

準照に女性身独や夫婦み済式挙

人口減や「ナシ婚」逆風下のブライダル業界

人口減少や、結婚はするが式や披露宴を行わない「ナシ婚」の広がり、ブライダル業界に逆風が吹いている。厳しい環境下で、半年以内の挙式予定カップルをターゲットにしたサービスを展開したり、挙式済みのカップルや結婚予定のない女性などを新しい顧客として開拓する動きがじわりと広がっている。

(小山楓)

エイチーム子会社で、ブライダル事業のエイチームプライズ(本社名古屋)は、式場情報サイト「Hana yume(ハナユメ)」や相談カウンター「ハナユメエディングデスク」などを手掛ける。式場の予約は、1年以上前から予約が多いため、半年を切る予約が埋まりづらく、式場が空いたままになってしまっている。そこで同社は、半年以内の挙式を予定するカップルに力を入れる。自分が挙げた式場で開催する夏祭りなどのSNS(会員制交流サイト)上の口コミで話題となり、2019年のオリコン顧客満足度調査で総合1位を獲得した。また、9月にステーキレストランをオープンし、10月にはスイーツ店も開業予定。同社が飲食店を出店す



クラシック名古屋は新たにフォトプランを提案

新たな「縁」を期待

に挙式を予定するカップルをターゲットに、価格を抑えたプランを提案し、他社との差別化を図っている。

同社の大崎恵理子社長は「人口減少ほどの業界でも課題になっている。結婚式は伝統があり、簡単になくなるものではない。今後形態を変えて残っていくだろう」と分析する。

イベント展開

結婚式場運営のプラス(本社名古屋)も、独自の施策で差別化を図る。完全貸し切りのゲストハウスやプランナー一貫制などの

るのは初めて。広報担当者は「新たに飲食事業を展開し、当社のサービスに触れてもらい、式場の利用につなげたい。これからも顧客とのつながりを大切にしていく」と話す。

ソロウエディング

ANAクラウンプラザホテル名古屋コート名古屋(名古屋市中区)は、挙式以外の需要の取り込みを強化する。4月に4階の神殿を改装。婚礼の予約が入りづらい平日は撮影スポットとして活用している。また、挙式はしないが、記念に写

真だけ撮りたいというカップルが増加していることを受け、フォトウエディングにも力を入れる。ホテルならではの強みを生かし、着付けやメイク、写真撮影に、宿泊と食事をセットにしたプランを提案する。

ウエディング総合サービスのラビアンローゼ(本社浜松市)が運営する写真スタジオ「ズットフォトスタジオ」(名古屋市中区)は、5年前からソロウエディングプランを提案している。サービス開始時は挙式前の前撮りの需要を見込んでいたが、現在は挙式の予定は

ないがウエディングドレス姿で写真を撮りたいという女性の利用が増えている。一般的にブライダル業界は、リピーターを作ることが難しいと言われる。一生に一度の結婚式を成功させるために、SNSの口コミなどを参考にする人も多いという。これから式を挙げるカップルだけでなく、式を終えた夫婦のアフターフォローも鍵を握りそうだ。



エイチームプライズの相談カウンター「ハナユメエディングデスク」

