



Omiai

2016年8月5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」が夏デートに関するアンケート調査を実施 夏、女性が男性にキュンとするポイント第一位は “袖まくり”！二位は“アウトドアが得意”な男性

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、男女約 3,400 人を対象に夏デートに関するアンケート調査を実施いたしました。

調査結果サマリー

- 夏、男性が女性にキュンとするポイント第一位は「髪をまとめている姿」
- 夏、女性が男性にキュンとするポイント第一位は「シャツの袖をまくる仕草」
- 夏のイベントで告白した/されたことがある男性は約 24%、女性は約 20%
- 男女とも夏告白したい/されたい場所第一位は「浜辺」、第二位は「花火大会」

ポイントは“男性らしさ”“女性らしさ”！？夏、男女が異性にキュンとするポイントは？

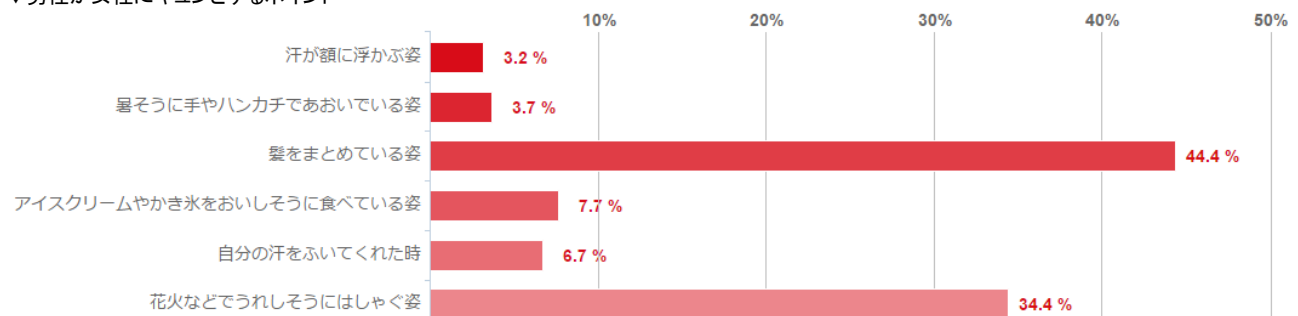
■夏のキュンポイントについて

イベントなどで異性との交流も増えてくるこの時期、男女が異性に対してキュンとするのはどのようなポイントなのでしょうか。

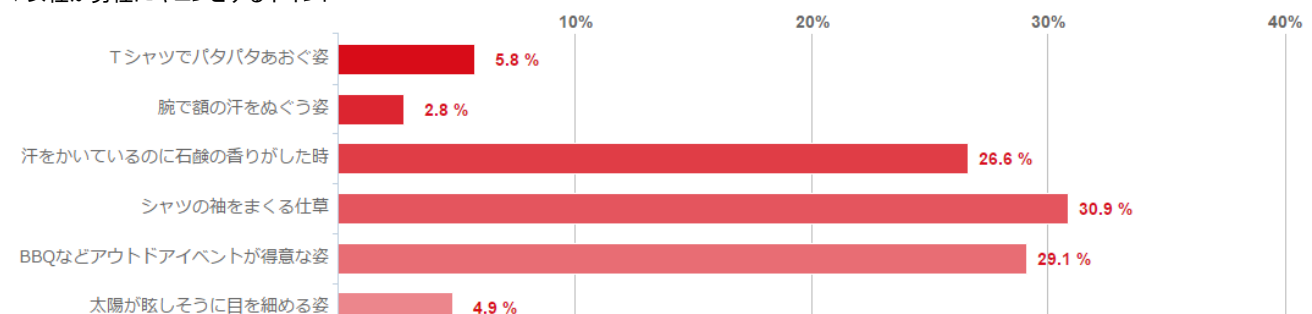
●夏、キュンとするポイント第一位は男性「女性が髪をまとめている姿」、女性「男性のシャツの袖をまくる仕草」

男女それぞれに、「夏、異性に対してキュンとするポイントは？」と尋ねたところ、男性の第一位は女性が「髪をまとめている姿」、第二位は「花火などでうれしそうにはしゃぐ姿」という結果になりました。一方、女性の第一位は男性がシャツの袖をまくる仕草、次いで僅差でBBQなどアウトドアイベントが得意な姿「汗をかいているのに石鹸の香りがした時」という結果になり、男性は“女性の色っぽさ・かわいらしさ”に、女性は“男性のたくましさ・爽やかさ”にキュンとする傾向にあることが判明しました。

▼男性が女性にキュンとするポイント



▼女性が男性にキュンとするポイント





Omiai

また、印象に残っている夏の思い出について尋ねたところ、「海辺を散歩」(30代男性)「海」(20代男性)「付き合ったその日に花火大会があつていったこと」(20代女性)「浴衣で花火大会デート」(30代女性)など男性は海にまつわるもの、女性は花火にまつわるものが多くあがりました。

海！？ドライブ中！？ 夏、理想の告白シチュエーションは？

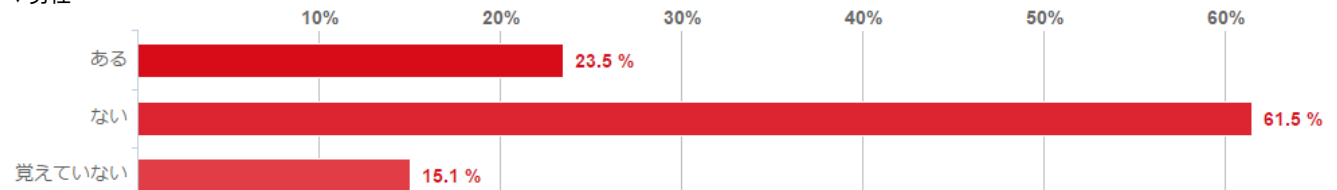
■夏の告白について

お祭りやフェスなどイベントごとも多い夏、男女の理想の告白シチュエーションはどのようなものなのでしょうか。

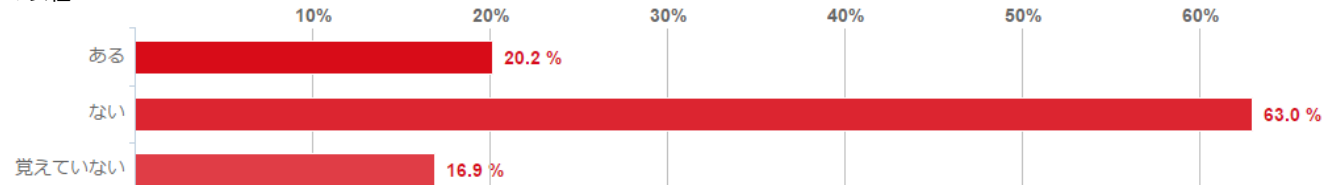
●夏のイベントで告白した/されたことがない男女は約6割

男女それぞれに、「夏のイベントで告白した/されたことがありますか？」と尋ねたところ、約62%の男性、63%の女性が「ない」と回答しました。また、告白した/されたことが「ある」と答えた人にそのシチュエーションを尋ねたところ、「花火大会の帰り」(30代男性)「祭りの帰り道で」(25代男性)「キャンプファイヤー」(20代女性)「浜辺で」(30代女性)などの意見があがりました。

▼男性



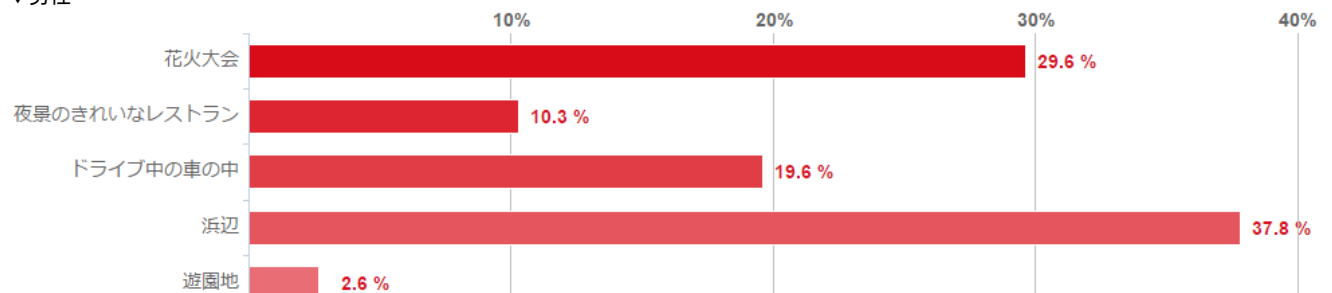
▼女性



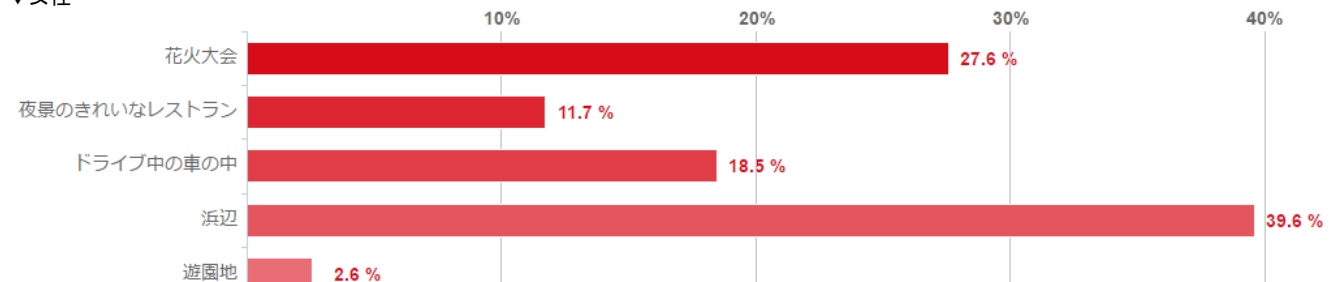
●夏の理想の告白場所、第一位は男女ともに「浜辺」

男女それぞれに、「夏に告白する/されるならどこがいい？」と尋ねたところ、男女とも人気第一位は約38%の男性、約40%の女性が回答した「浜辺」、次いで「花火大会」という結果になりました。第3位以下も男女とも同じ結果となり、デート場所としては定番の「夜景のきれいなレストラン」は少しハードルが高いのか、理想の告白場所としてはあまり人気のないことが判明しました。

▼男性



▼女性





Omiai

恋愛マッチングサービス「Omiai」では、よりシンプルに趣味趣向の合う異性とマッチングできる可能性を増やすことを目的とし、男女それぞれに向け様々なジャンルのキャンペーンを実施しています。これまでも「焼肉デートしようキャンペーン」や「スイーツデートに行こうキャンペーン」などを実施し、ご好評をいただいています。
※キャンペーン内容及び期間については一部変更になる可能性があります。

【調査概要】

- ・調査対象 : 「Omiai」を利用しているユーザー男女
- ・調査地域 : 全国
- ・有効回答数 : 男女約 3,400 人
- ・調査期間 : 2016 年 7 月 1 日～7 月 3 日

【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 1,500,000 人を突破(2016 年 6 月時点)。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。

■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。

Net Marketing

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。

【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/>