

ホテル
結婚式場
向け

異業種から

フォトウェディング事業参入 初年度 売上5,000万円達成

他では教えてくれないフォトウェディング専門ブランド&スタジオ立ち上げに成功した秘訣
立ち上げ手順から失敗したポイントやパートナー業者選定まで全て公開

Case1

OPEN1年で
撮影件数
300件獲得

Case2

OPEN前から
330件の見込みを
自社媒体で
獲得

Case3

1ヶ月の
Webからの
反響数が
70件以上

学べるポイント

1. ゼロからスタジオの
内装や、パートナー業者の選び方やオペレーション・衣装の仕入れまでわかる
2. 素人でもできる!接客・商談・撮影・画像処理などの業務の仕組みがわかる
3. OPEN後、集客できるWebマーケティング手法を大公開

ゲスト講演



株式会社アロウブライト
スタジオアロウズ
代表取締役
矢野 秀吉氏



新型コロナウイルス感染症に罹患された皆さま、および関係者の皆さまに心よりお見舞い申し上げます。

フォトウェディング新規参入セミナー2022 [お問い合わせNo.S086317]

主
催

明日のグレートカンパニーを創る
Funai Soken

船井総研セミナー事務局
E-mail:seminar271@funaisoken.co.jp

株式会社船井総合研究所
〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル
※お問合せの際は「セミナータイトル・お問い合わせNO・お客様氏名」を明記のうえ、ご連絡ください。

減少する婚姻組数、増える「ナシ婚層」！今後業界はどうなるのか!? さらにコロナの流行により、先行きが不透明なウエディング業界の中で 生き残るために取るべき攻めの一手は・・・？

皆様 大変お世話になっております。株式会社船井総合研究所の水島芳将と申します。この度は、弊社からの案内をご覧いただき誠にありがとうございます。

見出しの通り、以前からダウントレンドが続くウエディング業界ですが、新型コロナウイルスが流行して以降、業界はさらに厳しい市場環境となり、日々どうしていきべきか試行錯誤の毎日が続いていることと思います。

特に、複数のバンケットを保有したような式場運営をされているような企業様では、緊急事態宣言や蔓延防止措置が解けて、一部挙式・披露宴の需要が瞬間的に回復の気配があっても稼働が不十分で実質1バンケットで回せてしまうため、設備を持て余してしまっているのではないのでしょうか？

実際に我々の元にも、そのようなご相談案件が数多くございます。

しかし、式場設備を使った施策で過去のような売上を作る方法があるのかと言われると、その答えは「ない」と言わざるを得ません。

そんな中、やっていかなければいけないことは、一部回復しつつある需要をしっかりと取り込むために不要なコストを削減しながら、しっかり集客に投資をすること。

そして、元に戻らないつもりで変化している業界に合わせたニューノーマルな商流を生み出し、作りこんでいくこと。この二つです。

前者は何となくイメージがつくかと思いますが、後者は何から手を付けるべきなのでしょう？

その内の大きな一つの課題が、稼働率が下がった式場の有効活用となります。

挙式や披露宴の集客が回復することが皆様の一番望まれていることではあると思いますが、前から減少しつつある婚姻組数にさらに拍車がかかっているということは明白でしょう。

一方で、コロナ以前から、いわゆる「ナシ婚層」の需要獲得の手段の一つとして、ジワジワと規模が拡大しているフォトウエディング市場は業界全体の流れとは逆に市場が年々拡大しています。

これらのことから、上記の課題を解決していくために考えられる有効な施策の一つがフォトウエディング専門スタジオ業態の付加による集客最大化であるということは想像しやすいかと思います。

異業種参入で初年度売上5,000万円を達成した企業をベンチマーク! 今後のウエディング事業に欠かせない、フォトウエディング業態の 成功事例をご紹介します!

前ページで触れた二つのやるべき施策のうち、今回はフォトウエディング専門スタジオの付加について触れていきたいと思えます。

フォトウエディングに関しては挙式の有無に関わらず、市場の7割程度の消費者が何らかの形で利用しているため、多くの式場で実施をされていることと思えます。

しかし、多くの企業ではフォトウエディング単体での明確なビジネスモデルをもっておらず、集客が思うようにいかなかったり、全く収益性のない事業になってしまっているのではないのでしょうか?そこで、今回は既存の式場の知名度などに左右されないフォトウエディング専門スタジオを立上げられた企業をクローズアップし、そのビジネスモデルと成功のためのポイントをお伝えするセミナーを開催させていただき運びとなりました。

興味のある方は、まず次ページの簡単なポイント解説をご覧くださいませと幸甚です。

フォトウエディング専門スタジオを運営するスタジオアローズをご紹介します

【企業概要】

株式会社アロウブライト
屋号:スタジオアローズ



■拠点エリア

静岡県浜松市

■スタジオアローズの概要

葬儀業界から一転、ブライダル業界へ転向し、ブライダルの知識・経験が0の状態からフォトウエディング専門スタジオ「スタジオアローズ」を立ち上げ。商圏内で唯一となる韓国風のコンセプトを打ち出し、月に約40件の新規来館を獲得。営業活動もスクリプトやツールを用意することで、新人スタッフでも成約率7割を達成している。

スタジオアローズのすごいポイント!

Point①

経験ゼロからの
専門業態立上げで
初年度300件の撮影
売上5000万円を達成

Point②

一か月で
Webからの反響数を
70件獲得する
Web・デジタル
マーケティング

Point③

オープン前から
330件の顧客名簿を
自社で獲得
できた販促手法

なぜ、スタジオアローズは経験ゼロでも フォトウエディング専門業態を立上げ 軌道に乗せることができたのか？

ここまで資料を読み進めていただき誠にありがとうございます！

「フォトウエディングって、実際に件数が増加しているのはわかるけれど、どこまでやるべきなの？」
「専門スタジオを立ち上げるとしても実際に件数は獲得できるの？」などをお考えの経営者様も多いのではないのでしょうか？

事前の紹介にもありましたように、スタジオアローズ様は既存式場などのブランド力等も全くない状態で
フォトウエディング専門スタジオを立ち上げに成功されました。

数字だけ見ても

- 経験ゼロ、既存式場からの総客ゼロでも初年度から300組の撮影を実施
- 初年度売上5000万円達成
- Web・デジタルマーケティングで1か月70組以上の反響
- オープン前から330組の名簿獲得に成功

といった成果を出しています！

また特筆すべき点は、アローズ様は完全な新規参入であり、結婚式場や宴会場、写真館、貸衣装などの事業との関連が一切ない中で、このような成果を出しているというところにあります！

これを既にウエディングの周辺事業を営まれている企業に当てはめてみると、アローズ様が出された成果に加えて、既存事業からの総客なども見込めます！

また、結婚式場を改装してフォトウエディングスタジオにした場合は、地代家賃などが追加で増える訳ではありませんので、単純計算をすればさらに利益を上げることが可能です！

とは言っても、ただ単純にフォトウエディング事業に力を入れても成功するわけではありません。

次ページでは、フォトウエディング事業を成功させるためのポイントをまとめさせていただきます。

フォトウエディング事業を成功させるための5つのポイント

ポイント①ビジネスモデル

フォトウエディング事業単体で収益を上げるためのビジネスモデル設計

ポイント②商品力

自社の強みを作り出すスタジオ設計と撮影ディレクション

ポイント③集客力

一か月70組の反響を獲得できる自社HPを中心としたWebマーケティング

ポイント④オペレーション力

成約から納品まで、オンラインも活用した高生産性モデル

ポイント⑤人財力

デビューまで採用から最短3か月！新人でも成約率7割超えの仕組み作り

上記のポイントを満たすことができれば、フォトウエディング事業は成功に繋がります。少し詳しく解説していきましょう。

ポイント① フォトウエディング事業単体で収益を上げるためのビジネスモデル設計

今までの前撮りの感覚が強く、どうしてもフォトウエディング自体が今までと同じやり方だとまうまいかなのようなイメージをお持ちの会社様も多いのではないのでしょうか・・・？

それもそのはずです。フォトウエディング事業自体のビジネスモデルは「結婚」こそテーマにしていますが、写真館事業のモデルの変化形になります。そのため、結婚式場のビジネスモデルベースで考えるのではなく、それに合ったビジネスモデルを導入する必要があります！まずは、これを押さえているかどうか事業成功の肝となります。

さらに今後このような専門業態が増えていくにあたって、結婚式場のビジネスモデルと写真館のビジネスモデルをうまく合わせた、新しいビジネスモデルのカたちを作っていく必要があります。

ポイント② 自社の強みを作り出すスタジオ設計と撮影ディレクション

ロケーションフォトは人気商品ではあるものの、観光スポットがない商圈であれば商品力不足となります。さらに撮影スポットがあっても同エリアに競合するプレーヤーがいる場合、撮影技術以外で商品力に差がつきにくく、技術力の高い写真館などには中々勝ちづらくなります。さらに、低価格で稼働できるフリーのカメラマンに価格勝負で負けるような形になります。

また、屋外での撮影が中心となりますので天候に左右されてしまったり、移動が常に伴うために稼働効率が悪く、現場が忙しく働いていても利益にはつながりにくいという状況になってしまいます。

そのため、自社でしっかりと撮影のシーンを作り、商品に強みを持たせることができるように、オリジナルのシーンづくりができる自社スタジオ作りが重要になってきます。また、既存で式場を持たれている会社様であれば、既存の建物もそのような差別化できる商品となります。

ポイント③ 一か月70組の反響を獲得できる自社HPを中心としたWebマーケティング

フォトウエディング事業の良いところの一つに、列席者がいないため平日の稼働がとりやすいということがあげられます！そのため、結婚式場のモデルよりも集客数を確保し、高回転でオペレーションを回していく必要があります。

そのために、最も重要と言っても過言ではないのが集客です。特に、フォトウエディング事業においてはHPやSNSなどを駆使した自社集客のスキームが重要になってきます。

フォトウエディングの客層の約半数は、いわゆる「 ナシ婚層 」にあたるため、結婚式場関連の媒体からの集客が見込めません！そのため、自社集客に注力しながら、「 フォトウエディング 」というカテゴリに特化した媒体での集客とうまくミックスさせていくような集客モデルを確立することが重要です。

実際にアロウズ様でも、結婚式場関連の媒体への出稿はなくても今の数字を作ることができています。これができることでより集客の費用対効果を高め、自社の収益性向上につながります。

ポイント④ 成約から納品まで、オンラインも活用した高生産性モデル

ポイント③でもお伝えした通り、フォトウエディング事業は高回転でオペレーションを回していく必要があります。また、従来の結婚式場の業態と違い、事前の打ち合わせなどの回数が少なくても問題がありません。従来は式場見学や衣装合わせ等も含め、施行まで数回の打ち合わせが必須でした。しかし、フォトウエディングにおいては完成後のイメージをSNS等で確認しやすいため、初回の接客をオンラインで行います。そして、そのまま成約に繋げることが可能です。

また、従来のフォトスタジオでは撮影後のセレクトが基本ですが、アロウズ 様ではカメラマン・プランナーの拘束時間を削減するオンラインセレクトも取り入れることで、収益性向上につなげます。

ポイント⑤ デビューまで採用から最短3ヵ月！新人でも成約率7割超えの仕組み作り

最後のポイントは人材面です。結婚式場もモデルと違い、1件当たりの平均単価が低いフォトウエディング業界では、入社から期間の浅いスタッフでも即戦力として活躍できる仕組みがないと利益を生み出しづらくなってしまいます。そこで重要なのがスタッフの早期育成の仕組み化による、安定的な成約率の確保を行うことです。

我々の推奨するフォトウエディングのモデルでは集客に注力していくため、来館予約だけでなく、HPやポータルサイトからの資料請求が多数入ってきます。こうした部分の対応や新人スタッフが早期接客デビューできるようにするためには、営業用のツール・スクリプトを一通り準備し、ページ順に沿って説明していけば、誰でも一定品質を維持することができる仕組み作りが必須となります。

いかがでしたでしょうか？アロウズ様では、これらのポイントを押さえることで、既存の式場等がなくてもフォトウエディングの事業参入に成功されています。是非、この内容をご参考にいただけますと幸甚です。さらに次ページでは、結婚式場がフォトウエディング専門スタジオ事業に参入するメリットについて少しだけ触れておきたいと思います。



今回は事業モデルそのものの成功イメージをもってもらうために、ゼロからの参入企業であるアロウズ様にフォーカスしてお話しました。

しかし、アロウズ様以外に我々とお付き合いのある会社には、結婚式場を運営されているお客様も多くいらっしゃいます。そのような中、結婚式場だからこそフォトエディング専門スタジオに参入することで得られるメリットが分かってきましたので、一部ご紹介いたします。

①成約したお客様の10%~15%が宴会や挙式のみ等既存事業へのクロス受注につながっている！

こちらは実際に結婚式場自体をもともと運営されている会社が、新しくフォトエディング事業に参入した際に副産物的に分かった結果です。

元々は結婚式場の業績が下がっているため、「ナシ婚層」獲得のために新しくフォトエディング事業に参入しました。しかし実際に運営を始めてみると、この「ナシ婚層」であったはずのお客様の10%~15%程度が宴会や挙式を実施する形になり、新しい顧客の獲得に成功しているのです。

他の会社でもいろいろヒアリングしていると数字の前後はあれ、皆様最低でも10%程度はこのようなクロス受注につながっています。

②平日のバンケットの有効活用が可能に！

レポートでもお伝えしてきた通り、披露宴の数が減少している今、バンケットの有効活用は非常に重要な課題となっています。単純な単価だけで比較してしまうと、どうしても挙式・披露宴の売り上げの方が大きくなるため、ついそこに期待をしてしまいますが、不動産を所有してそれが稼働していないというのは何よりのロスにつながります。

フォトエディング事業では問合せこそ休日が多いものの、基本は新郎新婦のみのスケジュール合わせで済むため、平日に予定を入れることが比較的容易です。

この特性を生かして、自社の不動産を殺さない経営をすることが可能になります。

③1スタジオでも施行の複数回転が可能

最後は1スタジオでも複数稼働をさせることがメリットとなります。セレモニーとして一つの空間で完結しないといけない挙式や披露宴と違い、フォトエディングではうまくオペレーションすることで、少し時間帯をずらす程度で同じ時間帯でも複数の施行を行うことが可能です。

特に結婚式場やホテルのバンケットを改装した場合、スペースが広めに使えることもあり、上手に導線設計をしていれば、そのような環境は作りやすくなります。

いかがでしたでしょうか？何となくフォトエディング事業での成功をイメージしていただけましたでしょうか？このご案内が少しでも皆様のお役に立てていれば幸甚です。

厳しい市場環境は続きますが、そのような状況下でも日々努力される経営者の皆様に応援しております。最後までお読みいただきありがとうございました！

▶▶▶ [セミナーのご案内は次のページへ](#)

最後までお読みいただいた

熱心な経営者様へ**セミナー**のお知らせです。

オンライン会場
2022年
6月27日(月)
7月 5日(火)
13:00～16:00

フォトウェディング新規参入セミナー2022

皆様 最後までお読み頂きありがとうございました。

きっとここまでお読みいただいた方は、フォトウェディング事業成功のポイントを理解いただけたのではないかと思います。また、アロуз様を中心とした他社の取り組みにご興味を持っていただけたのではないかと思います。

厳しい市場環境は続きますが、そのような状況下においても試行錯誤を続け、現代に合ったビジネスモデルを展開しているアロуз様の経営手腕はウエディング業界の経営者様に大いに参考になると考え、今回、講師をご依頼申し上げます。

株式会社アロウブライト 代表取締役 矢野秀吉 氏には「皆様と一緒にフォトウェディングを盛り上げていきたいのでお役に立てるなら喜んで」とご快諾をいただきました。

セミナーではアロуз様の取り組み事例に加え、船井総合研究所のメンバーからも他のフォトウェディング事業での成功事例をお伝えさせていただきます。

他社の成功モデルを知る機会は今中々ありません。是非この機会にセミナーにご参加いただけますと幸甚です。

株式会社船井総合研究所
ライフイベントチーム リーダー

水島 芳将

下記にチェックの入った方は是非ご参加ください

- 結婚式場の業績回復につながる一手を探っている
- フォトウェディング事業を本格化したい
- フォトウェディングを既に行っているが、年間の受注件数が300件以下である
- フォトウェディング事業の収益化をしたい
- フォトウェディングを立ち上げたい
- SNSやWEB集客がうまくできていない
- フォトウェディングと前撮りは同じだと思っている
- 生涯顧客化を行い、お客様と長く付き合っていきたい
- 平日の式場稼働を増やしたい

▶▶▶ セミナーの詳細は次のページへ



明日のグレートカンパニーを創る

Fundai Soken

ご入金確認後、マイページの案内をもってセミナー受付とさせていただきます。

フォトウェディング新規参入セミナー2022

お問い合わせNo. S086317

開催要項

オンラインにてご参加 全日程とも内容は同じです。ご都合のよい日程をお選びください。

日時・会場

2022年 **6月27日** (月) 開始 13:00 ▶ 終了 16:00 (ログイン開始: 12:30より) **お申込期限: 6月23日(木)**

2022年 **7月5日** (火) 開始 13:00 ▶ 終了 16:00 (ログイン開始: 12:30より) **お申込期限: 7月1日(金)**

本講座はオンライン受講となっております。諸事情により受講いただけない場合がございます。ご了承ください。
オンラインミーティングツール「Zoom」を使用いたします。Zoomご参加方法の詳細は「船井総研 web参加」で検索。

受講料

一般価格 **10,000円(税抜) 11,000円(税込)/一名様**

会員価格 **8,000円(税抜) 8,800円(税込)/一名様**

●お支払いが、クレジットの場合はお申込み手続き完了後の案内(メール)をもって、セミナー受付とさせていただきます。銀行振込の場合はご入金確認後、お送りする案内(メール)をもってセミナー受付とさせていただきます。●銀行振込の方は、税込金額でのお振込みをお願いいたします。お振込みいただいたにも関わらずメールがお手元に届かない場合や、セミナー開催4日前までにお振込みできない場合は、事前にご連絡ください。なお、ご入金を確認できない場合は、お申込みを取消させていただきます場合がございます。●会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧:FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込に適用となります。●ご参加を取り消される場合は、開催3日前まではマイページよりキャンセルをお願い致します。それ以降は下記船井総研セミナー事務局宛にメールにてご連絡ください。尚、ご参加料金の50%を、当日の欠席は100%をキャンセル料として申し受けいたします。

お申込方法

下記QRコードよりお申込みください。クレジット決済が可能です。受講票はWEB上でご確認いただけます。
または、船井総研ホームページ(www.funaisoken.co.jp)、右上検索窓にお問い合わせNo. 086317を入力、検索ください。

お問合せ



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken 株式会社船井総合研究所

船井総研セミナー事務局

E-mail: seminar271@funaisoken.co.jp

TEL: 0120-964-000 (平日12:30~17:30) ●申込みに関するお問合せ: 星野 ●内容に関するお問合せ: 水島・渡邊

●お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。

お申込みはこちらからお願いいたします

◎6月27日(月)オンライン

13:00~16:00

申込締切日: 6月23日(木)

◎7月5日(火)オンライン

13:00~16:00

申込締切日: 7月1日(金)

下記QRコードをスマートフォンの
バーコードリーダーで読み取ってください。

