットになった。右側にレバーがついているな、カジノのマシーンみたいだな。おっ、どんどん膨れて大型になった、左にるのは客だな、右側にも客がいるぞ。こりゃーあれだゲーセンの対戦ゲームみたいだな。パチンコも客同士

で対戦できるといいんだよな、玉の取り合いか、白熱しそうだな。)」

雲

の形は変わりませんが部長の妄想は広がります。

「(ん、大勢で一台に向かうメダル落としゲームみたいなのもいいな。パチンコもみんな連携をとってジャックポットを狙ったりとかできると面白そうだ。客同士連帯感がもてて、ジャックポット獲得で大量の玉がみんなに配分されて、ハイタッチ

したりしてな。あはっ、対戦するよりそっちのほうが流行りそうだな。)」

「(椅子はあれだな、ゴージャスな気分になるように、座り心地のよいソファがいいな。ソファに腰掛けて片手にワインを持ちながら、大当たりとともに乾杯って。いいねー。いっそのこと、豪華客船の中にパチンコがあつて、世界を旅しながらパチンコとかな、すごい優雅だな。笑)」

「…部長」

「…ぶちよう！」

押

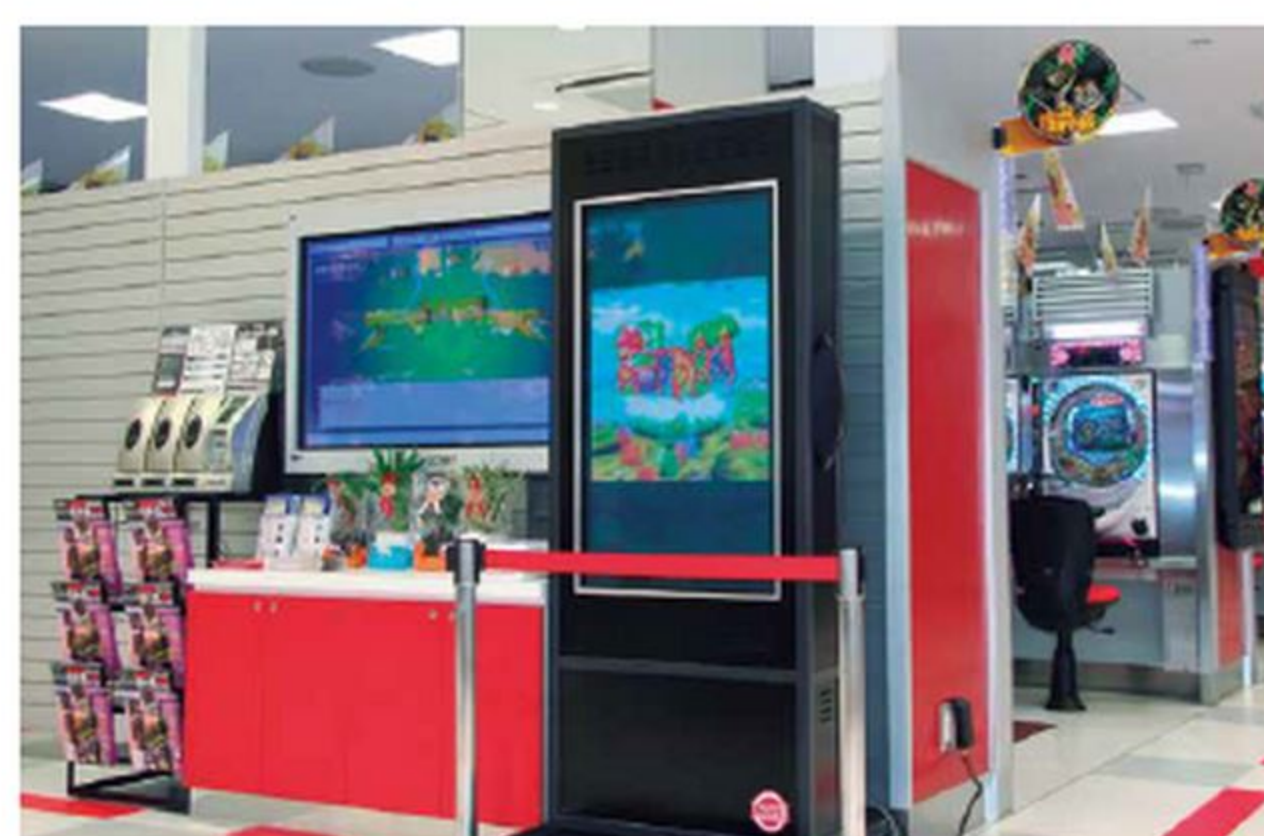
印を求める部下の声で、はっと我に返りました。

「部長、だいじょうぶですか」

「ん、あ、ああ、大丈夫だ。ちよつと考え事をしてただけだ。…」

「くすっ」と笑う山田君の声が聞こえました。空がとっても青い日でした。(終)





マックスパチンコ溝の口 リニューアルオープン

4月8日(水)、業界でもエボックメイキング的な店舗とされてきた「ピーアーク溝の口」がついに長期の改装期間を経て「マックスパチンコ溝の口」として再スタートいたしました。

このエリアは、近年競合店がひしめく激戦区となっております。今回のリニューアルでは、玉箱交換不要のパーソナルシステムを導入しまして、ローコストオペレーションの徹底と、従来以上の「接客サービス」を追求し、市場ポジションの向上を図ります。

マックスパチンコ溝の口 店舗データ

所在地：神奈川県川崎市高津区溝口1-7-10
総台数：405台（パチンコ345台、スロット60台）
駐車場：180台
業態：4円貸パチンコ、20円貸スロット



スタッフの制服も一新し、ホテルやフライトアテンダント風をイメージ。
今までとはまたちょっと違ったピーアークをお楽しみいただけます。

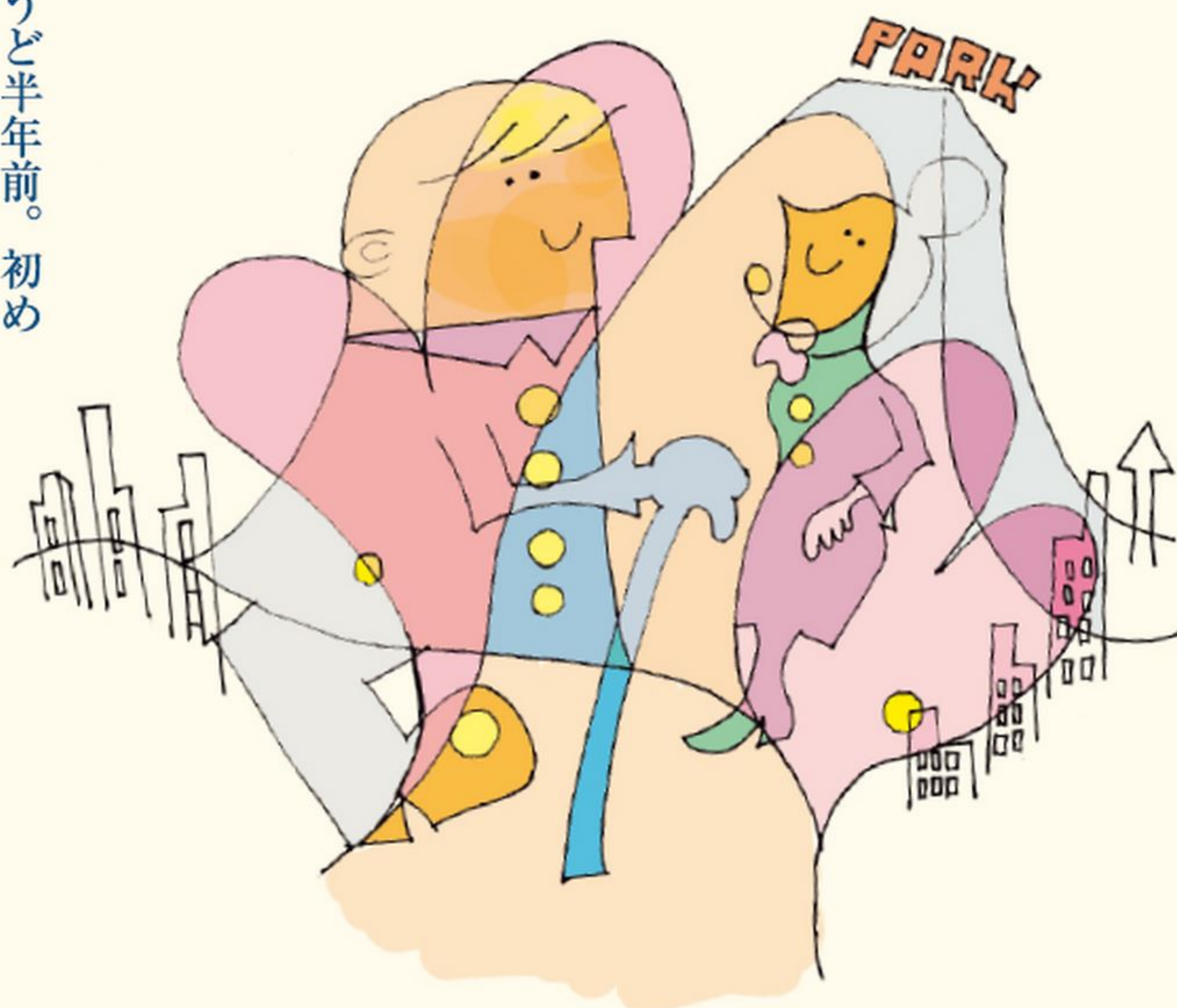


ちょっと
Chotto
素敵な
Subekina
レシピ
Recipe

第1回 10玉の約束

「左手で10玉掴めるようになったんだよ！」

そうお話してくれたお客様と初めてお会いしたのはちょうど半年前。初めてのパチンコをご説明したのがちょうど私でした。リハビリを兼ねて歩いていたらピーアークを見つけたのだそうです。それ以来、ご来店の際に



はお話をしたりするようになりましたが、2ヶ月近くはなかなかタイミングが合わずにお話が出来ませんでした。

昨日お客様は嬉しそうに足を引きずりながら私のそばまでいらっしやり、「ここに来た頃覚えてるでしょ？あの頃は左手でパチンコ玉が2玉しか持てなかったんだけど、今は10玉なんだよ！約束！」

初めてお会いした頃は杖もついていたお客様が・・・と思うと、とても嬉しくなり一緒に大喜び。しかも半年程前の「10玉持てるようになってから見せてくださいね。」という何気ない約束をお客様は忘れずに覚えてくれていたのです。

最近私を見かけないので伝えようと探していたところだったようで「今度は見せてあげるから下にいなきやダメなんだよ？」「すいません・・・でも次回は絶対に見せていただきますから！」「絶対だからね。」約束をしてお客様はお帰りになりました。2玉から10玉。この8玉を増やすための努力を見習い、日々成長できるよう頑張ります。



年末年始キャンペーン

12月27日(土)～1月4日(日)の9日間、「DREAM PARK2009 ピーアークで『必笑三昧!』」と題した年末年始キャンペーンを実施。約4年ぶりとなる全社統一キャンペーンで、恒例となったバチンコ必勝ガイドとのタイアップをはじめ、新聞広告、テレビラジオCMなど様々な形でキャンペーンを訴求、9日間合計で、約46万8600名のお客様にご来店いただくことが出来ました。



ピーくんチャリティー

ピーアークグループではこれまでも様々な募玉活動・草の根キャンペーンを展開してまいりましたが、昨年より協力先を3団体に設定し募玉箱もリニューアル、「ピーくんチャリティー」として新たに募玉キャンペーンをスタートさせました。

これにより、お客様は3つの中から一番興味のある団体を選んで協力することが出来、また一時的ではない、永続的なご支援・ご協力が出るようになります。

協力先は、以下の3団体です。



■世界の子どもにワクチンを
日本委員会(JCV)

予防可能な感染症で命を落とす子どもたちが数多くいる発展途上国にワクチンを贈る、民間の国際支援団体です。

■スペシャルオリンピックス日本

知的発達障害のある人たちに年間を通じて日常的なスポーツプログラムやその成果の発表の場である競技会を提供し、社会参加を応援している国際的なスポーツ組織です。

■ピーくん+の森プロジェクト

長野県王滝村の森再生プロジェクト。間伐や下草刈りなどを十分に行うことが出来ない森の森林整備に協力し、元気な森を取り戻します。

10

サンシャイン印西店が
ピーアークグループに(10月31日)



11

12

年末年始キャンペーン(12月27日～1月4日)

1

ピーくんチャリティー
スタート(12月27日)

2



3

4

長期経営ビジョン

「ブランドビジョン2020」

スタート(4月1日)



戦略子会社

「アルファドッグ・カンパニー」設立(4月1日)

2009年度入社式(4月1日)

PARK DREAM

今号の考案者

親がプロ球団を所有する会社に勤めていることで、昔から球場に何度も足を運んでおり、「とにかくデカイ！この巨大空間でピーくんがあちこちにいたら！」と☆1試合に何万人もが観戦する試合であっても、訪れる一人ひとりにとっては、二度とない貴重な一瞬。その大事な時間と、ピーくんと一緒に記憶されたい素敵ですね。WBCが開催されたら世界中でピーくん人気♪「冠」スタジアムとしてブランディング要素と共に、訪れた人の「記憶」に残って欲しいですね。子供を連れて会いに行きます(関係者席をお願いします)♪

阿部 太一郎さん(H12入社)

編集後記

ピーパークグループは長期経営ビジョン「ブランドビジョン2020」をスタートさせました。

そして新たにコーポレートブック「Fun for Life」を創刊いたします。

世界はいま、経済不況、環境問題など、未曾有の課題に直面しています。それは即ち、国も企業も、過去の経験則が必ずしも通用しない世の中で生き抜く智慧を試されていると言えるでしょう。

そして、この時代だからこそピーパークに求められている使命があるはずです。それは「ゼロからイチを生み出すアイデンティティー」で暗い世の中を楽しいものへと変えていくこと。コーポレートブック「Fun for Life」では、世の中を楽しくするための合言葉「Fun for Life」を探りながら、実現に向けた軌跡を伝えてまいります。

2009年度入社式

4月1日(水)、春の訪れと共に新入社員37名(新卒34、中途3)がピーパークグループに仲間入りいたしました。フレッシュなパワーが新たに加わったオールピーパークで、これかれも「Fun for Life」を追い求めてまいります。



商号変更のお知らせ

ピースフード(株)は、4月1日付で(株)アルファドッグ・カンパニーへ商号変更致しました。商号変更に伴い、同社は、営業店舗に対しより実践的な営業戦略提案および支援を行う店舗営業コンサルティングを主な業務といたします。

ピーくんチャリティー結果報告(12月27日~3月31日集計)

金額に換算いたしました。

世界の子供にもワクチンを日本委員会

307万2061円

スペシャルオリンピックス日本 82万1670円

ピーくん+1の森 120万1504円

ご協力ありがとうございました。

5

マックスバチンコ溝の口
オープン(4月8日)→P30

ブランドビジョン2020
キックオフ(4月20日)→P03

ファンバチンコ草加
グランドオープン(4月22日)→P02

GWキャンペーン(4月25日~5月6日)→P04

ピーくんプレゼンツ

「幕張メッセどきどきフリーマーケット」
(5月3日~5月5日)→P05

P ARK DREAM



ピーくんスタジアム

味の素やC.C.レモンのような「ピーくんスタジアム」の建立。いたるところにピーくんはもちろん、スタジアム前には高さ20メートルのピーくん像が鎮座。傘下のプロ野球チームの試合はもちろん、サッカー国際試合、WBC、末はオリンピックの会場のひとつに。海外アーティストの公演は、ピーアークスタジアムで演奏することがひとつのステータスとなり、武道館に代わるロックの聖地として、日本人の凱旋公演で盛り上がる。テーマ曲の「大きなピーくんの下で」は、異例のロングヒットを重ね、累計販売枚数は300万枚を突破っ？



ピーアーク

6-13-16 Ginza, Chuo-ku, Tokyo 104-0061
Tel. 03-3858-8888 Fax. 03-3858-8965
www.p-ark.co.jp

ボクの
ケータイサイトが
出来たよ



<http://www.p-kun.jp/>