

～法人マーケット開拓に役立つ～

結婚式場

34

業種別リスクマネジメント対処法

ARICEホールディングスグループ

<http://www.arice-aip.co.jp>

株式会社A.I.P 代表取締役 松本 一成

◆株式会社A.I.P

平成20年7月に営業を開始。法人マーケットに対するリスクマネジメントを切り口とした提案や独自の制度に基づく支店展開によって業容を拡大している。現在は全国に2法人営業部、19支店、10オフィスを持ち、損害保険約25億円、生命保険約35億円の取扱いを行う。2010年4月にはリスクマネジメントのコンサルティング及び教育等も視野に入れた総合的な組織体としてARICEホールディングス株式会社を設立し、理念を共有出来る代理店と積極的にノウハウやシステム、及びブランドの共有を進めている。

【本原稿は同社スタッフ共著】

結婚式場のリスクマネジメント

◇結婚式場の特徴

結婚式場業界の経営環境は少子化・未婚化・晩婚化で国内の婚姻件数が減少傾向にある上、結婚式場の施設数も飽和状態になり、業者間の競争は激化し、業績格差が拡大しています。しかしながら、長引く不況下においても市場規模は横ばいで推移しており、平成22年の結婚式場の市場規模は0.5%増の1兆5,160億円と推計されており、少子化で婚礼件数自体は減少傾向にありますが、1組当たりの挙式費用は増加しており、市場はプラス成長となっています。平成21年における事業所数は1,443社となっており、運営会社は式場専門業者とホテルや神社仏閣の婚礼部門とに分けられます。近年はハウスウェディングやレストランを利用する場合も多く、挙式・披露宴の会場構成比においても全体の34.4%を占めており、ホテルが31.2%、専門式場が28.3%となっています。大手が建設する結婚式場の初期投資額は1か所当たり約4億円と言われていますが、早期に受注が確定出来る前金事業であり、収益性も高いビジネスであるため、婚礼件数の確保が出来れば非常に魅力的な業界とも考えられます。しかし、参入障壁の低さから異業種からの新規参入企業が増加し、国内での競争は厳しさを増しています。また、将来的には婚姻組数、婚姻人口が減少することは明らかであり、国内の傾向としても時間やお金・労力を省いた「楽婚」というスタイルが支持される可能性もあるため、国内市場の縮小を前提に大きなマーケットを求めて海外へ積極的に進出する企業も出て来ています。

◇リスクマップの例

I ① 需要減少(少子化・未婚化等)

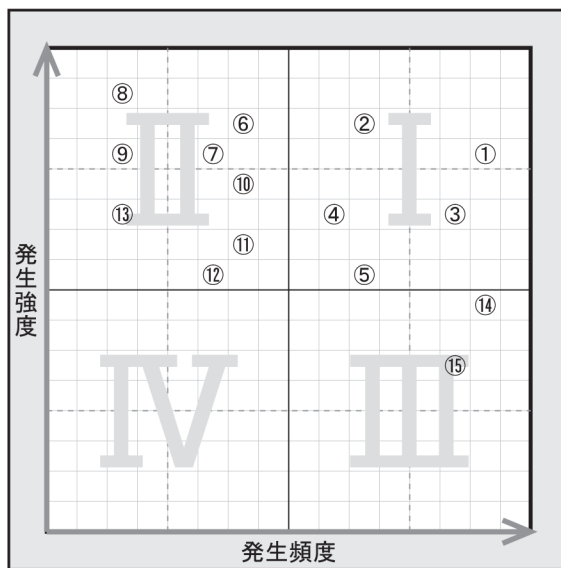
- ② 競合他社の参入
- ③ 消費者のニーズの変化
- ④ 事業戦略の失敗
- ⑤ 価格低下

II ⑥ 食中毒の発生

- ⑦ 自動車事故
- ⑧ 天災(地震・台風・水災等)
- ⑨ 火災
- ⑩ 施設に関わる事故
- ⑪ 個人情報漏洩
- ⑫ 労働災害
- ⑬ コンプライアンス違反

III ⑭ 顧客とのトラブル

- ⑮ 人材の確保・育成



◇結婚式場の特徴的リスク

業界全体が抱えるリスクとして、まず①需要減少(少子化・未婚化等)が考えられます。また、③消費者ニーズの変化が激しい業界であるため、④事業戦略の失敗が発生すると先行投資が回収出来なかったり、②競合他社の参入に対して対応が出来ないケースが想定されます。これらの変化は⑤価格低下を同時にもたらす可能性もあるため、消費者ニーズの変化は慎重に判断していく必要があります。発生頻度の低いリスクとしては、同時に多くの顧客にサービスを提供することから⑥PL事故の発生や⑩施設に関わる事故が発生した場合には巨額の損害賠償責任が発生するケースも想定されます。営業車両や送迎バス等がある場合は、⑦自動車事故による損失にも注意する必要があります。基本的には式場やチャペル、厨房や備品・ドレス等の多くの資産を持つ式場が多いため、⑧天災(地震・台風・水災等)や⑨火災が発生した場合にも巨額の損失が発生します。また、多くの個人情報を持ることになるため、⑪個人情報の漏洩についても注意が必要です。施設の所有や飲料商品等の提供に伴い多くの法規制に縛られていますが、⑬コンプライアンス違反が発生した場合には営業許可の取り消しが発生するケースもありますし、それが原因で⑭労働災害が発生した場合には巨額の賠償請求も考えられます。発生頻度の高いリスクとしては⑭顧客とのトラブルや⑮人材の確保・育成等がありますが、いずれも顧客満足度の低下に繋がりがじわじわと業績に影響が出て来ることが想定されます。

◇結婚式場の具体的リスク対策

少子化・未婚化・晩婚化による需要減少は避けて通る事が出来ない業界であること、婚礼様式のトレンドの変化や新規業者の参入が前提となる中で、如何に魅力的なサービスを提供して差別化を図るか、新しいニーズやマーケットを獲得するか、ニーズの変化に対応するために効率的な経営を実現するか大きな課題です。サービス品質による差別化としては、こだわりに対応するために質の高いウェディングプランナーを育成したり、食事や立地、料金等で差別化を図ることが考えられます。新しいニーズやマーケットへのアプローチとしては、結婚式を挙げないカップルが増加する中でそれらのマーケットを開拓したり、結婚式以外の記念日(長寿や七五三、子供の誕生会)や節目年に2度目の結婚式を行う「セカンド婚」等の需要の掘り起こしが考えられます。また、妊娠後に結婚するカップルが増加する中で、資金の準備不足を補うローンとの組み合わせサービス等も行われています。今後は効率的な経営を行うために、婚礼が週末に集中することや季節的な変動が大きいため、平日や閑散期の会場の有効活用を如何に図るかが課題となってきますし、婚礼に付随するビジネスとして結婚前の相談業や宝玉石貴金属提供、挙式・披露宴での衣装や写真事業、ハネムーン需要や新生活準備のための家電や住宅・保険事業等を取り込んだ総合プライダル企業を目指す方向性も考えられます。競争が激化する中で収益を挙げていくためには、成約率のアップや顧客単価アップに繋がる仕組み作りにも工夫が必要です。

◇結婚式場における保険活用

保険活用に関して先ず挙げられるリスク項目としては結婚式を挙げる季節が集中し、多数の来場者に対してサービスの提供を行っていることからリスクマップ番号⑥食中毒の発生が施設の所有、非所有に関わらず挙げられ、生産物賠償責任保険の提案は必須と言えます。また一度にたくさんの来場者が訪れるため、⑩施設に関わる事故では賠償金額が大きくなる可能性もあり、施設賠償責任保険の手当では不可欠です。近年のハウスウェディング等、事業者が所有していない、提携等で借りている会場での場合は請負者賠償責任保険でないと補償の対象とならないので注意が必要です。多くの事業者は式場、チャペル、レンタルドレスなどの資産を所有していることから⑨火災の発生や⑧天災(地震・台風・水災等)に対しては火災保険、地震保険を提案します。但し、地震保険についてはその立地や構造によって引受条件が保険会社ごとに異なるので注意が必要になります。送迎用のバス等を所有している事業者は⑦自動車事故に備え、自動車保険を契約していると考えられますが、特に来場者に対する保険金額を再度確認する必要があります。眺望の良い遠隔地に施設が立地している場合、マイカー通勤も考えられることから従業員の自動車保険の契約内容も把握しておきたいところです。また⑪個人情報漏洩事故に繋がる情報も多く所有することから個人情報漏洩保険も提案しておくべきです。運営にはたくさんのスタッフを要する産業であり、時間帯によっては労働者が集中するので⑫労災事故に備えて傷害保険、労災総合保険の提案は優先順位の高いものとなります。