

2013年9月12日
株式会社リクルートマーケティングパートナーズ

プロポーズ
応援プロジェクト
ニッポンに、きりん♥を。

<ゼクシィ20周年記念「プロポーズ応援プロジェクト」企業連携企画>

求婚男子プロポーズ応援イベント開催レポート メガバンク3行など総勢10社が求婚男子のお悩み解決！

9月12日(木) 12:00~13:30 @ベクトルラウンジ (港区赤坂)

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:冨塚 優)が企画制作する結婚情報誌『ゼクシィ』では、現在「プロポーズ応援プロジェクト」を実施しています。その一環として今回は、今後プロポーズを検討している30名の求婚男子に対し、プロジェクト参画企業様が直接、プロポーズ成功のための指南を行うイベントを開催いたしましたのでご報告いたします。

第一部 お金に関する悩みをサポート

プロポーズや結婚のハードルのひとつとなっている“お金”の問題を解決するため、ファイナンシャル・プランナー北野琴奈さんをお迎えし、ゼクシィ編集長 伊藤綾と北野さんが、求婚男子に向けて直接アドバイスを行いました。

■ゼクシィ編集長 伊藤綾プレゼンテーション概要

- ・男性では83.3%、女性では89.6%の人が、いつかは結婚したいと回答
(出典:内閣府「結婚・家族形成に関する調査報告書」2011年)
- ・今まで結婚していない理由、男性はお金に関する不安が多い。
「結婚後の生活資金が足りないと思うから」38.6%
「結婚資金が足りないから」33.1%
(出典:内閣府「結婚・家族形成に関する調査報告書」2011年)
- ・既婚男性のプロポーズ実施率は7割(3割はプロポーズ未実施)
(出典:ゼクシィ「プロポーズに関するアンケート」2013年)
- ・プロポーズされなかった女性、「して欲しかった」が8割以上
(出典:ゼクシィ「プロポーズに関するアンケート」2013年)

■北野琴奈さんプレゼンテーション概要

- ・家計について話し合いができていないカップルは、できていないカップルよりも、世帯資産が多くなる傾向がある。
(出典:2012年 みずほ銀行 おうちのおかね調査)
- ・人生の三大出費は、①老後資金、②マイホーム購入、③教育費



お金に関して悩んでいる多くの求婚男子のために、メガバンク3行がプロポーズ応援プロジェクトへの参画を決定。それぞれの参画意図や実施施策に関する発表を実施しました。

■メガバンク3行発表概要

- | | |
|-----------|---|
| みずほ銀行 | 「参画意図」:結婚に対し資金面の不安がある方に「おうちのおかね」を通して家計管理や貯蓄方法について知って頂く事で、その不安を解消し、二人の思い描く生活を築けるようお手伝いさせて頂きたい。
「施策概要」:ウェブサイト「おうちのおかね」 |
| 三井住友銀行 | 「参画意図」:結婚に関し、お金の面での不安を抱えている方が多いと聞き、新婚旅行や二人での新生活という「夢」に向けてお金を貯めるため、銀行として少しでもサポートしたいと考えた。
「施策概要」:SMBCダイレクト積立預金 りぼん(提携特典付き) |
| 三菱東京UFJ銀行 | 「参画意図」:プロジェクトの趣旨が「『お客さまとご家族の末永い幸せ』を支えていく」という三菱東京UFJ銀行の基本理念に通じており、銀行としてもプロポーズを応援したいと考えた。
「施策概要」:スマートプラン |

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、ここにはない、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/

■メガバンク3行 x ゼクシィ プロポーズ応援プロジェクト記念「印鑑ケース」

メガバンク3行のプロポーズ応援プロジェクト参画を記念し、求婚男子を応援するため、各行オリジナルデザインの印鑑ケースを作成。みずほ銀行は、本日9月12日より、銀座支店、銀座中央支店、銀座通支店にて配布を開始します。三井住友銀行は9月23日、三菱東京UFJ銀行は11月23日より、それぞれ特設サイトにて配布予定となっています。詳細は今後随時発表させていただきます。



第二部 参画企業様からのプロポーズ指南 ~各企業ブース概要



電話を賢く利用して、プロポーズから結婚までをスムーズに。
商品の説明やプロポーズ前後のコミュニケーションの重要性を解説。



プロポーズ前後、エビスビールでコミュニケーションを円滑に。
そんな場にエビスがいられるよう商品をサンプリング。

SHISEIDO MEN

清潔感のある肌を手に入れ、自分に自信を持つことで、プロポーズを成功させる。
商品の使用体験と合わせて、肌のお手入れのポイントをアドバイス。

ゼクシィ

求婚男子のプロポーズに関するお悩み相談や、プロポーズ必勝アイデアの紹介など実施。



過去の映画から、様々なプロポーズシーンを切り出し、プロポーズの重要性を解説。

Panasonic

プロポーズ前の身だしなみとして、美容家電の活用を訴求。
その場で家電の使用体験も。

WACOAL MEN

勝負下着で身を引き締め、プロポーズの成功につなげる。
商品展示等を通じ、シルエットの重要性を解説。



ゼクシィ創刊20周年記念『プロポーズ応援プロジェクト』について

「プロポーズ」を通じて日本の“しあわせの総量”を増やしたい。
その想いで、2013年に創刊20周年を迎えた「ゼクシィ」が中心となり、
年間を通じて様々な企画で日本中のプロポーズを考える男性（求婚男子）を応援していくプロジェクトです。

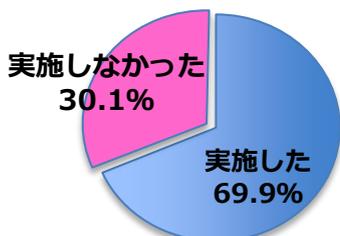
■概要



■背景データ

プロポーズ実施率

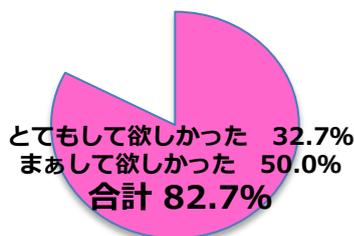
ゼクシィ調べ（既婚男性518名）



プロポーズがなく結婚した人が約3割もいます。しなかった理由は「恥ずかしかった」など。実施した・する予定の男性もプロポーズに対してシチュエーションや言葉等に悩みがある人は約8割。

プロポーズされなかった女性の心境

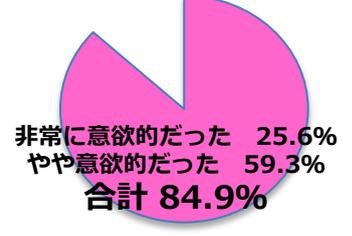
ゼクシィ調べ（プロポーズがなかった既婚女性104名）



プロポーズがなく結婚した女性の8割以上の方が「してほしかった」と思っています。

「イケ婿（いけむこ）」の出現率

ゼクシィ調べ（既婚女性258名）



結婚や結婚式準備に積極的な男性（イケ婿）も近年増えてきて、最近のブライダルマーケットでは男性に注目が集まっています。