

Z世代は「タイパ」意識で約33%が4人以上と同時進行！Z世代・婚活ど真ん中世代・40代以降のマッチングアプリの使い方比較調査！

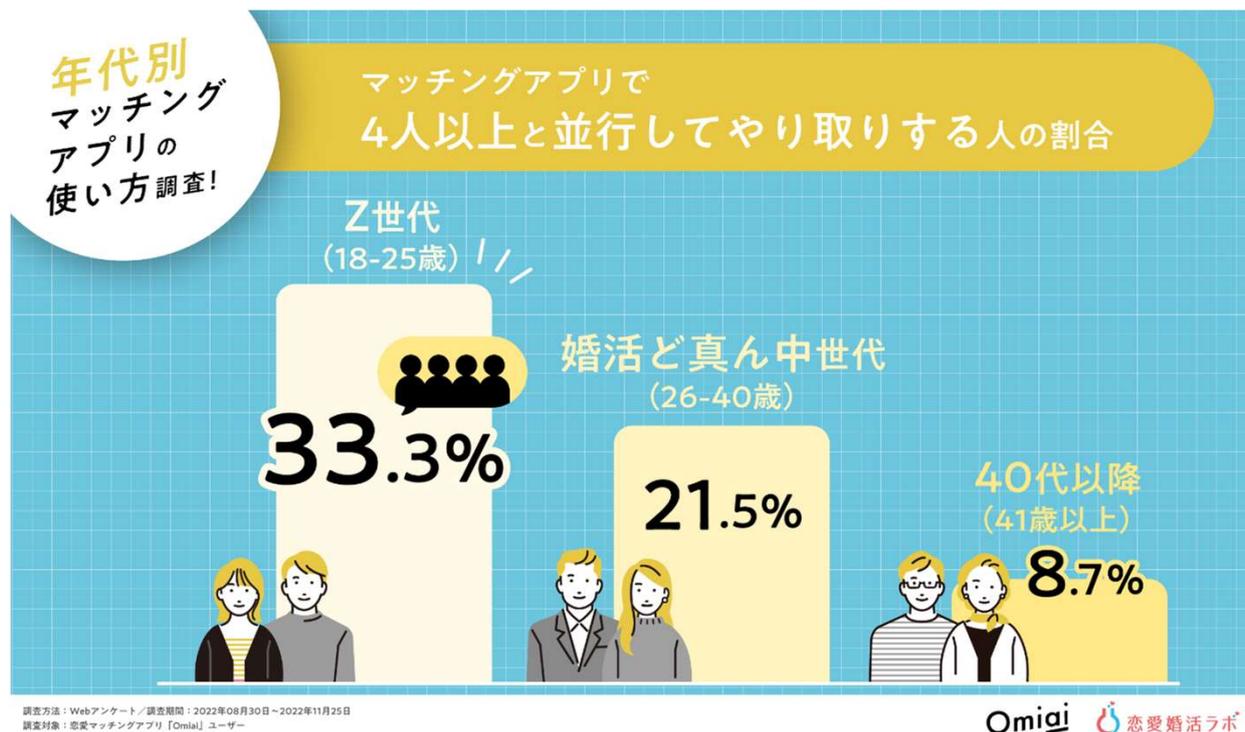
株式会社Parasol(本社：東京都港区、代表取締役社長：伊藤早紀)が運営する未婚男女のマーケティング研究機関『恋愛婚活ラボ』は、株式会社ネットマーケティング(本社：東京都港区、代表取締役社長：靱江佑介)が運営するマッチングアプリ「Omiai」と共同でOmiai会員を対象に、「Z世代」「婚活ど真ん中世代」「40代以降」のマッチングアプリの使い方について比較調査いたしました。

※Z世代=18-25歳、婚活ど真ん中世代=26-40歳、40代以降=41歳以上

1. Z世代は恋愛でも“タイパ意識”が強く、4人以上のお相手と連絡をとっている
2. Z世代は「2週間以内に初デート」が20.0%で第1位！他世代の2倍の結果に
3. Z世代のメッセージは「2行・絵文字は2個未満」と簡潔に！世代が上がるごとに「長文」傾向に

※タイパ=タイムパフォーマンスの略、費やした時間に対する効果

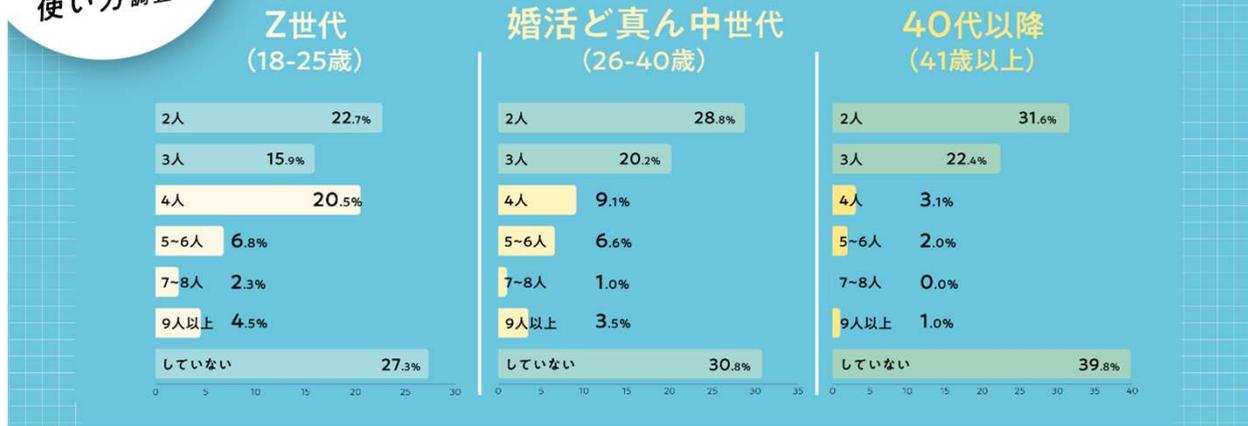
1. 【マッチングアプリの使い方調査】Z世代は“タイパ意識”！33%が「4人以上のお相手」と同時に連絡をとっている！



マッチングアプリで同時にメッセージ交換をしているお相手の人数を調査したところ、Z世代は「4人以上」という回答が33.3%でした。これは「婚活ど真ん中世代」の約1.5倍、「40代以降」の約4倍になりました。考えられる理由としては、Z世代の“タイパ意識”です。幼少期から多くのコンテンツに囲まれて育ったZ世代は、一般的に多くのことに興味関心を持ち、多趣味な人が多いと言われています。そのため、限られた時間を、趣味・恋愛・勉強に効率的に使おうと考える「タイムパフォーマンス意識」つまり“タイパ意識”を強く持っています。一人と長くやり取りを続けるよりは、同時並行でやり取りを行い、その中から気の合う人を探し、効率よくデートにつなげ恋人関係に発展させていく傾向があるようです。

年代別
マッチング
アプリの
使い方調査!

年代別に聞いてみた！マッチングアプリで
何人とやり取りしていますか？



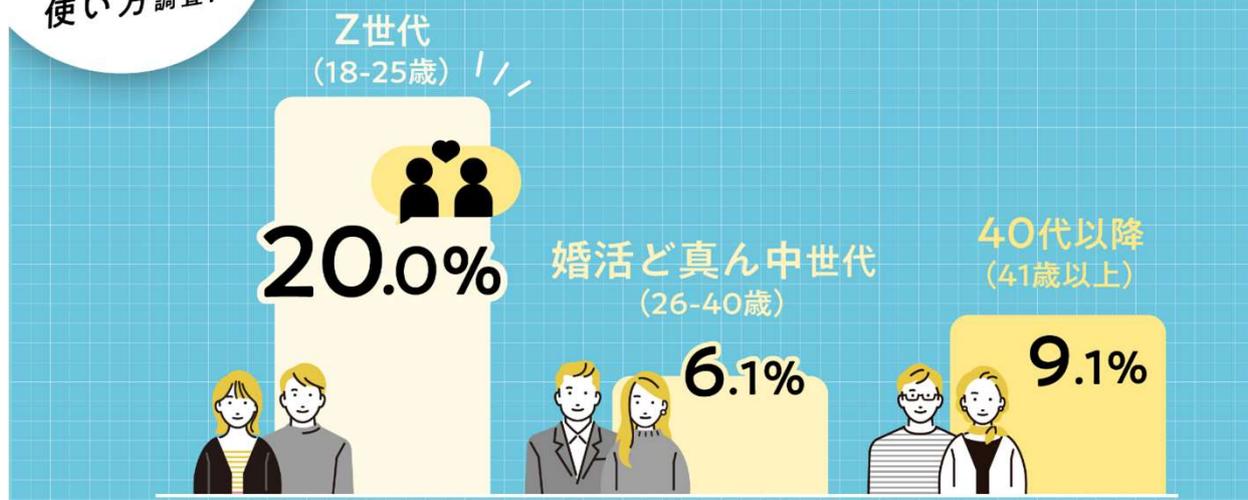
調査方法：Webアンケート / 調査期間：2022年08月30日～2022年11月25日
調査対象：恋愛マッチングアプリ「Omiai」ユーザー

Omiai 恋愛婚活ラボ

2. 【知り合ってから初デートまでの日数調査】Z世代は1週間以内に初デートが20.0%で第1位！他世代の2倍の結果に

年代別
マッチング
アプリの
使い方調査!

マッチから
1週間以内にデートの約束をする人の割合

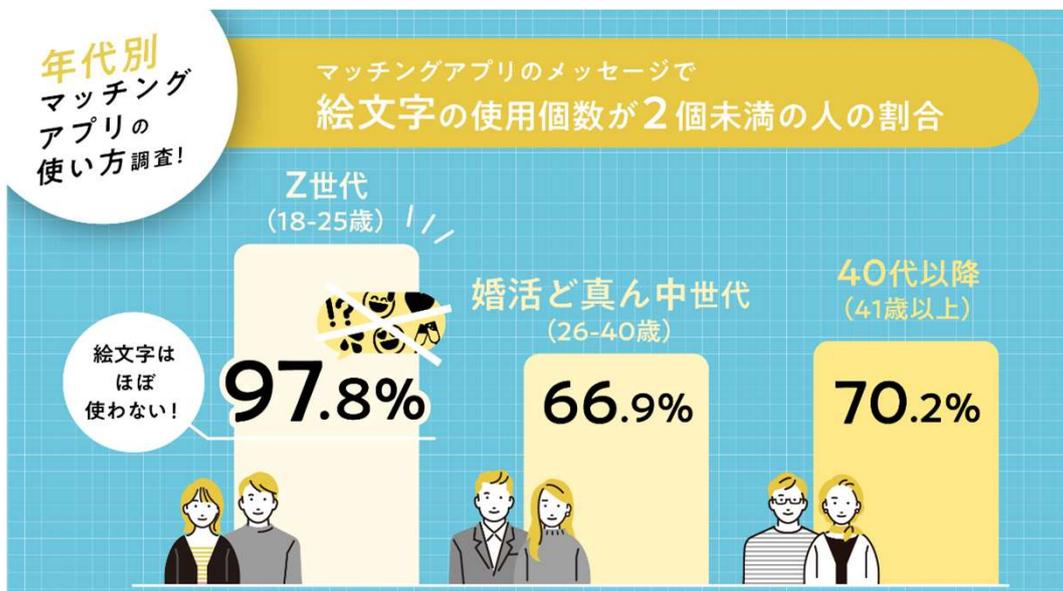


調査方法：Webアンケート / 調査期間：2022年08月30日～2022年11月25日
調査対象：恋愛マッチングアプリ「Omiai」ユーザー

Omiai 恋愛婚活ラボ

「マッチングアプリ内で出会った異性とデートに行く約束をするまでの日数」は、Z世代は「1週間未満」が20.0%で第1位でした。これは、婚活ど真ん中世代、40代以降と比べて約2倍以上多い結果となりました。考えられる理由は、先ほど同様に「タイパ意識」の高さです。マッチングアプリではお相手の方といくらメッセージを続けても、お相手を深く知ることは難しい場合が多く、「メッセージのやり取りの多さ、期間の長さ」と「交際できる確率」には一般的に相関関係はなく、長期間のメッセージのやり取りが無駄になることも珍しくありません。そのため、Z世代は簡潔なメッセージのやり取りを行い、問題ない相手と判断出来たらすぐに実際に会い、短期間で交際するかを判断する傾向がありそうです。

3. 【マッチングアプリ内のメッセージ内容調査】Z世代のメッセージは「2行・絵文字は2個未満」と簡潔に！世代が上がるごとに「長文」傾向に



年代別マッチングアプリの使い方調査！

世代別メッセージのイメージ

Z世代の例 (18-25歳)

マッチありがとうございます！
写真の犬かわいすぎませんか？

こちらこそです！休みの日とかずっと戯れてます笑

婚活ど真ん中世代の例 (26-40歳)

はじめまして👋
早紀さん、マッチングありがとうございます。港区に住んでいるたくやです。
趣味合いそうで嬉しいです👍
最近どんな本を読まれましたか？

40代以降の例 (41歳以上)

はじめまして👋
早紀さん、マッチングありがとうございます。東京に住んでいるたくやです。
最近仕事も落ち着いてきて、真剣に彼女を探したいなと思って登録しました👍
趣味も合いそうで嬉しいです。メッセージからよろしくお願いします。

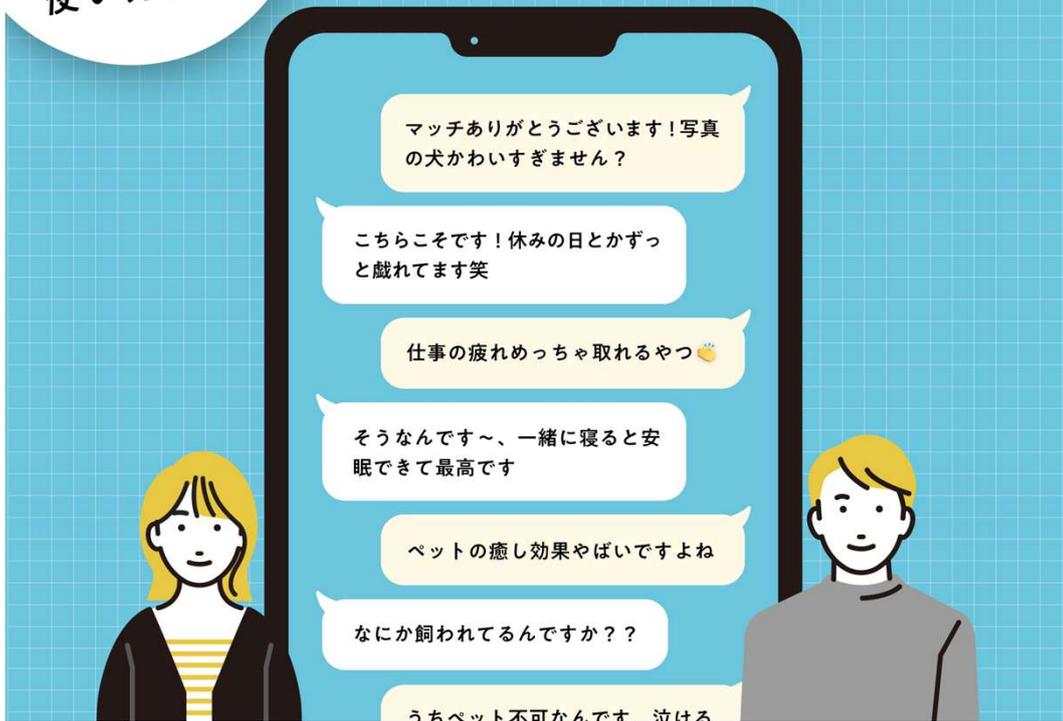
調査方法：Webアンケート / 調査期間：2022年08月30日～2022年11月25日
調査対象：恋愛マッチングアプリ「Omiai」ユーザー

Omiai 恋愛婚活ラボ

※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。

年代別
マッチング
アプリの
使い方調査!

Z世代のメッセージ例



調査方法: Webアンケート / 調査期間: 2022年08月30日~2022年11月25日
調査対象: 恋愛マッチングアプリ「Omiai」ユーザー

Omiai 恋愛婚活ラボ

マッチングアプリ内のメッセージのボリューム（行数）の平均値は、Z世代は「2.09行」と、婚活ど真ん中世代は「5.19行」、40代以降は「6.10行」と比べて半分以下でした。

次に、「絵文字の使用数」を調査したところ、Z世代の97.8%が絵文字の数を2個未満と回答。婚活ど真ん中世代の66.9%、40代以降の70.2%と比較しても、Z世代は圧倒的に絵文字を使わないことがわかります。

結果を見ると、Z世代は短文で非常に簡潔なメッセージの傾向があるとわかります。これは、幼少の頃からコミュニケーションツール「LINE」で、必要な内容を簡潔にテンポよくやり取りすることに慣れており、LINEと同じ感覚でマッチングアプリでもやり取りしていると考えます。また、前述の通りZ世代は“タイパ意識”が非常に高いため、「長文は送信、返信ともに時間がかかり面倒だ」という観点を持つことも、理由の一つかもしれません。

婚活ど真ん中世代や40代以降は、手紙やメールなど長文でのコミュニケーションツールに慣れ親しんでいた影響もあり、「長文で丁寧」な傾向があります。初対面の相手に失礼がないように、季節のあいさつや相手に興味を持った理由など、文章をより丁寧に記載しているためと考えます。また、婚活ど真ん中世代や40代以降は、携帯電話が登場した頃にメール機能を使い始めた世代です。当時流行した「デコメ」などを用いてメールを装飾していた経験から、マッチングアプリでも無機質な文章だけでなく絵文字を多用することで、送り手の温度感・感情を伝える意識が強いのではないのでしょうか。

※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。

【アンケート調査概要】

調査名称：マッチングアプリに関する利用・意識アンケート
調査方法：Webアンケート
調査期間：2022年08月30日～2022年11月25日
調査対象：恋愛マッチングアプリ「Omiai」ユーザー
調査人数：786人

恋愛婚活ラボ所長 伊藤早紀より



今回は「Z世代」と、「アラサー世代」、「アラフォー世代」について、マッチングアプリの使い方を比較調査いたしました。Z世代ユーザーの特徴としては、お金の有効活用を考える「コスパ（コストパフォーマンス）」よりも、かけた時間に対する効果「タイパ（タイムパフォーマンス）」を重要視します。これは、動画配信サービスの普及やSNSの影響で可処分時間が限られているためと考えます。多くの異性と同時並行で連絡をとりあいながら、その一つ一つのメッセージは短文、1週間以内に会うといった短い時間で恋人探しをするという「最小の労力で最大の成果を得る」という利用実態は、リスクの回避の為に時間をかけるアラサー・アラフォー世代とは対照的な結果となりました。このような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、恋愛をしたい人が世代に関係なく便利に気軽に利用できるツールとなっていくことを願います。

■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

本調査を通じて、“タイパ”を日々意識するZ世代の姿勢は、自分の人生を存分に楽しもうとするポジティブな面の現れだと感じました。マッチングアプリのやり取りにおいては、「長文・絵文字多数」でじっくり相手とやり取りしたい婚活真ん中世代、40代以降と比べると、Z世代は「短め・絵文字2個未満」とあっさりしているとも思えますが、お互いの時間を節約しながら、自分に最適なお相手に巡り合うチャンスを最大化している、とも捉えることもできます。世代間の利用意識・特色の差異はあるものの、あらかじめ自分の希望する条件からお相手を探せるマッチングアプリは、効率的な出会いのツールだと思います。今後も、真面目な出会いを求める皆様の素敵な恋愛を「Omiai」でお手伝いしてまいります。

■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会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、出会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-facebookwo-huo-yongshita/id582566462>

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

※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。

■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>

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>

■伊藤早紀監修のオンラインお見合いサービス「ヒトオシ」概要



人の手で出会いを“ひと押し”するオンラインお見合いサービス「ヒトオシ」は、面談からお相手紹介・初デートまで全てオンライン完結しながらも、マッチングプランナーである“お見合いお姉さん”が個人に寄り添ってサポート。人が仲介するからこそ、個人個人で異なる性格や細かな条件、また、気持ちの後押し、お悩み相談などが可能となるため、AIだけではマッチング・サポートできない、恋愛において大切な事柄を本サービスはしっかりフォロー。コロナ禍において需要が高まっていくことが予想される、新しい婚活サービスとなっております。

ヒトオシ公式サイト：<https://hito-oshi.com/>

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。