

ピーアークの今がわかる情報誌。

PARK NOW

2023.06

VOL.

02

ピーアークの挑戦

withコロナ時代の



対談

スマート遊技機で進化する顧客体験と
パチンコ新時代の未来予想図

京楽産業、株式会社

代表取締役社長

えの もと よし のり

榎本 善紀氏

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。

ピーくんカフェでは、ゆったりと楽しめる全150席をご用意。

今回の
注目トピック

5周年を迎えた ピーくんカフェ



2017年12月に「ピーくんカフェ」としてオープンし約5年が経ちました。多くのお客様に支えられ、今があります。これからも街の人と人が出会う「ゆったり、楽しい。」空間づくりをしてまいります。是非、北千住にお越しの際はお立ち寄りください。



ピーくんカフェ (P-KUN CAFE)

〒120-0062

東京都足立区千住旭町3-5 駅前会館2階
営業日:月~日 8:00~20:00(L.O.19:20)

人気
No.1

\\ カフェのおすすめポイント! //



千住ナポリタン 890円(税込) ピーくんカフェラテ 600円(税込) ※一緒に頼むと100円引き

No.1メニューは、昔懐かしいケチャップ味がたまらない「千住ナポリタン」。
ピーくん押しメニュー「ピーくんカフェラテ」とともにお楽しみください。

広々した
Fun
Room



広々としたイベントスペースも用意しています。歓迎会・ママ会・地域集会だけでなく、地域の活動家によるワークショップやアート展示会、ゲームイベントなどさまざまなイベントが開催されています。

喫煙席は
たっぷり
38席



パチンコ業界新時代へ向けた ピーアーク革新

これまでの変革の歩みを止めることなく、
過去の制度・習慣を見直すことで、
パチンコ業界の新時代に持続的な成長を成し遂げる企業へ。
社長の庄司眞が革新への3つの柱を語ります。

日本経済は民需中心に緩やかな持ち直しが見られるものの、世界的なインフレ率の上昇や円安への為替変動もあり、40年ぶりの高い物価上昇となりました。一方、パチンコ業界では、スロットの新基準機やスマート遊技機の登場によりユーザー回復が見られた一方、海外情勢に伴う資材不足や電気代高騰により各ホール及びメーカーにとって厳しい環境下となりました。公益財団法人日本生産性本部「レジャー白書2022」によると、2021年のパチンコ業界の市場規模は14兆6000億円（前年比ほぼ同額）、参加人口は720万人（同10万人増）、警察庁の発表では2022年12月末時点での営業所数は7665軒（同793軒減）となり、経営環境は厳しい状況にあると判断しております。

このような環境の中、ピーアークでは『Re・START（再出発）』創業の地から遂げる2030年へ向けた「全方位成長」を経営方針に掲げ、全店が基本に立ち返りお客様の満足にこだわる行動を徹底し取り組みました。その結果、新規店である相模大野を含まない既存店売上高で昨対比113%、コロナ前の2019年度対比ではほぼ同額まで回復することができました。（詳しくは特集5〜7ページをご参照ください）

そして今期は経営方針に「パチンコ業界新時代へ向けたピーアーク革新」を掲げ、これまでの変革の歩みを止めるのではなく、さらに

過去の制度・習慣を見直すことで、パチンコ業界の新時代に持続的な成長を成し遂げる企業へ革新してまいります。その柱として一つ目に、スマート機新時代にお客様からの信頼と遊技支持を一層集め、厳しい競争環境の中でも勝ち続けられる営業フレイムを構築すること。二つ目に、私たちのミッション「楽しい」を生むつながりを。“withコロナ時代”に合わせアップデートすることで、つながりを軸とした新しいエンターテインメントサービスを創造すること。そして三つ目が、業界の新時代をリードする人材を育成する企業集団へ変化すること。これらを推し進めることで、お客様・社会への期待価値創造に挑戦してまいります。

また、ピーアークでは2030年に向け30ビジョン「Fun Life+ワタシたちの仕事は世の中をもっと楽しくすること」を掲げており、コロナ禍で一層進んだデジタル社会において私たちのような多くの人が行き交う駅前店舗で活動している者の使命はより重要になると考えております。そのために、人と人のつながりを生む「楽しい」が溢れる店舗づくりを、ピーアークらしく創造力と遊び心で真面目に取り組みます。今年度も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

パチンコの新時代、はじまる。

スマパチ導入開始

スマートパチンコ（以降「スマパチ」）が2023年4月にホールに登場しました。
スマパチの登場で一体何が変わるのでしょうか。ユーザーへのメリットは？ 機能や特徴を解説します。

パチンコ玉に触れないスマート遊技

盤面以外がすべてデジタル化され、お客様はパチンコ玉に一切触れることなく遊技が可能となります。

これにより島設備の簡易化、機械トラブルの軽減、不正防止、感染症対策とさまざまな利便性や安全性が増したと言えます。

スペック変更による遊技性能の拡張

① 大当たり確率の下限が変更

大当たり確率は約1/320以上から1/350以上へ変更となりました。初当たりが重くなる分、大当たり後の性能により大きな幅を持たせることが可能になりました。

② C時短を使用したCタイム

突然時短の抽選をしていた「C時短」を進化させた機能として「Cタイム」が搭載可能になりました。

Cタイムとは特定条件で抽選する機能で、ここで当選すると大当たりを経由せずにラッシュへ突入します。

その条件や期待度は遊技機によって異なりますが、ラッシュ終了後に抽選される機種が多く、ラッシュの引き戻しに期待できるなど遊技性能に幅ができました。

健全性の向上と不正行為の撲滅

① コンプリート機能搭載

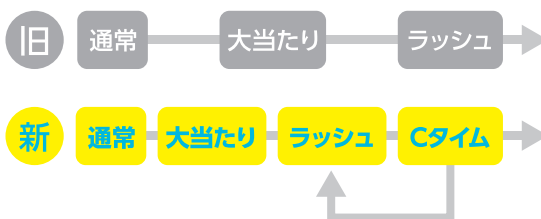
健全性への取り組みとしてスマートパチスロ同様に1日の出玉数に上限が設けられました。

その日の差玉で最もマイナスとなったところを基点として95,000発に到達するとその日の機械の稼動が停止します。この機能は、同時期のP機でも搭載されます。

② 遊技情報の一元管理

遊技機データが遊技機情報センターにも送られ、1台1台の細やかな出玉情報が一元管理されます。これにより不正や故障などの異常を早期発見し安心・安全な遊技環境につながります。

Cタイムとは？



スロットのようなゲーム性が可能になりました

スマパチで遊技体験がこんなに進化しました



ド迫力のマルチレイヤー
ビジョン

進化したスピーカーで
クリアな高音&
重低音を実現

アタックトリガーの
リアルな手ごたえで
没入感UP!!

レストハンドルに
Air-Blowを搭載

©松竹・ABCテレビ ©KYORAKU



遊技方法

① 入金or会員カード挿入

↓ 遊技機の横にあるユニット・サンドへ入金・カード挿入



② 貸出or再プレイ

貸出 ユニット・サンドの「貸出」ボタンを押下
再プレイ 暗証番号入力後「再プレイ」ボタンを押下
↓ 遊技機のクレジットカウンターに転送



③ 遊技開始

↓ 遊技結果で加算 or 減算

● プレイが終わったら計数へ

④ 計数

↓ 遊技機の「計数」ボタンを押下すると
ユニット・サンドのカードへ転送



⑤ 返却

↓ ユニット・サンドの「返却」ボタン押下でカード返却



※遊技機に持玉情報が残っている場合は返却されません



京楽産業、株式会社 代表取締役社長

代表取締役社長

えの もと よし のり
榎本 善紀氏

しょう じ まこと
庄司 眞

TOP INTERVIEW

スマート遊技機で進化する顧客体験と パチンコ新時代の未来予想図

2023年4月、スマートパチンコの第1弾がいよいよ導入されました。革新的な機能やスペックに期待が高まる一方で、新たなファン層を獲得するためにはクリアしなければならない課題もあります。今回は、パチンコ・パチスロメーカーでありながらホール業も展開する京楽産業、株式会社の榎本善紀社長をお迎えし、スマート遊技機で業界を盛り上げるために我々が取り組むべきことについてお話を伺いました。

スペックの自由度が向上。
ゲーム性のバリエーションが
多様化したスマパチ

庄司（以下 庄） 本日はよろしく
お願いします。早速ですが、2
022年11月にはスマスロが、
2023年4月からはスマパチ
が導入され、我々ホールもファ
ンの皆様もスマート遊技機に対
する期待度が非常に高まってい
ます。

榎本（以下 榎） スマパチの最大
の利点は、スペックの自由度が
従来よりも増したという点です。
象徴的なのは新しく搭載された
「Cタイム」などで、ユーザーの
皆様を楽しめるポイントを増や
していくことを色々心掛けてい
ます。スマパチになることで時
短のバリエーションが生まれ、
その組み合わせで今までできな
かったゲーム性が作れるように
なってきたのは大きな前進
だと考えています。

庄 ユーザーには色々なニーズ
があるので、遊び方のバリエー
ションが増えていくのは、ホー

ルとしてもとても嬉しいです。
それから今回のスマート遊技機
への移行によって、長い歴史の
中でコアな存在であった玉やメ
ダルがデジタル化することも、
業界団体として大きな決定だっ
たと思います。今後、データ表
示などのデジタル化や音声出力
端子などの遊技機周辺機能の拡
張が進むことで、遊び方の多様
性につながると思いますし、こ
を進めて多くのファンをつく
ることが我々ホールのミッシヨ
ンだと捉えています。

榎 パチンコは歴史が長い分、
元々規則が細かく設定されてい
て、それによってスペックや遊
びが画一化され過ぎていた傾向
があります。今までもそこに注
力してきましたが、これからも
バリエーションがどんどん広
がっていくようなことを考えて
いかなければなりません。ス
マート遊技機を皮切りに、ファ
ンの皆様が喜ぶようなことをや
り続けていきたいですね。

庄 パチンコはお客様の層が幅
広く、当社のデータでも「パチ

ンコのみ」や「パチスロとパチン
コの両方をたしなむ」というお
客様が、スマスロリリース後で
も6割近くいます。また、パチ
ンコは知識・技術の部分におい
ても公平な要素が強く、年齢や
経験を超えて楽しめるものだ
と思います。そういう意味では、今
まではパチスロ偏重の流れでは
ありましたが、そうしたお客様
にも新たな楽しさを提供できる
ことは、ホールとしても幅が広
がって嬉しいことです。

榎 やはりパチンコとパチスロ
の両輪が稼働しないと、業界的
にもホール様としても未来が描
けないでしょうね。特にコロ
ナ禍でパチンコの主要ファン層
である中高年の方々が離れたま
ま戻ってきていないというのが、
直近の課題だと感じています。
パチンコはパチスロに比べて
ファン層の平均年齢が高く、そ
ういった方々に新しい遊技機で
あるスマパチを気軽に遊んでも
らうために、ユニットの操作も
含めて、始め方や終わり方など
を丁寧に伝えていくことが必要
だと思っています。やはりそう



いった部分ではホール様のお力、現場の皆様にご協力いただきましたと思っています。

新しい遊技機能を追加し 若いファン層を獲得

庄 一方で新筐体では、アタックトリガーやレストハンドル、マルチレイヤービジョン（2面の超大型液晶による大迫力映像）など、従来のP機にはないデバイスや仕掛けが多数取り入れられていて、新しいユーザーの獲得にも積極的にチャレンジされている印象を受けます。こうした画期的な変化はどのような経緯で生まれたのですか？

榎 もともとパチンコはスペックが画一化されていたので、新機種を作るといっても役物を大きく派手にするとか、進化の方向性が限られていました。今はそのスペックの幅が広がってきたこともあって、筐体自体はシンプル・イズ・ベストの方向になるべく持っていきたいという狙いがありました。また、価格のことを考えても、遊技台本体

（ハード面）の入れ替えではなく、アプリのダウンロードのようなデータ（ソフト面）の入れ替えに近いことを狙っていきたいと思い、液晶に持たせる割合を高くしています。とはいえシンブルにさえすれば皆様が満足するということではないので、より機能的な台を目指すという方向性で開発を進めました。これまでもPフラッシュやエア・バンプ機能を搭載したり、ハンドルと言えば京楽という声も多く頂き、そこにはかなりこだわってやってきました。一方、やっぱりずっと握っているのは疲れるでしょうから、演出やサブライズも損なわないまま、それをもっと楽にしてあげる。キホンのキのところをスマパチで進化させることが、ユーザーの皆様にも喜んでいただけると考えています。

庄 今回ホールでは、スマパチに新たに足されたスペック性能や遊技機能など、足し算の部分をユーザーに知ってもらうためにわかりやすくPRすることを考えました。一方で、引き算さ

れた部分も注意深く検討しました。例えばお客様が、遊技台に貸玉ボタンがないことでどう感じるのか、上皿がないことで遊技中の離席をどのように意思表示されるのかといったことですね。そうした変更点をわかりやすく説明することで、お客様の不安や混乱を払拭することが、既存ファンには必要なポイントだと考えています。

榎 スマスロは、従来機の有制限間の制限回数を解除したので、ホール様もユーザーもゲーム性の向上をイメージしやすい。わっと期待値が上がりやすい。一方で、スマパチは、ある種バチスロに負けないように、新しくルールを追加しているのので、現時点ではそれが良いのか悪いのか、判断がつきにくい状況だとは思いますが。その点で、スマスロと比べるとスマパチに対する期待感は、どうしても劣っていると言わざるを得ません。先ほども述べましたが、それに加え、我々が思う以上にファンの方々、特に年配の方には遊び方の違いがハードルになる部分も

地域コミュニティの場として ホールを進化させる（庄司）



あると思います。そういったことの払拭や慣れについては一定の時間がかかるかもしれませんが、しかしながら、知恵を絞って改善を繰り返して、ファンやホール様に受け入れてもらえるところ

まで改革は進めていくつもりです。

庄 今回、筐体のデザインや機能、演出を従来機からガラッと変えていただいたことで、スマ

パチに対するお客様のイメージを大きく広げたいと思います。新旧のファン両方へアプローチできるきっかけを作っていただきたいことは、とても嬉しいですね。また、スペックや遊技性能の目新しさで若者に訴求する一方で、コンテンツはシニアに馴染み深

い時代劇である点もよく考えられているなど感じます。導入初週のデータを見ても、新台嗜好の強い30代が多いのは予測通りでしたが、その次が50代と20代が多い状況です。若者と中高年に同じくらい支持されたことは稀有な動向ですね。



榎 スマート遊技機の導入については、業界をあげてかれこれ10年以上取り組んできました。依存症対策に資するルールに従って作られた遊技機が、その通り市場で動いていることを担保するのがスマート遊技機の意義でもあります。それにはパチンコだけでなく、パチスロも一緒に揃わないと意味がないです

庄 そうした針の穴を通すような関係各所の調整を経て、ゴールデンウィーク前にP・S両方揃えられたことは本当に偉業でした。大々的にスマート機をお客様に打ち出すことができたので、ホールとしても大変盛り上

スマパチの拡大で 新しい遊技体験を お客様に提供したい

庄 今後はやはり従来機よりも、スマパチの開発や販売に注力していく予定なのででしょうか。

榎 多分そうなると思います。従来機とスマート遊技機を同時並行で開発するのはメーカーとして体力的に苦しいですし、2024年には新紙幣が発行されますから、近いうちにビルバリ（紙幣識別装置）をアップデートしなくてはいけない問題もあります。しばらくは並走しつつ、何年後かにはスマート遊技機のみ絞れる状況が作ればとは思いますが。業界の課題であるキャッシュレス化ですが、まだまだやらなければいけないこと、新しく進化させていかな

ればいけないことがたくさんありますよね。それを達成するためにも、スマート遊技機の一円管理システムは最大の担保になってきます。古い仕組みやサービスを大きく変えていくためには、やはりスマート遊技機の普及拡大が必要だと思います。

庄 ホールとしてもスマート化は進みたい未来ですね。島のレイアウトが自由になることも利点ですが、何よりデジタル化によって利便性が増すことで、より幅広いお客様がホールに足を運んでくださることに期待しています。そのためには見慣れたホールの風景を一度見直して、新しい遊技体験をお客様に提案する必要があると感じています。例えば、現在は遊技台と1対1で黙って遊技するのが常識です。しかしタイムパフォーマンスが重視される時代に、それだけで若者に価値を感じていただけるのだろうか。仲間とワイワイしながら、オンもオフも超えたライブ感があるような遊技スタイルなど、新しいコミュニケーションへと進化させていく

ことがポイントになると思っています。ちなみに今後はどんなコンテンツをリリース予定でしょうか？

【榎】スマパチ第2弾として「ソードアート・オンライン（SAO）」の機種を出す予定です。船出はコロナで離れていった中高年の方に戻ってきてもらえないかという思いもあって必殺仕置人でしたが、今度は思いっきりイマドキのタイトルに振っていきます。

【庄】SAOは30代を中心に人気ですよね。新しいコンテンツで新規のファンを獲得するチャンスだと思います。社内でもファンが多いので嬉しいです（笑）。プロモーションにも力が入ります！

キャッシュレス化と 周辺機器の未来と課題

【庄】スマパチの導入前は、物理的な玉がなくなることで遊技の魅力が低下するのではないかと懸念する声もありました。ところが導入後のシニアの反応を見



キャッシュレス化で レイアウトの自由度が増す （榎本）

ると、玉に触れられなくなることへの抵抗はなく、むしろコロナ対策の点で非接触になることを喜ばれる声も少なくありません。

【榎】確かに、ホールの特性は2つあって、1つはエンタメ業であること、もう1つはローカルであることだと考えています。年齢制限はあるものの、生活圏にあつていつでも誰でもすぐに遊びにいける場所って実は少な

い。しかも不特定多数が集まるからこそ、偶然の出会いも生まれます。幸福度はつながりの数に比例するという研究結果もあるように、地域コミュニティとしての機能を進化させることで、街の幸福度アップにも貢献できそうです。一方で、商業的には、レイアウトを変えるだけで遊技人口を増やすというのは、なかなか難しいそうですよね。

【榎】例えば、カップルシートを用意して連れパチしやすいとするとか、定期的に中高年の交流会などを設けて、その日は話しやすいようにレイアウトをゆつたりした感じに変えるとか、目的やユーザーに合わせて変えていくならいいと思いますけどね。

【榎】仰る通り、業界全体で考えていかないと、何も動けなくなってしまう。キャッシュレス化は今後必ず向き合うべき課題でもあり、レジャーだけでなく世の中の消費行動の変化に合わせて取り残されないようにしなくてはなりません。それから遊技体験の価値を向上させるには、周辺機器も大事な要素です。お客様が入店してからの台選び、遊技中の現状確認や自分

【榎】まずこの業界だからこそ、楽天やPayPayのような決済サービス会社で受けてくれる先が今は1つもないのが問題ですね。それから手数料を取るとなると、単純に貸玉に2〜3%の手数料をつけて営業が本当に成り立つのかという懸念もあります。他の業界がやっているようなポイントを付与することも難しいですし、玉を借りるときのインのキャッシュレスはできたとしても、その逆はどうなるとか、さまざまな課題が山積しています。とりあえず、スマホを持ってくれば遊技ができるというインのところがだけからスタートしたほうがいいのか、それとも風適法の改正を視野に入れて考えるのか、はたまた風適法ではなく、それこそ業法みたいなものを模索するのか、本当に慎重によく考えて、キャッシュレスの先まで見通したうえで考えていかないと判断はできないと思います。

【榎】まず今は紙幣搬送システムがあるから店内レイアウトに制限があると思いますが、それこそキャッシュレス化すればレイアウトの自由度はかなり増すと思います。それからホールコンピュータやデータランプなんかも、技術的には遊技機に組み

込めるんじゃないかと思っています。現状からいきなり変えるのは難しいことも多いと思いますが、時代の流れでコストも下がっていかなくてはいいかもしれませんし、将来的にそうなる可能性もあると考えています。現実的には、規則上、遊技機は出力できるデータにも制限がありますし、入力についてはまったく認められていませんので、そこが緩和されるのであれば周辺機器の機能を遊技台に集約していく方向もあるかもしれません。

地域住民のコミュニティ 形成の場として ホールを活用

【庄】キャッシュレスが実現して、周辺機器の問題もクリアされたとしたら、将来的にホールの風景はどのように変わっていくのか、榎本社長はどうイメージされていますか？

【榎】レイアウトが自由になることで、ユーザー同士のコミュニティ形成もしやすくなると思います。例えば、昔の集会所



【榎】機種のコンテンツを軸にして集まったファンの方たちが、それ以外の部分で交流できるスペースや時間が設けられると面白そうですね。それがうまく機能すれば、スマパチの島構成の自由度の高さの利点ももっと生きて、個性的な店舗作りもできるような気がします。

【榎】日工組が展開している「KIBUNPACHIPACHIH委員会のキャンペーンは、大きく3つのポイントがあります。1つ目は、地上波を使って、コロナで離れてしまった中高年の方も含めてCMでアピー

パチンコ文化を 「クールジャパン」として 海外にアピール

【榎】榎本社長は日本遊技機工業組合（日工組）の理事長も務められ、新しいファンの獲得にも熱心に取り組んでおられますが、マーケティングを行う上での基準やアイデアのポイントなどはあるのでしょうか？

社員が胸を張って 仕事に集中できる 環境を作りたい (庄司)

ルすること。やはり中高年の方
にしっかりと伝えていくにはテ
レビの役割はまだあると考えて
います。2つ目は、SNSを駆
使して若い世代にアピールする
こと。3つ目は、ノンユーザー
向けのタッチポイントを増やす
ことです。僕は自身はターゲット
を絞ろうとは考えておらず、や
れることは全部やろうと思って
います。やっぱりパチンコって、
外からはちょっとハードルが高
い業種に見えているところがあ
るので、それを崩して、まずは
見て触ってもらう。タッチポイ

ントを増やすことで、ホール様
に1回は足を運んでもらうこと
を軸にしているつもりです。

庄 当社でもYouTubeや
TikTokで宣伝するための
ショートムービーを制作してい
るのですが、この間TikTok
のインフルエンサーの方から
コラボのお誘いがあってお願い
したんです。そうしたらホール
に今まで見たことのないくらい
若い人が来られて、「どうして今
までパチンコをやってなかった
のですか？」って訊いてみたん
です。すると「単純に視界に入
らなかった」とか「興味が湧かな
かった」という答えが返ってき
たのです。パチンコに対するネ
ガティブイメージすらないこと
に驚きました。でもだからこそ
興味のボタンさえ押せば、実
は20代の若者にもっと足を運ん
でもらえるんじゃないかと思い
ました。

榎 まさに仰る通りです。好き
の反対は嫌いじゃなくて無関心
なんですよね。日工組でも大正
大学の学生たちと協同して、若

い人がパチンコをもっと遊びや
すくするためのアイデアを出し
てもらいましたが、その活動の
中で、はじめてパチンコ、パチ
スロに触れてもらった結果、何
人かの学生はそれをきっかけに
趣味にして遊んでくれる人がい
るそうです。だからきつかけが
あれば、興味のツボさえわかれ
ば、無関心の若者が多い現状と
いうのは逆にチャンスになるの
ではないかと思っています。

庄 吉本の芸人さんやインフル
エンサーの動画を観て、「面白そ
うだな」とか「好きな人と同じこ
とをやってみたい」という理
由で始める人もいますよね。そ
の意味で言うと、出る、出ない
といった射幸性以外の部分で、
いかにパチンコの面白さを伝え
られるかがポイントになる気が
します。例えば、コロナ前にイ
ンバウンドで来日した海外のお
客様は、筐体を見ただけで「ア
メイジング！」と興奮していま
した。

榎 わかります。筐体は日本の
技術力が凝縮されたものでもあ

りますし、海外の方からしたら
特殊な文化なので、独創性の高
いオブジェのように見えなくも
ない。日本は観光立国を目指し
ているわけですし、今後もイン
バウンド客が増えることは間違
いないと思うので、アイドルや
アニメと同じ「クールジャパン」
の1つとして海外にアピールす
るのは可能性があると思います
よ。

庄 パチンコは長い歴史がある
遊びですし、それこそ言語を問
わないので外国の方も参加しや
すいと思います。日本の技術面
でも、ホスピタリティの面でも
もっとPRしていきたいですよ
ね。日本に来たらぜひ一度体験
してほしいと思います。

業界で働く人々が 胸を張って仕事ができる 環境を作りたい

庄 今後、パチンコ業界の社会
的地位を向上させるためには、
どういう取り組みが必要だとお
考えでしょうか。

を作りたい。やりがいを持って
働ける業界にしたいなと強く思
います。

榎 ホール様は直にお客様や地
域住民の方々と接する立場です
から、我々メーカーよりも感じ
ることは切実であるうと思いま
す。ルールを破って営業してい
るのはほんの一部なのに、世間
からは「パチンコ屋」と一括りに
批判されてしまう。今進めてい
る広報活動も、そういった偏見
やネガティブキャンペーンを払
拭することにもつながっていき
たいと思っています。

庄 そのためには、やはり地域
の一員として社会に貢献してい
く必要があると思います。草加
にあるお店のことですが、駅
前を盛り上げるために新たなお
祭りを開催することになり、
ピーアークにも声がかかりまし
た。そこで運営や設営のお手伝
いをしたところ、今度は「踊り
の連(団体)」として参加しない
か」と声がかかりました。もち
ろん踊りは素人なのですが、全
員一生懸命に覚えて踊った。す

榎 私は、地位向上が目的だと
は考えていなくて、今後も安定
して業界を存続させるためにや
らなければならぬことの1つ
だと捉えています。やはりペー
スのファンが増えないと、いく
ら魅力的なコンテンツや機種を
作っても限界がきますから。そ
のためには、依存症対策もしつ
かりとやって、より健全化して
いく必要もあるでしょうし、そ
れで警察庁の理解が得られれば
スペックが緩和され、遊びの幅
が広がる可能性も高まるかもし
れません。その一環として業界
の地位向上というのがある。す
べてはぐるりとつながっている
ので、1つだけではなく全方向
から改革を進めていかなければ
ならないと感じています。

庄 僕がいちばん忘れられない
のは、コロナが拡大したときに
現場のスタッフが世間から猛烈
なバッシングを受けたことです。
あのときは当社社員だけでなく、
業界で働く全ての人が苦しい時
期を過ごしていたと思います。
だからやっぱり一人ひとりが胸
を張って仕事に集中できる環境

ると地域の方々が温かく応援し
てくださって、最後にはホール
のお客様も一緒になって踊って、
つながりを深め合うことができ
たということがありました。だ
から地位の向上のためには、
やっぱり「共感」を生むことなん
だと思っています。パチンコを始
めるきっかけの9割は連れパチで
すが、今は「パチンコが好きで
す」と言いづらいし、共感も生
まれにくい。そこでリアルな店
舗を構え、地域の方々と直に接
する我々が、地域貢献を続ける
ことで少しずつイメージを向上
させていく。そうすることで「パ
チンコが趣味です」と気軽に言
えるような社会を作りたい。そ
れが今後のホールの重要な使命
だと感じています。本日はあり
がとうございました。

榎本善紀氏

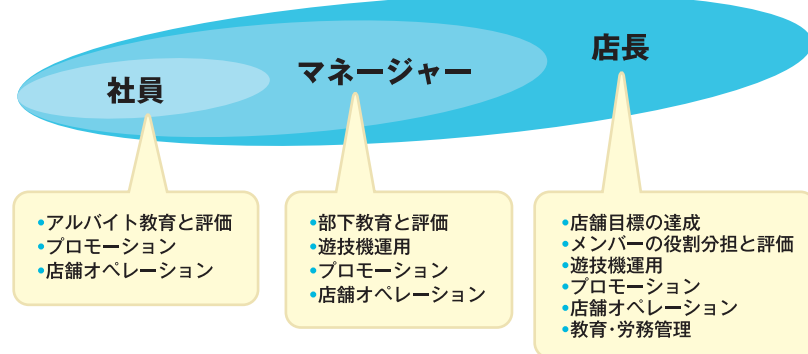
京楽産業 株式会社代表取締役
役社長。1968年愛知県出身。
1988年株式会社ユニオン(現
株式会社京楽)に入社。1995年
京楽産業株式会社(現 京楽産
業、株式会社)に転籍し、2006
年代表取締役社長に就任した。
2021年には日本遊技機工業組
合の理事長に就任している。

・ 育成を加速する新たな3つの施策 ・

1 会社の基準、考えを超えるチャレンジを後押しする

会社の期待する役割を「役職」と位置付け、役割(役職)に応じた結果判定・基準を全社で統一、果たすべき結果に集中できる環境を整えました。その上で、会社が設定する基準を超えたチャレンジもできるように、個人の意欲や力量に応じて基準以上の目標設定を認めています。さらにこの仕組みを効果的に運用するために、個人で立てた目標に対して、担当上司と6か月分のアクションプランを設定し、毎月の進捗状況に応じて目標とアクションプランの再設定がおこなわれます。会社の期待を超える高い目標の設定と、立てた目標を最後まで追いかける仕組み、その2つがあって初めて人が育つ人事制度が循環すると考えています。

●役職別役割の一例

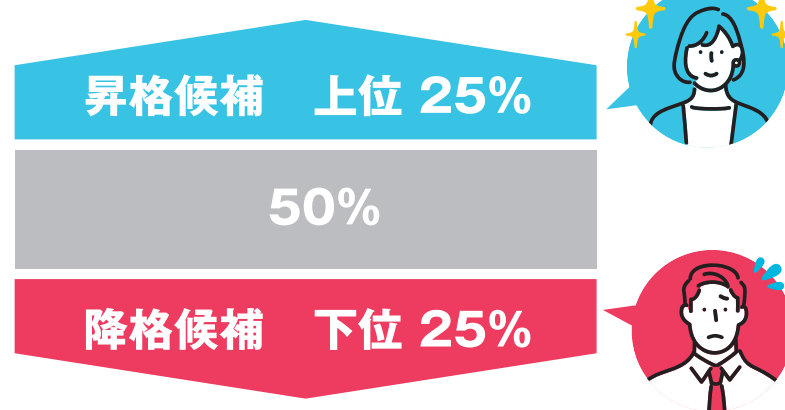


2 頻繁な昇降格によって成長意欲を醸成する

新・人事制度では評価符号が存在しません。結果判定・基準を明確にし、できたのか、できなかったのかで判定することで、評価者の主観を排し、これまでよりも公平性を担保しています。役職ごとに最長1年間の結果に応じて上下25%を昇降格対象としており、50%の昇降格は大きな改革のポイントです。

新たに大きな役割を与えられる昇格者はもちろん、降格者もまた自らの不足する点を振り返ることで大きな成長の機会が得られます。制度ルールは点数の上位者から順に昇格するため、常に1点でも高い評価点を目指し、目標設定とアクションがおこなわれます。また、新規出店による役職者の増員など、1年を待たずして昇格するチャンスもあり、常に上位を目指すモチベーションの維持が期待されます。

●通期で評価判定を実施



3 人材を育てる教育制度の構築

会社の期待する役割(=役職)を果たすために、それぞれの役職別に研修項目を設定し、全員が必ず習得できるように集合研修とオンライン研修、そして動画学習を活用した教育体制を確立します。研修受講後には理解度テストを実施することで、その効果についても測定し、知識・スキルの定着を図ります。今年度はまず、現在の役割・役職に応じた研修を提供し、次年度以降は一つ上の役職を目指した研修内容へベースアップをしていきます。「業界でもっとも人が育つ企業」を実現し、各社員の能力向上に寄与する教育制度の拡充を図っていきます。

●集合研修



●オンライン研修・動画学習



さらなる成長に向けて

業界で もっとも 人が育つ 企業へ

ピーアークは1951年に靴屋として創業し72年、1968年にはパチンコ業を開始し、さまざまな挑戦を繰り返し今に至っております。今後100年を超えて成長する企業になるために、これからの15年を第3創業期とし、右の3つの力を備えます。そこに必要不可欠な人材育成のために、今回大きく人事制度・教育体制を刷新しました。あわせて昨今の物価高を踏まえて4.9%のベースアップを実施します。

関東圏 最強の営業力

各店舗が自店のお客様を増やし、市場でトップポジションを奪取・堅守し続ける営業力

業界最高の 経営力

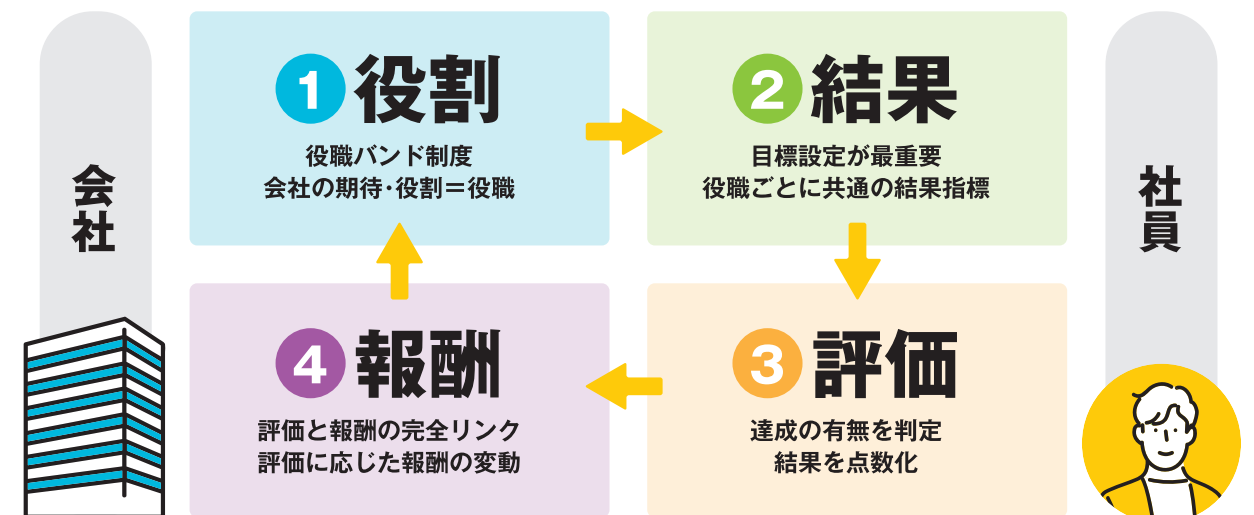
緻密な出店戦略の実行など、確実な企業成長をリードする経営力

次世代パチンコの 創造力

次世代エンターテインメントとしてパチンコを進化させ続ける創造力



・ 人が育つ新たな人事制度の仕組み ・



新・人事制度における「原理原則」は、①役割→②結果→③評価→④報酬(新たな役割)です。

まず①会社は期待する役割(役職)を社員個人に与えます。そして②社員個人は与えられた役割に応じて結果を残します。

③その結果に対して評価をおこない、④会社は、その評価に応じて報酬を支払い、報酬に沿った新たな役割を任命します。

ごく当たり前のサイクルですが、これを正しく運用していくことが、人が育つ企業に向けて大変重要なことだと位置付けています。

お客様の声に活かされて vol.2

／ カスタマーセンターより ／

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は日々、多種多様なご意見をお客様から頂戴しています。その一つひとつはお客様の声であり、そのすべてにお客様の思いが込められております。前号で「お客様の声は宝物のような存在」と表現しましたが、ピーアークをご利用くださったお客様からお感じになられたさまざまな思いを伺うことができ、そこから多くの気付きを得られますので、どのようなお声であれ、一つの声の価値は計り知れないほどのものだと感じております。

クレームは、よりご支持を得るための創意工夫や改善点に気付いて早期対応をおこなえますので、カスタマーセンターでは大いにありがたいものとして頂戴しております。

例えば、「台清掃が雑なので不安」とお声を頂いたことでは、アルコールで台を拭いた際、消毒済札自体を拭き忘れていたため、不安に感じたお客様から声が届きました。

手に触れる箇所をしっかりとアルコールで清掃することによって、コロナ禍でも安心して遊べるということで、ルーチン業務の清掃作業をしつかり徹底することが信用に直結するということをご指摘いただきました。

また、「駐輪場から自転車はみ出て邪魔」というお声では、はみ出た自転車に気づかなかったスタッフが悪いのではなく、そこまで手が回らなかった人員マネジメントに問題があると、スタッフを慮ったお叱りを頂いたこともございます。

ご最真にしてくださっている店だからこそ、店舗のことを思っ、さらにはスタッフのことを考えて、その心内はご配意に富んでいることが分かります。

もちろん、そのような温かい声はクレームにかぎったことではありません。先日、店舗のことをそこまで考えくださったのかと、電話口の私が一瞬ながらもハッとさせられた、大変ありがたいご連絡がございました。

お電話くださったお客様はご高齢の女性で、店舗が送付している案内DMを止めて欲しいというものでした。お一人で生活なされていたようですがご高齢ということもあり娘様のもとに引越すことになったというご連絡でした。

これまでのご愛顧に心より感謝申し上げますが、スタッフがいつも親切でそれが心地よくて通っていたとお客様から何度も感謝の言葉を頂いたのです。それだけでも恐れ多いことですし、店舗にとってはこの上ない励みを頂戴したわけですが、私が言葉に詰まったのは、後に住む方にDMが届いて苦情がいかないよう店舗のことを考えてわざわざお電話いただけたということでした。

目には見えぬもお客様との間に築くことができた繋がりのありがたさを実感し、深いご愛顧に改めて感謝申し上げた出来事でした。ひとつの頂いたご指摘が、グループ全体の糧になるよう改善活動を推進しておりますが、

まにあっていないDM

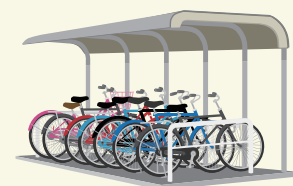
「月曜日の新装開店の案内DMが久しぶりに届いたけど、あんなのは経費の無駄遣いだからやめたほうがいいのでは。」
お電話で頂いたお声を詳しくお伺いしたところ、月曜日10時開店の新装の案内でしたが、お客様のご自宅に届いたのは当日の昼近くだったということでした。

郵便局のホームページで調べて、金曜日必着となるよう投函していましたが局に直接問い合わせたところ「お届け予定日」はあくまでも予定で、仕分けの分量が集中した時や、交通事情などで一日遅れることがあるということです。

店をお考えになられてお叱りいただき、大変温かいお客様の思いに心より感謝申し上げてお詫びした出来事でした。

急ぎ全店に発信し投函日を一日早める共有をおこなっております。

カスタマーセンター担当



ありがとうございます つながるサービスを

2つの取り組みを
紹介します！

ピーアークでは、感謝の言葉である「ありがとう」をととても大切にしています。サービスコンセプトにある「ありがとうにつながるサービスの提供」に向けて、お客様から「来て良かった」「また来たい」と感じていただけるような様々な取り組みをおこなっています。

今年度はさらに、それぞれのお客様に寄り添った接客・接客サービスの提供を進化させるために、基本スキルを磨くことだけでなく、お客様に「共感」し、ニーズに合わせた「提案」ができるようにします。そしてお客様と楽しさを「分かち合う」ことを目指し、日々のなかでスキルアップができる仕組みを構築していきます。



グループ
接客指導
担当者

接客スキルアップのための

マイスター検定

VOICE

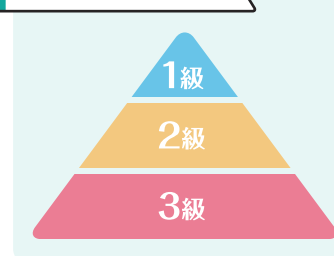
現場で活きるマイスタースキル

ホールスタッフの役目は、顧客心理を考えて先回りの対応によりマイナスをなくし、ニーズに合った接客をすることだと考えております。マイスター取得の勉強をしたことで、お客様の様子やアイコンタクトの反応から、その要望を自分の中で分析・推測し先回りした行動ができ、お褒めの言葉を頂けることが増えたと感じております。

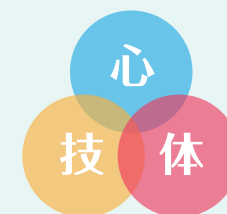
ピーアーク新田
副店長



マイスターピラミッド



大事な3要素



この制度はアルバイト含めてスタッフが入れ替わる中、継続した接客レベルの向上を目的に2013年から始まりました。3級では基本的な所作と基本的なお客様対応ができるレベルで、2級では所作の指導とトラブル対応のような一段難しいお客様対応ができるレベルを求めています。お客様の安心と信頼に応えるために、まずは不快感を与えない対応ができ、さらには「楽しいを生むつながり」を見つけるための土台づくりの一環として必要な社内資格となっています。

接客スキルチェックのための

オリジナル覆面調査

専門調査員による調査



店舗の
状況を
チェック！

サービスの改善会議



改善策を
考えよう！

サービス品質の維持・向上にとどまらず、ピーアークとして目指す接客サービスを提供できるように、約15年前からある仕組みです。社内でありたい姿を環境面・接遇面それぞれ項目化し、社外の専門調査員が覆面調査をおこなっています。その客観的な結果から顧客ニーズを追求すると同時に、ピーアークとしての強みを強化し、お客様に喜んでいただける店舗づくりに役立っています。

このイベントにピーアークが参加してからは19回目になりました。社名認知だけでなく、企業理念を広く皆様に知っていただくことを目的に毎年ブース出展をしています。今年は、コーポレートミッションである「『楽しい』を生むつながりを。」を軸に、私たちが掲げる「ファンクレスト」※を題材にしたテーマパークを企画運営しました。年齢性別問わず、多種多様なお客様がいる会場で生まれる、偶然の出会いや思いがけないキッカケを楽しんでいただきました。

企画運営者

※「ファンクレスト」とは「(fun:楽しさ / crest:紋章)」で、エンターテインメント企業として、さまざまな「楽しい」のかたちを追求する私たちが、その可能性と未来をお客様へ直感的にお伝えするためにデザインで表現したもので、全16種類あります。



参加した社員のコメント／

コロナ禍で2年間参加できなかったフリマによく参加！幅広い世代の方と触れ合い、ゲームを通して「楽しい」を共有でき、普段のホールとは違った「つながる」体験ができました！景品を受け取ったお子様が私に抱きついて「ありがとう」と言ってくれた時は「接客業楽しい！」と心から思いました。

2021年入社



19回目のスポンサーとなる国内最大級のフリマイベント「ピーアークpresents幕張メッセ“どきどき”フリーマーケット2023」が5/3(水・祝)～5(金・祝)で開催されました。全体の出店数は3270店、期間中の来場者数は延べ14万2358人となりました。

全5種類のアトラクションを展開

ピーくんのラジオヘGO!

投稿したハガキがラジオで放送される、bayfmとのコラボ企画。大人だけでなく、お子様たちにも楽しんでいただけました。



アトラクション 4

ピーくんのアナログゲーム

参加者同士や参加者とスタッフが、4種類のゲームで対戦するコーナーです。ピーくんのオリジナルゲームで、にぎやかな空間になりました。



アトラクション 2



アトラクション 5

ピーくんのキャップコロコロ

毎年恒例となっている、「世界の子どもにワクチンを 日本委員会(JCV)」の支援につながるキャップ回収を楽しくアレンジ。今年もたくさん集まりました。



アトラクション 3

ピーくんのBOXクイズ

箱の中に手を入れて、その感触で中身を当てるゲーム。参加者以外の周りの方々も巻き込んで、わいわい楽しんでいただきました。



アトラクション 1

ピーくんのジャンボパチンコ

今回のメインアトラクションのジャンボパチンコは、ボールを5人でリレーしながら、ゴールを目指すアトラクション。たまたま並んだ5人が力を合わせて一緒にゲームに取り組むことで、コミュニケーションも楽しんでいただきました。

「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