

＼気になるマッチング～デートまでの実態を『ゼクシィ縁結び』20代～40代利用者に聞いた／ 「マッチングアプリ利用実態アンケート 2022」

マッチング後のデート経験は約6割、マッチングからデートまでの期間は、1カ月以内が約7割
デートで気になった・見極めたい点は、女性は男性よりも第三者視点が気になりポイント

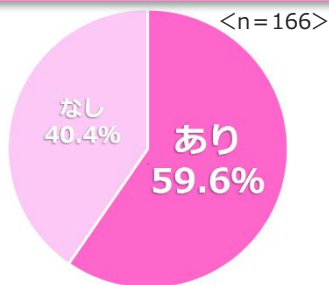
株式会社リクルート（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村 吉弘）が運営するゼクシィから生まれた総合婚活サービス『ゼクシィ縁結び』は、ネット・アプリ『ゼクシィ縁結び』を利用する20代～40代の男女を対象に“マッチングアプリの利用実態”についてアンケートを実施致しました。

■約6割がマッチング相手とデート経験あり！ そこに至るまでの期間・メッセージの頻度は…？

出会いの手段としてごく自然に受け入れられ始めているマッチングアプリですが、今回はなかなか他人には聞けないその実態を『ゼクシィ縁結び』を利用している方に聞きました。まず、マッチングが成立した後デートをしたことがある人は、約6割と二人に一人は経験があるよう。では、そこに至るまではどうでしょうか？

マッチングから実際にデートに行くまでにかかった期間を聞くと、1位は1カ月、2位は2週間、3位は3週間で、約7割が1カ月以内にデートへ行っているという結果に。また、デートに行くまでのメッセージの平均往復回数は21回。デートに行くまでの1カ月にほぼ毎日1往復やりとりしていることがイメージできます。さらに、デートに行ったお相手とマッチングするまでに、マッチングした人数を聞くと5人と回答した人が約4割でした。

マッチング後のデート経験割合



マッチングからデートに行くまでのメッセージ平均往復回数

21回

マッチングからデートに行くまでにかかった期間



<マッチング後にデートをしたことがある人 n=99>

■“デートで見極めたいこと”、“デート経験者が実際に気になったこと”から見える男女の違いは？ 男性よりも女性は、店員さんへの態度やマナーなど、より第三者視点も上位にランクイン

オンライン上でのやりとりと実際にリアルな場で会うデートでは、お相手に対する見極めポイントが変化して当然。そこで、マッチング後のデート経験者には“デートで見極めたいと思っていたこと”、“実際にデートで気になったこと”、そして、マッチングアプリを通したデート未経験者には、“デートで見極めたいと思うこと”について聞きました。すると、女性の方が、“店員さんなど第三者への態度”、“マナー”といった第三者視点がポイントとしてあがり、一方、男性は、“自分たちの将来に対する考え方が合うかどうか”、“趣味が合うかどうか”といったその後の生活をいかに二人で楽しめるのかを見極めたいと考えていることが分かりました。

男性

順位	実際にデートで見極めようと思っていたこと / 実際に会うときに見極めたいこと	(%)
1	一緒にいるときの心地よさ	83.7%
2	外見	44.2%
3	話題選びが合うか	39.4%
4	自分たちの将来に対する考え方が合うか	35.6%
5	趣味が合うか	34.6%

<男性 n=104/複数回答>

順位	実際にデートで一番気になったこと	(%)
1	実物がプロフィール写真のままかどうか	55.4%
2	表情	51.8%
3	食べ方・飲み方などのマナー	33.9%
4	声のトーンや喋り方	32.1%
5	会話での相づちの打ち方	26.8%

<男性・マッチング後にデートをしたことがある人 n=56/複数回答>

女性

順位	実際にデートで見極めようと思っていたこと / 実際に会うときに見極めたいこと	(%)
1	一緒にいるときの心地よさ	87.1%
2	話題選びが合うか	59.7%
3	マナー	50.0%
4	食事の好みがあるかどうか	41.9%
5	外見	37.1%

<女性 n=62/複数回答>

順位	実際にデートで一番気になったこと	(%)
1	表情	58.1%
2	声のトーンや喋り方	55.8%
3	店員さんなど第三者への態度	48.8%
3	実物がプロフィール写真のままかどうか	48.8%
5	会話での相づちの打ち方	46.5%
5	食べ方・飲み方などのマナー	46.5%

<女性・マッチング後にデートをしたことがある人 n=43/複数回答>

■『ゼクシィ縁結び』恋愛・婚活アドバイザー 桜井 まり恵コメント

マッチングアプリでの出会いがコロナ禍を経てより自然になったからこそ、オンラインとリアルをうまく使い分けた自己アピールはお相手探し成功のコツ！



『ゼクシィ縁結び』
恋愛・婚活アドバイザー
桜井 まり恵

さまざまな環境に変化を与えたコロナ禍でしたが、婚活にも波は来ていました。物理的に人と接触する機会が減ったことで、気軽にオンラインで始められるマッチングアプリがお相手探しのツールとして自然に受け入れられ始め、今では婚活の最初の一步、くらの感覚ではないでしょうか？

その中でよく聞くのが、“マッチングアプリを通じて出会った方にどうやって自分をアピールすればよいのか分からない”というお悩み。元々知り合いだったコミュニティ内での恋愛や友達の紹介と異なり、ゼロからお互いのことを知らなければいけない中で、人となりを手前にアピールするのは確かに難しいことのように思えます。

しかし、今回のアンケート結果からも分かるように、お会いする前のオンラインとリアルで見極めたいことは温度感が異なります。事前のオンラインでは、文字ベースで論理的に判断している方が多いと思いますが、リアルでは、会ってみたいと分からない雰囲気やトーンに重きを置きがち。限りある時間の中でいかに自分にフィットするかを感覚的に判断するようになります。

このように、リアル・オンラインで求めるものが違うことをうまく使って、自分の魅力の中でも趣味や将来に対する考え方、お仕事の中身といった文字でも伝えることはオンラインで、一方リアルでは、自分の自然な姿を分かってもらう時間と分けて考えると、よりお相手探しがスムーズになるかもしれません。

■アンケート概要

- 調査時期：2022年5月11日（水）～2022年5月31日（火）
- 調査方法：インターネットリサーチ
- 調査実施機関：株式会社リクルート
- 調査対象：『ゼクシィ縁結び』を利用する20代～40代の男女
- 有効回答数：166件（男性104件、女性62件）

■総合婚活サービス『ゼクシィ縁結び』

『ゼクシィ縁結び』は、出会いを希望する全ての人が素敵なパートナーを見つけるために「当たり前」「身近に」ご利用いただけるサービスとなり、積極的な結婚・恋愛相手探しが当たり前のライフイベントになっている世界の実現を目指し、2015年にサービスを開始しました。出会いを応援するマッチングサービスとしてネット・アプリ『ゼクシィ縁結び』、結婚相談所『ゼクシィ縁結びエージェント』の2業態を運営しています。

リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人ひとりのライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、メディア&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.com/ja/> リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>