

# 全国に広がるエリアウエディング

## 第一回エリアウエディングサミット

### ウエディングによる地域活性化

ウエディングで地域の活性化を図る活動が全国に広がっている。結婚式場やホテルなどウエディング関連企業や地元企業が連携し団体を発足。合同フェアを開催したり、ホームページを開設するなどエリアとウエディングの魅力発信に努めている。

### 第一回エリアウエディングサミット

2013年8月5日、新横浜グレイスホテル（横浜市港北区）で「第一回エリアウエディングサミット」が開催された。東京・青山、軽井沢、大阪、神戸など準備団体を含め、全国から9つのウエディング団体が集結。エリアウエディングの活動に関心のある業界関係者の見学も多くみられた。サミットでは「神戸ウエディング会議」「箱根・小田原ブライダル協議会」の活動事例の報告の他、各団体の活動内容や成果、それぞれが抱える課題や問題点を共有する意見交換が行われた。



▲第一回エリアウエディングサミット

### 前年に開催された

#### キックオフ！エリアウエディングサミット2012

2012年8月、横浜新都市ビル（横浜市西区）で、本サミットの前段階として「キックオフ！エリアウエディングサミット」が開催され、準備団体を含め8つのウエディング団体が参加した。各団体が活動内容を報告し、情報を交換する中、おおむね共通の課題を抱えていることが浮き彫りになった。

サミットを企画したタクティブレイン（横浜市中区）中村卓代表取締役は「キックオフに参加した団体の皆さんから今後もサミットを継続したいという声をいただいた。各団体が交流をし、情報交換を行うことで課題解決に向けて協力し合う事ができる場になりたい。」と第一回の開催実施に向け、各団体に呼びかけを行った。



▲第一回エリアウエディングサミット



▲キックオフ！エリアウエディングサミット2012年8月21日

## ウエディングは「愛」と「感謝」が溢れるイベント ～神戸ウエディング会議～

### 地元企業とウエディング企業がタッグを組んだ活動

神戸ウエディング会議（事務局：神戸市中央区）は、2003年から準備を始め、2005年8月17日にキックオフセミナー「神戸ウエディングフォーラム」を開催し活動をスタートした。セミナーには業界関係者や地元企業から330名が参加し、そのうち54社が会員となった。現在は84社、4団体が神戸ウエディング会議の会員となっている。神戸ウエディングの活動の特徴として、ウエディング業界の企業だけでなく、地元の企業が活動に参加。行政からの協力支援もある。

### ウエディングは様々な方業種が関わる産業

「産業振興として、1組のカップルが披露宴を挙げる事で仕事が増え、地域の活性化につながる。観光としても、列席者が来ることでビジットチャンスとなる。神戸は女子大が多く、在学4年間の中に、学生達に

「結婚をするなら神戸」と、おしゃれな街神戸での結婚式を意識付けたい。ウエディングは愛と感謝が溢れるイベント。結婚することによって『ありがとう』と心から感謝することができる。その経験を基に、その後の人生を歩んでゆけるとても素晴らしい

『Ceremony』神戸は『愛と感謝の溢れる街』です。」と谷口享子事務局長。

#### — 神戸ウエディングの主な活動 —

- ① 神戸観光スポットでオリジナル結婚式プロデュース
- ② 神戸ウエディングの魅力を広めるPR事業
- ③ タイアップ・サポート・コラボレーション事業
- ④ 神戸プロポーズの日・にぎわい助成金事業
- ⑤ 会員交流・会員支援

#### 神戸ウエディング会議質疑応答

##### — 会員に大学や生命保険などウエディングに関連しない企業もあるのはなぜか。

ウエディングという切り口で「神戸の街を元気にしたい」と活動主旨に賛同し参画してくれている。

##### — 企画や立案は誰が行って実施されているのか

毎月1回の合同ミーティングで企画が考えられる。以前ミーティングは部会で分かれていたが今は合同で行っている。合同で広報・会員拡大活動を行っている。メンバーはプライダルに関係のない方が多い。

##### — 神戸ウエディングクイーンの募集・活用について（募集方法、仕事の選び方等）

一般公募で募集。募集方法は新聞掲載や、女子大前でチラシ配り。FBなどでも拡散している。

審査は、書類選考、面接を行い、6名～8名のファイナリストはWEB投票も行う。2013年は1万アクセスあった。クイーンの仕事は事務局が選んでいる。打ち合わせも事務局が行い、台本も事務局が作成している。

台本の練習、立ち居振る舞い、ブログの書き方なども事務局が教え、心のメンテナンスも行っている。



▲神戸ウエディングのキャラクター「神戸コング」

### 神戸プロポーズの日

毎月第一日曜日を神戸プロポーズの日とし、19:59～20:00の約1分間、神戸ハーバーランドモザイク海の広場・高浜岸壁イルミネーションで二人を祝福。イベントは恋人同士だけではなく、ご家族やご友人も含めた「愛」「絆」がテーマとなっている。

### 神戸ウエディングクイーン

ウエディングの街・神戸をPRする親善大使として、神戸の魅力やウエディングの素晴らしさを全国に発信。表敬訪問やイベント出演などを行い、神戸ウエディングのPR活動を行っている。



神戸ウエディング会議  
谷口享子事務局長



神戸ウエディング会議  
質疑応答

箱根・小田原ブライダル協議会（事務局：小田原市城内）は、箱根・小田原地区の歴史ある文化を加味した、新しい価値観のリゾートウェディングのかたちを提案すること、そして、「ふたりが将来を誓った思い出のエリア」として、結婚後も夫婦で、そして家族で再訪してもらい、地域の観光産業に貢献する事を目的として2005年に9社で発足。現在、加盟企業は施設10社となっている。

マーケットとして、県央、湘南は下がってきている実情の中、箱根はまだ微増してきている状況にあるという。結婚式の実施組数は協議会の存続を図る意味での効果測定にもなる為、ひとつの物差しとして設立当時から各施設が申告し共有を行っている。

## 地元のクオリティと情熱を知ってほしい。

「設立当初、『箱根で結婚式をするのか?』と失笑される事も多かった。生まれ育った箱根は歴史やクオリティなど情熱を持って事業をしている方が多い。いかにそれを知ってもらうか。地道にやっていたらじわじわ効果がでてくる。8年経って会員企業もその認識がある。」と草山明久副会長（事務局長兼任）

## 結婚式を思い出の地に

「時代の変遷と共に本当の『土地の顧客』がなくなっている。結婚式を思い出の地にしてもらい、将来家族旅行で戻ってきてもらえるよう繋げたい。」という。



箱根・小田原ブライダル協議会 草山明久副会長（事務局長兼任）



▲箱根・小田原ブライダル協議会公式サイト  
平成24年から協議会の公式サイトにバナー広告枠を設けている。

## 平成25年度

### 箱根・小田原ブライダル協議会5つの柱

- ①箱根・小田原の魅力进行宣传
- ②ブライダルにおける既存商圏外からの需要喚起
- ③ブライダルにおける既存商圏での需要喚起
- ④少子高齢化時代における結婚の意義の伝承
- ⑤加盟店舗スタッフの資質向上・交流

## 箱根・小田原ブライダル協議会質疑応答

### 一 情報共有化の為の仕組みは？

グループメールを使用。発足当時からいるメンバーは2名。施設担当者はおおよそ2年位で変わる。時には振り出しに戻る時もある。共有は少なすぎても多くても良くない。定例会は出席を義務付けている。繁忙期などもあるので12回のうち半分は全社が出席する。加盟団体数は少ないので月1の定例会で共有はできている。

### 一 年会費について

年会費を払う価値として、「広告宣伝費」だけではなく「情報共有」ができる事が大きい。クレームが起きた時にどのように処理をしたか?などの相談もできる。単純に件数に跳ね返ってこなくても、この会に入っていないと共有できないものがある。そこが継続している理由でもあるかもしれない。また、中長期的活動の物差しのために「数字の共有」は必要だと思っている。



◆ 軽井沢ウエディング協会

『町おこし』『会場の組数増加』『軽井沢に来ていただく』ことを目的に活動。観光地であるためイベントは冬に実施。公開挙式は「旧三笠ホテル」や街の公園で行い、一般公募でカップルを募集。合同ウエディングフェアは14施設を全て巡るバスツアーを行っている。



◆ 川越ウエディングフェア実行委員会

川越は東京・さいたま市への流出が多く、川越でお客様を食い止めたいと2010年に7社が集結し合同フェア開催。以降、年2回の合同ウエディングフェアを開催。2013年は施設・関連企業を含め20社が参画している。



◆ 青山ウエディングタウンフォーラム

『愛の街 青山』をコンセプトに各イベントを開催。「カップルマラソン」や「青山祭り」の他、大人婚、婚活パーティーも開催。会員誌を年一回発行している。



◆ 伊豆リゾートウエディング協議会

2012年10月に4施設で発足。事務局は広告制作会社。ウエディングを通じて伊豆に来てもらい地域に活気を戻し、地域の名産品を引出物にするなど、地元の観光施設とも協力しウエディングをサポートしたいという目的で活動している。



◆ 千葉プロフェッショナルウエディングサポーターズ（準備団体）

フリーランスが仕事しやすい環境をつくるために準備中。千葉は流出が多く、ゲストハウスの進出もあり今後も会場が増える見込みにある。既存の会場と協力しながら「ナシ婚」層を取り込みたいという目的で活動準備をしている。



◆ 南港ウエディング会議

2012年12月、3施設でスタート。大阪は再開発され人が北に向かっていく傾向にあり、南エリア、南港に人が動かなくなるのではないかと発足。他エリアの活動を参考に活動を開始している。



◆ 川崎ウエディング

川崎はウエディング会場が少なく、東京か横浜に流出が多くみられる。川崎市民に川崎で結婚式をしてほしいという想いから発足。川崎エリアでしかできないウエディングで地域活性を行い、市民の為に新しいウエディングの提案をしたいと活動している。

## カップル、未来の子供たちのために「良い結婚式をつくる」

サミットを企画したタクティブレイン中村卓代表取締役は、今後のサミット継続への意欲に加え、エリアウエディングの可能性について総括し、エリアウエディングの活動成功ポイントなどを挙げた。



サミットを企画した  
タクティブレイン中村卓代表取締役

### これからの業界に必要な取り組み

「サミットの意義を改めて感じた会だった。ウエディング業界のマーケットはこれかもっと縮小する。現在の婚姻組数は66万組。2030年には20%は減少すると思う。各エリアの婚礼組数も20%減少する。切り抜けていくには婚礼マーケットを増やすしかない。それには今のままの集客や取り組みでは足りない。打破できるのは唯一エリアでの取り組みだと思う。」

### 結婚式は地元根付いていなければ

「個社で大金を払って集客しているだけでなく、エリアでの魅力を伝える。地元の子供たちが大きくなったらそのエリアで結婚式をしたいと思ってもらえるような土台をつくる。やはり、結婚式は地元根付いていなければならないと思う。そのうえで、リゾートウエディングなりが成り立っている。」

### エリアウエディング活動成功の5つのポイント

- ① しっかりした組織づくり。
- ② 目の前の成果（成績）だけを追わない。
- ③ エリアでしかできない集客をもっと徹底的に考える。
- ④ エリアで特化するのであれば、他産業とコラボすることが必要。
- ⑤ カップル、未来の子供たちのために良い結婚式をつくっていく活動。



▲各団体の意見交換

人口減、若者の結婚式離れなどウエディング業界を取り巻く環境はきわめて厳しく、各地域内においても結婚式の獲得合戦は激化している。

エリアウエディングの活動を行うことにより、横の連携を行い、情報共有を含め、個社ではできない取り組みもあるのではないかと思います。地元根付き、適正な価格で真面目にビジネスをしている会社が地域にあることを知ってもらうきっかけにもなるのではないだろうか。

今後は事務局を持ち回りしながら、各地でエリアウエディングサミットが開催される予定。

### エリアウエディングサミット

[エリアウエディングサミット参加団体]

青山ウエディングタウンフォーラム/伊豆リゾートウエディング協議会/軽井沢ウエディング協会/  
川越ウエディングフェア実行委員会/川崎ウエディング/神戸ウエディング会議/  
千葉プロフェッショナルウエディングサポーターズ協会（活動準備団体）/南港ウエディング会議/  
箱根・小田原ブライダル協議会（五十音順）

[エリアサミット連合会事務局]

株式会社タクティブレイン/婚礼ジャーナリスト堂上昌幸

[問い合わせ先]

株式会社タクティブレイン内ウエディングエージェンシー TEL045-680-5553