

ピーアークの今がわかる情報誌。

PARK NOW

2024.06

VOL.

04

驚きと熱狂で

ピーアークブランドを磨く



対談

だからこそ、熱量が人の心を動かす。
リアルとデジタルの融合で生む新しい価値

RIZAPグループ株式会社

代表取締役社長

せ と たけし

瀬戸 健氏

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

2024年度の 入社式をおこないました

今年もピーアーク号に5名の新入社員が乗船しました。ピーアークがこれまで店舗や街で取り組んできた「楽しい」づくりに深く共感し、「自分もその一員として働きたい、そして将来は各方面でリーダーになりたい」と決意し入社をしてくださいました。それぞれの言葉でピーアークを盛り上げたいと熱く語るその姿に期待が止まりません。

新メンバーの加入でますます加速するピーアーク号に、これからもご期待ください。



新入社員の抱負



楽しみながら仕事をするという気持ちを忘れずに、先輩の皆様から学び、一緒にピーアークを盛り上げていきたいです。



10年後、20年後、重要な人材となれるように、この仲間たちと一緒に努力してまいります。



お客様に楽しんでもらえる店舗作りを目指しながら、ピーアークという会社で成長していきたいと思います。



楽しいことが好きなので、お客様、地域、スタッフの皆様と一緒にピーアークで「楽しい」というものを追いかけていきたいです。



これから壁にぶつかったときは、友達との関係や楽しいことに目を向けて乗り越えていきたいです。

未来でもお客様に選ばれ続ける 「ピーアークブランド」へ

昨年の「スマート遊技機」の登場で
大きな変化を迎えたパチンコ業界。
新時代においてもお客様に選ばれ続ける
「ピーアークブランド」を構築するために
3つの成長を軸に据えた今期の経営方針をお伝えします。

2023年度の日本経済は、5月に新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に移行し経済活動での制約が解消されたことで、景気は緩やかな回復基調となりました。しかし、世界的な物価上昇、円安の流れは変わらず、引き続き海外景気の動向には注意が必要な状況にあります。

パチンコ業界では、パチンコ・スロット共に新基準機となる「スマート遊技機」が登場しユーザの回復が見られた一方、電気代高騰や新紙幣への対応準備と各ホール及びメーカーにとっても環境変化を強く迫られる年となりました。公益財団法人日本生産性本部「レジャー白書2023」によると、2022年のパチンコ業界の市場規模は1兆6000億円（前年比ほぼ同額）、参加人口は770万人（同50万人増）、警察庁の発表では2023年12月末時点での営業所数は7083軒（同582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、パチンコ業界新時代へ向けたピーアーク革新を経営方針に掲げ、これまでの構造改革という土台に「スマート遊技機」という遊技ニーズが新たに生まれたタイミングを機に、さらに攻めの営業戦略・戦術を投下いたしました。また、社内においても社員一人ひとりの成長と成果を支援する新人事制度の導入など、革新を推し進めながら全社員一丸となって取り組みました。その結果、連結の売上高は前年

比で113・2%、コロナ禍前である2019年度との対比でも110・4%と、より多くのお客様支持をいただくことができました。

そして今期は経営方針に、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掲げます。グループ全スタッフのベクトルを「お客様のための店づくり」に向け「新たな驚き」と「熱狂する楽しさ」の創造へ挑戦する。それをスタッフが熱意と感謝をもってお客様へ「つながり」を通じて提供する1年とします。その実現のために必要な3つの軸「営業の成長（店はお客様のためにあり、驚きと熱狂とともに栄える）」「個人の成長（個人がプロフェッショナルとして成長し、組織を成長させる）」「コーポレートの成長（常に高みを目指し、グループ一体で成長する）」を推し進め、未来でもお客様に選ばれ続ける「ピーアークブランド」を構築いたします。（詳しくは特集13〜20ページをご覧ください）

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、ピーアークが地域社会にとって人と人のつながりを生む「楽しい」場所として高く期待されるよう想像力と遊び心で真面目に取り組んでまいります。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



RIZAPグループ株式会社 代表取締役社長

代表取締役社長

瀬戸 健氏

庄司 眞

TOP INTERVIEW

だからこそ、熱量が人の心を動かす。 リアルとデジタルの融合で生む新しい価値

パーソナルトレーニングジム「RIZAP」や運動以外の目的でも利用可能な「chocoZAP」など、フィットネス業界で新たな市場開拓を続けるRIZAPグループ株式会社。別業界ながら、スタッフやリアル店舗に付加価値を見出すなど、ホール業と共通する部分も多くあります。今回は、DX化社会におけるスタッフの価値や、コミュニケーションの場づくり、そして新たな市場開拓への考え方について、瀬戸健社長にお話を伺いました。

目に見えるものだけが
価値じゃない。
一緒に熱狂する楽しさ

庄司(以下 庄) 本日はよろしくお願ひします。実は6〜7年ぐらい前に、個人的にRIZAPさんにお世話になったことがありますが、単純に知識や機材が豊富というだけではなく、トレーナーの方がずっと親身になって伴走してくれたからこそ3か月のボディメイクをやり切れたということでした。我々ホール業でもスタッフを通じてお客様にさまざまな価値をご提供することでファンになっていただくことを目指しています。そこで御社では、優秀なトレーナーをどうやって育成されているのか、まずはそこから教えていただけないでしょうか。

瀬戸(以下 瀬) そうですね、トレーナーにもやはり色々な個性がありますが、まずは手段ではなく目的、ゴールを共有することから始めています。例えば最初の頃は、トレーナーとお客

様に密着したドキュメンタリードラマを毎月1本制作して、社内研修で流していました。お客様がトレーナーと二人三脚でダイエットに励んで、最後に目標体重に到達するまでの過程を描いたものなんですけど、最初は「私なんか痩せませんよ」と後ろ向きだったお客様が、トレーナーと笑ったり泣いたりするうちにどんどん前向きに変わっていくんですね。最後はお互いに言葉に詰まって、会話ができない瞬間って本当にあるんですよ。

庄 トレーナーもそれだけ本気だから、お客様のモチベーションにも火がつくということでしょうね。

瀬 ええ、テニスの壁打ちと同じです。トレーナーが本気でぶつかるとお客様からも強いリアクション、本音が返ってくる。今はネットや本を見ればダイエットの方法なんていくらでも手に入れます。それなのにお客様が弊社のサービスを利用してくださるのは、トレーナーが家族のように親身に、ときに

庄 大変共感できるお話です。我々の業界は、どうしても勝ち負けのゼロサムゲームのようになりがちです。でも、お客様にとって勝つことだけ

が来店される理由ではありません。お客様から頂いた「今日は負けたけど楽しかったよ。また来るね!」の一言が、私たちに大切なことを教えてくれました。これが弊社の原点です。私たち

が提供すべき本当の価値とは、お客様一人ひとりにどのような時間を過ごしていただくにある。実際に遊技台や賞品を見て選んだり、スタッフやほかのお客様と談笑できる場自体にも



価値があるから、足を運んでいただけると思っています。

● わかります。パチンコは、やっぱり勝つことだけが目的じゃないんです。遊んでいる間のハラハラドキドキ感があり、そこでしか味わえない時間があるからお金を払う。お金のプラスマイナスを超えた部分で心が動くから、熱狂できるわけです。

● ええ、遊技結果だけでなく、遊技中の時間や空間に価値をつけることで楽しんでもらうという気づきは、弊社が掲げる「時間消費型レジャー」という概念のきっかけになっています。「負けたけど楽しかった」とお客様に思っていただけの空間をいかにプロデュースしていくか。そのために賞品の数や種類を増やしたり、清潔でリラックスでき

る空間レイアウトにしたりと、さまざまな取り組みを実践している段階です。

データに基づく 手引と実践で 意識と技術を高める

● 先ほどドキュメンタリードラマの話がありました。こうしたサービスの本質的な価値をトレーナーと共有するために実践されていることはありますか？例えば弊社では、長期ビジョン「FunLife+」を策定するときに、私たちピーアークの提供価値とこれから目指すべき未来について、全社員と55回に分けて直接話し合う時間を持ちました。その後も社内LANで毎月トップメッセージとして発信したり、社内企画を通じてビジョンに沿った行動を表彰したりしています。

● それでは言うと、弊社の場合はやはり徹底した研修でしょう。192時間に及ぶ研修の中で、トレーナーには、正しく安全に、科学的に裏付けられた方法でお客様を目標達成まで導く知識や技術を修得してもらいます。解剖学や生理学、栄養学だけでなく、お客様のモチベーションを高めて最後までプログラムを継続していただけるように心理学も取り入れています。

● トレーナーによって、プログラムの内容や組み方は変わるのであるのか？

● 目標が達成できるのであれば、その方法はある程度トレーナーに任せている部分はあります。ただしトレーナーによって結果に差が出てしまうと不公平感につながりますから、「最低限これは満たしましょう」というサービスの水準はマニュアルで決めています。結果が出ているハイパフォーマンスの理想的なトレーニング内容を1つひとつ検証して、全体でベストプロセスを共有できるようにして

ギブアンドテイクの順番を守ることは、 経営的にも大切なこと

(瀬戸)



います。そこに各お客様の状態や適性を把握したうえで、トレーナー独自の判断をプラスしていく感じです。

● 実際にはトレーナーとお客様様とが離れず増えいき、テイク(利益)が最大化していく。ギブアンドテイクの順番を守ること

共有するのは難しい部分もあると思うのですが、その点はいかがですか？

● よくコールセンターで「品質向上のため録音させていただきます」みたいな断りがあつたりしますが、弊社でも随時デー

れる点ですね。その結果、お客様が離れず増えていき、テイク(利益)が最大化していく。ギブアンドテイクの順番を守り、経営的にも大切なことだと思います。

変わらぬ理念と 顧客ニーズの見直しで 危機を嬉しい驚きに転換

● 続いて、最近話題の「chocoZAP(チョコザップ)」のお話を伺えますでしょうか。こちらは24時間気軽に立ち寄れる「コンビニジム」として22年7月から始められ、現在店舗数は全国に1500店舗以上、会員数は120万人突破(※)とこちらも5月15日時点と破竹の勢いで拡大しています。私自身は、高級路線のRIZAPとはある種対極に位置するサービスだと考えていますが、どのような経緯でチョコザップを始めたのですか？

● サービスや価格帯だけを見ると正反対に思われるかもしれませんが、『人は変えられる』を

タのサンプリングをしてマニュアル改善に活用しています。あと、トレーナーの意識やサービスの質を高めるために、ロールプレイングは絶対必要だと思います。お客様への的確なアドバイスや対応方法をきちんと理解している人が、細かく指導して修正していく中でマニュアル化できることもありますから。

● 弊社も接遇研修や接客スキルのレベルを評価する「マイスター検定」の試験などに、ロールプレイング形式を導入しています。ところで御社では、トレーナーをどのような基準で評価されていますか？例えば弊社では、ホールスタッフに限らず全ての役職にミッションを設定していて、ホールスタッフだと接客スキル(姿勢や言葉遣いなど)はもちろんですが、マインド面(仕事に対する心構えや取り組み方)も評価項目に入れています。

● 評価の指標は色々あります。お客様が何kg痩せられたのかというのがありますし、サービスの継続率や売上の単価ももちろ

2022年7月にスタートした、コンビニジム「chocoZAP(チョコザップ)」。



「証明する」という理念はどちら
も同じなんですね。RIZAP
ではトレーナーが1対1でお客
様に全力でコミットして成果を
上げてきましたが、それだけに
人的リソースの拡大には限界が
ありました。一方で、「こうす
れば結果を出せる」というノウ
ハウは確実に蓄積されており、
これをもっと社会に提供した
いという願望がまずあったわ
けです。

庄 なるほど。

瀬 それからもう一つ大きな
きっかけになったのが、コロナ
ウイルスの流行です。弊社も休
業を迫られたり、フィットネス
業界は全体的に影響を受けまし
たが、これを契機にデジタルで
非対面・非接触のサービスを提
供することを本気で考えるよう
になりました。むしろデジタル
技術を活用することで、トレー
ナーがいなくてもボディメイ
クのノウハウを効果的に生か
せる道筋が見えてきた。こう
して「コンビニジム」というコ
ンセプトを掲げて立ち上げた

のがチョコザップです。

庄 チョコザップは金銭面や心
理面での負担で利用を躊躇して
いたものを、コンビニのように
簡単便利で楽しいものに転換さ
れました。このユーザーにとつ
て嬉しい驚きは、ピンチから生
まれた発想でもあったわけだ
ね。弊社もコロナ禍を経て、改
めてお客様のことを注視し、「ど
んな遊技機を好まれているの
か」「どんなツールで情報を取得
されているのか」「どうしたらよ
り心に届く表現になるのか」と
いったことの見直しを図りまし
た。新たな驚きを提供すること
で、より多くの方に熱狂する楽
しさを体験してもらえないかと。
社内体制においても、意思決定
から行動が迅速につながるよう
に組織体制や会議体制、その頻
度などを変更するなど、改善し
たポイントも多くあります。

瀬 お客様のニーズを捉え直した
点は弊社も同じです。RIZAP
に来られる方はボディメイクに
対する本気度かなり高いので
すが、やはりダイエット市場で

ジムもホールも、 集う場所としての 役割は大きい (庄司)



一番多いのは「ちょっとお腹を
へこませたい」とか「運動不足を
解消したい」「体型を維持した
い」といったライト層なんです
よ。RIZAPで蓄積したノウ
ハウを駆使して、今まで
RIZAPには足が向かなかっ
た層を取り込んでいくのが、チョコ
ザップの狙いでもあります。

庄 面白いのが、カラオケ、洗
濯・乾燥機、セルフネイルやエ
ステ、キッズパークなど、トレー
ニングには直接関係ない設備も
ジムに併設されている点です。
これはなぜでしょうか？

瀬 ジムに行って汗を流すこと
が「目的」だとしたら、私はそこ
に至る「手段」はいくつあっても
いいし、いくらでも変わってい
いと思うんですね。カラオケや
エステの、ついでにジムでト
レーニングすることがあっても
全然いい。ジムはどうしてもス
トイックなイメージがあって、
初心者は上級者の邪魔にならな
いようにマシンを使わないとい
けないとか、ハードルが高く感
じてしまう部分も実際にありま

す。そうした障害を取っ払って、
全員がもつと気楽にフィットネス
に関われるきっかけをたくさんつ
くっていきたいと考えています。

庄 やはり真ん中にあるのは
「健康」なんですね。色々な理由
をつくることで来店頻度を上げ
て、結果的に健康を維持できる
仕組みづくりをされていらっ
しゃると。

瀬 はい。一口に「健康」と言っ
ても、その幅は広いと思います。
高齢になるとうつ病になる方が
多いという統計もありますが、
カラオケでもパチンコでも、家
の外で活動的になれる場所が社
会に用意されていれば、気分も
前向きになって、結果的に健康
にもなれる。ただ臓器が正常に
動いていれば健康というわけ
じゃなくて、やはり前向きな気
持ちで生活を楽しめる精神状態
にあること。そこまで含めて「健
康」だと私は思っていますね。

庄 仰る通りです。孤独が万病
の元であることは、医学的にも
証明されていますね。こうし



フとのコミュニケーションを楽
しむために集う場所としての役
割は大きいですよね。

瀬 チョコザップの利用者がま
さにそんな感じです。気楽に

通いたいけど、孤独は嫌だし、
偶然その場にいる人に声をか
けて世間話ができるくらいが
ちょうどいいと。そういうラ
イトなつながりを求めている
人は多いと思いますよ。

庄 ええ。そのために弊社も、
アクセスしやすい駅前を中心に
店舗を増やしていくことを考え
ています。それから災害が発生
したときには、一時避難所とし
て機能することもできる。広い
空間があるし、賞品としてス
トックしている食料も多いで
すから。誰もが立ち寄れる場と
して、社会から期待される役割は
大きいと感じますね。

まず、やってみる。 小さな失敗の積み重ねが 確かな自信を生み出す

庄 あとぜひ聞きたかったのが、
価格設定についてです。よく「プ
ライシングは経営の哲学」と言
われますが、チョコザップの
月額2980円(税抜)という
価格はどうやって導き出した
のですか？

瀬 さまざまなパターンをひた
すらテストして決めました。
RIZAPブランドということ
を隠した40店舗くらいで、さま
ざまな価格帯でお客様の反応を
見たことも。10パターン以上は
テストしたんじゃないかな。
チョコザップで新たに導入する
コンテンツ選びも同じようにテ
ストライアルをして検証して
います。大きなチャレンジをす
る前には、こうした小さな失敗
をたくさん積み重ねることが大
事だと思います。

庄 そのトライアル期間中に、
来店客数や客単価、平均滞在時
間、マシンの利用頻度といった
データを全部取って最終的に決
めたわけですね。

瀬 そうです。店舗に設置した
AIカメラで、何人がどれだけ
の時間マシンを使っていると
いったデータが全部取れるので。
そこらへんはコンビニとかの
POSデータと同じですね。マ
シンの使用時間と使用人数を見
て、使われていないものは外し、
使われるものだけ残していくと



関係性が人に行動を起こさせ、 その結果、新しいつながりが 生まれていく（庄司）

いう改善を繰り返しています。

庄 我々ホールも、店舗に置く遊技機の機種は、お客様の動向を分析してジャンル分けしています。看板機種として大量に設置してファンを増やしていく機種、少量ながらコアなファンを掴む機種、新台を好む層にリーチする機種といった感じでゾーニングしていますね。

瀬 その点で言うと、私たちが

チョコザップでメインターゲットにしているのは、トレーニングに対する意欲が強い人ではなく、運動にはあまりお金をかけたくないようなライトな層ですね。今まであまり自己投資してこなかった人たちに、1歩でも2歩でもいいから生活の質を高めてもらう。その門戸を広げることを意識しています。そのためには最新のマシンを揃えるよりも、価格を安くしたほうが絶対いい。

庄 なるほど。確かに今は、時間の使い方もマルチタスク化していますしね。チョコザップのメニューは、瀬戸社長が一人で考えたのですか？

瀬 いえ、社員からの提案です。弊社の文化というか、職能を意識して仕事することはありません。元々、経理の人間が商品開発をやっていたりしますし、チョコザップのサービスの一つであるキッズパークなんかはDX担当の社員の発案です。全然DXっぽくないんですけど（笑）。そういった意味では、部

署などシームレスに取り組んでいますね。

庄 それは予想外でした。でもそれだけ瀬戸社長が、社員の声を聞いているということでもありますよね。弊社も、できるだけ柔軟に社員のアイデアを生かせるように「Exciting PARK」という社内企画を半年に一度実施しています。営業もサポートもホールも、役職に関係なくお客様への新規企画を提案しています。

瀬 社員の声を聞くというと聞こえはいいのですが、実際にやるのは大変じゃないですか。弊社でもこの前20人から新しいビジネスアイデアを募ったのですが、ほぼほぼ全部やっています。「とにかくまずはトライしてみなよ」と社員には言っています。が、正直大変です（笑）

スタッフによる つながりが生む 唯一無二の付加価値とは

庄 最後に、これからの店舗

サービスの価値について伺いたいです。今後、社会のDX化が進んでいく中で、リアル店舗を構えてサービスを提供していくという点では、ジムもホールも同じ課題を抱えていると感じます。瀬戸社長は、今後、店舗サービスの在り方や価値がどのように変わっていくと思われますか。

瀬 今は便利なオンラインサービスも無数にありますが、個人的な所感では、儲かっているものと儲かっていないものが2極化しています。全てオンラインにすればいいというわけではなく、やはり実際に触れること、目に見えることには、そこしか体験できない価値がある。そこソフトウエアをどう連動させていくかが、これからの時代により求められる気がします。

例えばエステでも、実際に施術するのは人だけれど、人の代わりにAーがお客様に合わせてサービスを提供するとか、リアルとデジタルを融合して1つの価値を見出していくことが必要になるのではないのでしょうか。

スを受け取るお客様の感情を考えると、おもてなしの気持ちを伝えて心を動かすことは、人だからこそできる。その優位性は、しばらく揺るがないのかもしれないですね。

瀬 やっぱり人の心を動かすのは熱量だと思っんです。「このマシンはこういう使い方です。3か月やれば本当に変わりますから」みたいなことを熱心にお客様に伝えていく。本気度が伝わるといふか、相手の真剣さに感化されてお客様も「そこまで言うならやってみようか」という気持ちになるわけです。だからお客様に伝えること、要望を聞き取ることまではトレーナーの仕事で、その後にデバイスやAIを使って作業を効率化していくなど、レイヤーを分けて考える必要があると思いますね。

庄 弊社にも、「あなたに会いたくて来ているよ」とホールのスタッフに言ってくださるお客様がとて多くなります。そういう関係性が人に行動を起こさせ、その結果、新しいつな

庄 重要な視点だと思います。どこまでAーに任せて、どこを人が担当するのかといった部分は検証が必要になるかと思いますが、その点はいかがですか？

瀬 弊社でも重要な要素として考えているのは、「お客様に来店してもらうこと」ですが、これについては圧倒的にリアルな対人コミュニケーションが優位だと思っています。チョコザップにもRIZAPのトレーナー100人を配置して、定期的に店舗を巡回していくのですが、これもコーチングを通してお客様の来店意欲を高めるためです。やはり人が何かをしたい、変わりたいという動機づけは、相手がいるからこそ強く心に響く部分はあると思いますね。

庄 瀬戸社長が考える、人ならではの付加価値は、やはりメンタルの部分にあるんですね。確かにAーによって人間の感情を察知するとか、状態に応じてベストな選択をすることは、ビッグデータを駆使すれば可能かもしれません。でも、サービ

がりが生まれていく。こうした機会を提供していくことが、リアル店舗の大きな価値になると改めて思いました。また、そのようなコミュニケーションの時間を捻出するために、DXにできるものは全て切り替えていくということですね。

瀬 はい。ソフトウェアやAIが得意とすること、人が得意とすること。そこをうまく分業化させることで、それぞれがより強みを発揮できるようになると思います。

庄 わかりました。瀬戸社長らしい、こだわりや熱さを感じられるお話でした。本日はありがとうございました。

瀬戸 健氏

1978年生まれ。2003年に健康コーポレーションを設立、2006年上場。2012年からパーソナルトレーニングジム「RIZAP」を手がける。2016年、RIZAPグループ株式会社に社名変更。ヘルスケア・美容、ライフスタイル、インベストメント事業など、60を超えるグループ会社を束ねる。

2 介護休暇を「無給」から「有給」に

社員ができる限り経済的な心配がなく大切な家族に寄り添えるように、年10日まで取得できるようにするなど、介護休暇の内容を拡充しました。突発的な介護の必要が生じた場合に取得できます。

制度の概要

- 1年に10日まで取得可能。
- 分割での取得もでき、有給扱い。



介護休暇は無給扱いの企業が多い中で、ピーアークは有給とすることで、社員が安心して仕事と介護を両立できる環境を整えました。突発的な理由によることが多いことを踏まえ、申請も簡便に、活用しやすい制度に。



3 有給休暇の取得日数を「年7日」以上へ

年に10日以上の有給休暇が付与されている社員には、必ず5日取得させることが法律で義務付けられています。ピーアークでは従来の年6日からさらに年7日以上へと拡充します。

制度の概要

- 上期4日以上、通期で7日以上を全社員が必ず取得する。
- 所属内で調整を行い計画的な取得を目指す。



2023年度の1年間の全社員の有給休暇の平均取得日数は「10.2日」でした。さらに有給休暇の利用促進を図ることで、社員が健康的に働ける環境を整えます。



個人の成長を実現する支援制度の取り組み

ワークライフバランスのさらなる拡充のために

安心して仕事に集中できる環境づくりのためにピーアークでは毎年、各種制度の見直しをしています。

生まれてくる新たな家族を迎え、その成長を見守るために、社員の皆様が育ててくださった家族に寄り添えるために、そして仕事以外の時間も大切にいただくために3つの制度を整えました。



1 「配偶者出産（有給）休暇」を新設

配偶者の出産に伴う目的で取得できる休暇です。入退院の付き添い、出産立会い、配偶者入院中の子どもの育児、退院後の育児など幅広い目的に活用できます。

制度の概要

- 入院等の日から出生後2週間までの間で5日（会社が認めた場合は10日）まで取得可能。
- 分割での取得もでき、有給扱い。



出産は家族にとって大切なイベント。休暇を取得することで、配偶者や家族の負担の軽減が期待でき仕事へのモチベーションにもつながります。





ピーアークpresents
幕張メッセ
“ときとき”
フリーマーケット
2024
開催レポート

20回目のスポンサーとなる国内最大級のフリーイベント「ピーアークpresents幕張メッセ“ときとき”フリーマーケット2024」が5/3(金・祝)～5/5(日・祝)に開催。全体の出店数は3,576店、来場者数は13万6,136名となりました。ピーアークブースでは昨年に引き続き、「ファンクレスト」※を題材にしたテーマパークを企画。例年以上に参加者同士が交流するアトラクションを仕掛けました。

※「ファンクレスト」とは、「(fun:楽しさ / crest:紋章)」を掛け合わせた造語。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。全16種類。

WIGG

CHALLENGE!!

ピークんのフィールドチャレンジ

初の試みとして、ブースを飛び出して、会場全体を舞台に3つのゲームを用意！ゲームクリアごとにもらえるメダルで、景品が当たるガチャガチャを実施しました。



ときときフリーマで見つけた楽しいポイントを書いて、みんなに共有！



ランダムに配布された3種類のカードを、参加者同士で声をかけあいながら交換して、全種類揃えるゲーム！



会場内に隠されたピーくんポスターを見つけ出すゲーム、その名もピーくんを探せ！



GET!!

たのしいアトラクションがもりたくさん！



SHOOTING!!

ピーくんのお絵描きシューティング

自作の絵で、居合わせた参加者同士が対戦するゲーム。デジタルの活用は初の試みでしたが、リピーターが続出するなど好評でした。

ピーくんのお絵描きシューティング

支援している「世界の子どものためにワクチン」を日本委員会」の活動をスロット遊技を通じて紹介。毎年恒例のキャップ回収も実施しました。



SLOT!!

PACHINKO!!



ピーくんのお絵描きシューティング

偶然に並んだ6人で協力し玉をゴールへ運ぶゲーム。参加者が操作する台にはマイクが設置されており、声をかけあって楽しむ様子が印象的でした。

EXCELLENT
ブース運営に
参加いただいた

「世界の子どものためにワクチン」を日本委員会」インターン生にインタビュー!!

小さなお子さまから大人までいろいろな方に楽しんでいただくことができ、よかったです。自分の仕草や声かけひとつで、相手の反応が大きく変わるというのは発見でした！遊ぶだけでなく、ワクチンや活動のことを紹介することもでき、有意義な時間となりました。

お客様の声に活かされて vol.4

お客様とのリレーション構築のために

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、実際にお寄せいただいた声をご紹介します。

快適にご遊技いただける店舗となるよう、お客様の声に学び改善活動を継続しております。頂戴したご意見は何かしら理由や思いがあつてお届けになられていますので、構築してきたお客様との関係性を損なうことがないように、細心の注意を払って対応にあたっています。

表面化しないクレームが多い中、ご指摘いただけているわけですので謝罪だけではなく感謝の思いを必ずお伝えしています。

ある店舗で駐車券の無料押印についてカスタマーセンターにメールを頂きました。

「多めに押印するよう伝えましたがキツイ対応で断られたため、もう行く気にならない」という内容でした。ルールに沿った対応とはいえ、言い方や態度が不快にさせるものだったことから丁寧に謝罪をおこない、ご海容いただくお願いと、ご来店くださった折には改めて本件についてご挨拶させていただきます。このことをお伝えいたしました。

後日お客様にご来店いただくことができ、店舗スタッフからお詫びとともに、提携駐車場は離れた位置にあるためかなり余裕を持たせた押印をしていることの説明をお伝えできました。それ以降も継続してご来店いただけ、対応したスタッフにもお客様から声を掛けていただけるほどになりました。ご連絡を頂けたからこそお客様を失わ

ずり済みしました。

また、その日の遊技結果について、辛辣なクレームをお寄せいただくことは少なくありません。お客様がお感じになられた声です、どのような内容でもしっかりと向き合うようにしています。その日の遊技プロセスと結果を事細かくお電話で受け「所感」として傾聴するご意見もあります。お話しすることで、負けた悔しい思いが少し解消できるそうで、ご遊技した後には必ずお電話をくださるお客様もいらっしゃいます。

遊技後のお電話までが、そのお客様にとっての楽しみ方となっていますので、溜飲が下がることを願いながら店舗に向けた思いも含めてお話をじっくり伺っています。

「問合せ」は店舗の基本情報をはじめ多岐に渡りますが、中でも忘れ物や落とし物の確認ではお客様がご不安の中ご連絡をいただくこととなります。「鍵を忘れたようで家に入らず困っている」「クレジットカードの入った財布を落としたが届いているか」など、一刻も早く見つけたい思いでご連絡が入りますので迅速に対応いたします。店舗にて保管していることがわかった時はお客様から安堵の声が伺え、カスタマーセンターでも胸をなでおろすことが出来ます。

いかなるご意見の対応においても、その一つひとつがお客様とのリレーション構築

心優しいエピソードにほっこり

ご意見は接点を持たない近隣にお住いの方からも頂戴しています。

「一般の有料駐車場を利用したつもりがピーアークさんのパーキングに駐車してしまいました。出庫しようとしてもゲートが開かず、ようやく状況を理解した所でピーアークさんに伺いました。申し訳ない気持ちと、パチンコ屋さんに入るという経験がないのでドキドキしていました。でも対応して下さいた従業員の方は忙しい中でも、とても爽やかに笑顔で駐車券を処理して下さいました。『料金をお支払いします』と言うと、『料金は大丈夫です。でもいつかパチンコに来ることがあれば当店を利用して下さい!!』と言って下さいました。

毎日のニュースを見ていると悲惨で優しさのない内容が多い中、私の身近で起こった心優しいエピソードにほっこりました。心から感謝致します。従業員の皆様の健康と幸せを心よりお祈りしています。わざわざ声をお寄せいただいたことに私たちも心が温かくなった出来事でした。

FunRoom がつなぐ物語

「FunRoom」はFun(楽しさ)の輪が広がるようにとの願いを込めて、P-KUN CAFEに併設されたコミュニティルームです。ご活用いただいているお客様の声をお届けします。



楽しい居場所が街に戻ってきて本当に良かった

(千住びゅーでーいまるしえ様)

“好き・楽しいが見つかる市場(マルシェ)”をコンセプトにしたイベント。毎月新鮮な内容のブース出展、講座、体験、エクササイズなどを開催しています。

FunRoomの利用は何回目ですか？

FunRoomは千住びゅーでーいまるしえのイベント会場としてP-KUN CAFEがオープンしてから利用しています。本イベントの立ち上げも2017年のFunRoomのイベントに参加したときに仲間と出会う、「何か楽しいことやりたいね」って話になって始めました。それから毎月1度開催して2024年4月の開催で67回目。7年目に突入しました。

今回会場としてFunRoomを選んだ理由は？

FunRoomは明るいし、広いし、部屋の雰囲気居心地良いです。ガラス張りだからですかね？オープンでばあぁあって開放感を感じます。飲食できるのもいいですね！食事の心配をすることなくイベントを楽しめるし、メニューも豊富で軽食で済ませたい時も、ガッツリ食べたい時も満足。美味しいし、利用する度に飽きることなく色々なメニュー頼んでいます。何よりターミナル駅の北千住駅近でことで、出展者や参加される方を呼びやすいのも大きいです。コロナで休止中も、再開をずっとずっと切望していました(笑)。今では駅からの帰り道に「FunRoomは今日何やっているかな？」って確認しています。窓に電気が点いていて、人影が見えると嬉しくなります。再開して楽しい居場所が街に戻ってきて本当に良かったと思います。

どんな人にFunRoomをオススメしたいですか？

FunRoomをオススメしたいのは“楽しい時間を共有したい人”に使ってほしいなと思っています。私たちのイベントに参加してくれた方も、この雰囲気をとても気に入った様で、今度は自分主催のイベントで使いたいと話していました。びゅーでーいまるしえは現在平日に開催していることもあって、平日にお休みが取れる方や、子どもが学校に行ってる間に遊びにくる主婦の方がメインです。もちろん、男性のお客様もいらっしゃいます。平日に足を運べない方のリクエストにお答えして、たくさんの方に遊びにきていただけるよう今後は土曜にも開催予定です。その時はピーくんもブースを出してくれたら嬉しいです！そうやって楽しい時間をみんなで共有して、ピーくんのファン・カフェのファン・千住びゅーでーいまるしえのファンを増やしていきたいと思っています。



他にもこのようなイベントでご利用いただいています

あだちFUNマーケット



足立区内のお店が集まるイベント。P-KUN CAFEもコロッケパンを販売する出店者として参加し、ピーくんファンも多く集まります。「柔軟なスタッフ対応と、ピーくんも参加してもらえるところが利用の決め手です」。



Information

P-KUN CAFE「FunRoom」

〒120-0062
東京都足立区千住旭町3-5 駅前会館ビル2階
営業時間：月～日 8:00～20:00 (L.O 19:20)
1時間1,000円の部屋料とワンオーダー制。

FunRoomの
事前予約は
こちらから



「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