



イベントレポート

ウェディング・リーダ

地方式場経営者など
マネジメント層中心に
100名以上が全国から集う

3月10日、11日に、東京・品川で「ウェディング・リーダース・カンファレンス2025」(主催ウェディングジャーナル)が開催された。ブライダル大手企業の経営者や業界で注目されているスピーカーなど12名を講師に招き、これからの課題や展望などについて。そして、注目を集めるナシ婚対策やインバウンド、MICEなど、これからのブライダルビジネスを展開していく中で、避けては通れない様々な課題について、様々な知見が披露された。

ブライダルビジネスの今後、
集客やインバウンド、MICE
AI活用などまで幅広く

今回のウェディング・リーダース・カンファレンス2025では、様々な企業やポジションから多角的な視点で今のブライダルマーケットについての見解や取り組み、サジェッションなどがあった。

セミナー受講者からの声や評価からもそれは伺える結果になっている。カンファレンス全体の評価では、両日ともに3分の2の受講者が大変良かったと回答している。そして、のこりの3分の1も良かったという回答になっており、満足度の高さからも様々な視点でのブライダルマーケットへのアプローチなどヒントになったことがわかる結果と言えるだろう。

では、大手企業による視点からどのような話があったのかを振り返り、ダイジェスト的に紹介していこう。

テイクアンドギヴ・ニーズ
岩瀬 賢治 社長

カンファレンストップバッターを務めたのはテイクアンドギヴ・ニーズの岩瀬社長。マーケットの現状やブライダルビジネスの捉え方などとともに、同社の中長期での取り組みなどについて講演した。

中長期戦略では多方面の角度から紹介が行われたが、中でも人材確保がこれからますます厳しくなっていくという状況を踏まえ、中でも働く人材の確保や長く働き続けるための環境整備、具体的に行っている自社の取り組みや制度の紹介なども行われた。

また、講演後には、本誌北折編集長とのトークセッションも行われ、ここでしか聞けないトークなども行われた。このほか、大手でなくてもできる取り組みなどの紹介などもホンネトークが展開された。

ディアーズ・ブレイン
小岸 弘和 社長

業界向けのセミナーには久々の登壇となったディアーズ・ブレインホールディングスの小岸社長。今回は本誌北折編集長とのトークセッション形式での講演となった。

コロナ禍の中で翻弄されつつ資本を巡るヒストリーから始まり、2度のMBOを経て、みんなで経営する会社になっている状況から、今の同社のスタイル。そして社内向けの全社キックオフの様子が映像で

流された。

コロナ禍を経て、生み出された新たな教育体制の仕組み構築についての話などのほか、単一事業収益体制からの脱却のために取り組み始めている3つの取り組みや考え方などについても解説が行われた。既存事業をさらに伸ばすほか、派生ビジネスや、まったくの新規ビジネスなどについても開示された。

八芳園

井上 義則 社長

大規模リニューアルに入った八芳園。全館一時閉館を経て、10月にグランドオープン予定しているが、その八芳園としての未来像について熱い講演が行われた。

映像なども交えながら八芳園の未来とともに、婚礼マーケットが縮小しているなかで、継続的にブライダルビジネスを行っていくにはどうすればいいのか、八芳園流の答えとそこへ対する考え方や取り組みなどについても紹介を行った。

デジタルの力を使いながら、業務を効率的に行っていくことで、非日常をプロデュースする力を活かし価値転換や差異化を生み出すことで、価値のある高い生産性の実現に繋げるといったまさにこれから必要とされる話なども開示された。

ポジティブドリームパーソンズ

ファウンダー

杉元 崇将 氏

ポジティブドリームパーソンズの戦略として、NO1 戦略よりオンリー1 戦略を重視するという考え方で、ボリュームゾーンから逃げ、差別化でずらす戦い方を行っていると言った。そのための施策として、既存事業と既存施設の磨き込み強化。それを実現する人財の磨き込み強化。FBを軸として生涯顧客化の強化。付帯商品の高付加価値のパートナー化強化。W事業周辺のホスピタリティ領域の発掘に取り組んでいる。

福利厚生や報酬制度なども充実させており、同社で行っているママズ制度、PDP子ども参観日、感動星、感動度ランキング、カフェテリアポイント、インセンティブ、オーナー制度の紹介も行った。講演後には、本誌北折編集長とのトークセッションも実施した。

ノバレーゼ

荻野 洋基 社長

何かと話題の多いノバレーゼだが、業績



テイクアンドギヴ・ニーズ
代表取締役社長
岩瀬 賢治 氏



ディアーズ・ブレインホールディングス
代表取締役社長
小岸 弘和 氏



エスクリ
取締役 執行役員 ブライダル事業本部部長
藤原 成裕 氏



バリューマネジメント
営業統括部長 兼 マーケティング部長
笠 正太郎 氏

面では好調が続いている。集客においても好調を維持しているが、コールセンターで確認する情報は、希望会場、見学日時、氏名、電話番号のみというまさに必要最低限のもの。また、時間の誘導などは行わず、会場都合ではなくお客様都合を優先し、接客時間は基本的には、2時間までとある意味業界のセオリーとは違うやり方を行っている。

これ以外でも様々な取り組みを行っているわけだが、それを実現するためのプランナーやサービススタッフなど向けのマニュアルなども非常に整備され、それが、セミナー当日は内容の一部を公開するとともに、会場では実際の社外秘のマニュアルも回覧された。

エスクリ

取締役 執行役員 ブライダル事業本部部長
藤原 成裕 氏

ブライダル企業として今後生き残っていくために、人材育成やエンゲージメントを高める取り組みは課題としては挙げられてきたものの、試行錯誤している企業が多いだろう。

その中で、プランナーの働き方や生産性向上、エンゲージメントの強化に取り組んでいるのがエスクリだ。自社システムであるアニクリの活用により、バックオフィス業務の効率化を進めることで、プランナーが顧客に向き合う時間を増やし、顧客満足度を向上させ、また、労働生産性の改善により、プランナーの残業が減少し、離職率も改善という成果を見せている。本セミナーでは、ママさんプランナー専用のチームを設け、労働環境の制約を克服しながら効率的に業務を行う仕組みなども紹介している。

バリューマネジメント

営業統括部長 兼 マーケティング部長
笠 正太郎 氏

自社集客に成功している企業として必ず名前が挙がるバリューマネジメント。その集客の仕掛け人として、中心にいる笠氏に、SNSやホームページを通じた集客や、ニーズに合った企画を立て、集客した顧客

を式場に送客する戦略について語ってもらった。

また、新しい次世代ウェディングプランナーのカタチとして、プランナーのタレント化に取り組み、ウェディングプランナーの個人アカウントを立ち上げて日々の発信。個人でのSNSなどの発信も推奨。発信により集客だけでなく、採用なども含めて様々な波及効果あり、素敵な結婚式が発信されて、色んなプランナーを通じて次の結婚式を呼び込んでいく事を期待しているなどの取り組みも発表した。

また、婚礼マーケットが縮小していく中で業界でナシ婚層やインバウンド、MICEなどへの新しい取り組みが求められているが、そこに対してのアプローチを行っているというような新しい動きについても話があった。

トラディションデザイン

林 燦明 社長

婚礼市場において、大手企業と資金力のある事業者が優位に立ち、小規模な会社には厳しさが増している状況があり、そのため、ナシ婚をターゲットとした集客が必要不可欠で、ナシ婚層の獲得へ取り組んでいる林氏。

ナシ婚層を集客するためには、2つの課題、金銭面の打開策と、ありきたりな結婚式からの脱却が求められており、既存の婚礼メディアではなく、SNS 戦略で、ターゲットへの具体的なアプローチを行っている。その中で、自社のサービス「ゼロマリ」を活用した取り組みについても具体的に紹介。ナシ婚層をターゲットにすることで、過去に結婚式を挙げなかった顧客のリピートを狙うことで、今の婚礼市場縮小にも対応できるなどの講演を行った。

プリムローズガーデン COO 執行役員
一般社団法人ジャパンニューベネフィット
代表理事 仁連 一星 氏

いま日本のブライダルに置いてマーケットの広がりを感じられる可能性があるものとして注目されているのが、インバウンド婚だろう。それにいち早く取り組み、

Event Report

Wedding
Leader's
Conference
2025

ーズ・カンファレンス2025



八芳園
代表取締役社長
井上 義則 氏



ポジティブドリームパーソンズ
ファウンダー
杉元 崇将 氏



ノバレーゼ
代表取締役社長
荻野 洋基 氏



トラディションデザイン
代表取締役社長
林 燦明 氏



プリムローズガーデン
COO 執行役員
一般社団法人ジャパンニューベネフィット
代表理事
仁連 一星 氏



CRAZY
CRAZY CULTURE AGENCY
プロデューサー
今井 佳章 氏



フォーディメンション
代表取締役社長
森山 圭 氏



トキハナ
代表取締役社長
安藤 正樹 氏

成功を収めているのが鳥取県にあるプリムローズガーデンだ。

鳥取県のある山陰は、通常訪日外国人の多いゴールデンルートと言われるエリアからも離れており、ここでインバウンド婚ができるのなら、ある意味日本中どこでもチャレンジ可能ではと思わせる場所だ。人口も少ないことから日本人向けの従来の婚礼ではマーケット縮小により、厳しい状況に追い込まれるのは数年前から見えており、そのためインバウンドに参入。しかし、参入したものの最初から上手くいくわけではない。そのノウハウや挑戦が開示された。

CRAZY CRAZY CULTURE AGENCY
プロデューサー
今井 佳章 氏

今勢いがあるもののひとつが、MICEだろう。婚礼マーケットが厳しい状況の中で、新たな可能性として、ブライダル企業でも専門チームを作り、獲得を強化するなど取り組み始めている企業も少なくない。

そんな中でもMICEのリピート率50%と異色の結果を残しているのがCRAZYだ。その同社で行われているCRAZY流のMICE営業の肝である同社独自の「コア営業」について、その秘訣とともに、実際に会場の参加者とロープレの実践も行われファン作りを行っていくためにどうアプローチしているのが公開された。また、MICEに取り組むことにより、結婚式終えた後もお客様の節目のタイミングで、継続性のあるより深い関わりを作ることが出来ているという事例の紹介も行われた。

業界でメジャーなコンサルタントにも登壇してもらい、すぐに持ち帰れるような実効策などや考え方などの紹介もあった。

フォーディメンション
森山 圭 社長

昨年のゼクシリリニューアルにより、中小よりも大手が有利な状況になっていると言われるブライダル業界だが、その中で

も、中小企業にもやり方次第で集客増、成約増に繋がれると話したのがフォーディメンションの森山圭氏。

そのための具体的な事例も紹介され、都心シティホテルや地方専門式場、都心チャペルなどの森山氏が実際に関わってきた会場でどのような施策を打ち、それが成果にどうつながっていったのかが開示された。

また、ゼクシ紙面などの使い方の紹介も行われ、中小会場の戦い方として、自社の施設に近い事例などにより、やりようが

あるということが具体的に示され、留意点などについても紹介された学びの多いものになった。

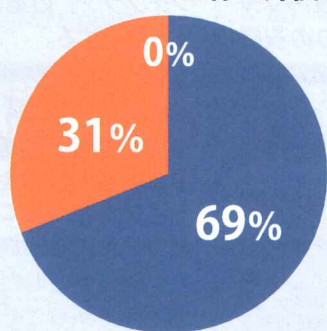
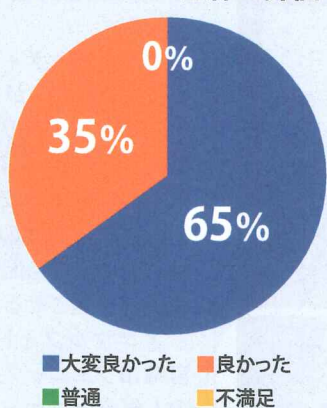
トキハナ
安藤 正樹 社長

すぐに持って帰れる具体的なアクションが盛りだくさんな講演だった安藤氏。AIやチャットGTPを活用することにより、疑問点やわからなかったことなどの躓きポイントが解消され、情報収集や業務効率化などにより自分の時間を増やすこと

ができることを具体的な事例などと共に紹介した。

やらない、もしくはやれない理由をなくすために、AIやテクノロジーをどう使いこなしていくのか、知らないだけで大きなロスに繋がる業務改善の手法などのほか、LINEをどのように活用していけばいいのかや、LINEに登録してもらうことにより、見込み客を増やしていく手法などについても紹介。また、自社独自の正確な情報の提供を通じて集客や接客に生かすといった事例も紹介をした。

セミナーアンケート

10日の
カンファレンス全体の評価11日の
カンファレンス全体の評価

今回、10日、11日と2日間で12の講座が開催されたが、セミナー受講者からの評価は高いものになっている。また、セミナー受講者からの声も合わせて紹介する。

受講者の声

WJ 編集部にて一部抜粋

難しい局面に対してそれぞれの経営者の皆様がどのような視界で取り組むことを考えているか、その思考の枠組みに触れられとても有意義な時間でした。

価格の高騰や競争が激しくなる中で提供するサービスの向上を図ることで価格の高騰以上に選ばれるサービスにするとという言葉がとても響きました。

細かなテクニックや短期での話なども得るものは多くありましたが、何よりもこんなにも熱を持っている人たちに負けておられないという活力を頂きました。

企画を打ち出してもやり切ることの大切さ、その能力は個々のマインドももちろんですが、その状態に持って行く体制も必要だと感じました。

自分の価値感が変わる話が多く、自社の取り組みについて良い仕事が出来ているか考えるきっかけになりました。

ウェディング業界のこと、他の視点からも沢山学びがあり、自分自身の仕事に置き換えた時に今後どう生かしていけるのか本当に楽しみになりました。

各企業による事業戦略をオープンにし出し、婚礼が厳しい中で何を考え、進むのか学びが多岐にあるセミナーでした。

結婚式場の運営を続けるために多角化が必要という話を何人かの講師の方がされているのが印象的でした。

様々な企業の取り組みを聞くことができ、沢山の学びをいただきました。本日の学びを取り入れ、より良いブライダル業界にしていけるよう努めます。

経営者の話を聞き、普段プレイヤーとして働く身として、現場で今できること、やるべきことを考えるきっかけになりました。