

結婚式場業

結婚式場の売上げ、取扱件数は、少子化や挙式・披露宴の形式等の変化により減少している。また、参加人数や一件当たりの挙式・披露宴費用も減少を続けてきたが、費用に関しては、ここ数年はほぼ横ばいで推移している。最近では、ハウスウエディングなど新しい形式での挙式・披露宴が増え、これらを提供する企業の新規参入も増加している。

今後も、少子化の影響で大幅な需要の増加が見込めないため、限られた需要を奪い合うことになり、業界では、結婚式の獲得競争が一層厳しくなるとみている。

業界の概要

結婚式場業は、挙式場と披露宴会場を併せ持つ施設を指し、挙式のみ、披露宴のみを行う形態は含まない。事業形態としては、結婚式場（主業）、ホテル・旅館、共済・基金等の施設、地方公共団体からの管理運営委託施設などに分類される。このうち、結婚式場（主業）、ホテル・旅館の占める割合が高く、事業所数で8割弱、売上高では9割弱を占める（経済産業省『平成14年特定サービス産業実態調査報告書 結婚式場業編』）。

挙式場別では神殿（統計表の表現に基づく）、チャペル、人前式などに分けられる。平成8(1996)年では、神殿が全体の66%を占めていたが、14(2002)年ではチャペルが56%と挙式の半数以上を占め、主流となっている。人前式は全体に占める割合は少ないが、年々増加傾向にあり、14(2002)年では9.8%を占めている。

近年は、レストランウエディング、ハウスウエディング（結婚式場やホテルではなく、一軒家に近い間取りの会場で、自宅にゲストを招くようなアットホームな雰囲気で行うウエディングスタイル）といった、新しい形式が登場している。

大阪の地位・特徴

平成14年(2002)年における大阪の結婚式場業は、事業所数106、従業者数5,437人、年間売上高623億円、取扱件数29,474件である（経済産業省『平成14年特定サービス産業実態調査報告書 結婚式場業編』）。全国シェアは、それぞれ3.7%、5.2%、6.2%、7.6%である。大阪の全国に占める地位は、年間売上高で3位、事業所数は5位である。

大阪の特徴として、一件当たりの売上高が211万円で、全国平均の258万円を下回っており、全国的にも下位にあり、大阪も含めて近畿は全国と比較して低くなっている。また、都市の特徴でもあるが、披露宴の参加人数規模が全国と比較して、小人数の構成比が高くなっていることが特徴的である。

取扱件数、売上げは減少、収益は厳しい

挙式・披露宴件数は減少が続いている。これは、少子化による結婚人口の減少や、挙式・披露宴の形式が変化し、披露宴を行わないケースや、海外挙式など様々な形式の増加などによるものである。このような状況は今後も続くとみられ、取扱件数の大幅な増加は期待できない厳しい状況にある。しかし、前年度を20%以上上回った施設がある一方で、30%以上減少した施設もあるなど、取扱件数は各施設で大きく異なっている。挙式・披露宴の売上高も取扱件数に比例して増加している施設と減少している施設があり、前年度を30%以上上回る施設がある一方、半数近くまで落ち込んだ施設もある。このように、同じ事業形態でも企業により状況は異なっており、格差が広がっている。このような格差は、挙式・披露宴に対する要望の多様化に応え、個性ある魅力的なウエディングプランやウエディン

グアイテムを提供し、他施設との差異化を図れたか否かなどが要因となって生じており、今後も広がっていくと予想される。

一件あたりの挙式・披露宴費用は減少が続いていたが、現在は下げ止まっている。これは、披露宴の参加人数の減少による挙式・披露宴費用の縮小を補うため、料理、花、貸衣装、美容・着付、写真などのウエディングアイテムに様々なオプションプランを設定し、利用を促進した結果、これらにかかる費用が増加したためである。

収益についても、企業や施設による格差が生じているが、挙式・披露宴件数が減少している状況では、売上げと同様に全体として厳しい状況である。

設備投資、雇用は低調

新しい施設や設備は人気が高く、需要も多い。そのため、既存施設においても、多様化する要望に応えるための施設の充実は不可欠である。しかし、売上げ、収益等が厳しい環境の下、新たな設備投資は控えられ、最低限必要な補修、改装にとどまっている施設がほとんどである。

雇用は、業務が週末に集中することから、女性のパート・アルバイトや臨時雇用者の割合が高い。全体として、従業者数は縮小傾向にあるが、人員削減によるサービスの低下は、売上げに影響するため、大幅な人員削減は行われていない。

新しい挙式・披露宴スタイル

ハウスウエディングをはじめ、挙式のみ、挙式と写真のみ、挙式と家族との食事会など、従来の形式にはこだわらない様々な新しい挙式・披露宴スタイルが増加している。これは結婚式に対する考え方の変化から、従来の習慣・風習に縛られなくなったことや、家中心から自分中心、友人中心へと変化してきたことが影響している。それに伴い異業種からの参入が続いており、写真業や貸衣装業の企業が専門性を活かして参入するケースもある。今後もこの傾向は続くとみられ、挙式・披露宴スタイルの多様化が進み、既存施設には厳しい環境になるとみられる。

多様化する要望

挙式予定者は、自分たちの価値観にあった、自分らしさを表現できる個性的な結婚式を求めており、挙式・披露宴に対する要望は多様化している。そのため、オリジナルウエディング（従来の儀式的な形式ではなく、独創性のある結婚式のスタイルや演出）などの新しいスタイルが人気を集めている。また、金額が高くても、自分たちが満足でき、価値があると判断すれば利用し、自分たちが求めるもののためには費用を惜しまない傾向がある。それらの要望に応えるため、各施設とも新しい独自の演出を考案し、付加価値のあるウエディングアイテムの提供に努めている。あるホテルでは、1冊数十万円するアルバムを作成するプランがあり、ロイヤルスイートルームでの写真撮影を行うなど、挙式を行った人の半数近くが利用している。また、生花のブーケや高額な小物類などこだわりのあるオプションプランも提供している。このように、付加価値の高いウエディングアイテムや他にはない魅力あるウエディングアイテムを提供することにより、取扱件数の確保や挙式・披露宴費用のアップを図っている。

重要視される接客

結婚式場を決定する要因として、施設や設備、挙式・披露宴の内容が最も重要であるが、接客態度などの人的面も重要な位置を占めている。挙式予定者は、施設訪問時における担

当者の対応を厳しくチェックするなど、接客態度を重視している。そのため、各施設とも社員教育や人材育成には力を入れており、外部講師を招いての研修や、外部委託している着付けや美容等の専門社員にも研修を行っている。

また、業界主催のブライダルコーディネーター研修もあり、業界としても、優れた人材の育成を図っている。

今後の見通し

少子化の影響等により、取扱件数の増加が見込めない状況であり、多くの施設が現状維持を目標としているが、これも新規参入企業の増加で厳しい状況である。このような環境のなか、いかに取扱件数を維持していくかが大きな課題となっている。

各施設とも、定期的にウエディングプランやウエディングアイテムの見直しを行っているが、新しい企画も出つくした感があり、新たな商品の提供は難しい状況である。そのため、細部での工夫や、顧客のきめ細かい要望に応えるなど、他施設との差別化を図るべく取組みがなされている。

最近の結婚式の傾向として、「アットホームな雰囲気」「列席者を優先」「自分らしさを表現」ということが重視されており、このような傾向を的確に見極め、多様化する要望に応えていくことも不可欠ととらえている。

また、結婚式場の決定要因として、挙式・披露宴に掛かる費用は重要な位置を占めている。今後は、内容はもちろん費用についても重視される時代であり、各施設とも厳しい対応が求められている。

ホテルでは、ホテルの持つ総合力を重視し、宿泊、レストランといった各部門や衣装、写真などの外部との連携強化を含めた見直しを行っている。商品（料理、貸し衣装等）の魅力、営業力、接客力などで質の高いサービスを提供し、充実した施設・設備など総合的な魅力で結婚式の獲得を目指す動きが活発になるとみられる。

（担当：主事 富島 万佐子）

結婚式場業の売上高、取扱件数及び従業者数の推移（全国）

	売上高 (百万円)	前年比、 前年同期比 (%)	取扱件数 (件)	前年比 前年同期比 (%)	従業者数 (人)	前年比 前年同期比 (%)
平成13(2001)年	228,588	91.0	86,013	93.5	22,806	97.3
14(2002)年	222,990	91.2	87,523	93.4	22,929	91.0
15(2003)年	204,729	91.8	80,302	91.7	22,203	96.8
1~3月	42,398	90.6	16,578	89.7	22,207	96.3
4~6月	54,739	98.8	20,862	96.3	22,220	95.1
7~9月	33,318	93.0	13,609	90.7	21,428	93.5

資料：経済産業省「サービス産業動態統計調査」。

注：平成14年分は一部調査対象の追加等を行ったため、以前の数値と不連続が生じている。なお、伸び率はこれを調整したものである。

結婚式場業の事業所数、従業者数及び年間売上高の推移（大阪府・全国）

		大阪		全国	
		平成8（1996）年	14（2002）年	平成8（1996）年	14（2002）年
合計	事業所数	137	106	3,029	2,853
	従業者数（人）	10,485	5,437	160,271	105,489
	年間売上高（百万円）	111,878	62,268	1,337,261	1,001,597
結婚式場 （主業）	事業所数	27	27	699	698
	従業者数（人）	2,649	1,460	45,982	34,137
	年間売上高（百万円）	26,140	18,531	473,575	386,018
ホテル、旅館	事業所数	66	52	1,533	1,502
	従業者数（人）	5,793	3,390	85,837	60,242
	年間売上高（百万円）	64,240	39,644	670,946	534,620
共済・基金等の 施設	事業所数	10	4	212	165
	従業者数（人）	1,073	307	13,487	4,760
	年間売上高（百万円）	13,743	1473	109,747	40,546
地方公共団体管 理運営委託施設	事業所数	11	6	102	63
	従業者数（人）	218	46	2,877	848
	年間売上高（百万円）	3,469	164	18,566	3,732
その他	事業所数	23	17	483	425
	従業者数（人）	752	234	12,088	5,502
	年間売上高（百万円）	4,286	2,457	64,426	36,681

資料：経済産業省『特定サービス産業実態調査報告書 結婚式場業編』。