

The PROFESSIONAL WEDDING

[ウェディングプランナー サポートマガジン]

No.87

WINTER (DEC-FEB) 2025-2026

- 5 **From the Publisher「選び取る力」** 石渡 雅浩
- 6 **連載「ウェディングプランナーが花嫁になる日」**
ブライダリウム ミュー (株)丸三屋 柿崎 彩子さん
- 10 **連載「オモイがカタチに変わるトキ」**
have a good one フリーウェディングプランナー 中島 亜希さん
- 14 **連載「good things make the day brighter」**
ギフトコンシェルジュ 真野 知子
- 15 **特集 主要メディアが捉えるウェディング 2026**
- 16 総論 「AI 活用が進む今、決定とマッチングをどう高めるか」
- 18 「ゼクシィ」 森 奈織子氏
- 20 「ウェディングパーク」 金 小熙氏
- 22 「みんなのウェディング」 貝瀬 雄一氏・菅原 正純氏
- 24 「Hanayume」 千田 光貴氏・若曾根 由貴氏
- 26 「トキハナ」 安藤 正樹氏
- 28 **連載 プロフェッショナルに求められるテーブルコーディネートの基礎+トレンド**
Vol.7 : 2025 料理が主役のブッフェスタイリングのコツ
- 30 **連載「エシカルウェディングのすすめ」**
THINKS 石井 なお子さん
- 32 **連載「ウェディングトレンド最前線」**
(株) UNO Design 代表 宇野 雄一
- 34 **TOP INTERVIEW**
ロイヤルパインズホテル浦和 総支配人 真野 浩明氏
- 38 **注目企業インタビュー**
(株)テイクアンドギヴ・ニーズ
Casual Wedding PJ・UNWEDDING 中之島支配人 畑中 克彦氏
- 42 **注目企業インタビュー**
(株) Daiyu 萬屋本店 ゼネラルマネージャー 水間 恵子氏
- SKILL UP —**
- 46 **連載「未来をつくるウェディングプランナー～人生を変えた結婚式」**
(株)ブライド・トゥー・ビー 「エルダンジュナゴヤ」
チーフブライダルプランナー 梶谷 杏菜さん
- 48 **連載 有賀明美の「結婚式の温度を上げるちょい足しレシピ」**
No.8 : 結婚式を、心が通い合える時間に
(株)テイクアンドギヴ・ニーズ ウェディングアドバイザー 有賀 明美

- 50 **連載 安東教授の時短コミュニケーション～Z世代対応に必須のスキルズ**
Vol.7 : hearing skills (傾聴力を高める)
(株)エスプレシーボ・コム 代表取締役 安東 徳子
- 52 **連載 荒井さやかの「20代の今のあなたに伝えたい新規接客はもっと楽しくなる！」**
第15回：信頼関係を築くために守りたいこと
Coco style WEDDING フリーウェディングプランナー 荒井 さやか
- 54 **連載 佐伯エリの「言葉にできない想いを引き出すヒアリング」**
第15回：心を開きたくなる自分の作り方
ERISAEKIWedding ウェディングプランナー 佐伯 エリ
- 56 **連載「ウェディングと音楽のチカラ」**
Vol.36 : カジュアルウェディングを作ろう
フリーランス・ウェディングプランナー 岡村 奈奈
- CAREER —**
- 58 **連載「THE PROFESSIONAL～ドラマは現場で起こっている」**
Proche 代表 坂田 やすこ氏
- 60 **連載「両立 WOMAN」**
第86回：COCOSTYLE (株) ウェディングプランナー 柳田 紗理香さん
- 63 **連載「ココロとカラダの保健室×美人化計画 For Wedding WOMAN」**
看護師／福祉爪ケア専門士® 門間 公実さん

— REPORT —

- 64 **注目企業インタビュー**
ディライト(株) une 支配人 松本 沙良氏
- 66 **連載「WORLDWIDE WEDDING」**
第83回：ミャンマー連邦共和国
- 68 **データ「データから見るブライダルビジネス」**
第80回：インバウンドとブライダル体験
- 72 **TOPICS**
- 78 **INDEX OF PERSONS**
- 81 **新設・リニューアル施設情報** ブラスブルー東京
- 82 **連載「うちのイチ押し料理」** ウォルドーフ・アストリア大阪
営業部長 婚礼統括支配人 新貝 恵以子氏
宴会キッチン 料理長 輪嶋 哲氏
- 84 **新設・リニューアル情報** ユヌ大阪
- 85 **新設・リニューアル情報** 八芳園

表紙の花嫁：ブライダリウム ミュー (株)丸三屋 柿崎 彩子さん／撮影：703 Studio Choi won young

AI 活用が進む今、決定とマッチングをどう高めるか

物価高、人手不足に加えて、冬の大雪、夏の猛暑など異常気象にも見舞われた2025年。ウエディング業界では少人数化や顧客層の多様化もあり、ビジネスも難しいかじ取りが続いている。しかし、そんな時代だからこそウエディング業界には「いい結婚式」をもっと増やし、新郎新婦の幸せな未来への土台を作っていくことが求められています。

そんな視点を持ちながら取材を行なった今回のメディア特集。AIを活用するユーザーは増えていますが、やはりそれだけでは理想とする結婚式にはたどり着けない。26年に各ウエディングメディアは、カップルが希望するスタイルや会場へといかに導き、決定率をどのようにして上げていくかを取材しました。読者の皆さんのおなな気付きとなる事例も多く紹介していますので、ぜひ参考にしてください。

AI活用で求められているのは正しく言語化するサポート

特集ではまずメディア各社に25年の振り返りとして、ユーザー動向やマーケットにどのような変化があったのかを質問しました。その中でキーワードとして度々出てきたのが「AI活用」という言葉でした。今年の新語・流行語大賞にも「チャッピー(ChatGPTの愛称)」がノミネートされました。今の若い世代は生成AIサービスを、まるで自分の相棒のように何でも問い合わせ相談するようになり、それが社会現象化しているようです。

この新たな傾向を捉えて『ハナユメ(Hanayume)』は「AI活用の一般化により、エリアや費用、スタイルやこだわりなどをプロンプトで質問するなど、カップルが結婚式場を自力で探そうとする傾向が強まっている」と指摘してくれました。

「生成AI推進室」を立ち上げてAI活用を積極的に推進してきた『ウエディングパーク』では、今秋にリリースした「ウエクリ11.0」でも、生成AIを活用した複数の機能が新たに実装されています。

とは言え、生成AIの活用を含む情報収集手段の多様化・複雑化が進む中、かえって迷ってしまうユーザーもいることでしょう。ウエディングパークの金小熙氏は、「準備段階で迷いや悩みが

生じるけれど、このプロセスこそカップルが自分たちのアイデンティティを見いだし、結婚式への期待感を高めていく重要なプロセス」としています。そしてウエクリ11.0では、「迷いや悩みさえも楽しみに変換しながら情報収集が進められることを重視して機能開発を行なった」と話してくれました。

結婚式に限らずライフイベントと呼ばれる人生の節目の行事では、探して決めることの難しさもあるけれど、ふたりらしいスタイルを実現できる会場や場所とうまく巡り合えれば、納得して決定できるはずです。結婚式の奥深さとは、そんなところにあると気付かせてくれるコメントでした。

また、ハナユメの千田光貴氏は、「自分たちが望む結婚式を明確に言語化できる人は少ないのでプロンプトで打ち込めない。だからそこに介在する人(アドバイザーやプランナー)の役割がより大きくなるのが26年だ」と話してくれました。そうしたことから、同社では対人接客の機会をより増やすため、ウエディングデスクの店舗数を増やしていく方針です。

既成概念を払拭できるよう進化した今の情報を伝えたい

ユーザー動向の振り返りでは、従来のように「しなければならない」の意

識が弱まっていると分析してくれたのが『ゼクシィ』の森奈織子氏です。コロナ禍後に顕著になったユーザー動向の分析を踏まえて、ゼクシィでは「NOノーマル婚」に対応した情報を積極的に発信してきましたが、その動きが一段と進んだのが25年だったとのこと。

「これまでの“マスト的なもの”から解放されて、自分たちのしたいことや、本質的に何を大切にしたいのかを考えながら動いているのが今のユーザー層」(森氏)とし、そこから26年にはメディアとして、既成概念や思い込みを払拭して決定できるはずです。結婚式の奥深さとは、そんなところにあると気付かせてくれるコメントでした。

ハナユメの千田氏からも、従来の形式とは異なるオーダーメイド型の結婚式に対する認知度が徐々に高まっているとの話もありました。これまで企業や業界からもそうしたウエディングの進化を社会全体に発信してきましたが、ここにきてようやくその効果が表れ始めているようです。

しかし、せっかく自由度も高い素晴らしい取り組みを行なっているのに、肝心のユーザー層にその情報がリーチしておらず、依然としてレストランの“裏メニュー”的な状況となっているのが残念だと話してくれたのは『トキハナ(tokihana)』の安藤正樹氏です。そのためにも来館・成約したカップルの理由を調査し、あまり発信していない

情報でも成約に至ったのであれば、その情報をホームページのトップにリンクするだけでも、興味のあるカップルの下見候補となるとアドバイスしてくれました。

同社ではLINE相談会や担当する元プランナーとのやりとりの中でニーズをつかんだ上で送客しています。迷っているカップルの背中を押すと共に、よりマッチング率が高くなる送客を心掛けているそうです。

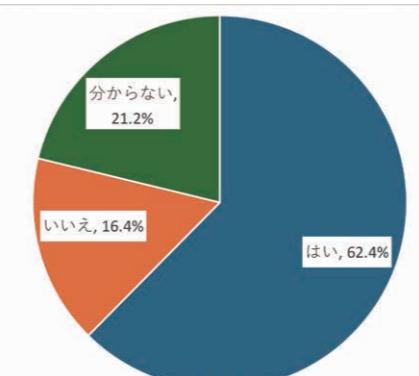
分散化した顧客層に細やかに対応していかない

ユーザーの志向の多様化、そして分散化も進んだ今年ですが、各社とも26年にもこの傾向は続いていると分析しています。

ゼクシィの森氏は、「ゲスト人数が50人以下でもフォーマルな路線もあり、80人以上でもカジュアルなスタイルもある。単なる二極化ではなく、その間にグラデーションの濃淡度合いが生じているので、細部を見ていくことが重要になる」と見ています。

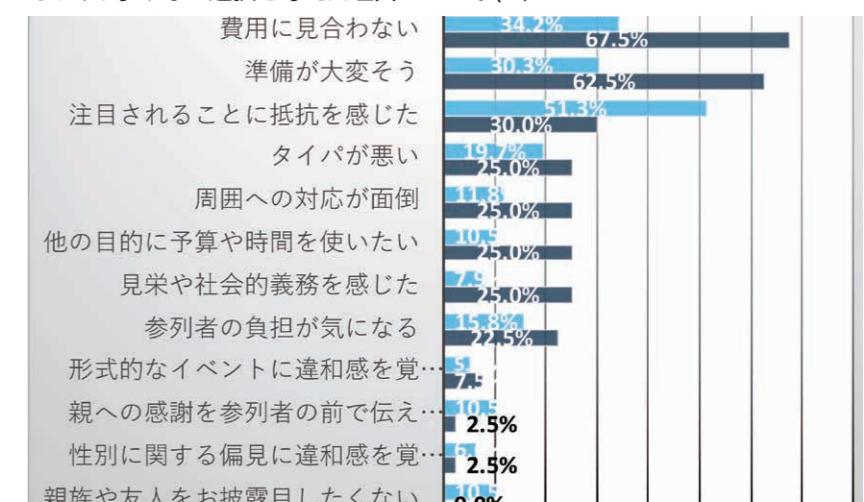
また、『みんなのウエディング』の貝瀬雄一氏は、予算面から見ると自費100～200万円を持ち出しても結婚式をす

高校生・大学生の結婚式意識調査「結婚式を挙げたいと思いますか?」



(株)トキハナ 2025年10月9日～10月16日
インターネット調査より(n=165)

結婚式参列後に結婚式を挙げるか迷い始めたもしくは挙げない選択を考えた理由について(%)



※参考経験数 / 上段が「1～2回」、下段が「3回以上」 (株)トキハナ 2024年12月17日
～2024年12月22日インターネット調査より(n=116複数選択可)

沿ってメディアが提供する情報も、12年前の年に当たる2014年より大きく進化してきています。その変化の軌跡は、本特集を読んでいただければ感じいただけたはずです。

掲載したグラフはトキハナが行なったユーザー調査の結果です。それによると、やはり結婚式への参列経験(特に3回以上)が大きな分岐点となっていることが分かります。できるだけ参列ゲスト人数を増やすことが、次の顧客を生み出すキースイッチとなっているわけですから、新郎新婦と同世代の未婚者はもちろん、いい結婚式を提供した際にはその親御さんにも「今の結婚式は全然違うな、息子・娘さんはぜひやった方がいいよ」と周囲に伝えてももらえるようにできれば、状況はずいぶん変わってくるはずです。

もう一つの円グラフは、婚礼予備軍の意識調査ですが、「結婚式を挙げたいと思いますか?」の問い合わせに「はい」と答えた方が6割以上、「いいえ」は2割に届かない結果でした。このことから、いい結婚式を増やし、参列ゲストを増やしていくことが26年に向けてますます重要となってくると言えるでしょう。

現場のスタッフ不足を前提に、送客においてもミスマッチを減らすことで、できるだけ接客負担を減らそうと各社が努力しているようです。さらに事前に希望の詳細や、一步踏み込んだそのカップルならではの情報も提供することで、新規接客のプランナーが提案しやすい素地を作ることにも注力しています。

現在行なわれているウエディングでは、自由度も増していますが、それに

オモイが カタチに 変わるトキ

Aki Nakajima

コンセプトを決めて、表現する。
伝えたい思いを形にする。その道すじとは?
オーダーメイドのウエディングを作り上げる
プロフェッショナルたちに注目します。



大悟さん&侑紀さん

CONCEPT : All stars

KEYWORD : 映画「トワイライト」

THEME COLOR : オレンジベースのカラフル



〈お話を伺った方〉

have a good one

フリーウエディングプランナー

中島 亜希さん

ダンサーとしてたまたま結婚披露宴の演出に関わったことが、ウエディングの世界に足を踏み入れるきっかけになったという中島亜希さん。

「その時も自分の出番まで会場のスモーケガラス越しに披露宴をずっと眺めていました。シーンごとに変わる音楽や照明と共に新郎新婦やゲストの表情がどんどん豊かになる様子が一つの舞台を見ているようで、ワクワクと胸が高鳴りました。出番を終えて帰り際に、ふとこの演出を創った人は誰だろうとスタッフに声をかけたところ、まさにその方がこの結婚式の担当ウエディングプランナーだったのです。その瞬間、頭の中で鐘が鳴り響くようなひらめきが起き

中島 亜希

Aki NAKAJIMA

高校卒業後に機械メーカーに入社した後、プロのダンサーを目指し上京。22歳の時に、ダンサーとして訪れた横浜のホテルでウエディングの舞台裏を観たことからウエディング業界に興味を持つ。2008年㈱テイクアンドギヴ・ニーズ入社。ウエディングプランナーとしてアカガーデン迎賓館沼津、青山迎賓館で計8年間勤務。その後、オーストラリアに留学し、帰国後の16年からはフリーのプランナーとして活躍。プライベートでは20年に結婚、二児の母。

【ふたりの想い】

親族が列席する挙式は別日に実施。準備期間中に生まれた赤ちゃんと愛犬のお披露目も兼ねた大切な友人たちと一緒に結婚を祝うパーティーは、自由な雰囲気で行ないたい。

新郎の条件は友人を大勢招待できること。新婦の条件はガーデンウエディング。自分たちが尊敬できる友人たちみんなにフォーカスできるような演出を希望。誰にも気兼ねすることなく自由に過ごせる場所で、映画『トワイライト』の世界観を表現できたらうれしい。



て、『これだ!』と。自分はこの仕事に就くと確信しました

思ったら即行動。中島さんはブライダルスクールに通い、資格を取得し、ダンサーから一転、㈱テイクアンドギヴ・ニーズ (T&G) に入社し、ウエディングプランナーの道を歩み始める。

「新規から当日のディレクションまで一貫して一組一組の結婚式を手掛けながら、ご夫婦の人生に携わるという仕事は想像以上のプレッシャーでした。けれど、やればやるほど奥が深いのがこの仕事。完全に沿りました(笑)」

打ち合わせでは新郎新婦それぞれの価値観を重視するという中島さん。今回ご紹介する大悟さん、侑紀さん夫妻も2時間かけて行なうパーソナルカウンセリングからスタートした。

「新郎新婦それぞれの希望から、100名規模のカジュアルなガーデンウエディングで、海外のウエディングのようなビジュアルにこだわることが大まかな条件。とな

ると、最初のミッションは会場探し。ゴルフ場や廃校などをくまなく当たり、行き着いたのが浜松市にある全天候型のバーベキュー場『MIYAKODA BBQ FIELD』でした。

早速、おふたりと一緒にロケハンに行くと、侑紀さんが会場に隣接する森を眺めながら、『なんかここ、映画『トワイライト』の世界みたい……』とつぶやいたんです。案内してくださった会場の方も『自分もトワイライト大好きなんです!』と意気投合し、方向性は“森の中のトワイライトウエディング”へと進んでいくことになりました」

フリープランナーの中島亜希さんが専門式場、レストラン、アウトドアなどこれまでに手掛けた経験を基に、“想像を超える”結婚式をゼロからプロデュース。対象エリアは東京、神奈川、千葉のほか、静岡などの中部エリア。得意とするのは、会話の中で新郎新婦の潜在的な欲求を引き出し、“ワクワク”を目に見える演出に変えること。クリエイティブかつ素直な心のつながりを大切にしながら、記憶を財産にする結婚式を目指している。 <https://www.haveagood-one.info>



good things

*Make the day
brighter*

50 “ペアギフト”

特別な日をより輝かせてくれるモノやコト good things。今回は新生活に彩りのあるひとときをもたらしてくれるペアのギフト。とりわけ毎日の食卓をモダンにもポップにも、そして華やかにも演出してくれるテーブルウエアは日々の生活の必需品。相手の好みやライフスタイルに合わせて選ぶことも選択肢の一つですが、相手にとっては自分では選ばないけれど、頂いて使ってみたら意外と好きかも？ それがいつしか

お気に入りに。そんなふうに日常使いにも、特別な日の食卓にも、型にとらわれず自由自在に楽しむきっかけを与えてくれるテーブルウエアを紹介します。機能美、様式美なども大切なポイントですが、日本の伝統工芸を日常に取り入れたり、遊び心のある色使いを楽しんだり、テーブルコーディネートのワンポイントになるようなアイテムを、その日の気分で楽しんでいただけるといいですね。



MoMA Oorun Didun ガラスセット by Yinka Ilori (グリーン x パープル) /
MoMA Design Store <http://www.momastore.jp>



GOA Ivory Gold / Cutipol
<https://www.cutipol.jp/>



TSUMUGI (蓋付椀 / 軍配) / GATO MIKIO
<https://www.gatomikio.jp>



Room Service marble (ポットとカップ & ソーサー) / 純一× Room Service
<https://hakuichi.jp>

真野 知子
Tomoko MANO

独自の審美眼によるギフトセレクションが注目され、手土産など日常的なギフトから、お中元、お歳暮などのシーザナルギフトや引き出物まで多彩な贈りものシーンのTPOに合わせたアイテムを選定。女性誌での連載や審査員、ギフトブランド“ROOM SERVICE”的商品プロデュースなど多方面で活躍中。著書に『ギフトコンシェルジュ真野知子の大切な日のためのギフト・マニュアル』(マーブルブックス)がある。「マツコの知らない世界 #72 記憶に残る！人と差がつく！手土産の世界！」に出演など、TV やラジオといったメディア出演でも活躍の場を広げる。Instagram : [tomoco_mano](https://www.instagram.com/tomoco_mano) / Twitter : [@mano_tomoko](https://twitter.com/mano_tomoko) / URL = <http://gift-code.jugem.jp>