

Editor's EYE



目指すのはウエディング版ミシュラン 信頼される業界への道を開く「HIKADY」

日本最大級のウエディングアイテム EC サイトを目指す「CORDY (コーディ)」事業を昨年立ち上げた(株)ハイパードライブ。現在では海外著名ブランドも含め同サイトにて約 700 社と提携し、結婚準備中のカップルにさまざまなアイテムを提供している。

そんな同社がこの 10 月に満を持してローンチしたのが、結婚式場の比較検討サイト「HIKADY (ヒカディ)」。

〈お話を伺った方〉
(株)ハイパードライブ
ブライダル事業部
マーケティング・PR グループ
中野 裕美 氏



**広告バイアスを排除
よりリアルな評価・実態を掲載**

ハイパードライブが新たに開始したサービス HIKADY、その革新性はウエディングにおける口コミ情報の提供や、自己負担ゼロの結婚式など、これまでに業界的にインパクトが強かったものに比肩するものと言える。「ほとんどの婚礼情報メディアは式場から多くの広告料をいただいているがゆえに、式場にとって有益な情報しか載せないという偏った方向性のものでしたが、時代性や業界の閉塞性もあってユーザーから支持さ

れてきました。しかし、令和も 2 年目となり、テレビよりも SNS を見るユーザー層が多い今、ウエディングの現状に違和感を抱く方も多数いるはず。

そこで真実の情報をユーザーにダイレクトに届ける WEB 媒体を作ろうと立ち上げたのが HIKADY です。結婚式場からの掲載料は一切いただかない事業構造なので、結婚式の準備中のお客さまに対して、式場のリアルな現状をそのままお伝えするのが HIKADY の使命であり、コンセプトです」

そう語るのは、(株)ノバレーゼを 10 年間で東証一部企業にまで成長させた浅田剛治氏(現・ハイパードライブ代表取締役社長)だ。顧客層の意識変化も踏まえて「陽のもとを堂々と胸を張って歩けるようなビジネスモデルでなければ成功はできない」という信念に基づき、ウエディング業界が健全に事業に取り組んでいることを一般社会に知ってほしいという願いから、結婚式場にひも付かないウエディングアイテムをネットで購入し、無料で持ち込める CORDY を先行して事業化。手応えを感じ、同じくユーザーファーストの志向性のサービスである HIKADY の提供開始も決めたという。

**「業界全体をハッピーに」
その契機となる事業に**

HIKADY 担当者である、中野氏の“思い”についても聞いてみた。「私自身、プランナー時代の反省から、これからのウエディング業界には必要なサービスだ、との思いがあります。というも

ランナー時代、お客さまのやりたいことをかなえたくても会場のルールやオペレーションの都合で提案に限界があり、悔しい思いをすることも多かったからです。『いつまでもそれでいいのか?』と大いに疑問を抱えていました。きっと業界全体が本当の意味で、お客さま第一主義で動き出したら、もっといい結婚式が増えるし、結婚式のことを無駄な出費、面倒臭いイベントと思われなくなるのではないかと。でも、自分一人で行動してもたかが知れています。

一度、他業界の仕事に就いたものの、やはりウエディングの仕事に戻りたいとの思いが日々重なっていきました。そんな時にあつた浅田さんが自分と同じ考えで事業を始められたことを知り、一目散で面接に駆けつけて詳しい話を聞いたのです。プランナー時代の心のどこかに引っかかっていた疑問をキレイに解決でき、『求めているのはこれだ!』と、即決で入社しました」

地域や会場によってはこれまで当たり前のように実施できていたことができない、会場・企業側の都合で「できません」とお伝えする時の残念な気持ちは、やがてプランナー自身のモチベーションも下げてしまう。「いい結婚式をしよう、お客さまの思いをかなえようと考え、できると思ってプランニングしたならば、お客さまはもちろん、私たちも含めて皆がハッピーになれる解決法はあるのではないかと。働き方改革がまだ及んでいない、とてもハードな労働環境なのに、『でもウエディングが好き』『この仕事に携わることができて幸せ』との思いで何とか頑張っていますが、それにも限度があります。

この業界に憧れて入ってくる新卒社員たちは、結婚しても子どもが生まれてもどんな環境が変わっても、ずっと働き続けたいと考えています。しかし現実とは違えば業界から去っていった人も身近に多くいます。そんな人達の思いをしっかりとかなえられる業界であってほしい。HIKADY と CORDY は、業界全体がハッピーに変わることができる、そのきっかけになる事業だと思っています」

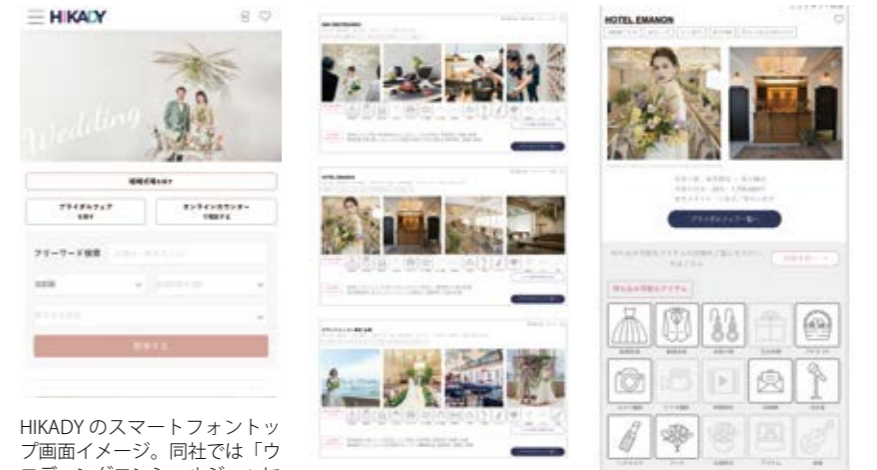
**リテラシーを持った新郎新婦が
覆面で調査**

HIKADY は特に、リアルな新郎新婦が下見に訪れ、気に入ればそのまま決定に至るので、“会場の実利”にも寄与する点がこれまでにない特色だろう。

「リアルなカップルの評価という部分で怖れられる会場さんも多いと思いますが、そこはさまざまなお客さまが投稿している口コミサイトと同様です。その上での違いは、一般よりもリテラシーの高いカップルを当社が選別して、ミシュランガイドの調査員のように使命感も持てるよう“ウエディングアンバサダー(仮称)”として起用。下見・試食やフェアはもちろん、実際に結婚式を行なった場合もレポートをしてもらう計画でいます。

浅田氏も、ミシュランガイドのような広告バイアスのない評価や Google マイビジネスの口コミのようなリアルさは、今後のウエディング業界に絶対に必要なものと力説する。「『HIKADY はウエディング業界のミシュランガイド』と認識されることを目指しており、そこまでは徹底して PR にも努めていきます。これまでは口コミが欲しいからとスタッフや外部事業者に依頼して『いいね』プッシュや都合のいいコメントを SNS にアップする不正行為もありましたが、そんな卑怯な手段はすぐにばれてしまい、これからの時代を生き残っていくのは難しい。平成までは通用していた業界慣習的な手法も、コロナ禍で始まった新生活スタイルや価値観の変化によりユーザーから見捨てられることでしょう。

中野が話した通り、現場のプランナーさんにとっても変な悩みを抱え込まずに済む、徹底したお客さま第一主義の新サービスが HIKADY です。10 月 1 日よりサイトもオープンしていますので、『ちょっとこれまでの媒体と違うな』と感じられたら、本腰を入れ



HIKADY のスマートフォントップ画面イメージ。同社では「ウエディングコンシェルジュ」による結婚準備サポート窓口も設置し、カップルからの相談に応じる

一覧ページイメージ。持ち込みアイテムをアイコン表示するほか、絞り込み検索にも反映する

会場情報の詳細ページイメージ。キャンセル料・延期料・持ち込み料の公式規約情報も掲載

てご検討いただければと思います」

広告バイアスがないのはもちろん、HIKADY との送客契約、プロデュース契約があらうがなろうが、ユーザーにはリアルな評価を伝える HIKADY。衣裳やアイテムの持ち込みが可能なのかどうかを事前に知れるメリットは大きい。しかも下見や試食時に実際のサービスを体験したユーザー

は、HIKADY 評価とのギャップが少ないほど、その会場に安心して申し込めるのだ。「HIKADY が広まれば広まるほど、業界の透明性や信頼性は上がっていくはずで。業界の皆さんと一緒に、その地点を目指したいと思います」と中野氏。詳しい内容は同社のホームページ、または直接同社へ問い合わせをしてみたい。

【HIKADY の特徴】
○知りたい情報を事前に確認
 ユーザーは従来のメディア情報サイトでは不透明だった商品の価格と実態までも比較・検討した上で会場が選べる。また、式場の公式情報に基づき、自分たちのこだわり条件にフィットする自由な会場選びを実現する
○会場決定後のトラブルも事前に解消
 持ち込みの可・不可、それに伴う料金およびキャンセル料など、会場に行かないと分からない情報を掲載。安心・納得して式場を選ぶことができる
○中立な立場で客観的な情報を提供
 顧客目線で式場の情報を第三者的に精査し、偏りのない、より正確な情報提供を目指す

【HIKADY のビジネスモデル】
 初期費用・月額費用は一切無料の完全成果報酬型
 HIKADY は結婚式場比較情報を提供する WEB メディア。ユーザーであるカップルは HIKADY に掲載されている情報から、式場見学やブライダルフェアなどの予約が可能。提携会場は「HIKADY 契約」と「プロデュース契約」の二つのプランがあり、前者は HIKADY が送客し、成約したお客さまの料金の 10% を成果報酬として支払う。後者では HIKADY 専属のプランナーがプロデュースを担当。送客があれば、成約にて料飲と会場費の 10% の成果報酬を支払うシステムだ。またユーザーはアイテムなど付帯商品を CORDY から選ぶことも可能。

問い合わせ先
HIKADY
<https://hyperdrive.co.jp>
 (株)ハイパードライブ TEL.03・6433・2772
 〒105-0022 東京都港区海岸 2-2-6 DS 海岸ビル 1F

中野 裕美 (Hiromi NAKANO) 札幌ブライダル専門学校を卒業後 2012 年に㈱ベルコに入社。1 日 2 組のゲストハウス会場でプランナーとして 4 年勤務。その後 ㈱ブライダルハウス チュチュ 沖繩に入社し、沖縄でリゾートウエディングも経験。他業界の仕事をはさんだ後、ウエディングの仕事に戻ろうと 19 年 11 月に㈱ハイパードライブに入社。現在は CORDY セクションとも連携を取りながら HIKADY 事業の認知浸透に尽力している。