

Profile 長谷川 卓史 (TAKASHI HASEGAWA)

生年月日 1963年10月16日 千葉県千葉市に生まれる。
 第1種大型店 総合家具販売会社の三代目として育ち、中央大学商学部で、経済を学びその後経営の道を進む。
 30歳を迎える頃、商売の方向性として、商品を在庫して売る商品販売から、ノウハウやサービスを売るメンバーを中心とする商売に切り替えるべき、と判断し、当時も関わっていた、ブライダル事業に注力するようになる。
 大学時代に習得したアナウンス技術を生かし、婚礼司会者の道を極めるべくプロダクションに所属し経験と実績を積み2000年に株式会社ハセガワエスティとして、ブライダル専門会社を設立。司会部門、音響部門、映像部門を連動させることにより、更に満足度の高い結婚披露宴を生み出すことに成功。現在司会部門は、年間1万組を超える司

会件数を受注。国内最大手に成長した。
 長谷川自身も現場に立ち沢山の新郎新婦と共に新しい披露宴を創り出している。「婚礼の中で、一番身近に新郎新婦やご家族ご列席の皆様と触れる結婚式の司会者。新郎新婦の生い立ちから当日までのドラマ、家族愛や、師弟愛、友情など、様々な歴史に直接ふれ、また、それをパーティの中でまとめ上げていく事が司会者の仕事です。それは、生きた本物のドラマ。時代が変わり、流行が移り、ニーズが変わっても、変わらないものが、それぞれの中にある愛情です。
 ニーズをとらえ新しい司会を進めていくのも司会者。時代を経ても変わらないものをとらえ、司会をしていくのも司会者です。」



▲披露宴での音響の果たす役割はますます重要度を増している

「司会コメントのこのタイミングでこんな音楽をこんな風に入れて、映像はこう…」といったように、新郎新婦からの要望は確実に細かく、そして高度になっています。そうしたことを一組ずつしっかりと作り込んでいくためには、お客様の結婚式に対する思いをはじめ、たくさんのお客様を企業の側が知っておく必要があり。その点で、司会者としての役割は披露宴の打ち合わせを重

「例えば、両親が忙しく、お祖母ちゃんにもつばら育ててもらったという情報があつたとしますね。新郎新婦から提出されたプロフィールにはそんなことは入って来ませんよ。司会者がヒアリングして情報を得るわけですね。この情報を受けて披露宴のどこかで必ずお祖母ちゃんをクローズアップした方がよいだろうという話になる。あるいは映像を作る際にもお祖母ちゃんを必ず入れた方がいいですよと新郎新婦に提案ができる。披露宴当日は映像にお祖母ちゃんが出てきたらそこでストップモーションにして、数分間お祖母ちゃんの好きな曲を流して、司会者がお席までインタビューに行く、といった具合にコラボレーションの演出アイデアがどんどん湧いてくるわけです。」

「そう考えると司会者の役割は演出プランを練る上でも大きいですね。」

「だから映像を作るにも音楽を流す上でも、もっと司会者を中心にしながら取りまとして、ひとつの方向性を持って行くことが出来るのではないかと考えています。司会者が吸い上げた情報によって映像や音響とのコラボレーションはもちろんです、それぞれのアイテムをグッとまとめて披露宴自体を新郎新婦が思い描いている方向へ持って行くことが可能になると思えます。そしてそれが、まさにムニールコンセイユというブランニングのできる司会者の果たすべき役割なのです。」

「3つの分野を1社に任せていただくことで、普通に会社だけを担当してはわからない情報が逆に入ってくる場合もあります。音響や映像の担当者もお客様と打合せをするので、司会が吸い上げていない情報も中には出てくるのです。」

「当社では以前から司会以外に音響や映像にもこだわりをもつて事業展開してきました。例えば結婚式のBGMといえは決められたパッケージからセレクトする時代が続いていましたが、音響担当者も新郎新婦が直接打ち合わせをしてBGMを決めていくという形を当社は業界でいち早く始めました。通常は音響使用料にオペレーター料金も含まれていますが、あえてオペレー



▲司会者にとっても音響との連携はもはや不可欠



司会・音響・映像を一体的に連動させることで披露宴の感動を最大化する「Do-Re-Mo」を推進

ハセガワエスティ・エスティビジョン 代表取締役会長 長谷川卓史氏

ブライダルMCで新境地を切り開いたハセガワエスティがグループ全体として次に挑むのが、司会・音響・映像を一体的に連動させることで披露宴の感動を飛躍的に高める、名付けて「Do-Re-Mo」事業だ(右下参照)。
 一般には別々の会社が分業で手掛けることが多いブライダル演出の3分野を、ハセガワエスティおよびグループ内の映像制作会社であるエスティビジョンの2社が統合的に受けることで、各分野間の連携を緊密にすると同時に、ブライダルMCが持つカップルの情報を共有することで、きめ細やかでより高度な演出を求めるユーザーニーズに応え、ウェディングの全体価値を高めていこうという取り組みだ。
 すでにこの3分野を一体的に同社に委託し、高い顧客満足を実現する会場の事例も出てきている。司会者を扇の要として音響・映像がタッグを組む新しいプロジェクトのスタイルは、ブライダル演出に新たな革命を起こす予感さえ感じさせる。
 今回の「フォーカス・ザ・カンパニー」では、長谷川卓史会長と阿久津五代子社長という二人の経営者へのインタビューを通して、同社が新たに展開を始めた司会・音響・映像を三位一体で融合させたブライダル演出の可能性や同社躍進の秘密を明らかにしていく。

以前から司会以外に音響や映像にも深いこだわり

「ムニールコンセイユ。」
 これは今から10数年も前にハセガワエスティが唱えた新たなブライダルMCのスタイルを表す造語である。同社では早くから、単なる喋り手ではない、総合プロデューサーとしての司会者を中心に据えた新しい結婚式の可能性に着目してきた。
 ブライダルは元来、分業制が強いビジネスである。餅は餅屋よろしく、披露宴の現場を彩る司会、音響、映像についてもそれぞれのパートナー企業が別々に担当するのが通り相場であり、それが専門性を高める手立てだとも思われてきた。
 だが、カップルのこだわりがますます強まる中で、より高度な演出効果を生み出すためには、各ジャンルが本格的な連携を実現することが不可欠であるという考え方が、昨今、ホテル・式場の間で改めてクローズアップされている。
 ハセガワエスティが現在力を入れる「Do-Re-Mo」プロジェクトはそのひとつの解を示すものとして注目される。

「司会・音響・映像を三位一体で連動させよう」という御社の取り組みは、以前から唱えている「ムニールコンセイユ」を発展させたものにとらえて良いのでしょうか？」

二人が思うこだわりや感謝の気持ちを披露宴当日に関わる司会・音響・映像が一体となり、ストーリーを作り上げていく。重要アイテムが3本の矢となって連動することで、結婚式の“感動最大化”を実現する取り組み。

全国の婚礼会場およびブライダル映像会社から引き合いが殺到！
エステビジョンの映像制作

ブライダル映像制作	思い出の写真を使って披露宴を演出するオープニング映像、プロフィール映像、エンディングムービーなどを制作。写真素材を使用した映像であっても、静止画を静止画にとらえず、モーショングラフィックスと組み合わせ、音楽とシンクロしたインパクトのある映像を作ることが可能。フルオーダータイプの制作にも対応している。
記録映像	新郎新婦とゲスト、司会・音響・披露宴に関わるすべての人で作り上げる空間を、ただ記録するのではなく「作品性を持たせた映像」というコンセプトで、二人にとって生涯の宝物となる作品をひとつひとつ丁寧に制作する。1920×1080フルHD撮影・編集によるブルーレイの作成から、SDでの撮影・編集によるDVD作成など幅広く対応。
ブライダルフェア	フェア来場カップル向けに会場コンセプトを分かりやすく伝える映像や、フェアのテーマに合わせた映像制作などでも全国各地のホテル・式場から多くの依頼を受けている。フェアでの上映用の他、Web用やサロンでのイントロダクション映像など様々な用途に合わせた制作に対応している。
PA	ライブ・コンサート・発表会・イベントにおける音響プランおよび機材の設営・オペレート・音源制作・録音・収録。それぞれのステージを豊富な経験と高い技術を持ったPAエンジニアが対応する。また、ライブイベントの収録、撮影～記録DVD作成までトータルでサポートすることも可能。
コラボレーション	司会・音響・映像が一体になっていることにより「二人の情報や具体的なこだわりポイント」を事前に共有でき、二人の求める瞬間を記録することが可能となる。また、記録された映像をハセガワエステの司会・音響分野の教育に役立てることができ、これにより披露宴全体の質的向上を継続的に図ることができる。

例えば新婦が退場でお母様にエスコートしてもらった時に流れる曲が、実はお母様が結婚された頃に流っていた曲であるとか。司会、音響、映像を1社で任せていただいている場合は、お互いに情報共有する中で「そんな情報があるんだ」と新たな発見もあります。ですからこれからの司会者は当日のオペレーションで中心となる以外に、新郎新婦や会場側担当者、さらには音響、映像、写真、美容など各分野の担当者から情報を集めては、その連携の中心役を担うことも重要な仕事ではないかと感じています」

司会、音響、映像の一体感や融合が結婚式の精度を高める

「そうした連携は会社が別々の分業スタイルでは難しいのでしょうか。」

「結婚式の精度を高めるには司会、音響、映像の一体感や融合を高いレベルで実現することが必要です。それを他社との間で実現するのは、やはりハードルが高いのではないかと私は感じています。なぜかというと、互いにダメ出しをしなくてはいけないからです。連携するもの同士がきついことも指摘して、遠慮なく要求し合える関係であるかどうかはすごく大事な点です。パートナー企業同士とは言え、別企業であれば、考え方は様々です。要求し

すぎてしまうのは、難しいのではと思っただけです。やはり同じグループ内できちんと理解し合った中で要求しあつていくことが一番の近道だと思えますね」

ブライダルフェア向けやブライディング用の映像制作依頼が増加

ハセガワエステの「DORR M」事業の一角を担うのが、グループの映像制作会社であるエステビジョンだ。ブライダル映像会社として新郎新婦向けの挙式・披露宴の記録映像やオープニング・エンディングなど各種ムービー制作ももちろん行いが、近年、引き合いが増加しているのが、ホテル・式場からのブライダルフェア向けやブライディング用の映像制作依頼だ。

また同時にその編集力やデザインセンスが評価され、同業者でもある各地のブライダル映像会社からも彼らが自社商品として販売するブライダルムービーのフォーマット制作依頼も相次いでいる。

そしてここでもやはり、グループの中核であるブライダルMCからのフィードバックが新商品開発や競争力を磨く上で大いに機能しているのだという。

「エステビジョンにホテル・式場やブライダル映像会社からの引

き合いが増えているそうですね。人気の理由は何でしょう？」

「まず編集が今のお客様ニーズを的確に捉えているという点ですね。映像商品は見て感じるものだから、お客様が『オシャレだな』『カッコいいね』と感じるキャッチな部分がないと難しい。業界向けの展示会に出ると、全国の映像会社から『編集を買いたい』という依頼が数多く寄せられます」

「編集を買う、というのは具体的にどのようなことですか。」

「各地のブライダル映像会社が自社の商品ラインナップを作りますよね。その商品のベースを作るタイミングで当社に依頼をいただくんです。要は最初にフォーマットを当社で作って、あとは各社がそこにはめ込んで運用していく。商品を季節ごとに変えるとか、ラインナップを見直したりバリエーションを増やしたいといった機会に依頼をいただくような格好です」

「ホテル・式場向けの外販ではどのような依頼が多いですか。」

「例えばフェア用のプロモーション映像を作って欲しいといった仕事は多いですね。提携している映像会社はあるが、このクオリティのものは作

れないからと当社に依頼をいただくんです。フェアで試食しながらご覧いただく映像とか、模擬披露宴でその会場のブライダルに対するコンセプトを伝えるための映像とか。あるいは新規来館時に会場がセッティングされていない時のために、会場紹介用の映像を作るといったケースもあります。都内の外資系ホテルではホテルのスピリットやコンセプトを映像化して新規来館者にまずご覧いただくという映像も作成しました。昨今、ブライディングという面からも各会場ともこうした映像をととても重要視されています」

「加えて、これがビジネスとして有望かなと感じているのは、新設の会場で1年先、2年先に立ち上がるがまだ建物もないという段階で、その会場の想いを映像で伝えるというアイデアです。従来はせいぜいパス止まりですすね。それを例えば会場のバックグラウンドやヒストリー、コンセプト、こんな思いでブライダルを作っていくのだという決意やアイデアを10分くらいの映像で紹介するというのは、すごく需要があると思います」

「この頃は様々な映像を大画面でご覧になっているので、色の具合など

クオリティ面にも皆さんとても敏感です。映画でも大作映画とB級映画では風合いが違うじゃないですか。あるいは自分で撮ったホームビデオの映像などはなんとなく薄っぺらく見えてしまいますよね。同じようにブライダル映像でも大画面で観る程、その違いが鮮明に出てくるんです。ですから当社でもクオリティを高めるために、実はテクニカルな処理をたくさん施しています。米国の大きな映画会社が作った映像は奥行きがあり黒がぐっつしまっている。あれはまさにテクニカルな工程があるんですよ」

常に現場で感じて次に求められるものを模索

「映像商品においてもやはり司会者からのフィードバックが大きいとのことですね。」

「商品クオリティが高く保たれているのはそれが大きな理由だと思えます。司会の打合せを通じてお客様がどんなものを望んでいるか、今のトレンドはどうか、あるいはそれを80人のパーティーで観た時にどう感じたか、お客様はどんな反応だったか、こんなものがあるといいんじゃないかなど、司会の立場からの提案が非常に生かされているんです。司会者は商売柄、会場が盛り上がるのか、本当に感動しているのかを常に感じていますから、映像につ

いてもクールに判断しています。ですからグループ内でダメ出しもずいぶんありますよ(笑)」

「お客様の声から生まれた商品もあります。新婦のお父様がたくさん映像をホームビデオで撮っていてその映像を披露宴で流したいけど膨大な量があるからどうしたものかと相談された時に、じゃあ当社で編集しますよ、ということでも生まれた商品。今どきの子供達には多くの映像があります。それを上手くチョイスしてプロフィールビデオに入れ込んだり、もしくは3分くらいで編集してあげたり。「実はこれは新婦のお父様がずっと小さい頃から撮っていてくださった映像なんです」と披露宴で紹介するとお父様も喜ばれます。あとは凄くこだわった新郎新婦だと自分達がプロポーズした場所でもう一度再現映像を撮りたいといったケースもあります。映画のように入場時にオープニング映像として流したいと言われて、現場に行き行ってロケをしました。これは会場にとって単価もすごく上がります」

「やはり現場にいられていることがすごく大きな意味を持つんですね。」

「雪を降らせる演出やドライアイズなど、昔ながらのダイナミックな演出に最近また人気が出ていますよね。そうしたお客様の变化を現場で感じる意味でも、現場力は大事です。そ

の現場から一番情報を吸い上げるのが司会者。だから司会者にとってどんな新しい商品アイデアが出てきて、それをまた当日まであげられるのも司会者なんです。本当に、全て現場にある。と思いますね。私も現役で司会を担当していて毎週のように新たなことを感じます。当社の司会者の誰もが常に現場で感じて次に求められるものを模索していることが、一番の強みなのだと思います」

「考えてみれば当社は司会も映像も音響も全て後発なんです。例えば私が司会として独立した頃、すでに大きな事務所はいくつもありません。だからその中で当社ができるのは今まで他社がやっていないこと。そして業界に不足していること。そうした新しい感性が今のマーケットでも引き続き求められていると感じています」

HASEGAWA S.T. (司会・音響)
株式会社ハセガワエステ

ST VISION (映像)
株式会社エステビジョン

〒107-0062
東京都港区南青山4丁目26番2号3F
TEL 03-5766-9066/FAX 03-5766-9060
URL: <http://www.hasegawa-st.com> (ハセガワエステ)
<http://www.st-vision.jp> (エステビジョン)

マニュアルに頼らず、その場の空気を自分で感じ、
自分の言葉で伝えるというのが当社のスタンスです

ントをさりげなく挟むわけです。そのように空気を読みながら場を作っていく司会者は当社の最も得意とするところだ。

「テレビを見ていると時々思うのですが、当社のMC陣でテレビの生番組を作ったとしたら、そ、みのもんたさんより上手いと思いますよ（笑）。よくスタジオに拍手をするための観客を入れたりするじゃないですか。うちのMCチームならそんなサクサクを用意しなくても、自然にお客様と盛り上げられる。それくらいに皆、場を作ることが得意なんです」

—阿久津さんご自身もかつてMCとして現場に立たれていました。

「自分の経験も踏まえて、気持ちを入れることも大切にしています。花嫁の手紙や花束贈呈で泣くような司会者はプロじゃないという人もいますが、当社では逆です。実際に涙を流すかどうかはともかく、そうした感動の場面で泣けないようでは気持ちの入れ方が足りないかと指導しています。MCをしていた当時、一番うれしかったお客様からの言葉があったんです。ある披露宴で終盤にすごく感動的なシーンがあり私自身も自然に涙が出たんですね。すると終宴後

に列席していた若者が私に「あなたのような人がこの仕事をやるべきですね」と言ってくれたんです。お客様と同じ気持ちで一体となれる人という意味には受け取りました。自分がやってきたことが間違っていないか、たと思えて、すごくうれしかったことを覚えています」

—御社の司会者にはセリフの入った台本はないそうですね。

「セリフが一言一句書かれたものを読み上げるようなことは一切しません。セリフを決めると心が入らない借り物の言葉になってしまふんです。マニュアルに頼らず、その場の空気を自分で感じ、自分の言葉で伝えるというのが当社のスタイルです。なぜなら披露宴には実に様々な状況があるからです。例えば暑いな時期にゲ



▲合格率8%の難関を突破した後も常にレベルアップが求められる

「複数の司会事務所が横並びで会場と契約した場合、果たしてお客様の方をしっかりと向いて仕事をする事ができるだろうか。受注が欲しいあまり、つい会場担当者の方を向いてしまい、お客様満足という本質が横に置かれるような状況を作りたくないというのが1社契約を重視する理由です。同時に、司会者に対しては当社専属という形で帰属意識を持ち、その

結果、契約している会場のお客様に対して責任を持ち仕事をすることが出来るのです」

**採用面接の合格率は8%
研修や本番チェックも頻繁に**

ハセガワエステの前身は1908年創業の老舗家具店である。桐職人として皇室に御用を収めるほどの名門だったが家具店の淘汰が進む中で、モノを売る商売に限界を感じ、今から約15年前にちょうど浸透し始めたオリジナルウェディングの波に着目して、人やアイデアといったソフトで勝負できるブライダルMCのビジネスに転身した。前述した「専属」へのこだわりは、当時、海外製の安い家具が広まる中で最後まで国内の職人が作る本物にこだわり続けた同社の「仕事の品質」に対する強い思い入れと通底するものを感じる。

—御社の司会者として採用されるのは相当な狭き門だそうですね。

「面接者の合格率は8%程度です。三次面接まで行い、一次は見た目やマナー、アナウンス力などを、二次は人間性や性格を見極めます。見た目がよく喋りが上手であれば合格させる司



有力ホテル・人気式場がこぞって 単独契約するブライダル司会(MC)・ 音響・映像の急成長企業

ハセガワエステ 代表取締役社長
阿久津 五代子 氏

ウェディングの価値向上が業界全体の課題として強く意識される中、披露宴現場における総合コンダクターともいえる司会者(ブライダルMC)の役割がいま改めてクローズアップされている。新郎新婦およびゲストの満足度を高める上で、司会者の良し悪しは会場の評価を大きく左右する要素となるからだ。そうした状況下において、ザ・リッツ・カールトン東京やシャングリ・ラホテル東京など名だたる外資系ホテルをはじめ人気会場のアニヴェルセルなどがこぞって専属提携しているのが、ハセガワエステ(東京都港区)である。手掛ける披露宴の件数は今年年間約1万組にも達している。長谷川卓史会長のインタビューでも語られたように近年では音響や映像の領域でも充実ぶりが目覚ましく、ブライダル総合演出企業として格別の存在感を放っている。ブライダルMCのリーディングカンパニーとなり、更に進化し続ける同社の取り組みと、優れたMC陣を育む企業風土について阿久津五代子社長に聞いた。

人々のあたたかい気持ちを引き出すことが司会者の役割

カップルがプランナーと何ヶ月間の打ち合わせを積み重ねて作り上げる披露宴。しかし、その披露宴が感動的で素晴らしいものになるか否かの最終的な鍵は、実は司会者が握っているといっても過言ではない。司会者が良い披露宴は往々にして素敵な披露宴になり、その逆もまた然りだ。

それくらいブライダルMCの仕事は重要な役割を担っており、勝ち組と呼ばれる会場ほどその重要性をよく認識している。提携先を主力本位で吟味し、そのクオリティにも常に厳しいチェック目を光らせている。

そして、そうした有力会場の多くが提携先に選んでいるのが、ハセガワエステという会社なのだ。しかも同社の場合、1社専属という形で契約を結んでいる。いったい同社の何が有力会場をひきつけているのだろうか。

—業界を代表する有力ホテル・式場が御社を司会のパートナー企業として選ばれる理由は何だとお考えですか？

「ブライダルMCの仕事とは、2時間半から3時間の披露宴の中で、その場にいる人々の中に

ある、あたたかい気持ちを引き出すことだと思ふんです。その「あたたかい」をすごく自然に引き出せることが当社の持ち味だと考えています。私達は「いい司会者だったね」といわれるより「とてもいい披露宴だったね」といわれることを常に意識しています。司会者が上手かったことが話題にならないくらいに一体感のある披露宴。「あの司会者上手いね」と言っていただけのも嬉しいんですが、それはむしろ当社にとってベストではなく、「いい披露宴だったね、今日は何か違うね」となって、ちょっと分かる人が「司会者次第だね披露宴って」と言ってくれる。それが当社の理想です。あくまで黒子に徹しながらそれぞれのシーンでお客様が自然に拍手を贈りたくなるような空間を作りだし、全員のあったかい気持ちを引き出すという役割です」

—そのためにどんなことを心がけているのですか。

「例えばキャブテンから合図が来る前に場をあたためておくというのも私達の仕事です。合図が来たら喋るというただの進行役ではなく、次に行われるシーンについてゲストの「あったかい」を引き出すためのコメ



◀ 沢山の研修を行い人材のレベルアップを図っている

「仕事は上手くいくのに家庭では上手くいかないというのはサービス業ではありえないと思うんです。一流の

「仕事は上手くいくのに家庭では上手くいかないというのはサービス業ではありえないと思うんです。一流の

「結婚・出産後も働く女性を会社として全力でサポート」
 今では東京本社で約150名、西日本エリアで約50名のMCが所属する同社だが、結婚や出産後も仕事を続けている女性司会者が多いのもまた特徴だ。会社側でも社員向けの託児所を設けるなど、女性が輝ける職場作りを積極的に支援している。そしてなんと、同社で働き出すと恋人ができて結婚したり、長年子供ができなかった女性が子宝に恵まれたりというケースが多いのだという。

「仕事は上手くいくのに家庭では上手くいかないというのはサービス業ではありえないと思うんです。一流の

「仕事は上手くいくのに家庭では上手くいかないというのはサービス業ではありえないと思うんです。一流の

「会社もそうした女性達を積極的にバックアップしていますね。」
 「多くの女性司会者が子供を産んでも復職してくれています。手塩にかけた人材は当社としてもかけがえのない財産ですから、託児所を用意するなど戻ってきやすい環境を作っています」



▲ 斉藤桃子取締役(プライダルMC)

「私も子供がいますが会社が継がせる気はまったくありません。会社は社員のもの。同族企業にする気はありません。私達の後は10歳くらいずつ次の世代にバトンタッチしていこうと考えています。次の社長もまた10年したら10歳下の世代にバトンを渡すというようにリレーしていくイメージです。グループ会社で映像を手掛けているエステ

「私も子供がいますが会社が継がせる気はまったくありません。会社は社員のもの。同族企業にする気はありません。私達の後は10歳くらいずつ次の世代にバトンタッチしていこうと考えています。次の社長もまた10年したら10歳下の世代にバトンを渡すというようにリレーしていくイメージです。グループ会社で映像を手掛けているエステ

「結婚式がもつと盛大に行われるように、さらなる価値創造や仕組み作りをしていかなければならないと考えています。同時に当社では結婚相談所の「STORY」を運営しています。が、婚姻組数自体を増やしていくことにも貢献していきたいと考えています。それから、やはり女性が多い会社ですので、仕事を通して輝き成長したいと考えている女性を全力でサポートしていきたいと思っています」

「結婚式がもつと盛大に行われるように、さらなる価値創造や仕組み作りをしていかなければならないと考えています。同時に当社では結婚相談所の「STORY」を運営しています。が、婚姻組数自体を増やしていくことにも貢献していきたいと考えています。それから、やはり女性が多い会社ですので、仕事を通して輝き成長したいと考えている女性を全力でサポートしていきたいと思っています」

HASEGAWA S.T.

株式会社ハセガワエステ

〒107-0062 東京都港区南青山4丁目26番2号3F

TEL 03-5766-9066

FAX 03-5766-9060

URL: http://www.hasegawa-st.com



▲ 同社の女性は輝き美しくなるという

「社内では資格制度を設けていて2級・1級・特級と3段階ありますが、司会の場合は2級を取得しなければデビューはできません。研修にはどこにも負けないくらいに力を入れています。個人研修ではそれぞれが認識している課題についてマンツーマンで指導します。司会者の場合、個性に合わせた研修をしないと逆に良い部分をつぶしてしまうこともあるんです」

「入社後の教育はどのように？」
 「社内では資格制度を設けていて2級・1級・特級と3段階ありますが、司会の場合は2級を取得しなければデビューはできません。研修にはどこにも負けないくらいに力を入れています。個人研修ではそれぞれが認識している課題についてマンツーマンで指導します。司会者の場合、個性に合わせた研修をしないと逆に良い部分をつぶしてしまうこともあるんです」

「入社後の教育はどのように？」
 「社内では資格制度を設けていて2級・1級・特級と3段階ありますが、司会の場合は2級を取得しなければデビューはできません。研修にはどこにも負けないくらいに力を入れています。個人研修ではそれぞれが認識している課題についてマンツーマンで指導します。司会者の場合、個性に合わせた研修をしないと逆に良い部分をつぶしてしまうこともあるんです」

「何年選手になろうが必ず本番の司会をチェックする機会を設けるように、さらなる価値創造や仕組み作りをしていかなければならないと考えています。同時に当社では結婚相談所の「STORY」を運営しています。が、婚姻組数自体を増やしていくことにも貢献していきたいと考えています。それから、やはり女性が多い会社ですので、仕事を通して輝き成長したいと考えている女性を全力でサポートしていきたいと思っています」

「何年選手になろうが必ず本番の司会をチェックする機会を設けるように、さらなる価値創造や仕組み作りをしていかなければならないと考えています。同時に当社では結婚相談所の「STORY」を運営しています。が、婚姻組数自体を増やしていくことにも貢献していきたいと考えています。それから、やはり女性が多い会社ですので、仕事を通して輝き成長したいと考えている女性を全力でサポートしていきたいと思っています」



▲ 自慢大会や様々なコンテストを行っている