

恋愛・婚活トレンド予測
2024年の恋愛・婚活トレンド予測は「自分軸とAI活用」がカギ！
行政のマッチングアプリ利用促進も活発に



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Omiai(本社：東京都渋谷区、代表取締役CEO：今井良樹)が運営するマッチングアプリ『Omiai』と共同で、Omiaiを利用する男女へのアンケート・分析を行い、2024年の「マッチングアプリの最新トレンド」および「恋愛・婚活のトレンド予測」を発表します。後編の今回は「恋愛・婚活のトレンド予測」を発表します。

【アンケート調査概要】

調査名称：【2024年】婚活・恋愛トレンド調査
調査期間：2023年11月10日～11月14日
調査対象：マッチングアプリ「Omiai」ユーザー
調査数：61名
調査方法：Webアンケート

2024年版！マッチングアプリの恋愛・婚活、最新トレンド調査結果まとめ

- 【1】 恋愛部門 #推し活恋愛 #ペット恋愛 #恋愛・結婚のオプション化
- 【2】 婚活部門 #ライフプランニング婚 #地味婚 #密婚
- 【3】 デート部門 #メタバースデート #AIデート
- 【4】 出会い部門 #行政連携 #マッチングアプリ
- 【5】 モテ部門 #安心感 #健康志向 #韓流モテ

【本件に対する問い合わせ】

株式会社Parasol. 広報担当：伊藤・神垣

Mail：info@parasol-inc.com | Tel：090-6806-2890 | 恋愛婚活ラボHP：https://renai-konkatsulab.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。

【1】恋愛部門

#推し活恋愛

「推し活恋愛」は、ファン同士が共通の推し（好きなキャラクター・アーティストなど）に焦点を当て、その交流から恋愛に発展する傾向を指します。共通の興味や嗜好があり、短時間で親密な関係が築かれやすい特徴があります。

#ペット恋愛

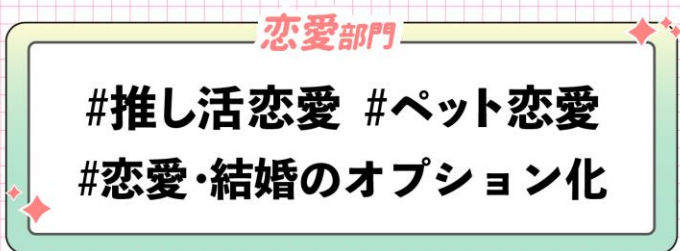
「ペット恋愛」は、ペットがきっかけとなり、異性との出会いが生まれたり、コミュニケーションが活性化することを指します。ペットという、共通の話題や関心を通じて会話が広がり、新たな恋愛の機会を見つけることができます。

#恋愛・結婚のオプション化

「恋愛・結婚のオプション化」は、従来の結婚観やスタイルに縛られず、個々の価値観やライフスタイルに合わせてパートナーシップを選択する傾向です。恋愛や結婚が人生の中で外せない要素で、「恋愛・結婚は絶対するもの」という価値観は薄れつつあります。恋愛・結婚は個々が「自分らしく」いられるという幸せの実現の選択肢として、柔軟に調整できる傾向が強まっていくでしょう。

<「恋愛婚活ラボ」「Omiai」共同見解>

2024年の恋愛では、「興味的一致」と「多様性」が重要な要素となると推測します。近年の恋愛の傾向として、「出会いの選択肢が多く、自分に会う人を選べない」という“出会い飽和時代”となっています。“出会い飽和時代”とは、「出会う」までのハードルが低くなり、自分にどんなお相手合っているか「決める」ことが難しい時代です。



調査名称：【2024年】婚活・恋愛トレンド調査 調査対象：マッチングアプリ「Omiai」ユーザー
調査期間：2023年11月10日～11月14日 調査数：61名 調査方法：Webアンケート

恋愛婚活ラボ Omiai

実際に、弊社が行った「男女年代別、婚活に関する実態調査」(※1)の際に、「婚活の悩み」について調査したところ、「いい人(理想の人)と出会えない」と回答した男女は57%と、2人に1人以上の割合でした。(20代～40代の男女の平均を算出)
その上で、「推し活」や「ペット」など、“興味的一致”は価値観に大きく作用するため、お相手を選ぶ際の重要な要素となるでしょう。また、近年では「恋愛や結婚は自分らしくいられるための方法の一つ」として、自由選択できる柔軟な恋愛観・結婚観にシフトしています。
この変化の背景には、SNSの普及によって多くのカップル・夫婦が自分たちの考えや関係性、ライフスタイル等を発信し、恋愛・結婚の多様性が可視化されたことが一因と考えられ、意識の変容を促しているのではないのでしょうか。

恋愛・結婚は、自分らしくいられる手段の一つという価値観が、今後とも浸透していくと思います。

(※1) 出典：【調査リリース】婚活の相談相手がいらない男性が5割以上条件の妥協と出会いの中で悩む「婚活ツカレ」が顕著に(株式会社Parasol)

【2】婚活部門

#ライフプランニング婚

将来の人生設計や目標を考えた上で、計画的に婚活に取り組むことを指します。先述の「恋愛・結婚のオプション化」が浸透する中で、感情の結びつきだけでなく、長期的に将来を見据える「ライフプランニング婚」が加速するのではないのでしょうか。

#地味婚

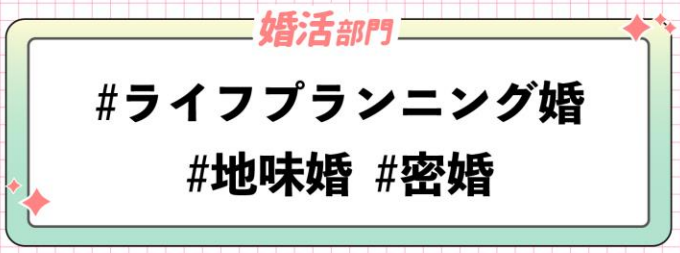
近年の物価高や経済状況を考慮し、挙式や披露宴などの結婚関連イベントをシンプルで控えめに行うスタイルです。出費を抑えつつも人生における大切な瞬間を共有したいというニーズがあると考えられます。

#密婚

親しい友人など、自分と関係値の高い「密な」人だけを挙式や披露宴に呼ぶスタイルです。

<「恋愛婚活ラボ」「Omiai」共同見解>

2024年の結婚・婚活トレンドは「自分たちらしさ」を重視しつつ、出費を抑えた上での「体験の価値」を結婚に求めるのではないのでしょうか。



調査名称：【2024年】婚活・恋愛トレンド調査 調査対象：マッチングアプリ「Omiai」ユーザー
調査期間：2023年11月10日～11月14日 調査数：61名 調査方法：Webアンケート

恋愛婚活ラボ Omiai

「ゼクシィ 結婚トレンド調査2023調べ」(※2)の「結婚式を挙げる理由」では、「自分たちが楽しむため」が年々増加傾向にあり、夫婦・カップルが関係性を深める上での感情的な体験に位置付けられています。
また同調査(※2)において、勤務先の上司・同僚の招待基準が、「親しくしていること」が75.6%と年々増加傾向にあることがわかりました。
この背景には、近年の「コスパ」や「タイパ」などお金や時間に対する効果や価値を重視する動きが影響し、従来の結婚観に縛られることなく、カップルが自分たちに本当に必要なことを取捨選択しているといえます。結婚式・婚活においても、「他人軸」から「自分軸」への意識変容がうかがうことができます。

(※2) 出典：【ゼクシィ 結婚トレンド調査2023調べ】

【本件に対する問い合わせ】

株式会社Parasol. 広報担当：伊藤・神垣

Mail：info@parasol-inc.com | Tel：090-6806-2890 | 恋愛婚活ラボHP：https://renai-konkatsulab.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。

【3】デート部門

#メタバースデート

仮想現実空間でデートを楽しむことを指します。地理的な距離の課題を克服し、アバターを自由にカスタマイズして現実世界では得られない体験が可能です。

#AIデート

人工知能 (AI) を活用した新しいデートの形です。AIが個々の好みやニーズを分析し、最適なデートプランや相性診断などを行います。



<「恋愛婚活ラボ」「Omiiai」共同見解>

2024年のデートは、テクノロジーによる技術的な進化を感じるものになると予測します。

総務省の情報通信白書 (※3) によると、メタバースの世界市場は2021年には4兆2640億円だったものが、2030年には78兆8,705億円まで拡大するとされています。またIDCが行った調査 (※4) によると、2022年の国内AIシステム市場は、市場規模が3,883億6,700万円だったものが、2027年には1兆1,034億7,700万円になると予測されています。

こうしたテクノロジーの進化や市場の拡大はもちろん、デートスタイルの変化の背景には、個人の好みやニーズに合わせてサービス、コンテンツ、提案をカスタマイズ、調整される「ニーズのパーソナライズ化」が加速を強める一因として考えられます。個人のライフスタイルや関心の多様化が進んだ結果、デート体験も“個々に合わせてカスタマイズされること”が、満足度の高いデート体験につながるのではないのでしょうか。また個人の趣向に合致した内容から最適な選択を行うため、デートスタイルはさらに細分化していきましょう。またデートの効率性の変化も推測します。

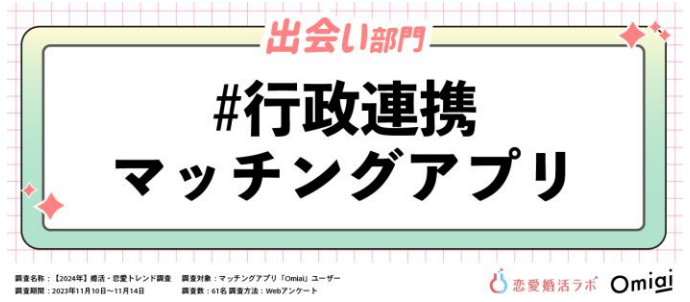
(※3) 出典: [令和4年版 情報通信白書 第2部 情報通信分野の現状と課題 \(総務省\)](#)

(※4) 出典: [2023年 国内AIシステム市場予測を発表 \(IDC\)](#)

【4】出会い部門

#行政連携マッチングアプリ

マッチングアプリ運営会社などが地域や行政と連携し、市民や自治体を支援する出会いを指します。具体的にはマッチングアプリ利用の促進やマッチングイベントの開催が挙げられます。



<「恋愛婚活ラボ」「Omiiai」共同見解>

近年、マッチングアプリ運営会社など、男女の出会い支援を行う事業者が地域や行政と連携する動きが強まっています。具体的な例では、(株) エニトグループ傘下でマッチングアプリの運営を行う「with」、 「Omiiai」が、神奈川県が推進する結婚支援事業においてマッチングアプリの適正な利用の促進に関する連携協定を締結しました。 (※5)

地方自治体がマッチングアプリの活用を主導する理由は、20～30代の人々のマッチングアプリ利用経験の割合が高く、また居住地や希望する地域を絞ってお相手を探せるため、地域単位でも効率的な出会いの機会を創出できると考えているからです。実際、明治安田生命が1年以内に結婚した夫婦を対象に「結婚相手と出会ったきっかけ」を調査したところ (※6)、「マッチングアプリ」が4人に1人と、増加傾向にあります。

また2023年12月には、東京都が「AIマッチングシステム」の提供を開始する (※7) など、今後も行政による出会いの支援の動きはより高まることが予測されます。

(※5) 参考: [エニトグループ傘下でマッチングアプリの運営を行うwith、Omiiai、神奈川県が推進する結婚支援事業においてマッチングアプリの適正な利用の促進に関する連携協定を締結](#)

(※6) 参考: [明治安田生命「いい夫婦の日」に関するアンケート調査を実施](#)

(※7) 参考: [東京都婚活マッチングサービス「TOKYOふたりSTORY」](#)

【本件に対する問い合わせ】

株式会社Parasol. 広報担当: 伊藤・神垣

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

※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。

【5】モテ部門

#安心感

「安心感」とはお相手に対する信頼感があり、一緒にいて心地が良く感じられる魅力を指します。

#健康志向

近年、健康志向の高まりから、食事や運動、ストレス管理など健康領域で積極的に行動する人々が増加しています。新型コロナウイルスによる健康意識の向上や、食事スタイルの変化、美意識の変化が背景にあるのではないのでしょうか。さらに健康であること＝メンタルの安定にもつながり、より恋愛的魅力に影響すると考えられます。

#韓流モテ

2023年は韓国ドラマ「冬のソナタ」の放映による「韓流ブーム」からちょうど20周年と言われ(※8)、今やK-POPや韓流ドラマなど、韓国発のコンテンツを見かけない日はありません。それらを通して、韓国の美的感覚やファッショントレンドが日本でも大きく影響しています。恋愛においても、韓国の文化やセンスが仲を深める要素となり、「韓流モテ」がますます浸透していくのではないのでしょうか。

モテ部門

#安心感 #健康志向

#韓流モテ

調査名称：【2024年】婚活・恋愛トレンド調査 調査対象：マッチングアプリ「Omiai」ユーザー
調査期間：2023年11月10日～11月14日 調査数：41名 調査方法：Webアンケート

恋愛婚活ラボ Omiai

<「恋愛婚活ラボ」「Omiai」共同見解>

2024年のモテる要素として、「安定性」が重視されると言えるでしょう。コロナ禍で、健康上の不安だけでなく、生活様式や経済的な不安を経験して来たため、恋愛においても「安定性」や「安心感」を求めているのかもしれませんが。

さらに、心と体は密接に関連しており、心身が調和することが、対外的な魅力に繋がると考えられます。「健康志向」は、まさにモテトレンドを反映していると考えられます。

(※8)参考：[韓流20周年特設サイト](#)

■恋愛婚活ラボ所長 伊藤早紀より



今回の調査の結果から、さまざまなエンタメが増え、恋愛そのものをエンタメとして楽しむよりも、結婚など目的達成のための過程として恋愛をしている方が増えているように感じます。一方で、ペットや推しなど第三者が介在している恋愛がトレンドになっていることがわかりました。調査結果からわかる、恋愛に求める安心感や結婚といった成果を得るためには、やはり中長期的かつ、トライアンドエラーを繰り返して恋愛をして相性の良い相手を探していく必要があるため、苦手意識がある方でも恋愛を楽しめるコンテンツが増えてきているのはとても良いことだと感じております。今後はマッチングアプリなどのサービスが出会いのプラットフォーム提供だけでなく、その後の関係性を支援するような機能の拡充をされていくことが期待されます。

伊藤早紀 (いとうさき)

株式会社Parasol代表取締役社長

パーソナライズ婚活サービス「ヒトオシ」を運営

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。1000人以上にインタビューし、旬なマッチングアプリ

り・婚活情報を配信。2018年の夏に恋愛テクニック本「出会い2.0 スマホ時代の「新」恋愛戦術」を出版。

Twitter：<https://twitter.com/matchappsaki>

■株式会社Omiai マーケティングPR 石井彩月より

今回調査した2024年の婚活・恋愛トレンドでは、「ライフプランニング婚」「安心感」といったワードが目立ち、婚活や恋愛に「安定性」や「計画性」を求める方が増えていると感じました。マッチングアプリでは、出会いの段階から「どんなお相手を求めているか」や「どんな結婚観か」など事前にお互いの考えやライフプランをすり合わせるすることができます。そのため、「ライフプランニング婚」や「安心感」といったトレンドとも相性のよい出会いの手段だと感じました。今後も「Omiai」は、利用者の皆様の将来を見据えた、まじめな出会いの成就を応援しております。

【本件に対する問い合わせ】

株式会社Parasol. 広報担当：伊藤・神垣

Mail：info@parasol-inc.com | Tel：090-6806-2890 | 恋愛婚活ラボHP：<https://renai-konkatsulab.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。

■株式会社Omiai 概要

Omiai

社名：株式会社 Omiai
英語社名：Omiai, Inc.
代表者：代表取締役 CEO 今井 良樹
本社所在地：東京都渋谷区恵比寿 1 - 19 - 19 恵比寿ビジネスタワー17F
運営開始日：2023 年 3 月 1 日（※株式会社ネットマーケティングから会社分割により事業を承継した日）
事業内容：マッチングアプリ『Omiai』の運営
主要株主：株式会社エニトグループ（100%）
ホームページ：<https://fb.omiai-jp.com/>

■恋愛結婚を叶えるマッチングアプリ『Omiai』とは

『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900万人を超えました（*）。「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。

*2023年2月時点

■恋愛婚活ラボ 概要

 恋愛婚活ラボ

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

Parasol

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、パーソナライズ婚活サービス「ヒトオシ」を運営する他、恋愛・結婚に関わる様々な事業を運営。「出会いの化学反応でヒトを幸せにする」というミッションの元、カップル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。

会社名：株式会社 Parasol
ホームページ：<https://match-app.jp/company>
代表取締役社長：伊藤 早紀
設立年月日：2017年1月23日
◇事業内容◇
ヒトオシ：<https://hito-oshi.com/>
マッチアップ：<https://match-app.jp/>
恋愛婚活ラボ：<https://renai-konkatsulab.com/>
婚活キュービッド：<https://oriental-lounge.com/konkatsu-koikatsu/>
YouTube：<https://www.youtube.com/c/matchappsaki>

【本件に対する問い合わせ】

株式会社Parasol. 広報担当：伊藤・神垣

Mail： info@parasol-inc.com | Tel：090-6806-2890 | 恋愛婚活ラボHP：<https://renai-konkatsulab.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。