

蛙化現象を経験した人は2人に1人！ 蛙化現象を経験した理由の第1位は 「NGに感じる行動や言動があったから」



CoupLink 恋愛婚活ラボ

▶▶ 経験した理由第1位は 「NGに感じる行動や言動があったから」

株式会社Parasol(本社：東京都港区、代表取締役社長：伊藤早紀)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』は株式会社リンクバルが運営する恋活・婚活マッチングアプリ「CoupLink(カップリンク)」と共同で、当サービスの利用ユーザー1,741人(男性：1,091人、女性：650人)を対象に「蛙化現象の経験や原因(※蛙化現象とは彼氏・彼女やいいなと思っている異性が取った行動に対して冷めてしまうこと)」に関する調査を実施いたしました。

【アンケート調査概要】

調査期間：2023年10月26日～2023年10月31日

調査方法：Webアンケート

調査対象：恋活・婚活マッチングアプリ「CoupLink」ユーザー

調査人数：1,741名(一般会員：1,091名、人気会員：650名)

蛙化現象の調査結果まとめ

- 蛙化現象を経験した人は半数以上も！
- 蛙化現象を経験しなかった人は約8割以上！一方でポジティブに捉える人も
- 女性の方が蛙化現象を経験しやすい傾向に
- マッチングアプリで出会った人に対して、蛙化現象を経験した人は「43%」
- マッチングアプリの蛙化現象の原因の第1位は、「メッセージでやり取りをしていた時の雰囲気と実際の雰囲気が違った」
- マッチングアプリで蛙化現象を防ぐには「相手への理想像を高め過ぎないこと」「正直に自己表現すること」が大切
- マッチングアプリで会うまでに、相手の期待に影響を与える要素は「プロフィール」と「メッセージ」

【本件に対する問い合わせ】

株式会社Parasol. 広報担当：伊藤・神垣・山口・忍田

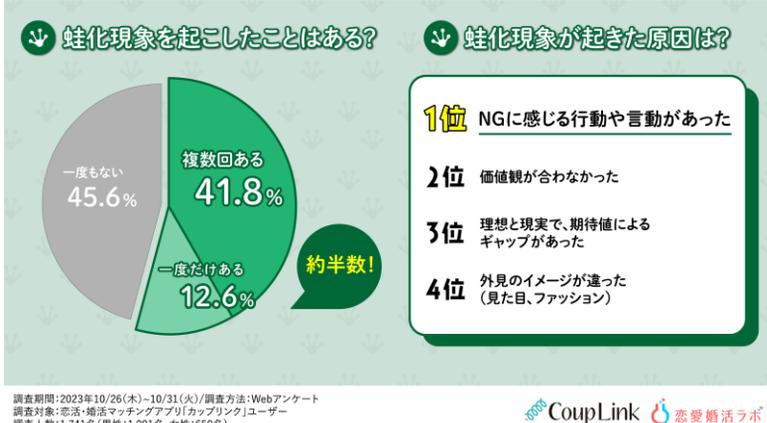
Mail：info@parasol-inc.com | Tel：090-6806-2890 | 恋愛婚活ラボHP：https://renai-konkatsulab.com/

※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』と明記いただけますようお願い申し上げます。

【1】蛙化現象を経験した人は半数以上も！

恋活・婚活マッチングアプリ「CoupleLink」を利用するユーザーに調査したところ、蛙化現象を経験した人は半数以上もいることが分かりました。蛙化現象とは、Z世代をはじめとする若者を中心に、2023年に流行した言葉であり、年齢・性別問わず、2人に1人が蛙化現象を経験しているようです。

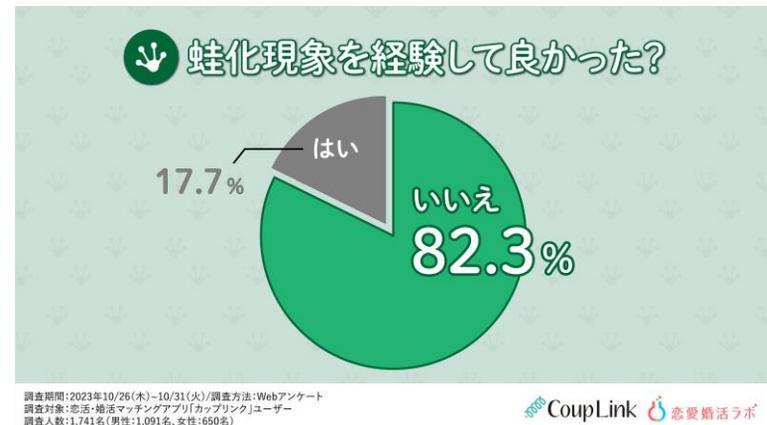
「蛙化現象を経験した理由」を調査したところ、第1位は、「NGに感じる行動や言動があった」という結果になりました。第2位は「価値観が合わなかった」、第3位は「理想と現実で、期待値によるギャップがあった」、第4位は、「外見のイメージが違った（見た目、ファッション）」という結果でした。



第3位の「理想と現実で、期待値によるギャップがあった」理由に関連して、「理想の恋愛像に影響を与える要因」について調査したところ、約4割の人が、「実際の恋愛経験」が理想の恋愛像に1番影響を与えていると回答しました。実際の恋愛経験によって相手への理想が高まることで、現実とのギャップにがっかりする人が多いようです。

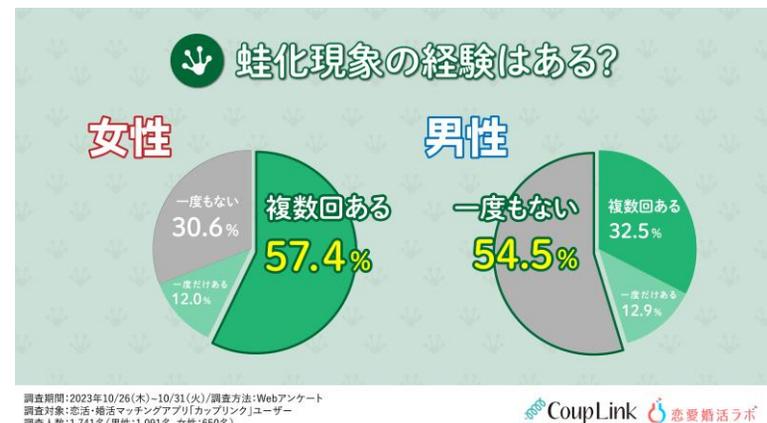
■蛙化現象を経験しなかった人は約8割以上！
一方でポジティブに捉える人も

「蛙化現象を経験して、むしろ良かったと感じたことはあるか」という質問に対し、約8割が「いいえ」と回答しました。好きな人に嫌悪感を抱いてしまうという面で、蛙化現象をマイナスに捉える人が多いようです。一方、「蛙化現象を経験して良かった」と回答した人の中には、「自分の好みや譲れないポイントが分かった」「相手の嫌なところに早めに気づけて、時間を無駄にしないで済んだ」「人に対しての期待やハードルを低くして、根本的にもっと優しさを持つようになった」といった意見がありました。



【2】女性の方が蛙化現象を経験しやすい傾向に

蛙化現象について「男女別」で調査したところ、女性は、蛙化現象を経験した人が約7割にも達しているのに対し、男性は、蛙化現象を経験した人が約4割という結果となりました。男性の結果と約3割もの差が開いている理由として、調査結果（※1）では、「NGに感じる行動や言動があった」と回答した人が、女性は「75.6%」、男性は「57.6%」いることが判明しています。女性の方が恋バナをすることや、恋愛ドラマ・漫画を見ることが多いため、恋愛への期待値が高く、相手の言動に対して生理的にNGと感じることが多いと考えられます。一方で、調査結果（※1）で「価値観が合わなかった」と回答した人は、女性よりも男性の方が多かったことが分かりました。価値観のズレは、異性との関係が深まってから直面することが多いため、男性は女性よりも蛙化現象の経験が少ない傾向にあると考えられます。



※1: 蛙化現象を経験したことがある（女性: 69.4%、男性: 45.4%）と回答している人の中で、さらに理由を回答した人の合計値から算出

【本件に対する問い合わせ】

株式会社Parasol. 広報担当: 伊藤・神垣・山口・忍田

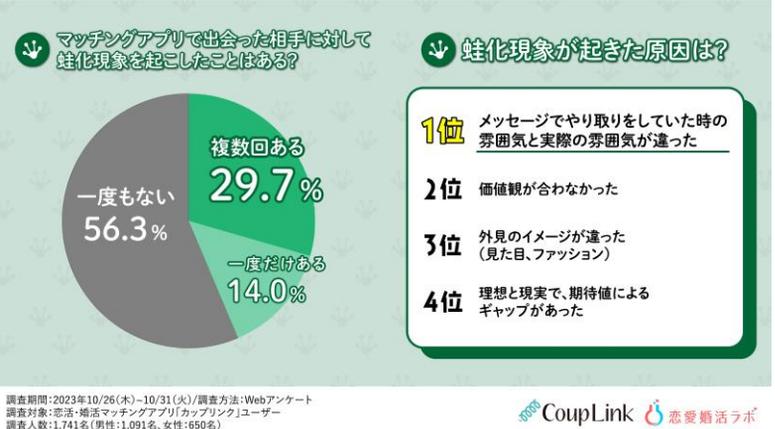
Mail: info@parasol-inc.com | Tel: 090-6806-2890 | 恋愛婚活ラボHP: https://renai-konkatsulab.com/

※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。

【3】マッチングアプリで出会った人に対して、蛙化現象を経験した人は43%

恋活・婚活マッチングアプリ「Couplink」を利用するユーザーに、「マッチングアプリで出会った相手に対して蛙化現象が起きた経験」を調査したところ、「43%」が「経験したことがある」と回答しました。マッチングアプリを問わず、蛙化現象が起きた経験では「54.4%」があると回答しており、比較すると「10%程」しか変わらず、マッチングアプリで蛙化現象を起こす人は珍しくなくなっていることがわかります。

最近ではマッチングアプリでの出会いが当たり前になっており、アプリ上での印象と、実際に出会った時との差を感じる人が多いのではないかと考えられます。



■マッチングアプリの蛙化現象の原因の第1位は「メッセージでやり取りをしていた時の雰囲気と実際の雰囲気が違った」

「マッチングアプリで出会った相手に対して蛙化現象が起きた経験」がある人の中で、「蛙化現象の原因」を調査したところ、「メッセージでやり取りをしていた時の雰囲気と実際の雰囲気が違った」と回答した人が1位であることがわかりました。プロフィールとメッセージでしか確認ができないマッチングアプリならではの蛙化現象の起こり方と言える結果となりました。また第2位は「価値観が合わなかった」、第3位は、「外見のイメージが違った (見た目、ファッション)」、第4位は「理想と現実で、期待値によるギャップがあった」という結果となりました。

この結果の背景には、マッチングアプリの特徴の1つでもある、出会うまでにいくつかの段階があることが考えられます。「いいね」をしたタイミングから「マッチング後」、また「対面」での出会いに至るまで、印象が変わる節目が生じる度に印象がアップデートされることが考えられます。

【4】マッチングアプリで蛙化現象を防ぐには「相手への理想像を高めすぎないこと」「正直に自己表現すること」が大切

恋活・婚活マッチングアプリ「Couplink」を利用するユーザーに、「マッチングアプリを利用する際に、蛙化現象を防ぐための方法として、最も効果的だと感じるもの」を調査したところ、「相手への理想像を高めすぎないこと」が第1位、「正直に自己表現すること」が第2位ということがわかりました。第1位の「相手への理想像を高めすぎないこと」では、マッチングアプリでは多くの人と同時並行でやり取りを行うことができる分、相手への理想像が高くなってしまいがちです。理想を描くことは重要ですが、自分にとって本当に必要な条件なのかどうかを一度見直してみるのも良い機会になるかもしれません。

また、第2位の「正直に自己表現すること」では、マッチングアプリではプロフィールやメッセージでのやり取りを誇張せずにありのままの自分を出すことが重要だと言えるでしょう。

■マッチングアプリで会うまでに、相手の期待に影響を与える要素は「プロフィール」と「メッセージ」

マッチングアプリでは、会うまでに「プロフィール」と「メッセージ」でのみ情報がわかるようになっています。そのため相手に悪い印象を与えないために、しっかりとプロフィール項目の記入と、なるべく加工をしていない最新の写真を登録すると良いでしょう。またメッセージでは自分の話をするだけでなく、お相手にも話を振ってみるのも重要です。

Couplinkにはビデオ通話機能(※2)があり、マッチングしているお相手1人につき、1度だけ最大30分間利用することができます。その機能を活用することで、テキストコミュニケーションよりお相手の雰囲気や情報を得やすいでしょう。蛙化現象を起こさないか不安な人は、初デートをする前にまずはオンラインデートをすることをおすすめします。

※2 引用元: <https://support.couplink.jp/hc/ja/articles/900000787643>

【本件に対する問い合わせ】

株式会社Parasol. 広報担当: 伊藤・神垣・山口・忍田

Mail: info@parasol-inc.com | Tel: 090-6806-2890 | 恋愛婚活ラボHP: <https://renai-konkatsulab.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。

■恋愛婚活ラボ所長 伊藤早紀より



蛙化現象の調査とは別に、婚活の現場にいと、蛙化を起こしやすい方の特徴の1つに、自己肯定感が低い女性があげられます。自己肯定感が低いので、自分みたいな人を好きな相手は、大したことのない人なのではないか、と考えてしまい、相手に魅力を感じなくなり好きではなくなるそうです。

今回の調査でも、相手への理想を自分の中で作り上げ、その理想と違うと冷めてしまう、ということがわかりましたが、恋愛が長続きするためには、感情的な部分とは別に、自分自身とお相手を客観視する冷静な視点も持ち合わせていることが必要なかもしれません。

伊藤早紀（いとうさき）

株式会社Parasol代表取締役社長

パーソナライズ婚活サービス「ヒトオシ」を運営

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。1000人以上にインタビューし、旬なマッチングアプリ・婚活情報を配信。2018年の夏に恋愛テクニック本「出会い2.0 スマホ時代の「新」恋愛戦術」を出版。

Twitter : <https://twitter.com/matchappsaki>

■マッチングアプリ「CoupLink」



CoupLink™

CoupLinkは、街コン・恋活パーティーなどのリアルイベントから誕生したマッチングアプリ。イベントプラットフォーム『machiconJAPAN』、1対1で出会えるカフェ『1on1 for Singles』と提携しており、オンライン(マッチングアプリ)とオフライン(イベント)の両方でお客様の出会いをサポートしています。

また、毎月利用者アンケートを実施し、お客様の声をもとに日々出会いを探しやすい環境づくりのための改善を行っています。

公式サイト : <https://couplink.jp/>

対応端末 : iPhone/Android

価格 : ダウンロード無料

開発・運営 : 株式会社リンクバル

App Store : https://h.accesstrade.net/md/cc?rk=0100ono500hfku_0100ono700hfku

Google Play : https://h.accesstrade.net/md/cc?rk=0100ono500hfku_0100ono700hfku

■株式会社リンクバル



LINKBAL

当社の経営理念である「人との出会い、それが未来。」を実現するために、2011年12月株式会社リンクバルを設立いたしました。

これまで当社は、主に独身男女の方々に数多くの出会いを提供してまいりました。そして会社設立から10年が過ぎましたが、日本社会は未婚化そして少子化が更に進み、当社が提供している出会いに対しての社会からのニーズは益々増えてきています。またAIやテクノロジーの進化により、より自分に合った出会いの可能性を追求できる世界となってきています。

その中で当社は、多様化してきている出会い方をサポートするため、既存事業を化するとともに新たなニーズに応えるべく、新規サービスの開発も進めてまいります。またAIやテクノロジーを駆使すべく人材を強化し、更なるサービスの進化に努めてまいります。

一人ひとりのかけがえのない財産である「出会い」を提供するプラットフォームとして、まずは国内で、そして世界をその先に見据え事業展開を進めてまいります。人と人をつなぐプラットフォームを目指し、これからも企業成長を追求してまいります。皆様の一層のご支援・ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

■会社概要

会社名 : 株式会社リンクバル
(英文表記 : LINKBAL INC.)

HP : <https://linkbal.co.jp/>

代表者 : 代表取締役社長 吉弘 和正

設立 : 2011年12月

上場市場 : 東京証券取引所 グロース市場 (証券コード : 6046)

【本件に対する問い合わせ】

株式会社Parasol. 広報担当 : 伊藤・神垣・山口・忍田

Mail : info@parasol-inc.com | Tel : 090-6806-2890 | 恋愛婚活ラボHP : <https://renai-konkatsulab.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 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、パーソナライズ婚活サービス「ヒトオシ」を運営する他、恋愛・結婚に関わる様々な事業を運営。

「世界で一番カップルを創出する」というビジョンの元、人々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。

会社名：株式会社 Parasol

ホームページ：<https://match-app.jp/company>

代表取締役社長：伊藤 早紀

設立年月日：2017年1月23日

◇事業内容◇

ヒトオシ：<https://hito-oshi.com/>

マッチアップ：<https://match-app.jp/>

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

婚活キュービッド：<https://oriental-lounge.com/konkatsu-koikatsu/>

YouTube：<https://www.youtube.com/c/matchappsaki>

【本件に対する問い合わせ】

株式会社Parasol. 広報担当：伊藤・神垣・山口・忍田

Mail：info@parasol-inc.com | Tel：090-6806-2890 | 恋愛婚活ラボHP：<https://renai-konkatsulab.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』と明記いただけますようお願い申し上げます。