

# 国内だけでなく世界

## 新春トップインタビュー

【4~5面】



代表取締役社長  
岩瀬 賢治氏

【6~7面】



代表取締役  
堀田 和宣氏

【8~9面】



代表取締役社長  
松田 健一氏

【10~11面】



代表取締役社長  
渋谷 守浩氏

【12~13面】



代表取締役社長  
河合 達明氏

【14~15面】



代表取締役社長  
今野 竜太氏

【20~21面】



専務取締役COO  
高見 重行氏

【22~23面】



代表取締役社長  
杉元 崇将氏

【24~25面】



代表取締役  
他力野 淳氏

【28~29面】



東京會館本館  
取締役 営業本部副部長  
兼戦略本部副部長  
星野 昌宏氏

【30~31面】



藤田観光  
代表取締役社長  
中村 雅俊氏

【32~33面】



八芳園  
取締役専務 総支配人  
井上 義則氏

【34面】



コムカワインターナショナル  
代表取締役社長  
桂 由美氏

【46~47面】



デライト  
代表取締役社長/CEO  
出口 哲也氏

【48~49面】



アルカディア  
代表取締役社長  
大串 淳氏

【50~51面】



創和プロジェクト  
代表取締役社長  
近藤 啓輔氏

【76~77面】



CRAZY  
代表取締役社長  
森山 和彦氏



▲ニューバリューフロンティアが日本の結婚式ノウハウを提供する大連のホテル

令和婚人気で、2019年の婚姻組数は一時的に増えることも期待されるが、現実的に考えれば右肩下がり傾向が上昇基調に転じることはないだろう。

組数の減少に伴い、日本のブライダルマーケットが厳しい局面にある中、世界に挑戦する企業が増えてきた。彼らが主に見据えるのは、中国をはじめとしたアジアの婚礼マーケットだ。

各国の婚姻組数を見ると（下表）、中国1011万組、インドが1000万組で、日本と比べればそのボリュームは16倍以上となっ

ている。東南アジア圏のインドネシア、ベトナムでも、日本より婚姻組数の数は多い。国内マーケットの環境が厳しい中で、こうした国で勝負をかけることは必然ともいえる。

その代表格ともいえるのが、T&Gグループのグッドラックコーポレーション堀田和宣社長だ。T&Gは2018年に長期経営計画「EVOL2027」を発表したが、その中で東アジア、北米における販売ネットワークの強化、さらに各エリアの顧客が好むリゾートへの出店によって、【海外～

### アジア主要各国の婚姻組数

	婚姻組数
中国	約1011万組(2018)
台湾	約13万5400組(2018)
香港	約5万1800組(2017)
韓国	約25万7600組(2018)
インド	1000万組以上(2016)
タイ	約31万3600組(2012)
マレーシア	約20万6300組(2018)
シンガポール	約2万8200組(2017)
ベトナム	約76万組(2015)
フィリピン	約43万5000組(2017)
インドネシア	196万組(2015)

( ) 内は年数でのデータ、ブライダル産業新聞社調べ

海外】のウエディング展開を方針として掲げている。昨年には上海、北京に現地セールスオフィスを開設。さらにブライダルマーケットのウエディング2施設は、日本国内ではなくアジアマーケット向けの販売に限定。今年1月にオープンするモルディブについても、同様に東アジアのみで販売していく。

こうした取り組みによって、東アジアの顧客の旅行数は順調に伸びている。半期

## 効果の出る 広告撮影!! GWのご集客、まだ間に合います!!



約1~2ヶ月で納品



- 企画・マーケティング
- オリジナルコーディネート作成
- 広告用撮影
- 各種ツール作成
- SNSを利用したマーケティングプロモーションなど

“非日常をつくる” 株式会社 ADLIVE  
 〈TOKYO OFFICE〉 〒160-0023 新宿区西新宿7-4-4 武蔵ビル5F  
 〈FUKUOKA OFFICE〉 〒812-0038 福岡市博多区祇園町8-13 第一プリンスビル内The Company 1階  
 〈INFORMATION〉 TEL/092-263-6022 FAX/092-263-6023 E-mail/info@a-adlive.com

https://www.a-adlive.jp/

◎どんなこともお気軽にお問合せください



# TOP

インタビュー

# 施設の再生を通じて街を活性化

## 必要性を見出すことで建物を存続させていく

### バリューマネジメント



代表取締役

## 他力野 淳氏

#### 体験できる文化財を目指す

—現在会社は16期目に突入しました。5年ごとに中期経営計画を練っているわけですが、直近5年の動向は。

他力野「創業からの10年間は、どれだけ施設が再生できるかに注力してきました。難易度が高ければ高いほど、自分たちがどこまで通用するかを見極めていた時期だったとも言えます。直近5年では、本当に大切な価値を守り文化を紡いでいきたい、時代を超えるものを残すべきとの考えに落ち着きました。様々な施設の再生案件に携わってきましたが、文化財を見るだけでなく活用してもらい、価値を発信していくことを目指しています。イギリスではバッキンガム宮殿でパーティを開催することもあるわけです。そうした文化を、日本でももっと増やしていきたい。価値の高い場所を多くの人を使うからこそ建物が元気になり、エリアが活性化していく。建物の再生だけではなく、そこから始まる“まちづくり”を目指しています。」

—その一例として天守閣に1泊100万円で宿泊できるなど、最近ではホテル運営に注力しているようにも見えます。ウエディ

ングの位置付けは。

他力野「結婚式を含めたアニバーサリーは、日本のこれまでの歴史や文化が詰まっているもの。その重要なコンテンツに対して、どれだけ思い出に残る場所を提供できるかは私たちの責任と使命と言えます。東京23区を除いて日本各地で人口が減少していますが、結婚式はそもそもゲストを招いて開催するもの。街の活性化のためには人が

## 人が集まる結婚式が持つ可能性

必要ですから、そう考えると多くの人が集まるきっかけのウエディングは、もっと盛り上げていきたいとの考えです。」

—式場過多の今、集客において勝ち組になれるのは、ごく一部の施設と言えます。

他力野「会場を存続させていくためには、その場所に必要な価値を見出すこと。例えば鮎鶴京都鴨川リゾート。ブランディングを兼ねてレストランも運営していますが、観光業が急成長している京都において飲食店はもちろん欠かせません。川床の文化も体験できるので、訪日外国人からも人気となっています。レストランを通じて色々な人に開放することで、必要性を生み出してきたわけです。結果として

「日本がこれまで大切にしてきた文化を、この先も紡いでいく」。そう語るのは、歴史的建造物などの再生案件で注目を集める、バリューマネジメント(本社:大阪市北区)の他力野淳社長だ。行政との取り組みにより施設の運営だけでなく、その先の街の活性化を目指してきた同社。ブライダルを展開しつつも他社とは一線を画する事業内容は、採用にも大きなメリットを生み出している。インターンシップには7000名が集まるほどの人気ぶり、業界内でも群を抜いていると言える。多くの学生を魅了してやまない、バリューマネジメントのミッションに迫る。

建物も残り、大事なものを守り抜くことに繋がります。結婚式場も同様ではないかと。地元の人たちにも開放できるような場所であれば、それも1つの必要性となり、将来的にも長く存続できるはずだ。」

#### 被災した農家をサポート

—昨年9月に発生した台風15号。長期的に停電している様子がメディアでも大々的に放送されるなど、千葉県を中心に甚大な被害をもたらしました。このニュースを見て他力野社長も動いたそうですね。

他力野「当社のミッションは文化を紡ぎ、そしてエリアを元気にする仕事。私たちも千葉県内でホテルを運営していることから、被害状況を知った時に、『何かできることはないだろうか』と。私自身21歳の時、阪神

す。だったら私たちが買い取って、千葉のホテルだけでなく、東京の「ザ・グラン銀座」でも消費していこうと。銀座店はラウンジ利用なども含めると、年間18万人が足を運ぶ施設となっています。提供する際の見た目には配慮しつつも、来店した多くの人に千葉の美味しい食材を届けたかった。正しく消費されることこそが地元の人に希望を与え、その元気の源が街の活力となるわけです。こうしたサポートができたのも、私たちならではのと言えるでしょう。佐原商家町ホテルNIPPONIAが位置するのは、千葉県香取市。香取との繋がりがあったからこそ、直接行政に問い合わせ、すぐに動き出せました。」

—人材不足が業界全体で叫ばれていますが、学生のインターンシップ希望者数は7000名を超えていると聞いています。

他力野「みんなの就職活動日記」において、インターン人気企業ランキングは19位を獲得しています。オリエンタルランドが13位ですので、もう背中は見えている状態ですね(笑)。これだけの人数が集まってくれるのは嬉しいことで、その理由の1つ

淡路大震災を経験しました。被災者だからこそ、インフラの重要性など千葉の人たちの気持ちが痛いほどに伝わってきました。特に北総エリアは関東の台所と言われるように、農業が盛んな地域です。手塩にかけて育ててきた農作物が一瞬でダメになるのは、想像以上に辛いです。一方で、見た目に少し傷がただけで、食べられる状態にありながらも出荷できない野菜が多くあったわけで



▲レストランも好調な鮎鶴京都鴨川リゾート

## 日本一のタキシード専門店 ここにあります!

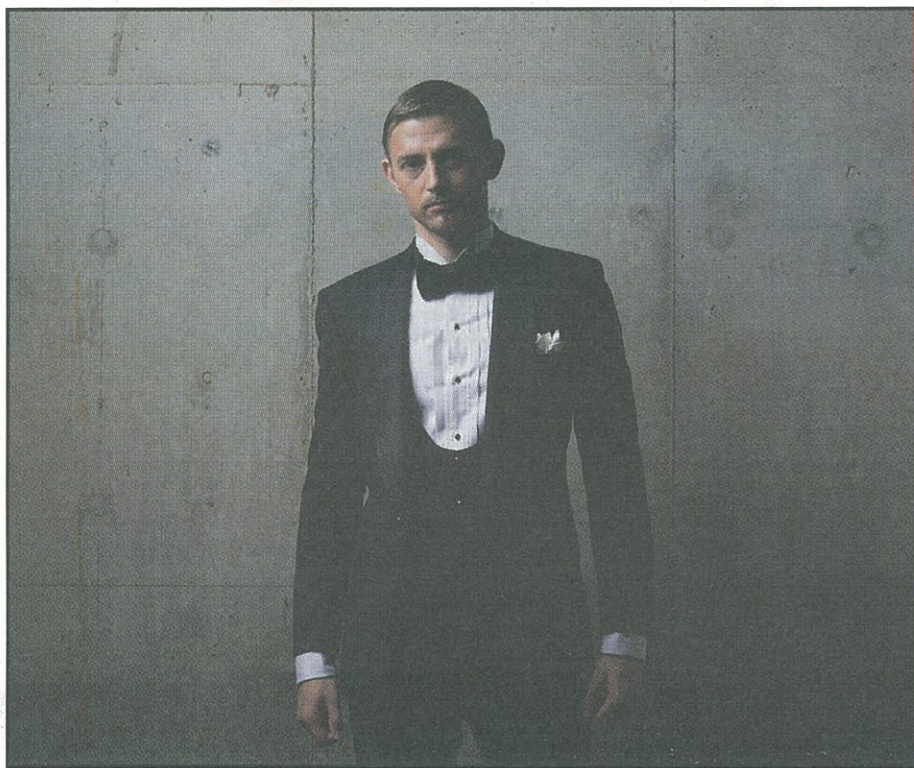
～パートナー企業 募集中!～

創業 56年 芸能人御用達!  
ワンランク上のオーダータキシードでライバルと差別化を!  
(MFU マイスター認証、レンタル有)

- 南青山本店: 東京都港区南青山 4-17-33-306 ☎03-3470-3250
- New! 名古屋店: 愛知県名古屋市中区水草町 1-60 3F ☎052-912-5801
- New! 大阪店: 大阪府大阪市福島区福島 7-20-18-4402
- 高松店: 香川県高松市木太町 1554-17 ☎087-837-1771

E-mail: tuxedo@rossonero.jp

ROSSO NERO  
https://rossonero.jp/



が、BtoBtoCの面白さでしょう。行政からの依頼を受けて課題解決をしたのち、消費者にサービスを提供。その顧客から代金に値する価値を認めてもらい、売上になるわけです。町をどう変えていけるのか、大きなプロジェクトに携われるのは若い学生にとっても魅力的な挑戦なはず。実際にインターンに参加できるのは2500名。『これだけの人数を受け入れるのは大変では』と聞かれることもあります。若いうちに出会えるのはメリットしかないと考えています。

みんな就の部門別インターンランキング『プログラムを通じてスキルが身に付きそう』では、見事1位にもなりました。インターンを機に採用に至るケースもあれば、当社の面接を受けない学生ももちろんいます。後者のパターンでもインターンを受け入れることで、『バリューマネジメントはこういう会社だった』と話に出してくれる。結果としてその話題性が、企業価値をアップしてくれるとの考えです。

——インターンは採用コストの削減にも繋がります。

他力野「これだけの学生に会えるので、当社は現在、新卒採用向けの求人広告を出していません。広告で人を“買う”のではなく、会社の魅力や仕事の面白さを知ってもらい、実際に参画してもらおう。この流れが重要だと感じます。当社の面接は7次まで行うのですが、不採用になった場合でも必ずフィードバックをしています。採用する側もですが、求職者も同様に彼・

彼女らの人生をかけて面接に臨んでいる。『あなたの考えはこうで、当社はこうだから〜』と伝えてあげることが、その人のためになるわけです。」

——入社後の教育フローは。他力野「デビューしたての新人プランナーだけでなく、3ヵ月に1度、人事部や営業マネージャーなどによるスキルチェックを行っています。定期的なチェックにより、個々の苦手・得意分野を可視化していくことが大切です。スタッフ全員に3ヵ月ごとのKPIを定めて、そ

## インターンシップに7000名が応募 仕事の面白さを知ってもらう機会に

のゴールに向けてどう動くかを明確にしています。10人いれば10人の異なるKPIがあり、それがクリアできれば、部署のゴールになるわけです。」

### 見積もり制作の専門部署

——プランナーはプロデュースに専念できるよう、周辺環境をサポートする様々な部署を設けているそうですね。

他力野「ブライダルという“分業制”とは、新規or打合せの2つを指すことが多いわけですが、もっと細分化していてもいいと思います。当社ではコンシェルジュチームが大阪本社で電話を取り、新規の来館案内などをしています。普通に考えれば、接客時間と問い合わせが入る時間は同じになる。現場で3コール以内に電話を取れるかといえば、難しいケースもあるわけ。そこを分業化し、専門

的なスキルをそれぞれが発揮しています。また、当社には見積もり制作や発注作業を担当する専任の営業管理スタッフもいます。プランナーが急いで発行する見積もりに誤りが出る可能性がゼロではない以上、そこに第三者をプラスすることで、ミス率を一気に減らせると考えています。ミスが起きてしまう可能性は常に隣り合わせ。気合いで解決できるものではありません。から、仕組みを整えて失敗を防ぐのと同時に、顧客を守ることに繋がっています。」

——チームを牽引するマネジメント層の教育も必要です。

他力野「企業全体の20%がマネジメント層と言われていますが、現在は90名がそこに属しています。1000名の従業員を目指しているため、まだ110名足りないわけです。その人材を外部か

ら獲得するだけでなく、今後は中から育てていくことも重要施策の1つですね。マネジメント層の強化を目指し、月に1度丸1日かけて研修を実施しています。上層部の仕事は、一言で言えば「ジャッジ」でしょう。日々の業務が進行していくなかで、正しい選択を迫られているわけです。月に1度の会議では実際に直面した課題点などを共有し、バリューマ

ネジメントとして正しい回答は何かを一緒に考察しています。会社に属している以上、『僕はこうする』という主観的な意見は言ってしまう必要ありません。会社としてどう対処すべきかを学び、そのジャッジを参加者同士で判断。企業カルチャー



——2020年の展開は。

他力野「5会場以上の出店はすでに決定。1番早く春の開業となります。ウエディングにおいての目標は、媒体に頼りきりにならない自社集客ができるようにすること。ブライダル事業者全体を見ても、まだまだブランディングができていないのが現状です。レストラン利用も含め、ブランドの付加価値をアップさせていくことがポイントになるでしょう。日常的に顧客が集まる所で、ブランドの強化に注力していきます。」

### インバウンド

## 観光立国に向けて異業種が結束して団体を設立

12月9日、他力野氏を代表理事とする一般社団法人インバウンドベンチャー会(大阪市)が発足した。

観光立国を目指す政府は、2020年の訪日外国人を4000万人、及び同消費額8兆円の目標を掲げている。一方で、無料Wi-Fiの整備やキャッシュレス化など、日本全体で急務な対応が求められている。今回他力野氏らとタッグを

組むのは、着物レンタル会社や翻訳デバイスのレンタル事業を展開する企業の社長たち。イチ業界だけでは解決できない課題に向けて、結束力を武器に対応を進めていく。

「インバウンドの観光業は、まずは訪れてもらわなければ始まらない、いわば国同士の“旅行者の争奪戦”で

す。日本全体がチームとなって、観光業をより活性化していきます。」(他力野氏)



▲記者発表会の様子



w-style  
wedding item design

令和最初の年もたくさんの笑顔に包まれた一年となりました  
弊社の演出アイテムをご利用いただきました多くの会場様と  
代理店様方に心から感謝いたします  
新しい一年も変わらぬご愛顧のほど宜しくお願いいたします



地酒の樽に乗せて使える

「クラッカーユニット鏡(蓋)」

も好評レンタル中!



五合樽(ミニ樽)のレンタル

令和元年も大人気でした



ジャイアントフラワー前撮り

多くの花嫁から好評価!