

結婚披露宴におけるスタイルの変化と 今後の動向に関する考察

Consideration about the change of the style and the future trend
in the wedding reception

杉浦 康広
(Yasuhiro SUGIURA)

キーワード：結婚披露宴、ニューノーマル時代、リモートウエディング

Key Words：wedding reception, New normal era, Remote wedding

I. はじめに

結婚に関するイベントとして様々なものが挙げられる。結婚する前の段階では、結婚相手を探すための「お見合い」や結婚相手との婚約が整った際に行う「婚約式」「結納」がある。そして結婚の儀式にあたる「結婚式」がある。一般的には結婚に関する儀式の総称を「結婚式」と呼んでいるケースが多いが、実際には「挙式（結婚式）」と「結婚披露宴」（以下：披露宴）に分けることができる。「挙式（結婚式）」は新郎新婦が夫婦の誓いをする場であり、「披露宴」は結婚したことを周囲の方々へお披露目する場を指す。さらには、披露宴後のパーティーである「二次会」や新郎新婦が夫婦となって初めて行く旅行となる「新婚旅行」など多種多様なイベントがウエディングイベントとして存在している。

その中でも「披露宴」においては、その時代ごとのトレンドが反映され、スタイルが大きく移り変わってきている。江戸時代には「祝言」と呼ばれる披露形式があり、明治以降にはホテルや結婚式場など自宅以外での披露宴が広がっていった。また、バブル期の「ハデ婚」と呼ばれる豪華絢爛な披露宴から、バブル崩壊後の「ジミ婚」と呼ばれる比較的シンプルな披露宴など、その時代時代の特徴を背景として様々なスタイルの披露宴が存在していた。

そして、2020年に入り全世界で流行している新型コロナウイルス（COVID-19）の影響で多くの披露宴が延期や開催中止となっている。最近では徐々に披露宴の開催が増えてきてはいるものの、それでも予断を許さない状況となっている。さらに披露宴のスタイルもリモートウエディングやVR（仮想現実）、AR（拡張現実）を駆使したウエディングなど、いままでの披露宴スタイルとは大きく異なったITを取り入れたスタイルなどが出現してきているのである。

そこで本稿では披露宴に関する移り変わりをまとめていくのと同時に、新型コロナウイルスなどの影響等によって、今後、移り変わっていくであろう披露宴の形式を考察する。

Ⅱ. 結婚披露宴の歴史

徳江（2014）はブライダル産業を考えるうえでのポイントとして「結婚そのものに関わる儀式である挙式（結婚式を行うこと）と、それを周囲の人たちに披露する披露宴とに分けて考える」と述べている。そして同時に「わが国では長いこと、基本的には「結婚」という行為に関する儀式は特になく、事実上、婚姻状態になったあとに行われる「披露宴」的儀式が結婚を象徴する中心的な存在であった」とも述べている。つまり、あくまでも一般庶民の間では結婚するための儀式というよりは、結婚した後の披露目の儀式としての披露宴の方が歴史的に見れば一般的であったと言えるのである。現代の結婚のスタイルは若干様変わりし、披露宴よりも挙式することを重んじている傾向があると感じる。リゾートウエディングなどで新郎新婦 2 人のみで挙式するケースもあれば、いわゆる「式のみ婚」という挙式のみを行い披露宴やパーティーを行わないスタイルなども存在している。しかしながら歴史的に見れば、「披露宴」こそがわが国の結婚に関する歴史の大部分を担っていることになる。この章では挙式ではなく「披露宴」に焦点を当て、歴史をまとめてみる。

1. 古代～戦前までの披露宴

(1) 平安時代

「披露宴」の歴史は平安時代に始まったといわれており、最初は「露顕」（トコロアラワシ）として行われていた。貴族社会の「婿取婚」では、男性が女性のもとに忍び通いが 3 晩続くと結婚の意志があるとみなされ、3 日目の夜には餅を食べて祝う「三日夜（みかよ）の餅の儀」が行われた。そして夜が明けると「露顕」（トコロアラワシ）と呼ばれる祝宴が催され、これをもって結婚の成立とされた。「露顕」、「三日夜餅（三日日餅などともいう）」などの婿取りの儀式は、貴族の間で儀式化、多様化し、諸行事が営まれるようになった。

(2) 鎌倉時代・室町時代

鎌倉時代になると「婿取婚」の形をとりながらも、相当期間の後に夫方に移住するなど、次第に母系型家族の形が崩れていく。それに伴って女性の家に男性が入る「婿入婚」から、必然的に女性が男性の家に入る「嫁取婚」も増えてきた。武家社会になり男性が強い権力を持つようになったため、男系家族が主流になり始め、この頃は 3 人まで妻を持つことができ、年齢も定められていなかった。この時期には親族や知人を招いた祝宴を催すなど、次第に現代の披露宴に近い形になっていったとされている。田澤・境（2004）では室町時代の頃になると、小笠原家の礼法により婚礼が行われていたが、小笠原流は徳川將軍家の公式礼法であったこともあり、一般の人に簡単に伝授できるものではなく、公家や武家社会の一部に限られており、一般の人に普及し始めるのは江戸時代の末期から明治時代にかけてのことであったとされる。

(3) 江戸時代

江戸時代の結婚式は、夜に婿の家で行われ、宗教に関係なく、親族・近親者に結婚を見せもらう「祝言」という儀式を行った。「祝言」は現代の人前式に近い形であり、その後には祝宴が催された。「祝言」の部屋は白絹などを敷き、鳥や鯛の置物なども置かれ飾りつけをして花嫁を迎え入れたとされる。

(4) 明治時代

明治時代に入ると披露宴の会場にも変化が現れる。最も大きな要因が「神前式」の誕生である。欧米の文化が入ってきたことで、日本でも結婚式に様式美を求めるようになってきた。そこで、欧米の結婚式を模した形で日本独自の結婚式「神前式」が誕生したのである。神前式が一般に広がるようになっていったきっかけは、1900年（明治33年）に宮中で行われた当時の皇太子嘉仁親王殿下（のちの大正天皇）と九条節子妃（のちの貞明皇后）の神道式ロイヤルウェディングであった。その後、一般からも同様の挙式を望む声があがり、日比谷大神宮（現在の東京大神宮）が模擬挙式を行うなど様式化を図り、次第に一般に広がっていった。日比谷大神宮は日本初のグランドホテルとして開業した帝国ホテルと距離的にも近いため、日比谷大神宮で神前式を行い、帝国ホテルで披露宴を行うという現代では「外式」（そとしき）といわれるようなスタイルも登場した。それまでは自宅で行われていた結婚式・披露宴がこれをきっかけに神社での挙式や、外部での披露宴に変化していったのだった。宗教の自由が憲法により保証されたこともあって、宗教による結婚式が増え、結婚のスタイルは多様化していった。地方においては昔ながらの自宅結婚式が行われていたが、都市部では、意外に簡略に行える神前結婚がにわかに流行し、神社での結婚式が増え続けた。そして外部での披露宴においては、レストランやホテルにおける西洋メニューを使用した西洋風祝宴が行われ始めるようになった。

(5) 大正時代

大正時代になると自宅で式を挙げることは少なくなり、神社での挙式、旅館・料亭・ホテルでの披露宴という風に様変わりし始めた。大正時代に入った1923年（大正12年）、関東大震災により日比谷大神宮が焼失後、帝国ホテルで神前式と披露宴を行ったことが、式場と披露宴を同じ場所で挙げる端緒となった。当時のホテル内神前式は、祭壇、神主、巫女など必要なものがパッケージされた「永島式結婚式」と呼ばれるもので、1908年（明治41年）に結納品業者だった永島藤三郎が考案し、出張サービスで行っていたのを帝国ホテルが採用したものである。また、披露宴も会館や料亭から次第にホテルで行われるようになっていった。

(6) 昭和時代（戦前まで）

昭和に入ると挙式・披露宴を一貫して行えるホテル以外の会場が登場する。現在でも「専門式場」や「結婚式場」と呼ばれる施設である。その先駆けとして誕生したのが1931年（昭和

6年)に誕生した目黒雅叙園(現在のホテル雅叙園東京)である。こういった施設の登場により、結婚式から披露宴という一連の流れが一か所で済むという流行は加速していき、結婚式後の移動に対する新郎新婦の負担、挙式と披露宴で一括したスタッフに頼むことができない事への負担なども相まって外式というスタイルが減少していった。

2. 戦後から現在までの披露宴

(1) 昭和時代(戦後)

戦後になると、戦前までの披露宴とは劇的に状況が変化する。戦後の復員兵を迎えるために公共施設が生まれ、1946年(昭和21年)に東條會館、1947年(昭和22年)に明治記念館が誕生した。披露宴は自宅以外で行うという風潮はますます加速し、以降、全国で専門式場が続々と誕生していった。料亭、仕出し屋、旅館、写真館などが次々と専門式場に進出あるいは転進するものも出始めた。1959年(昭和34年)には、皇太子明仁親王(のちの平成天皇)のご成婚が行なわれ、世の中は祝賀ムードに包まれた。1960年代からは毎年のようにシティホテルが開業するといったホテル開業ブームの波が押し寄せており、披露宴を行う会場も次第に増加していった。1970年(昭和45年)には、戦後のベビーブームに生まれた子供たち(団塊の世代)が結婚適齢期を迎え、神前式場を複数設けるホテルや専門式場も現れ始めた。そして1975年(昭和50年)、東京・新宿の京王プラザホテルに日本初のキリスト教式結婚式場が登場した。それをきっかけにホテルや専門式場にチャペルができ始めたのもこの時代からである。この当時はパッケージプランという、料理・飲物・装花・印刷物・写真などの必要な商品があらかじめパッケージ化されているという商品が流行し、画一的な披露宴が行われる一因ともなったとされる。

(2) バブル時代の披露宴

わが国において経済の活況にわいた1980年代後半のいわゆる「バブル期」には結婚式・披露宴の総支出額が増加した。バブルとは、経済が実力以上に泡(バブル)のようにふくらんだ状態をいう。日本の土地や株は本来の価値とかけはなれた価格まで上昇し(資産インフレ)、個人や企業が持つ資産の価値が高まった。人々は高級ブランド品、大型乗用車、ゴルフ会員権、絵画、リゾートマンションなどを買いあさった。このような時代背景からバブル時代そのものがバブル好景気に湧いていた時代で、披露宴にかかる費用は今では考えられないほどのものであった。煌びやかで豪華な披露宴を希望する新郎新婦が増加し、新郎新婦がゴンドラやヘリコプターに乗って登場したり、レーザー光線やドライアイスを使用した演出など様々な披露宴のスタイルが生まれていった。そのような豪華な披露宴は後に「ハデ婚」と呼ばれ、ブライダル市場において急激な成長を見せる一時代を築いた。また、このバブル時代には外式が再度脚光を浴び、さらには専門式場やホテルのバンケットルームに代わり、街中のレストランを披露宴会場に選ぶ新郎新婦も次第に増えてきた。

(3) 芸能人の「ハデ婚」

その豪華な「ハデ婚」を後押ししたのが「有名芸能人たちのドハデ婚」であるといわれる。当時を代表するビッグカップルたちの結婚式は生放送で中継が入り、一般の人にまでよく知られる歴史的な結婚式が行われていた。「ハデ婚」のはしりといわれるのが1960年（昭和35年）に行われた映画スター、石原裕次郎と北原美枝の結婚式である。その結婚式は、そのあと結婚する芸能人がすべてお手本にしたといわれる盛大な「ハデ婚」で、中でも高さ1メートルの段重ねのウエディングケーキが大きな話題となり、ケーキトップに新郎新婦の人形が乗るスタイルの元祖を作った。さらに「ハデ婚」の象徴ともいえるものが、1985年（昭和60年）に行われた松田聖子、神田正輝のいわゆる「聖輝の結婚式」である。聖サレジオ教会で式を行い、披露宴はホテルニューオータニで招待客は530人、ウエディングケーキの高さは5.5メートルであった。この模様は、テレビ朝日が教会からホテルニューオータニまでのリムジンによる移動の際にヘリを使ってまで独占生中継を行ったため、一般社会にも大きな影響を与えた。その2年後の1987年（昭和62年）、郷ひろみと二谷友里恵の「ハデ婚」も歴史的なものであった。この模様はフジテレビが独占中継したが、テレビの視聴率は47.6%というもので、一般庶民の関心ごとでもあった。松田聖子のウエディングドレスが7メートルのトレーン（ドレスの裾）で、それに対抗したのか、二谷友里恵は10メートルの長さであった。これは1981年（昭和56年）のイギリス王室のロイヤルウエディングにおいてダイアナ妃が7.6メートルの長いトレーンをなびかせる姿に影響を受けたものと考えられるが、それが一般の花嫁に波及したのは松田聖子、二谷友里恵ふたりの功績でもあるといえる。

そんな芸能人たちの豪華な結婚式を見た当時のカップルたちが「結婚式って、ああいうことをするものなのだ」「自分たちもあんな結婚式をしてみたい」と影響を受け、自分たちのできる範囲で贅の限りを尽くした結婚式が流行るようになった。新郎新婦側は「一生に一度の主役になれる日だから」という思いがあり、「ハデ婚」に出席したゲストにとっても「華やかで面白かったし、新鮮だった」と華やかなお祝いムードを楽しんでもらえることが当時は多かった。

(4) 芸能人の平成の披露宴（「ジミ婚」の誕生）

バブル経済崩壊を経験し、昭和から平成へと世が移っても失速状態は続いていくが、その停滞ムードを結婚の形としてはっきり表したのが、1995年（平成7年）に行われた小泉今日子、永瀬正敏による挙式・披露宴なしの、いわゆる「ジミ婚」である。両名は入籍を報告する記者会見とともに、東京・青山のギャラリーで二人の写真展を一般公開した。本人たちは、その時最もセンスの良い、そして自分たちらしいスタイルを選択したに過ぎないが、メディアは「バブルの後始末で大変な時に結婚式で無駄な出費をすべきではない」というメッセージに受け取り、それを喧伝した。さらには同年の唐沢寿明・山口智子の結婚、1997年（平成9年）の安室奈美恵の結婚などが「ジミ婚」の代表格として挙げられる。

(5) 平成時代の披露宴「ジミ婚」と「オリジナル婚」

バブルの崩壊とともにブライダル市場にも大きな変化が生じた。そのうちの 하나가1993年(平成5年)の結婚情報誌『ゼクシィ』の創刊である。それまでの新郎新婦の情報収集方法としては会場への資料請求、ブライダルフェアへの参加、結婚式場紹介所による斡旋などであった。しかし『ゼクシィ』の創刊により、一冊の本の中で披露宴会場を比較検討できるようになったのである。この『ゼクシィ』創刊前後にはいくつかの結婚情報誌が刊行されたが、この時代から現存している結婚情報誌は『ゼクシィ』のみとなっている。故に『ゼクシィ』はブライダル業界の中で大きな地位を確立し現在に至ったのである。

前述した「ジミ婚」の流れは一般庶民の層にも徐々に浸透していき、結婚式にはお金をかけないという層が増加していくことになった。「ジミ婚」にはいろいろなスタイルがあるが、結婚をしても結婚式や披露宴はしない、親族だけの小人数会食のみ行うなど方法はさまざまであった。

「オリジナル婚」とは、『ゼクシィ』の創刊などによって新郎新婦が挙式・披露宴に対し「自分たちらしさ」を選び・考え・追求する傾向が強くなり、オリジナルの演出や料理を取り入れた披露宴スタイルのこと指す。結婚式の会場も従来のホテルや専門式場からレストラン、ゲストハウスなどに拡大していった。特にゲストハウスは「ハウスウエディング」とも呼ばれ、一軒家の邸宅施設を貸し切りで使用できるという点がプライベート観やオリジナリティを表現できるため、かなりの人気を博するに至った。また、海外ウエディングや国内リゾートウエディングが人気を集めるようになっていったのもこの頃である。

(6) 平成時代の披露宴「アットホーム婚」

平成時代には「ジミ婚」「オリジナル婚」と同様に「アットホーム婚」というスタイルが流行りだした。「アットホーム婚」とは、主にゲストハウスなどの一軒家を貸し切ってゲストを招待して行うことにより、新郎新婦とゲストとの距離が近く、プライベートの色合いを増してきたものである。庭があるゲストハウスならば、庭につながる一階の出入り口を開放し、ガーデンビュッフェという形式のパーティーにしてゲストと交流したり、プールがあるゲストハウスではプールのまわりでバルーンリリースを行うなど、一軒家スタイルの施設ならではの演出が「アットホーム婚」という言葉に主にあてはまる。自宅に招くというイメージが構築できるという点が人気の理由であると推察する。

(7) 平成中期の披露宴「アットハート婚」

2010年以降は「アットハート婚」という婚礼スタイルが登場した。「アットハート婚」とは今までの新郎新婦が招待客から祝福されるといったスタイルではなく、新郎新婦が招待客に感謝を伝えておもてなしをするというスタイルのことを指す。例えば、招待客全員にメッセージカードを書いたり、両親にケーキセレモニーに参加してもらったりするような、感謝を伝える

ことができる演出が人気のある演出となった。また、2011年（平成23年）の東日本大震災の年には、その年を表現する漢字一文字が「絆」であり、「絆婚」などとも呼ばれ、「アットハート婚」のスタイルがより増長される一因にもなった。震災により、日本中の人々が人とのつながりを見直すことになり、晩婚化が進む中で2011年は結婚率が増加した年でもあった。「アットハート婚」はゲストから祝福を受ける、ゲストに結婚をお披露目する、というこれまでの披露宴の定義を変え、新郎新婦が「自分たちの大切な友人や家族に、改めてこれまでの感謝の気持ちを伝える」ことに主眼が置かれる時代に合ったスタイルであった。

（8）平成後期の披露宴「シェアド婚（共有婚）」

2012年ごろからトレンドになりつつあるのが、「シェアド婚（共有婚）」と呼ばれるものである。ウエディングというイベントをみんなとシェアするというものであり、招待客に感謝の気持ちを伝えるという基本的なコンセプトは「アットハート婚」と同じであるが、さらにゲストと主役である新郎新婦の境がなくなり、全員で一緒に幸せを共有するというコンセプトが「シェアド婚（共有婚）」であるといわれている。新郎新婦と招待客という図式ではなく、全員が一体となって披露宴に参加するということで、ゲストが参加するのは余興のみというひと昔前の披露宴とは違い、準備から招待客と一緒に盛り上げ、ゲームや余興も新郎新婦を含めた全員参加型で感動をその場にいるみんなで共有するというのが「シェアド婚」である。

3. 現代の披露宴

コロナ禍になる前の披露宴は、リクルートブライダル総研「結婚トレンド調査2019」のデータによると、首都圏の披露宴における平均人数と平均金額は図1のとおり、平均人数が63.5人、平均総金額が377.9万円となっている。平均人数については前年（2018年）よりも0.4名増加しているものの、それ以前から比べると徐々に下降しているのが現状であり、5年前の2014年調査の66.9名と比較すると3.4名の減少、10年前の2009年調査の69名と比較すると5.5名も減少していることになる。前述した披露宴スタイルの変化から考察すると「アットホーム婚」「アットハート婚」といわれる披露宴スタイルのなかで、新郎新婦にとって親しい方々や結婚した姿を見てもらいたい方々を絞り込んで披露宴に呼ぶようになったと推察される。平成前期までの披露宴では親族を多く招待したり、会社関係の方を招待したり、両親の友人などを招待するといったケースなどもあった。新郎新婦が本当に感謝を伝えたい方々に来てもらうようにしたというのが、現在の披露宴の人数減少につながっていると考える。

逆に披露宴の総金額は年々上昇している。2009年調査の346.1万円と比較すると、この10年間で31.8万円も上昇したこととなる。人数が減少している中でも披露宴の総額が上がっているということは、様々な発注アイテムの単価上昇、新たなアイテムの増加などが原因として挙げられる。招待客をおもてなししたいという「アットハート婚」の考え方からすると披露宴のアイテムに対して「より良いもの」を選ぶという新郎新婦の考え方が単価上昇の一因であると考え

える。さらには披露宴のアイテムが増加していることも一因である。近年新たに人気がある商品としては映像商品である。映像商品のなかにも「オープニングムービー」「プロフィールムービー」「エンドロールムービー」という種類があり、現在では複数の上映を行う新郎新婦が増加しているのである。こういったかつてなかった新しい商品の利用が、披露宴の総額を増加させている一因ともいえよう。

披露宴全体の単価が上昇しているという事であれば当然、一人当たりの単価もかなり上昇しているという事になる。現に招待客一人当たりの単価は、図2のとおり、2019年調査では7.6

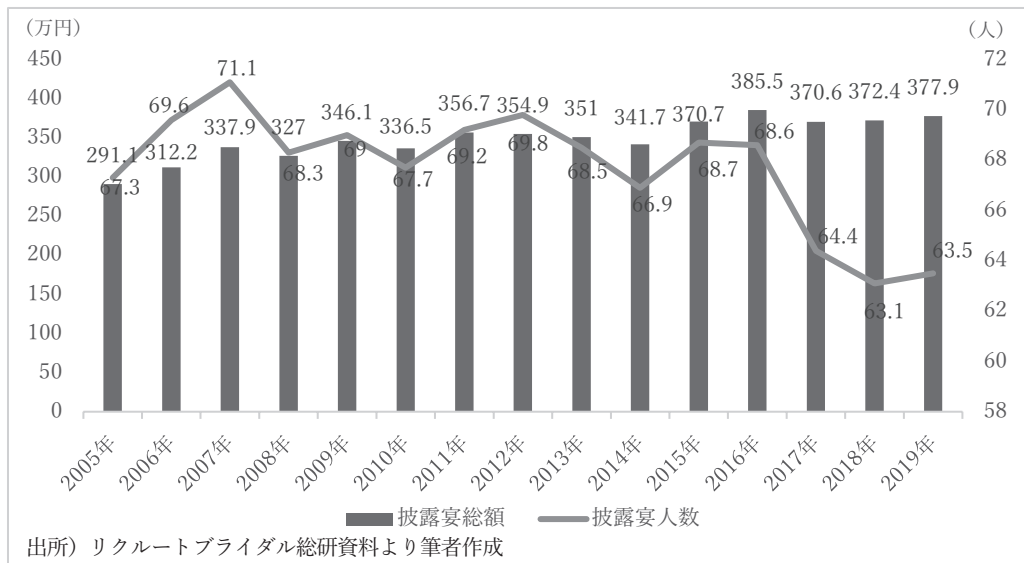


図1 披露宴における人数・総金額の推移 (首都圏)

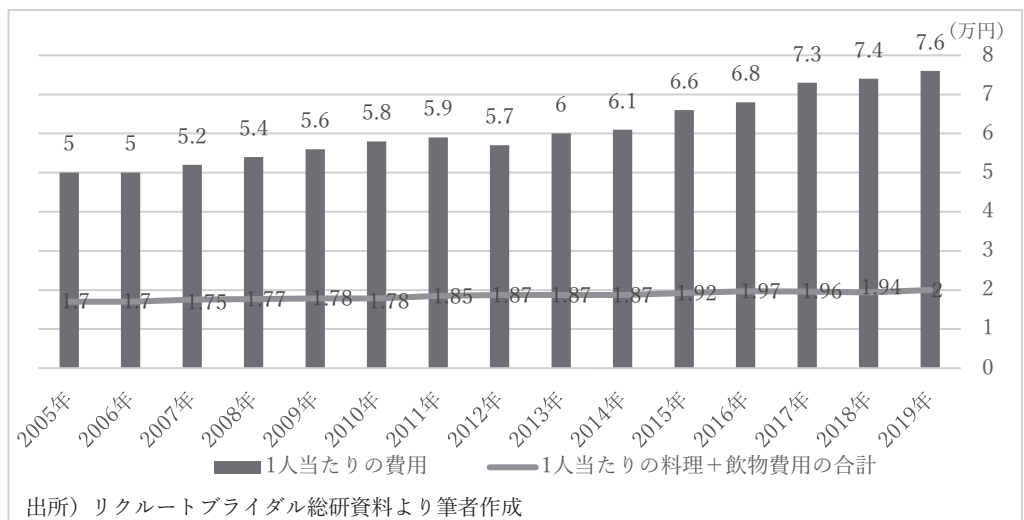


図2 披露宴の一人当たり費用と料理・飲物の合計費用推移 (首都圏)

万円となっており、2009年調査の5.6万円と比較すると、この10年間で2万円も上昇していることになる。中でもおもてなしという点において最も重要な商品といわれるのが「料理・飲物」である。招待客一人当たりの料理と飲物の費用合計は2019年調査では2.0万円となっており、2009年調査の1万7,800円と比較すると2,200円も上昇している。やはり、料理や飲物で招待客をもてなしたいという新郎新婦の強い思いが、単価にも反映されているのであると考えられる。全体的な人数は減りつつあるものの、披露宴全体の単価が上がっているという事実は「アットホーム婚」「アットハート婚」の考えが未だに根強いことを意味すると考える。人数は少なくアットホームな雰囲気で行いたいという考えと、参加していただいた招待客には感謝を込めたおもてなしをしたいというアットハートな考え方がデータに表されているといっても過言ではない。¹⁾

また、図3のとおり、2019年の披露宴を挙げた理由の上位は「親・親族に感謝の気持ちを伝えるため」、「親・親族に喜んでもらうため」、「友人など親・親族以外の方に感謝の気持ちを伝えるため」であった。この順位は最近数年では変動がないが、自分たちの大切な招待客に感謝の気持ちを伝える場として披露宴を開催していると考えられる新郎新婦が多いという事であり、コロナ禍の中でなかなか親・親族や友人と交流が図ることができない昨今の状況においては、今後もこの考え方が継続されていくであろうと推察する。

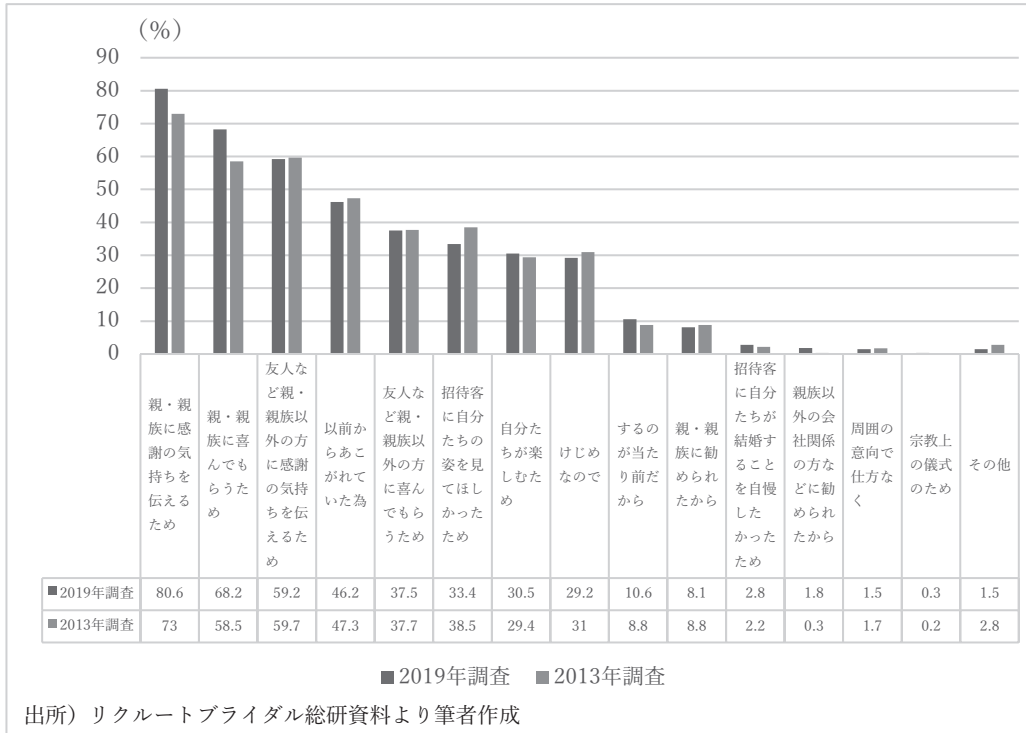


図3 披露宴・披露パーティーをあげた理由(首都圏)

Ⅲ. 今後の披露宴に関する考察

コロナ禍の現在において公益社団法人日本ブライダル文化振興協会は「結婚式場業 新型コロナウイルス感染拡大防止ガイドライン」²⁾を策定し、挙式・披露宴を行う各会場に感染防止を呼び掛けている。また、「ガイドライン実施宣言ステッカー」も作成し利用者に対して、安心安全を知らせるための一助としている。以下では「新型コロナウイルス感染ガイドライン」から披露宴に関連し、尚且つ今後に影響がありそうな項目を抜粋するが、従業員による消毒行為をはじめとした、披露宴内でのお客様に関連しない行動については除外する。

表 1 結婚式場業 新型コロナウイルス感染拡大防止ガイドライン抜粋

- ・披露宴会場は、できるだけ広めの会場を手配し、席の間隔は、飛沫感染が防げる十分な間隔(※)を開けること
 - ・提供する料理は、個人盛りとし、大皿盛りは避けること
 - ・お酌、グラスやお猪口の回し飲みは避けること
 - ・余興を行う際は、列席者と十分な間隔(※)を保つこと
 - ・大声を発する余興については、控えてもらうこと
 - ・マイクについては、使用の都度、消毒または差し替えを行うこと
 - ・スナップ写真を撮影する際には、密集とならないポーズとすること
 - ・迎賓、送賓を行う場合は、人が密集しないよう、係員による誘導を行うこと
- (※)「十分な間隔」とは、1m以上、可能なら2m以上を目安とし、少なくとも隣の席とは1席程度の間隔を開けることをいう

出所) 公益社団法人ブライダル文化振興協会資料より筆者作成

(1) 披露宴の参加人数についての考察

このガイドラインの中で最も目を引くのはやはり「十分な間隔」という言葉である。「1 m 以上、可能なら 2 m 以上、少なくとも隣の席とは 1 席程度の間隔を開ける」という表記になっている。ホテルや専門式場などでは大型の円卓を配置しているところが未だに多い。大型の円卓は直径が180cmもしくは200cmの大きさになるのであるが、このテーブルはお客様が最大で10名着席することを想定しているテーブルである。宴会場などでは一般的にお客様一人の幅を60cm前後で想定している。例えば、学校にあるスクールスタイルのテーブルにおいても幅180cmのテーブルに3名掛けしているものをよく見かけるであろう。これは一人の幅を60cmと想定して設定しているからである。円卓においても直径で200cm近くあるという事は円周が600cm前後になり最大10名は着席できるということになる。この10名掛けのテーブルで1席ずつ空席を設けて配置した場合、着席できる人数は10名の半分の5～6名という計算になる。ホテルの宴会場は通常、10名掛けの大型円卓が何卓入るかで、収容可能人数の最

大値を表している。例えば、正餐スタイルの披露宴で最大100名可能という記載がある宴会場の場合、大型の円卓が最大で10卓入るという計算である。会場内に置ける卓数は変えないとしても、1卓に対する着席人数が減少する場合には当然、披露宴の平均人数もさらに下がってくることになるであろう。ゲストハウスなどにおいては直径135～150cmのテーブルに6～8名掛けが一般的とされており、1席開けた場合には3～4名掛けのテーブルになってしまうため、こちらは更に卓内での招待客の配置の仕方が難しくなるであろうと推察する。

間隔に関するガイドラインを受け、ホテルのブライダル担当者に調査した所、披露宴を延期後に実際に披露宴を行うことが可能になった夏以降に施行した披露宴で、披露宴会場を広い会場に変更した新郎新婦は少なかったということであった。会場の収容可能人数が半減しているという事であるならば、広い会場に変更するという新郎新婦が存在するのではないかと考えたが、そういったケースは思ったほどいなかったということである。会場側が考える原因としては、披露宴の収容人数が減少すると同時に、披露宴参加人数も減少しているとの事であった。つまり、施行が可能になってから現在までの披露宴については新型コロナウイルスの影響で、年配の出席者による参加の見合わせ、遠方からの招待客が東京まで来ることができないなどという事情もあり、出席人数も減少したようである。そのため、広い会場への会場変更が少なかったという訳である。しかしながら、今後、人々の往来が可能になった場合には広い会場への会場変更の希望が出てくる可能性もある。会場側としてはいかに早めのタイミングで調整できるかが鍵となってくるであろう。

そして、披露宴に参加する人数の減少は、今まで年々減少してきた平均披露宴参加人数の減少により拍車をかける結果になるのではないだろうかと思われ推察する。現在も新型コロナウイルスの影響は続いており、落ち着いたとしても披露宴人数が劇的に増えるということは考えにくい。今回の新型コロナウイルスの影響で新郎新婦も会場側も会場の最大値一杯までの人数で披露宴を設定するということはなくなり、ゆとりを持った会場設定が通常になってくるのではないかと考える。最近では招待状内に別付箋で「ご出席並びにご欠席の判断はご無理のない範囲でご返信くださいますようお願い申し上げます」という一文を入れている会場もあるという。こういったことがニューノーマル時代における通例となってくるようであれば、平均人数の減少はさらに進むのではないかと推察される。

(2) 今後の余興についての考察

今後の余興についても今回の新型コロナウイルスの影響により変化が生じると考えられる。まず、考えられるのが「密」というワードについてである。ガイドラインにも記されている通り「密」にならないことというのが重要なことである。記念に残る、新郎新婦と各卓の招待客との「各卓写真撮影」については、撮影の際は若干の「密」に注意しながら対応していくものとしても、余興として複数人で行うものは今後少なくなっていくであろうと推察される。以前は披露宴の時間全体で可能な限りの余興を行うことが通例であった。新郎側親族、新婦側親

族、新郎側友人、新婦側友人とそれぞれのカテゴリーで複数組の余興があり、3時間の披露宴で8組～10組程度の余興がある披露宴も存在していた。さらに、余興があまりにも多い時には新郎新婦の中座中に、新郎新婦が見ていない中で余興をしなければならないということもあり得たのである。近年では以前と比べれば余興の数は減少している。理由としては新郎新婦が招待客の皆に感謝を直接伝えられるような時間を設けたいというのが大きな原因であろう。以上の理由から昨今の披露宴では目いっぱい余興を入れるのではなく、ゆとりを持った余興の設定を行っていた披露宴が多かった。しかしながら、このコロナ禍の現状において、複数人での余興は避ける、大声での余興も避ける、マイクの使いまわしは避けるとなるとさらに余興が減少するのではないかと推察される。以前のようなカラオケを中心とした余興や複数人での演奏などは今後、特に減少するものと考えられる。ウエディング担当者の話によれば、やはり現在では余興がかなり少なくなっているとのことである。この流れは今後も当面の間は継続していくものと推察され、その後も余興を多数行うような披露宴は当分の間、増加してくることはないのではないかと考える。余興よりも招待客と触れ合う時間を取りたいというのがニューノーマル時代の新郎新婦の考え方になってくるであろうと推察する。

(3) AI技術を取り入れた披露宴についての考察

齊藤（2019）では主にLINEを中心としたSNSでの「オンラインウエディング」について考察していた。このコロナ禍の現在においては、まさしく「オンラインウエディング」の推進が目立っており、実際に披露宴で導入された事例もあったようである。しかしながら、全体的にオンラインのみのウエディングを行った場合には、あまり評判がよくないという話も聞く。ブライダル産業新聞の調査によればオンラインウエディングに参列したいかという問いに対し、「参列したい」が28.3%、「参列したくない」が38.3%と、「参列したくない」が10ポイントも上回っているのである。新型コロナウイルスが拡大しつつあり、外出することがなかなかままならない状況の中でも、オンラインウエディングに対し「参加したくない」という層が多いという事は、今後もオンラインウエディングを肯定する意見は余り増えていかないのではないかと推察される。さらにはオンラインウエディングを経験した新郎新婦に至っても、「少しでも多くの人にリアルで会いたかった」という意見が出ていることも考慮すると、「オンラインウエディング」というよりは今後はリアルな出席とオンラインが混在する「ハイブリット型」のウエディングが伸びてくるのではないかと推察される。披露宴の場に来てもらえる招待客は来ていただいたうえでリアルな披露宴に参加してもらい、遠方や高齢の招待客で、披露宴会場まで来るのが難しい招待客にはオンラインでの参加という、リアルとオンライン両方を取り入れた「ハイブリット型」が主流になってくるのではないかと考える。筆者も以前、海外のお客様による披露宴の余興を同時中継したことがあったが、当時はSkypeなどしか一般に認知されている中継システムがなく大変苦勞した記憶がある。コロナ禍の現在においては多くの方がLINE、Zoom、GoogleMeetなど同時双方向中継のアプリに触れる機会が増えている。同時

中継が当たり前のようになった今、披露宴においても大きな支障もなく、ますます導入されていくものと推察される。

ただし、オンラインでのウエディング中継については考慮しなければならない課題がある。そのうちの最も大きなものは「音楽著作権」についての対応である。会場で音楽を流す場合には明確なルールがあり、それに対する料金設定も定められているが、音楽を映像に乗せて中継してしまうと別途、著作権の対象となりうるのである。この部分は業界全体で検討しルールを明確にすべき部分であるが、今後、スムーズにルール化ができることを期待したい。

また、オンラインウエディングの一般化に伴い、その他のAI技術を導入したウエディングについても今後大きく伸びが期待されるのではないかと推察する。これは余興の部分にもおおいに関連する事象であるが、披露宴分野におけるVR（仮想現実）、AR（拡張現実）の導入に関しては今後ますます推進されていくであろうと考える。VRについては披露宴会場内においても使用用途はあるであろうが、披露宴に参加できない招待客が遠方などでVR技術により披露宴に参加しているように感じることはできるのではないかと考える。また、ARについては「ポケモンGO」などに代表されるシステムで、もともといない人がその場にいるように見せることができるという利点があるので、今後、集合写真などの場面や余興の場面などにおいて活用される場面が増加していくであろうと予想できる。

IV. まとめ

今回の研究を通して、近代の披露宴におけるトレンドが変化する際には、災害をはじめとした様々な事象を経験したうえで、変化していったと感じた。関東大震災の際に日比谷大神宮が焼失したことによるホテルウエディングの隆盛やバブル崩壊後の「ジミ婚」、また、東日本大震災後の「アットハート婚」など様々な披露宴スタイルがその時代時代で確立されていった。前述した通り、東日本大震災の後には婚姻組数が増加した。今回のコロナ禍の中においても、ブライダル業界の中で、結婚紹介所などのいわゆるマッチング関連の業種が好調であると聞く。このような有事の後で結婚の良さを再認識し、結婚に向けて行動に移している男女が増えているということがわかる。少子高齢化時代を迎え、婚姻組数は年々減少していく事が予測されている。今後、そのような男女が一組でも多く、自分たちが希望するスタイルで披露宴を行ってもらえるようになることを願っている。

コロナ禍の現状においても、新郎新婦だけでなく会場担当者をはじめとしたウエディング業界関係者も新たなウエディングスタイルについて模索している最中であると考えられる。ブライダル産業新聞にも新たな結婚式のスタイルとして、「2020年、2021年の2回に分けて披露宴を開催」「慣れ親しんだ実家・おうち結婚式」「ゲスト参加型フォトウエディング」「ホテル丸ごと貸し切りウエディング」など披露宴に限ったことでなく、様々なウエディングスタイルが提案されていた。今回のコロナ禍を乗り越えた先にある「ニューノーマル時代スタイル」が新たなウエディングスタイルとして、今後確立されていくのではないかと推察する。

最後に、このコロナ禍を乗り越え、新郎新婦が心からよかったと思えるような披露宴スタイルが確立されることを切に願っている。今後も披露宴のスタイルを注意深く研究しつつ、これからのウエディング業界全体がどのように変貌を遂げていくのかについても注視していきたい。

【注】

- 1) リクルートブライダル総研「ゼクシィ結婚トレンド調査 首都圏2019」<https://souken.zexy.net> (2020.10.10)
- 2) 公益財団法人日本ブライダル文化振興協会ホームページ <https://www.bia.or.jp/> (2020.10.10)

【引用文献・参考文献】

- 徳江順一郎（2014）『ブライダルホスピタリティマネジメント』、創成社
徳江順一郎（2019）『セレモニー・イベント学へのご招待』 晃洋出版
高群逸枝（1963）『日本婚姻史』 至文堂
田澤昌枝・境真一（2004）「挙式・披露宴におけるブライダルビジネスの現状と戦略」『東京家政学院大学紀要』第44号、pp91-109
齊藤彰（2019）「オンラインウエディングの可能性 1-オンラインウエディング実現に向けての考察」『埼玉女子短期大学紀要』、第40号、pp151-159
『ブライダル産業新聞』ブライダル産業新聞社
『ゼクシィ結婚トレンド調査 首都圏2019』リクルートブライダル総研
『週刊東洋経済』2015年1月17日号、東洋経済新報社
「結婚スタイルマガジン」<https://www.niwaka.com/ksm> (2020.10.10)