

真剣な恋活・婚活を目的としたマッチングアプリ 利用実態調査レポート2026

調査概要

調査対象：真剣な恋活・婚活を目的としてマッチングアプリを使っている人

調査期間：2026年2月23日～2月28日

調査方法：インターネットリサーチ

調査人数：300名

調査対象者 性別：男性／女性

調査対象者 年齢：20代～50代

調査対象者 地域：全国

本調査は、マッチングアプリ利用者の中でも「真剣な出会いを目的としている層」に絞って実施した点が特徴であり、業界全体のライトユーザーを含む調査とは異なる、リアルな婚活・恋活実態を把握することを目的としています。

はじめに — マッチングアプリは「本気の出会いの場」になったのか

こども家庭庁が2024年7月に実施した「若者のライフデザインや出会いに関する意識調査」(調査対象：15～39歳の男女20,000名)によると、直近5年以内に結婚した既婚者の配偶者との出会いのきっかけ第1位はマッチングアプリで、25.1%にのぼりました。職場・仕事関係・アルバイト先の20.5%、学校の9.9%を大きく引き離しており、マッチングアプリはすでに「出会いの定番インフラ」として社会に定着したといえます。

同調査ではさらに、既婚者の56.8%がマッチングアプリの利用経験を持つ一方、未婚者の利用経験率は26.8%にとどまっており、両者の間には約30ポイントの差があります。この差は、「真剣に利用した層ほど結婚に至っている可能性が示唆される」

という事実を如実に示しています。

しかしながら、マッチングアプリを利用するすべてのユーザーが真剣な出会いを求めているわけではありません。

「遊び目的の人が多くて困っている」「相手の本気度がわからない」という声は、今日もマッチングアプリ利用者の中で絶えず聞かれます。本調査は、こうした課題意識を背景に、真剣な利用者が実際にどのアプリを選び、どのように相手の本気度を見極め、どのような成果を得ているのかを明らかにすることを目的として実施しました。

参考データ出典:こども家庭庁「若者のライフデザインや出会いに関する意識調査(ウェブアンケート調査結果・速報)」2024年7月実施 URL:

https://www.cfa.go.jp/assets/contents/node/basic_page/field_ref_resources/1841f10d-4f2f-4294-853e-f62b82c4df5a/27ac0a8d/20240826_councils_lifedesign-wg_1841f10d_08.pdf

調査結果

調査結果1. 回答者の性別構成 — 男女比がほぼ均等という意味

Q1. あなたの性別を教えてください。【単一選択】

選択肢	回答数	割合
男性	156名	52.0%
女性	144名	48.0%
合計	300名	100%

男性156名(52.0%)、女性144名(48.0%)と、男女比はほぼ拮抗した結果となりました。

一般的なマッチングアプリの利用者構成では、男性比率が60~70%に達するケースが多く、女性比率が相対的に低いことは業界内で広く知られた傾向です。これは多くのアプリが「男性有料・女性無料」という料金設計を採用していることに起因しており、参加コストの非対称性が利用者構成の偏りを生み出してきました。

ところが本調査では「真剣な恋活・婚活を目的としている」という条件を設けたことで、男女比がほぼ均等になっています。これは非常に示唆に富んだ結果です。

カジュアルな出会いや暇つぶしを目的としたライトユーザー層においては男性比率が高い一方で、結婚や真剣な交際を明確な目的として掲げる層に限定すると、女性も同等に積極的に活動しているという実態が浮かび上がります。

この背景には、女性の経済的自立の進展、晩婚化・未婚化への意識変容、そして「婚活＝特別なこと」というスティグマの解消が挙げられます。前述のこども家庭庁調査においてもマッチングアプリが出会いのきっかけ第1位となっていることが示す通り、アプリ婚はもはや特別な手段ではなく「普通の出会い方」として社会に定着しつつあり、その流れが女性ユーザーの積極的な参加を後押ししているといえるでしょう。

調査結果2. 回答者の年齢構成 — 30代前半が主軸、幅広い年代へと拡大

Q2. 現在の年齢を教えてください。【単一選択】

選択肢	回答数	割合
18～24歳	36名	12.0%
25～29歳	81名	27.0%
30～34歳	90名	30.0%
35～39歳	57名	19.0%
40歳以上	36名	12.0%
合計	300名	100%

最も多い年齢層は30～34歳(30.0%)であり、25～29歳(27.0%)と合わせると20代後半から30代前半で全体の57.0%を占めます。

一方、35歳以上も合計31.0%に達しており、幅広い年代がマッチングアプリを真剣な出会いの手段として活用していることがわかりました。

30～34歳が最多層となっている背景には、社会的・心理的な要因があります。この年代はキャリアが一定の安定を迎えるとともに、結婚・家庭形成を現実として意識し始める時期であり、友人や同僚の結婚ラッシュを目の当たりにする機会が増え、「そろそろ自分も」という意欲と焦りが混在するタイミングでもあります。こうした時間的プレッシャーがマッチングアプリへの真剣な投資行動を促していると考えられます。

また、18～24歳が12.0%にとどまっている点も注目に値します。若年層はマッチングアプリを「気軽な出会い」や「友達作り」の手段として利用する傾向が強く、真剣な婚活・恋活へのモチベーションはまだ高くない傾向が反映されています。35～39歳(19.0%)と40歳以上(12.0%)を合わせた31.0%という数値は、マッチングアプリが「若者のツール」という域を超え、より幅広い年代が活用するソーシャルインフラへと成熟しつつあることを示しています。

調査結果3. 利用目的 — 「プロセス重視型」の婚活観が主流に

Q3. マッチングアプリを使う一番の目的を教えてください。【単一選択】

選択肢	回答数	割合
すぐにでも結婚したい	81名	27.0%
将来を見据えて真剣に交際したい	138名	46.0%
まずは恋人を作りたい	81名	27.0%
合計	300名	100%

「将来を見据えて真剣に交際したい」が最多の138名(46.0%)を占め、「すぐにでも結婚したい」が81名(27.0%)、「まずは恋人を作りたい」が81名(27.0%)という結果になりました。

「すぐにでも結婚したい」と「将来を見据えて真剣に交際したい」を合計すると全体の73.0%が結婚を意識した利用目的を持っており、マッチングアプリが婚活の有力な手段として機能していることが裏付けられました。

最も注目すべきは、最多回答が「すぐにでも結婚したい(27.0%)」ではなく「将来を見据えて真剣に交際したい(46.0%)」であった点です。この差は今の時代の婚活観の変化を象徴しています。かつての見合い文化では「結婚」を直接的なゴールとして設定するのが一般的でしたが、現代の利用者は「良いパートナーと深く時間をかけて向き合い、その先に自然と結婚がある」というプロセス重視の姿勢を持つ傾向が強まっています。「すぐに結婚」という即時性を求めるのではなく、「真剣な交際」という過程の質を重視する意識が、この46.0%という最多回答に表れているといえます。

「まずは恋人を作りたい(27.0%)」という回答も、本調査の設定(真剣な利用者)の文脈で読めば、単純な軽さを意味するわけではありません。むしろ、結婚という大きな決断を下す前に「まず相性の良いパートナーと出会い、関係を育む中で将来を考えたい」という、リアリスティックな婚活観の表れと解釈できます。恋活から婚活へのグラデーションの中間に位置し、交際を通じて自然に結婚へと移行するルートを歩む可能性が高い層といえるでしょう。

調査結果4. 利用経験のあるアプリ — 一人当たり平均2.4アプリを経験

Q4. 現在・過去に使ったことがあるアプリを教えてください。【複数選択・最大3つまで／延べ回答数:728件】

選択肢	回答数	割合割合(回答者300名に対する比率)
-----	-----	---------------------

Pairs(ペアーズ)	162名	54.0%
with(ウィズ)	108名	36.0%
Omiai(オミアイ)	96名	32.0%
バチェラーデート	72名	24.0%
ブライダルネット	60名	20.0%
marrish(マリッシュ)	54名	18.0%
youbride(ユーブライド)	51名	17.0%
Couplink(カップリンク)	45名	15.0%
ゴージャス	42名	14.0%
Goens(ゴエンズ)	18名	6.0%
その他	20名	6.7%
合計(延べ)	728件	—

延べ回答数728件を300名で割ると一人当たり約2.4アプリを利用経験していることとなります。

これは「一つのアプリに絞って活動する」のではなく、複数のアプリを並行・順番に試しながら自分に合ったサービスを探す「アプリ掛け持ち行動」が真剣な利用者の間でも標準的であることを示しています。特に真剣な婚活・恋活ほど「チャンスを最大化したい」という心理が働くため、複数利用は必然的な行動パターンともいえます。

Pairs(ペアーズ)の54.0%という最多の利用率は、累計会員数2,500万人以上という規模の大きさと、10年以上の運営実績によって形成されたブランド信頼性の結果です。マッチングアプリを始めて使う際の「最初の選択肢」として名前が挙がるため、利用経験率が高くなるのは自然な流れといえます。

バチェラーデート(24.0%)やゴージャス(14.0%)という審査制・ハイクラス系アプリが一定の利用者を持つことは、本調査の回答者層に「質を最優先にしたい」という意識の高いユーザーが含まれていることを示しています。

marrish(18.0%)、youbride(17.0%)は婚活・再婚活に特化したアプリとして、より年齢層が高い層や離婚経験者にとっての有力な選択肢となっており、特定のライフステージにある利用者への確実なリーチを示しています。Goens(ゴエンズ)は50代以上を主対象とする条件から利用率は6.0%にとどまりましたが、対象年齢層内での認知度は確実に広がっています。

調査結果5. 本気度・真剣度が最も高いと感じたアプリ — Pairsが圧倒的首位

Q5. 本気度・真剣度が最も高いと感じたアプリはどれですか？【単一選択】

選択肢	回答数	割合
Pairs(ペアーズ)	108名	36.0%
with(ウィズ)	51名	17.0%
バチェラーデート	36名	12.0%
Omiai(オミアイ)	33名	11.0%
ブライダルネット	27名	9.0%
marrish(マリッシュ)	15名	5.0%

youbride(ユーブライド)	12名	4.0%
ゴージャス	9名	3.0%
Couplink(カップリンク)	6名	2.0%
Goens(ゴエンズ)	3名	1.0%
その他	0名	0.0%
合計	300名	100%

調査結果4の利用経験率ランキングと本設問の真剣度評価ランキングを比較すると、非常に興味深い構造が浮かび上がります。

利用経験ではPairs・with・Omiaiの順位が上位3アプリとして支持を集める中で、真剣度の評価においてPairs(36.0%)がwith(17.0%)・Omiai(11.0%)を大きく引き離している点は注目に値します。

これは単純な会員数の多さだけでなく、利用者が「Pairsには本気で出会いを求めている人が多い」と体感的に感じていることを意味します。

Pairsが最も高い評価を集めた背景には複数の構造的要因があります。国内最大の会員数(2,500万人超)が生み出す「確率の優位性」、厳格な本人確認体制と24時間365日の監視体制による安心感、そして長年の運営を通じて積み上げられた「Pairs＝真剣な出会いの場」というブランドイメージそのものが、真剣なユーザーを呼び込む正の循環を作り出しています。

バチエラデート(12.0%)は利用経験率(24.0%)に対して高い真剣度評価を受けており、利用経験者の約半数が「最も真剣度が高い」と感じている計算になります。完全審査制というハードルが確実に機能しており、「ここにいる人は全員本気」という共通認識が心理的安全性の高いコミュニティを生み出しています。

ブライダルネット(9.0%)の評価を語るうえで欠かせないのが、男女同額課金という料金設計の意味です。多くのアプリでは女性無料または低額という設定を採用しており、「コストを払っていない＝本気度が不明瞭」という状況を生みやすいという課題があります。男女同一料金を設定することで「お金を払って使っている＝真剣に婚活している証明」という構造を明確にしており、この設計が真剣な利用者からの高い支持につながっています。

with(ウィズ)が2位(17.0%)の評価を得ていることは、内面重視・価値観マッチングというコンセプトが真剣な利用者に支持されていることを示しています。性格診断や価値観テストを通じて相性の深い部分でのマッチングを提案する仕組みは、「外見だけで決めたくない、本当に合う人と出会いたい」という真剣な利用者の本質的なニーズと合致しています。

調査結果6. 相手の本気度を見極めるために重視した点

Q6. 相手の本気度を見極めるために重視した点を教えてください。【複数選択・最大3つまで／延べ回答数:726件】

選択肢	回答数	割合(回答者300名に対する比率)
プロフィールの記載が詳細かどうか	183名	61.0%
メッセージの返信頻度・内容の誠実さ	171名	57.0%
結婚や将来の話を自然にできるかどうか	153名	51.0%
年収証明書や独身証明書の提出の有無	138名	46.0%
早期に会う約束をしたがるかどうか	81名	27.0%
合計(延べ)	726件	—

延べ726件を300名で割ると一人当たり約2.4項目を選んでいる計算になります。利用者が単一の指標だけで相手を判断するのではなく、複数のシグナルを組み合わせることで総合的に本気度を見極めようとしており、マッチングアプリ利用者の判断が相当に洗練されてきていることが示されています。

「プロフィールの記載が詳細かどうか(61.0%)」が最多となった理由は、プロフィールがオンライン空間における「最初の自己紹介」であり、そこに労力をかけるかどうかは本人の真剣さを如実に示すからです。自己紹介文の文字数、価値観に関する記載の深さ、写真の枚数と質、趣味や将来像の具体性など、プロフィールには本人の婚活・恋活への向き合い方がそのまま表れます。

「メッセージの返信頻度・内容の誠実さ(57.0%)」が2位となったことは、マッチング後のコミュニケーションの質が本気度評価の核心であることを示しています。裏を返せば、丁寧に誠実なメッセージを継続することが、相手に対して自分の本気度を伝える最も有効な手段の一つです。

「結婚や将来の話を自然にできるかどうか(51.0%)」という判断軸が半数を超えた点も重要です。ここでのポイントは「自然に」という修飾語です。初対面からいきなり結婚の条件を列挙するのは圧迫感を生みますが、会話の流れの中で自然と将来像や家族観が語られる場合、それは本人の人生設計の中に結婚が有機的に組み込まれている証として受け取られます。

「年収証明書や独身証明書の提出の有無(46.0%)」という書類重視の視点が約半数に支持されていることは、マッチングアプリ特有の「情報の非対称性」への対策行動として理解できます。証明書の提出はリスクを公式に低減する手段であり、提出している相手を「コストをかけて誠実さを証明しようとしている人物」として評価することは合理的な判断です。

「早期に会う約束をしたがるかどうか(27.0%)」が最も低い支持率にとどまったことは二重の読み方ができます。一方では、この行動を「警戒すべきサイン」として見る利用者が27.0%いるという読み方です。マッチング直後に急いでリアルな出会いを求める行動は、業

者や不誠実な相手のパターンと重なる部分があるため注意のサインとして認識されています。他方、残りの73.0%はこれを重視しておらず、「早く会いたい＝熱意の表れ」として肯定的に解釈したり、そもそも会うタイミングよりも他の指標を優先したりする利用者が多数派であることも示しています。

調査結果7. 真剣な出会いの成果 — 真剣な利用者の60%が何らかの成果を実感

Q7. アプリで真剣な出会いはできましたか？【単一選択】

選択肢	回答数	割合
できた(現在交際中・結婚した)	87名	29.0%
できた(交際には至らなかったが真剣な出会いがあった)	93名	31.0%
まだ出会えていないが継続中	81名	27.0%
真剣な出会いは難しいと感じてやめた	39名	13.0%
合計	300名	100%

何らかの形で真剣な出会いを経験した人は合計60.0%に達し、「まだ出会えていないが継続中」の27.0%を加えると、87.0%がマッチングアプリに対してポジティブな評価を保持しつつ活動中または活動してきたこととなります。「真剣な出会いは難しいと感じてやめた」は全体の13.0%にとどまりました。

「現在交際中・結婚した(29.0%)」という最も明確な成果を出した層は約3人に1人という計算です。この層に共通するのは、調査結果6で見たような本気度の見極め行動を丁寧に実践し、かつ自分自身のプロフィールや行動においても真剣さを相手に伝えることができた利用者であると推察されます。

「交際には至らなかったが真剣な出会いがあった(31.0%)」という層が31.0%という高い比率で回答したことは重要な示唆を含んでいます。真剣な出会いの「成果」は、交際・結婚の成立だけで測れるものではありません。真剣な気持ちで相手と向き合った経験は、自己理解の深化、求める相手像の精緻化、コミュニケーション能力の向上という形で次の出会いへの資産となります。

「まだ出会えていないが継続中(27.0%)」の存在は、婚活・恋活が短距離走ではなく中長距離走であることを示しています。継続中の27.0%の中には、数ヶ月後には交際・結婚に至る人が多数含まれている可能性が高く、「現時点での成果なし」がそのまま「最終的な成果なし」を意味するわけではありません。

総括 — 本気度の高いマッチングアプリを選ぶために必要な視点

本調査の結果を総括すると、以下の3点が明らかになりました。

第一に、マッチングアプリは真剣な恋活・婚活の手段として確実に機能しているということです。真剣な利用者に限定した本調査において、60.0%が何らかの形で真剣な出会いを経験しており、こども家庭庁の調査でも既婚者の25.1%がマッチングアプリで配偶者と出会っているというデータと合わせると、アプリを通じた真剣な出会いは決して例外的な出来事ではなく、現代の出会いの主流ルートの一つとなっていることが裏付けられました。

第二に、本気度の高いアプリを選ぶことが成果に直結するということです。本調査でユーザーから最も高い本気度評価を受けたのはPairs(ペアーズ)(36.0%)であり、次いでwith(ウィズ)(17.0%)、バチェラーデート(12.0%)と続きました。会員数の多さ、審査制の有無、料金設計の男女対称性など、アプリの仕組み自体が「真剣なユーザーを呼び込む構造を持っているかどうか」が、出会いの質を左右する大きな要因となっています。

第三に、相手の本気度を見極めるためのリテラシーを持つことが重要だということです。真剣な利用者は「プロフィールの詳細さ」「メッセージの誠実さ」「将来の話を自然にできるか」「証明書の提出の有無」という複数のシグナルを組み合わせて相手の本気度を判断しており、単一の指標に頼らない複眼的な判断力が成功につながっています。

マッチングアプリの選択と利用方法の質が、真剣な出会いの成否を分ける時代となっています。本調査が、真剣な出会いを求めるすべての方にとって、より良いアプリ選びと活動の指針となれば幸いです。

※本調査はインターネット調査による自己申告データをもとに集計しています。また、「真剣な恋活・婚活目的」と回答した利用者を対象としているため、マッチングアプリ利用者全体を代表するものではありません。