

CFYが仕掛けるリブランディングの全貌

「不退転の覚悟」で業界を変える。リブランディングを実施したCFYが、パチンコ文化の継承と新たな価値創造に乗り出す。

業界「衰退期」脱却へ 新たな価値づくり

リブランディングに 不退転の覚悟

製品やサービスには、必ず寿命がある。いわゆる「プロダクトライフサイクル」において、パチンコ業界は現在「衰退期」にあり、このフェーズで生き残るには、従来の延長線上ではなく、抜本的なイメージ変革と「新しい価値づくり」が不可欠だ。

パチンコ業界専門の広告代理店であるCFYは昨年12月1日、自社のリブランディング実施を発表。新たなパークとして「パチンコ文化を、未来へつなぐ。」を掲げた。



「日の丸」と「CFYのC」を融合させた、新たな企業ロゴマーク。

今回のリブランディングは、業界自体のイメージを変革し、同社のみならずパチンコ業界全体が次世代へ生き残るために挑戦として始動した。プロジェクトは構想から約1年をかけ、梶川弘徳代表取締役CEO自らが先頭に立って推進。強い覚悟のもと、「どのような会社にしたいのか」や「会社のビジョン」について徹底的な言語化を行った。

パーク策定に伴い、企業のロゴマークも刷新。「日の丸」と「CFYのC」を組み合わせたデザインは、日本特有の文化である

パチンコを未来へ継承していく姿勢を象徴する。梶川CEOは、「我々の広告の力でパチンコのイメージを変え、不退転の覚悟で挑みます」



構想約1年を経て始動したCFYのリブランディング。未来を見据え、抜本的な改革の先頭に立つ梶川弘徳代表取締役CEOの併まいには、経営者としての搖るぎない覚悟が滲む。

と決意をにじませる。リブランディングが時として組織崩壊を招くリスクも理解した上ででの、退路を断つた挑戦だ。

今回のリブランディングで同社が最も重視したのは、「インナーブランディング」。理念を単なるお題目で終わらせず、組織の隅々まで浸透させること

が変革の鍵となるからだ。具体的には全社員へのブランドブック配布に加え、始業前ひととき、梶川CEO自らが淹れたコーヒーを片手に、リラックスした雰囲気の中で企業理念について語り合う「パークスカフェ」を導入する。

るかを可視化する仕組みとした。また、社員が意欲的に業務と向き合えるよう、ゲーム要素を導入。課題のクリアによってレベルが上がっていく仕組みなど、ゲーム感覚で楽しみながらスキルアップできる設計としている。

こうした改革の過程では、パチンコ業界への情熱を持てない一部の社員が離れていくこともあつたが、結果として現存社員は「情熱を持てる人材」が残った。

組織の熱量が劇的に高まり、自発的に自社サービスの見直し案が出るようになつたという。

企業理念と連動させる形に刷新。個々の業務改善がいかに会社のバリュー（行動指針）に貢献するかを可視化する仕組みとした。また、新たな自社キャラクターとして、社名の由来（Crazy Four）にちなんだネーミングとなる「久麗慈（くれいじ）ふゆ」を誕生させ、X公式アカウントを開設。VTuberとの交流も積極的に図つていく方針で、将来的には同キャラクターのVTuber化も見据えているという。

パチンコ文化を、 未来につなぐ。

情熱と誇りをもってパチンコに向き合うこと、産業全体を盛り上げ、価値を高め続ける姿勢を貫くこと、業界と共に歩むパートナーとしての覚悟です。

私たちには、パチンコを心から愛し、その魅力を信じて伝え続ける。私たちには、短期的な利益より、長期的な価値を選びます。私たちには、お客様にとって本当に価値のある選択を考え抜く。私たちには、挑戦を恐れず、実現の道を模索し、切り拓く。私たちには、感謝を原動力に、お客様の未来を創り続ける。私たちには、成功も失敗も学びに変え、仲間とお客様とともに成長する。私たちには、品質とスピード、相反する価値の両立に挑み続ける。私たちには、学びと挑戦を重ね、お客様の期待を超える自信を生む。



リブランディングに伴い新たに策定された同社のパーク「パチンコ文化を、未来へつなぐ。」は、深い愛情と敬意を持ってパチンコ業界全体の価値を高め続ける姿勢を示している。

新規層開拓へ VTuber活用で

今後の展望として、業界の課題である「新規ユーチャーの開拓」

として、社名の由来（Crazy Four）にちなんだネーミングとなる「久麗慈（くれいじ）ふゆ」を誕生させ、X公式アカウントを開設。VTuberとの交流も積極的に図つていく方針で、将来的には同キャラクターのVTuber化も見据えているという。このほか、1月28日にはリブランディング後初のオンラインセミナー『パチンコJaPAN JAPAN』を開催する。講師にはVTuberの虹川らき氏やプロゲーマーらを招き、新しいユーチャーを発掘するための研究・発信を行う予定だ。

梶川CEOは「今回のリブランディングはスタート地点にすぎず、パチンコにどれだけの価値を創れるかが勝負。業界が成長することで、弊社も成長できます。決意新たに業界のリブランディングを担いたい」と語った。