

with wedding

vol.14

リクシィ社長 安藤正樹氏

テクノロジーを絡めるとどんなことができるか 自社の可能性を想像してみては?

結婚式場にも伸びるシェアリングサービス

- シェアリングサービスと呼ばれる業態が注目を集めています。シェアリングサービスとは、モノや場所を多くの人と共有したり、個人間で貸し借り・売買をできるサービスで、従来、共有していなかったものやできなかったものを、正に共有(シェア)することで、今まで得られなかった収入を得たり、お得に使用したりするというメリットがあります。代表的なものはairbnbのような民泊のサービス、Uberのようなタクシーのサービスがあげられ、普通の家を貸すことでホテルに変わったり、普通の自動車にタクシーを探している方を顧客として乗車してもらうことでタクシーに変わったりしています。
- 背景には、スマートフォンの普及により、個人と個人が発見しやすくなったこと、決済やコミュニケーションが不要となり便利になったこと、レイティングが働き信頼度が高まったこと、などがあげられます。日本でも、クラウドソーシングのような労働力のシェアリングサービスや、場所をシェアするサービス、隙間の土地を駐車場として使えるサービスなど、様々なサービスが誕生しています。今回は、その中でも、ウェディング産業にもヒントになるものを紹介しながら、今後の展開を探ってみたいと思います。
- ■TLUNCH(トランチ)
TLUNCHはフードトラックのプラットフォームです。オフィスビルのエントランスなどでフードトラックを置けるスペースを集め、TLUNCHに登録しているフードトラックを日替わりで派遣しています。リクシィの近くの駐車場も毎日昼間は4~6種類のフードトラックが並び、ランチに困ることがありません。コンビニがなく、食事が偏ってしまう会社員には大変喜ばれているサービスです。
- フードトラックは1日40食程度を売ることができれば採算が合うとのこと、自分の城をもちたい調理人から見ても参入しやすく、非常に注目されている事業形態です。今後、自動運転が普及していくと、運転に不安のある調理人も参画できますし、ビッグデータでどこにどんな食のニーズがあるかがわかるようになり、適材適所なマッチングも可能になるでしょう。

＜ウェディングでは？＞

フードトラックの稼働は平日がメインになります。結婚式場の場合、キッチンの稼働は土日がメインになるので、平日の時間に余裕があるならばフードトラックとの相性は非常に良いと言えるでしょう。結婚式場のキッチンは、どうしても定型のコースメニューを出すことが多いので、決められた料理を繰り返すことが多くなってしまい、クリエイティビティを発揮する機会が限られることで、モチベーションが下がってしまったり、さらなる成長を求めて退職してしまったりするケースが少なくないと思います。フードトラックであれば、低コストで参入しやすく、自分のつくりたい料理を出すことができるので、結婚式場にとって、非常に相性が良い方法なのではないかと思えます。

■ecbo cloak(エクボクローク)

ecbo cloakは、クロークのシェアリングサービスです。訪日外国人観光客が増え、東京オリンピックも2年後に迫る中で、宿泊施設など環境整備が間に合っていないという話がニュースになっていると思いますが、コインロッカーの数も足りないと言われていました。その中で登場してきたのが、ecbo cloakです。ecbo cloakは、飲食店や不動産屋など街中にある「店舗をクロークにする」というサービスです。荷物を預かって良いよという店舗がecbo cloakに加盟すると、ecbo cloakのサイト上に表示がされるようになり、使用する訪日外国人観光客が発見して、荷物を預けにやってきます。決済もやりとりもサイトで完結するので言葉がわからなくても、通貨の問題も気にする必要がありません。これにより、加盟店は、荷物を預かるだけで収入を得ることができ、コインロッカー不足の問題も解消してしまうというサービスになります。アクセスの良い立地にある店舗だと、月50万円程度の粗利を得られるケースもあるとのこと、アバマンショップ全国87店舗での導入も決定したそうです。

＜ウェディングでは？＞

結婚式場こそ、そもそもクロークのスペースがふんだんにあると考えると、非常に参画しやすいサービスと言えるでしょう。訪日外国人をターゲットと紹

介して見ましたが、実際には日本人でも問題はなく、観光地など顧客が多いエリアでは、コインロッカー探しをしている方が多数いらっしゃるのでは、オペレーションも普段されているわけですし、引き受けてみるのもありなのではないかと思えます。

■その他のシェアリングサービス

Akipaは、駐車場のプラットフォームサービスで、空きスペースを駐車場として貸すことができるサービスです。やはりスマホのアプリでマッチングが行われ、決済もアプリ上なので、何もする必要がありません。結婚式場には多くの駐車場があるわけですから、有効活用できるような気がします。

また、ラクスルは印刷のプラットフォームのサービスとして東証マザーズに上場した会社ですが、TV CMのシェアリングのサービスも展開しています。ローカルのTV CMの配信枠を安く集めて安く販売することで、最低30万円からテレビCMをトライすることが可能です。特に、従来の広告媒体の費用対効果が低下している状況では、独自の集客手法の確立が必要不可欠であり、特色あるイベントやサービスの告知と合わせて実施する価値があると考えられます。

■最後に

ウェディングの中でも、ここで紹介したようなシェアリングサービスとはちょっと違うものの、似たような構造のサービスや現象はいくつか挙げられると思います。配膳会などは最たる例だと言えますし、ワタベウェディングは自社運営するドレス工場、オリジナルドレスを1着から短納期で安くOEMで製造するサービスを結婚式場に対して行っていたり、海外挙式の販売代理のスキームで拡販を行っていたりもします。

消費者サイドでも、インスタグラム上で見つけた卒花からドレスを買い、自分の結婚式が終わったら他のブライドに販売するという現象が見られたり、手作りのアイテムをメルカリ等で販売したりす

結婚式場と相性が良さそうなシェアリングサービス例

平日のフードトラック事業

- キッチン部門に余裕のある平日に稼働
- 低コストで参入しやすく採算ラインも低い
- 調理スタッフの創造性発揮の場としても

荷物一時預かりシェアリング事業

- 訪日客の急増でコインロッカーが不足
- 式場にはそもそもクロークがふんだんにある
- 決済はサイトで完結。言葉も通貨も問題なし

るなど、ウェディングアイテムのシェアリングも進んでいます。

シェアリングサービスと注目されていますが、発想自体は昔から存在していました。インターネット、スマートフォンの進化により、元々あるモデルでもスケラビリティが生まれることもあります。今後、AIの進化、自動運転の普及、5Gの発展など、大きな変化が我々を待ち受けています。時代の節目に新たなサービスが誕生し、伸びるもの。テクノロジーを絡めることでどんなことができるのかを考えながら、自社の展開を想像するのも良いでしょう。



Masaki Ando

2003年京都大学法学部卒業。2001年より創業メンバーとして参画している株式会社ドリコムで、営業担当取締役として、新規事業の立ち上げ、事業拡大、営業部門のマネジメント全般を担当し、東証マザーズ上場へ貢献する。2009年4月、株式会社エスクリに入社し、東証マザーズ上場を経験後、結婚式場の責任者、マーケティング部門の責任者を経て、取締役事業本部長に就任し、東証一部指定替に貢献する。その後、常務取締役として事業部門を管掌し、結婚式場30施設、内製部門、新規事業、HRを統括し、売上262億円/社員数1,023名の規模(連結)へと成長させた。2016年5月、株式会社リクシィを創業。