

# W

求められる人材を探る  
プロフェSSIONALS

結婚式の披露宴で欠かせないのが華やかな演出だ。かつてはキャンドルサービスと花束贈呈が演出の定番だったが今はちがう。プロジェクションマッピングや光の水、LEDを駆使したものなど、さまざまな演出が繰り広げられている。そこで今回は20年前よりウエディングの演出一本で業界をリードしてきた(株)明来エンタープライズ 佐野章仁社長に目指してる演出や達成に向けた人材育成などについて伺った。

**福永** 佐野社長とは16年くらい前に、神戸市内のゲストハウスでウエディングプランナーをしていたころからのお付き合いですが、当時とまったく変わらずエネルギーに次から次へと新しい演出商品を開発、ご提案されておられますね。ウエディングの演出開発から空間設計デザインまで展開されている思いや、熱い佐野社長を支えるスタッフの育成などについてお聞きできればと思います。ところで現在、スタッフの数はどのくらいになりましたか。

**佐野** 福永社長とお会いしたころは起業して3、4年目ぐらいでしたね。起業時は私ともう一人の2人で始まり、今は社員で26人に達しました。今までにないウエディングの感動を作り上げ、式場の魅力を高めていくことを使命に掲げ、来年で会社設立20年を迎えます。

お客さまが求めているスタイルは常に変化しています。また会場の雰囲気やその会場に来られる顧客層により会場に求めていることも異なります。スタイリッシュなのか、ナチュラルなのか、またはサプライズ的な演出を求められているのかなど。第三者的でありながら、ウエディングプランナーさんとコミュニケーションを図ることで最新情報収集し、会場の方向性を見いだしたテー

## 新たな人生のスタートだからこそ、今までにない感動的なウエディング演出を提案し続ける



(株)フェイス 代表取締役  
福永有利子氏

レストラン・ゲストハウスのウエディングプランナーから各現場の管理職としてマネジメントを担い、確実に業績を伸ばしてきた。2003年にウエディングプランナー養成スクール講師をはじめ、06年より大学にて非常勤講師として教壇に立ち、現在も教鞭を執っている。06年堂島ホテル婚礼部長に就任、その後08年同ホテル副総支配人に昇任。09年には(株)フェイスを設立し、代表取締役就任。現在は、ホテル・ゲストハウスを主に成約率向上を目的としたトレーニングや集客戦略立案・実践支援などのコンサルティングに加え、ウエディング全般にわたる支援を行なっている。著書・ウエディングプランナーじゃない、アカンのは上司や！悩める管理職のアメチ19の育成術

マウエディングのご提案を、3年前からスタートしました。ゲストを迎えるウェルカムシーンから、お色直しによる再入場などウエディングには演出が欠かせないポイントがあります。そのポイントでふたりらしさやふたりのテーマを実感できること、ストーリーの有無が私どもの生命線とも言えるでしょう。

**福永** 多様化するニーズや結婚式に求められる価値が変化していますので、どの会場も、どの人にも同じ演出は通



(株)明来エンタープライズ 代表取締役  
佐野章仁氏

1996年26歳の時、創業。ウエディングトレンドをつくる演出商品を企画・開発。多様化するカスタマーニーズに応える商品数は100種を超える。キャンドルサービス一辺倒だった文化を変え、一大トレンドを生み出した光の演出「フェアリー・イリュージョン」は、東京・大阪・名古屋・福岡の拠点を中心に全国1400を超える施設で年間4000組の販売導入を誇る。数々の商業施設のデザイン設計を担当したディレクターを自社に揃え、ウエディングを魅力的にする演出の商品開発にとどまらず、独自の演出視点から提案する施設デザイン設計リノベーションは、八芳園を皮切りにホテル日航大阪、ヒルトン福岡シーホークなど業界をリードする施設から続々受諾。今後の展開にも注目が集まっている。

用しません。常に新しい何かを提案し続けていかなければ、ますます結婚式離れが顕著となるでしょう。商品開発も自社でされているのですか。

**佐野** 商品開発はじめ空間クリエイティブや新規事業を事業開発部にて取り組んでいます。現在、ディレクターはじめ選任スタッフは4名です。多様なセンスと価値観を併せ持ったスタッフがいます。開発にはまずは私自身も関わります。いわゆるAKIISMを徹底的に

教えます。その上でさまざまな専門知識を習得したり、海外でのトレンドやブライダル以外でのライフタイム時流など、豊富な情報からこれからのウエディングを創造していきます。もちろんウエディングプランナーさんと交流している営業スタッフからの情報を得たり、婚礼現場に赴く生の最新情報を収集し圧倒的に感動を与える演出を常に考えています。年に1回、営業スタッフや営業サポートスタッフも審査員となり一人10点満点の点数を持ち、発表された商品の点数をつけます。ホテルや専門式場などの業態別にみてどうかやゲストが口コミしたくなる演出なのか、どのようなターゲットカップルに向けて何を伝えられ、納得感のある販売しやすい単価になりそうかなど、いくつか項目を掲げ評価をしています。その中からさらに改良を加え商品化しています。ところが、年々、争奪戦が厳しくなる中で、説明を要する演出はなかなか売上げにつながらない実情もあります。

**福永** ウエディングプランナーの業務は多忙です。そこにまた新たな商品や演出が入ってくると、ますます大変になります。一目で見て分かる演出は販売しやすいのですが、説明しなければ伝わらないものは敬遠する傾向にあることも現場からの意見でよくできますね。

**佐野** お互いにコミュニケーションをとり、おふたりとゲストに喜ばれる結婚式を作り上げていくことが大切なことだと思います。結果的にご納得の上で単価アップも図れます。ウエディングプランナーさんはまさに監督ですから、お客さま情報を把握して、かかわる企業にもっと情報発信してほしいですね。そこでこの4月より演出プロデューサーの派遣事業を開始し、演出部分のスタイリング、打ち合わせツールの刷新をウエディングプランナーさんと協業してプロデュースする事業もスタートしました。

**福永** 演出を一通り理解しているブ

ロの方がいることはウエディングプランナーにとっても、お客さまにとっても安心ですね。営業にとっても自身の提案次第で業績が明確になります。

**佐野** 営業実績については半年に1回評価しています。数字評価とどれだけトライしたのか、目標に対する達成度などです。もちろん、営業ですから数字はつきものですが、前向きにチャレンジしてるかいないかを重視しています。できなかったことへの挑戦と結果など、細かくみています。その中で業績のよいものは現在ある4拠点の長となり、将来的に役員として会社幹部に躍進することができます。商品の発送などバックヤード部分は営業的な数字はありませんが、営業サポートというポジションで3カ月に1回、ミスしたことが改善されているかをチェックしています。同じミスを繰り返していないか、新たなミスをおこしていないかなど、忙しい中で起こりがちなことが起こらないことに務めています。

**福永** 春や秋などの婚礼シーズンは商品の納品や、返却などで、現場は多忙を極めます。もちろん、ミスを起こさないことが理想ですが、全国的に展開されている御社の規模ではわずかなミスや変化を見逃すことができませんね。

**佐野** 演出アイテムが増えておりますので、ますます慎重に取り組みなければなりません。重要なポジションです。また入社するときから何をしていきたいのか？を明確にして、自身の行動を振り返り、反省点や課題をクリアにしていくためのキャリアプランは描かせています。KPIも導入し3カ月に1度振り返ります。さまざまな角度から評価するとともに、一人でも多くのスタッフが感動的な結婚式を作ること、提案することに喜びを感じてほしいですね。結婚式は新たな人生の始まりです。だからこそ、結婚するカップルにおふたりが選んだ式場だから実現できたと感じられるブ



ランニング、一生モノの感動を作り続けたいと思います。最近ではプロポーズまで演出を取り入れて行うようになりました。それだけ感動というものの、人の心を動かす演出が求められているのだと思います。

**福永** 最後に一言、これからの思いをお聞かせください。

**佐野** 起業当初から変わらない、ほかにはない感動的な結婚式を作り上げていくことです。おふたりにもゲストにも心に残る時間と空間。心に刻まれる感動的なシーンを企画し、提案し続けていきます。もちろん、ウエディングプランナーさんたちにもすてきな結婚式による喜びを感じられるものでなければなりません。ご縁をいただく施設の魅力をさまざまにもっともっと高め、その施設の評価が高まり、業績につながることで結婚式を魅力的にできていることだと確信します。当社の使命です。この使命に忠実に取り組んでいきます。

**福永** 変わらぬ佐野社長の熱い思いをお伺いすることができました。この熱い思いでこれからも感動的なウエディングシーンを作り上げてください。本日はありがとうございました。