

# ゼクシィ縁結び

2020年3月31日

株式会社リクルートマーケティングパートナーズ

## 『ゼクシィ恋結び』を『ゼクシィ縁結び』としてブランド統一 ～将来を見据えられる相手との出会いを希望するすべての人に対し、 “出会いの機会”の提供を強化～

株式会社リクルートマーケティングパートナーズ（本社：東京都品川区、代表取締役社長：柏村 美生、以下リクルートマーケティングパートナーズ）が運営する総合婚活サービスの2ブランド『ゼクシィ縁結び』・『ゼクシィ恋結び』は、2020年9月1日より『ゼクシィ縁結び』ブランドとして統一することをお知らせします。

真剣な出会いを希望するすべての人が、素敵なパートナーを見つけるために「当たり前」「身近に」ご利用いただけるサービスとなること、積極的な結婚・恋愛相手探しが当たり前なライフイベントになっていること、この2つの世界の実現を目指し、2014年12月～2015年5月にかけて、『ゼクシィ恋結び』・『ゼクシィ縁結び』の2つのブランドを立ち上げました。そして、様々な形の出会いのきっかけを提供するため、ネット、アプリ、イベント、結婚相談所の4業態を運営してきました。

人口問題研究所「出生動向調査」によると、結婚をいずれしたいと回答した人は、男女共に約90%と高い割合を保っている一方、50歳時未婚割合は、年々上昇しており、2040年には、男性：29.5%、女性：18.7%に達するといわれています。恋人・結婚ができない理由は「出会いがない」と回答した人が最も多く、「出会いがない」という課題がより顕著になってきています。（※1）

サービス開始当初、恋活の『ゼクシィ恋結び』、婚活の『ゼクシィ縁結び』と分けてサービス運営を行ってまいりましたが、恋活・婚活サイトやアプリの利用者において「好きな人と出会えること」「結婚したい相手に出会うこと」のニーズに差異はなく、両サービスの利用者共に将来を見据えられる相手との出会いを求めているユーザーが多いことが分かりました。（※2）そのニーズにより深く寄り添うため、この度、ブランド統一しました。

ブランド統一により、各ブランドで築いてきた知見・知識を統合することで、パートナーに出会うための精度・サービスの安心安全性をより一層磨き、サービスの質を向上させます。今後も、素敵なパートナーを見つけるために「当たり前」「身近に」ご利用いただけること、積極的な結婚・恋愛相手探しを当たり前なライフイベントになっている世界の実現を目指します。

※1：「恋愛・結婚調査」（リクルートプライダル総研）、※2：「婚活実態調査2019」（リクルートプライダル総研）



※『ゼクシィ恋結び』は、『ゼクシィ縁結び』に統一にあたり、2020年8月31日をもってサービス提供を終了させていただきます。  
※現在、『ゼクシィ恋結び』をご利用のみなさまには、移行のご案内をアプリ内でのお知らせやメールにてご案内させていただきます。

【本件に関するお問い合わせ先】

[https://www.recruit-mp.co.jp/support/press\\_inquiry/](https://www.recruit-mp.co.jp/support/press_inquiry/)

リクルートマーケティングパートナーズはこれからも、ひとりひとりにあった「まだ、ここにはない、出会い。」を届けることを目指していきます