

FB14

挑む

日本では年間67万組が結婚するが、このうち約半数が結婚式を挙げていないとみられている。結婚式場の口コミサイトを運営する「みんなのウェディング」が今後力を入れるのは、こうした「ナシ婚」向けのサービスを展開することで、ブライダル市場の活性化に結びつけること。飯尾慶介社長は「潜在需要は大きい。ユニークなコンテンツを提供していけば掘り起こすことができるはず」と語る。

結婚式市場が活性化すれば、どういった形で景気の波及効果が生まれるのか

「挙式件数が増えると、祝儀をはじめとして大きなお金が動くようになる。挙式で収支がプラスだったら、そのお金は家具や家電の購入などに充てられ、消費の促進につながる。ウェディングが果たす役割は大きい」



「全体の半分に対応する副が式を挙げない理由は「いわゆる『できちゃった婚』を指す『授かり婚』と、既存のセレモニーに価値を見いだせない、金銭面というのが上位3つを占める。このうち経済的理由は所得の二極化と大いにかかわっている。披露宴に要する金額は平均350万円、収入が低いカップルにとっては厳しい

いいお・けいすけ 大学卒業後、トーハン入社。2006年ディー・エヌ・エー。10年10月みんなのウェディング社長。38歳。千葉県出身。

水準となるからだ。昔は親世代に貯金があったため、いざとなれば負担してくれていたが、親自体の懐具合が厳しくなったため、経済的に諦める人も少なくない。こうした層に向けてプランを作成、提案するのが私たちのビジネスモデルだ」

——具体的には

「経済的理由を挙げるカップルに対しては、お互いの両親だ

「ナシ婚」向け提案 市場活性化目指す

みんなのウェディング 飯尾 慶介社長

「授かり婚対策は「授かり婚は全体の25%以上を占めている。このうち7割以上は、子供と一緒にファミリーウェディングに興味がある。潜在的な可能性は大きい。このためベネッセコーポレーションと提携しサイトを立ち上げて訴求している。安定期を迎えた方々の掘り起こしも重要だ。イオングループの結婚相談所であるツ

ヴァイとの提携では、専門のアドバイザーが式場の紹介などを行う無料相談カウンターを運営。2020年までに100カ所を開設する方針だ」

——セレモニーが苦手なカップル向けの対策は

「映画館を借り切るなどオーダーメイド型の提案を強化。美術館など2人で出会った場所ですら挙げたいといった要請があれば交渉も行う。単価は高いが意欲に伸びている。『ワンパターンだったらいいや』と断念していた層を積極的に取り込みたい」（伊藤俊祐）

■会社概要

▷本社＝東京都中央区銀座3
—15-10 菱井銀座イース
トミラービル5階

▷設立＝2010年10月
▷資本金＝14億3400万円
▷事業内容＝結婚式場の口コミ
サイト運営