

ブライダル業界の現状と分析

島 崎 千江子 岸 本 敏 弘*

The Present State and Analysis of Bridal Industry.

SHIMAZAKI Chieko / KISHIMOTO Toshihiro

1. はじめに

日本における婚礼は、大正時代に現代結婚式の基本形が作られ、昭和20年代後半には、儀式の場が家から式場に移り披露宴も行われるようになった。その後の豊かな生活の中で、式場や宴会場の充実と、演出やサービスなどソフト面の追及が求められ、ブライダル産業は発展と成長を続けてきた。そして、経済不況、少子化や晩婚化、未婚化、国際化などの社会情勢の変化と情報過多の影響を受けながら、「ハデ婚」から「ジミ婚」、そして現在の「こだわり婚」へと変化し、多様化を極める消費者ニーズへの対応が問題視されている。特に「結婚して家庭をもつのは当たり前」という考え方の揺らぎは、社会通念を体裁や慣例重視型から、形式にとらわれない自由意志中心型へと移行しており、社会全体の結婚に対する意識が消極的であるように捉えられているようである。しかし、昨今、業界においては、マーケットの拡大を目指して、会場の新設や新しい結婚スタイルの提案などの取り組みが積極的に行われており、その中でも人材の教育と活用が重要な要素として考えられている。人材教育では（B I A）日本ブライダル事業振興協会^{注1）}が実施している「アシスタントブライダルコーディネイター検定」の全国受験者数が平成12年の初回実施時143名から平成17年には2,047名と大きく増加している。また、現在本学に設置されているブライダル系の科目でも履修希望者が多く、ブライダル業界への進路を希望する学生も少なくない。このことは、多くの若者に関心がないわけではなく、むしろ結婚や結婚式に自分らしさや個性的な夢と憧れを強く抱いていることと、それらのニーズに対応できる人材の養成

※ 大手前短期大学非常勤講師

を業界が求めていることを予測させるものである。本報告では、教育の充実を目指すため、結婚式や披露宴を主とした現状を把握すると共に、若者の意識実態については本学園の学生に対してアンケート調査を実施して考察する。

2. 挙式及び披露宴の現状

2-1 国内の施設

施設のポジショニングの特徴を図1に、また、分類を表1に示す。

昭和20年代後半から、儀式の場が「家」から「式場」へと移ったことで、国内の婚礼式場は繁栄期を迎える。堂々とした建物と豪華なインテリアに包まれた厳かな結婚式や披露宴を行うことが憧れとなり、とりわけ便利な専門式場が数多く建設され発展した。一方のホテルは、高級感や格式を重んじる結婚式場として、一流のお料理を提供するなどの飲食機能を重視して経営を安定させている。また、運営母体が公共系の施設では、費用を経済的に抑えながら、一応の設備やサービスを提供することで、多くの利用者に活用されてきた。

現在、これらの施設で改革が求められる背景には次のようなことが考えられる。まず、日本型ホテルの経営は、欧米のホテルに比べて宿泊収入の比率が極端に少ないのに対して、宴会や飲食の収入が大きく、特に婚礼の売上は安定して高いことが特徴である。しかし、商品そのものの差別化が重要となり、独特のノウハウやきめ細かい対応が必要であることから、結果的に原価も高くならざるを得ないなどの問題が生じる。また、専門式場の経営は、基本的には「ハコもの」であり、考え方としてはホテルと同じといえる。ただし、宴

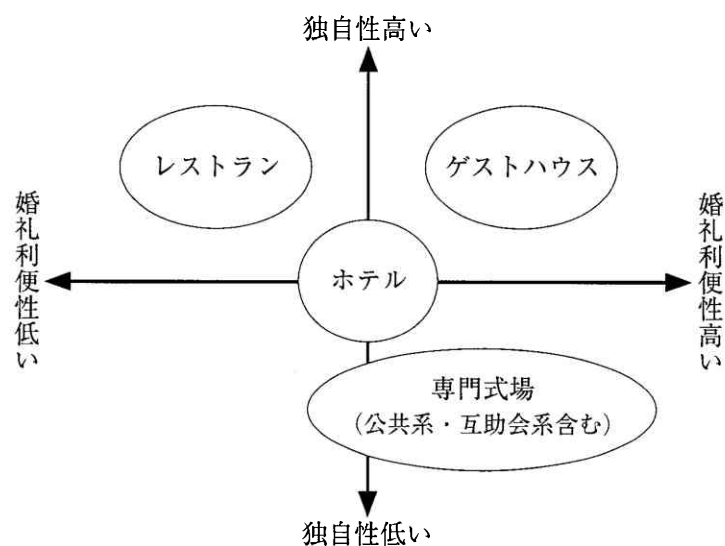


図1 独自性（オリジナリティ）と婚礼会場としての利便性からみるポジショニング

表1 挙式及び披露宴施設の分類

分類	細分類	概要
ホテル		宿泊施設と宴会施設を併せ持つ施設と定義される
宴会施設		結婚式をはじめ、会議、講演会、パーティーなどを行うことができる施設と定義される
	専門式場	婚礼宴会の比率が9割以上を占める宴会施設とされる
	ゲストハウス	ほぼ婚礼宴会のみを扱う1軒屋風の宴会施設とされる。近年登場してきた形態で、既存の他用途施設を改装した施設や、最初から婚礼を目的として建設された施設がある
レストラン		通常はレストランとして営業している施設と定義される。近年はレストラン施設での披露宴も行われているが、元々がレストランであるため、婚礼施設としては使い勝手が悪いケースもある
挙式会場		挙式を挙げるための施設（チャペル・神社など）と定義される。近年は格安で挙式を提供する業態も現れている

会が売上のほとんどを占める「ハコ」は、専門式場の経営において、宴会売上の婚礼比率が9割以上を占めることや、宴会場の稼働はほぼ土日に限られるなどの特性があり「土・日婚礼の稼働率」を極限まで高めることが大命題となる。一般的に、1年365日のうち、土・日と六曜（吉凶を定める六日）の組み合わせによる婚礼適日は70～80日と言われており、その適日1日につき「いくつの宴会場で何組のカップルを回転させるか」ということを突き詰めていくことが求められる。基本的にはホテルのように婚礼以外の宴会を受けることはないで、適日以外の売上はほとんど見込めない。従って、ホテル以上に婚礼宴会については効率的に稼働させることが重要となり、数をこなすための結婚式の形式を繰り返した結果、個性化への不適合による需要の低迷が生じている。また、「挙式も披露宴もしない」「挙式のみ」「パーティー形式」など挙式や披露宴の実施にこだわらない意向の増加により、二極化と差別化も表面化している。

これらの背景を経て、変革をもたらせたのはレストランウェディングや、1990年代中頃に登場したゲストハウスウェディングである。以来「ガーデン」や「邸宅風」への人気が一気に高まり、ゲストハウスウェディングのマーケットは拡大を続けている。関西でも2000年以前に7施設であったハウスウェディング会場は、続々と増設され現在では70施設となっている。また、首都圏を主として売り上げも年々倍増しており、規模は益々大きくなってきている。これらの影響で、レストランはゲストハウスの式場化となり、ウェディング仕様のタイプが中心になっている。その上、ホテルや専門式場ではレストランやゲストハウス層の取り組みを開始し、ホテル自体がゲストハウスを所有し運営するなど、独自路線を展開している。このような状況に伴い、プロデュース会社や従業員の増加が見込ま

れる中で、「自分たちらしい結婚式」を行いたいと願う個々の消費者への、きめ細かいニーズに対応できる「ブライダルプランナー」や「ブライダルコーディネイター」の役割が重要な課題となっている。そして、今後の飽和状態に備えた更なる取り組みの必要性も予想されることから、国内ニーズだけでなく、今まで培った優れたサービス力や提案力を活用した海外進出を視野に入れた思索も欠かせない要素になるであろう。

2-2 リゾートウェディング

国内でのリゾートウェディングの2005年度実施割合は図2の通りとなっている。それら

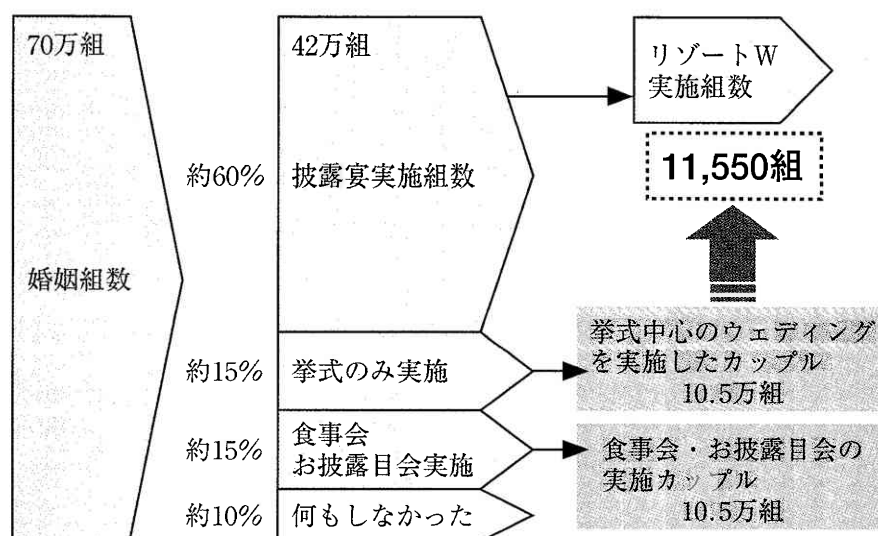


図2 リゾートウェディングの実施組数¹⁾

表2 リゾートウェディングの特徴¹⁾

項目	順位	1	2	3	4
理 由		美しい風景の中で記念撮影したい	アットホームな結婚式	親しい親族や友人だけを招待したい	観光レジャーが一緒にできる
イメージ		アットホームな	シンプルな	堅苦しくなくカジュアルな	こじんまりとした
重視した点		素敵なチャペルと挙式会場	海や緑に囲まれている	リゾート地のイメージ	広大な自然
ゲストの人数		10～19人	1～9人	20～29人	30～39人
費用総額		100～150万円未満	50～100万円未満	200～250万円未満	150～200万円未満
滞在日数		2泊3日	1泊2日	4泊以上	3泊4日
情報源		結婚情報誌	結婚情報誌のホームページ	リゾート会場のホームページ	リゾートウェディングの専門誌

順位は各項目毎に多い順で表記している

の特徴を主要な項目で表2に示す。全体の割合から見ると決して多いとはいえないが、前述の「挙式のみウェディング」を検討する場合、実施する確立が高いようである。特徴を要約すると「美しい自然と親しい人たちに囲まれた気取らない二人の記念すべき結婚式」を行いたいと思う意向が伺える。

2-3 海外ウェディング

海外ウェディングは図3の通り、2005年全国婚姻者数のうち検討数は36.1%、実施数で

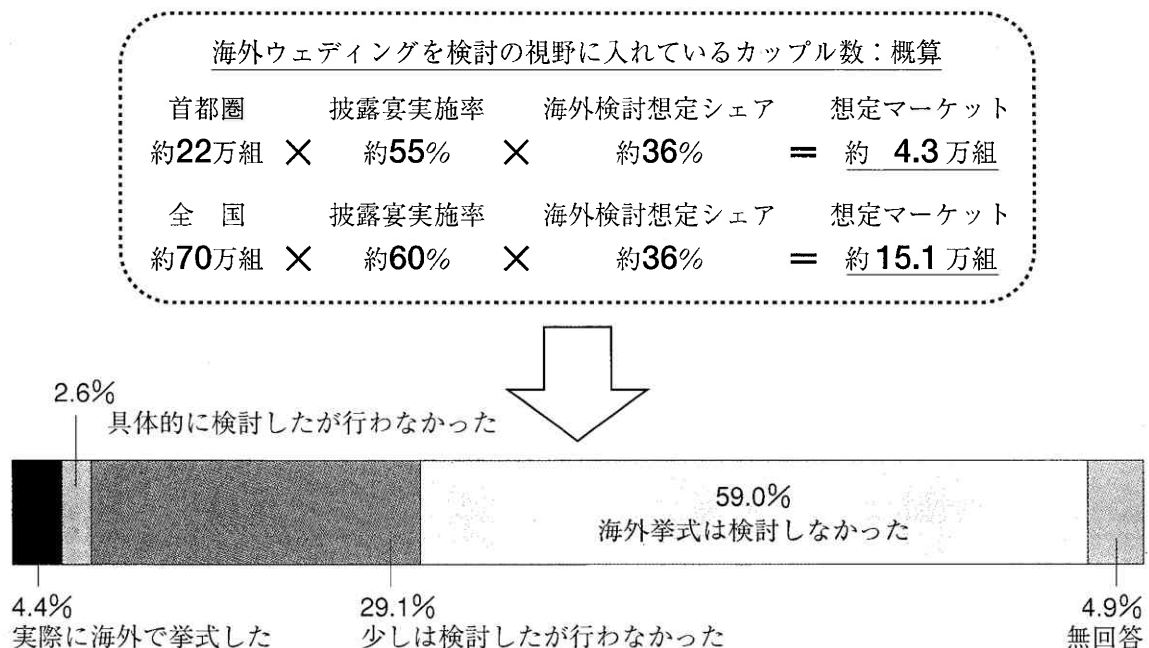


図3 海外挙式の検討状況について¹⁾

表3 海外ウェディングの特徴¹⁾

項目 \ 順位	1	2	3	4
魅 力	親しい人たちに囲まれて行える	憧れの場所で行える	ハネムーンをかねて行える	両親との旅行をかねて行える
地 域	ハワイ	グアム	オーストラリア	ヨーロッパ
予算(二人の旅行代金と挙式代)	100～125万円未満	50～75万円未満	150～175万円未満	125～150万円未満
海外旅行経験	3・4回	1・2回	経験なし	5・6回
同行者の人数	6～10人	3～5人	同行者無し	11～15人
プロデュース会社の魅力	スタッフの対応	希望の教会と提携している	安心・信頼感	現地オフィスがある
旅行会社の魅力	安心・信頼感	スタッフの対応	価格	知名度

順位は各項目毎に多い順で表記している

4.4%となっている。それらの特徴の主要な項目を表3に示す。これらの特徴を要約すると「憧れの場所で親しい人たちに囲まれて旅行をかねた結婚式」を行いたいという意向が伺える。即ち、国内の挙式や披露宴に飽きたカップルが、非日常の景色や環境の中で、ゆったりとした時間をかけて「自分たちらしさ」を表現できることを重要視しているのであろう。また、求めていることは「スタッフの対応」「安心・信頼感」などであり、旅行会社やプロデュース会社のへの信頼と、きめ細かい対応が必要とされている。

2-4 費用

結婚費用を「結納・婚約～新婚旅行までにかかった費用」や「項目別費用」などに分けて表4～表8に示す。

表4の通り「結納・婚約～新婚旅行までにかかった費用」を地域別で見ると、関西は平均349.0万円で、北海道の平均233.4万円に次いで2番目に低い。最高は福島の460.4万円となっている。また、表5で関西を1997年と2005年の年代で比較すると、総額平均が431万円から349万円へ減少し、金額帯の個数では表6のように300万円未満で22.2%から38.9%へ増加しているが、600万円以上で12.6%から5.2%へと減少するなど、低費用化している。表7の全国比較では、関西の300万円未満38.9%に対して、最も平均額が高い福島では16.7%となっている。また、表4の項目別では、全国に比べ関西で高い項目として、「婚約指輪」「結婚指輪」「両家の打ち合わせの会場費」「新婚旅行」などがあげられる。また、低い項目では「仲人へのお礼」「結納」「挙式」「披露宴」「新婚旅行の土産」などがあげられる。表5で年別に見ると全体でも減少傾向にあるが、中でも「仲人へのお礼」や「婚約指輪」「新婚旅行の土産」などの減少が大きい。特に披露宴の項目別実施総額を1997年から2005年で見ると表8のように「料理代」が減少しており、平均額は全国で最も低い額となっている。増加している項目は「衣装」や「スナップ撮影」「結婚指輪」で、地域別と項目別で同様の結果となっている。なお、収入にあたる「招待客からのご祝儀」や「二次会の会費」においては、1997年から2005年までを比較すると「二次会の会費」は横ばいで、「招待客からのご祝儀額」は毎年少しずつ増加している。これらを考え合わせると、関西では、ご祝儀などの収入は減少していなくても、招待客にかかる費用など対人的な支出を控え、自分たちへの支出を重視しているなど、経済的にシビアで本人中心の現実的な考え方が垣間見える。また、全国的に結婚式場1件あたりの売上高を比較してみても、図4の通り最も低い地域であり、関西でのブライダルビジネスの厳しさを表している。

表4 結納・婚約～新婚旅行までにかかった費用（全国）²⁾

（万円）

		北海道	青森・秋田・岩手	宮城・山形	福島	北関東	首都圏	新潟	長野	北陸	静岡	東海	関西	岡山・広島・山口	四国	九州
		05年	05年	05年	05年	05年	05年	05年	05年	05年	05年	05年	05年	05年	05年	05年
結納・婚約～新婚旅行までにかかった費用 総額		233.4	430.6	416.1	460.4	433.9	380.7	418.0	413.6	418.9	415.9	397.5	349.0	391.9	417.2	390.1
項目別平均額	仲人へのお礼	19.1	31.3	18.0	23.3	4.0	30.0	*	15.0	17.7	18.8	17.6	10.3	25.4	38.5	14.5
	結納・会場費	7.5	11.9	26.5	17.7	12.8	13.1	12.3	9.1	13.8	10.8	14.8	11.1	12.8	22.8	12.3
	両家の顔合わせ・会場費	3.8	5.3	5.5	4.8	4.9	6.2	6.0	5.1	6.0	5.9	4.8	6.0	4.4	4.5	5.3
	婚約指輪	30.4	28.6	32.4	29.3	30.9	38.7	29.4	32.2	32.3	34.2	37.9	36.6	34.3	34.9	31.8
	結婚指輪（2人分）	15.9	16.5	14.9	14.3	16.1	17.3	15.5	16.1	17.0	16.9	16.5	16.1	15.1	16.8	15.3
	挙式・披露宴・披露パーティ総額	165.0	349.0	332.7	372.1	342.7	291.1	335.7	326.1	305.8	308.3	293.5	257.6	298.9	317.9	318.8
	新婚旅行	42.3	43.5	43.8	44.9	48.8	51.7	48.1	52.2	52.8	49.4	53.5	50.7	50.7	48.4	42.9
	新婚旅行土産	11.7	13.1	12.8	17.7	14.6	12.9	15.1	15.0	20.2	14.4	18.0	13.5	14.9	15.3	12.5
▼披露宴・披露パーティのご祝儀額																
披露宴・披露パーティのご祝儀額 総額		122.0	257.3	218.1	248.4	230.3	207.8	188.1	217.9	194.3	237.4	206.7	190.9	210.9	257.2	268.0
招待客別 平均額	友人・同僚	2.2	2.2	2.3	2.3	2.7	2.9	3.5	2.6	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.9	2.6
	上司	2.6	3.1	3.1	3.1	3.3	3.8	3.8	3.2	3.8	3.7	3.9	3.9	3.7	3.6	3.3
	親族	3.5	5.4	5.1	5.3	6.5	6.4	5.1	5.6	6.8	6.0	6.8	7.2	6.9	6.7	5.4
	恩師	2.0	2.7	2.9	3.5	3.0	3.7	3.5	3.1	3.4	3.7	3.4	3.7	3.4	3.5	3.1
▼二次会の会費																
二次会の会費	男性	0.3	0.4	0.5	0.4	0.5	0.7	0.5	0.5	0.6	0.5	0.6	0.6	0.5	0.5	0.4
	女性	0.3	0.3	0.4	0.5	0.4	0.6	0.5	0.4	0.5	0.5	0.5	0.6	0.4	0.4	0.3
※参考 二次会出席者数（人）		35.0	35.7	38.1	32.3	36.9	48.9	43.3	38.1	44.5	46.4	54.2	44.9	35.3	33.3	36.3
〈参考〉1人あたりの挙式・披露宴・披露パーティ費用																
挙式・披露宴・披露パーティ総額（披露宴実施者ベース）		172.4	350.9	345.2	372.1	348.6	301.9	337.5	328.6	312.8	311.7	299.6	267.8	305.2	328.5	325.8
披露宴・披露パーティ出席者数（人）		106.9	119.0	90.4	111.7	88.2	67.3	70.8	87.1	61.2	75.4	61.5	59.1	68.5	85.7	98.9
1人あたりの挙式・披露宴・披露パーティ費用		1.6	2.9	3.8	3.3	4.0	4.5	4.8	3.8	5.1	4.1	4.9	4.5	4.5	3.8	3.3

「結納から新婚旅行までにかかった費用」の算出時に用いた各項目の平均金額を掲載しているが、これは各項目に費用が発生した人の平均金額であり、各項目の平均金額の合計は、「結納から新婚旅行にかかった費用総額」とは一致しない

表5 結納・婚約～新婚旅行までにかかった費用（関西）²⁾

(万円)

			関 西									
			05年	04年	03年	02年	01年	00年	99年	98年	97年	96年
結納・婚約～新婚旅行までにかかった費用 総額			349.0	340.5	345.1	317.7	342.3	368.7	392.8	403.9	431.0	*
項目別平均額	仲人へのお礼	結納・会場費	10.3	17.2	18.4	18.9	18.2	17.2	18.3	15.8	16.6	17.7
		両家の顔合わせ・会場費	11.1	13.6	17.6	15.0	13.1	16.0	16.1	11.3	12.9	} 28.6
		婚約指輪 ※2	6.0	5.6	7.2	8.5	5.9	6.5	6.0	5.9	6.5	
		結婚指輪 (2人分)	36.6	44.2	40.1	42.5	43.4	43.2	49.5	55.1	57.3	67.7
		挙式・披露宴・披露パーティ総額	16.1	16.1	14.0	13.3	11.8	11.2	10.7	9.8	9.5	8.5
		新婚旅行	257.6	239.8	237.4	222.3	234.5	245.6	250.5	264.4	275.3	*
		新婚旅行土産	50.7	48.6	51.8	45.8	51.9	55.6	61.5	61.6	61.4	59.5
			新婚旅行土産	13.5	15.0	15.4	14.6	17.7	19.4	21.8	22.4	26.5

▼披露宴・披露パーティのご祝儀額

披露宴・披露パーティのご祝儀額 総額			190.9	196.0	196.9	199.0	194.1	202.6	211.9	227.7	214.3	208.5
招待客別 平均額	友人・同僚	平均額	3.0	3.1	2.9	2.9	2.9	2.9	2.9	2.8	2.8	2.7
		上司	3.9	4.0	3.9	3.7	3.7	3.8	3.7	3.8	3.8	3.6
		親族	7.2	6.7	6.9	6.9	6.6	6.5	7.5	7.9	7.3	8.0
		恩師	3.7	3.7	3.7	3.8	3.5	4.1	3.8	4.0	3.8	3.8

▼二次会の会費

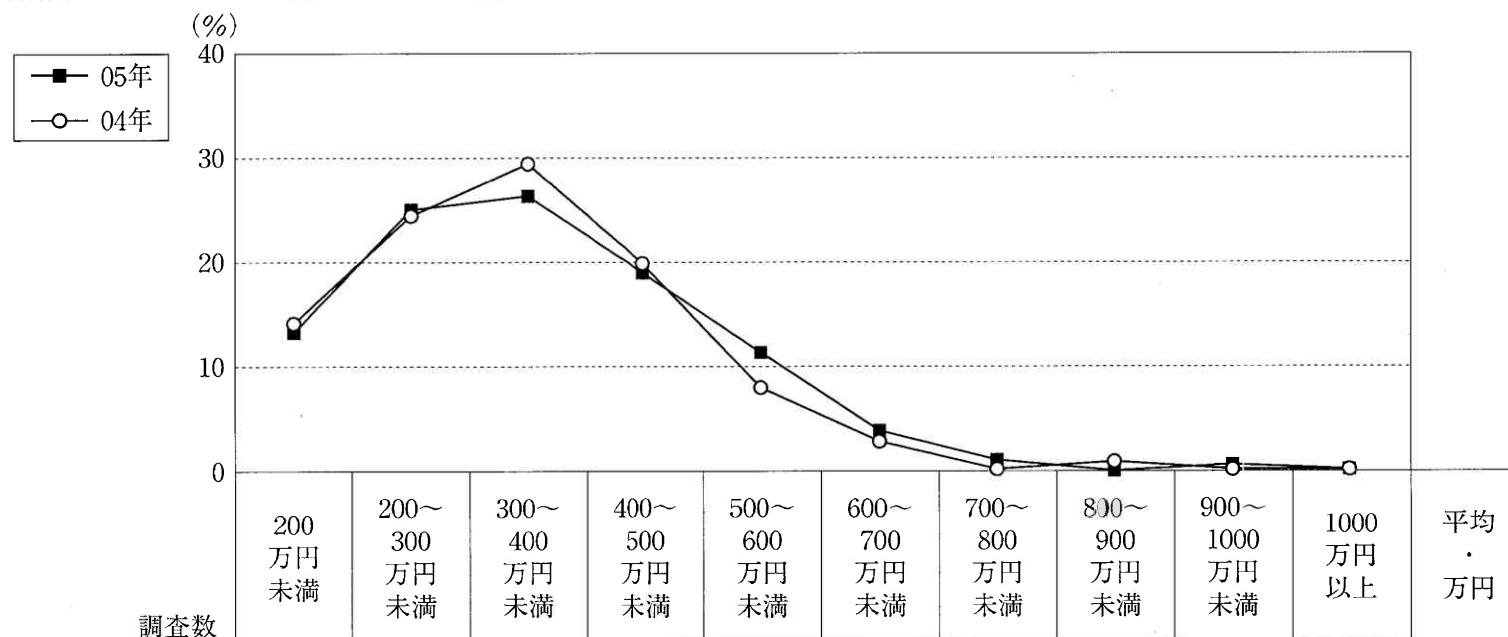
二次会の会費	男性	0.6	0.7	0.7	0.6	0.7	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6
	女性	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6
※参考 二次会出席者数（人）		44.9	46.2	47.3	44.9	46.6	47.8	50.1	42.8	62.7	48.4	

＜参考＞1人あたりの挙式、披露宴・披露パーティ費用

挙式、披露宴・披露パーティ総額（披露宴実施者ベース）※3	267.8	246.7	249.1	236.5	250.7	262.7	265.8	278.2	*	*
披露宴・披露パーティ出席者数（人）	59.1	58.7	60.5	57.7	61.1	64.8	66.5	69.1	70.5	67.0
1人あたりの挙式、披露宴・披露パーティ費用	4.5	4.2	4.1	4.1	4.1	4.1	4.0	4.1	*	*

「結納から新婚旅行までにかかった費用」の算出時に用いた各項目の平均金額を掲載しているが、これは各項目に費用が発生した人の平均金額であり、各項目の平均金額の合計は、「結納から新婚旅行にかかった費用総額」とは一致しない

表6 結納・婚約～新婚旅行までにかかった費用 平均額一覧（金額回答者のみ）²⁾



関西	調査数		200万円未満	200～300万円未満	300～400万円未満	400～500万円未満	500～600万円未満	600～700万円未満	700～800万円未満	800～900万円未満	900～1000万円未満	1000万円以上	平均・万円
	05年	190	14.2	24.7	25.8	18.9	11.1	4.2	0.5	—	0.5	—	349.0
	04年	311	15.4	24.1	29.6	19.6	7.4	2.9	—	1.0	—	—	340.5
	03年	316	14.6	31.3	19.3	19.9	9.8	2.5	1.6	0.9	—	—	345.1
	02年	299	24.1	24.1	25.4	15.1	7.0	2.0	1.0	1.0	—	0.3	317.7
	01年	294	20.4	25.5	23.5	13.3	8.8	3.4	4.4	0.7	—	—	342.3
	00年	297	12.5	23.6	27.6	17.8	10.1	6.1	1.7	—	—	0.7	368.7
	99年	282	10.3	17.0	28.0	23.4	13.5	3.9	2.1	0.7	0.7	0.4	392.8
	98年	279	11.5	18.3	24.4	22.6	9.3	5.4	3.6	3.2	1.1	0.7	403.9
	97年	316	7.3	14.9	20.3	31.0	13.9	7.9	3.2	—	0.6	0.9	431.0

表7 結納・婚約～新婚旅行までにかかった費用 平均額一覧【地域別】（金額回答者のみ）²⁾

調査数			200 万円 未満	200～ 300 万円 未満	300～ 400 万円 未満	400～ 500 万円 未満	500～ 600 万円 未満	600～ 700 万円 未満	700～ 800 万円 未満	800～ 900 万円 未満	900～ 1000 万円 未満	1000 万円 以上	平均 ・ 万円
地域別	北海道	188	42.0	30.3	21.8	4.3	1.1	0.5	—	—	—	—	233.4
	青森・秋田・岩手	70	14.3	5.7	21.4	25.7	20.0	5.7	2.9	4.3	—	—	430.6
	宮城・山形	165	9.7	10.9	26.1	24.2	18.8	5.5	3.0	1.2	0.6	—	416.1
	福島	42	4.8	11.9	19.0	31.0	21.4	2.4	2.4	2.4	4.8	—	460.4
	北関東	168	6.0	11.3	25.6	25.0	21.4	5.4	2.4	2.4	—	0.6	433.9
	首都圏	213	12.7	19.7	24.4	21.1	11.3	8.5	0.9	0.9	0.5	—	380.7
	新潟	59	8.5	8.5	25.4	33.9	16.9	5.1	—	1.7	—	—	418.0
	長野	102	9.8	11.8	23.5	23.5	21.6	9.8	—	—	—	—	413.6
	北陸	78	2.6	12.8	33.3	25.6	12.8	10.3	1.3	1.3	—	—	418.9
	静岡	134	3.0	15.7	29.9	29.1	12.7	5.2	2.2	0.7	0.7	0.7	415.9
	東海	186	5.4	19.4	28.0	30.1	12.4	1.1	1.6	0.5	0.5	1.1	397.5
	関西	190	14.2	24.7	25.8	18.9	11.1	4.2	0.5	—	0.5	—	349.0
	岡山・広島・山口	174	8.6	18.4	29.3	23.0	11.5	6.9	1.7	—	—	0.6	391.9
	四国	134	13.4	11.9	25.4	27.6	10.4	5.2	1.5	—	1.5	3.0	417.2
	九州	216	8.8	18.1	29.6	23.1	13.0	4.6	1.9	0.5	0.5	—	390.1

表8 項目別実施総額（平均）一覧（各項目実施者のうち、金額回答者のみ）²⁾

（万円）

		料 理	衣装（新婦）			衣 装 (新郎)	装 花	スナップ 撮 影	スタジオ 撮影費用	ロケー ション 撮影費用	ビデオ 撮 影
			ウェディング ドレス	その他 衣 装							
関 西	05年	85.6	37.0	21.7	21.8	12.3	12.3	15.4	10.0	11.9	11.0
	04年	79.4	34.1	20.6	21.0	11.9	10.2	20.4	10.1		11.9
	03年	81.4	32.7	20.2	20.9	11.1	12.3	13.8	11.0		12.0
	02年	82.3	29.4	18.2	21.5	10.7	9.4	13.3	11.9		11.2
	01年	81.1	32.6	18.1	23.9	12.2	12.1	12.9	13.5		10.2
	00年	94.7	27.5	17.5	*	9.8	11.5	11.5	12.2		9.6
	99年	97.3	27.8	17.5	*	10.0	10.6	12.1	12.3		9.2
	98年	104.3	35.9	17.6	*	11.0	12.2	*	*		9.8
	97年	104.6	29.2	18.6	*	13.2	11.7	*	*		9.8
地域別	北海道	115.3	47.6	26.8	32.6	15.8	10.4	13.2	12.2	14.4	9.6
	青森・秋田・岩手	140.0	42.2	19.3	28.3	14.6	11.2	14.7	13.5	15.0	11.5
	宮城・山形	120.5	43.5	21.3	27.0	13.9	17.5	15.6	12.2	11.0	12.1
	福島	138.6	42.3	20.0	24.2	14.7	15.2	15.9	12.7	8.8	13.3
	北関東	117.5	40.1	20.2	22.9	14.2	16.3	15.5	10.7	11.0	12.5
	首都圏	100.5	33.5	20.7	18.6	11.3	16.7	17.2	14.1	16.3	12.8
	新潟	108.5	45.9	21.0	30.0	15.2	15.0	16.7	11.2	13.9	9.7
	長野	118.8	39.0	18.6	23.6	12.7	14.6	15.0	12.6	15.8	12.0
	北陸	90.2	45.3	24.1	28.2	14.3	13.3	15.6	23.0	11.4	10.5
	静岡	102.5	39.9	22.0	24.7	13.1	12.4	15.7	15.3	12.9	11.7
	東海	88.0	43.5	22.8	26.1	13.8	14.6	15.4	14.5	21.5	12.0
	関西	85.6	37.0	21.7	21.8	12.3	12.3	15.4	10.0	11.9	11.0
	岡山・広島・山口	98.7	37.5	18.7	22.8	11.9	13.6	15.7	14.8	14.7	11.1
	四国	108.8	42.6	20.0	29.6	15.5	13.5	20.2	28.0	27.5	12.3
	九州	121.9	41.6	21.1	23.6	13.0	12.6	17.4	14.8	14.4	11.2

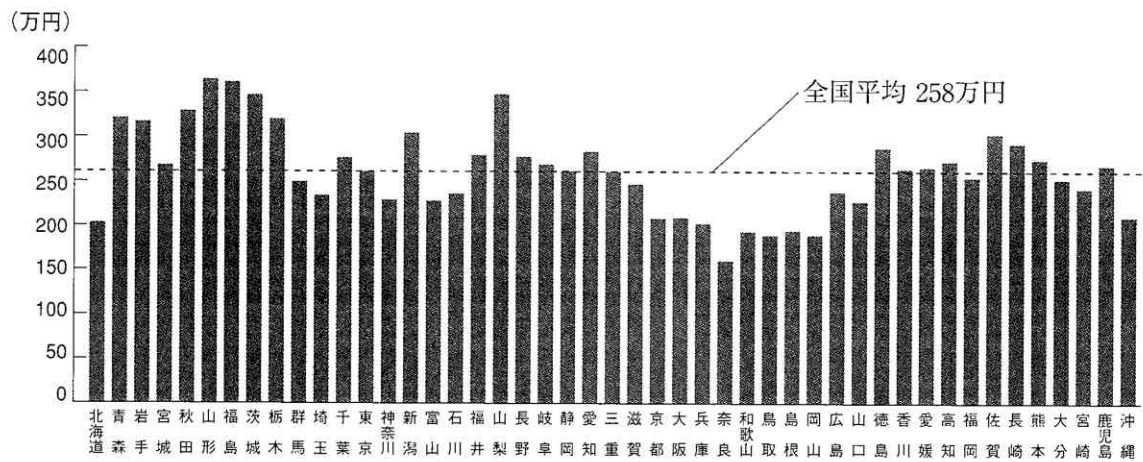


図4 都道府県別結婚式場業務1件当たりの売上高²⁾

2-5 挙式・披露宴の実施²⁾

2005年全国調査によると全婚姻数のうち挙式と披露宴どちらも行った割合は、福島の98.9%が最も高く、関西においては1997年98%であったものが91.5%に減少している。

挙式会場や形式、その他の関連項目の比較について表9と表10に示す。

表9 挙式の状況

項目	順位	地域	1	2	3	4
実施状況	全国		どちらも行った 98.9% (福島)	挙式のみ行った 6.8% (北海道)	披露宴のみ行った 3.8% (東北)	
	関西		どちらも行った 91.5%	挙式のみ行った 6.8%	披露宴のみ行った 1.8%	
挙式会場	全国		ホテル 50.0% (東北)	一般の式場 47.3% (福島)	ハウスウェディング 19.9% (静岡)	教会や神社
	関西		ホテル 40.2%	一般の式場 18.3%	ハウスウェディング 11.2%	教会や神社
挙式形式	全国		キリスト教式 76.5% (北関東)	神前式 32.7% (東北)	人前式 25.0% (新潟)	仏前式 その他 3.4% (東北)
	関西		キリスト教式 69.7%	人前式 15.0%	神前式 13.2%	仏前式 その他 2.0%
暦(六輝)の重視度	全国		大安 34.9% (静岡)	覚えていない 25.4% (北海道)	友引 20.2% (中国)	先勝 19.5% (北陸)
	関西		大安 30.0%	友引 16.3%	覚えていない 15.3%	先勝 13.0%

全国欄は各項目毎に全国で最も多い割合から順に取り上げて、その地区名を()に記載した

表10 披露宴の状況

項目	順位	地域	1	2	3	4
披露宴会場	全国		ホテル 60.1% (北海道)	一般の式場 52.1% (福島)	ハウスウェディング 21.2% (新潟)	レストラン 12.1% (北海道)
	関西		ホテル 42.4%	一般の式場 19.3%	ハウスウェディング 15.3%	レストラン 7.0%
招待客の平均 人数	全国		親族 46.0人 (東北)	勤務先の上司・同僚 31.1人 (北海道)	勤務先以外の友人 30.0人 (北海道)	その他 41.9人 (福島)
	関西		親族 27.7人	勤務先以外の友人 19.0人	勤務先の上司・同僚 13.4人	その他 16.3人
食事の形態	全国		コース料理 96.8% (福島)	着席ビュッフェ 18.0% (北海道)	その他 13.7% (東北)	立食ビュッフェ 2.9% (北海道)
	関西		コース料理 94.6%	着席ビュッフェ 2.1%	立食ビュッフェ 1.3%	その他 0.5%
料理の種類	全国		折衷料理 64.9% (福島)	フランス料理 43.6% (首都圏)	和食 9.2% (東北)	イタリア料理 6.7% (新潟)
	関西		折衷料理 44.5%	フランス料理 34.0%	和食 6.2%	イタリア料理 4.6%
衣装 新婦 複数回答	全国		ウェディングドレス 98.5% (九州)	カラードレス 90.3% (九州)	色打ち掛け 50.0% (東北)	白無垢 44.9% (東北)
	関西		ウェディングドレス 96.3%	カラードレス 73.0%	色打ち掛け 14.3%	白無垢 12.3%
衣装 新郎 複数回答	全国		タキシード 84.0% (福島)	紋付き袴 61.5% (東北)	フロックコート 38.5% (首都圏)	燕尾服 9.8% (北海道)
	関西		タキシード 68.5%	フロックコート 30.5%	紋付き袴 23.5%	燕尾服 8.5%
ギフトの品目 複数回答	全国		引菓子 91.8% (静岡)	カタログ式ギフト 74.0% (静岡)	引菓子以外の食物 68.3% (新潟)	生活用品 24.9% (東海)
	関西		引菓子 79.3%	食器類 51.9%	カタログ式ギフト 51.4%	引菓子以外の食物 31.8%

全国欄は各項目毎に全国で最も多い割合から順に取り上げて、その地区名を（ ）に記載した

3. 大手前学生の結婚式に対する意識調査

3-1 目的

若者の結婚に対する意識調査は、関連業界や（B I A）社団法人日本ブライダル事業振興協会などが全国規模で行っており、現状把握のために有益なデータを収集している。さらに今回は特定の地域的特徴や、若者個々の特性による違いを更に詳しく把握するために

本学の各キャンパス、及び、各学科の多様な学生を対象にしてアンケート調査を行った。そして、協会が2005年に行った関西地区のデータを参考にして比較と考察を行い、今後同協会で収集される予定の、同年度全国データとの調査検討を行うための資料提供に役立てる。

3-2 調査概要

アンケートの質問項目は（B I A）社団法人日本ブライダル事業振興協会の調査データと経年比較できるよう、協会の承諾を得て同じ内容で作成した。調査は平成18年11月に協力依頼した各キャンパスの授業において配布し、記入後回収を行った。配布総数は406枚で回答率は87.7%、有効サンプル数は大手前大学社会文化学部100名、大手前短期大学ライフデザイン総合学科188名、大手前製菓学院68名の合計356名であった。集計および分析はマイクロソフトエクセルとSPSS統計ソフトを使用し、度数分布とクロス集計及びカイ2乗検定を行った。

なお、質問内容を別紙1、回答者のプロフィールは表11に示す。

表11 回答者のプロフィール

(人)

データの個数／所属	性 別		
	男性	女性	総計
ライフデザイン総合学科	2	186	188
社会文化学部	54	46	100
製菓学院	11	57	68
総 計	67	289	356

3-3 結果及び考察

3-3-1 結婚式についての意識

問1「あなたはこれまでに、家族・親戚・友人等の結婚式に参加したことがありますか」

結婚式への参加経験は図5の通り66.6%の学生が「ある」と回答しており、「ない」は33.4%で、全体の「ある」78.9%と比べると12.3%下回っている。本学学生は全体と比較して結婚式の参加経験が少ないといえる。

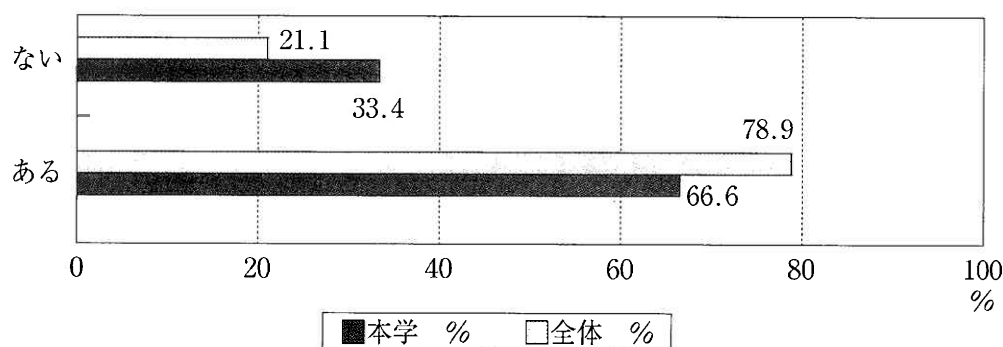


図5 結婚式への参加経験

問2「あなたは結婚式をしたいと思いますか」

図6に示す挙式実施意向では、90.7%の学生が「したい」と答え、「したくない」は9.3%となっている。本学学生は全体と比較すると結婚式の実施意向がやや低いと思われる。

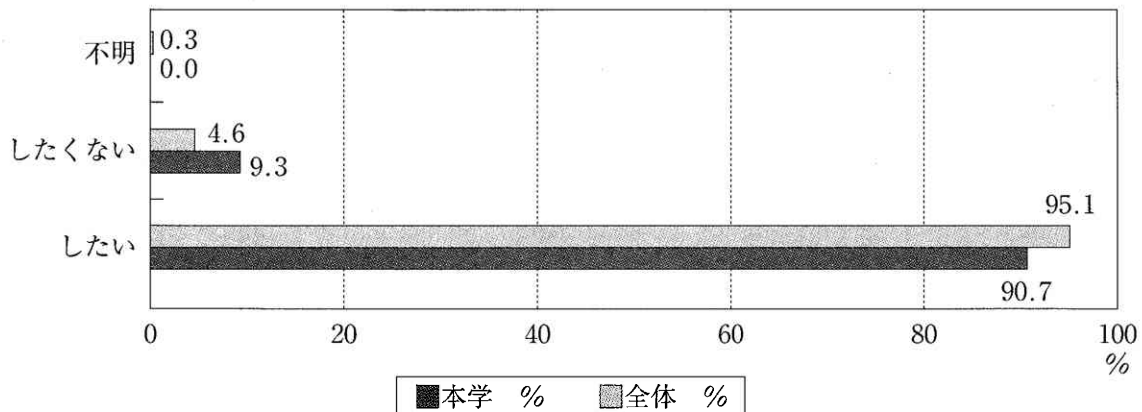


図6 挙式意向

問3「結婚されるときは、どのような挙式スタイルにしたいと思いますか」

希望する挙式スタイルは図7の通り「キリスト教式」が73.0%で最も多く、次いで「神前式」が14.3%となっている。全体との比較では、本学学生の場合「キリスト教式」「神前式」のどちらもやや高く、「その他」がやや低い結果となっていることから、決められたスタイルを希望する傾向にあると思われる。

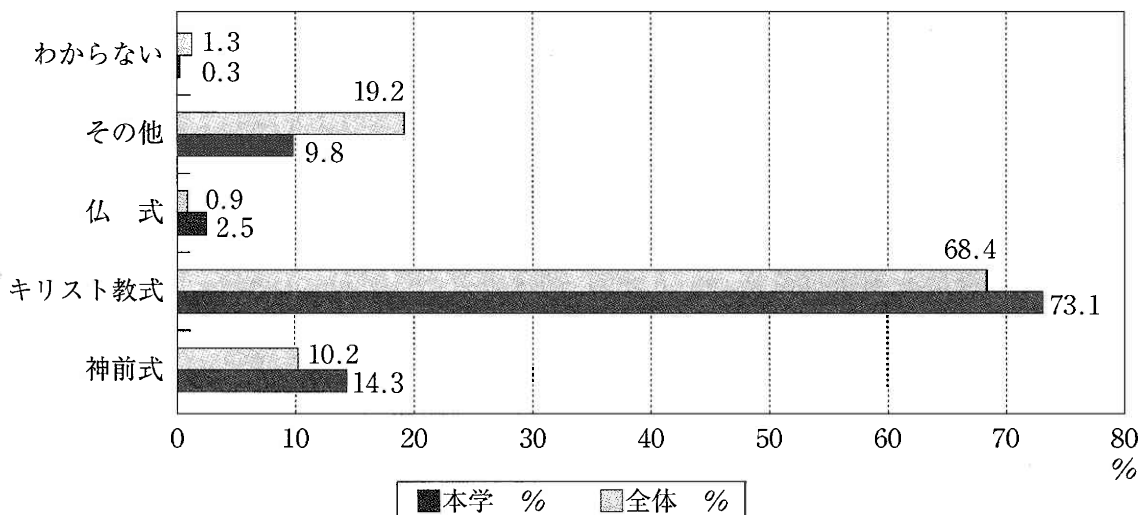


図7 希望する挙式スタイル

問4「どのようなところで結婚式をしたいと思いますか」

SQ1「その会場で結婚式をしたいと思う理由はどのようなことですか」(複数回答)

希望する結婚式の場所は図8の通り「教会」33.4%、「ホテル」20.8%、「海外」15.4%の順となっている。今話題の「ゲストハウス」は4.5%と、協会の統計結果「近畿3.6%」とほぼ同様に少なく、北海道・東北地区の25.9%や全国値の15.7%と比較しても低い値を示しており、近畿地区では「ゲストハウス」への認知度や関心が低いことが伺える。また、希望する挙式会場を選ぶ理由としては、図9の通り「雰囲気のよさ」が67.1%、「あこがれの場所」が34.6%と他を大きく離している。全体でもほぼ同様の結果であるが、「自分たちらしい演出ができる」では、本学が19.9%であるのに対し、全体は37.5%と高い関心を示している。

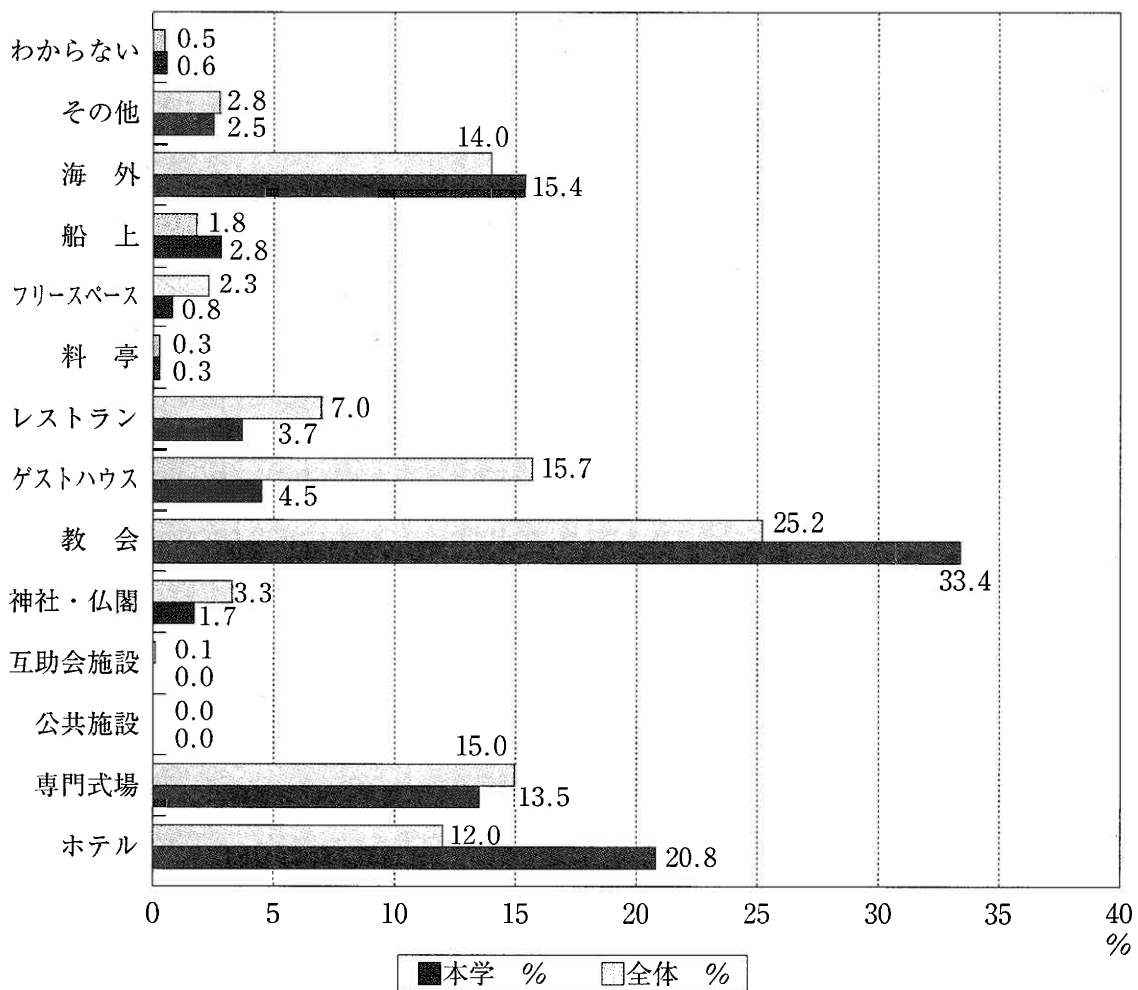


図8 希望する結婚式の場所

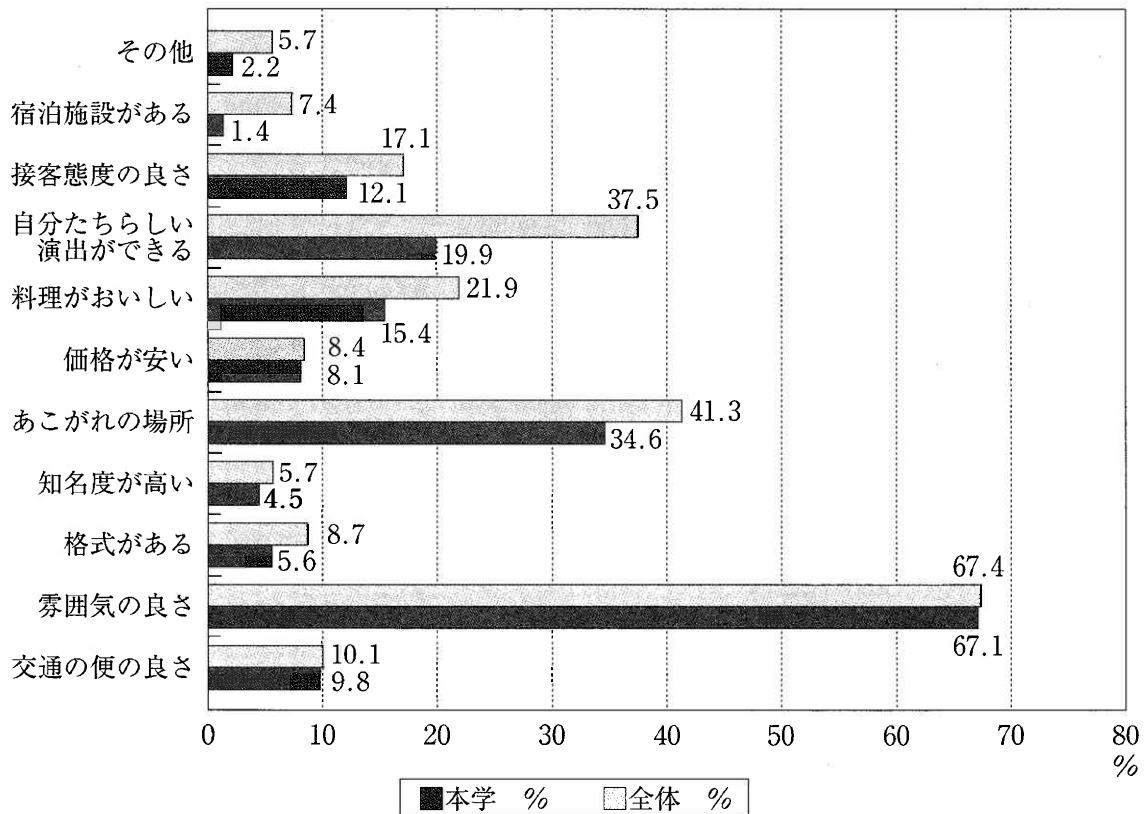


図9 希望する挙式会場を選ぶ理由（複数回答）

問5 「どのような結婚式にしたいですか」

図10で示す希望する結婚式の特徴は、「自分たちらしい結婚式」が60.7%、次いで「盛大で楽しい結婚式」36.2%となっており、この2項目だけで97%を占めている。全体との比較では順位には差はないものの本学学生の方が「盛大で楽しい」を選ぶ割合が高くなっている。

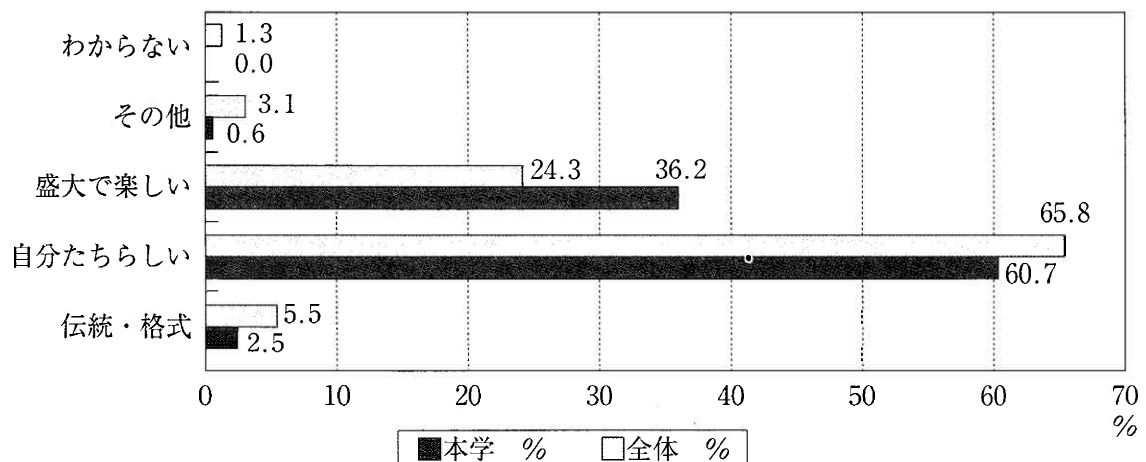


図10 希望する結婚式の特徴

3-3-2 披露宴についての意識

問6「あなたは披露宴をしたいと思いますか」

図11に示す披露宴の実施意向では83.4%で「したい」と回答しており、「したくない」は16.6%となっている。全体では「したい」が90.7%、「したくない」は8.9%であり、本学学生の実施意向が全体より約7%低い結果となった。

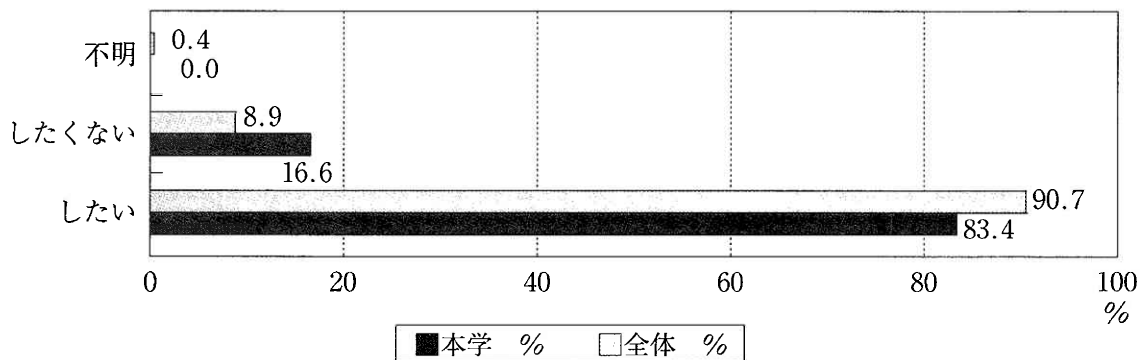


図11 披露宴実施意向

問7「あなたはどのような披露宴にしたいと思っていますか」

披露宴の特徴は図12の通り「アットホームな披露宴」が、どちらも1位であるが、特に本学学生では重視している結果となった。2位は本学の「列席者を楽しませる」に対して、全体では「列席者とコミュニケーション・交流ができる」と、両者が入れ替わる結果となっている。4位以下は全体と同様の結果である。

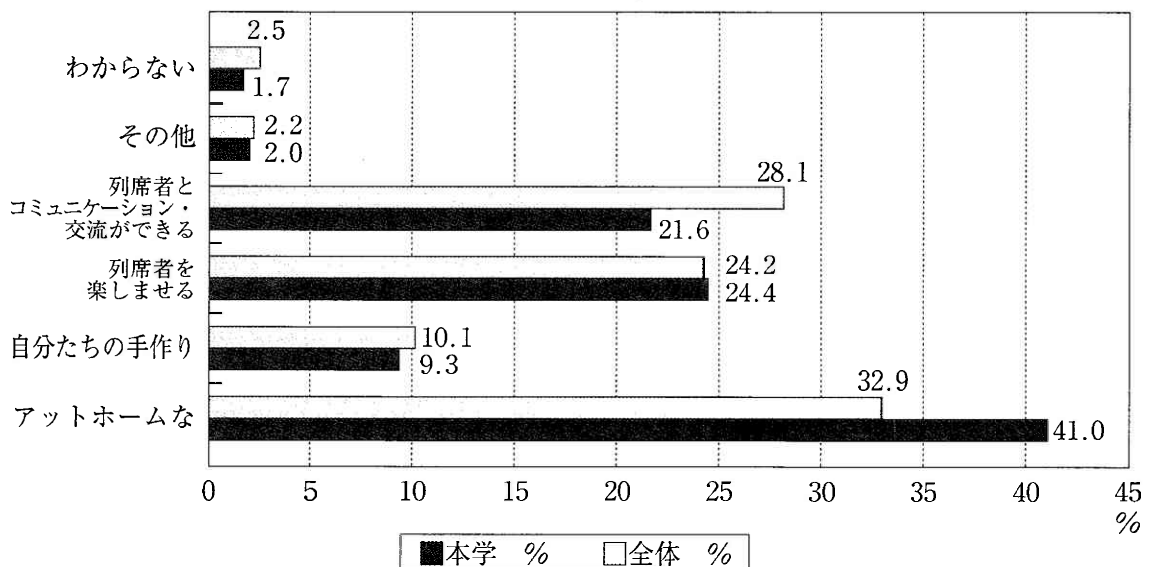


図12 披露宴の特徴

問8 「あなたは披露宴で特にこだわりたいと思うことは何ですか」

披露宴でこだわりたいことは、図13の通り、本学学生では「衣装」が33.9%、次いで「演出」が29.8%であるのに対して、全体では「演出」が41.4%、次いで「衣装」は18.9%となっており、大きく差の出る結果となっている。その他にも下位であるが「メイク・ヘア」では本学学生が4.8%であるのに対して、全体では2.3%となっている。このことは本学学生の場合、自分たちの「身なり」に多くの関心を持っていることが読み取れる。

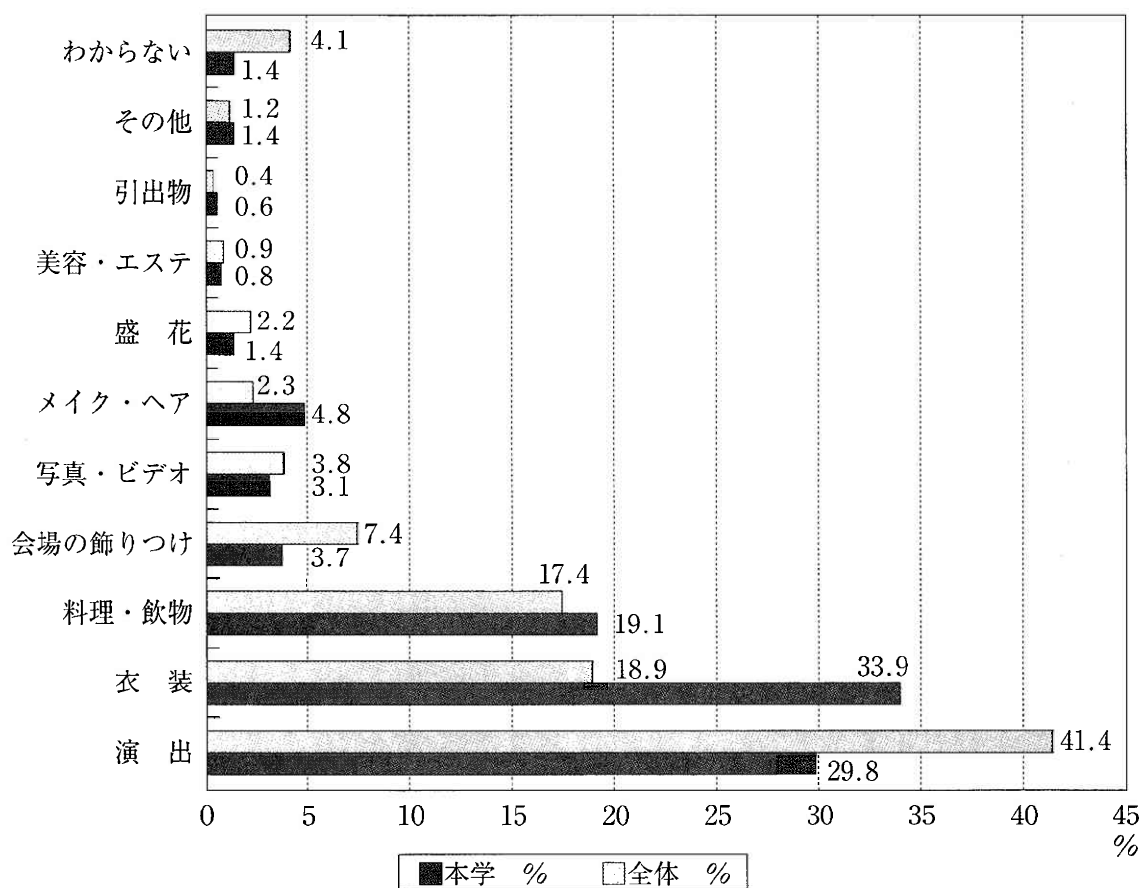


図13 披露宴でこだわりたいこと

問9 「希望する披露宴会場はどのようなところですか」

S Q 1 「その会場で披露宴をしたいと思う理由はどのようなことですか」(複数回答)

希望する披露宴会場では図14の通り、本学の1位が「ホテル」で44.9%、次いで「専門式場」12.9%と「ホテル」が大きく他の式場に差をつけている。全体では1位が「ゲストハウス」27.7%、次いで「ホテル」が21.3%、「レストラン」18.9%、「専門式場」17%と、大きな差にはならず人気を分け合っている。このことから、全体の1位である「ゲストハウス」は、本学では10.4%にとどまっており、関西における「ゲストハウス」への認知度や関心が低いことを表している。また、希望する披露宴会場を選ぶ理由としては、図15の

通り本学・全体どちらも「雰囲気の良さ」が1位であるが、2位になると本学「料理がおいしい」に対して、全体では「自分たちらしい演出ができる」をあげており、前述の図9による「挙式会場を選ぶ理由」と同様の結果となっている。

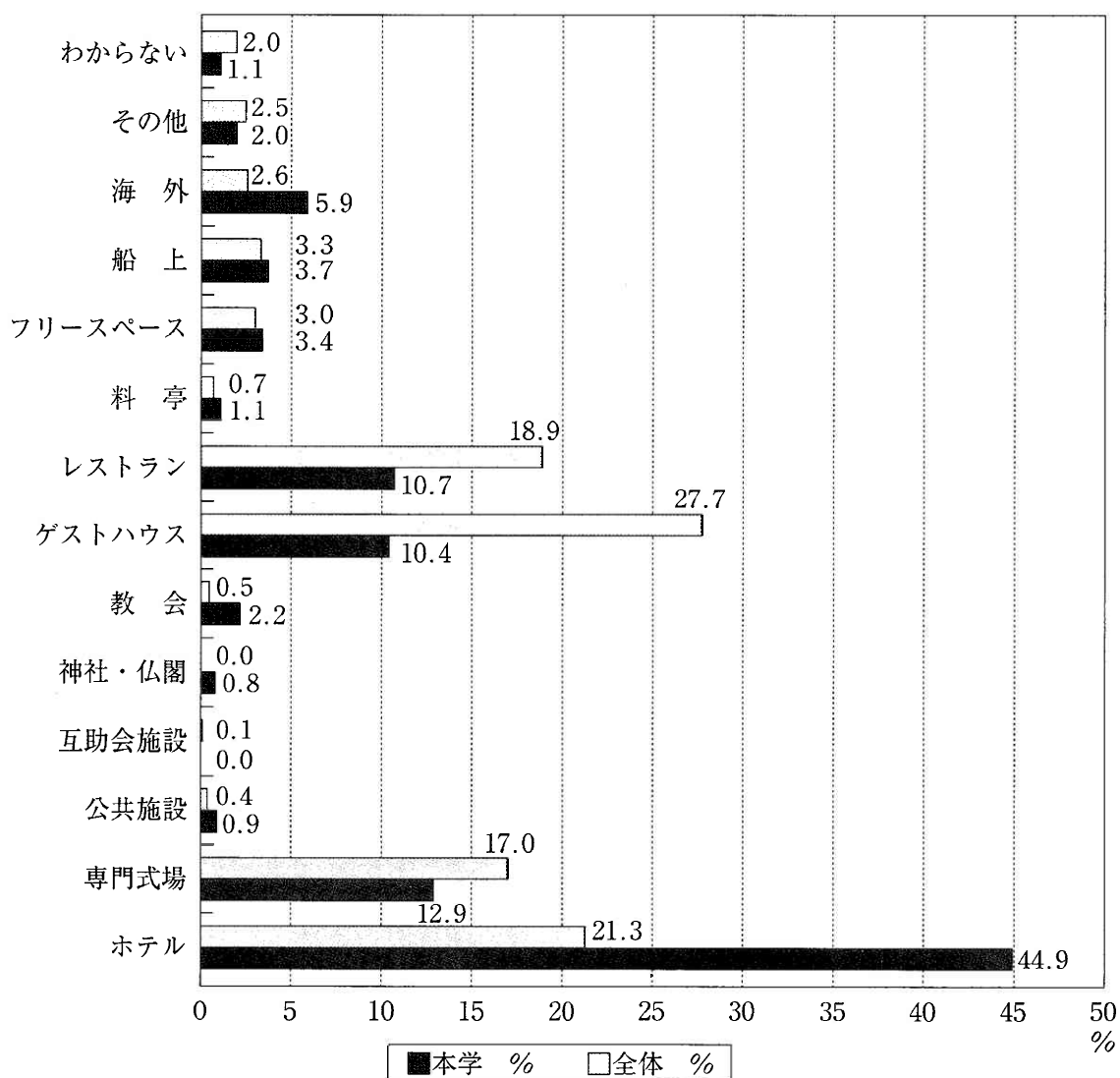


図14 希望する披露宴会場

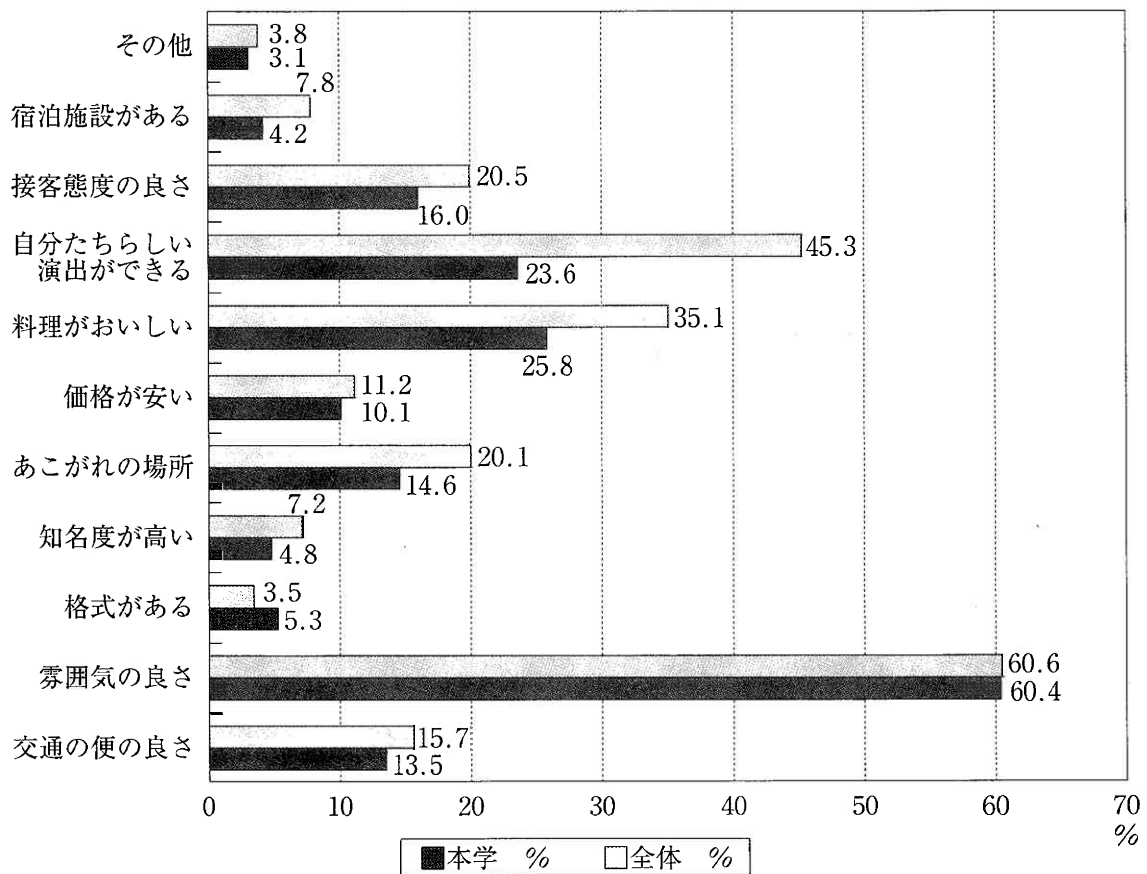


図15 希望する披露宴会場を選ぶ理由

問10「披露宴に招待したいお客様はどんな人ですか」（複数回答）

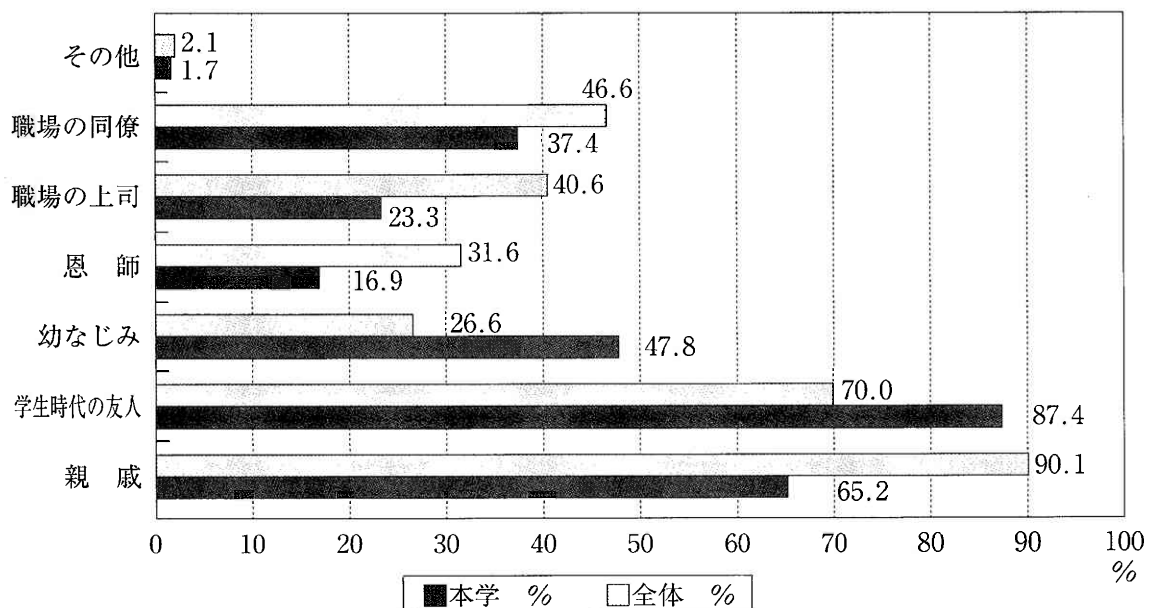


図16 披露宴の招待客

図16では披露宴の招待客を比較しており、本学では「学生時代の友人」87.4%、次いで「親戚」65.2%、「幼なじみ」47.8%、「職場の同僚」37.4%の順となっている。全体では「親戚」90.1%が最も高く、「学生時代の友人」70.0%、「職場の同僚」46.6%、「職場の上司」40.6%となっている。このことから、本学学生が重視する招待客は、友人や同僚など自分たちに近い関係の招待客を多く招き、恩師や上司など目上の招待客は控える傾向があるといえよう。全体では上司や恩師を招きたい確立が高く、形式を重んじる様子が伺える。

問11「披露宴の料理はどのようなスタイルで行いたいですか」

「披露宴にはどのような料理を出したいですか」

図17の「披露宴の料理スタイル」では「着席スタイル」が約半数、次いで「着席と立食のミックス」が約4割で、本学と全体で差を示していない。図18の披露宴の料理の種類でも全体比較の差はなく、1位が「各国料理のミックス」、次いで「フランス料理」の順になっている。

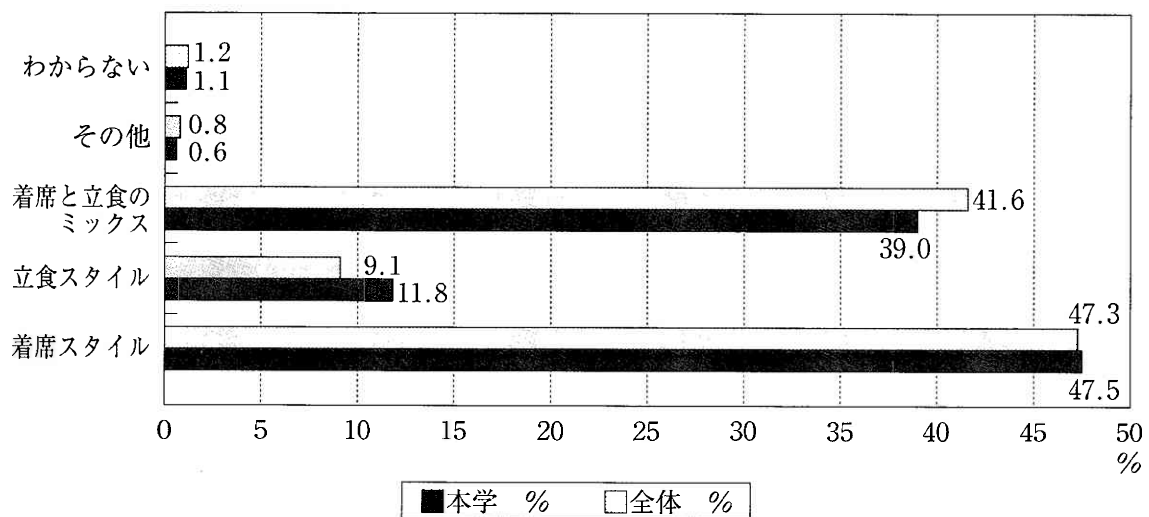


図17 披露宴の料理スタイル

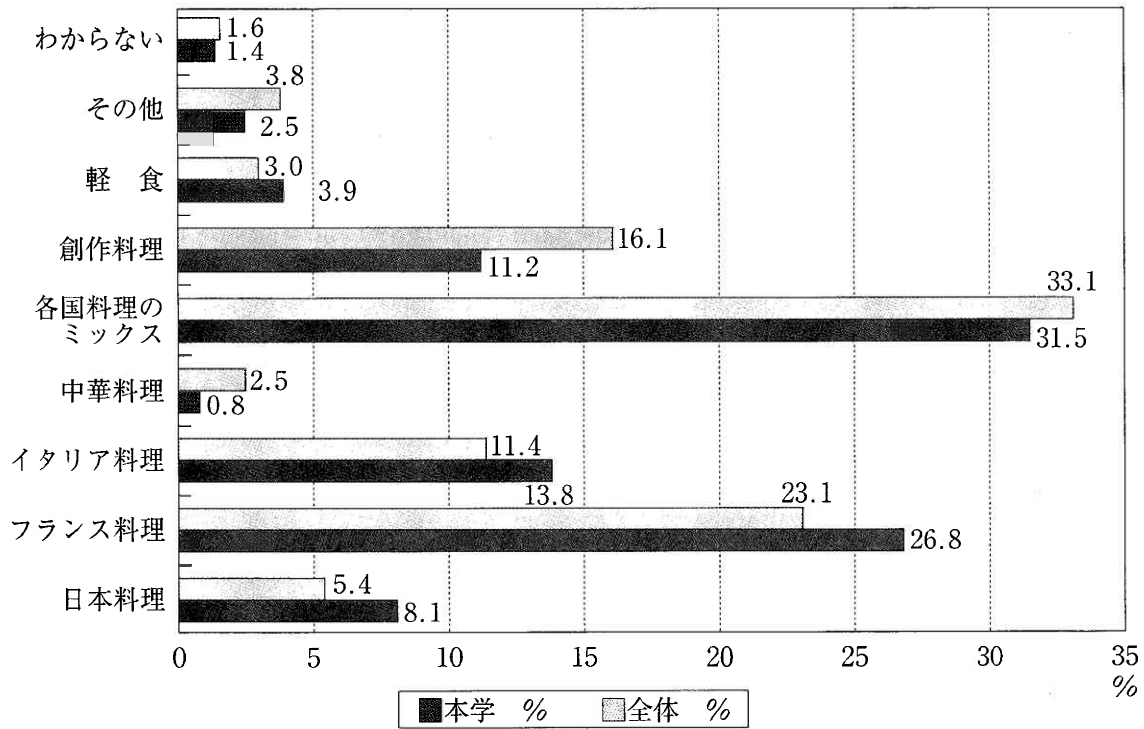


図18 披露宴の料理の種類

3-3-3 その他

問12「挙式・披露宴で着たい衣装をお答え下さい」

着たい衣装について、図19の通り本学と全体の差は無く「洋装」が80%を超えて「和装」の10%を大きく離している。「教会」で「キリスト教式」を希望する若者が多いことから考えれば止むを得ない結果であろう。

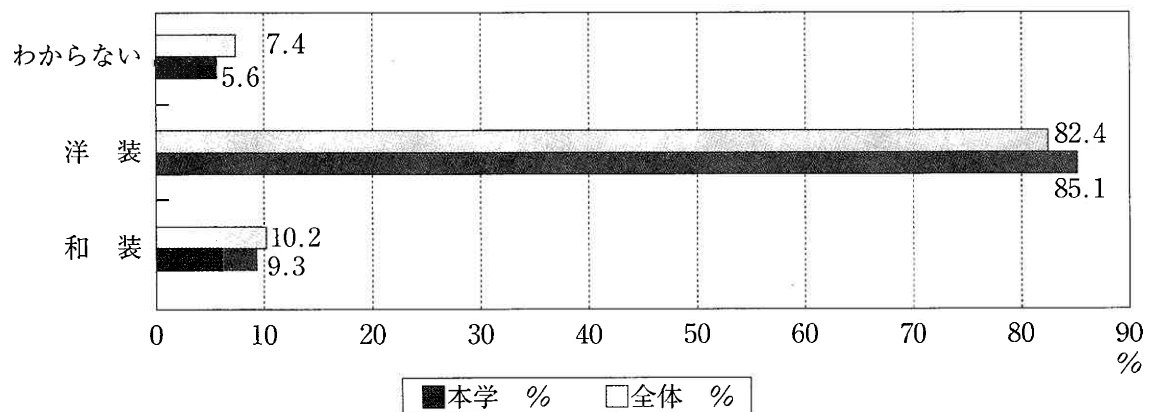


図19 着たい衣装

問13「挙式・披露宴をあげる際、どのような人の意見を尊重しますか」

挙式や披露宴を行う際に尊重する意見は、図20に示す通り本学と全体での差は無く、どちらも約60%が「ブライダルコーディネイター」と答えている。2位の「会場担当者」や「友人・知人」は10%程度と大きく差が出ており、全国的に「ブライダルコーディネイター」への期待や役割が大きいことを示している。

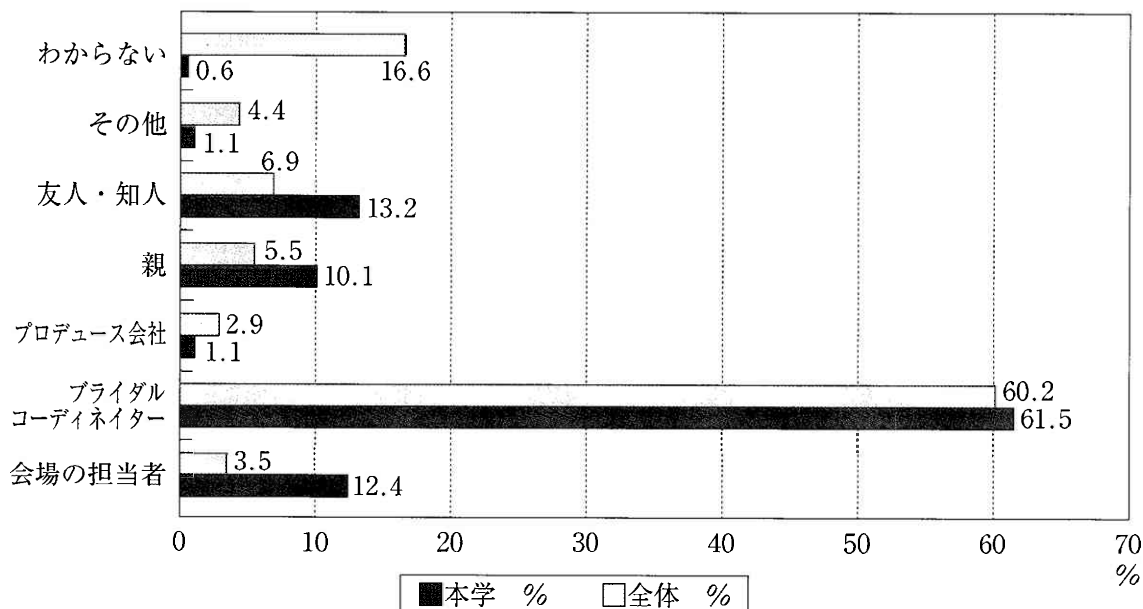


図20 挙式・披露宴を行う際に尊重する意見

3-3-4 クロス集計の結果

本学学生の集計結果で主要な項目をクロス集計し、カイ二乗検定を行った結果有意差が認められた項目を表12～表22に示す。

「性別×挙式意向」

表12では、「したくない」中の男性が占める割合は17.9%と、女性の7.3%より高く、女性は男性より挙式意向が高いことから、女性にとって「挙式」は婚姻する場合の重要なセレモニーであると考えている。

表12 性別×挙式意向

性別	挙式意向		TOTAL
	したい	したくない	
男性	人	55	67
	%	15.4	18.8
	%	82.1	17.9
	%	17.0	36.4
女性	人	268	289
	%	75.3	81.2
	%	92.7	7.3
	%	83.0	63.6
TOTAL	人	323	356
	%	90.7	100.0

p 値 = 0.013 < 0.05

「性別×挙式スタイル」

表13の「性別」と「挙式スタイル」では、男女共に「キリスト教式」を希望しているが、それぞれの割合で見ると女性は77.9%と、男性の52.2%より「キリスト教式」を多く希望し、男性は「神前式」を希望する割合が26.9%と、女性の11.4%に比べて多いことがわかる。男性は、挙式などのスタイルに関わる西欧化や流行に影響を受けず、日本古来の伝統や儀式を重視する傾向が女性より高いようである。

表13 性別×挙式スタイル

性別	挙式スタイル	神前式	キリスト教式	仏式	その他	わからない	TOTAL
男性	人	18	35	4	9	1	67
	%	5.0	9.9	1.1	2.5	0.3	18.8
	%	26.9	52.2	6.0	13.4	1.5	
	%	35.3	13.5	44.4	25.7	100.0	
女性	人	33	225	5	26	0	289
	%	9.3	63.2	1.4	7.3	0.0	81.2
	%	11.4	77.9	1.7	9.0	0.0	
	%	64.7	86.5	55.6	74.3	0.0	
TOTAL	人	51	260	9	35	1	356
	%	14.3	73.1	2.5	9.8	0.3	100.0

p 値 = 0.000 < 0.05

「所属×挙式スタイル」

表14の「所属」と「挙式スタイル」では、短大ライフデザイン総合学科の学生は72.3%、製菓専門学校の学生は89.7%が「キリスト教式」を希望している。大学社会文化学部 of 学生は「キリスト教式」が63%と同様に高いが、「神前式」では21.0%と、短大生14.9%、専門学校生2.9%に比べて高い関心を示している。前述の性別との関連から、大学生のデータに男子が多かったことも原因の一つとして考えられる。短大生と専門学生の差については、専門学生は全員が製菓を学んでいるなど学習分野が一律であったのに対し、短大生では総合学科として多様な分野を学んでおり、意向に少し差がでたのではないだろうか。

表14 所属×挙式スタイル

所属	挙式スタイル	神前式	キリスト教式	仏 式	その他	わからない	TOTAL
ライフデザイン 総合学科	人	28	136	3	21	0	188
	%	7.9	38.2	0.8	5.9	0.0	52.8
	%	14.9	72.3	1.6	11.2	0.0	
	%	55.0	52.3	33.3	60.0	0.0	
社会文化学部	人	21	63	5	10	1	100.0
	%	5.9	17.7	1.4	2.8	0.3	28.1
	%	21.0	63.0	5.0	10.0	1.0	
	%	41.2	24.2	55.6	28.6	100.0	
製菓学院	人	2	61	1	4	0	68
	%	0.6	17.1	0.3	1.1	0.0	19.1
	%	2.9	89.7	1.5	5.9	0.0	
	%	3.9	23.5	11.1	11.4	0.0	
TOTAL	人	51	280	9	35	1	356
	%	14.3	73.0	2.6	9.8	0.3	100.0

p 値=0.008<0.05

「挙式の場所×挙式スタイル」

「挙式の場所」と「挙式スタイル」は表15の通り、「教会」で「キリスト教式」を選んだ学生が30%と最も高く、次いで「ホテル」で「キリスト教式」13.8%、「海外」で「キリスト教式」が12%の順になっている。この結果は、挙式スタイルに適した場所を選んでいることが伺えるが、「海外」で「神前式」や「仏式」を選ぶなど「挙式スタイル」を正確に理解していない学生も少々であるが存在している。また、「公共施設」や「互助会式場」では希望者が皆無であり、該当する会場の運営や経営動向の厳しさを表しているものといえよう。

「挙式の場所×挙式の特徴」

「挙式の場所」と「挙式の特徴」では、表16の通り、「教会」で「自分たちらしい」が23.9%と最も高く、次いで「自分たちらしい」を軸に「ホテル」と「海外」、また「盛大で楽しい」と「ホテル」が10.1%で同率となっている。挙式の特徴で最も重視している「自分たちらしさ」を実現できる場所としては「教会」「ホテル」「ゲストハウス」「レストラン」「船上」「海外」をイメージしている様子が強く表われている。また、小数ではあるが「神社・仏閣」には「伝統や格式」を求めるイメージが強く表われている。

表15 挙式の間所×挙式スタイル

式の間所	挙式スタイル	神前式	キリスト教式	仏 式	その他	わからない	TOTAL
ホテル	人	11	49	2	11	1	74
	%	3.1	13.8	0.6	3.1	0.3	20.9
	%	14.9	66.2	2.7	14.9	1.3	
	%	21.6	18.8	22.2	31.4	100.0	
専門式場	人	10	34	1	3	0	48
	%	2.8	9.5	0.3	0.8	0.0	13.4
	%	20.8	70.8	2.1	6.3	0.0	
	%	19.6	13.1	11.1	8.6	0.0	
公共施設	人	0	0	0	0	0	0
	%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
互助会式場	人	0	0	0	0	0	0
	%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
神社・仏閣	人	5	0	1	0	0	6
	%	1.4	0.0	0.3	0.0	0.0	1.7
	%	83.3	0.0	16.7	0.0	0.0	
	%	9.8	0.0	11.1	0.0	0.0	
教会	人	9	107	0	3	0	119
	%	2.5	30.0	0.0	0.8	0.0	33.3
	%	7.6	89.9	0.0	2.5	0.0	
	%	17.6	41.2	0.0	8.6	0.0	
ゲストハウス	人	5	7	1	3	0	16
	%	1.4	2.0	0.3	0.8	0.0	4.5
	%	31.3	43.8	6.3	18.8	0.0	
	%	9.8	2.7	11.1	8.6	0.0	
レストラン	人	3	3	0	7	0	13
	%	0.8	0.8	0.0	2.0	0.0	3.6
	%	23.1	23.1	0.0	53.8	0.0	
	%	5.9	1.2	0.0	20.0	0.0	
料亭	人	0	1	0	0	0	1
	%	0.0	0.3	0.0	0.0	0.0	0.3
	%	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	
	%	0.0	0.4	0.0	0.0	0.0	
フリースペース	人	0	1	0	2	0	3
	%	0.0	0.3	0.0	0.6	0.0	0.9
	%	0.0	33.3	0.0	66.7	0.0	
	%	0.0	0.4	0.0	5.7	0.0	
船上	人	1	7	0	2	0	10
	%	0.3	2.0	0.0	0.6	0.0	2.9
	%	10.0	70.0	0.0	20.0	0.0	
	%	2.0	2.7	0.0	5.7	0.0	
海外	人	6	43	3	3	0	55
	%	1.7	12.0	0.8	0.8	0.0	15.3
	%	10.9	78.2	5.5	5.5	0.0	
	%	11.8	16.5	33.3	8.6	0.0	
その他	人	0	7	1	1	0	9
	%	0.0	2.0	0.3	0.3	0.0	2.6
	%	0.0	77.8	11.1	11.1	0.0	
	%	0.0	2.7	11.1	2.9	0.0	
わからない	人	1	1	0	0	0	2
	%	0.3	0.3	0.0	0.0	0.0	0.6
	%	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	
	%	2.0	0.4	0.0	0.0	0.0	
TOTAL	人	51	260	9	35	1	356
	%	14.3	73.0	2.5	9.9	0.3	100.0

p 値=0.000<0.05

表16 挙式の場所×挙式の特徴

挙式の場所	挙式の特徴	伝統・格式	自分たちらしい	盛大で楽しい	その他	TOTAL
ホテル	人	2	36	36	0	74
	%	0.6	10.1	10.1	0.0	20.8
	%	2.7	48.6	48.6	0.0	
	%	22.2	16.7	27.9	0.0	
専門式場	人	1	24	23	0	48
	%	0.3	6.7	6.5	0.0	13.5
	%	2.1	50.0	47.9	0.0	
	%	11.1	11.1	17.8	0.0	
公共施設	人	0	0	0	0	0
	%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	%	0.0	0.0	0.0	0.0	
	%	0.0	0.0	0.0	0.0	
互助会式場	人	0	0	0	0	0
	%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	%	0.0	0.0	0.0	0.0	
	%	0.0	0.0	0.0	0.0	
神社・仏閣	人	4	2	0	0	6
	%	1.1	0.6	0.0	0.0	1.7
	%	66.7	33.3	0.0	0.0	
	%	44.4	0.9	0.0	0.0	
教会	人	0	85	33	1	119
	%	0.0	23.9	9.3	0.3	33.5
	%	0.0	71.4	27.7	0.9	
	%	0.0	39.4	25.6	50.0	
ゲストハウス	人	0	10	6.0	0	16
	%	0.0	2.8	1.7	0.0	4.5
	%	0.0	62.5	37.5	0.0	
	%	0.0	4.6	4.7	0.0	
レストラン	人	0	11	2	0	13
	%	0.0	3.1	0.6	0.0	3.7
	%	0.0	84.6	15.4	0.0	
	%	0.0	5.1	1.6	0.0	
料亭	人	0	0	1	0	1
	%	0.0	0.0	0.3	0.0	0.3
	%	0.0	0.0	100.0	0.0	
	%	0.0	0.0	0.8	0.0	
フリースペース	人	0	0	3	0	3
	%	0.0	0.0	0.8	0.0	0.8
	%	0.0	0.0	100.0	0.0	
	%	0.0	0.0	2.3	0.0	
船上	人	0	7	3	0	10
	%	0.0	2.0	0.8	0.0	2.8
	%	0.0	70.0	30.0	0.0	
	%	0.0	3.2	2.3	0.0	
海外	人	1	36	17	1	55
	%	0.3	10.1	4.8	0.3	15.5
	%	1.8	65.5	30.9	1.8	
	%	11.1	16.7	13.2	50.0	
その他	人	0	4	5	0	9
	%	0.0	1.1	1.4	0.0	2.5
	%	0.0	44.4	55.6	0.0	
	%	0.0	1.9	3.9	0.0	
わからない	人	1	1	0	0	2
	%	0.3	0.3	0.0	0.0	0.6
	%	50.0	50.0	0.0	0.0	
	%	11.1	0.5	0.0	0.0	
TOTAL	人	9	216	129	2	356.0
	%	2.5	60.7	36.2	0.6	100.0

p 値 = 0.000 < 0.05

「挙式意向×披露宴実施意向」

表17の「挙式意向」と「披露宴実施意向」ではどちらも「したい」が79.8%あり、挙式も披露宴も実施したい学

生が約8割を占めている。一方で「挙式はしたい」が「披露宴はしたくない」で3.6%、「挙式はしたくない」が「披露宴はしたい」は11%であり、形式を重視する挙式よりも楽しめる披露宴の方を希望する学生が多いようである。なお、「どちらもした

表17 挙式意向×披露宴実施意向

披露宴実施意向	挙式意向		したい	したくない	TOTAL
	人	%			
したい	人	%	284	39	323
	%	%	79.8	11.0	90.8
	%	%	87.9	12.1	
	%	%	95.6	66.1	
しなくない	人	%	13	20	33
	%	%	3.6	5.6	9.2
	%	%	39.4	60.6	
	%	%	4.4	33.9	
TOTAL	人	%	297	59	356
	%	%	83.4	16.6	100.0

p 値 = 0.000 < 0.05

くない」は5.6%とわずかであった。

「性別×披露宴でのこだわり」

表18の「性別」と「披露宴でのこだわり」では、女性が32.9%と圧倒的に「衣装」にこだわっており、次いで「演出」23.6%となっている。

男性は「料理・飲物」が男性のみの割合で見ると44%と最も高く、次いで「演出」33%となっている。この結果では、男性が「衣装にこだわること」は考えにくく当然の結果といえよう。

「料理のスタイル×料理の種類」

表19の「料理のスタイル」と「料理の種類」では「着席スタイル」で「フランス料理」が17.1%、「着席と立食のミックス」で「各国料理のミックス」が15.2%となっており、この結果からは、料理の特徴に適した「スタイル」を正しく選んでいる様子が伺える。

表18 性別×披露宴でのこだわり

披露宴のこだわり	性別	男性	女性	TOTAL
料理・飲物	人	30	38	68
	%	8.4	10.7	19.1
	%	44.1	55.9	
	%	44.8	13.1	
衣装	人	4	117	121
	%	1.2	32.9	34.1
	%	3.3	96.7	
	%	6.0	40.5	
演出	人	22	84	106
	%	6.2	23.6	29.8
	%	20.8	79.2	
	%	32.8	29.1	
装花	人	2	3	5
	%	0.6	0.8	1.4
	%	40.0	60.0	
	%	3.0	1.0	
会場の飾りつけ	人	4	9	13
	%	1.1	2.5	3.6
	%	30.8	69.2	
	%	6.0	3.1	
写真・ビデオ	人	3	8	11
	%	0.8	2.2	3.0
	%	27.3	72.7	
	%	4.5	27.7	
メイク・ヘア	人	0	17	17
	%	0.0	4.8	4.8
	%	0.0	100.0	
	%	0.0	5.9	
美容・エステ	人	0	3	3
	%	0.0	0.8	0.8
	%	0.0	100.0	
	%	0.0	1.0	
引出物	人	1	1	2
	%	0.3	0.3	0.6
	%	50.0	50.0	
	%	1.5	0.3	
その他	人	0	5	5
	%	0.0	1.4	1.4
	%	0.0	100.0	
	%	0.0	1.7	
わからない	人	1	4	5
	%	0.3	1.1	1.4
	%	20.0	80.0	
	%	1.5	1.4	
TOTAL	人	67	289	356
	%	18.8	81.2	100.0

p 値 = 0.000 < 0.05

表19 料理のスタイル×料理の種類

料理の種類	料理のスタイル	着席スタイル	立食スタイル	着席と立食 のミックス	その他	わからない	TOTAL
日本料理	人	20	1	8	0	0	29
	%	5.6	0.3	2.2	0.0	0.0	8.1
	%	69.0	3.4	27.6	0.0	0.0	
	%	11.8	2.4	5.8	0.0	0.0	
フランス料理	人	61	3	30	1	0	95
	%	17.1	0.8	8.4	0.3	0.0	26.7
	%	64.2	3.2	31.6	1.0	0.0	
	%	36.1	7.1	21.6	50.0	0.0	
イタリア料理	人	26	6	17	0	0	49
	%	7.3	1.7	4.8	0.0	0.0	13.8
	%	53.1	12.2	34.7	0.0	0.0	
	%	15.4	14.3	12.2	0.0	0.0	
中華料理	人	0	1	2	0	0	3
	%	0.0	0.3	0.6	0.0	0.0	0.9
	%	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0	
	%	0.0	2.4	1.4	0.0	0.0	
各国料理の ミックス	人	38	19	54	1	0	112
	%	10.7	5.3	15.2	0.3	0.0	31.5
	%	33.9	16.9	48.2	0.1	0.0	
	%	22.5	45.2	38.8	50.0	0.0	
創作料理	人	18	3	19	0	0	40
	%	5.1	0.8	5.3	0.0	0.0	11.2
	%	45.0	7.5	47.5	0.0	0.0	
	%	10.7	7.1	13.7	0.0	0.0	
軽食	人	2	6	6	0	0	14
	%	0.6	1.7	1.7	0.0	0.0	4
	%	14.2	42.9	42.9	0.0	0.0	
	%	1.2	14.3	4.3	0.0	0.0	
その他	人	3	3	3	0	0	9
	%	0.8	0.8	0.8	0.0	0.0	2.4
	%	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	
	%	1.8	7.1	2.2	0.0	0.0	
わからない	人	1	0	0	0	4	5
	%	0.3	0.0	0.0	0.0	1.1	1.4
	%	20.0	0.0	0.0	0.0	80.0	
	%	5.9	0.0	0.0	0.0	100.0	
TOTAL	人	169	42	139	2	4	356
	%	47.5	11.8	39.0	0.6	1.1	100.0

p 値 = 0.000 < 0.05

「性別×尊重する意見」

表20の「性別」と「尊重する意見」は、男女共に「ブライダルコーディネイター」が最も高いが、男性は「会場の担当者」23.9%「友人・知人」19.4%となっており、女性の同順で9.7%、11.8%と比べると男性の方が幅広い意見を尊重する傾向があるようである。

表20 性別×尊重する意見

尊重する意見 性別		会場の 担当者	ブライダル コーディネイ ター	プロデュ ース会社	親	友人・ 知人	その他	わから ない	TOTAL
男性	人	16	26	2	7	13	2	1	67
	%	4.4	7.3	0.6	2.0	3.7	0.6	0.3	18.9
	%	23.9	38.8	3.0	10.4	19.4	3.0	1.5	
	%	36.4	11.9	50.0	19.4	27.7	50.0	50.0	
女性	人	28	193	2	29	34	2	1	289
	%	7.8	54.2	0.6	8.1	9.5	0.6	0.3	81.1
	%	9.7	66.8	0.7	10.0	11.8	0.7	0.3	
	%	63.6	88.1	50.0	80.6	72.3	50.0	50.0	
TOTAL	人	44	219	4	36	47	4	2	356
	%	12.3	61.5	1.1	10.1	13.2	1.2	0.6	100.0

p 値 = 0.000 < 0.05

「性別×着たい衣装」

「性別×お色直しの希望」

表21の「性別」と「着たい衣装」では男女共に「洋装」が最も高く、特に女性では、女性だけの割合で見ると90%が「洋装」を希望している。しかし、男性は男性だけの割合で見ると28.3%が「和装」を選んでおり、女性より「和装」にも関心があるようである。また、表22の通り「性別」と「お色直しの希望」を見ると、82%の女性が「したい」と答えており、男性では「したくない」が42%と「したい」の34%を上回っている。

表21 性別×着たい衣装

着たい衣装 性別		和 装	洋 装	わからない	TOTAL
男性	人	19	43	5	67
	%	5.3	12.1	1.4	18.8
	%	28.3	64.2	7.5	
	%	57.6	14.2	25.0	
女性	人	14	260	15	289
	%	3.9	73.1	4.2	81.2
	%	4.8	90.0	5.2	
	%	42.4	85.8	75.0	
TOTAL	人	33	303	20	356
	%	9.3	85.1	5.6	100.0

p 値 = 0.000 < 0.05

表22 性別×お色直しの希望

性別	お色直しの希望	したい	したくない	わからない	TOTAL
		人	人	人	人
男性	人	23	28	16	67
	%	6.5	7.9	4.4	18.8
	%	34.3	41.8	23.9	
	%	8.9	48.3	41.0	
女性	人	236	30	23	289
	%	66.3	8.4	6.5	81.2
	%	81.7	10.3	8.0	
	%	91.1	51.7	59.0	
TOTAL	人	259	58	39	356
	%	72.8	16.3	10.9	100.0

p 値 = 0.000 < 0.05

4. (B I A) 社団法人日本ブライダル事業振興協会の活動と人材教育

社団法人日本ブライダル事業振興協会（通称B I A）では、業界全体の活性化と資質向上に向けて、関連企業間の情報交流や研修事業と人材育成に必要な教育などを中心に中立的な立場で活動している。主として、消費者ニーズと業界事情などの環境に配慮して、問題解決を目的とした研究、及び普及活動の施策や企画を提案し先進的发展を目指しており、10の委員会を設けている。この中の「人材育成委員会」では、各種検定試験の実施とカリキュラム研究事業を行っており、社会人対象のスペシャリスト養成講座の他にも、教科書や参考資料の編集・指導講師の選定・派遣や研修など、今後の人材育成に大きな役割を果たしている。2000年からスタートした「アシスタントブライダルコーディネーター検定」の受験者実績は表23の通り年々増加しており、本学でも2005年から認定校として合格者を

表23 B I A アシスタント ブライダルコーディネーター検定（ABC検定）実績表

回	年 度	試験実施日	受験校数／ 会員学校数	申込者数	受験者数	合格者数	合格率	平均点
第1回	2000 (H12)	2001／2／3	5／12	162	143	99	69.23%	65.23
第2回	2001 (H13)	2002／1／31	21／25	435	406	337	83.00%	80.35
第3回	2002 (H14)	2003／1／30	34／40	704	641	537	83.78%	80.15
第4回	2003 (H15)	2004／1／29	47／54	1,209	1,119	871	77.84%	73.00
第5回	2004 (H16)	2005／1／27	61／76	1,821	1,751	1,503	85.84%	82.50
第6回	2005 (H17)	2006／1／26	72／91	2,166	2,047	1,660	81.09%	79.80

出している。受験生を抱える大学や専門学校の現場では、実践的な授業を基に指導を行っており、業界が求める人材をいかにして輩出できるかが教育機関の課題であると共に、業界側も若い人材を丁寧に育てて活用することが重要であろう。そのためにも協会の役割は大きく、いずれも二人三脚で取り組んでいく必要がある。

5. おわりに

以上述べたように、少子化時代の到来や、自由な発想で行動することを許された若者のニーズに応えてセレモニーを個性的に表現することは、結婚産業のあり方にとって大きな問題である。しかし、刻々と変化する社会情勢は、ブライダル業界に限られたものではなく、多くの業界が乗り越えていくべきものである。したがって、このような状況は、危機であると同時に、大きなチャンスにもなり得るという考え方も可能となる。そのためには、少子化、晩婚化、未婚化の他に、離婚率や高齢者の増加などの人生設計の変化を迅速に捉え、多様なニーズに対応できるコーディネイターに若い人材を育成し活用することが重要な要素としてあげられる。そして、環境・文化・家族関係・思考・嗜好など地域的な意識の違いを把握し、これらを差別化した多品種少量企画の考え方も重要になってくるものと思われる。本報告で調査した若者の結婚式や披露宴に対する意識も、形式的で外交的なものから、現実的で本人重視へと変化していることが伺える。また、関西における式場の認知度は全体と比較して低いようであり、宣伝活動などPR面で課題があるように思われる。教育機関における人材育成は、このような地域的特性や状況を踏まえた上で対応していく必要があり、今後も様々な可能性を探りたい。

6. 謝辞

本論をまとめるにあたり、貴重な資料をご提供頂いた、社団法人日本ブライダル事業振興協会、株式会社リクルートの関係者の方々に深く謝意を表します。また、アンケートにご協力いただきました方々に感謝いたします。

注

注1) B I A Bridal Industry Association の略称で、平成7年11月1日に通商産業省（現経済産業省）商務情報制作局サービス産業課の所管として大臣許可を受け設立された、ブライダル業界では全国唯一の社団法人。

引用・参考文献

1) 株式会社リクルートブライダルディビジョン関西ブライダル部：ゼクシィ結婚トレンド調査2005、

(2005. 12)

- 2) (B I A) 社団法人日本ブライダル事業振興協会：若者の思考変化とブライダル産業のあり方に関する調査研究、(2005. 2)

キーワード：ブライダル 分析

Keywords：Bridal, Analysis

結婚式に関するアンケート調査ご協力をお願い

ご回答をいただいた内容はすべて統計的に処理し、他の目的に使用したり貴殿にご迷惑をおかけすることはございません。ご協力よろしくお願いします。

平成18年11月

岸本 敏弘
島崎千江子

【あなたのプロフィールをご記入下さい】

性別： 1. 男性 2. 女性	所属
----------------------	----

【結婚式についてお伺いします】

問1 あなたはこれまでに、家族・親戚・友人等の結婚式に参加したことがありますか。

1. ある	2. ない
-------	-------

問2 あなたは結婚式はしたいと思いますか。(1つに○)

1. したい	2. したくない
--------	----------

問3 結婚される時は、どのような挙式スタイルにしたいと思いますか。(1つに○)

1. 神前式	2. キリスト教式	3. 仏式
4. その他(具体的に：)		

問4 どのようなところで結婚式をしたいと思いますか。(1つに○)

1. ホテル	2. 専門式場	3. 公共施設	4. 互助会式場	6. 神社・仏閣
7. 教会	8. ゲストハウス	9. レストラン	10. 料亭	11. フリースペース
12. 船上 13. 海外 14. その他(具体的に：)				

SQ1 その会場で結婚式をしたいと思う理由はどのようなことですか。(複数回答可)

1. 交通の便の良さ	2. 雰囲気の良さ	3. 格式がある	4. 知名度が高い
5. あこがれの場所	6. 価格が安い	7. 料理がおいしい	
8. 自分たちらしい演出等ができる	9. 接客態度の良さ		
10. 宿泊施設がある 11. その他(具体的に：)			

問5 どのような結婚式にしたいですか。(1つに○)

1. 伝統・格式を重んじた厳かな結婚式	2. 自分たちらしい結婚式
3. 盛大で楽しい結婚式	
4. その他(具体的に：)	

【披露宴についてお伺いします】

問6 あなたは披露宴をしたいと思いますか。(1つに○)

1. したい	2. したくない
--------	----------

問7 あなたはどのような披露宴にしたいと思っていますか。(1つに○)

1. アットホームな雰囲気の披露宴	2. 自分たちの手作りの披露宴
3. 列席者を楽しませるような披露宴	4. 列席者とコミュニケーション・交流ができる披露宴
5. その他(具体的に：)	

問8 あなたは披露宴で特にこだわりたいと思うことは何ですか。(1つに○)

1. 料理・飲物	2. 衣装	3. 演出	4. 装花	5. 会場の飾り付け
6. 写真・ビデオ	7. メイク・ヘアメイク	8. 美容・エステ		
9. 引出物	10. その他(具体的に:)			

問9 希望する披露宴会場はどのようなところですか。(1つに○)

1. ホテル	2. 専門式場	3. 公共施設	4. 互助会式場	6. 神社・仏閣
7. 教会	8. ゲストハウス	9. レストラン	10. 料亭	11. フリースペース
12. 船上	13. 海外	14. その他(具体的に:)		

SQ1 その会場で披露宴をしたいと思う理由はどのようなことですか。(複数回答可)

1. 交通の便の良さ	2. 雰囲気の良い	3. 格式がある	4. 知名度が高い
5. あこがれの場所	6. 価格が安い	7. 料理がおいしい	
8. 自分たちらしい演出等ができる	9. 接客態度の良さ		
10. 宿泊施設がある	11. その他(具体的に:)		

問10 披露宴に招待したいお客様ではどんな人ですか。(複数回答可)

また、特に重視しているお客様は誰ですか。該当する番号を1つ下記の欄にご記入下さい。(あなたのご結婚される時のあなたの状況(例えば就職しているなど)を想定してお考え下さい)

1. 親戚	2. 学生時代の友人・知人	3. 幼なじみ	4. 恩師
5. 職場の上司	6. 職場の同僚	7. その他(具体的に:)	

問11 披露宴の料理についてお答え下さい。

(1) どのようなスタイルで行いたいですか。(1つに○)

1. 着席スタイル	2. 立食(ビュッフェ)スタイル
3. 着席と立食のミックススタイル	4. その他(具体的に:)

(2) どのような料理を出したいですか。(1つに○)

1. 日本料理	2. フランス料理	3. イタリア料理	4. 中華料理
5. 各国料理のミックス	6. 創作料理	7. 軽食	8. その他(具体的に:)

問12 挙式・披露宴で着たい衣裳と、着てみたい具体的な衣裳をお答え下さい。

	①着たい衣裳は何ですか。	②どのような衣裳を着てみたいですか。
挙式	1. 和装 2. 洋装	
披露宴	1. お色直ししたい → { 1. 和装 (着) 2. 洋装 (着) 2. お色直しはしない	

問13 挙式・披露宴をあげる際、どのような人の意見を尊重しますか。(1つに○)

1. 会場の担当者	2. ブライダルコーディネーター	3. プロデュース会社
4. 親	5. 友人・知人	6. その他(具体的に:)