

ファッションデザイナーとしての立場だけでなく、ブライダル業界の第一人者としても様々なアイデアを具現化してきた、ユミカツラインターナショナル（東京都港区）の桂由美氏。今年はプロポーズの日の更なる拡大や、アニバーサリーウエディングの普及も目指していく。ほかにも神社挙式の活性化など、業界向上の取り組みは注目だ。

芦屋でアニバーサリーW開催

未婚少子化対策に恋人の聖地が果たす役割

アジアの富裕層が集まる【タイ】での展開に向けて

——昨年末にはタイに行ってきたそうですが、新たな海外展開のニュースですか。

桂「400名規模の工場を持つ企業から、タイでのライセンスに関する話です。実際に現地に行ってみると、大きな驚きを受けました。バンコクには富裕層向けのショッピングセンターがあり、そこではウエディングドレスのショップも展開しています。ショップで話を聞いてみると、つい先日も380万円のウエディングドレスが売れたということでした。その店は、一番安価なドレスでも40万円。タイだけでなく、アジア各国の富裕層が高価なドレスを求めて購入しに来ています。ユミカツラインターナショナルは、これまで中国、ミャンマーと2ヶ国でライセンス契約による展開をしてきましたが、東南アジアの富裕層の購買力が飛躍的に高まっていることには驚きました。まだタイとの契約はこれからですが、このエリアは今後も注目が必要と痛感しました。」

——タイは中国の富裕層からも人気のリゾートエリアですから、確かに高価格帯のドレスが

売れているというのも納得できます。ドレスについては、5年前から着手している友禅を使用したものが、フランスで人気になっているようですね。

桂「ドレス着用率が3%だった時代から、ウエディングドレスのデザイン・販売をスタートし、現在は着物との割合も逆転しています。一方、着物の着用率が下がったことで、京都では多くの衣裳店もなくなり、それに伴い友禅も厳しくなってきたわけです。日本が誇るアーティスティックで美しい文化を残す意味でも、友禅の職人の技術をドレスでも活かしていこうと始めました。フランスでは、日本文化への注目度も高まっており、パリコレの影響もあって人気が出始めています。」

——昨年の10月には、光の道で有名な福岡県の宮地嶽神社の境内で、ブライダルショーを開催しました。こういった経緯からですか。

500名招いたパーティー結婚への憧れを生み出す

桂「結婚の実施比率の減少により、結婚式が少なくなっている神社も増えています。私自身、神社結婚式はもっと魅力が高められる見直しができるのではと考えていました。神社のロケーションは素晴らしく、あれだけ素敵なお空間はこれから作ると思っても出来ないわけですから。宮地嶽神社と話をしながら、何か新しい事が出来ないかという流れの中で、境内を使ってブライダルショーを開催することになりました。ショーは昼

と夕方の2回開催。ステージを作り、洋装和装合わせて40点を披露。神社の雰囲気もあり、素晴らしいショーになりました。今後はショーだけでなく、新しい考え方で結婚式など、様々な提案を進めていければと考えています。」

——今年の3月には、神戸の芦屋で結婚15周年の水晶婚のパーティーも開催します。アニバーサリーウエディングの一つの形として発信していきたいの思いを持っています。

桂「アニバーサリーウエディングは、普及させていきたいことの一つです。欧米では、夫婦になった後の結婚周年を祝うパーティーは当たり前であり、結婚式当時のことを再現すると、より幸せになれるといった考えも根付いています。結婚式で着たドレスをもう一度着る。同じ場所で、同じ人を招き、同じ料理を出すなど。これを日本にも広めたいと考え、以前、歌手の橋幸夫さんの結婚30年のアニバーサリーウエディングを開催したことがあります。結婚式も開催し、500名を招いてのパーティーでしたが、終わった後に【開催して良かった】と本人から感謝されました。普段は家で奥さんとケンカをすることもあり、それを見てきた子供たちが結婚に疑問を持っていたそうです。ところが、改めて両親の結婚式に参加したことで、結婚への憧れが強まったとのことでした。結婚をしなくてもいいという人が増えている今だからこそ、これは大切なことです。」

桂「友人にアニバーサリーウエディングを提案したところ、周りに声を掛けてくれました。3月の水晶婚の夫婦は、結婚式の時はウエディングドレスを着用したため、今後は和装を着たいという希望があり、儀式は神社にお願いする予定です。またその後にはパーティーも開催します。まだまだ習慣として根付いていませ



ユミカツラインターナショナル
ブライダルファッションデザイナー

桂 由美氏

んが、少しずつ事例を増やすことで、新しい結婚式として広めていきます。」

——桂さんは、婚活の活動にも積極的に対応しています。

桂「婚活は、未婚少子化対策という、文化的・社会的な意義があります。ブライダルの一員として、ビジネスの観点とは別にしっかりと取り組んでいく必要があるのではないのでしょうか。いかに多くの結婚を生み出していくことが出来るか。それが結果としてブライダル業界のマーケット拡大に繋がってくるわけですから。」

桂「未婚少子化対策の一環として、恋人の聖地をいかに組み込んでいけるかも大きなテーマです。恋人の聖地は、全国で150ヶ所を超え、サテライトも含めれば300ヶ所に達します。合わせて、毎年6月の第1週の日曜日に設定している、プロポーズの日の【プロポーズコンテスト】の応募も、去年は3000件を超えました。恋人の聖地、プロポーズの日への注目が高まっていることを、いかに未婚少子化対策に繋げられるか。恋人の聖地に関しては、行政が認定を受けているケースも多いため、その長が集まった会も発足しています。各自治体にとっても、未婚少子化対策は大きなテーマであり、行政のパワーを加えることで、今後は大きな流れを作れるのではと期待しています。」



▲光の道で有名な宮地嶽神社でのブライダルショー