

# 致理科技大學應用日語系

108 學年度畢業實務專題報告

## 大學生之台日交友 app 使用與分析

指導老師：鄧敏君

組長：10622109 呂嘉穎

組員：10622107 李萱萱

10622137 賴東榮

10622151 史修輔

10508271 李彥緯

2020 年 01 月 08 日

一零八學年度

致理科技大學應用日語系

畢業實務專題報告

大學生之台日交友

使用與分析

## 摘要

網路普及日新月異的世代裡，交友的方式也越來越多元。從以前的筆友、聯誼等等的場合中比較難認識到不同領域與生活圈差異較大的人，而到現在的交友軟體，除了可以不受時間及空間的限制隨時隨地的交友之外，也讓害怕尷尬的社交障礙者能夠有一個好的發揮空間，還可以跨越距離限制認識到不同領域及國家的人。

不同的國家都有自己的風俗、文化與習慣特色，因此本專題將以台日大學生作為研究對象針對交友軟體的使用情形，首先將蒐集前人文獻以探討台灣、日本及大學生交友 app 相關資料。之後介紹台日各兩款在年輕世代中較熱門的交友 app。並以 SWOT 來分析日本及台灣交友 app 的各個優缺點，最後發放網路問卷的方式進行調查並分析。從問卷結果中發現台灣大學生及日本大學生的交友軟 app 使用經驗的比例大不相同，高達 87.2% 的日本大學生並無使用交友 app 的經驗。而台灣大學生則過半數，約 55.9% 使用過。從動機方面台灣大學生也呈現出比較樂於與網友分享自己的心事及生活等等之台日差異。

關鍵字：交友、台日大學生比較、問卷調查、交友 app

## 要旨

インターネットが増々普及して、友達を作る方法も多様化になってきている昔、文通や合コンなどのよう方法は分野や生活環境が限られているので、比較的友達を作ることが難しい。しかし、インターネット世代のマッチングサービス・アプリを利用することで、いつでも何処でも友達を作ることができるようになり、人見知りな人もネットによって人と気楽にコミュニケーションをとることができる。また、遠距離や様々な分野の人とも交流を持つようになれる。

しかし、國によって、風俗、習慣や文化の違いがあります。したがって、本研究は台湾・日本大学生を対象にし、マッチングサービス・アプリの利用実態を研究することにした。本研究の構成は以下のようにになっている。まずは先行文献よりマッチングサービス・アプリに関する調査研究を行う。それから台湾と日本の若者に人気のあるマッチングサービス・アプリを各2つ紹介し、SWOT分析を行う。最後に、アンケート調査によって、台湾、日本大学生の使用状況を分析する。アンケートの結果より、台湾と日本大学生がマッチングサービス・アプリを使用する習慣と動機が異なることがわかった。

キーワード：ソーシャル、日台大学生の比較、アンケート調査、マッチングサービス・アプリ

# 目錄

摘要 .....	I
要旨 .....	II
目錄 .....	III
圖目錄 .....	IV
表目錄 .....	VI
<b>第一章 緒論</b> .....	<b>1</b>
第一節、研究背景與動機 .....	1
第二節、研究目的 .....	1
第三節、研究方法 .....	2
一、研究架構 .....	2
二、研究流程 .....	2
<b>第二章 文獻探討</b> .....	<b>3</b>
第一節 人際關係與大學生網路使用概況 .....	3
第二節 國內交友 app 之概況 .....	5
第三節 日本交友 app 之概況 .....	9
<b>第三章 台日熱門交友 app 的簡介與特點</b> .....	<b>10</b>
第一節、台灣研發之交友 app—Goodnight .....	10
第二節、美國研發、全球使用率極高之交友 app—Tinder .....	14
第三節、日本研發的交友 app—Cross Me (クロスミー) .....	17
第四節、tapple (タップル誕生) .....	20
第五節、app 統整與 SWOT 分析 .....	24
<b>第四章 問卷調查及分析</b> .....	<b>28</b>
第一節、調查方法及內容 .....	28
第二節、調查期間 .....	28
第三節、調查對象 .....	29
第四節、研究結果及分析 .....	29
第五節、調查結果分析與比較 .....	45
<b>第五章 結論</b> .....	<b>53</b>
參考文獻 .....	55
附錄一 .....	59

## 圖目錄

圖 1-3-1 研究流程圖.....	2
圖 2-2-1 國內全年齡層通訊軟體使用率.....	6
圖 2-2-2 台灣交友 app 品牌認知與使用概況圖.....	7
圖 2-2-3 BeeTalk.....	8
圖 2-3-1 交友 app 的使用經驗.....	9
圖 3-1-1 Goodnight APP.....	10
圖 3-1-2 軟體使用界面.....	12
圖 3-1-3 軟體初期限制.....	13
圖 3-1-4 軟體付費機制.....	13
圖 3-2-1 Tinder.....	14
圖 3-2-2 軟體使用界面.....	15
圖 3-2-3 軟體付費機制與特色.....	16
圖 3-3-1 Cross Me (クロスミー).....	17
圖 3-3-2 免費方案和付費方案的不同.....	19
圖 3-3-3 男性使用者的使用費用.....	19
圖 3-4-1 tapple (タップル誕生).....	20
圖 3-4-2 本人認證勳章.....	22
圖 4-3-1 台日大學生受訪者年齡及性別比例圖.....	29
圖 4-4-1 「使用交友軟體之男女比例」之問卷調查結果.....	30
圖 4-4-2 「交友軟體使用者之婚姻狀況」之問卷調查結果.....	31
圖 4-4-4 「交友軟體使用之年齡」之問卷調查結果.....	32
圖 4-4-5 「使用過交友網站或 app 嗎」之問卷調查結果.....	33
圖 4-4-6 「第一次使用交友 app 的年齡」之問卷調查結果.....	33

圖 4-4-7 「使用過哪些交友 app」之問卷調查結果.....	34
圖 4-4-8 「使用者之使用情形」之問卷調查結果.....	35
圖 4-4-9 「使用交友 app 的頻率」之問卷調查結果.....	35
圖 4-4-10 「マッチングサービス・アプリなどを使用したことがありますか」之問卷調查結果.....	40
圖 4-4-11 「マッチングサービス・アプリを初めて使用したときの年齢」之問卷調查結果.....	40
圖 4-4-12 「どちらのマッチングサービス・アプリを使用しましたか」之問卷調查結果.....	41
圖 4-4-13 「現在の使用状況」之問卷調查結果.....	42
圖 4-4-14 「マッチングサービス・アプリの使用頻度」之問卷調查結果.....	42
資料來源：本專題調查結果.....	44
圖 4-5-1 台日大學生交友 app 使用比例圖.....	46
圖 4-5-2 台日大學生交友 app 「交友 app 較能呈現真實的自己」問卷調查結果.....	47
圖 4-5-3 台日大學生交友 app 「我會使用交友 app 和網友分享自己對各種事物的想法」問卷調查結果.....	48
圖 4-5-4 台日大學生交友 app 「我會在交友 app 上放置生活照」問卷調查結果.....	50
圖 4-5-5 台日大學生交友 app 「我會使用交友 app 和網友分享自己的心事」.....	51

## 表目錄

表 2-1-1 大學生新媒體使用情形 - 常使用的上網裝置表.....	4
表 3-1-1 Goodnight 資訊統整.....	10
表 3-1-2 Goodnight 的網路評論之優缺點.....	11
表 3-2-1 Tinder 資訊統整.....	14
表 3-2-2 Tinder 的網路評論之優缺點.....	15
表 3-3-1 Cross me (クロスミー) 資訊統整.....	17
表 3-3-2 Cross me (クロスミー) 的網路評論之優缺點.....	18
表 3-4-1 tapple (タップル誕生) 資訊統整.....	20
表 3-4-2 tapple (タップル誕生) 的網路評論之優缺點.....	21
表 3-4-3 tapple (タップル誕生) 的費用.....	23
表 3-5-1 各交友 app 統整.....	24
表 3-5-2 Goodnight 之 SWOT 分析.....	25
表 3-5-3 Tinder 之 SWOT 分析.....	26
表 3-5-4 Cross Me (クロスミー) 之 SWOT 分析.....	26
表 3-5-5 tapple (タップル誕生) 之 SWOT 分析.....	27
表 4-1-1 台日問卷內容及設計目的概述(詳細請見附錄一).....	28
表 4-4-1 使用動機之台灣問卷調查結果.....	37
表 4-4-2 使用習慣之台灣問卷調查結果.....	38
表 4-4-3 使用動機之日本問卷調查結果.....	43
表 4-4-4 使用習慣之日本問卷調查結果.....	45
表 4-5-1 使用動機之台日問卷調查結果比較.....	48
表 4-5-2 使用習慣之台日問卷調查結果比較.....	51

# 第一章 緒論

## 第一節、研究背景與動機

研究顯示，台灣行動上網族群的各種主要上網應用行為中，以使用社交網路的比例為最高（劉芳梅等人，2013）。在現代的忙碌社會生活裡，世界上許多人都把自己的生活奉獻給了工作或是讀書考試，幾乎沒有時間認識新朋友、拓展自己的朋友圈以及來一場轟轟烈烈的愛情。除了週末或休假日跟朋友和家人聚聚，訴說生活上的煩悶來調解平時枯燥生活的無趣。而在此時出現的交友 app 正大大地拯救了那些被工作及課業壓著的人，讓他們也可以享受拓展朋友圈亦或是找個適合在一起的伴侶。

戚幼萱（2019）提到，所謂交友 app 是指以媒合使用者為主，利用各式演算法和規則決定如何配對使用者、讓使用者在 app 中彼此交流與互動之行動應用程式。基於此一目的，配對功能即為其重要關鍵要素。通常交友 app 會要求使用者在註冊時提供基本資料，如：年齡、興趣、職業等，或直接利用行動裝置定位，抓取使用者所在地點進行條件媒合。大部份的交友 app 提供期望條件、所在地遠近之配對結果，同時也讓使用者依靠基本資料及照片做為選擇依據，部分交友 app 則將選擇權設計為付費機制，需付費後才能提供更精準的配對服務。

不論在捷運、公車或是路上，都可以發現大家人手一隻手機，而我們正生活在這個科技的世代，網路日漸發達，我們的溝通也從面對面，書信，進而演變成簡訊，視訊。而若要拓展朋友圈，甚至不用出門就能用手邊的手機達成目的。但是交友 app 是如何吸引人們使用它呢？大學生對交友 app 的看法又受到什麼影響呢？我們將以此為研究動機調查大學族群對於交友 app 的看法與使用後的對於社交印象的改變。

## 第二節、研究目的

基於上述的研究動機，本小組將探討國內大學生的交友 app 使用概況，並對國內及日本各擇兩個受年輕人特別大學生族群喜愛的交友 app 進行研究並分析，之後運用

SWOT分析對以上四個交友 app 進行行銷策略的研究。最後在網路對台日兩國大學生發放對於交友 app 的看法、動機及使用後對社交有什麼新的看法問卷。

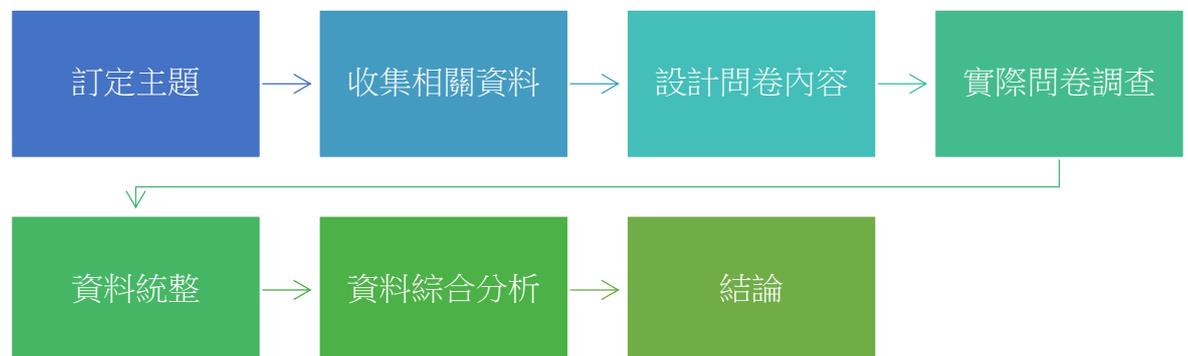
- (一) 台日大學生交友 app 使用之前人文獻梳理
- (二) 台日熱門交友 app 的個別特點及行銷策略
- (三) 台日大學生對於交友 app 的動機、經驗概況調查

### 第三節、研究方法

#### 一、研究架構

1. 文獻分析：透過網路資源、書籍、報章雜誌等進行資料搜尋。藉由以上的資料收集，並加以分析。
2. 問卷調查：針對大學族群使用交友 app 之現況，調查分析大學族群對於交友 app 之動機及其影響。
3. 圖表統計：根據問卷結果以及資料收集，資料經統整後，以圖表方式呈現。

#### 二、研究流程



資料來源：由本研究小組彙整

圖 1-3-1 研究流程圖

## 第二章 文獻探討

本章簡述人際關係，之後對台灣大學生網路的使用情形及網路應用行為做文獻探討，了解大學生運用網際網路於何種行為並探討台灣交友 app 的發展概況。

### 第一節 人際關係與大學生網路使用概況

自從人類誕生之後便也同時存在著人際關係，因為人類是群居動物，所以當人與人展開任何互動都是人際關係的開端。當我們出生之後身在家中與父母、兄弟姊妹的互動或是親戚等，之後步入學堂與老師及同學，再遠一些進入職場後與同事和上司長官們的互動皆是人際關係的展現。薛國致（2010）表示，人際關係是人與人之間在共同的時空下進行互動的關係，透過各種語言或非語言的方式互動，達成彼此間的需要而建立的心理關係，且維持一段長時間之歷程。林芝妘（2013）說，人們之間溝通互動過程，經由語言或行為舉止，覺察情緒與感覺，表達出內心的想法與態度。央靜慧（2016）也表示，人際關係是人與人為滿足身心的需求，相互影響、相互依賴，透過語言、思想、感情或其他非語言的行為表現，與他人的相互交流，而產生的互動關係，是一種動態的反應，簡單的說就是人與人之間交互影響的歷程，是彼此間賴以滿足心理需求，相互依存而產生的關係。其中包含親情、愛情、同儕、師長等等之間的關係。綜合上列所描述，人們的生活與人際關係緊緊相扣，加上科技日新月異，網路的便利讓人們發展人際關係的機會又變得更大。

大學生與網際網路生活，已到密不可分的程度，上網率近乎百分之百。有些大學生即使因生活方式而沒有使用電腦，但仍需因應課業需要，上網選課、做教師教學評量、尋找資料做報告等等。黃琪皎（2008）的大學生依附風格、人際關係與網路成癮之相關研究提到，台灣有超過 7 成（71.0%）的大學生有交過網友。梁德馨（2013）則表示，2013 年約有 1,798 萬人上網，其中又以 20 至 24 歲使用過網路的比率最高，達到 100%，15 至 19 歲亦達 99.89%。由此可了解在台灣網路使用率最高的族群大概

位在 18 至 22 歲，也就是大學生族群。

根據財團法人台灣網路資訊中心 (TWNIC) 2019 年的一項調查：使用網路比例最高的族群年齡為 20-24 歲；在大學生網路使用情形方面，2015 年世新大學傳播資料庫—Z 世代 (90 年代以後出生的人們) 的大學生媒體使用行為之調查指出，Z 世代的大學生在五大媒體 (電視、報紙、雜誌、網路、廣播) 使用行為方面，以網路使用率最高，高達 98.9%。由此可知大學生幾乎每 100 人就有 99 人頻繁地使用網路。世新大學傳播管理學系教授許碧芳 (2015) 說，1980 年代以後出生的人被視為「數位原生世代」，也稱為「Z 世代」，尤其是這些生於 1993~1997 年的大學生，因為他們生長在充滿科技和網際網路發達的時代。

2015 年世新大學於 7 月 24 日舉辦「行動世代大學生媒體使用行為」記者會中指出，大學生最常使用的上網裝置依序為：智慧型手機 (89.9%)、筆記型電腦 (67.9%) 和桌上型電腦 (35.2%)。他們最常上的網站類型依序為：社群網站 (67.2%)、影音網站 (43.2%) 及搜尋引擎 (40.1%)，且與一般民眾相較發現，大學生在社群網站及影音網站使用的比例上，都較一般民眾高 3 至 4 成，動機主要以尋找資料 (72.9%) 最多，其次是連繫情誼 (61.6%)、打發時間 (40.6%)。

表 2-1-1 大學生新媒體使用情形 - 常使用的上網裝置表

上網裝置		大學生 (%)	一般民眾 (%)
1	智慧型手機	87.9	67.0
2	筆記型電腦	67.9	18.6
3	桌上型電腦	35.2	39.5
4	平板	11.6	15.5
5	穿戴式行動裝置	0.5	0.4

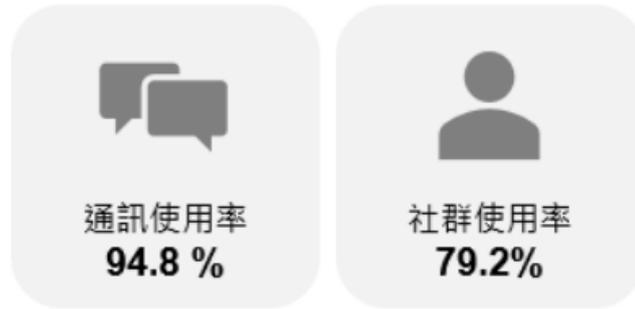
資料來源：世新大學傳播資料庫

## 第二節 國內交友 app 之概況

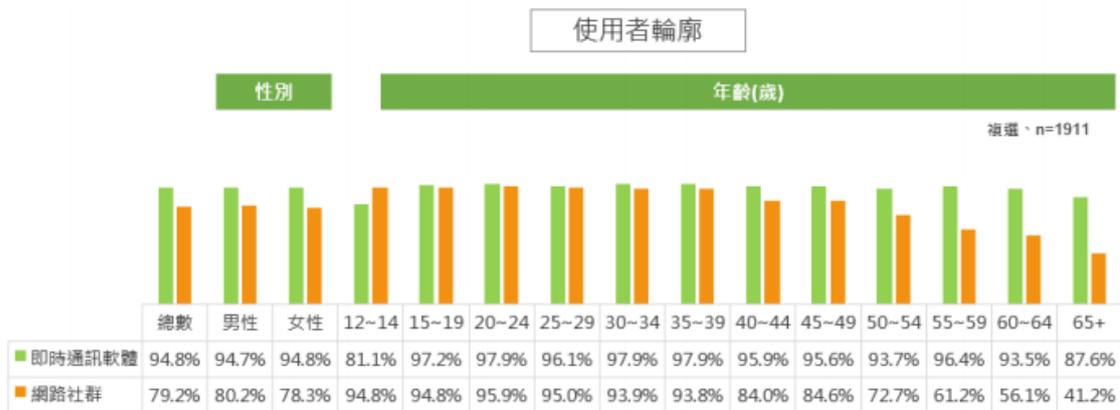
利用網路與另一個互不認識的人，進行互動溝通，暫時拋開現實生活裡必須注意的社會規範等，扮演的角色在面對人事物的行為合宜對象像是自然防禦，在人際關係上有些人與現實卻是相反，活躍於網路世界中，這樣尋求的享受感是現實無法達成(廖鏡鈞，2001)。青少年最常使用手機的用途，主要是聽音樂看影片，其次為聊天交友(林建民，2015)。根據兒盟聯盟「2018 年兒少交友 APP 調查暨網路交友離家現況報告」，青少年透過網路認識陌生網友的比例已高達 86%。也就是每十個兒少，就有八、九個有在網路上認識陌生朋友的經驗。

交友 app 的存在即是使人們可以運用 app 裡的配對機制讓自己認識生活圈以外的人們，符合忙碌的現代人的需求，輸入自己的喜好及興趣，搜尋與自己志同道合的朋友。產業情報研究所 (MIC) 的 2015 年精選報告中也提到交友 app 在功能上與鎖定的使用族群等皆有不同的設計，市場也因正在發展，未來成長空間也大，特別是一些新興市場，例如擁有 12 億人口的印度，民風正面臨轉變，許多人開始打破過往媒妁之言的交友框架，透過 App 獲得更自由的交友管道；另外，如彭博社報導 (2015) 指出，中國大陸男大當婚女大當嫁的催婚觀念，也促使許多業者發展出各種交友 App。

另外，財團法人台灣網路資訊中心 (TWNIC) 在 2019 年台灣網路使用情形調查裡指出，運用網路應用在通訊軟體以及網路社群上的年齡層在 15~24 歲達到 97.29% 的最高比例，因為學生族群們在就學期間透過現實交友友一些侷限，像是除了在學校上課之外，很難認識其他生活圈的新朋友，這時交友 app 的出現可以成功配合這類人們的需求。姜以琳 (2020) 提到，市場供需的理論來看的話，那就是你供需不平，你需要有交友，你有這個交友的需求，或者是你有婚配的需求，那麼你現在身處的環境，沒有辦法提供你這個需求，因此就會有這些交友 app，或是其他的方式，來讓這群人的需求得到滿足。正反映了現代人們的生活型態促使交友 app 的使用率增加的情形。



複選、n=1911  
資料來源：本研究電訪(2019)

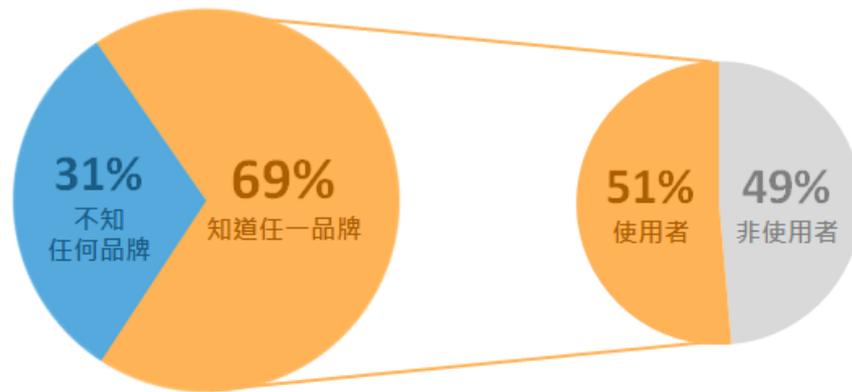


資料來源：財團法人台灣網路資訊中心 (2019)

圖 2-2-1 國內全年齡層通訊軟體使用率

東方快線 (2017) 的交友軟體使用族群調查中發現，有 31% 的受訪者對於任何交友 app 的品牌都不了解。從此調查可以得知近乎 7 成的受訪者都對於交友 app 有一些了解，而在對於交友 app 有些許認知的受訪者中有超過半數以上有使用經驗。整體而言，有 35% 的受訪者使用過交友 app。

圖一. 交友APP品牌認知與使用概況



Source: A1. 請問您知道或聽過以下哪些手機交友軟體APP? (可複選)  
A2. 請問您是否曾經使用過手機交友軟體APP呢? (單選)

EOLembrain  
東方快線網絡市調

資料來源：東方快線（2017）

圖 2-2-2 台灣交友 app 品牌認知與使用概況圖

陳志萍、周英寶（2012）的銀髮族網路交友動機之研究提到，研究結果發現相較於年輕族群，銀髮族的網路交友動機分為三個層面：終生學習、拓展生活圈、尋找伴侶。國內一項調查顯示低頭族一天平均花 205 分鐘盯著掌中的螢幕(資策會,2016)，而忽略與周遭的人相處，使得人際關係趨近疏離，導致交友圈狹隘。林冠廷（2019）說，不同於以往的 BBS 電子佈告欄、交友網站或社群網站，交友 app 利用手機的可攜性與可穿戴性，結合（Global Positioning System，簡稱 GPS），能夠以自己當下身處的地點為圓心搜尋附近的使用者，方便彼此見面認識。因此，交友 app 如雨後春筍般出現，吸引不少使用者藉此擴大社交圈。

在以往的社會，人們常常透過婚友社的服務當作媒介來群找自己心儀的伴侶。後來網路逐漸普及，台灣的第一個交友網站，愛情公寓於 2003 年創立。最主要的是「感興趣功能」，網友們將自己的照片、個人自介等等放上網路平台，供人挑選。在該網站首頁的一開始，就會遇到網頁隨機給你的「配對選擇」，配對選擇會附上對方簡單的介紹以及照片。這也開啟了台灣配對選擇交友的熱潮。之後電腦為主交的交友網站

轉型為行動網路智慧型手機為主交友 app，2014 年登台的交友 app—BeeTalk 剛從台灣上線就已「找朋友」、「雷達」、「喜翻」功能，下載量已突破 200 萬，用戶多為 18 到 25 歲的年輕族群，可見交友 app 的出現深深突破以往的面對面相親交友，而是以網路形式將交友的距離從鄰近地區到全國甚至全球。

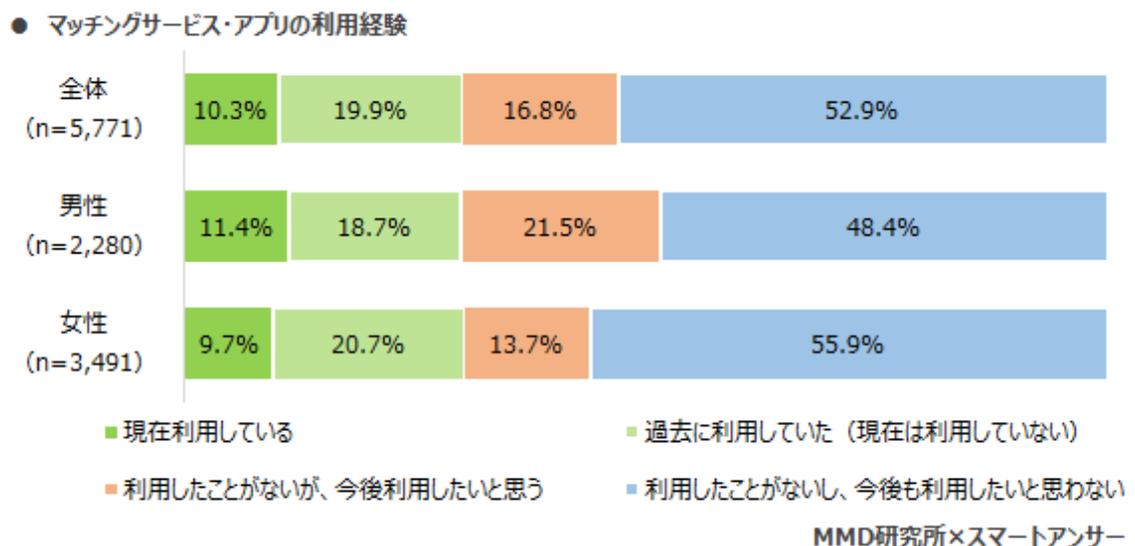


資料來源：BeeTalk（2014）

圖 2-2-3 BeeTalk

### 第三節 日本交友 app 之概況

日本 MMD 研究所與スマートアンサー（smart answer）舉辦的問卷調查結果發現，20 歲至 49 歲的受訪者裡現在正在使用中的男性約 11.4%，而有 18.7% 的男性回答之前使用過，而現在沒有使用，合計約 30.1% 的男性有使用經驗。女性則有 30.4% 有交友 app 的使用經驗。



資料來源：MMD研究所

圖 2-3-1 交友 app 的使用經驗

日本大學生方面，原口伶泉、竹鼻 Yukari（2019）的「マッチングサービス・アプリの大学生の利用実態と影響要因」之研究結果發現，接受問願的 162 位大學生中 89% 的大學生對於交友 app 有充分的了解，有興趣的大學生是 28%，而有意嘗試的約占 19%。而當中只有約 15% 的大學生有使用經驗。動機方面，因為想談戀愛而使用的大學生約 65%。有使用經驗的人之中大約 42% 的大學生跟網友面對面見面過。並且，在與網友有會面經驗的大學生之中，約半數的關係是建立於性方面。

### 第三章 台日熱門交友 app 的簡介與特點

本章將分析台日熱門交友 app 之基本資料、相關優缺點，軟件特點，彙整成以下四節國內外許多人使用的熱門交友 app。分別為由台灣研發且用戶大多是大學生族群的「Goodnight」；由美國研發且年輕用戶占全體五成的「Tinder」；由日本研發且目標用戶為大學生族群的「Cross Me (クロスミー)」以及由日本研發且用戶多為大學生族群的「tapple (タップル誕生)」。

#### 第一節、台灣研發之交友 app—Goodnight



資料來源：Goodnight

圖 3-1-1 Goodnight APP

「Goodnight」是一款以聲音聊天為主要核心的交友 app。透過語音不必以貌取人，在 2015 年發行至今，已有超過 800 萬人數的用戶。過去在台灣為知名的年輕人愛用之交友 app，而被 paktor 併購之後，開發團隊則將目標轉向至國際市場上。

表 3-1-1 Goodnight 資訊統整

會員數	800 萬人
會員特徵	希望以聲音來尋找對象、大學生

費用	60 貓罐頭/100 台幣～
特徵	聊天交友靠聲音，靠著聲音溝通來聯繫
安心使用的理由	不需要照片保障身份 安全把關，杜絕色情，內建檢舉功能
營運公司	Paktor Pte. Ltd.

資料來源：本研究小組彙整

根據官方推特、APP Store 及 Google Play 下的用戶評論中彙整出 Goodnight 的優缺點，如下表 3-1-2。

表 3-1-2 Goodnight 的網路評論之優缺點

好的評論	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 台灣人設計，適合台灣人的交友習慣</li> <li>2. 100%可以配對成功</li> <li>3. 採取匿名配對，對安全性有保障</li> <li>4. 使用語音聊天，雙方不再冷冰冰（相較一般文字聊天來說）</li> <li>5. 通話質量良好</li> </ol>
不好的評價	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 對於陌生人不熟，無法很好的打開話題訊息有時會消失</li> <li>2. 免費用戶需排隊時間</li> <li>3. 男女懸殊，男性要等較久才能配到對象</li> </ol>

資料來源：由本研究小組彙整



資料來源：取自本研究小組手機內 Goodnight APP 介面

圖 3-1-2 軟體使用界面

Goodnight 創立之初，由於創辦人皆為大學生團隊，所以很清楚大學生之間對於交友以及使用何種 app 的動機需求。一開始開發者限制平台的開放時間，限制在晚間 10 點至隔日凌晨 4 點，一方面對於空閒的大學生時間上有利，並且從社會心理學的角度來說，相比白天而言，夜晚的人情緒上更為感性，人在白天的活動容易受到自己擔任的角色約束，而到了夜晚，則因為無社會角色的累贅使得情緒情感得到了更多的彰顯，因此 Goodnight 在成立之初就能夠好好地凝聚一群死忠使用者。



資料來源：取自本研究小組手機內舊版 Goodnight APP 介面

圖 3-1-3 軟體初期限制



資料來源：取自本研究小組手機內 Goodnight APP 介面

圖 3-1-4 軟體付費機制

在逐漸累積使用者忠誠度後，於 2017 年併入 Parktor 集團的 Goodnight 決定參考 Parktor 的盈利模式。Goodnight 共同創辦人暨負責人黃建翰坦承：「Goodnight 剛被收購時，行銷方式、數據處理、報表製作，甚至是後來訂閱制的商業模式，都是透過與 Parktor 旗下團隊頻繁交流、學習得出的，模仿就是最快的學習方式，這是我們被收購後最大的收穫。」之後 Goodnight 便鬆綁開放時間的限制，並且新增平台的虛擬點數，

但是配對免費的核心價值不變，平台的付費制也能使 Goodnight 平台的運營收入增加。而後又將虛擬點數制改為訂閱制度，大幅提升了 Goodnight 的平台收入，也對急需尋找語音聊天對象的使用者多了一個更方便的使用體驗。

## 第二節、美國研發、全球使用率極高之交友 app—Tinder



資料來源：Tinder APP 封面

圖 3-2-1 Tinder

Tinder，英文字面上翻譯是火種，是美國史上最受歡迎的手機交友 app 全球，5700 萬的活躍用戶交友 app 使用人數全球之冠遍布 190 個國家/地區。Tinder 自 2012 年創立來，2017 年市值三十億美元、成功配對次數高達兩百億、每天有一千萬的活躍用戶。

表 3-2-1 Tinder 資訊統整

會員數	5700 萬人
會員特徵	學生青少年占比例 5 成
費用	Tinder Plus 訂閱價格自每月 \$9.99 Tinder Gold 每月 \$14.99 美元
特徵	以照片為主，喜歡右滑不喜歡左滑
安全機制	安全把關，杜絕色情，內建檢舉功能

資料來源：由本研究小組彙整

根據官方、APP Store 及 Google Play 下的用戶評論中彙整出 Tinder 的優缺點，如下表 3-2-2。

表 3-2-2 Tinder 的網路評論之優缺點

好的評論	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 可以找到附近的人很方便</li> <li>2. 豐富你的社交生活</li> <li>3. 遇見靈魂的伴侶</li> <li>4. 配對簡單，不浪費時間</li> <li>5. 真正免錢配對的到</li> <li>6. 認識到很多朋友</li> </ol>
不好的評價	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 有時會當機</li> <li>2. 訊息有時會消失</li> <li>3. 系統年齡限制設定問題</li> <li>4. 無辜被檢舉帳號會被封鎖</li> </ol>

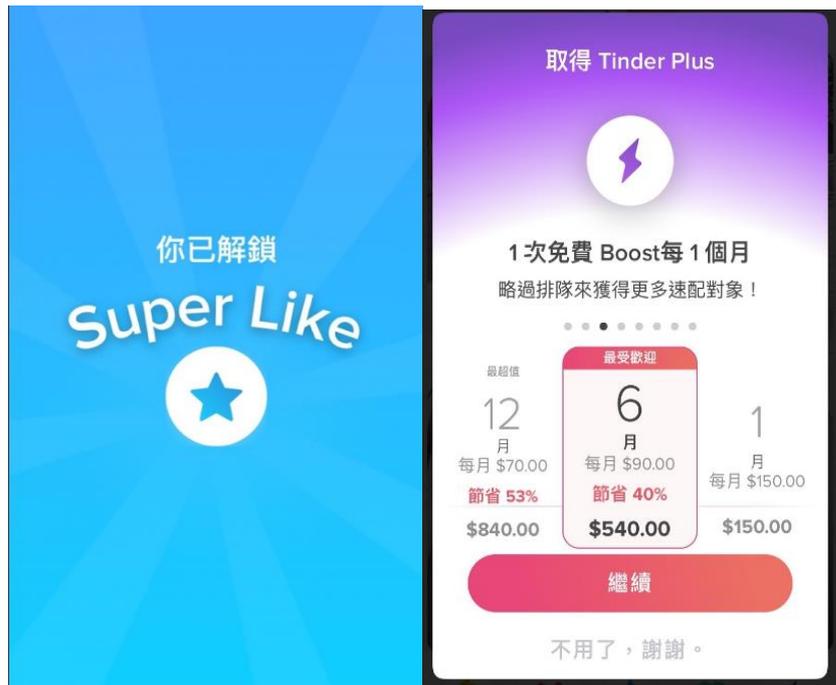
資料來源：本研究小組彙整



資料來源：取自本研究小組手機內 Tinder 介面

圖 3-2-2 軟體使用界面

Tinder 於 2012 年推出是交友 app 界的龍頭，使用人數最多在 2019 年甚至打敗了 Netflix 成為最賺錢的非遊戲類的 App。在配對方面的功能基本上都免費，左滑拒絕、右滑喜歡簡單、快速的滑動配對機制為人稱道，至今仍是多數交友 app 參考、改良的設計方向。



資料來源：取自本研究小組手機內 Tinder 介面

圖 3-2-3 軟體付費機制與特色

根據 swipehelper 裡的文章指出，Tinder 配對的比率有降低的趨勢，因為有些人使用交友 app 純粹為打發時間，僅因為無聊而滑動照片，使得真正想在 Tinder 上找到對象的人得投入更長的時間，這顯然不利於軟體長期的經營。為了增加用戶的配對精準度，Tinder 陸續推出一系列的加值服務。例如 2015 年推出的 Tinder Plus 讓搜尋的對象不受地區限制，同時限制了一天送出愛心的次數，促使真正想找對象的用戶花錢購買加值功能。同年也新增 Super like 功能，針對非常有感覺的對象送出，當用戶滑到被標記「Super like」的照片就能了解到這個人對自己「玩真的」，增加配對機率。除了上述功能，Tinder 更加碼推出 Tinder Gold，讓使用者可以在滑動前

就先看到哪些人對自己感興趣，配對與否全掌握在自己手裡，避免浪費時間與不活躍的用戶建立連結，也新增「防手滑」倒帶功能。相較於免費用戶，Tinder Gold 用戶配對成功率多了 60%，大幅提升配對的準確度。Tinder Gold 也成為 Tinder 衝到營收冠軍的關鍵原因。

### 第三節、日本研發的交友 app—Cross Me (クロスミー)



資料來源：Google Play

圖 3-3-1 Cross Me (クロスミー)

Cross Me (クロスミー) 是一款搭載 GPS 功能的交友 app。和其他交友 app 不同的地方是以「擦肩而過的戀情 (すれ違いの恋)」為概念，可以和自己附近的人相遇。一打開「擦肩而過 (すれ違い) 功能」，利用位置情報可以找到自己附近有在使用的 Cross Me (クロスミー) 的會員。

表 3-3-1 Cross me (クロスミー) 資訊統整

會員數	45 萬人
會員特徵	找戀愛對象、20 歲前半~20 歲後半
費用	3,900 日圓~/月(※女性免費)

特徵	<p>利用「擦肩而過 (すれ違い)」功能找到自己附近的對象</p> <p>利用「今日約會 (今日デート)」功能找到自己當天可以見面的人</p> <p>營運方是上市公司的子公司</p>
安全機制	<p>365 天、24 小時的監視系統</p> <p>依據身分證做年齡確認。</p>
營運公司	<p>playmotion 股份有限公司 (株式会社プレイモーション)</p> <p>Cyberagent Group (サイバーエージェントグループ)</p>

資料來源：本研究小組彙整

根據官方推特、APP Store 及 Google Play 下的用戶評論中彙整出 Cross Me (クロスミー) 的優缺點，如下表 3-3-2。

表 3-3-2 Cross me (クロスミー) 的網路評論之優缺點

好的評論	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 可以找到附近的人很方便</li> <li>2. 可以在附近或是活動範圍一樣的人相遇</li> <li>3. 日常生活中也能邂逅</li> <li>4. 很多俊男美女</li> <li>5. 沒有援交者可以安心的使用</li> <li>6. 有確實實施不曝光自己行蹤的措施</li> </ol>
不好的評價	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 偏遠地方的話無法配對</li> <li>2. 偏遠地方的話無法使用「擦肩而過 (すれ違い)」功能</li> <li>3. 不適合給找結婚對象的人使用</li> <li>4. 軟體很難用</li> </ol>

資料來源：本研究小組彙整

	無料プラン	有料プラン
すれ違い機能	○	○
検索機能	○	○
プロフィールの閲覧	○	○
いいねの送信	○	○
マッチング	○	○
検索上位表示	×	○
相手のいいね数確認	×	○
相手のログイン確認	×	○
新人に無料いいね	×	○
メッセージの確認	×	○
メッセージの送信	×	○

資料來源：マッチングアップ plus

圖 3-3-2 免費方案和付費方案的不同

プラン	iOS版	Android版
1ヶ月プラン 【おすすめ】	4,200円/月	3,900円/月
3ヶ月プラン	3,300円/月 (一括9,900円)	3,300円/月 (一括9,900円)
6ヶ月プラン	2,900円/月 (一括17,400円)	2,900円/月 (一括17,400円)
12ヶ月プラン	2,317円/月 (一括27,800円)	2,317円/月 (一括27,800円)

資料來源：マッチングアップ plus

圖 3-3-3 男性使用者的使用費用

#### 第四節、tapple (タップル誕生)



資料來源：CyberAgent (サイバーエージェント) 官方網站

圖 3-4-1 tapple (タップル誕生)

「tapple (タップル誕生)」在 2014 年發行之後，約 6 年的時間會員數超過 500 萬人，現在一天的新會員數平均超過 4500 人。從開始營運至今配對數總計有 2 億組。這在國內交友 app 當中屬於數一數二的配對數。營運公司是「CyberAgent (サイバーエージェント)」旗下的「MATCHING AGENT(株式会社マッチングエージェント)」。因為「CyberAgent (サイバーエージェント)」是東京證券交易所第一部的上市公司，所以可以說是值得信賴的營運公司。「可以輕鬆地利用興趣將兩人聯繫在一起」的評價，以 20 歲前半的年輕人為中心，是人氣急速上升中的交友 app。

表 3-4-1 tapple (タップル誕生) 資訊統整

會員數	500 萬人。
會員特徵	大多為學生以及 20 歲前半等年輕族群。
費用	每月 2,234 日幣~3,700 日幣不等。(※女性免費)。
特徵	「滑動功能(スワイプ功能)」簡單操作。 「外出配對功能(おでかけ功能)」，很快就能見面。

安全機制	依據身分證做年齡確認。 個人檔案裡面附有「本人認證勳章」功能。
營運公司	MATCHING AGENT (株式会社マッチングエージェント)

資料來源：本研究小組彙整

根據官方推特及 APP Store 下的用戶評論中彙整出 tapple (タップル誕生) 的優缺點，如下表 3-4-2。

表 3-4-2 tapple (タップル誕生) 的網路評論之優缺點

好的評論	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能找到興趣相符的人</li> <li>2. 「滑動功能(スワイプ功能)」簡單操作</li> <li>3. 註冊者多為年輕人</li> <li>4. 利用「外出配對功能(おでかけ功能)」，很快就能見面</li> <li>5. CyberAgent (サイバーエージェント) 集團讓人安心</li> <li>6. 沒有援交者所以安心</li> <li>7. 不用花費太多的時間就能相遇</li> <li>8. 有大量的配對機會</li> </ol>
不好的評價	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 找結婚對象的人很少</li> <li>2. 月費相較昂貴</li> <li>3. 配對之後沒有回訊息</li> </ol>

資料來源：本研究小組彙整



資料來源：CyberAgent（サイバーエージェント）官方網站

圖 3-4-2 本人認證勳章

因為具有「身分認證」功能所以不用擔心有「業者」。跟「性」有關的業者一定多多少少混在其中，因為有追加「身分認證」功能，所以能夠簡單得分辨出「業者」。身分認證是必須向營運提出證明照片和自拍照，是證明「使用交友 app 的真的是本人」的功能，所以個人檔案裡面附有「本人認證勳章」的使用者，為「業者」的可能性為 0。

雖然在 tapple（タップル誕生）裡遇到「業者」的機率非常的低，但是萬一，因不具有本人認證勳章而認為是「說不定是業者…」的這種場合也請小心。業者的特個人簡介的介紹文通常很短、照片很可愛、回信很快且會積極地靠近。不過因為 tapple（タップル誕生）的支援、監視系統可以準確的判斷，所以如果有疑惑也可以試著反饋給官方看看。

表 3-4-3 tapple (タッフル誕生) 的費用

男性費用		女性費用
1 個月方案	3,700 日幣/月	/
3 個月方案	3,200 日幣/月	
6 個月方案	2,800 日幣/月	
12 個月方案	2,234 日幣/月	

資料來源：本研究小組彙整

tapple (タッフル誕生) 的費用，因為男性使用者再傳訊息的時候就需要費用，所以想在 tapple (タッフル誕生) 裡邂逅最少 1 個月也要花費 3,700 日幣，而女性使用者則是完全免費使用，所以不會產生任何費用。

## 第五節、app 統整與 SWOT 分析

表 3-5-1 各交友 app 統整

	Goodnight	Tinder	Cross Me (クロスミー)	tapple (タップル誕生)
會員數	800 萬人	5700 萬人	45 萬人	500 萬人
會員特徵	希望以聲音來尋找對象、大學生。	學生青少年占比例 5 成。	找戀愛對象、20 歲前半~20 歲後半。	學生等等的年輕族群多，比起找結婚對象更偏向找戀愛對象。
費用	60 貓罐頭/100 台幣~不等。	免費使用，訂閱 Tinder Plus 價格則是每月\$9.99 Tinder Gold 至每月\$14.99 美元。	3,900 日圓~/月 (※女性免費)	男性使用者根據方案不同則是每月 2,234 日幣至 3,700 日幣。 (※女性免費)
軟體特徵	聊天交友靠聲音，靠著聲音溝通來聯繫。	以照片為主，喜歡右滑不喜歡左滑。	利用「擦肩而過(すれ違い)」功能找到自己附近的對象。	「滑動功能(スワイプ機能)」簡單操作，使用「外出配對功能(おでかけ機能)」，很快就能見面。
優點	台灣人設計，適合台灣人的交友習慣。	介面簡單，配對成功機率高。	可以在附近或是活動範圍一樣的人相遇。	不用花費太多的時間就能相遇。

缺點	免費用戶需排隊時間，男女懸殊，男性要等較久才能配到對象。	聊天系統不方便(無法傳送照片與錄音)。	偏遠地方的話無法使用「擦肩而過(すれ違い)」功能。	月費很貴，住在偏遠地方的人配對困難。
安全機制	不需要照片保障身份。安全把關，杜絕色情，內建檢舉功能。	安全把關，杜絕色情，內建檢舉功能。	365 天、24 小時的監視系統。依據身分證做年齡確認。	個人檔案裡面附有「本人認證勳章」功能，所以幾乎沒有援交者。

資料來源：本研究小組彙整

## SWOT 分析

本研究小組統整了四個交友 app 的優勢、劣勢、機會以及威脅。

Goodnight 的優勢、劣勢、機會以及威脅，如下表 3-5-2。

表 3-5-2 Goodnight 之 SWOT 分析

S	W
匿名語音論壇 台灣人設計開發 使用語音聊天	男女使用者差距懸殊 免費用戶須排隊
O	T
較容易找到有共鳴的對象 以聲音尋找對象	市場機會較小 市面上有類似產品

資料來源：本研究小組彙整

優勢部分，Goodnight 是由台灣團隊開發因此能較清楚國人的使用習慣；劣勢部分，男女比例分部差距較大，可能會遇到等了很久匹配不到人的情況；機會部分，採

取「聲音配對」的方式，對這個功能感興趣的人或許會優先選擇此款交友 app；威脅部分，市面上有類似產品，使產品重複性高，市場競爭較為激烈。

Tinder 的優勢、劣勢、機會以及威脅，如下表 3-5-3。

表 3-5-3Tinder 之 SWOT 分析

S	W
使用人數全球之冠 介面簡單操作方便	監測系統不嚴謹 聊天系統不方便
O	T
匹配速度快 免費使用	難以找到一段單純的戀愛 速食戀愛，不被重視

資料來源：本研究小組彙整

優勢部分，使用人數為全球之冠且介面簡單操作方便，因此交友配對不需花費太多時間；劣勢部分，安全機制較為寬鬆，會有遇到假帳號的風險；機會部分，可以免費使用，因此吸引大量的使用者；威脅部分，大部分的使用者都不太重視在交友 app 上認識的人的感情。

Cross Me (クロスミー) 的優勢、劣勢、機會以及威脅，如下表 3-5-4。

表 3-5-4Cross Me (クロスミー) 之 SWOT 分析

S	W
依據身分證做年齡確認 總公司值得信賴，使用者放心	軟體操作複雜 不適合找結婚對象
O	T
獨有的特殊功能 日常生活中也能邂逅	偏遠地區無法使用 關係無法持久

資料來源：本研究小組彙整

優勢部分，需要用身分證確認使用者年齡及身分，不用擔心會遇到假帳號；劣勢部分，操作方式較為複雜；機會部分，具有特殊的功能，能用新奇的功能吸引到更多使用者；威脅部分，在東京 23 區以外的地區無法使用，對於不住在首都圈的使用者來說較為不方便。

tapple (タップル誕生) 的優勢、劣勢、機會以及威脅，如下表 3-5-5。

表 3-5-5 tapple (タップル誕生) 之 SWOT 分析

S	W
操作簡單 身分認證功能	訊息不會顯示已讀 偏遠地區配對困難
O	T
男女比例分布平均 幾乎沒有「業者」	不易找到理想的結婚對象 月費相較昂貴

資料來源：本研究小組彙整

優勢部分，操作方法簡單且具有身分認證功能，不必擔心有遇到假帳號的風險；劣勢部分，聊天訊息不會顯示已讀，因此會有使用者不知道對方是看到訊息但是在忙沒空回覆還是不想回覆訊息的情況；機會部分，男女比例平均，較不會發生匹配不到人的情況。威脅部分，與其他交友 app 相比之下花費較高。

## 第四章 問卷調查及分析

此章為本專題為探討台日大學生交友 app 使用情形，並探討兩國大學生對於交友 app 的選擇及動機上的差異而設計此問卷。以問卷主題「台日大學生交友 app 使用情形探討」在網路上進行調查。本章將會從研究方法和內容到研究時間及對象，最後從研究結果中分析兩國之間大學生對交友 app 想法上及使用上的差異。

### 第一節、調查方法及內容

本專題運用 google 表單發放問卷，為了快速及有效率蒐集大範圍台灣及日本大學生的問卷樣本數，提升調查的可信率。也分別設計中文及日文的問卷分別讓兩國大學生填寫。此問卷題目參考至張淳萱撰之東吳大學心理學系碩士論文《未婚青年人際關係需求、愛情風格與交友軟體是用狀態之研究》，請見參考文獻 13。

表 4-1-1 台日問卷內容及設計目的概述(詳細請見附錄一)

問卷題目	問卷設計目的
第一部分 (性別、年齡、app 使用概況)	易於了解填寫者的基本年齡性別及對於交友 app 的熟悉程度及依賴程度。
第二部分 (使用交友 app 的動機)	意於調查台日大學生使用交友 app 之動機及傾向
第三部分 (設置頭貼、生活照、自我介紹)	意於了解台日大學生使用交友 app 之習慣

資料來源：本研究小組彙整

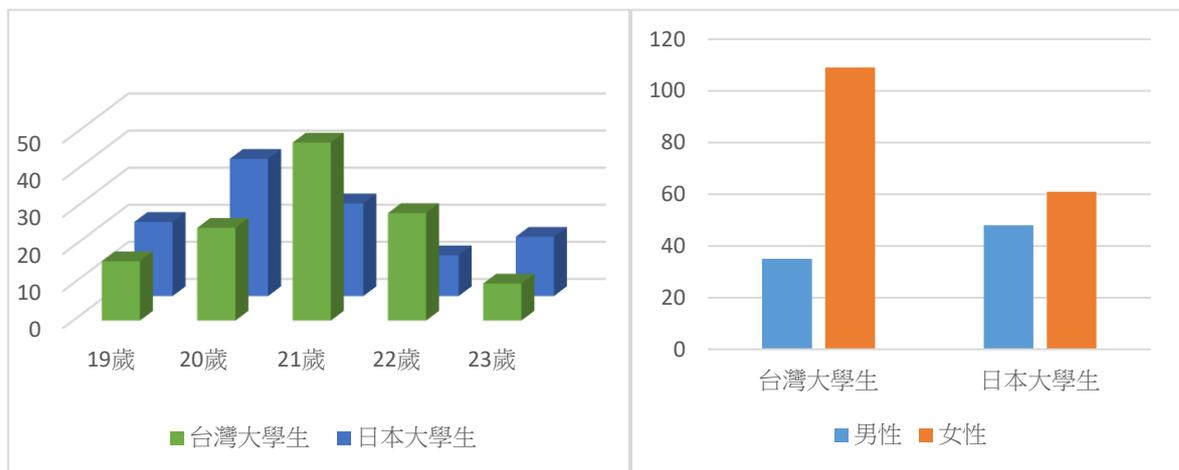
### 第二節、調查期間

2020 年 9 月 20 日至 10 月 4 日為止，為期兩周以網路 Google 表單的方式進行問卷調查。

### 第三節、調查對象

本專題以台日兩國大學生對於交友軟體的使用情形及動機為主旨進行研究。台灣及日本的大學生則為問卷發放對象，但若其中有非大學生的受訪者亦或是沒有交友軟體使用經驗的台日大學生則將直接跳至問卷最後一頁「非常感謝您抽空填寫我們的問卷」。本問卷共有 270 人填寫，其中非大學生的受訪者亦或是沒有交友軟體使用經驗的台日大學生填寫之問卷有 17 份，有效問卷為 253 份。

日本大學生共有 109 人，其中男性有 48 人，女性有 61 人。台灣大學生共有 144 人，男性有 35 人，女性有 109 人。日本大學生受訪者中以 20 歲最多，其次為 21 歲。台灣大學生受訪者最多為 21 歲，其次則為 22 歲。兩國的大學生皆為女性填寫者的比例高於男性。



資料來源：本專題調查結果

圖 4-3-1 台日大學生受訪者年齡及性別比例圖

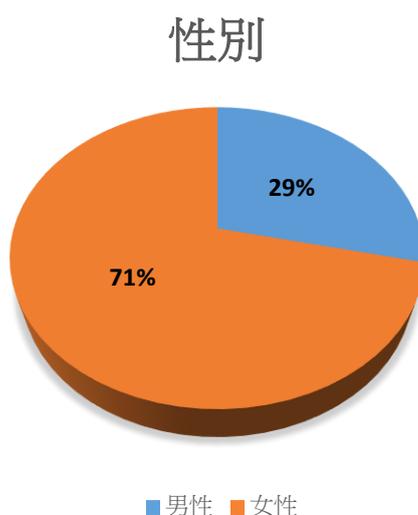
### 第四節、研究結果及分析

本研究以台灣及日本的大學生為調查對象，問卷的內容意於探討兩國大學生對於使用交友 app 的動機及習慣。以下將針對問卷調查結果進行分析討論。

## 一、台灣大學生交友軟體之調查結果

### (一) 使用情形

為了解台灣大學生使用交友軟體之男生與女生比例，而提出「Q1. 使用交友軟體之男女比例」。調查比例中男生佔 28.6%，女生則佔 71.4%。從本研究結果可以得知女生使用交友軟體比例高於男生。

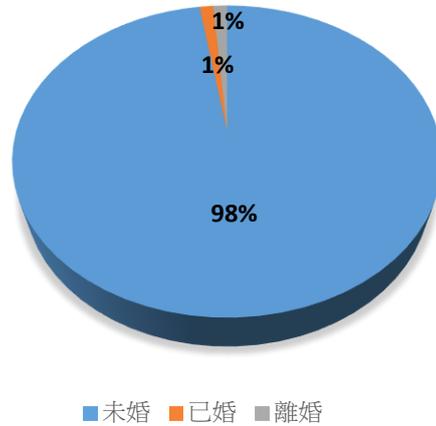


資料來源：本專題調查結果

圖 4-4-1 「使用交友軟體之男女比例」之問卷調查結果

為了解台灣大學生使用交友軟體之婚姻狀況，而提出「Q2. 交友軟體使用者之婚姻狀況」。從本研究結果可以得知受測者大學生之未婚人數佔 97.5%為大多數。

## 婚姻狀況

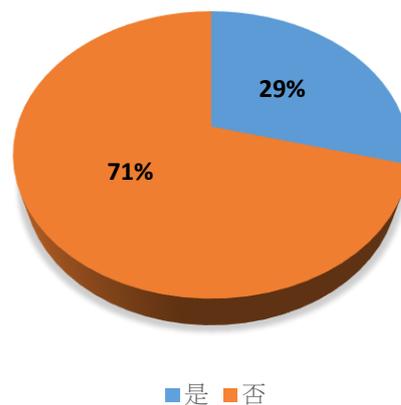


資料來源：本專題調查結果

圖 4-4-2 「交友軟體使用者之婚姻狀況」之問卷調查結果

為了解台灣大學生使用交友軟體之下是否有固定交往對象，而提出「Q3. 交友軟體使用者是否有固定交往對象」。調查結果比例中，有固定交往對象者為 29.2%，無固定交往對象者為 70.8%。從本研究結果可以得知使用交友軟體之受測對象大學生多數為無固定交往對象者。

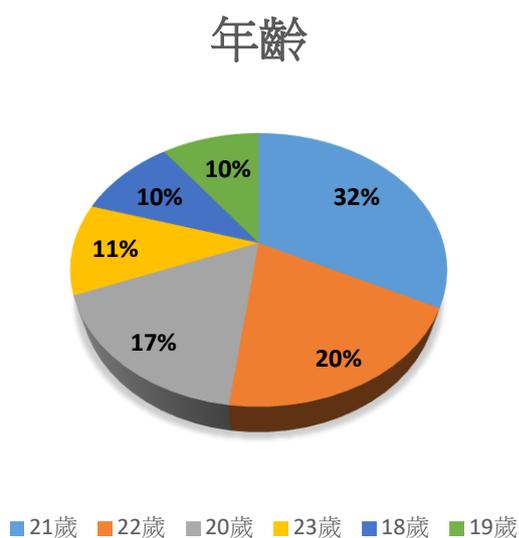
## 是否有固定交往對象



資料來源：本專題調查結果

圖 4-4-3 「交友軟體使用者是否有固定交往對象」之問卷調查結果

為了解台灣大學生使用交友軟體之平均年齡，而提出「Q4.交友軟體使用之年齡」。調查結果比例中 21 歲的使用者為多最多數 29.8%，22 歲的使用者為其次 18%，20 歲則為 15.5%。

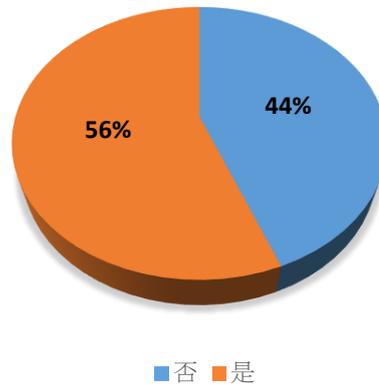


資料來源：本專題調查結果

圖 4-4-4 「交友軟體使用之年齡」之問卷調查結果

為了解台灣大學生是否曾經使用過交友軟體，而提出「Q5. 使用過交友網站或 app 嗎？」。調查結果比例中，曾經使用過之人數為 55.9%，未曾使用過之人數為 44.1%。根據本問卷調查結果可以發現大多數將近一半之大學生皆使用過交友軟體。

## 是否曾經使用過交友網站

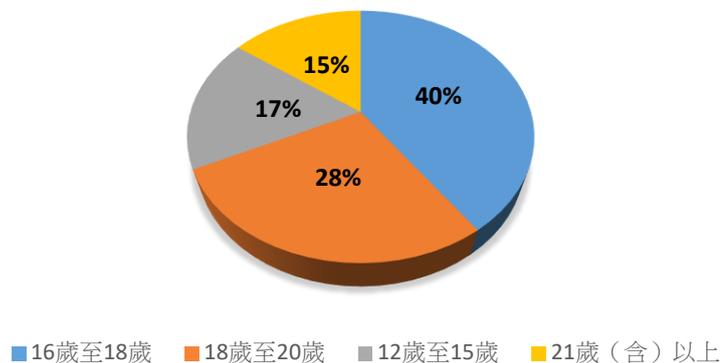


資料來源：本專題調查結果

圖 4-4-5 「使用過交友網站或 app 嗎」之問卷調查結果

為了解台灣大學生第一次使用交友軟體的年齡，而提出「Q6. 第一次使用交友 app 的年齡」。調查比例中 16 至 18 歲之間為 38.9%，18 至 20 歲為 26.7%，12 歲至 15 歲為 16.7%，21 歲（含）以上才開始使用交友軟體為 14.4%。由此問卷調查結果中顯示普遍大學生都會於青少年時期想使用及了解交友軟體，相較之下 21 歲（含）以上開始使用者為少數。

## 第一次使用交友軟體的年齡

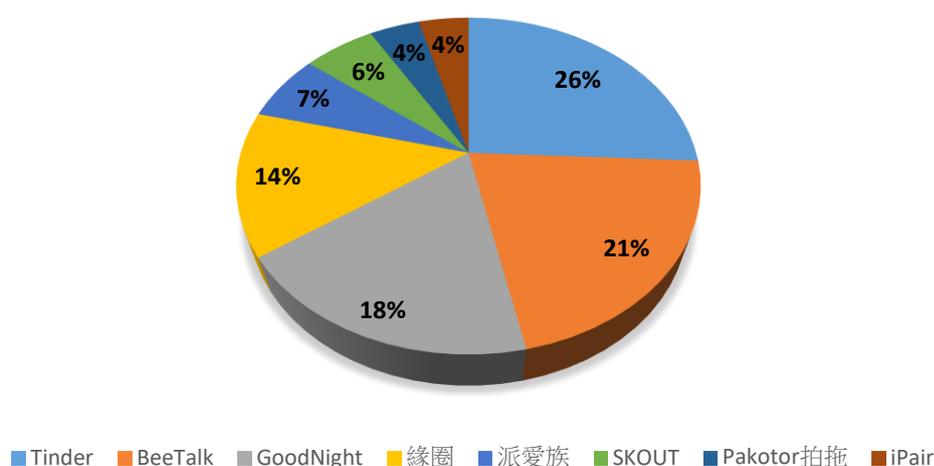


資料來源：本專題調查結果

圖 4-4-6 「第一次使用交友 app 的年齡」之問卷調查結果

為了解台灣大學生使用過哪些交友軟體，而提出「Q7.使用過哪些交友 app」。其中為 Tinder 最廣泛被使用，比例為 47.8%。其次為 Beetalk、GoodNight 分別是 38.9% 和 34.4%。而緣圈之使用者比例佔 25.6%。派愛族和 SKOUT 此兩個交友軟體也有 12% 左右之人數使用。而 Pakotor 拍拖、iPair 則最為少數的 7.8%。由此問卷結果中可以發現於受測此份問卷之台灣大學生中最多人使用的交友軟體為 Tinder。

### 使用過哪些交友app

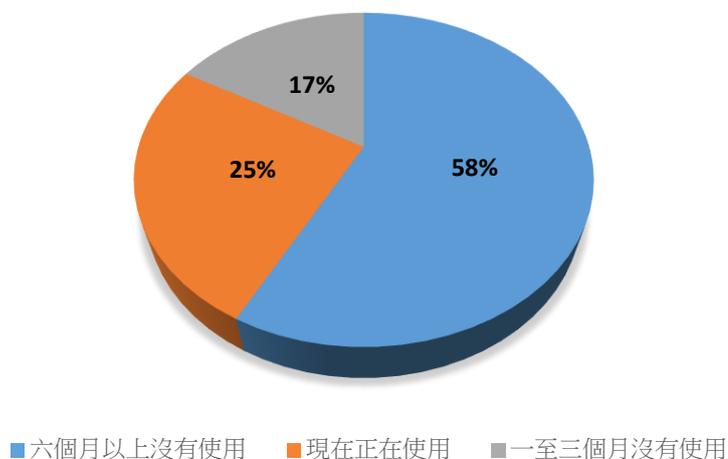


資料來源：本專題調查結果

圖 4-4-7 「使用過哪些交友 app」之問卷調查結果

為了解台灣大學生使用交友軟體之使用情形，而提出「Q8. 使用者之使用情形」。調查結果顯示六個月以上沒有使用佔多數為 57.8%，現在正在使用者為 25.6%，一至三個月沒有使用佔 16.7%。由本問卷之受訪結果可以發現大多數大學生其實並未時常使用交友軟體。

## 使用者之使用情形

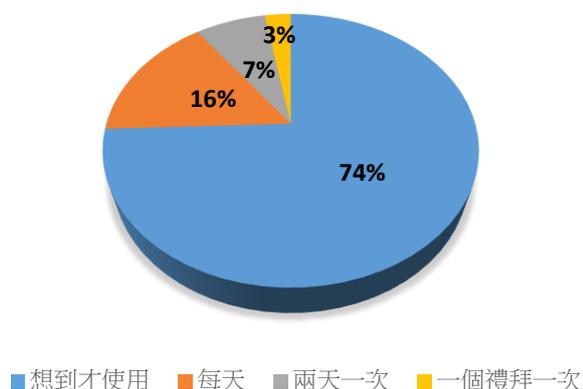


資料來源：本專題調查結果

圖 4-4-8 「使用者之使用情形」之問卷調查結果

為了解台灣大學生使用交友軟體之使用頻率，而提出「Q9.使用交友 app 的頻率」。調查比例中「想到才用」佔多數為 74.4%而「每天」使用者佔 15.6%。「兩天一次」之使用者比例為 7.3%，「一個禮拜一次」之使用者為 2.7%。由本問卷結果之顯示可以發現受測於本問卷之大學生多數都為想到才會使用交友軟體，因此本研究小組認為大多數大學生並未沈溺於交友軟體上。

## 使用交友app的頻率



資料來源：本專題調查結果

圖 4-4-9 「使用交友 app 的頻率」之問卷調查結果

## (二) 使用動機

第二部分是探討台灣大學生關於交友 app 使用動機。由問卷題目 1 至 3 題可以發現，台灣大學生普遍認為在交友 app 上相較於現實生活因為尚處於虛擬網友的狀態，所以可以談論所有事物並不用有所顧忌並呈現較真實的自己。

而 4 至 6 題的調查結果可以顯示台灣大學生近 34%認為自己常常宅在家所以使用交友 app 來拓展朋友圈。但半數台灣大學生認為並不是只有交友 app 才交得到朋友。

表 4-4-1 使用動機之台灣問卷調查結果

問題	非常不同意	不同意	不同意也不反對	同意	非常同意	平均值(分數)
1. 交友 app 上的朋友可以暢談且沒有禁忌	2.2%	12.2%	38.9%	35.6%	11.1%	3.41
2. 交友 app 較能呈現真實的自己	3.3%	26.7%	44.4%	23.3%	2.2%	2.94
3. 交友 app 可以拓展生活圈	3.3%	8.9%	23.3%	53.3%	11.1%	3.6
4. 因為宅在家不常與人互動所以使用交友 app	8.9%	25.6%	25.6%	33.3%	6.7%	3.04
5. 交友 app 之外的地方交不到朋友	37.8%	17.8%	21.1%	17.8%	5.6%	2.36
6. 使用交友 app 想尋找人生的另一半	15.6%	14.4%	41.1%	20%	8.9%	2.92
7. 使用交友 app 想尋找戀愛對象	14.4%	7.8%	41.1%	8.9%	27.8%	3.28
8. 使用交友 app 因為沒機會認識新朋友	11.1%	23.3%	24.4%	32.2%	8.9%	3.04
9. 使用交友 app 因為想找一夜情的對象	48.9%	22.2%	15.6%	8.9%	4.4%	1.98
10. 使用交友 app 因為可以尋求心靈上的慰藉	15.6%	3.3%	40%	31.3%	10%	3.17
11. 使用交友 app 因為想暫時拋開現實生活	8.9%	12.2%	30%	36.7%	12.2%	3.31
12. 使用交友 app 和網友分享自己對各種事物的想法	3%	5.6%	34.4%	40%	16.7%	3.61

資料來源：本專題調查結果

7 至 8 題的回答可以發現台灣大學生之平均值大於標準值 3 分，所以大多數使用交友 app 可以有機會尋找戀愛對象。而第 9 題可以發現平均值是所有題目的最低分數（1.98）表示多數台灣大學生不同意使用交友 app 是為了尋找一夜情的對象。而 12 題為所有題目中最高分（3.61）表示絕大部分學生使用交友 app 是為了拋開現實生活，稍微尋找喘息，並會與網友們分享自己對事物的想法或意見。

### （三）使用習慣

下表是台灣大學生交友 app 問卷調查第三部分—使用習慣之問卷調查結果。從 1 至 4 題的結果可以顯示出極大部分台灣大學生對於交友 app 自界方面的資料都會如實並準備得非常完全。放置大頭貼及如實填寫自己的介紹資料都認真地填寫。

而在 5 至 8 題方面，台灣大學生也是近乎 90% 的學生都會認真填寫希望交友的對象以及對於有興趣的網友點擊喜歡並加入我的最愛。在自己的資料瀏覽數方面，從調查結果中台灣大學生也表現出積極觀察瀏覽數的次數，並會與網友分享平常無法跟現實生活中認識的人言語的心事。

從下表中可以看到第 6 題的分數最高（3.74），從這裡可以推測出大部分台灣大學生遇到不錯的對象會按喜歡或加入我的最愛。

而第 3 題的分數最低（3.17），可以看出台灣大學生不太認真填寫交友 app 上的自我介紹，從這裡可以推測出他們不喜歡將過多的介紹資訊填寫到交友 app 內。

表 4-4-2 使用習慣之台灣問卷調查結果

問題	非常不同意	不同意	不同意也不反對	同意	非常同意	平均值（分數）
1. 我會在交友 app 上放置大頭貼	5.6%	12.2%	17.8%	54.4%	10%	3.51
2. 我會在交友 app 上放置生活照	7.8%	20%	20%	43.3%	8.9%	3.26

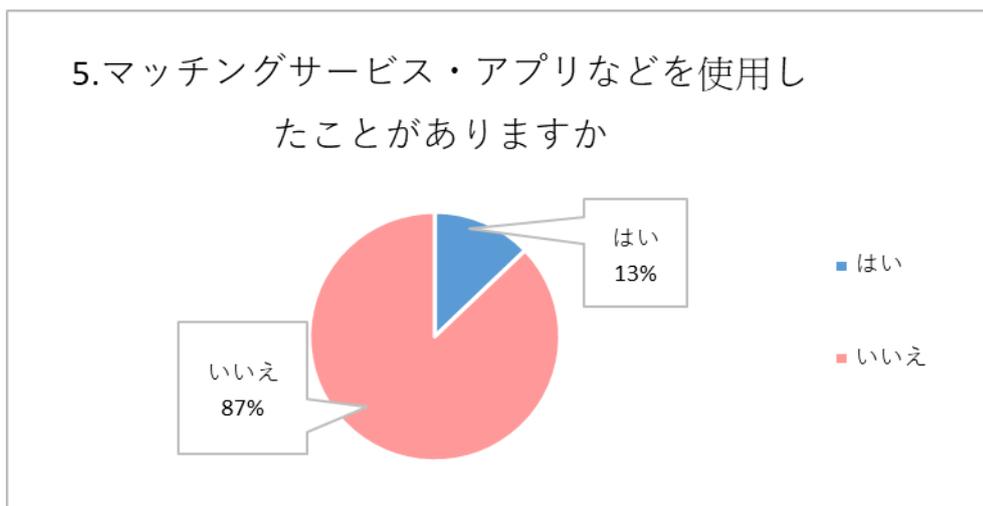
3. 我會認真填寫交友 app 上的自我介紹	6.7%	16.7%	37.8%	31.1%	7.8%	3.17
4. 我填寫的資料沒有任何隱瞞或不實	6.7%	15.6%	24.4%	41.1%	12.2%	3.37
5. 我很認真地填寫擇偶條件	4.4%	14.4%	32.2%	37.8%	11.1%	3.37
6. 遇到不錯的對象我會按喜歡或加入我的最愛	3.3%	5.6%	21.1%	53.3%	16.7%	3.74
7. 我會看交友 app 上自己的個人頁面被瀏覽的次數	6.7%	8.9%	31.1%	38.9%	14.4%	3.46
8. 我會使用交友 app 和網友分享自己的心事	5.6%	6.7%	38.9%	32.2%	16.7%	3.48

資料來源：本專題調查結果

## 二、日本大學生交友軟體的使用動機

### (一) 使用情形

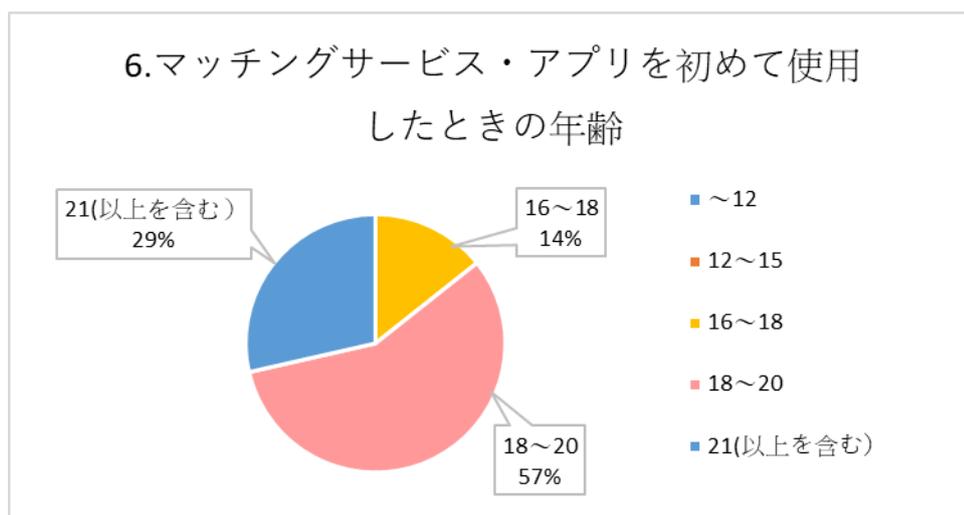
問卷一開始提出「Q5 マッチングサービス・アプリなどを使用したことがありますか」,由有沒有使用過這個問題中了解,日本大學生有沒有使用交友軟體的習慣。結果顯示「はい」佔 12.8%,最後為「いいえ」佔 87.2%,由調查結果可得知,日本大學生沒什麼使用交友軟體的習慣。



資料來源：本專題調查結果

圖 4-4-10 「マッチングサービス・アプリなどを使用したことがありますか」之問卷調查結果

針對「Q6 マッチングサービス・アプリを初めて使用したときの年齢」之問卷調查，其中「18 歳～20 歳」佔 57.1%，其次為「21 歳以上（21 歳含む）」佔 28.6%，最後為「16 歳～18 歳」佔 14.3%。由此可知有使用交友軟體的日本大學生大多數的年齡落在 18~20 歳，大約是大一到大三的階段。

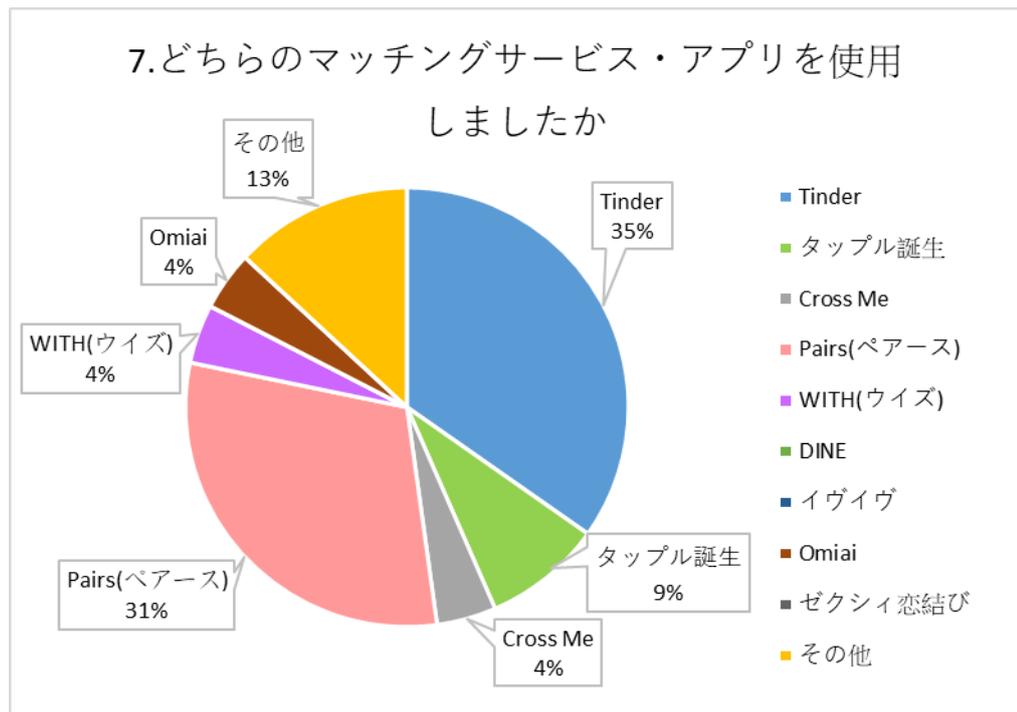


資料來源：本專題調查結果

圖 4-4-11 「マッチングサービス・アプリを初めて使用したときの年齢」之問卷調查結果

## 查結果

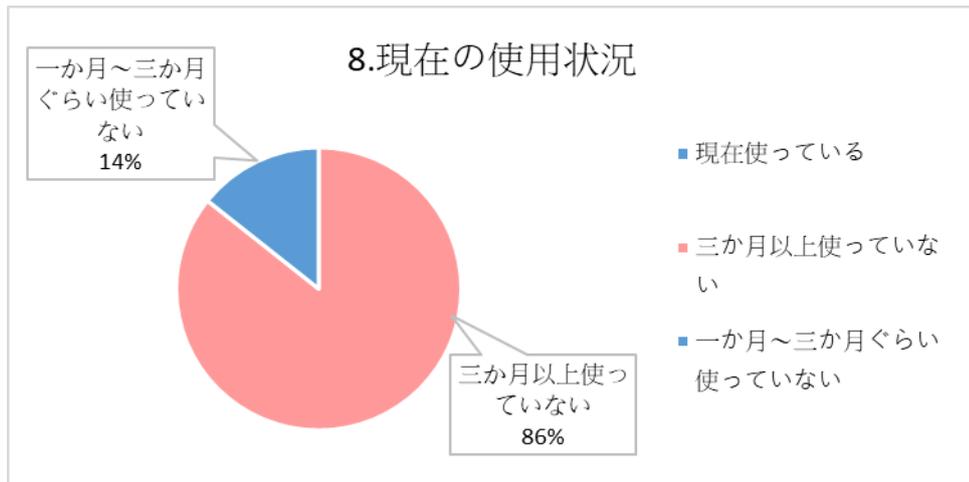
針對「Q7 どちらのマッチングサービス・アプリを使用しましたか」之問卷調查，其中「Tinder」佔 35%，「Pairs」佔 31%，「其他」佔 13%「タッフル誕生」佔 9%，「Cross Me」佔 4%，「WITH」佔 4%，「Omiai」佔 4%。由此可知 Tinder 在日本大學生中是較受歡迎的 APP。



資料來源:本專題調查結果

圖 4-4-12 「どちらのマッチングサービス・アプリを使用しましたか」之問卷調查結果

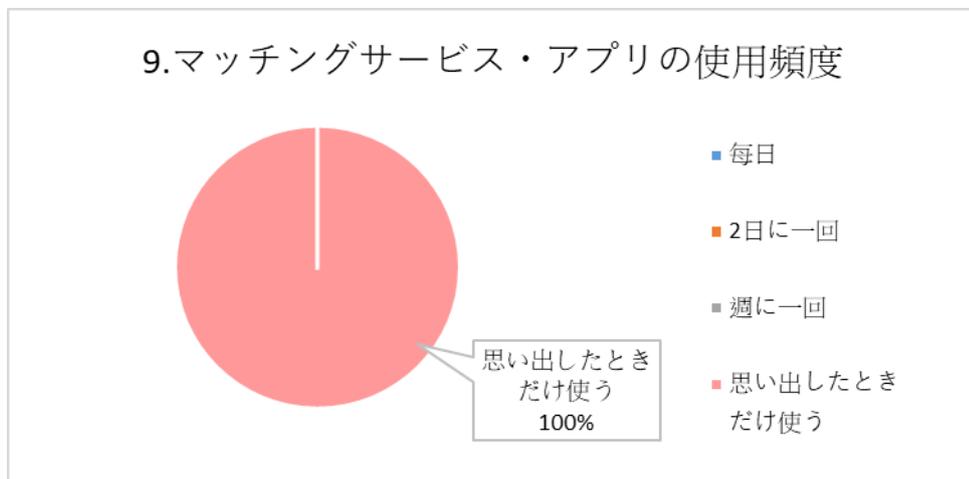
針對「Q8 現在の使用状況」之問卷調查，其中「三か月以上使っていない」佔 85.7%，最後為「一か月～三か月ぐらい使っていない」14.3%。由調查結果可得知，日本大學生使用交友 app 的頻率不高。



資料來源:本專題調查結果

圖 4-4-13 「現在の使用状況」之問卷調查結果

針對「Q9 マッチングサービス・アプリの使用頻度」之問卷調查，100%顯示「思い出したときだけ使う」。由調查結果可得知，日本大學生不會花太多的時間在交友軟體上，只有想到才會使用。



資料來源:本專題調查結果

圖 4-4-14 「マッチングサービス・アプリの使用頻度」之問卷調查結果

## (二) 使用動機

第二部分是為了瞭解日本大學生使用交友 app 的動機而提出以下問題。

從下面的表格可以看到第 3 題的分數最高 (3.5)，從這裡可以推測出大部分的日本大學生認為交友軟體是可以拓展生活圈交到更多朋友的。

而第 5 題的分數最低 (1.85)，從這裡可以推測出日本大學生大部分認為交朋友的管道不止限於交友 app。

表 4-4-3 使用動機之日本問卷調查結果

問題	非常不同意	不同意	不同意也不反對	同意	非常同意	平均值 (分數)
1. マッチングサービス・アプリの友達はタブーなしで自由に話すことができます。	7%	21%	29%	36%	7%	3.14
2. マッチングサービス・アプリでは、本当の自分を出すことができます。	21%	36%	21%	14%	7%	2.64
3. マッチングサービス・アプリは生活圏を広げることができます。	7%	15%	14%	50%	14%	3.5
4. 家にこもってばかりいて人と交流しないから、出会い系アプリを使います。	21%	29%	7%	36%	7%	2.78
5. マッチングサービス・アプリでしか友達を作ることはできません。	50%	21%	21%	7%	0%	1.85
6. マッチングサービス・アプリを使用して生涯のパートナーを見つけたいと思っています。	21%	36%	36%	7%	0%	2.28
7. マッチングサービス・アプリを使用し	7%	43%	21%	29%	0%	3

て恋愛対象を見つけたいと思っています。						
8.マッチングサービス・アプリを利用する理由は新しい友達が出来ないからです。	14%	29%	14%	36%	7%	3.28
9.マッチングサービス・アプリを利用する理由は一夜限りの関係を求めるからです。	36%	36%	7%	14%	7%	2.35
10.マッチングサービス・アプリを利用する理由は精神的な慰めを探せるからです。	29%	14%	21%	29%	7%	2.5
11.マッチングサービス・アプリを利用する理由はしばらく現実から逃げたいからです。	29%	29%	7%	29%	7%	2.57
12.マッチングサービス・アプリを通して知り合った友達に自分の考えや見方を伝えます。	22%	21%	29%	21%	7%	2.92

資料來源：本專題調查結果

### (三) 使用習慣

第三部分是為了瞭解日本大學生使用交友 app 的習慣，而提出以下問題。

從下表中可以看到第 6 題的分數最高 (3.78)，從這裡可以推測出大部分日本大學生遇到合得來的異性時會把他加入特別關注。

而第 2 題的分數最低 (2.5)，可以看出日本大學生不太喜歡把自己的生活照放在交友軟體上，從這裡可以推測出他們不喜歡與不熟悉的人分享自己的生活。

表 4-4-4 使用習慣之日本問卷調查結果

問題	非常不同意	不同意	不同意也不反對	同意	非常同意	平均值(分數)
1.マッチングサービス・アプリに自分の写真を設定します。	7%	22%	21%	43%	7%	3.21
2.マッチングサービス・アプリに日常生活のスナップ写真を載せます。	14%	43%	22%	21%	0%	2.5
3.マッチングサービス・アプリの自己紹介文を真面目に書きます。	28%	7%	29%	36%	0%	2.71
4.自分の書いた基本情報に不正確な情報がありません。	22%	21%	7%	43%	7%	2.92
5.相手に求める理想の条件を真面目に書きます。	14%	21%	29%	36%	0%	2.85
6.気が合う異性と出会ったら「いいね」を送るか、お気に入りに登録します。	7%	0%	7%	79%	7%	3.78
7.自分のプロフィールでの閲覧回数を見ます。	7%	36%	14%	43%	0%	2.92
8.マッチングサービス・アプリを通して知り合った友達に自分の心の奥に置いたことをシェアします。	21%	29%	21%	29%	0%	2.57

資料來源：本專題調查結果

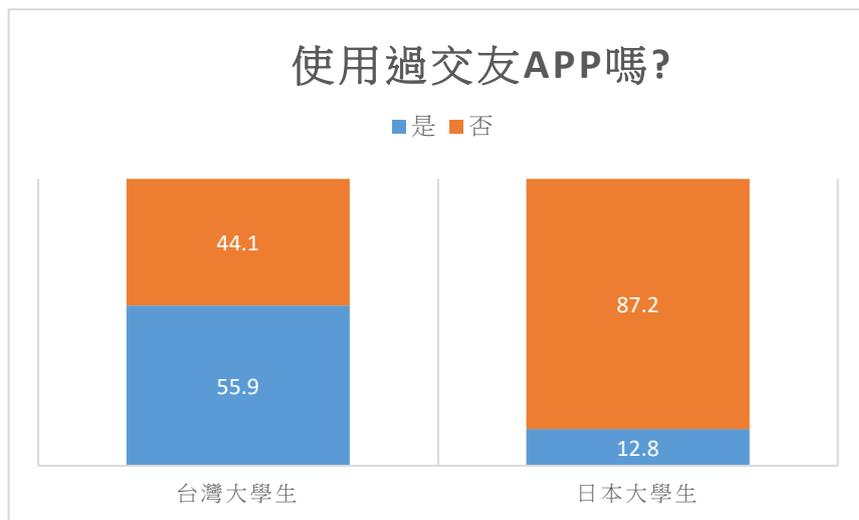
## 第五節、調查結果分析與比較

本章節將針對第四章的問卷調查結果做台灣及日本大學生交友軟體之相關差異

分析。

### 一、使用情形比較

從第一部分的交友軟體使用情形調查中 Q5 的調查結果中發現，台灣大學生過半數都使用過交友 app，日本大學生方面則有著顯著的落差。僅 12.8% 的日本大學生使用過交友 app。由我們眼裡所知道的日本是比較保守的，此調查結果可以顯現出此種日本特性。

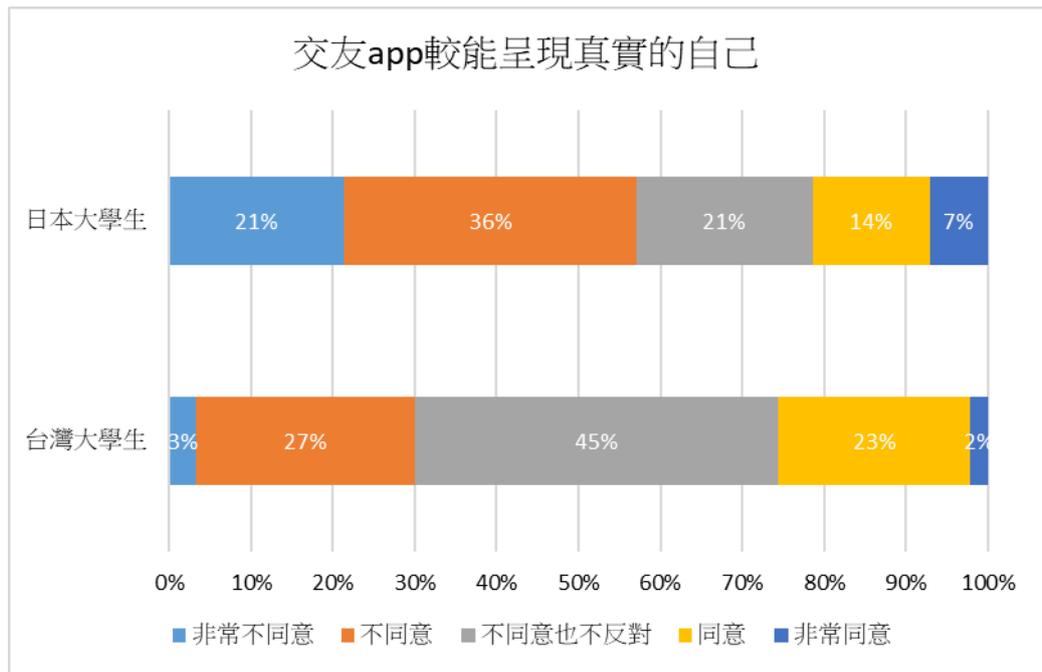


資料來源:本專題調查結果

圖 4-5-1 台日大學生交友 app 使用比例圖

### 二、使用動機比較

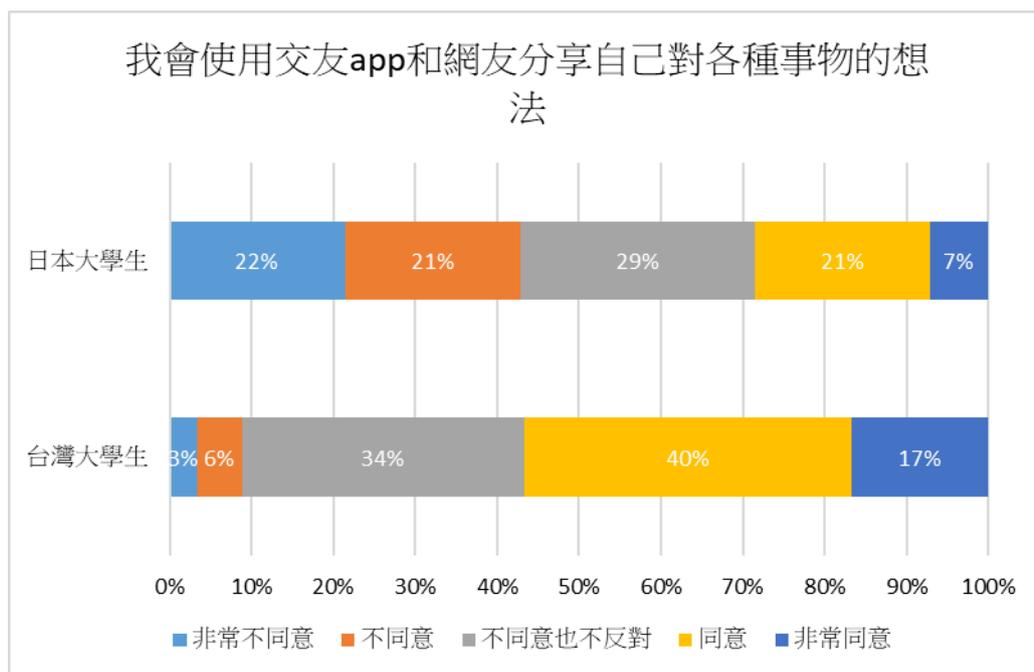
由動機部分 Q2 「交友 app 較能呈現真實的自己」問卷結果發現台灣大學生贊成使用 app 能夠比較沒有現實生活束縛並展現自己較真實的一面。日本方面則發現選擇非常不同意以及不同意的比例高達 57.1%，由此結果可以發現可能在日本社會中，出於「靦腆」而不向對方表明自己主張的行為，自古以來就被認為是一種體貼的表現，這樣的人會得到很高的評價。



資料來源:本專題調查結果

圖 4-5-2 台日大學生交友 app 「交友 app 較能呈現真實的自己」問卷調查結果

另外從第二部分 Q12「我會使用交友 app 和網友分享自己對各種事物的想法」調查結果中可以明顯看出台灣及日本明顯的民情差異。在台灣大學生的作答中，同意及非常同意占了 56.7%，日本則是 28.5%。而日本方面則在非常不同意以及不同意的選項更是占了 42%。由下圖可以發現日本方面對於跟不太熟悉的網友直接表明自己對各事務的立場是避免的，此結果可能跟日本人覺得不把自己的想法說出來是一種禮貌的民族風情有關係。



資料來源:本專題調查結果

圖 4-5-3 台日大學生交友 app「我會使用交友 app 和網友分享自己對各種事物的想法」

問卷調查結果

表 4-5-1 使用動機之台日問卷調查結果比較

問題	台灣大學生平均值 (分數)	日本大學生平均值 (分數)
1. 交友 app 上的朋友可以暢談且沒有禁忌 1. マッチングサービス・アプリの友達はタブーなしで自由に話すことができます。	3.41	3.14
2. 交友 app 較能呈現真實的自己 2. マッチングサービス・アプリでは、本当の自分を出すことができます。	2.94	2.64

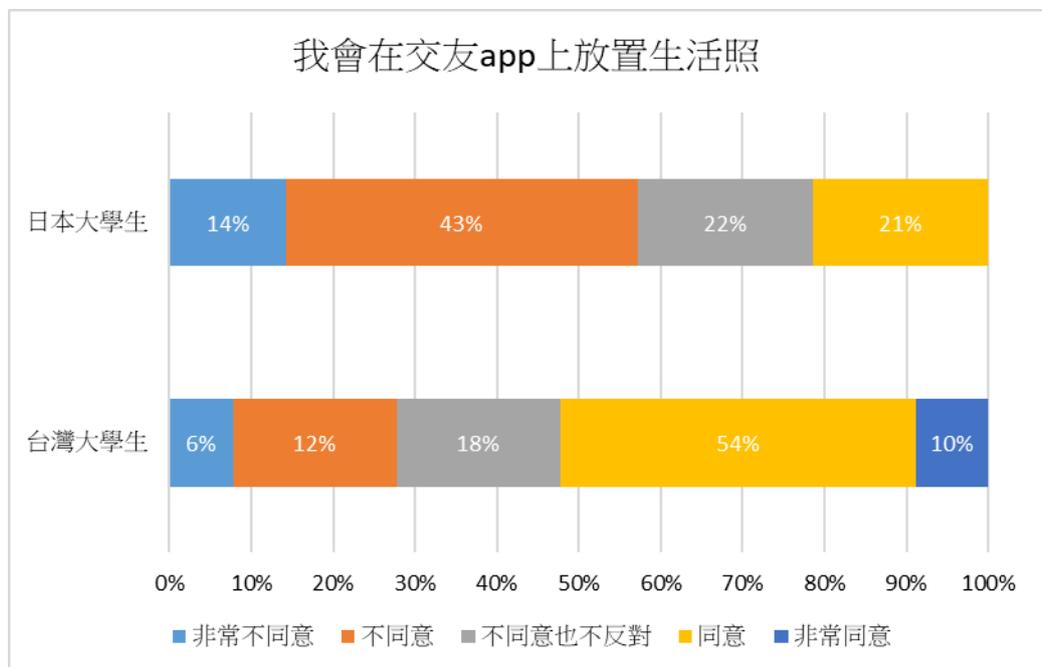
<p>3.交友 app 可以拓展生活圈</p> <p>3.マッチングサービス・アプリは生活圏を広げることができます。</p>	3.6	3.5
<p>4.因為宅在家不常與人互動所以使用交友 app</p> <p>4.家にこもってばかりいて人と交流しないから、出会い系アプリを使います。</p>	3.04	2.78
<p>5.交友 app 之外的地方交不到朋友</p> <p>5.マッチングサービス・アプリでしか友達を作ることはいけません。</p>	2.36	1.85
<p>6.使用交友 app 想尋找人生的另一半</p> <p>6.マッチングサービス・アプリを使用して生涯のパートナーを見つけたいと思っています。</p>	2.92	2.28
<p>7.使用交友 app 想尋找戀愛對象</p> <p>7.マッチングサービス・アプリを使用して恋愛対象を見つけたいと思っています。</p>	3.28	3
<p>8.使用交友 app 因為沒機會認識新朋友</p> <p>8.マッチングサービス・アプリを利用する理由は新しい友達が作れないからです。</p>	3.04	3.28
<p>9.使用交友 app 因為想找一夜情的對象</p> <p>9.マッチングサービス・アプリを利用する理由は一夜限りの関係を求めるからです。</p>	1.98	2.35
<p>10.使用交友 app 因為可以尋求心靈上的慰藉</p> <p>10.マッチングサービス・アプリを利用する理由は精神的な慰めを探せるからです。</p>	3.17	2.5

11.使用交友 app 因為想暫時拋開現實生活 11.マッチングサービス・アプリを利用する理由はしばらく現実から逃げたいからです。	3.31	2.57
12.使用交友 app 和網友分享自己對各種事物的想法 12.マッチングサービス・アプリを通して知り合った友達に自分の考えや見方を伝えます。	3.61	2.92

資料來源:本專題調查結果

### 三、使用習慣比較

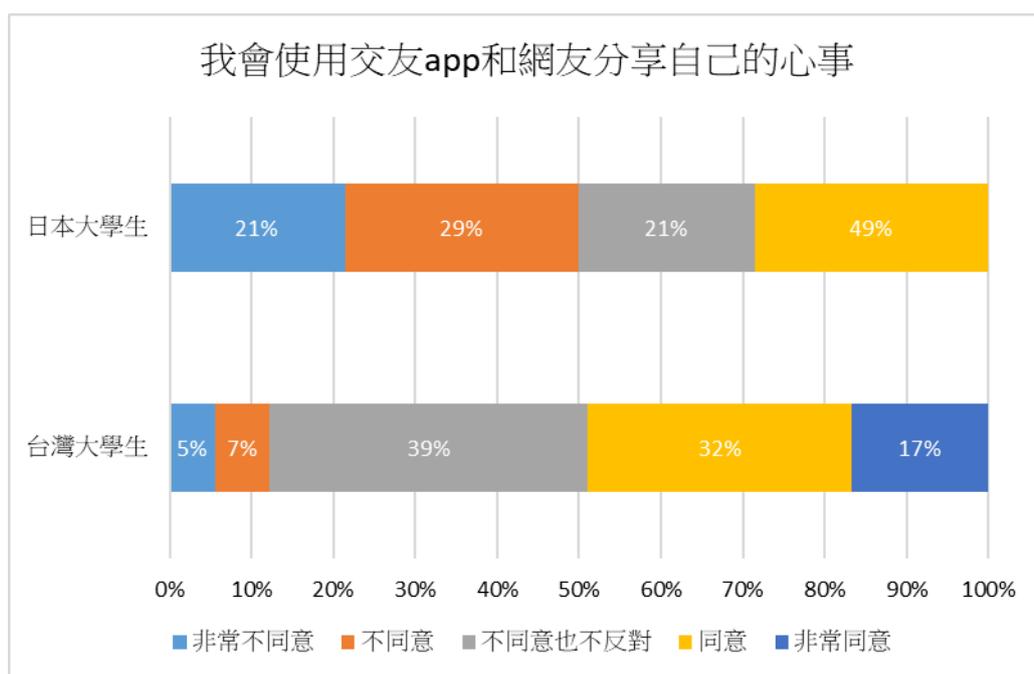
由習慣部分 Q2「我會在交友 app 上放置生活照」問卷結果發現台灣大學生大多數使用 app 時會在上面上傳一些自己的生活照，願意和其他人分享一些生活小事。反之日本方面則得到的結果是選擇非常不同意以及不同意的比例高達 57%，由此結果可以發現可能在日本社會中，比較不會跟陌生人或者不熟悉的人分享自己的日常。



資料來源:本專題調查結果

圖 4-5-4 台日大學生交友 app「我會在交友 app 上放置生活照」問卷調查結果

另外從 Q8「我會使用交友 app 和網友分享自己的心事」調查結果可以明顯看出台灣及日本的民情差異。在台灣大學生的作答中，同意及非常同意占了 48.9%，日本方面則是 29%。而台灣方面選擇不同意及非常不同意僅占了 12%，日本方面則是占了 50%。由這點可以發現日本人面對不太熟悉的網友並不會輕易說出自己的心事，是屬於比較保守的思想。



資料來源:本專題調查結果

圖 4-5-5 台日大學生交友 app「我會使用交友 app 和網友分享自己的心事」

問卷調查結果

表 4-5-2 使用習慣之台日問卷調查結果比較

問題	台灣大學生平均值 (分數)	日本大學生平均值 (分數)

1.我會在交友 app 上放置大頭貼 1.マッチングサービス・アプリに自分の写真を設定します。	3.51	3.21
2.我會在交友 app 上放置生活照 2.マッチングサービス・アプリに日常生活のスナップ写真を載せます。	3.26	2.5
3.我會認真填寫交友 app 上的自我介紹 3.マッチングサービス・アプリの自己紹介文を真面目に書きます。	3.17	2.71
4.我填寫的資料沒有任何隱瞞或不實 4.自分の書いた基本情報に不正確な情報がありません。	3.37	2.92
5.我很認真地填寫擇偶條件 5.相手に求める理想の条件を真面目に書きます。	3.37	2.85
6.遇到不錯的對象我會按喜歡或加入我的最愛 6.気が合う異性と出会ったら「いいね」を送るか、お気に入りに登録します。	3.74	3.78
7.我會看交友 app 上自己的個人頁面被瀏覽的次數 7.自分のプロフィールでの閲覧回数を見ます。	3.46	2.92
8.我會使用交友 app 和網友分享自己的心事 8.マッチングサービス・アプリを通して知り合った友達に自分の心の奥に置いたことをシェアします。	3.48	2.57

資料來源:本專題調查結果

## 第五章 結論

本專題為了瞭解大學生之台日交友 app 的使用情形、動機及習慣，而進行研究調查分析。首先針對大學生的網路使用狀況及國內交友 app 之概況進行前人文獻的資料蒐集研究。在數十年的世界，別說電腦，連手機及電話都還沒被發明，那時的人們只能以面對面的方式亦或是信件來聯繫情感，甚至只能透過親自外出互動的方式才能結識新知。因為人類是群體動物，人們的生活幾乎與人際關係緊緊相扣，隨著急速進步的科技，智慧型手機的普及造就了交友 app 的崛起，現在，人們的交友圈從身邊的陌生人擴展至全國甚至全球。台灣大學生的上網率高達 99%，就算平常沒有將電腦使用於娛樂的習慣的同學，還是必須應用電腦來選課、查資料等等。

日本交友 app 之使用概況章節研究發現，20 歲至 49 歲日本男女中，約 42.6% 的人對於交友 app 沒有太多的認識，更別說使用。甚至僅 17.8% 的人有使用過交友 app 的經驗。而台灣大學生上網所使用的裝置中，比例最高的可想而知是目前最為便利且已經幾乎普及的智慧型手機。

本專題挑選了 4 款受大學生歡迎的交友 app 做調查及分析，分別為「Goodnight」、「Tinder」、「Cross Me (クロスミー)」及「tapple (タップル誕生)」，分別為台灣、美國以及日本所製作的交友 app。從中發現 4 款交友 app 的共通點都為因為會員人數多，而配對機會高，且不必花費大量時間就可以開始和網友交流。而其中更發現與其他國家所研發交友 app 的安全機制相比，日本所研發交友 app 的安全機制把控得更加嚴謹，這是因為根據日本的法律規定，會員在註冊時都必須提供公家機關所發放的身份證件，以確保會員的真實年齡以及身分，因此能更加有效的降低在配對時遇到假帳號的風險。

另外值得一提的是，相對台灣大學生使用交友 app 時會將自己的心事以及祕密想法向網友分享，日本大學生在這些習慣問題選擇不同意以及非常不同意的比例卻比較高，可能是因為日本對於任何事情的拘謹程度之風俗民情的影響，導致台日大學生在這方面的調查結果上有極大的不同。從這些部分可以得知台日大學生在使用 app 的使

用習慣以及台日配對交友上雙方彼此的差異。

本專題的研究結果尚有非常多需要改進的地方。首先，問卷內容的客觀性尚低，想法不夠周全，對於尚未使用交友 app 的受訪者可以增添選項瞭解其未使用之原因。第二點則是因日本大學生方的問卷樣本數未達理想數目，造成研究結果過於偏頗。這些將是往後必須銘記於心的改善要點。

## 參考文獻

1. FLiPER,〈科技改變年輕人習性，撲朔迷離的交友軟體愛情〉，  
<https://flipermag.com/2019/03/29/dating-app/>，2020.4.20。
2. 林芝妘（2013），《屏東縣國小學生父母教養態度與人際關係之研究》，國立屏東教育大學社會發展學系碩士學位論文。
3. 薛國致（2010），《屏東地區大學生網路使用態度與人際關係之相關研究》，國立屏東教育大學社會發展學系碩士學位論文。
4. 央靜慧（2010），《手機遊戲對人際關係之影響—以台中市梧棲區大德國小高年級學生為例》，南華大學國際事務與企業學系公共政策研究碩士班學位論文。
5. 戚幼萱（2019），《我如何相信你—對交友 App 的信任建立過程之影響因素》，世新大學社會心理學研究所學位論文。
6. 陳映竹；任上鳴，〈交友 App 發展現況與趨勢〉，  
<https://mic.iii.org.tw/AISP/FreeS.aspx?id=3052>，2020.4.29。
7. 呂淑怡（2003），《訂做一個他—交友網站的個人網頁自我形象分析》，國立中正大學電訊傳播研究所學位論文。
8. 公民新聞，〈交友軟體現正夯，用戶切勿太沈迷〉，  
<https://video.peopo.org/news/461679>，2020.6.2。
9. 林冠廷（2019），《論男同志手機交友 app 的機會與限制》，國立政治大學社會學系碩士學位論文。
10. 林建民（2016），《青少年手機使用態度與人際關係之研究》，國立屏東大學社會與發展學系碩士學位論文。
11. 未來親子學習平台，〈數位時代，孩子說，他沒交過陌生網友，你相信嗎？〉，  
<https://futureparenting.cwgv.com.tw/family/content/index/17854>，2020.7.23。
12. 自由時報，〈中資 BeeTalk 宣布 520 終止營運〉，

- <https://ec.ltn.com.tw/article/breakingnews/2782576>，2020.6.14。
13. 張淳萱(2018),《未婚青年人際關係需求、愛情風格與交友軟體使用狀態之研究》, 東吳大學心理學系碩士學位論文。
14. 聯合影音網,〈大學生網路使用率高 幾乎達 100%〉,  
<https://video.udn.com/news/347174>，2020.5.1。
15. 1111 職涯論壇,〈《2015 行動世代 大學生媒體使用行為》系列—大學生網路使用率高於電視〉<https://www.jobforum.tw/discussTopic.asp?id=16013>，2020.6.4。
16. 財團法人台灣網路資訊中心 (TWNIC),〈2019 整體網路使用現況〉,  
[https://report.twNIC.tw/2019/TrendAnalysis\\_internetUsage.html](https://report.twNIC.tw/2019/TrendAnalysis_internetUsage.html)，2020.5.22。
17. 東方快線網路市調,〈尋找你的真命天菜! 交友軟體使用族群大揭密〉,  
[https://www.eolembrain.com.tw/Latest\\_View.aspx?SelectID=457](https://www.eolembrain.com.tw/Latest_View.aspx?SelectID=457)，2020.5.21。
18. MMD 研究所,〈マッチングサービス・アプリの認知度は 25.7%、うち利用経験者は 30.2%、マッチングアプリを利用した際のトラブルや詐称の遭遇経験は約半数、男性が「顔の見た目(写真)の詐称」、女性は「恋活/婚活以外の目的」〉,  
[https://mmdlabo.jp/investigation/detail\\_1790.html](https://mmdlabo.jp/investigation/detail_1790.html)，2020.11.11。
19. 原口伶泉、竹鼻ゆかり(2019),〈マッチングサービス・アプリの大学生の利用実態と影響要因〉《東京学芸大学紀要. 芸術・スポーツ科学系》第 71 期,頁 151 - 162。
20. 數位時代,〈26 歲的抉擇! Goodnight 還原 Paktor 收購現場,3 年來他學到什麼〉,  
<https://www.bnext.com.tw/article/56436/goodnight-paktor-app>，2020.5.10。
21. 寂寞經濟人,〈產品解析 — 隨機配對匿名語音交友 GoodNight (上)〉,  
<https://medium.com/@taipeigirl.tw/產品解析-隨機配對匿名語音交友-goodnight-上-f4b9022ffe6b>，2020.5.10。
22. 數位時代,〈睡前 7 分鐘聲音交友,每日 20 萬通配對電話紀錄! 台灣工程師的浪漫創業夢〉,  
<https://www.bnext.com.tw/article/48312/taiwan-voice-matching-app-goodnight-create-200>

-thousand-calls-per-day , 2020.5.10 。

23. TO 主題新聞,〈每晚 10 到 4 點免費通話,聊天交友 App「Goodnight」讓你與有緣人說晚安〉, <https://buzzorange.com/techorange/2016/02/24/goodnight/>,

2020.5.10 。

24. 數位時代,〈2019 年 App 排行榜出爐!短影音又衝一匹黑馬,用戶消費最多的居然不是 Netflix〉,

<https://www.bnext.com.tw/article/55972/2019-top-mobile-apps-and-games>, 2020.4.18 。

25. SmartM 新科技網路,〈3 個特色黏住 5000 萬用戶,交友軟體 Tinder 首登 App Store 營收冠軍〉, <https://www.smartm.com.tw/article/34313130cea3>, 2020.4.22 。

26. 評比王的懶人包,〈2020 年 10 大交友軟體推薦和評比,脫魯看這篇就夠〉,

<https://kingofranking.pixnet.net/blog/post/1855954-2020%E5%B9%B410%E5%A4%A7%E4%BA%A4%E5%8F%8B%E8%BB%9F%E9%AB%94%E6%8E%A8%E8%96%A6%E5%92%8C%E8%A9%95%E6%AF%94%EF%BC%8C%E8%84%AB%E9%AD%AF%E7%9C%8B%E9%80%99%E7%AF%87%E5%B0%B1>, 2020.4.25 。

27. SwipeHelper,〈Getting Fewer and Fewer Tinder Matches? You're not Alone〉,

<https://www.swipehelper.com/2020/03/13/getting-fewer-tinder-matches-reasons/>,

2020.8.13 。

28. MATCHMAKER,〈クロスミー(cross me)はロコミ・評判が最悪のアプリ!?安全に出会えるのか使ってリアル評価!〉,

<https://thisiswhoiam.jp/love/255148/#1234>, 2020.3.30 。

29. マッチングアップ plus ×クロスミー(CROSS ME)は出会えない最悪アプリという評判が多い!?ロコミは本当なのか検証!〉, <https://match-apps.jp/crossmehyouban>,

2020.3.30 。

30. DEAE 〈CROSS ME(クロスミー)の評判・ロコミ | 2020 年 7 月最新版〉,

<https://deae.jp/crossme/>，2020.7.3。

31. MATCHMAKER，〈タッフル誕生のロコミ・評判って実際どうなの？利用者のリアル評価！出会えるのか使って確かめた結果！〉，<https://thisiswhoiam.jp/love/252422/>，2020.4.4。

32. MATCHUP，〈タッフル誕生のロコミ・評判は？悪いところもぶっちゃけます！！〉，<https://match-app.jp/tapple>，2020.4.4。

33. BuzzOrange，〈行為「靦腆」卻對性觀念無比前衛——外表循規蹈矩的日本人原來心裡是這麼想的〉，<https://buzzorange.com/2017/05/18/this-is-what-japanese-thinking/>，2020.10.16。

## 附錄一

### 台日大學生交友 app 網路問卷調查

#### (一) 中文版本

親愛的填寫者您好：

此份問卷是由致理科技大學應用日語系學生所製作，為了探討台灣及日本大學生關於交友 app 使用之動機及習慣。此問卷採匿名設計，所有個人資訊都將保密，也沒有商業用途，僅供本研究彙整分析。

本問卷沒有標準答案，所以請您依自己的直覺安心作答，非常感謝您抽空填寫問卷。

致理科技大學 應用日語系

專題「大學生之台日交友 app 使用與分析」全體成員 敬上

#### (一) 基本資料

此部分為了解您的交友 app 的使用狀況，請根據您的狀態勾選符合的選項。

1. 性別：男 女
2. 婚姻：未婚 已婚 離婚
3. 是否有固定交往對象：是 否
4. 年齡：18 19 20 21 22 23(含以上)
5. 使用過交友網站或 app 嗎？是 否(勾選此項者則結束本問卷填答)
6. 第一次使用交友 app(網站)的年齡：未滿 12 歲 12 歲至 15 歲 16 歲至 18

歲 18 歲至 20 歲 21 歲(含以上)

7. 使用過哪種交友 app：Tinder GoodNight Paktor 拍拖 iPair BeeTalk  
派愛族 SKOUT 緣圈 遇見 其他：\_\_\_\_\_

8. 使用情形：現在有 以前有但近半年沒用 沒使用(含已超過半年以上都沒使用)

9. 使用交友 app 的頻率：每天 兩天一次 一個禮拜一次 想到才使用

### (一) 交友軟體的使用動機

第二部分想了解您的交友 app 使用原因，請根據您的使用經驗及情形回答。每個題目皆有一句陳述句，請依照各題勾選與您最符合的使用情況。

1. 交友 app 上的朋友可以暢談且沒有禁忌：非常不同意 不同意 不同意不反對 同意 非常同意

2. 交友 app 較能呈現真實的自己：非常不同意 不同意 不同意也不反對 同意 非常同意

3. 交友 app 可以拓展生活圈：非常不同意 不同意 不同意也不反對 同意 非常同意

4. 因為宅在家不常與人互動所以使用交友 app：非常不同意 不同意 不同意也不反對 同意 非常同意

5. 交友 app 之外的地方交不到朋友：非常不同意 不同意 不同意也不反對 同意 非常同意

6. 使用交友 app 想尋找人生的另一半：非常不同意 不同意 不同意也不反對 同意 非常同意

7. 使用交友 app 想尋找戀愛對象：非常不同意 不同意 不同意也不反對 同意 非常同意

8. 使用交友 app 因為沒機會認識新朋友：非常不同意 不同意 不同意也不反對 同意 非常同意
9. 使用交友 app 因為想找一夜情的對象：非常不同意 不同意 不同意也不反對 同意 非常同意
10. 使用交友 app 因為可以尋求心靈上的慰藉：非常不同意 不同意 不同意也不反對 同意 非常同意
11. 使用交友 app 因為想暫時拋開現實生活：非常不同意 不同意 不同意也不反對 同意 非常同意
12. 我會使用交友 app 和網友分享自己對各種事物的想法：非常不同意 不同意 不同意也不反對 同意 非常同意

## (二) 交友軟體的使用習慣

第三部分想了解您使用交友 app 的個人使用習慣，請根據個人使用情形回答。每個題目皆有一句陳述句，請依照各題勾選與您最符合的使用情況。

1. 我會在交友 app 上放置大頭貼：非常不同意 不同意 不同意也不反對 同意 非常同意
2. 我會在交友 app 上放生活照：非常不同意 不同意 不同意也不反對 同意 非常同意
3. 我會認真填寫交友 app 上的自我介紹：非常不同意 不同意 不同意也不反對 同意 非常同意
4. 我填寫的資料沒有任何隱瞞或不實：非常不同意 不同意 不同意也不反對 同意 非常同意
5. 我很認真地填寫擇友條件：非常不同意 不同意 不同意也不反對 同意 非常同意
6. 遇到不錯的對象我會按「喜歡」或加入我的最愛：非常不同意 不同意 不

同意也不反對 同意 非常同意

7. 我會看交友 app 上自己的個人頁面被瀏覽的次數：非常不同意 不同意 不同意也不反對 同意 非常同意

8. 我會使用交友 app 和網友分享自己的心事：非常不同意 不同意 不同意也不反對 同意 非常同意

## (二) 日文版本

### アンケートへのご協力をお願い

このアンケートは致理科技大学応用日本語学科の学生によって作られました。台湾・日本大学生を対象としたマッチングサービス・アプリの利用実態に関する調査を行うことになりました。アンケートでご回答いただいた情報は、個人が特定できる情報を記入する箇所は一切ございません。無記名式でアンケートを行うことなので、外部から盗み見されることなく、セールス行為も一切行っておりません。このアンケートの回答には正解や不正解といったものはありませんので、自分の思うままにお答えください。

お忙しいところ誠に恐縮ですが、趣旨をご理解頂き、何卒ご協力下さいますようお願い申し上げます。

致理科技大学 応用日本語学科

### (一) 基本情報について伺います

「マッチングサービス・アプリ」利用状況について該当するものを1つ選択してください。

1. 性別：男性 女性
2. 婚姻：未婚 既婚 離婚
3. 恋人はいますか：はい いいえ
4. 年齢：18 19 20 21 22 23 (以上を含む)
5. マッチングサービス・アプリなどを使用したことがありますか：はい いいえ (選択しない場合は、このアンケートを終了します)
6. マッチングサービス・アプリを最初の使用の年齢：~12歳 12歳~15歳 16歳~18歳 18歳~20歳 21歳(以上を含む)

7. どちらのマッチングサービス・アプリを使用しましたか： Tinder タップル誕生 Cross Me Pairs(ペアース) WITH(ウイズ) DINE イヴイヴ Omiai ゼクシィ恋結び その他： \_\_\_\_\_

8. 今の使用状態：今使っている 半年間使っていない あまり使っていない  
(半年以上)

9. マッチングサービス・アプリの使用頻度：毎日 2日に一回 週に一回   
考えたときだけ使う

## (二) 使用動機について伺います

「マッチングサービス・アプリ」を利用する動機について5つの選択肢の中から、あなたのお気持ちに一番近いものを1つ選択してください。

1. マッチングサービス・アプリの友達はタブーなしで自由に話すことができます：まったく同意しない あまり同意しない どちらとも言えない やや同意する 強く同意する

2. マッチングサービス・アプリは、本当の自分を提示することができます：まったく同意しない あまり同意しない どちらとも言えない やや同意する 強く同意する

3. マッチングサービス・アプリは生活圏を広げることができます：まったく同意しない あまり同意しない どちらとも言えない やや同意する 強く同意する

4. オタクで人と交流しないから、出会い系アプリを使う：まったく同意しない あまり同意しない どちらとも言えない やや同意する 強く同意する

5. マッチングサービス・アプリでしか友達を作ることはできません：まったく同意しない あまり同意しない どちらとも言えない やや同意する 強く同意する

6. マッチングサービス・アプリを使用して生涯の伴侶を見つけた：まったく同意しない あまり同意しない どちらとも言えない やや同意する 強く同意する
7. マッチングサービス・アプリを使用して愛を見つける：まったく同意しない あまり同意しない どちらとも言えない やや同意する 強く同意する
8. マッチングサービス・アプリを利用する理由は新しい友達が作れないからです：まったく同意しない あまり同意しない どちらとも言えない やや同意する 強く同意する
9. マッチングサービス・アプリを利用する理由は一夜限りの関係を求めるからです：まったく同意しない あまり同意しない どちらとも言えない やや同意する 強く同意する
10. マッチングサービス・アプリを利用する理由は心を慰めるからです：まったく同意しない あまり同意しない どちらとも言えない やや同意する 強く同意する
11. マッチングサービス・アプリを利用する理由はしばらく現実から逃げたいからです：まったく同意しない あまり同意しない どちらとも言えない やや同意する 強く同意する
12. マッチングサービス・アプリを利用してネット友達にももの考え方や見方を分かち合います：まったく同意しない あまり同意しない どちらとも言えない やや同意する 強く同意する

## (二) 使用習慣について伺います

「マッチングサービス・アプリ」を利用している上での習慣・重視点について5つの選択肢の中から、あなたのお気持ちに一番近いものを1つ選択してください。

1. マッチングサービス・アプリに自分の写真を設定します：まったく同意しな

- い あまり同意しない どちらとも言えない やや同意する 強く同意する
2. マッチングサービス・アプリにスナップ写真を載せます：まったく同意しない あまり同意しない どちらとも言えない やや同意する 強く同意する
3. マッチングサービス・アプリの自己紹介文を真面目に書きます：まったく同意しない あまり同意しない どちらとも言えない やや同意する 強く同意する
4. 自分の書いた基本情報に不正確な情報はありません：まったく同意しない あまり同意しない どちらとも言えない やや同意する 強く同意する
5. 理想な相手に求める理想の条件を真面目に書きます：まったく同意しない あまり同意しない どちらとも言えない やや同意する 強く同意する
6. 気が合う異性と出会ったら「いいね」を送ります：まったく同意しない あまり同意しない どちらとも言えない やや同意する 強く同意する
7. 自分のプロフィールでの閲覧回数を見ます：まったく同意しない あまり同意しない どちらとも言えない やや同意する 強く同意する
8. マッチングサービス・アプリでネット友達に自分の心の奥に置いたことをシェアします：まったく同意しない あまり同意しない どちらとも言えない やや同意する 強く同意する

## 組員工作分工表

組長：呂嘉穎

組員：李萱萱、賴東榮、史修輔、李彥緯

組員 工作	呂嘉穎	李萱萱	賴東榮	史修輔	李彥緯
封面	○				
中文摘要				○	
日文摘要			○		○
第一章	○		○		○
第二章					○
第三章	○	○	○	○	
第四章	○	○	○	○	○
結論	○				○
資料蒐集	○	○	○	○	○
問卷設計			○	○	○
問卷分析	○	○	○	○	○
排版	○				
校對	○				
PPT 製作	○	○	○	○	○
海報製作	○				
講稿	○	○	○	○	○

## 專題報告修正要點

評審老師建議
<ol style="list-style-type: none"><li>1. SWOT 加上說明。</li><li>2. 結論部分修改。</li><li>3. 說明為何選這四款交友 app 的原因。</li></ol>
修正要點
<ol style="list-style-type: none"><li>1. SWOT 已加上說明。</li><li>2. 結論已修正。</li><li>3. 為何選這四款交友 app 的原因說明。</li></ol>

表格若不足，請自行增加。

原創性報告

**24%**  
相似度指數

**23%**  
網際網絡來源

**3%**  
出版物

**10%**  
學生文稿

主要來源

1	<a href="http://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> 網際網絡來源	2%
2	<a href="http://askform.cn">askform.cn</a> 網際網絡來源	1%
3	<a href="http://ir.knust.edu.gh">ir.knust.edu.gh</a> 網際網絡來源	1%
4	Submitted to oslokommune 學生文稿	1%
5	<a href="http://pdfnovels.net">pdfnovels.net</a> 網際網絡來源	1%
6	Submitted to bathcollege 學生文稿	1%
7	<a href="http://www.smartm.com.tw">www.smartm.com.tw</a> 網際網絡來源	1%
8	<a href="http://studentsrepo.um.edu.my">studentsrepo.um.edu.my</a> 網際網絡來源	1%
9	<a href="http://mic.iii.org.tw">mic.iii.org.tw</a> 網際網絡來源	1%