

「双方向、感動、感謝」のウェディング作りを目指す林園婚旅機構

台湾では少子化と晩婚化の進行とともに、ウェディングスタイルの付加価値化、多様化が進んでいる。今回紹介する林園婚旅機構は、レストラン経営(「安樂園(現豪園)」)から出発し、現在は豪園、陶園、僑園、典華の四ブランドを擁し、台北と台中に八つの婚礼施設を展開するウェディングの専門企業グループだ。「新しいウェディング文化の創造」を目指す林齊國学習長(典華婚訂好事股份有限公司董事長)を訊ね、同社の事業成長の背景や台湾ウェディング市場の展望についてお話を伺った。



林園婚旅機構
学習長 林齊國氏

事業概要について

当社がウェディングプランの提供を始めたのは、安樂園の後身である「豪園」からです。当時から現在と同じく舞台照明効果を重視していたほか、早くに専属のウェディングプランナーを置き、門出を迎えるカップルのために、専門的かつ創意あふれるウェディングを提供してきました。営業拠点には、蘆洲典華、板橋典華、台北陶園經典飯店、台北僑園飯店、台中僑園大飯店、中僑花園飯店、そして、2009年に営業を始めた典華旗艦があります。また、現在台中に林園中悅酒店を建設中です。

典華旗艦は20億元を投じ、こだわりの限りを尽くした台湾唯一のウェディングビルディングです。典華の名には、「『典』礼(=式典)の精『華』を極める」という願いが込められています。建物や設備とともにサービスにも心を配り、最高のウェディングを提供させていただくことが目標です。館内は室内に2つ、室外に2つの計4つのチャペルを備えています。室内チャペルには円形型、ドーム型のものがあり、ともにガラス張りで陽光をふんだんに採り入れています。室外チャペルは「水」と「火」をイメージしてデザインされており、それぞれ「聖潔の愛」と「情熱の愛」を表しています。この内3つのチャペルが屋上の空中庭園内にあります。庭園も設計にこだわっており、当社のウェディングドレスブランド(典華婚紗)もよくここで写真撮影を行なっています。

このほか、館内にはテーマ別に15の披露宴会場があり、合わせて600卓(一卓約10人が着席可能)が収納可能です。また、当社では会場の提供のほか、ウェディングドレスの典華婚紗、喜餅(婚約の祝いに配られるお菓子)のDenwell Cakery、ブライダルコンサルティングのWedding iなどの関連会社とともに、ワンストップのウェディングサービスを提供しております。

日本には専門のウェディング会館はたくさんありますが、

台湾はまだまだ少ないのが現状です。こうした状況に鑑み、当社は台中市中心部の一等地に2,200坪を借り受け、35億元を投じて複合型のウェディング会館(林園中悅酒店)を建設する計画です(2013年に完成予定)。200卓の収容が可能な大宴会場のほか、ドレスやジュエリーのショップ、230の客室を持つレジャーホテル、SPAなどを備えた多機能型の施設となる予定です。台湾におけるハイクラスウェディングの見本を提供できるような施設にしたいですね。

台湾最大のウェディング施設チェーンを築くまでの成長の背景について

まずは企業文化です。私は、董事長ではなく、「学習長」の肩書きを使っています。これは、常に謙虚に学ぶ姿勢を忘れないようにするためです。私は林園婚旅機構を「学習する組織」にしたいと考えております。そのためにはまず身を以って示す必要があります。全ての従業員が謙虚に学ぶことができれば、その企業は持続的な成長が可能となるでしょう。

こうした信念に基づき、当社は社内に「僕人学校」を開設し、社員が働きながら学び、成長するためのプラットフォームにしています。具体的には講演や勉強会、従業員による演劇の発表などを行なっています。勉強会であれ、団体でのパフォーマンスであれ、各人がその中で自信を持って活動したり、優れた潜在能力を発揮することは、組織全体に活力を生むとともに、従業員同士の関係深化にもつながります。

私の個人的な背景も、当社の生い立ちと切り離せないでしょう。実は、私は印刷業界の出身でして、ラオス難民として台湾に渡ってきました。その後縁があって飲食業に進んだのですが、全く別の業界出身だったからこそ、飲食業、引いてはサービス業に対して客観的な見方をする

台湾トップ企業

ことが可能だったのだと思います。

飲酒文化が盛んだった頃の台湾では、レストランと言えば酒を売る場所でした。私はそこに留まるのではなく、新たな市場を作り出すべく、安楽圏を美食文化路線へと方向転換させました。一卓5万円の料理を出すという勝負に出たのですが、結局、政財界を中心に少なからぬ人々の支持を得ることができました。やはり、お酒があればいいというのではなく、衛生的な環境で純粋に美食を楽しみたい、というニーズはあったわけです。

また、企業の持続的な経営には、経営モデルのイノベーションが不可欠です。台湾の披露宴と言えば、出席者は食べて飲むことが一番で、宴会中に新郎新婦を見守ったり、心から祝福したりする人はあまり多くありません。こうした状況に触れ、競争の激しい台湾の飲食市場においてさらなる成長を図るために、「全く新しいウェディング文化を創造」を目指すようになりました。当社は、事業を通じて、あるべきウェディング文化 単なる友人同士の集まりではなく、新郎新婦への祝福と父母への感謝に満ちたウェディングを推進していきたいと考えております。

もちろん、事業成長のためには理想だけではなく、経営面での工夫も必要です。台湾の「良辰吉日」の慣わしに従いますと、慶事に最適の日取りというのはそんなに多くありません。このため、五つ星ホテルのウェディング会場は年間50日ほどしか稼働しておらず、必然的に価格も高くなってしまいます。当社は「二番目、三番目によい日取り」にも披露宴或いはその他の活動を行なうことで、少なくとも年間200日の稼働日を確保しており、よりリーズナブルにご利用いただけるようになっております。稼働率の向上にはこのほか、利用形態の多元化も重要です。例えば典華旗艦店では、婚約、結婚の式典だけではなく、企業の忘年会や新製品の発表会、商工団体の例会、PR会社の活動、さらには車の展示会にも使っていただいております。

市場展望と成長戦略について

現在の台湾の披露宴の特徴としては、中華料理が主流であること、典禮と飲食が一緒に執り行われること、飲食がより重視されること、来客が多いことなどが挙げられます。今後はより中身にこだわった高付加価値路線へと発展していくでしょう。料理だけではなく、式全体の流れや内容が重視されるようになり、来客は少なくなっていくと思います。

式のスタイルも多様化が進むでしょう。例えばガーデンウェディング。これには、新北市や汐止など郊外での施

設展開も検討の対象となります。ただ、交通の便は悪くなりますので、最寄の駅から送迎バスを出すことが必要となるでしょうね。ガーデンウェディングの施設も、婚礼だけではなく、パーティーや謝恩会など、様々な利用が可能であると思います。

海外事業につきましては、目下は拠点はなく、具体的な投資計画もありません。中国は婚礼習慣の違いがあり、早急な投資は難しいと考えています。例えば、日本では一会場て一日3~4回、台湾でも2回の披露宴を開くことが可能ですが、北京では日中のみ、上海は夜のみというケースが一般的でして、専用施設を建てても、コスト回収が難しいと思います。

海外よりはまず、足元の台湾市場をしっかりと固めたいと思います。台湾の披露宴市場の規模は毎年400億元程です。当社の2009年の売上は16億元でしたが、典華旗艦の開幕により25億元まで増加し、林園中悦ホテルのオープン後には40億元まで成長すると予測しています。これでシェアは12%となります。

我々が携わっているのは「幸福産業」であり、お客様に共感していただける企業理念が必要です。そこで、当社が「双方向、感動、感謝」のウェディング文化を全力で推進しています。例えば、昇降式のゴンドラ設備の導入は、新郎新婦様とご来客の皆様の中に「双方向」の喜びをもたらすことができるでしょう。また、会場の全ての皆様に「感動」を共有していただけるように演出すること。そして、最も重要なことは、例えば当社が作成した新郎新婦様のムービーなどを通じて、ご両親への「感謝」が伝えられることです。私どもの何よりの願いは、一組一組のカップルとご来客の皆様にも、最も美しい、かけがえのないウェディングの思い出をご提供するです。

ありがとうございました

林園婚旅機構の基本データ

グループ名	林園婚旅機構
設立	1980年
創設者	林齊國
売上	NT16億元(2009年)
従業員数	1,000名(2009年)
事業内容	ウェディング会場の運営

出所)ヒアリングをNR1が整理