各企業に見る
コロナ禍の対応
一蔵

ロングスパンで大切な人へのおもてなしをしっかりと

少人数婚「ユニティウエディング」を提案

一蔵
ウエディング事業本部
グラストニア　支配人
宇美 憲司氏

会場の魅力や感性症対策をYouTubeなどでの発信

―コロナ禍において状況はいかがでしょうか。

宇美　8月までの時期は厳しい状況が続きましたが、秋の施行数は規模の縮小は出たものの、順調に回復傾向にあります。新郎新婦と定期的に連絡を取り、新郎新婦サイドの状況を確認、会場の徹底したコロナ対策や参列されるお客様への対応をきめ細やかに説明するなど、コミュニケーションを強化し、安心感と結婚式への期待感を伝えることで、解約は少なくほぼ延期のみになっています。

昨年からYouTubeの配信を始め、集客につなげる取り組みをしていますが、今回のコロナ禍では新規のお客様だけでなく成約済みの新郎新婦も来館しにくい状況となり、当社の会場の魅力や感染症対策などをよりしっかりとお伝えするため、投稿数を増やしました。

―30名までの新ウエディングプラン「ユニティウエディング」を発表されたそうですね。

宇美　もともとはナシ婚層、規模縮小や大切な人だけを呼んでお披露目したいというニーズが増えていることが第一の背景です。

我々は、少人数だからこそできるおもてなしやサービス、新しい商品などを開発することで、大切な人を呼びたいニーズがコロナ禍でいっそう高まっている「今」だからこそ、団結・結束を意味する「ユニティ」をキーワードに、心が通い合い、大切な人との絆をしっかりと感じられる結婚式を提供することにしました。

お客様の状況やお声を直接耳にする現場スタッフの意見を聞きながら、どのような会場のレイアウトや商品・演出が魅力的でお客様に喜んでいただけるかなど、皆でじっくり話し合って作り上げました。

ゆとりのあるバンケットだからこそできる提案

―大人数を想定しているバンケットでは、少人数の場合スペースが余ったりするなどの問題も出てきそうですが。

宇美　少人数の場合、大規模なバンケットを使うのは敷居が高いと考える新郎新婦もいると思います。しかし、コロナ禍の状況下では、広くゆとりのあるバンケットだからこそ、様々なレイアウトや装飾、演出を行う余裕が生まれると考えており、会場のレイアウトも人数に合わせて様々なパターンを用意しています。

また、70名、80名の披露宴では現実的ではない商品・サービスでも、20名、30名ならできることがあります。具体的なアイデアを、日々新郎新婦と向き合ってニーズを把握している全セクションスタッフから吸い上げ、今回の商品化に繋げています。「現場の声＝お客様の声」と捉え、非常に大事にしています。

従来の業界にありがちな「少人数＝会食して終わり」ではなく、進行や演出などの商品・サービスも充実させています。少ないゲストは即ち、特に大切な方ばかりであり、しっかりとおもてなしをしたい、感謝の気持ちを伝えたいというお客様の想いに応えています。

―従来の業界では、少人数というと、どうしても直近向けという考えが多いですが、今回のプランは対応期間も長いですね

宇美　結婚式に参列するゲストの数に係わらず、結婚式を大切にしたいという想いは同じで、検討する時期も変わりないと考えています。そのため今回のユニティウエディングでは、現状お問い合わせの多い2022年3月末まで適用する形にしています。（ネオス・ミラベルはご来館日から1年先まで適用）

あくまでお客様第一に、少人数でも時間をかけて検討し、しっかりとした結婚式をご希望のお客様へご提案していきたいと考えています。

現場からの声を活かし新商品を開発

―ビジネス的には、少人数だと写真や演出などが売りにくいという考え方もあると思いますが。

宇美　確かにそのような考えもあるかもしれませんが、少人数だからこそ大人数の披露宴ではできないようなきめ細かな対応やアレンジが可能です。現場からの声を取り入れ、こういう商品なら喜んでいただけるのではというような映像や写真の新商品を作っています。また、人数が少なく大切な人だからこそ料理にはこだわるという新郎新婦も多く、決まったコースだけでなく、アレンジにも対応していくことで、単価は一定の水準を確保できると考えています。

少人数だからこそできる提案なども

今回、新たな商品開発や対応が可能になったのも、当社はスタッフ間の風通しがよく、役職などの垣根なしに活発に意見を出し合える環境で、お客様の声を反映させた商品作りがスピーディーに行えたことがひとつの要因だと考えています。

今回のコロナ禍のような未知の事態への対応は、マネジメント層がいかに現場からの声を吸い上げ、迅速に対応していくかが重要だと捉えています。

―今回のコロナをいったん振り返るとどう捉えていますか？

宇美　コロナという状況はこれまでのブライダル人生の中で初のことです。未知であるがゆえに一人で判断したり、管理者からただ指示を出したりするのではなく、各スタッフが危機感を持ち、現場や様々なポジションのスタッフ、そして日頃協力いただく取引先からの意見も取り入れながら、前向きに取り組んでいます。

「ピンチはチャンス」を合言葉に、会社全体が一丸となって困難に立ち向かっており、必ずこの経験がまた将来に活きていくものと信じています。

少人数に合わせた商品開発なども実施

大切な人を呼びたいニーズをカバーし絆をしっかりと感じられる結婚式に

会場のレイアウトパターンなども様々なパターンを用意