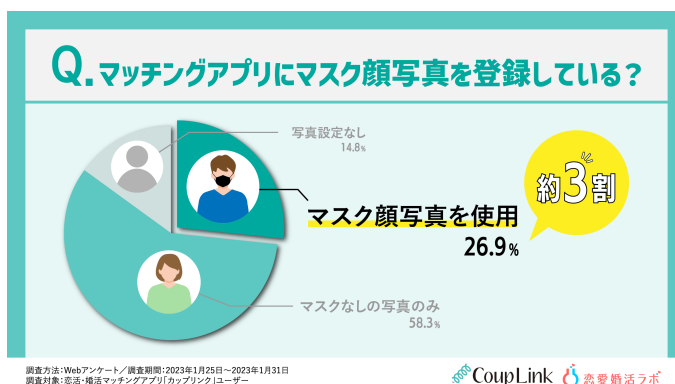


マスク顔写真でマッチングアプリを登録している人は3割も！コロナ禍の全世代恋愛事情を調査！

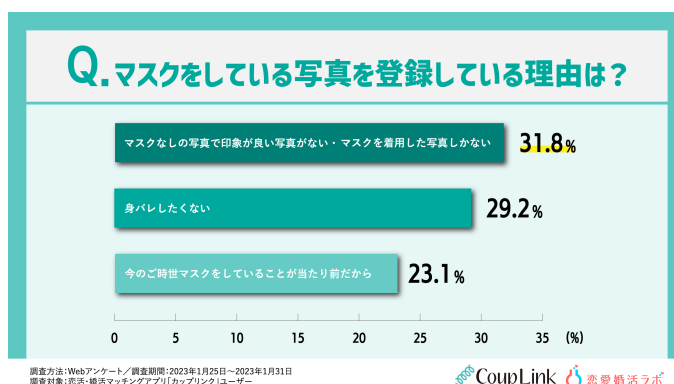
株式会社Parasol(本社：東京都港区、代表取締役社長：伊藤早紀)が運営する未婚男女のマーケティング研究機関『恋愛婚活ラボ』は最新のコロナ禍におけるマッチングアプリ恋愛事情を調査いたしました。本調査は、株式会社リンクバルが運営する恋活・婚活マッチングアプリ「カップリンク」と共同で、当サービスの利用ユーザー2975人（男性：1923人、女性：1052人）を対象に実施いたしました。

1. コロナ禍で「マスク姿の顔写真」を登録している人は約3割に
2. 「マスク姿の顔写真」の人は、「マスクを着用していない顔写真」の人と比べてマッチング率が2倍以上高い傾向に
3. 「マスク姿の顔写真」使用者の6人に1人は「直接会ったことがある」と回答。うち8割がネガティブではないと回答

1. マスクの顔写真を登録している人は約3割！理由は「マスクを着用した写真しかないから」とコロナ禍の撮影機会の激減が影響！



恋活・婚活マッチングアプリ「カップリンク」を利用するユーザーのプロフィール写真について調査したところ、「マスク姿の顔写真」を登録している人が、約3割にも達していることがわかりました。全世代において同様の数値となっており、自分の顔写真をアピールするマッチングアプリにおいても、リアルな現状を反映するような「マスク姿の顔」が採用されているようです。まさに、コロナ禍ならではの特異な状態になっていると考えます。



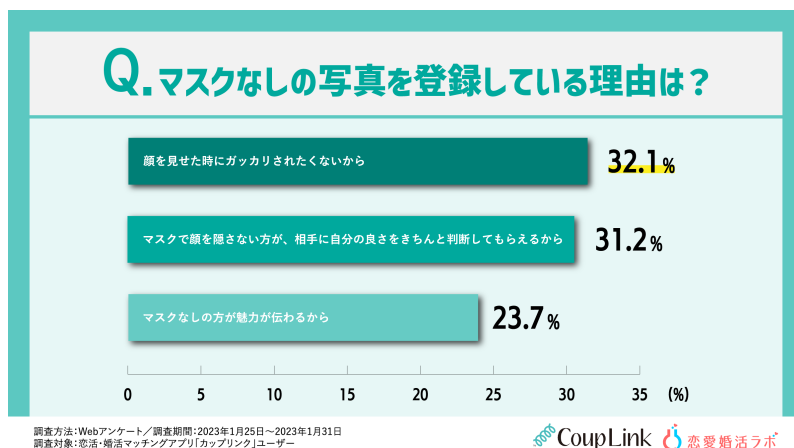
※当記事のテキストや画像を引用・転載の際は弊社にご一報いただき、『恋愛婚活ラボ調べ』と明記いただきますようお願い申し上げます。

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。

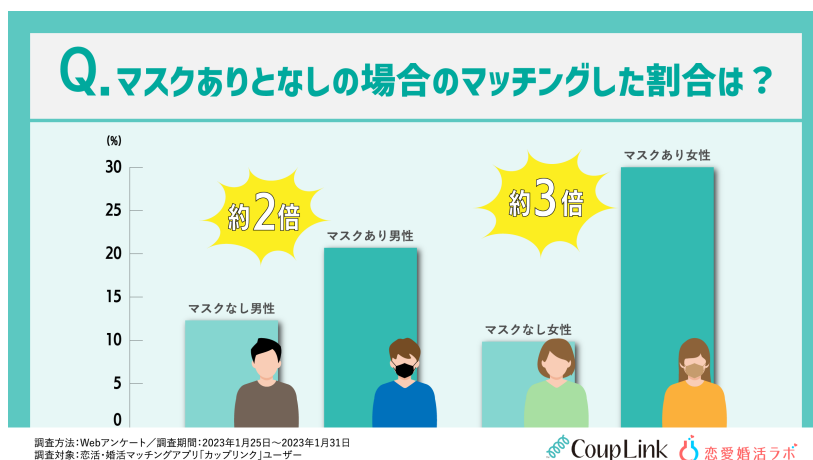
マッチングアプリのプロフィール写真に「マスク姿の顔写真」を登録している理由の第1位は、「31.8%」が「マスクなしの顔写真で印象が良い顔写真がない/最近の写真はそもそもマスクを着用した顔写真しかない」という結果になりました。第2位は「29.2%」で「身バレしたくない」、第3位は「23.1%」で、「今のご時世マスクをしていることが当たり前だから」という結果になりました。第1位や第3位の理由に見られる通り、コロナ禍によってマスク着用が日常生活の中で当たり前となり、マスクを着用している状態での写真撮影が当たり前となっていること、また、そもそも人と会う機会がコロナ前に比べて減少しており、人と会って写真撮影をする機会がなくなっていることも原因として考えられます。



一方で、マッチングアプリのプロフィール写真に「マスクを着用していない写真」を登録しているユーザーに、なぜマスク姿の顔写真を登録していないのかを尋ねたところ、「32.1%」は「デートした際など、マスクなしの状態の顔を知られたときがっかりされたくないから」と回答しています。その他にも、「31.2%」は「マスクで顔を隠さない方が、相手に自分の良さをきちんと判断してもらえるから」、「23.7%」は「マスクなしの方が魅力が伝わるから」という結果になりました。マッチングアプリという、恋人候補と出会うプラットフォームであるため、相手にしっかりと自分を知ってもらい安心感を持ってもらいたいというユーザーは、「マスクを着用していない顔写真」を登録しているようです。

さらに「コロナ禍で、顔写真を撮る頻度」を調査したところ、「45.9%」が「3ヶ月以上前に撮影した写真」を登録しており、その中でも「21.5%」がマスクを着用した写真を使用していることがわかりました。それに対して「1週間以内に撮影した写真」の登録は「13.4%」、「1ヶ月～3ヶ月以内に撮影した写真」の登録は「21.4%」と「3ヶ月以上前に撮影した写真」と比較すると半分以上の差があることがわかりました。マスクを着用していない写真を撮る頻度が少なくなっていると考えられます。

2. 「マスク姿の顔写真」登録者のは「マスク姿の顔写真なし」の登録者と比較して2倍も「マッチングしたい人」とマッチングしている



※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/>

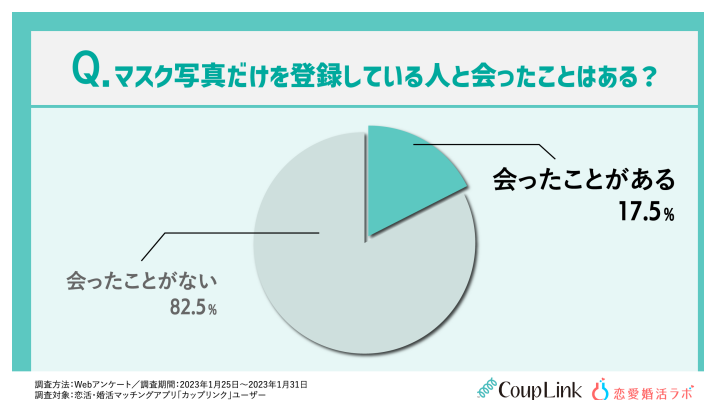
TEL : 090-6806-2890 Mail : info@parasol-inc.com

※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。

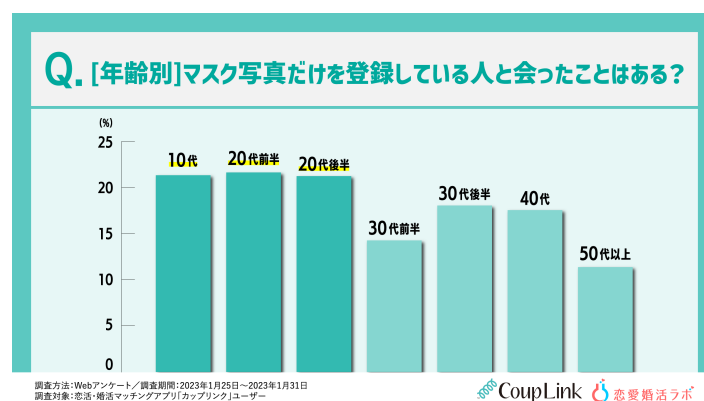
マッチングアプリのプロフィール写真に「マスクを着用していない顔写真」を登録している場合、男性の「12.7%」、女性の「10.3%」は、自身が「会いたい（マッチングしてほしい）」と思う人とマッチングできていることがわかりました。一方で、「マスク姿の顔写真」のみを登録している場合、男性の「20.9%」、女性の「30%」は、「会いたい（マッチングしてほしい）」と思う人とマッチングできていることが判明しました。つまり、「マスク姿の顔写真」のほうが「会いたい（マッチングしてほしい）」人とマッチングしているという驚きの結果となり、男性においては約2倍、女性においては約3倍も差があることがわかりました。

マスク姿の顔写真のみを登録している人のケースでは、顔が全て見えない分、プロフィール欄や、パーソナリティの質問項目欄をじっくり見た上で判断してマッチングするため、容姿やぱっと見の印象だけにとらわれない、人間性などが加味された理想的なマッチングができているためと考えます。

3. 「マスク姿の顔写真」のみの登録者の6人に1人は「直接会ったことがある」と回答。さらに8割が「ネガティブなイメージを抱かない」



恋活・婚活マッチングアプリ「カップリンク」を利用するユーザーに、「プロフィール写真にマスク姿の顔写真のみを登録している人」と会ったことがあるかということ进行调查したところ、「17.5%」が「会ったことがある」と回答しました。特に、10代～20代では、「20%以上」の人が「マスク姿の顔写真だけ」を登録している相手と会ったことがあるという結果になりました。



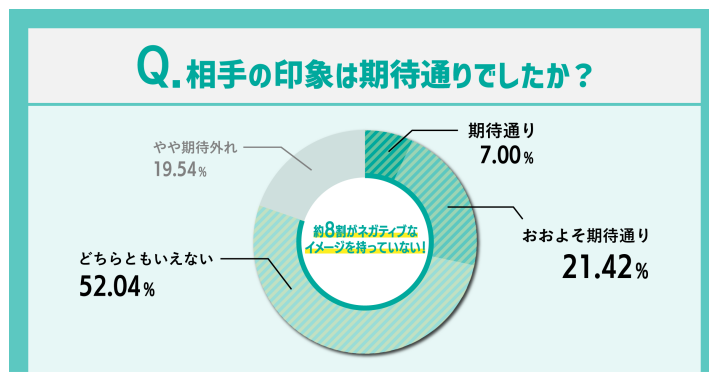
マッチングアプリ上で出会い、実際に会うとなった際に「顔の印象」が大事とされるマッチングアプリにおいて「6人に1人」が顔が半分隠れている状態でも会ったことがある結果は、コロナ禍ならではの恋愛事情ではないかと考えます。コロナが流行する前までは、プロフィール写真に顔を隠した写真を登録するユーザー自体が少なく、また、そのような写真ではマッチングが厳しいと考えていたユーザーも一定数いたのではと考えると、このご時世、「マスクをつけた顔写真」に対して抵抗がなく、もはや当たり前、マスクは顔の一部と考え、マッチングアプリのプロフィール写真でも多くの人が抵抗がないことが結果からわかりました。

※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。



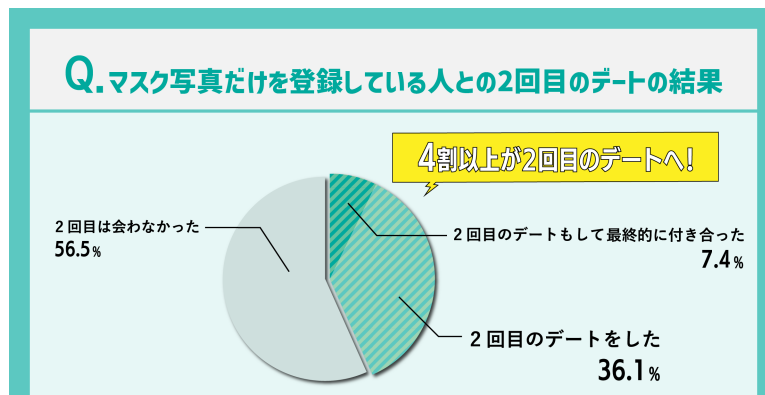
調査方法: Webアンケート / 調査期間: 2023年1月25日～2023年1月31日
調査対象: 恋活・婚活マッチングアプリ「カップリンク」ユーザー

CoupLink 恋愛婚活ラボ

また、「マスク姿の顔写真しか見ていなかった人と実際に会った時の印象」について調査したところ、約8割の人が、マスク無しの顔を見てもネガティブなイメージをもっていないことがわかりました。

一方で、「実際に会った際にマスク無しの顔を見てネガティブなイメージを持った人」に対してその理由を調査したところ、「顔全体のバランスが期待外れだった」と「46.7%」が回答しました。その他にも「歯並び」、「唇」、「鼻」などの顔のパーツについて想像とは違ったといったような意見がありましたが、「性格・価値観」などの内面についてネガティブなイメージを持ったと回答していた人はたった「7%」という結果がでていることから、内面についてはしっかりとプロフィール概要で確認の上で会っているため、ネガティブ意見が少ないことがわかりました。

4. 「マスク顔写真」の相手と「2回目にデートに行く確率」は約43%！恋愛の進展に顔写真の「マスク着用有無」は関係なし！



調査方法: Webアンケート / 調査期間: 2023年1月25日～2023年1月31日
調査対象: 恋活・婚活マッチングアプリ「カップリンク」ユーザー

CoupLink 恋愛婚活ラボ

マッチングアプリのプロフィール写真で「マスク姿の写真だけ」を登録している人と、2回目のデートに行ったかどうかについて調査したところ、「43.5%」が「2回目のデートに繋がっている」という結果になりました。これは、「マスクなしの顔写真」を登録している人の場合とほとんど差がない結果となりました。

(引用元: <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000021.000029820.html>)

1回目のデートの時点で、マスク無しの顔を見せることになるため、プロフィール写真のマスク有無は、マッチングアプリでの恋愛の進展においては問題がないことがわかります。

【アンケート調査概要】

調査方法: 2023年1月25日～1月31日の期間アプリ会員のデータ集計

調査対象: 恋活・婚活マッチングアプリ「カップリンク」ユーザー2975人 (男性:1923人、女性:1052人)

※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。



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。

■カップリンク 概要



カップリンクは『お客様に恋人ができるまでをサポートする』をコンセプトとした、真面目な出会いを探したい人のための恋活・婚活マッチングアプリです。

イベントプラットフォーム『machiconJAPAN』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

開発・運営：株式会社リンクバル

■カップリンク 概要



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、既存事業を強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。

※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。

■カップリンク 概要



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.）

H P：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）

■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 代表取締役会長：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>

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。