

2021年の恋愛・婚活は「コロナと共存」がカギ！ 恋愛・婚活業界の最新トレンドを予測！

株式会社Parasol(本社：東京都港区、代表取締役社長：傘 勇一郎)が運営する未婚男女のマーケティング研究機関『恋愛婚活ラボ』は、2020年12月2日(水)～4日(金)の期間において、婚活男女100人と、マッチングサービス各社へのアンケート・ヒアリング調査・分析を行い、「2021年の恋愛・婚活のトレンド予測」を発表します。

- 【1】 恋愛部門：スキンシップより言葉で愛を育む恋愛が主流に
- 【2】 婚活部門：オンライン上の婚活により「電撃婚」が多発と予想！
- 【3】 デート部門：“密”を避けた2人きりの「No密デート」
- 【4】 出会い部門：マッチングアプリを使ったオンライン上の出会いに注目！
- 【5】 モテ部門：コロナ禍ならではのオシャレがトレンドに

2021年の恋愛・婚活トレンド予測を【恋愛部門】【婚活部門】【デート部門】【出会い部門】【モテ部門】の5部門で発表します。



恋愛婚活ラボ
トレンド予測 2021

恋愛部門 真面目恋愛 リモート恋愛 オリンピックコミュニティ	婚活部門 オン活(オンライン婚活) 電撃結婚 お見せ合い婚活	デート部門 No密デート / No Meets デート おうちデート キャンプデート・グランピングデート
出会い部門 マッチングアプリ 合コンの終焉	モテ部門 3同 マスクモテ リモ映えメイク	

Copyright © 2021 Parasol All Rights Reserved.

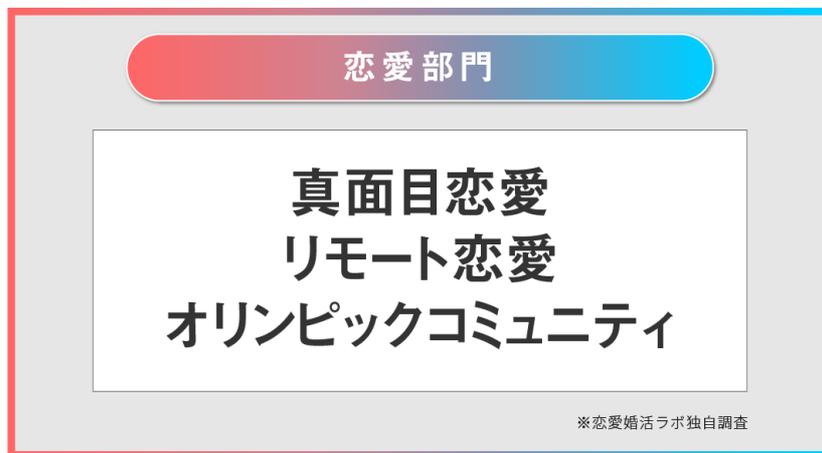
※当記事のテキストや画像を引用・転載の際は弊社にご一報いただき、『恋愛婚活ラボ調べ』と明記いただきますようお願い申し上げます。

恋愛婚活ラボ/<https://renai-konkatsulab.com/>

TEL：090-6806-2890 Mail：info@parasol-inc.com

※本資料に記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

【1】恋愛部門：スキンシップより言葉で愛を育む恋愛が主流に
トレンドキーワード：#真面目恋愛 #リモート恋愛 #オリンピックコミュニティ



<「恋愛婚活ラボ」見解>

コロナの影響で、対面で「会う」価値はますます上がっていきます。そんな中で、コロナのリスクを抱えながら初対面の人と対面で「会う」という行為のハードルは高くなり、初デートは「オンライン」という選択肢はますます多くの人が利用するでしょう。実際に2020年11月の調査でも、マッチングアプリで出会った人の「1割」は初デートに「オンライン」を選んでいました。オンラインのデートは時間もお金もかからないことから、「コスパ」を好む若い世代からは大きく支持されると思います。その結果として、フィジカルな接触のみを好む体目的の男性は恋愛・出会い市場から淘汰されていくと考えられます。また、対面で「会う」数が少なくなることにより、一層「会う」ためや、仲を深めるための「メッセージ交換」は恋愛における重要なツールとなっていくと考えられます。

<マッチングサービス各社の見解>

#真面目恋愛

コロナの影響によりワンナイトラブが減少。特定の恋人とのみと付き合う真面目な恋愛が増えるでしょう。
(「dine」を運営する株式会社Mrk&CoのCEO上條景介氏)

#リモート恋愛

・コロナ禍外出しづらい状況の中、会えない時間で愛を育む必要があり、必然的に電話やメール、ビデオツールなどでのリモート恋愛が多くなるのではないのでしょうか。今までの日本人独特の「言わないでも伝わる」では通用しなくなりそう。必然的に「気持ちを言葉や行動で表す力」「コミュ力」UPが鍵になりそうですね。
(「バチェラーデート」を運営するバチェラーデート広報担当)

・しばらくは外出自粛や飲食店の短縮営業が続くでしょう。また、オンライン通話などがさらに普及していくと思います。そんな中で、スマホだけあればいつでもデートができるオンラインデートはますます注目されるでしょう。
(「Omiai」を運営する株式会社ネットマーケティングの企画責任者)

#オリンピックコミュニティ

2021年に繰り越されたオリンピック。世界がコロナ禍にナーバスになっており、各国挙げてのイベントに人々は何か発奮したいと思われれます。共通の種目のオンライン観戦などで、より密接なコミュニティが生まれそうな予感がします。マッチングアプリ内でも、そのようなグループ(コミュニティ)を作る方が増えるはずですよ。
(「marrish」を運営する株式会社マリッシュのディレクター坂田氏)

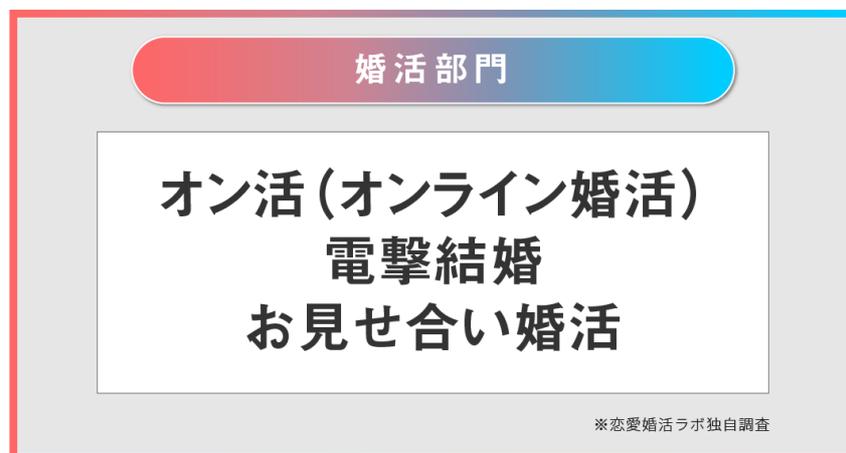
※当記事のテキストや画像を引用・転載の際は弊社にご一報いただき、『恋愛婚活ラボ調べ』と明記いただきますようお願い申し上げます。

恋愛婚活ラボ/<https://renai-konkatsulab.com/>

TEL : 090-6806-2890 Mail : info@parasol-inc.com

※本資料に記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

【2】 婚活部門：オンライン上の婚活より「電撃婚」が多発と予想！
トレンドワード：#オン活(オンライン婚活) #電撃結婚 #お見せ合い婚活



<「恋愛婚活ラボ」見解>

今年はリモート化や大人数の会食の自粛によって人と対面で会う機会が減り、絆を求めて婚活の意欲は高まると予想されます。しかし、職場や学校での恋愛は減少し、婚活パーティーなど人の集まる場を利用した婚活は引き続き自粛傾向で、人知れずマッチングアプリなどオンラインツールで相手を探すこととなります。そして、対面でのコミュニケーションが減った時に真っ先になくなるのは「雑談」。お互いの恋愛事情を話すタイミングがなくなり、「実は今度結婚するんだ」と電撃発表をする男女が増えることが予想されます。

<マッチングサービス各社の見解>

#オン活(オンライン婚活)

マリッシュはサービス開始時より「地方婚」をキーワードとして掲げさせていただいております。さらにオンラインでゼロ距離が加速し遠方との心の距離が一層縮まると思います。マリッシュでは事実、関東⇄四国、北海道⇄関東などのご結婚報告を多数いただいております。（「marrish」を運営する株式会社マリッシュのディレクター坂田氏）

#電撃結婚

2020年はコロナ禍の影響もあり、お家デートで愛を深めるカップルが多いように思います。また、人との接触の機会が少なく「お付き合いを開始した」とお友達同士で報告するタイミングもないままにあっという間にゴールインするカップルが増えそうな気がしています。俳優の松坂桃李さんと女優戸田恵梨香さんのように“まさかこの2人が？”というようなカップルの誕生や報告が相次ぐかもしれません。（「タップル」を運営する株式会社タップルの広報担当）

#お見せ合い婚活

2020年は、3密を避けて活動できる「婚活アプリ」や「結婚相談所」での「オンラインお見合い」などがスタンダードになりましたが、こうしたオンライン婚活の、「リアルだと緊張・遠慮して伝えきれなかった自分の良さを事前にお互いに見せ合える」という特徴がより一層受け入れられ、この流れがさらに加速すると考えています。（「ゼクシィ縁結び」を運営する株式会社リクルートマーケティングパートナーズ「ゼクシィ縁結び」の恋愛・婚活アドバイザーの桜井まり恵氏）

※当記事のテキストや画像を引用・転載の際は弊社にご一報いただき、『恋愛婚活ラボ調べ』と明記いただきますようお願い申し上げます。

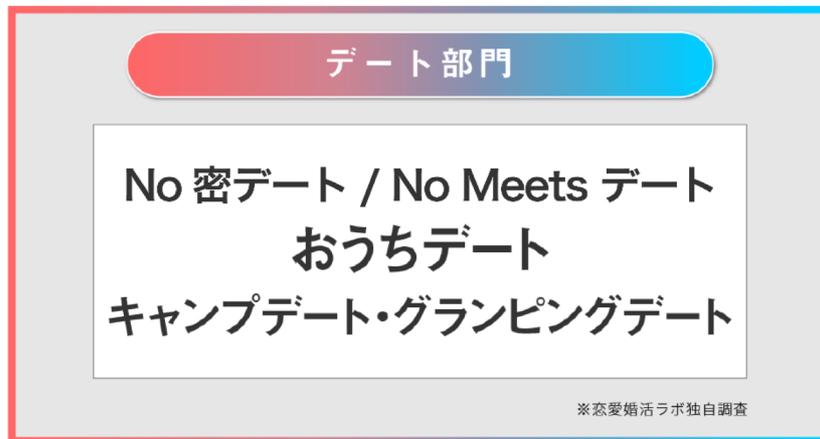
恋愛婚活ラボ/<https://renai-konkatsulab.com/>

TEL：090-6806-2890 Mail：info@parasol-inc.com

※本資料に記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

【3】 デート部門：“密”を避けた2人きりのデート

トレンドワード：#No密デート（No Meetsデート） #おうちデート #キャンプデート・グランピングデート



<「恋愛婚活ラボ」見解>

2021年も、まだまだコロナの状況が安定するとは限りません。感染者数が減っても、また急増して自粛モードになることはあるかもしれません。そんな状況の中で、密を避けなければいけないデートでも工夫して一緒に楽しめるカップルは長続きをします。逆を言えば、そこで楽しめるかどうかは、今後長く一緒にいられるパートナーの基準になっていくでしょう。また、オンラインデートは体目的の男性や既婚者の人は利用しづらいなので、婚活にはとても有用な手段としてますます広がっていくと考えられます。

<マッチングサービス各社の見解>

#No密デート（No Meetsデート）

・No!密デート（“濃密”と“密を避ける”がかかっている）とは、密を避けて感染を予防しつつ、ちゃんと恋人らしく「濃密」な時間を過ごすことにかけての言葉。No Meetsデートとは、感染防止のため実際に会うことはしない形のデート。（オンラインデートなど）（「Pairs」を運営する株式会社エウレカの広報担当）

・各社主要マッチングサービスにおいて、アプリ内でビデオ通話ができるサービスが実装されているので、オンラインでのコミュニケーションが活発になっている今、より利用されるユーザーが増えるのではないのでしょうか。（「with」を運営する株式会社イグニスの広報担当佐々木潮里氏）

・しばらくは外出自粛や飲食店の短縮営業が 続くでしょう。また、オンライン通話などがさらに普及していくと思います。そんな中で、スマホだけあればいつでもデートができるオンラインデートはますます注目されるでしょう。（「Omiai」を運営する株式会社ネットマーケティングの企画責任者）

#おうちデート

コロナの影響により家の快適性が増した。そのため、週末は家でご飯を食べたり映画を観たりするカップルが増えると思われる。（「dine」を運営する株式会社Mrk&CoのCEO上條景介氏）

#キャンプデート・グランピングデート

・コロナ禍の影響により、空前のブームをみせる「キャンプ」。スノーピークをはじめとするお洒落なキャンプ用品の充実もあり、自然派志向が強い若い世代を中心にますますキャンプデートは流行っていくかなと思います。（「タップル」を運営する株式会社タップルの広報担当）

・キャンプには、計画性、事前準備力、運転、力仕事、料理上手、対応力、順応力といったモテスキルが詰まっていると思います。更に、長い時間過ごしても居心地が良ければ完璧。2021年、密を避けた大自然の中でのキャンプを上手にリードできると確実にモテそうです。（「バチェラーデート」を運営するバチェラーデートの広報担当）

【4】 出会い部門：マッチングアプリを使ったオンラインでの出会いが主流に！
トレンドワード：#マッチングアプリ #合コンの終焉



<「恋愛婚活ラボ」見解>

職場恋愛も、学校の恋愛も、合コンも街コンもいけない中、オンラインで手軽に相手を探ることができるマッチングアプリは圧倒的に出会いの場として今の時代にマッチしています。2020年後半ではマッチングアプリはテレビをはじめ多くのメディアが取り上げました。2021年は、間違いなくマッチングアプリの出会いは当たり前になっていくでしょう。その一方で、マッチングアプリを使ってもどうしても出会えない人に向けたマッチングアプリの添削サービスや、年収や学歴、見た目などスペック面以外の部分でマッチングができる少人数だけどニッチな分野でのマッチングサービスなどが出てくると予想します。

<マッチングサービス各社の見解>

#マッチングアプリ

・ドラマのワンシーン、情報バラエティでのマッチングアプリ企画の加速化により、さらに出会いのアイテムとして定着が進むことは間違いないと思います。（「marrish」を運営する株式会社マリッシュのディレクター坂田氏）

・コロナ禍でなかなか人に会うことができない状況が続き、一人が寂しいという方が増えてきていると思います。人とのつながりを持って、コミュニケーションもとれる手段として、マッチングアプリのニーズは高まるはずだと考えます。（「Omiai」を運営する株式会社ネットマーケティングの企画責任者）

・出社しない・大勢で集まる合コンはなくなった…そんな中で出会いのツールとして自然に思い浮かぶようになったのが、マッチングアプリ。マッチングアプリの良いところは、ソーシャルディスタンスを取って出会えるだけでなく、普段、出会うことのない人に会えるところです。周囲に利用されている方が続々と増えてきている今、お友達間でプロフィールや写真を磨いたり、楽しみながら利用してはいかがでしょうか？

（「ゼクシィ縁結び」を運営する株式会社リクルートマーケティングパートナーズ「ゼクシィ縁結び」の恋愛・婚活アドバイザー桜井まり恵氏）

・2020年は雑誌やテレビを始めとしたメディアで、マッチングアプリの特集が組まれるなど、今までになくマッチングアプリが注目された一年だったと思います。これにより、今までマッチングアプリにあった「出会い系」というネガティブなイメージが払拭され、若い層をメインに、マッチングアプリを使って出会いを求める人がこれからどんどん増えていくと考えています。（「with」を運営する株式会社イグニスの広報担当佐々木潮里氏）

#合コンの終焉

コロナの影響により、これまでも下火だった合コンが一気に少なくなりました。合コンユーザーはマッチングアプリに移行すると思います。（「dine」を運営する株式会社Mrk&CoのCEO上條景介氏）

※当記事のテキストや画像を引用・転載の際は弊社にご一報いただき、『恋愛婚活ラボ調べ』と明記いただきますようお願い申し上げます。
恋愛婚活ラボ/<https://renai-konkatsulab.com/>

TEL：090-6806-2890 Mail：info@parasol-inc.com

※本資料に記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

【5】モテ部門：コロナ禍ならではのオシャレがトレンドに
トレンドワード：#3同 #マスクモテ #リモ映えメイク



<「恋愛婚活ラボ」見解>

コロナの影響で、世界がこの1年で急変しました。「この先ずっと変わらない」ものは良くも悪くもない、ということが人々の心に刻まれたと思います。そのため年取やスペックなどのいつ変わるかわからないものよりも、居心地の良さや価値観が合う、などの誰もが憧れるモテではなく、たった1人にモテることが大事になっていくと予想されます。

#3同

「3同」は趣味が同じ、倫理観が同じ、エリアが同じです。趣味が同じ同士はオンラインで出会う初対面の相手とでも簡単に仲良くなることができます。倫理観はコロナへの危機感の線引きです。消毒やマスクの装着タイミング、密を避ける度合いなどが同じ人同士でないとうまくいきません。また、対面で会うハードルが高くなっている中、「ご近所さん」であれば気軽に会うことができます。誰もが羨むモテではなく、自分と同じものを持っている相手を探す傾向になるのではないかと考えます。

<マッチングサービス各社の見解>

#マスクモテ

2020年恋愛トレンド大賞のモテ部門において、「マスク美人」という言葉がランクインしていたように、マスクをすることが当たり前になったことにより、「マスクをしていてもかわいい/かっこいい」という事が重要視されるようになってきていると思います。このままマスク生活が続く限り、マスクをした姿でモテ度が左右される傾向は続くのではないかと思います。女性は髪型やアイメイク、可愛いデザインのマスクを使ってみたり、男性はサイズ感やデザインにこだわったりと、自分なりのマスクモテを見つけて周りとの差を出していくのではないのでしょうか。(「with」を運営する株式会社イグニスの広報担当佐々木潮里氏)

#リモ映えメイク

リモートでの対応（仕事、プライベート含め）が多くなっている中で、Zoomなどの映像で映えるメイクが流行ると考えられます。(「Pairs」を運営する株式会社エウレカの広報担当)

【6】恋愛婚活ラボ所長より

コロナの影響により、2020年はいろんなものがオンライン化されました。恋愛・婚活もそのなかの1つです。しかし、コミュニケーションはオンライン化すると無駄を削ぎ落とされ、目的に直結する会話しかしづらくなります。例えば商談はオンライン化にすることで、時間は短くなります。それは今までしていた雑談などをしなくなるからです。しかし、恋愛は本来目的などはなく、気づいたら好きになっていたり恋に落ちるものでした。学校では出会いを求めなくても学生生活を過ごしていれば学祭や体育祭など様々なイベントがあり、恋人を作ることができましたし、職場でも同じです。飲み会の一次会と二次会の移動などでのちょっとした会話で偶発的に恋がうまれることも少なくなかったはずですが。しかし現在はそういった一見すると「無駄」な対面は削ぎ落とされています。マッチングアプリやオンラインツールのおかげで出会う手段や出会える人数は増えてきましたが、「出会う」気持ちを強く持たないと、出会って恋をして結婚相手を見つけることはできません。オンラインのツールのおかげで恋愛も便利になりましたがあくまでツールでしかないのです。その手段をしっかりと使いこなして、主体的に相手探しをできる人のみが恋愛・結婚できる世の中になっていくでしょう。

※当記事のテキストや画像を引用・転載の際は弊社にご一報いただき、『恋愛婚活ラボ調べ』と明記いただきますようお願い申し上げます。

恋愛婚活ラボ/<https://renai-konkatsulab.com/>

TEL : 090-6806-2890 Mail : info@parasol-inc.com

※本資料に記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

【所長プロフィール】



伊藤早紀(いとうさき)、1990年9月17日-
恋愛婚活ラボ所長。マッチングアプリの総合メディアを運営し、結婚相談所の仲人も務める所長伊藤早紀が自ら未婚男女に聞き込みをして得た知見を調査に活かしている。自身も20個以上のマッチングアプリをやりこみ、出会った男性は100人以上。2018年の夏に「出会い2.0 スマホ時代の「新」恋愛戦術」を出版し、最旬のマッチングアプリ情報を発信。MBS「初耳学」やTBS「NEWSな2人」、NHK「所さん！大変ですよ」など多数のテレビ番組や宝島社「smart」、講談社「VOCE」、集英社「MORE」などの雑誌にマッチングアプリ専門家として出演。

Twitter : <https://twitter.com/matchappsaki>

YouTubeチャンネル「マッチングアプリ専門家さき」：
<https://www.youtube.com/c/matchappsaki>

■恋愛婚活ラボ 概要



株式会社Parasolが運営する、イマドキの未婚男女に特化したマーケティング機関。恋愛や婚活に悩める未婚男女のリアルな本音を調査し、彼らが抱える課題を紐解き、幸せな恋愛・結婚をするための一助を担う。

所長：伊藤 早紀（株式会社Parasol）

ホームページ：<https://renai-konkatsulab.com/>

■株式会社Parasol 概要



マッチングアプリを中心とした出会い・婚活メディア「マッチアップ」や、結婚相談所マリッジアップを運営する他、恋愛・結婚に関わる様々な事業を運営。

「世界一男女をくっつける会社になる。」という企業理念の元、男女が出会って恋をして結ばれる、素敵な体験を届けることにコミットする。

設立年月日：2017年1月23日

代表取締役社長：傘 勇一郎

ホームページ：<https://match-app.jp/company>

◇事業内容◇

【メディア事業】

マッチアップ：<https://match-app.jp/all>

恋愛婚活ラボ：<https://renai-konkatsulab.com/>

婚活キューピッド：<https://konkatsu-cupid.jp/>

Forky：<https://match-app.jp/forkyjp>

YouTube：<https://www.youtube.com/c/matchappsaki>

【結婚相談所事業】

マリッジアップ：<https://marriageup.jp/>



株式会社イグニス
マッチングアプリ「with」を展開



株式会社エウレカ
マッチングアプリ「Pairs」を展開



株式会社タップル
マッチングアプリ「タップル」を展開。



株式会社ネットマーケティング
マッチングアプリ「Omiai」を展開



バチェラーデート事務局
マッチングアプリ「バチェラーデート」を展開。



株式会社Mrk&Co
マッチングアプリ「dine」を展開。



株式会社マリッシュ
マッチングアプリ「marrish」を展開



株式会社リクルートマーケティングパートナーズ
マッチングアプリ「ゼクシィ縁結び」を展開

報道に関するお問い合わせ先

株式会社Parasol

広報担当 伊藤 早紀

〒105-0011 東京都港区芝公園4-6-8 bijin-BLDG. 3F

TEL : 090-6806-2890

Mail : info@parasol-inc.com