

ノバレーゼ、披露宴受注 4000 組を初突破、前年比 1000 組増
今期の売上計画 184 億円、2 年ぶりに過去最高を更新する見通し
優秀な人材の接客効率の改善や SNS 意識したイベントなどで受注率と集客力が向上
業績好調で新卒採用強化、4 月入社は過去最高の 99 人

ブライダル大手の(株)ノバレーゼ(本社:東京都中央区、荻野洋基社長、資本金:100 百万円)は、2017 年度中(1~12 月期)に受注した披露宴組数が、前年同期比 34.5%増(1028 組増)の 4010 組となり、初めて 4000 組を突破しました。2017 年に新規開業した婚礼施設 1 施設を除く直営 27 店舗のうち、22 店の受注組数が前年比を上回る結果となりました。

昨年の受注と今年度の実施婚礼組数がおおむね連動するため、2018 年度(1~12 月期)の連結の売上高は、2 年ぶりに過去最高を更新する見込みで、今年度(163.5 億円)の 12.6%増となる 184.1 億円を計画しています。

好調の要因は、前年比 14.9%増の集客力と同 6.4%増の受注率の向上です。

業績好調に伴い、新卒採用も強化。2018 年 4 月入社はグループ全体で過去最高の 99 人※(ノバレーゼ単体も過去最高の 88 人)を予定しています。2019 年 4 月度も 65 人の新卒を採用する計画です。

※2018 年 3 月 19 日時点

	連結売上高	(前年比)	年間施行組数	(前年比)	受注組数	(前年比)
2018 年度計画	18,410 百万円	(112.6%)	3844 組	(117.8%)	—	—
2017 年度実績	16,356 百万円	(103.1%)	3262 組	(104.6%)	4010 組	(134.5%)

優秀なプランナーが複数店舗を掛け持ちできるエリア制度の導入で受注率アップ

受注率向上の策として功を奏したのは、営業成績の良いウエディングプランナーが複数の店舗を掛けもちする「エリアプランナー制度」の導入です。これまでの店舗所属から、一定エリアにある複数の婚礼施設へと勤務先を広げることで、受注率の高いスタッフが営業できる機会を増やし、彼らの接客効率を上げることに成功しました。具体的には 30 施設を 5 エリアに分け、エグゼクティブプランナーと新たに選抜した 4 人のエリアプランナーが、同制度の下、勤務しています。

SNS 意識したカップル向け無料イベントが話題化、広告ビジュアルも見直し、集客力向上

集客力アップの理由の一つが、披露宴会場やチャペルをキャンドルやプラネタリウムの光で演出して一般の方を誘致する、カップル層をメインターゲットにした無料イベントです。計 13 会場で 13 日間実施(3/16 時点)したところ、1 万 6 千人を超える集客につながるなど、幻想的な光と空間の演出はデートの場として好評を得ました。



普段は馴染みのない結婚式場に親しみを感じていただきながら、当社施設の魅力を伝えるイベントで、その後の婚礼相談へとつながりました。インスタグラムなど参加者の SNS 投稿の影響で、当社婚礼施設を知り、式場の施設見学に来館される方も増え、現場で手ごたえを感じています。

特にイベント参加者は、事前に施設の魅力を把握した上で来館されるので、受注率の高さにも直結しました。

集客力向上のもう一つの要因が、広告写真の路線変更と出稿量の見直しです。建築物やインテリアの写真家として知られる仲佐猛氏らに施設の撮影を依頼。窓越しの景色を取り入れた大胆な構図の室内カットやスタッフを構図に取り込んだ斬新な写真は圧巻で、これまでのブライダル系の写真にはない独創性は、広告を見る読者の目に留まりました。(下の写真が見直し後のカット)

同時に、広告媒体および出稿量を店舗ごとに細かく精査。それまで曖昧だった KPI(重要業績評価指標)をより多角的に設定し直し、その指標のもと効果検証を実施しながら、施設ごとに広告の選択と集中を行い、投下予算はほぼ横ばいで、効果の最大化を図りました。

加えて、2017年度から初めて取り組んだ、結婚式場を紹介する専門会社との営業提携も、来館者増に大きく寄与しました。これまでの自社店舗に加えて、結婚式準備に関する専用カウンターでの委託営業を加えることで、顧客と式場との接点をリアルの場で増やしました



本件に関するお問い合わせ先

(株)ノバレーゼ 広報担当:松井 TEL.03-5524-2299 FAX.03-5524-1133

E-mail: t-matsui@novarese.co.jp