

ノースフィールド シャツなど小物類のセット販売で平均客単価16万円!

ブライダルグループのアクア・グラツィエ(東京都渋谷区)は、イタリアを中心としたインポートアイテムを扱っている。平均価格は1着15万円前後。他社の代表的なメンズアイテムに比べて高価格帯に位置するアイテムだ。同社では昨秋からメンズコスチューム単独の展示会・ファッションショーを定期的に開催。今後も積極的にイベントを開催することで販路の拡大を目指す。

ビニックス(千葉県八街市)は、タキシードをはじめとするフォーマルウェアの製造卸販売を行っている。高須第二社長は、昨年ごろから新郎や会場の関係者から各種アイテムの使い方やコーディネートなど、細かな質問を受けることが急増したとの実感を覚えていると語る。

老舗テラーも
婚礼衣装に新規参入

新郎向け衣裳への関心が高ま

ノースフィールド(東京都豊島区)が運営する「メンズブライダル.COM」ではオーダーメイドのロングタキシードやフロックコートなどメンズフォーマルを販売している。挙式後に通常のスーツとして着られるよう再加工のサービスも人気だ。

同社が販売しているのは新郎をはじめ親族用のメンズフォーマル。職人が採寸から製作まで全て手作業で行っている。会場のテナント衣装店には在庫していないサイズに対応しているだけでなく、布地やデザインなど細かなこだわりに応えることができる点が大きな魅力だ。価格はタキシードの場合1着9万8000円から販売している。また、同様にフロックコートやモーニン

挙式後
スーツへ再加工
できる
メンズ
フォーマル



▲平均約16万円で発売



▲挙式後はビジネススーツとして

グなども10万円前後から販売している。シャツや靴など小物類も販売しており平均客単価は16万円程度。貸衣装を使用する場合に比べ単価アップにもつながらる。

また、挙式後には通常のスーツへ再加工する点も大きな魅力。ビジネスをはじめとする様々なシーンで着用することができるとカップルにとっては

値打ち感がある。

現在、同社では自社のインターネット上でカップルに直接販売している。毎月5組程度のカップルから受注しているが、今後は拡販のためドレスショップなど他社を通じた販売にも積極的に。ジュエリーショップとの相互送客なども行っていく方針だ。また、花嫁の父親への販売も強化していきたいという。

っていることを象徴する、1つのエピソードと言える。また、

新婦の父親への販売もビジネスチャンスと見て拡販を目指す。

こだわりを追求する層に向けて、老舗テラーも動き出した。「テラーキタハラ」を運営するノースフィールド(東京都豊島区)は、昨年秋からテラーメイドによる男性用婚礼衣装の開発およびスーツへの仕立て直しサービスを始めた。

同社は自社ホームページ上でカップルへ直接販売する形を取っている。同社の北原信太郎社長は開始当初、新郎が新婦に引き連れられて来店するパターンを想定していたというが、実際には来店するほとんどの新郎客が積極的に質問をするなど、「男性主導」の購買活動になっているという。

「男性だけで来店されるケースも3割程度いらっしゃいます。予想外でしたが、男性の関心が高さを実感しています」(北原社長)

盛り上がりを見せるメンズコスチュームマーケット。だが、先にも触れたとおり新郎を主役

ブライダル産業新聞2008年3月掲載
されました。