

【オールアバウト、シーマ共同調査】

「婚活アプリ利用男性の恋愛・結婚に関する意識調査」を発表

～結婚願望の強い人はアプリの利用者と非利用者とは2.5倍の差が～

～交際から結婚までの理想的な期間は“半年以内”が4人に1人～

～婚活アプリ利用者ほど婚約指輪を贈ってくれる可能性が高い傾向に～

総合情報サイト「All About」を運営する株式会社オールアバウト（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：江幡哲也）と、ブライダルジュエリー事業を主力としてティアラ・レンタルサービスなどを展開する株式会社シーマ（本社：東京都中央区、代表取締役会長兼社長 白石幸生）は、20代～30代の未婚男性のうち、スマートフォンを活用して婚活ができる“婚活アプリ”の利用者および非利用者、各600名を対象に、それぞれの“恋愛・結婚観”に関する意識調査を共同で実施いたしました。

調査結果のポイント

- 婚活アプリ利用者の方が、非利用者に比べて年収が高い。700万円以上が約5%。
- “すぐにでも結婚したい”と思っている結婚願望が強い人の含有率は、利用者と非利用者で2.5倍の差がある。
また交際から結婚までの理想的な期間も婚活アプリ利用者の方が短い傾向に。
- 婚活アプリ利用者ほど「周年記念」や「サプライズ」など、様々なシーンでプレゼントを贈りたいという意向が強い。
- 金額に関わらず「婚約指輪」を贈りたいと思っている人が婚活アプリ非利用者では5割を下回る一方、アプリ利用者については6割もいることが明らかに。

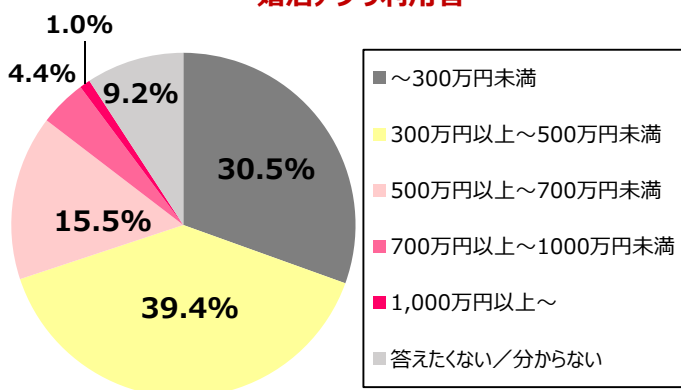
■ 調査概要

- ・ 調査期間：2015年5月7日（木）～5月17日（日）
- ・ 調査地域：婚活アプリ利用者は全国、非利用者は1都3県
- ・ 有効回答数：婚活アプリ利用者600件、婚活アプリ非利用者600件、計1,200件
- ・ 調査方法：インターネットリサーチ
- ・ 年代：20代600名（50.0%）、30代600名（50.0%）

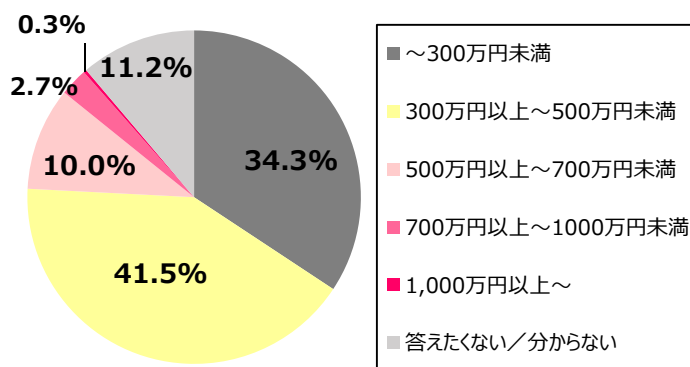
婚活アプリ利用者の方が、非利用者に比べて年収が高い。700万円以上も約5%。

現在、結婚・恋愛に向けて何らかの活動をしている20～30代の未婚男性のうち婚活アプリの利用者と非利用者各600名に対して、自身の恋愛・結婚観に関する意識調査を実施しました。まず、現在の年収について質問したところ、どちらも「300万円以上～500万未満」（アプリ利用者：39.4%、非利用者：41.5%）が最も多く、ついで「300万円未満」（アプリ利用者：30.5%、非利用者：34.3%）となりました。なお「500万円以上～700万未満」については、アプリ利用者の方が非利用者よりも5.5ポイント多く（15.5%）、「700万円以上」の高所得者も5.4%存在しました。（非利用者では3%）【グラフ1-i、ii】

【グラフ1-i】現在の年収（n=600）
婚活アプリ利用者



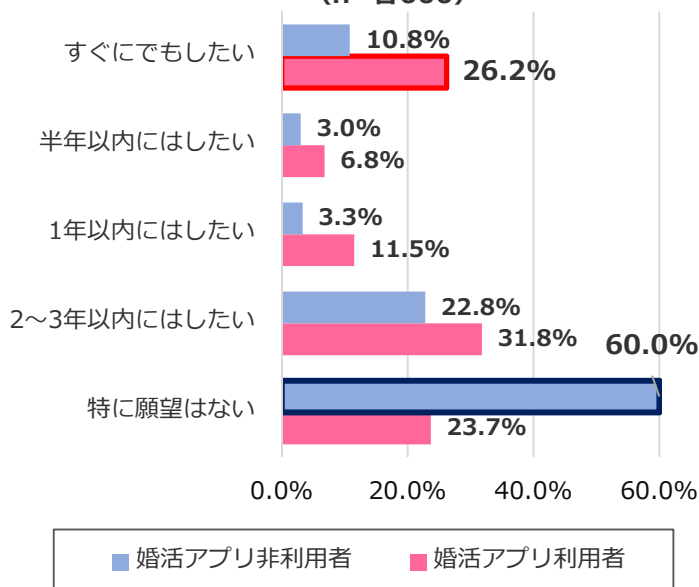
【グラフ1-ii】現在の年収（n=600）
婚活アプリ非利用者



“すぐにでも結婚したい”と思っている結婚願望が強い人の含有率は、利用者と非利用者で2.5倍の差がある。また交際から結婚までの理想的な期間も婚活アプリ利用者の方が短い傾向に。

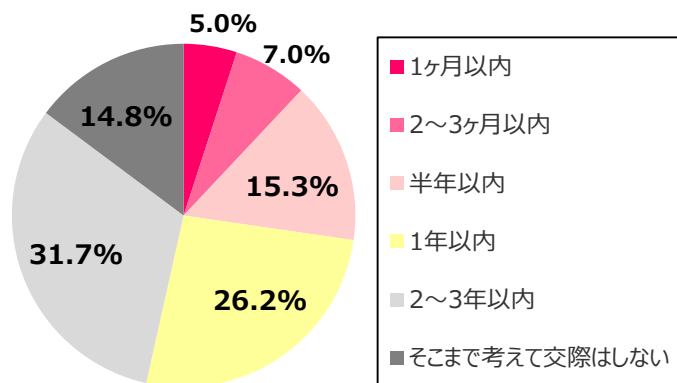
また、現在の結婚願望について尋ねたところ、「すぐにでもしたい」と回答したのがアプリの非利用者では10.8%にとどまる一方、アプリ利用者はその約2.5倍の26.2%という結果となりました。また、「特に結婚願望はない」と回答した人もアプリ利用者で23.7%、非利用者で60.0%となり、恋愛活動中といった同じ状況にいるにも関わらず、結婚願望の強弱に大きな差がでる結果となりました。【グラフ2】

【グラフ2】現在の結婚願望について（n=各600）

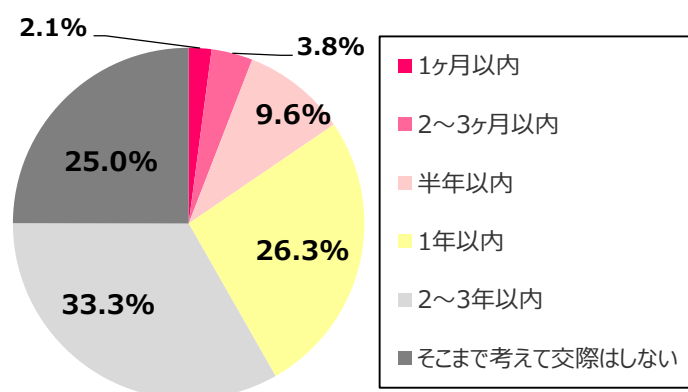


さらに結婚願望がある人を対象に、交際相手ができただけの場合、どのくらいの期間を経て結婚をしたいと思うかを尋ねたところ、「半年以内（1ヶ月以内、2～3ヶ月以内含む）」と回答した人はアプリ利用者で27.3%、非利用者では15.5%と、12ポイント以上も差が開く結果になり、また非利用者の4人に1人は「結婚までの期間を深く考えて交際はしない」（25.0%、アプリ利用者は14.8%）と回答しました。アプリ利用者の方が結婚という目標に対して、より明確に期限を設定して交際しようとしていると言えるでしょう。【グラフ3-i、ii】

【グラフ3-i】 交際から結婚までの理想的な期間（n=458） **婚活アプリ利用者**



【グラフ3-ii】 交際から結婚までの理想的な期間（n=240） **婚活アプリ非利用者**

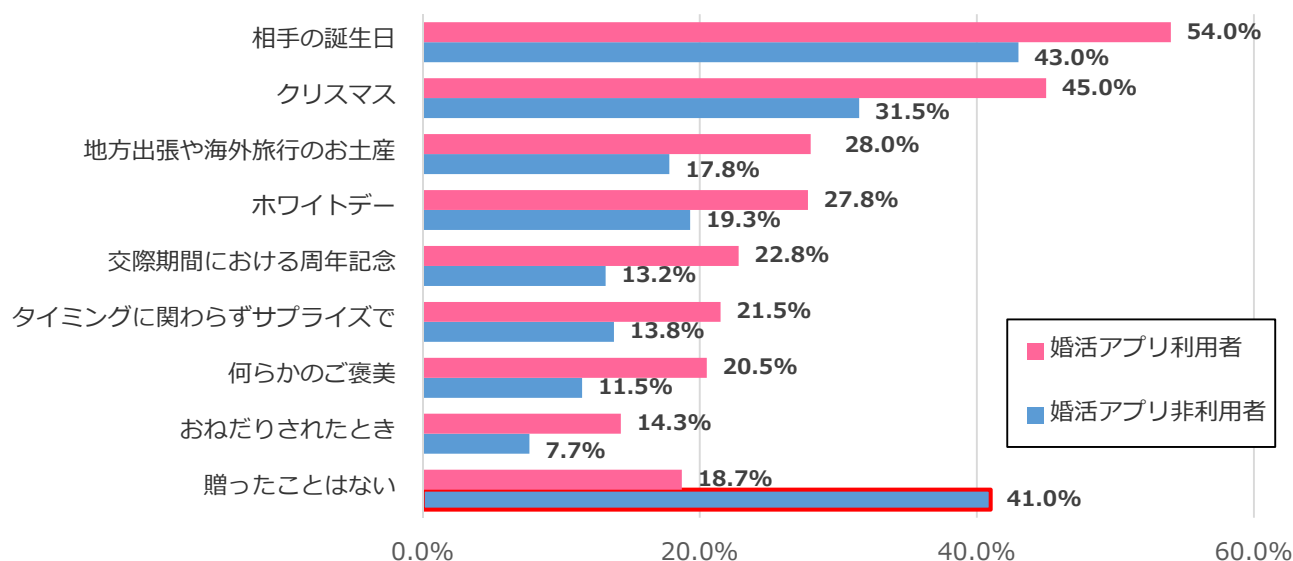


婚活アプリ利用者ほど「周年記念」や「サプライズ」など、様々なシーンでプレゼントを贈りたいという意向が強い。

過去の交際相手にどんなタイミングでプレゼントを贈ったことがあるか、また、今後交際する相手にどんなタイミングで贈りたいと思うかを尋ねたところ、ほぼ全てのタイミングやシーンにおいて、婚活アプリ利用者が非利用者を上回る結果になりました。

またアプリ非利用者については、そもそも交際相手にプレゼントを「贈ったことがない」という人が約4割も存在することが明らかになり、婚活アプリ利用者の方が、様々なシーンで交際相手にプレゼントを贈りたいといった意向が強いことが顕著に表れました。【グラフ4】

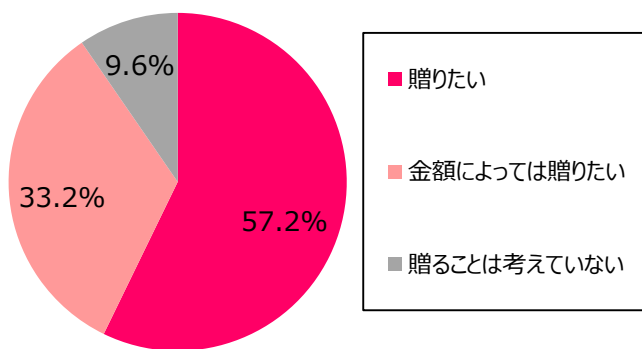
【グラフ4】 交際相手にプレゼントを贈るタイミング（n=各600）



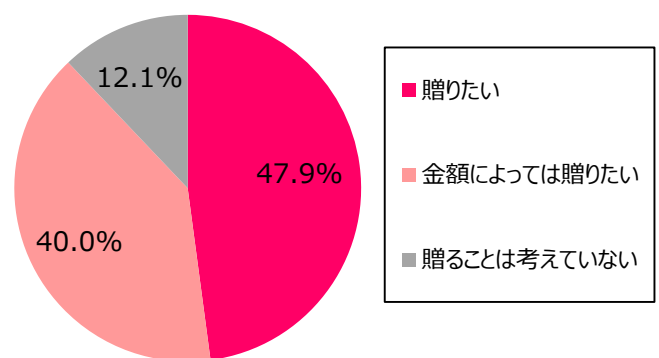
金額に関わらず「婚約指輪」を贈りたいと思っている人が婚活アプリ非利用者では5割を下回る一方、アプリ利用者については6割もいることが明らかに。

結婚を決めた相手に婚約指輪を贈りたいと思うか質問したところ、「贈りたい」と回答したのは婚活アプリ利用者では57.2%、非利用者では47.9%と、10ポイント近くアプリ利用者が上回りました。また、「金額によっては贈りたい」という婚約指輪に対する消極派については、婚活アプリ非利用者の方が7ポイント上回りました（40.0%、アプリ利用者は33.2%）。婚活アプリ利用者は、金額の大小に関わらず、婚約指輪を購入する意向が高いのが今回の調査から読み取れました。【グラフ5- i、 ii】

【グラフ5- i】結婚を決めた相手への婚約指輪を贈る意向（n=458）**婚活アプリ利用者**



【グラフ5- ii】結婚を決めた相手への婚約指輪を贈る意向（n=240）**婚活アプリ非利用者**



■ All About「恋愛」ガイド 相沢あい氏のコメント



男女の出会いは多様化してきています。定番の「友達の紹介」や「合コン」だけでなく、ここ10年くらいはSNSの定着もあってネットから出会うケースが増えてきました。なかでも注目すべきは「婚活アプリ」。SNSと連動したサービスや、スマホアプリとして位置情報を使うなど、間口が広がった分、利用者が増えてきています。

ネットの出会いサービスというと、いかがわしいイメージで敬遠する人も少なくありませんが、最近では大企業が運営する、信頼できるサービスも増えました。そこに登録するのは、周りに恋愛対象となる異性が少ない人や、多忙過ぎて新たな出会いを求める時間がない人など、結婚願望がありつつも出

会いがない人の登録も少なくありません。

婚活アプリを利用する人の方が非利用者よりも年収が高いという結果が出たのも、仕事が多忙過ぎて出会う機会がなく、婚活アプリを利用してでも出会いたいという強い結婚願望の表れで、実際に「すぐにも結婚したい」と思う人の含有率がアプリ利用者で非利用者で2.5倍という結果が出ています。

婚活アプリ利用者が周年記念やサプライズなど、交際相手へのプレゼントに前向きなのは、結婚を見据えたお付き合いをする人が多いからではないでしょうか。

プレゼントは愛の証。自分の感情を表現するのがあまり得意ではない日本人は、「言わなくてもわかる」と、愛を伝えることを疎かにしがちですが、言葉や形で示さないと「愛されていない」という不安に苛まれ、関係が冷え込むことすらあります。

中でも婚約指輪は、一生涯を共にしたいという誓いの証です。眺めるだけで幸福感をもたらしてくれるリングは、婚約中はもちろん、結婚後もフォーマルな場やデートなどでも大活躍してくれるのですが、婚活アプリ利用者の方が「贈りたい」と積極的なのは、結婚に前向きな分「幸福」や「愛」を具体的にイメージしているからかもしれませんね。

【相沢あい氏 プロフィール】

恋愛コラムニスト/コミュニケーションアドバイザー。早稲田大学人間科学部出身。高校生の時から執筆活動を開始。2004年にミスインターナショナル日本ファイナリスト選出を機に、芸能活動を始める。現在は、コラム執筆・インタビュー原稿作成などを行うライターや、広告やWEBの制作、レポーターとしても活動中。

■株式会社シーマ マーケティング担当のコメント

婚約指輪の購入者比は年々減少傾向にあり、20年前は結婚する4組中3組以上が購入していましたが、近年では2組に1組程度しか婚約指輪を贈っていないという調査結果も見られます。買わなかった理由を女性に聞くと「着ける頻度」や「相手への負担」まで様々ありますが、気になるのは「本当に要らないのか？」という女性の心理です。私は、「婚約指輪の価値を知らない」こと、また「欲しいのにもらえない」女性が多いこと、この2点がこの減少傾向を生んでいると考えています。

逆に婚約指輪を買った女性に「買ってもらって良かったか」という質問をするとほぼ100%の女性を買ってよかったと答えます。この質問に「後悔している」「もったいなかった」と答える人はほとんどいません。それは、女性は贈られた婚約指輪を目にする度に男性からの愛情を感じ、贈った男性は幸せそうな女性を見て喜びを覚える。そういった実際の経験が指輪に価値を与えているからでしょう。

また、最近では婚約指輪を贈る人が減ったことで、逆に婚約指輪を贈る「価値」が上がっているという現象があります。たとえば、贈られた女性が婚約指輪を職場につけて行くと、同僚は羨ましがり、また贈った男性のことも褒めてくれるそうです。さらにエンゲージリングをもらえなかった女性がそのことを強く意識してしまうタイミングは、「友人の結婚式」だそうです。列席者の友人の手を見れば、「もらった人」「もらえなかった人」が一目瞭然になるからです。

昔「給料3ヶ月分」という有名なコピーがあったことで、婚約指輪は高価なものという印象があるのかもしれません。しかし近年の平均額は「給料1か月分」程度であり、専門店なら10万円台から探すことも出来ます。また、弊社ではプロポーズのためにエンゲージを選ぶ多くの男性から「彼女の指のサイズやデザインの好みがわからない」という不安の声を受けて、指輪のサイズが調整でき後からデザインを選べる「プロポーズ専用リング（スマイルプロポーズリング：http://www.diamond-shiraishi.jp/brand/smile_propose.php）」という男性の不安を解消する商品もご用意しています。また、プロポーズする男性のためのお役立ち情報サイトとして、スマイルプロポーズ（<http://www.propose-support.com/>）を6月9日にリニューアルしています。

エンゲージリングを考えるとときに何より大切なのは、男性が「贈ってあげたい」のか「贈りたくない」のか、女性にとっては「贈りたい」のか「贈られたくない」のか。市場動向や統計には関係ない、おふたりの気持ちや思いやりが最も重要です。時代が変わっても贈る側の決意や贈られる側の幸せは今でも変わりません。

婚活アプリ利用者が非利用者よりも「婚約指輪を贈りたい」と思っている比率が高いのは、そういった不変の価値を強く持っている人が多いためではないでしょうか。

「婚約」は将来における結婚を約束することですが、法的手続きはありません。その不明瞭な約束を「形」に残すものが「婚約記念品」です。中でも婚約指輪が人気なのは、永遠に変わらない輝きをはなつダイヤモンドが「男性の女性に対する永遠の愛」を表すからこそだと思っています。

■オールアバウトについて URL : <http://corp.allabout.co.jp/>

大日本印刷株式会社を大株主とする株式会社オールアバウトが運営するAll Aboutは、約1,300のテーマごとに、専門の知識や経験を持った人＝「ガイド」が、その分野に関する情報を提供する総合情報サイトです。2001年2月15日のサイトオープン以来、順調にユーザ数を伸ばし、月間総利用者数は約3,360万人（2015年1月実績、スマートフォン、モバイル含む）となっています。独自記事の展開を中心にシステムだけでは到達しない満足度へ“人”が編集・ナビゲートするサービスです。

本件に関する報道機関からのお問い合わせ先：

株式会社オールアバウト 広報担当：柏原
TEL：03-6362-1309 FAX：03-6682-4229
E-mail：pr@staff.allabout.co.jp

株式会社シーマ 広報担当：福田
TEL：03-3567-8093
E-mail：s.fukuda@cima-ir.jp