

独自に開発した仕組みにより 事業者がかかえる課題を解決

(株)エスクリ

取締役 上級執行役員 事業本部管掌 安藤正樹氏

レストラン、専門式場、ゲストハウス、ホテルと、多様な施設スタイルで展開し、年間3000組を越える結婚式を手掛けているのが、創業10年のエスクリだ。同社は、競合会場の増加、婚姻率の低下によって供給過多と言われる昨今においても成長し続け、わずか9年で東証一部に上場させるまでにいたっている。今まで独自路線を築いてきた同社であるが、過渡期を迎えているこの時期に満を持して婚礼事業者支援を本格化する。そこで安藤正樹取締役にエスクリ流のポイントをお聞きした。

▶ 婚礼事業社による運営受託が増える中、貴社も新規事業として本腰を入れると聞きました。すばり、他社にない強みは何ですか？

独自に開発した仕組み、システムによって事業者様が抱える課題を解決し、業績をV字回復に導くことができます。これまで運営受託やコンサルティングの多くは、個々の経験値、感覚値に基づいたものが多く、一時的に業績が改善されても、コンサルタントがいなくなったり、ノウハウを注入されたスタッフがなくなるとまた業績が落ち込んでしまう、ということが起きていました。地域性や施設スタイルはもちろん、特に会場ごとの課題がありますので属人的なアプローチや一辺倒なコンサルティングだけでは限界があるというわけです。

▶ データに基づいた分析と的確なアプローチがなければ期待するだけの効果が得られなかったり、継続的な改善が見込めないということですね。

営業戦略ディレクションではアナリストがKPI分析レポートを作成します。例えば成約率30%のAさんの見学件数別成約率で見ると、実は1件目で見学の成約率は50%で、2件目、3件目、

4件目となると40%、30%、20%と下がっているとします。つまりAさんの課題は3件目、4件目で見学のお客様であることがわかり、これを把握しているかそうでないかによって、個人の取組みも、管理職のマネジメント、アサインも大きく変わってくるわけです。こういったデータに基づいたアプローチをしてあげることで、伸び悩んでいるプランナーの底上げ、月々で成果が安定しないプランナーの改善を確実にやっていくことが可能になります。

▶ たしかにボトルネックとなっている要素が浮き彫りになることで取るべき対策が明確になりますね。また人材育成、マネジメント以上に、一組あたりの集客単価が15~20万円となっていることに経営陣は頭をかかえているそうですが。

おっしゃるとおり、さまざまな外的要因もあって、どこも集客が目下の課題と伺っています。当社では、来館数の向上のために来館予約にかかる全てを担うコールセンターを導入しています。これにより“同じ広告費で来館数120%アップ”の実現が可能となります。「来館率の向上」という観点としては、アポ率の向上と来館CXL率を減少さ



せることで実現させます。では難易度の高いことを行っているかという点と決してそうではなく、“やるべきことを確実に、徹底して”行っているに過ぎ

ません。しかしこれが難しく、どうしても現場は接客業務が最優先となりますので、ただでさえ業務量が多い中で、一つひとつの問合せ対応、資料請求などに対して即時で行うことは業務量、業務優先順位の観点で困難を極めます。また資料請求の問合せに対して根気よくアプローチをかけることなどを率先して行いたがらないという点など、なかなかマネジメントだけでは解決し難い部分もあります。これら来館予約にかかる業務を代理で行うわけです。具体例を挙げると、資料請求のお客様に対しては、郵送当日、そして翌日と5日以内に3回のご連絡をし、来館到達まで後追いを徹底します。

▶ 来館率の向上だけでなく、プランナーの業務軽減にもつながりますし、より接客に集中できそうですね。

その通りです。その他に来館経路の正確な効果測定ができ、対応の品質向上によって他会場より予約段階で一つ上の顧客満足度をご提供することも大きな魅力です。

▶ その他にも貴社ならではの強みはありますか。

はい、衣裳・装花・ジュエリー提携、内製化支援による収益率改善も行っています。これだけではなく、集客数×成約率×売上単価×収益率＝業績の最大化、この全てを解決させるノウハウや仕組みがありますので、各ソリューションの提供から、婚礼事業としてお預かりさせて頂く運営受託にいたるまで、ご要望に合わせたスキームでのお手伝いが可能です。