

働く人の春の出会いに関する調査
ラジオ番組「馬淵・渡辺の#ビジトピ」と共同調査
春に新しい出会いを求めている人は約3割
職場・仕事での出会いには、「仕事とプライベートは分けてい
「あまり関わりたくない」が約半数

共通ポイントサービス「Ponta（ポインタ）」を運営する株式会社ロイヤリティマーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：勝 文彦、以下「LM」）は、20～50代の就業者層を対象に調査した「春の出会いに関する調査」（実施期間：2026年3月31日～4月1日）の結果をご報告いたします。本調査は、TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」（毎週日曜 6:00～7:00 放送）との共同調査「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」として実施しました。

【調査結果】

・ TOPICS①

春に新しい出会いを求めている人は約3割。若年層ほど出会いを求める傾向が高い

・ TOPICS②

出会いのために心がけていることは「見た目・ファッションに気を付ける」が最多

・ TOPICS③

職場・仕事をきっかけとした出会いについて、
「仕事とプライベートは分けてい」「あまり関わりたくない」が約半数

・ TOPICS④

働く中での出会いにおける重視ポイントは「信頼できる人柄」が約40%で最多

【調査結果詳細】

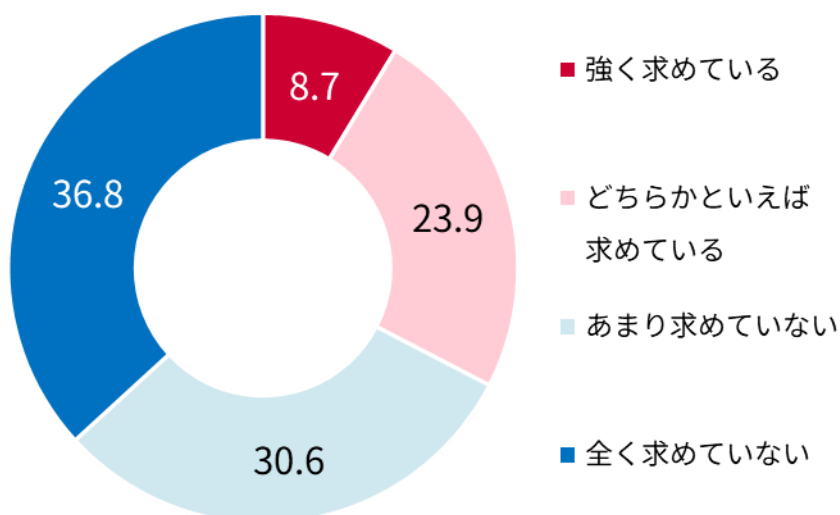
■TOPICS①

春に新しい出会いを求めている人は約3割。若年層ほど出会いを求める傾向が高い

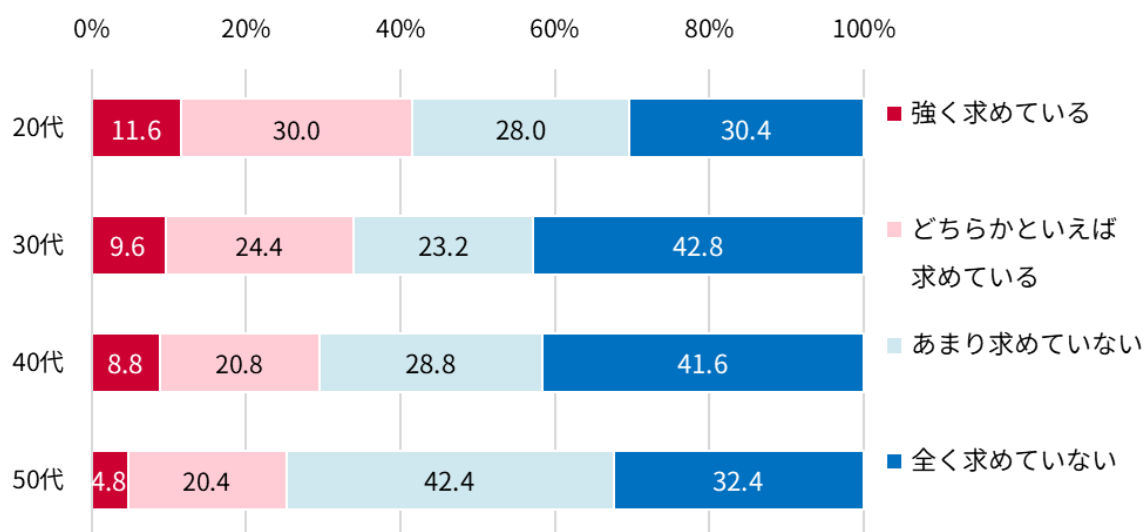
現在働いている人に、春に新しい出会いを求めているかを聞いたところ、「強く求めている」が8.7%、「どちらかといえば求めている」が23.9%となり、合わせると32.6%だった。一方、「あまり求めていない」は30.6%、「全く求めていない」は36.8%となり、67.4%が春に出会いを求めていることが分かった。

年代別で見ると、20代は出会いを求めている層が唯一4割以上となった。年代が高くなるにつれて、求めていない層が高くなる傾向が見られ、50代では74.8%と最も高い結果となった。

▼春に新しい出会いを求めているか (n=1,000)(%)



▼年代別 春に新しい出会いを求めているか (n=1,000 ※各年代 n=250)(%)



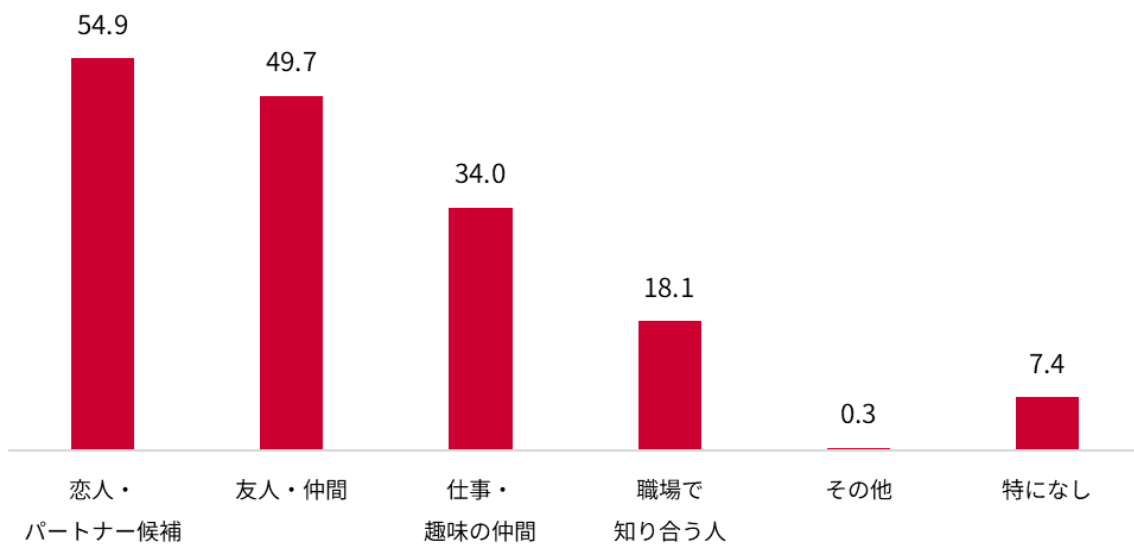
■TOPICS②

出会いのために心がけていることは「見た目・ファッションに気を付ける」が最多

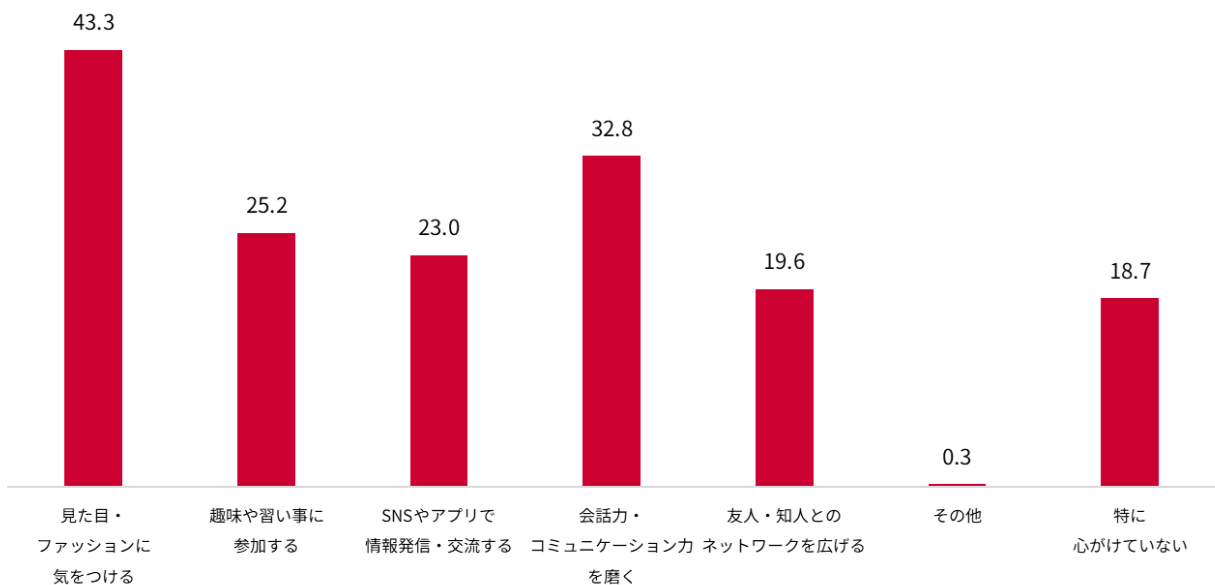
出会いを求めている人に、出会いたい相手を聞いたところ、「恋人・パートナー候補」が 54.9% と最も高く、次いで「友人・仲間」(49.7%)、「仕事・趣味の仲間」(34.0%) となった。

出会いのために普段から心がけていることは、1位「見た目・ファッションに気を付ける」(43.3%)、2位「会話力・コミュニケーション力を磨く」(32.8%) となった。次いで「趣味や習い事に参加する」(25.2%)、「SNS やアプリで情報発信・交流する」(23.0%) となり、人との接点を多くすることよりも、自分の外見・内面を磨くことを心がけている様子が見られた。

▼出会いを求めている人の出会いたい相手 ※複数回答 (n=326)(%) ※対象：出会いを求めている人



▼出会いを求めている人の普段から心がけていること ※複数回答 (n=326)(%) ※対象：出会いを求めている人



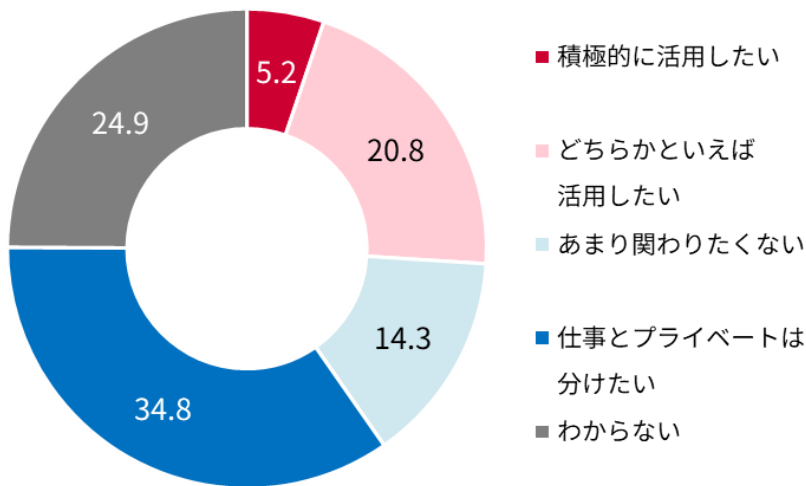
■TOPICS③

職場・仕事をきっかけとした出会いについて、「仕事とプライベートは分けてたい」「あまり関わりたくない」が約半数

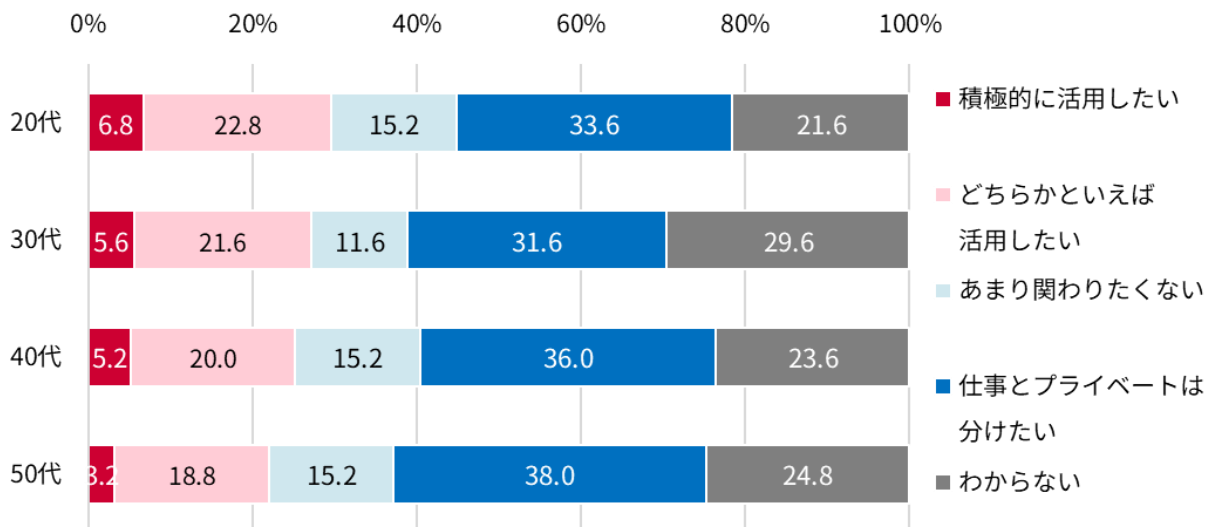
職場・仕事をきっかけとした出会いについての考えを尋ねたところ、34.8%が「仕事とプライベートは分けてたい」と回答した。「あまり関わりたくない」(14.3%)を含めると49.1%となり、職場・仕事をきっかけとした出会いに消極的な様子がうかがえた。

また、年代別に見ると、すべての年代で「仕事とプライベートは分けてたい」が3割以上、「あまり関わりたくない」を含めると5割前後となった。年代問わず共通して、職場・仕事を出会いの機会として活用する意向は低かった。

▼職場・仕事をきっかけとした出会いについての考え (n=1,000)(%)



▼年代別 職場・仕事をきっかけとした出会いについての考え (n=1,000)(%)

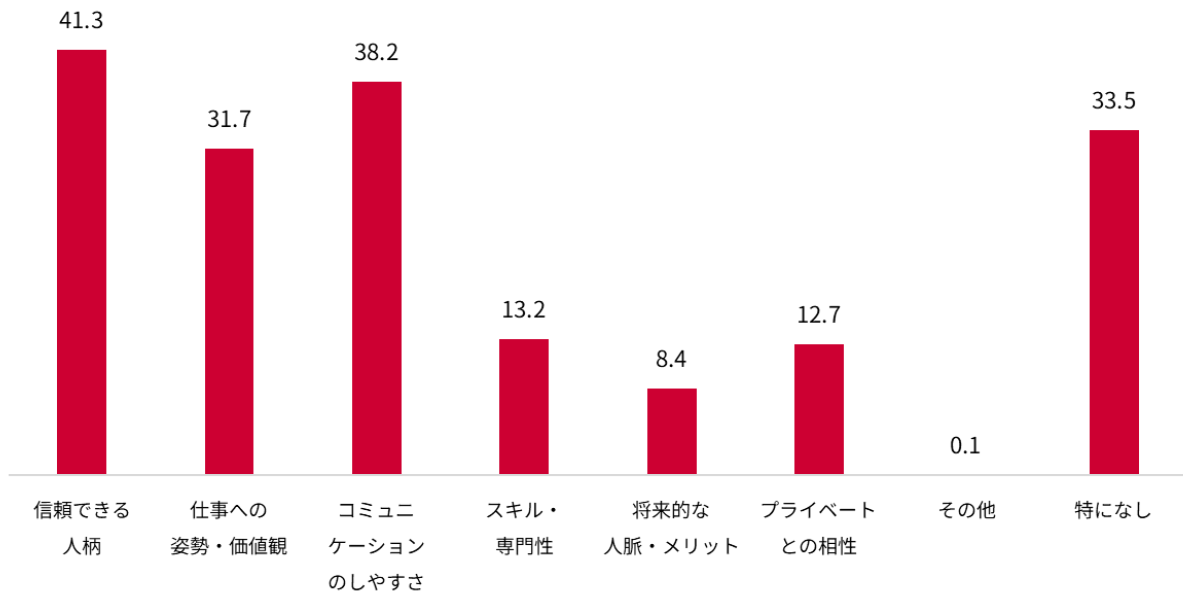


■TOPICS④

働く中での出会いにおける重視ポイントは「信頼できる人柄」が約40%で最多

働く中での出会いにおいて重視するポイントは「信頼できる人柄」が41.3%で最多だった。「コミュニケーションのしやすさ」(38.2%)、「仕事への姿勢・価値観」(31.7%)が続いた。

▼働く中での出会いにおける重視ポイント ※複数回答 (n=1,000)(%)



【ラジオ番組「馬淵・渡辺の#ビジトピ」パーソナリティのコメント】

<馬淵磨理子氏（経済アナリスト）>

職場での出会いに消極的な傾向は、世界的な潮流と一致する。米スタンフォード大学の Rosenfeld 氏らの研究（※）によれば、職場で出会うカップルの割合は1995年の19%から2017年に11%へと低下した。この点について論文で言及されていないものの、背景には#MeTooや雇用の流動化があると考えている。本調査でも出会いにおける重視ポイントが「信頼できる人柄」が最多である一方、「将来的な人脈」は8.4%に留まる。職場は「効率的な出会いの場」から、「慎重に距離を保つ場」へと変化している。

※Rosenfeld MJ, Thomas RJ, Hausen S (2019) Disintermediating your friends: How online dating in the United States displaces other ways of meeting. Proc Natl Acad Sci USA 116(36):17753–17758.

<https://www.pnas.org/doi/full/10.1073/pnas.1908630116>

<渡辺広明氏（消費経済アナリスト）>

新たな出会いを求めている人が全体の約7割を占め、特に50代ではその割合が約4分の3に達しているという結果は、常に新しい出会いを志向してきた自身にとって、自らが少数派であることを認識するきっかけとなった。

私の場合、出会いの多くは仕事を通じて形成されているが、「仕事とプライベートは分けたい」や「あまり関わりたくない」とする意向が合わせて約5割に上ることを踏まえると、今後は相手の価値観やニーズを丁寧に見極めながら、関係構築の在り方を工夫していく必要がある。

出会いに対する意識が多様化する現代においても、出会いは人生に変化と深みをもたらす重要な要素である。この点を踏まえ、相手の意思を尊重することを前提としつつ、無理のない形で生活の中に出会いを取り入れていくことが望ましいとも思う。

以上

【調査概要】

- 調査方法 : インターネット調査
調査期間 : 2026年3月31日～4月1日
パネル : 「Ponta リサーチ」会員
(Ponta 会員で「Ponta リサーチ」の会員登録をいただいている方)
調査対象 : 国内在住 20～50 代の就業者層
有効回答数 : 1,000 名 ※年代別に各 250 サンプル回収
※調査結果は小数点第2位を四捨五入しています

【引用・転載の際のクレジット表記のお願い】

調査結果引用・転載の際は、“「Ponta リサーチ」調べ”とクレジットを記載していただきますようお願い申し上げます。

■共同調査「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」について



2023年5月より TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」の提供スポンサーとして LM が参画しています。「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」は、世の中の最新ニュースからパーソナリティの経済アナリスト 馬淵磨理子氏と消費経済アナリスト 渡辺広明氏が生活者に調査したいトピックについて、LM が「Ponta リサーチ」で聴取する調査です。調査結果を番組内で紹介する他、LM のマーケティング紹介サイトのコラムで紹介しています。

■TOKYO FM「馬淵・渡辺の# Bizトピ」について

パーソナリティをつとめる経済アナリスト 馬淵磨理子氏と消費経済アナリスト 渡辺広明氏が世の中の最新ニュースをそれぞれの視点で分かりやすく解説しています。Bizトピとは、“ビジネストピックス”の略！ 60分ながら聴きするだけで、資産運用の話から、マーケティング用語、最新ヒット商品まですぐあなたの役に立つBizトピが身につきます。

放送日時 : 日曜 6:00~7:00

出演者 : 消費経済アナリスト・渡辺広明(毎週)、経済アナリスト・馬淵磨理子(第1.2.4週)、
キャスター・石川奈津紀(第3.5週)

番組HP : <https://www.tfm.co.jp/biztopi/>

Podcast : <https://www.tfm.co.jp/podcast/biztopi/>

番組X : https://twitter.com/biztopi_tfm

■関連 URL

株式会社ロイヤリティマーケティング マーケティング詳細紹介サイト : <https://biz.loyalty.co.jp/>

公開レポート(自主調査結果を掲載) : <https://biz.loyalty.co.jp/report/>

公開データ : <https://biz.loyalty.co.jp/lp/publicdata/>

コラム : <https://biz.loyalty.co.jp/column/>

※報道関係者の方は、メディア関係者限定公開のお問い合わせ先
広報部にご連絡をお願い申し上げます。