

## 「アニヴェルセル総研」第112弾 恋愛・結婚意識調査 コスパ・タイパ重視の世代が「効率」以外に求めるものとは？

【男女1,085名に調査】大切にする節目や結婚式に求めるポイントが明らかに！

記念日プロデュースを手がけるアニヴェルセル株式会社は、「幸せは、祝福されると記念日になる。」というコンセプトのもと、恋愛・結婚にまつわる実態調査を定期的に行い、「アニヴェルセル総研」の中で調査結果を公開しています。（<https://www.anniversaire.co.jp/brand/pr/soken1/>）

第112弾は、全国の20代～30代の未婚・既婚男女1,085名の方を対象に「コスパ・タイパ重視の世代が大切にする節目」に関するアンケートを実施しました。



「アニヴェルセル総研」 <https://www.anniversaire.co.jp/brand/pr/soken1/>

アプリ利用者の約7割が成婚・交際、出会いはタイパ重視でも結婚式には「温かな時間」を希望

パートナーとの出会いにおいて、コスパ(費用対効果)やタイパ(時間対効果)を意識する人は69.1%にのぼり、現代の恋愛では「効率性」を重視する傾向が明らかになりました。実際に、マッチングアプリ利用者の約7割(69.8%)が交際または結婚に至っており、アプリは「理想の相手と効率よく出会える手段」として定着しています。

一方で、人生の節目には合理性以上の価値を求める傾向も顕著です。「時間やお金をかける価値がある節目」を尋ねると、「新婚旅行」が62.0%で最多、「結婚式」が51.3%となり、大切な節目には時間もお金も費やしたいという本音が分かりました。また、アプリ婚世代の結婚式において、ハードルに感じることや式場にサポートしてほしいことを尋ねたところ、全体の50.2%が「共通の知人が限られる中、ゲスト同士が楽しめる少人数・アットホームな進行提案」と回答。これらの結果から、出会いには効率性を重視しつつ、人生の節目となる大切な瞬間には時間や費用をかける傾向があり、コスパやタイパ意識の使い分けが、現代の幸せの鍵とも言えそうです。

ニュースリリースに記載されている情報は発表日現在のものです。このため、時間の経過あるいは後発的なさまざまな事象によって、内容が予告なしに変更される可能性があります。あらかじめご了承ください。

Q. パートナーとの出会いにおいて、コスパ(費用対効果)・タイパ(時間対効果)を意識しますか。

パートナーとの「出会い」において、  
コスパ(費用対効果)・タイパ(時間対効果)を意識しますか

1	コスパ・タイパをやや意識する	39.9%
2	コスパ・タイパをとても意識する	29.2%
3	コスパ・タイパをあまり意識しない	17.8%
4	コスパ・タイパを全く意識しない	13.1%

Q. 時間やお金をかける価値があると思うパートナーとの節目は何ですか。

時間やお金をかける価値があると思う  
パートナーとの節目は何ですか。

1	新婚旅行	62.0%
2	結婚式	51.3%
3	結婚記念日	39.6%
4	プロポーズ	38.0%
5	両家顔合わせ	30.8%

Q. あなたはこれまでにマッチングアプリを通じて、パートナーと交際した、または結婚したことがありますか。

あなたはこれまでにマッチングアプリを通じて、パートナーと交際した、  
または結婚したことはありますか。

1	アプリを利用したことがない	44.7%
2	過去にアプリで出会って交際したことがある	18.0%
3	アプリを利用したことはあるが交際・結婚には至っていない	16.7%
4	アプリで出会った人と結婚した	12.2%
5	アプリで出会った人と交際中	8.5%

Q. マッチングアプリで出会ったパートナーと結婚式を検討する際、ハードルに感じることや、式場にサポートしてほしいことは何ですか。(当てはまるものを全てお選びください)

マッチングアプリで出会ったパートナーと結婚式を検討する際、  
ハードルに感じることや、  
式場にサポートしてほしいことは何ですか。(当てはまるものを全てお選びください)

1	共通の知人が限られる中、ゲスト同士が楽しめる 少人数・アットホームな進行提案	50.2%
2	親族や年配ゲストにアプリ婚をどのように伝えるかの 文面提案	34.8%
3	式場見学前にリアルな費用シミュレーションで 比較できるサービス	32.3%
4	何度も式場に足を運ばず、オンラインやチャット等で 効率良く進められる準備サポート	30.0%
5	二人の誠実な交際期間や人となりを、第三者(司会者等)の 視点から紹介してくれる演出	28.2%
6	効率良くおしゃれなコーディネートプロとして 提案してくれるプラン	24.3%

ニュースリリースに記載されている情報は発表日現在のものです。このため、時間の経過あるいは後発的なさまざまな事象によって、内容が予告なしに変更される可能性があります。あらかじめご了承ください。

今回の調査では、20～30代に「効率的な出会い」が定着する一方で、「大切な節目にはこだわりたい」という情緒的ニーズもあらためて浮き彫りとなりました。アニヴェルセルは、こうした数字だけでは価値を計ることのできない「幸せな瞬間」に寄り添い続けます。日常を彩るカフェでのひととき、プロポーズプランナーが支える「夫婦になる瞬間」の感動、そして大切な人たちと喜びを分かち合う結婚式。私たちは、効率化社会だからこそ一層価値を増す「大切な記念日」を、これからもプロデュースしてまいります。

アニヴェルセルの事業内容はこちら <https://corp.anniversaire.co.jp/service/>

#### 【レポート記事のご案内】

当リリースの内容をもとに、アニヴェルセルの編集スタッフが一般のお客様に読みやすい記事へと編集したレポートを公開しています。こちらで使用している記事およびグラフやイラストなども、当社のリリースであることと、当該掲載記事へのリンクを掲載いただける場合は、自由にご利用いただけます。合わせてご活用ください。

[アニヴェルセル総研] <https://www.anniversaire.co.jp/brand/pr/soken1/>

[クレジット] アニヴェルセル株式会社

#### 【調査概要】

表題： 「恋愛・結婚意識」に関する実態調査

調査方法： インターネット調査

調査期間： 2026年4月1日～4月2日

調査対象： 全国20歳～39歳の未婚・既婚男女1,085名

### アニヴェルセル株式会社について

アニヴェルセルは「幸せは、祝福されると記念日になる。」をコンセプトに、お客様の幸せの瞬間を人生最高の記念日にするお手伝いをしています。日本で初めて「ゲストハウス」を採用し、最先端のトレンド発信地・表参道店や、国内最大規模のウェディング施設・みなとみらい横浜店をはじめ、全国に結婚式場を展開しています。アニヴェルセルはフランス語で「記念日」を意味し、結婚式だけでなく、プロポーズやカフェ・レストランなど記念日を軸とした商品ならびにサービスをご提供しています。

アニヴェルセルの式場一覧はこちら <https://www.anniversaire.co.jp/halls/>



ニュースリリースに記載されている情報は発表日現在のものです。このため、時間の経過あるいは後発的なさまざまな事象によって、内容が予告なしに変更される可能性があります。あらかじめご了承ください。