

コロナ禍の結婚式は絆強まる『濃密（NO密）婚』！！ 悩みながら実施も、親・ゲストからの祝福で自己肯定感向上 ～ 最新版 結婚トレンド調査 & 総合意識調査 発表～

2020年度の結婚式費用・招待人数は減少、21年度実施率は少しずつ回復

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、このたび発表会で、「結婚トレンド調査」「総合意識調査」、およびそれぞれの先行調査の最新結果について公表しましたのでここに概要をご報告いたします。

<発表全体のポイント>

- ✓ 2020年度の傾向として、ウエディングイベントを実施したいとの回答は8割超で昨年調査から微増も、実施率は約7割。コロナ禍で延期・キャンセルを余儀なくされている
- ✓ 7割以上の実施者はコロナ影響により、招待・参加人数を当初希望より縮小して実施。結果、招待客人数は、昨年調査から23.5人減少し、総額の平均も昨年調査から70万円減少した292.3万円に
- ✓ コロナ禍での新しい兆しとして各イベントの組み合わせが多様化しており、オンラインや2部制も活用
- ✓ コロナ禍結婚式を表すトレンドキーワードは『濃密（NO密）婚』
- ✓ 「ウエディングパーティー」のうちいずれかを実施していない層のうち、約4割が「いつかは実施する」とした「コロナ収束待ち層」
- ✓ 本年度の招待人数や披露宴・ウエディングパーティー総額平均および実施率は少しずつ回復

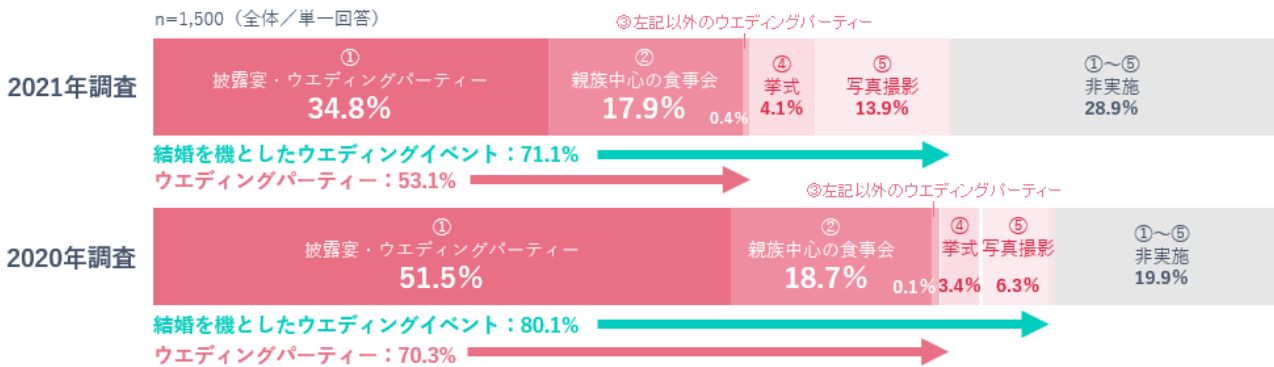
<発表概要>（※出典元の調査は最下部をご参照ください）

1、コロナ禍での結婚式の現状（2020年度）

（1）結婚イベントの実施・意向（対象は2020年度婚姻者、出典②）

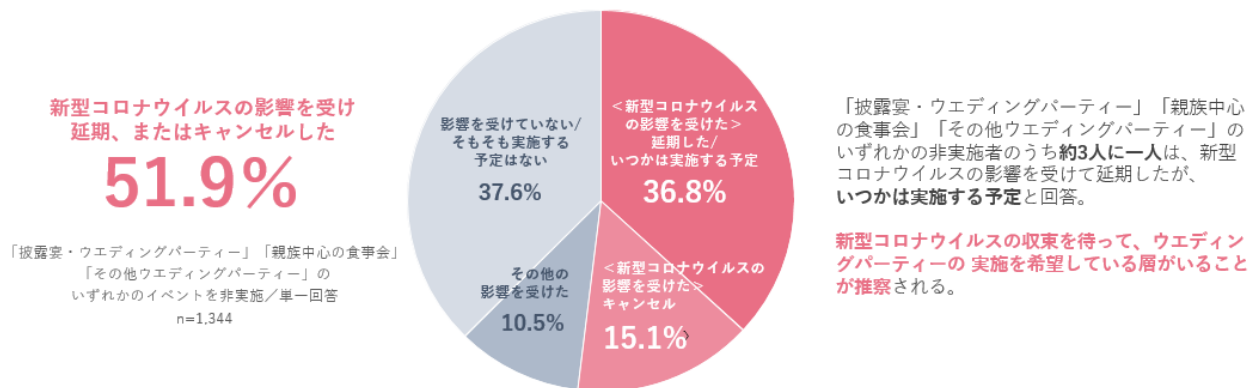
- ・結婚を機としたウエディングイベント（※）の実施意向率は8割超で微増。
- ・結婚を機としたウエディングイベント（披露宴・ウエディングパーティー＋親族中心の食事会＋その他のパーティー＋挙式＋写真撮影）の実施率は約7割。

結婚を機としたイベント実施状況



- ・ウエディングパーティー（ウエディングイベントから、挙式と写真撮影を除く）の実施率は約 5 割。昨年調査と比較して共に実施率は低下。
- ・ウエディングパーティーを実施しなかった人のうち、新型コロナウイルスの影響を受けて延期またはキャンセルしたと回答した割合は半数以上。

ウエディングパーティー非実施理由におけるコロナ影響の割合



※ウエディングパーティー：「披露宴・披露パーティー」「親族中心の食事会」「その他のパーティー」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

※実施したいイベント（「実施したかった」）をいくつでも選択した結果を組み合わせで単一回答化している。組み合わせは以下の通り

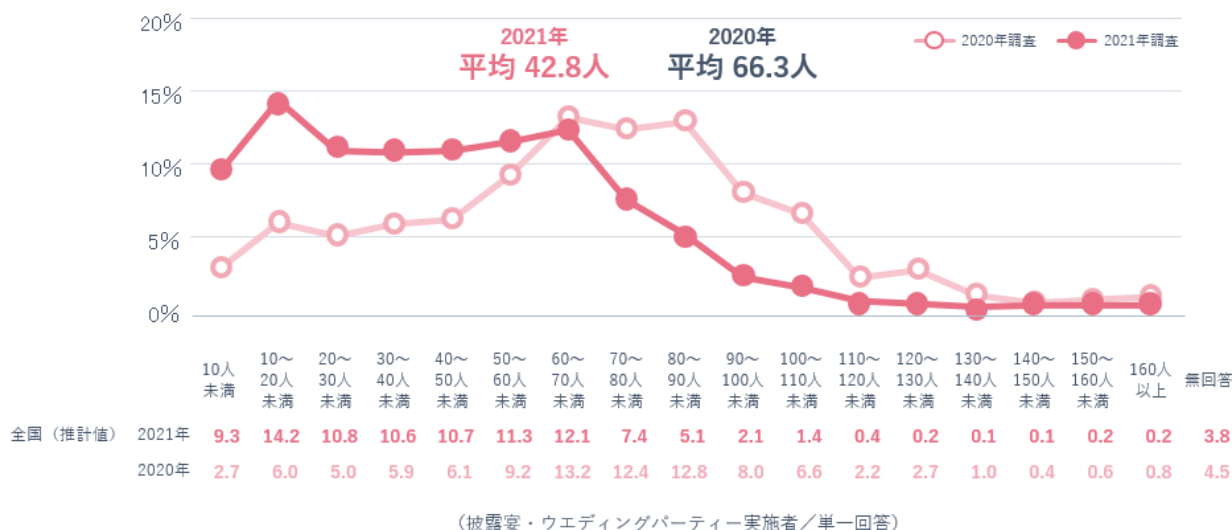
- 披露宴・披露パーティー実施意向者：「披露宴・披露パーティー実施かつ、親族中心の食事会、その他のウエディングパーティー、挙式、写真撮影のいずれか、あるいはすべて実施意向あり」と「披露宴・披露パーティーのみ実施意向あり」
- 親族中心の食事会実施意向者：「親族中心の食事会実施かつ、その他のウエディングパーティー、挙式、写真撮影のいずれか、あるいはすべて実施意向あり」と「親族中心の食事会のみ実施意向あり」
- その他のウエディングパーティー実施意向者：「その他のウエディングパーティー実施かつ、挙式、写真撮影のいずれか、あるいはすべて実施意向あり」と「その他のウエディングパーティーのみ実施意向あり」
- 挙式実施者：「挙式実施かつ、写真撮影実施意向あり」と「挙式のみ実施意向あり」
- 写真撮影実施者：「写真撮影のみ実施意向あり」

(2) 結婚イベントの実態（招待人数・金額）（対象は2020年度結婚式実施者、出典①）

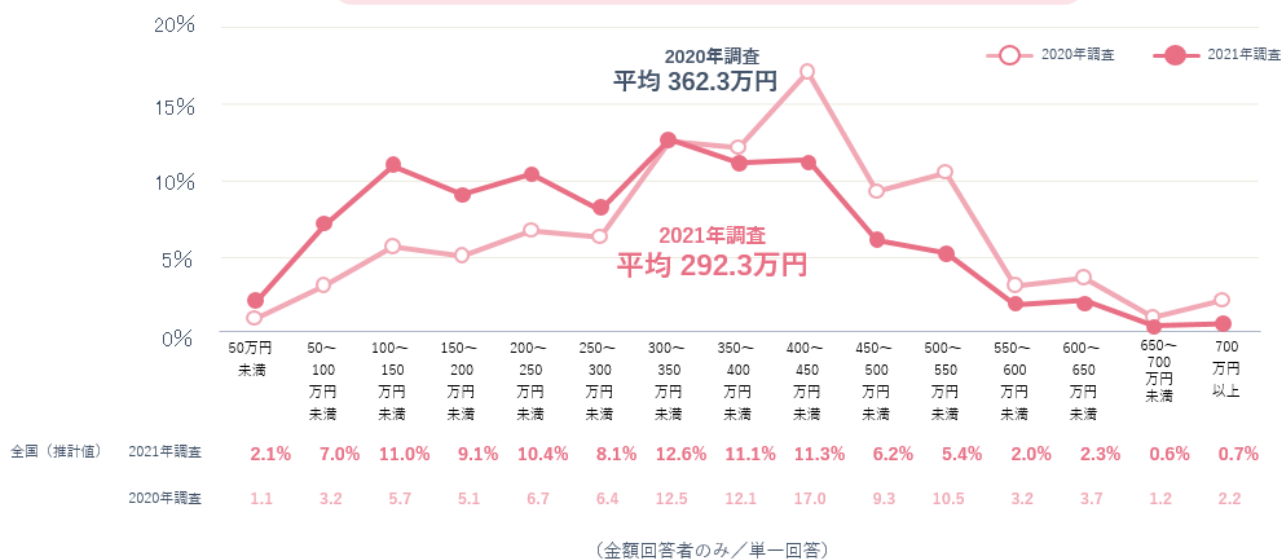
- ・披露宴・ウエディングパーティーの招待客人数の平均は42.8人。昨年調査から23.5人減少。
- ・ウエディングパーティー実施者のうち、新型コロナの影響により招待・参加人数を縮小したと回答したのは7割以上。

・挙式、披露宴・ウエディングパーティー総額の平均は 292.3 万円。新型コロナによる招待客人数減少の影響を受け、昨年調査から 70 万円減少。一方、招待客 1 人あたりの料理費用〔飲み物を除く〕の平均は 16,100 円で、昨年調査からは 500 円増加。

披露宴・ウエディングパーティーの招待客人数



挙式、披露宴・ウエディングパーティー総額



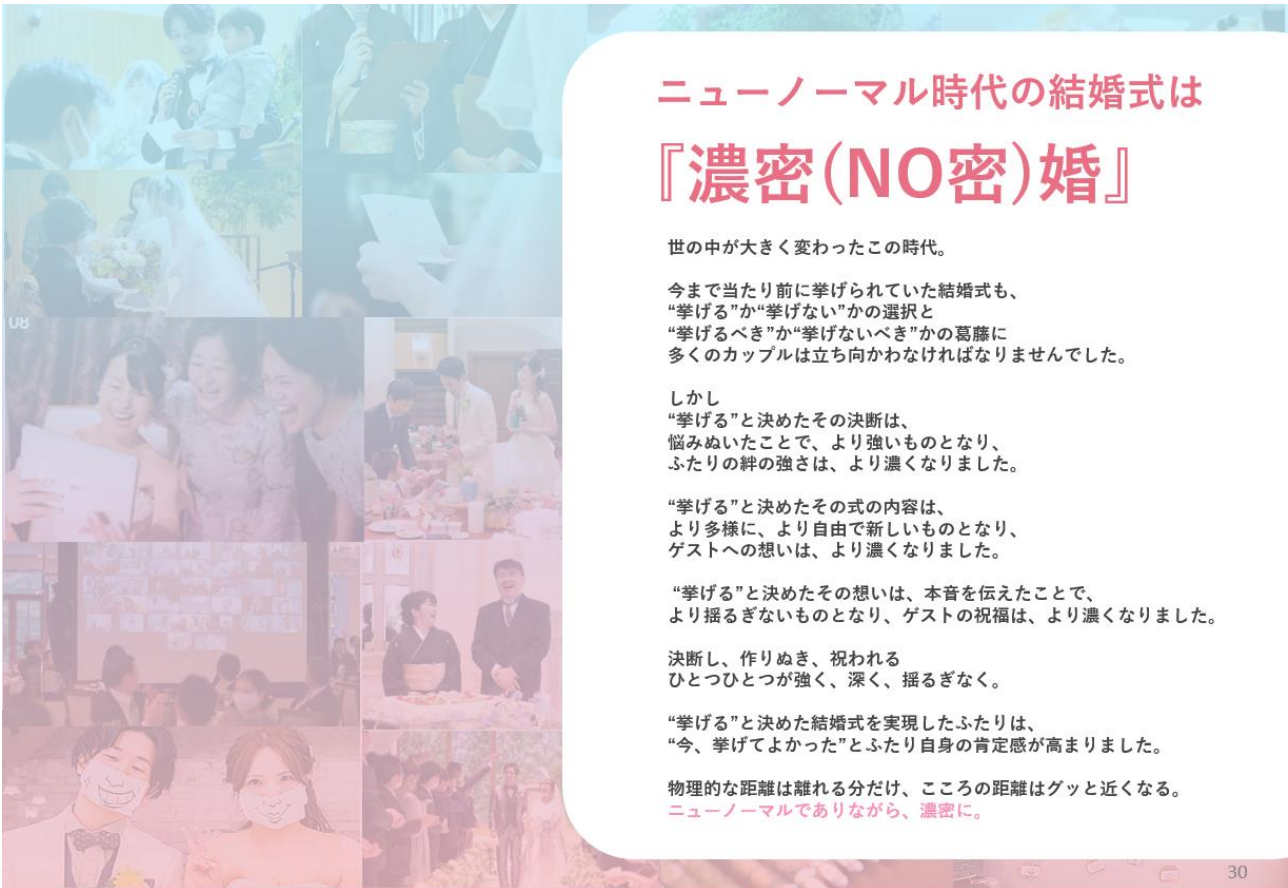
(3) コロナ禍での新しい兆し

・一部オンラインによる披露宴・ウエディングパーティーを知っていた人のうち、4 割以上が実施を検討。実際に一部招待客が会場以外の場所からオンラインで披露宴・ウエディングパーティーに参加した人は 15.1%。

(出典①)

・ウエディングイベントの多様化においては、その他ウエディングパーティー、エンゲージメントフォト、その他ウエディングフォトの実施率が昨年調査よりも増加。コロナ禍において「今できる」形を模索する形で、ウエディングイベントを複数組み合わせる様子が見られる。(出典②)

2、コロナ禍で再発見された結婚式の価値



ニューノーマル時代の結婚式は『濃密(NO密)婚』

世の中が大きく変わったこの時代。

今まで当たり前に行われていた結婚式も、“挙げる”か“挙げない”かの選択と“挙げるべき”か“挙げないべき”かの葛藤に多くのカップルは立ち向かわなければならませんでした。

しかし
“挙げる”と決めたその決断は、悩みぬいたことで、より強いものとなり、ふたりの絆の強さは、より濃くなりました。

“挙げる”と決めたその式の内容は、より多様に、より自由で新しいものとなり、ゲストへの想いは、より濃くなりました。

“挙げる”と決めたその想いは、本音を伝えたことで、より揺るぎないものとなり、ゲストの祝福は、より濃くなりました。

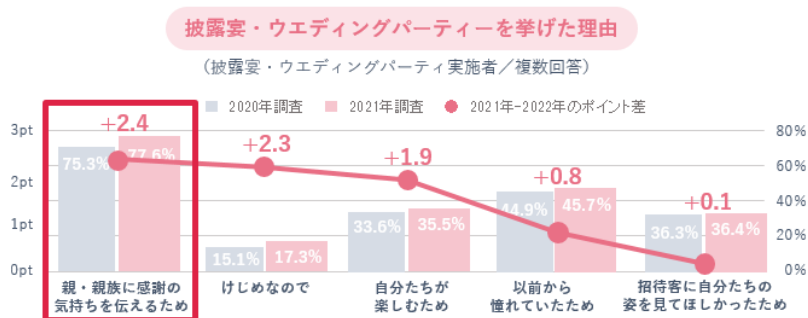
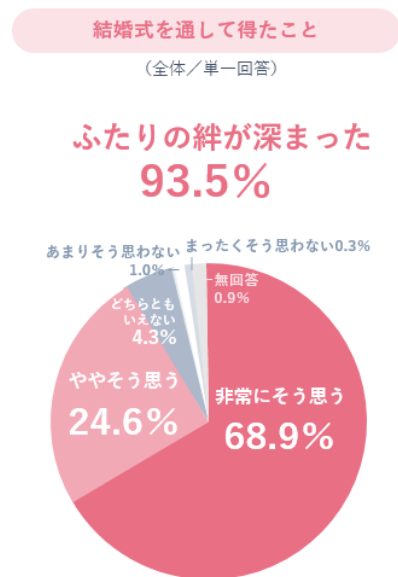
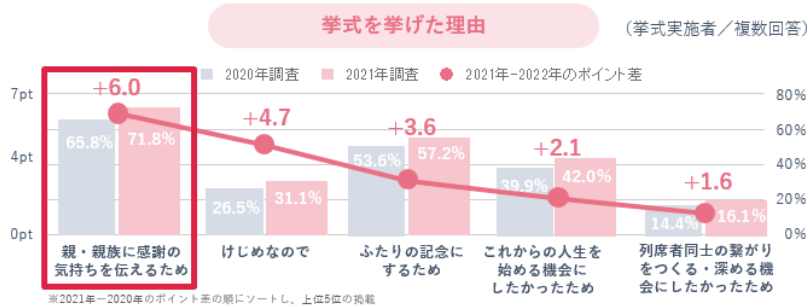
決断し、作りぬき、祝われる
ひとつひとつが強く、深く、揺るぎなく。

“挙げる”と決めた結婚式を実現したふたりは、“今、挙げてよかった”とふたり自身の肯定感が高まりました。

物理的な距離は離れる分だけ、こころの距離はグッと近くなる。
ニューノーマルでありながら、濃密に。

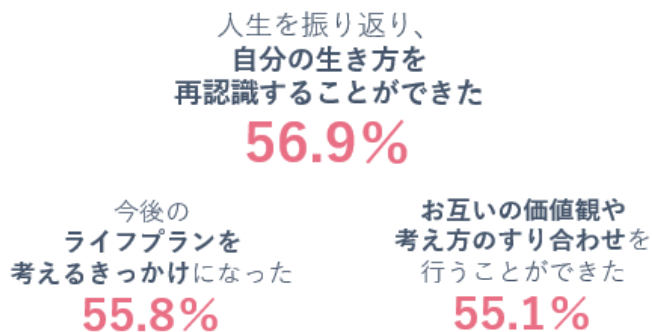
30

- ・今年のトレンドキーワードは「濃密（NO 密）婚」。実施を悩みぬき、内容にこだわり、おもてなしを大切にすることで本人たちの絆は強まり、親や親族、ゲストとの関係性も濃密に。親・ゲストからの祝福で自己肯定感が向上した。実施に当たっては多くのカップルが感染対策を徹底した。
- ・コロナ禍での挙式、披露宴・ウェディングパーティー実施については、9割以上が「迷った」と回答。入籍から挙式までの期間平均は8.5カ月で、昨年調査から2.8カ月増えた。2013年調査以来、最も長かった。
- ・挙式を挙げた理由として「親・親族に感謝の気持ちを伝えるため」と回答した割合が昨対6.0ポイント増の71.8%。
- ・二人が結婚式を通じて得られたこととして「二人の絆が深まった」と回答した人は93.5%。



- ・演出を決定する際に心がけたことは、「アットホームなムードになること」が70.4%で昨年調査から4.1ポイント増加。「親の気持ちや意見を大切にすること」も、昨年調査から微増。
- ・招待客1人あたりの料理費用〔飲み物を除く〕の平均は16.1千円で、年々増加傾向にあるなか、昨年調査からは500円増加。おもてなし傾向が強まっている。
- ・2020年度に結婚式に出席したゲストへの調査では、挙式披露宴ウエディングパーティー出席後の気持ちは「新郎新婦との関係が深まった」が一番ポイントが高く56.6%。2018年度の調査より5.5ポイントアップしている。(出典②ゲスト編)
- ・挙式実施者では、自己肯定感やカップル間の絆が強まった様子が見受けられる。「挙式を通じてできたこと」の問には「人生を振り返り、自分の生き方を再認識することができた」が56.9% (出典②)。ゲストとの絆についても「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93.1% (出典①)。

挙式を通じてできたこと (全体/各単一回答)



※上表の数値は、各項目について「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段階で尋ねたうち、「非常にそう思う」+「ややそう思う」の合計

結婚式を通して得たこと

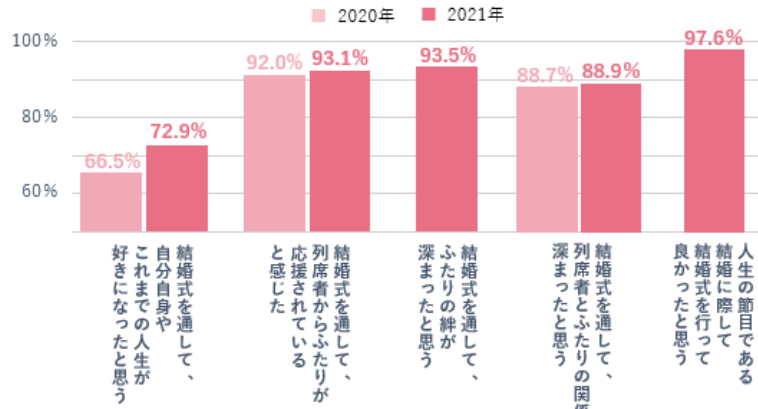
(全体/それぞれ単一回答)

結婚式を通して、
列席者からふたりが
応援されていると感じた

93.1%

結婚式を通して、
列席者とふたりの関係が
深まったと思う

88.9%



※「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

まとめ

コロナ禍で再発見された結婚式の価値

コロナ下結婚式は、絆強まる

『濃密 (NO密) 婚』

実施を悩みぬき、内容にこだわり、おもてなしを大切にする

本人たちの絆は強まり、親や親族、ゲストとの関係性も濃密に

親・ゲストからの祝福で自己肯定感向上

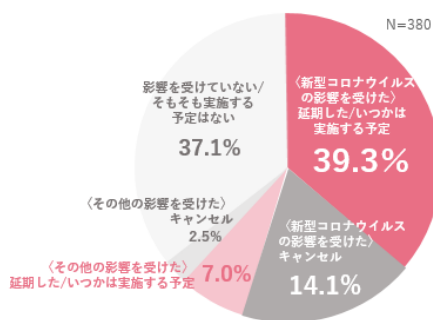
3、直近の状況と今後の見立て（2021年4月以降の動向）

①実施率（東京・愛知・大阪）（出典④）

・東京・愛知・大阪の2021年4~8月婚姻者におけるウエディングパーティー実施率は2020年4~8月に比較して上昇。特に「披露宴・ウエディングパーティー」の実施率は11ポイント上昇している。

・「ウエディングパーティー」に分類されるイベントのうち、いずれかを実施しなかった人の中で、約4割は「コロナ禍の影響で延期したがいつかは実施する予定」と回答。コロナ禍の影響以外で延期し、いつかは実施する予定と回答した割合と合わせると、実施予定のある人は46%。コロナ禍の収束を待ち、ウエディングパーティーの延期をしている層（コロナ収束待ち層）がいることが推察される。

ウエディングパーティー非実施理由におけるコロナ禍の影響と今後の予定の割合



定性コメント

ゼクシィ独自調査より

半年前に入籍しましたが、コロナ禍で今は、ためらっています。ですが、世の中がもう少し落ち着いたら実施したい希望をもって過ごしています。

結婚式でやりたいことがたくさんあり、コロナでそれを簡略化したり中止したりしたくない思いが強い。

ワクチン接種等がすすみ、コロナと共存した状態でも結婚式をしたい。その為に色々準備や考えておけるように、約1年後で考えています。

（「披露宴・ウエディングパーティー」「親族中心の食宴会」「その他ウエディングパーティー」のいずれかのイベントを非実施/単一回答）

「結婚した時期」を「2021年4月～2021年8月」と回答した、東京都、愛知県、大阪府の20～49歳（調査時）の既婚者

②招待人数（首都圏）（出典③）

- ・招待客の平均は2020年4~8月の平均40.1人から+7.6人の47.7人まで回復。
- ・予定していた招待客の平均は61.1人、コロナ禍による総人数の「変更あり」と答えた割合は76.2%。
- ・政府からの協力要請「50人または収容定員の50%のいずれか小さい方」の影響で、50名未満での実施が増加。

③披露宴・ウエディングパーティー総額（首都圏）（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、2020年4~8月平均から57.3万円増。
- ・一方、予定していた費用は平均364.9万円、コロナ禍による費用の「変更あり」と答えた割合は、65.3%。政府要請を受けた招待人数抑制の影響を受けているとみられる。

④今後の見立て

一部エリアの動向より、直近、2021年4月～8月では、2020年度よりも、実施率、招待人数、金額で回復が見られる。ウエディングパーティーのいずれかを実施しなかった人の約4割にあたる、コロナ収束待ち層の存在もあり、コロナ収束と共に市場回復が見込まれる。

< 出典元の調査について >

① 結婚トレンド調査 2021

2020年4月～2021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にした郵送法による調査。

https://www.recruit.co.jp/newsroom/pressrelease/assets/20211104_marriage_02.pdf

② 総合意識調査 2021（既婚編・ゲスト編）

2020年4月～2021年3月に結婚した20～49歳の既婚者<既婚編>と、2020年4月～2021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/20211104_marriage_01.pdf

③ 結婚トレンド調査 2022 先行調査

①の2022年先行調査。 ※来年実施予定の結婚トレンド調査 2022とは別調査。対象は2021年4月～2021年8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（首都圏のみ）で、郵送法による調査。

④ 総合意識調査 2022 先行調査

②の2022年先行調査。 ※来年実施予定の結婚総合意識調査 2022とは別調査。対象は2021年4月～2021年8月に結婚した20～49歳（調査時）の既婚者（東京・愛知・大阪のみ）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、一人一人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、メディア&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、4万6,000人以上の従業員とともに、60を超える国・地域で事業を展開しています。2020年度の売上収益は2兆2,693億円、海外売上比率は約45%になります。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、一人一人が輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここがない、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/>