



The Future of Dating ²⁰₂₃



デーティングルネッサンス 到来！「自分らしさ」が ポイントに

オンラインデーティングは、若者が新しいつながりを作る上で最も人気の方法となりました。最近の調査によると、30歳未満の人の大多数がマッチングアプリを利用しているだけでなく、半数以上（55%）の人がTinderで出会った人と真剣な交際をしたことがあり、37%の人がそのような人を知っていると答えました(1)。マッチングアプリがデーティングの世界に足を踏み入れる多くの若者にとって確かな足がかりとなる中、Tinderは18歳から25歳の人の中で最も多くダウンロードされたマッチングアプリとして、際立った存在感を放っています。Tinderが世界中で5億3000万回ダウンロードされ、750億以上のマッチを生み出してきたという事実は、それが無限の可能性を人々に開き、人間の欲求を満たしていることの確かな証だと言えるでしょう。

最後に私たちが若者のデーティングトレンドについてレポートを発表したのはパンデミックの渦中にあった2年前であり、それから人々の生活は変化しました。Tinderのメンバーは現在自分たちをどう捉え、またその姿勢によって、進化し続ける恋愛と人間の関係性の認識にどのような影響を与えているのか。こうしたことをよりよく理解するために、私たちは当社のリレーションシップインサイトの専門家であるPaul C. Brunson氏の協力のもと、デーティングの未来についての今日における展望をお届けします。

55%

マッチングアプリユーザーのうち
Tinderで知り合った誰かと
真剣交際をしたことがある人



若者たちが示すデー ティング成功の鍵は 「自分らしさ」

Tinderが生まれた時、18歳から25歳だった人々は、アプリの黄金時代に居合わせた「ミレニアル世代」です。しかし当時、オンラインデーティングのウェブサイトは複雑で、今に比べると直感的に操作することが難しいものでした。Tinderは、パーティや学校のキャンパス、あるいは街中で誰かにアプローチする時に覚える不安や奮い立たせなければいけない勇気を、「右スワイプ(LIKE)」という簡単な操作で解消し、新しいつながりを作る方法を短期間で一変させました。自分の交友関係の外にいる人と出会うことが、驚くほど簡単に、楽しくできるようになったのです。

ところが、ミレニアル世代が歳を重ね、Z世代(現在18歳から25歳の人)が表舞台に立ち、興味深いことが起こりました。インターネット上の世界に慣れ親しんでいるデジタルネイティブのZ世代は、完璧に作り込まれたプロフィールや、強力なフィルターで見栄えを良くした写真を必要としなかったばかりでなく、かつてされていたようなデートでの駆け引きにも関心を寄せなかったのです。ミレニアル世代を対象に実施されたアンケートでは、その半数以上が、今の18歳から25歳の世代は、自分がその年齢だった頃よりもより健全なデートをしていると回答しました。事実、33歳から38歳の人の4人に3人(73%)は、自分たちが18歳から25歳の時は、わざとそっけなくしたり、曖昧な態度を取ったり、複数の人と遊んだりする駆け引きは、「普通」のこととして受け入れられていた、と答えています(2)。

しかしZ世代は、より正直でオープンであること、またメンタルヘルスを優先することを大切にしており、恋愛における振る舞いの許容範囲も、新たに変化しています。こうしたことが背景となり、社会では今、デーティング・ルネッサンスが起こっています。そしてそれをリードしているのは、他ならぬZ世代なのです。

現在Tinderメンバーの50%以上を占める18歳から25歳の世代は、「自分らしさ」を求めています。この世代は、それ以前の世代に比べてより明確に自己を認識しており、ジェンダーやセクシュアリティ、デーティングに対する見方もオープンかつ流動的です。現代の若者は、恋愛の様相を変えています。彼らは人生設計やアメリカンドリームといった紋切り型の目標には目もくれず、伝統的な社会の枠組みに適應しなければいけないというプレッシャーを自らに科すこともありません。彼らはデーティングに対して重圧が少ないアプローチを取っており、それによって有意義かつ多様な恋愛関係の全く新しい世界を開拓したのです。

そんなZ世代にとって、Tinderは可能性にあふれた場所となりました。一つ誰かとの出会いがアプリでの数回のメッセージのやり取りに終わる場合や、一日、一晩、さらには一生に及ぶ場合でも、若者は従来の意味での「真剣な交際」をあまり重視しなくなりました。この世代の「真剣な交際」は、モノガミーからオープン・リレーションシップ、そしてシチュエーションシップまで、さまざまな形式を取ります。ミレニアル世代の間では一夜限りの関係として位置付けてられていた「遊びの関係」も、Z世代にとってはデートの過程の単なる一部であり、レッテル貼りのプレッシャーに煩わされずに人とのつながりを探っていく一つの方法であり、恥ずかしがったり周りに隠さなければいけないようなものではありません。

それでも、今の若者が従来の意味での「遊びの関係」よりも有意義なつながりを求めていることは明らかです。例えば、「恋人がほしい」という目的はTinderで最も人気のある出会いの目的となっており、これを表明する機能「今、求めるものは…」を使って自分の意志を表明しているメンバーの40%に選ばれています。一方で「暇つぶし」を選んでいる人は最も少なく、本機能を利用している世界中のメンバーの13%に過ぎません(3)。

とはいえ最近の調査では、大多数(75%)の若者が、自分の世代は過去の世代から伝えられてきたデートや恋愛の常識を揺るがしていると答えています(4)。結婚というトピックをとっても、ミレニアル世代が18歳から25歳だった時は短期または長期的な目標における優先順位で4位となっていたのに対し、現在の18歳から25歳の世代に対するアンケートでは10位に下がっています(2)(4)。事実、調査に応じたZ世代の69%は、デートや恋愛の常識は現代のより多様な社会に合うよう刷新される必要があり、さらにそれを行うのは自分たちの世代であると答えています(4)。

単刀直入に言えば、誰かと知り合うデート能力を備え、また楽しんでいるのは、自分のことを最も大切にしているZ世代なのです。彼らは目的意識や透明性といった性質を重視し、自己愛や自分自身が満足することを第一に考えています。18歳から25歳の人々の80%がセルフケアを最優先事項として挙げ、79%がセルフケアに取り組むパートナーを望んでいることは偶然ではありません(1)。

彼らが世界をより開けた視点から見るために、過去の常識を拒むことで、デートや恋愛の未来は変わっていくでしょう。それでは、もっと詳しく見ていきましょう。

75%

最近の調査では75%の若者が「自分の世代は、過去の世代から伝えられてきたデートや恋愛の常識を揺るがしている」と回答



1. 「不完全な自分」を 認めて自由に

インターネット、特にTikTokがZ世代に大きな影響を与えたものとして、自分の不完全な部分を受け入れることが、彼らが最も重んじている「自分らしさ」という価値観において尊い目標になったことが挙げられます。若者の64%は、自分らしくあるためであれば、恥ずかしい、または気まずい状況も受け入れられると答えています。恋愛という観点で見れば、それは相手の愛情表現を理解し、また自分自身の愛情表現に自信を持つことを意味します。例えば、Tinderメンバーを対象に実施したアンケートでは、82%の人が関係を深める前にマッチ相手の「愛情表現」を知ることが重要だと答えており(5)、Tinderの自己紹介における「愛情表現」への言及は前年比で50%増加しています(6)。そして実際に、72%以上のメンバーが自分の出会いの目的に対して率直な人を求めていると回答しました(5)。この世代は、自分自身の不完全で変わった部分を受け入れることは誠実さの本質的な部分であり、パートナーとの信頼を築く上で欠かせない要素だと考えています。18歳から24歳のTinderメンバーにとって、マッチ相手が自分に合っていたことを示すサインとして最も多く挙げられたのは、「無理なく自分らしくいられる」でした(5)。

誰かと関係を築く際、過去の世代がゆっくり時間をかけて相手への理解を深めていたのに対して、Z世代はそこにあまり時間を割かないようです。この世代は初めから本当の自分を見せることに抵抗がないので、その上で相手に決断を委ねます。つまり、自分らしくあるために関係を手放さなければいけない状況に置かれたら、喜んでそうするということです。

彼らにとって、デート前に下調べをし、自分の立ち位置をはっきりさせておくのは「行き過ぎた行為」ではなく、自分らしさを貫き通すために必要なことなのです。

64%

若者の64%が「自分らしくあるためであれば 恥ずかしい、または気まずい状況も受け入れられる」と回答





2. デートでも、 自分自身を大切に

今の若者はメンタルヘルスを最も重視し、自分に自信を持ち、他の誰でもなく、自分が自分であることを喜べるように努力しています。実際に、若者を対象に実施されたアンケートでは、今後3年から5年後の目標について考えたときに最も大切なものは、「自分自身の成長と幸福のために努力することだ」と答えた人が39%に上りました(4)。

セラピーに通うこと、自信をつけるための取り組みやトラウマの克服、ヒーリングは、マッチ候補への最も魅力的なアピールポイントとなるでしょう。人生において恋愛以外の要素を重視している若者が多くいたとしても、恋愛は自己を発見し、成長するためのプロセスとして大きな役割を果たしているようです。

デロイトが行った最近の調査では、Z世代が日頃からストレスと不安を抱えていることが分かりました。周囲の環境をコントロールすることはできませんが、それに対する自分の反応をコントロールする

ことは可能です。Z世代の約半数は、いつも、またはほとんど常にストレスを感じていると回答しています。これは実際にはミレニアル世代にも大きく当てはまることではありますが、18歳から25歳の間ではより顕著なようです。Z世代がミレニアル世代と異なるのは、彼らは自分のメンタルヘルスとの関わり方、そしてメンタルヘルスを重視する必要性についてより現実的かつ率直であろうとしていることです。

デーティングについて言えば、これは約75%の若者が、自分自身の心の健康のための取り組みを行なっている、もしくは行いたいと考えている相手により魅力を感じているという事実に見られます(4)。また「セルフケア」は、Tinderで最も魅力的な興味の中で4位となっています(6)。ですから当然、Z世代は自分の精神を消耗してまでデートしたいとは考えていません。若者の70%は、デートするのなら、まずは自分が求めていることをはっきりさせる必要があると答えています(4)。

若者の多くが「今後3年から5年後の目標について考えたときに最も大切なものは、自分自身の成長と幸福のための努力」だと回答

No.1
priority

3. 時間を無駄にしない

一年半の間、断続的にロックダウンを経験した若者たちは、これ以上時間を無駄にはしません。彼らはプラグマティック(89%)にデートし、失った時間を取り戻そうとしています(1)。気になる相手への返信の速さについて尋ねたところ、Tinderメンバーの77%が30分以内、40%が5分以内、さらに即返事をする答えた人が3分の1以上いました。時間を無駄にしないという意識は、オンラインでの出会いからオフラインでのデートに移行するペースを早めました。アンケートに答えたZ世代の51%は、日々のスケジュールにデートを組み込む方法を常に模索していると回答しています(4)。世界的に、18歳から25歳の世代は、33歳以上の人に比べて相手を見捨てる割合が32%少ないようです。これは、前述した内容にも通じますが、若い世代の方がより真摯に、他人のことをよく考えていることを表しています。

それでも、Tinderを利用する若者がマッチしてから実際に会うまでの期間については、チャットを始めてから数日後に対面でのデートを約束することが最も多いようです。彼らの大半が、マッチ相手に2回から3回のデートをチャンスとして与えますが、ミレニアル世代の場合は大抵、合格か不合格かを判断される仕事の面接のような心持ちで、初デートに臨むようです。

若者たちは、だからといってデートを煩わしく思っている様子はなく、むしろ新しい人との出会いを日々のスケジュールに積極的に組み込んでいます。マッチングアプリのユーザーを対象に実施されたアンケートでは、3分の2以上(68%)の人が仕事にマッチングアプリを使用していると回答し、32%の人が仕事がある日にデートしたことがあると答えました(8)。ちなみに、Tinderの「ボスが来た」モードは4秒毎に1回、誰かに使用されています。

また、Z世代は他のメンバーのプロフィールをチェックする時に、何を見るべきかははっきりと分かっているようです。「興味」や「ライフスタイル」、「出会いの目的」が群を抜いて高い順位をつけています。Tinderメンバーが考える、質の高いプロフィールの5つの条件はこちらをご覧ください。



- 写真4枚以上 ✓
- 3つ以上の興味 ✓
- 写真認証済み ✓
- 最低4つの項目 ✓
- 自己紹介が7文字以上 ✓

4. マニフェスティングの時代へようこそ


18歳から25歳のメンバーがTinderのプロフィールに追加する項目として最も人気なのは星座かもしれませんが、そこにまた、新しいスピリチュアルな項目が加わりました。若者の41%は、マニフェスティング(自分の願いや夢を心の中で思い描いて実現を促すこと)は新しい占星術であり、人との相性やつながりに対して、星座よりも大きな影響力を及ぼすと強く信じています(4)。#manifestationのハッシュタグの視聴回数がTikTok上で340億を超えているのは偶然とは言えず、自己紹介にマニフェスティングの目標を掲載しているTinderのメンバーもかなりの数に上ります。自分の内面の状態を深く自覚している世代にとって、この自分を助けるテクニックは難しいものではありません。

今まさに大人になろうとしているZ世代は、知らないものに数多く遭遇します。それこそがこの世代の、人生にどう向き合い、自分自身をどう表現するか、というマインドセットを形成しているのです。パンデミックの結果、ますます立ち向かうことが困難になった将来の不確実性。Z世代にとっては、今に集中し、自分の目的に基づいた思考パターンに頼ることが、その対処法なのです。彼らは社会的に重要な節目を

経験することができず、過去最大の失業率に直面し、ロックダウンによる心理的影響から未だに抜けきれないでいます。そんな彼らは、明らかにガス抜きを必要としています。そして多くの人が、マニフェステーションの重要な信条である、自分自身の喜びを創造する力の中にそれを見出したのでした。

若者は、公衆衛生上の危機や気候変動、中絶禁止、経済の衰退や銃による暴力など、尽きることのないネガティブなニュースに常にさらされています。この和らぐことのない不安感は、リスクを避けようとするZ世代の傾向に拍車をかけるだけでなく、ポジティブシンキングを通して安心感を得ることの必要性を突きつけているのです。






5. 若者のアルコール 離れは、流行から ライフスタイルに

お酒を飲まないZ世代が急速に増えています。これは数字を見れば歴然です。若者を対象に実施されたアンケートでは、88%の人が今年はお酒を飲まない状態でのデートを続けたいと答えており、52%が今年はお酒の量を減らしたいと考えている、または全く飲まないつもりであると答えました(4)。IWSRの飲料市場調査によると、ノンアルコールまたは低アルコール飲料の販売数は2022年に7%上昇し、売上高は110億円を超えました。シラフデート、ドライデート、ソバーキュリアス(Sober Curious) デートなど呼び方は様々ですが、これはもはや流行というより、Z世代のライフスタイルにおける選択肢の一つとなっているようです。お酒を飲まない理由として上位に挙げられたのは、より確かなつながりを築けるから(42%)、安全のため(40%)、質の高い会話をするため(39%)でした(4)。

現在の33歳から38歳の世代が同年代だった時に比べて、今の若者がシラフデートを好んでいることは明白であり、これもまた過去の世代との決別を表しています(2)。例えば、ミレニアル世代を対象に実施されたアンケートでは、自分が18歳から25歳だった時のデートで最も多かった選択肢は、バーでカクテルなどのお酒を飲むことだったと大多数が答えています。お酒を飲まない今の若者は、代わりにどんなデートをしているのでしょうか。最も人気があるのは、公園でのピクニック(41%)でした。それに、コーヒーやお茶を飲みながらの散歩(39%)、外で映画やコンサートに行く(33%)が僅差で続いています(4)。

Tinderのプロフィールにおける🍷や🍷の絵文字の使用率が(それぞれ前年比で40%と25%)減ったのも不思議なことではありません(6)。そして飲酒習慣については、メンバーの72%がお酒を全く飲まない、あるいはたまにしか飲まない、とプロフィール上ではっきりと宣言しています(6)。World Financeは、「Z世代が気にしているのは、飲酒による精神への負担です。この世代の86%は、飲酒による影響について考える際に、身体的な健康と同じように精神的な健康を重視しています」と報告しています。

前述したように、今の若者は自分の心の健康に取り組むことが恋愛にも役立ち、セルフケアを大切にしているパートナーを持つことが良好な関係を築くうえで非常に重要だと考えています。ですから、この世代がバーではなくミニゴルフ場(56%)やドライブインシアター(34%)をデートの行先に選ぶのも納得できることでしょう(11)。



88%

若者(独身者)の88%が「今年はお酒を飲まないデートに興味がある」と回答

6. テクノロジーは 脅威ではなく、 役立つツール



AIは疑いなく、オンラインデーティングのみならず、世界そのものを変革していくでしょう。だからこそ多くの人々がそれについて語っており、Tinderのメンバーも例外ではありません。実際に、2023年1月1日以降、Tinderの自己紹介におけるChat GPTへの言及は14倍増加しています(6)。そしてデートする若者は、そのメリットをしっかりと理解しているとみえ、34%の人がAIをマッチングアプリのプロフィール作成に活用したいと答えています。これは実際、本当の自分を表現する自己紹介文を書いたり、写真を選んだりすることは大きなプレッシャーを伴うからでしょう。

一方で、チャットボットによって生成されたプロフィールは味気なく、自分のものであっても、他のメンバーのものであっても興味をそそられないと感じている層もいます。しかし、これはTinderも同意するところですが、18歳から25歳の世代のほとんどの人が、ジェネレーティブAIは会話の導入に役立つと考えているようです。自分のありのままの個性を目立たせたい、そう考える若者に対してコーチのように振る舞うAIの可能性は、注目に値するものです。AIを活用すれば、マッチ相手との共通点を見つけ出したり、2人にぴったりの共通の話題を提案してもらったりすることで、会話を盛り上げることもできます。それによってオフラインデートのチャンスが増えることもあるでしょう。

また、AIがゲームチェンジャーとなり得る他の分野として、アプリでの安全性と効率性が挙げられます。Tinderではすでに安全のためのさまざまな機能で機械学習を活用していますが、こうした機能をAIを利用してさらに進化させていけば、その影響はより拡大していくかもしれません。例えば、「不快なメッセージですか？」や「本当に送りますか？」といった機能において、言語をさらに文脈に合わせるAIの機能は、不適切なメッセージに対する報告を46%増やすと同時に不適切なメッセージの送信を10%減らし、メンバーに適正な振る舞いを促すうえで、すでに大きな役割を果たしています(12)。

AIのさらなる活用に向けて大きなステップを踏む前に、多くのテストや研究、開発が必要であることは事実です。しかしTinderには、その明るい未来に向かって進んでいくための用意があります。

34%

マッチングアプリ用プロフィールの作成にAIのサポートを取り入れることに34%が同意

7. より身近になる世界

Tinderのメンバーを対象に実施されたアンケートでは、3分の2(66%)の人がTinderのおかげで自分の交友関係の外にいる人と出会えたり、普段の生活では決して会うことのなかった人とつながることができたと回答しました(4)。これがデーティングに及ぼしたバタフライ効果は計り知れません。身近なソーシャルバブルから人々を解放する実験として始まったものが、人種的、文化的、地理的にかつてないほど多様なデーティングへと変化しました。

実際、自分とは異なる人種や文化を持った人や、他の都市や国に住んでいる人とデートしたことのある若者の大多数は、マッチングアプリを通して相手を見つけているようです。オンラインでの出会いが異なる人種間での結婚を増やし、異文化間での恋愛を前向きなものにする上で役立っているのも不思議ではなく、なんと75%もの若者がこれに同意しています。4マッチングアプリのユーザーを対象に実施されたアンケートでは、異なる人種の人との交際や結婚に前向きだと61%の人が回答し、Tinderメンバーのうち、約80%が自分とは異なる民族を出自とする人とデートしたことが分りました。4地理的観点からいえば、Tinderでの検索距離の設定も、前年比平均で12%と着実に伸びています。興味深いことに、Tinderでは男性メンバーよりも女性の方が平均で12%広い範囲で相手を探しているようです(8)。

パスポート機能の使用に関しては、この機能を使用しているメンバーの46%は、その直後に利用先に旅行しているわけではないことが分かりました。これは、Tinderのメンバーが身の回りの交友関係の外で可能性を探ることに強い興味を持っていることを示しています(13)。最も人気のあるパスポートの利用先は、ロサンゼルス、ニューヨーク、ロンドン、パリ、そして東京です。18歳から25歳のメンバーは本機能を平均で1カ月に9回利用しており、Tinderを使った世界旅行を最も楽しんでいる世代と言えるでしょう(13)。

Z世代はこれからも、立ち足はかかるあらゆる文化的、地理的障害を乗り越えようとしていくでしょう。Tinderのようなアプリは、それがなければ考えもしなかった人々とつながる手助けをすることで、そんな彼らをサポートしています。



2/3

3人に2人が、「友人関係以外の人や現実には会うことのなかった人とより多くのデートができる」と回答



8. 「違い」を越えて つながる輪

Z世代のオープンな姿勢は、さらなる広がりを見せます。彼らが大事にしているのは、個人とその人間性です。これをよく表しているのは、アンケートの対象となった人の半数が、障害がある人やニューロダイバージェンスに該当する人と付き合うことに前向きであると答えていること(4)。そして若者が誠実さ(79%)や敬意(78%)、オープンマインドであること(61%)といった価値観に基づく性質を、外見(56%)よりも重視しているという事実です(5)。

Z世代の違いを認める傾向は、ジェンダーやセクシュアリティに対してよりオープンでインクルーシブなアプローチをとっていることと一致します。つまり彼らは、この両方に関して最も流動的な世代であり、LGBTQIA+を自認している人が比較的多く、性別に基づいた従来の社会的役割を受け入れていません。Tinderでは実際に、LGBTQIA+のメンバーが最も数を増やしているグループとなっており、過去2年間でLGBTQIA+を自認する18歳から25歳のメンバーの数は2倍以上になっています。

また、2021年以降、男性や女性以外のジェンダーを選ぶメンバーは30%増加しました。事実、現在Tinderで最も急速なペースで数を伸ばしているジェンダーアイデンティティはノンバイナリーであり、これを選択しているメンバーはたった1年で104%も増加しました(14)。

18歳から25歳の若者を対象に実施された最近の調査では、33%の人が自分のセクシュアリティはどちらかという流動的であり、29%の人が自分のジェンダーアイデンティティは過去3年間でより流動的になったと回答しました。オンラインデートは同性のカップルが出会う方法として現在最も普及したものとなり(15)、アメリカでは、LGBTQIA+の女性同士のカップルは、3組に1組がTinderをきっかけに生まれています(16)。

簡潔に言えば、今の若者は想像しうる限りあらゆる形で、人のつながりの無限性を認め、讃えようと探求をしているところなのです。そしてこれは、すべての世代が見習うべきことではないでしょうか。



+30%

Tinderにおける2021年以降の男性と女性以外の性自認の増加率

9. 「デーティング」は、もう古い？

過去の世代が「デーティング」を特に決まった終着点を持たないカジュアルなものとして捉えているのに対し、Z世代にとってこの言葉は何らかの決まった目標（付き合うことなど）に向かうプロセスを意味し、どこか深刻な響きを持っているようです。若者はプレッシャーが少なく、何らかの期待が重荷になることもない、友達という関係からスタートすることを好んでいます。繰り返しになりますが、だからといってZ世代が恋愛関係を求めていないわけではありません。ただその定義が異なるだけなのです。実際に、18歳から25歳の世代が今求めているもの上位3つは仲間、友人、シチュエーションシップとなっていますが、同時に64%の人が恋愛がもたらす気持ちの高揚を好むと答えています(1)。

カジュアルな関係についても、ミレニアル世代は何らかの恋愛的意図に結びつけて考えるのに対して、Z世代はまず友人関係から始まるものとして捉え、恋愛に限定されない、よりオープンな結果に行き着く傾向があるようです。Z世代は、心の準備ができていない、または求めてもない時に、誰かとのつながりを定義することがない言葉を好んで使います。vibing（楽しむこと）やkicking it（まったりすること）、deep liking（好きな気持ちが深いこと）、sneaky link（こっそり関係を持つこと）やシチュエーションシップといった言葉は、18歳から25歳の世代が捉えているデーティングのプロセスに、より適したものだと言えるでしょう。

しかし、誤解してはいけません。カジュアルな関係についても、若者は、第一に求めているのは単に気楽なセックスをすることではなく、新しく出会った人と気持ちの結びつきを深め、愛情や親しみを感じられる時間を共に過ごすことだと考えています。Z世代の人たちは、誰かのことを知り、また深く知るための機会を持ちたいと、それでも強く願っているのです。このことを裏付けるものとして、18歳から25歳の人を対象に最近実施された調査では、誰かと強いつながりを築くことを重視していると答えた人が、2020年以降で10%増加したという結果が出ています(17)。

しかし、別途行われた調査によると、その理由は大切な人を束縛したり、決まった年齢の前に結婚することではなく、むしろ純粋に色々な人と出会いたい(63%)、新しいつながりを作りたい(61%)といったことのように(1)。つまり、どの角度から見ても、Z世代はデーティングという多義的な概念を独自に定義しているということです。



Top 3

18歳から25歳の世代が今求めているもの上位3つは仲間、友人、シチュエーションシップ

次世代の恋愛における Z世代の影響

Tinder リレーションシップインサイト担当グローバルエキスパート
Paul C. Brunson

1997年から2012年の間に生まれたZ世代は、絶えず変化する不確実な世界で育ちました。彼らは、気候変動や不安定な政治経済などの困難な状況がある中でも、その回復力や決断力、固い意志をもって、世界中を悩ますこれらの課題に正面から立ち向かう姿を見せています。

逆境に向き合う強さに加えて、彼らは恋愛のルネッサンスを率いる世代でもあります。Tinderのグローバル・リレーションシップの専門家として私は、Z世代がデーティングの世界を変革していく様子を直接目の当たりにしてきました。有意義なつながりを作るという点において、この世代は、多様性やインクルーシビティに対するアプローチや、テクノロジーや国際的なつながりを受け入れる姿勢などによって、世界を変えています。



異なる背景を持った人との恋愛は例外ではなく、常識に。Z世代はそれまでの世代に比べ、より積極的に身の回りの交友関係から外に出てつながりを築き、様々な壁を打ち破っています。こうした傾向は異なる人種や宗教、または国際間の恋愛の増加につながり、若者がより多様性やインクルーシビティを受け入れていることを示しています。社会の関係性とデーティングの未来は、こうした大きな変化により形作られていくでしょう。

1. Z世代は最も結婚に成功する世代となる。Z世代は自分の成長や心の幸福、そして恋愛においては正直なコミュニケーションを重視しています。これは、より磐石で健全な結婚生活につながる要素です。とはいえ、彼らは過去の世代に比べて結婚にあまり興味を抱いておらず、満足できる人生を切り開いていくことに力を注いでいるようです。

2. デーティングは「0か100か」の時代に。Z世代は、有意義なつながりと心身の健康に価値を置く、新しいデーティングの時代を切り開いており、従来の恋愛の常識に疑問を投げかけ、日常生活にデートを取り入れ、メンタルヘルスを重視しています。

3. 共感力を持った男性が増え、「男性」性はより健全なものに。Z世代は、感情的知性や自己開発を、健全な関係を築く上で不可欠なものだと主張し、従来の男性像の常識に疑問を投げかけています。若い男性は共感力を身につけ、未来の世代への模範となりながら、傷つきやすさや自分らしさは財産であることを示し、男性であることの意味を再定義しています。

4. LGBTQIA+の恋愛が盛んに。LGBTQIA+の恋愛は、ジェンダーやセクシュアリティに対するZ世代のオープンマインドでインクルーシブなアプローチのおかげで大きく広がっています。この世代はジェンダーやセクシュアリティの微妙な差異をよく理解しており、またオンラインデーティングは、同性のカップルが出会う方法として最も一般的なものとなっています。

5. 異なる背景を持った人との恋愛は例外ではなく、常識に。Z世代はそれまでの世代に比べ、より積極的に身の回りの交友関係から外に出てつながりを築き、様々な壁を打ち破っています。こうした傾向は異なる人種や宗教、または国際間の恋愛の増加につながり、若者がより多様性やインクルーシビティを受け入れていることを示しています。社会の関係性とデーティングの未来は、こうした大きな変化により形作られていくでしょう。

Z世代の間に広がる情熱や自分らしさがトレンドとなり成長していく中で、デーティングの未来は明るいものに見えます。しかし大きな変化は必ず困難な課題を伴うものです。Z世代がより健全な人間関係、目的意識に基づいた、さらにインクルーシブなデーティング環境を切り開いていく中、人のつながりや恋愛、自己実現の新時代が到来するでしょう。しかし同時に私たちは、障害に立ち向かい、乗り越えていくための準備をする必要があります。Z世代のデーティング・ルネッサンスを共に受け入れ、誰もが誇らしく思えるような愛とつながりの世界を作っていきましょう。

Sources

1. 活発にデートしているアメリカ、イギリス、オーストラリア、カナダ在住の18歳から25歳の独身者4,000人を対象に、2023年1月21日から2023年2月7日の間にTinderから委託を受けOnePollが実施した調査に基づきます。

2. アメリカ、イギリス、カナダ、オーストラリア在住の33歳から38歳の4000人を対象に、2023年4月21日から2023年4月5日の間にTinderから委託を受けOpiniumが実施した調査に基づきます。

3. 2023年に「今、求めるものは…」機能から集計されたTinderの社内データに基づきます。

4. アメリカ、イギリス、カナダ、オーストラリア在住の18歳から25歳の4000人を対象に、2023年4月21日から2023年4月25日の間にTinderから委託を受けOpiniumが実施した調査に基づきます。

5. イギリス、アメリカ、オーストラリア在住の18歳から24歳のTinderメンバーを対象に実施されたアプリ内アンケートに基づきます。データ収集期間は2022年10月18日から2022年10月28日。

6. 2022年4月から2023年4月の間に集計されたTinderメンバーの自己紹介に基づきます。

7. イギリス、アメリカ、オーストラリア在住の18歳から24歳のTinderメンバーを対象に実施されたアプリ内アンケートに基づきます。データ収集期間は2022年1月9日から2022年7月9日。

8. 2023年のTinder社内データ。

9. アメリカ在住の18歳から30歳の1000人を対象に、2020年8月にTinderの代理としてZeno Groupが実施した調査に基づきます。

10. 「ボスが来たモード」機能から集計された2023年のTinder社内データに基づきます。

11. 2022年1月から2022年10月に集計されたTinderメンバーの自己紹介に基づきます。

12. 「本当に送りますか？」と「不快なメッセージですか？」機能から2022年に集計されたTinderの社内データに基づきます。

13. パスポート機能(Tinder Goldプラン向けの機能)から2023年に集計されたTinderの社内データに基づきます。

14. 「多様なジェンダー」と「性的指向」機能より2020年から2023年の間に集計されたTinderの社内データに基づきます。

15. MIT Technology Review (2017年10月9日)

16. アメリカ、トルコ、日本、韓国、台湾、インド、インドネシア、タイ、ベトナム在住の独身者2万1511人を対象に、2022年2月から4月の間にMatch Groupから委託を受け実施した調査に基づきます。

17. Match Group International Wave Study (2022年、アメリカ)



