

株式会社ワイドレジャー

代表取締役社長 菊池 太一郎 様

TORIUS to BIZ Interview vol.3



Profile-

(株)ワイドレジャーは1970年福岡県久留米市に創業。
現在、福岡県小郡市に本社を置き、アミューズメント施設「楽市楽座」「アドアーズ」を全国89店舗展開。2022年4月には「遊べば遊ぶほど未来が良くなる場所」をコンセプトに「ゲーム」「遊び」「学び」「体験」「カフェ」からなる、全国初の新アミューズメントパーク「ASOBLE（アソブル）」を『THE OUTLETS KITAKYUSHU』にオープン。
トリアスでは、施設開業の1999年より独立店として開業。
同社代表取締役の菊池 太一郎氏は2021年3月、前 専務取締役を経て、代表取締役に就任。

—この度はインタビューをお引き受けいただき、ありがとうございます。あらためて創業期をお伺いできますか。

弊社のスタートはダイエー久留米店の屋上で軽飲食、スナックコーナーをオープンしたことから始まります。メリーゴーランドや子供向けの乗り物があった屋上遊園地でソフトクリームなどを提供する店舗でした。
翌年、その屋上遊園地自体の事業譲渡を検討されているとの話があり、「ご縁」もあったことから事業を継承し、現在のアミューズメント事業がスタートしました。
しかしながら、経営は順風満帆と言えなかったようで、創業期は苦労が多かったと聞いています。



ワイドレジャー創業期

そんな状況が続く中、西鉄久留米駅のバスセンターに数台遊具を置かせて頂いたのをかわきりに、74年にイオン佐世保ショッピングセンター内に室内プレイランドをオープンしたころより、事業が軌道に乗り出しました。

—そののち、福岡ではおなじみの「楽市楽座」がスタート。

1989年、久留米市にて郊外型プレイランド「楽市楽座」をオープンし、「楽市楽座」のブランドがスタート。その後、ショッピングセンター内インショップのみならず、95年には「ボウリング」「カラオケ」「ゲーム」等からなる大型複合施設「楽市楽座210」久留米店をオープン、1999年に「楽市楽座210」トリアス久山店、2001年には西日本最大級のアミューズメント施設「楽市街道」を福岡市東区にオープンしました。



楽市街道（福岡県東区）

—それから、九州のみならず関東・関西圏への進出、
2018年には関東圏でエンターテイメント事業を行う
「アドアーズ」のM&Aなど全国各地へ事業展開できた
理由は何でしょうか。

先代二人のリーダーシップと個性、突き進む力だったと思います。目の前のことを一生懸命にやること、そして何より人との「ご縁」を大切にしてきたからこそ今のワイドレジャーがあると思っています。

—非常にパワフルなお二方ですものね。

2021年に菊池太一郎様は同社の代表になられたとのことですが、いつワイドレジャーに入社されたのでしょうか。

私は大学卒業後、弊社とは全く異なる業界へ就職しました。その会社では、メディアでも話題になるような建造物や店舗、ディスプレイをクライアント、チーム一体となって共に創る仕事をしていました。「人の集まる場」を裏で支える黒子。古くは歌舞伎の舞台装置を作っていた会社で、とてもやりがいのある日々でしたが、自分の年齢、ワイドレジャーの次の10年を見据えた時、福岡に戻るタイミングがきたと思いました。2010年の冬です。

—そうなのですね！全くの異業種から加わり、外からと中とではどのような違いを感じましたか。

弊社の主事業であるアミューズメント施設「楽市楽座」は外から見ると「大きなゲームセンター」という印象。

中に入って分かったのですが、オーナーがやりたい事は、独立性や非大手資本を生かした、ゲーム施設を超える「ハイパーアミューズメントマーケット」でした。私は、この「ゲームセンター」とか「ゲーセン」という言葉が人に与えるイメージを超える場所をつくりたいと強く思いました。その為には弊社が**本当に提供しているものとは何か**、その根底を社内全員が理解しないといけないと感じました。

—それはなぜでしょうか。

—消費者から見たレジャーは多様に変化し、設置産業だと揶揄されてきた当業界も時代を経てオンラインが台頭。これまで以上にリアルでの**体験の追求と向上**はマストです。マーケット事例でいうと、その結果のひとつが昨今のアウトドアというレジャーの復権です。そして、それを生み出すのは絶対に「人」だと思ったからです。弊社の商品は「思い出」だとずっと社内ですべて言っています。相手を思う心が生む「思い出」—。皆さんも幼い頃に楽しかった事は一生忘れないと思います。

「今日、楽市でこんなことがあった！」

それが親子のコミュニケーションになる。
それが思い出のはじまりでいいよねと。

今一度、私たちが提供する「もの」や「こと」が社会やお客様の何に寄与しているのかを社内全体で見つめ直さないといけないフェーズにあると感じたのです。

—なるほど。だから、それがコーポレートブランドの一新につながるのですね。その着手はどのように進められたのでしょうか。

まずは、人にフォーカスする事に決めたので、弊社にかかわる社員の声を集めました。それは単に会社に対してという側面だけでなく、プライベートや働くことに関する根底の部分を可能な限り聞かせてもらい、その思いを言語化し、社会にとって我々の存在意義を約1年かけて理念から整理いたしました。



—ブランドの一新に対して、なぜ従業員のみなさんと再構築したのですか。

そうでないと**ジブンゴト**にはならないでしょう。

「会社の方針はこうだ！」とトップが決めて、チームに降ろしていくことを50年間トップがやり続けて成長してきた会社。それを超えるハードルは高い。ですけど、これをやらないと前に進めないと思っています。降りてきた指示をこなす、やらされる仕事は作業。もちろん作業も大事なものは分かっています。ただ、時間が掛かっても一人ひとりと向き合わないと、仕事の意味を**考えない・気づかない・変われない**など。当理念は皆が発した言葉の最大公約数、それを私が編集しただけです。なぜリブランディングをしたのか、なぜそれが必要だったのかを共有せず、一方的に会社が掲げても行動の変化まで出来ないと。そう思ったのが全員で取り組んだ理由です。

—他の企業オーナー様も共感する部分も多いと思いますが、それらをどのように従業員の皆様と共有されたのでしょうか。

弊社のケースでは、「Purpose」「Vison」「Value」を明確に言語化し、一冊のブランドブックをつくりました。



絵本のようにしっかり作り込まれたブランドブック

これは弊社、ワイドレジャーの全社員が持っています。また単に配布するというだけでなく、ビジュアル化し名刺やユニフォームなども変更。今年3月にはリーダー社員向けのインナーイベントを開催し、トークセッションの形式にてストーリーをもって発信する場を設け、理解を深め共有しました。

このイベントは堅苦しいものではなく、興味があるか分かりませんが、私のプライベートも晒し、どんな時に何を思ったか、ストーリーを持って伝える。そして、自分と向き合う。

未来のあり方を考えるイベントでした。

—「みんなでつくっていく会社」ということ、そして想いとして「私」よりも「私たち」という考えが、菊池様との会話よりひしひしと感じますね。

そうですね。ブランディングのキックオフミーティングで手伝って貰ったパートナーに最初に言われたのは、これからの主語は「私」ではなく、絶対に「**私たち**」ですと。そして、「**言葉**」はとても大切だと改めて感じました。弊社の商売はお客様の100円からできる「思い出」の積み重ねで成り立っています。会社は舞台を作り、舞台の上での主人公は紛れもなく、お客さんであり、店舗にいる社員、IS（弊社はアルバイトの事をインストラクター＝ISと呼んでいます）です。だから、今一度自分たちがお客様に**提供する商品の本質**が何なのかに気付くことが仕事をする上で大切だと思います。



インナーイベントの風景

また仕事だけでなく、一人ひとりが「自分 - 仕事 = ?」を見つめ、自分が何者なのかに気付き、その可能性を高めることを支援できる会社でありたいと思っています。なにより、「**楽しい**」を提供する社員やISが楽しくないと、お客様は楽しくないですよ（笑）

ただ現実はまだまだ道半ば。会社としてインタビュー依頼をいただくことも増えましたけど、主役は私ではなくやはり店舗、そこにいる社員・ISだと思っています。職を変えても会社という「舞台」を考える事が今後の私の大きな役割。ですので「何か大きなコトを成した時に」と取材依頼があっても、すべてお断りしています。

（今回はトリアスより無理に無理を重ねてお願いしました！）

—そのようなチームの意識も含めた社内改革を行った中で、どのような変化がありましたか。

沢山の变化はありますが、皆様にもわかりやすい例でいえば、世界一!?!のクレーンゲームの制作稼働や新アミューズメントパーク「ASOBLE（アソブル）」は社内の新たなチャレンジとして生まれました。



世界一!?!のクレーンゲームは全国でも話題を呼び、チャンネル登録者数400万人を超える、大手Youtuberの動画に使用されるなどメディア情報拡散の副産物を生んでいる。



ワイドレジャーの新業態「ASOBLE (アソブル)」

「遊べば遊ぶほど未来が良くなる場所」をコンセプトに「ゲーム」「遊び」「学び」「体験」「カフェ」からなる、全国初の新アミューズメントパーク

当社のすべての社員・ISが「働く」ことの楽しさやその意味、「働く」以外の自己実現ができる会社でありたい。それが結果としてお客様が「行きたい」という場所であるのだと、長く外から見ていた私の一消費者の側面と会社というチームの代表としての想いです。

—ありがとうございます。最後に、菊池様から「トリアス」に期待することはありますか？

トリアスは、先代も含め深いご縁だと感じております。創業期から永く営業出来ている事に感謝しています。CMにもよく起用させて貰っている場所です。

これからも一緒に施設を盛り上げていければと思いますし、地域に根差したトリアスブランドだからできることをもっと広げて行ってほしいです。

—本日はお忙しい中、インタビューありがとうございました。ありがとうございました。

—インタビュー後記—

店舗取材の際、「世界一!?!のクレーンゲーム」をするお客様とスタッフの様子を影で笑顔で見守る菊池氏がとても印象に残った。楽しんでいるお客さん、楽しませているスタッフを見るのが、菊池氏のよろこびなのかもしれません。

— Company —	
社名	株式会社ワイドレジャー
従業員数	212名 (2022年2月)
資本金	5,000万円
売上高	166億円 (2022年2月期)

<本インタビューに関するお問い合わせ>
トリアスプロパティマネジメントオフィス
E-mail: info@torius.com