

The PROFESSIONAL WEDDING

[ウエディングプランナー サポートマガジン]

No.86

AUTUMN (SEP-NOV) 2025

- 5 **From the Publisher「AIにはできないプランニング」** 石渡 雅浩
- 6 **連載「ウエディングプランナーが花嫁になる日」**
coconoem 竹屋 弓子さん
- 10 **連載「オモイがカタチに変わるトキ」**
KotoHaru Wedding ウエディングプランナー 岩崎 亜矢子さん
- 14 **連載「good things make the day brighter」**
ギフトコンシェルジュ 真野 知子
- 15 **特集 AIで変わるウエディングプロデュースの未来**
- 16 **総論「AI活用新時代」への一歩を踏み出す**
(株)TAIAN 米倉 元気氏
- 18 (株)ウィーブ 太田 大資氏
- 20 (株)Beyond AI 松本 遼氏
- 22 Essentials & COMPANY (株) 阿部 マリ子氏
- 24 バリューマネジメント(株) 笠 正太郎氏
- 26 **注目企業インタビュー**
(株)トリート 代表取締役・クリエイティブディレクター 山城 葉子氏
- 28 **連載 プロフェッショナルに求められるテーブルコーディネートの基礎+トレンド**
Vol.6: 2025 年秋冬トレンド予測!
秋冬に取り入れたいトレンドコーディネートとは
- 30 **連載「エシカルウエディングのすすめ」**
THINKS 石井 なお子さん
- 32 **連載「ウエディングトレンド最前線」**
(株)UNO Design 代表 宇野 雄一
- 34 **TOP INTERVIEW**
(株)一蔵 代表取締役社長 河端 義彦氏
- 38 **GOOD WEDDING AWARD 2025 受賞者インタビュー**
グランプリ受賞 WEDDING LAPPLE (株)SCENES 東 佐江子さん
準グランプリ受賞 (株)Plan・Do・See「THE AOYAMA GRAND HOTEL」
吉原 未紗さん
- 46 **座談会「ザ マスター オブ ブライダルコーディネーター 2025」受賞者**
松浦 玲奈さん×三浦 明奈さん×森田 菜穂さん
- 50 **連載 有賀明美の「結婚式の温度を上げるちょい足しレシピ」**
No.7: 親御さまを絡めた演出
(株)テイクアンドギヴ・ニーズ ウエディングアドバイザー 有賀 明美

- 52 **連載 安東教授の時短コミュニケーション〜Z世代対応に必須のスキルズ**
vol.6: Explanation skills (説明能力を高める)《お見積もり編》
(株)エスプレシーボ・コム 代表取締役 安東 徳子
- 54 **連載 荒井さやかの「20代の今のあなたに伝えたい新規接客はもっと楽しくなる!」**
第14回: アンケートでトーク力をアップしよう!
Coco style WEDDING フリーウエディングプランナー 荒井 さやか
- 56 **連載 佐伯エリの「言葉にできない想いを引き出すヒアリング」**
第14回/ スマホを使えば質問を広げていける
ERISAEKIWedding ウエディングプランナー 佐伯 エリ
- 58 **連載「ウエディングと音楽のチカラ」**
Vol.35: AIと仲良くなろう
フリーランス・ウエディングプランナー 岡村 奈奈

— CAREER —

- 60 **連載「両立 WOMAN」**
第84回: (株)サンレー 松柏園ホテル
ウエディングプランナー 内山 千春さん
- 63 **連載「ココロとカラダの保健室×美人化計画 For Wedding WOMAN」**
内科医 久住 英二先生

— REPORT —

- 64 **連載「WORLDWIDE WEDDING」**
第82回: ブータン王国
- 66 **注目企業インタビュー**
(株)トリート メンズクリエイティブディレクター 宇野 友祐氏
- 68 **データ「データから見るブライダルビジネス」**
第79回: カスタマー・ハラスメントの予防対策
- 72 **TOPICS**
- 78 **INDEX OF PERSONS**
- 81 **新設・リニューアル施設情報** フェアモント東京
- 82 **連載「うちのイチ押し料理」** ワン・ステーションホテル熊本
ブライダル事業部 副支配人 桑田 有理氏
スーシェフ(宴会調理) 吉永 勝志氏
- 84 **新設・リニューアル情報** 翠楓シーズンズテラス

表紙の花嫁: coconoem 竹屋 弓子さん / 撮影: es mare 山本 拓

「AI 活用新時代」への一步を踏み出す

今年「AI エージェント元年」とされています。大規模言語モデル（LLM）の飛躍的な性能向上など、これまで以上に複雑なタスクに対応するコンピューターシステムが利用できるようになったことから、AI がビジネスや社会の在り方を大きく変える転換年とされているのです。

ウエディング業界でも AI を今後どのように活用していくかを考え、実行に移している企業が増えています。今回の特集では実際のところ、各企業がどのように AI を活用しているのか？ や、その効果、そしてこれから婚礼業務がどのように変わっていくのかについても話を聞きました。その結果、分かったことは、AI 活用が当たり前となる時代がすぐ間近まで来ていることでした。その意味から今回の特集を、近未来の導入に向けた下準備のつもりで読んでいただければ幸いです。

先行する諸外国並みに これから導入・活用が本格化

AI とは (Artificial Intelligence)= 人工知能の略字です。人工衛星 (Artificial satellite) や 人 工 甘 味 料 (Artificial sweetener) など、Artificial なものはすでに世の中にたくさん現れ、それを人類はうまく使いこなしてきています。同様に AI も「人の利益や幸福につながる使い方がいかにできるか」、検討と実証が進められてきました。

とは言え、まだ日本では他の先進国と比較すると AI の活用が遅れているようです。総務省が『令和 6 年版 情報通信白書の概要』に収載した、各国の企業を対象に業務における生成 AI の活用状況を尋ねた結果が右ページのグラフ（左）です。「業務で使用中（効果は出ている）」においては、米国が 37.4%、中国が 26.9% に比べて日本はわずか 18.6% です。これに「業務で使用中（効果は測定中または不明）」を加えてみると、米国が 84.7% であるのに対し、日本は 46.8% と倍近い開きがあります。

なお、ウエディング業界の AI の活用状況は、(株)ウィーブの太田大資氏に取材したページで同社の調査データを掲載しています。グラフ（右）は同調査の『2025 年以降、業界の変化を最も大きく左右するものは?』についての質問で、AI 活用は上位 4 番目となっています。

まだまだ活用率は低いのですが、AI 活用によりその成果を実感している企業は、着実に施行数を伸ばしています。太田氏は「AI は単なる効率化のツールではなく、利益率や施行単価を押し上げる経営資産。口コミや顧客データを数値化すれば、自社の強みと改善点が明確になり、広告費や人件費を最適化できる」と話してくれました。

業務効率化だけではなく経営資産になりえる AI であるのに、スタッフ教育や目的の明確化、経営層の理解などの課題がクリアされていないことが、導入に対して前向きになれない理由となっているようです。

接客や会議、当日施行まで さまざまなシーンに AI を活用

では既に AI を導入している企業では、具体的にどんな活用をしているのでしょうか。バリューマネジメント(株)の笠正太郎氏は、「資料やメール作成、画像・動画制作、新人教育支援など、多様な作業に AI を活用している」と話してくれました。同社では数年前に経営トップから AI に注力するよう大号令が発信されたこともあり、現在では全社を挙げて AI 活用に取り組んでいるそうです。

接客支援という点では、プランニングやカップルへの提案書の作成にも役立てているとのこと。ウィーブの太田

氏は、スタッフの教育面でも ChatGPT や Gemini を使えば、顧客を想定したロープレを繰り返して行なえて大きな力となると、その可能性の大きさを語ってくれました。

また、今では事務作業系とは別の領域にも活用されるようになっています。バリューマネジメントでは外国人の列席者向けに、同時通訳機能を利用して日本人の新郎がスピーチした内容の英語訳をスクリーンに映し出したところ、共感のタイミングに時間差が出ず好評だったとのことでした。さらに海外とのやり取りで、メールやチャットでの打ち合わせ時にも AI 翻訳の機能を活用しているそうです。

広告宣材写真を AI 生成によって制作するサービス『写真 AI』を提供している(株)Beyond AI の松本遼氏と、同社と業務提携をしている Essentials & COMPANY (株)顧問の阿部マリ子氏にも話を聞きました。同社では会場の画像を基に、AI モデル入りの写真を生成したり、装花やクロスやエキストラなどを生成して会場コーディネートを華やかに見せたりするするサービスを提供しています。

ビジュアル生成を AI で行なうのは全工程の 80% で、残り 20% はデザイナーがレタッチして最終的なクオリティを担保しているとのこと。やはり最後は「人」が関与するという点に、特に共感できます。

AI 活用においても 顧客に後れを取ってはならない

次に AI の活用による成果にはどんなものがあるかも聞いています。

(株)TAIAN の米倉元気氏は、SNS 発信や対応など近年新たに加わった事務作業に追われて、プランナーの皆さんが本来のやりがい、働く幸せを十分に味わえなくなっているのではと指摘してくれました。

例えば専門学校や大学を卒業して、いざこの業界で働き始めると、お客さまの笑顔を見るために準備する作業量のあまりの多さに気付かされます。それに心が折れてしまい、新卒 3 年目までの離職が増えていることも、現在の人手不足に拍車をかけているのではないのでしょうか。

TAIAN ではそんな現状を改善すべく AI を導入したシステムを開発し、今年 6 月からリリースしています。これはプランナーの属人的な経験値や残業でカバーされていた業務を軽減することで、本質的なプランナー業務に集中できる環境を構築するシステムでもあります。

同社では業務支援システムに最新の AI 機能を搭載することで、「煩雑なことは AI に任せて多くの事務作業から解

放され、目の前のお客さまに最適な提案をすることに集中できれば、プランナーの介在価値はより高まる」とのこと。「しかし、すべての業務を AI で代替することはできません。カップルの心を動かす瞬間作りや、当日の現場のプロデュースなどはプランナーの仕事としてあり続ける」とのお話も、AI 導入に際して心得ていたい点ですね。

また米倉氏だけでなく、今回取材した他の方々も「AI を活用するようになって、プランナーの存在価値が薄れるわけではない。むしろ逆に、本来行なうべき業務に取り組む余裕ができる」との意見でした。

一方、AI 活用によるお客さま側のメリットもあります。例えば打ち合わせ中に出た言葉からテーマや会場コーディネートをどうするかは、これまでネットで検索をしていました。しかし、AI に適切なプロンプトを打ち込んで調べてもらえば、さまざまな具体例をその場で提示してくれます。それをモニターに映して新郎新婦に見てもらうことで、打ち合わせがサクサクと進行することでしょう。

あるいはヒアリング時の音声を同時にドキュメント化してもらうことで、提案内容作りも素早くできるようにな

り、次回打ち合わせが早期に可能になるなど、さまざまな効果があります。

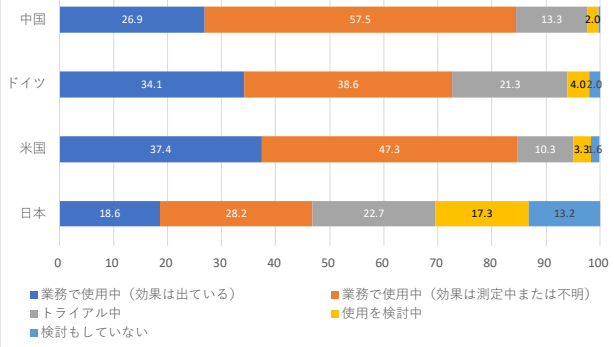
ただ、AI はあくまでもサポートをする立場です。何でもかんでも AI に頼り切ってしまうと、停電が起きた時やシステムに不具合が起きた時などに支障を来します。

また、AI は導入した時点では完成品ではないとのコメントもありました。人が学習をさせて育てて、その企業や会場にふさわしい存在となるよう手を加え、カスタマイズしていく必要もあります。

いずれにしても今では、若い方々が既に公私にわたって ChatGPT や Gemini、Copilot を使用しているとのニュース記事もよく目にするようになりました。そこにプロとして後れを取るわけにはいきません。むしろ「おふたりの WEB 招待状では、こんなキーワードをプロンプトに含めて質問してみるといいですよ」くらいのレベルで接していきたいものですね。

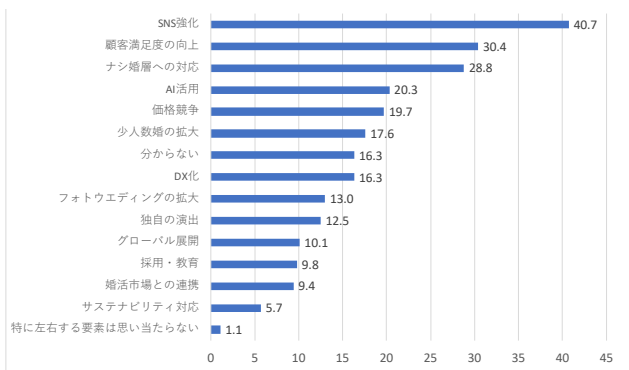
今回の特集が皆さんの AI 活用スタートアップにつながれば、よりよい業界作りも一歩前進することでしょう。本誌ではその点に期待をしています。

業務における生成 AI の活用状況
(メールや議事録、資料作成等の補助) (国別 %)



※ 2024 年総務省『令和 6 年版 情報通信白書の概要 国内外における最新の情報通信技術の研究開発及びデジタル活用の動向に関する調査研究』より

2025 年以降、業界の変化を最も大きく左右するものは? (%)



※(株)ウィーブ プライダル業界関係者 631 名への調査『プライダル業界現状調査 2025』より (複数回答)

オモイが カタチに 変わるトキ

Ayako Iwasaki

コンセプトを決めて、表現する。
伝えたい思いを形にする。その道すじとは？
オーダーメイドのウエディングを作り上げる
プロフェッショナルたちに注目します。

オモイがカタチに変わるトキ

東 峻平さん&五島 茜さん

CONCEPT :
大好きな人たちと創る美しくおいしいウエディング
KEYWORD : 韓国風、グルメ、友情
THEME COLOR : パステル×ホワイト

【ふたりの想い】

これまで出会った信頼のおける大好きなクリエイターたちと一緒に結婚式を作りたい。
プランナーやフラワーデザイナー、カメラマンなどが持ち込みとなるため、それを受け入れて
くれ、かつゲストをもてなすのにふさわしい料理やサービス、空間が提供できる会場を希望。
また、新郎新婦共に、母親や家族へ感謝を伝えられる場面を設けるとともに、ウエ
ディング業界に携わるゲストや結婚式に慣れている友人たちも体験したことのない演出を
用意したい。



〈お話を伺った方〉

KotoHaru Wedding
(コトハルウェディング)
ウエディングプランナー
岩崎 亜矢子さん

幼い頃から、人の役に立つことがしたい
と考えていた岩崎亜矢子さん。幼少期から
親戚の結婚式に数多く出席していたこと
から、ウエディングに関わる仕事に興味を
持ち、高校1年生で将来はプランナーに
なることを考えていたそう。「自分で見
つけた道は宝だから、応援するよ」という
父親の言葉に背中を押され、専門学校へ
進学し、ホテル日航東京（現ヒルトン東
京お台場）でウエディングプランナーと
してデビュー。初めての施行が終わった
時のことは今でも忘れられないという。
「自分の中ではどんな進行になるのか
想像がついていたのに、当日はサービ
ススタッ

フの皆さんがその場でそれぞれ素晴らしい
アレンジをしてくださって。それに対して
のゲストの反応もすごくて。想像の何倍も
超える光景が目の前に広がったんです。そ
の感動があまりに大きくて、すっかりウエ
ディング沼にハマりました（笑）」

結婚を機に愛知県に拠点を移し、現在は
フリーのプランナーとして活躍。プラン
ナー歴20年を超すベテランになっても、
新郎新婦を思う気持ち、ウエディングを
愛する気持ちに変化はない。
「大切にしているのは、誰かの、何かの
真似ではなく、“ふたりにしか成立し得な
かった”と自他共に感じられる結婚式に
すること。そのために、まずは新郎新婦
それぞれの核となる部分を探りながら、
おふたりのやりたいことが親御様の想
いやゲストへのおもてなしにつながっ
ているかをジャッジしていきます」

自身のスタンスを“縁の下の力持ち”
と表現する岩崎さん。その力を頼りに
した一人が新婦の五島 茜さん。岩崎
さんと新婦



との出会いは10年前にさかのぼる。
「当時2歳だった娘の七五三のお祝いに
スタジオで写真撮影をした時に、ヘア
メイクをしてくれたのが茜さん。技術
はもちろんのこと、優しく接してく
れる人柄に娘も私もすっかり惚れ込
んで。それ以降、節目となる特別
な日にはお世話になり、わが家の
成長を見守ってくれる存在でした。

その茜さんから結婚の報告とともに、
ウエディング全般のディレクションを
依頼されたのです。ゲストは国内各
地からおおよそ90名を予定。装花
、ヘアメイク、フォトグラファー
、プランナーは持ち込みで、一流
の料理とサービス、そして誰もが
ワクワクする空間と演出でゲスト
を喜ばせたいという希望をお持ち
でした」

KotoHaru
Wedding

愛知県、岐阜県を中心に活動するプランナーの岩崎
亜矢子さんが、ウエディングをプロデュース。10年
後も20年後も、ご家族にとって「あの日があっ
てよかったね。結婚式をやってよかったね」と語
り合える“人生のランドマーク”となるようなサ
ポートを心掛けています。一組一組、一人ひと
りの価値観を把握しながら、サポートの範囲
を限定することなく、まるで身内のような
寄り添い方で、きめ細かく対応してくれ
ると評判だ。
<https://kotoharuwedding.com>

岩崎 亜矢子
Ayako IWASAKI

1981年生まれ、岐阜県出身。名古屋市内の専門学校のホテル学科を卒業後、02年ホテル日航東京（現・ヒルトン東京お台場）入社。料飲部配属の後、ウエディングプランナーとして約300組の婚礼を担当。08年に自身の結婚後、愛知に拠点を移し、(株)ize-styleに所属してフリープランナーとしての基礎を学びながら婚礼を担当。17年独立。婚礼プロデュース、レストラン専属プランナー、専門学校講師、プロデュース会社業務委託、ホテル婚礼業務支援等を行っている。

good things

*Make the day
brighter*

50 “ペアギフト”

特別な日をより輝かせるモノやコト good things。今回は新生活に彩りのあるひとときをもたらしてくれるペアのギフト。とりわけ毎日の食卓をモダンにもポップにも、そして華やかにも演出してくれるテーブルウェアは日々の生活の必需品。相手の好みやライフスタイルに合わせて選ぶことも選択肢の一つですが、相手にとっては自分では選ばないけれど、頂いて使ってみたら意外と好きかも？ それがいつしか

お気に入りになる。そんなふうにより日常使いにも、特別な日の食卓にも、型にとらわれず自由自在に楽しむきっかけを与えてくれるテーブルウェアを紹介します。機能美、様式美なども大切なポイントですが、日本の伝統工芸を日常に取り入れたり、遊び心のある色使いを楽しんだり、テーブルコーディネートの一ポイントになるようなアイテムを、その日の気分で楽しんでいただけるといいですね。



MoMA Oorun Didun グラスセット by Yinka Ilori (グリーン x ノーブル) /
MoMA Design Store <http://www.momastore.jp>



GOA Ivory Gold / Cutipol
<https://www.cutipol.jp/>



TSUMUGI (蓋付碗 / 軍配) / GATO MIKIO
<https://www.gatomikio.jp/>



Room Service marble (ポットとカップ & ソーサー) / 箔× Room Service
<https://hakuichi.jp>

真野 知子
Tomoko MANO

独自の審美眼によるギフトセレクションが注目され、手土産など日常的なギフトから、お中元、お歳暮などのシーズナルギフトや引き出物まで多彩な贈りもののシーンでのTPOに合わせたアイテムを選定。女性誌での連載や審査員、ギフトブランド“ROOM SERVICE”の商品プロデュースなど多方面で活躍中。著書に『ギフトコンシェルジュ 真野知子の大切な日のためのギフト・マニュアル』（マールブックス）がある。「マツコの知らない世界 #72 記憶に残る！人と差がつく！手土産の世界！」に出演など、TVやラジオといったメディア出演でも活躍の場を広げる。Instagram : tomoko_mano / Twitter : @mano_tomoko / URL = <http://gift-code.jugem.jp>