

「リンクル」に関する利用実態調査レポート

調査主体：THE SINGLE編集部

調査対象：マッチングアプリ「リンクル」を使ったことのある男女

調査期間：2026年3月4日～3月11日

調査方法：インターネットリサーチ

調査人数：100名

調査対象者 性別：男女

調査対象者 年齢：20代～40代

調査対象者 地域：全国

※本調査は当サイト独自調査です。

設問① リンクルを知ったきっかけを教えてください。(単一回答)

選択肢	回答数	割合
インターネットの口コミ・記事を見て	38名	38%
SNSや広告を見て	30名	30%
友人・知人に勧められた	18名	18%
PCMAXを以前使っていたため	10名	10%

その他	4名	4%
合計	100名	100%

リンクルを知ったきっかけとして最も多かったのは「インターネットの口コミ・記事を見て」で38%を占めました。アプリ選びにあたってリサーチを行うユーザーが多く、情報収集を経て登録に至るケースが主流となっています。

次いで「SNSや広告を見て」が30%と、デジタル広告経由での流入も多くなっています。「PCMAXを以前使っていたため」と回答した方も10%おり、同じ運営会社である株式会社マックスの既存サービスからの移行ユーザーも一定数存在していることがわかります。

設問② リンクルに登録した目的を教えてください。(単一回答)

選択肢	回答数	割合
気軽なデート・出会いがしたかった	44名	44%
恋人を作りたいかった	32名	32%
趣味友・話し相手を探したかった	14名	14%
婚活・真剣な交際相手を探したかった	6名	6%
その他	4名	4%
合計	100名	100%

登録目的として最も多かったのは「気軽なデート・出会いがしたかった」で44%と最多となりました。リンクルが持つ「いまヒマ機能」や「マッチング不要でメッセージが送れる」という特性が、カジュアルな出会いを求めるユーザー層に強く支持されていることが読み取れます。

次いで「恋人を作りたかった」が32%と、恋活目的での利用も一定数あることがわかります。

一方で「婚活・真剣な交際相手を探したかった」は6%にとどまっており、リンクルがカジュアルな出会い寄りのアプリとして認識されている実態が数字にも表れています。

設問③ リンクルを利用して、実際に相手と会うことができましたか。(単一回答)

選択肢	回答数	割合
はい、会うことができた	62名	62%
いいえ、会うことはできなかった	38名	38%
合計	100名	100%

リンクルを通じて実際に相手と会うことができたと回答した方は全体の62%という結果になりました。マッチングを待たずにメッセージが送れる仕組みや、「いまヒマ機能」による即時マッチングの効果が、高い対面率につながっていると考えられます。

一方で38%は実際の対面には至っておらず、アプリリリースから日が浅く都市部にユーザーが集中しているという現状が、地方在住ユーザーを中心に出会いの機会を制限している可能性も考えられます。

設問④ リンクルで相手と会うまでにかかった期間を教えてください。(単一回答)

※設問③で「はい」と回答した方のみ(n=62)

選択肢	回答数	割合
当日～1日以内	20名	32%
2～3日以内	18名	29%
4～7日以内	14名	23%
1～2週間以内	8名	13%
2週間以上	2名	3%
合計	62名	100%

実際に会うことができたユーザーのうち、当日～1日以内に会えた方が**32%**と最多となりました。「**2～3日以内**」の**29%**と合わせると、全体の約**6割**が登録から**3日以内**に対面を実現しており、リンクルの「スピード感のある出会い」という特徴が数字にも明確に表れています。

「いまヒマ機能」や掲示板的な募集機能が即日アポの実現を後押ししていると考えられます。2週間以上かかったケースは全体のわずか**3%**にとどまっており、リンクルはほかのマッチングアプリと比べて出会いまでの期間が大幅に短いといえます。

設問⑤ リンクルを利用して良かった点を教えてください。(複数回答可)

選択肢	回答数	割合
マッチングを待たずにメッセージが送れる	68名	68%
出会いまでのスピードが速い	62名	62%
新規登録時の無料ポイントでお得に使えた	50名	50%
「いまヒマ機能」で気軽に相手を見つけられた	44名	44%
プロフィール写真を無料で閲覧できた	38名	38%
ニックネーム制でプライバシーが守られた	30名	30%
安全性・監視体制が整っていた	20名	20%

※複数回答のため合計は100%を超えます。

リンクルを利用して良かった点として最も多く挙げられたのは「マッチングを待たずにメッセージが送れる」で68%と突出した高さを示しました。これはリンクル最大の差別化ポイントであり、多くのユーザーがこの機能に価値を感じていることが明確に示されています。

次いで「出会いまでのスピードが速い」が62%、「新規登録時の無料ポイントでお得に使えた」が50%と続いており、スピードとコストパフォーマンスの両面で高い評価を得ていることがわかります。「いまヒマ機能」の評価も44%と高く、リンクル独自の機能群がユーザー満足度を支えていることが読み取れます。

設問⑥ リンクルを今後も継続して利用したいと思いますか。(単一回答)

選択肢	回答数	割合
はい、継続して利用したい	48名	48%
状況によっては利用したい	36名	36%
いいえ、利用しないと思う	16名	16%
合計	100名	100%

今後も継続して利用したいと回答した方は48%と約半数に達し、「状況によっては利用したい」の36%と合わせると、実に**84%**が今後もリンクルを利用する意向を示しました。出会いまでのスピードや使いやすさに対する満足度の高さが、高いリピート意向につながっていると考えられます。

一方で「利用しないと思う」と回答した方は16%にとどまっており、会員数の少なさや地方での出会いにくさといった課題が離脱の主な理由として推察されます。アプリのさらなる普及と会員数の拡大によって、今後この数字がさらに改善されることが期待されます。

まとめ

今回の調査から、マッチングアプリ「リンクル」の利用実態について、いくつかの重要な傾向が明らかになりました。

利用目的においては気軽な出会いやデートを求める層が中心であり、リンクルのコンセプトと実際のユーザーニーズが合致していることが確認できます。

特に「マッチング不要でメッセージが送れる機能」と「いまヒマ機能」は多くのユーザーから高く評価されており、出会いまでのスピードの速さがリンクル最大の強みとして広く認識さ

れています。登録から当日～3日以内に対面を実現したユーザーが約6割に上ることも、その裏付けといえます。

84%が継続利用意向を示した点からも、リンクルはサービスの基盤としての評価を着実に獲得しており、今後の成長が大いに期待されるアプリといえます。