

<Z世代の恋愛トリガーと損切りラインの実態調査>

クリスマスに向けた恋人探しは**マッチングアプリ**で**11月**から！

クリぼっちを避け“予定の掛持ち”など“**デート保険**”をかける人も

～**第一印象には160万円以上の価値**があることが明らかに？ 恋人候補に費やせる「年収」「お金」「時間」「デート回数」の**恋の損切りライン**が判明！「**16タイプ診断**」別の**調査結果**も公開～

第一生命保険株式会社(代表取締役社長:隅野 俊亮、以下「第一生命」)の100%子会社である第一スマート少額短期保険株式会社(代表取締役社長:益子 明紀)が展開している、デジタル完結型保険ブランド「デジホ」は、ブランドコンセプトである「今を自分らしく、ちょっとだけアクティブに」をテーマに、若者世代の意識調査を実施しています。

2024年9月に行った調査<sup>※1</sup>では、戦略的な陰キャ・陽キャアピールなど、様々な観点からリスクヘッジをしつつチャレンジをするZ世代<sup>※2</sup>の姿勢が伺える結果となりました。今回は、そんな世代ならではの生態を踏まえつつ、**クリスマスシーズン**<sup>※3</sup>に向けて『Z世代の恋愛トリガーと損切りラインの実態調査』を全国の18～27歳の働く男女・合計1,600名を対象に調査を実施しました。また、若者を中心に流行している「**16タイプ診断**」別の**調査結果**<sup>※4</sup>も同時公開します。

※1)Z世代のキャラクター別チャレンジ意識調査:[https://dsmart-ins.com/pdf/20240925\\_digiho.pdf](https://dsmart-ins.com/pdf/20240925_digiho.pdf)

※2)以下、Z世代=18～27歳の結果として記載

※3)クリスマスシーズン=12月23日～25日が対象

※4)「16タイプ診断」別 Z世代の恋愛トリガーと損切りラインの実態調査レポート:[https://dsmart-ins.com/pdf/20241120\\_digiho\\_supplement.pdf](https://dsmart-ins.com/pdf/20241120_digiho_supplement.pdf)

<調査サマリー>

① **【Z世代のクリスマス恋愛事情】** パートナー探しは**11月**から！手法は**マッチングアプリ**が最多。**「お相手のキープ」などの“デート保険”を掛けてクリぼっちを回避する傾向も**

- 現在恋人がいる人は約4割で平均交際期間は約2年、一方、これまで恋愛経験無し人は2割強。
- マッチングアプリの利用状況(アプリ数、出会った人数)の実態も判明。
- クリスマスに確実に誰かと過ごすため予定の掛持ちやSNSを駆使して“クリぼっち対策”をする人も。
- クリスマスに向けたパートナー探しは、“マッチングアプリで11月”から。女性の動き出しが若干早め。
- 相手に求めるクリスマスプレゼントについて、おおよそ1万円以下は見切りの対象!?

② **【Z世代の恋愛トリガーとプロセス】** 自身の恋愛モードのトリガーは「身近な友人の恋」。**恋人探しは、男性は友人志向、女性はマッチングアプリ志向!?**

- 恋愛がしたいと感じるのは「身近な友人に恋人ができた」とき。
- 恋人を作るため男性は「友人に相談」、女性は「マッチングアプリに登録」。
- 恋愛開始時、男性は「年収」「身長」、女性は「ルックス」に引け目を感じやすい傾向に。

③ **【Z世代の恋愛“損切りライン”】** 相手に好意を持つと、求める年収ハードルが**160万円**ダウン!? **恋人候補に費やすことができる「時間」「お金」「デート回数」の“恋の損切りライン”<sup>※</sup>も判明!**

- 第一印象時のNGラインは「清潔感がない」「礼儀がない」「会話が弾まない」。
- 第一印象クリア後は「第三者への態度」「金銭感覚」「マナー・モラルへの意識」がポイント。
- パートナーに求める年収ラインは、男性:395.4万円/女性:470.0万円。
- 条件面が厳しい一方、好意を持った場合は最低ラインが約160万円ダウン。
- パートナー候補に費やせる金額の上限は男性約3万/女性約1.5万と、恋の損切りライン<sup>※</sup>も明らかに。

※「恋の損切りライン」=恋人候補とお付き合いを開始するまでの期間において、見切りをつけるタイミングまでに費やせるコスト。

実施概要(Z世代の恋愛トリガーと損切ラインの実態調査)	
調査期間	2024年10月11日~10月23日
調査方法	インターネット調査
調査地域	全国
調査対象	18~27歳(Z世代)の働く男女1,600名 ※性別および16タイプ別均等割付

※小数点第二位を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります。

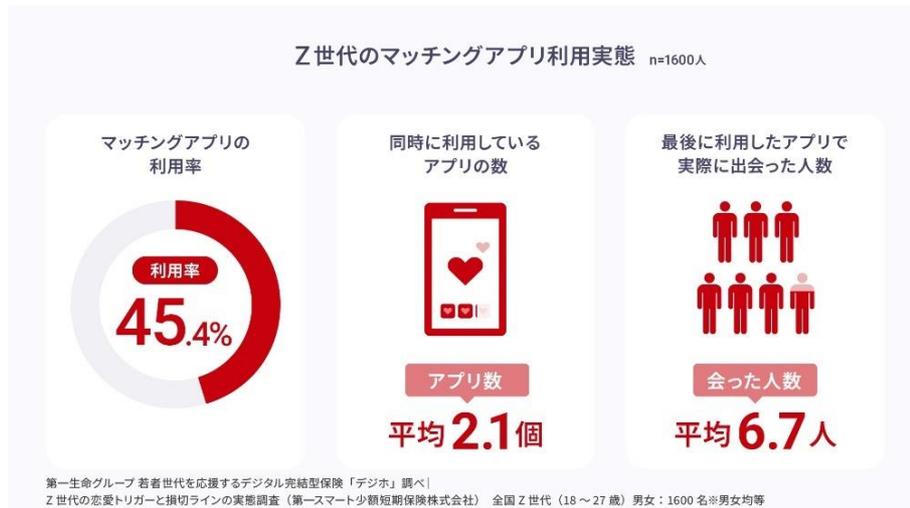
※本調査結果や分析をご掲載の際は『[第一生命グループ 若者世代を応援するデジタル完結型保険「デジホ」調べ](#)』と明記ください。

## 【2024年クリスマスに向けたZ世代の恋愛事情】

### ■Z世代の恋愛事情とマッチングアプリ利用状況の実態が明らかに！

クリスマスシーズンに向けた恋愛意向について、Z世代(18~27歳・1,600名)に『パートナー・恋人(以下:「恋人」記載)の有無』を伺ったところ、現在恋人がいる人は**36.4%**で、平均交際期間は約**2年**(24.2ヶ月)。直近の恋人ができるまでに出会った平均総人数は**8.5人**と判明しました。

次いで、『マッチングアプリ』における出会いの実態について伺ったところ利用率は**45.4%**、同時に利用していたアプリ数は平均**2.1**個、最後に利用していたマッチングアプリを介して実際に出会った平均人数は**6.7**人となり、Z世代が出会いの機会を作る場合、マッチングアプリが十分に活用されていることが確認できました。



一方で、Z世代のうち**22.9%**が**恋愛経験なし**(片思いを含め、これまで人を好きになった経験)であることも明らかとなりました。恋愛経験のない人が、恋をしていない理由としては、「自分に自信が無い(26.2%)」「恋愛に対して恐怖心がある(25.4%)」「恋愛に興味がない(25.1%)」の意見が上位に上がりました。

### ■クリスマスの楽しみ方！SNSで友人にアピールしたい男性と、イベント自体を楽しみたい女性!? ぼっち回避のため、“デート保険”を掛けてリスクヘッジ対策も。

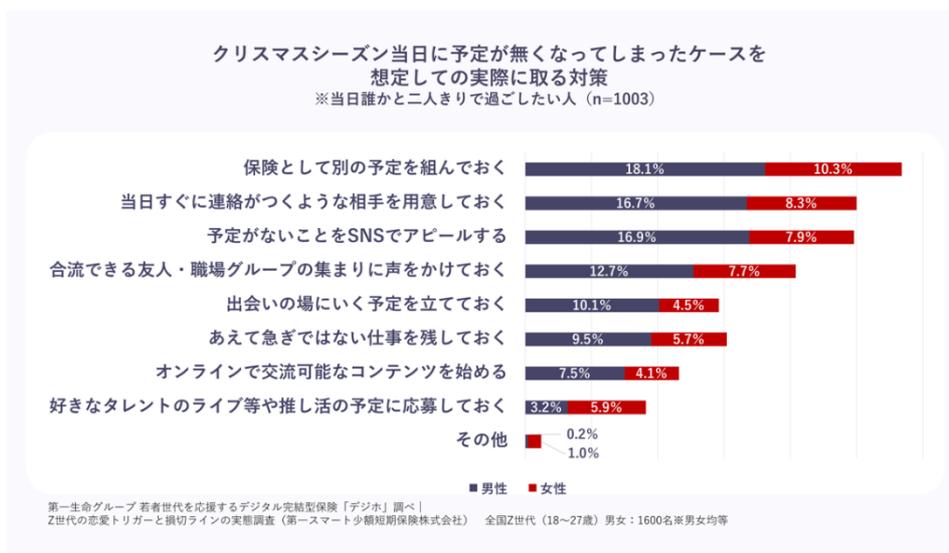
『今年のクリスマスを二人きりで過ごしたい人』は「恋人(50.1%)」がトップとなり、「恋愛対象外の友人(10.1%)」や「家族(10.8%)」「推し(7.8%)」にも一定数の支持が集まりました。

一方で、恋愛経験がない人(n=366)のうち**63.4%**はそもそも「誰かと二人きりで過ごしたいと思わない」と回答しました。

クリスマスに誰かと二人きりで過ごしたいと回答した人(n=1003)へ、その理由を尋ねたところ、「クリスマスシーズンを恋人や意中の人と過ごしたい」が約**7割**(70.0%)で首位。次いで「食事やイベントを楽しみたい(23.9%)」、「一人でいるのは寂しい(23.4%)」と続きました。

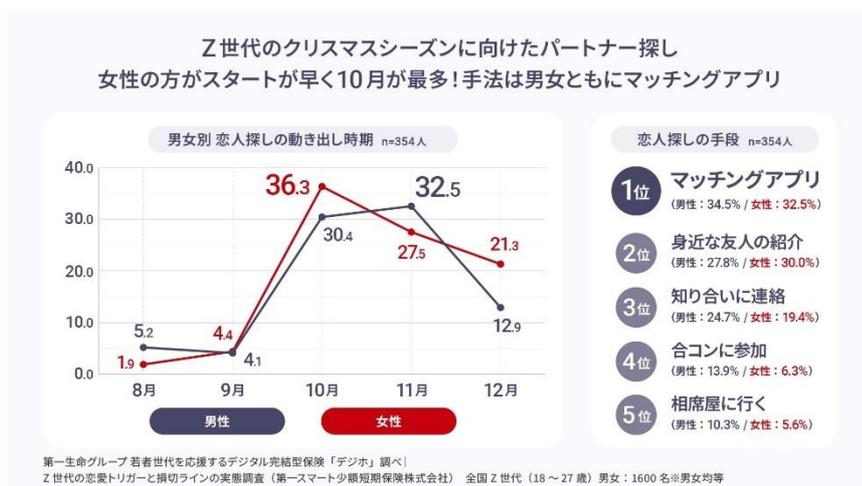
さらに同結果を男女別で比較すると、男性は女性の3倍以上「SNSで友人にアピールしたい(男性:10.7%/女性:3.0%)」意向があり、女性は男性の2倍以上「食事やイベントを楽しみたい(男性:15.1%/女性:32.5%)」意向があることが分かりました。

なお、『当日、予定が無くなった際の対策』では、「保険として別の予定も組む(男性:18.1%/女性:10.3%)」、「当日すぐ連絡がつく相手を用意(男性:16.7%/女性:8.3%)」、「予定が無い事をSNSでアピール(男性:16.9%/女性:7.9%)」が上位となり、いずれも男性の方が何かしらの対策を講じている傾向にあることが分かりました。



### ■クリスマスに向けた恋人探しは11月が本番!? 方法は「マッチングアプリに登録」が最多。

現在恋人がいない人(n=354)を対象に、『クリスマスに向けた恋人探しの動き出し時期』を伺ったところ、「11月(30.6%)」が最も高く、男女別で見ると男性は「11月(男性:32.5%/女性:27.5%)」、に対して女性は「10月(男性:30.4%/女性:36.3%)」に最も票が集まり、比較的女性の動き出しが早い傾向となりました。



また、『クリスマスを過ごす恋人探しの方法』では、「マッチングアプリに登録(男性:34.5%/女性:32.5%)」「身近な友人に紹介してもらう(男性:27.8%/女性:30.0%)」「出会いを求め気になる知り合いに連絡(男性:24.7%/女性:19.4%)」が男女ともに上位となりました。

## ■クリスマスプレゼントの費用として、見限られないラインは最低1万円以上！

さらに、全体を対象に相手に求めるクリスマスプレゼントについて『この金額を下回ってしまうと相手を見限るライン』を伺ったところ、平均「10,361円」との回答が集まりました。恋人や意中の人へクリスマスプレゼントを選ぶ際に、予算がおおよそ1万円を下回ってしまうと相手が幻滅する可能性があることが分かった一方で、29.2%が「金額はこだわらない」と回答もあり、Z世代の約3人に1人はプレゼント金額を重視していないことが確認できました。



## 【Z世代が恋しくなるトリガーと恋人づくりまでのプロセス】

### ■恋愛モードに入る引き金は「身近な友人の恋」。男性は「寂しさ」、女性は「周囲からの影響」や「将来の不安」が高い傾向も。恋人探しの手段は、男性は「友人」、女性は「マッチングアプリ」頼り!?

『恋愛をしたいと感じるとき』を伺ったところ、全体では「身近な友人に恋人ができたとき(26.9%)」「身近な友人が結婚したとき(21.6%)」が上位に上がりました。

一方、男女別では、男性は「休日を一人で過ごしているとき(男性:19.6%/女性:15.1%)」、女性は「ドラマ・映画・漫画等の恋愛コンテンツを見たとき(男性:12.4%/女性:21.1%)」「将来に不安を感じたとき(男性:13.0%/女性:20.3%)」も高い傾向となりました。



次いで、『恋人作りの際に起こした最初の行動』を伺ったところ、男性は「身近な友人に紹介してもらう(男性:36.6%/女性:32.2%)」、女性は「マッチングアプリに登録(男性:26.2%/女性:35.6%)」が最多に。また、過去の経験を踏まえ『最も恋人が作りやすい方法』は、男女ともに「身近な友人に紹介してもらう(男性:43.2%/女性:43.3%)」「マッチングアプリに登録(男性:26.4%/女性:36.3%)」が上位となりました。

### ■恋愛開始時において、男性は「身長」「年収」、女性は「ルックス」に引け目を感じやすい!?

また、『恋愛を始める際に、引け目を感じたこと』を伺ったところ、全体では「ルックス(40.4%)」「恋愛経験の乏しさ(26.6%)」が上位となりました。男女別に比較すると、男性は「年収(男性:22.9%/女性:17.0%)」「身長(男性:19.3%/女性:14.9%)」、女性は「ルックス(男性:37.9%/女性:43.0%)」が全体平均と比べた際に数値が高くなり、特に引け目を感じやすい傾向にあることが分かりました。

## 【恋人候補として検討する際の“恋の損切りライン”】

### ■第一印象 NG ポイントは、清潔感・礼儀・会話。男性は「礼儀」重視／女性は「清潔感」重視の傾向に。

『初対面で恋人候補として見れなくなる NG ポイント』を伺ったところ、全体では「清潔感がない(45.6%)」「礼儀がない(41.9%)」「会話が弾まない(39.1%)」が上位となりました。男女別では、男性は「礼儀がない(男性:31.6%/女性:52.1%)」、女性は「清潔感がない(男性:31.0%/女性:60.1%)」に票が集まりました。

次いで、『第一印象クリア後、恋人候補から外れる NG ポイント』を伺ったところ、「第三者への態度の悪さ(男性:34.4%/女性:49.8%)」「金銭感覚の差(男性:32.4%/女性:32.3%)」「食事に関するマナーやモラル意識の差(男性:22.5%/女性:40.0%)」が上位となりました。また、第一印象および以降のコミュニケーションの両場面で、女性の方が審査が厳しい傾向を垣間見ることができました。

また、『恋人候補に対して、リスクを感じる過去の交際経験人数(n=870)』を伺ったところ、平均は「7.2 人」と判明しました。一方で、最も票を集めたのは「交際経験 0 人(20.3%)」と、これまでの交際経験の数より、交際経験の有無を重視する傾向が確認できました。

### ■恋人候補に求める年収！条件面はシビアでも一度相手に好意を持ったなら 160 万円以上も免除!?

恋人候補として新たな人と出会う場合の条件面で『相手に求める最低限年収ライン』を伺ったところ、男性が相手に求める平均額は「395.4 万円」、女性が相手に求める平均額は「470.0 万円」となりました。



一方で、『一度相手に好意をもった場合でも恋人候補から外れる年収ライン』では、男性が相手に求める平均額は「234.3 万円」、女性が相手に求める平均額は「272.0 万円」となり、出会う前と好意を抱いた後では、男性「161.1 万円」、女性「198.0 万円」の差が生じることが明らかになりました。

さらに、『恋人候補と実際に付き合うまでに費やす事ができる上限』を伺ったところ、各平均値は“費やせる時間”男性「32.3 時間」、女性「44.4 時間」、「費やせる金額」男性「約 3 万円」、女性「約 1.5 万円」、「デート回数”男性「3.5 回」、女性「3.3 回」となり、男女別におけるそれぞれの損切ラインが判明しました。

**恋人候補と実際に付き合うまでに費やす事ができる  
「時間」「金額」「デート回数」の上限 (n=1600)**

付き合うまでに費やせる時間	～1時間	1～5時間	5～10時間	10～30時間	30～50時間	50～100時間	101時間～	平均
男性	15.0%	26.8%	16.3%	19.5%	7.9%	8.8%	5.9%	32.3h
女性	13.8%	21.8%	14.7%	27.2%	9.4%	11.5%	9.0%	44.4h

付き合うまでに費やせる金額	～1,000円	1,001～5,000円	5,001～10,000円	10,001～30,000円	30,001～50,000円	50,001～100,000円	100,001円～	全く使いたくない	平均
男性	10.4%	24.0%	19.0%	20.1%	9.6%	7.9%	2.1%	17.3%	¥29,589
女性	7.1%	25.5%	27.1%	20.9%	6.3%	2.3%	0.5%	17.5%	¥14,888

付き合うまでのデート回数	1回	2回	3回	4回	5回	6～10回	11～30回	1回もしたくない	平均
男性	11.3%	15.3%	31.3%	3.4%	14.1%	6.4%	3.3%	15.1%	3.5回
女性	4.8%	11.0%	40.8%	5.6%	16.9%	6.5%	1.0%	13.5%	3.3回

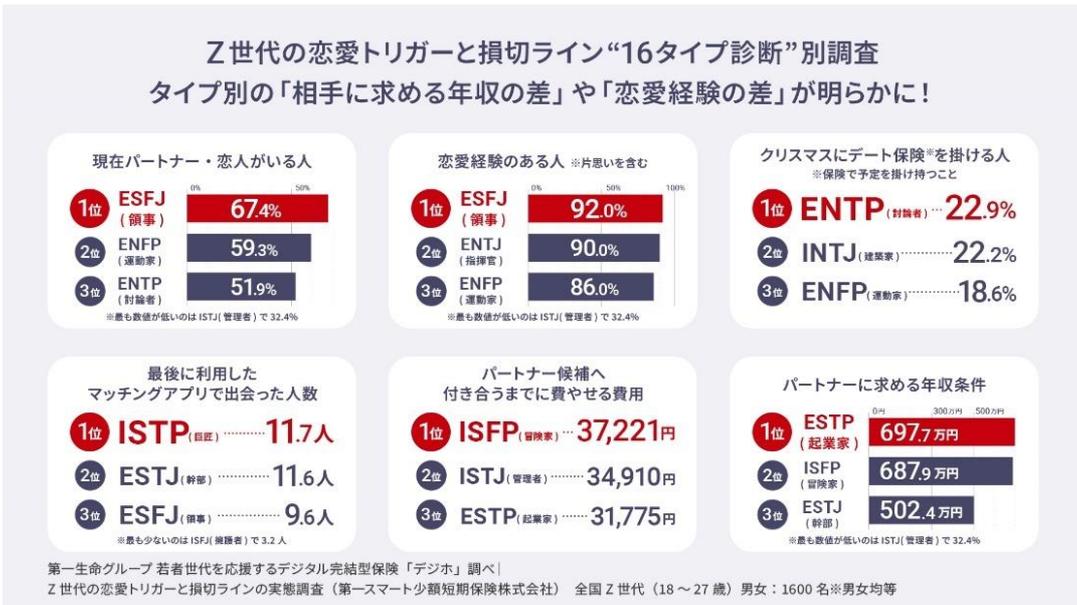
第一生命グループ 若者世代を応援するデジタル完結型保険「デジホ」調べ | Z世代の恋愛トリガーと損切ラインの実態調査 (第一スマート少額短期保険株式会社) 全国Z世代 (18～27歳) 男女: 1600名※男女均等

**若者世代で流行の“16タイプ診断”別の調査結果をデジホ公式 SNS & レポートにて公開！**

今回の調査を、話題の“16タイプ診断”別にまとめたものを、デジホ公式 SNS およびレポートにて公開します。

＜調査サマリー＞

- 最もパートナーがいるタイプはESTJ(領事)
- マッチングアプリで出っただ人数が多いのはISTP(巨匠) !?
- 付き合うまでに最も投資してくれるのはISFP(冒険家)でその額 3 万 7221 円
- 最も年収思考なのは ESTP(起業家)で、パートナー候補に求めるのは 697.7 万円



“16タイプ診断”別調査レポートはこちら：  
[https://dsmart-ins.com/pdf/20241120\\_digiho\\_supplement.pdf](https://dsmart-ins.com/pdf/20241120_digiho_supplement.pdf)

## 恋愛もリスクハッジ志向な世代の“新たな一歩”をサポートするデジタル完結型保険ブランド「デジホ」

### ■リスクハッジに敏感なZ世代に寄り添い、安心して挑戦できる環境を支援

今回の調査結果から、Z世代は恋愛においてもリスク回避を心がけて一歩を踏み出していることがわかりました。恋愛を始めるトリガーとしては、友人の恋や結婚のほか、周囲の影響を受ける素直な一面もある一方で、ただ無鉄砲に恋をするわけではなく、年収などお金を中心としたコストを意識していることが垣間見られました。

デジタル完結型保険ブランド「デジホ」は、「今を自分らしく、ちょっとだけアクティブに」をブランドコンセプトにかかげ、Z世代やミレニアル世代といわれる未来を担う若者たちが、安心して一歩ふみだせるように応援するデジタル完結型保険ブランドです。

日常の恋愛シーンから、キャリアアップなど、若者世代がチャレンジを始める第一歩を踏み出したとき、スマホやパソコンからいつでもアクセスしていただくことで、デジホはあなたの挑戦を応援し未来への一歩をサポートします。

### <「デジホ」概要>



デジホは一人でも多くの人が自由でポジティブに、そして、アクティブになれる社会の実現を目指し、第一生命保険株式会社と第一スマート少額短期保険株式会社が提供するデジタル完結型保険です。

■第一スマート少額短期保険株式会社 HP : <https://dsmart-ins.com/>

■「デジホ」ブランドサイト : <https://digiho.com/>

■公式Xアカウント(@digiho\_d) : [https://x.com/digiho\\_d](https://x.com/digiho_d)

■公式LINEアカウント(@737fsqdi) : <https://liff.line.me/1645278921-kWRPP32a/?accountId=737fsqdi>

### <「デジホ」サービスpoint>

- **スマホで申し込みが可能**  
スマホやパソコンからの入力のみで手続きが完了。  
必要になったときに、24時間いつでも申し込みできます。
- **ピンポイントに申し込める**  
必要な保障内容にだけピンポイントで申し込みできます。
- **第一生命グループの商品だから安心**  
第一生命の約120年の歴史と実績をもとに、多様なライフスタイルで活躍する方々がさらにアクティブに能力を発揮できるようサポートします。

### <取扱商品>

医療保険／家事代行費用保険／所得保障保険／定期保険

以上