



2013年3月14日

株式会社リクルートマーケティングパートナーズ



8割の男性が悩んでいるプロポーズ。

男子専用『プロポーズゼクシィ～花開け!! 求婚男子～』

3月14日 ホワイトデーに新サイトOPEN!

～「ゼクシィ」が「男」を応援する新サービスを始めます!～

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：鬼頭秀彰）が企画制作する結婚情報誌『ゼクシィ』では、プロポーズを考える男性のために、プロポーズや婚約指輪に関する役立つ情報を集めたサイト「プロポーズゼクシィ～花開け!! 求婚男子～」(http://propose.zexy.net/)を3月14日（木）からスタートいたします。

『プロポーズゼクシィ』概要

●概要

プロポーズ決断から当日までの流れに合わせて、先輩“求婚男子”の体験談や婚約指輪の選び方につながるノウハウなど、プロポーズの成功に導くためのコンテンツを提供。また、プロポーズにまつわる疑問を解消する記事やプロポーズを応援するサービスを提供している企業の紹介など、プロポーズに関する情報を無料で提供し、全国の“求婚男子”を応援します。

●主なコンテンツ

- ・求婚男子、プロポーズへの道
(女性の本音や経験者の言葉、当日までの段取りなどを紹介し、プロポーズをサポート)
- ・プロポーズニュース
(海外事情やお役立ちサービスなど、プロポーズに関する気になる話題を調査)
- ・プロポーズトピック
(インタビューをはじめ、プロポーズへのモチベーションを高める連載企画を展開)
- ・プロポーズ応援ジュエリーブランド
(プロポーズを応援しているブランドのサポートサービス、人気商品などを紹介)

●URL <http://propose.zexy.net/> (会員制ではありません)

●背景

結婚する際のプロポーズを「必要・ケジメ」と考えている男性は約8割。実際にプロポーズした男性は約7割。一方、プロポーズをされずに結婚することになった女性の8割超は「してほしかった」と思っています。必要と考えているし、求められているにもかかわらず、3割の男性はプロポーズをせずに結婚をしています。その理由として『ゼクシィ』では、世の中に男性向けのプロポーズや婚約指輪に関する情報（種類や方法、実例など）が不足しているため、男性が悩んでしまっているのではと考えました。

また、昨年12月に限定発売した『プロポーズ専用ゼクシィ』がすぐに完売したことや、『ゼクシィ』を購入する人の約3割が男性であるというデータもあり（『彼専用ゼクシィ』を付録につけた号は割合が増加する）、結婚を考える男性にとっても『ゼクシィ』が身近なものになってきているとも感じています。

さらに、最近では男性のプロポーズをサポートするサービスを展開している企業もでてきました。そこで、創刊20周年を迎える『ゼクシィ』として初めて本格的に、男性向けにプロポーズに関する情報を提供するサイトを設立することにいたしました。



男のプロポーズ実態

1) プロポーズ実施率
～約7割が実施～

出典：調査A) 既婚男性518名・単一回答

自分からプロポーズした **69.9%**
相手からプロポーズされた **0%**
自分からも相手からもなかった **30.1%**

既婚男性の約7割が自分からプロポーズをした一方、約3割はプロポーズがなかった。

2) プロポーズした場所
～自宅・家で約4割～

出典：調査A) 既婚男性のうちプロポーズをした362名・単一回答

1位	自宅・家	41.7%
2位	夜景・景色の良い場所	13.3%
3位	車の中	9.9%
4位	レストラン	9.7%
5位	ホテル・旅館	6.9%

プロポーズした場所の約4割が「自宅・家」という結果に。2位の「夜景・景色の良い場所」は、実際の実施場所の割合よりも、理想の場所だと考える割合の方が高いという特徴があります。（「夜景・景色の良い場所」がプロポーズの理想の場所である割合：男性の理想17.0%、女性の理想28.0%）

3) ふさわしいタイミング
～希望は「記念日」が人気～

出典：調査B) ①②の男性919名・単一回答

1位	二人にとって記念日(特別な日)	42.3%
2位	彼女の誕生日	23.7%
3位	出会った日	14.8%
4位	その他	10.4%
5位	最初にデートした日	3.5%

リクルートマーケティングパートナーズではこれからも、ひとりひとりにあった「まだ、ここにない、出会い。」を届けることを目指していきます。

【本件に関するお問い合わせ先】
https://www.recruit-mp.co.jp/support/press_inquiry/

4) プロポーズした理由 ～意思表示として必要が6割超～

出典：調査B) ①の中でプロポーズした男性206名・複数回答

1位	自分の意思表示として必要なことだと思ったから	62.6%
2位	相手を喜ばせたかったから	53.9%
3位	曖昧なままにしたくなかったから	39.3%
4位	相手のプレッシャーに負けて	7.3%
5位	周りがきちんとプロポーズしているから	3.4%

5) プロポーズしなかった理由 ～意思疎通・なれ合いが約半分～

出典：調査B) ①の中でプロポーズをしなかった男性206名・複数回答

1位	特に言葉にしなくても、お互い意識していたから	48.1%
2位	交際期間が長く、なれ合いの関係になってしまったから	32.5%
3位	必要ないと思ったから	20.4%
4位	恥ずかしかったから	19.4%
5位	お金がなかったから	8.7%

6) プロポーズされなかった女性 ～「して欲しかった」8割以上～

出典：調査B) ①の中でプロポーズされなかった女性104名・単一回答

とてもして欲しかった	32.7%
まあして欲しかった	50.0%
どちらともいえない	15.4%
あまりして欲しくなかった	0%
全くして欲しくなかった	1.9%

「とてもして欲しかった」と「まあして欲しかった」を合わせると82.7%の女性が「プロポーズをして欲しかった」と思っています。

7) 男性のプロポーズに対する考え方 ～「必要」「ケジメ」が8割近く～

出典：調査B) ①②男性919名・複数回答・各項目の「とても思う」+「まあ思う」のスコアが高い順

1位	結婚を申し込む側にとって必要なこと	79.9%
2位	相手にとって必要なこと	79.1%
3位	ケジメのひとつとして必要なこと	77.9%
4位	自分らしさを伝えるものである	48.0%
5位	他の人がどのようにしているのか知りたい	43.5%

8) 男性のプロポーズに対する悩みごと ～プロポーズに悩みや心配がある男性は約8割～

出典：調査B) ①の中でプロポーズした男性206名と②の中でプロポーズ予定ありの男性250名・複数回答

1位	いつプロポーズすればよいかわからなかった(悩んだ)	30.5%
2位	どんな言葉で伝えればよいかわからなかった(悩んだ)	30.0%
3位	相手が喜んでくれるかどうか心配だった	25.7%
4位	相手が受け入れてくれるかどうか心配だった	22.1%
5位	特に困ったことや悩みごとは無かった	21.1%

「悩みごとが無い」と答えたのは21.1%に留まり、約8割の男性が何かしら「困っている」ことがわかった。6位以下は「金銭的な心配」(13.2%)や「自分のやろうとしているプロポーズが正しいものかどうか心配だった」(12.9%)、「プレゼントについて」(7.9%)など。

婚約指輪(エンゲージリング)の実態

9) 婚約指輪の有無

出典：ゼクシィ結婚トレンド調査2012

あった	65.5%
なかった	34.5%

10) 平均購入費用

出典：ゼクシィ結婚トレンド調査2012

全国平均 31.7万円

11) 婚約指輪を渡した理由

出典：調査B) ①②の男性で婚約指輪を渡した(渡す予定の)人412名・複数回答

1位	相手を喜ばせたかったから	67.5%
2位	ケジメとして必要だと思ったから	50.0%
3位	プロポーズにはつきものだと思うから	30.8%
4位	特別なイベント・記念として必要だと思ったから	26.2%
5位	気持ちを伝える手段として必要だったから	20.6%

12) 相手の指輪のサイズの測り方

出典：調査B) ①の中で婚約指輪を渡した男性50名・複数回答

1位	婚約指輪をあげる前にも他の指輪をあげていたからサイズは知っていた	52.0%
2位	直接サイズを聞いた	22.0%
3位	相手にバレないように測った	18.0%
4位	サイズは知らなかった(合わなかった)	10.0%
5位	その他	6.0%

婚約指輪に関しては「相手を喜ばせたい」が7割近く、続いて「必要」「ケジメ」といった理由がありました。

また、男性が婚約指輪を渡したタイミングに関しては、プロポーズと「同時(同じ日)」と「別の日」でほぼ半々でした(調査B ①②の中で婚約指輪があった・予定含む男女516名)。別の日に渡した人の理由で最も多かったのが「サイズがわからないから(一緒に買いに行くつもりだった)」(35.5%)でした(同245名)。それでは婚約指輪をあげることを内緒にして購入した人は、どのようにして相手の指輪のサイズを知ったのか、参考までに聞いた内容が左記になります。

<出典>

- 調査A) 「プロポーズに関するアンケート」 調査方法/インターネット(全国) 調査時期/2013年2月9日～2月12日 調査対象/20～39歳の男女1244名。内訳/既婚男性518名、既婚女性518名、未婚男性104名、未婚女性104名
- 調査B) 「プロポーズとエンゲージリングに関する調査」 調査方法/インターネット(全国) 調査時期/2012年8月29日～8月31日 調査対象/20～39歳の男女1127名。内訳/①既婚(1年以内に結婚した)または結婚準備中(1年以内に結婚することが決まっている)男性412名・女性208名、②結婚前提とした交際をしている相手がいる男性507名

プロポーズのことなら何でもお答えします。ゼクシィ編集長 伊藤 綾

- ・最近のプロポーズ事情、プロポーズの時代変遷、業界の取り組み、市場の変化など
 - ・最近の20～30代の“求婚男子”の心情や思考
 - ・婚約指輪の選び方にまつわるノウハウやポイント、婚約指輪に関すること
 - ・『ゼクシィ』がプロポーズに取り組む背景、意図など
- ※プロポーズや婚約指輪に関するデータ、事例などもご用意しておりますのでお気軽にお問い合わせください。



参考) 男性向けのプロポーズサポートプランを実施している企業一覧(五十音順・敬称略)

アイプリモ/ANELLI DI GINZA(アネリ ディ ギンザ)/アンジェリック フォセット ブライダル専門店/ichi(イチ)/ORECCHIO(オレッキオ)/Cafe Ring(カフェリング)/GINZA TANAKA BRIDAL(ギンザタナカブライダル)/Ginza Rim(銀座リム)/ケイ・ウノ/システィーナ GINZA/Snow Precious Diamond 銀座店/トレセンテ/festaria bijou SOPHIA(フェスタリア ビジュソフィア)/雅-miyabi 表参道/全目金屋(もくめがねや) ※当サイト掲載店(屋号名)一部掲載