

### 今後の結婚式は、自分たちらしさを表現できる『“推し”婚』！！ 直近(22年5～7月)の実施率はコロナ前同水準まで回復 ～ 最新版 ゼクシィ結婚トレンド調査 & 総合意識調査 発表～

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、以下リクルート）が企画・制作する結婚情報サービス『ゼクシィ』と、リクルートが運営する『リクルートブライダル総研』は、このたび記者発表会で、「ゼクシィ結婚トレンド調査 2022」「結婚総合意識調査 2022」、およびそれぞれの2022年5～7月の追加調査について公表しましたのでここに概要をご報告致します。

#### <発表内容のポイント>

- ✓ 2021年度のウエディングイベント実施率は75.7%で、前年度より4.6pt改善。（結婚総合意識調査2022 出典②）招待客人数の平均は微増し43.2人、費用総額の平均は11.5万円増加し303.8万円となり、ともに回復基調。（ゼクシィ結婚トレンド調査2022 出典①）
- ✓ 本年度の披露宴・ウエディングイベント実施率・費用総額の平均はコロナ前水準まで回復（ゼクシィ結婚トレンド調査2022 追加調査 出典③・結婚総合意識調査追加調査 出典④、P3～4に記載）
- ✓ 招待客へのおもてなし志向がコロナ禍で加速し、料理・ギフトの招待客一人当たり単価は、集計開始以来最高となる、1万6,700円（料理）6,900円（ギフト）（ゼクシィ結婚トレンド調査2022 出典①）
- ✓ 結婚式実施者のうち約9割が、結婚式の内容に関して、「定番やしきたりにとらわれず、二人の価値観にあった自由なやり方をすればよいと思う」と回答し、自分たちに合った自由な結婚式を求めている（ゼクシィ結婚トレンド調査2022 出典①）
- ✓ 今後の結婚式のキーワードは、自分・ふたりが大切なものを表現する『“推し”婚』
- ✓ 自分推しや家族推しなど、結婚式の多様化が進む。

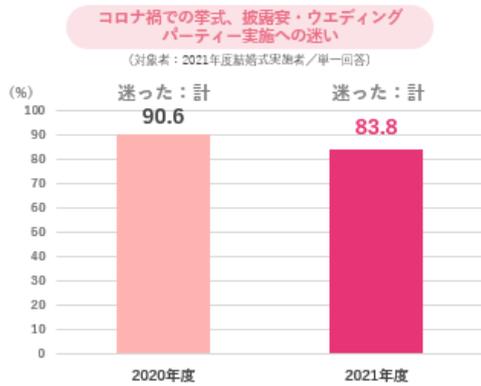
#### <発表概要>（※出典元の調査は最下部をご参照ください）

#### 1、ウエディングイベントの実態（2019～2021年度）

##### （1）実施状況について

・2021年度は、緊急事態宣言およびまん延防止等重点措置発令期間が2020年度に比べ長く、結婚式への影響が長期化。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迷った割合は8割以上、入籍から挙式実施までの期間は9.5カ月と、前年度からさらに延びて過去最長を更新。（ゼクシィ結婚トレンド調査2022 出典①）

・ウエディングイベント（披露宴・ウエディングパーティー＋親族中心の食事会＋その他のウエディングパーティー＋挙式＋写真撮影）の実施率は75.7%。（結婚総合意識調査2022 出典②）



※ウェディングパーティー：「披露宴・ウェディングパーティー」「親族中心の食事も」「その他のウェディングパーティー」の総称。「結納・顔合わせ」「結婚（挙式）前の祝賀・婚約パーティー」「2次会」の実施は含まない

※実施したイベント（「これから実施する予定（時期や内容もほぼ決まっている）」含む）をいくつでも選択した結果を組み合わせで単一回答している。組み合わせは以下の通り

①披露宴・ウェディングパーティー実施者：「披露宴・ウェディングパーティー実施かつ、親族中心の食事も、その他のウェディングパーティー、挙式、写真撮影のいずれか、あるいはすべて実施」と「披露宴・ウェディングパーティーのみ実施」

②親族中心の食事も実施者：①以外で「親族中心の食事も実施かつ、その他のウェディングパーティー、挙式、写真撮影のいずれか、あるいはすべて実施」と「親族中心の食事ものみ実施」

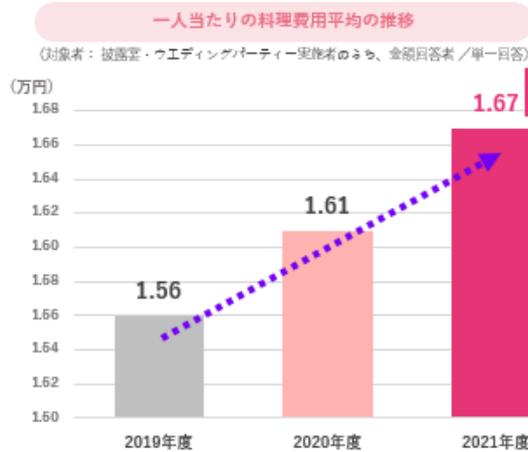
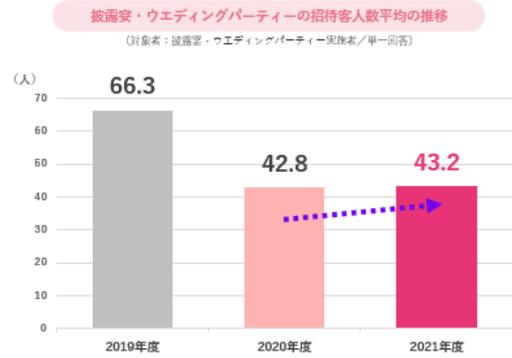
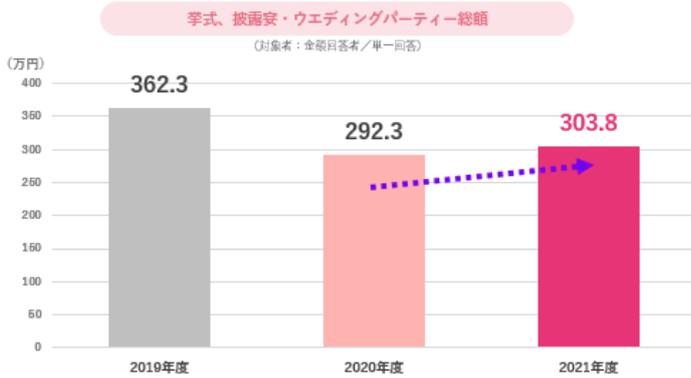
③その他のウェディングパーティー実施者：①②以外で「その他のウェディングパーティー実施かつ、挙式、写真撮影のいずれか、あるいはすべて実施」と「その他のウェディングパーティーのみ実施者」

④挙式実施者：①②③以外で「挙式実施かつ、写真撮影実施」と「挙式のみ実施」

- ⑤写真撮影実施者：「写真撮影のみ実施」（①②③④非実施）

## (2) 招待客人数・総額について (ゼクシィ結婚トレンド調査 2022 出典①)

- ・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。昨年調査から 0.4 人微増。
- ・6 割以上がコロナの影響で、招待・参加人数を縮小して実施。予約時は 25.5% あった「80 人以上」規模の想定が、実施時には 15.4 ポイント減少し、「50 人未満」規模が 14.5 ポイント増加。
- ・挙式、披露宴・ウェディングパーティー総額の平均は 303.8 万円。招待客人数が 0.4 人増加に対し、結婚式費用は、11.5 万円増加。招待客一人ひとりを大切にしたい気持ちが、コロナ禍で加速し、料理・ギフトの招待客一人当たり単価は上昇し、過去最高。



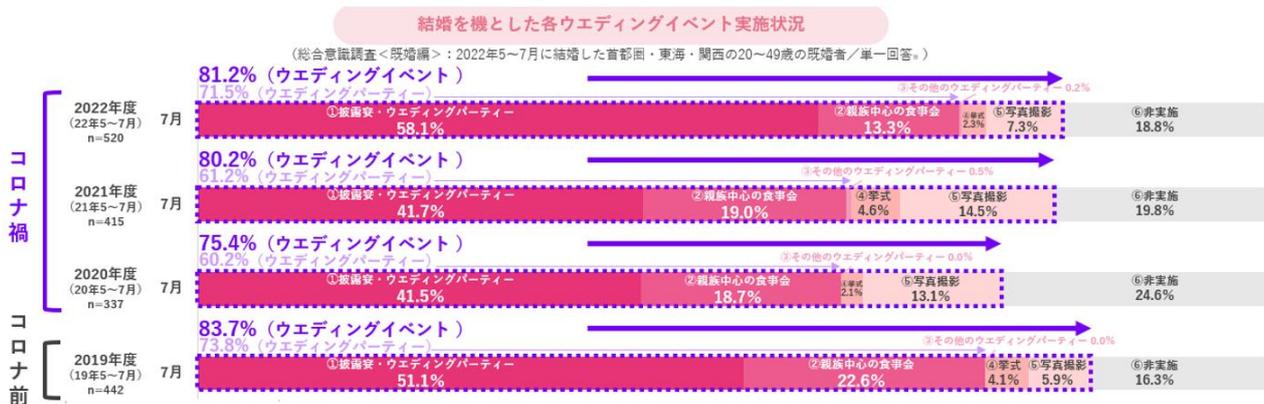
## 2、今後の結婚式について

### (1) 直近 (2022年5~7月) の状況

・首都圏・関西・東海の2022年5~7月婚姻者におけるウエディングイベント（披露宴・ウエディングパーティー+親族中心の食事会+その他のウエディングパーティー+挙式+写真撮影）の実施率は81.2%と、コロナ前と同水準まで回復。（結婚総合意識調査2022追加調査 出典④）

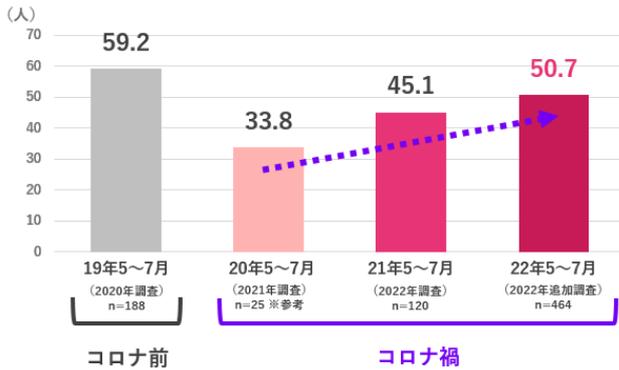
・招待客人数の平均は、2021年度45.1人と比較し、50.7人まで回復（ゼクシィ結婚トレンド調査2022追加調査 出典③）

・披露宴・ウエディングパーティー総額平均（首都圏）は、364.6万円と、コロナ前同水準まで回復。（ゼクシィ結婚トレンド調査2022追加調査 出典③）



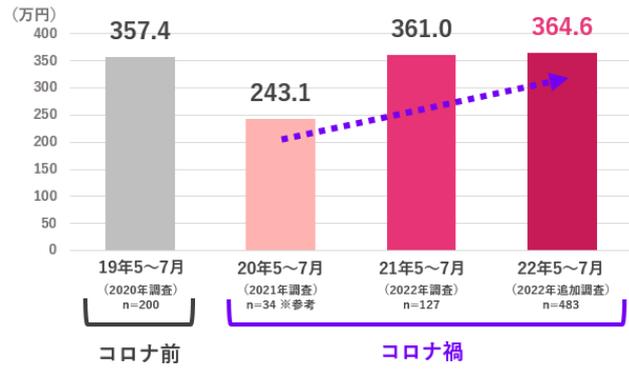
披露宴・ウエディングパーティーの招待客人数平均の推移

(対象者：披露宴・ウエディングパーティー実施者/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

(対象者：金額回答者のみ/単一回答)



(2) 結婚式の変化の兆し

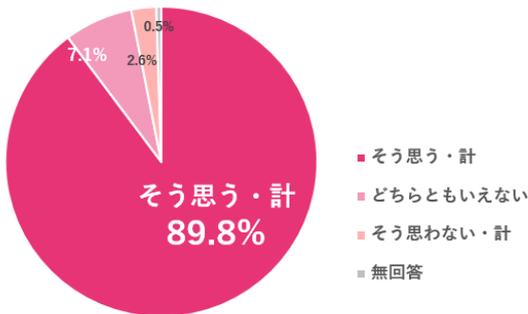
# “押し”婚

コロナ禍を経て、  
 “自分に本当に大切なものは何か？”ということを考える時間ができた  
 “こうしなきゃいけない”はなく、  
 自分に、ふたりが大切なものを表現する結婚式  
 自分の推したいものを結婚式で表現するように

いわゆる、押し＝アイドルやキャラクターだったり、  
 趣味、地元、親、親族など、“自分が大切にしたいもの”

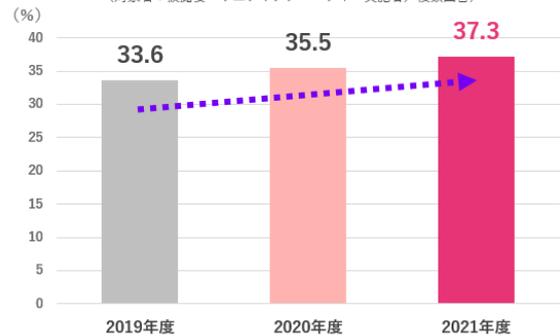
結婚式の内容に関して「定番やしきたりに捉われず、二人の価値観にあった自由なやり方をすればよいと思う」割合

(対象者：2021年度結婚式実施者/単一回答)



披露宴・ウエディングパーティーを挙げた理由が「自分たちが楽しむため」割合

(対象者：披露宴・ウエディングパーティー実施者/複数回答)



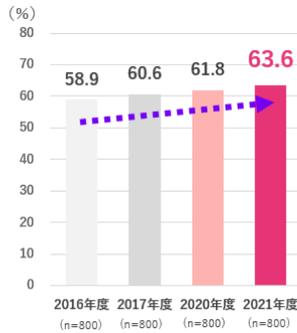
### 招待されてから出席するまでの気持ち

(対象者：総合意識調査<ゲスト編>：2021年度に結婚式に出席した人/単一回答)

新郎や新婦の晴れ姿が見られることを楽しみにしていた



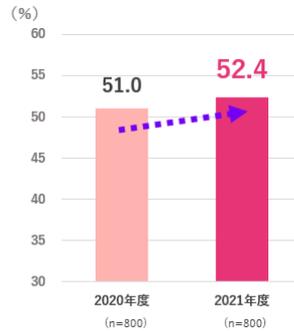
周囲の人・仲間の大事さをあらためて感じた



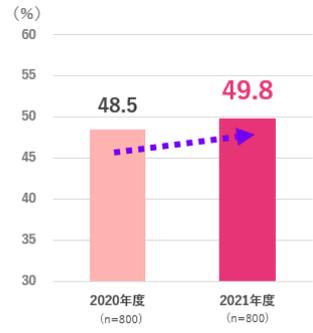
### 出席後のゲストの気持ち

(対象者：総合意識調査<ゲスト編>：2021年度に結婚式に出席した人/単一回答)

自分の人生に対して、より前向きに感じられるようになった



自分の過去や今後について考える契機となった



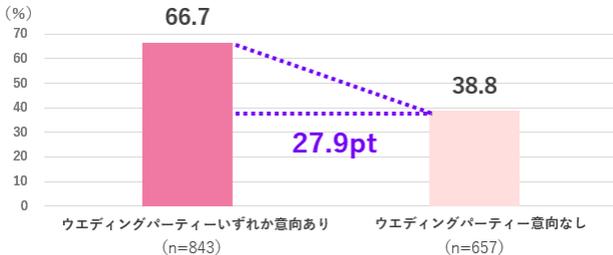
・今年のトレンドキーワードは『“推し”婚』。コロナ禍を経て、“自分に本当に大切なものは何か？”ということを考える時間ができて、その結果、自分・ふたりが大切なものを表現する結婚式に変化。

・結婚式実施者のうち、約9割が、結婚式の内容に関して、「定番やしきたりにとらわれず、二人の価値観にあった自由なやり方をすればよいと思う」と回答（ゼクシィ結婚トレンド調査 2022 出典①）

・ふたりが結婚式の意味や意義をより深く悩み考えながら実施し、ゲストもその気持ちを当日感じたことで、「結婚式に参加すること自体を楽しむ気持ちの高まり」、「絆やつながりを感じ、関係性を深める場としての価値向上」、「人生を見つめ直し、より前向きに考えるきっかけとなった」という気持ちが高まり、出席後の満足度が上昇。（結婚総合意識調査 2022 出典②）

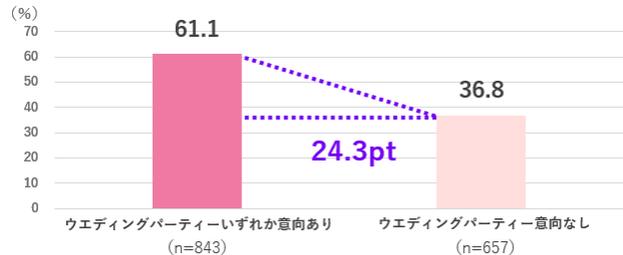
### 結婚式観「自分たちに合ったウエディングパーティーのスタイルがあると思う」

(対象者：ウエディングパーティーの実施意向有無別/単一回答)



### 結婚式観「ウエディングパーティーのスタイルのバリエーションが広がっていると感じる」

(対象者：ウエディングパーティーの実施意向有無別/単一回答)



・ウエディングパーティーの意向がありの人は、なしの人と比べ、「自分たちに合ったウエディングパーティーのスタイルがあると思う」や「ウエディングパーティーのスタイルのバリエーションが広がっていると感じる」と回答する割合が高い。（結婚総合意識調査 2022 出典②）

### <出典元の調査について>

#### ① ゼクシィ結婚トレンド調査 2022

2021年4月～2022年3月に挙式または披露宴・ウエディングパーティーを実施した人を対象に、新婚カップルの結婚式の内容について把握することを目的とした郵送法による調査。

[https://www.recruit.co.jp/newsroom/pressrelease/assets/20221026\\_marriage\\_02.pdf](https://www.recruit.co.jp/newsroom/pressrelease/assets/20221026_marriage_02.pdf)

#### ② 総合意識調査 2022（既婚編・ゲスト編）

2021年4月～2022年3月に結婚した20～49歳の既婚者<既婚編>と、2021年4月～2022年3月に結婚式にゲストとして出席した人<ゲスト編>それぞれに、結婚や結婚式についての意識をインターネットによるアンケートで調査。

[https://www.recruit.co.jp/newsroom/pressrelease/assets/20221026\\_marriage\\_01.pdf](https://www.recruit.co.jp/newsroom/pressrelease/assets/20221026_marriage_01.pdf)

#### ③ ゼクシィ結婚トレンド調査 2022 追加調査

① の追加調査。 ※来年実施予定のゼクシィ結婚トレンド調査 2023 とは別調査。対象は 2022 年 5～7 月に挙式または披露宴・

ウェディングパーティーを実施した人（首都圏のみ）で、郵送法による調査。

④ 総合意識調査 2022 追加調査

- ② の追加調査。※来年実施予定の結婚総合意識調査 2023 とは別調査。対象は 2022 年 5～7 月に結婚した 20～49 歳（調査時）の既婚者（首都圏・関西・東海のみ）で、インターネットによるアンケート調査。

本件に関する  
お問い合わせ先

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

## 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/>