

🔥 世界最大級のマッチングアプリ「Tinder(ティンダー)」^(※1) 2019年 Tinder日本市場におけるブランド方針発表

※1: ライフスタイルカテゴリーで、Tinderは14か国で1番ダウンロードされたアプリである。(2017, App Annie)

本国CEOが語る、日本におけるマッチングアプリ市場の展望 今年の戦略のほか、アプリのアップデートも発表!

世界最大級のマッチングアプリ「Tinder(ティンダー)」^(※1)は、2019年1月24日(木)に『2019年 Tinder日本市場におけるブランド方針発表』を行いました。

発表会には、本国CEOであるElie Seidman(エリー セイドマン)および日本におけるTinderマーケティング担当の久次米裕子が登壇し、「Tinder」のグローバルにおける成功の理由や2019年度の日本市場における展開について発表いたしました。

🔥 世界中でムーブメントを起こしている、ソーシャルマッチングアプリの先駆者「Tinder」

「Tinder」は、**新しい出会いを提供するソーシャルマッチングアプリの先駆者**であり、世界で最も人気のあるアプリのうちのひとつです。

マッチングアプリの機能として国内外で定着している“右スワイプ”という機能を独自に開発したのも「Tinder」。2012年のリリース以来、190か国以上の人々が“右スワイプ”で繋がっており、生み出した出会いの数は300億件以上。世界中で社会現象と言えるほどのムーブメントを起こしています。

🔥 CEOが語る、マッチングアプリ市場における「Tinder」成功の背景

発表会では、本国CEOであるElie Seidman(エリー セイドマン)が登壇し、世界中のマッチングアプリ市場における成功の理由と日本市場の重要性について言及しました。

冒頭では、サービスの誕生歴史を紹介。友人が女性へのアプローチを躊躇している姿を見たときに、「**自分に興味を持ってくれる相手を把握し、気楽にアプローチできる仕組み**」の必要性に気付いたというエピソードを披露しました。

こうして開発された「Tinder」は、世界中でまたたく間に大ヒット。**人々の出会いの在り方に大きな革新**をもたらすとともに、有名な映画やドラマにも取り入れられたり、ドイツ語の辞書に掲載されたりするほど身近なものとなりました。



また、人々の生活の一部となった「Tinder」はビジネス的にも成功をおさめており、現在ゲームを除く**全世界のすべてのアプリの中で2番目に多くの収益**を上げているほか、ライフスタイルというカテゴリーの中では**109か国で売上1位を誇るアプリ**となっています。^(※2)

Seidmanは、この成功について「**私たちのDNAである“革新”が背景にある**」と明言。意図的に開発したシンプルで直感的なデザインや、“右スワイプ”に代表される独自の機能を例に挙げながら、今後もマーケットリーダーとしての地位を強化すべく、**ユーザーエクスペリエンスと新機能の開発**に焦点を当てていくことを伝えました。

また、今回の発表会では日本市場の特徴と重要性についても言及。「日本はビジネス成長のため、非常に重要な位置づけ」と語りました。中でも、日本の「ミレニアル世代」との親和性に触れ、今回の来日もターゲットのライフスタイルの視察を目的としている旨を述べています。

※2: AppAnnie調べ(2017年)

🔥 日本のミレニアル層と「Tinder」ブランドの親和性

続いて、日本におけるマーケティング担当の久次米裕子が登壇し、「Tinder」日本市場の特性について紹介しました。まず特徴的なポイントとして挙げたのが、**日本市場においてはユーザーの8割がミレニアル世代である**という点。日本のミレニアル世代と「Tinder」の親和性について言及しました。

さらに、日本のユーザーは、**他国とは異なる特徴を持っている**点も紹介。例えばプロフィールの表記においても、アメリカなど他国では「おもしろい」「スマート」など自分をポジティブに見せる言葉がよく使われますが、日本では「シャイ」「オタク」などの言葉が多く用いられます。

登壇した久次米は、日本のミレニアル層は「Tinder」で出会った相手に対して限りなく「等身大の自分」を見せようとするなど、コミュニケーションに対してリアリティを求める傾向があると分析。あわせて、こうした日本のミレニアル世代の傾向は、「ブランドアイデンティティーである“公平性・包括性”の思想と共通するものである」と語りました。



また、日本での今後の展開としては、さらなるユーザーエクスペリエンスを提供すべく、ターゲットの意見により耳を傾けていく姿勢であることを説明。特に、**女性に優しいコミュニティの形成を達成すること**を目指し、**セキュリティ強化に向けたアプリのアップデート**をおこなっていくことを発表しました。「Tinder」では、出会いにより生まれる新しい経験や発見を提供する「ソーシャルアプリ」として、今後さらなる進化を目指していきます。

【アプリ概要】

公式サイト：<https://www.gotinder.com/>

対応端末：iPhone/Android

価格：ダウンロード無料

App Store：<https://itunes.apple.com/jp/app/tinder/id547702041>

Google Play：<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.tinder&hl=ja>

開発・運営：Tinder Inc.

▼素材ダウンロード先

画像素材URL【<https://bit.ly/2CESJ24>】

PASS【tinder】

※素材は報道目的以外にご使用されないようお願いします。

■ 本リリースに関するお問い合わせや取材、資料をご希望の方は下記までご連絡ください ■

『2019年 Tinder 日本市場におけるブランド方針発表』PR事務局(株式会社 マテリアル内)

TEL:03-5459-5490 / FAX:03-5459-5491 / メール: 5g@materialpr.jp

担当: 辻子(070-3874-4272)