



# ウズベキスタン ブライダル産業

JETRO

BOP／ボリュームゾーンビジネス実態調査レポート

調査日：2017年8月

## ■ ウズベキスタン共和国 — 基礎データ —

- 面積：448,900平方キロメートル〔日本の約1.2倍〕
- 人口：3,212万人（2017年初 国家統計委員会）
- 首都：タシケント／人口約242万人（2017年初時点）
- 名目GDP総額：665億ドル（2016年）
- 1人あたりのGDP（名目）：2,122ドル（2016年）
- 実質GDP成長率：7.80%（2016年）
- 為替レート：1ドル ≒ 2,962 ウズベキスタン スム（2016年平均値）

出所：JETROホームページ「ウズベキスタン概況（2017年12月更新）」



## 1 ブライダル産業の概要

中央アジア諸国の結婚式および披露宴には、各国固有の特徴がある。ウズベキスタンの婚礼行事は、特に花嫁側に相当の費用がかかる。ウェディングパーティーは1日かけて行われるが、結婚式の前後には、さらに時間を要する伝統儀式も行われる。

地元の伝統文化と海外の文化を組み合わせる結婚式がトレンドとなっている。ウズベキスタンでは、海外の様々な伝統的婚礼の習わしが慎重に試行されており、現在では、地元の婚礼行事と緊密に連携させているものもある（「ラブストーリー」と呼ばれる写真や動画による新郎新婦の紹介、新たなスタイルのウェディングドレスや新郎のスーツ、特別な装飾、ワルツ、ドローンを使った空中撮影など多数）。しかし、ほとんどのが、伝統的な婚礼儀式に組み合わせられている。

## 基本的な結婚の流れ

特別なデートで女性がプレゼント（ゴールドのジュエリーのプレゼントが典型的）を受け取ると、両親が顔合わせをし、若い二人の決断を確認し、日取りを決める。一般的には5カ月後とすることが多い。ここから、伝統に従い様々な準備が始まる。結婚式の前行われる行事の中で、最も重要なものの一つが婚約（「パタハ」と呼ばれる）である。通常、新郎の父親、祖父、叔父（計4～6名）が、花嫁の家に行き、「パタハ」の確認として「国のパンを切り分ける」特別な儀式を執り行う。新郎達は、新婦の持参金として、季節ごとの衣服、靴、化粧品、アクセサリなどのギフトを持って行く。また、多種類の果物やお菓子、チョコレート、伝統菓子、多種類の料理、ホットプレート料理の数々、国のパンなどの食べ物も持って行く。これらの料理は、膨大な量が用意され、大きな鍋に入れられるが、鍋10個以上になることもある。



この時に行われるまた別の重要な儀式として、新郎の家族から「Sut Khakki」(母の乳)と呼ばれるお金が新婦側の家族に渡される。金額は家庭の収入によって異なるが、1,000米ドル～5,000米ドル相当が渡される。このお金は主に、大量の「ウェディングピラフ」や新婦のウェディングドレスのレンタル費用などの結婚式費用として使われる。新婦の家族は、お返しに、季節ごとの衣服、新郎用化粧品一式やアクセサリーの入った新郎持参金のセットとともに、料理、お菓子、伝統菓子が入った同数の鍋を贈りかえす。

通常、結婚指輪は新郎が購入する。



- 「ウェディングピラフ」の行事は、男性のみが参加する。新婦側家族は、男性だけのために「ウェディングピラフ」を用意する。



- 結婚式当日、新郎とその友人が、レンタルしたリムジンや車で新婦の家に行く。



- 国内の音楽バンドが、「Karnay」「Surnay」と呼ばれる大きなホーン楽器を使い、新郎の家で伝統音楽を演奏する。



- 写真担当者は、一日中、結婚式の撮影に追われる。ムービーとフォトアルバムを作成するのである。

- 結婚式は、バンドの演奏とともに進行し、著名な演奏家も参加する。また、プロの司会者が式を進行し、演奏者を紹介する。式には、新郎新婦の近親者が招待され、挨拶を交わす。また、特別なダンスグループがダンスを披露し、新郎新婦は、ウェディングワルツを踊る。ゲストは、比較的新たなトレンドとなっている「ラブストーリー」(プロが撮影した新郎新婦のショートムービーや写真)を鑑賞する。結婚式では、すべてのゲストがダンスや様々な料理を楽しむ。

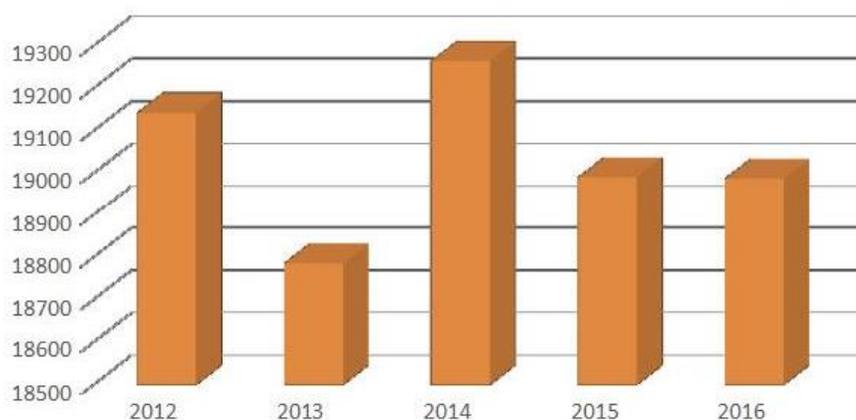


## 結婚式の平均的費用(中所得者層)

費用項目	金額 (ウズベキスタンスム)
KarnayとSurnay - 国のホーン楽器バンド	600,000
「ラブストーリー」用写真撮影	1,000,000
写真撮影-1日	3,000,000
ビデオ撮影-1日	5,500,000
車、リムジン(ベンツSクラス1台、レンジローバーSUV 3台)	4,000,000
新郎用スーツ	2,500,000
新婦ドレス(レンタル)	4,000,000
結婚指輪-新郎	1,200,000
結婚指輪-新婦	2,300,000
レストラン: 飲食物	37,200,000
ショープログラム: ダンスショー、バンド演奏、歌手、その他エンターテイメント装置など	23,050,000
合計	84,350,000

## 2 ウズベキスタンのブライダル産業の市場規模

タシケント市の登録婚姻数



## 結婚年齢 (2016)

### 結婚女性の年齢層別人数(ウズベキスタン-全地域)

1. 20-24歳 (159,351人)
2. 18-19歳 (54,914人)
3. 25-29歳 (36,601人)

### 結婚男性の年齢層別人数(ウズベキスタン-全地域)

1. 25-29歳 (125,804人)
2. 20-24歳 (107,271人)
3. 30-34歳 (21,491人)

非公式情報によると、結婚式を実施する夫婦の割合は、婚姻全体の約96%となっている。

### 3 コーディネーターによる分析

結婚行事のイベント管理や主催をする産業に従事する企業や個人は増加しているが、このようなサービスの主要顧客は、平均以上の所得水準の家庭や個人となっている。中所得者層の家庭や個人では、許容できる予算で呼べる歌手を手配する代理店や写真やビデオ撮影のチームなど、部分的サービスを提供する会社を利用している。代理店により提供されるサービスは、結婚式だけに限らず、私的な誕生日から会社や組織の主要行事に至るまで全ての慶事に係わる行事を取扱っている。

今日では、今までにない新たなサービスを希望する人も一部に出てきており、中には予算に制限を設けない者もいる。

従来から、ウズベキスタンの結婚行事は、家庭の経済状態に多大な負担となっており、長年にわたり、家庭の貯蓄のほとんどが、結婚式費用と持参金に使われてきた。このような高額な費用を必要とする決定に重要な影響を与えるのは、社会通念である。

家族は、自分たちの結婚式がその地域や社会で最高のものであると示すために、斬新な企画を実施しようと多額の費用を費やしている。このことは、その家庭が他より幸福で裕福であることを示そうと競っているためである。

結婚式での新たな形式のイベントの登場に多大な影響を与えたのは、拡大する国家の開放、インターネット、外国文化の取り込み、東洋の伝統文化である。

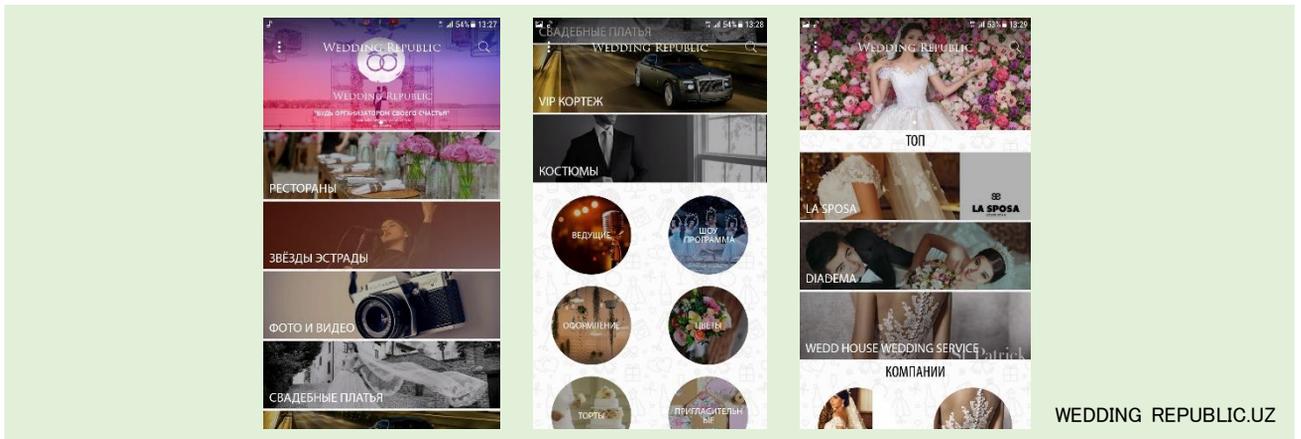
10～15年という短期間に、「ラブストーリー」や新郎新婦のワルツ、ウェディングケーキの入刀、高級な結婚式場、贅沢なショー、新婦のブーケス、レーザーショー・ダンスグループ、式前夜の男女各々の新たな形態のパーティー、新郎新婦のお色直しなど、様々な分野の事業が関与するようになった。ウェディングドレスのレンタルやゴールドジュエリーの販売、親族へのギフト事業は、収益性が高い。上流家庭のみが可能な豪華な新婚旅行も新たなトレンドとなっている。

伝統をそれほど重視しない家庭では、式を簡素化し、費用を削減する傾向にある。このような場合、新郎新婦の両親は、互いに相談し、費用を平等に負担することにより、新婚夫婦の将来の費用を蓄えることができる。また、結婚における両親の費用負担を軽くすることに意識を向ける若者が増えている。他国と比較してウズベキスタンの早婚率が高いことは、重要要素である。

#### 新たなサービス

産業の発展により、専門分野別展示会が行われるようになった。ウズベキスタンで初めて開催された「ウェディングエキスポ」は、2017年4月に行われた「イベントエキスポ2017」の一環として行われ、ブライダル市場のほぼすべての主要プレイヤーが参加した。この展示会では、ウェディングサロンや美容サロン、写真／ビデオ撮影サービス、リムジンサービス、デコレーター、ケータリング、式の招待状、フラワーデコレーター、イベント代理店、お菓子ハウス、フラワーデザインなどのサービスが紹介された。

ブライダル市場は、携帯インターネットにも進出しており、IOS(Appstore)およびAndroid(Google Play)ベースの携帯電話で利用可能なウズベキスタン初のウェディングアプリケーション「WEDDING REPUBLIC.UZ」(<http://www.weddingrepublic.uz/>)がリリースされている。このアプリケーションには、約5,000人のIOS端末ユーザーと約2,000人のアンドロイド端末ユーザーがいる。このアプリケーションは、窓口別に、ほぼすべてのウェディングサービスを提供しており、人気が高まっている。このアプリは、市場プレイヤーの広告収入を基に運営されており、将来の発展が期待されている。



さらに、ウェディングに特化した雑誌も出版されている。例えば、「The Groom and the Bride」誌 (<http://jenihinevesta.uz/>)は、2009年に創刊され、5,000部が発行されている。この雑誌は、毎月発行されており、すべての登録者、結婚式場、専門展示場およびウェディングサロンに無料で配布されており、一冊約12,000スムで有料販売もされている。雑誌やウェブサイトで、ブライダル産業に関連するあらゆる必要なサービスについての有益な情報を得ることができる。

このようなサービスを提供している会社の数が比較的少ないことから、本市場での競合相手は、非常に手強く、劇的に成長する傾向にある。今日までに、代理店数社が、受注数の少なさや、市場で成功している会社や個人と競合できないために廃業している。積極的な企業は、人気のバンドや歌手、ウェディングデザイナー、写真やビデオの撮影スタジオ、ダンス指導者、レストラン、カフェ、リムジンサービス、ウェディングドレスのレンタルサービス等のサービスプロバイダーに対して弱小の代理店や企業が競合できない特別料金を申し出て、より多くの分野のサービスを提供することにより利益を得ている。

## 日本企業がウズベキスタン市場に進出する際に考慮すべき点

日本企業のビジネスチャンスについては、現地市場における日本企業からの提案と検討が必要である。現地市場の主要プレイヤーと提携し、具体的提案に対する需要のリサーチを行うことが望ましい。インタビューを行ったすべての代理店が、日本企業から提供されるであろう革新的な提案と新しい高度な技術を用いた比類ない製品に興味を示した。あるイベント代理店からは、イベント産業固有のより親密なコミュニケーション、物流およびその他の特定の専門サービスを提供できて、イベントの要件やクライアントの要望に応じて変化させることのできる専門的ホールの開発プロジェクトが提案された。



**JETRO**

【免責事項】本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるかぎり正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。