

世界一美しい花嫁をつくりたい！ 衣裳・装花・美容部門内製化への思い

事業本部 ビューティ事業部・マーケティング戦略部担当 副本部長 ゼネラルマネージャー 鈴木 譲氏

ドレス、フラワー、ヘアメイク部門を足がかりに、5年前から内製化を推進し、注目を集めているエスクリ。一部門を内製化する婚礼事業者は少なくないが、これだけ多くの内製化を実現させた婚礼事業者は同業界でも稀有といえる。主なメリットは顧客満足向上と収益性の向上といわれるが、今回は顧客満足の観点と、衣裳・美容部門の内製化に対する思いについて触れてみた。

ワンストップサービスが コミュニケーションロスを解消

エスクリ(東京都港区)は年間施行数が1000組を超えた5年前、衣裳・美容の内製化に着手した。目的はワンストップサービス実現による顧客満足向上と、収益性の向上にあった。

「設立当初から結婚式にかかわるアイテムやサービスを内製化していこうという思いがありました。ワンストップサービスを実現することで、お客さまが心から安心して当日を迎えられる会場にできる、と考えていたからです」(鈴木氏)

ウエディング業界では各アイテムを専門分野のスタッフに説明、販売させるスタイルが一般的だ。しかし、顧客にとっては、試着した際のアレンジと美容室のアレンジの微妙なズレなど、パートナー企業間のコミュニケーション不足から与えてしまうストレスや、時には同じ要望を何度も伝えなければならないわずらわしさなどがあったのも事実だ。内製化はそういった問題の解決にもつながったという。

「ドレス、ヘアメイクはトータルビューティという側面が強いので、内製化することにより提供できるメリットがとても大きいです。プランナーとドレススタイリスト、ヘアメイクスタッフ間の横のつながりが強化されたことによ

り、顧客満足の大きな向上につながりました」(鈴木氏)

内製化がかなえる、 “自分たちらしい”ウエディング

また、内製化したことにより、花嫁のニーズに合ったドレスの開発にもつながったという。結婚式に対するニーズは日々変化しており、型にはまらない“自分たちらしい”結婚식을希望するカップルが増えているが、とりわけ、ドレス・ヘアメイクに関してはこだわりがあるという花嫁は多い。近年、単に有名デザイナーがデザインしたドレスであれば満足、といった声は少なくなっているという。また、価格をおさえたいと考えているカップルであったとしても、ドレスの質を落とすことには抵抗があると考えている傾向がある。

だからこそ、本当に顧客が求めているものをいち早くキャッチし、いかに価格をおさえ提供できるか、がますます重要なポイントとなっている。「自営の結婚式場を持つ企業がドレスやヘアメイク部門も持っているからこそ、リアルなお客さまの声や、トレンドを反映させたオリジナルのドレスを、いち早く提供することができます。さらに、会場のテイストに合った品ぞろえも可能となりました。もちろん価格もおさえられるの



鈴木 譲氏

で、予算重視のお客さまであっても選択肢が増えるため、さらにこだわりをもってドレスをお選びいただけることも大きなメリットと言えます」(鈴木氏)

エスクリの顧客であるという 一体感により単価アップ

内製化にともない顧客は衣裳室、美容室単体のものではなく、エスクリの顧客であるという統一認識が醸成された。コミュニケーションを密にとることで、顧客満足度向上はもちろんのこと、結果的に、ドレス・ヘアメイクの単価アップにもつながったという。今後はこのような内製化のノウハウを婚礼支援事業の一つとして、外部に働きかけていくそうだ。

次号では内製化による収益性の向上についてと、外部企業への内製化支援事業などについて詳しく述べていく。