
結婚式場業

婚姻件数の減少を背景に売上げは減少しているが、ゲストハウスを含む結婚式場（主業）は売上げ、事業所数とも伸びている。雇用は横ばい、あるいは減少で推移しているが、優秀な人材に不足感が出ている。

ゲストハウスの積極的な参入により、式場間の競合は激化している。式場の業績には二極化が見られ、施設やサービスの独自性を出し、好調を維持している事業所もある。また最近では、ホテルへの需要回帰傾向も見られる。

業界の概要

結婚式場業は、挙式場と披露宴会場を有する事業所を指し、挙式のみ又は披露宴のみを行う事業所は含まない。事業形態は、ホテル・旅館、結婚式場（主業）、共済・基金等の施設、地方公共団体からの管理運営委託施設、その他、となっている。

平成 17 年の全国の事業所数は 2,826 で、その内、ホテル・旅館で 48.6%、結婚式場業（主業）が 28.2%で、両形態を合わせると全体の約 7 割強を占める。一方、売上高は 8,911 億円であり、結婚式場（主業）が構成比 46.2%で、ホテル・旅館の 44.4%を上回る。17 年の挙式形態別挙式件数は、キリスト教式が構成比 63.8%で最も多く、次いで神前式 19.5%、人前式 12.4%となっている。また、17 年の挙式・披露宴件数は、351,055 件で、14 年と比べ 9.7%の減少となっている（経済産業省『平成 17 年特定サービス産業実態調査』結婚式場業）。

近年、ハウスウエディング（ゲストハウス）の躍進が目覚しい。これは、邸宅風挙式のことであり、洋館

など一軒家を貸し切った挙式や披露宴の形態である。

大阪の特徴

17年の大阪府における結婚式場業の事業所数は106（対14年比増減なし、対全国比3.8%）であり、従業者数は5,340人（同1.8%減、同6.0%）、年間売上高は566億円（同9.1%減、同6.4%）、挙式・披露宴件数は26,705件である（経済産業省『平成17年特定サービス産業実態調査』結婚式場業）。大阪の全国に占める地位をみると、事業所数は、東京、愛知、福岡に次いで4位、年間売上高は、東京、愛知に次いで3位である。結婚式場（主業）の事業所数は、愛知、東京、兵庫、福岡に次いで5位であり、ホテル・旅館の事業所数は全国7位である。1件当たり年間売上高は、大阪は全国平均より低く、全国平均が254万円であるのに対し、212万円となっている。

ゲストハウスは、大阪では遅れて参入が始まったが、大手運営会社の成長に伴い、5年程前には数軒しかなかったものが、近年では設立ラッシュで軒数が増え、参入が盛んである。14年と比べても、ゲストハウスを含む結婚式場（主業）の事業所数は増えている。

ゲストハウスは大阪中心部への設立が多いが、中心部から比較的遠方に立地するゲストハウスは、敷地、施設を広大にとり、リゾート感を打ち出す、自然を取り入れるなど、差別化を図っており、アクセス面でのデメリットをカバーしている。また、大手ホテルは、大半が中心部に立地しているが、ターミナル駅への近接性など、アクセス面での条件差は宿泊や料飲部門（レストラン等）ほど業績に影響しない。

需要は減少

挙式・披露宴の需要は減少しており、14年と比べる

と、全国、大阪共に年間売上高は減少している。要因として、少子化や未婚化、晩婚化による婚姻件数の減少、披露宴実施率の減少、挙式・披露宴の少人数化、などが挙げられる。ただし、ゲストハウスを含む結婚式場（主業）は、14年と比べ、年間売上高が増加している。

競合の激化

結婚式場業の事業所間競争は激化している。従来はホテルが主流であったところ、ゲストハウスの参入、海外挙式の増加、レストランウエディングの参入など、挙式・披露宴の形態が多様化しているためである。10年ほど前までは、情報媒体が少ない中、主にホテルや一般の結婚式場での婚礼が選択される傾向にあったが、近年、情報誌やインターネットの大幅な浸透により、顧客が式場を選ぶという立場に変わり、形態やサービスの多様化を推し進めている要因の一つとなっている。

こうした中、業績の明暗が分かれており、大阪で唯一、年間1,000組を超える挙式・披露宴を取り扱う好調な事業所がある一方、売上げを落とす事業所もある。

受注価格は上昇、収益は横ばい

1件当たりの挙式・披露宴価格は、市場全体としては上昇傾向にある。一般的に、ゲストハウスはオリジナリティのあるサービス提供を重視しているため、ホテルより1件あたりの挙式・披露宴価格は高いが、近年、ホテルもオリジナリティのあるサービスを提供し始めている。

収益は事業所ごとで格差があり、売上げの減少を、光熱費等のコスト削減によって補い、利益を維持している事業所がある一方、挙式・披露宴価格が上昇し、収益が改善している事業所もある。資金繰りは全体的

に問題が無い。

設備投資は横ばいか増加傾向

結婚式場業は装置産業であり、人的サービスと共に、施設面が業績を左右する。このため、施設面での新しさやオリジナリティを追及するため、各事業所とも定期的に設備投資を行っており、今後の設備投資意欲は強い。設備投資資金をプールしていくことが、結婚式場業の経営戦略上のポイントの一つとなっている。

雇用は横ばいまたは減少

売上げの減少から、全体として雇用は減少傾向にある。ただし、サービスの低下を避けるため、スタッフは削減せず、横ばいとする事業所もある。また、売上げが増加している事業所では、若年層の定着率の低さに課題を抱えており、雇用の不足感があるという。

式場の決定要因は人的サービス

式場の決定にあたっては、女性が主体となるケースが多く、ポイントは、プランナー等担当者の接客力と式場の雰囲気である。特に、担当者の接客が決め手になるケースが多い。このため、各事業所とも人材育成・獲得には力を入れており、社団法人日本ブライダル事業振興協会では、ブライダルコーディネーターの養成講座や検定などを実施している。人材へのニーズがある中、若年層は現場におけるサービス職を敬遠する傾向があり、特にここ1年ほどは、優秀なスタッフを確保するのが難しい状況にある。定着率の低さと相まって、人材育成に課題を抱えている。

サービスの独自化

売上げが好調な事業所ほど独自のサービスを打ち出している。ソフト面では、料飲はフレンチが主流の中、イタリアンを提供するケースや、花や写真のサービス

の見直しによって単価を上昇させた事業所もある。またハード面では、控室など、披露宴会場周辺の施設を充実させたり、異なるコンセプトの披露宴会場を複数有したり、というケースがある。ホテルは駐車場の整備や、宿泊等関連施設を有するなどの強みがあるが、ゲストハウスがホテルの宿泊と提携する動きもある。また、婚礼に対する独自の哲学を持って施設・サービスを提供している例がみられ、こうした事業所では、長年好調な業績を維持している。信頼されるブランドづくりを徹底し、従業員のモチベーション向上にも意識的に取り組んでいるという。

閑散期の需要喚起

結婚式場は、繁閑の差が大きいいため、閑散期の稼働率向上が課題である。需要喚起策として、ゲストハウスでは、割引を行ったり、挙式・披露宴件数が少ない分、1件当りに時間的余裕を持たせたりしている。ホテルでは、閑散期には、一般宴会の開催など、法人需要の取り込みに力を入れている。また、結婚記念パーティや、お別れ会の開催など、婚礼周辺や婚礼以外の需要喚起も鍵となる。

今後の見通し

大阪のマーケットは飽和しつつある。今後の需要動向は、横ばいか減少が見込まれており、概ね厳しいとする見方が多い。今後は参入が続いたゲストハウスの淘汰が予想され、ホテルへの需要回帰の傾向も見られる。また、一般の結婚式場も、施設をゲストハウス調に改装するケースがあり、事業形態間の垣根が徐々に無くなりつつある。このため、サービスや施設面での独自性が今後より一層求められることになる。

(福井 紳也)

結婚式場業の事業所数、従業者数及び年間売上高の推移（大阪府・全国）

		大阪		全国	
		平成14年	平成17年	平成14年	平成17年
合計	事業所数	106	106	2,853	2,826
	従業者数（人）	5,437	5,340	105,489	88,602
	年間売上高（百万円）	62,268	56,592	1,001,597	891,146
結婚式場	事業所数	27	32	698	796
	従業者数（人）	1,460	1,603	34,137	33,218
	年間売上高（百万円）	18,531	24,889	386,018	411,583
ホテル・旅館	事業所数	52	47	1,502	1,373
	従業者数（人）	3,390	3,204	60,242	45,377
	年間売上高（百万円）	39,644	26,509	534,620	395,545
共済・基金等の施設	事業所数	4	6	165	153
	従業者数（人）	307	192	4,760	4,299
	年間売上高（百万円）	1,473	3,330	40,546	37,625
地方公共団体管理運営委託施設	事業所数	6	3	63	54
	従業者数（人）	46	57	848	555
	年間売上高（百万円）	164	276	3,732	3,202
その他	事業所数	17	18	425	450
	従業者数（人）	234	284	5,502	5,153
	年間売上高（百万円）	2,457	1,588	36,681	43,192

資料：経済産業省『特定サービス産業実態調査』結婚式場業

（注）年間売上高は、結婚式場業務によるもの。

関西における挙式、披露宴・披露パーティの費用総額、披露宴・披露パーティの招待客人数（共に平均）

	費用総額	招待客人数
平成10年	264.4	69.1
11年	250.5	66.5
12年	245.6	64.8
13年	234.5	61.1
14年	222.3	57.7
15年	237.4	60.5
16年	239.8	58.7
17年	257.6	59.1
18年	265.0	58.9

資料：株式会社リクルート『関西ゼクシィ結婚トレンド調査2006』より作成。

（注）関西：大阪府、兵庫県、京都府、奈良県、滋賀県、和歌山県。