

「新たな誓い」から新しい 撮影メニュー創造の可能性

いつでも記念日になるという発想のアプローチ

少子化や晩婚化のなか、写真館がゼロベースから撮影メニューを創造することは大きな課題のひとつだ。先月号の同コーナーで紹介した町歩きレンタル着物は、実際にサービス化された事例として好感を得た。一方、形になっているものだけを考えるのではなく、一歩先をイメージすることも必要だろう。「新たな誓い」と写真ビジネスは、親和性がある。



記念日制定証明

パウリニューアル(新たな誓い) を新たな文化として

営業写真業界ではあまり聞き慣れない「パウリニューアル」は、欧米では一般的に記念日行事として知られている。日本では近年、ウェディング分野で知られるようになってきた。またハワイなどではパウリニューアルによる挙式パッケージが人気だという。では、パウリニューアルとは一体何か。

それは約100年前にイタリアで発祥した概念で、誓いを新たにする行いである。たとえば、銀婚式や金婚式などの節目で絆を確かめ合うように、いろいろな場面でもう一度愛の誓いを立てる欧米の文化。そし

て必ずしも結婚記念日である必要はなく、出会った日や婚約をした日、子どもが生まれた日などなど、自分たちが「この日」と決めた日を「パウリニューアル デイ」として登録し、愛や絆、感謝の気持ちを確認、大切にしたい。なお日本でパウリニューアル デイを唯一認定できる団体が、一般社団法人パウリニューアル ジャパン(以下、同法人)である。

同法人の事業は大まかに4つ。写真に関する活動をする「FINDER JAPAN」、パウリニューアルの文化推進のための「LOVE FOR JAPAN」、認定オフィシアン(司式者)、認定フォトグラファー育成及びライセンス発行などの「資格制度」、式場やホテル他さまざまな企業体との共同プロジェ

クトを行うための「パートナーシップ制度」となっている。また文化推進活動のひとつとして「パウリニューアル デイ 20●●」を実施。その年にあった国民の関心が高い日(人や企業)に対し、正式な記念日として制定し証明を贈っている(歌手の安室奈美恵さんデビュー25周年、プロ棋士の羽生善治永世七冠達成、リカちゃん人形誕生50周年他、多数の著名人や企業に贈呈した)。

写真との親和性高いパウリニューアルを業界で認知アップできるか

同法人の事業であるFINDER JAPANは、セミプロ、アマチュアカメラマンなどを対



夫婦、家族、若いカップルなどパウリニューアルに関連する記念写真撮影の可能性は大きく広がっている。写真右段下:成人祝いをパウリニューアルで行ったときの1コマ。写真中:「LOVE FOR JAPAN」で開催したInstagramのキャンペーンで投稿された画面。



象としたスペシャルフォトセッションイベントを全国で開催。そのイベントのひとつである「和美写美」は、昨年は栃木県で開催。地元大手のカメラ店・サトーカメラが特別協賛した。このようにFINDER JAPANは、メディア、ブランド、企業、自治体などが官民の枠を超えて有機的なネットワークを構築し活動。その他フォトエキシビジョン、テクニカルセミナー、フォトジェニック&フォトグラファー交流会などが催される。

またLOVE FOR JAPANでは、ことし春に「#大切な日を記念日に 2018 SPRING」というスペシャルキャンペーンを実施。期間中に大切な日の日付入り写真をInstagramに投稿した全員にデジタル版の記念日制定証明をプレゼントした。

このように、同法人ではパウリニューアルと写真との親和性を強く感じている。近年は結婚式をしないカップルが増えていると聞き、フォトウェディングも一般的になっている印象だ。そうしたなかで、新たな誓いをする夫婦やカップルに対し記念写真を勧めることは、至極自然なことかも知れない。そしてパウリニューアルは、夫婦にこだわることなく、親子や若いカップル、友人同士、ペットなどさまざまな対象が考えられる。他者から見ればちょっと

したことで、任意の「記念日」で互いの関係を確認する場面において、写真は大きな意味を持つてくるのだ。

同法人が一般顧客の依頼で実施した例としては、成人式のお祝いをパウリニューアルで行ったものがある。前撮りの日に家族や親戚が集まり、同法人のパートナー企業であるホテルニューオータニで執り行ったという。単なる会食ではなく、認定オフィシアン(司式者)を立て記念日制定証明を発行。認定フォトグラファーによる撮影でアルバムを制作するなど、オーダーメイドの会となった。それを聞いて筆者は茨城などで行われる「七五三式」のような印象を持ったが、こうしたイベントを個人が開催する習慣が増えれば、ビジネス的には写真館だけではなくホテルも空室対策になるだろう。

認定制度は新ビジネスにおけるアドバンテージになり得る

同法人では、パウリニューアル文化、基礎知識を適正に運用し、セレモニーを司式することができる「認定オフィシアン」とパウリニューアルにおける写真撮影を行う「認定フォトグラファー」を育成し、ライセンスを発行している。

いまはまだ営業写真業界では認知度が低いと言わざるを得ないが、今後はインバウンド顧客が日本の風土を堪能しながらパウリニューアル+記念撮影をする需要も増えていこうし、国内でも同法人の広報活動によって広まりを見せる可能性はある。

そうしたなかで、「パウリニューアルって何ですか?」という状態では確実に出遅れる。個人だけではなく、業界全体で「新たなビジネスチャンスを育てる」という意識を持つことが肝要だろう。カジュアルに広まっていけば、認定フォトグラファーにこだわることはないかも知れないが、しっかりと認定ライセンスを持っていることが顧客への信頼やPR時におけるアドバンテージになることは言うまでもない。

なお同法人のパートナー企業には、先に挙げたホテルニューオータニグループの他、イオングループやJR西日本ホテルグループ、藤田観光グループ、大塚商会グループなど多くの著名企業が名を連ねている。営業写真業界も、これからの可能性ある流れに乗っていく準備が必要かも知れない。

一般社団法人パウリニューアル ジャパンのWebサイトはこちら。

<https://vow-renewal.or.jp>