

少人数化の傾向にどう向き合っべきか

収益を確保するために明確な位置づけが必要

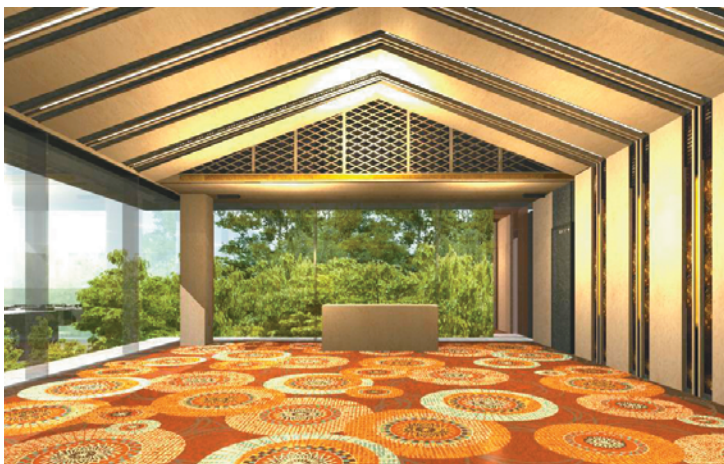
ブライダルシーンで増加傾向にある少人数ウェディング。リゾートウェディングも少人数の一つのスタイルであり、さらに全体組数の30%程度にまで達するホテルも出ている。この需要を獲得するために、少人数専用バンケットの設置やスイートルームを使用したプランなどが次々に登場している。とは言え、ブライダル部門の売上、収益に大きな影響を与えてしまうだけに、より戦略的な位置づけが求められる。

リゾートウェディング
少人数層の受け皿に

昨年、ゼクシィが発表した「海外ウェディング調査」によると、列席者数の平均は10.5人。その内訳は、「親」が96%、「兄弟、親類」が92%、「友人」が37%であった。一方、沖縄県観光振興課の、沖縄リゾートウェディング2016年調査を見ると、国内顧客の平均列席者数は18.6名。共に人気を得ている結婚式だが、列席者数に関しては少人数に位置する。リゾートウェディングが、少人数化傾向の受け皿であることが分かる。

20名前後の少人数ウェディングのニーズは、全国的に拡大している。通常スタイルの結婚式を望まない層や、マタニティなどで時間的な制約があるカップルが、少人数での開催を希望。会場側でも、ニーズの増加に対し、専用バンケットの設置や魅力的なプラン造成で集客を図っている。結婚式自体をしない可能性のあった顧客を取り込むという効果は大きい。

大手ゲストハウス企業としては珍しい、少人数専用バンケットを2016年、金沢



▲専用会場として人気のノバレーゼ辻家庭園別邸

にオープンしたのがノバレーゼ（本社、東京都中央区）だ。最少5人から披露宴を行える辻家庭園別邸は、初年度9ヶ月で60組を獲得し、計画通りに3年での投資回収の見通しだ。少人数ウェディングを順調に獲得している。

ワンバンケットで年間200組超を獲得する、アールベルアンジェ名古屋。同施設を運営する、ニューバリューフロンティア（愛知県名古屋市長）の高宮孝一郎社長は、少人数のメリットを「施行までの期間が短く、直近を埋められる」と語る。平日でもいいというカップルも比較的に多い。

一方で、デメリットも指摘する。「通常人数の披露宴も獲得している会場では、少人数のイメージが強まり全体の収益に影響する可能性がある。また、少人数の場合、料理・サービス・アクセスに満足すればスグに決まるなど、成約率も通常のスタイルとは異なる。プランナーが、成約率を求めて比較的容易な少人数を取り出してしまうという可能性も。あくまでも、通常人数の結婚式の数を確保

し、少人数は別枠で考えなくてはならない。」

だからこそ、大切なのが少人数をどのように位置付けていくか。辻家庭園別邸のように、専用施設として特化していくのも一つ。また、少人数＝マタニティなどの共通性に着目し、限定ターゲットの獲得策として展開するケースも。

船堀マツヤサロン（東京都江戸川区）では、昨年20名50万円の少人数マタニティプランを設けた。それ以前から30%前後がマタニティであったことでプラン化に至ったが、同時に江戸川区の子育て支援と連携。フェアで行政の子育て補助のサービスを案内するなど、マタニティを通じて地域内での連携を深めている。

司会大手のハセガワエスティ（東京都渋谷区）がプロデュースする、羽田空港のウェディング。年間60組を獲得するが、情報誌などでの集客宣伝を行っていないため、入り口段階では少人数を志向するカップルも多い。ところが、打ち合わせをするにつれ、30名を超えるケースもあ

この人に聞く！
ホテルウェディングに特化したコンサルティング業務を請け負う、クラリスウェディング（東京都千代田区）。昨今のホテルにおける、少人数ウェディング対応を聞いた。

——少人数ウェディング獲得のために、専用バンケットの設置や、スイートルームでのウェディングプランが次々に登場しています。

「スイートルームを使用してのウェディングは、スペースの有効活用という点ではメリットも大きいですね。ただ、実際に問題が発生しているというケースも耳にします。セクシヨナリズムが強い企業では、スイートルームを貸してあげているという宿泊部門の考えから、制約条件も非常に多いと。料理配膳の導線の問題から、調理部門が否定的なホテルもあるようです。大切なのは、セクションを超えた協力体制を整えていけるかどうか。GMのリーダーシップがなければ、結果として顧客満足を高めるのは難しいです。」

クラリスウェディング



伊藤 淳氏
ブランド
エグゼクティブ

——あくまでも通常の結婚式を獲得した上で、プラスアルファで少人数対応していくという考えが必要とのことですが。

「料飲の人数が少ない少人数ウェディングは、同じ一件であっても、収益率は落ちます。いわば

儲からないこのスタイルを主として考えると、結果として部門の収益は落ち込んでいきます。気を付けるべきは、少人数に全体が流されないこと。その意味では、より戦略的な対応が必要です。」

「例えば、親族だけのフォーマルな少人数ウェディングと同時に、友人・知人を集めた多人数のカジュアルなパーティプランを設ける。通常披露宴を志向しない層に対して、2回に分けての異なるスタイルの結婚式を用意することで両方取り込める可能性も出てきます。従来のスタイルにとらわれない発想を持つことで、少人数の意味も高まるわけです。」

セクションを超えた取り組み必要
全体が少人数に流されないように

り、1月に施行する50歳代のカップルは当初15名から最終的に80名になった。

「大切なのは、当日の結婚式を具体的にイメージさせること。絵にする、セリフを言う、音楽を聞かせるなど。その上で、結婚式後に友人や知人から行きたかったと言われる式になります

よと説明します。カップル自身が楽しそうだと感じていれば、それならばもう少し列席者も増やそうという想いをもちます。」（阿久津五代子社長）

多人数にしていくことが出来れば、少人数を集客フックにするメリットも出てくる。