

花嫁のブーケ、結婚式の後はどうなる？ 一番多い、ブーケの行先は…… ～『ゼクシィ結婚トレンド調査2012首都圏版』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:東京都千代田区 代表取締役社長:富塚 優)が運営する調査・研究組織のブライダル総研より、『ゼクシィ結婚トレンド調査2012』(首都圏版)から見えてきた、カップルの結婚式の状況や特徴に関する分析をお伝えいたします。

①自分でブーケを持ち帰った花嫁が、半数以上！

『ゼクシィ結婚トレンド調査2012』にて、2011年4月～2012年3月までに結婚式(挙式もしくは披露宴・披露パーティ)を実施し、その中でブーケを使用した人に使用後のブーケの処置について聞きました。

その結果、最も多かったのが、50.4%の「自分で持ち帰った」という回答でした。それ以外では、「ドライ加工にした」が15.5%、「押し花にした」が11.3%ということが分かりました。
「人にあげた」人は、30.8%でした。

②「ブーケを人にあげる」花嫁は、減少傾向。

結婚式で使用したブーケを「人にあげた」という人を、時系列で見ると、減少傾向にあります。

2006年には、ブーケを「人にあげた」人が43.5%であったのに比べ、2012年は、13.0ポイントも下がっています。

「ブーケトス」や「ブーケプルズ」といった、ブーケを「人にあげる」演出が人気である一方で、中には、結婚式のゲストの中から独身の女性をだけを呼び出し、ブーケをあげるということに抵抗を感じるカップルもいるようです。ゲストにも結婚式を楽しんでほしい、というカップルのきめ細かい配慮が関係している結果なのかも知れません。

◆出版・印刷物へデータを転載する際には、「リクルート ブライダル総研調べ」明記いただけ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

「ブライダル総研」は、株式会社リクルートマーケティングパートナーズのブライダル事業本部に設置されている調査・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。

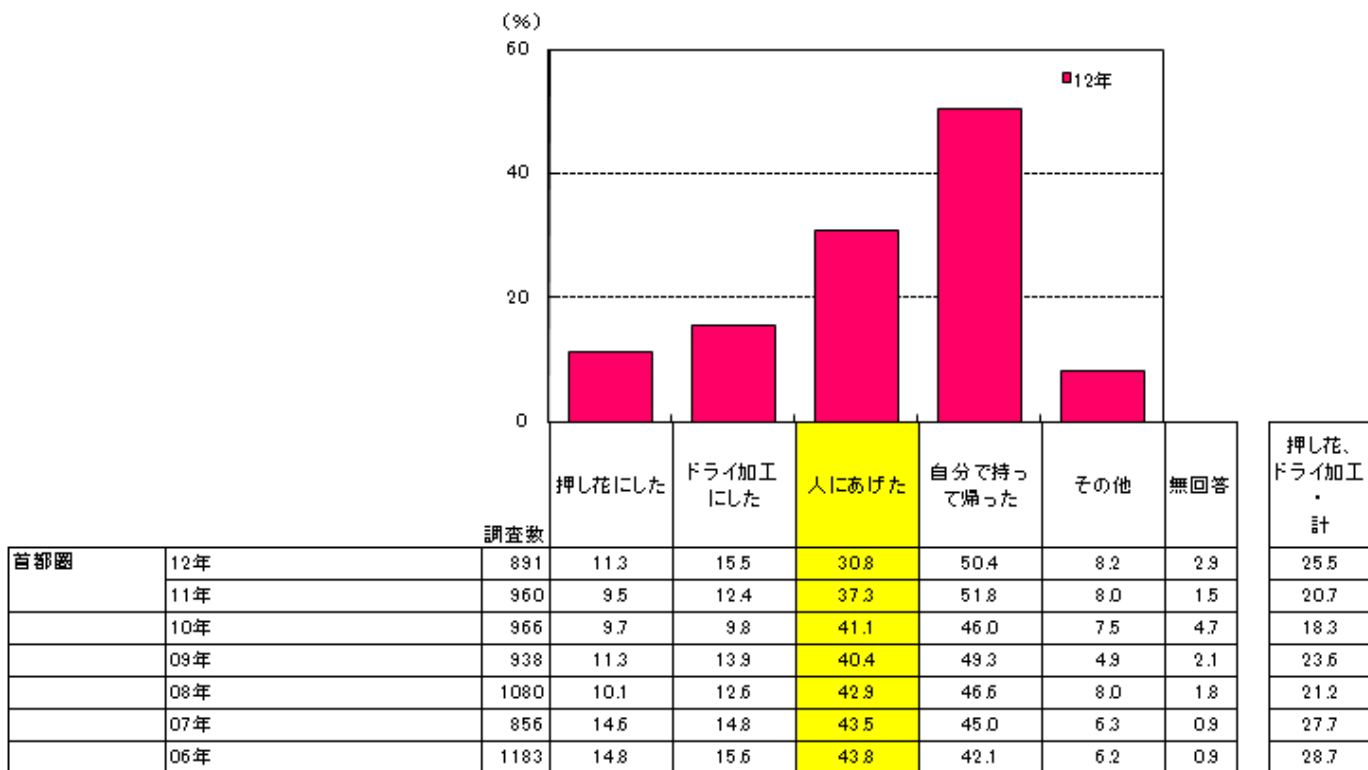
「ブライダル総研リサーチニュース」バックナンバー
ブライダルに関する豊富な調査データはこちらをご利用ください

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

■ゼクシィ結婚トレンド調査2012より

【参考データ】

■使用後のブーケの処置方法（ブーケの使用者/複数回答）



【調査概要】

【調査方法】 郵送法

【調査期間】 2012年4月23日～6月1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、四国、九州の2011年4月～2012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:20544件 調査票回収数: 7390件 回収率: 36.0%

【集計サンプル数】

計6840人[北海道:454人、青森・秋田・岩手:181人、宮城・山形:290人、福島:146人、茨城・栃木・群馬:450人、首都圏(東京・神
奈川・千葉・埼玉):932人、新潟:147人、長野・山梨:237人、富山・石川・福井:232人、静岡:331人、東海(愛知・岐阜・三重):
620人、関西(大阪・兵庫・京都・奈良・滋賀・和歌山):897人、岡山・広島・山口:582人、四国(愛媛・香川・徳島・高知):263人、九
州(福岡・佐賀・長崎・熊本・大分・宮崎・鹿児島):1078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。