



INTERVIEW

善都

都筑善雄 社長

今までにないものを形に

「アミューズメントのNEXTを。」をスローガンに、日々新しい試みに挑戦する善都。2014年4月、ワンフロア2100台の日本最大級のパチンコホール『ZENIT名古屋北店』をオープンした。この超大型店構想を実現させ「いまのファンニーズを形にした」と語る都筑善雄社長に話を伺った。

取材写真 田中剛(本誌)

本社：愛知県豊田市
愛知・岐阜県を中心にパチンコホール23店舗。
2015年12月期の売上高は2100億円を目指す。

企業データ

「アミューズメントのNEXTを。」をスローガンに、日々新しい試みに挑戦する善都。2014年4月、ワンフロア2100台の日本最大級のパチンコホール『ZENIT名古屋北店』をオープンした。この超大型店構想を実現させ「いまのファンニーズを形にした」と語る都筑善雄社長に話を伺った。

「ZENIT名古屋北店」は誘致したテナントもユニークですね。

都筑 愛知県の喫茶店文化の象徴である「コマダ珈琲店」がホール併設として初出店していただきました。ほかにもパチンコファン以外にも気軽に立ち寄ってもらえるように美術作品を展示するZENIT ART MUSEUMなどを設けました。コンビニエンスストアやクリーニング店、託児施設などを誘致し、地域の人々の利便性を高めパチンコホールのイメージを変え、パチンコから遠ざかっていた人が戻るようなホールにしたかったのです。先陣を切って色々なことに挑戦していく。そしてファンの裾野を広げていくのが当社の使命と考えています。

15年以降の業界について、どのようにお考えでしょうか？

都筑 来年以降は、厳しい状況を迎えると思います。苦難の時であるからこそ、それぞれの企業価値が真に試される時ではないでしょうか。パチンコができて80余年。100年続く文化は少ない。もう一度、全法人・全業界がファンに対し何が良いかを見つめ直すべきではないでしょうか。昨年はパチンコの自主規制が大きな出来事だったと言われています。しかし、遊技機に新たな規制が設けられるのは

今日に始まったことではありません。私は機械頼りでは業界そのものは伸びていかなないと考えていますので、スベックの規制自体を大きなピンチだと思いたくありません。

今後、重点的に取り組むことを教えてください。

都筑 引き続き大型店の出店を続けていきますが、同時に足元を固めていくことも必要な時期だと考えています。弊社にしても、今の状況が続く保証などありません。例えば、私は異業種のパチンコホールへの参入を大きな脅威と感じています。自動車業界では寡占化が進み、一握りのメーカーが圧倒的なシェアを誇っています。ホールも売上の高い業界ですが、最大手企業のシェアは10パーセントに過ぎず、グロバルな競争にもさらされていきません。そういう面で、まだ成熟していない業界だと思えます。食品を扱う小売業では仕入があり、その日に売り切らなければならぬ商品があります。明日、運動会があるなら、お弁当や食材をたくさん仕入れなければ機会損失を出してしまう。しかし、雨が降れば売れずにロスになるというリスクがある。一方、パチンコ営業は在庫リスクがない。商品は腐らない、賞味期限もない。今日のうちに、これを達成しなければならぬという緊張感が乏しく、当たり前前の予測や計算のできる人間がパチンコ業界に少ないと思います。1銭、10銭の利益を追求するために努力している異業種から見れば、ホール業界はまだまだどんぶり勘定で、我々には甘さがある。そういうことに危機感を持っています。

緊張感を持ちつつ営業をしていくためには、どのようなことを推進すべきでしょうか？

「昨年の「ZENIT名古屋北店」のオープンは、業界の中でも大きな出来事のひとつだと思います。都筑社長(以下敬称略) 2100台のホールがどれだけ埋まるのか、当日まで不安がありました。当社では2000年にオープンした1040台の「ZENIT木曾川店」以降、1000台超の大型店を出店してきましたが、それとは比較にならない苦労があります。2000台のホールを作る苦労は、1000台のホールを作る苦労の2倍ではなく2乗。そのくらいの感覚です。

オープンまでかなり時間がかかりました。

都筑 土地を取得して半年後に東日本大震災が起こりましたので、「いまは開店を進める時期ではない」と判断しました。2100台という規模について、それが適正なのかという議論もありました。しかし、2100台で「できるのか、できないのか」ではなく、前例のない超大型店を「どうすれば成功させることができるのか」という議論を重ねました。パチンコの本質は変わっていませんが、時代とともにファンのニーズは変わります。いまのニーズを形にしたのが「ZENIT名古屋北店」だと考え運営しています。おかげさまでオープンから半年が過ぎた今も、好調な稼働を維持しています。

貴社は業界の常識にとらわれない新しいことをやってきました。

都筑 たしかに新しいホールのあり方を形にできたという自負があります。お客様に「善都は常に新しいもの、何か面白いものに挑戦しているのではないか」と思われたい。今までにないものを形にしようという創業者の挑戦を、私も引継いでいます。この思いにブレが生じてしまえば全社員にブレが生じて

都筑 より一層、戦略に根拠を求めていくことが必要です。都内では1日に広告媒体に接触する機会は約3000回と言われています。一等地に広告を掲出していても、そのなかで印象に残る広告は2つほど。入替や広告で多額な経費を動かしていると、感覚が麻痺していきます。この業界の当たり前は、世の中にとって当たり前ではないことを忘れてはなりません。自分たちの価値観だけにとらわれると、広告効果や本当の顧客ニーズを読み間違えることもあります。異業種を見て良い所をモデルにすることも重要だと考えています。試してみても、ダメならやめればいいんです。

社員にはどんなマインドを求めていますか？

都筑 新卒で入社した社員がどんどん育ってきていますから、まずは提案がボトムアップできる環境であることが大事です。会社としては、社員教育の強化や若手が常に上を目指せる昇格制度を充実させています。その上で、社員一人ひとりがチャレンジして、会社を変えていく必要があります。私自身は車が好きで、渡英して3年ほどレーシングドライバーをしていたこともあり、勝ち負けにこだわるタイプと自認しています。スポーツだと明確にその都度で勝ち負けが分かれますが、企業の場合は負けが分かった時にはすでに衰退して潰れてしまいます。営業では日々、数字で売上が把握できるので、社員たちにはもう少し「喜一憂して欲しいですね。」「色々やったが負けた。悔しい。」「こういった人間らしい臭さがあったもいいと思います。15年の社内スローガンは、「もっともっと！」です。今年さらさら細部にこだわりつつ、貪欲に勝ちを求めていきます。それが「アミューズメントのNEXTを。」につながるのだと思います。