

マッチングアプリの「いいね」や「メッセージ」に関するアンケート

調査概要

項目	内容
調査名	マッチングアプリの「いいね」や「メッセージ」に関するアンケート
調査主体	当サイト
調査対象	マッチングアプリの利用経験がある男女
調査期間	2026年3月10日～2026年3月17日
調査方法	インターネット調査(クラウドソーシングサイトを利用)
調査人数	300名
調査対象者 性別	男性150名、女性150名
調査対象者 年齢	18歳～40歳以上
調査対象者 地域	全国

※本調査は当サイト独自調査です。

アンケート調査結果

1. あなたの現在の年齢を教えてください。

選択肢	回答数	割合(%)
18～24歳	66人	22%
25～29歳	99人	33%
30～34歳	72人	24%
35～39歳	39人	13%
40歳以上	24人	8%
合計	300人	100%

【解説】

20代後半(25～29歳)が全体の約3割を占め、次いで30代前半、18～24歳と続く結果になりました。

マッチングアプリのメインユーザー層である20代～30代前半で全体の約8割を構成しており、結婚を見据えた真剣な恋活・婚活期にある層がボリュームゾーンであることが読み取れます。

男女ともに幅広い年齢層に利用されていることが分かります。

2. マッチングアプリに許容できる月額料金は？

選択肢	回答数	割合(%)
無料のみ(課金しない)	114人	38%
~1,000円	36人	12%
1,001~2,000円	45人	15%
2,001~3,000円	66人	22%
3,001円以上	39人	13%
合計	300人	100%

【解説】

「無料のみ」が約4割を占めました。

これは女性が基本無料で利用できるアプリ(Pairsやwithなど)が主流であるため、女性回答者の多くがここに含まれていると推測されます。

一方で課金層を見ると、「2,001~3,000円」が22%と最も多く、男性の標準的な月額料金や、長期プランなどを組み合わせた現実的な予算感が反映された結果となっています。

3. 最もおすすめのマッチングアプリを1つ選んでください。

選択肢	回答数	割合(%)
-----	-----	-------

Pairs(ペアーズ)	108人	36%
With(ウィズ)	81人	27%
tapple(タップル)	57人	19%
Omiai	33人	11%
Dine	12人	4%
その他	9人	3%
合計	300人	100%

【解説】

国内最大級の会員数を誇る「Pairs(ペアーズ)」が36%で第1位となり、次いで内面重視の「With(ウィズ)」が27%で続く結果となりました。

記事のメインテーマであるWithも非常に高い支持を得ており、王道のPairsと並んで利用率が高いことが伺えます。

気軽な出会いを求める層には「tapple(タップル)」も一定の人気を集めています。

4. Withの「メッセージ付きいいね」の利用経験は？

選択肢	回答数	割合(%)
送ったことも貰ったこともある	96人	32%

貰ったことはあるが送ったことはない	87人	29%
送ったことはあるが貰ったことはない	54人	18%
利用したことがない・わからない	63人	21%
合計	300人	100%

【解説】

「送ったことも貰ったこともある」「貰ったことはある」を合わせると、全体の約6割がメッセージ付きいいねを受信した経験を持っています。

また、「送ったことがある」ユーザーも半数近くにのぼり、Withにおいてメッセージ付きいいねがアクティブに活用されている機能であることが実証されました。ライバルと差をつけるために有効な手段と言えます。

5. どんな相手にメッセージ付きいいねを送りたいですか？※複数選択

選択肢	回答数(票)	割合(%)
趣味や価値観が非常に合うと感じた人	175票	35%
プロフィール写真がとても好みの人	125票	25%
共通点が多く会話が弾みそうな人	110票	22%
どうしてもマッチングしたい本命の人	60票	12%

無料で送れるキャンペーンの時	30票	6%
合計	500票	100%

【解説】

「趣味や価値観が非常に合うと感じた人」が35%で最多となり、次いで「プロフィール写真がとても好みの人」が25%となりました。

Withの特性上、内面や共通点を重視するユーザーが多いため、価値観の一致をアピールしたい場面でこの機能が使われる傾向にあります。

外見だけでなく、中身の相性を確かめたいという真剣な利用者の心理が表れています。

6. 貰って最も嬉しかったメッセージ付きいいねの特徴は？

選択肢	回答数	割合(%)
共通の趣味や関心事に触れている	117人	39%
プロフィールを読んだことが伝わる	78人	26%
丁寧で誠実な挨拶や自己紹介	51人	17%
自分への共感や自然な褒め言葉	36人	12%
答えやすい質問が含まれている	18人	6%
合計	300人	100%

【解説】

「共通の趣味や関心事に触れている」が約4割を集めトップとなりました。

次点の「プロフィールを読んだことが伝わる」と合わせると、定型文ではなく「自分に向けてカスタマイズされた文章」に好感を持つ人が圧倒的に多いことが分かります。

メッセージ付きいいねを送る際は、相手のプロフィールをしっかりと読み込み、共通点に言及することがマッチング率向上の鍵です。

7. 逆に、最も印象が悪かったメッセージ付きいいねの特徴は？

選択肢	回答数	割合(%)
プロフィールを全く読んでいない	96人	32%
挨拶のみで内容がない	84人	28%
最初からタメ口で馴れ馴れしい態度	63人	21%
容姿ばかりを過剰に褒める内容	30人	10%
すぐにLINE交換や会おうと誘ってくる	27人	9%
合計	300人	100%

【解説】

最も印象が悪いのは「プロフィールを全く読んでいない」で32%、次いで「挨拶のみで内容がない」が28%となりました。

せっかくメッセージ付きいいねを送っても、誰にでも送れそうなコピー文章や短すぎる内容は、逆に誠実さを欠く印象を与えマイナス効果になります。