

価値観重視の出会いを提供しているマッチングアプリ『with』

バレンタインデーに関する意識調査を実施

Z世代はマッチングアプリで慎重さとタイパを兼ね備えた恋愛をしたい！

お互いを知るためのデートはイベントに頼らず自分のタイミングで慎重にお誘い

バレンタインデーは好意を伝える機会として効率的に活用も

株式会社エニトグループ傘下で、価値観重視の出会いを提供している利用者数 No.1 (※) のマッチングアプリ『with』を手掛ける株式会社 with (東京都渋谷区、代表取締役 CEO 五十嵐昭人) は、20代のユーザーを対象にマッチングアプリでの出会いとバレンタインデーについての意識調査を実施しました。調査結果から、お相手を知る過程のデートはイベントに頼らず自分の気持ちやタイミングに合わせて確実にお誘いし、好意を伝える機会としてバレンタインデーを効率的に活用するという慎重さとタイパを兼ね備えた Z 世代の恋愛スタイルが確認されました。

※出典：Sensor Tower2024年9月~11月実績、主要マッチングアプリ5社比較

【調査総括】20代（Z世代）の恋愛スタイルは慎重さとタイパの両立がカギ！

お相手を知る過程のデートは自分の気持ちやタイミングに合わせて確実にお誘いし、好意を伝える機会としてバレンタインデーを効率的に活用も

【主な調査結果】

① マッチングアプリで出会った方とのデートは自分のタイミングで誘いたい！

「バレンタインデーがデートのきっかけになる」のは女性で約2割、男性で約3割にとどまる

② マッチングアプリで気になった方に自分の気持ちを伝える機会としてバレンタインデーを活用も！

「バレンタインデーが自分の気持ちを伝えるきっかけになる」と答えた割合は、デートのきっかけになるに比べ、女性男性とも約1割増加

結果①：マッチングアプリで出会った方とのデートは自分のタイミングで誘いたい！

「バレンタインデーがデートのきっかけになる」のは女性で約2割、男性で約3割にとどまる

「バレンタインデーがマッチングアプリで出会った、気になっている方をデートに誘うきっかけになりますか？」という質問に対して、「はい」と答えたのは女性で約2割（19.6%）、男性で約3割（30.9%）にとどまり、「バレンタインデーはデートのきっかけにならない」の回答が多数を占めました。その理由を任意で聞いたところ、女性男性ともに「バレンタインデーを重要視、意識していないから」、「誘いたい相手が現れていないから」や「まだそこまで親密ではないから」、「バレンタインデーは（デートとは）関係ないから」や「お互い

の良いタイミングで会う約束をしたいから」といったコメントが多く、バレンタインデーに頼ることなく自分の気持ちやタイミングに合わせて慎重にデートにお誘いする傾向が見られました。こうした姿勢をより端的に表す「バレンタインデーを問わずいい人を見つけたいから（男性）」「バレンタインデー関係なく、気になる方とはデートして人間性を知りたいから（男性）」「マッチングアプリを通して出会った人については、相手の人柄や価値観を見極めて好きになれるかどうか自問自答するために直接会っているから（女性）」というコメントもあり、マッチングアプリで真面目な出会いを求める20代（Z世代）にとってデートはお互いを知るための重要なプロセスとして位置づけられている様子がうかがえます。

また、男性がデートに誘わない理由として「（バレンタインデーは）男性からは逆に誘いにくいから」「ホワイトデーならまだしも（バレンタインデーは）誘いにくいから」「チョコレートを催促しているみたいだから」「初めましてがバレンタインデーというのが厚かましいと思うから」といったコメントが一定数あり、20代（Z世代）の男女においてバレンタインデーの受け止め方の違いからくる配慮がある様子が見てとれました。

図1：「バレンタインデーがマッチングアプリで出会った、気になっている方をデートに誘うきっかけになりますか？」

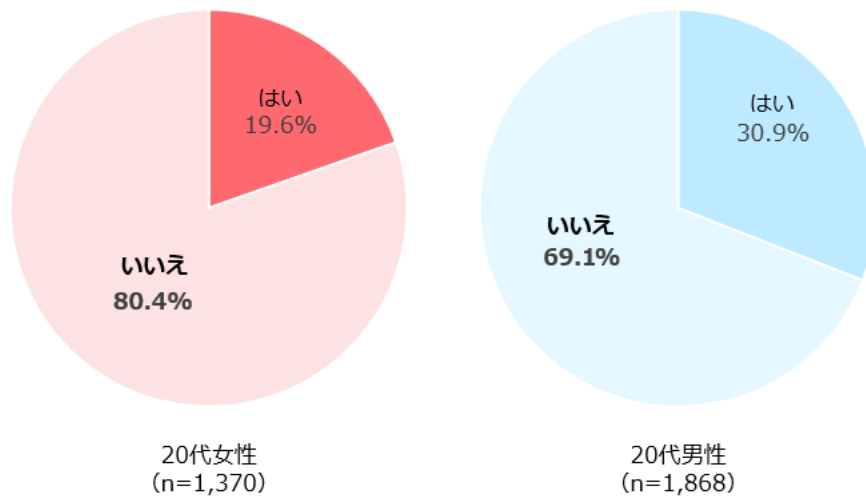


表1：「バレンタインデーがマッチングアプリで出会った、気になっている方をデートに誘うきっかけにならない」主な理由

	女性	男性
1	バレンタインデーを重要視、意識していないから	バレンタインデーは（デートとは）関係ないからお互いの良いタイミングで会う約束をしたいから
2	誘いたい相手が現れていないからまだそこまで親密ではないから	バレンタインデーを重要視、意識していないから
3	バレンタインデーは（デートとは）関係ないからお互いの良いタイミングで会う約束をしたいから	誘いたい相手が現れていないからまだそこまで親密ではないから

結果②：マッチングアプリで気になった方に自分の気持ちを伝える機会としてバレンタインデーを活用も！

「バレンタインデーが自分の気持ちを伝えるきっかけになる」と答えた割合は、デートのきっかけになるに比べ、女性男性とも約1割（女性は約12ポイント、男性は約7ポイント）増加

「バレンタインデーがマッチングアプリで出会った、気になっている方にご自身の気持ちを伝えるきっかけになりますか？」に対し、「はい」と回答したのは女性で約3割（31.4%）、男性で約4割（37.4%）と、前述のデートのきっかけになるという回答の割合と比べると、女性男性ともに約1割ずつ増加しました（女性は19.6%→31.4%で約12ポイント増、男性は30.9%→37.4%で約7ポイント増）。その主な理由を任意で聞いたところ、女性男性ともに「気持ちを伝えるタイミングとして適切なイベントだから」に加え、「チョコレートで察してくれるかを試せるから（女性）」「分かりやすいアピールになると思うから（男性）」といったコメントがあり、バレンタインデーを活用する意向が感じられました。さらに踏み込んで「相手の気持ちや本気度を確認しやすいから（男性）」「お相手の交際継続意思の有無を確認したいから（女性）」「何も変化がないままダラダライベントをスルーして長期化したくないから（女性）」というコメントもあり、**自分の気持ちが固まっているならイベント機会を活用することで関係性を前に進めたい、はっきりさせたいという考えが20代（Z世代）の男女に共通した恋愛スタイルのようです。**

図2：「バレンタインデーがマッチングアプリで出会った、気になっている方にご自身の気持ちを伝えるきっかけになりますか？」と「デートに誘うきっかけになりますか？」の差分

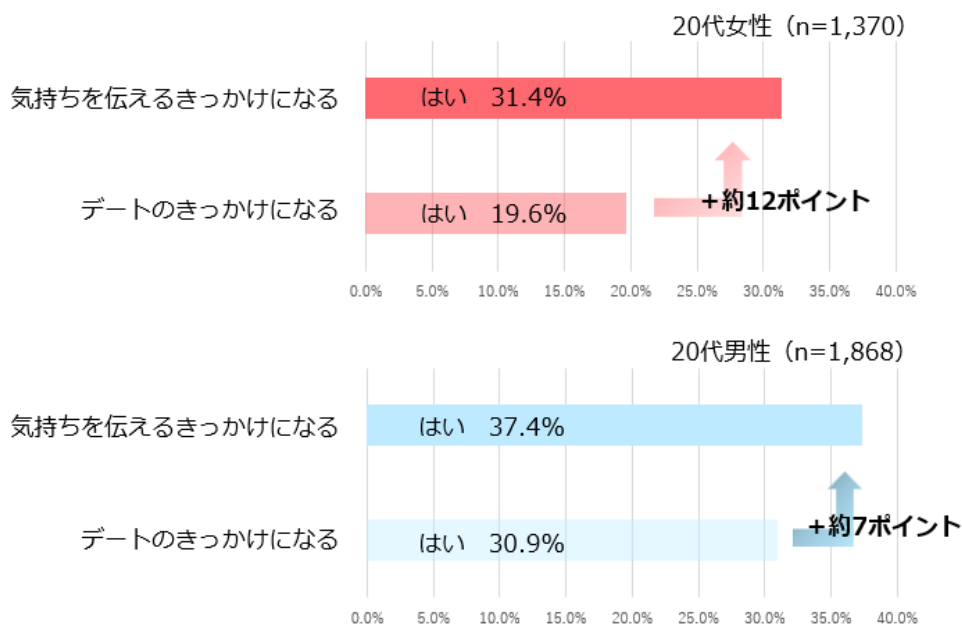


表2：「バレンタインデーがマッチングアプリで出会った、気になっている方にご自身の気持ちを伝えるきっかけになる」主な理由

	女性	男性
1	(バレンタインデーは) 気持ちを伝えるタイミングとして適切なイベントだから	(バレンタインデーは) 気持ちを伝えるタイミングとして適切なイベントだから
2	チョコレートで察してくれるかを試せるから	分かりやすいアピールになると思うから

マッチングアプリ『with』の担当者コメント

「今や4人に1人がマッチングアプリで結婚する中、利用者数 No.1 のマッチングアプリ『with』の20代のユーザーの皆さんが、結婚を意識しつつ真面目な出会いを見つけるうえで代表的な恋愛イベントのひとつとされてきたバレンタインデーをどう活用しているのかをひもといってみました。その結果、デートは知り合うためのプロセスで、お互いの距離感を縮めるのに必要と判断した時点でデートをし、その先に好意を伝えたいとなった段階でバレンタインデーの活用を視野に入れるという恋愛スタイルが確認されました。**知り合う過程は慎重に臨みつつも、気持ちが固まれば効率性を意識する 20代の恋愛スタイルは、事前の情報収集により失敗を回避しながらタイムパフォーマンスにも敏感だと言われるZ世代の行動傾向とも重なります。**

そうしたお互いを知り合う過程を大切にしたい皆さんにおすすめなのが、マッチングアプリ with の好みカードです。例えば、チョコレートに関連する好みカードは100種類以上登録されており、『たけのこ派』『きのこ派』『〇〇が好き』などとチョコレート菓子の個別銘柄に触れているものや、『三度のメシよりチョコが好き!』『コーヒーとチョコレートの組み合わせが好き』『お祭りでは絶対チョコバナナを買う』といったご自分のこだわりを表現されているものもあります。一方で、今回の調査の中で「バレンタインデーにプレゼントを贈るならチョコレートではなくお相手の好みにあったものがいい」という女性ユーザーさんからのコメントもたくさんありました。with の好みカードは数千種類以上あるので、気になっている方のちょっとしたこだわりや好きなものを理解したりご自身とお相手の共通点を見つけることで、会話やデート場所を探すきっかけにいただけたらと思います」

調査概要

調査名：マッチングアプリの利用とバレンタインデーについてのアンケート

調査主体：株式会社 with

調査方法：Typeform S.L.の「Typeform (タイプフォーム)」を用いたインターネットリサーチ

調査対象：マッチングアプリ『with』のユーザー

調査期間：2025年1月16日~2025年1月19日

調査人数（有効回答数）：20代女性：1,370名、20代男性：1,868名

なお、表1、表2は回答者による任意の自由回答コメントを分類のうえ集計

株式会社 with 概要

社名：株式会社 with

英語社名：with, Inc.

代表者：代表取締役 CEO 五十嵐 昭人

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（※株式会社エニトグループ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『with』の運営

主要株主：株式会社エニトグループ（100%）

■ 20代中心に価値観重視の出会いを提供するマッチングアプリ『with』とは

マッチングアプリ『with』は、2015年9月にサービスを開始した、主に20代の方に真面目な出会いの場としてご利用いただいている、価値観でマッチング可能な恋活・婚活マッチングアプリです。

『with』は、2015年のサービス開始当初から「価値観マッチング」を掲げ、統計学や心理学を参考にしたアプローチを採用し、最適なお相手を見つけることができるサービスを目指しています。深層心理を含めた価値観マッチングが実現できるよう、『with』では価値観の合うお相手とマッチングできる機会を創出する「心理テスト」やご自身の興味・関心事を明示するための「好みカード」機能など、オリジナル機能の開発・提供に努めています。

また「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ます。

- マッチングアプリ利用者数 No.1 (Sensor Tower2024年9月~11月実績、主要マッチングアプリ5社比較)
- マッチングアプリ新規ダウンロード数 No.1 (Sensor Tower2024年1月度実績、主要マッチングアプリ5社比較)

■ withの安心・安全のための取り組み

withでは安心・安全のために、公的身分証明書による本人確認・年齢確認や、24時間365日のオペレーターによる監視パトロールの実施、AIによる不正ユーザーの早期検知などの取り組みを実施しております。

またすべてのご利用者にwithをより安心して使っていただくための情報を掲載したセーフティセンターの設置も行っております。

セーフティセンターURL: https://with.is/safety_center/top

■ マッチングアプリ市場について

既婚者が配偶者と出会った場所・機会としてマッチングアプリが最も多い25.1%を占めたという調査結果がこども家庭庁から公表される(※)など、4人に1人が結婚のきっかけになるとしてマッチングアプリは社会における重要なプラットフォームとして認識されています。また品質や信頼性を評価する第三者認証(IMS認証)取得などの一定の条件を満たしたマッチングアプリによるテレビ・ラジオCMの放送が可能になるなど、多くのユーザーが身近にアプリを利用する機会が増えており、多様なステークホルダーにおけるマッチングアプリへの期待が高まっています。

(※) 出典: こども家庭庁(2024年11月18日発表) [令和6年度「若者のライフデザインや出会いに関する意識調査」ウェブアンケート調査 最終報告サマリ](#)