

結婚トレンド調査2022

- **コロナ禍において引き続き迷いながら実施するも、結婚式は周囲との絆を実感したり自分の人生を肯定する場に**
コロナ禍で結婚式の実施自体を迷った割合は8割以上。結婚式を通して「列席者からの応援を実感した」「自分の人生が好きになった」と感じた割合が年々増加。
- **総額・招待客人数ともに回復の兆しと、招待客一人ひとりを大切にす気持ちの高まり**
挙式、披露宴・ウェディングパーティー総額平均が303.8万円で昨年比11.5万円増加。また、招待客一人当たりの料理・ギフトの単価は2009年以来最高。

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：北村 吉弘）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。調査結果の一部を抜粋してご報告申し上げます。

1. コロナ禍での結婚式を通して「列席者からの応援を実感した」「自分自身やこれまでの人生が好きになった」人が年々増加

結婚に対する考え方・結婚式を通して得たことは、「結婚式は列席者に感謝の気持ちを伝える場だ」「結婚式を通して、列席者から二人が応援されていると感じた」が9割以上で年々増加。「結婚式を通して、自分自身やこれまでの人生が好きになったと思う」も8割弱で、昨年調査から5.0ポイント、コロナ前の調査から11.4ポイント増加。（→P3）

2. コロナ影響による実施への迷いも引き続き高く、行動制限の発令が金額縮小や人数縮小に影響を与えた

- ・コロナ禍における結婚式の実施を迷った割合は、昨年の調査から6.8ポイント減少したものの8割以上と高い。（→P4）
- ・招待・参加人数を縮小して実施した人は、縮小せずに実施した人よりも「迷った」割合が14.5ポイント高い。披露宴・ウェディングパーティー会場予約時に想定した招待客人数と披露宴・ウェディングパーティーの招待客人数を比較すると、最終的な招待客人数は予約時よりも「80人以上」の割合が15.4ポイント減少し、「50人未満」の割合が14.6ポイント増加した。（→P5）
- ・結婚式の実施時期が緊急事態宣言もしくはまん延防止等重点措置の期間中だった人は、どちらでもなかった人よりも、「予算・金額を縮小して実施した」「招待・参加人数を縮小して実施した」が6ポイント程度高い。（→P6）
- ・入籍から挙式実施までの期間の平均は、コロナ禍前よりも長くなった昨年の調査をさらに上回り、調査開始以来最長の9.5カ月間。（→P7）

3. 挙式、披露宴・ウェディングパーティーの総額平均は303.8万円で、昨年の調査から11.5万円増加。招待客一人ひとりを大切にす気持ちの高まりも

招待客一人当たりの料理費用〔飲み物を除く〕の平均は1万6,700円で年々増加。一人当たりのギフト費用の平均は6,900円で2年連続増加。これらの項目について全国値推計を開始した2009年以来最高となった。昨年の調査からさらに招待客一人ひとりに費用をかけるようになってきていることから、招待客一人ひとりを大切にす気持ちが高まった可能性がある。（→P8～10）

4. 招待客人数平均は昨年比で微増した

披露宴・ウェディングパーティーの招待客人数の平均は43.2人で、昨年の調査から0.4人増。（→P11～12）

5. オンライン打ち合わせの利用理由は感染症対策から利便性へ変化

決定した会場がオンライン打ち合わせに対応していた割合は56.4%で、昨年の調査から12.3ポイント増加。「利用した」割合は44.0%で、昨年の調査から5.5ポイント増加。オンライン打ち合わせを利用した理由は、「感染症などでも安全に利用できるから」が12.9ポイント減少した一方で、「実際に足を運ぶ時間をとられないから」が昨年の調査から10.0ポイント増加した。（→P13）

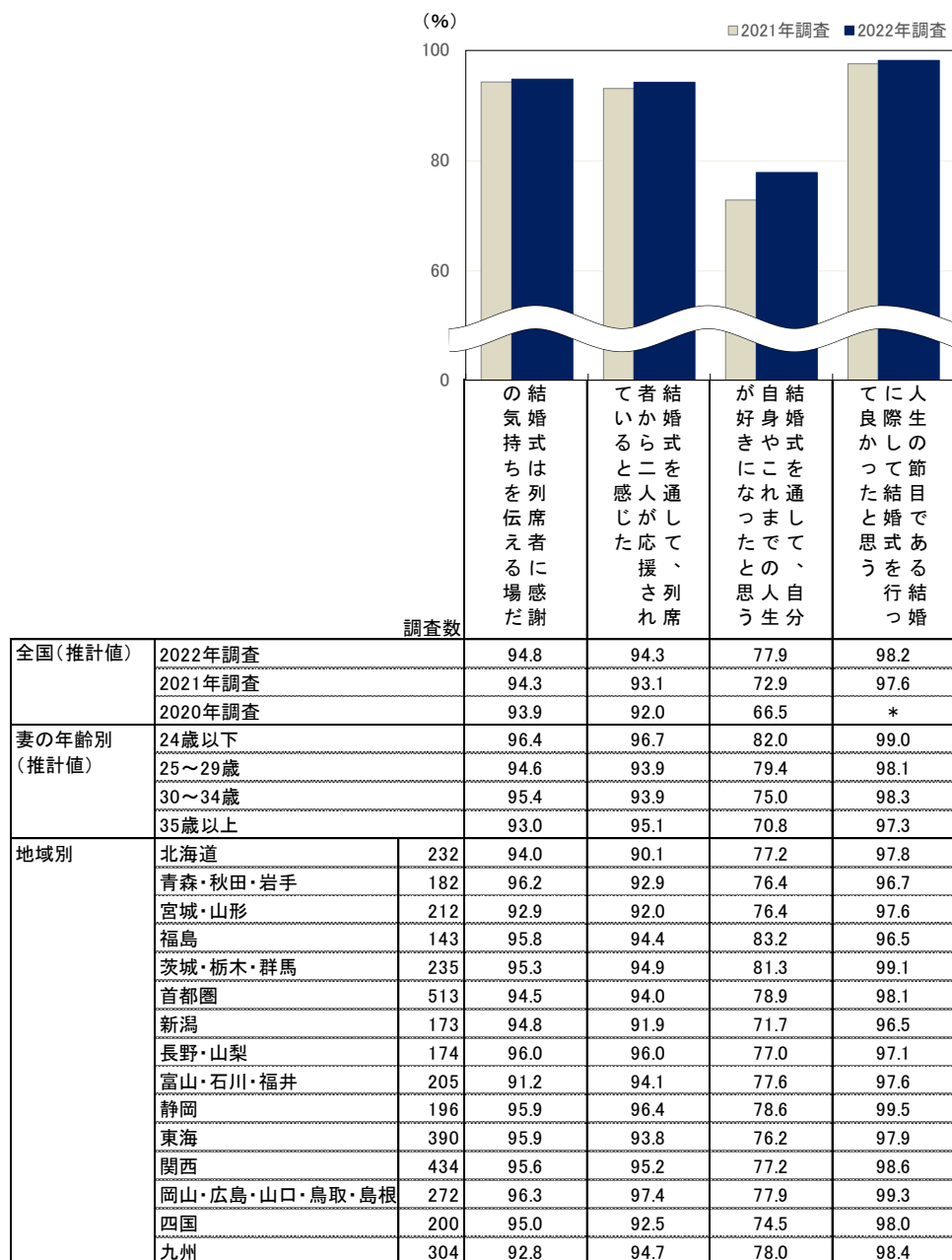
本件に関する
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

1. 結婚式を通じて得たこと

- 結婚に対する考え方・結婚式を通して得たことは、「結婚式は列席者に感謝の気持ちを伝える場だ」「結婚式を通して、列席者から二人が応援されていると感じた」が9割以上で年々増加。また、「人生の節目である結婚に際して結婚式を行って良かったと思う」も98.2%で昨年の調査から増加。
- 「結婚式を通して、自分自身やこれまでの人生が好きになったと思う」も8割弱で、年々増加。昨年調査から5.0ポイント、コロナ前の調査から11.4ポイント増加。

■ 結婚に対する考え方・結婚式を通して得たこと（全体／それぞれ単一回答）

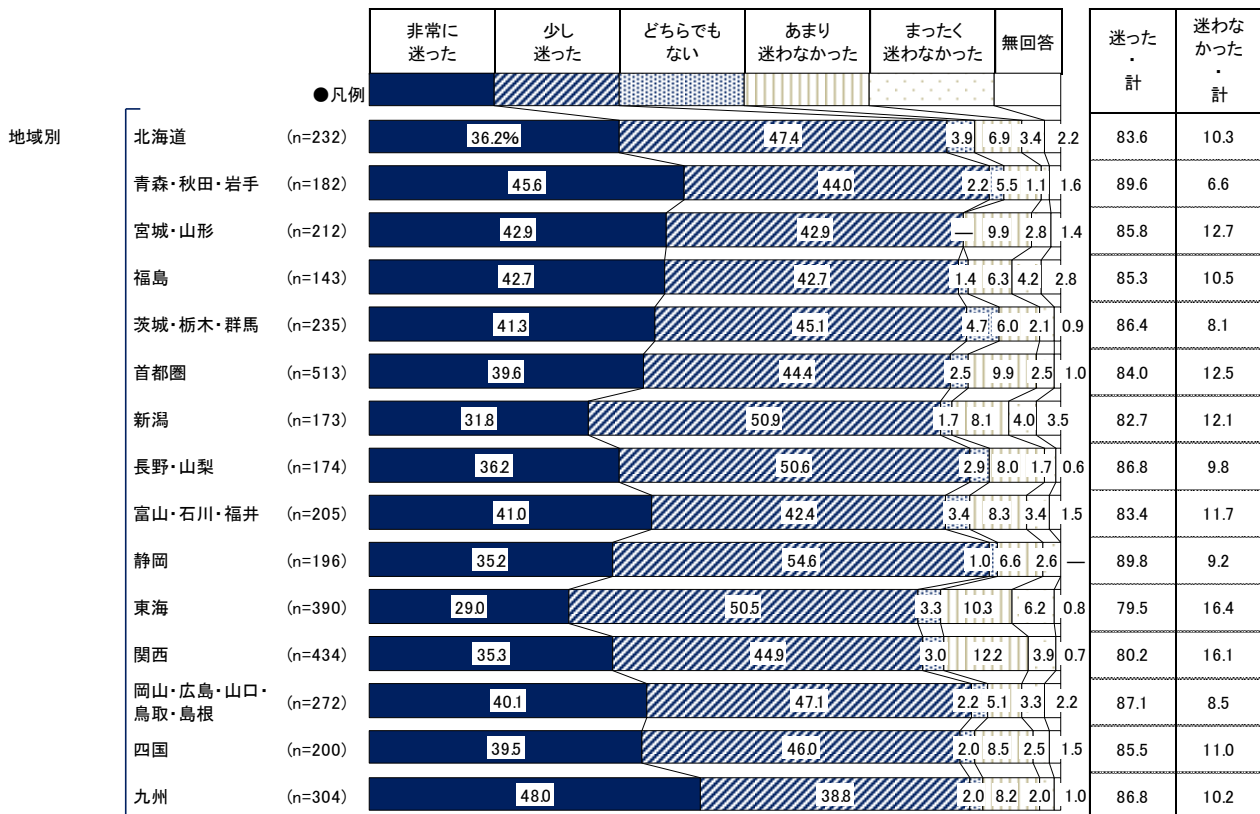
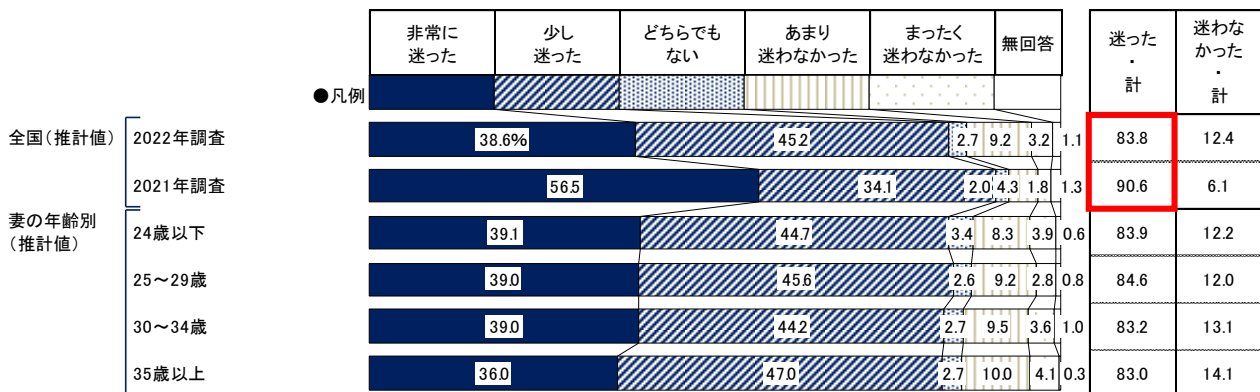


※「非常にそう思う」「ややそう思う」「どちらともいえない」「あまりそう思わない」「まったくそう思わない」の5段階のうち、「非常にそう思う」「ややそう思う」のいずれかを回答した人を集計

2. 結婚式実施に対するコロナ禍の影響

コロナ禍での挙式、披露宴・ウエディングパーティー実施について「迷った・計」は8割以上。昨年の調査から6.8ポイント減少したものの、引き続き実施を迷う割合は高い。

■ コロナ禍での挙式、披露宴・ウエディングパーティー実施をどの程度迷ったか（全体／単一回答）

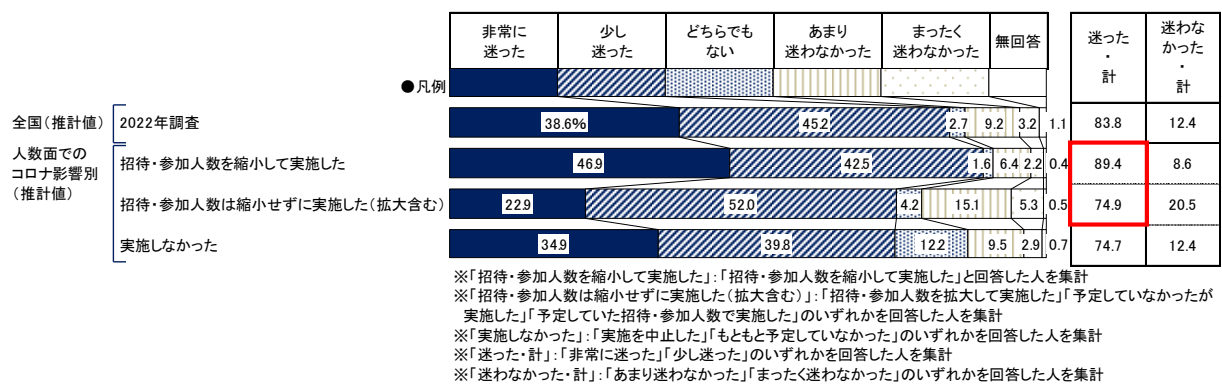


※「迷った・計」:「非常に迷った」「少し迷った」のいずれかを回答した人を集計
 ※「迷わなかった・計」:「あまり迷わなかった」「まったく迷わなかった」のいずれかを回答した人を集計

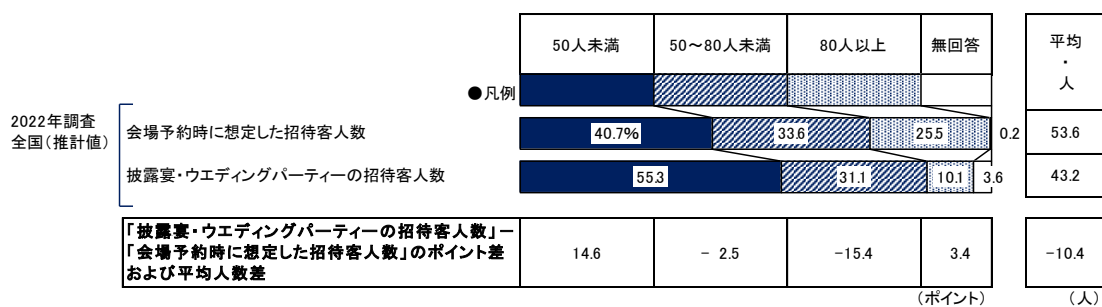
2. 結婚式実施に対するコロナ禍の影響

- ▶ コロナ影響で披露宴・ウエディングパーティーの招待・参加人数を縮小して実施した人は、縮小せずに実施した人よりも「迷った」割合が14.5ポイント高く、「人数縮小」と「コロナ影響による迷い」が関係している。
- ▶ 披露宴・ウエディングパーティー会場予約時に想定した招待客人数と披露宴・ウエディングパーティーの招待客人数を比較すると、最終的な招待客人数は予約時よりも「80人以上」の割合が15.4ポイント減少し、「50人未満」の割合が14.6ポイント増加した。

■ 人数面でのコロナ影響別 コロナ禍での挙式、披露宴・ウエディングパーティー実施をどの程度迷ったか (全体/単一回答)



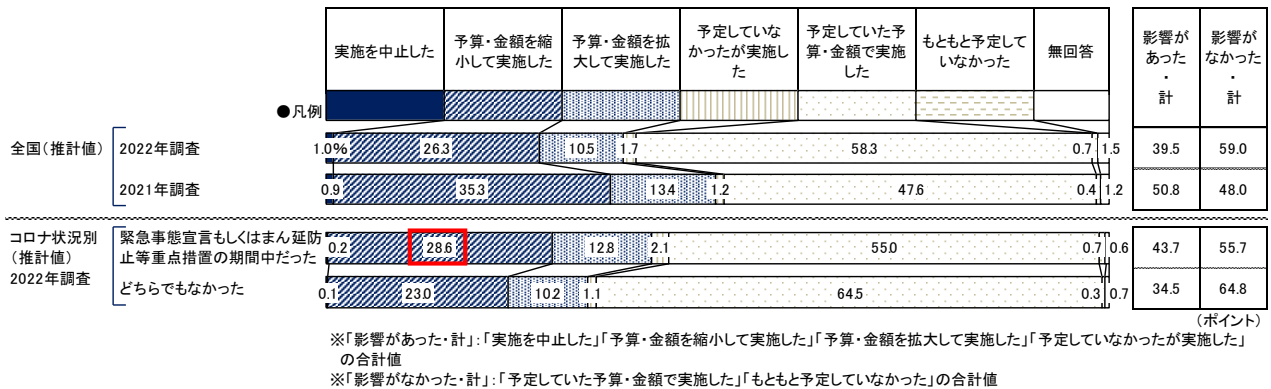
■ 披露宴・ウエディングパーティー会場予約時に想定した招待客人数と披露宴・ウエディングパーティーの招待客人数の比較 (披露宴・ウエディングパーティー実施者/それぞれ単一回答)



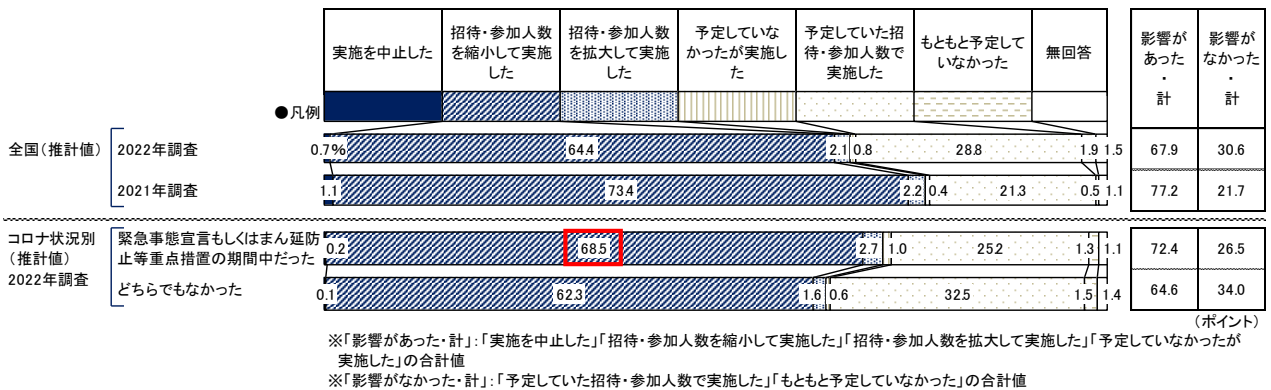
2. 結婚式実施に対するコロナ禍の影響

新型コロナウイルス感染症による挙式、披露宴・ウエディングパーティーへの影響をコロナ状況別にみると、緊急事態宣言もしくはまん延防止等重点措置の期間中に挙式、披露宴・ウエディングパーティーを実施した人は、期間外に実施した人よりも、「予算・金額を縮小して実施した」「招待・参加人数を縮小して実施した」が6ポイント程度高い。

■ コロナ状況別 新型コロナウイルス感染症による挙式、披露宴・ウエディングパーティーへの予算・金額面での影響（全体／単一回答）



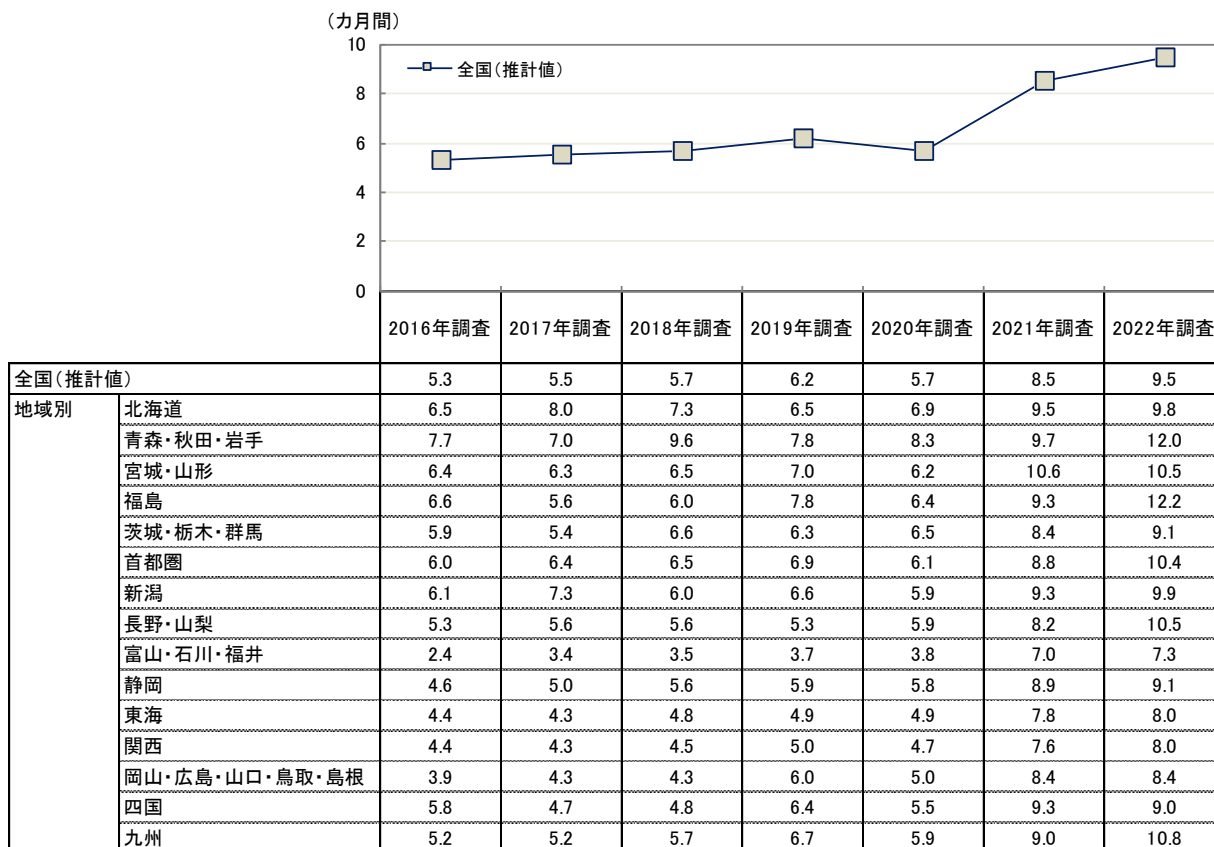
■ コロナ状況別 新型コロナウイルス感染症による挙式、披露宴・ウエディングパーティーへの招待・参加人数面での影響（全体／単一回答）



2. 結婚式実施に対するコロナ禍の影響

入籍から挙式実施までの期間の平均は、コロナ禍前よりも長くなった昨年の調査をさらに上回り、調査開始以来最長の9.5カ月間となった。

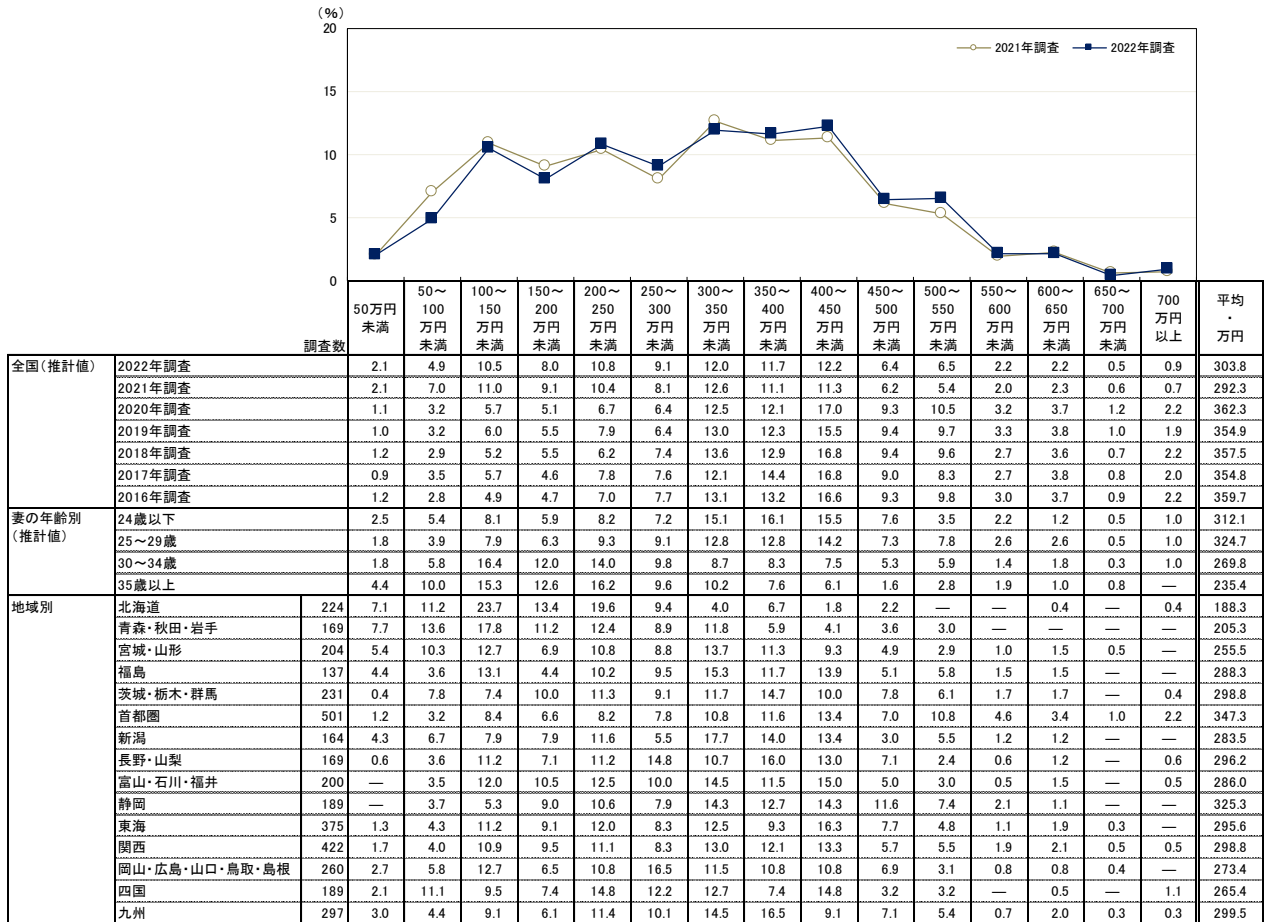
■ 入籍から挙式実施までの期間の平均推移（挙式実施者のみ／単一回答）



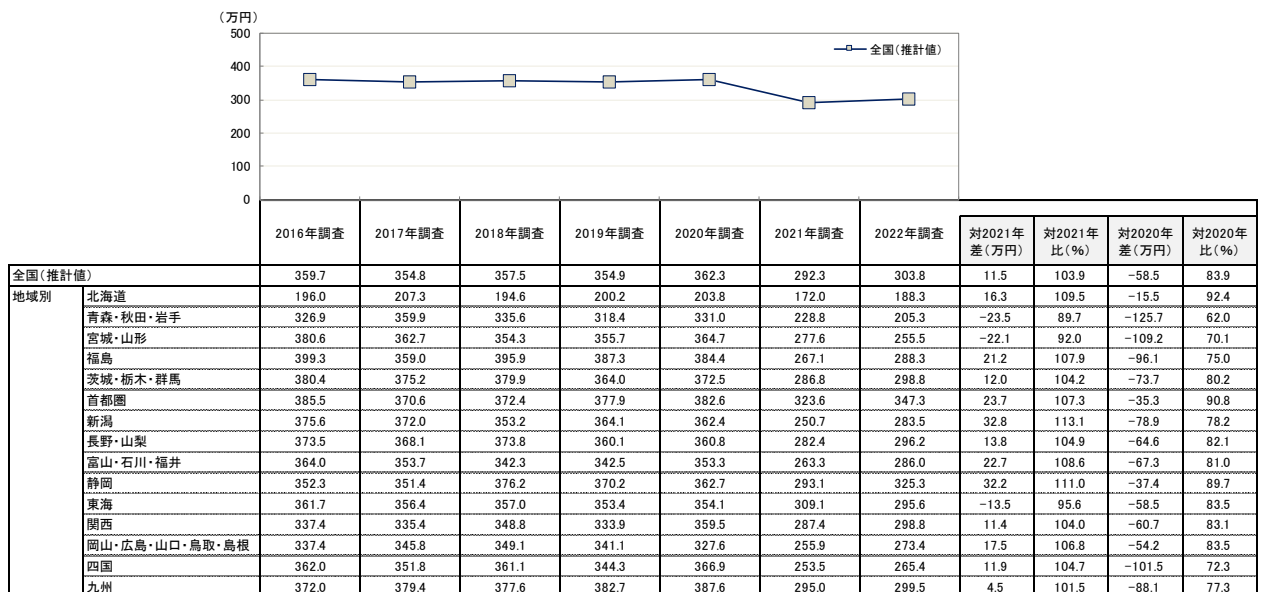
3. 挙式、披露宴・ウエディングパーティーの金額

挙式、披露宴・ウエディングパーティー総額の平均は303.8万円で、昨年の調査から11.5万円回復。

■ 挙式、披露宴・ウエディングパーティー総額（金額回答者のみ／単一回答）



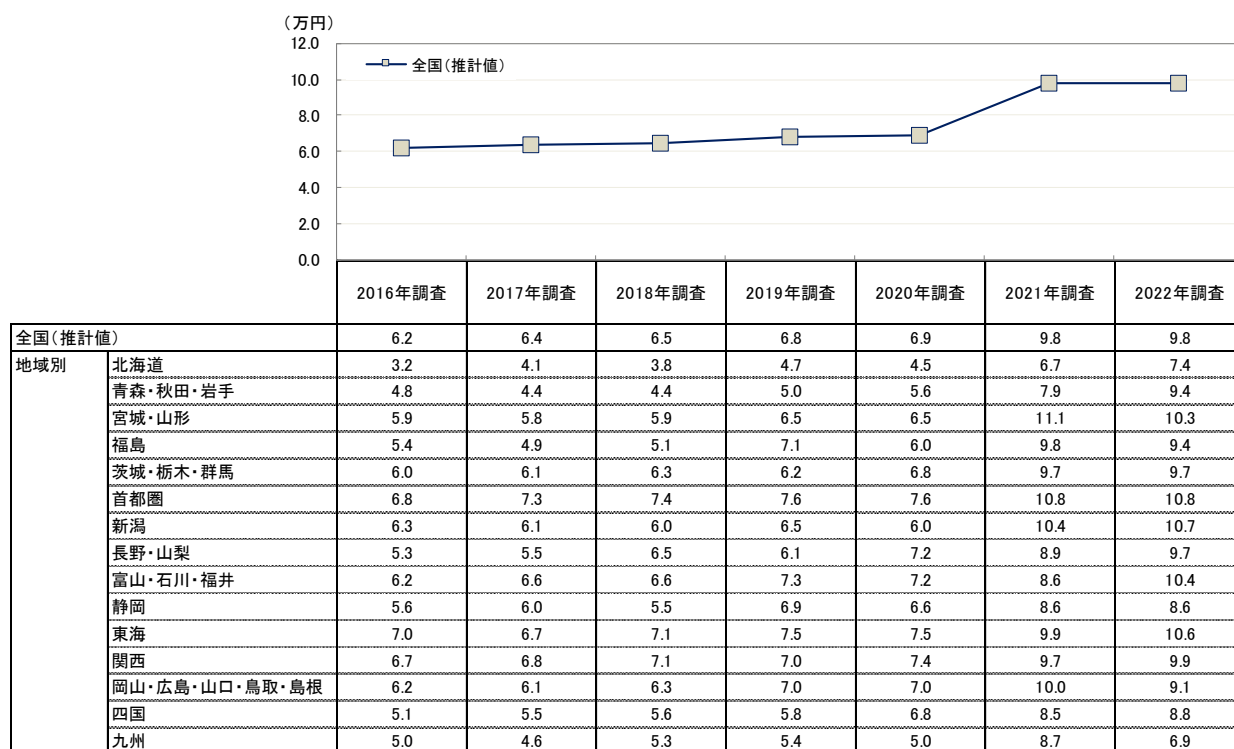
■ 挙式、披露宴・ウエディングパーティー総額の平均推移（金額回答者のみ／単一回答）



3. 挙式、披露宴・ウエディングパーティーの金額

招待客一人当たりの挙式、披露宴・ウエディングパーティー費用の平均は、コロナ禍前よりも高い結果となった昨年の調査と並ぶ9.8万円。

- 招待客一人当たりの挙式、披露宴・ウエディングパーティー費用の平均推移（披露宴・ウエディングパーティー実施者のうち、挙式、披露宴・ウエディングパーティー総額と招待客人数のいずれも回答した人のみ／単一回答）

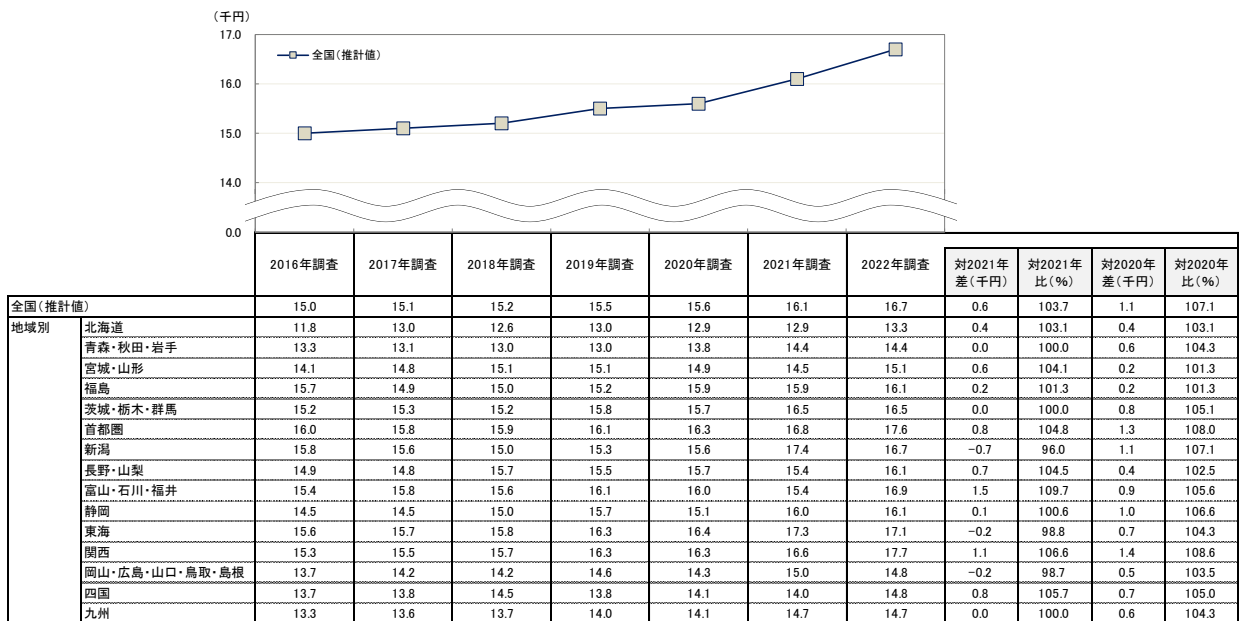


※各サンプルごとに「挙式、披露宴・ウエディングパーティー総額(万円)」を「披露宴・ウエディングパーティー招待客人数(人)」で割って算出

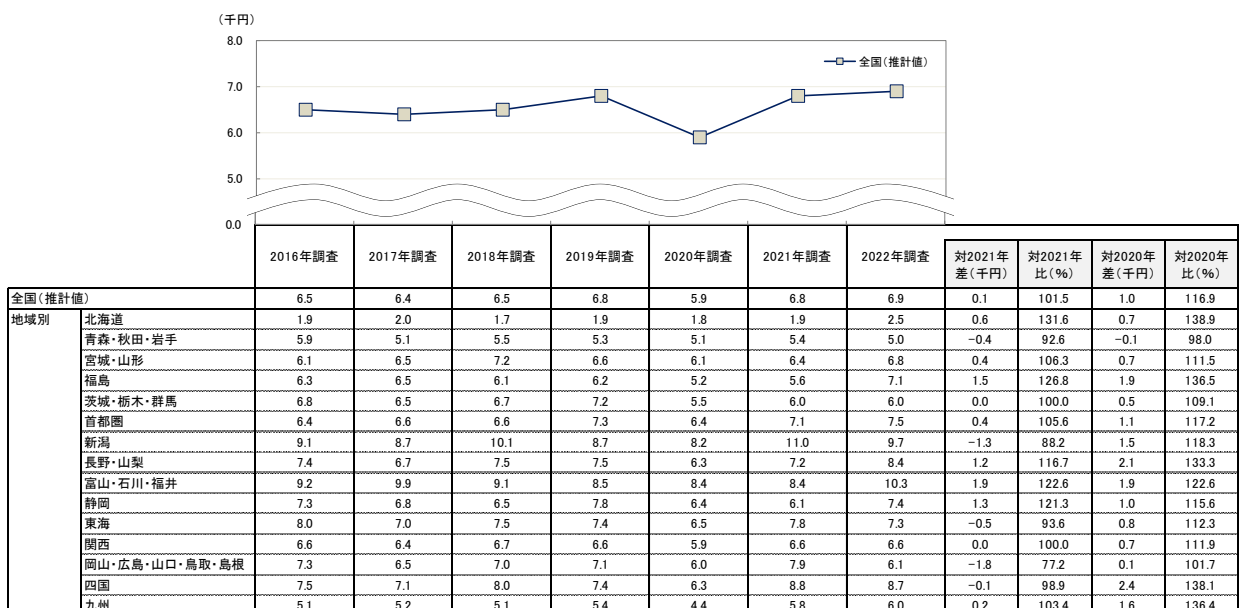
3. 挙式、披露宴・ウエディングパーティーの金額

- ▶ 招待客一人当たりの料理費用〔飲み物を除く〕の平均は1万6,700円で年々増加。一人当たりのギフト費用の平均は6,900円で2年連続増加。これらの項目について全国値推計を開始した2009年以来最高となった。
- ▶ 昨年の調査からさらに招待客一人ひとりに費用をかけるようになってきていることから、招待客一人ひとりを大切にする気持ちが高まった可能性がある。

■ 一人当たりの料理費用〔飲み物を除く〕の平均推移（披露宴・ウエディングパーティー実施者のうち、金額回答者のみ／単一回答）



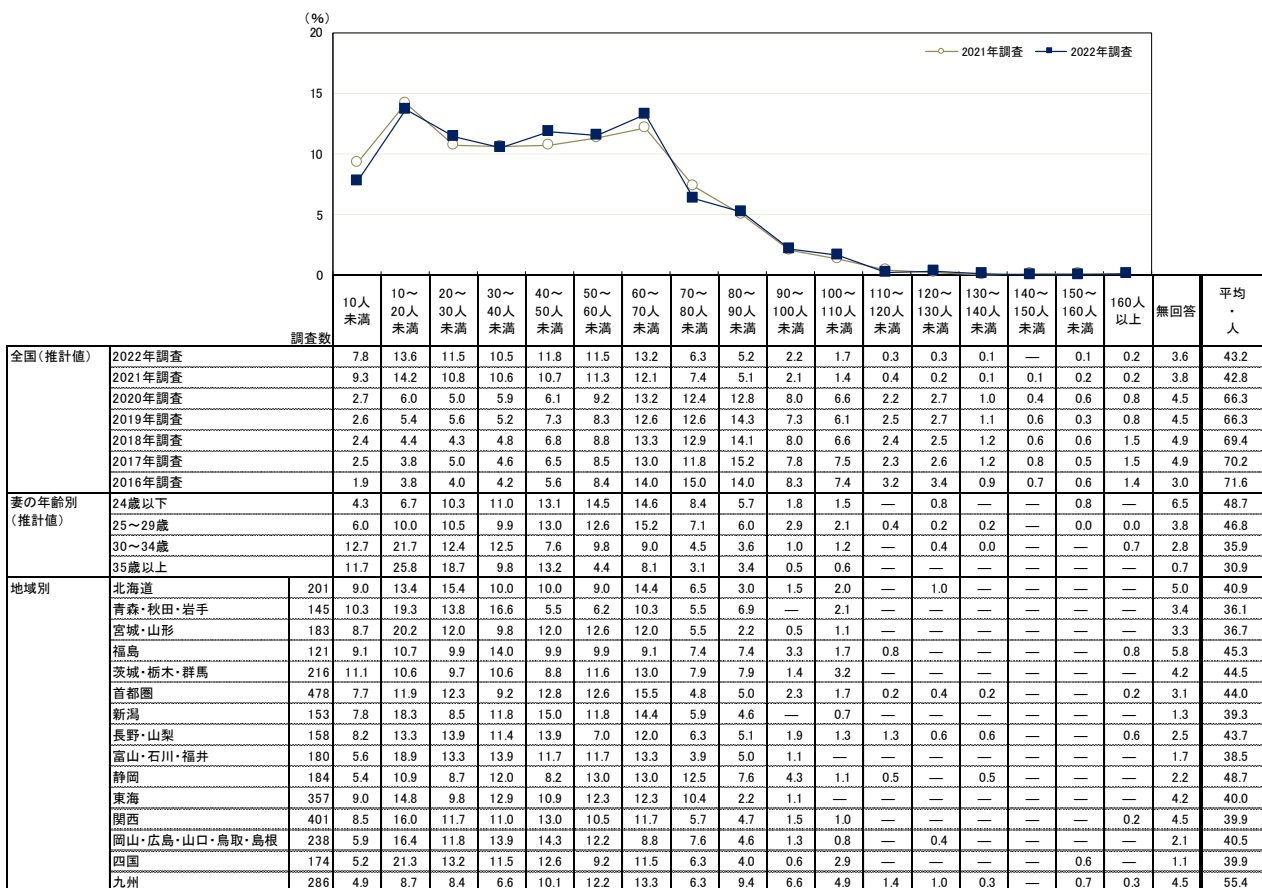
■ 一人当たりのギフト費用の平均推移（ギフトを用意した人のうち、金額と用意数両方の回答者のみ／単一回答）



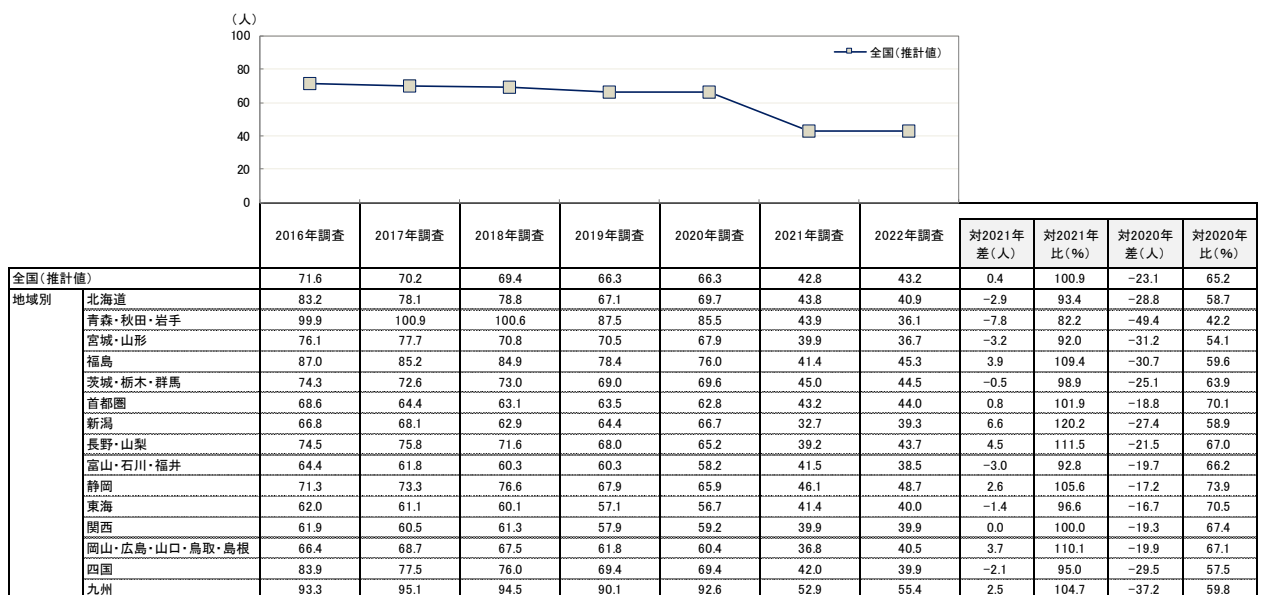
4. 披露宴・ウエディングパーティーの招待客人数

披露宴・ウエディングパーティーの招待客人数の平均は43.2人で、昨年の調査から0.4人増。

■ 披露宴・ウエディングパーティーの招待客人数（披露宴・ウエディングパーティー実施者／単一回答）



■ 披露宴・ウエディングパーティーの招待客人数の平均推移（披露宴・ウエディングパーティー実施者／単一回答）



4. 披露宴・ウエディングパーティーの招待客人数

新郎・新婦との間柄による招待客別の披露宴・ウエディングパーティーの招待客人数の平均は、昨年の調査から「学生時代の恩師・友人」が1.9人増加、「勤務先の上司・同僚」が微減。

■ 招待客別 披露宴・ウエディングパーティーの招待客人数の平均推移（披露宴・ウエディングパーティー実施者のうち、各項目の人数回答者／それぞれ単一回答）

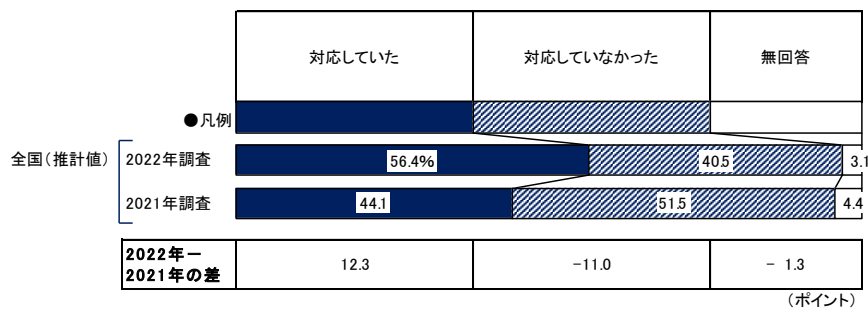
		2016年調査	2017年調査	2018年調査	2019年調査	2020年調査	2021年調査	2022年調査
全国(推計値)	親族	26.4	25.2	25.1	24.4	23.6	18.4	18.4
	学生時代の恩師・友人 (勤務先以外の友人)	26.6	27.0	26.5	26.2	26.8	16.0	17.9
	勤務先の上司・同僚	16.1	16.4	16.2	15.1	15.0	7.4	6.8
	親の友人・知人、近所の人	2.6	2.4	2.5	2.1	2.1	0.7	0.9
	その他	2.9	2.6	2.6	2.2	2.4	0.9	1.1

※招待客別人数は、「親族」「学生時代の恩師・友人(勤務先以外の友人)」「勤務先の上司・同僚」「親の友人・知人、近所の人」(平均・人)
「その他」それぞれを回答した人の平均であり、各項目の平均人数の合計は、全体の招待客人数とは一致しない

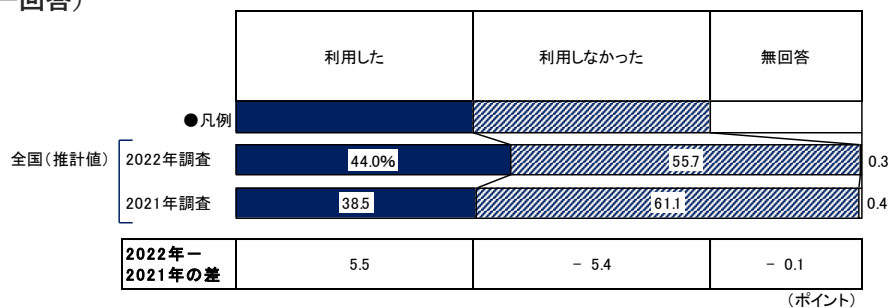
5. オンラインの浸透

- ▶ 会場を決めた後の段階でのオンライン打ち合わせに「対応していた」割合は56.4%で、昨年の調査から12.3ポイント増加。
- ▶ 会場を決めた後の段階でのオンライン打ち合わせを「利用した」割合は44.0%で、昨年の調査から5.5ポイント増加。
- ▶ 会場を決めた後の段階でのオンライン打ち合わせを利用した理由は、「実際に足を運ぶ時間をとられないから」が昨年の調査から10.0ポイント増加。一方、「感染症などでも安全に利用できるから」が12.9ポイント減少し、上位2位が逆転。

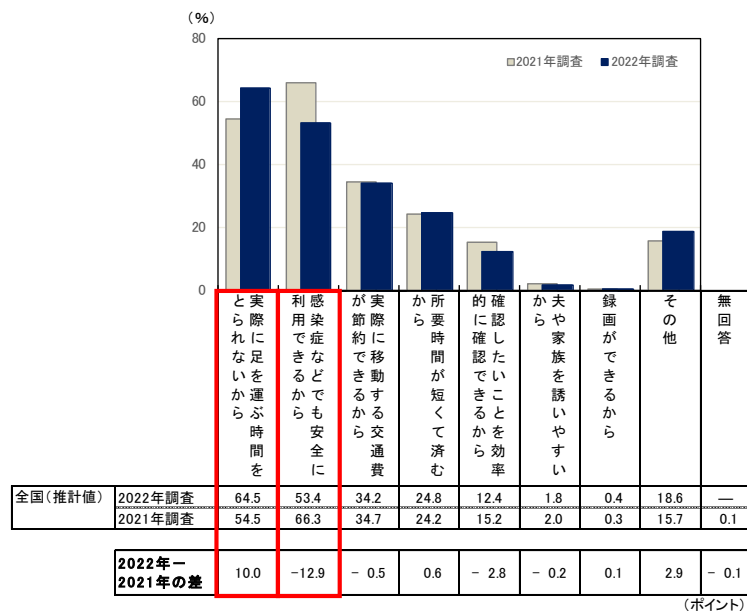
■ 会場を決めた後の段階でのオンライン打ち合わせの対応有無（披露宴・ウエディングパーティー実施者／単一回答）



■ 会場を決めた後の段階でのオンライン打ち合わせの利用有無（オンライン打ち合わせに対応している会場だった人／単一回答）



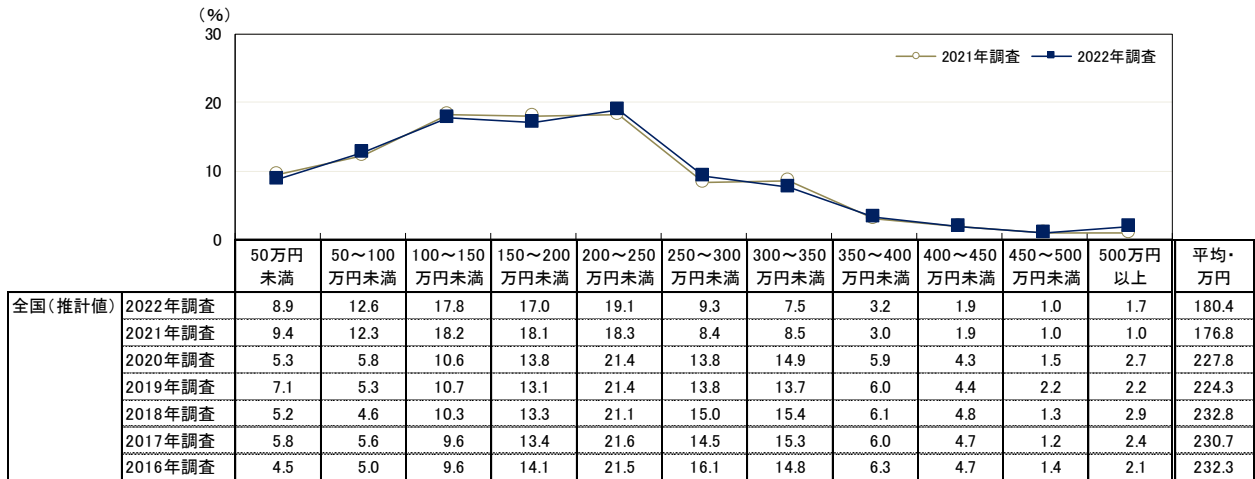
■ 会場を決めた後の段階でのオンライン打ち合わせを利用した理由（オンライン打ち合わせを利用した人／複数回答）



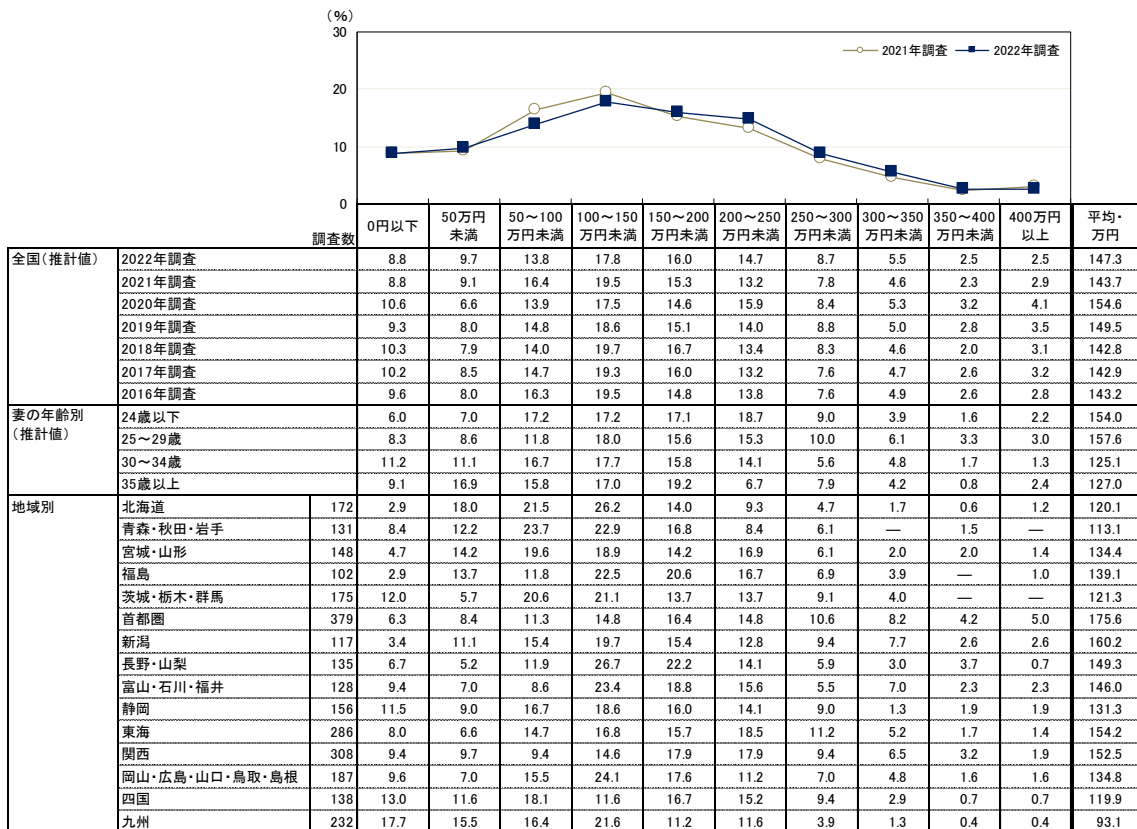
6. ご祝儀総額とカップルの自己負担額

- ▶ ご祝儀総額の平均は180.4万円で、コロナ禍で大きく落ち込んだ昨年の調査から3.6万円回復。
- ▶ 挙式、披露宴・ウェディングパーティーにおけるカップルの自己負担額の平均は147.3万円で、昨年の調査から3.6万円増加。

■ ご祝儀総額（ご祝儀制の披露宴・ウェディングパーティー実施者のうち、金額回答者のみ／単一回答）



■ 挙式、披露宴・ウェディングパーティーにおけるカップルの自己負担額（披露宴・ウェディングパーティー実施者のうち、「挙式、披露宴・ウェディングパーティー総額」および「ご祝儀総額（または会費総額）」の金額回答者のみ／単一回答）



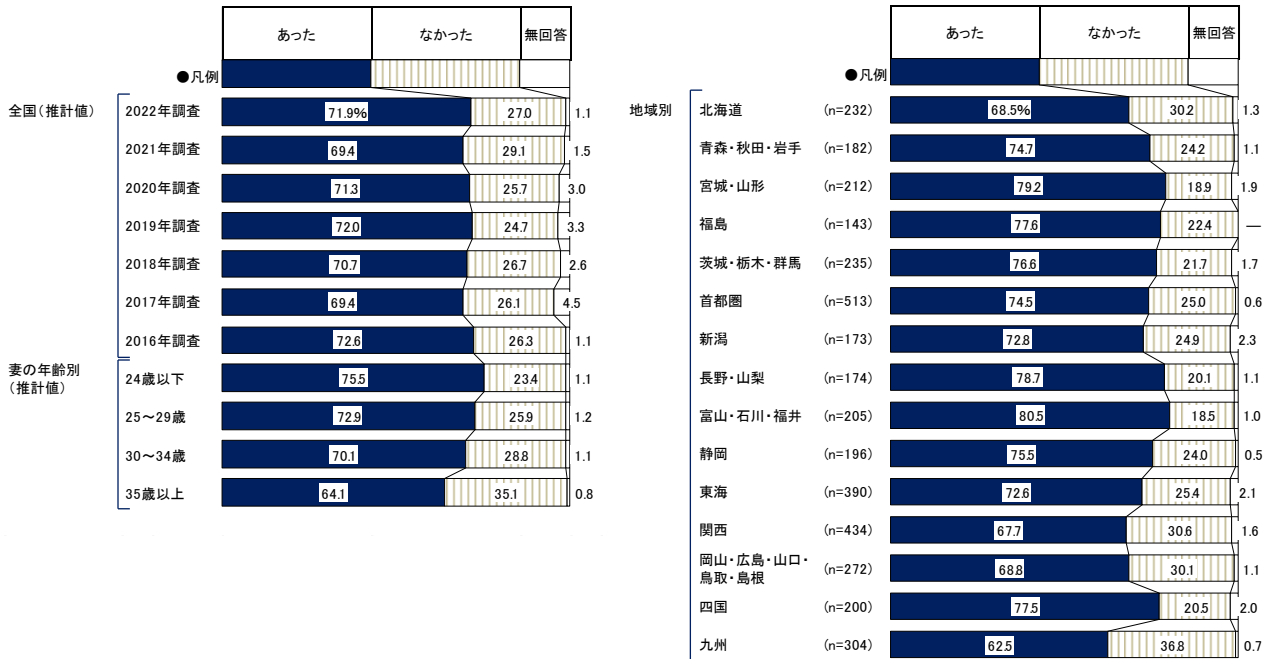
※各サンプルごとに「挙式、披露宴・ウェディングパーティー総額(万円)」から「ご祝儀総額(会費総額)」を引いて算出

※「0円以下」: 挙式、披露宴・ウェディングパーティー総額とご祝儀総額(または会費総額)が同額および挙式、披露宴・ウェディングパーティー総額をご祝儀総額(または会費総額)を上回った人の割合

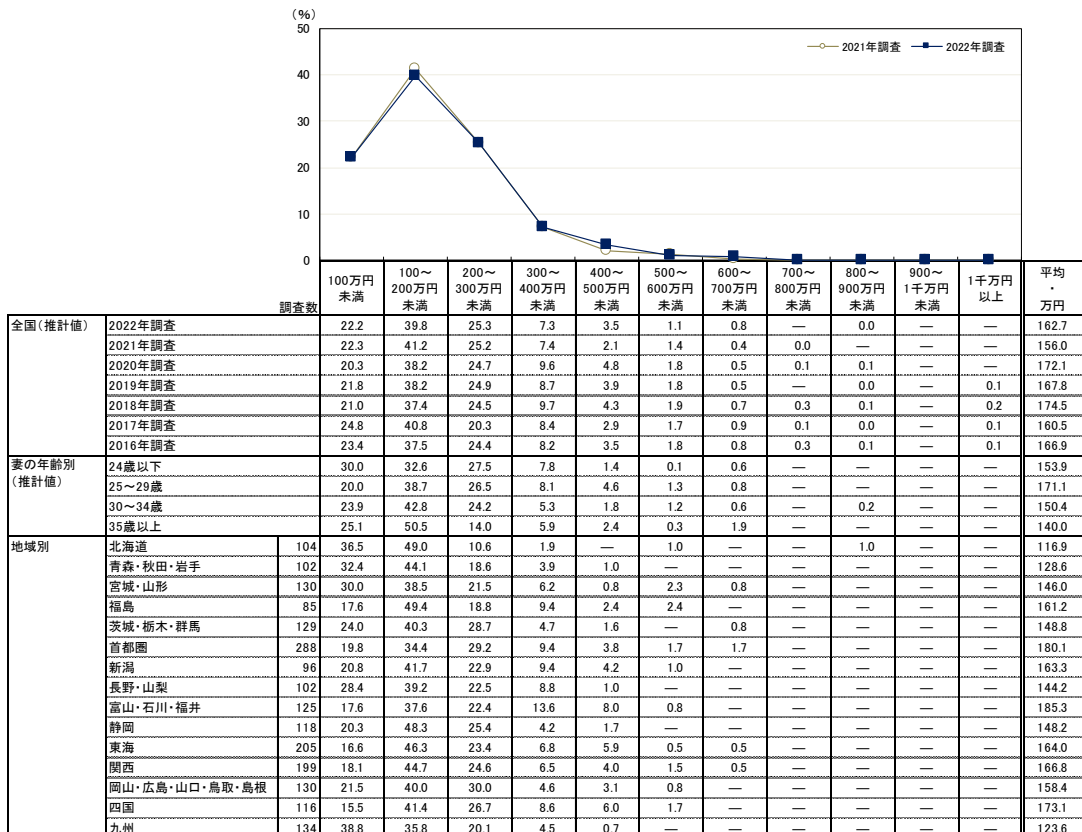
7. 親・親族からの援助

- ▶ 挙式、披露宴・ウェディングパーティーの費用としての親・親族からの援助が「あった」人は71.9%で、昨年の調査から2.5ポイント増加。
- ▶ 親・親族からの援助額のうち、挙式、披露宴・ウェディングパーティーに使った金額の平均は162.7万円で、昨年の調査から6.7万円増加。

■ 挙式、披露宴・ウェディングパーティーの費用としての親・親族からの援助有無（全体／単一回答）



■ 親・親族からの援助額のうち、挙式、披露宴・ウェディングパーティーに使った金額（親・親族からの援助があった人のうち、金額回答者のみ／単一回答）





リクルートプライダル総研
研究員 有田 一真

コロナ禍で加速する結婚式の価値

今回の調査は、コロナ禍の2021年度に結婚式を実施した方が対象となっています。結婚に対する考え方・結婚式を通して得たことは、「結婚式は列席者に感謝の気持ちを伝える場だ」「結婚式を通して、列席者から二人が応援されていると感じた」が9割以上で年々増加。「結婚式を通して、自分自身やこれまでの人生が好きになったと思う」も8割弱で年々増加。昨年に引き続き自己肯定感の高まりや、感謝や応援の実感、結婚の実施による満足度の高さが特徴的でした。

2021年度の結婚式へのコロナ影響

実施を迷う割合は昨年の調査から6.8ポイント減少したものの依然として8割以上と高く、また入籍から挙式実施までの期間は、コロナ禍前よりも長くなった昨年の調査をさらに上回り、調査開始以来最長の9.5カ月間となり、いまだコロナ禍で迷い、悩みながら結婚式を迎えていることがうかがえます。

前回の調査対象と今回の調査対象の期間ではコロナ禍という状況に変わりはありませんが、緊急事態宣言、まん延防止等重点措置による行動制限の期間が今回の方が長く、結婚式への影響も長期化しました。そのような中、招待客人数の平均は43.2人と昨年比0.4人増、挙式、披露宴・ウエディングパーティー総額の平均も303.8万円で昨年比11.5万円増という結果になり、行動制限がより長くなったにもかかわらず、招待客人数平均は微増、挙式、披露宴・ウエディングパーティー総額平均は増加と、コロナ前の水準に向けて回復に向かう様子が見られる結果となりました。

緊急事態宣言、まん延防止等重点措置期間は招待客人数への影響が高く、期間中の実施者の68.5%が招待客人数を縮小し、そうでない期間の実施者よりも高くなっています。また縮小して実施した人は実施自体を「迷った」割合が高いことから、コロナによる行動制限が招待客人数の縮小に影響を及ぼしたといえます。言い換えれば、今後の社会的な行動制限の緩和が実現できれば、実施の迷いが払拭され、縮小することなく、呼びたいゲストを招待することができるため、招待客人数は一定数回復する可能性があると考えられます。

ゲスト一人ひとりを大切にする気持ちの高まり

来ていただいたゲストへのおもてなしの気持ちは昨年に引き続きさらに高まる傾向となりました。例えば、招待客一人当たりの料理単価、ギフト単価は、ともに昨年比で増加し、全国値推計を開始した2009年調査以来最高となりました。コロナ禍においても「大切な人への感謝の気持ちを伝える場」としての価値は変わらないことがうかがえます。結婚を当たり前前に実施できない環境の中で「結婚をやる意味」をこれまで以上に深く考えた上で実施を決断し、招待するゲストを決めているため、こういったゲストへの気持ちの高まりを背景に、ゲスト一人ひとりを大切にする志向を見せられているのかもしれません。

引き続きコロナ禍ではあるものの、さまざまな悩みに向き合い、結婚式自体の意味合いを深く考え抜いて実施され、さらに大切な人たちがこの状況下で二人のために集まってくれた結婚式だからこそ、「二人の感謝の気持ちをしっかりゲストに伝え、ゲスト一人ひとりを大切にしたい」そんな新郎新婦の思いがうかがえる結果となりました。

リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人ひとりのライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、マッチング&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.com/ja/> リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>