

【取材調整可能・有識者(大学教員)のご紹介】

恋愛は「面倒」？「代理体験」で満足？**コスパ・タイパ重視の今ドキ大学生の恋愛事情を分析**

「大学生」を中心にマッチングアプリの使用が一般的になった理由とは？

摂南大学 経営学部 経営学科 牧野 幸志(マキノ コウシ) 准教授

摂南大学（大阪府寝屋川市、学長：久保康之）では、9学部17学科にわたる専門分野を持つ教員への取材を受け付けております。今回は、**摂南大学 経営学部 経営学科の牧野 幸志准教授**を紹介します。

新型コロナウイルスの影響は、大学生のキャンパスライフに深刻な変化をもたらしました。2020年以前と同じような対面式のキャンパスライフが再開して4年がたった今も、コロナ禍前のサークル文化や大学生活のロールモデル無き現在の大学生は、活発なコミュニケーションの機会を取り戻しきれずにいます。また、コロナ禍での学生生活を経験した彼らは、SNSや動画コンテンツに常に触れている時間が長く、選択肢の増加によって、**判断の多くを「コスパ（コストパフォーマンス）」「タイパ（タイムパフォーマンス）」の2軸にゆだねる傾向があると考えられます**。

そういった影響もあってか、Z世代のマッチングアプリに関する意識調査（otalab調べ、2025/01/15）*によると、アンケート回答者723人のうち「マッチングアプリを利用したことのある」と回答した人は58%であり、対面での出会いの制限がなくなった現在でもマッチングアプリの利用者は依然増加傾向にあることがわかります。

過去から現在まで最も近い距離で大学生と接し、大学生の恋愛心理について研究し続けている牧野先生だからこそわかる「大学生の恋愛に対する考え方の変化」について心理学的観点から詳しく解説します。

ご取材希望の方は下記広報事務局までご連絡ください。

* otalab「Z世代の2人に1人以上が『マッチングアプリを利用したことがある』と回答。実際に交際し発展した人の割合は・・・」https://otalab.net/press_z_matchingapp/

◆プロフィール

所属 : 経営学部 経営学科
職位 : 准教授
学位・資格 : 博士（心理学）
研究分野 : 心理学、社会心理学



牧野 幸志准教授

◆お話しできること

・Z世代の新常識：「コスパ」「タイパ」重視の今ドキ恋愛行動

⇒サークルなど出会いの場がコロナ禍で機能不全に陥る中、「コスパ」「タイパ」重視の考え方からマッチングアプリが主な出会いの手段となっています。また、「別れ」の意思決定にさえ、コスパの概念が用いられています。「この人と別れた後、すぐに次の相手が見つかるか？」を無意識に考え、代理対象がいる場合、別れを決断しやすい一方、いなければ「一人になるコスト」を考え、関係を継続する傾向があります。Z世代の今ドキの恋愛行動について解説します。

・傷つきたくない！「代理体験」で青春を満足してしまう若者たち

⇒掃除や片付けの動画を見て「自分の部屋も綺麗になった気分」になったり、他人のダイエット成功ビデオを見て「自分も頑張れそう」と満足したりする。これらと同様の心理メカニズムが恋愛にも波及しています。もちろん、リアルな恋愛への興味を失っているわけではなく、恋愛話を聞けば、「自分も体験してみたい」という気持ちは芽生えます。しかし、「トラブル」や「傷つく」リスクを考えてしまい、「代理体験」で満足してしまう傾向があります。

・デートの割り勘は当たり前！物価高と「コスパ」思考は現代大学生のデートプランにも大きな影響？

⇒デートの「低コスト化」が進んでいます。「遊園地」や遠出の外出をするカップルは減少し、インドア・アウトドア問わず低予算で楽しめるデートが中心になっています。物価高と「コスパ」思考が現代大学生の行動変化について解説します。

本件に関わる内容を幅広くお話可能です。ご取材希望の方は下記広報事務局までご連絡ください。

※できる限り調整をさせていただきますが、取材のタイミングによってはお受けできない可能性もある旨ご了承ください。

【報道関係者様のお問い合わせ先】

摂南大学広報事務局（アンティル内） 担当：伊与田、林、佐藤
TEL：06-6225-7781 E-MAIL：setsunan_pr@vectorinc.co.jp

牧野先生の考える、恋愛における「コスパ」「タイパ」意識集

■条件検索で出会う「フィルタリング」

マッチングアプリの利用が増える要因として、「条件検索」による効率的な相手探しができるというタイパの良さがあります。趣味、ライフスタイルといった条件をあらかじめ設定し相手を絞り込むことで時間的、精神的コストの最小化を図る傾向があります。

■交際を判断する「損益分岐点的思考」

「コスパ」「タイパ」を重視する若者は「付き合うことで得られるメリット、また被るデメリット」「それまでに費やすコスト」を天秤にかけて判断します。まるで投資のように見極め、行動を起こすかどうかの判断を行います。

■「次の相手」の有無で別れを決める「乗り換えコストの計算」

関係の終わり方にも「コスパ」意識が見られます。「別れを切り出すことで生じる心理的、時間的コスト」を見極めることはもちろんですが、「今の相手と別れた後、すぐに代わりのパートナーが見つかるか（＝代理対象の有無）」を無意識に計算し、次のあてがない場合は「一人になるコスト」が高いと判断し別れを保留します。

逆に、乗り換え先が見つかっていれば、別れのハードルは一気に下がります。これは、破局に伴う精神的・時間的コストを最小限に抑えようとする心理現象といえます。

コミュニケーションの研究から結婚や浮気の心理まで導く

【牧野 幸志 准教授】

論文

- ・結婚の質に及ぼす夫婦間ユーモアの影響
- ・日本における現代青年の浮気に関する基礎研究 ―大学生の被浮気経験と浮気発覚後の行動―
- ・恋愛関係における別れに関する研究 ― 別れ後の感情と行動に及ぼす告白の立場と別れの主導権の影響 ―
- ・関係崩壊における対処方略とその効果 ― 親密な人間関係の崩壊時における対処方略の探索 ―

主なメディア出演・掲載

- ・マイナビ学生の窓口（2025年6月）
#もやもや解決ゼミ にてSNS時代における「告白の必勝法」について、解説。
- ・LASISA（2024年7月）
未練を残さない別れ方について、解説。
- ・sweet web.jp（2024年4月）
【あざとい女子あるある行動】に関する企画にて、「あざとテク」とその有効性について、解説。
- ・Perfumeの気になる子ちゃん（2009年02月）
同番組内での男女間の心理現象について、コメント・解説。
- ・毎日新聞での事件に対するコメント（2006年06月）
不登校の大学生が親を殺害した事件について、不登校生徒・学生の心理状態から解説。

研究経歴

- ・中学生におけるコミュニケーション・スキル訓練の開発とその実施
- ・広告効果に及ぼすコンテンツ情報の影響
- ・説得に及ぼすユーモアの効果

【報道関係者様のお問い合わせ先】

摂南大学広報事務局（アンティル内） 担当：伊与田、林、佐藤

TEL：06-6225-7781 E-MAIL：setsunan_pr@vectorinc.co.jp