

Bridal Coordinator Text Expert

ブライダル コーディネーター テキスト
エキスパート
第4版

BIA 公益社団法人日本ブライダル文化振興協会

目 次

I ブライダルコーディネーター概論

第1章 ブライダルコーディネーター業務 10

- 1 ブライダルの企画提案に必要な要素
 - 〈1〉プロフェッショナルスタンス 「ウエディングに
対する姿勢」
 - 〈2〉顧客理解
 - 〈3〉ウエディング設計
 - 〈4〉専門性
 - 〈5〉プレゼンテーション
- 2 ブライダルセールス
 - 〈1〉新規セールスと成約後セールス
 - 〈2〉ブライダルコーディネーターはセールスパーソン
 - 〈3〉ブライダルセールスの予算管理
- 3 クロージングと成約
 - 〈1〉クロージング
 - 〈2〉成約
- 4 打合せ業務
- 5 オペレーション（施行）
- 6 当日までの業務フロー
- 7 当日までのカップルのスケジュール

第2章 ブライダルビジネスのコミュニケーション..... 20

- 1 社内コミュニケーション
 - 〈1〉上司・部下・同僚
 - 〈2〉社内他部署との連携
 - 〈3〉一貫担当制と分業制
- 2 社外コミュニケーション
 - 〈1〉カップルへの対応
 - 〈2〉親への対応
 - 〈3〉ゲストへの対応
 - 〈4〉パートナー企業・関連企業への対応
 - 〈5〉持込業者への対応
- 3 印象づくり
 - 〈1〉第一印象の重要性
 - 〈2〉身だしなみ → スタンダード参照
 - 〈3〉立ち居振る舞い → スタンダード参照
 - 〈4〉言葉づかい・話し方
- 4 接客用語と敬語 → スタンダード参照

第3章 ブライダルビジネスにおけるホスピタリティ..... 34

- 1 ホスピタリティとサービスの違い → スタンダード参照
- 2 ブライダルビジネスで重要なホスピタリティ

II コーディネーター業務（新規）

第1章 新規にかかわる指標 40

- 1 新規に関わる指標
 - 〈1〉来館数
 - 〈2〉成約率
 - 〈3〉値引き率
 - 〈4〉即決率・戻り成約率
 - 〈5〉解約率
- 2 解約
 - 〈1〉解約理由
 - 〈2〉解約料

第2章 来館前 47

- 1 資料請求・問合せ・見学予約への対応
 - 〈1〉資料請求時の対応
 - 〈2〉問合せへの対応
 - 〈3〉見学予約への対応
- 2 紹介来館
 - 〈1〉ブライダルエージェント経由の送客
 - 〈2〉自社で結婚式を挙げたカップルからの紹介
 - 〈3〉自社の結婚式に参列したゲストからの紹介
- 3 来館前情報を新規接客につなげるプロセス

第3章 カップルの来館時対応 54

- 1 来館時の対応
 - 〈1〉予約客への対応
 - 〈2〉直接（アポなし）来館
- 2 来館キャンセル時の対応
 - 〈1〉電話での来館キャンセルの対応
 - 〈2〉メールでの来館キャンセルの対応
 - 〈3〉無断キャンセル（連絡なし）の対応
- 3 アンケート
 - 〈1〉アンケートの設計
 - 〈2〉アンケート回答の方法
- 4 スケジュール説明
 - 〈1〉スケジュール説明の目的
 - 〈2〉説明する内容
 - 〈3〉説明のポイント
 - 〈4〉スケジュール説明トークの具体例
 - 〈5〉応用（状況別対応）
 - 〈6〉NG 例

第4章 アイスブレイク 66

- 1 アイスブレイクの目的
- 2 アイスブレイクのポイント
- 3 アイスブレイクの具体例

第5章 ヒアリング（内覧前） 71

- 1 来館動機のヒアリング
 - 〈1〉来館動機のヒアリング

〈2〉 来館動機の種類	〈3〉 内覧時のヒアリングのポイント
〈3〉 自社への係留効果を高めるトーク	〈4〉 内覧時のヒアリングのタイミング
2 アンケートに基づく予定・イメージのヒアリング	〈5〉 ヒアリングの具体例
〈1〉 予定時期・日取りに関するヒアリング	3 試食
〈2〉 予定人数に関するヒアリング	〈1〉 試食の目的
〈3〉 挙式スタイルに関するヒアリング	〈2〉 試食時の基本姿勢
〈4〉 結婚式場選びで重視するポイントに関するヒアリング	〈3〉 試食時のプレゼンテーションポイント
〈5〉 結婚式のイメージに関するヒアリング	〈4〉 試食時のヒアリングポイント
〈6〉 予算に関するヒアリング	第8章 新規プランニング 123
〈7〉 その他のポイント	1 自社の強み・アピールポイントを整理する
3 競合会場のヒアリング	2 カップルが重視する自社特性を見極める
〈1〉 競合会場ヒアリングの目的	3 ウエディングの重視ポイントによるポジショニング
〈2〉 ヒアリングの基本質問	4 自社特性とポジショニングの照合
〈3〉 競合情報から読み取るポイント	5 自社特性を活かしたシーンの提案
〈4〉 競合会場の印象や評価をヒアリングする	6 コンセプトとハイライトシーンの立案
〈5〉 競合会場に一貫性がない場合の対応	〈1〉 コンセプト立案
〈6〉 競合ヒアリングの注意点	〈2〉 ハイライトシーンの立案
4 親や親族の意向のヒアリング	第9章 日程 137
〈1〉 ヒアリングの重要性	1 時期・日程ヒアリング（希望や条件の把握）
〈2〉 ヒアリングのポイント	〈1〉 ヒアリングする項目
5 パーソナルヒアリング	〈2〉 ヒアリングのポイント
〈1〉 ヒアリングの目的	〈3〉 質問例
〈2〉 ヒアリング項目	2 日程プレゼンテーション（日程の価値化）
〈3〉 ヒアリングのポイント	〈1〉 プレゼンのポイント
〈4〉 提案へのつなげ方	〈2〉 具体例
第6章 新規プレゼンテーション 100	〈3〉 避けるべき伝え方
1 例えの活用	3 日程マッチング（最適解への導き）
2 プレゼンテーションのステップ	〈1〉 マッチングのポイント
〈1〉 タイトル	第10章 見積書 140
〈2〉 ニーズ	〈1〉 見積提示の目的
〈3〉 実現策	〈2〉 見積提示の基本姿勢
〈4〉 ニーズと実現策の再確認	〈3〉 見積書説明ポイント
〈5〉 裏付け	〈4〉 具体的な説明例
〈6〉 行動喚起	〈5〉 見積提示時のヒアリング
第7章 内覧（会場案内）・試食 108	第11章 課題整理と解決策の提示 143
1 内覧時のプレゼンテーション	1 課題整理
〈1〉 内覧時のプレゼンテーションの目的	〈1〉 課題整理の目的
〈2〉 内覧時のプレゼンテーションの基本姿勢	〈2〉 よくある課題（不安・懸念）
〈3〉 プレゼンテーションの構成	〈3〉 課題整理の進め方
〈4〉 具体的なプレゼンテーション例	2 解決策の提示
〈5〉 プレゼンテーションのポイント	〈1〉 解決策提示のポイント
〈6〉 固有名詞を用いたプレゼンテーション	〈2〉 具体例
〈7〉 挙式会場・披露宴会場の案内	第12章 クロージング 146
〈8〉 付帯設備の案内	1 クロージングとは
2 内覧時のヒアリング	2 クロージングのポイント
〈1〉 内覧時ヒアリングの目的	第13章 仮予約 148
〈2〉 内覧時のヒアリングの基本姿勢	1 仮予約

〈1〉 仮予約の目的	
〈2〉 仮予約のポイント	
〈3〉 仮予約後のフォロー	
2 仮予約キャンセル	
〈1〉 仮予約キャンセルの主な理由	
〈2〉 仮予約キャンセル時のヒアリングのポイント	
〈3〉 真因の捉え方	
〈4〉 振り返りと改善	
第14章 新規アフターフォロー	152
1 連絡方法の確認	
〈1〉 メール	
〈2〉 電話	
〈3〉 SNS	
2 アフターフォローの内容	
3 再来館	
〈1〉 再来館の仕組みづくり	
〈2〉 再来館時	
第15章 成約手続き	155
1 契約内容の確認	
〈1〉 感謝と信頼の表明	
〈2〉 契約内容の確認	
〈3〉 成約の成立について	
〈4〉 申込金（内金）について	
〈5〉 キャンセル・変更について	
2 成約手続き → スタンダード参照	
3 施行担当者への引継ぎ → スタンダード参照	
4 ペーパーワーク → スタンダード参照	
5 トラブル・クレーム防止 → スタンダード参照	

III コーディネート業務（打合せ）

第1章 成約後ヒアリング	160
1 成約内容の確認	
2 必須ヒアリング項目	
3 プランニングに必要なヒアリング	
第2章 成約後プレゼンテーション	167
1 商品・サービスの提案	
〈1〉 コラージュの提案	
〈2〉 会場レイアウト	
〈3〉 進行台本	
〈4〉 メニュー	
〈5〉 見積書	
2 成約後セールス	
〈1〉 高付加価値提案の機会	
〈2〉 高付加価値提案の手法	
3 ケーススタディ	
第3章 成約後プランニング	175
1 ウエディングの意味と意義	

〈1〉 紹介型	
〈2〉 感謝型	
〈3〉 祝福型	
〈4〉 親睦型	
2 ふたりのためのウエディングコンセプト	
〈1〉 連想型	
〈2〉 類似型	
〈3〉 変換型	
〈4〉 組合せ型	
〈5〉 拡張型	
3 コンセプト共有の重要性	
4 コンセプトの可視化	
〈1〉 コンセプトの言語化	
〈2〉 シンボルで表現する	
〈3〉 色で表現する	
〈4〉 フォント（書体）で表現する	
5 当日の進行	
〈1〉 結婚式と披露宴の違い	
〈2〉 当日の進行の考え方	
〈3〉 挙式の進行・演出	
〈4〉 プレパティーの考え方	
〈5〉 写真撮影の考え方	
〈6〉 披露宴の進行・演出	
〈7〉 アフターパーティーの考え方	
第4章 打合せと手配業務	189
1 打合せと手配業務	
〈1〉 打合せ	
〈2〉 手配業務	
2 挙式	
3 衣装	
〈1〉 新郎新婦の衣装	
〈2〉 家族・親族の衣装	
4 フラワー	
〈1〉 手配スケジュールとフローリストとの連携	
〈2〉 持込みの場合	
〈3〉 お開き後	
5 美容	
6 フォト・ムービー	
7 ペーパーアイテム	
〈1〉 招待状	
〈2〉 席札	
〈3〉 席次表	
〈4〉 メニュー表	
〈5〉 その他	
8 料理・飲物	
〈1〉 料理	
〈2〉 飲物	

- 〈3〉 ウエディングケーキ
- 9 引出物・引菓子
- 10 司会・音響・照明
 - 〈1〉 司会
 - 〈2〉 音響
 - 〈3〉 照明
- 11 音楽
 - 〈1〉 選曲
 - 〈2〉 著作権
 - 〈3〉 生演奏
- 12 演出
- 13 宿泊
- 14 アフターウエディング

IV 当日業務

- 第1章 当日業務（オペレーション）とは 216
 - 1 当日の現場業務
 - 2 ブライダルコーディネーターの動き（一例）
 - 3 当日のアクシデントへの対応
- 第2章 当日業務における関係者との連携 219
 - 1 新郎新婦とのコミュニケーション
 - 2 両家親族とのコミュニケーション
 - 3 ゲストとのコミュニケーション
 - 4 会場スタッフとのコミュニケーション
 - 5 外部パートナーとのコミュニケーション
- 第3章 当日の持込品の確認と返却 222

V ブライダル市場

- 第1章 ブライダル市場の規模と特性 224
 - 1 ブライダル市場の規模
 - 2 市場の推移
 - 〈1〉 人口の将来予測
 - 〈2〉 婚姻件数および婚姻率
 - 〈3〉 平均初婚年齢
 - 〈4〉 離婚件数および離婚率
 - 〈5〉 再婚件数および再婚率
 - 3 ブライダル業界の1年
 - 4 海外ウエディング市場
 - 〈1〉 海外挙式のスタイル
 - 〈2〉 人気エリアと特色
 - 5 国内リゾートウエディング市場
 - 6 インバウンドウエディング市場
- 第2章 ブライダルの業種・業態 236
 - 1 ブライダル会場
 - 2 ブライダルの宗教施設
- 第3章 ブライダルの職種 237
 - 1 司式者

- 〈1〉 神父、牧師、チャペルアテンダント
 - 〈2〉 神主、巫女
 - 〈3〉 僧侶
- 2 ドレススタイリスト
- 3 ヘアメイクアップアーティスト
- 4 カラリスト
- 5 ブライダルエステティシャン
- 6 フラワーデザイナー
- 7 テーブルコーディネーター
- 8 バンケットサービス
- 9 司会者
- 10 音響照明スタッフ
- 11 ブライダルミュージシャン
- 12 フリープランナー
- 13 フォトグラファー・ビデオグラファー

第4章 集客チャネル 241

- 1 自社サイト
- 2 結婚情報サイト（ポータルサイト）
- 3 口コミ（クチコミ）サイト
- 4 SNS（ソーシャル ネットワーキング サービス）
- 5 情報誌・フリーペーパー
- 6 イベント
- 7 ブライダルエージェント（結婚式場紹介所）
- 8 紹介

VI 経営管理

第1章 マネジメント業務 244

- 1 ブライダルビジネスにおけるマネジメント
 - 〈1〉 マネジメントとは
 - 〈2〉 マネジメントの基本機能
 - 〈3〉 マネジメント業務の範囲
- 2 ブライダル商品の特徴
 - 〈1〉 高額商品
 - 〈2〉 未体験商品
 - 〈3〉 消滅商品・一回商品
 - 〈4〉 皆異（かいいい）商品

第2章 人材育成と組織づくり 251

- 1 初期段階の人材育成
 - 〈1〉 専門知識教育
 - 〈2〉 スキル教育
 - 〈3〉 意識教育
- 2 中期段階の人材育成
 - 〈1〉 専門知識教育
 - 〈2〉 スキル教育
 - 〈3〉 意識教育
- 3 マネージャー候補者の人材育成
 - 〈1〉 専門知識教育

〈2〉スキル教育	
〈3〉意識教育	
4 マネージャーの人材育成	
〈1〉専門知識教育	
〈2〉スキル教育	
〈3〉意識教育	
第3章 ブライダルマネージャーの役割	256
〈1〉交渉・連携	
〈2〉広報	
〈3〉営業	
〈4〉苦情対応	
第4章 顧客マネジメント	259
1 顧客マネジメントとは	
2 生涯顧客の育成とは	
第5章 計数管理	261
1 売上管理	
2 原価管理	
3 損益計算	
4 売掛金・買掛金	
5 年間売上の目標（予算）の算出	
6 年間目標（予算）の管理	
第6章 マーケティング戦略	269
1 マーケティングのステップ	
〈1〉顧客ニーズの把握	
〈2〉顧客のニーズに合致する商品開発	
〈3〉見込み顧客への商品告知	
〈4〉顧客による商品購入	
2 マネージャーが知っておきたいマーケティング手法	
〈1〉STPマーケティング	
〈2〉3C分析	
〈3〉SWOT分析	
〈4〉マーケティング・ミックス	
第7章 商品企画	277
1 パッケージプラン	
2 カスタムプラン	
3 自社オリジナル演出	
第8章 集客のためのプロモーション	280
1 マルチメディア戦略	
2 クロスメディア戦略	
3 メディアミックス戦略	
4 ブライダルフェア企画	
〈1〉ブライダルフェアの目的と変遷	
〈2〉カップルにとってのブライダルフェア	
〈3〉ブライダルフェアの企画のステップ	
〈4〉ブライダルフェアの内容	
〈5〉ブライダルフェアの集客方法	
〈6〉ブライダルフェア当日	
第9章 接客コントロール	286
1 接客コントローラーの意義	
2 接客コントローラーの役割	
第10章 ペーパーワーク	288
1 企画書	
2 報告書	
3 稟議書	
4 始末書	
第11章 リスク管理（リスクマネジメント）	294
1 訴訟系リスク	
〈1〉知的財産権に関するリスク	
〈2〉個人情報漏えいのリスク	
〈3〉スタッフの業務遂行上のミスによるリスク	
2 労務系リスク	
第12章 コンプライアンス	298
1 コンプライアンスの重要性	
2 マネージャーが知っておくべき法律	
〈1〉消費者契約法	
〈2〉労働基準法	
〈3〉取適法（中小受託取引適正化法）【旧：下請法】	
〈4〉著作権法	
〈5〉景品表示法	
〈6〉暴力団対策法	
3 約款	
4 食品衛生	
〈1〉ブライダルコーディネーターの衛生対策	
〈2〉食中毒の知識と予防	
5 個人情報の取り扱い	
6 SNSの取り扱い	
第13章 トラブル対処	310
1 トラブルの種類	
〈1〉結婚式当日までのトラブル	
〈2〉結婚式・披露宴当日のトラブル	
〈3〉結婚式後のトラブル	
2 クレーム対応の基本	
〈1〉クレームの種類	
〈2〉クレーム心理	
〈3〉クレーム事例と対処法	

【教材提供】

株式会社エスプレシーボ・コム 安東徳子

【取材協力】

一般社団法人 日本カラリスト協会

株式会社ビューティトップヤマノ

株式会社マイプリント

株式会社明一美

株式会社ブライト

弁護士 増渕勇一郎

【改訂協力】

目白大学短期大学部 杉浦康広

ウエディングプランナー 岡村奈奈

VIVACE st 衣川雅代

2018 年 4 月 1 日 初版発行

2020 年 11 月 22 日 第 2 版発行

2023 年 3 月 17 日 第 3 版発行

2026 年 7 月 15 日 第 4 版発行

書 名 Bridal Coordinator Text Expert ブライダルコーディネーターテキスト エキスパート

監修・発行 BIA 公益社団法人日本ブライダル文化振興協会

〒104-0028 東京都中央区八重洲 2 丁目 10 番 12 号 国際興業第二ビル 6 階

TEL.03-6225-2611 FAX.03-6225-2616

URL <https://www.bia.or.jp/> E-mail: info@bia.or.jp

編 集 株式会社エディットプラネット

ISBN978-4-9910055-3-4
C3063 ¥4800E



定価：5,280円
(本体4,800円+消費税480円)



BRIDAL INSTITUTIONAL
ASSOCIATION