

The PROFESSIONAL WEDDING

[ウエディングプランナー サポートマガジン]

No.65

DEC 2020-JAN 2021

- 5 From the Publisher 「会場という枠組みを超えて」 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」
(株)スティルアン 竹村 萌那さん
- 10 連載「オモイがカタチに変わるトキ」
Story of Wedding ウエディングプランナー 山口 真理子さん
- 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 コロナ禍で変わる婚礼料理
- 16 総論 料理宅配がもたらす祝宴の拡張化
- 18 婚礼料理の宅配を手掛ける5社の事例
(株)八芳園 井上 義則氏
(株)ベストブライダル 荒谷 真由美氏
(株)ノバレーゼ 鈴木 一生氏
(株)CRAZY 吉田 勇佑氏
横浜ベイシェラトン ホテル&タワーズ 山本 伸郎氏
- 28 料理を宅配する際に問われる衛生管理
(株)協和医療器 小野寺 俊哉氏
- 30 注目企業インタビュー
「WeddingLive」取締役・事業責任者 野村 壮耶氏
- 32 連載「Wedding with ART
〜アートがあれば、ウエディングはもっと楽しく〜」
(株)UNO Design 代表 宇野 雄一
- 34 TOP INTERVIEW
(株)鳥善 代表取締役社長 伊達 善隆氏
- SKILL UP —
- 38 連載「未来をつくるウエディングプランナー〜人生を変えた結婚式」
ラヴィール金沢 牧田 綾香さん
- 40 連載「教えて有賀さん! 結婚式の価値の深め方」
第8回: 挙式
(株)テイクアンドグヴ・ニーズ ウエディングアドバイザー 有賀 明美さん
- 42 連載「明日から使える教養講座」
レッスン 29: 食に隠された先人の知恵を学ぶ
(株)エスプレシーボ・コム 代表取締役 安東 徳子
- 44 連載「荒井さやかの新規接客はもっと楽しくなる!」
第16回: with コロナのウエディングは、「ふたりらしい」から
「ふたりにふさわしい」に
Coco style WEDDING フリーウエディングプランナー 荒井 さやか

- 46 連載「ウエディングと音楽のチカラ」
Vol.14: 「退場曲」から決めよう
フリーランス・ウエディングプランナー 岡村 奈奈
- 48 連載「支配人とプランナーのためのWEB集客講座 part2」
第5回: ブライダルフェア CVR 向上のために実施するべきポイント
SoZo (株) チーフコンサルタント 武田 昌幸

— CAREER —

- 50 連載「THE PROFESSIONAL 〜ドラマは現場で起こっている」
司会者・フリーランスアナウンサー 平田 純子氏
- 52 連載「輝け! フレッシュパーソン〜 under25 奮闘記」
(株)ベストブライダル 新川 晃子さん
- 54 連載「両立 WOMAN」
第64回: (株)マイナビ 中西 加奈さん
- 57 連載「ココロとカラダの保健室×美人化計画 For Wedding WOMAN」
薬剤師 大島 幸徳さん

— REPORT —

- 58 連載「WORLDWIDE WEDDING」
第64回: インドネシア共和国
- 60 レポート「会にゆくウエディング」
- 64 データ「データから見るブライダルビジネス」
第58回: コロナ禍のニューノーマル
- 68 TOPICS
- 74 INDEX OF PERSONS
- 77 新設・リニューアル情報
アーフェリーク白金
THE TOWER HOTEL NAGOYA
キンプトン新宿東京
- 82 連載「うちのイチ押し料理」
帝国ホテル 東京
ウエディングコーディネーター マネジャー 鈴木 美穂氏
帝国ホテル 東京料理長 杉本 雄氏
- 84 注目企業インタビュー
(株)Sereno 代表取締役/トップアーティスト 優香氏

表紙の花嫁: (株)スティルアン 竹村 萌那さん

特集

コロナ禍で変わる婚礼料理

新型コロナウイルス感染拡大のため、以前のような宴会場内の収容人数ぎりぎりまで大人数が密集してのウエディングは難しくなっています。そのため生まれたオンラインウエディングでは、会場とオンラインで接続された方のご自宅に料理を宅配するなど、提供方法にもさまざまな工夫が見られるようです。

そこで今回、コロナ禍を受けて各社が行なった婚礼料理の提供方法の工夫や変化の中でも、特に料理の宅配に焦点を合わせました。その内容や提供する際のポイントをまとめることで、変容が著しく多様化しつつある新郎新婦やゲストのニーズに、いかに応えていくのかを共に考えていく機会としたいと思います。



特集で取り上げた各社が宅配する婚礼料理

CONTENTS

- 16 総論「料理宅配がもたらす祝宴の拡張化」
- 18 婚礼料理の宅配を手掛ける5社の事例
 - (株)八芳園 井上 義則氏
 - (株)ベストブライダル 荒谷 真由美氏
 - (株)ノバレーゼ 鈴木 一生氏
 - (株)CRAZY 吉田 勇佑氏
 - 横浜ベイシェラトン ホテル& タワーズ 山本 伸郎氏
- 28 料理を宅配する際に問われる衛生管理
 - (株)協和医療器 小野寺 俊哉氏

料理宅配がもたらす祝宴の拡張化

ウェディング業界にとって“オンラインウェディング元年”とも言える今年。さらに婚礼料理を宅配するサービスも登場し、オンラインで結ぶ結婚式はまた一歩進化を遂げました。単にコロナ禍を避ける商品としてではなく、アフターコロナ時代を見据えたオンラインによる“新しい集いの形”をベースに開発に臨んだ各社。総論では、それらの取り組みをまとめてみました。

それまで需要はなかったが状況は一変した

宅配と言えば、これまでも調理済みの料理やスイーツをホームページや外部のネットショップで販売する例がありました。例えば総料理長が監修して、外部食品企業とレトルトカレーを共同開発し、そのホテルブランドで販売するといったケースです。

また、ベストリー部門がパウンドケーキを作って販売する例も、すでに引き出物ではおなじみとなっています。今回特集した婚礼料理の宅配は、ホテルや結婚式場内で製造・調理された、クリスマスケーキやお節など季節性のある食品が一番近いものと言えるかもしれません。

実は以前からそうした実績を持つホテルや式場では、「婚礼料理も宅配してみてもいいか？」という意見が社内にあったそうです。その際、「実施自体は可能。だが、宅配してほしいという新郎新婦や親族がそんなにいるのだろうか？」という点から“保留”になっていました。

しかしコロナ禍で状況は確実に変わりました。各社に聞いたところでも、コロナの影響が色濃く始まった2月後半から3月には「婚礼料理の宅配を本気で検討しよう」との方針が打ち出されて、キッチンや商品企画部門が動き始めました。

ほぼ同時期に、「開催すべきか、延期・キャンセルすべきか」で迷っていた新郎新婦をサポートするプランとして、オンラインウェディングがにわかに注目を集めるようになり、各社はその開発にも並

行して着手。こうして「オンラインウェディング+婚礼料理の宅配」という“第3の選択肢”が用意されることとなりました。

この新しい選択肢のリリースは、遠隔地に住むゲスト比率が高いカップル、そしてコロナの第二波が来ても、どうしても夏・秋の時期に式を挙げたいと希望していたカップルに歓迎され、例えばベストブライダルでは発売2カ月で100個以上のオーダー、CRAZYでは6カ月で1000食以上の注文があったそうです。確実に需要はあった、ということですね。

湯煎や盛り付けなど準備は「むしろ楽しい」との声も

今回取材した中で共通項として挙げられるのは、利用者が会場から離れた地域に住む親族向けが多いという点。ほとんどが親族向けという社もありました。ノバレーゼでは和食の祝いのお重仕立てだけでなく、洋食メニューの開発も進めて準備ができていたところ、思ったほど洋食の希望がないことから、現在は和食一本に絞っています。

横浜ベイシェラトン ホテル&タワーズ（以下 横浜ベイシェラトン）も当初は、常温で食べられる和食のお重仕立ての「TSUNAGU 御膳」のみで開発を進めていました。しかし、常温では届けられる地域に制限があったのですが、九州などエリア外の方にお届けするニーズがあり、後に真空パックで冷凍した洋食のコース料理「TSUNAGU Deli」を加え

ています。両社のお重仕立ての料理はまさに特別な日にふさわしい、見た目も豪華で華やかな雰囲気、いただく人のモチベーションも自然に上がるメニューです。

美しく整然とした姿で届くよう配送にまで心を配り、盛り付ける際には隙間ができないよう、また常温で食べる料理のため鮮度を落とさずに届けられるよう、配送エリアなども出荷・到着シミュレーションを行なったそうです。八芳園は洋食メニューですが、配送することによって発生するさまざまなリスクを避けようと、実に細やかなオペレーションを行っています。細やかさの点では、外部講師を呼んでお重を風呂敷に包む社内研修を行なった横浜ベイシェラトンの事例も印象的でした。

一方、届いた後に簡単な調理&盛り付けが必要か、あるいはそのまま手間をかけずに食べられるようにするか、という点でも各社の商品に違いが見られました。

八芳園では基本的に準備などの手間は最小限にしたいと、洋食のローストビーフだけ湯煎で数十秒温めるメニューに。横浜ベイシェラトンの「Deli」も、前菜以外は同様に湯煎するスタイルです。そしてお重料理にした2社は、そのまま食べられる点を最大限に考慮した結果といえるでしょう。

反対に、「準備の過程、その体験も楽しんでほしい」という姿勢なのがCRAZY。調理プロセスがないものも現在開発中とのことですが、下調理されて

簡易に準備&盛り付けできるものであれば、「それは楽しい体験にもなる」との考え方です。ベストブライダルではギフトセットとして装花やプレート・グラスも宅配するスタイルですが、「準備は特に負担にならない。むしろ楽しめた」という声も多く寄せられているとのことでした。

ちなみに、「メイン料理を何にするか？」においても各社の特色が表れている気がします。メインがローストビーフなのは八芳園・ノバレーゼ。メインが牛ほほ肉の煮込みはベストブライダル・横浜ベイシェラトンの「Deli」、そして牛肉のソテー、グリユがCRAZY・横浜ベイシェラトンの「御膳」です。いずれも調理の手間だけでなく、衛生管理や届いた時の肉の状態までを検討してメインを決められたそうですが、それでも食材としてはオーソドックスに牛肉が選ばれています。宅配といういつものとは違う形で食べてもらうメニューだからこそ、「ウェディングといえば料理のメインは牛肉」とのイメージに沿って、ということでしょう。

他社との違いを出す上でもキーとなる宅配料理

もう一つ、用途を婚礼だけに絞っていない点も興味深いと思えました。八芳園では企業向けの宴席でも、今回のノウハウが利用できるとしていますし、ノバレーゼも法人需要があれば応えていく姿勢。ベストブライダルは家族の祝い事全般に利用できるようにと“内祝いギフトセット”との冠をつけています。

またCRAZYも「IWAIのお祝いごはん便」と、こちらも結婚一周年や子どもの誕生日など祝い事であれば利用できるように考えられた商品です。より広いユーザー層にすれば、サービスの継続はもちろん、オンラインウェディングという第3の選択肢があることを多くのプレ花嫁に知ってもらえることにもつながります。

各社の開発段階での苦労したエピソードも紹介しています。中でも食品の衛生管理には多くの時間と労力、細心の注意を払ったようです。そこで食品の衛生管理コンサルティングを行なう協和医療器にもお話を伺うことにしました。

それによると、料理の宅配には製品の保存性の管理、容器・包材の安全性、移動中の温度管理と、大きく三つのポイントがあるとのこと。さらにそごう製造業の営業許可の取得も必要となります。加えて2020年6月1日からは、原則としてすべての食品等事業者がHACCP（ハサップ）に沿った衛生管理に取り組むよう制度化が行なわれています。今後、婚礼料理の宅配を考えている会場の方にはぜひ参考にいただければ幸いです。

披露宴であれば遠く離れた場所でも新郎新婦とネットでも結んで、食事までも楽しめるように進化した現在。リアル開催で迷っている新郎新婦にオンラインウェディングという方法もあることを説明できるようになったことは、現場プランナーにとってもうれしい進化だと思えます。アフターコロナの時期となっても、遠隔地のゲストにはオンラインで参加してもらえることでしょう。

そして今後はオンライン参加のゲストを増やす努力や工夫、他社とは違ったプランニングも求められるようになりそうです。その際の重要なポイントとなるのが、宅配の婚礼料理ではないでしょうか。

企業	宅配料理の商品名	調理などの準備	価格（いずれも税込み）	消費税	配送料	サービス料	補足
八芳園	「LIVING ROOM WEDDING」の宅配婚礼メニュー	肉料理（ローストビーフ）のみ湯煎で温める	1名1万9440円	8%	込み	なし	到着時に確認の電話を行なうほか、当日もコンタクトセンターのスタッフがオンライン上でサポート
ベストブライダル	内祝いギフトセット「お家で結婚式」	全3コースの料理は共通。肉料理（牛のほほ肉）の温めなど簡単な調理でOK	「華コース」3万8500円 「幸コース」3万3000円 「結コース」2万7500円（以上1名料金）	10%	込み	なし	料理・ドリンク・装花・引き出物のセットでの販売
ノバレーゼ	広島料亭三瀬荘監修 宅配婚礼重「祝（いわい）」	そのまま常温で食べられる	1名1万0800円	8%	込み	なし	衛生管理・鮮度保持のため沖縄・北海道や離島など一部地域は配送していない
横浜ベイシェラトン ホテル&タワーズ	「TSUNAGU 御膳」 「TSUNAGU Deli」	「TSUNAGU Deli」は前菜以外は湯煎で温める	いずれも1名1万5444円（サービス料10%含む）	8%	込み	10%	「TSUNAGU 御膳」のみ一部地域の限定配送
CRAZY	「IWAIのお祝いごはん便」	コース仕立てとなっており、湯煎や盛り付けなど簡単な調理で準備できる	1名7500円	8%	別	なし	注文は2人分より可能。「お祝いケーキ」の宅配も期間限定で実施

オモイが カタチに 変わるトキ

Mariko Yamaguchi

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。

高木良磨さん&神田亜由美さん

CONCEPT：僧侶の新郎とお寺に嫁ぐ新婦の二部制結婚式
KEYWORD：【1部】お寺、新郎祖母との思い出、家族への感謝
【2部】アットホーム、お寺や和のモチーフ、ゲストとの交流
THEME COLOR：
【1部】赤、緑、白 【2部】ボルドー、ピンク、ブルー

【ふたりの想い】

実家がお寺で、自身も僧侶である新郎。式は実家のお寺で仏前結婚式を執り行なうことに。披露宴は親族、お寺関係、新婦の仕事関係、ご友人など120名以上を招待したい。とはいえお寺関係や親族に向けてと、友人とでは、伝えたい想いやイメージするパーティーの雰囲気や相違が。そこで、ゲストを分けて二部制のウエディングを行なうことに。お寺関係者へは自分たちのことを知ってもらい、友人にはお寺や僧侶について知ってもらう機会にしたい。



〈お話を伺った方〉

Story of Wedding
フリーランスウエディングプランナー
山口 真理子さん

学生時代から友人の誕生日パーティーや旅行、同窓会など、さまざまなイベントを企画することが大好き。「人を喜ばせたい！楽しませたい！」と、思えることが自身の原点だと話す山口真理子さん。「結婚式こそ、人を喜ばせる最高の場面」と思いつき、大学時代にゲストハウスで配膳のアルバイトをしたことがウエディング業界に足を踏み入れる一歩に。「実際に結婚式を見ることで、ますますウエディングの仕事の虜になり、プランナーと

いう仕事が憧れの職業になったんです。その憧れを現実のものにしようと、都内の結婚式場に就職。打ち合わせで新郎新婦それぞれの現在に至るまでのストーリーを聞き、『この方のあのストーリーはあの場面で使ったらどうか』など考えるのが楽しくて。プランナーの仕事は自分の天職だと、確信できたことが今につながっています」
打ち合わせ担当として、ピーク時は1カ月で17組を担当するほどの人気プランナーとして活躍。その一方で、式や披露宴に立ち会えないもどかしさがある方法で解消していたという。

「結婚式がある日は、カップルごとのテーマやモチーフをさりげなくネイルに施すんです。そして、メインテーブルにふたりに宛てたメッセージカードをこっそりと置く(笑)。当日まで一緒に結婚式を作り上げた仲間として、『気持ちはずもふたりのそばにいるよ』という想いを表したいなど。



実はこの二つは今もずっと続けていることなんです」

次第に打ち合わせだけでなく当日のディレクションを含め、一組一組にもっと向き合いたいと考えようになった山口さんは、フリープランナーとしての道を歩み始める。



フリーランスウエディングプランナーの山口真理子さんが関東を中心に全国で結婚式をプロデュース。結婚式だけでなく、プロポーズや記念日、パウリニューアルなど、人生のストーリーに寄り添ったさまざまなシーンをプロデュースしてくれるのも特徴。担当したお客さまを招く「M's Land Party」を開催するなど、式後のつながりを大切にす姿勢も評判を呼んでいる。 <https://storyofwedding.com>

山口 真理子
Mariko YAMAGUCHI

大阪府出身。関西の大学卒業後、都内専門会場に入社し、ウエディングプランナーとして5年間勤務。2013年にフリーのウエディングプランナーとして「Story of Wedding」を立ち上げ、結婚式を中心にプロポーズからパウリニューアル、記念日など一人一人、一組一組のStoryを大切にしたいプランニングを開始する。これまで携わった結婚式は500組以上。





山口さんのプランニングの特徴は何といっても、新郎新婦の思いに耳を傾けることで、より身近な相談相手として接することのできる関係性を作ること。不安や迷いなど本音を何でも話せる信頼感が、多くの新郎新婦の共感を得ているのだ。

今回、紹介する高木良磨さん、亜由美さんご夫妻も、挙式や披露宴の準備を進めるうちに「ひっかかり」が生じて、山口さんにコンタクトを取ったそう。

「新郎はご実家がお寺で自身も僧侶。挙式は実家のお寺で行ない、その後、お寺関係者や両家の家族、親族、友人など120名規模の披露宴を検討されていました。ところが準備を進めていくうちに、親族、お寺関係の方々、友人とでは、伝えたい想いや行ないたい内容に違いがあることに気付いたというのです」

そこで、ふたりが誰にどんなシーンでどんな想いを伝えたいかをじっくりとヒアリング。「式が行なわれるお寺は、単なる挙式会場ではなく新郎が生まれ育った場所であり、これから新婦が嫁ぐ場所。そして、いずれ

新郎も跡を継ぐことになるであろう由緒あるお寺。そのお寺にゆかりのある人たちにしてみれば、まずは夫婦となるふたりの人となりを知りたいはず。

一方、友人たちはというと、新郎新婦それぞれの人となりは分かっている、お寺や僧侶についての知識はほぼゼロ。だとしたら、ふたりがこれから歩む世界がどんなものなのかを知ってもらう必要がある。同じ結婚式でも、ゲストの知識度も、知ってもらいたいこともまったく違うんです。

そこで、ふたりが抱いていた「ひっかかり」を解く手段として、お寺関係者と友人とで、日程も披露宴会場も演出の内容も変えた二部制のウェディングを提案しました」

こうして1部、2部共に80名ほどのゲストを招くウェディングの準備が進められた。「お寺関係の方々をお招きする披露宴では、新郎新婦の人となりを知ってもらうためにプロフィールムービーを制作。新郎が僧侶になる前の様子や仕事以外のプライベートな部分、お寺に嫁ぐ新婦の紹介など、ふた

りの普段の様子を盛り込むことにしました。

一方、ご友人がメインの披露宴では、招待状の返信ハガキにお寺やふたりについての質問を記載する欄を作成し、ゲストからの質問を募集。その回答は披露宴当日にお渡しするペーパーアイテムに記載。会場内にはお寺に関するアイテムを説明付きで飾り、僧侶の衣の着付け披露や座禅講座を行なうなど、ゲストへお寺のことや僧侶の仕事を知ってもらう機会を多く作りました」

一方、家族や親族など身内への配慮も忘れない。

「結婚式ってお祝いの場である一方で、娘を嫁がせることへの不安や、どんなお嫁さんが来るのだろうという不安を抱くのも本音の部分だと思います。そうした不安を取り除きながら、みんなが安心して式を見届けられるように導くのもプランナーの仕事。今回でいえば、新婦の支度の仕上げとしてお母さまに紅をさしていただいたり、新郎が最も影響を受けたというお祖母さまと、新郎新婦が縁側で談笑する時間もあえて設けたり。披露宴冒頭の鏡開きは、両家

の親御さまと一緒に6名で行ない、新婦の中座や再入場のエスコート役をご両親がされるなど、ご家族にスポットが当たるシーンも盛り込みました」

どこにどんな演出を取り入れるか。その判断の一つとして新郎新婦本人や家族、ゲストのちょっとした不安やひっかかりを取り除き、「このふたりなら大丈夫!」と安心してもらうことにも重きを置いているのだ。

「おふたりにしてみれば、2回分の準備をほぼ並行して行なうので時間も労力も相当だったはず。けれどその分、ふたりでたくさん話し合い、それがふたりの絆を深めるきっかけにもなったように思います。そして何より、おふたりにとって人生の応援団がたくさんいらっしゃることを、より感じていただけたのではないかと」

プランニングではゲスト目線を大切にしながら、気持ちは常に新郎新婦のそばに。初めてプランナーとなった12年前と変わることなく、その想いをカタチにして届けることも忘れない山口さん。今回の高木さんご夫妻のウェディングでも、メインテーブルには

お祝いのメッセージと共に、打ち合わせの時から撮りためてきたふたりの写真をコラージュにしたカードを忍ばせ、ふたりのモチーフをネイルに施して臨んだそう。

「私の役目は、新郎新婦やゲストに安心して笑顔で過ごしてもらうこと。当日は、ふ

たりの側にずっといられるわけでももちろんありません。けれど、新郎新婦と離れた場所にも心は一緒。メインテーブルに座るふたりの笑顔と指先のネイルを眺めながら、私自身が一番安心感を覚えているのかもしれないね」

披露宴会場

お寺関係者がメインの披露宴は、挙式が行なわれたお寺からも近い、懐石料理の名店「鶯啼庵」。友人メインのウェディングパーティーはアクセスのよさを優先させて選んだ西新宿のダイニングバー「ザ・サクラ・ダイニング・トウキョウ」。どちらも和の要素が映える会場をセレクト。

和を取り入れた演出

1部の披露宴では、鏡開きや地元の和菓子で和菓子ブッフェを用意。2部では装花に水引なども使用し、和のテイストも取り入れながらコーディネート。新婦は白無垢、色打掛、引き振袖を着用。自髪で日本髪を結うなど、装いも和で統一。

ゲスト参加型演出

2部ではセレモニーとして、ゲストにメッセージを記入してもらったダルマにふたりで目入れを行なった。また、ゲストから新郎新婦への質問コーナーや座禅講座、僧侶がまとう衣の着用体験コーナーも用意。

ペーパーアイテム

招待状はチケットタイプで、お寺にまつわるアイテム、ふたりの好きなものなどをイラストで取り入れた完全オリジナル。新郎の実家のお寺をモチーフにしたオリジナルロゴも作成。また、招待状には新郎新婦についてのほか、お寺のことや僧侶という仕事についての質問欄を入れ、当日、配るペーパーアイテムにその解答を盛り込むなど、コミュニケーションツールとして活用。

□クリエイター紹介 挙式会場：松岩寺 披露宴会場：1部 鶯啼庵、2部 THE SAKURA DINING TOKYO
フォトグラファー：菊川貴俊（1部・2部共に両方） ペーパーアイテム：design DK（2部）

式場と共に新たな文化創出を目指す ゲストにも臨場感を伝える「WeddingLive」



(株) WeddingLive (ウエディングライブ) は、結婚式に特化した同名称のオンラインライブ配信アプリを開発し、今年3月よりβ版のリリースを開始。新型コロナの感染拡大により、結婚式にゲストを呼べない新郎新婦が増えている中、ゲストとオンラインライブでつないで挙式・披露宴にリモート参加できる道を開いている。事業責任者の野村壮耶氏は「コロナだけの一過性のもではなく、結婚式のライブ配信を新たなウエディングの選択肢として提示していきたい」と語る。



〈お話を伺った方〉
 (株) WeddingLive
 取締役・事業責任者
 野村 壮耶氏

世界中どこからでも、「オンライン」なら結婚式に参列可能

まずは野村氏に、WeddingLiveの開発経緯や同事業に関わることになった理由から伺った。

「私の地元は福岡で遠く、招待に応えられなかった結婚式もありました。参加できても、飛行機代やご祝儀も含めれば10万円近くかかります。長年の間『何かよい方法はないだろうか』と思っていたところ、WeddingLiveの事業と出会って、『ああ、これだ!』と思ったのです。そしてライブ配信という新たな選択肢を活用していただくことで、新郎新婦や式場さまの力になりました。この思いから事業責任者となりました。」

現在ではたくさんさんのライブ配信サービスがありますが、結婚式に特化したライブ配信会社として、日々サービスに磨きをかけ、"ライブ配信の結婚式という新たな文化"を式場さま・映像会社さまと一緒に作り上げていければと考えています」

今はコロナ禍だが、コロナに関係なく、ウエディングを実施する上での新しいスタイル、選択肢との認知を広げていく段階と

語る野村氏。プレスリリースを見たお客さまからの問い合わせも多く、フジテレビの「めざましテレビ」でもサービスを取り上げられるなど、急速に認知も進んできていると実感している。

例えばその中の一つ、NHKの番組で放映されたのは、今年6月に青森の結婚式場が行なった屋外での挙式を同社がライブ配信する様子。40人のゲストがオンラインで参加してゲストからふたりへの祝福コメントも飛び交う、ライブ配信ならではの臨場感を提供した。参加したゲストにも「WeddingLiveのおかげで、コロナ禍で友人の結婚式が実現できてよかった。オンラインの可能性を感じた」と大変好評だったという。

特化型ならではの機能 音楽著作権にも配慮

アプリ自体はB to Cで新郎新婦が利用できるものでもあるが、当面は結婚式場や提携する映像企業に導入してもらうことで、コロナの影響で困っている、より多くの新郎新婦に利用してもらいたいと野村氏は話す。

「オンラインで利用できるソフトはたくさ



ライブ配信ページの作成ページ。ここで作った招待URLをゲストに送信する



ゲストが受け取る招待状ページ。URLを受け取った親族や友人のみが参加することが可能



ご祝儀の受け取りページ。ご祝儀総額とゲストから送られた祝いのメッセージが表示される



ライブ配信時の画面。スマホと電波さえあれば、どこからでもライブ配信が可能

んありますが、結婚式に特化したものはまだまだ少ないと思います。機能面では新郎新婦が作った招待状を送り、ゲストは送られてきたURLからそのまま当日はスマートフォンなどからライブ結婚式に参加できます。また、オンラインで参加されたゲストからも、新郎新婦へご祝儀をお贈りできる『オンラインご祝儀』の機能も盛り込んでいます」

すでに式場側への導入も決定しており、現場プランナーから聞かれることの多い音楽著作権に関しても、ライブ配信に関わる留意点を式場側から納得いただいているそうだ。

公式ローンチは来年3月 モニター式場も募集中

WeddingLiveはインターネットを通じ



今年11月にTRUNK BY SHOTO GALLERYで行なわれた挙式をWeddingLiveにて配信。リアルゲスト60人、ライブ配信は90人規模で行なわれた。安定した配信を実現するため、iPhoneをスタビライザーにセットして撮影した

て、挙式や披露宴などのライブ感を、離れた場所にいるゲストにも伝えられるアプリ。同社はさまざまなケースで円滑にライブ配信ができるよう技術的な課題を一つずつクリアしてきている。式場ごとに異なるネット環境や、オペレーションの整備についても、同社が積極的に式場を支援していると野村氏は語る。

「演出次第で、ライブ配信ならではの体験を提供することも可能です。例えば挙式やお色直しの退場後、扉が閉まった後のおふたりの生の表情や会話などを、ライブ配信で参加しているゲストの皆さんだけにお届けすることで、結婚式の裏側をまるでドキュメンタリー番組のように視聴できます。」

オンラインゲストも一人ではなく、数人でどこかに集まって宅配料理をつまみながら参加するなど、結婚式のライブ配信が浸透していくに従って、楽しみ方も進化していくと思われるため、式場さまと一緒に、そんな新しい文化もつくっていければいいと思っています」

アプリは今年3月のβ版リリースからさまざまな改善を積み上げてきている。来年3月には追加機能を多数搭載した、新バージョンをリリース予定だ。オンラインで参加するゲストにも、これまでにない楽しさやエンターテインメント性を体験してもらえ、機能を順次追加していく。

導入費用については、参加人数や当日のオペレーション等から算定しているとのこと。「WeddingLiveのサービスを式場様の商品としていただくことで、売り上げ拡大や、式場様への集客拡大にもつながると考えています」と野村氏。現在はモニター導入される式場を募集するキャンペーンも行なっている。

新型コロナウィルスの影響を経て、ウエディング業界も、新たな生活様式への対応が迫られている中で、式場の今後の方向性を決める新たなツールとして、WeddingLiveの導入を検討してみたいかがだろうか。

WeddingLive (ウエディングライブ) 概要

●結婚式特化型のライブ配信アプリ
 インターネット環境があれば、スマホ1台で屋内外どこからでも配信ができる。招待状に記載された招待URLは暗号化されており、URLを受け取ったゲストのみが参加可能。クレジットカード決済機能もあるので、事前でもライブ配信中でもご祝儀はキャッシュレスで決済できる。

●利用料金
 導入金額は式場の状況に合わせて応相談。

< CORPORATE DATA >

(株) WeddingLive 設立：2019年10月31日 本社所在地：〒150-0031 東京都渋谷区桜丘町24-8 新南平台マンション303
 【WeddingLive サイト】https://weddinglive.co.jp 【メール問い合わせ】info@weddinglive.co.jp

野村 壮耶
 Shota NOMURA
 福岡県久留米市出身。明治大学卒業後の2016年に(株)博報堂に新卒入社。営業職としてTVCMやデジタル広告を中心に、アプリケーションクライアントなど複数社のマーケティングコミュニケーション領域を担当。クリエイティブ局に異動後もさまざまなデジタルを起点としたコミュニケーションプランニングを経験。19年、個人事業主として独立し、女性向けクリエイティブキャリアスクールを展開するSHE(株)にてチーフプロデューサーも務めた。20年10月より現職。