

男性無料のマッチングアプリ利用に関する調査レポート

調査名：男性無料のマッチングアプリ利用に関する調査レポート

調査主体：THE SINGLE編集部

調査対象：無料利用ができるマッチングアプリに登録したことがある男性

調査期間：2026年3月15日～3月31日

調査方法：インターネットリサーチ

調査人数：100名

対象者性別：男性

対象者年齢：10代～50代 対象者地域：全国

※本調査は当サイト独自調査です。

Q1. あなたの年齢を教えてください。【単一選択 | n=100】

選択肢	回答数	割合
18～24歳	28名	28%
25～29歳	32名	32%
30～34歳	20名	20%
35～39歳	12名	12%

40歳以上	8名	8%
合計	100名	100%

マッチングアプリの無料利用経験がある男性のうち、25～29歳が32%と最多でした。次いで18～24歳が28%と続き、20代が全体の60%を占める結果となりました。無料アプリは費用負担なく始められる手軽さから、社会人なりたての若年層や学生層に特に浸透していることがうかがえます。30代以降は徐々に割合が下がる傾向が見られました。

Q2. 登録したことのある男性無料マッチングアプリを教えてください。【複数選択 | n=100・複数回答のため合計は100%を超えます】

選択肢	回答数	割合
Tinder	81名	81%
ハッピーメール	58名	58%
Omiai	50名	50%
リンクル	45名	45%
バチェラーデート	34名	34%

ラングメイト	24名	24%
ユーブライド	18名	18%
東カレデート	16名	16%
コイグラム	14名	14%
その他	19名	19%

最も登録率が高かったのはTinder(81%)で、完全無料かつ操作の手軽さから幅広い年代に支持されています。

次いでハッピーメール(58%)、Omiai(50%)が続きました。リンクル(45%)やバチェラーデート(34%)も上位に入り、無料で始めやすいアプリへの関心の高さが見てとれます。

ユーブライドは18%、東カレデート・コイグラムはそれぞれ16%・14%にとどまり、婚活・ハイクラス志向のアプリは利用者層が限定的であることが反映されています。

Q3. マッチングアプリを利用する主な目的を教えてください。【単一選択 | n=100】

選択肢	回答数	割合
恋人・彼女を作りたい	40名	40%
気軽な出会い・デート相手探し	30名	30%

真剣な婚活・結婚相手探し	14名	14%
友達・趣味仲間づくり	10名	10%
話し相手・暇つぶし	6名	6%
合計	100名	100%

20代が多い本調査では「恋人・彼女を作りたい」が40%と最多となり、恋活目的での利用が中心であることがわかります。「気軽な出会い・デート相手探し」(30%)も3割を占めており、若年層らしいカジュアルな出会いニーズの高さが反映されています。「真剣な婚活」は14%にとどまっており、無料アプリの利用者層では婚活意識はやや低い傾向が見られます。

Q4. 過去3ヶ月で無料アプリを通じて実際に会った人数は？【単一選択 | n=100】

選択肢	回答数	割合
0人(まだ会えていない)	30名	30%
1~2人	40名	40%
3~5人	20名	20%
6人以上	10名	10%

合計	100名	100%
----	------	------

過去3ヶ月で1人以上と実際に会えた男性は70%にのぼり、無料アプリでも出会いの実現は十分可能であることが示されました。一方で30%は誰とも会えておらず、放置アカウントや業者アカウントの存在、プロフィールの作り込み不足などが要因として考えられます。正しい戦略と安全への意識を持つことが、出会いの成否を左右するといえます。

Q5. 無料アプリで出会うために意識・実践したことを教えてください。【複数選択 | n=100・複数回答のため合計は100%を超えます】

選択肢	回答数	割合
プロフィールを充実させた	82名	82%
複数のアプリを並行して使った	74名	74%
毎日ログインするようになった	68名	68%
返信を1日以内に心がけた	61名	61%
プロフィール写真を更新した	43名	43%
目的に合わせてアプリを使い分けた	35名	35%

「プロフィールを充実させた」が82%と最も多く、第一印象を整えることへの意識の高さが見てとれます。「複数アプリの並行利用」(74%)も高水準で、母数を確保するための合理的な戦略として若年層を中心に定着しています。「毎日ログイン」(68%)や「返信1日以内」(61%)など、アクティブな姿勢が出会いの確率向上につながると多くのユーザーが認識していることがわかります。

Q6. 無料マッチングアプリで最も不安に感じることは？【単一選択 | n=100】

選択肢	回答数	割合
業者・詐欺アカウントの存在	41名	41%
放置・幽霊アカウントが多い	24名	24%
途中で機能が制限される	16名	16%
個人情報の取り扱い	12名	12%
男性が多く競争率が高い	7名	7%
合計	100名	100%

「業者・詐欺アカウントの存在」が41%と突出しており、無料アプリにおける最大のリスク認識として定着していることがわかります。警察庁のデータでも2025年のSNS型ロマンス詐欺被害額は552.2億円に達しており、ユーザーの不安と公的データが一致しています。次いで「放置・幽霊アカウント」(24%)、「機能制限」(16%)が続き、無料アプリ特有の構造的な課題が浮き彫りとなっています。

Q7. 今後、有料プランへの切り替えを検討していますか？【単一選択 | n=100】

選択肢	回答数	割合
成果が出なければ切り替えたい	33名	33%
無料のまま続けたい	28名	28%
近いうちに切り替えたい	19名	19%
すでに有料プランを使っている	13名	13%
マッチングアプリ自体をやめたい	7名	7%
合計	100名	100%

「成果が出なければ切り替えたい」が33%と最多で、無料アプリを試しながら成果次第で有料移行を視野に入れる層が最も多いことがわかります。若年層が多い本調査では「無料のまま続けたい」(28%)も高く、コスト意識の強さが反映されています。一方、「すでに有料プラン利用中」(13%)と「近いうちに切り替えたい」(19%)を合算すると32%が有料移行に積極的であり、本気度が高まった段階では有料アプリへの移行も現実的な選択肢となっていることがうかがえます。