

調査主体：THE SINGLE編集部

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

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%

真剣な恋活・婚活目的の利用者における性別分布は、男性が52.0%、女性が48.0%とほぼ均等な結果となりました。

この結果が持つ意味は、数字の見かけ以上に深いものがあります。マッチングアプリの利用者構成について言えば、一般的なデータでは男性比率が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は広く知られた傾向です。これはマッチングア

プリのビジネスモデルが「男性有料・女性無料」または「男性高額・女性低額」という料金設計に依拠している場合が多く、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たためです。

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、男女比がほぼ拮抗しています。これは非常に示唆に富んだ結果です。すなわち、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るのです。

この背景には、社会における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＝恥ずかしいこと」という旧来のスティグマの解消が挙げられます。

こども家庭庁の調査によれば、既婚者が配偶者と出会ったきっかけの第1位はマッチングアプリ(25%)であり、もはやアプリ婚は特別なことではなく「普通の出会い方」として社会に定着しつつあります。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。

本調査の男女均等な分布は、調査の質そのものを担保する重要な要素でもあります。男女双方の視点が均等に反映されることで、後続の設問における「本気度の見極め方」や「成果の実感」に関するデータも、一方の性に偏ったバイアスなく解釈できる状態になっています。

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歳で30.0%、次いで25～29歳が27.0%と、20代後半から30代前半が全体の57.0%を占めました。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。

この年齢分布を読み解くうえで重要なのは、「真剣な婚活・恋活」という条件設定が年齢層の構成に直接影響している点です。一般的なマッチングアプリの年齢構成では20代前半の利用者が多くを占める傾向がありますが、本調査では18～24歳は12.0%にとどまっています。これは、若年層は「気軽な出会い」や「友達作り」を目的とした利用が多く、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を反映していると解釈できます。

30～34歳が最多層(30.0%)となっていることには、社会的・心理的な背景があります。この年代は多くの人にとって、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す。友人や同僚の結婚ラッシュを目の当たりにする機会も増え、「そろそろ自分も」という焦りと前向きな意欲が混在するタイミングでもあります。30代前半という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いえます。

25～29歳(27.0%)は、まだ余裕をもって婚活・恋活に取り組める年代でありながら、将来を見据えて早めに動き出しているアーリーアクション層です。この層が全体の約4分の1強を占めていることは、「焦りではなく戦略として」マッチングアプリに向き合う若年層が着実に増えていることを示しています。

35～39歳(19.0%)と40歳以上(12.0%)を合わせた31.0%という数値も見逃せません。かつてはマッチングアプリに対して「若者のツール」というイメージが強かったのに対し、現在では30代後半以降の利用者が全体の3割を占めています。アプリ側も年齢層別・目的別に特化したサービスを展開しており(marrish・youbride・Goensなど)、中高年層のニーズを丁寧に拾い上げる環境が整備されてきたことが、この層の積極的な利用につながっていると考えられます。

年齢層の分布全体を俯瞰すると、20代後半から30代という「ライフステージの転換点」にいる人々が真剣な活動の主軸を担いつつ、より幅広い年代へと裾野が広がっているという構図が見えてきます。これはマッチングアプリが単なる若者文化から、全年代が利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す一つの証拠といえるでしょう。

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46.0%を占め、「すぐにでも結婚したい」の27.0%と合わせると、全体の73.0%が結婚を意識した利用目的を持っていることがわかりました。「まずは恋人を作りたい」も27.0%と一定数おり、恋活から婚活への移行を視野に入れた層も存在します。

この3択の回答分布が示すのは、マッチングアプリ利用者の中にある「真剣度のグラデーション」です。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%)」であったという点です。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＝目的の最終ゴール」として直接的に設定するのが一般的でしたが、現代の若中年層は「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。

「すぐにでも結婚したい(27.0%)」層は、年齢的・環境的な切迫感から明確なゴール設定を持つ即戦力型の利用者です。この層はプロフィールに独身証明書・年収証明書を提示したり、マリッシュやブライダルネットなど婚活特化型アプリを選んだりする傾向が強く、相手への要求水準も具体的で高い場合が多いとされます。一方で、「焦りが透けて見える」ことで相手に圧力を与えてしまうリスクもあり、アプローチの丁寧さが成否を分ける層でもありません。

「まずは恋人を作りたい(27.0%)」という回答は、本調査の設定(真剣な利用者)との文脈で読めば、単純な軽さを意味してい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、ある意味で最もリアリスティックな婚活観の表れと解釈できます。この層は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です。

総じて、回答者全体の73.0%が結婚を意識した目的を持ちながら、その中の大多数が「段階的・プロセス重視型」の婚活姿勢を持っていることは、現代のマッチングアプリ利用における重要なインサイトです。アプリ運営者・サービス設計者の観点からも、この層が求めているのは「出会いの量」よりも「質の高い交際プロセスをサポートする機能」という示唆が読み取れます。

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(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	—
--------	------	---

利用経験があるアプリとして最も多く挙げられたのはPairs(ペアーズ)で、回答者の54.0%が利用経験ありと回答しました。続いてwith(ウィズ)が36.0%、Omiai(オミアイ)が32.0%と、国内大手3アプリへの集中が顕著です。審査制のバチェラーデートやゴージャスも一定の利用実績があり、ハイクラス志向の利用者層が一定数いることも確認されました。Goens(ゴエンズ)は50代以上限定という条件から利用率は6.0%にとどまりました。

まず注目すべきは、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になる点です。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%という圧倒的な利用率は、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」として真っ先に名前が挙がるため、利用経験率が高くなるのは自然な流れといえます。一方で、「利用経験がある」と「継続して使っている」は別問題であり、Q5の真剣度評価ではPairsが引き続きトップを維持しているものの、with・Omiaiとの差はやや縮まっており、用途に応じたアプリ分散の兆候も見られます。

with(ウィズ)の36.0%は、同アプリが持つ「性格診断・価値観マッチング」という独自の切り口が、真剣な利用者の関心を引きつけていることを示唆します。外見や年収だけでなく、内面的な相性を重視したマッチング設計は、「将来を見据えた真剣交際」を目指す層(Q3で最多の46.0%)との親和性が高いといえます。

Omiai(オミアイ)の32.0%も同様に、会員数1,000万人以上という規模と「婚活寄り」のイメージが安定した利用率を支えています。Pairsと比較してOmiaiは「真剣に結婚相手を探すなら」という文脈で語られることが多く、同アプリを選ぶユーザーには最初から婚活意識が明確な傾向があります。

バチェラーデート(24.0%)とゴージャス(14.0%)という審査制・ハイクラス系アプリが合計で相当数の利用経験者を持つことは、本調査の回答者層に一定数の「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。バチェラーデートは医師・士業・上場企業社員などが男性会員の中心であり、男女双方に審査があることで会員の質と真剣度が維持される仕組みが評価されています。

marrish(マリッシュ)の18.0%、youbride(ユーブライド)の17.0%は、いずれも婚活・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アプローチする特化型サービスです。これらの利用率は全体から見れば中程度ですが、特定のライフステージや状況にある利用者にとっては最有力の選択肢となっており、ニッチな層への確実なリーチを示しています。

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%
Couplink(カップリンク)	6名	2.0%
ゴージャス	9名	3.0%
Goens(ゴエンズ)	3名	1.0%
その他	0名	0.0%
合計	300名	100%

本気度・真剣度が最も高いアプリとしてPairs(ペアーズ)が36.0%と最多の支持を集めました。with(ウィズ)が17.0%、バチェラーデートが12.0%と続き、審査制や内面重視の仕組みを持つアプリへの評価が高い傾向が見受けられました。ブライダルネットは男女同額課金という特性から、真剣度の証明として機能していることがうかがえます。

Q4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見えてきます。Q4ではPairs・with・Omiaiの利用率がほぼ同順でしたが、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が真剣度1位を獲得している背景には、複数の構造的要因があります。第一に、国内最大の会員数(2,500万人超)が生み出す「確率の優位性」です。母数が大きいくほど、真剣なユーザーの絶対数も必然的に多くなり、出会える可能性が高まります。第二に、厳格な本人確認体制と24時間365日の監視体制が、なりすましや業者アカウントの排除に機能し

ており、安心感につながっています。第三に、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%)が利用率(24.0%)に対して高い真剣度評価を受けていることは特筆すべき点です。利用経験者の約半数が「最も真剣度が高い」と感じているという計算になり、完全審査制というハードルが確実に機能していることを裏付けています。審査を通過した会員のみが利用できるという仕組みは、「ここにいる人は全員本気」という共通認識を形成し、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。多くのマッチング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、これは集客上の戦略としては理にかなっていませんが、「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もあります。ブライダルネットは男女ともに月額3,980円～の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います。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るのです。

with(ウィズ)が17.0%という2位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。見た目や年収だけでなく、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。

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	—

相手の本気度を見極める際に最も重視されたのは「プロフィールの記載が詳細かどうか」で61.0%に達しました。次いで「メッセージの返信頻度・内容の誠実さ」が57.0%、「結婚や将来の話を自然にできるかどうか」が51.0%と続きます。「年収証明書や独身証明書の提出の有無」も46.0%と高く、一方「早期に会う約束をしたがるかどうか」は27.0%にとどまりました。

延べ726件÷300名＝一人当たり約2.4項目を選んでいる計算になります。これは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いることを示しており、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を示唆します。

「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。プロフィールを充実させるためには時間と思考の投資が必要

であり、逆にプロフィールが薄い・雑である場合は「とりあえず登録した」「気軽に使っている」という姿勢の表れと受け取られます。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。返信が遅い、内容が毎回短く表面的、質問への回答が曖昧、自分のことばかり話して相手への関心を示さない——こうした行動パターンはアプリ内でのやり取りの段階から察知できることであり、経験豊富な利用者ほどこのシグナルを鋭敏に読み取ります。裏を返せば、「丁寧で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あるといえます。

「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は非常に重要です。「自然に」という修飾語がポイントです。単に将来の話をするかどうかではなく、「自然に」語れるかどうかを問われています。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であり、真剣な意図の確かなサイン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。実際、多くのアプリでは年収・婚歴・職業などは完全な自己申告であり、虚偽記載のリスクがゼロではありません。証明書の提出は、その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(27.0%)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一定数(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会いを求め行動は、真剣な関係を求めているというよりも「写真で気に入った相手に素早くアクセス

したい」という表面的な動機、あるいは悪意ある業者・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%はこれを重視していないわけで、「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。この項目はユーザーによる解釈が最も分かれるシグナルであるといえます。

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%

「できた(現在交際中・結婚した)」が29.0%、「交際には至らなかったが真剣な出会いがあった」が31.0%で、何らかの形で真剣な出会いを経験した人は合計60.0%に達しました。「まだ出会えていないが継続中」も27.0%おり、「真剣な出会いは難しいと感じてやめた」は13.0%にとどまりました。

この設問の結果は、本調査全体を通じて最も重要な「成果指標」として機能しています。60.0%という数値の意味を正確に理解するためには、まず本調査の母集団が「真剣な利用者」に限定されている」という前提を再確認する必要があります。マッチングアプリ利用者

全体に聞いた場合の成果率よりも、真剣な利用者に絞ることで成果率が高くなることは予想の範囲内ですが、それでも60.0%という数値は、「真剣に取り組めばマッチングアプリは機能する手段である」という説得力ある証拠として提示できます。

「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、おそらくQ6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す。また、Q2で最多だった30～34歳層がこの成果層の中心にいる可能性が高く、ライフステージの切迫感と行動力の掛け合わせが成果につながっていると推察されます。

「交際には至らなかったが真剣な出会いがあった(31.0%)」という層も、交際成立と並ぶ31.0%という高い比率で最多回答となっていることは、マッチングアプリの「成果」を単に交際・結婚の成立だけで測ることへの問題提起を含んでいます。真剣な気持ちで相手と向き合った経験は、たとえ関係が発展しなかったとしても、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になります。この層は「良い経験を経て引き続き活動中」というプロセス重視型の前向きな婚活者であることが多いと考えられます。

「まだ出会えていないが継続中(27.0%)」の27.0%という存在は、マッチングアプリの成果が「時間軸によって変わる」ことを示しています。婚活・恋活は短距離走ではなく中長距離走であり、成婚者の平均活動期間は約10ヶ月というデータもあります。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。この層の存在は、焦らず継続することの重要性を示す根拠となります。

「真剣な出会いは難しいと感じてやめた(13.0%)」が全体の13.0%にとどまった事実は、否定的な結果として語られがちですが、見方を変えれば「真剣な利用者の87.0%は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」という強力なエビデンスでもあります。この層がやめた理由としては、適切なアプリの選択ミス、プロフィール・アプローチの方法論の不足、または単純に条件の折り合いがつかなかったなど様々な要因が

考えられますが、13.0%という低い離脱・否定率は、正しい使い方と継続的な努力がある限り、マッチングアプリは真剣な出会いの手段として機能し得るという本調査の中心的メッセージを力強く支えています。

データ内容	出典	URL
既婚者の出会いきっかけ1位:マッチングアプリ 25%	こども家庭庁「令和6年度 若者のライフデザインや出会いに関する意識調査」(2024年)	https://www.cfa.go.jp