



Omiai

2016年1月26日
株式会社ネットマーケティング

恋愛マッチングサービス「Omiai」が同郷出身の男女のマッチング率ランキングを発表 同郷出身者同士のマッチング率、一番高いのは島根県！

～出身地が同じだとマッチング率が1.7倍に！

「控えめ」「保守的」な県民性も好結果に影響！？～

Facebook を活用し男女の出会いをサポートする恋愛マッチングサービス「Omiai」(<http://fb.omiai-jp.com/>)は、年末年始の帰省シーズンに実施した、同じ出身地同士の男女の出会いを推奨する「地元トークで盛り上がろう！」キャンペーンの結果をマッチング率ランキングとして発表致します。

第1位は島根県、次いで兵庫県、奈良県出身者同士のマッチング率が高い結果となり、その他の都道府県と比べ、同郷の異性との出会いをより求める傾向にあることが明らかになりました。

また、通常時のマッチング率の平均が25.3%であることと比較し、本キャンペーン中の同郷出身者同士のマッチング率の平均が43.0%と約1.7倍にのぼることから、同郷出身者であることが男女のマッチング率向上の要因となることも明らかになりました。

【同郷出身者同士マッチング率ランキング】

	都道府県	マッチング率
1	島根県	50.0%
2	兵庫県	48.8%
3	奈良県	48.5%
4	富山県	48.1%
5	福岡県	47.7%

- ・キャンペーン実施期間:2015年12月24日(木)～2016年1月3日(日)
- ・マッチング:サービス上で男女が「いいね！」し合うこと。
- ・マッチング率:「いいね！」送信者UU数に対し、マッチングが成立したUU数の割合を算出。
- ・同郷出身者同士の平均マッチング率:43.0%

一般的に第1位の島根県出身者や第3位の奈良県出身者は「控えめ」、「保守的」などと表現されることが多い中、恋愛の対象として同郷出身者を積極的に選ぶ結果となりました。また、第2位の兵庫県出身者は、「地元に対する意識が強い」と表現されることが多いことから、出身地が同じ異性との出会いを求める傾向が強く、マッチング率も高い結果になったと推察出来ます。

【Omiai サービス概要】

「Omiai」は、Facebook を活用した男女の出会いを「安心」かつ「安全」にサポートする恋愛マッチングサービス。男女のどちらかが気になる異性に「いいね！」をクリックし、相手がそれに「ありがとうよろしくね！」を返すことでマッチングが成立、その後のメッセージ交換が可能となるサービスです。少子化、晩婚化が社会問題となる中、2012年2月のサービス開始以降、出会いを求める男女に支持され、累計会員数は1,200,000人を突破(2015年12月現在)。

2014年からは、政府主催の『婚活・街コン推進サミット』に参画するなど少子化、晩婚化などの社会問題解決への貢献も社会的意義として掲げています。

【「地元トークで盛り上がろう！」キャンペーン概要】

「Omiai」に登録している男女が、自分と出身地の同じ異性に対し「いいね！」をクリックし放題となるキャンペーンで、2015年12月24日(木)～2016年1月3日(日)までの年末年始帰省シーズンに合わせ期間限定で実施。自分の出身地をプロフィール情報に登録するだけで、同じ出身地の異性が自動でリスタリングされ、より手軽に同郷出身者との出会いが可能となりました。



Omiai

■株式会社ネットマーケティングとは

広告主と消費者をマッチングするアフィリエイトエージェントとして事業を開始。そこで培ったノウハウ、テクノロジーを活かし、2012年より男女の出会いをマッチングする「Omiai」、2015年より転職希望者と企業をマッチングする「Switch.」を、会社の成長ドライバーとなるメディア事業として運営しています。今後も、自社の持つマッチングテクノロジーを強みとし、インターネットを通して企業や人をつないでいくことを事業基盤として更なる成長を目指していきます。

Net Marketing

【会社概要】

会社名： 株式会社ネットマーケティング

(英文表記: Net Marketing Co.Ltd.)

代表者： 代表取締役社長 宮本 邦久

設立： 2004年7月

資本金： 1億3,682万円

所在地： 東京都渋谷区恵比寿一丁目20番18号 三富ビル新館10階

事業： メディア事業、広告事業

<http://www.net-marketing.co.jp/>