



Omiai

2016年10月14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」が秋デートに関するアンケート調査を実施 理想の秋デート第一位は食欲の秋「グルメ系デート」 最もキュンとくるポイントは「おいしそうに食べている姿」！ ～この秋、女性にモテたいなら、インドアよりもアウトドアデートを実践すべし～

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 1,040 人を対象に秋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

- ・秋の行楽シーズン、理想のデート第一位は男女とも「グルメツアーなどの食系デート」
- ・秋、異性にキュンとするポイント第一位は男女とも「食系デートでおいしそうに食べている姿」
- ・初デートでの支払い、**89.7%の男性が「自分が払う」**または「**自分が多めに払う**」と回答
- ・男性の好きな女性の秋ファッション第一位は「萌え袖カーディガン」、第二位は「大きめセーター」
- ・女性の好きな男性の秋ファッション第一位は「カジュアルな印象！カーディガン」

食欲の秋！異性にキュンとするポイントは“おいしそうに食べている姿”！

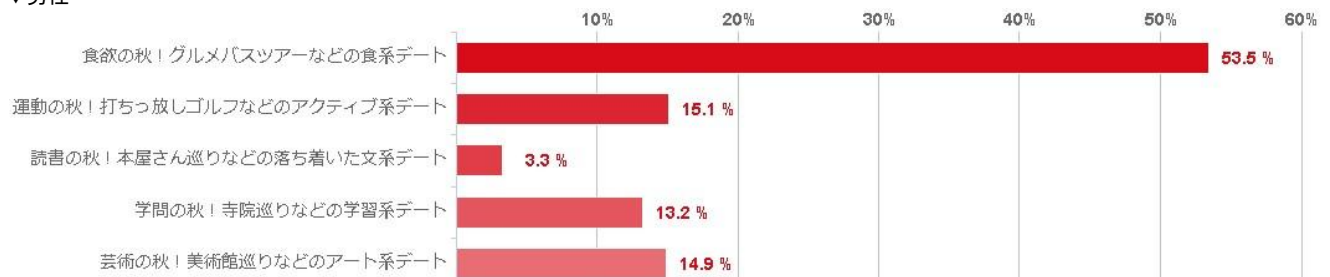
■人気の秋デートと異性へのキュンポイントについて

暑い夏も去り、涼しく過ごしやすいようになってきたこの頃、運動、読書、勉強やグルメなど、秋ならではのことをトライしてみたくなる時期となりました。秋はどのようなデートが人気なのでしょう。

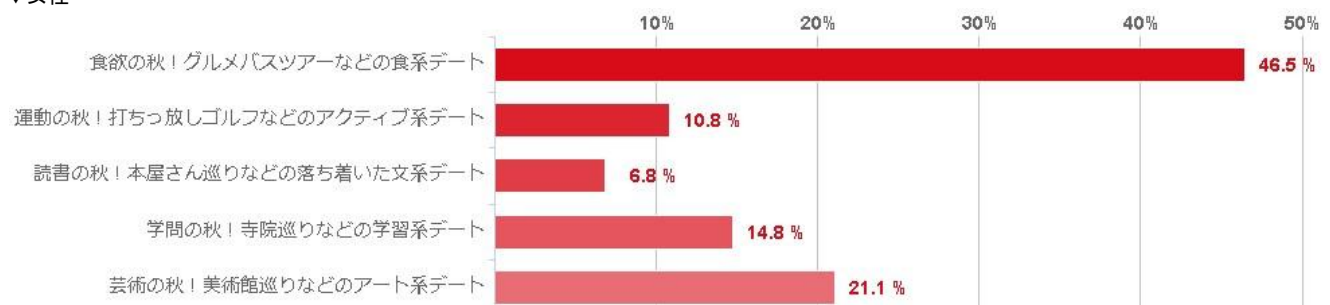
●秋の行楽シーズン、理想のデート第一位は男女ともに「グルメツアーなどの食系デート」

「秋の行楽シーズン、デートで行きたいのはどこですか？」と尋ねたところ、男女ともに「食欲の秋！グルメバスツアーなどの食系デート」と回答する割合が約 5 割と、他のデートプランに圧倒的な差をつけて第一位という結果となりました。様々な食材が旬や収穫を迎える、秋ならではの食事を好きな人と一緒に楽しみたいと思う人が多いようです。また、男女共に最下位だったのは、「読書の秋！本屋さん巡りなどの落ち着いた文系デート」となり、本の趣味や、読書習慣など、個々の楽しみ方があるものはデートとしてはあまり人気がないことが分かりました。

▼男性



▼女性





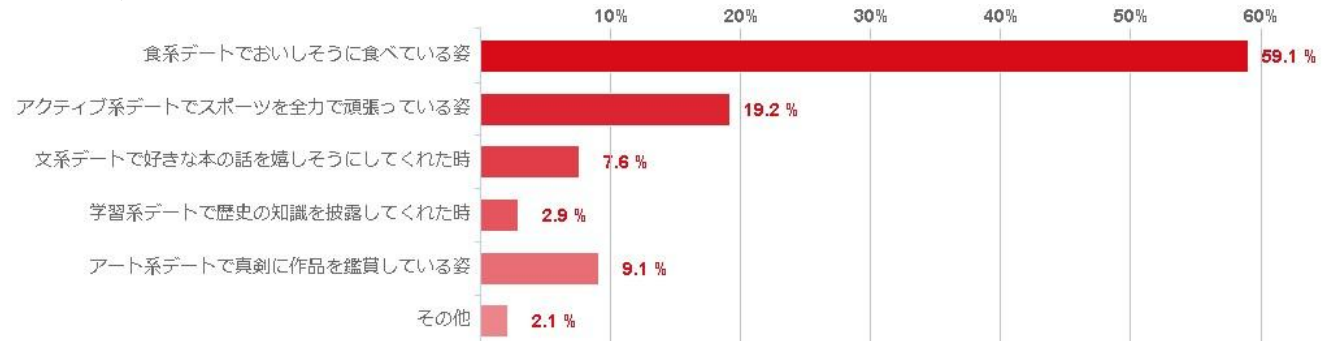
Omiai

理想のデートとは別に、思い出に残っている秋デートについて尋ねてみたところ、「食欲の秋だー！と張り切って食べ過ぎた(20代後半、男性)」や「鎌倉散策(30代前半、男性)」、「お弁当を持って紅葉狩り(20代後半、女性)」や「テーマパークの秋イベント(30代後半、女性)」などの意見があげられました。

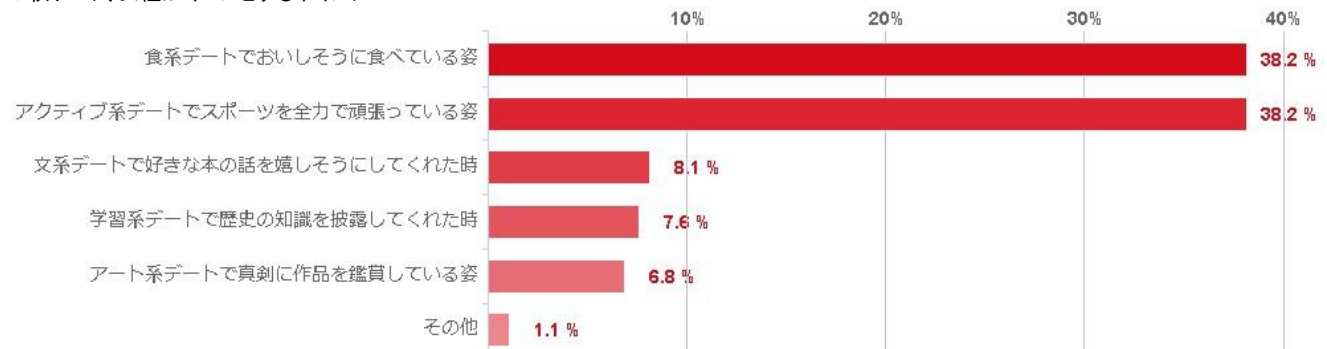
●秋、キュンとするポイント第一位は男女ともに「食系デートでおいしそうに食べている姿」

「秋デート、異性にキュンとするポイントは？」と尋ねたところ、男女とも「食系デートでおいしそうに食べている姿」が第一位という結果となりました。女性の回答では、「アクティブ系デートでスポーツを全力で頑張っている姿」も同率一位で人気となり、食欲旺盛やアクティブな男性の一面に惹かれる女性が多いことが分かりました。

▼秋デート、男性がキュンとするポイント



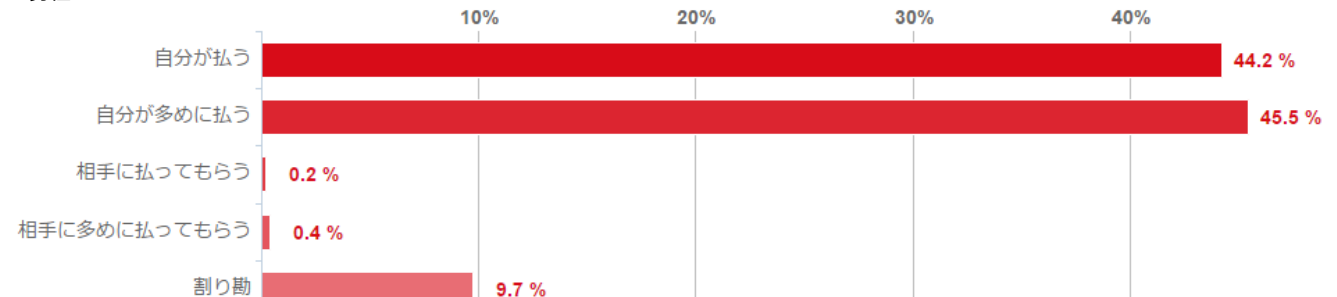
▼秋デート、女性がキュンとするポイント



●初デートでの食事代の支払い、約75%の女性が「男性に多く払ってもらいたい」と回答

「食欲の秋デート、初デートでの食事代の支払いの理想は？」と尋ねたところ、89.7%の男性が「自分が払う」または「自分が多めに払う」と回答、一方女性は74.6%の女性が「相手に払ってもらう」または「相手に多めに払ってもらう」と回答し、「払いたい男性」と「払ってもらいたい女性」の理想が概ね一致していることが分かりました。また、女性の回答では、「割り勘」を理想とする人も約25%と男性の約10%に比べ高い割合となりました。

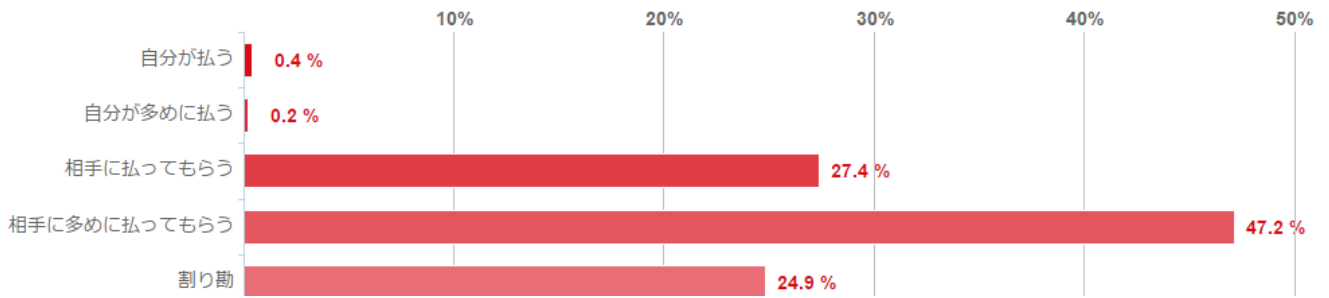
▼男性





Omiai

▼女性

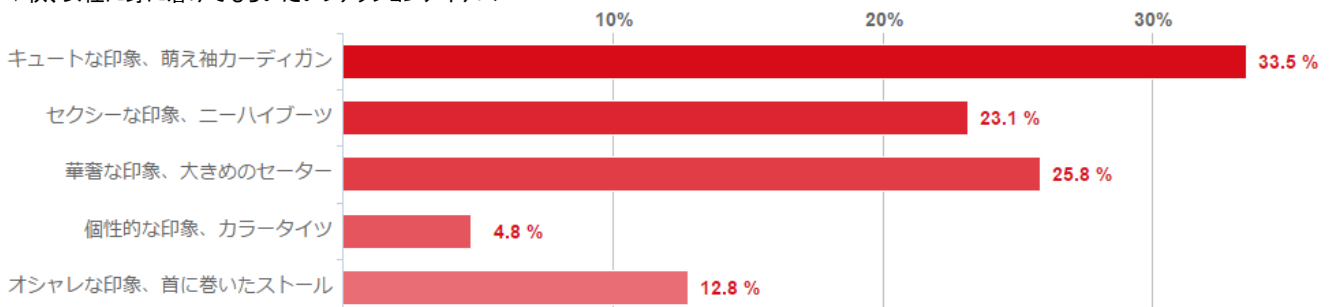


デート前に学習しておきたい、異性に人気の秋ファッションは男女共に「カーディガン」！

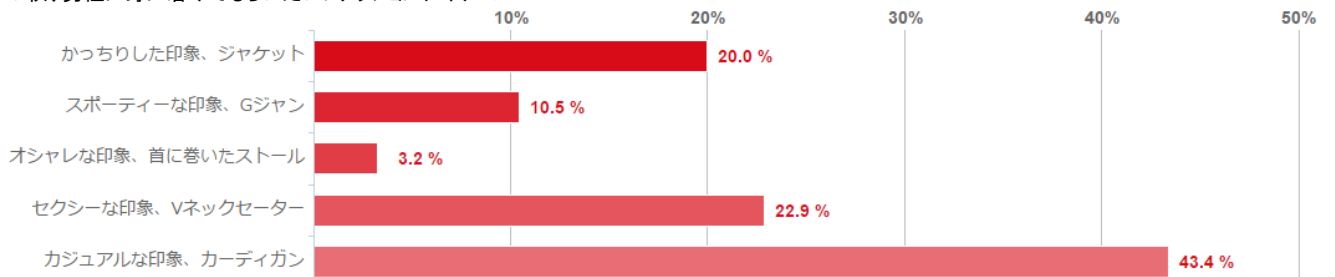
●秋、異性に身に着けてもらいたいファッションアイテムは男女共に「カーディガン」

男性に「秋、女性の好きなファッションアイテムは？」と尋ねたところ、第一位は約 34%が回答した「キュートな印象、萌え袖カーディガン」、第二位は約 26%が回答した「華奢な印象、大きめのセーター」という結果となり、女性のかわいらしさや華奢な雰囲気が際立つファッションが好きな男性が多いことが分かりました。一方、女性は、約 43%が回答した「カジュアルな印象、カーディガン」が他のファッションと大差をつけ第一位という結果となり、意外にも“かっちり”より“カジュアル”な方が好みの女性が多いことが分かりました。

▼秋、女性に身に着けてもらいたいファッションアイテム



▼秋、男性に身に着けてもらいたいファッションアイテム



恋愛マッチングサービス「Omiai」では現在、登録している男性が『秋までに恋人を作りたい』にエントリーすることで、同様の意向を持った女性とのマッチングが可能となるキャンペーン『秋までに恋人つくろう』キャンペーンを、2016年10月5日(水)～2016年10月16日(日)の期間限定で実施しています。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 1040 人
- ・調査期間 : 2016年9月30日～10月3日



Omiai

【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1,600,000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/>