

2015年10月14日

株式会社 リクルートマーケティングパートナーズ

# ゼクシィ 結婚トレンド調査2015

- ◆ 挙式、披露宴・披露パーティの総額は352.7万円。消費税増税による予算縮小への影響は軽微で、増税が総額を押し上げる要因に
- ◆ 「ベールダウン」の実施割合が61.0%で、挙式で実施する演出の1位に。挙式でも親やゲストが参加する場面がますます増加している

株式会社リクルートマーケティングパートナーズ(本社:東京都中央区 代表取締役社長 山口文洋)が企画運営する結婚情報誌『ゼクシィ』では、新婚カップルの結婚スタイルについて詳細に把握するために、毎年「結婚トレンド調査」を実施しています。1994年に首都圏で開始した調査は、年々調査地域を拡大し、現在では北海道、青森・秋田・岩手、宮城・山形、福島、茨城・栃木・群馬、首都圏、新潟、長野・山梨、富山・石川・福井、静岡、東海、関西、岡山・広島・山口・鳥取・島根、四国、九州の15地域による全国規模の調査を実施しています。ここに、調査結果の要旨をご報告いたします。

## <消費税の影響と挙式、披露宴・披露パーティに関する費用>……………参考資料P3～9

### 挙式、披露宴・披露パーティの総額は352.7万円。招待客1人あたりの費用は年々増加傾向に

- 挙式、披露宴・披露パーティ総額は352.7万円で、昨年の調査から19.0万円増加。消費税が8%になったことも、総額を押し上げる要因であると推定される。
- 披露宴・披露パーティの招待客人数は72.5人で、昨年の調査と同程度。
- 招待客1人あたりの費用は5.9万円で、年々増加傾向。

### 消費税増税による予算削減への影響において、「影響はなかった」人の割合が95.9%。増税による予算削減への影響は軽微

- 挙式、披露宴・披露パーティ実施者の消費税増税による予算削減への影響において、「影響はなかった」人の割合は95.9%で、「予算を減らした」人の割合は4.1%。

### 挙式、披露宴・披露パーティの費用に対するカップルの自己負担額は142.7万円

- ご祝儀総額は227.1万円で、昨年の調査と同程度。
- カップルの自己負担額は142.7万円で、昨年の調査から17.7万円増加。
- 挙式、披露宴・披露パーティ費用に対する親・親族からの援助があった人は71.3%で、昨年の調査から3.8ポイント増加。援助総額は162.4万円。

※「自己負担額」:各サンプルごとに「挙式、披露宴・披露パーティ総額(万円)」から「ご祝儀総額(会費総額×万円)」を引いて算出

## <挙式演出の変化>……………参考資料P10

### 「ベールダウン」が61.0%で、挙式で実施する演出の1位に。「リングボーイ・フラワーガール」も2010年調査から増加し、挙式でも親やゲストが参加する場面がますます増加している

- 挙式で実施した演出において、「親からベールダウンをしてもらう」(2010年調査23.2%→2015年調査61.0%)が2010年調査から37.8ポイント増加し、「列席者の子どもにリングボーイ・フラワーガールなどを務めてもらう」(2010年調査22.8%→2015年調査27.4%)が2010年調査から4.6ポイント増加。

- ◆ 出版・印刷物へデータを転載する際には、「ゼクシィ 結婚トレンド調査2015 調べ」と明記いただけますようお願い申し上げます。
- ◆ 「結婚トレンド調査2015」の詳細は、弊社『ブライダル総研』サイト(<http://bridal-souken.net>)より、ダウンロードいただけます。

リクルートマーケティングパートナーズではこれからも、ひとりひとりにあった「まだ、ここにはない、出会い。」を届けることを目指していきます。

【本件に関するお問い合わせ先】

[https://www.recruit-mp.co.jp/support/press\\_inquiry/](https://www.recruit-mp.co.jp/support/press_inquiry/)