

豊富なアイテム・サービスを適正価格で提供 ワンストップ型の結婚式準備 ECサイト「CORDY」

〈お話を伺った方〉
 (株)ハイパードライブ
 代表取締役社長

浅田 剛治氏



古い慣習やルールは
いずれ淘汰される

婚礼料理のアレルギー対応や、消費者契約法に基づく約款の改定、そして音楽著作権の問題と、振り返ればウエディング業界もその時代ごとの社会的ニーズに対応してきた。より迅速に的確にユーザーニーズに寄り添ってきた企業が生き残り、対応できなかった企業が市場から淘汰されてきた歴史もある。

「まだまだ業界には改善されるべき問題点が数多く残っています。引き出物の持ち込み禁止や、会場に用意されている少ないブランドやアイテムから選ばなければならないこと、など。また人口が大都市圏に集中したことで地方との格差も広がり、例えば同じ料金を払っても、地方では年配の写真館のオヤジさんが撮影する古いセンスの婚礼写真、その傍ら東京などでは才能ある若手カメラマンが素敵なウエディングフォトを提供している。

ドレスもそうです。200着の在庫があると

（株）パレーゼを10年間で東証一部企業にまで成長させた浅田剛治氏。2017年3月には次世代へ経営を譲り、新たに（株）ハイパードライブを立ち上げた。主なビジネスはコンサルティング事業、輸入インテリアの販売だが、ウエディングにおいても日本最大級のEC通販サイトによる革新的なサービス「CORDY(コーディ)」を準備。今年4～5月に実働を開始する。現在は同サービスに参画するパートナー事業者に向けた説明会を各地で開催中だ。そこで浅田氏に「CORDY」の狙いや、事業を立ち上げるに至った経緯、その概要などを伺った。

ない。しかし大都市には素敵なドレスを豊富に用意するショップがある。こうした問題を解決する方法はないものかと考えた結果、行きつきたのが、全国どこに住んでいるカップルでもウェブ上でワンストップで結婚式の準備ができる仕組み『CORDY』です。

『CORDY』では衣裳・美容・写真・引き出物などウエディングに関連するほぼすべてのアイテムを扱い、なおかつプランナーやヘアメイク、カメラマンなどの専門スタッフへの依頼もできます。つまりこのサイトを利用するだけでカップルは会場と飲食サービス以外のすべての結婚準備ができるのです。しかも会場で購入するよりもリーズナブルに、質の高いアイテムやサービスが入手できる仕組み作りも行なっています」

実は浅田氏には新規事業の方向性の正しさを、確信に変えたエピソードもある。建物の外見はどうみてもレンガ造りの工場。内観はコンクリートの床でゴージャスさとは無縁のただのハコ型空間。それでも毎週のように結婚式の予約が入っているイベント会場の存在だ。「ユーザーの意識はもうそこまで来ているのか」と驚くとともに、CORDY事業に対して、まさに時代の追い風を感じたと語る。

「引き出物の持ち込みはオールフリーで、プランナーまで持ち込める。そんな会場に、持ち込み禁止や掛け率50～60%などと古いルールのみで戦っている会場は取り残されてしまう。反対に、徹底してユーザーサイドに立ち、利用しやすい環境を作れば、後はSNSなどで拡散していきます。従来通りの会

場で、すべてワンストップでそろえる方がい

適正価格を目指すため 手数料は1～3割で設定

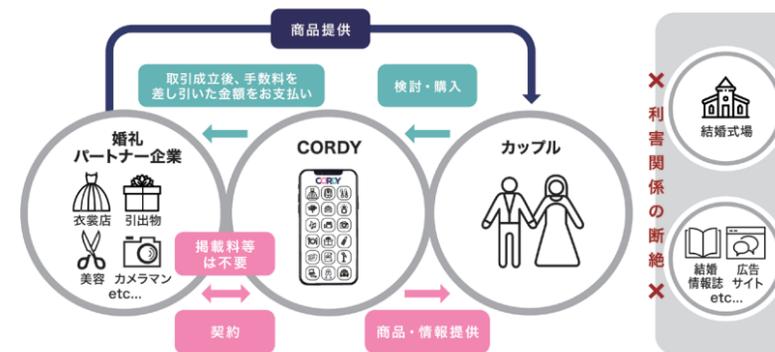
CORDYの具体的なサービス内容を簡略にまとめたのが右ページのカコミだ。カップルはCORDYサイト上に掲出された約35万点という国内最大級のアイテム・サービスから、自分たちの好みや予算で検討できる。ユーザーメリットとしては中間マージンのない適正価格で購入できることや、クレジットカードでの決済が可能など。

また参画するパートナー事業者の掲載自体は無料。成果報酬で売ればハイパードライブに30%の手数料を払う。商圏拡大や利益率の改善に加え、販売実績がデータ分析にも活用できる点も魅力だ。

これらのサービス全体を通して、プランナーの労働時間短縮や手配業務の煩わしさや入力ミスなどから解放され、本来の業務であるプランニングに、より注力できるようになるなど業界の働き方にもよい影響が期待できそうだ。

「いわばバーチャルプランナーを窓口に対応しているイメージで、カップルにはAIが対応し、ありそうな質問や疑問に対する24時間の返信機能を持たせます。さらに込み入った相談には、経験豊富なプランナーが電話やメール、チャットにて対応します。

会場決定前に引き出物などのアイテムを購入するので、おふたりが会場下見前に持ち込みOKの会場の情報をオープンにします。また選びやすさという点では



一つのブランドやテーマやカラーをセット販売するという方法も考えています」
 すべてのアイテムを自分たちだけで選ぶとかなりの作業量になってしまうため、セット販売も行なうのだが、やはり気に入ったアイテムやサービスだけを利用するカップルの方が実際には多いことだろう。

時代の潮目はある時に 一気に変わるもの

CORDYは2020年時点で35万点という業界最大級のアイテム・サービスを備える予定だ。そのため今年1月には参画を希望する企業向けの説明会を東京・名古屋・大阪・広島・福岡で開催し、400人以上の業界関係者が集まった。第2弾となる説明会も2月末からスタートする。

「パートナー企業の皆さんからの反応は、ほとんどが『よくぞやってくれた。ぜひ頑張ってください』というものでした。ただ期待感には十分に持ってもらったものの、やはり具体的な数字や先行するロールモデルの状況を見てから参画を決めたいという様子見の企業も多いのは当然と思っています。

思い起こしてほしいのは、Amazonが日本進出した時のこと。浸透するまでしばらく時間がかかったものです。それが今や家電量販店などの小売業全般にとって脅威の存在にまで成長しています。

そんな事例を出さなくても、皆さんがよくご存じの『ゼクシィ』の事例もあります。

企画当時はまだ私も同じリクルート社員。スタートした時も、誰が買うんだろうという状況でした。しかしこれらのイノベーターは時代の潮目を見極め、しっかりとした仕組み作りで新規事業を打ち出し、その後徐々に、しかし確実にシェアを広げていきました。CORDYも同様にじわじわと浸透していく、しかし時代の潮目のタイミングを捉えて、中長期的には大きく伸びていくサービスだと自負しています」

ユーザーへの認知に関しても、「秋口からテレビCMなどでしっかりプロモーションしていきます」とのこと。認知後に実際のサイト利用でカップルに使いやすさやメリットを感じてもらえれば、その後はSNSなどで自然に拡散していくという考えだ。

さらに同社は「HIKADY(ヒカディ)」という結婚式の比較サイトも準備中だ。その詳細がリリースされるのはもう少し先となりそうだが、イメージとしてはミシュランガイドのような、プロによる評価を基準に、式場検討中のカップルに役立ててもらえるサイトとなる。

「アメリカには『THE KNOT(ザ・ノット)』というウエディングのサイトがあり、ニューヨーク地区だけでヘアメイクは約800人から選べるだけでなく、結婚式の会場も探せるサービスを行なっています。また日本でもホテル選択では、trivago(トリバゴ)といった料金の比較サイトがユーザーの支持を得ている。そんな中、私たちのウエディング業界だ

CORDYのビジネスモデル

カップルは業界ナンバー1の品ぞろえの中から希望する商品やサービスを適正価格で購入。事業者の掲載は無料。フリーランス事業者も参画できる。取引成立後に手数料を差し引かれた金額が支払われる仕組み。業界人の働き方も、CORDYを利用することで労働時間の短縮やアナログ業務による人的ミスの軽減などの改善が見込める。

【CORDY(コーディ)概要】

「もっと自由に、もっと自分らしく」をコンセプトにした、日本最大級のウエディング特化型ECサイト「CORDY(コーディ)」。PC、スマートフォン上で結婚式準備を行なえるECサイト。ウエディングに必要なすべてのアイテムをショッピング感覚で、オンライン上からいつでも、どこでも自由に選べる。ドレス、引き出物、カメラマン、ヘアメイクなど多種多様なアイテムやクリエイターを選ぶことができ、世界で一つだけのオリジナリティーにあふれたウエディングを作ることが可能だ。

☆ポイント1

総アイテム約35万点 ※

ウエディングドレスやタキシード、ペーパーアイテム、引き出物、ウエルカムグッズなど結婚式に関連するアイテムはもちろん、プランナーやフーリスト、ヘアメイク、カメラマン、司会者などのスタッフまでを取りそろえる。※2020年時点での予定総アイテム数

☆ポイント2

適正価格

メーカーからお客さままでの間に間屋や相場など多くの業者が入ることで中間マージンの割合が高くなってしまふ。CORDYではお客さまの欲しいものをダイレクトに結ぶことにより、無駄なコストをカット。お客さまに対して適正な価格でアイテム・サービスを提供する。

☆ポイント3

サポート体制万全で安心・楽ちん

経験豊富なウエディングプランナーが結婚準備をフルサポート。AIとコールセンターが24時間対応し、スケジュール、予算、お役立ち情報など、便利ツールで簡単に準備が可能となる。

《コーポレートデータ》

(株)ハイパードライブ
 設立：2017年7月
 資本金：5000万円
 本社所在地：〒105-0022
 東京都港区海岸2-2-6 DS 海岸ビル1F
 TEL.03・6433・2772(代表)
 FAX.03・6433・2702
 【企業サイト】
<http://www.hyperdrive.co.jp>
 【メール問い合わせ】
info@hyperdrive.co.jp

け5年後、10年後も現状のまま、無風と考えること自体に無理があるでしょう。確実に今、潮目が来ています。持続的な事業展開を考えている業界の皆さんに、ぜひ参画していただきたいですね」
 説明会のスケジュールは順次、同社ホームページにて告知していく予定だ。

浅田 剛治
 Takeharu ASADA | 慶応義塾大学卒業後、(株)リクルート入社。退職後、家業の赤字結婚式の経営をV字回復させ、2000年(株)パレーゼを設立。結婚式を行なうゲストハウス、インポートドレスを扱うドレスショップ、ミシュランの星を獲得するレストランなどを全国とアジアにて展開。同社を東証一部上場企業へ成長させる。若い経営陣に未来を託すために経営権を譲り、株式のすべてを売却して2017年3月退任。同年7月(株)ハイパードライブ設立。