

「恋愛婚活」トレンド大賞2020！デートも出会いも「オンライン」！

2020年はコロナの影響が色濃く表れた結果に

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11月4日(水)～5日(木)の期間において、婚活男女300人(男性102人、女性198人)を対象に、2020年の『恋愛婚活』トレンドについて独自調査いたしました。調査結果を、弊社とマッチングアプリを運営する7社と共に分析いたしました。

- 【1】【デート部門】「オンライン」が主流！会う場合も「3密」を避けた場所で
- 【2】【恋愛・婚活部門】出会いの場も「オンライン」が主流！
- 【3】【モテ部門】男女ともに「気遣い上手」が人気！モテ要素にもコロナが影響。「料理男子」のモテが急上昇
- 【4】【憧れの芸能人結婚部門】芸能人はLiSA×鈴木達央など「職場結婚カップル」が理想
- 【5】恋愛婚活ラボ所長より

【1】【デート部門】「オンライン」が主流！会う場合も「3密」を避けた場所で



デート部門

2020年で1番印象に残ったデート

<男性編>		<女性編>	
1位	オンラインデート 13.7%	1位	オンラインデート 9.1%
2位	おうちデート 6.9%	2位	ドライブデート 9.1%
	デートなし 6.9%	3位	公園・お散歩デート 8.6%
4位	ドライブデート 5.9%	4位	デートなし 8.1%
	公園・お散歩デート 5.9%	5位	おうちデート 7.1%

調査人数：未婚男女300人(男性102人、女性198人)
実施日：2020年11月4日～11月5日



未婚男女300人(男性102人、女性198人)に「2020年で1番印象に残ったデート」を調査したところ、男女ともに第1位は、「オンラインデート」でした。また、女性の同率1位で「ドライブデート」もあげられました。

『恋愛婚活ラボ』が2020年1月に調査した、「2020年の恋愛・婚活トレンド予測 (<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000017.000025460.html>)」における「デート部門」の中で、「2020年はオンラインデートがトレンド」になる、と予測しており、的中した結果になりました。

※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。

直接会ってデートをしていた人は、「ドライブデート」「公園・お散歩デート」「おうちデート」など、コロナ禍における「3密」を避けるデートを実施しています。

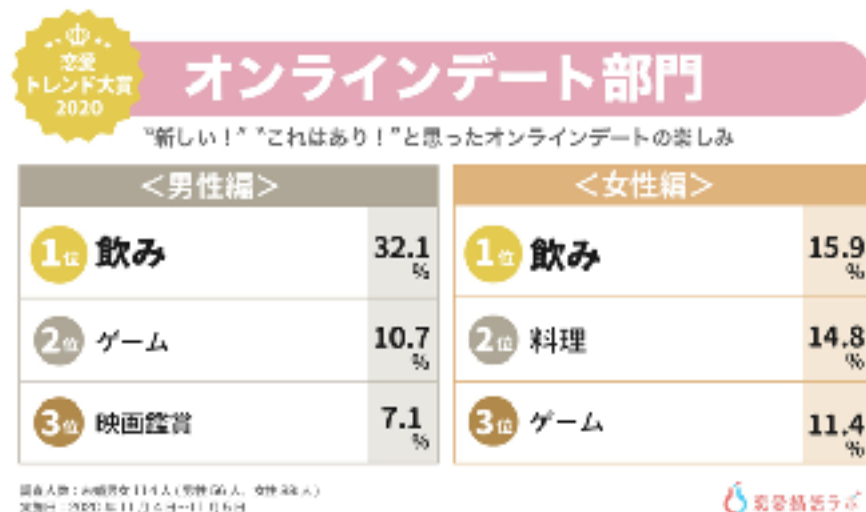
また、「デートなし」と回答した人は、男性が「6.9%」、女性が「8.1%」という結果になりました。

緊急事態宣言中に物理的に会えないカップルはオンラインデートしか方法がありませんでした。そこで「会うのやめよう」ではなく、どうにかオンライン等を駆使して仲を深めたカップルははさらに親密になり、一方で、「会えないから」と連絡をとらなくなって疎遠になったカップルはそのまま破局、という話もよく聞きました。他にも、これまで通りの外食デートやお出かけができない中で、ドライブデートや公園デートをはじめ、「おうちデート」の中で一緒に料理をするなど工夫して仲を深めるカップルも多くみられました。

一方で、独り身の人は相手を探すツールは「マッチングアプリ」、出会った相手との初デートも「オンラインデート」と、出会いからデートまで全てオンライン化した印象です。マッチングアプリで出会った男女の中でも、オンラインデートをした後に実際に会うカップルと、オンラインデートをせずに会うカップルを比較すると、その後お付き合いに発展する確率が前者のほうが高くなる傾向にあるようでした。マッチングアプリやメッセージではわからない表情や話し方などがわかり、仲が深まることで実際に会うデートの成功率が高まるようです。

マッチングアプリ「タップル」を展開する株式会社タップルプロダクトマネージャーの永友絢子氏は、この状況を以下のように分析しています。「2020年は、世界的な自粛ムードからオンラインデートが大きく普及した1年になりました。オンラインでのコミュニケーションが「オンライン飲み・ご飯・ゲーム」などと多様になる一方、実際会うデートプランにも変化があり、公園デートや散歩デートなど3密を避けたプランがトレンドとなりました。また、リモート勤務が増えたことにより、地方移住希望の都内居住者と地方居住の方がお付き合いする例も増えてきました。」

【オンラインデート部門】



オンラインデートを経験したことがあると回答した未婚男女114人(男性56人、女性58人)に、「新しい!」「これはあり!」と思ったオンラインデートの楽しみ方・内容を調査したところ、男女ともに1位は「飲み」でした。

また、女性の2位であげられている「料理」については、「お互いの得意料理をビデオ通話を通して、見せて食べながらデートをする」や「同じ料理を、お互いに作る」など、これまでにないオンラインデートの楽しみ方がうまれているようです。

※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。

【2】【恋愛・婚活部門】 出会いの場も「オンライン」が主流！



恋愛・婚活部門

2020年の恋愛・婚活を一言で言うと

<男性編>		<女性編>	
1位	オンライン 21.6%	1位	オンライン 32.8%
2位	マッチングアプリ 14.7%	2位	コロナ 10.1%
3位	コロナ 11.8%	3位	マッチングアプリ 6.1%
4位	おうちデート 3.9%	4位	自分らしさ 2.5%
5位	ソーシャルディスタンス 2.9%	5位	ソーシャルディスタンス 2.5%

調査対象：未婚男女300人（男性102人、女性198人）
実施日：2020年11月4日～11月5日



未婚男女300人(男性102人、女性198人)に、「2020年の恋愛・婚活を一言で言うと」について調査したところ、第1位は男女ともに「オンライン」という結果となりました。

「街コンや合コンなど複数の人が集まる場所はいけない」、「職場も大学もリモート」、という状況下になると、相手を探している未婚男女にとって、出会いの場は「オンライン上」、特に「マッチングアプリ」に集中しました。実際にコロナ禍で、利用者が増え、アクティブ率が上がったマッチングアプリも多くみられました。

オンラインの恋愛・婚活のメリットは大きく2つあります。1つは、フィジカルな接触が少ないことです。これは特に女性にとって、体目的の相手を排除することができます。また、男女ともに見た目や雰囲気にならずに、しっかり会話をして相手を見極めることになるため、長期的な関係を築くために必要な価値観のすり合わせに集中できます。

また、オンラインでの出会いは効率的です。短時間で多くの人と出会うことができる上、デートの費用や時間がかかりません。婚活は一生懸命頑張ってデート相手を見つけても、デート自体が楽しくないと大きなダメージを負ってしまいますが、オンラインの婚活は短時間ででき、かつ移動もしない、お金もかからないため、効率よく相手を探すことができます。

マッチングアプリ「Omiai」を展開する株式会社ネットマーケティングの企画責任者は、この状況を以下のように分析しております。

「今年はコロナ禍で「オンライン」への様々な意識変化が窺えました。「オンライン」「マッチングアプリ」が男女とも上位にランクインしており、新しい生活様式の恋愛においても、マッチングアプリのニーズは高いと感じています。」

マッチングアプリ「marrish」を展開する株式会社マリッシュディレクターの坂田氏は、この状況を以下のように分析しております。

「海外ではオンラインから始まり、数100km離れた相手と結ばれた実例が多数あると聞いています。この日本にもその時代が訪れました。昨年、5G時代の到来に伴い「オンラインデート」を予想していましたが、時空を越えるオンラインは物理的な距離をなくしてくれますが、何より心の距離をグッと近づけてくれると思っております。弊社含め、マッチングアプリの市場は、その一端を担わせて頂いていると思っております。」

マッチングアプリ「ゼクシィ縁結び」を展開する株式会社リクルートマーケティングパートナーズ『ゼクシィ縁結び』恋愛・婚活アドバイザーの桜井まり恵氏は、この状況を以下のように分析しております。

「今年は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、出会い方とその後のお相手との関係性の作り方が、大きくオンライン化しました。最初は違和感があったものの、実際にオンライン上で出会いから関係を深めるフェーズまで体験してみると、案外リアルと変わらず楽しくお相手のことを知ることが出来たり、むしろリアルよりも前提条件が分かっているからこそ深く知れるという発見があった、と感じられる方も多かったのではないのでしょうか？ウィズ・アフターコロナの時代では、そんなオンラインと本来のリアルの良さを組み合わせた、ハイブリッドな婚活が主流になっていくと考えています。」

【3】【モテ部門】男女ともに「気遣い上手」が人気！モテ要素にもコロナが影響。「料理男子」のモテが急上昇



モテ部門

2020年で異性に感じたモテ要素はなにか

<男性編>		<女性編>	
1位	気遣い上手 9.8%	1位	気遣い上手 11.1%
2位	マスク美人 5.9%	2位	優しい 6.1%
	コロナ対策 5.9%	3位	連絡がマメ 5.6%
	料理上手 5.9%	4位	常識がある 5.1%
	聞き上手 5.9%	5位	料理上手 4.5%

調査人数：未婚男女300人（男性102人、女性198人）
※期間：2020年11月4日～11月5日



未婚男女300人(男性102人、女性198人)に、「2020年で異性に感じたモテ要素はなにか」を調査したところ、第1位は男女ともに「気遣い上手」という結果となりました。また、男性の第2位である「マスク美人」とは、「マスクをしている時の目元が綺麗」や「マスクを外した時のギャップでより可愛らしさを感じた」などがあげられました。

『恋愛婚活ラボ』が2020年1月に調査した、「恋愛婚活トレンド大賞2019 (<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000016.000025460.html>)」における「結婚相手に求めるもの部門」では、男性の第1位は「見た目」、女性の第1位は「年収」という回答でした。

一方、2020年では両方の回答はランキング外という、衝撃の結果になりました。これは、2020年がコロナウィルスによる影響を恋愛においても大きく受けており、理想の相手を探す際のポイントをも変えてしまったということだと考えます。

「マスク美人」、「コロナ対策」などコロナに紐づいた結果が多いですが、第1位の気遣い上手もコロナと関連性が強いと予想されます。消毒するタイミング、マスクを外すタイミング、3密を避けたデート場所の提案などコロナへの気遣いという新しい"モテ"が生まれました。

このコロナに対する清潔感の基準が違うカップルは、うまくいかないことが多いようです。例えば未婚男女の破局ケースでは、実家住みの女性と一人暮らしの男性がデートの約束をして、実家住りの女性は高齢のご両親を気遣って昼間のデートを提案しましたが、一人暮らしの男性はどうしても連れて行きたいフレンチを予約してしまい、そこで意見が食い違い破局、ということがありました。コロナに対する価値観を合わせることは、長期的な関係を築く上で重要なポイントになりそうです。

また、「料理上手」がモテのポイント上位に入っていることも注目です。リモートが推奨されおうち時間が増えることで、男女ともに料理を始める未婚男女がとても多かったです。自分が料理をするからこそ、料理が上手な異性に対しては好感度が高いのだと思われます。

マッチングアプリ「バチェラーデート」を展開するバチェラーデート運営事務局の広報担当は、この状況を以下のように分析しております。

「バチェラーデートで実際に高評価を受けている男性の8割に『気が利く』という共通点があり、具体的には『ソーシャルディスタンスを保てるお店を予約してくれた』等の声が挙がりました。またデータ上、気が利く方は『モてる』うえに『仕事もできる』方が多いようです。まさに全方位モテ要素です。コロナ禍において、まずは相手を気遣う余裕を持つことが大切なのかなと感じました。」

マッチングアプリ「with」を展開する株式会社イグニスの広報担当佐々木潮里氏は、この状況を以下のように分析しております。

「男女ともに内面的な要素が多く、特に男性は『料理上手』や『聞き上手』など、コロナでお家時間が増えたからか、より家庭的で優しい雰囲気的女性を好むようになった印象を受けました。個人的に気になったのは、男性第2位の『マスク美人』です。最近はファッション雑誌でも、マスクに似合うヘアメイクがたくさん紹介されているので、こんな時代だからこそ女性たちには最高にかわいい自分で是非デートに行っていきたいなと思います！」

※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。

【4】【憧れの芸能人結婚部門】 芸能人はLISA×鈴木達央など「職場結婚カップル」が理想



憧れの芸能人結婚部門

2020年で結婚した芸能人の中で憧れのカップル

<男性編>			<女性編>		
1位	石原さとみ × 一般男性 (女優)	20.6%	1位	生田斗真 × 清野菜名 (俳優) (女優)	27.3%
	岡村陸史 × 一般女性 (芸人)	20.6%	2位	石原さとみ × 一般男性 (女優)	21.2%
3位	生田斗真 × 清野菜名 (俳優) (女優)	16.7%	3位	瀬戸康史 × 山本美月 (俳優) (女優)	17.2%
4位	瀬戸康史 × 山本美月 (俳優) (女優)	13.7%	4位	LISA × 鈴木達央 (アニソン歌手) (声優)	6.6%
5位	丸山桂里奈 × 本並健治 (元サッカー日本代表) (元サッカー日本代表)	6.9%		丸山桂里奈 × 本並健治 (元サッカー日本代表) (元サッカー日本代表)	6.6%

調査対象：未婚男女300人（男性102人、女性198人）
調査日：2020年11月4日～11月5日



未婚男女300人(男性102人、女性198人)に、「2020年で結婚した芸能人の中で憧れのカップル」を調査したところ、男性の第1位は「石原さとみ(女優)×一般男性」、女性の第1位は「生田斗真(俳優)×清野菜名(女優)」という結果になりました。

2020年の憧れ芸能人カップルは同じ業界同士が多いところが1つのポイントです。

SNSが普及したことによって、写真やメッセージの流出スクープが相次ぎ、どうしても別の業界の方との恋愛は気が進まない方が多いのかもしれませんが。コロナ禍で物理的に他の職場の人との交流の機会が減ったことも、このような結果にあらわれているのかもしれませんが。SNSやマッチングアプリの普及で一般

人は「職場や学校以外のコミュニティ外の人と出会いたい」という傾向にあります。芸能人は逆の傾向にあるように思われます。

【5】恋愛婚活ラボ所長より

2020年はコロナというとても大きな環境の変化によって、恋愛・婚活にも多大な影響を与えました。今までオフラインが前提であった仕事や学校、講演会やライブなどに関してはオンライン化が急速に進み、その流れで恋愛においてもオンライン化が進んでいます。出会いの選択肢はオンライン一択で、リアルに会う価値が上がり、デートも「本当にこの人なら（コロナのリスクが多少あっても）会いたい」と思える相手とだけする傾向にあります。

婚活で相手を見極めるチェック項目の1つとして、コロナに対する倫理観が追加されました。

今後、コロナによって、ますます恋愛も多様化していくと思われます。出会い方1つとってもオンラインという選択肢が当たり前になり、コロナに対する倫理観やライフスタイルも多様化しています。また、誰もが予想しなかった出来事により急速に世界が変わっていくことを目の当たりにした私たちにとって、「安定した会社や仕事なんてない」と感じる人もいることと思います。結婚相手を選ぶときは、今まで「3高」という例にも挙げられるような安定重視のポイントではなく、同じ価値観、考え方、何があっても支え合って行きていけるか？など、内面をしっかりと見て相手を探すことがこれからとても大事になっていくと考えられます。

マッチングアプリ「Pairs」を展開する株式会社エウレカHead of PRの藤谷真弓氏は、この状況を以下のように分析しております。

「デート部門で『オンラインデート』が男女ともに1位という結果は、性別を問わず、恋活・婚活の手段としてマッチングアプリを利用する傾向が増えていることを反映していると思われます。オンラインデート部門上位に飲み、料理、ゲームがあがったのは、マッチングアプリでマッチした会員同士が、アプリ内のビデオデートを通じて共通の体験をできるようになり、これまでにない新しい恋愛様式の形成が浮き彫りになっています。」

※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。

【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」恋愛戦術」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/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/>

※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。

■調査コメント・分析 協力会社



株式会社タップル

マッチングアプリ「タップル」を展開。

URL : <https://www.matchingagent.co.jp/>



株式会社ネットマーケティング

マッチングアプリ「Omiai」を展開。

URL : <https://fb.omiai-jp.com/>



株式会社リクルートマーケティングパートナーズ

マッチングアプリ「ゼクシィ縁結び」を展開。

URL : <https://zexy-enmusubi.net/>



バチェラーデート

マッチングアプリ「バチェラーデート」を展開。

URL : <https://www.wi.bachelorapp.net/>



株式会社マリッシュ

マッチングアプリ「marrish」を展開。

URL : <https://marrish.com/>



株式会社イグニス

マッチングアプリ「with」を展開。

URL : <https://with.is/welcome>



株式会社エウレカ

マッチングアプリ「Pairs」を展開。

URL : <https://www.pairs.lv/>

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。