

W

THE WEDDING JOURNAL

ウェディングジャーナル

発行:株式会社リフレクション 発行人:北折賢史
〒105-0012 東京都港区芝大門1-4-6F TEL03-5425-1727
Email:info@weddingjournal.jp http://weddingjournal.jp
年間購読料 36,000円(税込39,600円)

2025

2.10

2.25

毎月2回(10日・25日発行)

No.193

ここからは経営センスが問われる時代に

Executive Interview

エスクリ 社長 渋谷守浩氏

事業領域広げ企業価値向上

マーケットのパイが減少する中で、大手ウェディング企業の間でも低価格ゾーンの顧客を獲得しにいく動きが顕在化しているが、渋谷守浩氏は自らが率いるエスクリにおいては、高

単価・高付加価値の追求にこだわり、「ゲストが何度でも出たいと思う結婚式」の提供にブレずに取り組んでいくという。新たにリリースした新ブランドの件などとあわせて話を聞いた。



エスクリ 社長 CEO
渋谷 守浩氏

1966年6月18日生まれ、奈良県出身。1986年9月、渋谷木材工業(現:株式会社渋谷)取締役。2008年11月、渋谷代表取締役社長。2013年5月、エスクリ執行役員(建築・内装事業担当)。同年6月、同社取締役兼専務執行役員(建築・内装事業担当)。2015年6月、同社代表取締役副社長、株式会社渋谷代表取締役会長。2016年4月、エスクリ代表取締役社長兼最高執行責任者。2020年4月、株式会社渋谷代表取締役会長兼社長。同年7月、エスクリ代表取締役社長CEO。

「こんなに楽しい結婚式なら何度でも出たいよ」

—— 昨年にエスクリが大阪駅直結のビル内で運営する式場「ラグナヴェールプレミア」で渋谷社長のご長女の結婚式があったそうですが、これがエスクリのエンターテインメントウェディングの極みともいえるような、かなりスペシャルな結婚式だったそうですね。

渋谷 エスクリでは新郎新婦だけでなくゲストも心の底から楽しめるようなエンターテインメントあふれるウェディングを標榜しています。昨今、列席者数の減少がいわれれますが、列席したゲストに「こんなに楽しい結婚式なら何度でも出たいよ」というもらえるような圧倒的に楽しくて心地

よい結婚式を提供するのが、私たちブライダル事業者がいま課せられている使命であり、それが結婚式離れや人数減を食い止める手段でもあると考えています。

たまたま私の長女が式を挙げることになり、そうであれば、エスクリのエンターテインメントウェディングの真髄を体験して頂くような機会にしようじゃないかと、娘の結婚式を「実験台」として差し出したんです(笑) 親が子供の結婚式に口を出すのは無粋なこととわかっていましたが、当社の結婚式を今までにない高みに引き上げるための機会にしたいとの考えで、「必ず最高の結婚式にするから」と新郎新婦の承諾も頂いて、私のアイデアも随所に反映しながら、エスクリのトッププランナーたちが素晴らしい結婚式をつくりあげてくれ

ました。

—— 本番の映像も一部拝見しましたが、ボルドー5大シャトーをはじめビルカール・サルモンやオーバス・ワン等、年代物の銘醸ワインやシャンパンがずらりと並ぶなど印象的なシーンが目白押しでした。

渋谷 シャンパンやワインは自宅のセラーに約30年眠らせていた長女の誕生年である1991年ヴィンテージのものを数十本一気に放出しました。移動する際にどうしても揺れるので2ヵ月前に会場に運び、セラーに静置して滓を沈め、前日にゆっくり立てて抜栓しました。シャンパンは完全にガスが抜けて鉛色の古酒になっていましたね。どれも極上の味わいだったので、ゲストも大いに喜んでくださいました。

他にも、著名クリエイターにお願いした絵本のようなプロフィールムービーや、サプライズで芸人さんに登場してもらい話題の授業をライブで実演して頂いたり、これまで誰も見たことのないようなデザートブッフェだったりとか、次から次へとエンターテインメントを繰り出したので、ゲストから

は口々に「こんな結婚式ならずっと続いて欲しい」といううれしい声が上がっていました。もちろん新郎新婦も大満足です。自分でいうのもなんですが、本当にいい結婚式でした。

結果的にこの結婚式は社内でも毎月選出している「Thankyou Story」というその月の最優秀施行作品に選ばれて、担当プランナーがまとめたプランニングの詳細情報やダイジェスト映像とともに全社で教材として共有されています。単に「エンターテインメント」というだけでは若くて経験値の浅いプランナーだと具体的に何をどうすればよいかわからない面はあるので、成功事例を共有して学べる材料を提供することは大事だと思っています。会社の教材になったので良しとしています(笑)

“二毛作商品”としての「リプロボース」

—— 当日は結婚式の後もさらに第2幕があったそうですね。

渋谷 身内の話が続いて恐縮です

18面に続く



新婦の誕生年である1991年ヴィンテージの、ボルドー5大シャトーをはじめビルカール・サルモンやオーバス・ワン等、銘醸ワインやシャンパン数十本がずらりと並んだ。

未来へ
向けた
大きな
変革

変革か?

共創か?

未来への飛躍をサポートするのが私たちの使命。

株式会社ヒヤク
代表取締役
東谷 篤志

事業構造・利益構造改革
プロダクトリニューアル
セールス&マーケティング改革
人材育成／組織変革等

ブライダル事業の
構造改革を実現する
ヒヤクの
コンサルティング

高いシナジー効果を期待できるマッチング
業界特化だからこその業務スピード・精度
完全成果報酬

ブライダル事業に
特化したM&A仲介

ヒヤク

目指すのは、御社の新たな「指針づくり」です。

お問合せ先

まずはメール or HPフォームよりお気軽にご相談ください
株式会社ヒヤク 〒108-0074 東京都港区高輪4-19-1 info@hiyaku-corp.com www.hiyaku-corp.com

Executive Interview
エスクリ 社長 渋谷守浩氏

「何度でも出たくなる結婚式」へ、

新ブランド「ampersand」を立上げ



エスクリ 社長
渋谷 守浩氏

20面から続く

が、私から家内に長年の感謝を伝える「リプロポーズ」というセレモニーをチャペルで実施したんです。「新婦と一緒に写真を撮りたいと言われている」という口実でプランナーが家内を夜景の見えるチャペルに案内し、扉を開けるとそこにうちの家族や親友の家族が全員勢ぞろい。パージンロードには長女が生まれた時の思い出があるガーベラを365本並べ

て、家内に高校生の時に会ってから写真の写真をそこに飾りました。これらは「365日仕事ばかりしているけれど、365日いつも思っているよ」という私からのメッセージです。

その上で私が日頃の懺悔をしたためた手紙を朗読。反省することが多すぎて巻物2本分になったのですが(笑)。そして「永遠の愛」という花言葉の108本のバラの花束をプレゼント。そんな感じの流れです。家内はもう号泣でしたね。作戦成功です(笑)

——お話を伺っていると結婚式とその周辺にはまだ掘れるところがあるなど感じますね。特にいまの事例などは新郎新婦にとっても自身の結婚が終わった後に、今度は親孝行ができる流れになるので魅力的に感じるカップルも少なくないと思います。

渋谷 まさにそうなんです。特に普段はなかなか口に出せない感謝を伝えることで家族の絆を再確認できるリプロポーズはもっと世の中に広まってほしいと思います。

ブライダルビジネスの観点でいえばリプロポーズはいわば二毛作です。農家が二毛作で収益を確保するように、婚姻件数が減っているのだからブライダル業界も結婚式に関連した二毛作的な商品をもっと発信していくべきだと思います。

才能あふれる
クリエイターたちが集結

——エスクリは昨年秋から結婚式の
新ブランド「ampersand (アンパ
サンド)」を立ち上げました。この狙
いは？

渋谷 ampersandはフラワーコー
ディネーター、グラフィックデザイ
ナー、フォトグラファー、ビデオグラ
ファー、ヘアメイクアーティストなど、
才能あふれるクリエイターたちが集
結したリストから、おふたりが自由
に選び、直接つながってウェディング
をつくることのできる全く新しい結
婚式のスタイルです。先ほどの事例
のように徹底したエンターテインメント
でゲストを楽しませるのも一つ。一

方で、ampersandは自分たちの結婚式の世界観に徹底的にこだわりたいカップルが、個性豊かなクリエイターたちとより自由に気軽につながって表現の幅を広げることができる提案です。

新ブランドの打ち出しにあわせて東京・渋谷の式場「ラグナヴェールアトリエ」をampersandにリブランドしました。感性に合うクリエイターたちと一緒に結婚式でもっと“遊んで”もらいたい。そんな提案を体現する場所として、渋谷という街がフィットするのではないかと考えています。

——エスクリは、婚礼の付帯アイテムをほぼ全領域で内製化されています。そこにあえて外部クリエイターという選択肢を加える格好ですね。

渋谷 これは当社にとってのトライアルでもあります。多様化が進む中、都内で1ヵ所くらいそうした“遊び”を効かせた店舗があってもよいのでは。その意味ではこれもエンターテインメントウェディングの一つのカタチともいえます。

同時に当社の内製化チームへの刺激にもなります。写真の撮り方一つでも、なるほどこういう撮り方もあるのかと、独立系クリエイターたちの技法やアプローチから学ぶことも多いと思います。ampersandで生み出される結婚式から内製化チームがよい意味で刺激を受けて、さらに高みを目指してくれたらと考えています。

——内製化アイテムを使うのに比べて1組あたりの収益性は下がるのでは？

渋谷 1組あたりの利益率という点では当然下がります。一方で単価は1～2割程度上がるイメージです。新しいウェディングの提案ということでの件数増も期待しています。

——業界では大手も含めて会費制など低価格帯のカジュアルな結婚式を商品化する動きが広がっています。エスクリとしてはそのあたりはどんなスタンスですか？

2025年3月期連結業績予想

単位: 百万円	2024/3期実績	2024/3期計画	前期比増減率	2024/3期3Q実績	当期計画進捗率
売上高	26,639	27,158	1.9%	19,255	70.9%
売上原価	11,601	12,100	4.3%	8,242	68.1%
原価率	43.5%	44.6%	—	42.8%	—
売上総利益	15,037	15,057	0.1%	11,013	73.1%
販売管理費	14,107	14,057	△0.4%	10,310	73.3%
営業利益	929	1,000	7.6%	703	70.3%
経営利益	837	900	7.5%	632	70.2%
当期純利益	619	560	△9.6%	360	64.3%

エスクリの2025年3月期第3四半期の業績は、営業損益・当期純損益ともに累計ベースで黒字に転換した。

売上高は192.5億円だった。ブライダル関連は、施行単価の増加に加え宴会が好調に推移したものの、施行件数の減少により前期比マイナス3.7

億円(1.9%減)。建築不動産関連は、工事の取扱い増加により前期比プラス1.0億円(3.4%増)。2024年12月末時点の婚礼受注残件数は2818件で、2023年12月末比で81.9%となっている。

全体としては当初計画通り進捗しており、通期業績予想は据え置いた。

※エスクリIR資料より転載

ウェディングプランナー業務請負サービス

!! このような問題でお困りではありませんか？

- ✓ 突然の休職・退職によりプランナーが不足してしまった
(打ち合わせ途中の婚礼が残っていて、担当できるプランナーがいない)
- ✓ 新入社員の育成期間中に人手が不足する。
新入社員育成のために同席して勉強させたい。
- ✓ 担当組数が多いため、ミスが頻発しお客様にご迷惑をお掛けしてしまう。
またプランナーも自責の念にかられてしまっている。
- ✓ プランナーの不足により、管理職まで婚礼を担当しているの、
本来の管理業務に支障が生じている。
- ✓ プランナーの産休・育休期間だけ人手不足になるので、
復職するまでの期間だけプランナーが必要である。
- ✓ 1名あたりの担当組数が過多になり、残業続きになってしまっている。
- ✓ オンシーズンの人手不足が解消できない。

プランナー経験5年以上、または
担当組数300組以上のスタッフを派遣！

プランナー派遣の料金体系

Aプラン 1組担当につき 26万円
(交通費、宿泊費など、諸経費のすべてが含まれます)
Bプラン 1組担当につき 16万円
(諸経費は別途ご請求させていただきます)

※担当婚礼の準式当日は、ご新郎ご新婦来館時間からお二人のお引き上げまで立ち会います。
※二次会の担当は別途費用を頂戴いたします。 ※表示価格は税別です。

Venus and Mars co., Ltd. 東京都新宿区信濃町11-21 MATSUMOTO BLDG 6F
TEL 03-5925-8018 (平日AM10:00~PM6:00)
E-mail info@venus-and-mars.co.jp HPもcheck! https://www.venus-and-mars.co.jp



私達は高単価で最高のものを提供するスタイルを追求する



新ブランド「ampersand(アンパサンド)」では、フラワーコーディネーター、グラフィックデザイナー、フォトグラファー、ビデオグラファー、ヘアメイクアーティストなど、才能あふれるクリエイターたちが集結したリストから、ふたりが自由に選び、直接つながってウェディングをつくることができる新しい結婚式のスタイルを提案。

渋谷 シェアを確保する観点でそこに目を向けることが間違っているとは思いませんが、一方でマーケットが縮小する中で、カジュアル化まで進行すると業界としてこれほど辛いことはありません。会費制でシェアを狙いにいく戦略も否定しませんが、私たちはやはり高単価を狙って1組1組に最高のものを提供していきたいと考えています。先ほどの事例のように、ゲストに「こんな結婚式ならもっとやってほしい」と言ってもらいたいです。そのためには価格にシビアな顧客層も大切ですが、お金をかけてでもいい結婚式がしたいという顧客層に響くものを提供していきたいと考えています。

実際に当社の平均単価も着実に上がってきています。単価が上がり、提案の幅が広がる方がプランナーもやりがいがあるし、画一的な結婚式では新郎新婦・ゲスト共に本当の意味での満足度は得られず、結婚式の価値を実感してもらうことにもつながらないのではと考えます。

先ほどの長女の事例でも、あれを体験して結婚式にお金をかける意味を感じて頂いた方も多

いののではないかと思います。ご祝儀の枠内でなんとか収めたいという考え方もわからないでもないですが、真に価値ある結婚式とはなにかということをエスクリは訴求していきたいと考えています。この時代に高単価にこだわるのは、ある意味、逆張りかもしれません。高単価を狙うほどブランディングも難しくなります。そこは腹をくくってやり抜くしかないと考えています。

**ビジネスモデルだけでは無理
商いはやっぱり熱量ですよ**

——この先のブライダル業界の展開をどう見据えていますか？

渋谷 今までのように多くのプレイヤーがひしめきあう状況ではなくなってくるでしょう。淘汰が進む中で生き残りと勝ち残りのバランスをどう作るか。まずは生き残らないとダメですが、同時に勝ち残っていかなければならない。そこにおいては経営者の経営センスが問われる時代に突入していくだろうと見ています。

提供する結婚式そのもののクオリティを高めるのは当然のこととして、同時にブライダル以外のセグメントを伸ばしていくことも

求められます。プライダル系の上場企業の株価が総じて低水準にあるように、経営状態の良し悪しにかかわらずプライダル事業一本では世の中からの見え方という点でネガティブに映ってしまう現実があります。そうした状況だからこそ経営者の腕の見せどころであり、事業セグメントを広げながら企業価値を高めていく舵取りが求められています。

——ブライダルとは別のセグメントという点で、エスクリは資本業務提携を結んでいるSBIホールディングスのグループであるSBIリスた少額短期保険と共同でオリジナルのブライダル保険を開発し3年前から販売されています。事業の状況はいかがですか？

渋谷 かなり順調で成約率は8割を超えています。同種の保険は他にもありますが、要望の多かった「祖父母の入院等」を保険適用条件に追加できる特約を用意したほか、妊娠や海外転勤などやむをえない理由による日程変更に対する補償にも対応ができる内容となっているなど、「結婚式をあきらめてほしくない」「安心して結婚式を迎えてほ

しい」という思いで結婚式のプロが考え抜いたブライダル保険なので非常に好評です。

セグメントを増やすという点では、結婚式後のアフタービジネスに関しても私たちの前には様々な商機が広がっていると考えています。資本業務提携先であるSBIホールディングスやティーケービー、あるいは当社のグループ会社である株式会社渋谷などが手掛ける様々な事業を絡めて新しいビジネスモデルをつくることができるのは、エスクリならでは強みです。まさにそこも経営手腕が問われるところだと考えています。

——経営センスという点では、渋谷さんはウェディング企業としては異色の経歴でエスクリのトップに就かれました。

渋谷 そうですね、114年間続く老舗の4代目に生まれて、おぎゃーと世に出た瞬間から商売しか見ていない。その意味で私はどっぷり経営者です。見た目からしてウェディングらしくない(笑)。ウェディングのところは役員や社員達としっかり相談しながら、私はプロ経営者として社員とお客様の幸せをどのように実

現していくか、そしてエスクリの
企業価値を高めて株主に報いる
にはどう動くべきかを考えて行
動しています。

私はエスクリの創業者ではありません。だからこそ2代目を託された立場として、この会社の屋台骨を自分の代でより強固なものにすることが自らの使命だと認識しています。たまたま自分の代でコロナや婚姻件数急減など、プライダル事業に対するアゲインストがきつくなりました。まさにこういう危機的な時こそが自分の出番だろうと思っています。今のような難局は、いささか乱暴かもしれないけれども厚かましくどんどん行くタイプの経営者じゃないと乗り越えられないと思うのです。やっぱり経営には熱がいるんですよ。金融機関も提携先もその熱があるから「よし、一緒にやろう」と言って頂ける。単にビジネスモデルを語るだけでは絶対に無理。商いはやっぱり熱量ですよ。

おかげさまで会社が強くなっているという手ごたえは感じています。コロナからの長いトンネルから本当の意味で脱するためにも、引き続きこの会社の先頭に立ってストレッチしながら走り続けたいと考えています。



【結婚式場・ブライダル企業様向け】 ホームページ制作

- 1 結婚式場をはじめ、レストランやドレスショップ、エージェントにフォトスタジオなど多岐にわたるHP制作実績。
- 2 100件以上のブライダル専門サイトの制作・運用。培ったノウハウで公開後の運用も安心サポート。
- 3 全国の式場でコンサルを行う会社だから戦略的な内容をご提案。

〆

漠然としたお悩みもOK！無料診断実施中



Four Dimensions Co., Ltd.

株式会社フォーディメンション

東京都中央区日本橋兜町 20-6 日本橋兜町ファースト4階

HP更新もDXも3Dで！ コンサルティング WEB更新・改修・制作 広告写真撮影 販権フリーモデル手配 etc フォーディメンション 検索

TEL : 03-5244-9481

Mail: info@4-dimensions.jp

過去の制作事例を掲載中

その他のサービスもHPに掲載しています

