



THE WEDDING JOURNAL ウェディングジャーナル

発行:株式会社リフレクション 発行人:北折賢史
〒105-0012 東京都港区芝大門1-4-4-6F TEL.03-5425-1727
Email:info@weddingjournal.jp http://weddingjournal.jp
年間購読料 36,000円(税込39,600円)

2025
9.10
9.25
毎月2回(10日、25日発行)
No.200

「令和型ウェディングパーティ」という新フォーマット

主要4媒体、市場回復へ11月から共同プロモ

結婚式(披露宴)実施率のさらなる低下が指摘される現在の状況を打開するべく、複数の有力メディアが手を組み、ナシ婚を選択しようとする層に向けた新たな結婚式スタイルを提唱する取り組みが水面下で始動している。ナシ婚層が結婚式から離反する要因を正面から受け止め、彼らが違和感を抱く要素を払拭した新しい結婚式のフォーマット

を「令和型ウェディングパーティ」と名づけ、今年11月から各メディア挙げて大規模なプロモーションを展開していく。

従来型の披露宴を否定するのではなく、オルタナティブな選択肢を提示することでナシ婚層の受け皿としての認知を広めるとともに、「結婚式」自体の見え方をリブランディングすることを目指すチャレンジが動き出した。

各メディアがアイコンで「令和型対応会場」を明示

「令和型ウェディングパーティ」のプロジェクトを推進しているのは、「みんなのウェディング」「ハナユメ」「ウェディングニュース」「トキハナ」の4つのウェディングメディア。

きっかけはBIA(日本ブライダル文化振興協会)の呼びかけで集まった主要ウェディングメディアの懇談会だった。BIAでは「数社が集まることで1社ではできないことがやれるパワーが生まれたら」という意図で様々な場づくりを行っている。その一環として今年春先からウェディングメディアが集まった中で議論がスタートし、結婚式離れの食い止めと、そのための業界横断型アクションの必要性について問題意識を共有する4つの媒体が有志として半年近く協議を続け、結婚式の新たなフォーマットを具現化した。

9月に入り、水面下ではそれぞれの

媒体が取引先会場へ新フォーマットの趣旨説明と賛同の呼びかけをスタートしている。世の中へのリリースは11月上旬の予定。その際、令和型ウェディングパーティの趣旨に賛同し、新フォーマットに則った施行体制を整えた会場については、各メディア上でアイコンを付けて「令和型ウェディングパーティ対応会場」であることを明示していく。

自由度の高い施行が普通に行われている事は世間は知らない

別表にあるのが、4メディアが定義した従来型の結婚式との違いだ。厳格にこれではなければならないわけではなく、あくまで一例とのこと。この比較表を含むチラシも制作し、賛同

会場に設置する。

チラシのメインキャッチに置かれたのは「披露しない」という、新しい選択肢。」という言葉だ。「ふたりを披露する」定番の披露宴スタイルではなく、「ゲストとの時間を大切にしたい」「自分たちらしく自然体で過ごしたい」「演出よりも人とのつながりを感じたい」といったニーズが強いカップルに向けて新たな選択肢を提示している。

もっとも、内容を見ての通り、昨今の結婚式の実態からすれば決して目新しいものではない。ここにある全てではなく、各要素を取り入れた結婚式はほとんどの会場ですすでに行われているはずだ。コロナ以降は特にその傾向は強まっている。

4面からのインタビューでも語られている通り、今回のプロジェクトの狙いは、すでに行われているこうした“披露を軸に置かない”スタイルに「令和型ウェディングパーティ」という名前を

ウェディングメディア4媒体が定義した「結婚披露宴」と「令和型ウェディングパーティ」の違い

結婚披露宴		令和型ウェディングパーティ
披露宴	呼び名	パーティ
主役としてお披露目する	ふたりの立場	主催者としてゲストと同じ目線で楽しむ
実施が前提	演出や余興	任意で自由に選択可能
実施が多い	花嫁の手紙	任意で自由に選択可能
上司中心	主賓挨拶・乾杯発声	友人・なしなど自由
進行中心・鑑賞型	ゲストとの距離感	会話・交流中心・参加型
フォーマルが基本	ドレスコード	スマートカジュアルも歓迎
ご祝儀制	参加費	ご祝儀・会費・オンライン決済など
演出・音響で華やかに	入場	シンプル・タイミング自由もOK
新郎新婦	呼び方	名前・おふたりなど自由
新郎(家)優位が基本	ジェンダーロール	平等なスタンス

付けて、中身を定義し、メディアを通して発信することで、このパーティスタイル自体をメジャーなものにすることに。それはすなわち、「結婚式」というものに対する世の中からの見え方を上書きするためのものだ。

「女子会」や「婚活」などネーミングされることで認知が広く浸透し、潜在需要が喚起される現象は数多い。ネーミングにはそうした狙いもある。

業界の中にいるとニーズの多様化に対応した昨今の結婚式のバリエーションの広がりにはもはや既成事実として認識しているが、世間的には「披露」を前提とした型どおりの進行や演出、厳格なドレスコードなど、ステレオタイプな結婚式のイメージはまだまだ根強い。「令和型ウェディングパーティ」というネーミングとそのフォーマット例をメディアがこぞって発信することで、「披露しないスタイル」を主流ではなく、もう一つのメジャーな選択肢として確立し、いまの結婚式のあり方にネガティブな層にも振り向いてもらおうというのがこのプロジェクトの主眼だ。

参列経験をきっかけに挙式実施意欲が減退する

ライバル関係にある有力なウェディングメディアが企業の枠を超えて手を携え、一つのプロジェクトを推進するというのは業界でもおそろしく初のこと

「令和型ウェディングパーティ」プロジェクト参画の4媒体

- ウェディングニュース
- ハナユメ
- みんなのウェディング
- トキハナ

2面に続く

Topics

「LUMINOUS Odaiba」のスタジオセットをリニューアル

明るい庭園をイメージした「Floral Court」とシックな洋室に光が差し込む「Grace Blue」の2つのシーンを新設

タメニー

ウェディングフォトスタジオ「studio LUMINOUS(スタジオルミナス)」(運営会社:タメニー)では、「LUMINOUS Odaiba」のスタジオセットをリニューアルした。

リニューアルを記念し、9月6日から10月26日までリニューアルフェアも実施している。

「LUMINOUS Odaiba」は3年連続でリニューアル実施、今年は3つのシーンを新設・改装。近年、フォトウェディングは結婚を彩る重要なイベントとして一般化が進んでいる。挙式披露宴を実施するカップルの間でも、披露宴とは異なる衣裳や環境で撮影を希望するニ

ズが高まりを見せている。

こうした多様化するお客様のご要望にお応えするため、「studio LUMINOUS」では、2024年8月から2025年1月にかけて直営6拠点において、スタジオセット、スタジオプラン、ビジュアル(仕上りのイメージ・ライティングなど)の大幅リニューアルを実施した。

特に「LUMINOUS Odaiba」では、2023年7月に3つのスタジオセットを新設し、2024年8月にはライティングを大きく進化させ夕暮れや月明りを再現するシーンのリニューアルを実施するなど、時代とともに変化し続けるお客様のニーズに合わせ、常に美しい瞬間を残すための空間づくりに取り組んでき

た。

そして、明るい庭園をイメージした「Floral Court(フローラルコート)」とシックな洋室に光が差し込む「Grace Blue(グレースブルー)」の2つのシーンを新設し、さらに和装撮影で人気の「Sakura(サクラ)」のシーンを改装するリニューアルを実施した。

新設した2つのシーンでは「studio LUMINOUS」が得意とするライティングにこだわり、人気のシーンである「Flower Gate(フラワーゲート)」や「Sunny Room(サニールーム)」などと同じく、屋内にありながら、太陽の光や、木漏れ日のあたたかさを感じる美しい写真を残すことができる。



今後も「studio LUMINOUS」では、数多くのフォトスタジオの中でも確かな品質を実感していただけるよう、継続的にスタジオのアップデートを実施し、

ふたりの記憶に残る撮影体験と、何度も見返したくなる特別なウェディングフォトを提供していく。

『AOKIレンタルサービス(A・R・S)』黒留袖を全店舗に拡大

結婚式の両親の装いが全てAOKIで揃う

AOKI

AOKI(神奈川県横浜市)では、モーニングコートやタキシード・パーティー向けタキシード調スーツをレンタルできる『AOKIレンタルサービス(A・R・S)』を2023年6月よりAOKI全店にて展開している。秋の結婚シーズンに向け、200店舗限定で行っていた「黒留袖」をAOKI全店舗での展開に拡大した。

AOKIでは、モーニングコ

トやタキシードといった結婚式や式典での礼装を気軽にレンタルできる『AOKIレンタルサービス(A・R・S)』を2021年12月よりサービスを開始し、2023年6月からはAOKI全店にて展開している。また、モーニングコートをレンタルされるお客様から「黒留袖も一緒にレンタルをしたい」というお声を多数いただいたことから、2024年1月より黒留袖のレン

タルを開始した。

今回、従来の200店舗からAOKI全店舗での展開に拡大し、これから結婚式が増える季節に向けて、今まで以上に利用しやすい環境を整えた。レンタルセットは、黒留袖・袋帯のセットに加え、着付けに必要な長襦袢・肌襦袢(ワンピース)・足袋・補正用タオル等、計18点をセットで届ける。草履やバッグ、扇子も付属しており、留袖おまとめセットをご利用いただくことで、簡単に結婚式の装いになる。



デザインは、控えめで品格を感じる「ベーシックデザイン」と上品で豪華さを感じる「ラグジュアリーデザイン」からなる計54柄をご用意。カタログにて幅広いデザインからお気に入りの1着をお選びいただくこと

ができる。AOKIでは今後も、変化する時代に合わせた新しいサービスである『AOKIレンタルサービス(A・R・S)』の提案を強化するとともに、サービスの拡充・向上も図っていく。

「ユニバーサルウェディング協会」設立 誰もが参加できる結婚式へ

業界全体に求められる意識改革 プランナー教育と会場の新しい標準にも

ユニバーサルウェディング協会

結婚式は、人生における最も大切な節目のひとつである。だが現状では、障害や体調、加齢といった要素によって、その門が閉ざされてしまう人々が少なくない。こうした現実を前に「誰一人取り残さない結婚式」を目指し、2024年11月に設立されたのが「一般社団法人ユニバーサルウェディング協会」だ。同協会は衣装から式場環境、プランナー教育まで幅広く取り組みを始めており、今まさに業界に新しい価値観を提示している。

協会の誕生には、ある花嫁からの相談が大きく影響している。彼女は車椅子を利用していたが、どの式場のドレスも身体に合わず、結婚式を諦めざるを得ない状況に追い込まれていた。そこで、障がい者向けのドレスを制作していた縫製者に相談し、特注で一着を仕立ててもらった。泣きながらドレスに袖を通す新婦の

姿は、周囲の人々の心を動かし、「同じ思いをする人を減らしたい」という強い願いへとつながっていった。代表理事 宮坂正志氏

この事例は氷山の一角で、こうした障壁は全国に存在する。協会は「ドレスの不一致」という表層的な課題から出発し、やがて「美容」「移動」「介助」といった日常生活全般に関わる問題へと視野を広げていった。

また、全国の式場と連携を進める中で、協会は会場側の反応に大きな差があることを実感している。

「件数が少ないことから個別対応できない」という消極的な姿勢

「要望があれば応じる」という受け身の姿勢
「社員教育を通じて積極的に学



びたい」という前向きな姿勢
この三者に分かれる傾向が見えてきた。

協会の活動は「特別な人への特別対応」ではなく、「誰にとっても安心な結婚式」を実現する取り組みだ。アレルギー対応の食事が一般のゲストにも安心を与えるように、バリアフリーの工夫は高齢ゲストにとっても快適さを提供する。ユニバーサルデザインは結果的にすべての顧客に利益をもたらすのだ。

協会の理念は、既に他分野の取り組みと共鳴している。たとえばLGBTQフレンドリーな式場の取り組みが数年前から注目され、専用ドレスやガイドラインが整備されてきたように、障がい者対応も新たな標準になり得る。

また、あるレストランのオーナーは、自身の孫がパラリンピック選手であった経験から「健常者と同じように祝いた

い」という思いを強め、協会の活動に賛同した。さらに、就職転職支援、在宅美容サービスや福祉車両販売会社との提携など、結婚式に限らない生活支援まで広がりを見せている点も特徴的だ。

これらの動きは、結婚式を「一日のイベント」から「人生のライフプランニング」へと昇華させる契機にもなっている。婚活や日常生活のサポートと結婚式が有機的につながる時代が、確実に近づいている。

「対応できる会場の数が少ないからこそ、まずは業界に知ってもらうことが重要」と同協会代表理事の宮坂正志氏は語る。

結婚式は本来、すべての人が祝福を分かち合う場である。だが、現場にはまだ多くの障壁が存在する。一般社団法人ユニバーサルウェディング協会の活動は、その一つひとつを具体的に解きほぐし、誰もが参加できる未来を描こうとする挑戦だ。

障がいのある新郎新婦やゲストへの対応は、業界全体のホスピタリティを高める契機であり、結果的にすべての顧客に利益をもたらす。業界がこの動きをどう受け止め、行動に移すか。その姿勢こそが、これからのプライダル業界の価値を決定づけることになるだろう。



一般社団法人ユニバーサルウェディング協会が設立されました