

20・30代独身男女の意識調査

**20・30代独身男女の4割以上が、
増税後に財布のヒモは固くなったと回答**

全国の独身男女 2,592 名に恋活・婚活に関するアンケート調査を実施



Facebook を活用した婚活アプリ「マッチアラム」を運営・開発するマッチアラム株式会社（東京都新宿区／代表取締役：相原千尋）は、独身男女 2,592 名を対象に、恋活・婚活に関する調査を実施いたしましたので、その結果を発表いたします。

▼調査背景

現代社会において、ライフスタイルや価値観は常に変化しており、それは男女の恋愛・結婚を取り巻く環境にも影響を及ぼしています。女性の社会進出、仕事の多忙化、お見合いや職場結婚といった出会いのインフラの崩壊など、様々な要因により婚姻率は低下し、ひいては少子化をもたらします。

マッチアラムでは、独身男女の恋愛・結婚に関するアンケート調査を実施し、結果を分析・公表することにより、日本の恋愛・結婚事情の改善に貢献することを目指しております。

▼調査結果

Q. 増税で財布のヒモは固くなりましたか？(単一回答)

■男性の回答

はい 41.5%

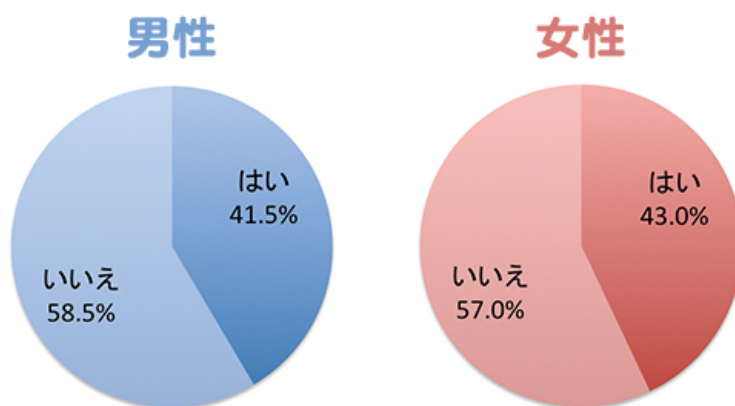
いいえ 58.5%

■女性の回答

はい 43.0%

いいえ 57.0%

Q. 増税で財布のヒモは固くなりましたか？



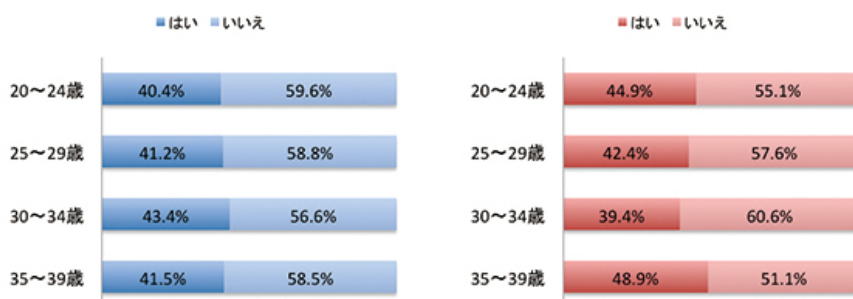
集計期間：2014年4月3日～4月4日
調査方法：インターネットログイン式アンケート
調査対象：マッチアラーム会員 (<http://matchalarm.com>)
調査数：20・30代の独身男女2,592名



Q. 増税で財布のヒモは固くなりましたか？

男性 (世代別)

女性 (世代別)



集計期間：2014年4月3日～4月4日
調査方法：インターネットログイン式アンケート
調査対象：マッチアラーム会員 (<http://matchalarm.com>)
調査数：20・30代の独身男女2,592名



▼ 「はい」と答えた方に、特に我慢しているものを質問したところ、こんな回答が寄せられました。

男性の回答

- ・「食費を抑えている」(男性/20代前半/京都府)
- ・「お酒、タバコ」(男性/20代前半/神奈川県)
- ・「車」(男性/20代半ば/群馬県)
- ・「嗜好品、自分へのごほうび」(男性/20代前半/京都府)
- ・「ネットゲームの課金とか」(男性/30代半ば/鹿児島県)
- ・「おやつ」(男性/20代後半/愛知県)
- ・「ガソリン代」(男性/20代前半/長崎県)
- ・「全部我慢してます」(男性/30代半ば/東京都)
- ・「家電や趣味に投資するお金を抑えています。」(男性/30代前半/茨城県)
- ・「飲み会に行くこと」(男性/30代前半/北海道)
- ・「コンビニでのジュースやお菓子の小さな買い物」(男性/20代後半/大阪府)
- ・「交際費」(男性/20代半ば/東京都)
- ・「キャバクラ」(男性/20代半ば/静岡県)
- ・「タバコの本数減りましたね。」(男性/20代後半/和歌山県)
- ・「服、ギャンブル」(男性/20代前半/兵庫県)

女性の回答

- ・「洋服」(女性/20代前半/群馬県)
- ・「カフェでの一杯…。毎日、仕事帰りに立ち寄ってたのですが回数減りそうです。」(女性/20代前半/神奈川県)
- ・「コンビニに寄らないようにしている」(女性/20代前半/北海道)
- ・「化粧品」(女性/20代半ば/埼玉県)
- ・「服」(女性/20代前半/京都府)
- ・「甘いもの」(女性/20代後半/東京都)
- ・「おしゃれに関するもの」(女性/30代半ば/新潟県)
- ・「衣料品」(女性/20代半ば/神奈川県)
- ・「洋服や無駄な食べ物。お菓子などです。」(女性/30代前半/東京都)
- ・「嗜好品」(女性/30代後半/東京都)
- ・「お菓子」(女性/20代後半/熊本県)
- ・「外食」(女性/20代前半/東京都)
- ・「お酒」(女性/20代後半/茨城県)
- ・「日用品」(女性/20代半ば/東京都)
- ・「ランチにかかる金額」(女性/20代半ば/千葉県)

今回の調査では、増税で財布のヒモは固くなったか？という質問に対して、「はい」と回答した人が、男性で41.5%、女性で43.0%と、男女とも4割以上の人が増税に対して何らかの節約をしていることがわかりました。

「はい」と回答している人に対し、特に我慢をしているものがあるかを聞いたところ、男性からは「たばこ」、「食費」といった回答が多く、女性からは「衣服」や「食費」といった回答が多く見られました。

増税により自分の出費を見直す人も多いなか、特に衣服や化粧品といった自分磨きに繋がる出費が抑えられることで、恋愛・結婚事情にも何らかの影響を及ぼすかもしれません。

▼調査概要

集計期間:2014年4月3日~4月4日

調査方法:インターネットログイン式アンケート

調査対象:マッチアラーム会員 (<http://matchalarm.com/>)

調査数:20・30代の独身男女 2,592名

▼会社概要

名称:マッチアラーム株式会社

本社住所:東京都新宿区西新宿2-6-1 新宿住友ビル25階 STARTUP Base Camp内

設立:2011年9月

代表者:代表取締役 相原 千尋

株主:経営陣、CA Startups Internet Fund 1号投資事業有限責任組合、三菱UFJキャピタル3号投資事業有限責任組合

ホームページ: <http://matchalarm.co.jp/>

【マッチアラームのご紹介】

「マッチアラーム」は、若い世代の婚活をサポートし日本の婚姻率向上を目指す、Facebookを活用した20・30代限定の安心・安全な独身男女のマッチングサービスです。毎朝8時に“待っているだけ”で素敵な異性との出会いをお届けします。

<http://matchalarm.com/>

インターネット異性紹介事業届出・認定済み／認定番号: 30120132000

【恋愛研究所のご紹介】

「恋愛研究所」は、婚活アプリ「マッチアラーム」の統計データや、独自に実施しているアンケート調査などを元に、現代社会における独身男女の結婚・恋愛観といった情報の分析・公表をする情報メディアです。

<http://love-lab.matchalarm.com/>

◆本リリースに関するお問い合わせ先◆

マッチアラーム株式会社 広報担当 久須美

Tel: 03-6327-3283

Email: pr@matchalarm.co.jp

■■報道関係者様へのお願い■■

本リリース内容の転載にあたりましては、「マッチアラーム調べ」という表記をお使い頂きますよう、お願い申し上げます。