

業務効率化と売り上げ増を図るギフトシステム 顧客にさらに寄り添える体制作りを

DX（デジタルトランスフォーメーション）推奨の時代に、まだまだ FAX で引き出物を発注する会場も多いというウエディング業界。しかしコロナ禍を境に、業界には新しい様式が求められるようになった。「今こそ切り替えのチャンス」と語るのが(株)ウィーブの乙田昌伸氏だ。同社と包括契約を交わし「引き出物ワンストップ ギフトサービス」を導入しているのは現在 100 会場以上。昨年からさらに関わり合わせや、導入事例が相次いでいるという。今、なぜ同サービスが求められるのか、その背景の分析と詳しい内容を乙田氏に伺った。

〈お話を伺った方〉
(株)ウィーブ
取締役副社長

乙田 昌伸氏



包括窓口の一元化により 業務負担は大幅に軽減する

コロナ禍ではリモート勤務などで現場を少数運営にした会場が多かった。その分、出社したプランナーには負担が増えたわけだが、神経も労力も使うギフト発注・管理業務に関しては「この際だから見直してみよう」という会場が増えている。「ギフトは平均出費 30 万円台と、結婚式全体に占める金額は決して小さくありません。そこで労務負担軽減など業務効率化が図れば会場の利益増にも貢献するのですが、大きな課題はその作業の煩雑さ。ギフトは何千点もありますから、まずその管理は誰がするかという問題があります。カタログギフトは A 社、引き菓子は B 社、記念品は C 社、プチギフトは D 社、演出系ギフトは E 社ということになると、発注先

だけで 5 社。贈り分けが当たり前となった今の時代、さらに細分化されたオーダーの仕方が求められています。当社の肌感覚では 9 割以上の会場さんがまだ FAX でやりとりをされていますから、何とかこの状況をよりよい方向に変えるサポートがしたいと開発したのが「引き出物ワンストップサービス」なのです。婚礼ギフトの卸問屋はメーカー A 社を扱うと、競合する B 社、C 社商品は扱わないとの慣習が残っている。B 社、C 社と取引をするため、また別の問屋を窓口にする。そんな繰り返しで取引先も増えていく。「10 社 20 社と直接打ち合わせする手間もかかりますし、パンフレットの置き場にも困る。会場の方は何とかしたいと考えられているのですが、総合代理店のような 1 社で包括して各メーカーとやり取りしてくれる会社やサービスがなかったので、効率性の悪さにも目をつぶり、我慢されてきたのだと思います。当社は約 10 年前にある大手企業から『包括してギフトを取り扱う窓口になってほしい』との話があり、そこからギフトの総合代理店的な役割が果たせるノウハウを積み上げてきました。複数のメーカーも扱いながらいろいろな仕組みを作って、その会場ごとにふさわしい、現在の包括サービス提案を始めたのです。確かに百貨店さんも同様の働きができるのですが元の卸値が高いので、会場としては主軸商品として扱いにくい。それで当社を使ってもらえるようになると、同じ商品も多いですから、百貨店の扱いも 40% あったものが 20% に、あるいはほとんどなくなった会場もあるほどです」

このように包括窓口として機能できるのは、現在のところウィーブのみだと乙田氏は胸を張る。今では主要メーカーからも期待される存在となっているようだ。

個別配送実現の背景にあるのは 業界トップクラスの物流量

同サービスの特徴は別掲にまとめてみた。その中でも、「主要 200 社の商品をラインナップ」していることや、「取引先の管理を完全代行」が大きな魅力となっている。例えばメーカーや商品をうまくそろえるには、1 会場でできることは限られてくる。そこで同社では主要メーカー 200 社の商品をラインナップして、商品力強化や単価アップの体制作りをサポート。またメーカーへの商品発注から販売の完結まで、そのすべてを包括して代行することで、現場プランナーの負担軽減にも寄与できるシステムとなっている。「さらに『毎月ギフトの請求書の確認作業だけで 1 日が終わる』と嘆いていた会場の支配人にも、導入後『経理業務の一元化が図れて助かった』と喜んでいただきました。たとえ業務支援システムを導入されていても、ギフト分野の発注から請求書までの流れが記録されたマスターデータがポイント出てこなければ、最終的には手作業・手計算を強いられます。取り扱い先の全マスターデータは当社ですべて管理し、その都度当社スタッフが打ち込んでいますから、マスターデータが必要な時にすぐ呼び出せるようになっています。これを自社内で行なうのはコストの面からも割に合わない。『データ管理の面でも役立っている』と大手企業からの声もいただいています」

またシステム上にすべてのデータが残るので、商品単位で何が一番売れたか、カタログギフトが何%、平均掛け率や個人成績まで出すことが可能だ。これらも全メーカーを一括管理する同サービスだからこそ

「引き出物ワンストップサービス」8 つの特徴

<p>01</p> <p>販売分析や 目標設定</p> <p>商品カテゴリごとに収益目標を設定。月ごとに分析レポートと改善案を提出</p>	<p>02</p> <p>取引先の管理を 完全代行</p> <p>メーカーとのやり取りを一括管理。新規メーカーとの交渉も代行</p>	<p>03</p> <p>発注や経理業務も 1 つにスマート化</p> <p>複数業者とのやり取りを一元管理し、仕入れ先管理ゼロでプランナー負担軽減</p>	<p>04</p> <p>プライダルフエアの 運営サポート</p> <p>ブース企画からメーカー手配・運営・仮受注まで担当。顧客動向・課題をご報告</p>
<p>05</p> <p>主要 200 社の 商品をラインナップ</p> <p>主要メーカーの品ぞろえが強み。商品強化・単価アップ・持ち込み防止に貢献</p>	<p>06</p> <p>全商品に 個別配送サービス</p> <p>直接ゲスト宅へ配送することで保管・検品・セッティング業務を大幅カット</p>	<p>07</p> <p>専用 WEB カタログ で楽々ギフト選び</p> <p>スマホや PC で手軽に見られる会場専用サイトを用意。「選ぶ楽しみ」も提供</p>	<p>08</p> <p>PB 商品 & カタログ 開発をサポート</p> <p>会場の特色やターゲットに合わせた独自商品やカタログ開発をサポート</p>

できることだろう。「さらに引き出物は全商品ゲストへ個別配送 OK です。個別配送を実現するにはかなりの時間と労力もかかったのですが、複数のメーカーさんの商品を当社の物流に入れてもらってから配送するシステムを整えました。導入後は個別配送がちゃんとできることをアピールしていただけたと思います。届いたかどうかも全件追跡調査も行なっていて、おふたりが安心できるフォロー体制であることも大きなポイントですね」

すでに 100 会場以上が導入しているサービスなので、扱う組数は数万単位。その豊富な物流量が背景にあるからこそ、個別配送サービスを実現できたとも言える。

生み出した時間・気持ちの余裕は プランニングに向けてほしい

ウエディングギフトで最近の大きなうねりと言えるのは、新郎新婦が WEB 上で商品を購入するようになったことだろう。しかし地域性や贈り分けの重要性はもちろん、一生一度の結婚式でお世話になった方に贈る“ギフトの重み”を伝えることも、プランナー

にとって大切な役割だと乙田氏。「一組当たりのギフト発注作業は、全部計算すれば数時間。ギフト部門をアウトソーシングしてできたその時間を使って、おふたりにしっかりとギフトの意味について説明してもらえればと思います。そもそもわれわれの目指すところは、プランナーさんや現場の方に優しいサービスです。業務効率化によってプランナー本来の仕事に時間を使っていたきたい、そのことがお客さま満足につながるの思いです。現実問題、売れ筋の統計データベースを作って分析している暇もないでしょうから、それは私どもにお任せいただければ。また、ギフトはゲストとの関係性のその先を作る大切なアイテムでもあります。これらの説明がきっちりできれば、フェアなどの特別な催事を開催しなくても会場内で普通にギフトが選ばれていくのではと思っていますね」

日々、各会場に出かけ、さまざまな相談ごとにも積極的に応じている乙田氏は最近、ギフトに関してあまり興味を持たない若いプランナーも増えてきたと感じている。しかし結婚式の引き出物選び自体、本来は楽しい作業のはず。自分が気に入

ているアイテムも薦めつつ、ポイントを押さえた選び方や贈り分けをサポートしてあげよう。アフターコロナの時代には、そのふたりにふさわしいギフトのアドバイスがこれまで以上に求められる。アウトソーシングによる業務効率化が図れば、今以上にお客さまに寄り添った姿勢で臨む、心の余裕というものが持てるはずだ。



こちらはある会場と共に開発した PB 商品。このような人気の焼き菓子を、箱のデザインはもちろん、フレーバーもオリジナルの PB 商品としてアレンジできる。PB 開発は自社だけで行なおうとすると大変な労力と時間が必要。最小製造ロットなどを早期に調べてミスマッチを防ぐなど、ウィーブは PB 開発の力強いパートナーとなる

乙田 昌伸 Masanobu OTSUDA | 1994 年、ドレスショップのセールス部門としてウエディング業界に入る。その後数々のセールス記録を残し、13 年には代表取締役社長に就任。15 年に現在の(株)ウィーブに執行役員として入社し、17 年より取締役副社長に就任。同社の「引き出物ワンストップサービス」「思い出プラス Movie」「スマイルアワード」のサービス構築、運営、販売全般の指揮を執る。常にお客さま、会場、自社さらに業界全体の四方よしとなることをポリシーにして活躍中。 URL = <https://weve.co.jp>