

Bridal Current Watching

婚礼ビジネス潮流 第18回



業界構造やユーザー動向を変える!? フリーランスウエディングプランナー

婚礼ジャーナリスト 堂上昌幸

PROFILE

堂上 昌幸(どうじょう まさゆき)
婚礼記者歴21年。現在は業界誌に連載記事を執筆するほか、講演活動も行なっている。

本場アメリカで修業してきたayame氏

や、企業では株式会社CHICKY GROSS (チキョウグループ)がフリーランスのプランナーと契約し、欧米型のウエディングプロデュース事業を積極的に推進するなど、フリーランスウエディングプランナーは確実に存在感を増している。

そんな折、この動きを加速させるイベントが10月18日にホテルエドモントで開催された。I W P A J A P A N Internationals Wedding Professional Association・国際ウエディングプランナー協会の交流・説明会である。

同協会は、02年に英国で設立され、05年に日本支部であるI W P A J A P A Nが誕生。英国国家認定のプランナー資格制度を有し、スクール

事業や婚礼宴会システムの普及などにも尽力している。特色は、会場や関連事業者との契約を、会員個



パートナー企業向けの説明会



懇親会で挨拶に立った谷藤代表

ティが開かれた。

非効率な集客戦略 そのものを変える

協会代表の谷藤氏は、今回のイベントの狙いについて以下のように語る。

「設立以来6年目を迎えて、協会自体とフリーランスウエディングプランナーへの取組みがようやく認知されてきました。英国は会場に所属するプランナーもあり、欧米のなかで慣習面も含めて日本の現状に近い国だといえます。今後は、資格制度やスクール事業、パートナー企業との連携に注力し、会場に所属するプランナーさんとも日本のブライダルシーンを活性化していければと考えています」。

また、現役のプランナーにとっても新しいキャリアステージがふえると補足するのは、副代表の伊藤公子氏だ。

「女性プランナーは結婚、出産を機に退職し、子育てが一段落してもフルタイムでの勤務が求められる業界になかなか戻れないのが現状です。フリーランスウエディングプランナーが業界に浸透すれば、年間10〜

20件程度のプロデュースを自分の都合に合わせて担当することも可能です。主婦となったプランナーが、業界から得たスキルやノウハウを還元できるという点でも、このスタイルの普及は業界にとってもメリットになると思います」。

同協会は、フリーランスウエディングプランナーを育成、業界に送り出すことで、ブライダル業界をこれまでとは違った面から盛り上げていく。

翻って、いまのブライダル業界はどうだろうか。相変わらず、チャペルやバンケットなどを改装し、そのパースを結婚情報誌に広告掲載することで集客を図るという効率の悪い手法から抜け出せずにいる。1組のカップルを獲得するのに16万円かけている会場もあるくらいだ。しかし、高いスキルと経験値をもったフリーランスウエディングプランナーがふえ、自らの得意分野を売りものにWEBなどで集客を図れば、使用される会場にとっても広告費ゼロでユーザーを獲得できるメリットは計り知れない。

それ以前に、ユーザーは会場の下見から結婚準備をスタートさせるのではなく、まずは関心を抱いたフリーランスウエディングプランナーのもとに相談に訪れ、プランニングしたそのカップルならではの内容に基づいて、会場が選ばれる。すなわち現在とは、式場選びのルールまで大きく変わる可能性を秘めているのだ。

その意味で、ハードから人へ、ソフトへという具体的な潮流をつくりだすこのトレンドは、業界として歓迎すべき動向ではないだろうか。

欧米型のよさを 日本マーケットでも

最近、ブライダル業界では「フリーランスウエディングプランナー」という言葉がよく聞かれるようになった。

日本のウエディングプランナーは、ホテルやゲストハウスなどの会場に所属し、もっぱらその会場の婚礼を手がけるのに対し、欧米型のプランナーは基本的に独立し、個人の技術とセンスを売りものにして集客を図り、顧客が希望する内容にふさわしい会場を選んで結婚式をプロデュースしている。

そんな欧米型のスタイルを採る個人が、フリーランスウエディングプランナーと呼ばれるのだ。たとえばウエディングスクール校長を務めたあと、