

— Yahoo!リサーチ「血液型本」に関する調査 —

血液型本ブームには、「共感・納得」「自己表現」「人付き合いに役立つ」
「自分の血液型への愛着・誇り」などの心理的ベネフィットが大きく寄与

調査期間：2008年12月2日～12月3日 / インターネットウェブ定量調査により、20歳～59歳の男女800人を対象に実施

2008年12月25日
ヤフーバリューインサイト株式会社

Yahoo!リサーチを運営するヤフーバリューインサイト株式会社(本社/東京都中野区、代表取締役社長:田部 信、以下ヤフー・バリュー・インサイト)は、「血液型本」に関する調査を2008年12月2日～12月3日、自社調査専用パネルを対象に実施しました。

2008年は、『B型自分の説明書』(文芸社)のヒットに端を発し、「血液型本」が大きなブームとなりました。『自分の説明書』シリーズは累計で500万部を突破、他にも『「やっぱ、A型だ」って言うな！(プラチナBOOKS)』(主婦と生活社)や、『B型女の取扱説明書(トリセツ)』(あさ出版)など類似シリーズが続々と発売され、多くの書店で血液型コーナーが設けられるなどブームは全国的なものとなりました。

日本人の間で決して廃れずに訪れるこのような血液型ブームの背景には、表現の面白さや売り方等のそのときどきの理由があるのはもちろんですが、それに加え、何らかの普遍的な『心理的ベネフィット』が存在するに違いないという仮説から、この一端を探る目的で調査を実施しました。

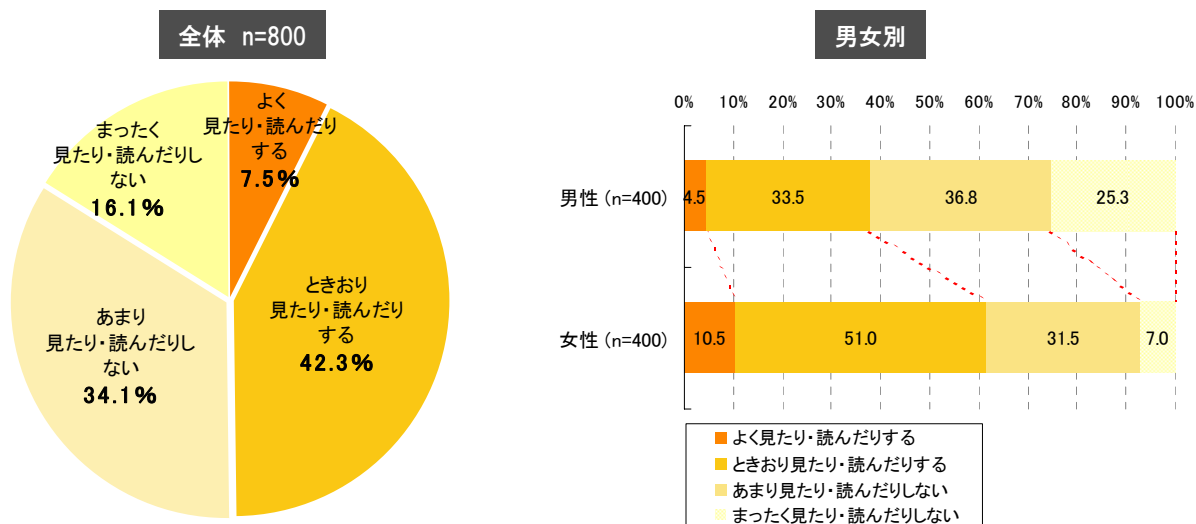
* 血液型ごとに200S均等割付、さらに血液型ごとに性年代を均等割付にて調査実施

【1】血液型本などを見たり読んだりする関与度はきれいに二分。男性よりも女性の関与度が圧倒的に高い。

「血液型に関する本や記事、表現物を見たり読んだりする」関与度については、「(よく+ときおり)見たり読んだりする」と「(あまり+まったく)見たり読んだりしない」がそれぞれ約5割とほぼきれいに二分される結果となりました。「ときおり見たり、読んだりする」が4割強で最も多く、また、「まったく見たり読んだりしない」は16%でした。

そして、「(よく+ときおり)見たり読んだりする」が6割を超える女性に対し、男性では4割弱と20ポイント以上の差があり、また、男性では「まったく見たり読んだりしない」が25%と4分の1を占めるなど、男性よりも女性の関与度が圧倒的に高いことがわかります(あくまでも各血液型を均等割付した結果になります)。

Q. あなたは普段、血液型に関する本や記事、表現物などをどのくらい見たり読んだりしますか。「血液型占い」は除いてお答えください。[SA]



【本件についてのお問い合わせ先】 ヤフーバリューインサイト株式会社 社長室 広報

TEL: 03-3367-1959 FAX: 03-3367-1966

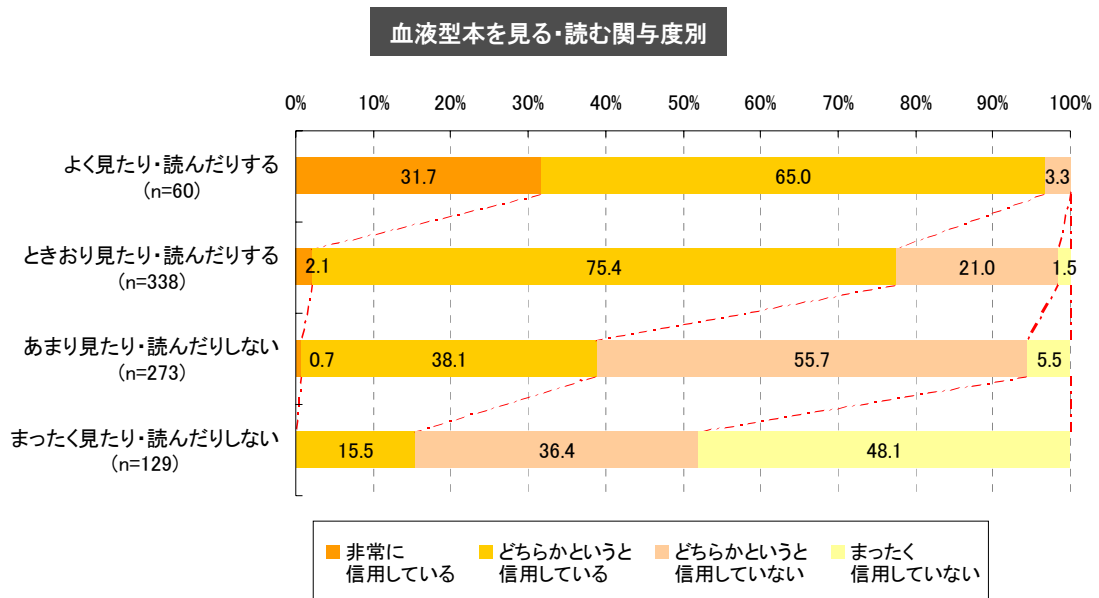
お問合せフォーム <https://www.yahoo-vi.co.jp/inquiry/contact/index.php>

【2】「血液型本や記事などを見る・読む関与度」と「信用度」は相関

血液型本や記事などの内容に対する信用度合いを『見る・読む関与度』別にみると、『よく見たり・読んだりする』では、「非常に信用している」が32%と3割を占め、「どちらかという信用している」を合わせると97%とほぼ100%という結果になっています。また、『ときおり見たり・聞いたりする』でも、「(非常に+どちらかという)信用している」を合わせて8割弱に達しており、『あまり見たり・読んだりしない』の4割弱と比べて約2倍になっています。血液型本を見る・読む関与が高い人ほど、血液型本の信用度が高いという明確な相関関係が見られる結果となりました。

なお、『まったく見たり読んだりしない』と回答した人のなかでも16%が「どちらかという信用している」と回答しており、見たり・読んだりはしないものの、【否定はしない】人の存在も見られる様子です。

Q. あなたは普段、血液型に関する本や記事、表現物などに書いてある内容や血液型別の性格分類・イメージなどをどれくらい信用していますか。「血液型占い」は除いてお答えください。[SA]



【3】見る・読む関与度が高い人ほど「共感・納得」「自己表現」「役立つ」「自分の血液型への愛着・誇り」が高い

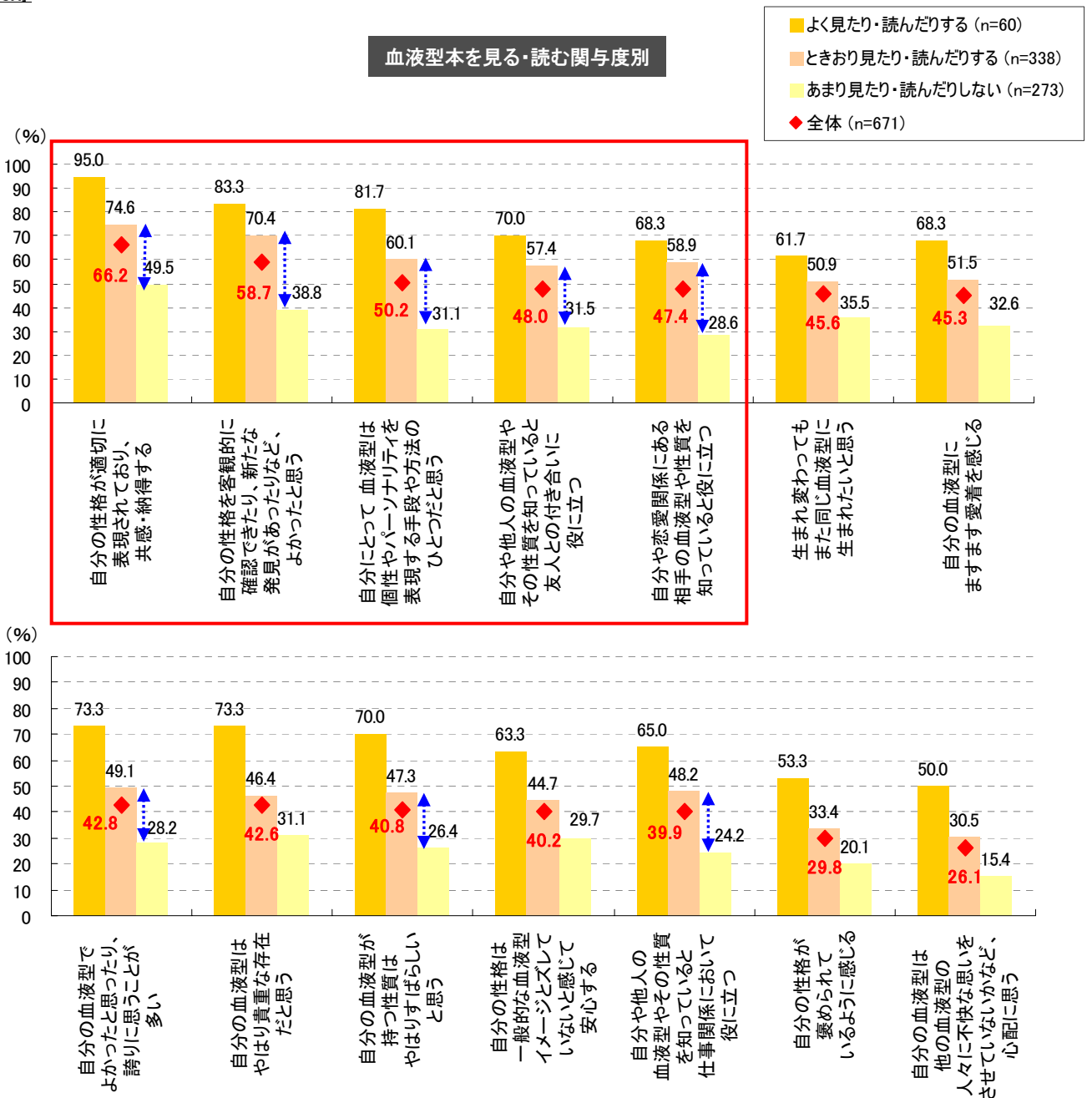
血液型本などを見たり読んだりすることによって感じることを聞いたところ、全体ではまず、「自分の性格が適切に表現されており、共感・納得する」が7割弱を占め、最も高い項目でした。以下、「自分の性格を客観的に把握できたり、新たな発見がある」(59%)、「個性などを表現する手段や方法のひとつだと思う」(50%)、「友人付き合いで役立つ」(48%)、「恋愛関係で役立つ」(47%)などと続き、『納得・共感』『自己表現』『役立つ』といった項目が上位を占めました。

さらに、血液型本を見る・読む関与度別では、関与が高い人ほど先述の『共感・納得』や『自己表現』などの項目のスコアが高く低関与者との差が顕著なことに加え、「仕事において役立つ」の『役立つ』系ベネフィットや「自分の血液型が持つ性質はやはりすばらしい」「自分の血液型でよかった、誇りに思う」などの『自分の血液型に対する愛着・誇り』といった項目において、高関与者と低関与者のスコア差が大きく、これらが血液型本への関与に大きく寄与している心理的、すなわち情緒的ベネフィット(*1)であると言えます。

* 回答対象は、血液型本や記事などの表現物を「まったく見たり読んだりしない」と回答者以外

Q.あなたは普段、血液型に関する本や記事、表現物などを読んで、どのように感じることが多いですか。「血液型占い」は除いてお答えください。

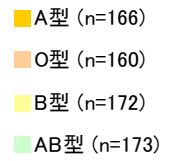
[SA]



【4】「自分の血液型は貴重・すばらしい」など、もっとも少数派「AB型」の特徴的な心理ベネフィット傾向

血液型本などを見たり・読んだりすることのベネフィットをさらに血液型別にみても、血液型ごとに特有の傾向が見られました。特徴的な項目を抜粋してご紹介します。

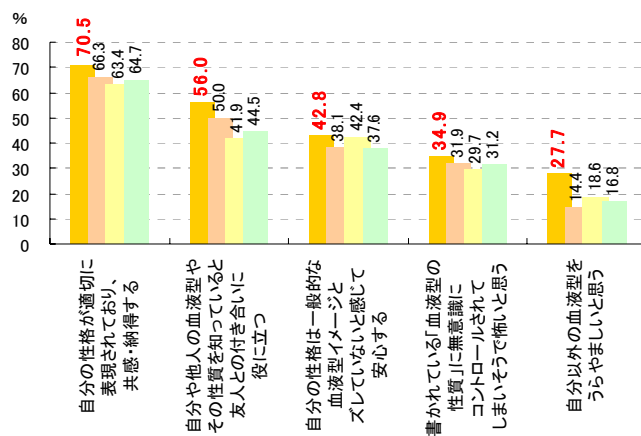
* 回答対象は、血液型本や記事などの表現物を「まったく見たり読んだりしない」と回答者以外



A型

自己肯定よりも、他の血液型を羨ましがる傾向

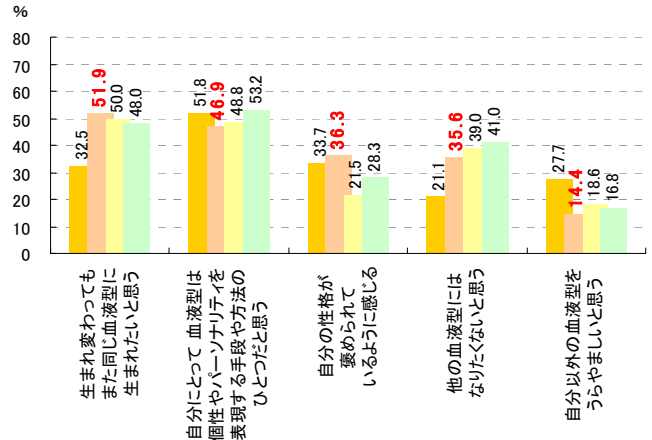
- ・4つの血液型のなかで、もっとも「共感・納得」(71%)が高く、また、「イメージとズれていないと感じて安心する」(43%)が高い。
- ・「友人付き合いで役立つ」(56%)も最多。
- ・一方で、「他の血液型がうらやましい」(28%)と感じる人も最も高い。



O型

自分の血液型に対して最も前向き

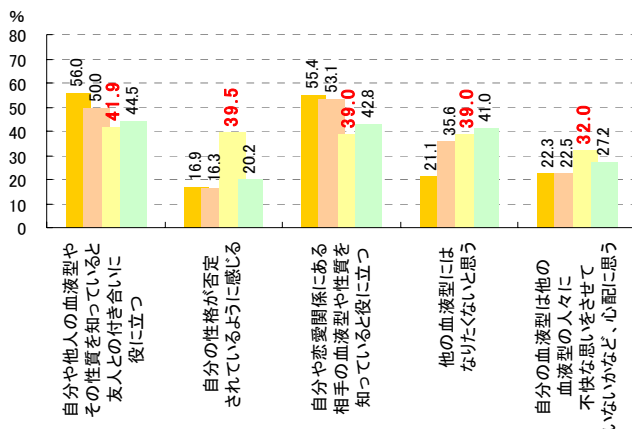
- ・4つの血液型のなかで、「褒められているように感じる」(36%)、「生まれ変わってもまた同じ血液型がいい」(52%)がもっとも高く、「自分以外の血液型をうらやましい」(14%)がもっとも少ない。
- ・しかしながら、「他の血液型にはなりたくない」(36%)のスコアはAB型やB型ほど高くはない。



B型

「否定されている」と感じる人がもっとも多い

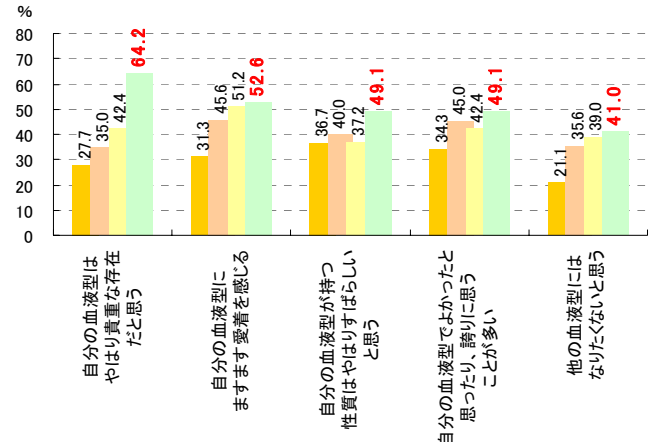
- ・「自分の性格が否定されているように感じる」(40%)が4つの血液型のなかでダントツで高い。
- ・「他の血液型の人に不快な思いをさせていないか心配」(32%)している人も最も高い。
- ・しかし、「他の血液型にはなりたくない」(39%)はAB型と並んで高め。



AB型

「貴重な存在」という自己肯定が強い

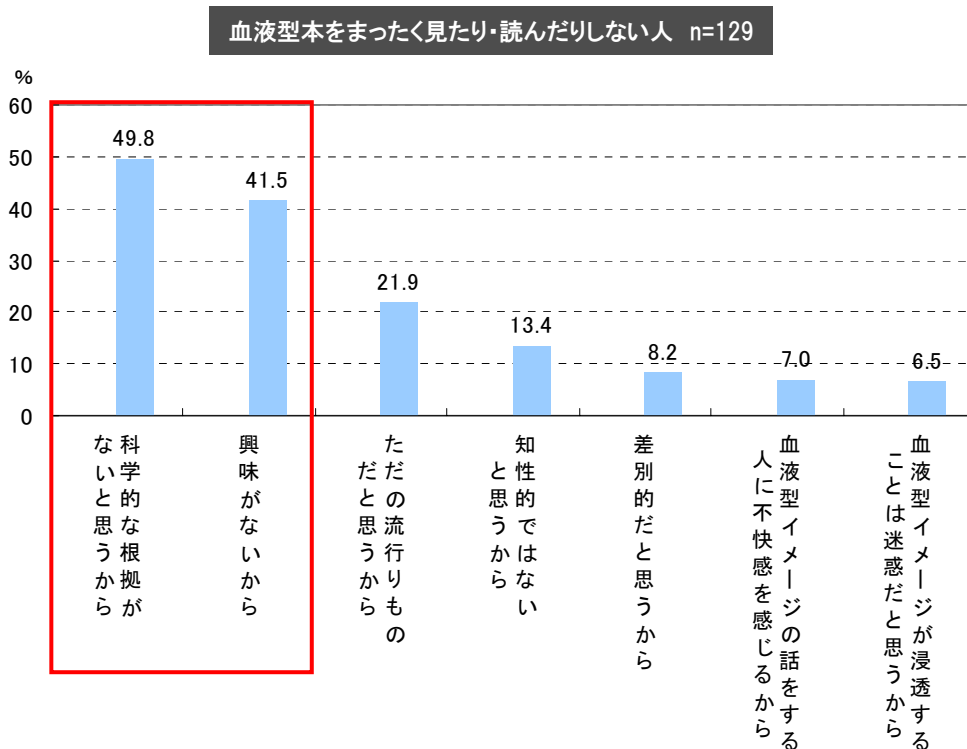
- ・自分の血液型が「貴重な存在だと思う」(64%)が4つの血液型のなかでダントツで高い。
- ・「ますます愛着を感じる」(53%)、「すばらしい」(49%)、「誇りに思う」(49%)も最も高い。
- ・そして、「他の血液型にはなりたくない」(41%)もB型と並んで高く最も高い。



【5】血液型本などを見たり読んだりしない理由は、単純に「非科学的」「興味がない」が最多

血液型本などをまったく見たり読んだりしない理由を聞くと、「科学的な根拠がないから」(50%)、「興味がないから」(42%)に回答が集中。「血液型イメージの話をする人に不快感を感じる」や「血液型イメージが浸透することは迷惑」など、ネガティブな印象を強く感じている人は1割以下と非常に限定的であり、非常にシンプルな結果となりました。

Q.あなたが血液型に関する本や記事などの表現物を見たり読んだりしない理由について、あてはまるものをすべてお答えください。[MA]



【6】血液型にまつわる印象的な出来事

血液型にまつわる印象的な出来事についての自由回答では、血液型特有のイメージで見られることや、血液型による相性などに関する回答が目立ちました。また、「検査をしたら思っていた血液型と違った」「血液型が途中で変わる場合があることに驚いた」といったエピソードも複数みられました。

いずれにしても、「血液型診断」といったものが一般的に根付いていることによる出来事が多いようです。こういったイメージで不快な思いをした経験がある人もいれば、イメージを逆手にとって日常生活で上手く利用している人もいる様子が見えがえる結果でした。

Q.血液型に関するエピソードで、印象に残っていることをご自由にお答えください。[FA]**<A型>**

- ・血液型の話題は、初対面の人とラフな会話をする時、役に立つことが多い。「A型なので、本屋に行くと、つい1巻から番号順に並べ直してしまいます」という話題を出すと、話がはずむ。(A型 女性)
- ・小学校の時に血液検査を初めてして、自分の血液型が日本で一番多く一般のと言われショックを受けた。血液型が少数派の人がうらやましかった。(A型 男性)

<O型>

- ・B型の人に「B型が良くないイメージだ」という話題を振られて、そんなことないとかフォローするのがめんどくさかった。(O型 女性)
- ・大雑把に行動していても、O型であるからと、大目に見てもらえる。(O型 女性)
- ・AB型やB型が、からかわれたりすることがあり、大人の間では冗談で済んでも、子供の世界では深刻になるかもと心配になることがあります。(O型 女性)

<B型>

- ・血液型だけで分類されるのは非常に遺憾。でも世間はそれに踊らされている気がするし、自分も納得させられるときがあったり安易に血液型で判断していることがあって嫌になる。最近流行りの自分の説明書だかとかいう本を本屋や広告で目にするのが不快でならない。(B型 女性)
- ・「几帳面なB型です」と挨拶するとほぼ確実に笑いを取れる。(B型 女性)
- ・感性が人と違う時の言い訳になる。(B型 女性)
- ・教材の訪問販売が来たときに、セールスマンに長々と話させた後で断ったら「B型でしょ?!」と捨てセリフをはかれたのは生涯忘れない。(B型 女性)

<AB型>

- ・こどもの頃、親に、おまえはAB型だから変わってるんだといわれ、ずっと傷ついている。(AB型 女性)
- ・ある企業の営業社員はO型しか採用しない・・と聞いてその社風及び社長の人格を疑った。(AB型 男性)

*1) 情緒的ベネフィット

生活者が商品やブランドに対して感じる便益には、大きく分けて「機能的ベネフィット」と「情緒的ベネフィット」の2つがあります。「機能的ベネフィット」は商品の性能や利便性、効用のことで、「情緒的ベネフィット」はその商品を所持することによってもたらされる感情(安心感、自己表現、ステータスなど)のことを指します。

これらを含めた生活者の評価構造を視覚的、階層的に把握する手法として、「[評価グリッド法®](#)」などがあり、商品企画やコミュニケーション戦略立案に応用することができます。 ※評価グリッド法®は、讚井純一郎氏の登録商標です

<調査項目一覧>

- ・血液型本に対する関心度/信用度
- ・血液型本から得られる情緒的ベネフィット
- ・血液型本を見たり読んだりしない理由
- ・血液型に関するエピソード(自由回答)

<調査概要>

調査目標 : 血液型に関する本や記事、表現物を見たり読んだりすることによって得られる情緒的ベネフィットから、血液型本ブームが廃れない理由の一端を探る

調査手法 : インターネット ウェブ定量調査

対象エリア : 全国

調査対象者 : 20歳～59歳の男女800人

割付 : 血液型ごとに200S均等割付(血液型ごとの性年代も10歳刻み均等割付)

調査実施期間 : 2008年12月2日(火)～12月3日(水)

調査機関 : ヤフーバリューインサイト株式会社

<最近の自主調査>

- ・「和」に関する調査(2008年11月27日) <http://www.yahoo-vi.co.jp/research/081127.html>
- ・「インビジブル・ファミリー」に関する調査(2008年10月8日) <http://www.yahoo-vi.co.jp/research/081008.html>
- ・エコ(節約と環境)に関する調査(2008年8月19日) <http://www.yahoo-vi.co.jp/research/080819.html>

<ヤフーバリューインサイト株式会社について>

「市場の生活者ニーズを捉え、マーケティング課題を解決し、企業の成長に貢献する価値を提供すること」、それが私たちの使命です。ヤフーバリューインサイト株式会社は、マーケティングリサーチのリーディングカンパニーとして、国内最大級かつ高品質な調査パネルを基盤に、インターネットリサーチから従来型手法まで、豊富なりサーチサービスを提供しています。2008年7月より、ヤフー株式会社と「Yahoo!リサーチ」ブランドの共同運営を開始し、Yahoo! JAPANを通じた調査パネルの充実、インターネットにおけるノウハウやインターネット利用動向の活用、そして、マーケティングテクノロジーの研究・開発を続け、これまでにないサービスや価値を提供してまいります。

会社名: ヤフーバリューインサイト株式会社 <http://www.yahoo-vi.co.jp>

所在地: 東京都中野区中央1-38-1 住友中野坂上ビル1F
TEL: 03-3367-1967(代表) FAX:03-3367-1961

新会社発足日: 2007年7月1日

資本金: 7億円

代表者: 代表取締役社長 田部 信(たなべしん)

事業内容:

- ・マーケティングリサーチ事業
- ・データ解析事業
- ・マーケティングコンサルティング事業
- ・生活者情報データ・コンテンツ事業 [C-NEWS] <http://c-news.jp/>

所属団体:

- ・社団法人日本マーケティング・リサーチ協会(JMRA)
- ・社団法人日本マーケティング協会(JMA)
- ・ESOMAR(ヨーロッパ世論・市場調査協会)
- ・日本行動計量学会
- ・日本消費者行動研究会理事会(JAGS)
- ・日本マーケティング・サイエンス学会(JIMS)

【本件についてのお問い合わせ先】 ヤフーバリューインサイト株式会社 社長室 広報

TEL: 03-3367-1959 FAX: 03-3367-1966

お問合せフォーム <https://www.yahoo-vi.co.jp/inquiry/contact/index.php>