



Z世代の恋愛観調査！ メッセージは「短文」、デート代は「割り勘」が主流！

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、2022年2月～7月末の期間において、株式会社ネットマーケティングが運営する恋愛マッチングアプリ「Omiai」と共同で当サービスの利用ユーザーのデータをもとに、Z世代の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。

※Z世代=18-25歳、Z世代以降=26歳以上

- 【1】異性とのマッチングアプリ内のメッセージの文字量、Z世代は約半分！
- 【2】Z世代は草食系？マッチングアプリで異性に「いいね！」のアクションをする回数はその他の世代と比較して約3割減！
- 【3】Z世代男子の「割り勘派」はZ世代以降の世代の3倍以上！
- 【4】Z世代は短文派！マッチングアプリのプロフィール文字数「200文字以下」が半数以上！SNS慣れしているので短文で自己紹介が上手に可能！

【1】異性とのマッチングアプリ内のメッセージの文字量、Z世代は約半分！



恋愛マッチングアプリ「Omiai」を利用するユーザーの、マッチングアプリ内のメッセージ1通あたりの文字量を調査したところ、男女ともにZ世代はZ世代以降の半分の文字量でメッセージをしていることがわかりました。

※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。

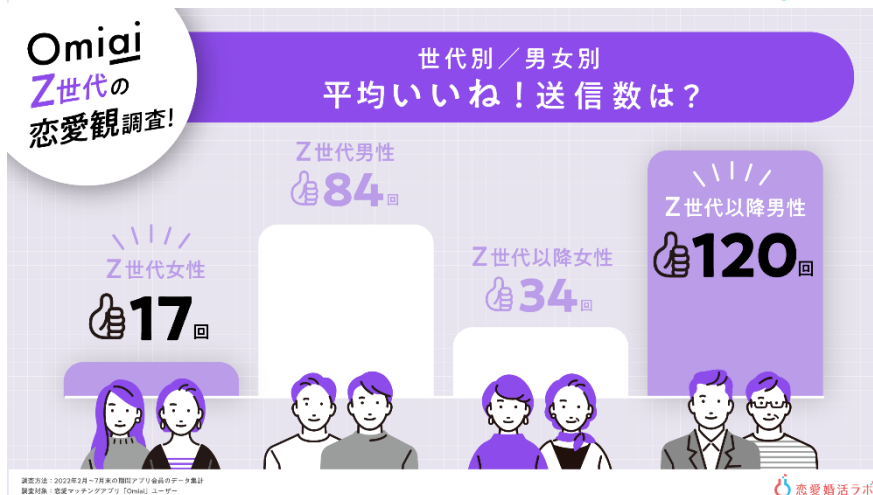
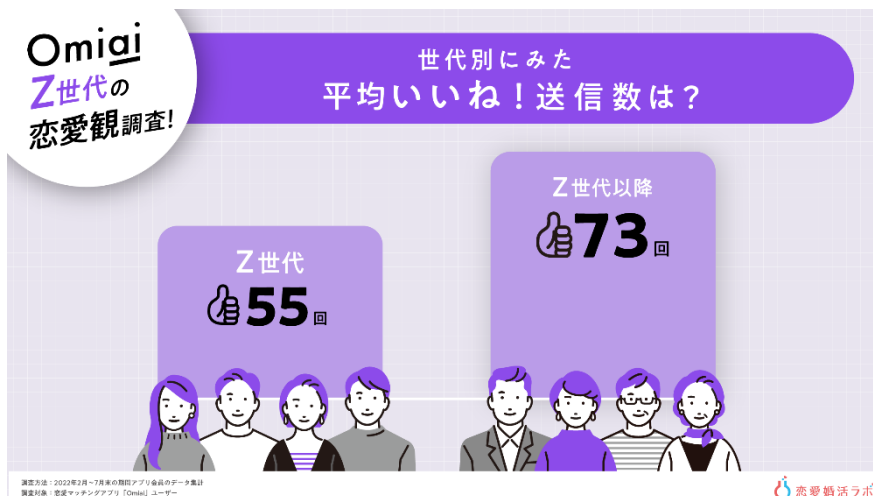
◆調査でわかった文字数で想定される初回の挨拶メッセージ



携帯が幼少期から身近にあり、メッセージはLINEなどの短文で行うチャット形式が自然と身についているZ世代に比べ、手紙やメールのやりとりの方が身近にあったZ世代以降。長く慣れ親しんだコミュニケーションツールが影響し、世代間で2倍以上の開きが出たと考えられます。

【2】Z世代は草食系？マッチングアプリで異性に「いいね！」のアクションをする回数はその他の世代と比較して約3割減！

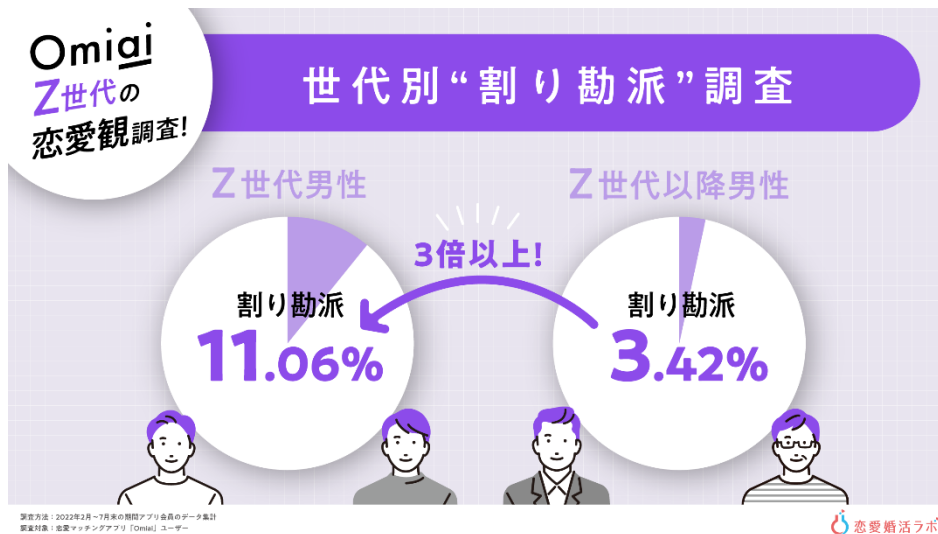
◆世代別平均いいね！送信数/1人あたり



恋愛マッチングアプリ「Omiai」では、異性に対して「いいね！」を送信することで「あなたのことが気になっています」とアピールすることができます。「いいね！」送信数を世代別で見ると、Z世代はZ世代以降と比べ「いいね！」の送信数が約3割少ないことがわかりました。男女別では、Z世代の女性が最も少なく月間17名、Z世代以降の男性が最も多く月間120名に「いいね！」を平均して送信しているようです。

※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。

【3】Z世代男子の「割り勘派」はZ世代以降の世代の3倍以上！

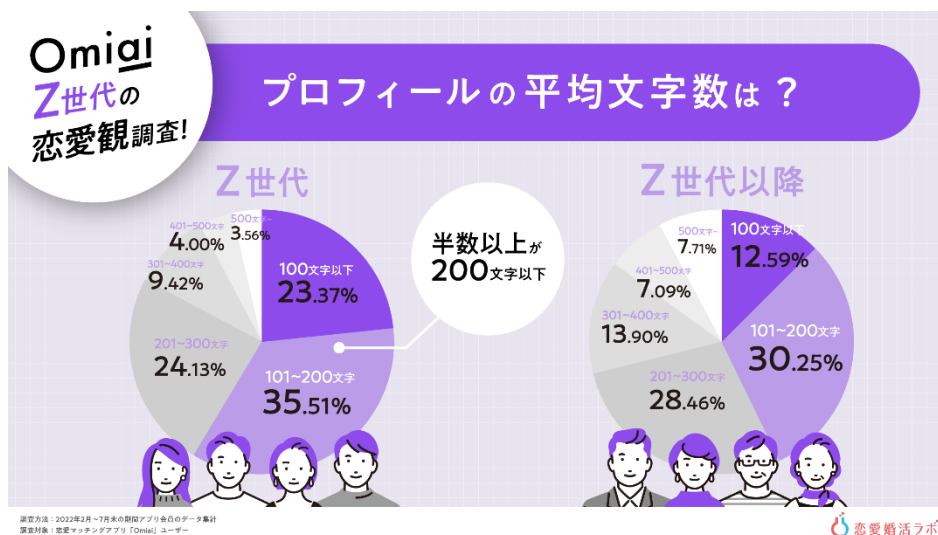


恋愛マッチングアプリ「Omiai」で「初デートの費用」に関するプロフィール項目が「割り勘派」の比率を調査したところ、男女ともZ世代のほうが「割り勘派」が多いことがわかりました。

特に男性は顕著で、Z世代以降の「割り勘」と回答している割合が「3.4%」に対し、Z世代は3倍以上の「11.0%」という結果となりました。

もちろん年齢が高い方が収入もあがる傾向にあるため「お相手に奢る」の回答割合が高くなることも考えられます。一方でZ世代の男女からは「ジェンダーロールを押し付けられるのが嫌だ」「恋愛にお金を使いたくない」という声をよく聞きます。「なぜ男性が奢らなければいけないのか」「趣味もたくさんあって、お金を使いたくところはたくさんあるのに、わざわざ恋愛にお金を使いたくない」というのがZ世代の男性の気持ちなのかもしれません。

【4】Z世代は短文派！マッチングアプリのプロフィール文字数「200文字以下」が半数以上！SNS慣れしているので短文で自己紹介が上手に可能！



マッチングアプリのプロフィールには自由に文章を書いて自分をアピールする「自己紹介文」があります。ここに記載されている文章の文字数を世代別で比較したところ、両世代とも「101~200文字」が最も多かったものの、Z世代は「100文字以下」が23%と、Z世代以降の13%を大きく上回っていることがわかりました。メッセージのやりとりと同様、短文でのやりとり慣れているZ世代は、プロフィール文章も短く簡潔に済ませるようです。「サウナ/ランニング/カフェ巡り」など単語のみを記載し、端的に自分の人柄を伝えることに長けています。

【アンケート調査概要】

調査方法：2022年2月～7月末の期間アプリ会員のデータ集計

調査対象：恋愛マッチングアプリ「Omiai」ユーザー

※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。

【5】株式会社ネットマーケティングOmiai マーケティングPR 柴田昌美より

本調査を通して、Z世代は「フラットでラフにいたい」という価値観を他の世代よりも感じました。時間やお金の制限がある中で、自分らしく自由に振るまうことが当たり前になっている彼らは、かっこつけることが多い恋愛においても「無理のない範囲」でかっこつけるなど、「自分らしさ」を大事にしているようです。「コスパと効率」がキーポイントとして浮かび上がった今回の調査結果、目的や趣味などを事前に探りあうことなく、ストレスを最小限に押さえて出会うことができるマッチングアプリは、Z世代に適したツールであることは間違いのないと思います。実際、Omiaiの登録者数も実は25歳が一番多いため、同年代でも出会いやすいマッチングアプリであると考えています。

【6】恋愛婚活ラボ所長 伊藤早紀より



今回はマッチングアプリを利用するZ世代ユーザーと、Z世代以降のユーザーの行動をデータから比較調査しました。Z世代ユーザーの特徴としては、携帯を持ち始めた頃からコミュニケーションツールはLINEであり、SNSがあることが当たり前の世代ということ。その結果が恋愛にも顕著に現れていました。連絡は短文で済まし、たくさんの出会いよりも、コスパを重視し自分と価値観が合う少数の異性との出会いを望むZ世代にとって、事前に情報を精査した上で気軽に出会えるマッチングアプリは恋愛の必須アイテムとなっていくと思います。こういった世代ごとの恋愛観の特徴を捉えて、マッチングアプリが、さらに、恋愛をしたい人がいつでもできるようなツールとなっていくことを願います。

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>

■マッチングアプリ「Omiai」シルバーウィークキャンペーンのお知らせ

Omiaiでは、9月15日～26日まで期間限定でZ世代向け1週間1,600円プランも！

実施日程 : 2022年9月15日(木)～9月26日(月)の12日間

対象 : 男性有料会員

価格 : **1週間プラン 1,600円(25歳以下限定!)**

3ヶ月プラン 12,800円→8,800円

6ヶ月プラン 14,800円→9,800円

12ヶ月プラン 24,800円→18,800円

■マッチングアプリ「Omiai」

「Omiai」は、婚姻率低下や少子化といった社会課題を背景に、2012年2月に国内でサービス提供を開始した男女の出逢いをサポートするマッチングアプリです。サービス開始以降、出逢いを探す多くの男女に支持され、これまでの累計会員数は800万人を超えました(*)。「一般社団法人結婚・婚活応援プロジェクト(MSPJ)」に参画し、業界全体の活性化にも取り組んでいるほか、多くの方の幸せ探しに貢献できるよう、顧客に寄り添ったサービス運営を行ってまいります。*2022年3月時点

公式サイト : <https://fb.omiai-jp.com/>

対応端末 : iPhone/Android

価格 : ダウンロード無料

開発・運営 : 株式会社ネットマーケティング

App Store : <https://apps.apple.com/jp/app/omiai-facebookkwo-huo-yongshita/id582566462>

Google Play : https://play.google.com/store/apps/details?id=com.omiai_jp&hl=ja

Omiai

※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。

■株式会社ネットマーケティング

株式会社ネットマーケティングは、世の中の時流を捉え、優れたテクノロジーを活用して、あらゆるライフイベント・ライフシーンにサービスを提供する企業です。VISIONに「常識を超え、人々に幸せをとどけ、より豊かな社会を創り続ける」、MISSIONに「アイデアとパッションで、ライフスタイルを革新する」を掲げ、マッチングアプリ「Omiai」を運営する「メディア事業」とインターネット広告のコンサルティングサービスを行う「広告事業」を展開しています。人々のライフスタイルをより豊かで快適なものへと革新し、「人」と「社会」に広く求められ、永く愛される企業を目指してまいります。

会社名：株式会社ネットマーケティング（英文表記：Net Marketing Co. Ltd.）

H P：<https://www.net-marketing.co.jp/>

代表者：代表取締役社長兼CEO 宮本 邦久

設立：2004年7月

上場市場：東京証券取引所 スタンダード市場（証券コード：6175）

■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：伊藤 早紀

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>

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

Forky：<https://match-app.jp/forkyjp>

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

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。