

連載 **浅田剛治のハイパー仕事術**
「良い人」になることは簡単だが「すごい人」になることは難しい

第32回 「いい結婚式」の定義



ハイパードライブ 社長
浅田剛治氏 Takeharu Asada

ノバレーゼ創業者。挙式・披露宴の企画・運営を行う総合ブライダルビジネスを展開。同業他社とは一線を画す「モダン」で「スタイリッシュ」な結婚式場を中心に、ウエディングドレスショップやレストランを全国で運営。また、歴史的建造物や経営難に陥ったホテル、料亭、レストラン、結婚式場等を再生させる再生ビジネスにも注力するなど、経営責任者として主に店舗開発と、人材の採用・育成の面でその手腕を振るう。
2017年7月、ハイパードライブ創業。2019年10月、ウェディング特化型ECサイト「CORDY(コーディ)」をオープンさせた。式場経営時代とは異なるアプローチでブライダル業界の活性化を目指すと同時に、飲食事業や海外インテリアの輸入販売など多角的な事業展開を図る。

「これぞいい結婚式」の主張こそ各社の根幹
要望に振り回されると独自性も消滅する

一貫して変わらないポリシーは「ゲスト満足第一」

「いい結婚式」とは何か。「人によって価値観が違うので一概に定義できない」という声もあるでしょう。でも私は、結婚式を生業とする以上「いい結婚式」に対する自社のポリシーは不可欠だと思います。

たとえば「おいしい料理」というのも感じ方は千差万別ですが、飲食店はそれぞれ、その店が考えるおいしい料理を出していると思います。ただし、その味が支持されるかどうかはお客様次第。結婚式も同じではないかと思っています。

ノバレーゼではスタッフの心構えとして「私達は時としてNOということがあります」と、説き続けてきました。「NOといわない」というと、一見すると顧客目線で素晴らしく映りますが、私は要望を100%聞き入れるのではなく、いい結婚式になるように導くことがプロの役割だと考えます。要望を聞きすぎると「カジュアル路線が人気」と言われれば、どの式場も横並びで変節するなど、独自性も薄れると思います。

私の場合「ゲスト満足第一」というのが、一貫して変わらないポリシーです。ゲストは2人のために、その日の予定を空け、ご

映画好きな浅田氏
おすすめの今号の1本

レジェンド・オブ・フォール (果てしなき想い)
1994年 アメリカ 132分

20世紀初頭、第一次世界大戦に巻き込まれながら波乱万丈の人生を送る、3人の兄弟と父、彼ら愛する女性達の人生を描いたヒューマンドラマ。愛や正義といった美しい面だけでなく、悲しみや憎しみ、妬みなど、醜い感情も全てひっくるめて生きるということ、人間の業を考えさせられます。

浅田流「いい結婚式」の極意

- オリジナルの提案=「いい結婚式」とは限らない
ゲストに評価されなければ、新郎新婦やプランナーの自己満足
- ゲストは一体感を求めている
その日だけしか会わないゲストと無理に交流を深めたいと思う人は少ない
- 両家の緊張感は席順の工夫でも解ける
緊張感が解けない 会話が弾みやすく
- カジュアルパーティーはゲストの期待とズレる
日本人にとって結婚式は、特別な場所に正装して出かける、非日常的なイベント
- ゲスト満足のベースは料理・飲み物・音楽・景色
おいしい料理、ドリンクを待たせない、美しい景色を嫌がる人は少ない

祝儀まで用意して足を運んで下さります。イヤな思いをさせたい新郎新婦はいないはず。そのため、ゲスト満足=新郎新婦満足だと思うのです。それでも2人のやりたいことを優先したいなら、わざわざゲストを招待せず、2人だけで挙げれば良いと思います。

ゲスト満足のために、私が意識しているポイントは、1. 最大多数の最大幸福 2. ゲストに負担をかけない 3. エレガントな非日常空間 という大きく3つです。

1. 最大多数の最大幸福

料理・飲み物・音楽・余興・演出など、全てにおいて、できるだけ多くの方に好感を与えるというのは、ゲストを招待する上で欠かせない配慮だと思います。

挙式が披露宴の後という結婚式に参列したことがあります。全く良いと思えませんでした。その順にしたのは、新郎新婦が挙式で花火を上げたいとリクエストしたため。挙式を花火が映える時間帯に合わせるために、披露宴を先にしたわけです。

でも、挙式では新郎の友人が酔っ払って寝ていたり、お酒の勢いでヤジが飛んだり、厳粛とはほど遠いムードです。家族の目線に立てば、せっかく2人の結婚を感慨深く見守る時間なのに、とてもそんな気分には浸れません。他のゲストにしても、一旦、帰ろうという気分になっていたのに、また座らされては、せっかくの感動も冷めてしまうものです。

「夢が叶って良かった」と喜んでいるのは、新郎新婦とプランナーだけで、実はゲストの大半には快く思われていないのではないかと感じました。

最近は、オリジナルの提案がプランナーのスキルという風潮もありますが、私は、いくら考え抜かれた提案でも、ゲストに評価されなければ、新郎新婦やプランナーの自己満足ではないかと思っています。

2. ゲストに負担をかけない

ゲストにその場でメッセージを求めたり、強制的にイベントに参加させるなど、負担がかかる演出も私は避けるべきだと考えます。芸人でも、観客をいじって笑いを取るというのは下策だと聞いたことがあります。結婚式はお笑いライブとは違いますが、ゲストはライブの観客と同じ

ように、受け身の姿勢です。ホストはあくまで新郎新婦。日頃、ムードメーカータイプのゲストでも「何かおもしろいことをしてくれるかも」といった期待は避けるべきだと思います。

たとえば、家族・親族のみの場合、1人ずつにスピーチを求められるケースもありますが、中にはマイクを向けられるだけで緊張してしまう人もいます。私はおススメしません。1人1人にフォーカスしたいなら、新郎新婦自ら、それぞれの家族や親族を紹介すればプレッシャーをかけずに済みます。

ゲストは一体感を求めているのか?

ゲームや参加型イベントなどで、一体感を生み出そうとするケースもありますが、そもそも、ゲストは一体感を求めているのでしょうか? 家族を除けば、両家のゲスト同士が再会する確率は極めて低い、そんな状況で初対面の相手と無理に交流を深めたいと思う人は少ないのではないかと思います。

特に少人数の場合、両家のゲスト同士がお互いに様子を窺って、なかなか会話が弾まないという話も聞かれますが、流しテーブルで新郎家・新婦家に向かい合うレイアウトも、妙な緊張感が走る原因の1つです。流しテーブルなら、新郎家は新郎、新婦家は新婦を囲むようにしたり、円卓で両家のテーブルを分けるなど、レイアウトを工夫するだけでも和やかな空気は作れます。

一体感は、意図的に仕掛けるのではなく、2人の生い立ちムービーなどで自然と生まれるものだと思います。ムービーを見ながら「2人は家族に愛されて育ったんだね」「お似合いの2人だね」といった気持ちを共有できる、それが結婚式ならではの一体感だと思います。

ただし、ムービーのBGMにどんな音楽を選ぶかで、ゲストが感動できるかどうか、大きく変わります。コンビニでも流れているようなJPOPは、ゲストを一気に日常に引き戻してしまうし、どんなに2人が好きでもラップ調の曲などは共感できないゲストも多いと思います。

理想的なのは、後でゲストが「あの素敵な曲、なんという曲

だろう」と気になって、問い合わせてたくなるような、記憶に残る曲です。

3. エレガントな非日常空間

最近は、結婚式でも背伸びしない、頑張りすぎたくないという価値観から、カジュアルパーティーも人気ですが、ゲストの期待には反すると思います。理由は、一般的な日本人にとって結婚式は、高級ホテルなど特別な場所に正装して出かける、非日常的なイベントだからです。

高砂ソファもカジュアルパーティーの象徴的な例の1つですが、私は反対です。ソファは体が沈み込んでしまうので、食事すると前かがみになり「犬食い」のように見えて、品位が損なわれるのです。

中には、2人の好物や思い出のメニューだからと、ハンバーガーやカレーなどを提供するケースもありますが、ゲストの大半が特別感を期待していると考えれば、拍子抜けしてしまう人も多いと思います。

結婚式に期待されるのは特別感

私が考える「いい結婚式」のために最も重要なのは、温かい料理は温かいままに、ドリンクを頼まれたら極力、お待たせしない、誰の目にも美しく映るような景色をお見せするなど、式場運営における基本的な部分だと思っています。

保守的かもしれませんが、上に述べた3つのポイントを押さえてゲスト満足を追求すると、オリジナルな提案よりも、上質な料理とドリンク、空間の心地よさの方が重要だと思えるのです。

「いい結婚式」の定義は1つではありません。でも企業ごとに確立しておかなければ、ウェディングプランナーの考え次第で、1組1組、クオリティがバラバラになりもすると思います。

私は「これがいい結婚式だ」という主張は、ブライダル企業の根幹をなすものであり、たとえば、お仕着せに映ったとしても、何百組・何千組の結婚式を見てきたプロとして、お客様に対する責任であるとも思います。

どんな提案もゲストが不快なら自己満足