

BRIDAL

INDUSTRY

ブライダル産業新聞

NEWSPAPER

発行所：(株)ブライダル産業新聞社 〒104-0061 東京都中央区銀座 8-11-1
TEL 03 (5537) 8531 FAX 03 (5537) 8533 発行人：池田義信 年間購読料 32,400円(消費税込み)
E-mail：info@bridalnews.co.jp

OCTOBER
1

第996号

ウエディング × 他業種企業 コラボ企画の成功例

ブライダル業界に熱視線が注がれている。ウエディングの持つイメージや人生における分岐点という位置付けから、他業種企業がコラボレーションを持ち掛ける事例が増えている。ブライダル企業側も、コラボによって新たなブランディングや集客パワーを得られるというメリットがある。今号ではコラボ企画の成功事例を追う。

(本社：東京都墨田区)は、製菓大手、江崎グリコとのコラボレーションウエディングを発表。これは「ポッキー&プリッツの日」の11月11日に、結婚式をプロデュースするというもの。

「Share happiness!」をブランドスローガンとして掲げるポッキーは、11月11日を365日の中で最もハッピーな日にしたいと様々なキャンペーンを行っている。今回のウエディングは、ポッキー&プリッツを活用したオリジナル結婚式を限定1組に、555万5000円で提供するという内容だ。

映画作品と積極的に連携を進めているワタベウエディングなどの例もある。こうした他業種企業、ブランド、コンテンツとのコラボは、ブライダル企業側にもこれまでにない効果をもたらしている。成功事例の代表格が、エスクリが2015年から手掛けている、カプコンの人気ゲーム「モンスターハンター」とのコラボだ。

カプコン側からの話で実現したこのコラボ。エスクリとしても、こうしたゲームコンテンツとのコラボは



▲ゲームのアイテムを使ったケーキカットがネットでも話題 (エスクリ モンハンW)

初めてであった。社内では、当初ゲームコンテンツとコラボして、果たしてウエディングと相性が合うのかといった疑いの声も多かったという。

コラボによる最初のイベ

ントは池袋の会場で行われた。ゲームに登場するアイテム、大剣「エピタフプレート」を作成し、それを使ったケーキカットの演出。

2面に続く

人気ゲーム「モンスターハンター」ウエディング

限定100組のイベントがわずか半日で満員に

製菓メーカーや車など 結婚式の価値への期待

ブライダルと他業種企業とのコラボレーション企画のニュースが相次いで発表されている。

ヒルトン東京(東京都新宿区)は、メルセデス・ベンツ日本とコラボレーションしたウエディングプランを発表。成約カップル向けの特典として、成約日から挙式当日まで、メルセデス・ベンツを様々なシーンにて無償で試乗できるカーシェアリングがついた内容だ。8月20日に、ブライダルフェアを開催。約200名のカップルが参加した。

オーダーメイドウエディングを手がけるCRAZY

「当社はキャラクターを借りる立場でもあります。イメージを損なうことがないような配慮も必要。さらにファンを納得させるために、デザインするアイテムに関しても中途半

ボの場合、版権元、さらに顧客の納得感も重要となる。

「ファンが多いコンテンツとのコラ

ボの場合、版権元、さらに顧客の納

得感も重要となる。

「当社はキャラクターを借りる立

場でもあります。イメージを損なう

ことがないような配慮も必要。さら

にファンを納得させるために、デザ

インするアイテムに関しても中途半

ボの場合、版権元、さらに顧客の納

得感も重要となる。

「当社はキャラクターを借りる立

場でもあります。イメージを損なう

ことがないような配慮も必要。さら

にファンを納得させるために、デザ

インするアイテムに関しても中途半

ボの場合、版権元、さらに顧客の納

得感も重要となる。

「当社はキャラクターを借りる立

場でもあります。イメージを損なう

ことがないような配慮も必要。さら

にファンを納得させるために、デザ

インするアイテムに関しても中途半

ボの場合、版権元、さらに顧客の納

得感も重要となる。

「当社はキャラクターを借りる立

場でもあります。イメージを損なう

ことがないような配慮も必要。さら

にファンを納得させるために、デザ

インするアイテムに関しても中途半

ボの場合、版権元、さらに顧客の納

得感も重要となる。

成功 法則

元玩具メーカースタッフがプロジェクト推進



マーケティング戦略部
シニアチーフ
大沼敦司氏

端なものとは絶対にNG。版権元、ユ一ザー双方が納得するものを提供できなければ、次がないわけです。」
例えば、モンハンのキャラクターに登場するアイルー&メラルーのぬいぐるみ。フェア参加者や成約者向けのプレゼントであるが、そのデザイン、制作に関しても、大沼氏が前職時代に取引のあった会社に依頼することで実現した。また、キーカット用には使用している大剣も、本物ではないからと安易なものを作れば、イメージを損ない、ユ一ザーに不信感を生じさせてしまう。モンハンの世界観と共に、大剣がどのようにしてできたのかというディテールにまでこだわって作ることで、双方からの信頼を得ていった。

現在はモンハンの世界観を表現するウエディングプランを提供しているが、その際のアイデアが現場から出ることも増えたという。

「ゲームの中の合言葉で対戦前に『ひと狩り行こうぜ!』と言います。この言葉を、大剣でキー入刀する際にみんなで掛け声にしようといったアイデアも、現場スタッフから出てきました。私が楽しむことで、スタッフもモンハンの世界観を理解し楽しみながら対応しています。世界観の理解が進めば、それだけユ一ザーに喜ばれるものになっていきます。そのためにも、確実に結果を生み出すことが求められます。」