

The PROFESSIONAL WEDDING

[ウエディングプランナー サポートマガジン]

No.74

AUTUMN (SEP-NOV) 2022

5 From the Publisher 「やっぱりウエディングの仕事が好き」 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)八芳園 古川 恵子さん

10 連載「オモイがカタチに変わるトキ」
(株)LANDRESS 大江 千紘さん

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「誰かの幸せにつながるエシカルウエディング」

16 総論 エシカルウエディングで幸せの循環を作ろう

18 『ethica』 大谷 賢太郎氏

20 (株)エスクリ 種村 陽子氏

22 (株)CRAZY 永野 真梨氏

24 マイプリント(株) 都築 雅幸氏

26 (株)ワールドサービス 葉山 泰子氏

28 新連載「エシカルウエディングのすすめ」

THINKS 石井 なお子さん / (株)サンブノナナ 尾崎 ななみさん

32 連載「誰かの運命の一着が生まれるまで」

(株)UNO Design 代表 宇野 雄一

34 TOP INTERVIEW

(株)ワールドサービス 取締役社長 茶谷 圭祐氏

38 GOOD WEDDING AWARD 2022 受賞者インタビュー

グランプリ受賞(株)aedam 仁藤 奈甫子さん

準グランプリ受賞(株)エスクリ 佐藤 彩香さん

— SKILL UP —

46 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」

(株)テイクアンドギヴ・ニーズ ヒルサイドクラブ迎賓館札幌

鈴木 祥太さん

48 連載 有賀明美の「失敗から学ぶ、ワンランクアップの自分へ」

VOL.5:「先が見えないときこそ視点を変える勇気を」

(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

50 連載「信頼を得るコミュニケーションメソッド」

レッスン2: 信頼を得るための絶対条件

(株)エスプレシーボ・コム 代表取締役 安東 徳子

52 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2回: 新規接客の成功の秘訣は“課題の発見”にあり

Coco style WEDDING フリーウエディングプランナー 荒井 さやか

54 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2回「当日を見てヒアリングを“答え合わせ”する」

ERISAEKIWedding ウエディングプランナー 佐伯 エリ

56 連載「ウエディングと音楽のチカラ」

Vol.23: BGM 打ち合わせの基礎力を上げよう

フリーランス・ウエディングプランナー 岡村 奈奈

58 連載「支配人とプランナーのためのWEB集客講座 part2」

第14回: Instagram & オウンドメディアにおける体験者レポートの
効果的な活用法

SoZo (株) チーフコンサルタント 武田 昌幸

— CAREER —

60 連載「THE PROFESSIONAL～ドラマは現場で起こっている」

(株)インプレッションフローラ 取締役 紺野 菜津美氏

62 連載「両立 WOMAN」

第73回: 広島エアポートホテル&フォレストヒルズガーデン

前原 彩香さん

65 連載「ココロとカラダの保健室×美人化計画 For Wedding WOMAN」

東京ミッドタウンクリニック 産婦人科専門医 松永 恒伊先生

— REPORT —

66 連載「WORLDWIDE WEDDING」

第71回: エチオピア連邦民主共和国

68 データ「データから見るブライダルビジネス」

第67回: 男女共同参画社会の結婚・家族

72 TOPICS

78 INDEX OF PERSONS

81 新設・リニューアル施設情報 ベストブライダル

82 連載「うちのイチ押し料理」 (株)プラス ヴェルミヨンバーグ名古屋

副支配人 岩永 楓さん

料理長 長瀬 博志氏

84 連載「人気ドレスの愛される理由」

第5回: Bee's Knees DRESS BOUTIQUE 山田 友紀さん

表紙の花嫁: (株)八芳園 古川 恵子さん / 撮影: ar-photo

エシカルウェディングで 幸せの循環を作ろう

2015年9月に、国連総会で「2030年までに達成すべき持続可能な開発目標（SDGs）」が採択されたことを機に、政府は基盤整備を推進。大手企業を中心に経営方針に織り込まれることも増えています。学校教育にも取り入れられているため、若い世代にとってエシカルは当たり前のことであり、今後の取り組みに対する期待も高まっています（グラフ参照）。

今回の特集では、ウェディングにエシカルの要素を実際に取り入れている企業の事例を紹介しながら理解を深め、新郎新婦への効果的なアピールや、企業業績への寄与について探ります。

エシカルの基本的な考え方

エシカルとは何で、どう判断すべきかについては、THINKS 代表・スタイリストの石井なお子氏が前号のディレクターズインタビューで説明した言葉が分かりやすいので、最初にご紹介したいと思います。

石井氏によると、エシカルとはSDGsの12番目の目標「つくる責任 つかう責任」に直結している概念です。とはいっても、難しく考えなくても「誰かの幸せのためにになっているか」、「地球環境に配慮しているか」のどちらかに当てはまっていれば、SDGsの目標のいずれかに当てはまると考えれば分かりやすいとのこと。つまり、環境保全や社会貢献といった、多くの人が大切だと思えることと考えればよいでしょう。

「誰かの幸せのためにになっているか」という判断基準について、もう少し具体的に考えてみましょう。

今号の石井氏の連載『エシカルウェディングのすすめ』では、生産者の幸せにつながる事例を紹介しています。詳細は記事をお読みいただくとして、商品やサービスの作り手・担い手も、幸せを享受すべき誰かに含まれる点がポイントです。

（株）エスクリでは自社独自のESG活動を、全社を挙げて行ない、引き出物や会場デザインにもエシカルを取り入れてい

ます。同社ブライダル事業本部営業企画部部長の種村陽子氏にお話をお聞きすると、ESGはスタッフの働きやすい環境作りにも寄与していました。従来から職場環境の改善に力を入れた同社ですが、さらに業務連絡・事務作業の効率化や評価基準にまで広げ、現場プランナーからは『ずっと頑張ってきてよかった』との声が聞けるようになったとのこと。

自社の働き方を見直すことも、誰かの幸せにつながっている。エシカルに倫理的という意味があるからこそ、私たちの経済活動とは決して無縁のものではないのです。

エシカルな好循環を考える

エシカルな企業になると、エシカルなウェディングとどうつながるのか？ 次にご紹介するのは、マイプリント（株）の事例です。同社ではバナナペーパーを使用したペーパーアイテムを商品化しましたが、ここではペーパーの仕入れ先であるパートナー企業について、婚礼事業本部婚礼営業企画部商品企画課課長・都築雅幸氏の談話を引用します。

「エシカルに配慮したパートナー企業がいること、原料の仕入れ先がエシカルであることも、自社の取り組みの一つになり得ます」（今は接点があなくても）伝統技術の保護に積極的なメーカーの商品を仕入れることならできます。パートナー

企業の取り組みを手助けすることで、間接的にエシカルにつながるわけです」

都築氏は、連鎖する社会のどこかで、自分たちもよい循環に加わることもエシカルの一つだと説明しています。エシカルウェディングを志向するカップルも、よい循環に加わりたいと思うからこそ、エシカルなウェディングを希望するので

す。大切なことは、エシカルなアイテムのみでウェディングを完成することではなく、どういった面が新郎新婦やゲストのエシカルにつながっているのかを伝えること、といってもよいのかもしれません。

やめる＝エシカルという誤解

エシカルというと、何かと「やめる」への連想につながりがちなのは、エシカルに対する誤解の一つです。

今回、エシカルに関する識者として、WEBマガジン『ethica』の大谷賢太郎編集長にお話をお聞きしました。同誌は2013年からエシカルについて発信している媒体です。同誌のコンセプトは『私によくて、世界にイイ。』。このコンセプトを掲げた理由について、大谷氏は次のように説明しました。

「社会に対してよいことをしているだけでは、持続可能ではありません。（中略）自分が好きだと思うものを買って、その背景に人や環境に対する配慮が含まれて

いる方がエシカルの必要十分条件が満たされるのです。そうでなければ、人間がない方が環境には一番いいということになってしまう。私がやりたいのはそこではない。

ですから、エシカルを取り入れるには、業界のビジネスになるのかも大事なポイントです」

そもそも、SDGsの重要キーワードの一つに「持続可能」があります。「誰かを苦しめずに、無理なく続けられる」と捉えると分かりやすいかもしれません。大谷氏は、「好きなものでなければ続けられない」、「無理をすると結果的に無駄になる」と言い、だからこそビジネスが成り立つことが重要であると説明します。

よい循環を作って長く続けていく。よく考えるとこれは、ウェディングとも共通した考え方です。私たちはウェディング当日だけを作って終わりではありません。その後の結婚生活を末永く持続可能にするために、おふたりのウェディングのお手伝いをしているのですから。

大切なことを残せば クオリティも単価も下がらない

（株）CRAZYが2019年2月にオープンしたIWAI OMOTESANDのウェディングでは、各卓の装花や席次表、料理内容に関する打ち合わせがありません。これらは会場の采配に任せられ、結果的に装花や紙資源などの廃棄を減らすことにつながっています。ですが、エシカルが最大の目的ではありません。「あくまでおふたりの負担を減らし、その分だけゲストのことを考える時間に充ててもらうためです」と、同会場ブライダルマネージャー・永野真梨氏は話しました。

この取り組みで負担を軽減した分、おふたりにはゲスト一人一人に向けての手紙を書いてもらうことに集中してもらっています。その結果、事後アンケートではほとんどのカップルが「あの手紙がよ

かった」と回答するほど好評とのこと

です。また、大谷氏や都築氏が指摘しているように、エシカルな商材は往々にしてハイコストです。「ペーパーアイテムはゲストの手に渡る大切なものだからこそ、1枚当たり50円高くなっても、バナナペーパーを選ぶ」という新郎新婦もいます。

今回の特集では、デザイン性の高いエシカルなアイテムをご紹介します。エシカル＝安い、見劣りがする、クオリティが低いというのは大きな誤解であることも、今回の特集を機に読者の皆さんに知っていただきたいことの一つです。

エシカルは幸せのお裾分け

世の中はエシカルに向かって進んでいます。物事が世の中に広がり当たり前になると、もはやそれは選ばれるための差別化にはなりません。選ばれずに淘汰されるためのふるいになります。

ウェディングにおけるエシカルとは何か。それは企業の姿勢そのものです。

石井氏は長年、ウェディングで廃棄が多いことに心を痛めていました。しかし、今回ご紹介する（株）ワールドサービスの100%再生可能なテーブルクロス『eterble』のリリースを知り、諦めずにエシカルウェディングを勧め続けることを決めたそうです。

また、『eterble』の開発・リリースにあたっては、社員に浸透させるために啓蒙活動を行ない、その結果、社員の意識もモチベーションも高まっていると同社執行役員の葉山泰子氏は語りました。エシカルは働く人の待遇面だけでなく、モチベーションにも関わるのです。

「エシカルとは、幸せのための循環作りに加わること」と考えれば、どのような事業形態でもできることが必ずあります。そこに取り組み、新郎新婦へ発信する。新郎新婦に使ってもらうことで、効果が少しずつ波及して、世の中が幸せな方向へ向けて変わっていく。

新郎新婦の幸せのお裾分けの一つにエシカルが加わったら、幸せな世の中が待っているように思いませんか？

産業別エシカル消費取り組み度・期待度

（株）電通「エシカル消費意識調査2020」より



各業界の棒グラフのうち、緑部分はすでにエシカルな取り組みを行なっている印象の大きさを、グレー部分は今後もっと取り組むべきという印象の大きさを示している。グレーは今後の取り組みに対する期待の大きさと捉えてもよいだろう

オモイが カタチに 変わるトキ

Chihiro Oe

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。

D.T.さん&V.W.さん

CONCEPT: たった一夜の唯一無二のおもてなし

KEYWORD: サステナブル、ローカライズ

THEME COLOR: グリーン&ホワイト

【ふたりの想い】

別荘のある北海道のニセコに海外からゲストを招き、豊かな自然とお気に入りのワイン、音楽を楽しんでもらうウエディングパーティーを希望。ゲストは、それぞれの世界で活躍し、多忙を極める方ばかり。だからこそ、自然に身を委ねながら、果てしなく広がる空の下で新鮮な空気を吸い、思い切りリラックスしてもらいたい。そして、北海道ならではの雄大な風景に溶け込むように、唯一無二のリアルな体験と一緒に感じてほしい。



〈お話を伺った方〉

株式会社 LANDRESS

代表取締役/ウエディング&イベントプランナー

大江 千紘さん

広告代理店に勤務した後、中国を拠点に世界を旅して周るというダイナミックな生活を送ってきた大江千紘さん。ウエディング業界に足を踏み入れたのは、自身の結婚式がきっかけだったそう。

「結婚式の舞台は、ふたりの出身地でもある北海道を選びました。ゲストの多くが海外からの出席。彼らに私たちが生まれ育った北海道の魅力をたっぷり楽しんでもらいたくて、羊蹄山を望むニセコでアウトドアウエディングを行ないました」

式の内容以上に大江さんがこだわったのは、ゲストに式以外の時間でも北海道の魅力を堪能してもらうこと。

「お薦めの食事やアクティビティ、観光スポットなどを紹介する“旅プラン&マツ

ブ”をゲストに配りました。式を通じて北海道のファンになってもらえたらなど。もはや、気分は新郎新婦というより観光大使(笑)」

ゲストからは想像以上に大好評。「もちろん私たち自身も大満足。その時、その場所でしか味わえない体験を大切な方たちと共有する。それって、なによりのぜいたくなことだと思うんです。しかもその体験が地域活性化につながるのであれば、いいこと尽くし。そこで、ウエディングという切り口で自然との触れ合いの場を作りながら、北海道をはじめ日本の魅力を発信していきたいと考えようになり、LANDRESSを立ち上げることを決めました」

大江さん自身が英語、中国語に長けていることもあり、依頼の大半が外国人。「台湾、香港、マレーシア、シンガポール、オーストラリア、アメリカ……。世界各国の方から依頼を頂いています。私の場合、日本でのウエディングプランナー経験がないのですが、かえてそれもよかったのかなど。一般的な“正解”を知らないからこそ、会場選びから一日の流れ、演出など、



すべてが型通りにならず唯一無二。オリジナルを求める外国人からのお申し込みが多いのもそのせいだと思います」

今回紹介する夫婦も香港人カップル。ニセコに別荘があり、自分たちがほれ込んだ土地の魅力をゲストにも楽しんでもらえる結婚式をしたいと考えたときに大江さんの存在を知り、コンタクトを取ってきたそう。「予算の上限はなし。ゲストは全員海外から来て、中にはプライベートジェットでやってくる方もいるほどのセレブリティ。そんな話を聞いたら、どれだけ期待値が高いのかと思い、こちらの力も入りますよね」

LANDRESS^o
wedding

「人が自然と関わるきっかけを創る」ことを目的とし、北海道をはじめ、日本各地の厳選された自然を舞台に完全オリジナルのデスティネーションウエディングをプロデュース。インパウンド需要回復も視野に入れ、旅好き・自然を愛する世界中のカップルをターゲットとした、日本発で唯一無二のウエディングを日中英3カ国語で展開している。
<https://landress.co.jp>

大江 千紘
Chihiro OE

北海道出身。東京医科歯科大学を卒業後、大手広告代理店に入社。約3年半勤務した後、中国を拠点に世界を旅するノマド生活を送る。北海道で行なった結婚式を自らプロデュースしたことがきっかけで北海道の自然の魅力を再認識。2018年に帰国し、LANDRESSを立ち上げる。日中英トリリンガルのウエディング&イベントプランナーとして活躍。

good things

*Make the day
brighter*

38 おいしい縁起物

特別な日をより輝かせてくれるモノやコト good things。今回のテーマは“おいしい縁起物”。福を呼ぶ縁起物はどんなお祝いのシーンにも重宝されます。バリエーションも豊富にあり、日本に生まれ育ったなら一度は目にしたことがある日本古来からのモチーフもあれば、幸運をもたらす西洋のラッキーモチーフまでさまざまにあります。それをお菓子にして口福まで引き寄せるかわいい縁起物たちを

ご紹介。瓢箪のシルエットをしたチョコレート、招き猫の姿をした最中の中にさらに縁起物が詰まった目にも楽しい縁起尽くしの和菓子、幸運のシンボル四つ葉のクローバーをモチーフにした洋菓子。起き上がりこぼしの姿がなんと愛らしい最中は包みのデザインまで縁起がいいです。どれも笑顔がほころぶ贈りもの。お祝いのおすそ分けに喜ばれる引き菓子としてもお勧めです。



ひょうたんショコラ／東京會館
<https://www.kaikan.co.jp>



サンドムーン／円果天
https://www.mistore.jp/shopping/brand/foods_b/001390.html



招き猫／山海堂
<https://shop-sankaido.com>



加賀八幡 起上もなか／金沢うら田
<https://urata-k-store.shop-pro.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シーンの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』（マーブルブックス）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 : tomoco_mano / Twitter : @mano_tomoko / URL = <http://gift-code.jugem.jp>