

『ゼクシィ縁結び』協力！ コロナ禍の「マッチングアプリ」恋愛婚活実態の調査 マッチングアプリ利用期間は「1年半以上」が最多！コロナきっかけで利用する男女も

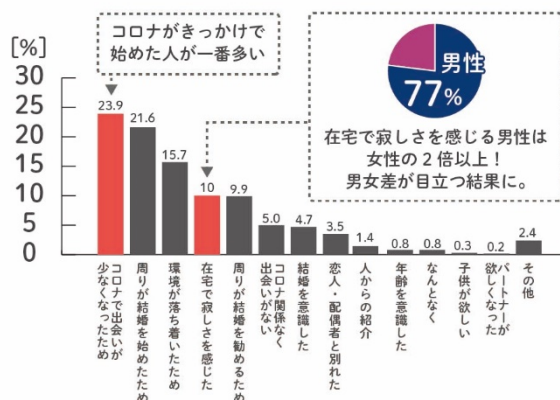
株式会社Parasol(本社：東京都港区、代表取締役社長：傘 勇一郎)が運営する未婚男女のマーケティング研究機関『恋愛婚活ラボ』は、2021年6月7日(月)から6月20日(日)の期間において、株式会社リクルートが運営する『ゼクシィ縁結び』と共同で当サービスの利用ユーザー658人を対象に、コロナ禍におけるマッチングアプリの利用実態や恋愛・婚活事情について調査いたしました。

- [1] リモートワークが影響?! 「出会いが少ない」「寂しい」を理由に利用を開始
- [2] 男女ともに「相手探しは"見た目"・"年齢"」、「出会い後は"結婚の本気度"」重視
- [3] 首都圏在住者の4人に1人が「オンラインデート」を経験

[1] マッチングアプリの利用実態調査!

- ・リモートワークが影響?! 利用のきっかけ女性No.1は「コロナで出会いが少なくなったから」
- ・男性のほうが「寂しい」を理由にマッチングアプリの利用を開始! リモートワークの多さが影響?
- ・「26%」が1年半以上マッチングアプリを利用。コロナの影響で婚活も長期化傾向に

マッチングアプリを始めたきっかけ



データ提供元: **ゼクシィ縁結び** 企画・編集: **恋愛婚活ラボ** アンケート期間: 2021年6月7日~6月20日

※当記事のテキストや画像を引用・転載の際は弊社にご一報いただき、『恋愛婚活ラボ調べ』と明記いただきますようお願い申し上げます。

恋愛婚活ラボ / <https://renai-konkatsulab.com/>

TEL : 090-6806-2890 Mail : info@parasol-inc.com

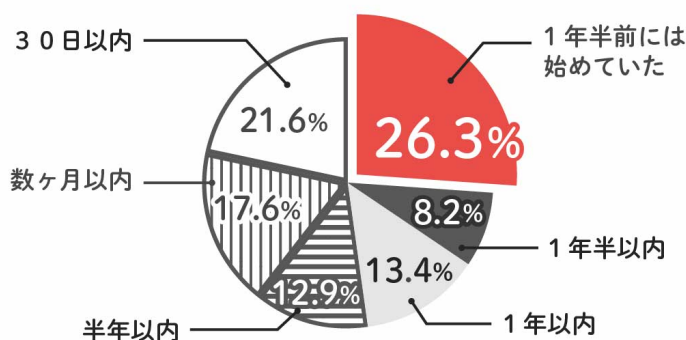
※本資料に記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

- リモートワークが影響！利用のきっかけ女性No.1は「コロナで出会いが少なくなったから」
- リモートワークが多い男性のほうが「寂しい」を理由にマッチングアプリの利用を開始

未婚男女を対象にマッチングアプリを始めた理由について調査したところ、男女ともに上位に「コロナで出会いが少なくなったから」がランクインしました。女性は利用きっかけの1位で「31%」、男性は2位で「19%」という結果になりました。男性の利用開始理由を見ていくと、「環境が落ち着いた」「在宅で寂しさを感じた」など“寂しい”を理由とした回答が、女性の回答と比較し「約2倍」となっています。女性は男性よりもアパレルや美容など接客業が多いため、オフィスワーカーの比率が高い男性のほうがリモートワークになりやすく、在宅勤務の寂しさを感じやすいのだと考えられます。また、女性の方が男性と比べて1人でできる趣味が多く寂しさを紛らわすことができるのかもしれませんが。

- 「26%」が1年半以上マッチングアプリを利用。コロナの影響で婚活も長期化傾向に

マッチングアプリを始めた時期



データ提供元：セゾン縁結び 企画・編集：恋愛婚活ラボ アンケート期間：2021年6月7日～6月20日

また、現在もマッチングアプリを利用している人に利用開始時期を調査したところ、最も多かったのが「1年半以上」で「26%」という結果になりました。コロナより前の2019年末から利用している人が、コロナ禍によって人と直接会うのが難しくなり、婚活が長期化しているのではないかと考えられます。

【2】マッチングアプリでの恋愛・婚活で重視する項目を調査

- ・相手探しの際に重視する項目No.1は「年齢」、No.2は「外見」という結果に
- ・出会い後に重視する項目No.1は「結婚の本気度」。女性は「コミュニケーション」を重視する傾向も

マッチングアプリで重視する点

	♀ 女性		♂ 男性		
1	年齢	63%	1	年齢	62%
2	外見	52%	2	外見	61%
3	年収	43%	3	結婚の本気度	38%
4	住まい	29%	4	趣味	35%
5	結婚の本気度	26%	5	住まい	30%

※複数回答可
データ提供元：セゾン縁結び 企画・編集：恋愛婚活ラボ アンケート期間：2021年6月7日～6月20日

●相手探しの際に重視する項目No.1は「年齢」、No.2は「外見」という結果に

「マッチングアプリで相手を探す際に重視する項目」について調査したところ、男女ともにNo.1は「年齢」、No.2は「外見」という結果になりました。男女別に調査していくと、「年収」「趣味」「結婚の本気度」で大きな乖離がありました。

女性において、「年収」は「40%」以上が重視すると回答した一方、男性はたった「4%」と重要視していないという結果になりました。

男性においては、「趣味」が「35%」と、女性の「21%」より重要視した人が多いという結果に。また、男性No.3が「結婚の本気度」という結果も興味深い結果となりました。

●出会い後に重視する項目No.1は「結婚の本気度」。女性は「コミュニケーション」を重視する傾向も

恋愛に発展させるための決め手

♀女性			♂男性		
1	結婚の本気度	48%	1	結婚の本気度	47%
2	メッセージの言葉遣い	41%	2	外見	47%
3	外見	35%	3	年齢	40%
4	メッセージの頻度	25%	4	趣味	35%
5	年収	24%	5	メッセージの言葉遣い	27%

データ提供元：セゾン縁結び 企画・編集：恋愛婚活ラボ アンケート期間：2021年6月7日～6月20日 ※複数回答可

続いて、「マッチングアプリで出会った相手と、恋愛を進展させる上で重視する項目」について調査を実施したところ、男女ともに第1位は「結婚の本気度」で「約50%」と約半数の男女が重視する結果となりました。

女性の第2位は「メッセージの言葉遣い」、次いで「メッセージの頻度」と、「相手とのコミュニケーション」を重視するという結果になりました。女性は、コロナ禍で直接会えない分、相手とのメッセージ内容（言葉遣いなども含む）・頻度で、相手との相性を見極めているようです。

男性の第2位は「外見」、第3位は「年齢」がランクイン。相手探しから継続して、出会った後も前述の項目を重視する結果となり、「相手の内面性」を重要とする女性との差が浮き彫りになりました。

上記のことから、マッチングアプリにおける恋愛・婚活で重視する項目は、男女ともに「相手探しは"見た目"・"年齢"」、「出会い後は"結婚の本気度"」という結果になりました。また、出会い後について重視する上位項目について、女性は「"コミュニケーション"」を、男性は「"外見"、"年齢"」といった、恋愛を進展させていく上では男女の差があることも分かりました。

※当記事のテキストや画像を引用・転載の際は弊社にご一報いただき、『恋愛婚活ラボ調べ』と明記いただきますようお願い申し上げます。

恋愛婚活ラボ/<https://renai-konkatsulab.com/>

TEL：090-6806-2890 Mail：info@parasol-inc.com

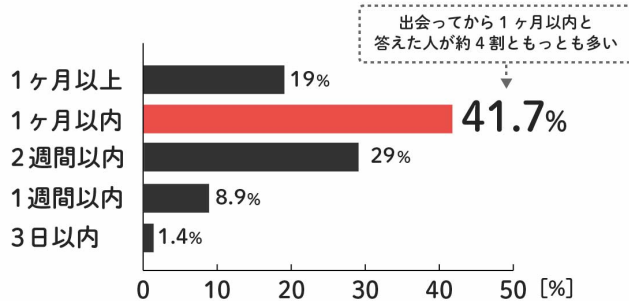
※本資料に記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

[3] マッチングアプリのデート事情を調査

- ・初デートは出会い後「1ヶ月」が約4割と最多
- ・首都圏在住者の4人に1人が「オンラインデート」を経験

●初デートは出会い後「1ヶ月」が約4割と最多

マッチングして何日ぐらいで会う？

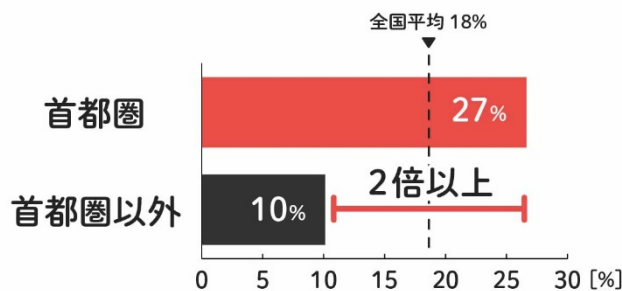


データ提供元：ゼクシィ縁結び 企画・編集：恋愛婚活ラボ アンケート期間：2021年6月7日～6月20日

マッチングアプリで出会ってから初デートするまでの期間を調査したところ、「41%」が「1か月以内」と回答し、最多となりました。これは、コロナ禍特有の事情が関係している結果と考えます。コロナ前においては「相手とまずは会ってみよう」と、初デートまでの期間が短い傾向にありました。しかしコロナ禍で状況は一変。「初対面の人と直接会う」ことのハードルがあがったため、「相手に会ってみたいかを真剣に考える」「まずはオンラインのメッセージで相手のことを知ってから決めてもいいのでは」といった人が増加。そのため、1か月という期間で、メッセージや電話などを通して、相手との仲を深め、お互いを知ってからが初デートをするという人が増えたことが結果に反映されています。

●首都圏在住者の4人に1人が「オンラインデート」を経験！地方在住者の約2倍以上に

オンラインデート経験者(あり)の割合



データ提供元：ゼクシィ縁結び 企画・編集：恋愛婚活ラボ アンケート期間：2021年6月7日～6月20日

「オンラインデート経験の有無」について都道府県別にアンケートをとったところ、東京・埼玉・千葉・神奈川の「首都圏在住者」は、約4人に1名となる「約26%」がオンラインデートの経験者であることがわかりました。一方、上記以外の「地方在住者」で経験がある人は「約10%」と、約2分の1の結果に。

これもコロナが大きく影響している結果と言えます。首都圏では、地方と比較してコロナが猛威を振るい、仕事でのリモートワーク・オンライン会議を実施する機会が当たり前になってきました。そこで、恋愛における「オンラインデート」に対しても、PCやインターネットなどの「環境面」、また、「オンライン」であることの方法などを、比較的抵抗なく受け入れることができたからと分析しています。

※当記事のテキストや画像を引用・転載の際は弊社にご一報いただき、『恋愛婚活ラボ調べ』と明記いただきますようお願い申し上げます。

恋愛婚活ラボ/<https://renai-konkatsulab.com/>

TEL : 090-6806-2890 Mail : info@parasol-inc.com

※本資料に記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

【4】「ゼクシィ縁結び」の恋愛・婚活アドバイザー桜井まり恵より



調査結果からも見るとおり、コロナ禍において、人とのつながりがなかなか持ちにくい中でマッチングアプリを利用開始される方が増えている傾向にあります。このような時代だからこそ、より便利に効率的に出会えるというマッチングアプリの特性が時代にマッチしたのではと考えます。

また、オンラインでのデート経験も約2割の方が利用しており、オンラインを取り入れながら婚活を進めていくスタイルが今後はより一般的になる可能性も伺えます。

Withコロナ、Afterコロナの世の中でも、業界全体としてより安心安全に婚活できる世界が広がっていければと思います。

【5】「恋愛婚活ラボ」所長より

今回の調査では、コロナの影響により、婚活願望が高まり実際にアプリの登録をして活動している男女が多くなっていることがわかりました。また、女性のほうが婚活に対して真剣なイメージがありますが、男性は「コスパ・効率」を重視する傾向にあり、無駄な恋愛をしたくないという気持ちが大きいため、有料のサービスを使ってでも結婚に前向きな女性と出会おうとしている傾向もみられました。

男性は見た目など、実際の結婚生活とはあまり関係ないところを重視する傾向にあり、婚活の難しさを感じる一方で、男性の「寂しさからアプリを始めた」という動機や「結婚に対する本気度」を重視する傾向をみると、より強い意思で積極的に婚活を始めている男性が多いことは、婚活業界にとってとても良いことだと思います。なぜなら婚活市場は一般的には女性の方が数が多く、真剣な傾向があるからです。また、女性はメッセージの言葉遣いを重視する傾向があることもわかり、スペックだけではなくて男性側の努力で改善できる点を重視していることはとても素晴らしいことだと思います。コロナをきっかけに本気で婚活をしている男性が増え、メッセージツールなどを活用して積極的に女性にアプローチすることで、婚姻数が上昇していけばと思います。

【アンケート調査概要】

「マッチングアプリに関する意識調査」

調査方法：アプリ会員へのアンケート調査

調査期間：2021年6月7日（月）～6月20日（日）

調査対象：婚活アプリゼクシィ縁結び

有効回答数：N=658（男性421人、女性237人）

※当記事のテキストや画像を引用・転載の際は弊社にご一報いただき、『恋愛婚活ラボ調べ』と明記いただきますようお願い申し上げます。

恋愛婚活ラボ/<https://renai-konkatsulab.com/>

TEL：090-6806-2890 Mail：info@parasol-inc.com

※本資料に記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

【「ヒトオシ」CXO：伊藤早紀】



伊藤早紀（いとうさき）、1990年9月17日-
恋愛婚活ラボ所長。マッチングアプリの総合メディアを運営し、結婚相談所の仲人も務める所長伊藤早紀が自ら未婚男女に聞き込みをして得た知見を調査に活かしている。自身も20個以上のマッチングアプリをやりこみ、出会った男性は100人以上。2018年の夏に「出会い2.0 スマホ時代の「新」恋愛戦術」を出版し、最旬のマッチングアプリ情報を発信。MBS「初耳学」や、TBS「NEWSな2人」、NHK「所さん！大変ですよ」など多数のテレビ番組や宝島社「smart」、講談社「VOCE」、集英社「MORE」などの雑誌にマッチングアプリ専門家として出演。

Twitter：<https://twitter.com/matchappsaki>
YouTubeチャンネル「マッチングアプリ専門家さき」：
<https://www.youtube.com/c/matchappsaki>

■恋愛婚活ラボ 概要



株式会社Parasolが運営する、イマドキの未婚男女に特化したマーケティング機関。恋愛や婚活に悩める未婚男女のリアルな本音を調査し、彼らが抱える課題を紐解き、幸せな恋愛・結婚をするための一助を担う。

所長：伊藤 早紀（株式会社Parasol）
ホームページ：<https://renai-konkatsulab.com/>

■株式会社Parasol 概要



マッチングアプリを中心とした出会い・婚活メディア「マッチアップ」や、結婚相談所マリッジアップを運営する他、恋愛・結婚に関わる様々な事業を運営。「世界一男女をくっつける会社になる。」という企業理念の元、男女が出会って恋をして結ばれる、素敵な体験を届けることにコミットする。

設立年月日：2017年1月23日
代表取締役社長：傘 勇一郎
ホームページ：<https://match-app.jp/company>

◇事業内容◇

【メディア事業】

マッチアップ：<https://match-app.jp/all>
恋愛婚活ラボ：<https://renai-konkatsulab.com/>
婚活キューピッド：<https://konkatsu-cupid.jp/>
Forky：<https://match-app.jp/forkyjp>
YouTube：<https://www.youtube.com/c/matchappsaki>

【結婚相談所事業】

マリッジアップ：<https://marriageup.jp/>

報道に関するお問い合わせ先

株式会社Parasol

広報担当 伊藤 早紀

〒105-0011 東京都港区芝公園4-6-8 bijin-BLDG. 3F

TEL：090-6806-2890

Mail：info@parasol-inc.com

※当記事のテキストや画像を引用・転載の際は弊社にご一報いただき、『恋愛婚活ラボ調べ』と明記いただきますようお願い申し上げます。
恋愛婚活ラボ/<https://renai-konkatsulab.com/>
TEL：090-6806-2890 Mail：info@parasol-inc.com

※本資料に記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。