

プレスリリース

お問い合わせ： 西村総一郎、広報担当
Eメール： jpw_press@nielsen.com
電話： 03-6837-6500

ニールセン、デジタルコンテンツ視聴率の Monthly Total レポートによる 恋愛・結婚マッチングサービスの利用状況を発表

2025年7月3日

- 恋愛・結婚マッチングサービスのトータルデジタルの月間利用者数は、「WAKUWAKU Communications」が最も多く145万人
- 上位3サービスの年代別ターゲットGRPは、18-34歳で最も高く1,508%
- 18-34歳の月間利用者数は、「Tinder」が最も多く86万人

視聴行動分析サービスを提供するニールセン デジタル株式会社（東京都港区、代表取締役 Dean Matthew Richardson）は、ニールセン デジタルコンテンツ視聴率（Nielsen Digital Content Ratings）の Monthly Total レポートをもとに、恋愛・結婚マッチングサービスの利用状況を発表しました。

2025年4月の Monthly Total レポートによると、恋愛・結婚マッチングサービスにおいて、利用者数が最も多かったのは「WAKUWAKU Communications」で145万人、「Tinder」が143万人、「pairs」が127万人で続いていました。また、月平均利用回数も「WAKUWAKU Communications」が月285回で最も多く、「pairs」が月124回、「Tinder」が月52回で続いていました（図表1）。

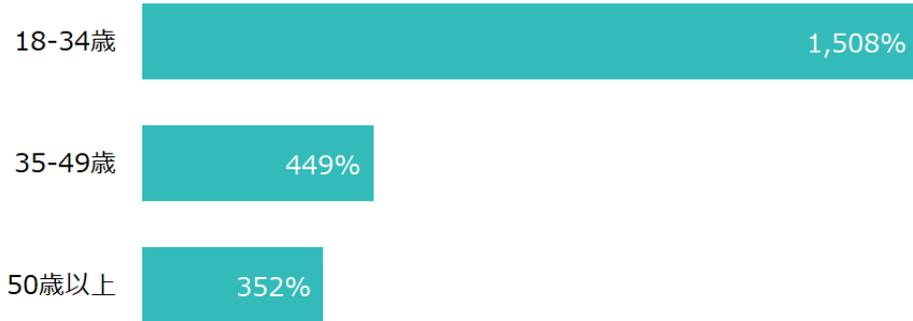
図表1：2025年4月 Monthly Totalレポート 恋愛・結婚マッチングサービス
トータルデジタル利用者数ランキング

順位	サービス名	利用者数 (万人)	リーチ (%)	月平均 利用回数	GRP (%)
1	WAKUWAKU Communications	145	1.4	285回	387
2	Tinder	143	1.3	52回	70
3	pairs	127	1.2	124回	147

Source: デジタルコンテンツ視聴率 Monthly Totalレポート
※トータルデジタル=PCとモバイルの重複を除いた数値
※18歳以上の男女、BrandおよびSub Brandレベルでの集計 ※利用とは、閲覧のみの利用も含みます

次に、利用者数上位3サービスを合計したターゲット GRP を年代別に見ると、18-34 歳で 1,508%と最も高く、次いで 35-49 歳で 449%となっていました（図表 2）。

図表2：2025年4月 恋愛・結婚マッチングサービス
利用者数上位3サービスの年代別GRP



Source: デジタルコンテンツ視聴率 Monthly Totalレポート
 ※トータルデジタル=PCとモバイルの重複を除いた数値
 ※恋愛・結婚マッチングサービスのうち、利用者数上位3サービスを集計
 ※18歳以上の男女、BrandおよびSub Brandレベルでの集計 ※利用とは、閲覧のみの利用も含みます

最後に、ターゲットGPR（TARP）が最も高かった18-34歳の利用状況をサービス別に見ると、利用者数は「Tinder」が86万人で最も多く、「pairs」が73万人で続いていました。また月平均利用回数では、「WAKUWAKU Communications」が325回で最も多く、「pairs」が112回で続いていました（図表3）。

図表3：2025年4月 Monthly Totalレポート 恋愛・結婚マッチングサービス
18-34歳利用者数と月平均利用回数



Source: デジタルコンテンツ視聴率 Monthly Totalレポート
 ※トータルデジタル=PCとモバイルの重複を除いた数値
 ※18歳以上の男女、BrandおよびSub Brandレベルでの集計 ※利用とは、閲覧のみの利用も含みます

特に若年層において、恋愛・結婚マッチングサービスを利用して恋人や結婚相手と出会うことは手段の一つとして定着してきていることでしょう。そのような中、今回ご紹介したように恋愛・結婚マッチングサービスは、各サービスの利用者数に大差がなく、競争が激しい分野であることがわかりました。また、上位3サービス合計のターゲット

GRPを年代別にみると、18-34歳において最も高くなっていましたが、18-34歳の各サービスの利用者数順位や月平均利用回数は全年代とは異なっていました。恋愛・結婚マッチングサービスを運営する企業としては、各サービスの最新の利用動向を把握した上で、自社サービスをより多くの人に利用してもらえるように、ニーズに応じたコンテンツ構成や機能拡充、プロモーションなどの戦略を立てていくことが重要です。

ニールセン デジタルコンテンツ視聴率（Nielsen Digital Content Ratings）について

ニールセン デジタルコンテンツ視聴率は、デジタル媒体の全てのコンテンツを、PC、モバイル、タブレット、およびCTVなどの全てのデバイスを横断して計測し、デジタルコンテンツ全体の視聴者のメディア接触と消費量を包括的に把握することを可能にします。媒体社はこのサービスを使うことで、デジタルメディアの消費状況全体を把握でき、広告販売における透明性のあるデータの開示や競争力のある広告メニューの開発をおこなえます。広告主、広告会社は広告購入における適切な予算配分計画をおこなえます。日次データは3日後にはオンラインのインターフェイス上に表示され、顧客企業はデジタルメディアの利用状況をすばやく知ることができます。サービスの詳細は、ウェブサイトでもご覧いただけます。

<https://www.netratings.co.jp/solution/dcr.html>

###

【ニールセン デジタル株式会社 会社概要】

社名： ニールセン デジタル株式会社 英文社名： Nielsen Digital Co., Ltd.
本社所在地： 〒107-0052 東京都港区赤坂 2-17-7 赤坂溜池タワー11階
資本金： 1億円
設立： 1999年5月
代表者： 代表取締役 Dean Matthew Richardson
主要株主： 米国ニールセン・カンパニー（The Nielsen Company）、株式会社ビデオリサーチ

ニールセン デジタル株式会社は、ニールセン・グローバル・メディアの日本法人として、視聴者分析と広告分析およびメディア分析のソリューションを通じて、お客様のビジネスにおける重要な意思決定を支援するデータ、分析、インサイトを提供しています。製品やサービス、および分析結果のインサイトについては、広告主企業、メディア運営企業、Eコマース企業、広告会社より高い評価をいただいています。ニールセン デジタル株式会社のサービス概要、および会社概要は www.netratings.co.jp でご覧いただけます。

ニールセンについて

ニールセンは、視聴者測定、データ、分析におけるグローバルリーダーとして、世界のメディアとコンテンツの形成を担っています。あらゆるチャネルとプラットフォームにおける人々の行動に関する深い理解を通じ、実用的なインテリジェンスによって、将来にわたってクライアントがオーディエンスとのつながりを構築できるようにサポートします。ニールセンは世界55カ国以上で測定と分析のサービスを提供しています。詳細は当社ウェブサイトをご覧ください： www.nielsen.com

ニールセン デジタル株式会社が提供しているソリューションと主な製品サービス AD & CONTENT（デジタル広告/コンテンツ視聴率）

Nielsen ONE Ads

ニールセン トータル広告視聴率 Nielsen Total Ad Ratings

ニールセン デジタルコンテンツ視聴率 Nielsen Digital Content Ratings

AUDIENCE（視聴者パネル測定サービス）



インターネット視聴率データ ニールセン ネットビュー Nielsen NetView
スマートフォン視聴率データ ニールセン モバイルネットビュー Nielsen Mobile NetView

MEDIA ANALYTICS (メディア/広告効果分析サービス)

ブランドリフト効果測定サービス Brand Lift Plus
広告効果分析サービス ニールセン デジタルブランドエフェクト Nielsen Digital Brand Effect
デジタル広告/クリエイティブリフト効果調査 ニールセン デジタル広告クリエイティブ評価 Nielsen Digital Creative Evaluation

PLANNING/ ACTIVATION (プランニング/アクティベーション支援サービス)

デジタル広告統計データ digiads

INTERNATIONAL DATA (海外データサービス)

海外広告統計データ Nielsen Ad Intel International
海外消費者視聴動向調査データ Nielsen Consumer & Media View
海外テレビ視聴率データ Nielsen TV Audience Measurement
海外ストリーミングコンテンツデータ Streaming Content Ratings (SCR)