

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

NOVEMBER

11

第1000号

ブライダル産業新聞1000号記念特別紙面

本紙ブライダル産業新聞は、1987年4月1日創刊以降、足掛け30年間に亘り業界情報を取材。今号で記念すべき1000号に到達した。その間、マーケットは大きく変化し、新規プレイヤーも続々参入。消費者の志向も様変わりした。今号では、これまでの歩みを振り返りながら、次代に向けたポイントを探っていく。



©アイ・ケイ・ケイ／ハーバーテラス SASEBO 迎賓館 平野詩乃氏

結婚式の本質と価値の再認識が重要な30年後に繋げていく

ホテル、ゲストハウスへの時代の転換

30年前の創刊号に遡ると、「ブライダルマーケットは、結婚という社会生活の本格的なスタートとみなされることからあらゆる業者が関わってくる」と紹介している。さらに、このタイミングをつかまえるために、新規で大手企業が続々参入するだろう。カップルに発生する一生のビジネスチャンスを掴むために、情報管理が成功のキーポイントだと指摘した。

当時の結婚式概念にとらわれない、飲食業などのニューブライダルの提案。既存の業者も、エージェント任せではない独自の営業活動が必要となるだろう。そのためにも、プレマーケットへのアタックが求められてくると。

それから30年、ブライダル業界は、1990年初めには、国内リゾートでのチャペル

ウエディング、レストランウエディングブームを経験してきた。大手ホテルが相次いで館内チャペルを増設し、和から洋への大転換の時代でもあった。

当時3000組超を記録し、婚礼の代表的存在あった公共会館の虎ノ門パストラルから、主役がホテルに移っていく。2003年には、シェラトン・グランデ・トーキョーベイ・ホテル&タワーズが、3000組を突破し日本一になった。

レストランウエディング人気によって力をつけていった婚礼プロデュース企業を中心に登場したのが貸切型のゲストハウス。2000年台になると、ホテルからハウスへと、消費者志向も一気に変化した。

ウエディング集客の方法

も大転換。エージェントが一世を風靡していた時代の1993年に、ゼクシィが発行され、結婚式に関連した情報が紙面を通じて透明化。掲載されている結婚式の情報を見比べながら、消費者自身が選択することが出来るようになった。その自由度は、インターネットの普及、そしてSNSの台頭で、今や比較にならないほど進化している。

そして現代。この30年間、ブライダル業界の取り組みに対して、消費者から突きつけられた回答は、【結婚式実施率50%】という現実だ。結婚をしないという選択肢を取る若者が急増しているという背景もあるが、それ以上に結婚式に魅力を持っていない消費者の心理が大きく影を落とす。30年間、

ビジネスモデルを突き詰めながら、一方でクオリティ向上を求めてこなかったツケなのかもしれない。

だからこそ、各社が始めている、結婚式の本質、価値の再認識と向上。そして結婚、結婚式の魅力を若年層に伝えていくという取り組みを30年後に向けての種まきとして、業界全体で盛り立てていかなければならない。未婚少子化対策にまで踏み込む使命を、実はブライダル産業が担っているとの自覚も必要だろう。

1000号記念号のトップ写真は、本紙主催のフォトグランプリの応募作品、アイ・ケイ・ケイ／ハーバーテラス SASEBO 迎賓館 平野詩乃さんの作品を選んだ。「今」の結婚式で幸せな表情を浮かべる新婦が、抱きしめている赤ちゃん。この子が、30年後に素敵な結婚式を挙げたいと思えるような業界であるために。そんな願いを込めて。

実施率50%のツケを残さないために