

フォトウェディング
事業者必見

婚礼需要回復！



今知らないで損する

フォトウェディング 集客 ニューノーマル

高単価層の婚礼流出
単価アップ施策

- ☑ 商品設計・ツール改善で
平均単価 **4.5万円** UP
- ☑ 月に **30%** の顧客に
挙式会食プラン付加
- ☑ 接客スペース改善で
アルバム販売率 **3倍** に
- ☑ カメラマン内製化で単価UP

一時的な需要減
集客対策

- ☑ キャンペーン広告から
150件 反響獲得
- ☑ 広告運用×サイト改修で
反響単価 **34%** ダウン
- ☑ 反響に対する後追いか
来館率 **20%** 達成
- ☑ MAを活用した後追い

主
催

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 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル

フォトウェディングWeb集客&単価アップセミナー

〈船井総研セミナー事務局〉

Email: seminar271@funaisoken.co.jp

お問い合わせNo. **S098085**

※お問い合わせの際は「セミナータイトル・お問い合わせNO・お客様氏名」を明記の上、ご連絡ください。

Webからお申し込みいただけます。(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.」を入力ください。) ⇒

098085



開催要項

2023年 **4月27日**(木)

オンライン開催 13:00～15:00
(ログイン開始 12:30～)

お申込期限：4月23日(日)

2023年 **5月2日**(火)

オンライン開催 13:00～15:00
(ログイン開始 12:30～)

お申込期限：4月28日(金)

2023年 **5月11日**(木)

オンライン開催 13:00～15:00
(ログイン開始 12:30～)

お申込期限：5月7日(日)

※全日程とも内容は同じです。ご都合の良い日程をお選びください。

参加費

一般価格：5,000円（税込5,500円/一名様） 会員価格：4,000円（税込4,400円/一名様）

※ 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）にご入会中のお客様のお申込みに適用となります。詳しくは社長onlineをご確認ください。
※ 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

当日の講座内容&スケジュール

第1講座



フォトウェディング事業に必要な集客戦略

フォトウェディングの時流・トレンドから、集客戦略の見直しと、単価アップが必要な理由に迫ります。

株式会社船井総合研究所
ライフイベント支援部 ライフイベントグループ
ライフイベントチーム

わたなべ ななこ
渡邊 菜々子

第2講座

具体的にやること集客編

フォトウェディングの集客の要であるWebマーケティングについて最新事例をもとに具体的手法を解説します。

株式会社船井総合研究所
ライフイベント支援部 ライフイベントグループ
ライフイベントチーム

わたなべ ななこ
渡邊 菜々子

第3講座

具体的にやること単価アップ編

コロナ禍で過熱したフォトウェディングブームですが、2023年に入って落ち着きを見せています。今こそ必要な、顧客満足を高めながら単価アップをおこなっていく方法について解説します。

株式会社船井総合研究所
ライフイベント支援部 ライフイベントグループ
ライフイベントチーム

わたなべ ななこ
渡邊 菜々子

第4講座



まとめ講座

明日からの業績向上に活かすための振り返りとまとめを行います。

株式会社船井総合研究所
ライフイベント支援部 ライフイベントグループ
ライフイベントチーム リーダー

みずしま ほうしょう
水島 芳将

お申込みはこちらのQRコードからお願いいたします。

右記のQRコードを読み取っていただきWebページのお申込みフォームよりお申込みくださいませ。

Webページにはもっと詳しい内容と特典がついておりますので、ぜひご覧ください。

URL：<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/098085>

船井総研 098085

検 索

※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。



【TEL】0120-964-000（平日9:30～17:30）

脱！宣材写真

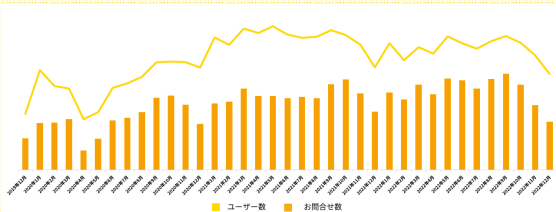
2023年の勝ち筋は、 共感型マーケティングにあり！

フォトウェディング業界を 取り巻く現状

婚礼増に伴うフォトウェディングマーケットの変化

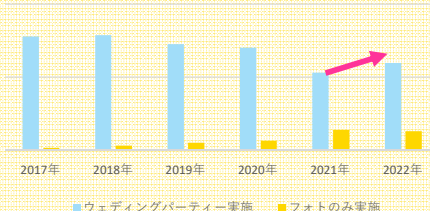
コロナ収束につれ、婚礼の戻りが出た半面、フォトウェディングを検討するユーザーの減少が見られる。特に2022年末から2023年にかけては問い合わせ数がコロナ前水準に近くなり、集客不振のスタジオが散見されている。

フォトウェディングユーザー数動向



※出典：Photoraithメディア便り2023年1月号

ウェディングパーティー実施率動向

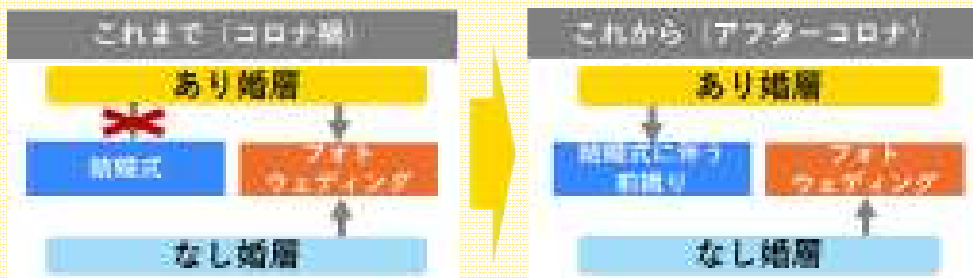


※出典：ゼクシィ結婚総合意識調査2022

フォトウェディングの集客が一見不調に見える要因は、これまでフォトウェディングで受注していた層が、もともと婚礼ニーズの層であり、フォトのみではなく前撮りニーズとして顕在化してきたことにある。

撮影ニーズの変化による単価下落の懸念

前撮りニーズが増加すると、婚礼へ金額を使う分フォトの単価が下がるおそれがある。さらに、コロナ禍でフォトウェディングへの参入が増えたことにより、1社あたりのマーケットが減少し、価格競争も激化している。こうした流れを踏まえ、写真自体のクオリティやオプション、ドレスを充実させ、付加価値を高めることで単価を上げることが重要となる。



フォトウェディングにおける ニューノーマルとは？

商品力を活かした共感型マーケティング

コロナ禍におけるフォトウェディング特需が落ち着きを見せている現在、安定して集客を行うためには既存の集客施策に加え、新たな手法を使う必要がある。

それが【共感型マーケティング】である。

共感型マーケティングとは、ユーザーが共感できる内容を継続的に発信し、ファンを作ることによってさらなる集客効果を得る手法である。

フォトウェディングにおいては、リアリティのある写真（実際の顧客の写真）を使用し、UGC（消費者発信のコンテンツ）風の投稿をSNS上で発信する施策が挙げられる。



ユーザーの持つニーズ・疑問

あえてモデルではなく実際の顧客の写真を使用しながらユーザーの知りたいことをUGC風に解説するコンテンツ

認知・共感

集客・単価アップに必要なカメラマン内製化

このような発信を行なっていくことにより、1顧客当たりの集客単価を下げることも実現する。

一方で、ユーザーのニーズに合うコンテンツを継続的に発信するためには、モデル写真だけではなく、実際の顧客の写真のクオリティも高い水準で保っておく必要がある。そのためにはカメラマンの内製化も必要となる。

カメラマンの内製化は、クオリティアップにより写真に対する付加価値をつけやすく、単価アップにも貢献する。

競合スタジオ

フリーカメラマン

差別化

カメラマン
内製

貢献

写真・アルバム
単価アップ

UGCコンテンツ

表面の事例からニューノーマル集客手法まで学べるセミナー
お申込みは裏面から！

ブライダル経営.com

業績アップメルマガのご案内

株式会社船井総合研究所では、ブライダル業界に特化したメールマガジンを配信しております！
登録は無料！まずはお気軽にご登録ください。

コンサルタントコラム

ブライダル業界の最新時流を
お届けします。

小冊子ダウンロード

毎月更新！経営のヒントを
小冊子におまとめします！

成功事例レポート

船井総合研究所のお付き合い先の
生の成功事例を発信します！

最新セミナー情報

ライフイベントチーム主催の
セミナー情報をいち早くお届け！

このような方におすすめ！

- ✓ ブライダル業界の最新ニュースを知りたい
- ✓ コロナが終息しているのに集客が戻らないまま
- ✓ 成約率は高いが単価が下がっている
- ✓ ナシ婚層を取り込みたい
- ✓ 媒体に依存した集客しかできていない
- ✓ 人材確保・育成に困っている
- ✓ デジタルシフトを考えているが何から取り組めばいいかわからない

1分で簡単登録！QRコードor検索からご登録いただけます

- ①スマートフォンから登録
⇒右のQRコードを読み取る

- ②パソコンから登録
⇒「船井総研 ブライダル経営」で検索
メルマガ登録フォームからご登録ください



お問い合わせ

無料経営相談窓口
TEL:0120-958-270（平日9:45～17:30） 担当：渡邊