

激動のブライダル業界を徹底したデータ分析で乗り越える!

エスクリ、独自開発の KPI システムを外部婚礼企業に展開スタート!!

(株)エスクリ マーケティング戦略部 ゼネラルマネージャー 市川 貴之氏

独自に開発した KPI システムの外部展開をスタートさせたエスクリ。単に分析結果のみを提供するのではなく、データの収集ツール提供から分析方法のディレクションまで、自走できる組織を作るためのサポートを徹底して行なうという。現在注目を集める婚礼支援事業の一つである独自の KPI システムの外部展開の概要と、そこにかかる同社の思いを聞いた。



独自の KPI システムによる徹底した“現状分析”

かつてはホテルを建てれば、少なくとも年間 200 ～ 300 組の結婚式は容易に獲得できた。だが近年、ゲストハウスの興隆やスマートフォンの出現などにより、今までのように現場の感覚値だけに頼った分析では、多様化するゲストのニーズや現場で起きている問題を正確にとらえられなくなっている。エスクリ(東京都港区)は、独自に作成した KPI (Key Performance Indicator) システムにより、各施設の営業の進捗状況などを正確に収集するとともに、経営状況の全容を多面的に可視化・分析し、タイムリーな経営判断を行なっている。

「今現場で何が起きているのかを正確に把握することが大事です。なんとなく業績が落ちている、といった漠然とした状態では手の打ちようがありません。

逆に何が課題なのかを正確に見極めることで、今、本当に必要な戦略が立てられます」(市川氏)。

独自開発した KPI システムを悩める婚礼事業者に展開スタート

そこで同社はこの独自に開発した KPI システムの外部展開に乗り出した。“コンサルタントが在籍している間

はデータ分析を行なっていたものの、コンサルタントがいなくなってしまう”という話はよく耳にするが、そのような事態を避けるため、分析方法までもディレクションを行なう。

「単に分析したデータだけをお伝えしてもそれは再現性のないものとなってしまいます。正確なデータを収集できるツール、そのデータを正しく分析するためのディレクション、そして戦略の立案方法。そこまで提供して始めて、一過性でない“自走できる組織を作る”お手伝いができると思っています」(市川氏)。

KPI 分析から見えた、来館数・成約率アップのためのノウハウも提供!

集客においては、適切な広告戦略を立てるための KPI 分析を行なう。ネット検索においても、単にページビューやユニークユーザー数を記録するだけではなく、遷移率(せんいりつ)分析まで徹底して行ない課題を洗い出す。プランナー個人ごとに作成する実績レポートでは、年齢、見学件数、検討時期など細部に至るまで分析を行ない、課題を克服する。

「問い合わせ、来館、成約、打ち合わせ、施行など、それぞれのフェーズにおいて見るべき KPI がわかれば、

集客力・成約率アップはもちろん、新人プランナーの育成スピードの向上、正しい業務分担方法や評価制度の確立などさまざまな問題が解決されますので、“組織”として確実に強くなります」(市川氏)。

エスクリが目指すブライダル業界の未来

自社で培ってきたノウハウをさらけ出しながら、婚礼支援事業を行なう第一の理由は“業界の活性化”だという。

「今は少子化の時代ですし、結婚式を行なわない“なし婚”なんて言葉も出てきている。そんな中でも、結婚式というすてきな文化をずっと残していきたい。だからまず業界そのものをもっと盛り上げたい。利益はお客さまに新たなサービスを生みます。お客さまのありがとうのために、業界全体を盛り上げるお手伝いができればと考えています」(市川氏)。

ブライダル産業の向かう未来はどこにあるのだろうか。今、ブライダル業界は過渡期にある。だからこそ同社のように変えるべきものは変える勇気を、守るべきものは守り続けるという意志を、明確に持つ必要があるのかもしれない。