



Omiai

2016年4月13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」が男女の新生活、出会いに関するアンケート調査を実施 **約 8 割の男女が「新たな出会い」を意識する春到来！** **過半数が一目惚れ経験あり、男性の方が惚れっぽい！？** ～男性の一目惚れポイント第一位は“顔”、女性の第一位は“雰囲気”～

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、社会人・新社会人の男女約 2,000 人を対象に新生活、出会いに関するアンケート調査を実施致しました。

調査結果サマリー

- ・約 8 割の男女が新生活シーズンになると「**新しい出会い**」を意識すると回答
- ・約 6 割の男女が新生活シーズンになると「**イメージチェンジ**」を意識すると回答
- ・イメージチェンジでチャレンジしてみたいこと第一位は「**ヘアスタイルを変えてみる**」
- ・一目惚れ経験がある**男性の割合は女性より 1.25 倍高い結果に**
- ・男性が一目惚れするポイント第一位は“**顔**”、女性が一目惚れするポイント第一位は“**雰囲気**”
- ・「一人暮らし」の方が「実家暮らし」より魅力的、でも「**どちらでもよい**」と回答した人も約半数いる結果に
- ・約 15%の男女がペットを飼っている異性について、「**寂しい思いをさせていそう**」と回答

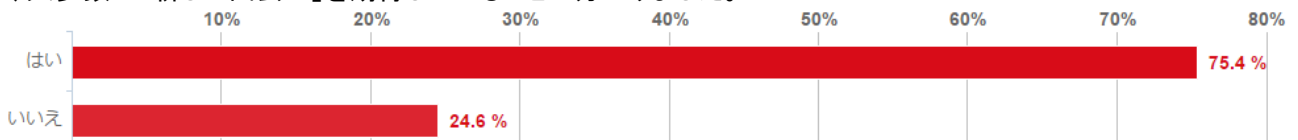
年度始めのこの時期に意識するのは“新たな出会い”、“新たな自分”！？

■男女が新生活に絡めて意識することについて

新生活をスタートする人も多いこの時期、社会人・新社会人の男女はどのようなことを意識するのでしょうか。

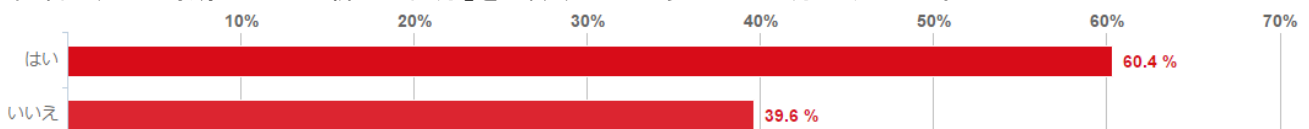
●約 8 割の男女が新生活シーズンになると「新しい出会い」を意識すると回答

春の新生活シーズンのこの時期に、「新しい出会い」を意識するか尋ねたところ、約 75%の男女が「はい」と回答し、大多数が「新しい出会い」を期待していることが分かりました。



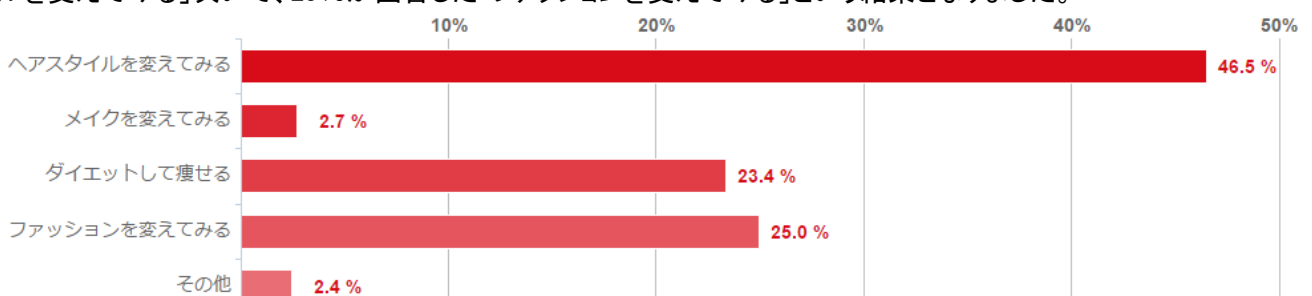
●約 6 割の男女が新生活シーズンになると「イメージチェンジ」を意識すると回答

春の新生活シーズンに「イメージチェンジ」してみようと思ったことがあるか尋ねたところ、約 6 割の男女が「はい」と回答し、この時期になると「新たな自分」を意識する人が多いことが分かりました。



●イメージチェンジでチャレンジしてみたいこと第一位は「ヘアスタイルを変えてみる」

イメージチェンジをするなら、何にチャレンジしてみたいか尋ねたところ、第一位は約 47%が回答した「ヘアスタイルを変えてみる」次いで、25%が回答した「ファッションを変えてみる」という結果となりました。





Omiai

その他の回答としては、「人との接し方」や「人間関係」などの意見も聞かれたことから、新しい環境で新たな出会いも増えるため内面の変化を意識する人も多くいることが分かりました。

「好き」に理由は必要ない！春は心の直感を大切に、女性の一目惚れキーワードは“雰囲気”

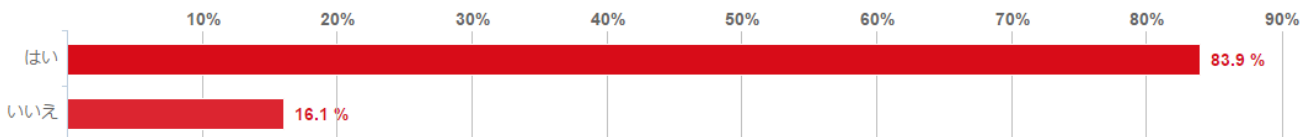
■男女の一目惚れについて

新たな出会いが増えるこの時期、会社での歓迎会・異動の挨拶などでふと異性に心奪われる瞬間もあるはず。そもそも一目惚れを経験した人はどのくらいいるのか、また一目惚れでは相手のどこに惹かれるのでしょうか。

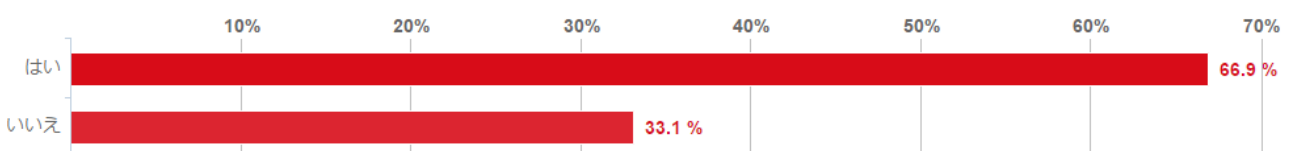
●男性の方が惚れっぽい！？一目惚れ経験のある男性の割合が女性より1.25倍高い結果に

男女それぞれに一目惚れしたことがありますか？と尋ねたところ、「はい」と答えた男性の割合は約84%、女性の割合は67%となり、男性の方が約1.25倍高い結果となりました。

▼男性



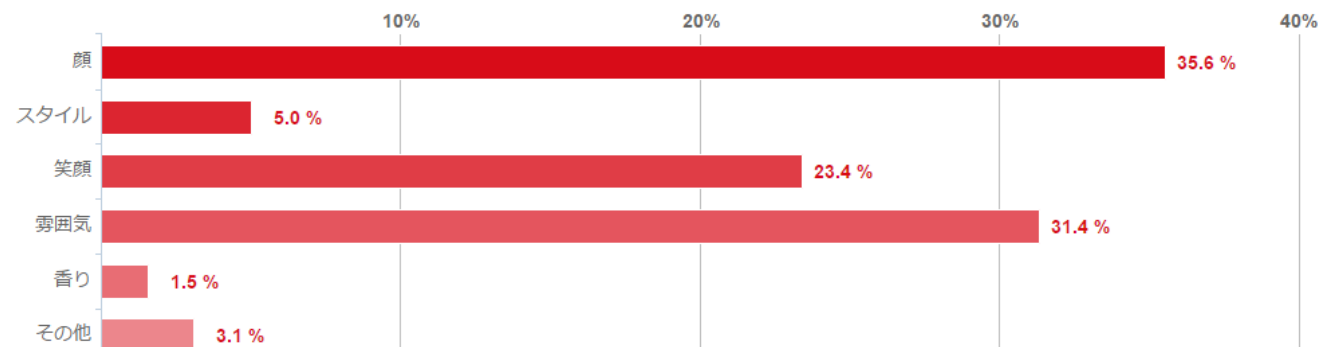
▼女性



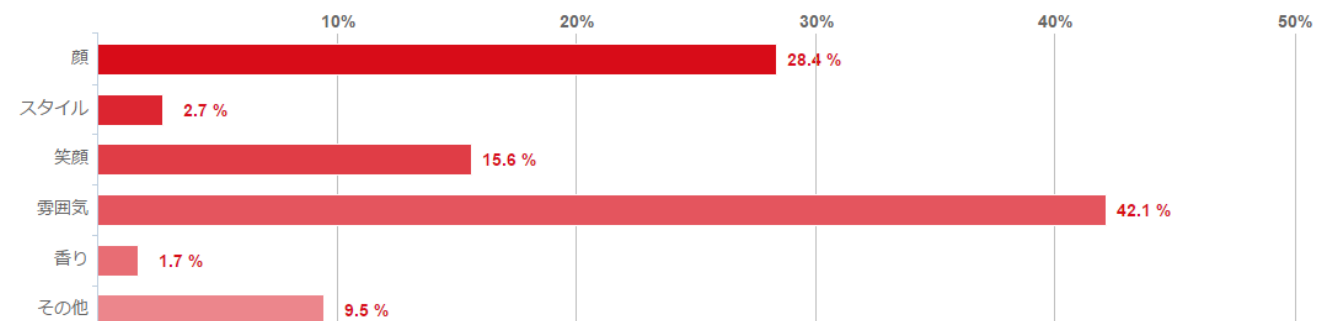
●一目惚れするポイント、男性の第一位は“顔”、女性の第一位は“雰囲気”

一目惚れ経験のある男女に、相手のどこに一目惚れをしたか尋ねたところ、男性の回答で一番多かったのは約36%が回答した「顔」、次いで約31%が回答した「雰囲気」という結果となりました。一方女性で一番多かったのは約42%の「雰囲気」、次いで約28%の「顔」となり、男女で惹かれるポイントが異なることが分かりました。

▼男性



▼女性



また、上記以外にも、「声」という意見も複数聞かれました。

本来『好き』に理由は不要で、『好きだ』と思ったら脳が後から理屈をつけるとも言われています。春ぐらいいは、自分の動物的な直感に素直に従い、自分の一目惚れに寛容になるのも良いかもしれませんね。



Omiai

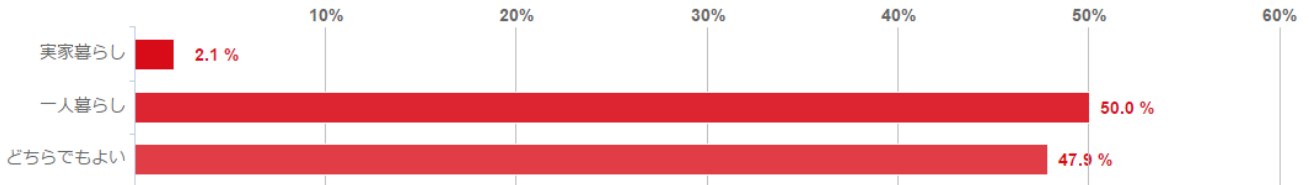
春と言えば「一人暮らし」、結局のところ「一人暮らし」と「実家暮らし」どっちがモテる？

■「実家暮らし」「一人暮らし」が男女のモテ度、恋愛に影響するかについて

春の新生活と言えば「一人暮らし」。男女が恋愛をするうえで、「実家暮らし」「一人暮らし」は重要な条件となるのでしょうか。

●「一人暮らし」の方が「実家暮らし」より魅力的。でも気にしない人も約半数

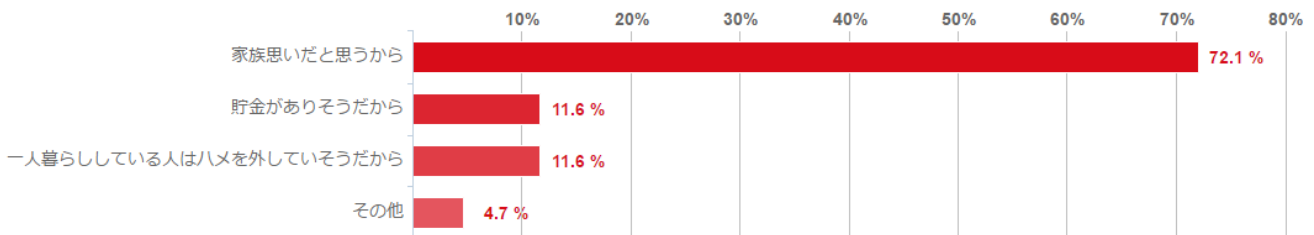
「実家暮らし」の異性と「一人暮らし」の異性どちらが恋愛対象として魅力的に感じるか尋ねたところ、半数の 50% が「一人暮らし」と回答。しかし約 48% は「どちらでもよい」と回答していることから、気にしない人も約半数いるという結果となりました。



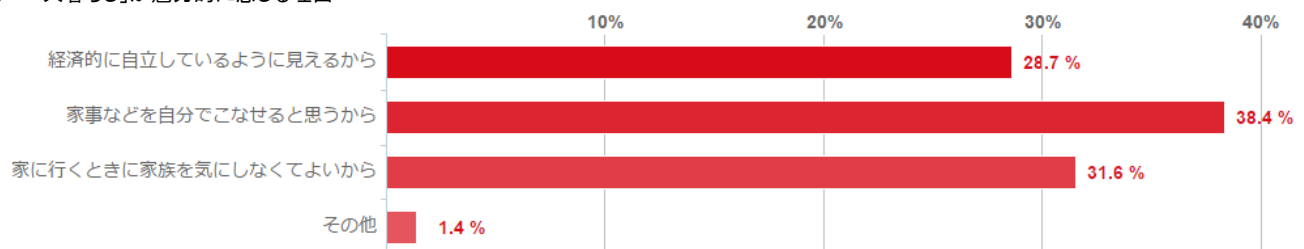
●「一人暮らし」の異性が魅力的に感じる理由第一位は、「家事などを自分でこなせると思うから」

「実家暮らし」「一人暮らし」の異性がそれぞれ魅力的に感じる理由について尋ねたところ、「実家暮らし」については約 7 割が「家族思いだと思うから」、「一人暮らし」については約 4 割が「家事などを自分でこなせると思うから」、約 3 割が「家に行くときに家族を気にしなくてよいから」と回答する結果となりました。

▼「実家暮らし」が魅力的に感じる理由



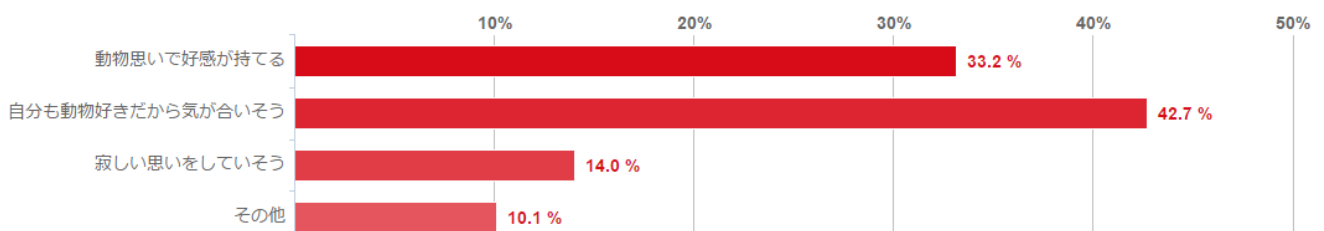
▼「一人暮らし」が魅力的に感じる理由



ペットは要注意！？ペットを飼っていると「寂しい思いをしていそう」と思われる？

●約 15%の男女がペットを飼っている異性について、「寂しい思いをしていそう」と回答

ペットを飼っている異性をどう思うかについて尋ねたところ、約 43% が「自分も動物好きだから気が合いそう」、約 33% が「動物思いで好感は持てる」などと回答。それらの肯定的な意見と合わせ、特に一人暮らしでペットを飼っている異性に対して、14% が「寂しい思いをしていそう」と回答する結果となりました。





Omiai

恋愛マッチングサービス「Omiai」では、登録している女性が『GWまでに恋人を作りたい』とエントリーすることで、同様の意向を持った男性とのマッチングが可能となるキャンペーン『GWまでに恋人作ろう』キャンペーンを、2016年4月14日(木)～2016年4月24日(日)の期間限定で実施します。「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 : 社会人・新社会人の男女約 2,000 人
- ・調査期間 : 2016年3月18日～3月23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1,300,000人を突破(2016年3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。

■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/>