WATABE
WEDDING

2005年海外挙式動向調査

ワタベウェディング株式会社

はじめに

海外挙式・ブライダル市場全体の活性化への貢献のために

日本人海外挙式者数の約５割を取り扱うワタベウェディング株式会社（本社：京都市、資本金 41 億 4,062 万 4,600 円、東証・大証１部上場、代表取締役社長：渡部隆夫）は、2005 年１月１日～12 月 31 日までの日本人海外挙式動向の調査結果を取りまとめました。

この調査は、ワタベウェディングの海外店舗がある全世界５エリア 18 店舗で実施しました。これらの店舗から送られたデータは、日本国内で海外挙式の申し込みが可能なほぼすべての地域（当社調べ）を網羅しています。なお、この調査で示されたデータの一部は、海外現地教会・旅行会社・サプライヤー等から得た数値を基にした推定値を用いております。

少子化による婚姻届出組数の減少や、近年相次ぐ国際情勢不安などの厳しい経営環境の中、当社は海外挙式組数確保のための安易な安価販売に走ることなく、すてきな結婚式の追求を続け、お客様により感動していただける商品開発と質の高いサービス提供を強化してまいります。

2006 年当社グループでは、パリ店（フランス）で進出 10 周年を記念したプランを発表しています。また、挙式組数を伸ばしているグアムにおいて、１月から「セント・レオ・チャペル」「ディラネーロ・チャペル」の２会場を直営会場に加えたほか、12 月にはチャペルとパーティ会場が一体となった「ブルーアステール」を新設します。

国内の営業店舗展開では、熊本・高崎・松山など、国内の未開拓エリアへも積極的に出店することで、海外挙式マーケットの更なる拡大を図ります。また、“すべてのお客様に新品のウェディングドレスを”というコンセプトを元に、従来のサイズオーダードレス販売に加え、新品のウェディングドレスを現地でお渡しする「ドレスファーストレンタル」という新しいシステムを４月から導入しています。これは、海外挙式にとって画期的な課題解決型の顧客満足商品となっているため、大幅組数増を見込んでいます。国内・海外拠点 100 以上のネットワークを活かした送客体制と大手旅行社とのタイアップで、取扱い組数シェアアップに繋げると同時に、サービスアイテムの充実で一組当り単価の向上により、前年を上回る売上確保に努めて参ります。

一方で、国内挙式（10 月東京・竹芝「ルミアモーレ」、東京・日比谷「フェリーチェガーデン日比谷」）、国内リゾート挙式（３月沖縄・石垣島「クルデスール・チャペル」５月沖縄・読谷村「アクアグレイス・チャペル」等）といった国内挙式サービスを強化することで、海外挙式との相乗効果を図るとともに、海外挙式ニーズとは異なるニーズの取り込みや、突発的なリスク発生時にも耐え得る経営体制の更なる強化を図ります。

海外挙式市場全体の需要喚起をはじめブライダル業界全体の活性化に貢献できるよう、トータル・ブライダル・ソリューションの確立を目指してより一層の努力で邁進いたします。

目　次

はじめに 1

【海外挙式マーケット解説】

2005 年の概況 2

今後の予測 4

調査概要 6

【総合統計】

全国総婚姻組数と海外挙式組数の推移 7

エリア別 総挙式組数 8

・挙式組数　・挙式エリアの分布と割合
・挙式列席者の同伴率　・挙式列席者の平均人数

都道府県別 海外挙式推定比率 11

【エリア解説】

2005 年の傾向と 2006 年の取り組み 13

・ハワイ地区　・ミクロネシア地区　・オセアニア地区
・アメリカ・カナダ地区　・ヨーロッパ地区

【アンケート集計結果】 18

・プロフィール編　・ウェディングスタイル編　・プロポーズ編

2005 年の概況

結婚式は、挙式の感動にハネムーンや親孝行を兼ねられる「国内外のリゾート挙式」が拡大！「旅行＋挙式」の婚礼スタイルが定着。挙式・披露宴実施層に占める割合は 11.3%に！

海外挙式、益々順調に回復。海外挙式組数 102.4%増、総婚姻組数におけるシェアも 6.3%に伸張！ 挙式･披露宴実施層に占める割合は、8.9%の水準に！

- **少子化・晩婚化の本格的な影響を受け、全国総婚姻組数も減少傾向のなか、海外挙式が順調に回復。**
- **海外挙式は、組数・シェアともに増加！ イメージの点で海外挙式の延長線上にある国内リゾート挙式などを含めると、挙式・披露宴実施層における「国内外のリゾート挙式」が 11.3%のシェアを占め拡大！ 地元で行う挙式では得られない感動と、ハネムーンや親孝行が兼ねられるなど「旅行を伴う婚礼スタイル」が定着。**
- **ハワイが 104.5%と伸び率 NO.1、ミクロネシア（グアム・サイパン）が過去最高組数を更新！この 2 エリアで 76.6%を占める。**
- **その他エリア（バリ島など）が対前年比 115.5%と大きく伸びを示すなど希望候補地の分散化がみられる。**
- **米国同時多発テロ事件以降続いていた海外挙式希望者の心理にも落ち着いた感がみられ、冷静な判断で臨むなど、危機への抵抗力がでてきている。**

全国総婚姻組数が年々減少傾向に わずか 5 年間で－11.7%・約 8 万 5,000 組のダウン

ブライダルマーケットのベースとなる全国婚姻届出組数は、「2000 年のミレニアムウェディング」･「2001 年の 21 世紀挙式」と過去 2 年続いたメモリアルウェディングを期に、第 2 次ベビーブーム世代の結婚適齢期は、ピークを過ぎた感があります。また、少子化や都心部を中心とした晩婚化の進行等の影響を受け、2005 年厚生労働省人口動態調査結果は 71 万 4,261 組（対前年比 98.6%）と、減少率は鈍化しているものの、2001 年のピーク時からわずか 5 年で約 8 万 5,000 組もの減少となり、少子化の影響が年々色濃くなっています。

海外挙式組数、102.4%と順調な回復傾向 国際情勢への懸念も落ち着いた感が窺える

2005 年、日本人の海外出国者数も約 1,740 万人と大きく回復したことに連動して、海外挙式組数も 44,747 組（対前年比 102.4%）と増加、2004 年からのＶ字回復に引き続き、順調な回復傾向を示しています。こうしたなか、前述の通り、全国総婚姻組数は減少の一途にあるため、海外挙式比率は、6.3%（対前年 0.2 ポイント増）と数字を伸ばしました。入籍のみで済ませる非挙式層が 3 割を占めるといわれるなか、挙式もしくは披露宴を行う層である実質的な婚礼マーケットは 7 割程度の約 50 万組と推測されるため、海外挙式の実質的なシェアは 8.9%を占めているといえます。

【実質的な婚礼マーケットに占める「国内外リゾート挙式」の割合】

	海外･国内リゾート挙式 合　計	海外挙式	国　内 リゾート挙式
マーケット組数	56,747組	44,747組	約12,000組
全国総婚姻届出組数における挙式比率 ＜71万4,261組＞	7.9%	6.3%	1.7%
実質婚礼マーケットにおける挙式比率 ＜約50万組＞(※)	11.3%	8.9%	2.4%

※実質婚礼マーケット＝入籍のみの非挙式層 30%を除く、挙式もしくは披露宴を実施する組数。全国総婚姻届出組数の約 70%として試算。

2001 年の米国同時多発テロ事件以降、イラク戦争勃発・長期化、重症急性呼吸器症候群（SARS）の流行・拡大等大きな国際事件が続き、海外旅行業界・海外挙式業界ともに、消費者心理に多大な影響を長引かせましたが、この状況にも落ち着いた感が窺えます。挙式地に対する情報収集・冷静な判断が行われ、危機への抵抗力が出てきているといえます。

「旅行＋挙式」の新しい婚礼スタイルが急増！ 「国内外のリゾート挙式」の実質シェアは 11.3%に

海外挙式地が多様化するなか、挙式候補地は国内リゾート地にも拡大しており、「国内外のリゾート挙式」の人気が高まっています。これらは地元では味わえない感動とハネムーンを兼ねられる一挙両得の合理性などの魅力を持ち、「旅行を伴う挙式スタイル」という点で同様の婚礼スタイルとしてマーケットを形成しており、新しい婚礼トレンドとしてカップルからの支持を得ています。

海外挙式組数 44,747 組に加え、国内リゾート挙式組数が約 12,000 組を合計すると約 5 万 7,000 組近いマーケット組数となり、全国総婚姻届出組数におけるシェアは 7.9%ですが、非挙式層を除く実質的な婚礼マーケットにおけるシェアは 11.3%を占めるまでになり、近年急増しています。

海外出国者数の伸びに連動し、海外挙式も増加！ 中部国際空港のオープンも後押しに

海外挙式の傾向は、観光インフラ・婚礼インフラの整ったハワイ・ミクロネシアなどの人気エリアへ投資が集中した結果、挙式組数も同 2 エリアに集中して増加しました。また、中部国際空港（セントレア）の開港により、東海地方から海外へのアクセスが向上したことも後押しとなり、海外出国者数の伸びに伴い、海外挙式組数アップに貢献しました。しかし下半期になると、消費者のリゾート挙式地への旅行需要は依然高く年々増加していることに反比例して、採算を重視した航空会社の施策としてリゾート地への国際線航空機が便数縮小されたことが需要供給バランスの崩れを招き、当初期待していた伸び率には至らず、前年比 102.4%に留まりました。

海外挙式エリア：分散化が進む一方で、ミクロネシアが過去最高組数、ハワイが増加率 NO.1！

旅行地としてアジア系や南太平洋などのリゾート地の人気上昇などにより、挙式エリアについても、全体的に候補地の分散化がみられました。列席同伴率はほぼ横ばいでしたが、列席参加人数は増加傾向にあります。全体として、ビーチリゾートの人気が高まり、シティリゾートが低迷しています。

■ハワイは、元来のデスティネーションとしての魅力あふれる強みが発揮されたことに加えて、インフラや環境の安定したハワイに対する信頼度が益々高まり、2005 年も全海外挙式に占めるシェアは 52.5%と 1.1 ポイント増加しました。組数も 23,484 組、対前年比 104.5%と伸張し、海外挙式全エリアの中で伸び率 No.1 となりました。しかし、採算を重視した航空会社の施策としての国際線航空機の便数縮小や、老朽化の目立つワイキキ内各ホテルの大型改装などによる座席数及び客室数といった旅行条件の確保が課題となりました。ワイキキを中心とする大型のインフラ投資が続くことで、エリアとしての魅力を向上させる要因となる可能性は高いといえます。またブライダル環境についても、新規業者の参入が活性化し、価格・ハード・ソフトの三方面の戦略を駆使した各社の競争が激化しています。

■ミクロネシア（グアム・サイパン）は、挙式組数が過去最高の 10,873 組（対前年比 104%）と記録を更新し、非常に順調に推移。また挙式地比率では、24.3%を占め、ますますの存在感を示しました。主な要因は、政府観光局の全国キャンペーンなどの後押しによりミクロネシア旅行そのものの人気回復に繋がっていることに加え、同業他社も含め新規挙式会場の新設ラッシュが続いていること、これに連動して各旅行会社のミクロネシア挙式へのクローズアップ戦略が功を奏した結果といえます。反面、採算を重視した航空会社の施策としてのリゾート便減便がミクロネシア路線を直撃し、同行者の多い挙式エリアのため、座席数の確保が課題となっています。

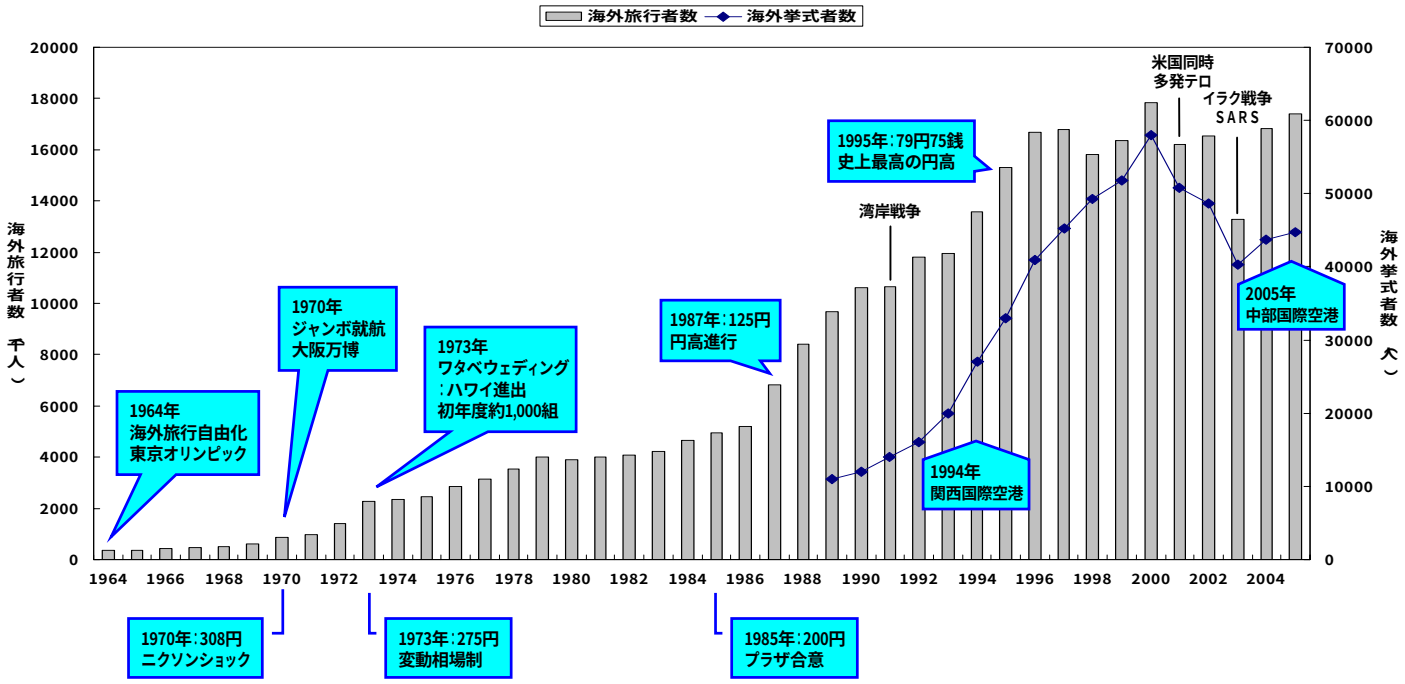
■オセアニア（オーストラリア・ニュージーランド）は、他のエリアに比べ地域ごとの特徴が異なるためオセアニア地域の魅力自体が分散化した結果、挙式組数にもバラつきがみられ、全体では 3,450 組、対前年比 86.3%と低迷しました。これまでオセアニア地区の挙式取扱いの牽引役となっていたゴールドコースト挙式が対前年比 79%と大幅な減少となる中、①修学旅行・留学などの渡航が増えていること、②航空運賃の高騰による旅行ツアー料金の高止まり等が影響し、全体的に縮小しました。ただし、一組当りの消費単価については年々増加傾向にあり、挙式に対する強いこだわりを持ったお客様が、そのこだわりを実現できるエリアとしてオセアニア地域を選んでいるという傾向が窺えます。また、修学旅行・留学などによる渡航の増加は、オーストラリアに親近感と思い出などのプラスイメージを抱く若年層・結婚予備軍が増加するということになるため、将来的に、オーストラリア挙式が飛躍的に組数を伸ばす可能性を内包していると考えられます。

■アメリカ／カナダは、国際情勢不安の影響を最も色濃く受けて、マーケット自体が毎年ほぼ半減のペースで低迷していましたが、2004 年からこうした影響も薄れ歯止めがかかり、2005 年も回復傾向のなか、915 組、対前年比 88.7%と健闘しました。年齢層も高く本物志向でこだわりも強いため、列席都合に捉われず実現する傾向です。テーマパーク性・エンタテイメント性の高いラスベガスでは、ハネムーン重視派の安価な挙式スタイルだけでなく、こだわり派に対する高付加価値の高級スタイルが増加傾向にあります。留学・赴任経験者の根強い支持を受けるカナダ挙式とともに、他エリアでは叶えられない独自性の高い挙式が魅力となっています。

■ヨーロッパは、ユーロ高・ポンド高の影響と、取扱いのない地域への分散、主力であるパリ、イタリア挙式が減少。パリは暴動など治安面の不安から受注控えが発生したことにより、ヨーロッパ市場全体では、2,050 組、対前年比 89.1%と減少しました。一度は訪れたいハネムーンの人気地域であることから、挙式地としても根強い人気のあるエリアですが、挙式情報はもちろん現地情報を含め十分な情報提供ができる窓口が、他エリアに比べ少ないことも低迷の要因といえます。

■その他のエリアでは、挙式候補地の多様化が顕著に。ニューカレドニアが 320 組で対前年比 160%と増加したほか、またもやテロ発生の影響があったものの引き続き好調なバリ島挙式が 2,873 組・124.1%増加しました。その他エリア全体では、3,975 組、115.5%と伸張しました。

【海外旅行者数の推移と海外挙式組数の推移】



※海外挙式第 1 号は 1968 年のハワイ挙式とされている。また、当社の海外挙式取扱いも 1973 年から開始しているが、海外挙式市場全体に対するマーケット調査は実施されていないため、当社が本調査の実施をスタートした 1989 年からの海外挙式組数の推移を示すものとする。

今後の予測

日本の婚礼市場全体で、顧客の価値観・意識が変化！
従来型の「地元・多人数・披露宴主体」から、
感動の深い「リゾート・少人数・挙式重視」の価値観へシフト。

海外挙式をはじめとする「国内外のリゾート挙式」マーケットは、既存の婚礼形態では満足しきれない需要の取り込みに成功し、今後も一層の拡大・成長が見込まれる。新局面を迎え、第 2 の黄金期へ突入する可能性は高い。

- **全国総婚姻届出組数の減少傾向は、30 代未婚者層の増加の反動で、2006 年初頭から下げ止まり感があり、一時的な増加の可能性もある。総婚姻組数の中長期的な減少トレンドに変化は無く、2015 年以降には 50 万組台に。**
- **婚礼市場全体の顧客ニーズ・価値観が変化しており、従来型の「地元で大人数を招待して、披露宴を中心」に行うスタイルから、深い感動が旅行期間中長続きし「リゾート地で少人数の親しい人だけを招き、挙式（セレモニー）を重視する」という新しい婚礼スタイルへとシフトしている。**
- **挙式地傾向は、ハワイ・ミクロネシア中心にブライダル事業者間の競争が一層激化。顧客動向も 2 エリアへの集中化が予想される。挙式候補地の多様化が、海外遠隔地や国内リゾート地にも及んでいるため、ハード・ソフト両面での付加価値アップによる各エリアごとの特色・魅力強化が進むと予想される。**
- **価値観の変化の流れを受け、海外挙式をはじめとする「国内外のリゾート挙式」マーケットが新局面を迎えており、順調な伸びとシェアの拡大が見込まれる。今後日本市場でも、欧米並みの 25%以上の水準になると予想され、90 年代の海外挙式ブームに次ぐ第 2 の黄金期を形成する可能性は高い。**
- **マーケティング的な課題は、①晩婚化により今後増加すると予測される 30 代カップルの需要取り込み、②エリア別中心のカテゴリー分類の意識だけでなくウェディングスタイル別分類の提案が必要になっていることなどが挙げられる。**

全国婚姻届出組数に一時的な下げ止まり感 目的型の海外挙式市場は更なる回復が見込める

2006 年の婚姻届出組数は、昨今の 30 代カップルの挙式増加が影響しているためか、年初から連続で月ベースの婚姻届出組数が前年の組数を上回る現象がおきており、現状、下げ止まり感があります。依然少子化・晩婚化トレンドの影響は本格化しており中長期的に変化はないものの、近年の晩婚化による 30 代未婚層の滞留現象がプラスに転じ、2007 年は 72 万組に回復する可能性も高いと当社では予想しています。

このうち海外挙式マーケットは、ハワイやミクロネシア地域でのブライダル事業社間の競争激化による業界の活性化や、国際情勢の心理面への影響の沈静化、各エリアの順調な回復などを鑑みると、組数・海外挙式比率ともに更なる回復が予想されます。従って 2006 年の海外挙式組数は、通年で 4 万 6,930 組程度であると予測し、総婚姻届出組数に対する海外挙式比率は、6.5%（対前年 0.2 ポイント増）、非挙式者層を除く実質婚礼マーケットでのシェアは 9.3%に達すると予測しています。

ウェディングの価値観の変化が顕在化 少人数でも感動のある挙式重視の価値観へシフト

当社実績では顧客単価も上昇傾向にありますが、わかりやすいパッケージを求める「予算・価格志向派」と、自分のこだわりを追及する「プロデュース志向派」の二極化傾向が拡大しています。また、婚礼市場全体に大きな価値観の変化が顕在化しており、従来型の「地元で大人数を招待して、披露宴を中心」に行うスタイルから、深い感動が旅行期間中長続きする「リゾート地で少人数の親しい人だけを招き、挙式(セレモニー)を重視する」という新しい婚礼スタイルへとシフトしています。

これは、2005 年概況で前述のとおり、2004 年以降「旅行＋挙式」という海外挙式と同様のビジネスモデルで、国内でありながら海外挙式と同等のロケーションを可能にした沖縄・北海道・軽井沢などの国内リゾート挙式が、海外挙式の伸びを上回る勢いで顕著な伸びを示し、「国内および海外のリゾート挙式」という新たなマーケットを形成し、顕在化させたことからも容易に推測できます。

国内リゾート挙式について、急速なシェア拡大の背景は、昨今の国際情勢のリスク回避と、地方中核都市空港や新幹線など交通の利便性が高いことがあげられます。ただしマーケットとしてみると、最も打撃を受け易いと予測されていたグアム挙式が増加・拡大していることから、従来の海外挙式市場に取って代わるというものではないことがわかります。前述のとおり、「結婚式＝披露宴」という価値観が変化し、海外挙式のような「結婚式＝挙式（セレモニー）」という、一生に一度だからこそカップルの思い出に残る感動を残す価値観へとシフトしていることが最大の背景と考えられます。

欧米ではリゾート挙式スタイル 20〜25%と主流 日本市場も同水準のシェア拡大が見込まれる

世界の婚礼マーケットに目を向けると、先進諸国で“旅行＋挙式”のいわゆる「国内外リゾート挙式」（DESTINATION WEDDING）が占める比率は、総じて 20%以上となっており、成熟国家では常識化する状況にあります。なかでもイギリスにおけるシェアは 25%を超えており、アメリカでも 20%を超えるシェアを占め、年々拡大しています。日本の生活スタイルや価値観が欧米化している現状を鑑みると、婚礼スタイルについても、海外挙式などの「国内外リゾート挙式」のシェアが欧米並みの水準になると推測されます。また、レジャーの過ごし方が目的型・時間消費型になっていることからも、ウェディングをきっかけに旅行を楽しむ生活文化が育っていくと見込まれます。

従って、中・長期的には、海外挙式シェアは 15%以上（20%以上）、都市部では 20%以上（実質 25%以上）に伸びるものと予測されます。婚姻届出組数の減少が進む将来、この傾向が強まれば、海外挙式をはじめとする「国内外リゾート挙式」シェアの拡大も見込まれます。当社では、2010 年約６万 5,000 組（約 10%：約 65 万組中）、2015 年約９万組（約 15%：約 60 万組中）、2020 年には約 11 万組（約 20%：約 55 万組中）となると予測し、この需要創出のマーケティング施策を展開して参ります。

危機管理意識は不可欠な要素に リスクに対して冷静な判断・抵抗力が出ている

2004 年からＶ字回復に転じて依頼順調に推移し、2006 年の海外挙式動向も、突発的な大事件が発生しない限り、現時点では引き続き好調な回復が期待できると考えています。

ただし、テロや病害だけでなく現地の政治情勢による治安状況、地震・津波・台風といった自然災害も含めた今後の国際情勢によっては、予断を許さない状況は今後も続くものと考えられます。しかし、業者・お客様双方の危機管理意識が高まっていることにより、従来のような影響は受けにくいと考えられます。これは、①ハネムーンや海外挙式の候補エリアと離れた地域にリスクが集中・限定されていること、②万が一のリスク回避のために、情報・インフラの整ったより安全なエリアや国際情勢の影響を受けにくいエリアを挙式地に選択する傾向が強まっていること、③現時点では事前の報道状況を確認することで、業者・お客様の双方が、動揺を抑え事態を冷静に判断し対応できることがあげられます。

婚礼マーケット自体が縮小する中、突発する国際情勢への危機管理能力は不可欠なだけでなく、顧客ニーズに対応していく企業の底力が問われるため、全世界的にプロデュース力を発揮できる企業の優位性がより顕著になると考えられます。

式場の新設ラッシュが相次ぎ競争激化 価格・ハード・ソフト・品質の全方位的施策が不可欠

近年、海外挙式市場は、ブライダル事業各社の競争激化が目覚しく、活性化しています。挙式エリアの比重をみると、ハワイ・ミクロネシアやその他のエリア合計で“ビーチリゾート”の割合が８割以上を占め、より集客可能なエリアに投資・プロモーションが集中しているといえます。当社の先行獲得状況も前期比 105%程度で推移しています。特にハワイやミクロネシアでは、①式場の新設ラッシュにより、話題性に加え挙式会場・挙式スタイルの選択肢が豊富に取り揃うこと、②列席同伴率の上昇・参列人数の増加に伴い、カップルの列席者や両親への配慮（はじめての海外旅行や最初で最後の親孝行など）、心理面・物理面でのサポート体制が重要な牽引要因となり、顕著に増加するものと考えます。特に②に関しては、現地パーティの積極提案がニーズを掘り起こしており、日本市場と勝るとも劣らない充実したサービス・クオリティの提供が鍵となっています。

エリア区分はもちろんスタイル別で課題解決！ 晩婚化対応、マスから個別へのアプローチへ変化

また、“海外挙式”自体の魅力の再構築と、エリアごとの独自性を高めた商品プラン展開を行い、大勢多数（マス）への働きかけだけでなく、個別のニーズに対応したアプローチに比重を移す傾向へと変化しています。海外挙式はエリアごとに異なる幅広い魅力を持つため個々のお客様のニーズに応えられるキャパシティも広範にわたります。昔は海外へ行くこと自体のステキさ・ステータス感を訴求すれば組数アップにつながりましたが、昨今の海外挙式の伸びは、行ってどのように過ごすかというアフターウェディングの情報や、その場所でしか叶わない挙式スタイルを競って提案した結果であるといえます。

結婚情報誌『ゼクシィ』の「結婚トレンド調査 2006」（株式会社リクルート発表）によれば、海外挙式を検討した層が大都市圏で例年３割ほどで推移している反面、実際に海外挙式を実行するカップルは３人に１人となっており、潜在的な需要の高さを示しているといえます。また、当社調査でも、海外挙式を断念した理由が、金銭面に次いで“両親・参列者都合”が５割を占めています。こうした課題をクリアするためにも、海外挙式の魅力はもちろん、より具体的な情報提供と、参列者マーケットにも配慮した課題解決型の商品・サービス展開が求められています。

一方、30 代の未婚率は 26.6%と、３人に１人を占める晩婚時代です。この傾向は海外挙式者の年齢層にも現れており(P17)、海外挙式においても晩婚化は年々顕著となっています。今後晩婚化が進む上では、“本物志向”の“こだわり派”で金銭的に余裕のある 30 代カップルのマーケティングが、顧客単価アップの施策上からも欠かせないものとなり、同業他社間での需要取り込み合戦が展開されると予測できます。

全国的に拡大する海外挙式ニーズ 将来的に急速なシェア拡大の可能性も

当社取扱い海外挙式者の居住地による都道府県別の「海外挙式推定比率」（婚姻組数に対する海外挙式者の割合：P11）が示すとおり、横ばい安定傾向の首都圏や関西地区以外のほとんどの地区でポイントを伸ばしており、特に中部国際空港がオープンした東海・北陸地方をはじめ、中国・四国地方、などの地方都市が着実に比率を伸ばすなど、都市部だけでなく全国的に海外挙式のニーズが高まっているといえます。

また、IT環境の急速な整備・普及が進み、お客様がインターネットやホームページなどを駆使して情報収集することが益々一般的になり、大都市圏と地方都市との情報格差が狭まっています。こうした情報取得手段多様化により、来店前から取捨選択されてしまうケースが多く、情報の薄いエリア・プロデュース会社では、必然的に集客能力に差が出てきているのが現状です。ブライダル誌や業界各社でも、自社ホームページの充実に余念が無く、当社をはじめ、ブログを活用した独自の情報提供も繰り広げられています。しかしその一方で、こだわりをより強く持つお客様に対し、詳細な情報を直接得られる取扱い業者の営業店舗展開にはバラつきがあり、未開拓エリアが残っています。今後有力業者による地方展開が急速に進展すれば、潜在的なニーズが更に掘り起こされる可能性は大きいといえます。

調査概要

■ **調査方法**：当社の海外店舗（全世界５エリア 18 店舗）におけるアンケート形式、
および弊社実績に基づくマーケティングによる推定値の算出

■ **調査対象**：下記対象期間内に催行された海外挙式を取り扱う
旅行会社各社、挙式運営会社各社、現地の挙式会場、現地のサプライヤーなど

■ **対象期間**：2005 年 1 月 1 日～2005 年 12 月 31 日

■ **調査エリア**：

ハワイ地区	（集計：ホノルル店、マウイ店、コナ店）
ミクロネシア地区	（集計：サイパン店、グアム店、バリ店）
オセアニア地区	（集計：ケアンズ店、ハミルトン店、ゴールドコースト店、シドニー店、クライストチャーチ店）
アメリカ・カナダ地区	（集計：バンクーバー店、ラスベガス店）
ヨーロッパ地区	（集計：ロンドン店、パリ店、フィレンツェ店）
その他の地域	（集計：タヒチ店、上海店、当社国際マーケティング部門）

■ **注意点**：**＜全国統計について＞**
全国総婚姻組数は、厚生労働省人口動態統計による。2006 年以降は当社による推計値。

＜エリア統計について＞
上記調査エリアを対象としたもので、アフリカ、南米、ロシア・東欧、中近東、個人手配などによる特殊エリアについては、含みません。しかし、挙式候補地の多様化・分散化がすすみ、インターネットなどを利用した個人手配も可能な昨今であるため、今回の調査で含み得なかった地域での挙式組数は、全体の２％ほどと推測されることをお断りしておきます。

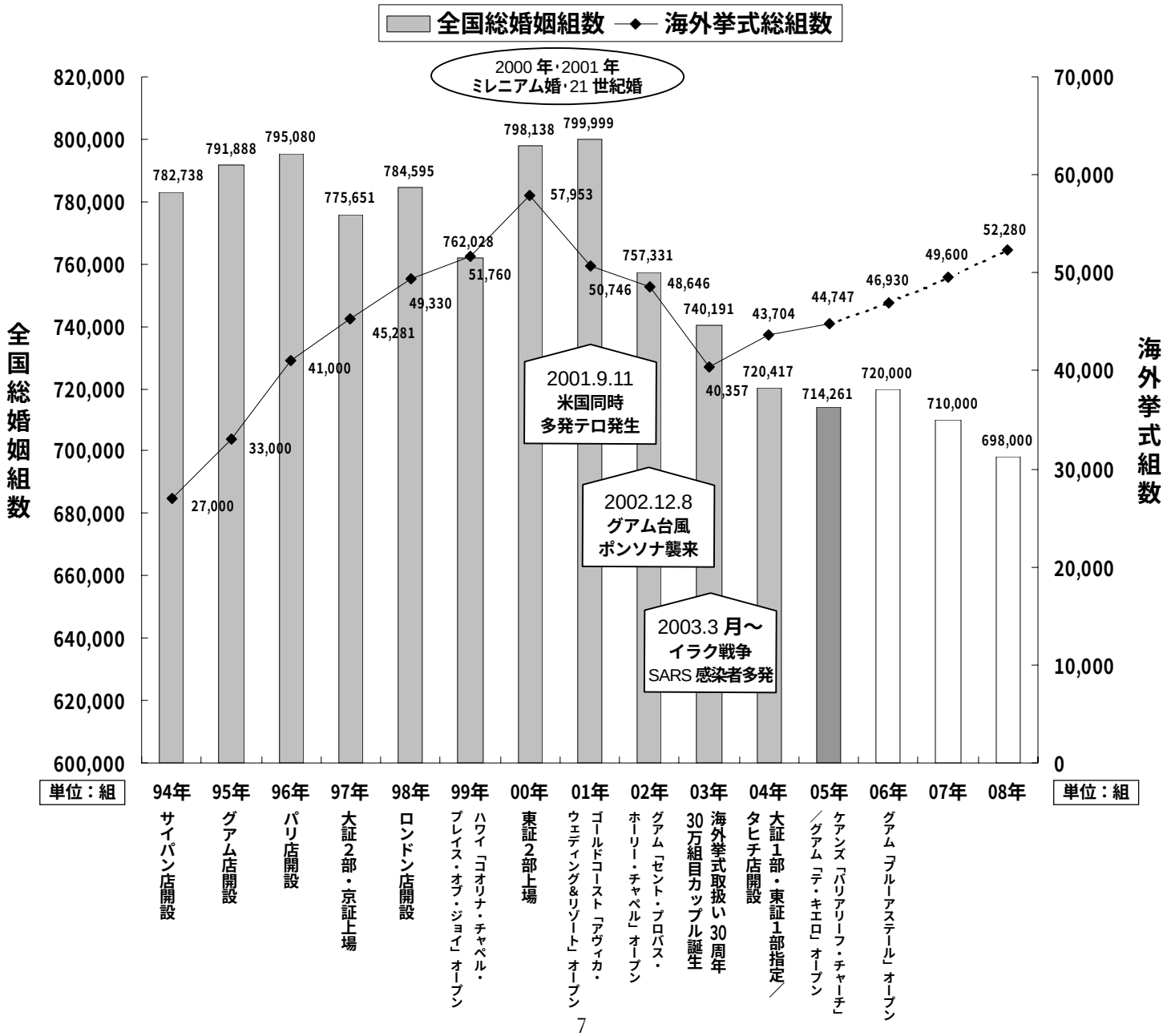
※その他の地域は、タイ、インドネシア、フィジー、ニューカレドニア、タヒチ、シンガポール、モルディブ、カリブ等を合計した数値。
※アメリカ地区は、メインランドの数値でカリブ諸島等は含まない。
※ヨーロッパ地区の統計は、集計店地域のほか、スイス、オーストリア、スペイン、ギリシャ、ベルギー、ドイツ、北欧等を含む。

全国総婚姻組数と海外挙式組数の推移

- 全国総婚姻組数の減少（対前年比 98.6%、6,156 組ダウン）の中、海外挙式は組数・シェアともに増加。組数は 1,043 組増加（対前年比 102.4%）、総婚姻組数における海外挙式比率も 6.3%（0.2 ポイント上昇）といずれも上昇した。
- 海外挙式主要エリアでの国際事件もなく、安定した需要がみられる。一部航空各社の国際路線の運行停止がある地区があったものの、中部国際空港のオープンにより、東海・北陸エリアからの海外出国者数の伸びも牽引要因となり、組数アップにつながったといえる。
- 突発的な事件が無い限り、2006 年以降も順調に上昇し、組数・比率ともに右肩上がりとなると予測される。

期間	1994年	1995年	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年
全国総婚姻組数	782,738	791,888	795,080	775,651	784,595	762,028	798,138	799,999	757,331	740,191	720,417	714,261	720,000	710,000	698,000
海外挙式総組数	27,000	33,000	41,000	45,281	49,330	51,760	57,953	50,746	48,646	40,357	43,704	44,747	46,930	49,600	52,280
海外挙式比率	3.5%	4.2%	5.2%	5.8%	6.3%	6.8%	7.3%	6.3%	6.4%	5.5%	6.1%	6.3%	6.5%	7.0%	7.5%
当社取扱組数								30,917	27,501	27,501	22,456	21,626	-	-	-
当社シェア								60.9%	56.5%	68.1%	51.4%	48.3%	-	-	-
全国総婚姻組数前年比	105.1%	98.7%	100.2%	101.3%	98.4%	100.5%	97.1%	104.7%	94.7%	97.7%	97.3%	98.6%	100.8%	98.6%	98.3%
海外挙式組数前年比	125.0%	135.0%	122.2%	124.2%	110.3%	109.1%	104.9%	112.0%	87.6%	95.9%	83.0%	102.4%	105.1%	105.3%	105.4%

※全国総婚姻組数は厚生労働省人口動態統計による。2006 年以降は当社推計値。



エリア別総挙式組数（前年比較）

- **ハワイ**：組数 104.5%と伸張。海外挙式エリアにおけるシェアは引き続き１位（52.5%、1.1 ポイント上昇）と人気堅調。
- **ミクロネシア**：挙式組数が過去最高の 10,873 組（前年比 104%）と順調に推移。挙式地比率では、24.3%を占め、0.4 ポイント上昇。
- **オセアニア**：挙式組数は対前年比 86.3%とダウン。豪ドル高、旅行代金の高止まりの影響も。また、地域ごとの特徴・魅力自体が分散化した結果バラつきがみられ、ケアンズの横ばいで全体では低迷。
- **アメリカ／カナダ**：ラスベガス・カナダが健闘したものの、915 組、対前年比 88.7%と 1,000 組を割る結果に。しかし、国際情勢への懸念が薄れ回復傾向にある。
- **ヨーロッパ**：対前年比 89.1%と組数減少。ユーロ高・ポンド高の影響に加え、パリ暴動による治安状況が懸念された。主要都市以外の遠隔地挙式が増加。ヨーロッパ域内でも挙式候補地の分散化がみられる。
- **その他**：挙式候補地の分散化が一層進行。3,975 組、115.5%と躍進。なかでもバリ島挙式は、挙式施設の新設ラッシュが続いたことで人気を集めていたが、テロ事件の影響を受け、最終的な伸び率に影を落とす結果に。

ハワイ地区（集計：ホノルル店、マウイ店、コナ店）（※1）

期間	1994年	1995年	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年
総挙式組数	17,000	20,500	25,000	26,531	29,300	29,800	32,756	25,916	23,907	20,957	22,472	23,484	24,700	25,800	27,000
内当社取扱組数							16595	12,705	12,379	10,630	10,833	11,301	-	-	-
当社シェア							50.7%	49.0%	51.8%	50.7%	48.2%	48.1%	-	-	-
総挙式組数前年比	137.1%	120.6%	122.0%	106.1%	110.4%	101.7%	109.9%	79.1%	92.2%	87.7%	107.2%	104.5%	105.2%	104.5%	104.7%
当社扱挙式列席同伴率	55.0%	68.0%	69.0%	69.0%	70.0%	75.0%	76.0%	63.7%	76.0%	70.0%	84.8%	72.8%	-	-	-
当社扱挙式列席平均人数	7.2	7.8	7.9	7.8	8.0	8.0	8.3	8.5	7.7	11.0	10.4	10.0	-	-	-

ミクロネシア地区（集計：サイパン店、グアム店）

期間	1994年	1995年	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年
総挙式組数	2,600	3,500	5,000	5,500	6,135	7,100	9,550	9,843	10,379	8,643	10,459	10,873	11,200	12,100	12,700
内当社取扱組数							7007	7,475	8,157	6,503	7,041	5,895	-	-	-
当社シェア							73.4%	75.9%	78.6%	75.2%	67.3%	54.2%	-	-	-
総挙式組数前年比	130.0%	134.6%	142.9%	110.0%	111.5%	115.7%	134.5%	103.1%	105.4%	83.3%	121.0%	104.0%	103.0%	108.0%	105.0%
当社扱挙式列席同伴率			55.0%	63.0%	70.0%	75.0%	77.1%	78.2%	78.3%	77.5%	76.9%	78.5%	-	-	-
当社扱挙式列席平均人数			9.1	8.2	8.7	8.8	9.0	9.0	9.2	7.1	8.9	7.4	-	-	-

オセアニア地区（集計：ケアンズ店、ハミルトン店、ゴールドコースト店、シドニー店、クライストチャーチ店）

期間	1994年	1995年	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年
総挙式組数	4,000	5,000	5,500	5,900	6,135	6,100	6,072	5,955	5,784	4,623	4,000	3,450	3,500	3,550	3,600
内当社取扱組数							3506	3,921	4,171	3,332	2,924	2,506	-	-	-
当社シェア							57.7%	65.8%	72.1%	72.1%	73.1%	72.6%	-	-	-
総挙式組数前年比	133.3%	125.0%	110.0%	107.3%	104.0%	99.4%	99.5%	98.1%	97.1%	79.9%	86.5%	86.3%	101.4%	101.4%	101.4%
当社扱挙式列席同伴率			29.0%	34.0%	37.0%	41.0%	50.0%	59.0%	50.8%	49.9%	47.7%	54.2%	-	-	-
当社扱挙式列席平均人数			5.9	5.2	5.8	5.2	5.7	5.5	6.3	6.2	6.2	6.2	-	-	-

アメリカ／カナダ地区（※2）（集計：バンクーバー店、ラスベガス店）

期間	1994年	1995年	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年
総挙式組数	1,300	1,800	2,900	3,600	3,660	3,860	4,150	3,554	1,876	1,059	1,032	915	930	950	980
内当社取扱組数							2686	2,203	1,437	789	828	734	-	-	-
当社シェア							64.7%	62.0%	76.6%	74.5%	80.2%	80.2%	-	-	-
総挙式組数前年比	108.3%	138.5%	161.1%	124.1%	101.7%	105.5%	107.5%	85.6%	52.8%	56.4%	97.5%	88.7%	101.6%	102.2%	103.2%
当社扱挙式列席同伴率				28.0%	29.0%	38.0%	39.1%	24.7%	32.7%	43.0%	61.9%	31.7%	-	-	-
当社扱挙式列席平均人数			4.1	5.7	5.4	6.2	6.6	5.6	6.0	9.0	5.8	6.0	-	-	-

ヨーロッパ地区（※3）（集計：ロンドン店、パリ店、フィレンツェ店）

期間	1994年	1995年	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年
総挙式組数	1,200	1,400	1,400	2,200	2,500	3,100	3,400	3,200	3,250	2,575	2,300	2,050	2,100	2,150	2,200
内当社取扱組数							1123	1,305	1,357	1,202	1,134	1,052	-	-	-
当社シェア							33.0%	40.8%	41.8%	46.7%	49.3%	51.3%	-	-	-
総挙式組数前年比	120.0%	116.7%	100.0%	157.1%	113.6%	124.0%	109.7%	94.1%	101.6%	79.2%	89.3%	89.1%	102.4%	102.4%	102.3%
当社扱挙式列席同伴率				28.0%	35.0%	42.0%	43.6%	39.3%	42.0%	38.3%	39.2%	38.1%	-	-	-
当社扱挙式列席平均人数				4.5	3.5	3.8	6.0	3.8	6.4	5.3	4.5	6.3	-	-	-

その他の地域（タイ、インドネシア、フィジー、ニューカレドニア、タヒチ、シンガポール、モルディブ、カリブ等）

期間	1994年	1995年	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年
総挙式組数	900	800	1200	1,550	1,600	1,800	2,025	2,278	3,450	2,500	3,441	3,975	4,500	5,050	5,800
総挙式組数前年比	225.0%	88.9%	150.0%	129.2%	103.2%	112.5%	112.5%	112.5%	151.4%	72.5%	137.6%	115.5%	113.2%	112.2%	114.9%

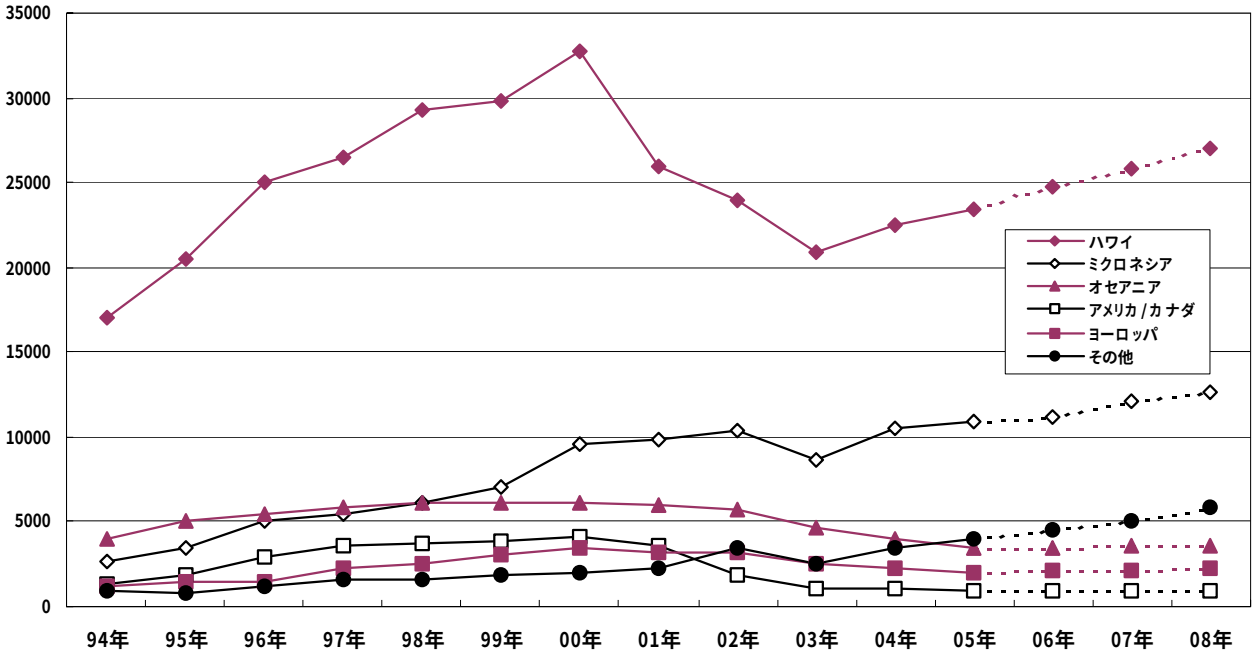
参考：沖縄リゾート挙式（※4）

期間	1994年	1995年	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年
総挙式組数						200	650	1,100	2,000	2,500	3,500	4,605	6,000	・・・	10,000
総挙式組数前年比											140.0%	131.6%	130.3%	・・・	—
内当社取扱組数											611	1,445	2,500	-	5,000
当社シェア											17.5%	31.4%	41.7%	-	50.0%

※1：2006 年以降は当社による推計値。
※2：アメリカ地区はメインランドの数値で大西洋側のカリブ諸島等は含まれていません。カナダも主として太平洋側地区の数値。
※3：ヨーロッパ地区の統計は、集計店地域のほか、スイス、オーストリア、スペイン、ギリシャ、ベルギー、ドイツ、北欧等を含んだもの。
※4：(財)沖縄観光コンベンションビューローによる（2006 年３月発表）。2006 年・2011 年の推計は同法人による目標数値。当社取扱組数のうち 2004 年は４月～12 月。

エリア別：挙式組数

● 挙式参列者への配慮やアフターウェディングの過ごし方に注目が集まるなか、インフラや環境の安定したハワイに対する信頼度が高まり順調に回復。ミクロネシアは、挙式会場の新設ラッシュで注目を集め、過去最高の組数を記録。その他地域では、バリ島が挙式施設新設ラッシュの話題性で延びていたが、爆破テロの影響を受け前年に比べると最終的な伸び率に歯止めがかかるものの健闘し、南太平洋の順調な推移に支えられ、115.5%と伸張。全体的な国際情勢への懸念はほとんど感じられないが、旅行期間が比較的長く旅行代金も高いエリアでは、通貨高や連休の並びも大きく影響し、アメリカ・カナダ、オセアニアとヨーロッパ地域が苦戦を強いられている。



【エリア別挙式組数】

単位：組

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
ハワイ	17,000	20,500	25,000	26,531	29,300	29,800	32,756	25,916	23,907	20,957	22,472	23,484	24,700	25,800	27,000
ミクロネシア	2,600	3,500	5,000	5,500	6,135	7,100	9,550	9,843	10,379	8,643	10,459	10,873	11,200	12,100	12,700
オセアニア	4,000	5,000	5,500	5,900	6,135	6,100	6,072	5,955	5,784	4,623	4,000	3,450	3,500	3,550	3,600
アメリカ／カナダ	1,300	1,800	2,900	3,600	3,660	3,860	4,150	3,554	1,876	1,059	1,032	915	930	950	980
ヨーロッパ	1,200	1,400	1,400	2,200	2,500	3,100	3,400	3,200	3,250	2,575	2,300	2,050	2,100	2,150	2,200
その他	900	800	1,200	1,550	1,600	1,800	2,025	2,278	3,450	2,500	3,441	3,975	4,500	5,050	5,800

※その他は、タイ、インドネシア、フィジー、ニューカレドニア、タヒチ、シンガポール、モルディブ等を合計した数値。

エリア別：挙式エリアの分布と割合

● 挙式候補地の分散化が進む中、ハワイが５割以上をキープし安定した人気を誇る。業界各社の新設ラッシュで話題を集めるミクロネシアが 0.4 ポイント上昇、その他地域が 1.0 ポイント上昇した。ハワイとミクロネシアの合計で実に約８割を占め、全体的な傾向では、ビーチリゾート人気の傾向が一層高まっている。

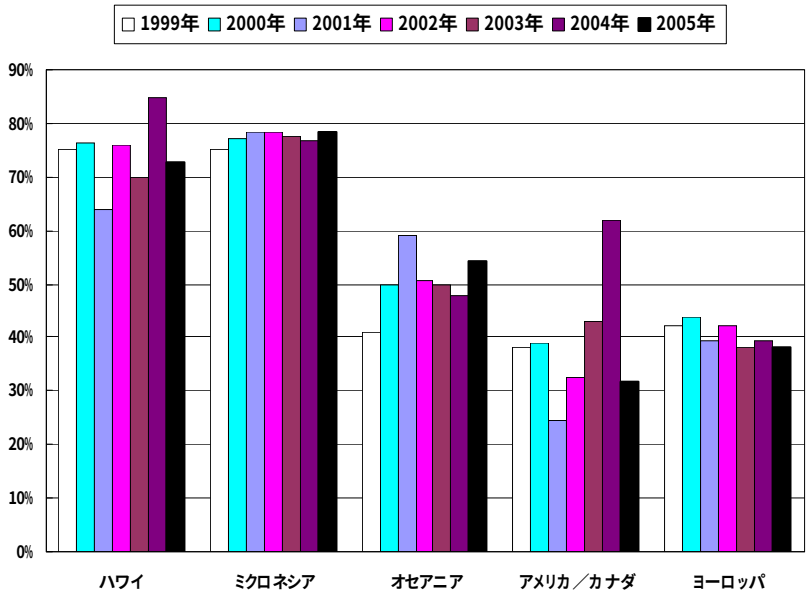
【挙式エリアの割合】

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
ハワイ	63.0%	62.1%	61.0%	58.6%	59.4%	57.6%	56.5%	51.1%	49.1%	51.9%	51.4%	52.5%	52.6%	52.0%	51.6%
ミクロネシア	9.6%	10.6%	12.2%	12.1%	12.4%	13.7%	16.5%	19.4%	21.3%	21.4%	23.9%	24.3%	23.9%	24.4%	24.3%
オセアニア	14.8%	15.2%	13.4%	13.0%	12.4%	11.8%	10.5%	11.7%	11.9%	11.5%	9.2%	7.7%	7.5%	7.2%	6.9%
アメリカ／カナダ	4.8%	5.5%	7.1%	8.0%	7.4%	7.5%	7.2%	7.0%	3.9%	2.6%	2.4%	2.0%	2.0%	1.9%	1.9%
ヨーロッパ	4.4%	4.2%	3.4%	4.9%	5.1%	6.0%	5.9%	6.3%	6.7%	6.4%	5.3%	4.6%	4.5%	4.3%	4.2%
その他	3.3%	2.4%	2.9%	3.4%	3.2%	3.5%	3.5%	4.5%	7.1%	6.2%	7.9%	8.9%	9.6%	10.2%	11.1%

※その他は、タイ、インドネシア、フィジー、ニューカレドニア、タヒチ、シンガポール、モルディブ等を合計した数値。

エリア別：挙式列席者の同伴率

- オセアニアの同伴率が 6.5 ポイント上昇し 54.2%と躍進、ピーク時と同等の水準に。時差が少なく安定した気候、治安も安定し、ゆったりと上質な挙式が叶うことから参列者の満足度も高くなっている。
- ミクロネシアが 1.6 ポイント伸ばし過去最高の 78.5%を記録。規模の大小に関わらず、参列者を伴って海外挙式を行える地域として人気が高い。
- 観光インフラの整ったハワイは列席者の根強い支持があるものの、ホテルのリニューアルや航空便減便の影響を受けた。
- 留学・赴任経験者に人気のアメリカ／カナダと、一度は足を運びたい意識の強いヨーロッパは、大人のカップルが多いことから、参列者都合に捉われずに２人だけのハネムーンを主体に希望どおりに海外挙式を実現するケースが増加。



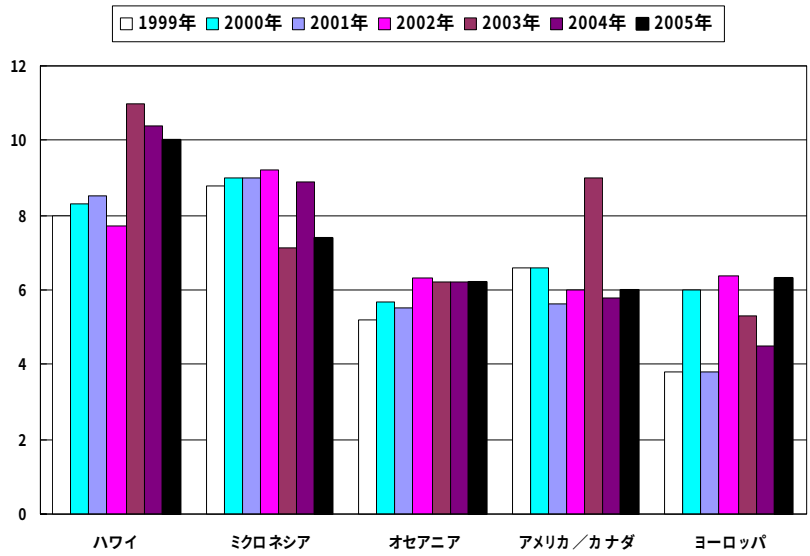
【列席者の同伴率】

	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年
ハワイ	75.0%	76.3%	63.7%	76.0%	70.0%	84.8%	72.8%
ミクロネシア	75.0%	77.1%	78.2%	78.3%	77.5%	76.9%	78.5%
オセアニア	41.0%	50.0%	59.0%	50.8%	49.9%	47.7%	54.2%
アメリカ／カナダ	38.0%	39.1%	24.7%	32.7%	43.0%	61.9%	31.7%
ヨーロッパ	42.0%	43.6%	39.3%	42.0%	38.3%	39.2%	38.1%

※参考：沖縄リゾート挙式は、2005 年 89.8%（当社実績による）。

エリア別：挙式列席者の平均人数

- ハワイの列席者の平均人数は、0.4 ポイントわずかに減少したが、03 年に引き続き、10 人を越える水準を維持した。
- ミクロネシアでは、同伴率は増加したものの、プライベート性の高いパーティ需要から小規模な挙式が増えたため 1.5 ポイント減少。
- アメリカ／カナダ 0.2 ポイント上昇、ヨーロッパ 1.8 ポイント上昇。いずれも２人挙式の増加した地区だが、参列者を連れる場合の人数は増加傾向にある。オセアニアは横ばい。



【列席者の平均人数】　　単位：人

	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年
ハワイ	8.0	8.3	8.5	7.7	11.0	10.4	10.0
ミクロネシア	8.8	9.0	9.0	9.2	7.1	8.9	7.4
オセアニア	5.2	5.7	5.5	6.3	6.2	6.2	6.2
アメリカ／カナダ	6.6	6.6	5.6	6.0	9.0	5.8	6.0
ヨーロッパ	3.8	6.0	3.8	6.4	5.3	4.5	6.3

※参考：沖縄リゾート挙式は、2005 年約 20 人（当社実績による）。

海外挙式推定比率

【当社取扱い海外挙式者の居住地（都道府県別）】

	2005年 海外挙式 推定組数	2005年 全婚姻組数	2005年 海外挙式 推定比率	全国平均 (6.3%)との ポイント差	対前年との ポイント差	2004年 全婚姻組数	2004年 海外挙式 推定比率
北海道	1,728	29,708	5.8%	-0.5	0.4	30,710	5.5%
青森	232	6,584	3.5%	-2.8	0.2	6,924	3.3%
岩手	255	6,446	4.0%	-2.5	0.3	5,045	4.5%
宮城	689	12,820	5.4%	-0.9	-1.0	6,523	3.5%
秋田	252	4,884	5.2%	-1.4	0.4	5,947	4.0%
山形	260	5,729	4.5%	-2.0	0.4	13,122	6.4%
福島	454	10,606	4.3%	-2.0	0.5	10,563	3.8%
茨城	858	15,534	5.5%	-0.8	0.1	15,924	5.5%
栃木	674	11,471	5.9%	-0.4	0.5	11,340	5.4%
群馬	683	10,601	6.4%	0.1	3.1	10,931	3.3%
埼玉	2,167	40,486	5.4%	-0.9	-0.1	41,141	5.5%
千葉	2,373	35,506	6.7%	0.4	0.5	35,538	6.2%
東京都	4,868	85,381	5.7%	-0.6	-0.2	84,619	5.9%
神奈川	3,279	56,050	5.9%	-0.4	0.8	56,141	5.1%
新潟	455	11,484	4.0%	-2.3	-4.8	11,558	4.8%
富山	699	5,355	13.0%	6.7	4.6	11,395	3.1%
石川	354	6,052	5.9%	-0.4	-3.2	4,583	10.0%
福井	361	4,365	8.3%	2.0	5.5	21,305	4.4%
山梨	435	4,531	9.6%	3.3	5.7	5,579	6.3%
長野	260	11,644	2.2%	-4.1	-4.1	6,187	6.8%
岐阜	603	10,512	5.7%	-0.6	-1.1	4,130	7.8%
静岡	1,189	21,056	5.6%	-0.7	1.2	10,945	6.9%
愛知	3,411	43,948	7.8%	1.5	0.6	44,608	7.3%
三重	1,062	9,640	11.0%	4.7	2.6	7,772	9.5%
滋賀	706	7,732	9.1%	2.8	-0.3	9,600	8.5%
京都	1,126	14,030	8.0%	1.7	-0.5	7,157	11.1%
大阪	4,592	51,739	8.9%	2.6	0.2	5,005	12.4%
兵庫	2,628	30,236	8.7%	2.4	-1.1	14,127	8.6%
奈良	865	6,915	12.5%	6.2	1.5	52,831	8.8%
和歌山	561	4,956	11.3%	5.0	-1.0	30,241	9.8%
鳥取	134	3,008	4.5%	-1.8	0.0	10,227	8.5%
島根	190	3,345	5.7%	-0.6	0.7	15,703	6.0%
岡山	936	10,098	9.3%	3.0	0.8	3,214	4.6%
広島	1,097	15,728	7.0%	0.7	1.0	3,441	5.0%
山口	427	7,306	5.8%	-0.5	-1.4	7,175	7.3%
徳島	208	3,637	5.7%	-0.6	1.7	7,339	5.0%
香川	255	5,254	4.9%	-1.4	-0.8	5,327	5.7%
愛媛	411	7,246	5.7%	-0.6	0.8	3,859	4.0%
高知	156	3,705	4.2%	-2.1	1.9	3,770	2.4%
福岡	1,187	28,715	4.1%	-2.1	0.0	28,490	4.2%
佐賀	127	4,155	3.1%	-3.2	0.6	4,374	2.5%
長崎	236	7,017	3.4%	-2.9	-0.1	7,086	3.5%
熊本	230	9,361	2.5%	-3.8	-0.6	9,289	3.1%
大分	212	6,101	3.5%	-2.8	-1.4	6,123	5.0%
宮崎	200	6,022	3.3%	-3.0	0.2	6,021	3.1%
鹿児島	307	8,754	3.5%	-2.8	0.0	8,862	3.6%
沖縄	147	8,808	1.7%	-4.6	0.6	8,638	1.1%
その他	209						
合計	44,747	714,261				720,417	

※全国総婚姻組数は 2005 年の厚生労働省人口動態調査（2006 年６月発表）による。
※都道府別海外挙式推定組数・推定比率は、2005 年人口動態調査とワタベウェディング調査から推計。

●関西がダントツ、北陸・東海地方の海外挙式比率上昇 大都市圏での実質比率はおよそ 10%～15%と推測

都道府県別に海外挙式の傾向を見ると、全体的にポイントを上げています。例年同様、関西地方の推定比率が依然として高く、次に北陸・東海地方、関東地方がそれに続き、依然“西高東低”型にあります。また、関東・関西・東海の合計で約７割を占めます。

関西や首都圏が横ばい安定の傾向にあるなか、北陸地方、東海地方、山陽地方では、大きく比率を伸ばしている。とくに北陸地方、東海地方では、05 年の中部国際空港（セントレア）新設による利便性の向上や、話題喚起により海外に目を向けるカップルが増えたと推測されます。

一般化・定番化した首都圏でも、挙式会場そのものの数が圧倒的に多い東京 23 区を抱え、さらに挙式の多様化を考えれば、むしろ海外挙式は、東京圏でも安定した成長需要のある稀有な市場です。

また、挙式を行わずに婚姻届のみの非挙式層はおよそ 30%程度と言われ、いわゆるブライダル市場は約 70%程度の 50 万組程度と見込まれるため、実質的な海外挙式推定比率は３%程度向上すると考えます。これを元に海外挙式比率を仮に計算すると、結果的に東京、名古屋、大阪といった大都市圏での海外挙式比率は、およそ 10%～15%の水準であるといえます。

●海外挙式の魅力が再認識！ 晩婚化も味方にし、様々な側面から支持を集める

全体的に海外挙式比率を伸ばした要因の一つには、海外挙式の魅力の再認識が大きいと考えます。ハネムーンを兼ねる合理性もあり、挙式の感動がハネムーン期間中続くため満足度も高く、親しい人々に囲まれて過ごすアットホームさに加え、晩婚化に伴い両親や家族を大切に考える 30 代カップルの増加により、親孝行・家族旅行ができる親近感が功を奏しています。

また 30 代カップルは“本物志向”“こだわり婚”傾向も強いため、憧れの場所で自分たちらしいゆったりと上質なウェディングが叶う海外挙式は、根強い支持を得ています。近年、総婚姻組数における再婚者の比率が上昇する中、新婦の再婚率が 0.9 ポイント上昇（※P17 参照）するなど、二人にとって心に残る挙式（セレモニー）の大切さが再認識され、セレモニー内容自体にオリジナリティ溢れる海外挙式が注目を集めている様子が窺えます。

●北陸地方、中国・四国地方が伸張 海外挙式の普及は都会から地方へ

北陸地方の海外挙式比率が全国平均を上回る 9.0%、中国・山陽地方でも 7.4%となり、とくに富山県 13%、岡山県は 9.3%を記録しました。また、山梨県が 9.6%に伸び、山陰・四国、東海地方の中でも三重県、北海道や東北地方も、着実にポイントを伸ばしています。“西高東低”傾向ながらも、中部・東海を経て地方都市に伝播してきていることが窺えます。

今後海外挙式が各地で一層伸びていくためには、地方都市の国際空港の有無だけではなく、居住地・あるいは地方都市から空港までのアクセスの向上、挙式スタイルの多様化に対する周囲の理解なども重要な要素と考えられます。

●全国的なニーズのひろがり 潜在需要の取り込みは、営業店舗拡大と IT の活用

IT環境の急速な整備・普及が進み、お客様がインターネットやホームページなどを駆使して情報収集することが益々一般的になり、大都市圏と地方都市との情報格差が狭まっています。

しかしその一方で、こだわりを強く持つお客様に対し、詳細な情報を直接得られる取扱い業者の営業店舗展開にはバラつきがあり、未開拓エリアが残っています。今後有力業者による地方展開が急速に進展すれば、潜在的なニーズが更に掘り起こされる可能性は大きいといえます。

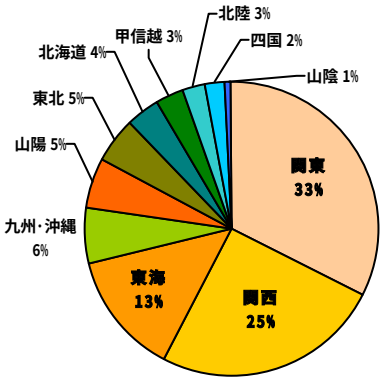
例として、県別の海外挙式比率でみると、「岡山店」で岡山県のほか四国地方の取り込みに成功、04 年４月からの当社「金沢店」オープン以来順調に推移し、北陸地方が前述のとおり 2005 年 9.0%を記録し、中部・東海を上回る水準で伸張しました。併せて、近県の富山県 13.0%・福井県 8.3%が共に数字を大きく伸ばしています。こうした地方都市の健闘は、大都市圏で火がついた海外挙式ブームが一般化して地方に広がっていることに加え、営業店舗の展開が未開拓エリアに及ぶことで、まだまだ潜在需要の掘り起しが可能であることを示していると考えられます。

【地方別：海外挙式推定比率】

		2005年				2004年 海外挙式 推定比率	対前年比 海外挙式 推定比率の ポイント差
		エリア別 婚姻組数	エリア別 海外挙式 組数	海外挙式 推定比率	全国平均値 (6.3%)との ポイント差		
北海道	北海道	29,708	1,728	5.8%	-0.9	5.5%	+0.3
東　北	青森／秋田／岩手／山形／宮城／福島	47,069	2,143	4.6%	-1.8	4.5%	+0.1
関　東	茨城／栃木／群馬／埼玉／千葉／東京／神奈川	255,029	14,902	5.8%	-0.8	5.5%	+0.3
	首都圏（埼玉／千葉／東京／神奈川）	217,423	12,687	5.8%	-0.6	5.6%	+0.2
甲信越	新潟／長野／山梨	27,659	1,151	4.2%	-0.7	4.9%	-0.7
北　陸	富山／石川／福井	15,772	1,414	9.0%	-0.9	6.9%	+2.1
東　海	岐阜／愛知／静岡／三重	85,156	6,266	7.4%	+0.4	6.8%	+0.6
関　西	滋賀／奈良／和歌山／京都／大阪／兵庫	115,608	10,477	9.1%	+3.0	9.3%	-0.2
	京阪神（京都／大阪／兵庫）	96,005	8,346	8.7%	+2.7	9.0%	-0.3
山　陽	岡山／広島／山口	33,132	2,459	7.4%	+0.6	7.0%	+0.4
山　陰	鳥取／島根	6,353	324	5.1%	-1.9	4.5%	+0.6
四　国	愛媛／香川／徳島／高知	19,842	1,030	5.2%	-1.8	4.5%	+0.7
九　州 沖　縄	福岡／佐賀／長崎／大分／熊本／宮崎／鹿児島／沖縄	78,933	2,645	3.4%	-2.8	3.5%	-0.1

c.f）2004 年の海外挙式比率の全国平均は 6.1%

【海外挙式者の居住地分布と割合】



関　東	32.3%	北 海 道	3.8%
関　西	25.0%	甲 信 越	3.1%
東　海	13.4%	北　陸	2.5%
九州・沖縄	6.3%	四　国	2.1%
山　陽	5.3%	山　陰	0.7%
東　北	5.0%		

Hawaii

2005年の傾向

●ハワイ支持者増加、対前年104.5%と増加 航空便・宿泊の確保が課題。一層の競争激化へ

2005年年頭には、2003年以降続くハワイ挙式の好調さが継続する一方で、需要に対して旅行供給分子の確保がより困難になる状況はありながらも、挙式マーケットとしては期待されていた伸び率には届かず、対前年104.5%に留まるに至りました。消費者のハワイへの旅行需要は依然高いレベルを保っていることに反比例して、採算を重視した航空会社の施策としての国際線航空機の便数縮小や、老朽化の目立つワイキキ内各ホテルの大型改装などによる座席数及び客室数の大幅な供給量の減少が、ハワイに対する消費者需要を阻害する大きな要因となりました。

そんな市場状況下でしたが、当社の取扱い挙式数は前年に比べ増加しており、市場全体の伸びを牽引した形を示すことができました。

●２強時代の様相のなか、各社、独自商品の開発とハード面の差別化が進む

ハワイ内では、当社とベストブライダルの２強時代の様相を呈するなか、依然として新規業社参入が活発化し、競争が激化しています。

当社では、独占教会２会場も好調。セント・ピータース・エピスコパル教会は前年対比130%を示し、新規独占会場であるアロハ・エンジェル・チャペルも初年度にも関わらず300件強を取扱い、件数確保に貢献しました。同業他社では、ベストブライダルが一時期停止状態に等しかったブルーラグーン・チャペルを吸収し、新展開を開始し、ファーストウェディングが独占教会としてカウマカピリ教会を取上げたこと等、各社、独占契約を締結する独自商品の開発が進み、ハードの差別化という戦略に拍車がかかる傾向にあります。

●自社・独占教会への集中展開 顧客志向の二極化に対応する価格戦略も

お客様の「こだわり派」「価格志向派」の二極化の動きは益々激しいものになっていると推測されます。当社は、自社会場や独占教会の商品・販促展開を中心としながらも、本格派一般教会、廉価一般教会などの分野においては、価格戦略を中心にピンポイントな施策投入を行ない、確実な取扱い組数の確保及びシェアの確保を実現。当社は、ハワイにおけるシェア２位の取扱いを持つベストブライダルや、セントカタリナ・チャペルが引き続き好調であるグロリアブライダル、あるいはこだわり層の客層に特化するファーストウェディングなど同業他社の追随にも引けをとることなく業界内の地位を堅持する結果となりました。

●ハワイ挙式ならではの要素、高品質商品が、「こだわり層」に高い満足度を提供

当社の商品・販促展開の軸となるのは、自社施設４会場（コオリナ・チャペル・プレイス・オブ・ジョイ、アロハ・ケ・アクア・チャペル、アクアベール フレ・マリーナ・コオリナ・ル・プラージュ、ジョン・ドミニス・チャペル・バイ・ザ・シー）を核としたものです。これら自社施設は、お客様が抱くハワイのイメージをより強く打ち出し、「こだわり層」のお客様の要望を満たす会場です。2005年は、婚礼ジンクスにある“ something４ ”にちなんだ“ サムシングキャンペーン ”を展開。特に、ジョン・ドミニス・チャペル・バイ・ザ・シーは、ハワイの代名詞の一つであるダイヤモンドヘッドと海の眺望が祭壇から広がるという同会場の魅力を再露出した結果、見込みを大幅に上回り、一躍人気会場に躍り出ました。高品質が消費者に受け入れられるという事実を立証したと言えます。

2006年の取り組み

本年２月ヒルトンハワイアンビレッジ内にベストブライダルが新設したオーシャン・クリスタル・チャペルを筆頭に、グロリアブライダルがハワイ老舗会場のユニティ・チャペルの独占展開を発表し、そして07年冬に新設予定のパーティ施設を併設したアールイズのスイート・ワイキキ教会と併せ、各社の新規施設会場、独占締結などの独自商品開発が益々活発に拍車をかける傾向にあります。当然ながら挙式後パーティへの取り組みも、より積極的な展開が今後予測され、ハードだけでなくソフト面・プロデュース力がより重要視されると考えられます。

旅行業界環境としては、座席数やホテル客室などの供給量は抜本的に増加する見込みもない中、挙式供給量だけが増加する現象が生じており、今後はより競争激化に陥るものと予想されます。

顧客動向は、新規施設を含めた商業チャペルを軸にしながら本格派一般教会も含めた高級層顧客と、特定の一般廉価教会に偏重した廉価顧客が存在する二極化は今後も変わらないと推測されます。

当社においても新規会場開拓・商品開発を推進。ハワイにおける豪華クルーズ旅行需要喚起の旗頭となった新造船プライド・オブ・アメリカにおける日本人挙式独占契約を筆頭に、過去、スタイルカンパニーが独占で展開したホーリーナティビティ教会において準独占といえるブロックを確保。そして同業他社に先駆けて商品化したノースショアビーチ挙式など、ラインナップの充実を図っています。

さらに既存商品では、自社４会場において、アップグレードプランを用意し、顧客需要に合わせた商品設定を軸に、新たにサンセットの美しさを訴求。会場に近いパーティ施設（レストラン、ホテル）の新規開発を図り、自社４会場の充実かつ高品質をアピールします。

近年ハワイ挙式では、安定した列席者数・挙式後パーティがキーワード。当社のパーティ専門会場であるオーシャンフロント・コオリナ・ヴィラ、ホ・アオの２会場を中心に、あらゆる面でのプロデュース力を強化し需要吸収を図ります。パーティ周辺商品（装花・ギフト・演出等）を充実させ、運営面の長所である日本人スタッフによる「安心」「高品質」のサービス提供も前面に露出します。

最後に、ハード面の競争の激化が表面化する中で、供給過多による品質維持＝クオリティコントロール（特にサービス遂行部隊＝人材の確保）が、近い将来大きな問題になると予測されます。当社は、人材育成をより意識した人事戦略を重視した取り組みを今後も継続し、ソフト面においても他の追随を許さない確固たる地位向上を目指してまいります。

Micronesia

2005 年の傾向

●前年比 104%と過去最高組数を更新！ 当社グアム進出 10 周年、ミクロネシア挙式

2005 年のミクロネシア全体では 10,873 組（104%増）と前年を上回り、過去最高記録を更新しました。しかし、グアムとサイパンで市場環境に大きな差が生じ、別々の展開となりました。

2005年は、当社にとってグアム進出10周年の節目の年であり、近年競争激化するミクロネシア地区のマーケットを牽引するリーディングカンパニーとして、新規開拓や商品サービスを充実するべく、積極果敢に取り組む年となりました。自社ハードの魅力の強化はもちろん、幅広い顧客層とそれぞれのニーズに合わせ、ハードだけに頼らない新しいソフト面でのサービスを盛り込んだ挙式商品を開発しています。

顧客動向は、おまかせ型の「予算重視派」とプロデュース型の「こだわり派」の二極化傾向が年々強まっています。ただし、近年の傾向として、たとえ「予算重視派」のカップルであっても、ハードとしての魅力がないと受け入れられなくなってきています。従って、マーケット全体が伸びていても、単に挙式代金が安いだけの挙式会場は、お客様からの支持を得られなくなっており、取扱い組数は減少傾向にあります。

●グアム：前年比 108%と躍進！新設ラッシュで好調 競争激化で話題性・選択肢が一層充実！

2005 年度は前年度 108%の推移でマーケットは好調ながらも、かつてない競争の激しいマーケットへ変貌する年になりました。近年、当社を含むブライダル各社の挙式施設の新設が相次いでいます。2005 年は４月にクチュール・ナオコが「セント・マリア・アレーナ・チャペル」、10 月には当社のウェディングレセプション専用会場「テ・キエロ」がオープン。こうした話題性が高まることでグアム挙式への注目を集め、更にお客様を集客する良い機会になっています。また選択肢が広がったことにより、当社を含めた挙式主催会社にとっても、よりお客様のニーズに応えられるよう様々なサービスアップを図っていく必要があり、それに伴ってグアム挙式が更に活性化されるというポジティブな競争が生まれていると思われます。

●グアム：列席同伴率・78.5%と過去最高を記録 「挙式＋パーティ」の一般化でクオリティ重視傾向に

挙式参列者向けのアクティビティやショッピングの魅力が多彩な観光インフラの充実を背景に、短期間でも現地の滞在を十二分に楽しめることで同伴者が参加しやすいため、ミクロネシアの列席同伴率が過去最高の 78.5%を記録。現地でのお披露目パーティ・レセプションのニーズや規模も拡大しており、「挙式＋パーティ」スタイルが定着してきています。従って、挙式同様パーティプランにおいても、日本と同じクオリティが求められ、ハードはもちろん、テーブルコーディネートや席札等への配慮などの日本人的なサービスといったソフト面の充実した会場が支持されていくと予測されます。当社が 10 月にオープンした「テ・キエロ」は、グアムでは当社初のパーティ専用会場です。プライベートな個室空間の中で青い空と海の景色をバックにコース料理を堪能。演出を加え、楽しい時間を仲間とともに過ごす、おもてなしの心に満ちたパーティをトータルにコーディネートします。

●サイパン：前年比 77%と低迷！航空便減便の影響 ミクロネシア唯一の船上ウェディングが人気

2005 年は上半期こそ順調な推移でしたが、下半期は、採算を重視した航空会社の施策として国際線航空機が撤退したことによる減便の影響が色濃く、同行者の多いサイパン挙式においては、座席数の確保なども難しくなり、挙式組数にも反映され結果として前年比 77%で終了しました。

その中でも従来のチャペル挙式スタイルからの転換として、船上ウェディングが人気を集め、順調な伸びを示しています。ミクロネシアで唯一の船上ウェディングである「アクア・クルーズ・ウェディング」は、セーリングヨット（双胴船）の上で、青い海と空を 360 度のパノラマで楽しみながら挙式することが可能です。

また、すべてを日本人スタッフが対応するきめ細やかなホスピタリティあるサービスが提供されており、お客様の安心と満足度の充実を図っています。

2006 年の取り組み

2006 年のミクロネシア挙式マーケットは、ブライダル事業者各社の新チャペル建設や新規参入の動きの中で、2005 年と同程度の水準で進捗していくと考えられます。

競争が激化するグアムにおいて、当社では、ハード面の充実策として、新規施設開拓を加速化。挙式はもちろん、パーティ需要の掘り起こしを行い、ウェディングスタイルの更なる充実を図ります。2006 年１月からレオパレス21と提携し新たに「ディラネーロ・チャペル」「セント・レオ・チャペル」の２チャペルをラインナップに加え、４月には本格的に稼動しています。

12 月には、タモン湾のビーチフロントという絶好のロケーションに、チャペルとパーティ会場一体型の直営複合型施設「ブルーアステール」をオープンします。エーゲ海に浮かぶギリシャの建物がデザインコンセプト。新しい人生という航海に旅立つ船の帆をイメージし、白亜を基調としたクリスタルのチャペルです。眼前にひろがる青い海と空の間で祝福される挙式セレモニー、その後ビーチでの撮影を経て、海を臨む専用パーティ会場でオリジナルコース料理でのレセプションが行えると一体型の施設です。オプション商品も充実。映像へのこだわり層へのアピールとして新たなアルバム商品を投入し顧客満足の向上に結び付けていきます。

一方サイパンでは、グアムとの違いのアピールを前面に出してオリジナル人前式の取扱いを始めます。ローカルのレストランを利用しての挙式とパーティ。リラックスした中にも自分たちらしいビーチリゾートウェディングを実現します。

益々競争が激しくなるミクロネシア地区ですが、当社としては、いち早くお客様のニーズを掴み、またそれにお応えすべく、他社に真似のできないサービスをハードとソフト両面において今後も積極的に展開していきます。

Oceania

2005 年の傾向

●オセアニア挙式、低迷傾向の一方で、挙式こだわりカップルが増加傾向

2005 年オセアニア地域のウェディングマーケットは、対前年比 86%で 3,450 組に縮小しました。主な要因は、①修学旅行・留学などの渡航が増えていること、②航空運賃の高騰による旅行ツアー料金の高止まり等があげられます。

また地域別には、これまで好調に組数を伸ばしてきていたケアンズ地区のマーケット組数が 1,300 組弱と対前年微減となりました。ゴールドコースト地区及びシドニー地区の挙式組数は、対前年 79%と２年連続大幅な減少となりました。

組数こそ対前年減少となっているオセアニア地域ですが、一組当りの消費単価については年々増加傾向にあり、挙式に対する強いこだわりを持ったお客様が、そのこだわりを実現することができるエリアとしてオセアニア地域を選んでいるという傾向が窺えます。

●ゴールドコースト：「メルストニアン・チャペル」が結婚式に対する憧れの強いお客様に圧倒的人気

近年価格重視派のお客様が減少し、こだわり派のお客様からの強い支持を受けているゴールドコーストエリアですが、お客様のこだわりを実現できるハード及びソフトが揃っていることから、数々の個性的な挙式プランが生まれています。

世界初のウェディングとリゾートが融合した施設「アヴィカ・ウェディング＆リゾート」の敷地内にある「メルストニアン・チャペル」においては、花をテーマにした挙式「フィオーレ」や、ナイトウェディングを花火で彩る「ステラ」など、非常に独自性が高く、販売価格も高額な挙式の販売を 2004 年から開始し強い支持を得ています。2005 年からは更に付帯サービスを充実させた、「アヴィカ・ウェディング＆リゾート パーフェクトプラン」という一日一組限定挙式を販売しました。これは、販売価格 100 万円という、通常の海外挙式平均単価の２倍にあたる販売価格ですが、当初予想を上回る反響がありました。結果、一組あたり単価も他エリアより２・３割高く、ゆったりと上質な挙式が行えるエリアとしてイメージが定着するなど、他の海外挙式提供エリアでも類を見ない挙式商品ラインナップが揃っています。

●シドニー：正統派教会が特徴 留学経験者等に人気を集める

２年連続で減少し、挙式組数が対前年 79%となったシドニーエリアですが、石造り、長いバージンロード、パイプオルガン、ステンドグラス等々正統派教会の必須アイテムを兼ね備えた当社の教会ラインナップは、根強いファンが多く存在しており、特にシドニーでの留学経験者やワーキングホリデーで滞在したことのある方々から圧倒的な支持を得ています。また、このようなシドニーにゆかりのあるお客様からは、美しい街並みをバックに撮影する「シドニー・シティフォトセッション」が特に好評です。

●ケアンズ：初の本格派教会「バリアリーフ・チャーチ」の３つの選べる特典プランが人気急上昇 ウェディングドレスのままコアラ抱っこ撮影が好評

挙式マーケットは対前年微減となったものの、当社取扱い組数は対前年 109%と好調です。とりわけ挙式基本パッケージに追加して、「コアラフォトセッション」、「ビーチフォトセッション」「挙式後そのままパーティ（カップル分）」の３つの人気オプションの中から一つ選ぶことができるプランを販売開始した「バリアリーフ・チャーチ」は、教会自体のデザインもケアンズ初の「本格派教会」というふれこみから、予約組数が増加傾向にあります。３つのオプションの中で最も人気の高いのが、ウェディングドレスを着たままコアラを抱っこして写真撮影できる「コアラフォトセッション」です。ケアンズエリアにおいては、相変わらず「コアラ抱っこ」人気は高く、挙式後、教会前で「コアラ抱っこ」撮影ができる「ワイルドライフ・チャペル」挙式も「バリアリーフ・チャーチ」挙式と人気を二分しています。

●ニュージーランド：歴史的建造物での一日一組限定「ビクトリアンチェンバー挙式」が人気

挙式組数は対前年やや微増と言う状況にあります。昨年はコンペティターも現れ、マーケット自体は盛り上がりつつあります。教会ではなく歴史的建造物で弦楽四重奏が祝福する当社オリジナルの「ビクトリアン・チェンバー」挙式が人気を集めています。また、クイーンズタウンでの挙式「チャペル・バイ・ザ・レイク」挙式は、ニュージーランドらしい風景の中で挙式ができることから、近年挙式組数が増加しています。

2006 年の取り組み

これまで、挙式こだわり派のお客様はゴールドコーストエリアの挙式会場を選んでいましたが、ケアンズエリアで初の本格派教会「バリアリーフ・チャーチ」が開設されたことから、オセアニア全体において、こだわり派のお客様が増加している傾向が窺えます。これらの状況を鑑みて、今後のオセアニア地区は、「ゆったりと流れる時間」「上質なおもてなし」をキーコンセプトに、他の海外挙式提供エリアでは、真似のできない一組一組に対する高いサービス力を全面にアピールした政策を進めます。

お客様にラグジュアリーな挙式を感じてもらうため、2006 年９月、ゴールドコーストエリアのハイアットホテル内に立地する「サンクチュアリー・コーブ・チャペル」は教会内観を全面リニューアルし、挙式基本パッケージの中にハープでの演奏を組込む等、よりオリジナリティ溢れるセレモニーを提供してまいります。また、「アヴィカ・ウェディング＆リゾート」においては、ハワイやグアムといった海外挙式人気エリア同様に、大人数の挙式後レセプションの取込みを図るべく、パーティ商品の見直しや、各種演出サービスに取組みます。

2006 年度の当社の取り組みは、こだわり重視のお客様の心を掴む挙式商品の開発と、それらを実現するスタッフのサービス力向上に努め、「ゆったりと流れる時間」、「上質なおもてなし」を感じていただけるオセアニア挙式を積極的に展開してまいります。

USA・Canada

2005 年の傾向

●カナダ挙式が 104%増加！ ラスベガスを中心に回復傾向に転じ健闘

アメリカ・カナダ挙式は、近年国際情勢不安の影響を最も色濃く受けて、マーケット自体が毎年ほぼ半減のペースで低迷していましたが、2004 年からこうした影響も薄れて下げ率に歯止めがかかり、2005 年も回復傾向のなか、915 組、対前年比 88.7%と健闘しました。

ロサンゼルス挙式会場を人気の２教会に絞り、ラスベガス挙式とカナダ挙式を中心とする施策へシフト。ラスベガスは高付加価値ウェディングが増加し健闘するものの、人気チャペルの改装による販売中止の影響を受けて、前年割れとなりました。一方、カナダ挙式は前年比 104%と増加し、引き続き順調な回復傾向にあります。

ラスベガスは、2005 年に全米で 24 番目に大きな都市としてランキングされ、世界中のカップルの挙式が年間 22 万組も行われる一大ウェディング都市です。昨年から高級高層コンドミニアムの建設計画がピークを迎えています。訪れる度に新しい一面が見ることができる場所として、世界の中でも常に注目の場所となる事でしょう。

●テーマパーク性と独自性が人気のラスベガス カナダ挙式はカナディアンロッキー

ラスベガスでは、テーマパーク性、他エリアでは叶えられない独自性の高い挙式が魅力です。カップルだけの挙式比率が高いためハネムーンのオプション感覚で手軽にシンプルな挙式を希望するお客様層が主流でした。しかし、最高級ホテルでの「ベラジオ・ファウンテン・ウェディング」の件数が前年の２倍に増加。ラスベガス観光の目玉であるファウンテン(噴水)をキスの瞬間に合わせ、カップルのためだけにスタートさせるというエンターテイメント性の高さが高付加価値となっています。一方で、安価で個性豊かな「ドライブスルー・ウエディング」も利用率が上昇した挙式場の一つで、数年間安定した人気を保ち続けております。

ロサンゼルスは、ほとんどの日本人観光客が、ラスベガスやサンフランシスコを周遊するスタイルが主流です。2005 年から人気教会２箇所に絞り込んだ集中施策をとり、どちらもほぼ同じ利用率で安定していますが、全体の挙式数は昨年より約４割減少と低迷。ただし、美容商品や写真映像関係の販売率は上昇。挙式組数を減らしたものの、一組単価は非常に高く、こだわり傾向が非常に強いのが特徴です。

カナダでの挙式は１年間の内、75%が４月～10 月に集中。平均年齢が新郎：32 歳、新婦：31 歳と非常に高く大人のカップルが多くみられます。日本からの旅行者も集中するこの時期には、カナダならではの自然豊かな緑のなかでの挙式が目的のこだわり派のお客様が多いのも特徴です。2010 年に冬季オリンピックが開かれるウィスラーでの挙式とビクトリア島での人気チャペル挙式が前年度に比べ２倍に増え、カナディアンロッキーで知られるバンフ＆レイクルイーズの挙式が前年比 105%と増加。こうしたカナダ西部での挙式が好調な反面、東部ではナイアガラ挙式は横ばい、04 年まで人気の高かった「赤毛のアン」の舞台でもあるプリンスエドワード島での挙式数が伸び悩みました。また、新婦が新郎より２・３歳年上のカップルがよく見られるのもここ数年の傾向です。

●30 代の大人のカップルは本物志向へ 留学・赴任経験者の根強い支持も

全体的なお客様の傾向は、晩婚化の影響を受け、平均年齢の高い大人のカップルが多く、挙式へのこだわりが強まるにつれ、顧客単価も年々上昇傾向にあります。参列者都合に捉われずに二人だけのハネムーンを主体に希望どおりに海外挙式を実現するケースが増加。個性・満足感のあるオプションにこだわり、時間をかけて自分たちの理想の挙式スタイルを作り上げていきます。また、しっかりとしたプランやイメージを持って挙式に臨んでおり、夢や憧れを実現するためなら予算にはこだわらない、本物志向・高級スタイルへのニーズが高まっています。また、ラスベガス以外の都市では、留学・赴任経験者の根強い支持を受けています挙式場選びにもこだわりが強く、北米のイメージに合うチャペルや、本格教会での挙式が益々増加しました。

●アメリカ・カナダらしさが溢れるフォトツアーが人気 高付加価値かつ高単価のアルバムが好評

デジタル加工アルバムなどの付加価値の高い高単価アルバムの利用が昨年に続き販売率が上っています。一方で、ビデオ・DVD の販売数が減少しました。アルバム一点主義の傾向が強くなっています。

挙式だけではなくその場所でしか残せないフォトツアーの人気が非常に高くなっているのも特徴です。ラスベガスでは街全体に魅力を感じられる趣向を凝らしたフォトツアー商品が充実。カナダでも四季豊かな大自然とカナディアンロッキーを臨むフォトツアー商品が人気を集め、北米全体で写真商品の利用率が高まりました。

デジタル加工アルバムなどの付加価値の高い高単価アルバムの利用が昨年に続き販売率がアップ。一方で、ビデオ・DVD の販売数が減少しました。アルバム一点主義の傾向が強くなっています。

エステ商品は短時間、低価格のコースに人気が集中。リハーサルメイクも安定人気で、今年から登場したドラマティックヘア＆メイク（お色直し）、トータルビューティエステコースはまだ数は少ないもの、こだわり層のお客様に、価値のある商品となってきています。

2006 年の取り組み

2006 年は、国際情勢に異変がなければ、更なる組数回復が見込めるため、ラスベガスとバンクーバー中心の強化施策を進めます。

ラスベガスではここ数年と同様に、従来のラスベガスらしいウェディングと高級スタイルのウェディングをラインナップ。今やラスベガス＝安い挙式の図式が変化しています。また、新しいスタイルのラスベガス挙式として「ボニー・スプリングス・ウエディング・チャペル」を加えます。日本でも人気の「ハマー」で砂漠を走りぬけ西部ウエスターンの街を舞台に、挙式介添えスタッフ牧師もウエスターンコスチュームで登場し、レッドロックキャニオンを背景に映画シーンさながらの挙式です。「ドライブスルー・ウエディング」は今年からヘアメイク込みプランを販売開始するとともに、従来のイメージを一変させる新企画も提案します。写真映像商品は引き続きフォトセッション商品に特徴を持たせています。また昼と夜では全く違う表情を持つラスベガス・ウェディング、アメリカでしか撮影できない希少価値のあるアルバムへと完成させています。

ロサンゼルスは、引き続き人気教会２箇所に絞り込み展開。挙式重視型の方が多く、商品単価もとても高いので、細部まで行き届くサービスを常に心がけ、安心して挙式を迎えられる体制を持続します。

カナダ挙式の 70%近くを占めるエリアであるバンクーバーは、昨年に続き世界で最も住みよい都市調査で第３位に選ばれました。2010 年には冬季オリンピックが開催予定なため、街中が活気づき、世界の注目を集め始めています。人気の「カナディアン・メモリアル教会」では、教会の施設内でウェディングケーキ＆シャンパンで乾杯するミニパーティを組み込みます。また、夏の人気商品でカナディアンロッキーで知られる「シャトー・レイクルイーズ」が昨年度の造園工事を経て生まれ変わります。オプションでは 06 年度からバンクーバーの全会場でシルクフラワーシャワーを販売開始。冬のウィスラーでは、スキーリゾートならではの馬ソリ乗車できるオプションも販売します。今後も、“こだわり層”のお客様それぞれのニーズに合うカナダならではの四季を考慮した商品開発を行ってまいります。

Europe

2005 年の傾向

●オーストリア・スペインなど遠隔地が好調 フランスは暴動を懸念し件数減

2005 年のヨーロッパ挙式マーケット動向として、メインの地域であるフランスやイタリアでのウェディングが伸び悩む一方、オーストリア、スペインなどの遠隔地域が前年比 150%以上のアップとなりました。ヨーロッパ一番人気の挙式地フランスでは 11 月の暴動騒動以来キャンセルや受注控えが発生、また昨年度から引き続きユーロ高、ポンド高も影響。当社実績は 1,052 組と対前年比 93%と健闘しましたが、マーケット全体では 2,050 組 89.1%となり、前年を下回る結果となりました。

店舗がある地域別では、パリは前年比７ポイント減でしたが、アメリカンチャーチ、シャトー・デスクリモン、高額商品であるブルトイユ城・チャペルなどが前年よりアップ、アドベンティスト教会は依然として人気ですが、対前年を割ったことからも挙式お申し込み会場は分散傾向にあるといえます。また、このところ元気のなかったニースウェディングが増加した点は注目されます。南仏ブームが去り挙式が殆どないまで落ち込んでいましたが、05 年は前年比 175%と回復の兆しが見えます。

●周遊型ヨーロッパ挙式で中継地点フィレンツェ低迷 通貨高や企業の駐在員削減が影響するロンドン挙式

フィレンツェは前年比 88%、同業他社のセントジェームス教会が検討しているために数値が落ち込んでいる面もありますが、フィレンツェは国際空港がないため、どうしても旅行日程の中間地域となっていまい、特にパッケージ旅行の場合、挙式を組み込みにくい点が件数低下の要因のようです。

ロンドンはもともと駐在経験者や留学経験者の方がウェディング地に選ばれることが多い地域です、ここ数年各企業が駐在員の削減を行い、またポンド高で学生にとっても住みにくくなっていることが背景にあり件数が伸び悩んだ結果、前年比５ポイント減の結果となりました。

また、列席者同伴率は約 38%と昨年度より 1 ポイント下がったものの、同行人数は 4.5 人から 6.3 人と大幅に増加。家族旅行と捉えて参加される場合はご両親のみではなく、ご兄弟も参加されるケースが目立ってきました。

●パリ、フィレンツェでフォトプランが増加

ヨーロッパならではのロケーションや観光名所で撮影するフォトプランが増加傾向にあります。パリでは前年比 200%を超え、フィレンツェでも 130%アップと好調に推移しています。何も知らない状態で海外挙式を考えた際、ヨーロッパを思い浮かべるカップルは全体の 30%以上であるにもかかわらず、実行ベースでは５%台にとどまっている要因として、旅費を含め高額であることが一因と考えられます。こうした層のニーズにあっている商品がハネムーンフォトプラン。ハネムーナーの多いパリとフィレンツェで受注が増加した背景となっていると考えられます。

●リーガルウェディング、古城ウェディングがキーワードとなるヨーロッパ挙式

フィレンツェ／ヴェッキオ宮殿でのリーガルウェディングが前年比 400%、オーストリアのミラベル宮殿挙式とともに人気が上昇中です。リーガルウェディングの場合、書類を収集する手間と時間がかかるため、興味をもっても実行に至るカップルが少ないのですが、05 年の増加をみると外国で正式入籍することに価値を見出すカップルが増えてきているといえます。

また、古城でのウェディングも前年に引き続き増加しています。ヨーロッパ全体として件数が減少したなか、パリ／シャトー・デスクリモン、ブルトイユ城、フィレンツェ／オリベート城など、古城ウェディングは前年よりアップ。教会挙式の場合は、教会内の荘厳さや美しさが会場選びの判断ポイントとなりますが、古城ウェディングの場合は城の外観、挙式会場、周りの庭などを含めた総合的な美しさを求めていると考えられます。

2006 年の取り組み

2006 年はワタベ「パリ店」にとって記念の年です。1996 年にシャンゼリゼにオープン、よって 2006 年は 10 周年となります。これを機にパリ店内の改装と 10 周年特別企画商品 10 プランを造成しました。店内は１カップル様に一個室をご用意、これまで以上にプライベートな空間でお支度いただき、挙式に臨んでいただける体制が整いました。

また 05 年度から増えているフォトプランに注目し、前述の 10 周年記念プランのなかでも 10 万円フォトプランは、ウェディングのカップルからハネムーナーにターゲットを広げ、パリを訪れるお二人に街並みを生かしてドレスとタキシードで記念撮影を行える商品です。挙式は国内で、そしてロマンティックにドレス写真はパリで撮影、そんなカップルのご要望にお応えするおすすめプランです。

また、パリで一番人気のアドベンティスト教会が 2006 年度 130 周年を迎えます。これを記念して 130 万円オプションをご用意、前日のリハーサルメイク、街の中をガイドとカメラマンと共に巡りながら観光と写真撮影が楽しめる二人の写真物語、ビデオツアーやフォトツアー、お好きなアルバム商品をセレクトできるなど、内容はもりだくさんとなっています。

フィレンツェではシステム上で即回答ができるブロック枠を確保し、さらに迅速な回答に努めていきます。

ロンドン店は件数を確保できるように、NG回答なしで対応していきたいと思います。

遠隔地ではワールドカップサッカーが開催されるドイツに注目、今度サッカー関連でドイツの報道が増えることを機にウェディングのプロモーションを行います。

海外挙式者アンケート調査

このアンケート調査は、2005 年 1 月 1 日～12 月 31 日の期間に、ハワイ・ミクロネシア・オーストラリア・アメリカ／カナダ・ヨーロッパのワタベウェディング 18 店舗で挙式のお世話をさせて頂いたお客様を対象に実施しました。調査方法はお客様による記入式で、回答総数は 8,146 件。うち有効回答 7,436 件を集計しました。

プロフィール編

■年　齢■

海外挙式における年齢構成は、ほぼ全国の平均初婚年齢(夫 29.8 歳、妻 28.0 歳／夫、妻ともに前年より 0.2 歳上昇／厚生労働省　平成 17 年版人口動態統計)に即したような状態で、20 代後半から 30 代前半(25 歳～34 歳）に新郎 70.7%、新婦 77.1% と集中している。ただし、新婦 30 代前半以上（計 42.6%、対前年 6.1 ポイント増)、新郎 30 代後半以上（計 20.5%、対前年 2.9 ポイント増）が増加傾向にあり、新郎新婦ともに 40 代以上の比率が年々増加傾向にあり、海外挙式においても、30 代以上のカップルなど、晩婚化は年々顕著となっている。

年齢層	2003年		2004年		2005年	
	新郎	新婦	新郎	新婦	新郎	新婦
10代	0.1%	0.6%	0.1%	0.2%	0.4%	0.7%
20代前半（20～24歳）	7.7%	16.5%	7.2%	14.8%	8.4%	11.5%
20代後半（25～29歳）	39.2%	47.6%	38.6%	48.5%	36.0%	45.2%
30代前半（30～34歳）	38.4%	28.6%	36.5%	30.3%	34.7%	31.9%
30代後半（35～39歳）	9.6%	5.1%	11.3%	4.0%	13.1%	8.1%
40歳以上	5.0%	1.6%	6.3%	2.2%	7.3%	2.6%

■初婚率・再婚率■

海外挙式においては、現時点では新郎・新婦ともに初婚の割合が高いが、前年に比べ新婦の再婚率が 0.9 ポイント増えている。厚生労働省の人口動態統計(平成 17 年)によると、総婚姻件数 71 万 4,261 組に占める再婚の割合は、夫が 18.2%、妻は 16.0%で、前年比では微増だが、10 年前に比べると、ともに約５ポイントずつ増加している。再婚率は年々増加する傾向にあることから、再婚者の海外挙式需要も今後伸びる事が予想される。

結婚歴	2003年		2004年		2005年	
	新郎	新婦	新郎	新婦	新郎	新婦
初　婚	94.1%	95.2%	91.4%	96.1%	92.4%	95.2%
再　婚	5.9%	4.8%	8.6%	3.9%	7.6%	4.8%

■妊娠・出産■

マタニティ挙式・子連れ挙式は 13.8%を占めている。特にミクロネシアでは、現在妊娠中もしくは子連れ挙式の人が約２割を占める。これは、飛行機での渡航時間が短いため、妊娠中の新婦や子供に負担が少なくてすむことも人気の一因。全国のおめでた婚比率が４人ないしは３人に１人であるのに対し、全エリアを平均すると海外挙式者のマタニティ挙式比率はそれほど高くはない。

出産のご予定は	2003年	2004年	2005年
現在妊娠中	10.9%	8.0%	8.6%
すでに子供がいる	5.1%	4.9%	5.2%
未　定	85.9%	87.1%	86.2%

■旅行経験■

海外挙式を挙げた人で、それまでに海外旅行を経験している人は、新郎約７割、新婦約８割と高い。ただし未経験者も、新郎 27.8%、新婦 21.0%と全体の３割～２割を占めており、海外旅行未経験であっても海外挙式を選ぶ人が多い事がわかる。前年と比べると、未経験者の割合が共に若干減少している一方で、新婦で 10 回以上のヘビー旅行者が年々増加傾向にある。

挙式地への旅行経験は、一度も行ったことが無いという人が全地域で新郎 67.4%、新婦 65.4%と高い。オセアニア、ヨーロッパ、アメリカ・カナダといった遠隔地ではさらに高い比率を占め、ハワイ、ミクロネシア（グアム・サイパン）地域での、挙式地への旅行経験は約８割とリピーターが多い。オセアニア、ヨーロッパ、アメリカ・カナダへは新婚旅行を兼ねて、あるいは憧れやイメージ先行で挙式地に選ぶ人が多く、ハワイ、ミクロネシアへは実際に足を運んだ経験から、思い出の地として、よりリアルなイメージを持って挙式地に選んだ人が多いようだ。

海外旅行経験&挙式地旅行経験	2003年				2004年				2005年			
	海外旅行		挙式地旅行		海外旅行		挙式地旅行		海外旅行		挙式地旅行	
	新郎	新郎	新郎	新郎	新郎	新婦	新郎	新婦	新郎	新婦	新郎	新婦
0　回	23.7%	17.8%	42.9%	42.8%	30.8%	22.5%	37.1%	52.1%	27.8%	21.0%	87.4%	85.4%
1　回	25.2%	19.7%	45.5%	46.2%	30.7%	30.9%	51.3%	35.5%	34.0%	33.7%	12.3%	14.1%
2　回	16.2%	14.8%	8.4%	5.8%	9.4%	8.6%	0.0%	0.0%	9.6%	7.2%	0.1%	0.4%
3　回	10.5%	10.7%	1.1%	1.6%	7.6%	8.5%	0.0%	0.0%	8.1%	7.5%	0.1%	0.1%
4　回	6.4%	8.9%	1.6%	2.7%	4.7%	6.1%	11.5%	0.0%	4.6%	5.5%	0.0%	0.0%
5　回	8.0%	11.1%	0.2%	0.2%	5.7%	7.6%	0.0%	0.0%	5.0%	7.2%	0.1%	0.0%
6　回	1.9%	4.0%	0.1%	0.4%	2.0%	3.1%	0.0%	0.0%	2.0%	2.9%	0.0%	0.0%
7　回	1.4%	2.8%	0.0%	0.1%	1.0%	2.2%	0.0%	0.0%	1.2%	2.5%	0.0%	0.0%
8　回	0.8%	2.1%	0.0%	0.0%	0.9%	1.6%	0.0%	0.0%	0.9%	2.2%	0.0%	0.0%
9　回	0.3%	0.6%	0.0%	0.1%	0.5%	0.6%	0.0%	0.0%	0.3%	1.0%	0.0%	0.0%
10回以上	5.6%	7.5%	0.1%	0.1%	6.7%	8.2%	0.1%	0.0%	6.5%	9.1%	0.0%	0.0%

■交際期間■

付き合ってから３年以内で結婚をした人達が 61.1%と前年比 1.8 ポイント増加した。

交際期間１年以内で結婚するインスピレーション型のスピード婚カップルが 6.8 ポイントも増えている。出会った当初から結婚を意識していたためか交際期間の短いカップルが多いと推測され、晩婚化も一因となっている可能性は高い。一方で、５年以上交際を続けて決断までに時間のかかるじっくり型のカップルは 29.5%と 1.9 ポイント減少した。７年以上の交際期間をもつカップルは前年度に比べ、2.2 ポイント減ったが、およそ８組に一組の割合で７年以上の長期交際カップルが存在する。

交際期間はどれくらいですか	2003年	2004年	2005年
1 年 以 内	14.9%	13.0%	19.8%
2 年 以 内	22.0%	25.7%	24.2%
3 年 以 内	19.6%	20.6%	17.1%
4 年 以 内	10.3%	9.5%	9.4%
5 年 以 内	8.5%	10.9%	11.1%
6 年 以 内	6.6%	5.8%	6.2%
7 年 以 上	18.1%	14.6%	12.2%

■日本での入籍について■

基本的に海外挙式においては、事前に日本で入籍していることを前提とする教会が多い事から、殆どの人が挙式前に入籍済み。出発直前の入籍が一度減少したが、2005 年はまた増加している。また、４人に１人が半年以上前に入籍を済ませ新生活を始めていることから、ハネムーンを兼ねてゆっくり挙式するカップル像も窺える。

一方で、二人の記念日を挙式日とは一緒にしない傾向は前年同様変わらないが、挙式日と入籍日を同じ日にすることができる「リーガルウェディング」（海外挙式地で法的な手続きを行うことで、日本戸籍に挙式地・挙式日が明記されるシステム）を希望するカップルも年々増加傾向にある。

日本でのご入籍は		2003年	2004年	2005年
済ませた	出発直前に済み	50.0%	7.6%	16.1%
	1ヶ月以内に済み	11.4%	15.8%	14.7%
	2ヶ月以内に済み	7.0%	10.0%	9.8%
	3ヶ月以内に済み	4.8%	8.5%	8.3%
	4～6ヶ月前に済み	5.7%	12.0%	10.6%
	6～9ヶ月前に済み	2.3%	6.4%	4.5%
	～12ヶ月前に済み	2.5%	14.1%	12.6%
	1～2年前に入籍済み	2.2%	5.0%	5.3%
	2年以上前に入籍済み	1.5%	3.6%	2.7%
帰国後に入籍予定		12.1%	13.9%	13.9%
未　定		0.6%	1.5%	1.5%

ウェディングスタイル編

■挙式・披露宴のスタイル■

挙式は海外のみで行うという人が殆どで、挙式は二人の好みや思い出を大事にしようとスタイル重視で行うパターンが多い。披露パーティについては、行うと回答した人が約８割にのぼるが、披露パーティを実施しない挙式セレモニーを重視する層が年々増加傾向にある。また、国内・海外両方とも行う層は約２割程度いるが、微減傾向にある。

現地でのみパーティ実施者、両方とも実施者を合わせると、５割近くが海外での披露宴・パーティを実施している。近年の列席者の増加に伴い、ニーズが引き続き高いことを示す。

海外挙式の前に、既に国内での披露宴を済ませているカップルが10.4%存在し、年々増加傾向にある。

また、慣例やしがらみに捕らわれないことが大きな魅力の一つである海外挙式だが、帰国後に国内でのお披露目をきちんと行うカップルも 53.4%にのぼり、晩婚化の影響で共働きのカップルが増えたことで、お互いの交友関係にお披露目をきちんとする傾向が窺える。

尚、国内の披露宴・パーティ会場として、レストラン人気が上昇し、ホテルを上回った。フォーマルなホテル・宴会場よりも、よりカジュアルなスタイルが多いといえる。

挙式は海外のみですか	2003年	2004年	2005年
海外のみ	95.1%	92.9%	93.8%
両方とも	4.9%	7.1%	6.2%

披露宴･パーティは行いますか	2003年	2004年	2005年
海外のみ	28.2%	26.3%	26.9%
日本のみ	32.9%	32.8%	31.8%
両方とも	24.4%	22.7%	19.3%
行わない	14.5%	18.2%	22.0%

披露宴･パーティはいつ、開きますか	2003年	2004年	2005年
挙式前	6.2%	7.9%	10.4%
挙式後そのまま	37.0%	22.0%	22.3%
帰国後	46.9%	56.7%	53.4%
未　定	10.0%	13.3%	13.9%

帰国後の披露宴･パーティはどこで、行いますか	2003年	2004年	2005年
ホテル･宴会場	55.0%	48.4%	43.7%
レストラン	38.5%	40.5%	45.6%
自　宅	0.8%	2.0%	1.3%
その他	5.7%	9.2%	9.4%

■海外挙式を選んだ理由■

海外挙式を選んだ理由として挙げられる意見は大きく５つに分類されるようである。

	2005 年	2004 年	2003 年
1）リーズナブル・お得感・合理派	33.5%	32.5%	32.5%
2）自由度・自分たちらしさ重視派	30.4%	34.8%	40.1%
3）あこがれ派	18.7%	18.7%	21.5%
4）規模・距離が適当	13.0%	4.7%	6.1%
5）気候風土	4.4%	9.4%	-

「新婚旅行と兼ねたい」「低価格」などの“リーズナブル・お得感・合理派”をあげる人が、「しきたりにとらわれたくない」「自分たちらしい」などの“自由度・自分たちらしさ重視派”を僅差で上回る結果となった。「規模・人数規模が適当」の比率は３倍近く増加したのも特徴。「思い出の地」が増加傾向にあることからも、二人中心の考え方が窺える。

30 代カップルの増加により、それぞれ自分たちの結婚式に対する考えや思い入れをしっかりと持ち、かつ合理的で経済観念もしっかりしている傾向が窺える。

海外挙式を選んだ理由	2003年	2004年	2005年
新婚旅行と兼ねたい	20.5%	23.4%	24.8%
あこがれ	19.3%	16.2%	14.8%
しきたりや慣習にとらわれたくない	16.1%	15.8%	13.3%
自分たちらしい	13.5%	10.5%	10.0%
低価格	12.0%	9.0%	8.7%
自由度が高い	10.5%	8.5%	7.1%
距離が適切	6.1%	3.2%	9.4%
思い出の地だから	1.5%	1.7%	2.0%
流行だから	0.7%	0.8%	1.9%
気候風土		9.4%	4.4%
人数規模が適当		1.5%	3.6%

■海外挙式の意志決定者、両親の反対の有無■

海外で挙式を行おうと決めたのは、新郎・新婦「二人で」決めたという意見が５割を超えるものの、微減傾向にある。海外挙式を主導した男性は１割を越えているが、女性はその２倍以上で年々増加している。挙式をどのようなスタイルで行いたいか、そのイニシアチブをとるのは女性が強いという構図が見える。

「友人」の意見が増えたのは、海外挙式を経験した友人を通して海外挙式の魅力が伝わっていると考えられる。また、“親子揃って海外挙式”という時代に突入したためか、「両親」の薦めで海外挙式を決めたという人がいるものの、実際に新郎・新婦が海外で挙式することに反対（一部反対も含む）だったという両親は 8.2%と、前回の調査とほぼ横ばい。総じて賛成、または新郎・新婦二人のものと捉えて任せる方向のようである。

結婚が「家」の結びつきから「個人」の結びつきへと、意識の変化が窺える。

誰の意見で海外での挙式を選びましたか	2003年	2004年	2005年
二人で	58.6%	57.0%	54.7%
新　婦	23.3%	24.2%	26.6%
新　郎	10.8%	12.2%	11.3%
両　親	4.8%	4.8%	3.5%
友　人	1.1%	0.8%	2.8%
その他	1.4%	1.0%	1.0%

海外挙式に対してご両親の反対はありましたか	2003年	2004年	2005年
賛　成	40.9%	41.9%	38.7%
特に何も	49.5%	50.3%	53.0%
一部反対	9.1%	7.2%	7.3%
反　対	0.6%	0.7%	0.9%

■海外挙式の不安について■

「不安はなかった」という回答が過半数で、年々ポイントを伸ばしている。不安な点の第１位としては「言語」。「ヘアメイク」への不安が年々減少しているのに対し、「衣裳」への不安が前年に比べると 3.5 ポイント増加している。新婦が主役の結婚式において非常に重視される「ヘアメイク」だが、プロデュース会社側の不安解消のためのイメージギャップを軽減する努力が窺える。

海外挙式に対して不安はありましたか	2003年	2004年	2005年
不安はなかった	51.2%	52.8%	54.0%
言　語	21.7%	23.5%	23.0%
ヘアデザイン･メイク	16.4%	12.6%	7.9%
衣　裳	8.5%	8.2%	11.7%
その他	2.2%	3.0%	3.3%

プロポーズ編

■プロポーズは新郎から　挙式は新婦がリード■

プロポーズについては、男性からの申し込みが８割を占め、結婚のきっかけは圧倒的に男性が大きくリードしている。ただし、女性からのプロポーズも微増傾向にあり、晩婚化による“姉さん女房”の増加傾向を鑑みると、数年後には更に増える可能性も高い。

一方で、プロポーズを「していない」と回答したカップルは減少。なんとなく派（どちらからともなく、自然に）、言葉のきっかけはなくとも結婚に到るカップルは減少し、きちんと言葉でケジメをつけるケースが増えているといえる。

どちらからプロポーズしましたか	2003年	2004年	2005年
新郎から	74.6%	76.5%	80.0%
新婦から	1.7%	2.2%	2.9%
していない	23.7%	21.3%	17.1%

■プロポーズの言葉■

プロポーズの系統としては、「結婚」の二文字に想いを込めた直球勝負型の「ストレート・伝統派(81.3%)」が主流だが、年々減少傾向に。老後を一緒過ごしたい・家族を持ちたいといったような「長期展望・ファミリー派(9.8%)」や、交際期間を経て結婚する時期に入ったから決断したと思われる「時期検討派（6.7%）」が微増。人生を見据えたつながりを持ちたいタイプと、交際年月が長いカップルが増えたためか、「そろそろ…」といったタイミングを計るタイプが急増している。また、少数意見ではあるが、「俺について来い！派」が３倍以上に増加しているのが特徴。

「結婚しよう（しましょう）」「結婚してください」「結婚しようか（結婚する？）」で７割を超えていることからも、挙式形態は多様化しているものの、プロポーズの言葉はストレートに飾らずといった、オーソドックスなスタイルが好まれている模様である。

プロポーズの言葉の傾向	2003年	2004年	2005年
ストレート・伝統派	88.0%	81.3%	76.1%
長期展望・ファミリー派	3.3%	9.4%	9.8%
時期検討派	2.7%	6.4%	6.7%
俺について来い！派	1.2%	0.8%	2.5%
ユニーク派	2.0%	1.2%	2.1%
ロマン派	1.7%	0.9%	1.0%

《2005年：傾向別・プロポーズの言葉》

ストレート・伝統派 76.1%	結婚しよう／結婚してください	71.0%	俺について来い！派 2.5%	俺についてきて欲しい	1.4%
	幸せになろう／幸せにするから	2.9%		もう決めたから	0.6%
	結婚するぞ	1.0%		一生ついてきてくれ	0.3%
	指輪を差し出して『結婚してください』	1.0%		俺と結婚しろ	0.2%
	入籍しようか	0.2%			
長期展望・ファミリー派 9.8%	これからずっと一緒にいよう	7.5%	ユニーク派 2.1%	(英語) Will you marry me? ／I love you	1.1%
	二人で幸せになろう	0.7%		一生腕枕をさせて下さい	0.5%
	子供が欲しい／俺の子供を産んでくれ	0.7%		俺に味噌汁を作ってくれ	0.2%
	○○へ来て欲しい（転勤先、実家など）	0.7%		お嫁さんにして下さい	0.2%
	いつまでもずっと愛し合って。歳をとっても仲良くいよう。	0.6%		ゼクシィ買って来い	0.1%
時期検討派 6.7%	そろそろ一緒に住もうか	3.3%	ロマン派 1.0%	俺の花嫁はキミしかいない／ずっと探していたひとはキミだ	0.6%
	そろそろ結婚しようか	2.7%		君とならうまく行くと思うから	0.2%
	親に会ってみる？／親に挨拶に行こう	0.3%		あなたを100年探しました／あなただけ	0.1%
	お待たせいたしました	0.2%		君が歩けなくなったら、僕が足になるから	0.1%
	指輪を買いにいく？	0.1%			
	30歳になる前に	0.1%	その他	秘密/忘れた	1.7%

■プロポーズの場所■

人生の大事を決める場所として、プロポーズを決行する場所に選ばれたのは、「自宅」が１位で約４割を占める。２位に「旅行先」で、海外挙式カップルは、結婚前から旅行に慣れ親しんだ人が多いようだ。３位が「車の中」で、引き続き人気は高い。続いて、レストラン、テーマパーク、海など、デートのロケーションを演出の場所に選ぶ傾向が増えている。また、「自宅」「車の中」で全体の５割以上を占めており、プライベートが確保され、かつ自分の一番落ち着ける場所で臨んでいる。

プロポーズの場所はどこですか	2003年	2004年	2005年
自　宅	39.2%	35.2%	39.8%
旅行先（国内、海外）	1.4%	18.0%	14.7%
車の中	12.3%	14.1%	12.6%
レストラン	4.4%	6.6%	9.0%
テーマパーク	2.6%	4.2%	5.9%
海	5.3%	2.8%	5.5%
その他出会った場所／思い出の場所	1.2%	11.4%	4.5%
公　園	2.7%	2.8%	3.1%
ホテル	2.3%	1.1%	3.1%
電話 メール	2.5%	3.8%	1.8%

■結婚記念日について■

入籍は挙式前にしたとして、「結婚記念日」についての意識は、挙式日を結婚記念日とすると挙げた人が37.3%おり、海外挙式カップルは、挙式＝セレモニーに思い入れを強く持ち、二人の記念日に設定する人も多いことがわかった。

お二人にとって「結婚記念日」とはいつですか	2003年	2004年	2005年
入籍日	59.1%	60.2%	60.3%
挙式日	38.0%	37.6%	37.3%
結納の日	1.5%	1.0%	0.7%
披露宴・パーティの日	1.0%	0.6%	0.8%
プロポーズの日	0.4%	0.7%	0.6%
その他			0.3%

【この調査に関する問い合わせ先】

ワタベウェディング株式会社
広報担当：青 木

〒104-0031　東京都中央区京橋 1ー1ー6
TEL：03-3274-4133　Fax：03-5202-4144
E-Mail：public@watabe-wedding.co.jp
URL：http://www.watabe-wedding.co.jp

著作：ワタベウェディング株式会社　2006 年 8 月 Printed in Japan
不許複製
媒体などへご転載・ご利用の際には弊社クレジットの表記をお願いします