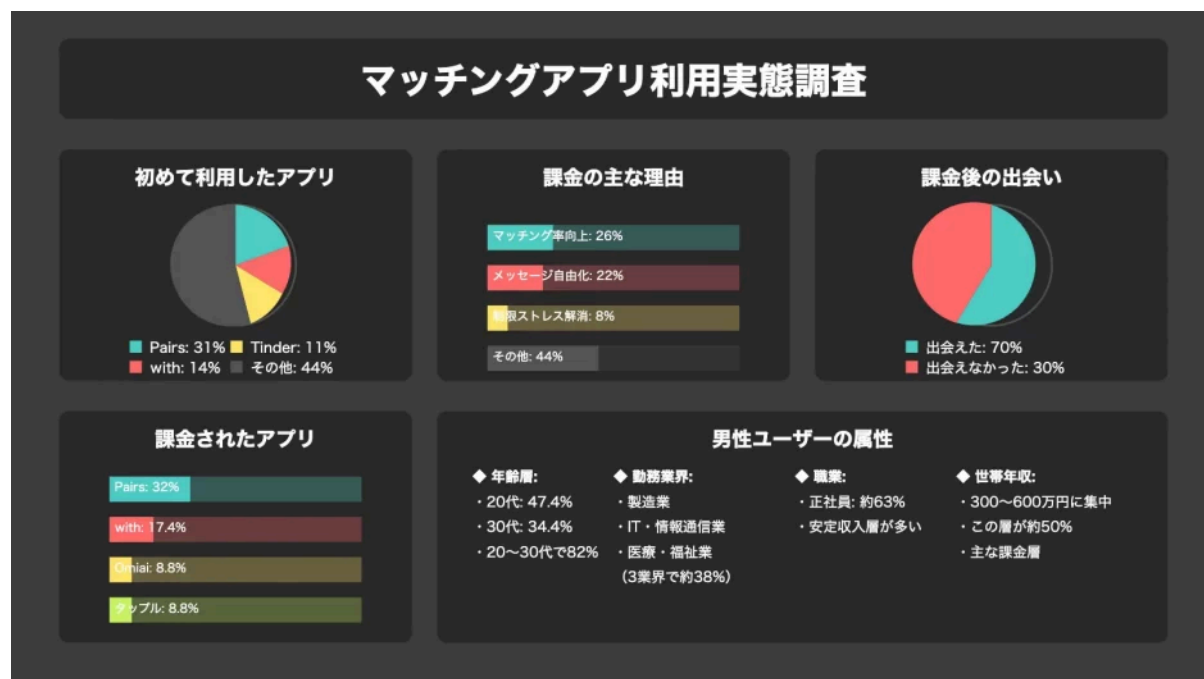


# 「課金後に約7割が実際に出会えた」マッチングアプリの課金に関するアンケート結果



近年、マッチングアプリを利用して恋愛や結婚相手を探すことが一般的になりました。

しかし、実際にどのマッチングアプリを最初に利用する人が多いのか、また課金をする理由や課金した結果、出会いにどれほどつながっているのかなど、具体的なデータは意外と知られていません。

そこでTHE SINGLEでは、実際に課金経験のある男性ユーザー500名を対象に、マッチングアプリの利用実態や課金の目的、課金後の成果についてアンケート調査を行いました。

そのアンケート結果をもとに、マッチングアプリ市場の現状を詳しくご紹介するとともに、「本当に出会えるアプリ」「課金する価値のあるアプリ」とは何か、具体的なデータを通じて明らかにします。

## マッチングアプリの課金に関するアンケート結果のまとめ

調査期間: 2025年03月27日 ～ 2025年03月27日

サンプル数: 500名(男性のみ)

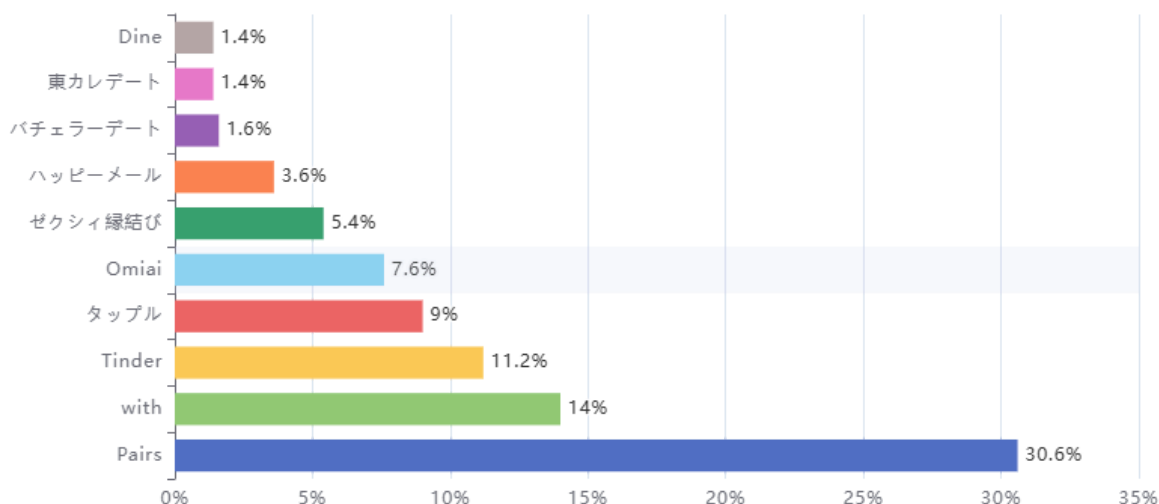
### アンケート概要

- ・ターゲット: マッチングアプリ課金者
- ・回答者属性: 全員男性、20代～30代が全体の81.8%、未婚率99.8%

・実施目的: マッチングアプリの課金行動とその効果についての調査

## Q1: あなたが最初に利用したマッチングアプリは？

最初に利用したマッチングアプリ（上位10社）

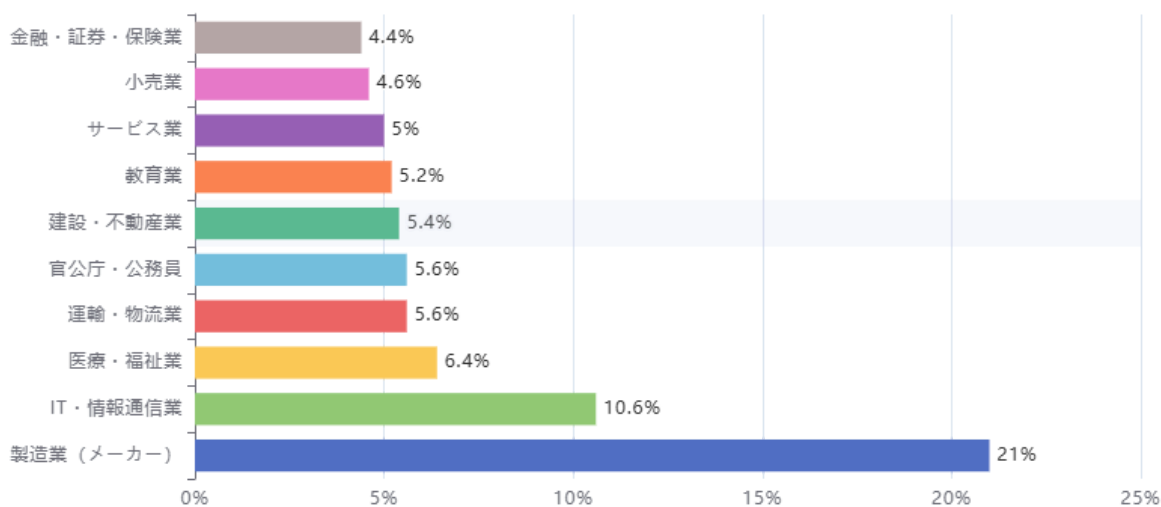


### 主要なポイント

- ・Pairs（ペアーズ）が最も多く全体の30.6%を占める
- ・上位5アプリ（Pairs, with, Tinder, タップル, Omiai）で全体の72.4%を占める
- ・大手アプリが初期参入時に選ばれている傾向が強い

## Q2: あなたの勤務業界は？

回答者の勤務業界（上位10社）



### 主要な特徴

- ・製造業（メーカー）が最も多く21.0%
- ・次いでIT・情報通信業（10.6%）、医療・福祉業（6.4%）の順

- ・幅広い業界の男性がマッチングアプリを利用している

項目	割合
マッチング率を高めるため(いいね数を増やすため)	25.60%
メッセージの送信・返信が自由になるため	21.80%
無料だと制限が多すぎてストレスを感じたため	7.60%
短期間で確実に出会いを得たかったため	6.00%

#### 主要な特徴

- ・上位2つの理由(マッチング率向上とメッセージ自由化)で全体の47.4%を占める
- ・機能制限の解除や利便性向上が課金の主な動機である
- ・真剣な出会いを求める理由(4.2%)よりも機能面での理由が圧倒的に多い

### Q4: マッチングアプリ課金後に実際に女性と出会えましたか？

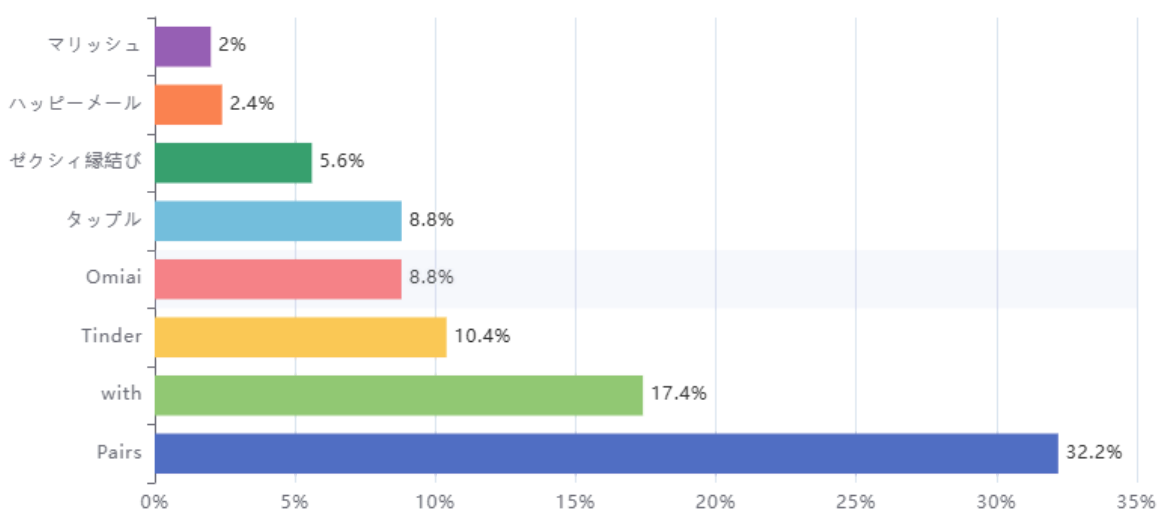
項目	人数	割合
出会えた	351人	70.20%
出会えなかった	149人	29.80%

#### 主要な特徴

- ・課金ユーザーの70.2%が実際に女性と出会えている
- ・約3割(29.8%)は課金したにもかかわらず出会えていない
- ・課金が必ずしも出会いを保証するものではないが、成功率は高い

### Q5: あなたが最も課金したマッチングアプリはどれですか？

最も課金したマッチングアプリ (上位8社)

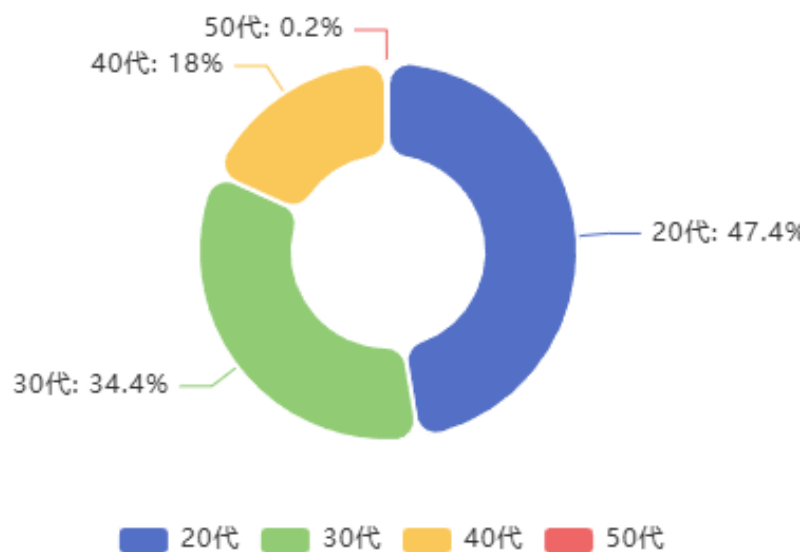


項目	割合
Pairs(ペアーズ)	32.20%
with(ウィズ)	17.40%
Tinder	10.40%
Omiai	8.80%
タップル	8.80%

#### 主要な特徴

- ・上位5アプリ(Pairs, with, Tinder, Omiai, タップル)で全体の77.6%を占める
- ・課金している大手アプリは初めて利用するアプリとほぼ一致している
- ・Pairs(ペアーズ)が3割以上のシェアを持ち、最も課金されているアプリである

#### 回答者年代



項目	割合
20代	47.40%
30代	34.40%
40代	18.0%
50代	0.20%

## 総括: マッチングアプリ課金動向

### 1. 主要なマッチングアプリとシェア

Pairs(ペアーズ)、with(ウィズ)、Tinderの3アプリで約60%のシェアを占める

### 2. 課金理由と効果

マッチング率向上(25.6%)とメッセージの自由化(21.8%)が主な課金理由

- ・課金ユーザーの70.2%が実際に女性と出会えている
- ・機能制限の解除による利便性向上が課金の主な動機となっている
- ・約3割(30%)は課金したにもかかわらず、出会いにつながっていない。

### 3. 最も課金されたマッチングアプリ

・最も課金額が多いマッチングアプリもPairs(ペアーズ)で約32%、次にwith(ウィズ)が17.4%、Omiai(オミアイ)とタップルが8.8%と続いている。

・ペアーズは、初回利用・課金ともに1位であり、初心者にとっても継続利用ユーザーにとっても人気のサービスであることがわかる。

### 4. ユーザー特性

- ・20～30代の未婚男性が中心ユーザー層
- ・利用者は20代が最も多く(47.4%)、30代(34.4%)が続く。20代～30代で約82%を占める。

調査元: THE SINGLE

調査期間: 2025年03月27日

サンプル数: 500名(男性)

※安心安全なマッチングアプリを探すなら「[一般社団法人 恋愛・結婚マッチングアプリ協会](#)」もご確認ください。