

BRIDAL

INDUSTRY

ブライダル産業新聞

NEWSPAPER

発行所：(株)ブライダル産業新聞社 〒104-0061 東京都中央区銀座 8-11-1
TEL 03 (5537) 8531 FAX 03 (5537) 8533 発行人：池田義信 年間購読料 32,400円(消費税込み)
E-mail：info@bridalnews.co.jp

APRIL

21

第1015号

ノバレーゼは、既存店の回復、飲食事業の黒字化などで、2018年度は2年ぶりに過去最高の売り上げを更新する見込みだ。ひらまつは2016年にホテル事業を始動。今夏には沖縄・宜野座、来年度には京都の開業が控えている。ノバレーゼ荻野洋基社長、ひらまつ陣内孝也社長の共通点は、共に創業者の後継社長であること。軸を守りながら新たなチャレンジを進める二人のトップを直撃した。

代表取締役社長

ノバレーゼ

荻野

洋基氏



SPECIALインタビュー

1

年間受注数「4010組」最高を記録

高受注率のスタッフは複数施設をかけもち

トレーニング面でも高い効果をもたらす

——2017年度は受注組数が前年比34.5%増（1028組増）で過去最高となる4010組に達し、これを受け年間施行組数も2018年度は3844組（前年比17.8%増）を見込んでいます。牽引したのは既存店の実績ということですね。

荻野「ほとんどの既存店で、組数が回復しています。中には180%に達した施設もあり、27施設のうち22店で前年比を上回りました。」

——理由の一つに、エリア制度とエリアプランナー制の導入を挙げています。

荻野「エリア制度に関しては、2017年からスタートし、それまでの東西2エリアから5エリアに分割しました。それぞれエリア長が管理にあたっています。エリアプランナー制度も昨年開始しました。営業成績のいいプランナーを、エリア内の複数店舗をかけもちさせることで、受注率の高い営業スタッフの営業機会を増やすことが可能になります。店舗によって受注率の差が大きかったわけですが、この制度によりまずは全体で平均的に受注率を上げることに成功しています。もう一つのメリットが、指導面です。高受注率のスタッフがいない店舗では指導するのも難しく、結果底上げが出来ないという悪循環になっていました。高受注率のスタッフの勤務先を広げれば、各店舗のプランナーを接客に同席させて勉強させることも可能になり、また勉強会を開催するといった対応も出来るようになりました。トレーニングの効果は大きいですね。」

——実践で「やって、見せて」のトレーニングの必要性は、ノバレーゼの営業文化によるところが大きいかと。

荻野「当社では、もともと接客シナリオや想定問答集などの決まりがありません。あるのは基本的なバイブルのみです。それ以外のやり方は、個人がその都度対応しながら高めていくという考えです。そこで大切になるのが、見本となるべき高受注

率のスタッフと
同席しながら、実践で学べる機会です。だからこそ、店舗において見本となり、学べる人材がいるかどうか大切となります。」

——こうした営業文化がある中で、これまでどのように活性化を図っていたのですか。

荻野「ヘルプなどもほとんどなく、異動が基本でした。もっとも業績が厳しい施設のGMはなかなか人が欲しいといったことも言えないわけです。そうすると異動で高受注率のスタッフを配置してもらうことも出来ず、結果どんどん落ち込んでしまいます。GMが若ければ、何が課題なのかも理解できない。エリア制では、まずエリア長が

エリア長5名全員が30代

ブライダルは若返りが大切

一緒に施設の課題を分析して理由を探り、その対策を進めていきます。その上でエリア長がバランスを考えながら、エリアプランナーをコントロールしていく。現在、各店舗の日別の新規接客数も携帯でリアルタイムに確認できるようにしています。それに基づき、エリア長がプランナーを各店に配置しています。エリア長については、全員が30歳代。関東エリアでは32歳の人材が5店舗を統括しています。」

入社1、2年の社員が社長を目指す文化

——若いですね。少し話はズレますが、荻野社長の考えを教えてください。現場志向が重視されるようになった昨今のブライダルマーケットでは、やはりスタッフや管理職も若い方がいいと思いますか。

荻野「私はそう思っています。ブライダルは特殊であり、基本的には社長も役員も新郎新婦と近い世代であるべきではないかと。世代が離れていると、肝心の顧客の感覚を把握することが難しいですし、これが正しいという言葉にも説得力がなくなるのでは。当然、提供する商品サ

ービスにも本来求められているニーズとのギャップが生まれるでしょう。ブライダル企業は常に若返りが必要だと考えています。私自身も、前任者が社長を退任した年齢、46歳までのあと8年。それまでにやることをやって、後任に託したいと考えています。こうした若返りの文化により、当社では1年目、2年目のスタッフから社長を目指すという言葉も聞かれます。そのチャンスは十分にあるわけです。」

——ブライダル企業の成長期は、いかにビジネスモデルを構築できるかの勝負だったかと。

ブライダル産業フェアで案内

10・11面に掲載

か。」

——荻野社長は、新卒でノバレーゼに入社し、現場経験を経てGM、そして社長になっています。やはり現場重視のスタンスが強さに繋がっているのでしょうか。

荻野「今も土日に時間が空いていれば、自社会場に出向いて結婚式を見学しています。これからのヒントも課題も現場にあるからこそ、実際に行って、見ないと分からない。例えば、店舗によってはサービスを派遣に任せているケースもありますが、見た目や髪型、さらにはトレーの持ち方が悪ければ、このスタッフを入れるべきではないのではという注意をしたりもします。これも現場に行かなければ、絶対に分かりません。基本的に突然店に行きますが、フロントスタッフからゲストに間違

2面に続く

➤



◀倍近い組数に復活した横浜モノリス