



Omiai

2016年2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」が男女のバレンタインデーに関するアンケート調査を実施 すれ違う男女の気持ち！手作りチョコ、うれしい男性は8割 ～一方女性は、「衛生面が心配」など手作りチョコには消極的！？～

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 4500 人を対象にバレンタインデーに関するアンケート調査を実施致しました。

また、バレンタインデー特別企画として、「Omiai」上の登録者を対象に『あなたはどっち派？「お菓子作るの好きOR食べるの好き』キャンペーンを2016年2月10日(水)～2016年2月14日(日)の期間限定で実施致します。

### 調査結果サマリー

- ・手作りチョコをもらったらうれしい男性は **82%**
- ・バレンタインチョコをもらうなら手作りのものがいい男性は **63%**
- ・手作りチョコをあげたことがない理由として **26%**の女性が「相手に重いと思われそうだから」と回答
- ・女性がチョコを手作りする際に意識することは「見た目」「味」「衛生管理」など
- ・男女ともバレンタインの理想のデートは「二人でディナー」「お家でまったり」

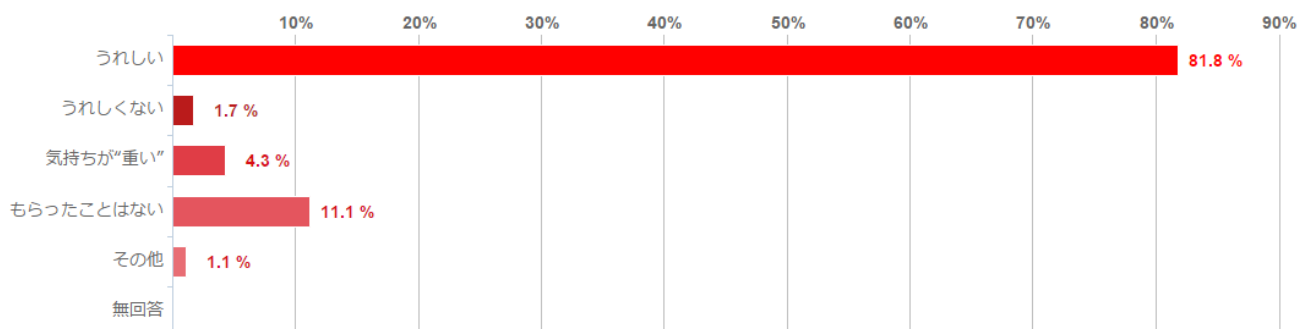
### バレンタインデー、男性が好きなのはやっぱり手作りチョコ！？

#### ■「手作りチョコ」に対する男性のイメージについて

男性に手作りチョコについてのイメージを調査したところ、ほとんどの男性が好意的なイメージを持っている結果となり、『バレンタインデー＝手作りチョコ』の意識が根強くあることが分かりました。

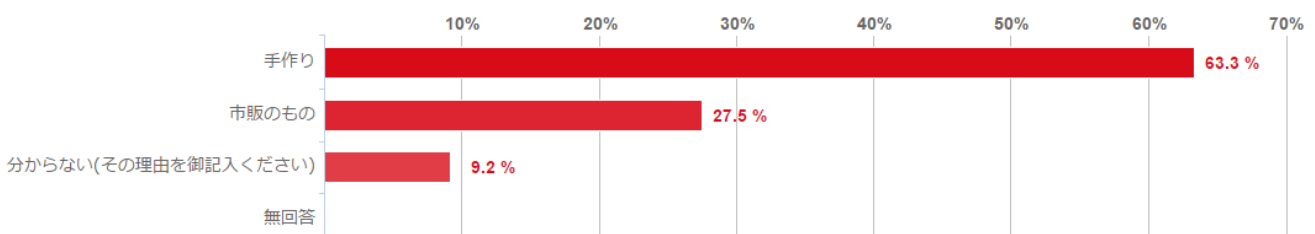
#### ●82%の男性が手作りチョコをもらったらうれしいと回答

手作りチョコをもらった時の感想について尋ねたところ、「うれしい」と回答した男性は約 82%、「うれしくない」と回答した男性は約 2%となりました。



#### ●63%の男性が本命チョコをもらうなら手作りのものだと回答

本命チョコをもらうなら「手作りのもの」と「市販のもの」どちらがよいか尋ねたところ、「手作りのもの」と回答した男性が約 63%、「市販のもの」と回答した男性が約 28%となりました。





Omiai

## 手作りチョコに躊躇する女性は多い！？重いと思われる…、衛生面が気になる…など消極的な意見も

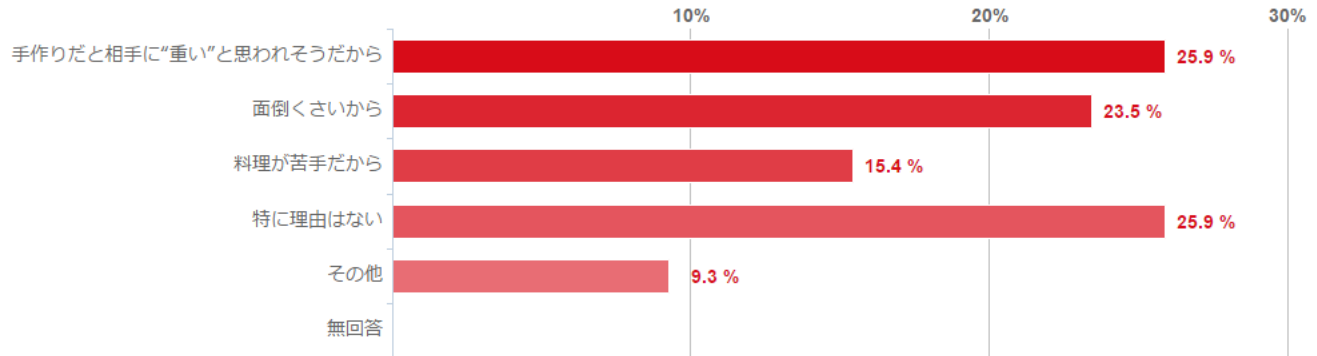
### ■「手作りチョコ」に対する女性のイメージについて

女性に手作りチョコについてのイメージを調査したところ、手作りチョコに対しハードルが高いと感じている女性も多くみられ、また手作りする際にも細かいところまで意識していることが分かりました。

### ●26%の女性が手作りチョコをあげたことがない理由として「相手に重いと思われそうだから」と回答

これまで手作りチョコをあげたことがない女性にその理由を尋ねたところ、「相手に重いと思われそうだから」と回答した女性が約26%、「面倒くさいから」と回答した女性が約24%となりました。

また、自由回答として「不衛生なイメージがある」「おなかを壊さないか心配になる」などの意見も聞かれました。



### ●チョコを手作りする際に意識することは「見た目」「味」「衛生管理」など

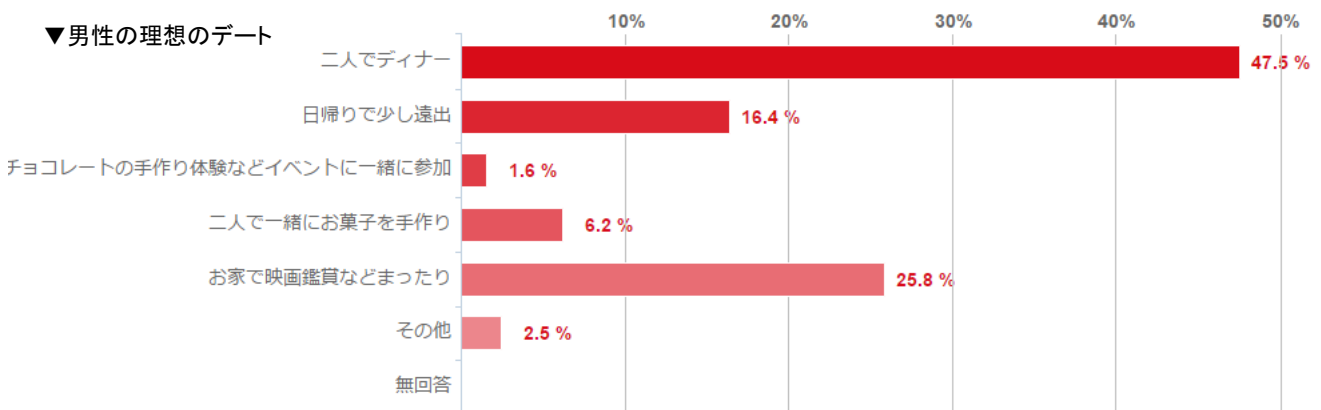
手作りチョコをあげたことのある女性に、手作りをする際に意識することについて尋ねたところ、「見た目」「気持ち」「デザインを可愛く」「味」など相手を喜ばせることを意識した意見と並び、「手垢が付かないように」「衛生面に注意する」など送られる側が気付かないような細かいところまで意識した意見も聞かれました。

## 二人でいられればそれだけで満足！？バレンタインデーの理想のデートとは？

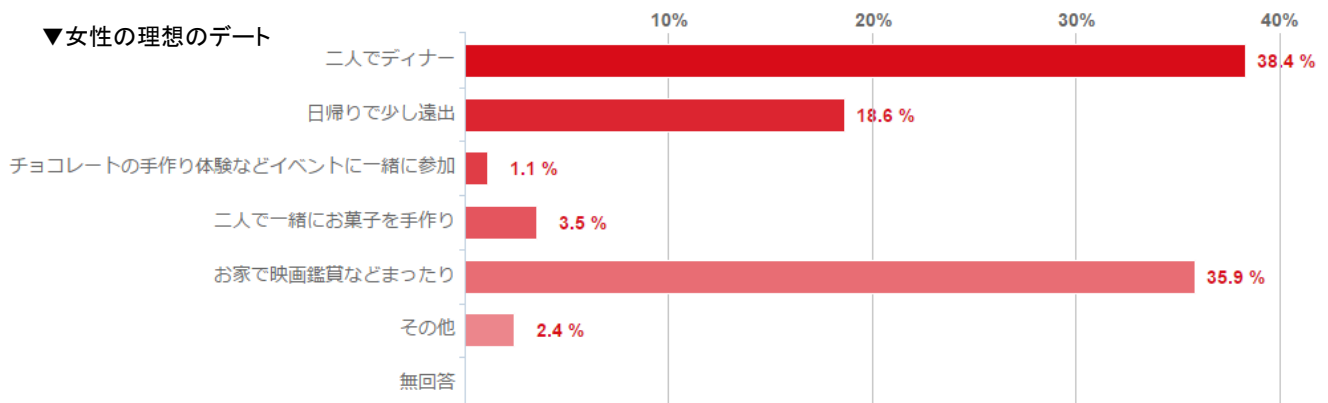
●男性・女性それぞれにバレンタインデーの理想のデートについて尋ねたところ、「二人でディナー」「お家で映画鑑賞などまったり」が上位を占める結果となりました。

自由回答欄では、「特別なことをしなくても一緒にいられればいい」「変わらない一日をふたりで過ごしたい」などほっこりするような意見も多数聞かれました。

### ▼男性の理想のデート



### ▼女性の理想のデート





Omiai

### 【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 4500 人
- ・調査期間 : 2016 年 1 月 22 日～1 月 26 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 1,200,000 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。

### 【『あなたはどっち派？「お菓子作るの好き OR 食べるの好き』キャンペーン概要】

「Omiai」に登録している女性が『あなたはどっち派？「お菓子作るの好き OR 食べるの好き』のいずれかに自身をエントリーし、男性がお菓子を「作る」派・「食べる」派のどちらがタイプかを選択することで、同じ趣味趣向を持った男女のマッチングが可能となるキャンペーンとして、2016 年 2 月 10 日(水)～2016 年 2 月 14 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「あなたはどっち？猫系女子？犬系女子？」や「あなたはどっち？洋画派男子？邦画派男子？」などのキャンペーンを実施し、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。



### ■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/>