

ブライダル市場に関する調査結果 2010

— 挙式披露宴単価の伸びは鈍化、2010年は単価維持が課題 —

【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にてブライダル産業関連の挙式披露宴市場他の調査を実施した。

1. 調査期間：2009年11月～2010年1月
2. 調査対象：ブライダル産業に参入しているサービス業や物販業を中心とした企業及び関連団体など
3. 調査方法：当社専門研究員による直接面談、電話によるヒアリング、ならびに郵送アンケート調査併用

<ブライダル関連産業市場とは>

本調査におけるブライダル産業とは、挙式披露宴、新婚家具、新婚旅行、ブライダルジュエリー、結納式・結納品、結婚情報サービスの主要6分野をさす。

【調査結果サマリー】

◆ 2009年のブライダル関連産業の市場規模は2兆7,607億円、前年比98.5%と2005年以来の縮小

ここ数年市場を牽引してきた挙式披露宴市場の伸びが鈍化、ブライダルジュエリーは大きく下落した。婚活ブームによる結婚情報サービス市場拡大への寄与は限定的であった。

◆ 2009年の挙式披露宴市場規模は1兆5,150億円、前年比101.4%と伸びが鈍化

2009年の挙式披露宴市場は婚姻組数減少に加え、中価格帯での施行企業の不振、列席者数の少人数化などの要因から、1兆5,150億円(前年比101.4%)と微増に留まる見込みである。

◆ 2010年予測：各分野のトレンドは2009年を踏襲、披露宴の需要喚起がカギ

関連産業の中で規模が大きい挙式披露宴市場は、少人数挙式や少人数での食事会といった単価の低下につながるトレンドが強まると推測されることから、披露宴の需要喚起が重要な要素となる。

◆ 資料体裁

資料名：「ブライダル産業白書 2010年版」
 発刊日：2010年1月31日
 体裁：A4判 445頁
 定価：105,000円（本体価格100,000円 消費税等5,000円）

◆ 株式会社 矢野経済研究所

所在地：東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長：水越 孝
 設立：1958年3月 年間レポート発刊：約250タイトル URL: <http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先（当社HPからも承っております <http://www.yano.co.jp/>）

㈱矢野経済研究所 営業本部 広報宣伝グループ TEL：03-5371-6912 E-mail: press@yano.co.jp

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。
 本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報宣伝グループ迄お問合せ下さい。

【 調査結果の概要 】

1. 市場概況

2009年のブライダル関連産業の市場規模は2兆7,607億円、前年比98.5%で、2005年以来4年ぶりに縮小した。厚生労働省発表の2009年婚姻組数は、前年比で約12,000組減少したものと推計されており、市場へのインパクトは大きい。

ブライダル関連産業全体は、ここ数年、挙式披露宴市場の伸びが下支えしてきた。しかし、同市場も伸びが鈍化、さらに新婚家具の買い控え、新婚旅行の取りやめ・単価の下落、ブライダルジュエリーはエンゲージリング・マリッジリングともに単価が下落したことなどにより、大幅に規模が縮小した。

2. 注目すべき動向

ブライダル関連産業で最もシェアの大きい挙式披露宴市場は、比較的景気に左右されにくいと言われる。事実、ここ数年の挙式披露宴市場は、有力企業が断続的に開発出店してきた新しく魅力的なハードに加え、オリジナリティやプライベート感を重視したソフトによる集客と単価上昇によって拡大してきた。しかし長期化する景況の悪化、雇用不安といった状況は、2009年の市場に変化をもたらした。それは単価の下落である。400万円台以上の挙式披露宴は堅調であるものの、市場におけるボリュームゾーンである中価格帯の披露宴を施行する企業の集客は厳しい。同価格帯の婚礼者の一部は、披露宴を取りやめ挙式のみを行なうか、挙式に少人数の食事会をプラスするに留める動きにシフトしている。こうした動きを受けて、低価格のサービスプランを発売し、従来していなかった少人数の婚礼にも対応する会場が増えている。

ゲストハウス（邸宅風の会場）を運営する有力企業では、衣装や装花といった付帯物を内製化することで収益力を上げる取組みが強まっている。

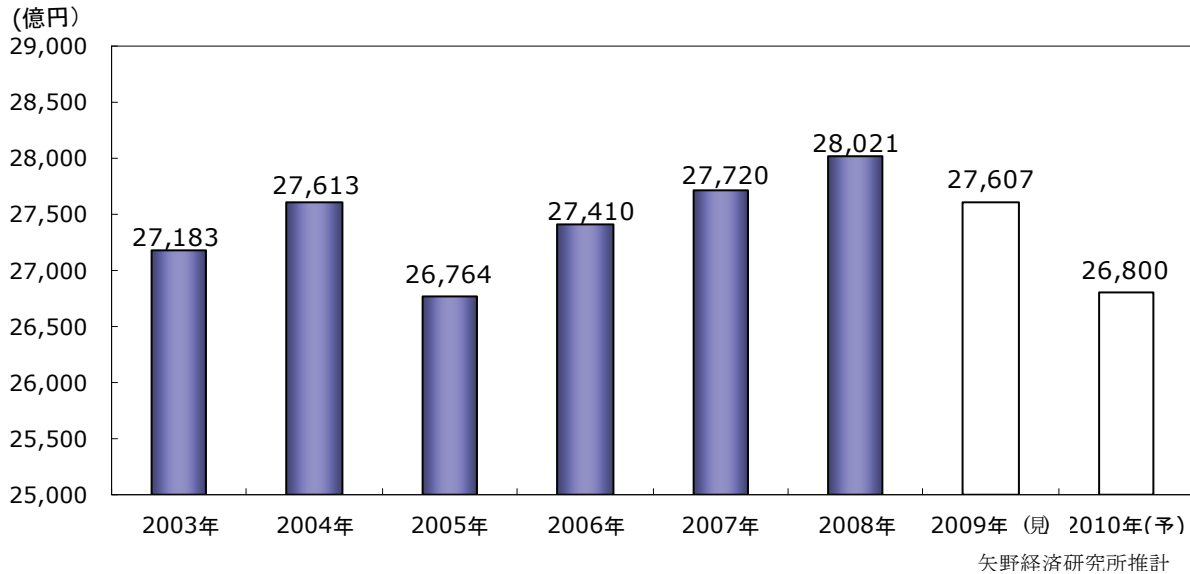
3. 将来予測

これまでゲストハウス運営企業による新鮮なハードとソフトの開発によって市場が活性化し、市場を牽引してきたことを鑑みると、小幅ながら向こう5年程度は市場の成長がつづくとみる。高単価の披露宴を施行する企業では、ここ数年急速に単価が上昇しつづけてきたこともあって、その伸びは鈍化しているが、接客担当者の商品提案力や成約に結びつけるスキル向上を図っており、まだ伸びしろがあるとみる。

懸念材料は、列席者の少人数化が進んでいることである。それには、前述の通り挙式のみでの施行にシフトするケースと、披露宴そのものが少人数化に向かうトレンドが強まっていること、2つの要因がある。婚礼はエリア特性が強く、婚礼当事者以外の意向も反映するため、一概には言えないが、少人数化の流れは強まるとみる。

いずれにしても、長期的には少子高齢化による婚姻組数の減少は避けられない。そこで、入籍もしくは挙式だけを行ない、披露宴を行なわない婚礼者に加え、増加する再婚者などに対し、結婚式と披露宴を行なう意味を周知する需要喚起が重要になっている。

図表 1.ブライダル関連産業市場規模推移



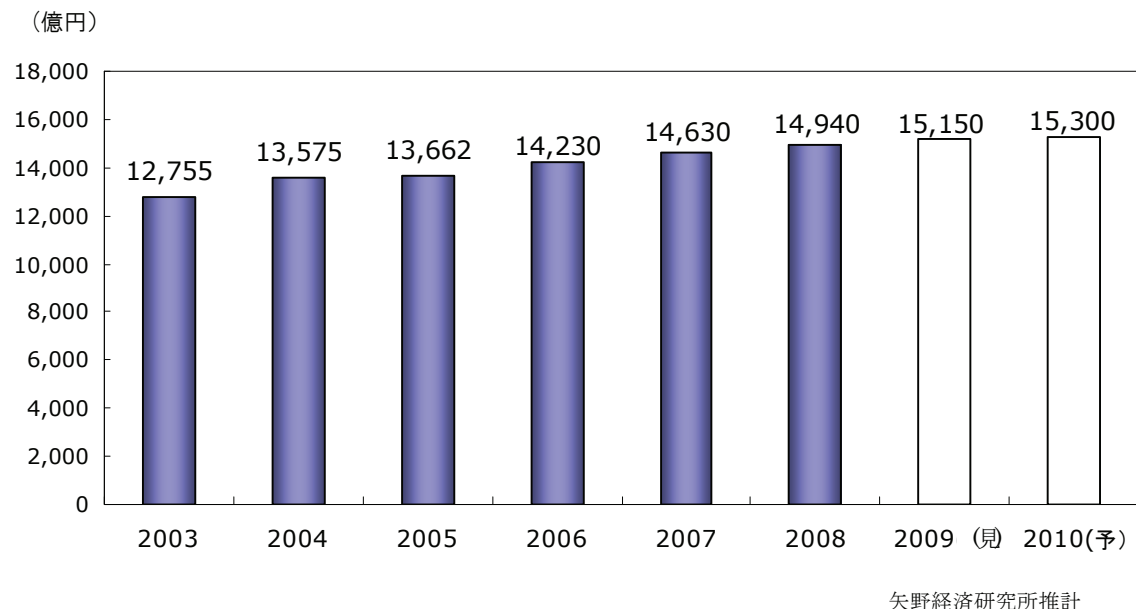
	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年(見)	2010年(予)
市場規模	27,183	27,613	26,764	27,410	27,720	28,021	27,607	26,800
前年比	100.5%	101.6%	96.9%	102.4%	101.1%	101.1%	98.5%	97.1%

注 1: 事業者売上高ベース

注 2: (見)は見込値、(予)は予測値

矢野経済研究所推計

図表 2.挙式披露宴披露パーティ市場規模推移



	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年(見)	2010年(予)
市場規模	12,755	13,575	13,662	14,230	14,630	14,940	15,150	15,300
前年比	101.2%	106.4%	100.6%	104.2%	102.8%	102.1%	101.4%	101.0%

注 3: 事業者売上高ベース

注 4: (見)は見込値、(予)は予測値

矢野経済研究所推計