

注目の業界人インタビューVOL27 ザ・ホスピタリティチーム（株）代表 船坂光弘氏連載第3回独立起業とウエディングプランナー教育の現場

Posted By [ブライダルビズネット編集部](#) On 2011年12月30日 @ 00:03 In [アイテム](#), [コンサルタント](#), [ジャンル](#), [ニュース](#), [プランナー](#), [マネージャー](#), [企業・人](#), [会員限定](#), [全国](#), [担当](#), [特集](#), [経営者](#) & [管理職](#) | [Comments Disabled](#)



ツイート 0

業界をリードするプロフェッショナルに聴く！VOL27

ザ・ホスピタリティチーム株式会社

代表 船坂 光弘氏



ザ・ホスピタリティチーム株式会社 代表。

Essentials&COMPANY株式会社 取締役。長野県松本市出身、1969年1月12日生 日本大学工学部卒。1991年、長野県松本市のランドマークホテル、ホテルブエナビスタにオープニングスタッフとして入社。フロント、販売、バンケット、企画、宴会予約などホテルの様々なセクションを経験。2004年、ブエナビスタの大きな変革となったリボーンプロジェクトではリーダーを務め、ハード、ソフトの両面で大きく改革しブエナビスタのブランド確立に貢献した。そのプロジェクトで発足したブライダル専従のブライダルチームの支配人としても、287組と落ち込んでいた婚礼を、翌年には451組に激増（単年組数増全国第2位）。その後も、社内プロジェクトを6チーム立ち上げ、コーチ役として社内の活性化、スタッフのモチベーションアップに貢献。ブライダルでは現場主

義を貫き、プレイングマネージャーとして12年間従事し、業界にも精通している。現在は、ホスピタリティを軸としたコンサルタントとして、プランナーの教育研修やホテル・式場でのコンサルティングを展開。特にスタッフ力やチーム力を最大化させながら成果を導く手法には定評がある。また、ブライダルに留まらず、ホテルやブライダルの経験で得たホスピタリティを、様々な業界の、接客やサービスに生かす研修やコンサルティングを全国で展開している。<http://www.thehospitalityteam.jp/>

連載第3回 独立起業とウエディングプランナー教育の現場

そういう受け手としての様々な経験をされて、船坂さんはブエナビスタを辞められて、ザ・ホスピタリティチームという会社を起業、今度はコンサルティングをやる側になったわけですが、その立ち上げの経緯を教えてくださいませんか？

自分の中で道は2つあって、1つはこのままブエナビスタでずっと一生いるという選択肢と、当時から気になっていたプランナー教育関係の仕事をしていくという2つの選択肢です。

40歳までに道を決めようと思っていました。ですが、その道を決めるのが少し早まったのは、やはりブライダルへの想いです。

ホテルマンはいろいろな部署への異動があります。当時ブライダルにもう12年もいましたからそろそろ異動の時期にもなっていたんですが、まだブライダルに未練がありましたし、もっとブライダルを突き詰めたいという想いが強くなっていきました。

突き詰めたいというのは、先ほどのマネジメントの話ですが、疲弊していたメンバーがプラ

ン・ドゥ・シーの力で蘇る。自分で結果にコミットして、自ら勝手に走り出すのを目の当たりにして、やはりチームの力を最大化することって、凄いことだという強い思いが芽生えてきたんです。

業界ではプランナーが疲弊してモチベーションが上がらず、うまくいかない話ばかりしか聞こえてこないの、そういう人がもっと輝くことができれば、輝ける人が増えて、そんな人に接客されるお客様ももっと輝けるんじゃないかという思いが強くなり、その気持ちがどんどん高まってきました。

それで、無理を言って退職をさせていただいて、起業したのです。

なるほど。今、実際にプランナー教育をする側になって、他社を見て感じられることもあると思うんですが、いかがですか？

やっぱりそれぞれの式場で全然違うんですよね。組織も違うし、リーダーとスタッフのあり方も違うし、意思決定の仕方も違う。まあこんなに違うものなのかと、驚きました。

私自身、ずっとひとつの会社にいましたから、元の企業しか分からないじゃないですか。ですから、いろんな企業にお邪魔すると、いろいろ見えるものがあります。そこで、やっぱり自分の持っている型に当てはめようとしても駄目だと思いました。

いまコンサルティングに入られている企業はどのくらいあるのでしょうか？

レギュラーで入っているのは6会場です。その会場も、全部違いますね。ですから、自分の持っている型に当てはめて成果を出そうと思っても、成果は出ません。

成果を出す為には、自分がどういう立ち位置で、その式場のどんな期待に応えたら成果に結び付くかということを最優先で考えます。

私自身、プランナーから支配人になり、今は経営者でもあるので、それぞれの気持ちや思いが分かっているつもりです。そこで、私の持っているやり方やノウハウを押しつけるのではなく、それぞれの想いを尊重しながら橋渡し役をしながら、それぞれのサポートするやり方が、一番成果を出す上では大切だと思っています。

今、多くの会場でウエディングプランナーの勤務年数が短く、そのため若年化が進んでいますよね。成約率などの目標達成も厳しいこともあって、抱える悩みも多いようですね。

まずプランナーというのは、基本的にハードな仕事だと思うんです。

朝早くから夜遅くまで、土日は必ず出勤しますし、しかも結果を求められます。またちょっとしたミスが大クレームになって、精神的に追い込まれる部分もあります。

そういう意味では、大変な仕事だと思うんです。ウエディングプランナーは基本的に、そこを受け入れる、受け止めるだけの力がないと務まりません。

そういう力を得るためには、やはりブライダル業界の先輩である私たちが、この仕事をしている意義をもっとしっかり伝えていかないといけないと思うんです。

長くこの仕事をやっている人が比較的少ない業界だからこそ、意義を伝えたり、マインドを見てあげられる人が少ないですし、上司も忙しいから、部下をメンテナンスできていないところも沢山目にします。

そういう意味でも、私がブライダルビズネットのゼミなどで意義やマインド、お客様との向き

合い方を伝えてきたつもりですし、これからも伝えていきたいと思っていますのです。

ウエディングプランナーというのは、本当にすごい仕事をしているんだということを、しっかり伝えたいし、プロとしてどうあるべきかということをもっと意識してもらいたい。

いつも、いい健康な状態で接客するのもプロとして当たり前のことだし、3割バッテリーになるのもプロとしては当たり前です。ブライダルのプロとしてやっていく気持ちの持ち方であるとか、想いの持ち方だとかっていうことは、意識をして伝えているつもりです。

だからその分、長く続けて欲しいですね。プランナーをゼロから育てるのは、すごく大変なことですから。やはり、経験のある人を大事にしていくことで、安定したクオリティの高いものが生まれてくると思うんです。

極端な話、プランナーの入れ替わりが激しいこともそれはそれで人件費がいつも安くて済むという考え方もありますが、そういう考え方をしていくと、どこかでブライダル業界が疲弊してしまいます。使うだけ使って、疲れて辞めてく人はじゃあ、はい、さよならじゃ・・・。

一方で、行くところで「誰かいいプランナー居ない？」ってよく聴かれるんですよ。だから、質の高いプランナーは足りていない。なりたい人は沢山いるんだけど、いざ現場側はできる人が欲しい、そんな感じじゃないですか。

それは確かにどこでも言われますね。

だから、業界の課題としては、プランナーのキャリアビジョンをどう作っていけるかということもあります。

ベテランになると、マネジメントに行くか、プランナーのまま続けるかということになってくるんですが、マネジメントに行く人はキャリアアップしていけるんだけど、一方で「新郎新婦の幸せな顔を見ているだけで幸せ」といった現場でずっとやりたいという人も沢山居るわけです。

そういう人たちのステージを、これからどう作ってあげられるかっていうことが大事だと思いますね。

老舗の専門式場さんでは実際に50代、60代のベテランのプランナーも居るわけですし、ホテルでも、産休後に復帰するママさんプランナーも徐々に増えてはきてる感じはあり、変わってきている感じはありますからね。

確かに経営者側でも、できるプランナーさんが帰ってきてくれるほうがいいという話もありますね。

そうですね。産休などで休む女性が帰って来やすい環境を作ることが大事ですね。プランナーをどう生かせるかが、これからのキーになると思います。

一方で、フリープランナーとしてプランナーを続ける人も増えてきてはいるけれど、頼む側からすれば、個人に頼むのはまだ怖いという問題点もあります。

ですから、そういう人たちを有効に活用できるような業界が取組みもできるといいですね。ノウハウはあるわけですから、育児などでフル勤務はしなくても、月1組から2組の担当でしたらお客様の都合に合わせたプランニングは十分できると思いますし、どこか違う業界でパート勤務するよりも人財の有効活用にもなります。

そんな仕組みや労働環境を生み出す仕掛けを弊社としても考えています。例えば、プランナー

の居ないレストランや旅館など色々な所でブライダルをやりたいんだけど、ノウハウがないということで困っている施設から沢山相談を受けます。

そういう場所から委託されてウエディングプランナーとしてお手伝いすることも実際増えていきますので、そういった場所で、月数件のプランナーをやってもらう事も有効な人財活用だと思います。

そういった施設をブライダルで活用することは、その施設の収益の改善だけの効果ではなく、そこで働いているスタッフの皆さんもすごくモチベーションが上がるんですね。

花嫁を見るだけでもそうだし、一生に一度の特別なお料理を提供することだって、普段のそのレストランや旅館のサービスとは違う非日常的になるわけです。だからそういった意味でも意義があると思っていますのですね。

結婚の与える意味は、新郎新婦やそれに参列されているゲストの皆さんが幸せになることももちろん大切なんですが、そこに携わるスタッフや、見ず知らずの人たちにその幸せな姿を見てもらうことなど、もっと広い意味でウエディングが与える幸せはたくさんあると思います。

※次週2012年1月6日（金）へ続く 次回は第4回「できるウエディングプランナーの条件」をお届けします。

船坂光弘氏のインタビュー第1回目はこちらから。 <http://bridalbiz.pbe.jp/genre/26354>

第2回目は<http://bridalbiz.pbe.jp/genre/26354>

インタビュー・西尾久美 / 1968年生まれ。プラスビーが運営するブライダルビズネット編集長及びプラスビーネットワークマガジンの共有版編集長を兼任。関西大学社会学部マスコミュニケーション学科卒業後、1990年ぴあ株式会社入社。関西広告部、ぴあ関西版編集部で営業・編集に携わり、1998年けっこんぴあ関西版の事業立ち上げに参加。けっこんぴあ関西版マネージャー、編集長を経て、2008年(株)プラスビーへ。現在に至る。

Article printed from ブライダルビズネット: <http://bridalbiz.pbe.jp>

URL to article: <http://bridalbiz.pbe.jp/genre/26696>