

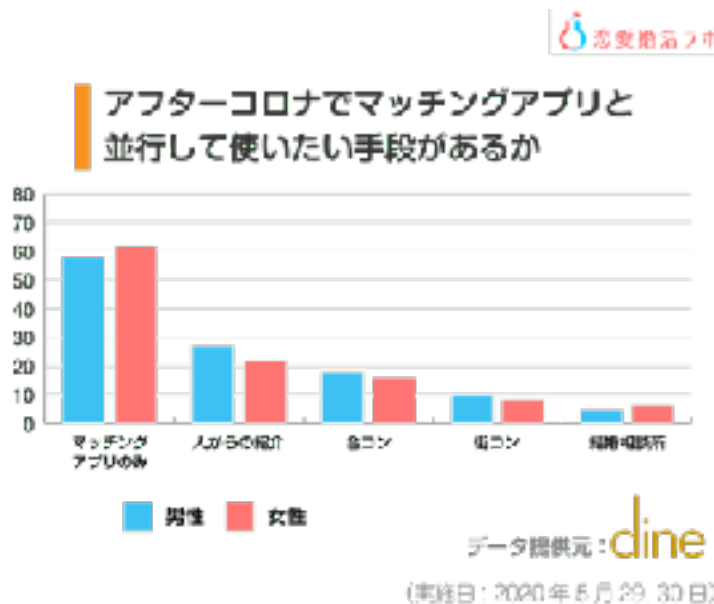
## アフターコロナの恋愛調査！未婚男女の半数以上が「オンラインデートをしたい」と回答

恋愛も「リモート化」継続の傾向！野外デートは「テラス席」有無がポイント！

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、2020年5月29日、5月30日にマッチングアプリ「Dine(ダイン)」に登録する未婚男女1,299人(男性846人、女性453人)を対象に、アフターコロナにおける恋愛事情について独自調査いたしました。

- 【1】アフターコロナの出会いはオンラインが主流！理由は「人が集まる場所にいきたくない」
- 【2】アフターコロナは恋人候補も精査思考に！気軽さよりも「会いたい」人と会いたい
- 【3】アフターコロナ、「オンラインデートをしたい」が2割！恋愛もリモート化継続へ
- 【4】アフターコロナ、相手のオンラインマッチング後に「直接、相手に会ってみたい」人が、緊急事態宣言中の「約3倍」に！
- 【5】アフターコロナのデートは、「テラス」席が主流！映画館や美術館は避ける傾向に

【【1】アフターコロナの出会いはオンラインが主流！理由は「人が集まる場所にいきたくない」



マッチングアプリ「Dine(ダイン)」のユーザーに、自粛明けのマッチングアプリと並行して使う出会いの手段について調査したところ、男性の「58%」、女性の「62%」が「オンラインツールのみを使う」と回答しました。

他の出会いの手段としては、「合コン」と回答した人は、男性で「18%」、女性で「16%」、「街コン」と回答した人は、男性で「11%」、女性「8%」と、非常に低い数値となりました。アフターコロナでは、人の集まる場所に行くこと自体を避ける傾向にあり、「マッチングアプリ」をはじめとしたオンラインツールが出会いの手段として支持されています。

※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

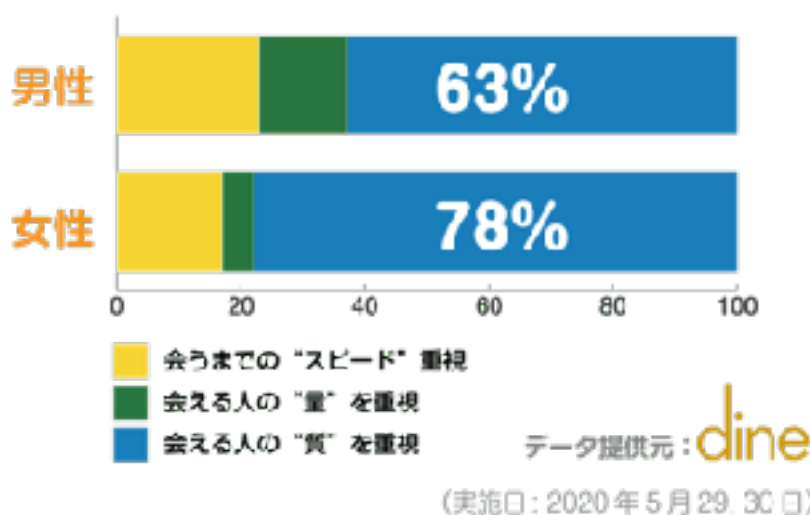
※本資料に記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

マッチングアプリは、元々「効率よく会える」、「普段出会えない人と出会える」というメリットがありました。今回のコロナの影響で、リモートワークが普及し、職場に行く機会が減ったことにより職場恋愛はしづらい状況になりました。また、街コンや合コンの開催も難しくなっています。コロナの状況で「家にいながら出会える」のはオンラインツール、マッチングアプリの利点です。それによって合コンや街コンで出会いを求めていた層が、マッチングアプリの利用を開始。これまでの出会いの手段であった、「合コン」「友人に紹介」に頼らずともアプリを開けば出会える便利さに気づき、今後も利用したい人が増加したのだと思われます。もはや、アフターコロナにおいては、オンラインツールでの恋愛の始め方が、スタンダードとなりそうです。

## 【2】アフターコロナは恋人候補も「精査思考」に！気軽さよりも「会いたい」人と会いたい



### アフターコロナで出会いの方法を考えるとときに重視するポイントは？（男女別）



「アフターコロナで出会いの方法を考えるとときに重視するポイント」について調査したところ、男性の「63%」、女性の「78%」が「会える人の“質”を重視」と回答しました。注目すべきはこの「質」について。回答者の理由を聞くと「コロナ禍を一緒に乗り越えられる人間性を重視したい」「コロナの影響もあり、むやみやたらに人と会いたくない」「時間を有効に使うために、質を求めたい」などが挙げられました。

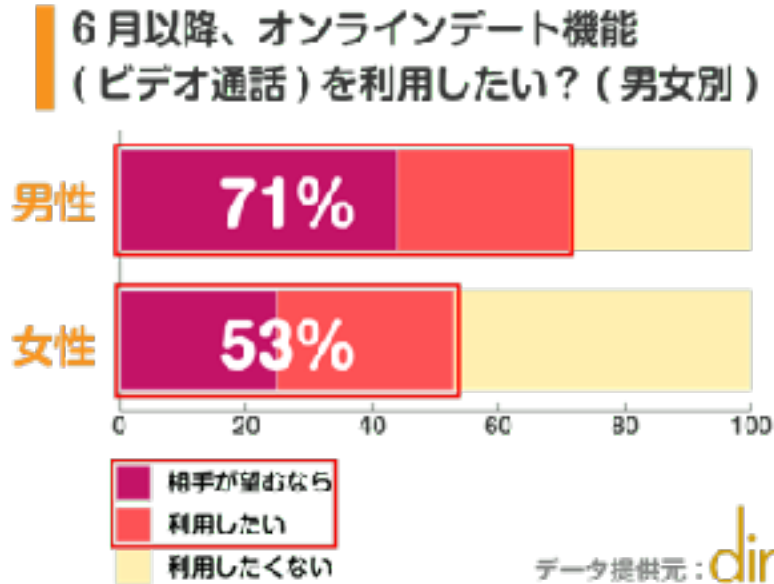
どうやらこの「質」とは年収や見た目のスペックではなく、メッセージや会話を通して信頼関係が築かれていて、「お互いよく知っていてこの人と会えば楽しいことがわかっている」人のことのようにです。

つまり、「数多くの人と直接会ってから判断する」というこれまでの恋愛の進め方ではなく、「オンラインで交流を深めてから、本当に直接会いたい・会すべき人を見極めて、初めて直接会う」という恋愛傾向になってきています。リアルな場で直接、恋人候補の相手と会うまでに、「相手のことをよく知っておく」「会う人を絞る」ということがアフターコロナの恋愛トレンドのようです。

コロナより以前、マッチングアプリは、「時間をかけずに、オンラインでたくさんの人に出会える」ということにメリットとして、会員数を伸ばしてきたオンラインサービスです。しかし、コロナの流行により、外出自粛が求められる状況下におかれた際は、「とりあえず会ってみる」ということが物理的に難しくなりました。コロナの感染リスクを負って、「マッチングした相手に気軽に会いにしてみようかな」という心情にはならなかった人が大半でした。また、他には、これまでの経験から、「数多くの人に直接会っても、お金や時間ももったいない」と回答しており、効率を重視するマッチングアプリユーザーですが、「たくさんの人と効率的に会う」のではなく「いい人を効率よく探す」手段に変化しているようです。

また、「会うまでの“スピード”を重視」と回答した人を見ると、男性が「25%」、女性が「16%」と、男性のほうがスピードを重視する傾向がありました。男性の意見としては「コロナの第2波で再び身動き取れなくなる前に、恋人を作りたから」というコメントも見られました。

【3】アフターコロナ、「オンラインデートをしたい」が2割！恋愛もリモート化継続へ



(実施日: 2020年5月29, 30日)

「アフターコロナでもオンラインデート(ビデオ通話)機能を利用したいか」について調査したところ、男性の「71%」、女性の「53%」が「利用したい」「相手が望むなら利用したい」と回答しました。また「利用したい」と回答した人は、男女ともに「約3割」となる「28%」でした。「利用したい」と回答した人の理由としては、「まだ外出するのが怖いから」「時間やお金のコストをかけずに、相手を知ることができるから」などが挙げられました。また、女性の「利用したくない」という理由で多くみられたのは、「いきなり部屋をみられたくないから」「電話が苦手だから」という意見でした。

コロナウイルス流行以前においては、「オンラインデート」という概念はありませんでした。コロナウイルスにより外出自粛が求められる中で、マッチングアプリ各社が「ビデオデート」や「オンラインデート」と銘を打ち、マッチングアプリでマッチングしたけれど、デートにいけない男女に訴求したときにできた言葉です。コロナ前にも会う前に電話をしてから出会う男女はいましたが、少数でした。「2割」の男女が、アフターコロナにおいても「オンラインデートをしたい」というのは、恋愛の文化が大きく変わった証拠だと考えます。

マッチングアプリ利用者に話を聞くとオンラインデートはデートそのものの役割をしているというよりは、「本当に会ってもいい人なのか」を見極める「フィルター」として位置づけられています。

これは、設問2の出会いで重視をするポイントで「質重視」の男女が6割以上いたのと整合性がとれます。「会いたいと思う人を探して出会いの質を重視する」から「オンラインデートでよりリアルに出会う質を見極めている」という動きをしているようです。

また、男女の差では、女性は半数が「オンラインデートよりもリアルなデートをしたい」、男性は「相手が望むならしたい」という結果が出ているのも特徴です。

恋愛の進め方は、女性の意向が大きく影響してくるため、「オンラインデートしたい」という層は一定数残りつつも、コロナが終息しきった際は、男性は女性の意向を汲んで、「オンラインデートではなくリアルなデートへ」と変わっていく可能性も考えられます。

\*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。

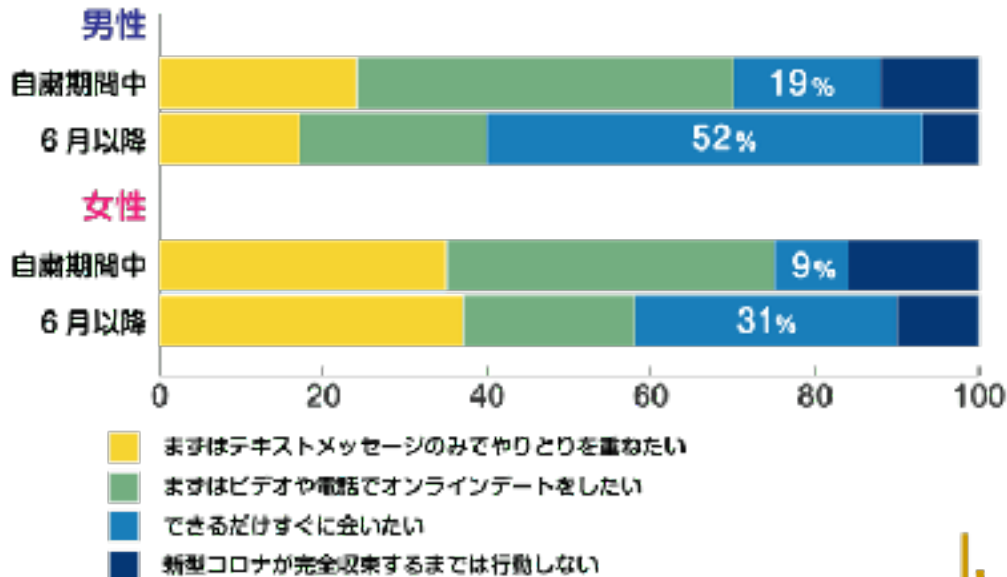
恋愛婚活ラボ / <https://renai-konkatsulab.com/> TEL: 090-6806-2890 Mail: info@parasol-inc.com

\*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】アフターコロナ、オンラインマッチング後に「直接、相手に会ってみたい」人が、緊急事態宣言中の「約3倍」に！



## 会うまでにどんなステップを踏みたいか



データ提供元：dine

(実施日：2020年5月29, 30日)

「マッチング後、相手に会うまでにどのようなステップを踏みたいか」を調査し、「withコロナ」「アフターコロナ」で比較したところ、男女ともに「マッチング後、できるだけすぐに相手に直接会いたい」が「約3倍」になりました。内訳としては、男性が「19%」から「52%」と「2.7倍」の増加、女性が「9%」から「31%」と「3.4倍」の増加となりました。

自粛期間中は会うのを躊躇していた男女も、緊急事態宣言解除とともに「直接すぐ会いたい」と回答していました。一方で、設問3と同じく、「オンラインデートをしてから会いたい」、と回答した人は男女ともに2割います。恋愛をする目的が「恋愛そのものを楽しむ」プロセス重視なのか、「相手を見つける」結果重視なのかで、この「直接相手に会う」前のステップは異なりそうです。

前者の場合は「恋愛の過程」を楽しみたいという人が多く、あくまでも「会う」ことを重視します。「オンラインデート」そのものが楽しいわけではなく、「オンラインデート」はあくまで「フィルター機能」として考えています。

後者の場合は、「恋人」をみつきたいので、効率を重視。直接会うまでに、「オンラインデート」を積極的に取り入れることで、本当に直接会うべき人かを見極めていく人たちです。

ここから読み取れるのは、世の中の男女は「恋愛を楽しみたい派」と「目的を達成させたい派」が、およそ半数ずつであることがわかります。恋愛を楽しみたい派はすぐに会おうとする一方、目的を達成させたい派はなるべく効率よく目的を達成させたいので、無駄な時間を過ごさないように事前にテキストやビデオ通話で相手を精査するといった行動をとります。

\*この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。

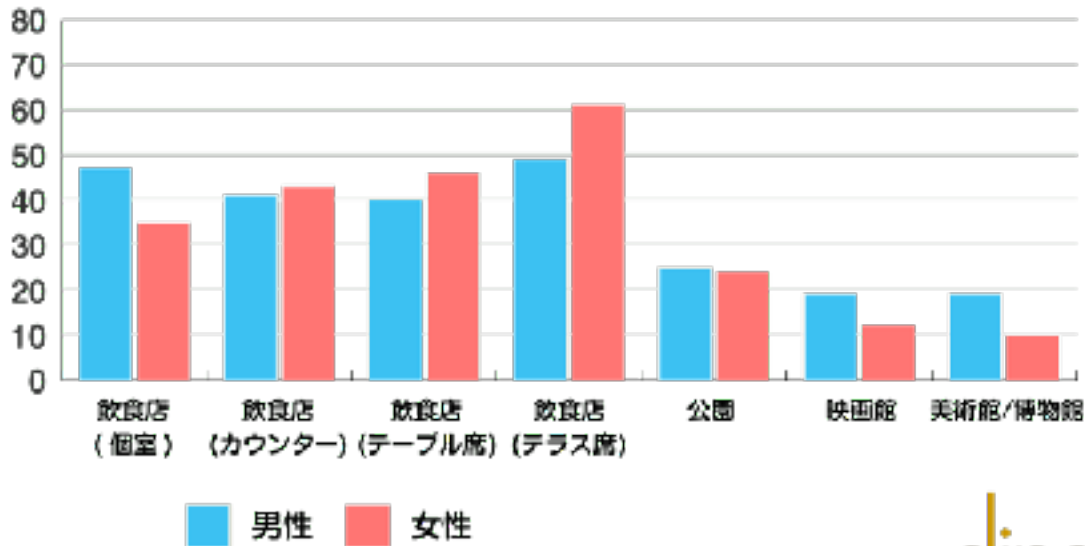
恋愛婚活ラボ / <https://renai-konkatsulab.com/> TEL : 090-6806-2890 Mail : info@parasol-inc.com

\*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。

【5】アフターコロナのデートは、「テラス」席が主流！映画館や美術館は避ける傾向に



## アフターコロナは どんな場所でデートしたい？（男女別）



データ提供元：dine

(実施日：2020年5月29, 30日)

「アフターコロナ、どんな場所でデートしたいか」について調査したところ、第1位は「飲食店(テラス席)」で、男性の「48%」、女性の「62%」が回答しました。理由としては、「3密を避け、食事を楽しみたいから」という意見が主でした。

全体でみると、公園や映画館、美術館といったエンタメ施設よりも、レストランでデートしたい男女が圧倒的多数でした。コロナの感染リスクは高まりますが、デートは「食事を楽しみながらゆっくり会話をしたい」というのが基本の考えのようです。

その中でも、テラス席であれば「3密を避けられる」という理由で人気でした。

現在コロナ対策として、飲食店は窓を明けたり、テラス席を解放したりしているお店が多いです。また、夏のテラス席での食事は、とても気持ちの良いデートです。

今後は「テラス席」を積極的に解放する飲食店が増えたり、「テラス席」を持つ飲食店はそれだけでデートをしたい男女から支持されることが予想されます。

\*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。

## ■まとめ：恋愛婚活ラボ所長より



## オンライン婚活・恋愛の変化

	ビフォーコロナ	アフターコロナ（現在）
出会い方	オンラインツール（マッチングアプリなど）とリアルな場（街コン、合コンなど）を併用	マッチングアプリ・人からの紹介（オンラインツールがメイン）
初デートまでのステップ	できるだけ早く、直接会ってデートする	オンラインツールで、相手のことを知ることを重視（ビデオ通話・SNS・電話などを駆使）
オンラインツールの使い方	恋愛・結婚相手を探し、出会ったためのツール（相手のプロフィールをじっくり見、気に入るまで待つ）	相手が自分に合うかを見極めるツール（事前にオンラインでのやり取りで確認する）
デート場所	カウンターやテーブル席の飲食店、映画館、水族館など	オンラインデート + テラス席デート

新型コロナウイルスの流行によって、人々の生活は大きく変わりました。恋愛においては、「変わったこと」と、「変わらないこと」の両方があります。

「変わったこと」については、もっとも大きいのが「オンラインデート（ビデオ通話）」という習慣が普及したこと。コロナによって、直接会うまでに「ビデオ通話」を活用するという新しい恋愛の進め方が登場し、また、「ビデオ通話」に対するハードルが下がりました。さらには、「オンラインデート」は、「本当に自分にとって良い相手なのか見極めるツール」として活用使用する男女が増えたことも、コロナがもたらした大きな恋愛の変化だと考えています。

しかしながら、「オンラインデート」は、「デートを楽しむために使う」というよりは、あくまでも「恋人候補として、本気で恋愛をする相手を見極めるフィルター機能」として活用している男女が多いことの1つの大きなポイントです。純粋に恋愛を楽しみたい男女は、アフターコロナでは「直接すぐに会いたい」と答えており、「オンラインデート」に対しては「したくない」または「相手に合わせる」と答えています。恋愛の形は「効率重視派」と「エンタメ的に楽しみたい派」でますます二極化していくのではないかと予想します。

一方で、コロナ禍でも恋愛において「変わらないこと」は、「マッチングアプリ」の新規登録者数やアクティブユーザー数は変化していないということです。また、コロナ中は外出を自粛していた男女も、恋をしたいという気持ちは変わらないですし、自粛が解ければリスクを負ってでも、好きな人に会いたいと思っている人が多いようです。

## 【所長プロフィール】



**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」恋愛戦略」を出版し、最旬のマッチングアプリ情報を発信。

また、2019年8月に開設された「堀江貴文の女性限定オンラインサロン」では、特任教授にも任命されている。

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/>

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/forky.jp>

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

【結婚相談所事業】

マリッジアップ： <https://marriageup.jp/>

## ■ データ提供元



株式会社Mrk&Co 「Dine(ダイン)」

### 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。