

ゲストへのギフト贈り分けの実態 引出物を選ぶポイントは「個性」「特別感」より「実用性」

「ゼクシィ結婚トレンド調査2018」より

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。「ゼクシィ結婚トレンド調査2018」に関する新たな分析をお伝えします。

◆細分化するギフトの送り分け

結婚式には欠かせない、引出物などの「ギフト」。96.5%の人がギフトを準備しています。さらに、82.7%の人は「贈り分け」をしており、ゲストに合わせてギフトの内容を変えるのは一般的になっています。では、贈り分けの内容はどのように変化しているのでしょうか。「ゼクシィ結婚トレンド調査2018」にて、2017年4月～2018年3月に結婚したカップルに、「贈り分け」事情について調査しました。

【ギフトの贈り分けパターン（ギフトを用意した人のうち、贈り分けをした人／単一回答）】 ※無回答は非掲載

- ・2パターン : 18年調査 21.8% (12年調査 29.2%)
- ・3パターン : 18年調査 40.6% (12年調査 36.5%)
- ・4パターン : 18年調査 10.4% (12年調査 12.9%)
- ・5パターン以上 : 18年調査 25.4% (12年調査 19.7%)

【ギフトを贈り分けする際の基準上位3項目（ギフトを用意した人のうち、贈り分けをした人／複数回答）】

- ・親族と友人など、招待客との間柄によって : 18年調査 70.6% (12年調査 67.8%)
- ・招待客の性別によって : 18年調査 37.2% (12年調査 33.0%)
- ・招待客の年齢層によって : 18年調査 28.4% (12年調査 29.9%)

ギフトの贈り分けパターンをみると、「2パターン」は減少傾向にあり、ここ7年で7.4ポイント減少し、一方で、「5パターン」が増加傾向にあることが分かりました。約4人に1人は、「5パターン以上」の贈り分けをしており、パターンが細分化が進んでいるようです。

また、贈り分けの基準をみると、「間柄」「性別」「年齢層」が上位であり、特に「性別」が贈り分けの基準が増えていることがみてとれます。

◆引出物を選ぶポイントは「自分たちの個性」「特別感」より「実用性」

では、引出物などギフトを選ぶ際は、何をポイントにしているのでしょうか。

【引き出物を選択する際の重視点上位3項目（引き出物を用意した人／複数回答）】

- ・実用的であること : 18年調査 70.2% (14年調査 63.7%)
- ・好き嫌いが分かれないう難な品であること : 18年調査 63.7% (14年調査 63.6%)
- ・費用が手頃であること : 18年調査 28.5% (14年調査 30.8%)

引き出物の重視点をみると、「実用的であること」が最も高く、ここ5年で6.5pt増加しています。一方で、「費用が手頃であること」は上位ではあるものの、減少する結果となりました。

加えて言うと、「自分たちのセンスや個性を表現できること（14年 18.7%⇒18年 15.1%）」「普段あまり見かけないこと・ありふれていないこと（14年 11.9%⇒18年 7.0%）」が減少しています。「自分たちの個性」や「特別感」よりも、「実用性」を優先するなど、新郎新婦の現実的で実利を重視していることがみてとれます。

単純に特別な品物を送ることより、ゲストそれぞれの性別や年齢に合わせて、結婚式の先にある日々の生活で役に立つ実用的なギフトを選択する姿から、新郎新婦のおもてなしの気持ちが垣間見られます。

◆出版・印刷物ヘデータを転載する際には、「ゼクシィ結婚トレンド調査2018 調べ」と明記いただきますようお願い申し上げます。

【リクルート ブライダル総研】

ブライダル総研

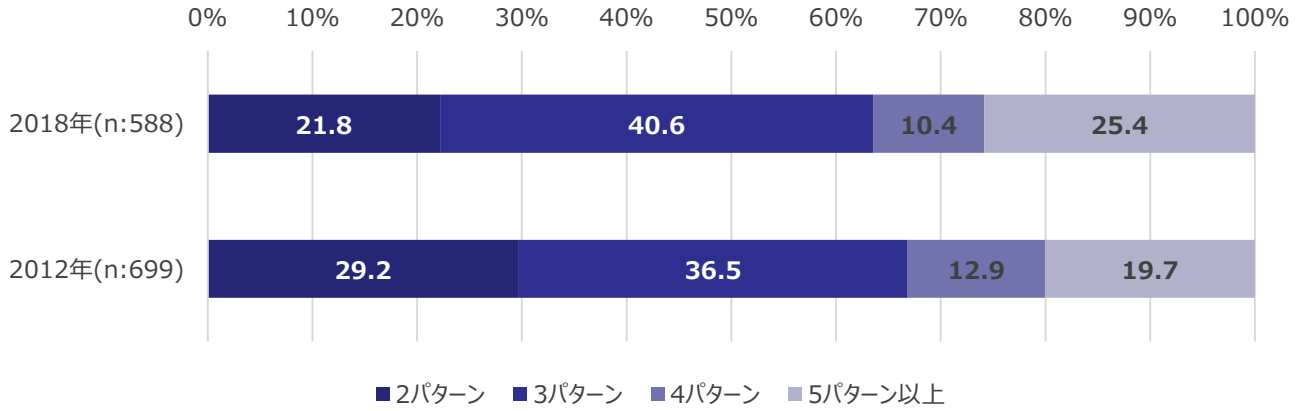
本調査の実査を担当する「ブライダル総研」は、を企画運営する株式会社リクルートマーケティングパートナーズにおける調査・研究組織です。結婚や結婚式に関する調査・研究、未来への提言を通じて、ブライダルマーケットの発展に貢献することを目的として活動しています。

「ブライダル総研リサーチニュース」バックナンバー
ブライダルに関する豊富な調査データはこちらをご利用ください

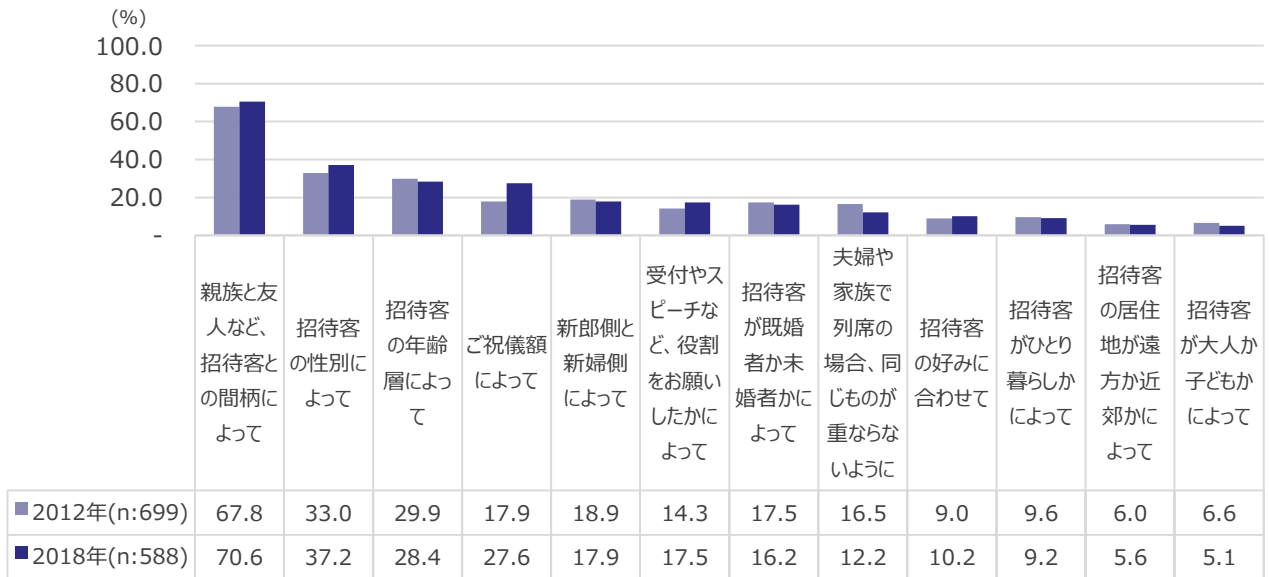
<http://bridal-souken.net/>

ブライダル総研 Research News

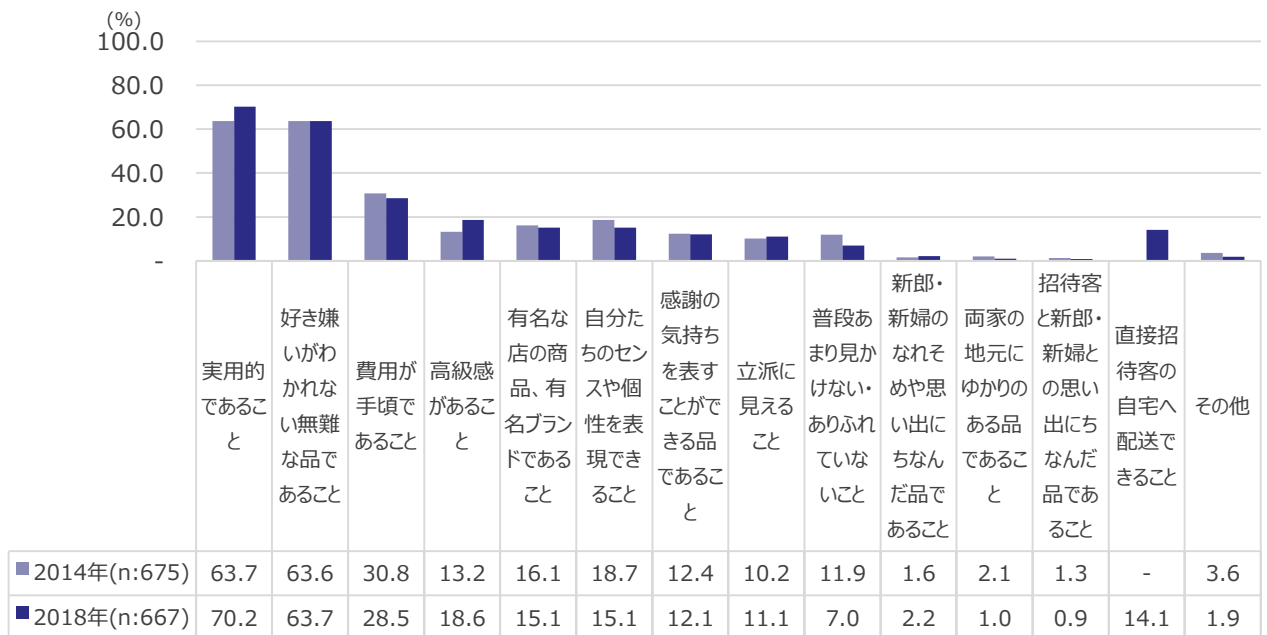
【ギフトの贈り分けパターン（ギフトを用意した人のうち、贈り分けをした人／単一回答）】※



【ギフトを贈り分けする際の基準上位3項目（ギフトを用意した人のうち、贈り分けをした人／複数回答）】



【引き出物を選択する際の重視点（引き出物を用意した人／複数回答）】



【調査概要】

【調査方法】 郵送法

【調査期間】 2018年4月20日～5月28日

【調査対象】 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2017年4月～2018年3月に結婚(挙式、披露宴・披露パーティ)をした、もしくは結婚予定があった『ゼクシィ』読者のうち、地域ごとにランダムサンプリングし、調査票を郵送。調査票への記入は妻に依頼。

調査票発送数:14750件 調査票回収数: 5494件 回収率: 37.2%

【集計サンプル数】

計5138人[北海道:294人、青森・秋田・岩手:150人、宮城・山形:270人、福島:160人、茨城・栃木・群馬:411人、首都圏(東京・神奈川・千葉・埼玉):784人、新潟:160人、長野・山梨:196人、富山・石川・福井:223人、静岡:171人、東海(愛知・岐阜・三重):513人、関西(大阪・兵庫・京都・奈良・滋賀・和歌山):729人、岡山・広島・山口・鳥取・島根:312人、四国(愛媛・香川・徳島・高知):213人、九州(福岡・佐賀・長崎・熊本・大分・宮崎・鹿児島):552人]
※回収されたサンプルのうち、対象期間内に挙式または披露宴・披露パーティをどちらも実施していないものは除いています。

※地域別の集計は「結婚前の妻の居住地」で行っています。

※全国集計については、各地域の婚姻件数(平成28年厚生労働省人口動態調査)に合わせてウエイトバック集計を行った推計値を掲載しています(全国<『ゼクシィ』発行地域外[沖縄]を除く>の婚姻件数合計は612067組)。

※図表中の「-」は回答なし、「0.0」は回答はあるが単位未満を示しています。

※本文中で使用している時系列のデータは、それぞれ過去に実施した同調査のデータです。調査方法、調査対象者は本年と同様、集計サンプル数については下記の通りです。

	集計サンプル数 (人)														
	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
2017年調査	329	212	275	134	341	750	132	202	198	173	578	744	285	196	574
2016年調査	330	139	205	131	364	856	133	168	156	203	616	860	328	148	586
2015年調査	336	176	259	144	396	794	148	164	173	247	797	798	387	163	719
2014年調査	364	194	298	131	455	806	104	219	207	203	645	806	432	187	782
2013年調査	489	243	329	176	480	1049	144	169	239	329	669	1078	485	201	929
2012年調査	454	181	290	146	450	932	147	237	232	331	620	897	582	263	1078

※2016年調査では、2016年4月に発生した平成28年熊本地震の影響を鑑み、熊本県の調査はしていません。

※鳥取県と島根県は、2012年調査まで調査対象外としていましたが、2013年調査から岡山県、広島県、山口県と合わせ、岡山・広島・山口・鳥取・島根として集計しています。