

Pairs、この春に社会人1~10年目を迎える若手社会人1,000人に聞いた

「アフターコロナの恋愛価値観最前線」を徹底考察

約2人に1人が春に出会いを期待、コロナ5類化で過半数がデートに積極的

コロナ禍入社世代とコロナ以前入社世代にも価値観の差があることが判明

国内最大級※の恋活・婚活マッチングアプリ「Pairs」(ペアーズ)を運営する株式会社エウレカ(本社:東京都港区、代表取締役CEO:石橋準也)は、この春に社会人1~10年目を迎える若手社会人の男女1,000名を対象に「若手・新社会人の恋愛観に関する調査」を実施しました。

今年5月の新型コロナウイルスの5類化により行動制限緩和がますます加速していくことが見込まれます。エウレカはこの春をコロナ禍を経た日常に移り変わっていく一つの節目として捉え、2023年春の恋愛に対する意識の変化を一斉調査し、多くの人が春の出会いを積極的に求めていることがわかりました。さらに、社会人歴1~4年目を迎える人(=コロナ禍入社世代)と社会人歴5~10年を迎える人(=コロナ以前入社世代)では、価値観の違いがあることもわかりました。

(※1 MMD研究所「2022年マッチングサービス・アプリの利用実態調査」2022年9月時点)

<調査結果サマリー>

- ✓ **約2人に1人が春の出会いに意欲的!**
一般の若手社会人の約2人に1人が、この春に恋愛や交際が発展するような出会いが欲しいと感じている。また、現在マッチングアプリを使用している人は88.5%に。
- ✓ **コロナ5類化を契機に、デート・イベントへの参加にも意欲的**
一般の若手社会人の交際相手がいない人の約8割が、「コロナ禍では出会いがなかった」と回答。また、コロナ5類化によって積極的・気軽にできそうと思うこと・期待していることとして、「フェスなどのイベントへの参加(57.8%)」「交際相手や友人と国内旅行(55.7%)」が上位に。
- ✓ **出会いがなかったコロナ禍の反動か、恋愛に積極的な人が多い傾向に**
コロナ5類化後に、恋愛・交際が発展する可能性のある新たな出会いをより積極的・気軽にできそうと思っている人は社会人歴「4年目(30%)」「3年目(28%)」「5年目(28%)」が上位に。
- ✓ **コロナ禍入社世代の過半数がライフイベントに積極的な傾向**
「恋人・パートナーとの同棲」「結婚(事実婚含む)」「出産・子育て」のライフイベントに関して、コロナ禍入社世代の方の過半数が「したいと思う」と回答し、全項目でコロナ以前入社世代より多い結果に。また、一般の若手社会人に比べて、ペアーズユーザーは全項目で約30ポイント上回る結果に。
- ✓ **出会いのきっかけは、学生時代はオフライン、社会人になるとオンラインの傾向に**
学生時代の恋人との出会いのきっかけが、「職場や学校などの生活圏(48.8%)」「友人・知人・親族の紹介(23.9%)」が上位に。社会人では、「職場や学校などの生活圏(28%)」に次いで、「マッチングアプリ(23.9%)」が上位に。
- ✓ **出会いのきっかけとして、「マッチングアプリ」を社会人の4人に1人が想定**
恋人との出会いのきっかけとして、マッチングアプリを想定している学生が6.4%に対して、社会人が23.9%と、イメージと現実に大きな差があることが明らかに。
- ✓ **一般の若手社会人の約3人に2人が職場恋愛について「アリと思う」と回答。**
- ✓ **ペアーズユーザーは恋愛だけでなく職場の飲みみにケーションにも積極的!**
職場における飲みみにケーションの参加意向に関しても、一般の若手社会人よりもペアーズユーザーが全シチュエーションで大きく上回る結果に。
- ✓ **ペアーズユーザーは恋愛と同等以上に仕事にも積極的であることが明らかに!**



人気イラストレーター「むめい」さんコラボ開催中! 詳細は本リリースP11



調査概要

- 調査名 : 若手・新社会人の恋愛観に関する調査2023
- 調査方法 : インターネット調査(調査機関：株式会社シグナル)
- 調査期間 : 2023年2月25日(土)～2月27日(月)
- 調査対象 : この春に社会人1～10年目を迎える若手社会人男女 合計1,000名 (男女500名ずつ)

本調査内容を転載・ご利用の際は「Pairs (または「ペアーズ」) 調べ」とご記載ください

調査結果に対する考察

Theme1 : コロナ禍入社世代とコロナ以前入社世代の価値観の差

コロナ禍入社世代はコロナ以前入社世代よりも、社会人での出会いのイメージがまだ薄く、今後のコロナ5類化以降から「社会人としての新たな出会い」に対して、新鮮さを感じているのかもしれませんが。また、ライフイベントに意欲的な傾向もコロナ禍での抑制からの反動が影響していると考えられます。

Theme2 : 社会人の出会いのきっかけとしてマッチングアプリが増加している背景

新たなコミュニティ形成が盛んな学生時代と比べると、社会人はオフラインでの出会いの機会が減少する傾向にあるため、マッチングアプリを活用する選択肢が自然と入ってくるのだと考えられます。また、社会人になると恋人・パートナーの内面を重視する傾向も強くなるため、マッチングアプリでの恋人探しがお相手を見つけやすい手段として選ばれるというのも理由の一つだと思われます。

Theme3 : ペアーズユーザーと一般の若手社会人の特徴の違い

全体的に一般の若手社会人と同様に、コロナ5類化といった社会背景の影響と、学生から社会人へのステップにおける恋愛の価値観変化は似ている傾向にありました。しかし、ペアーズユーザーの方がほぼ全ての項目で若手社会人よりも恋愛への意欲が高い数値が現れ、恋愛に積極的な人が多いことが分かります。

2023年
若手社会人デモクラシー

社員証

ペアーズユーザー

所属部署: 戦略恋愛営業部 新規ユニット

将来像: 恋愛も仕事も充実した
順風満帆な生活

投資先: デートには大きく!
(平均¥14,616)

人付き合い: 親睦を深めるためなら喜んで!

職場恋愛: アリ

社員証

若手社会人

所属部署: 恋愛マーケティング

将来像: プライベートが充実した生活

投資先: 相場に合わせて
(平均¥8,209)

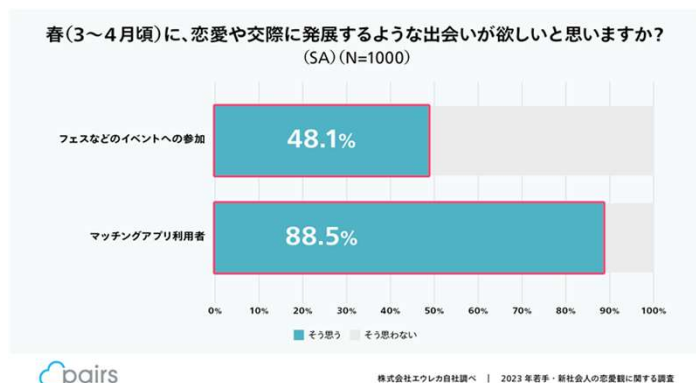
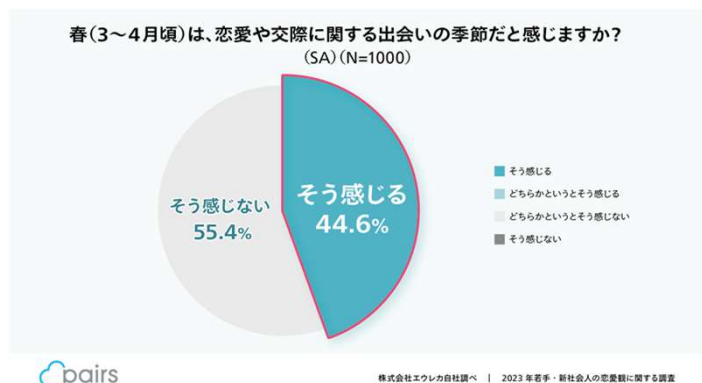
人付き合い: 見定めから判断させて!

職場恋愛: アリ

調査結果詳細

出会いの季節、“春”について

約2人に1人が春に出会いを期待。
特にマッチングアプリ利用者は88.5%が春の出会いを期待している。

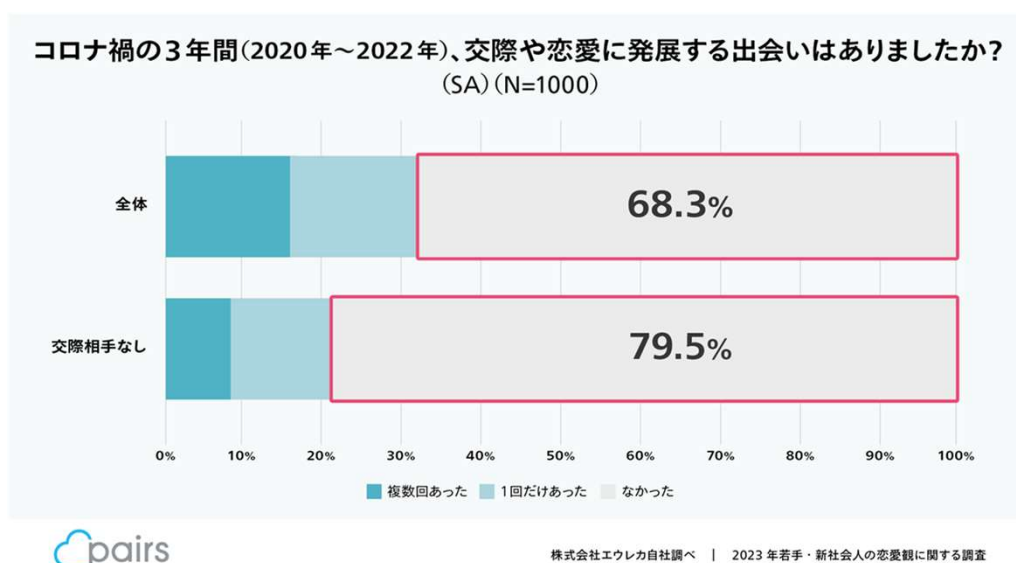


「春(3月~4月頃)は、恋愛や交際に関する『出会いの季節』だと感じますか？」という設問に対しては、「そう感じる」との回答が44.6%と約2人に1人が出会いの季節と捉えていることが分かりました。(左図)

また、「春(3月~4月頃)に、恋愛や交際に発展するような出会いが欲しいと思いますか？」という設問には、「そう思う」との回答が全体で48.1%、マッチングアプリ利用者だと88.5%もの人が回答しました。(右図)

コロナ禍の出会いについて

2020年から2022年までのコロナ禍で、全体で68.3%の人が「出会いがなかった」と回答。
特に交際相手がない人の中では、約8割の人が出会いがなかったことが明らかに。



「コロナ禍の3年間(2020年~2022年)、交際や恋愛に発展する出会いはありましたか？」という設問に対しては、「なかった」との回答が全体で68.3%と約3人に2人がコロナ禍での出会いがなかったことが明らかになりました。

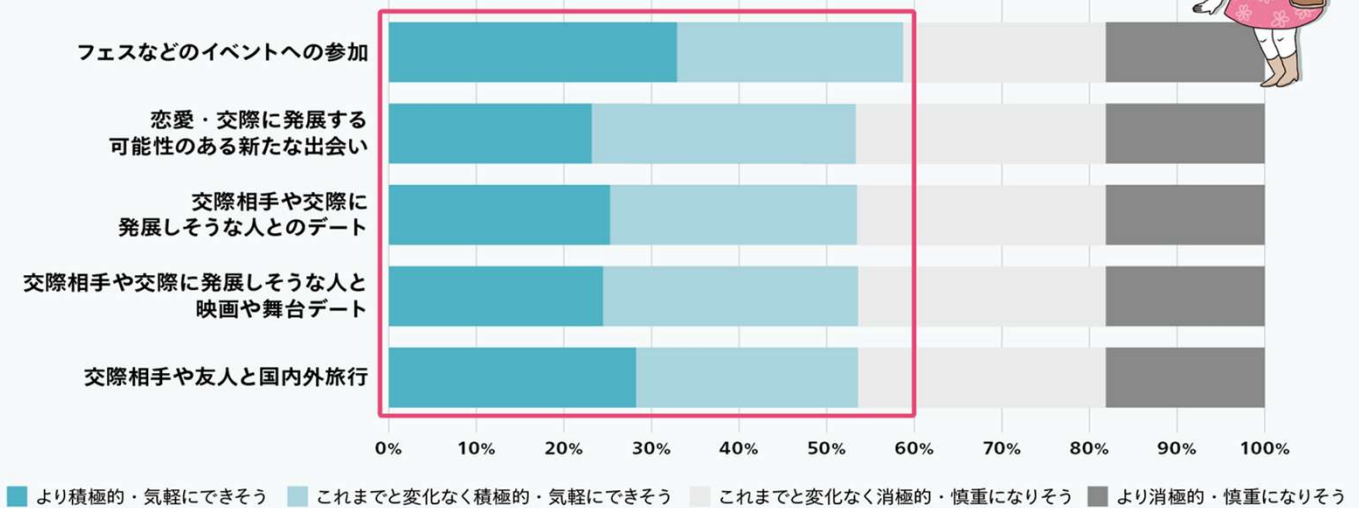
また、交際相手がない人で見ると、出会いがなかった人が79.5%にもものぼりました。
コロナ禍では、交際や恋愛に発展する機会を多くの人々が得られていなかったということが分かります。

コロナ5類化を控えた恋愛意識の変化

コロナ5類化に伴い、過半数の人がデートやイベントへの参加に以前より積極的な意向にあり、約2人に1人が期待も抱いている。

コロナ5類以降、デートやイベントに積極的に参加できると思いますか？

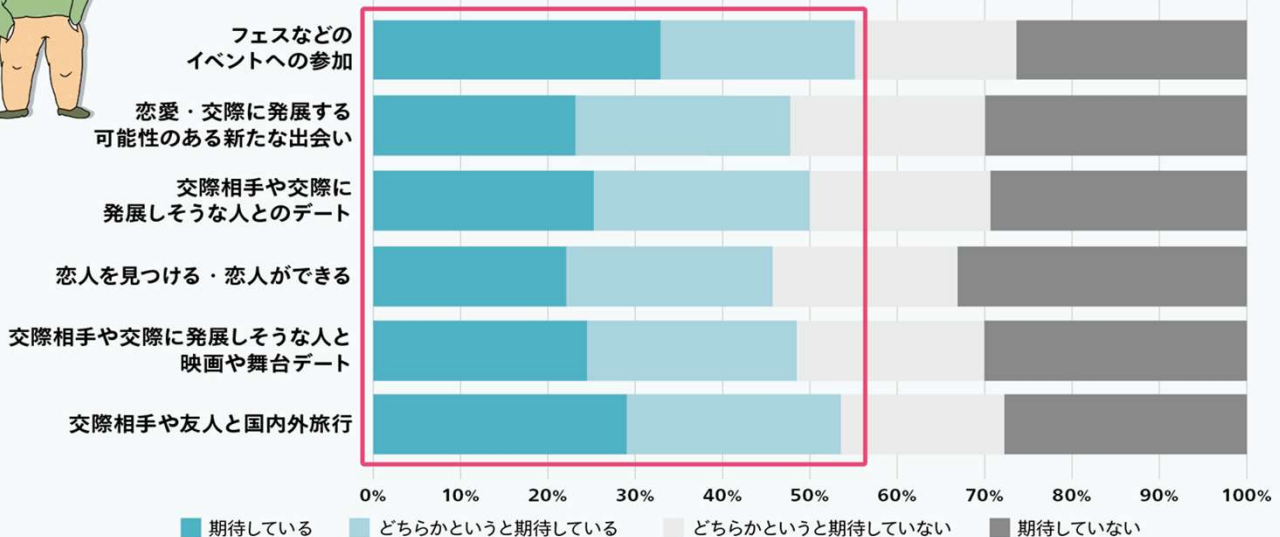
(SA) (N=1000)



株式会社エウレカ自社調べ | 2023年若手・新社会人の恋愛観に関する調査

コロナ5類化以降、デートやイベントに期待していますか？

(SA) (N=1000)



株式会社エウレカ自社調べ | 2023年若手・新社会人の恋愛観に関する調査

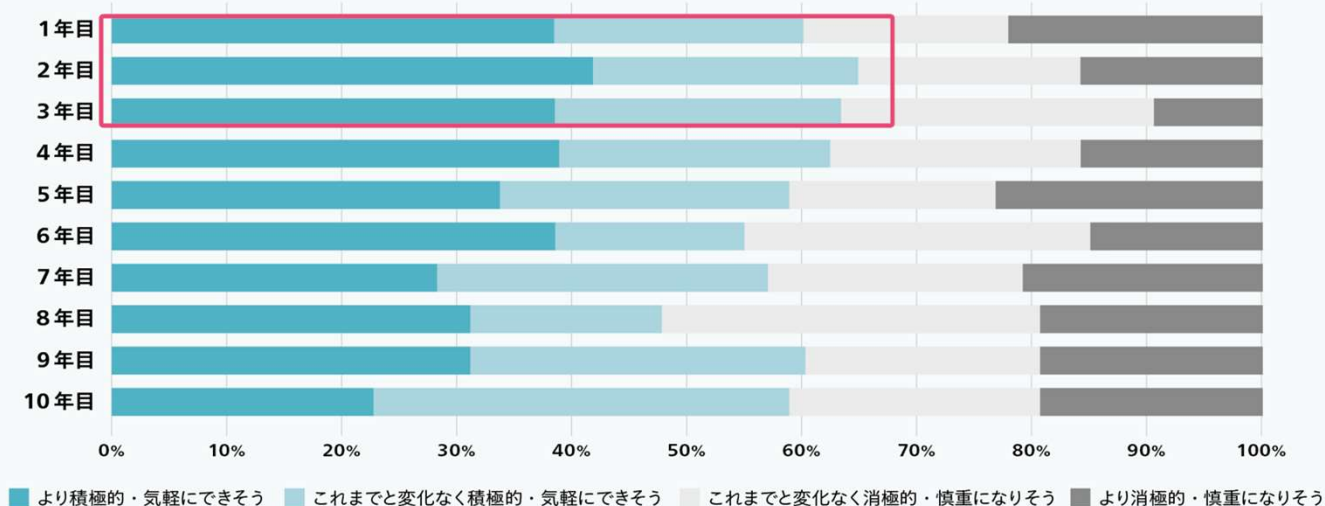
「コロナ5類化以降、デートやイベントに積極的に参加できると思いますか？」という設問に対しては、全項目で「積極的・気軽にできそう」との回答が過半数を超えました(上図)。

また、「コロナ5類化以降、デートやイベントに期待していますか？」という設問に対しては、2項目で「期待している・どちらかという期待している」との回答が過半数を超え、その他4項目も45%以上にもものぼりました(下図)。 **コロナ5類化を契機に、デートやイベント参加への積極的な参加意欲や期待が高まっている**ということが分かりました。

社会人歴別で各項目の回答をみると、コロナ禍入社世代の方がコロナ以前入社世代よりも恋愛に積極的であることが分かった。

コロナ5類化以降、デートやイベントに積極的に参加できると思いますか？

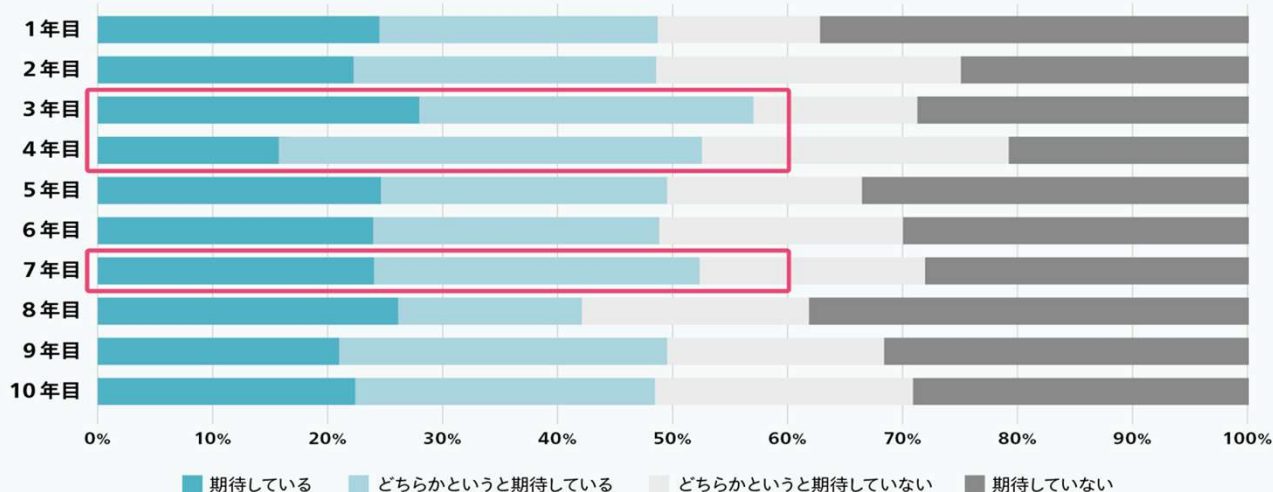
(社会人歴別回答積み上げ) (N=1000)



株式会社エウレカ自社調べ | 2023年若手・新社会人の恋愛観に関する調査

コロナ5類化以降、デートやイベントに期待していますか？

(社会人歴別回答積み上げ) (N=1000)



株式会社エウレカ自社調べ | 2023年若手・新社会人の恋愛観に関する調査

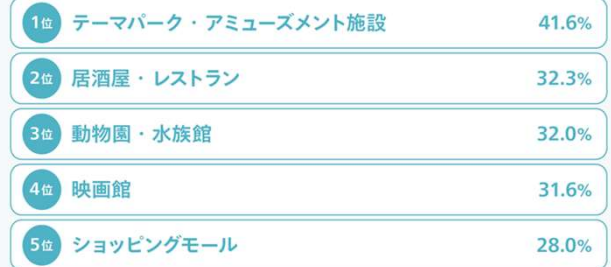
社会人歴別に回答を集計すると、コロナ禍入社世代(1年目~4年目)に近い世代がデートやイベントへの参加意識が積極的・気軽である傾向にあり、デートやイベントへの期待もまた高い傾向にあることが分かりました。特に社会人歴3年目(2021年入社)が、参加への積極性も期待も最も高いという結果になりました。コロナ禍で恋愛ができていなかった反動なのか、コロナ禍入社世代の方が恋愛をしたいという希望が強い結果になりました。

コロナ禍のデートで「したくてもできなかった」「することをためらった」トップ3は同一。
5類化後に最も行きたいと思われているデートは「テーマパーク・アミューズメント施設」

コロナ禍で「したくてもできなかった」、「することをためらった」デートはありますか？
(MA) (N=1000)



5類化後、どんな場所にデートに行きたいと思えますか？
(MA) (N=1000)

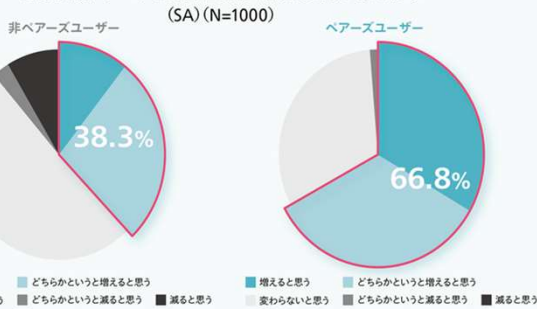


「コロナ禍で、『したくてもできなかった』、『することをためらった』デートはありますか？」という設問に対して、「テーマパーク・アミューズメント施設」「居酒屋・レストラン」「映画館」が共にトップ3となりました(左図)。

また、「5類化後、どんな場所にデートに行きたいと思えますか？」という設問に対して、「テーマパーク・アミューズメント施設」が41.6%と、頭1つ抜ける結果となりました(右図)。

コロナ5類後のデート使用金額は増加傾向で、一般の若手社会人の平均は8,209円に。
ペアーズユーザーは約3人に2人が増加意向で、想定使用金額も約14,600円と圧倒的な差をつける。

5類化後、デートで使う金額は増えると思えますか。



5類化後、1回のデートで使う金額はいくらくらいになると思えますか。



「コロナ5類化後、デートで使う金額は増えると思えますか」という設問に対して、全体で38.3%の人が「増加する」と回答し、コロナ5類化によって今後のデート使用金額が増加すると考えていることが分かりました(左図)。

ペアーズユーザーと比較してみると、ペアーズユーザーの方がデート使用金額が増えると予測した人が28.5ポイント高く、想定使用金額の平均値も14,616円と、一般の若手社会人と比較し、6,407円の差をつける結果となりました。

ライフイベントに対する価値観

コロナ禍入社世代とコロナ以前入社世代の間でライフイベントに対する価値観に差があり、コロナ禍入社世代の方がよりライフイベントに積極的な傾向。

人生における出来事やライフイベントについて、あなたの希望度合いをそれぞれ教えてください。
(SA) (N=1000)

コロナ禍入社世代 (1~4年目)

コロナ以前入社世代 (5~10年目)

希望意向度 62.0%

恋人・パートナーとの同棲

希望意向度 55.9%

希望意向度 61.8%

結婚
(事実婚含む)

希望意向度 57.4%

希望意向度 52.8%

出産・子育て

希望意向度 47.0%

希望したライフイベントについて、何歳ごろにしたいと思いますか。
(FA) (N=1000)

コロナ禍入社世代 (1~4年目)

コロナ以前入社世代 (5~10年目)

全体

同棲

26.8 歳

30.8 歳

29.1 歳

結婚

28.6 歳

32.4 歳

30.8 歳

出産
育児

30.2 歳

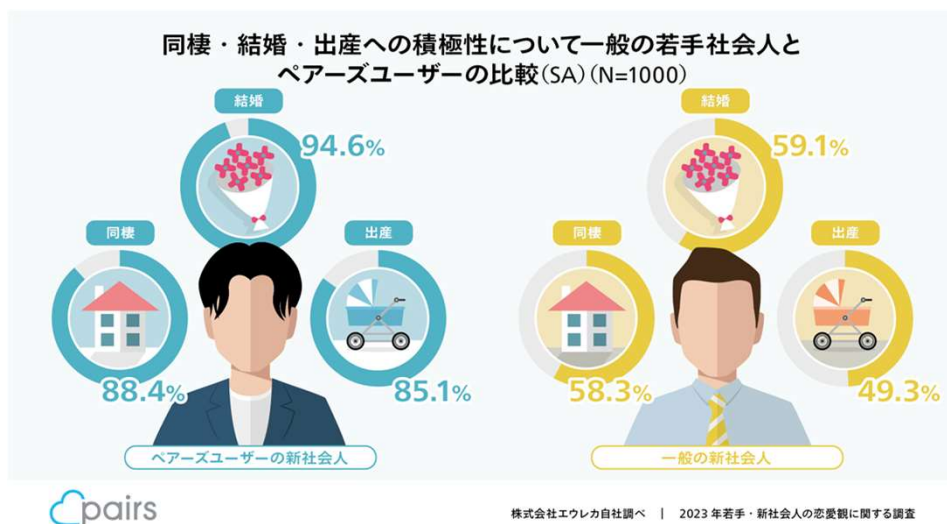
33.2 歳

31.9 歳

「人生における出来事やライフイベントについて、あなたの希望度合いをそれぞれ教えてください」という設問に対して、全体での希望度は「恋人・パートナーとの同棲(58.3%)」「結婚(59.1%)」「出産・子育て(49.3%)」という結果になりました。コロナ禍入社世代とコロナ以前入社世代を比較すると、**全項目においてコロナ禍入社世代の方がライフイベントに比較的積極的であることが分かりました。**(左図)

「希望したライフイベントについて、何歳ごろにしたいと思いますか。」という設問に対しては、全項目の平均値が30歳前後でしたが、コロナ禍入社世代とコロナ以前入社世代を比較すると、**約3年ほどライフイベントの時期がコロナ禍入社世代の方が早い傾向**にありました。(右図)

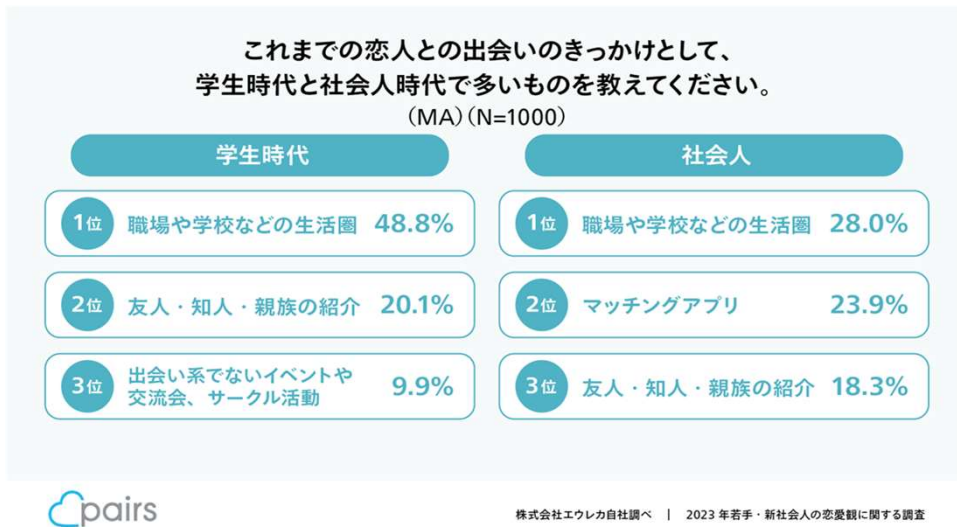
一般の若手社会人で同棲・結婚・出産に積極的な人は50%前後である一方、ペアーズユーザーは全項目で「したいと思う」と回答した人が85%以上でかなり意向が高いという結果に。



「人生における出来事やライフイベントについて、あなたの希望度合いをそれぞれ教えてください」という設問に対して、一般の若手社会人の希望度は同棲・結婚・出産のどれも50%前後に留まったのに対し、ペアーズユーザーの方の希望度は、それぞれ「恋人・パートナーとの同棲(88.4%)」「結婚(94.6%)」「出産・子育て(85.1%)」という結果になりました。**ペアーズユーザーのライフイベントの希望意向度はかなり高い水準であることが分かりました。**

学生時代から社会人時代への恋愛の価値観の変化

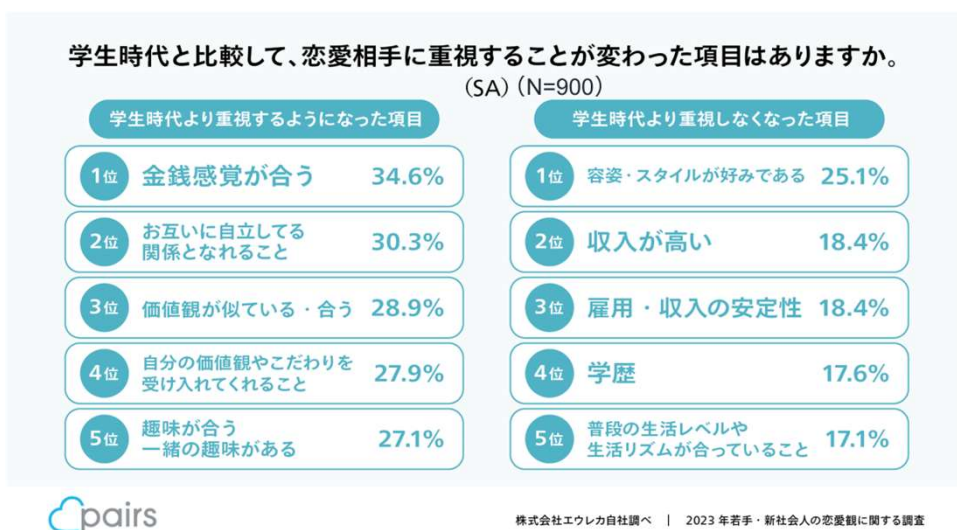
学生時代の出会いのきっかけの約半数が「職場や学校などの生活圏」で最も多い結果に。社会人になると「マッチングアプリ」が学生時代6.4%に対して、社会人23.9%と急上昇。



「これまでの恋人との出会いのきっかけとして、学生時代と社会人時代で多いものを3つまで教えてください。」という設問に対して、「職場や学校などの生活圏」が学生時代・社会人時代どちらも最も多いきっかけであることが分かりました。

一方2位以下を見ると、学生時代はオフラインコミュニティでの自然体な出会いのきっかけが上位を占めるのに対して、社会人は「マッチングアプリ」「合コン」「街コンなどのイベントや出会い居酒屋など」といった積極的な出会いのきっかけが上位を占める結果となりました。社会人になると、日常生活における自然な出会いが減少するのか、積極的な出会いのきっかけが学生時代よりもポイントが大きく増加する傾向にありました。

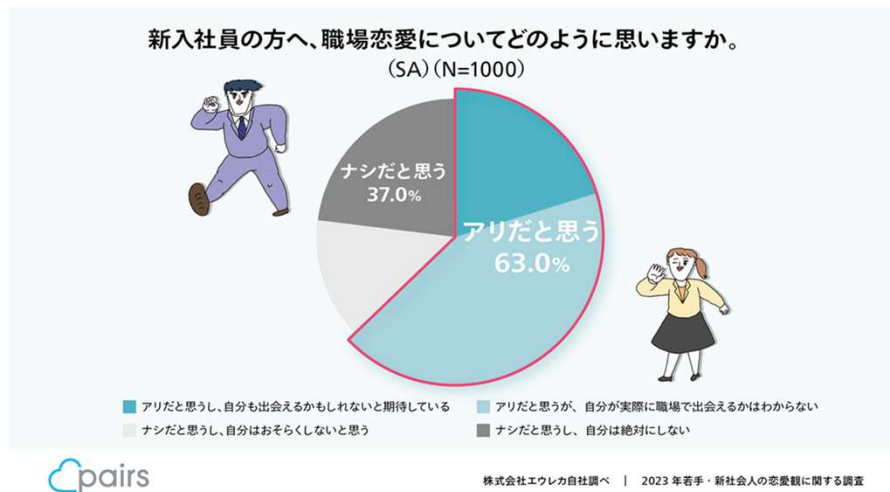
学生時代よりも重視するようになった項目は「価値観」系統の項目が上位を占める結果に。一方で学生時代よりも重視しなくなった項目は、「スペック」系統の項目が上位に。



現在社会人の900人を対象に「学生時代と比較して、恋愛相手に重視することが変わった項目はありますか？」と聞くと、重視するようになった項目は「価値観」系統の項目に偏り、一方で重視しなくなった項目は「スペック」系統の項目に偏る結果となりました。学生時代から社会人になるにあたり、恋愛の価値観が外面から内面へシフトしていく傾向が強いことが明らかとなりました。

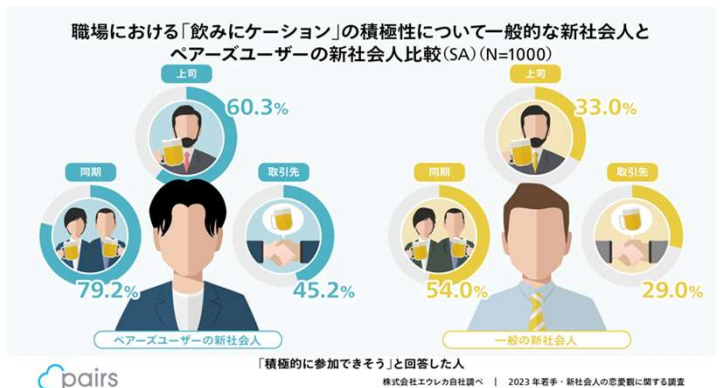
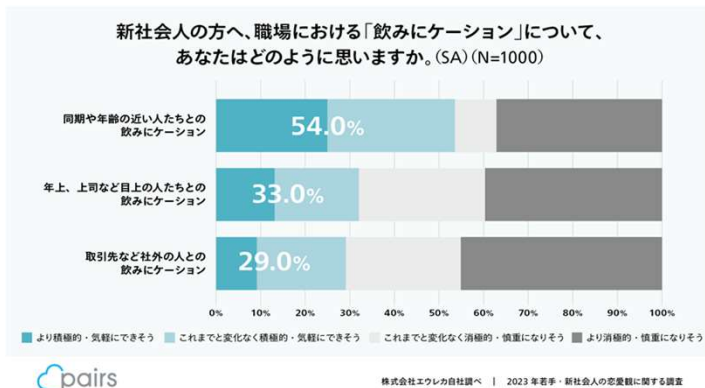
新社会人の職場恋愛の価値観

2023年4月入社予定の新入社員のうち、63%が「職場恋愛はアリ」と回答。



「あなたは、職場内恋愛についてどのように思いますか?」という設問に対して、「アリだと思う」と回答した人が63.0%で、各世代間では大きな差は見られませんでした。新社会人は約3人に2人が「職場恋愛はアリ」と考えているようです。

2023年4月入社予定の新入社員のうち、同期との飲みにケーションに積極的な人は過半数いる一方で、上司や取引先との飲みにケーションに積極的な人は3人に1人以下に。



「職場における『飲みニケーション』について、あなたはどのように思いますか?」という設問に対して、「積極的に参加できそう」と回答した人が、一般の新入社員では「同期や年齢の近い人たちの飲みにケーション(54%)」「年上、上司など目上の人たちの飲みにケーション(33%)」「取引先など社外の人との飲みにケーション(29%)」という結果になりました。(左図)

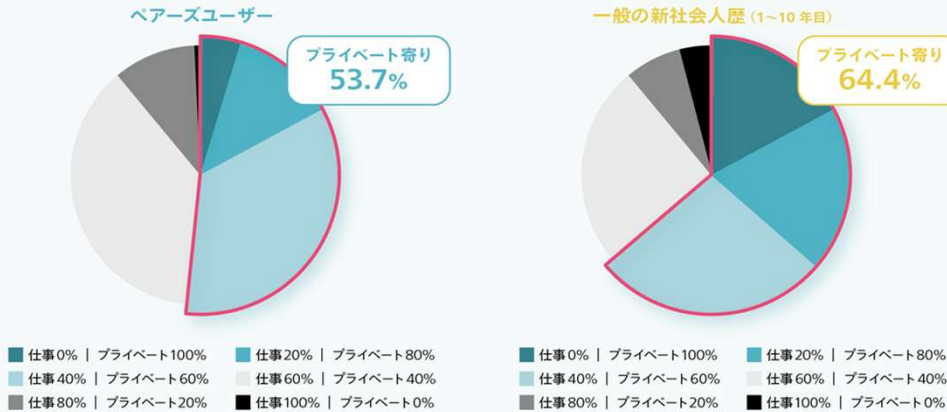
また、ペアーズユーザーの新入社員と一般の新入社員を比較すると、ペアーズユーザーの方が全シチュエーションで約1.5倍以上「飲みにケーションに積極的に参加できそう」と回答したポイントが高い傾向にあることも分かりました。(右図)

さらに、「参加したいと思う」理由について聞いたところ、一般の新入社員については、全シチュエーションで「親睦を深めたり仲良くなるため」が最も多い回答でした。また、「同期や年齢の近い人たちの飲みにケーション」を積極的にしたい理由として、「学生時代に飲み会が少なかったから楽しむため」という回答が2番目に多く、37%という結果になりました。

仕事とプライベート、仕事と恋愛のバランスに関する価値観

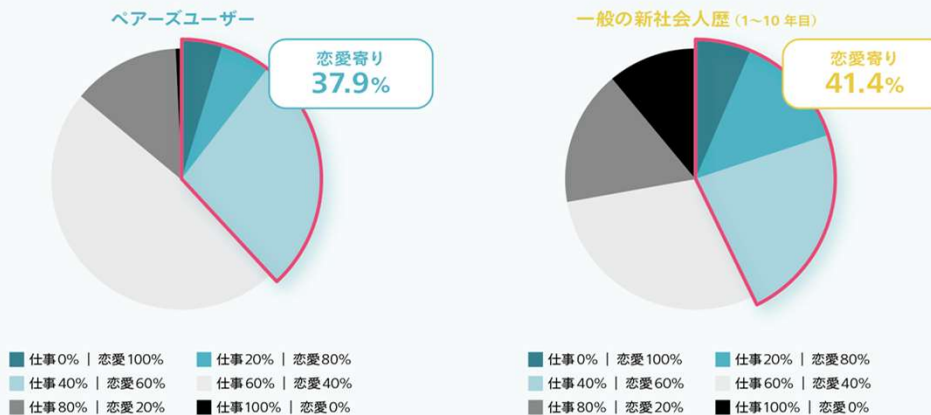
恋愛積極層であるペアーズユーザーは、一般の若手社会人と比較すると仕事の比重も重く、恋愛だけでなく仕事にも積極的であるという結果に。

仕事とプライベートにおける現在のバランス感について、あなたはどちらをどの程度重視したいと思いますか。(SA) (N=1000)



株式会社エウレカ自社調べ | 2023年若手・新社会人の恋愛観に関する調査

仕事と恋愛における現在のバランス感について、あなたはどちらをどの程度重視したいと思いますか。(SA) (N=1000)



株式会社エウレカ自社調べ | 2023年若手・新社会人の恋愛観に関する調査

「仕事とプライベートにおける現在のバランス感について、あなたはどちらをどの程度重視したいと思いますか?」という設問に対して、一般の若手社会人とペアーズユーザーで比較したところ、恋愛積極層であるペアーズユーザーよりも一般の若手社会人の方が仕事とプライベートのバランスが「プライベート寄り」であるという結果が明らかになりました。

また、「仕事と恋愛」のバランスについても同様の結果となり、ペアーズユーザーは恋愛に加えて、仕事の比重も恋愛と同等以上に積極的な姿勢であるということが分かりました。

PAIRS QUESTIONとは



PAIRS QUESTIONは、ペアーズ利用者や消費者の皆様に向けてインタビュー・アンケート・調査などを行うペアーズ内のスピンアウトプロジェクトです。

「ペアーズの利用者ってどんな人たちなの?」「ペアーズカップルが見てみたい」「今の若者はどんな恋愛観を持っているの?」などの疑問や要望にお答えするとともに、ペアーズから様々な質問(QUESTION)を投げかけ、ペアーズや恋愛に関する最新動向を発表していきます。

"出会いの春"をテーマに人気クリエイター「むめい」さんとのコラボ企画を展開!

新生活が始まる春は「新しい出会い」の期待が高まる季節。そんな春の出会いを応援すべく、“出会いの春”をテーマに人気クリエイター「むめい」さんとコラボレーションした様々な企画を4月3日(月)~4月17日(月)の期間限定で開催します。クリエイター「むめい」さんとのコラボレーションによる春らしい明るい色合いのイラストもお楽しみください。

※各キャンペーン企画の詳細はPairs公式Twitterアカウント(@pairs_official)から投稿するキャンペーン詳細ツイートをご覧ください。

企画1「ペアーズ春の恋愛ドラマ診断」

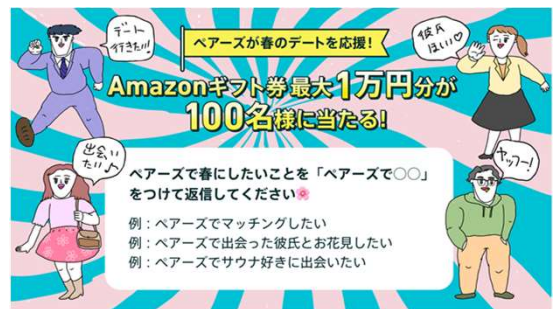
新生活や新年度がはじまり出会いの期待感が高まる春に、質問に答えるだけで“あなたにこれから待ち受ける恋”をむめいさんのイラスト付きで診断します。診断結果は有名な恋愛ドラマや恋愛映画をモチーフにしたむめいさんのイラスト付きで発表するほか、あなたの恋のスキルや奥義、こじらせ度を測るカウンターなど、思わず自分も試したくなるような要素が満載です。

企画2「ペアーズで春にしたいことキャンペーン」

4月3日から4月17日の間に、春にしたいことや実現したいことを「ペアーズで○○」の形式でツイートすると、抽選で100名様にAmazonギフト券最大1万円分が当たるキャンペーンを開催。「ペアーズで理想の人とマッチングしたい」「ペアーズで出会った恋人とお花見したい」など、ペアーズで実現したい春の希望をぜひお寄せください。



企画1「ペアーズ春の恋愛ドラマ診断」
診断結果イメージ



企画2「ペアーズで春にしたいことキャンペーン」
イメージ

コラボクリエイタープロフィール



むめい (漫画家/イラストレーター)

ど田舎在住。統一感なし、オチなし、画力なしの漫画をテキトーに描いているめっちゃ普通の人。Twitterに投稿したマンガ「学校にマニキュアをしていたら」が突如バズり、ダ・ヴィンチニュースでの連載がスタート。書籍「カッラフルなエツプリデイ」発売中。ダ・ヴィンチニュースで「カッラフルなエツプリデイ」連載中。Twitter: @mumei10101 (<https://twitter.com/mumei10101>) Instagram: mumei1010 (<https://www.instagram.com/mumei1010/>) ブログ: <https://mumei.nbblog.jp/>

Pairsについて

2022年10月でサービス開始10周年を迎えた、日本で最も使われている※1恋活・婚活マッチングアプリです。豊富な検索機能と15万件を超えるコミュニティを通じて、条件や趣味・価値観の合う理想のお相手とつながれることが特長です。24時間365日オペレーターが待機し、公的身分証明書の確認、お問い合わせ、パトロール監視に対応のうえ、業界で最も高い安心・安全基準を設けており、安心かつ安全に会員同士が交流することができます。2013年10月、台湾版Pairs『派愛族』リリース。2017年9月、韓国版Pairs『페어즈』リリース。2021年6月、国内累計登録者数1,500万人突破。
※1 [MMD研究所「2021年マッチングサービス・アプリの利用実態調査」](#) (2021年9月時点)

<https://www.pairs.lv/>

対応端末：iPhone/Android

対応言語：日本語、繁体字中国語、韓国語

サービス地域：日本、台湾、韓国

サービス開始日：2012年10月

価格：ダウンロード無料

開発・運営：株式会社エウレカ

App Store：<https://itunes.apple.com/jp/app/id583376064>

Google Play：<https://play.google.com/store/apps/details?id=jp.eure.android.pairs>

株式会社エウレカについて

エウレカは、"人生に「あってよかった」と思ってもらえるものを。"をミッションとし、「かけがえのない人との出会いを生み出し、日本、アジアにデーティングサービス文化を定着させる。」をビジョンに掲げ、日本で最も使われている※1恋活・婚活マッチングアプリ「Pairs」と、オンラインで始められる結婚相談所「Pairsエンゲージ」を展開しています。

内閣府調査※2によると20~30代未婚者の約8割が結婚を希望する一方で、職場など生活の身近なところで出会う機会が減少し、未婚化・少子化が進行しています。そのような中、マッチングアプリは新しい出会いの方法として受け入れられ、急速に市場拡大しています。

エウレカは2015年よりマッチングアプリで世界最大のシェアを獲得している米Match Groupに参画し、グローバルな知見を活かして国内の未婚化・少子化解決に寄与すべく事業を推進しています。また、すでにサービスを展開している日本・台湾・韓国以外のアジア各地域にもサービスを広げ、更なるグローバルでのシェア拡大を目指しています。

※2 [平成26年度「結婚・家族形成に関する意識調査」報告書](#)

<会社概要>

所在地：〒108-0073 東京都港区三田1-4-1 住友不動産麻布十番ビル 4階

代表者：代表取締役CEO 石橋準也

設立日：2008年11月20日

事業内容：恋活・婚活マッチングアプリ「Pairs」、オンラインで始められる結婚相談所「Pairsエンゲージ」

関連会社：Match Group(米国)、株式会社Pairsエンゲージ(日本)

<https://eureka.jp/>