

平成25年1月30日

Twitter 女子は自己チュー!? Facebook 男子は暑苦しい熱血リーダー!?
ADK「あなたが知らない裏の顔」に見るユーザー傾向
— コンテンツ開発と話題伝播の実証実験より —

株式会社アサツー ディ・ケイ(本社:東京都中央区、代表取締役社長:清水與二、以下ADK)は、性格診断コンテンツ「あなたが知らない裏の顔」を2012年11月から公開し、インターネット上での話題の伝播を分析する実証実験を行いました。

ウェブサイト「あなたが知らない裏の顔」(<http://www.uranokao.jp/>)では、Facebook や Twitter のアカウントでログインして、自分の「表の顔」と「裏の顔」を楽しみながら診断できます。診断結果は、首都圏生活者1万人以上へのアンケート「ADK生活者総合調査」(*注1)から導き出された価値観クラスターに基づいて開発したもので、17種類あります(*注2)。

この度、公開から1カ月で集積した20万件弱の診断結果を分析することにより、オンラインマーケティングやソーシャルメディアに関する新たな知見が得られたので、ご報告します。

【1】「あなたが知らない裏の顔」診断結果と首都圏生活者の回答の違い:
診断コンテンツをよく利用するのは自己主張の強めな人々。

【2】Facebook 派と Twitter 派の違い:

リアルな生活が充実していそうな人々はリアルな人間関係が反映される Facebook を、リアルな世界で仲間を見つけにくい人々は興味関心でつながれる Twitter を選好。

【3】診断結果をソーシャルメディアに投稿する割合を分析:

ファッションリーダーや熱血リーダーの男は、姉御肌の肉食女子に向き合って対抗することが苦手な傾向がうかがえる。

分析結果の詳細は添付ファイル(次ページ以降)をご覧ください。ADKは、今後も社内データを活用したコンテンツ作りを計画しています。このような取り組みで得られた知見を、クライアント向けのサービスに生かしていくつもりです。すでに2013年1月には社内「ソーシャルメディアラボ」を立ち上げ、企業のソーシャルメディア活用の支援体制を強化しています。

本件に関するお問い合わせは下記までお願いします。

株式会社アサツー ディ・ケイ

広報室 大内尚子 TEL. 03-3547-2003

コミュニケーションチャンネルプランニング本部 木田広大・石田壮史 TEL. 03-3547-2368

■「あなたが知らない裏の顔」とは



PC: <http://www.uranokao.jp/> スマートフォン: <http://www.uranokao.jp/sp/>

「ADK 生活者総合調査」のデータをもとに制作した性格診断コンテンツです。さまざまな質問に回答することで、自分の「表の顔」と「裏の顔」を診断できます。

<*注1> ADK 生活者総合調査とは

生活者をライフスタイル・消費行動・メディア接触など多面的側面から捉えることで、より深いターゲットインサイトを導き出すことを目的とした ADK オリジナル調査です。毎年、一都三県の生活者 1 万人以上に調査しています。この調査結果をもとに開発した分析ツール「ADK Target Scope」では、生活者を複数のクラスターに分類して分析できます。

<*注2> 「あなたが知らない裏の顔」の診断結果について

「ADK Target Scope」をもとに、オンラインで簡易に性格診断できるようにしたプログラムが「あなたが知らない裏の顔」です。「あなたが知らない裏の顔」の診断結果は次の 17 種類です。

17 種類の診断結果

	「あなたが知らない裏の顔」の診断結果タイプ（表の顔 ⇄ 裏の顔）
男性タイプ 1	熱血リーダー ⇄ 暑苦しい
男性タイプ 2	ファッションリーダー ⇄ 上っ面男
男性タイプ 3	個人主義 ⇄ 自分大好きナルシスト
男性タイプ 4	真面目 ⇄ 古臭い
男性タイプ 5	無視無欲 ⇄ 遅咲きデビュー
男性タイプ 6	キリギリス男子 ⇄ 普通・並
男性タイプ 7	マリオネット ⇄ ヒモ
男性タイプ 8	繊細 ⇄ 無気力
男性タイプ 9	ゴーイングマイウェイ ⇄ オタク
女性タイプ 1	姉御肌 ⇄ 肉食女子
女性タイプ 2	幸せオーラ ⇄ 八方美人
女性タイプ 3	自由奔放 ⇄ 自己チュー
女性タイプ 4	内面・キャリア重視 ⇄ 枯渇
女性タイプ 5	古風女 ⇄ 無味無臭女
女性タイプ 6	小悪魔年齢不詳女 ⇄ 若作り魔女
女性タイプ 7	脱力系オタク ⇄ 不思議ちゃん
女性タイプ 8	日陰地味女 ⇄ マグロ女

■「あなたが知らない裏の顔」の 20 万件弱の診断結果を分析して明らかになったこと

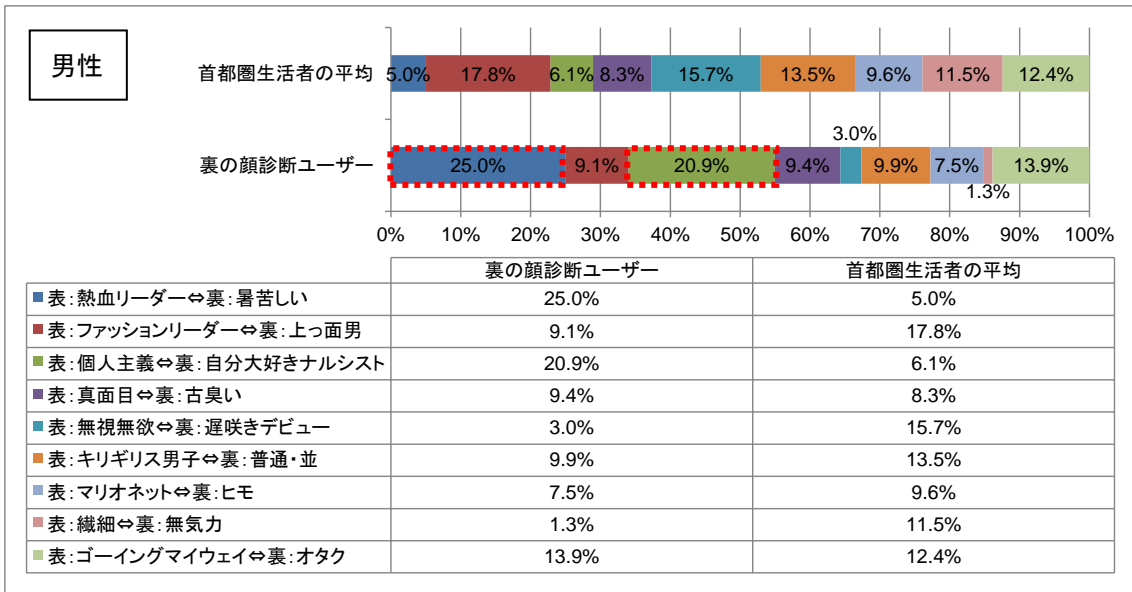
【1】「あなたが知らない裏の顔」診断結果と首都圏生活者の回答の違い

「あなたが知らない裏の顔」の診断結果は、首都圏生活者（ADK 生活者総合調査の結果）とは乖離していた。裏の顔診断を行った男性のうち、最も多かったのは「表の顔は熱血リーダーだけど裏の顔は暑苦しい男」で 25.0%だったが、首都圏生活者でそのクラスターに該当するのは 5.0%しかいない。それに次いで多かったのは、「表の顔は個人主義だけど裏の顔は自分大好きナルシストな男」で 20.9%（首都圏生活者では 6.1%）だった。

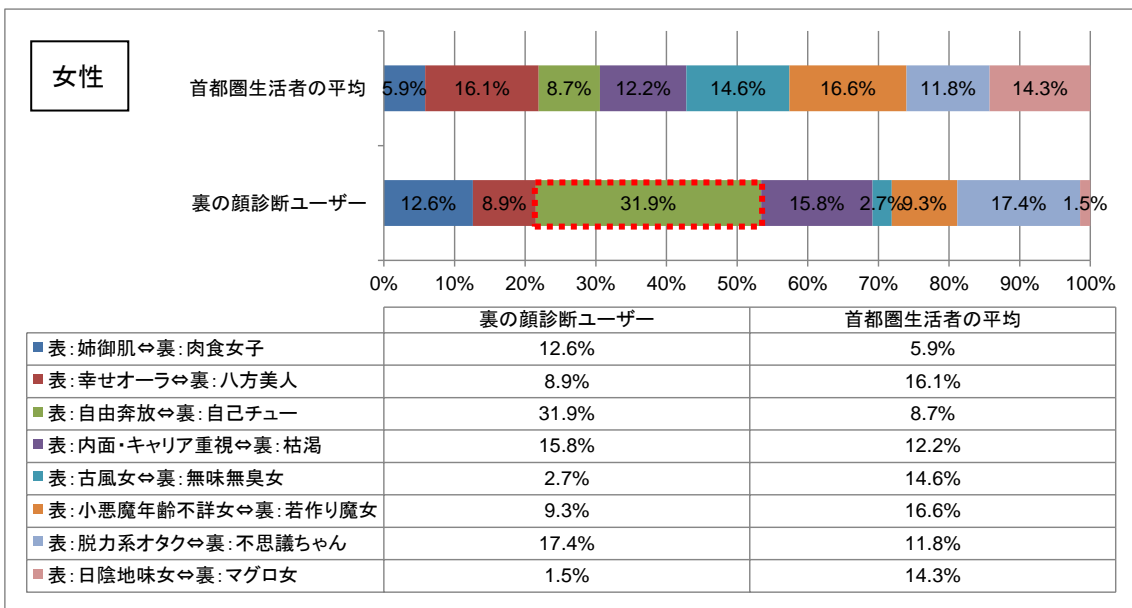
[図 1]

一方、裏の顔診断を行った女性では、「表の顔は自由奔放だけど裏の顔は自己チューな女」が 31.9%を占めた（同 8.7%）。[図 2]

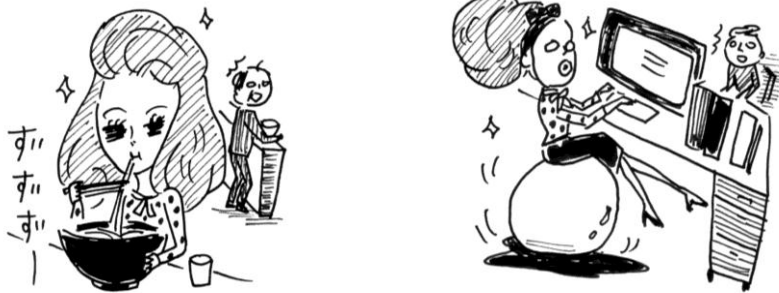
つまり、そのような自己主張の強めな人々が、診断コンテンツの人気を牽引していると考えられる。



[図 1 : 男性]



[図 2 : 女性]



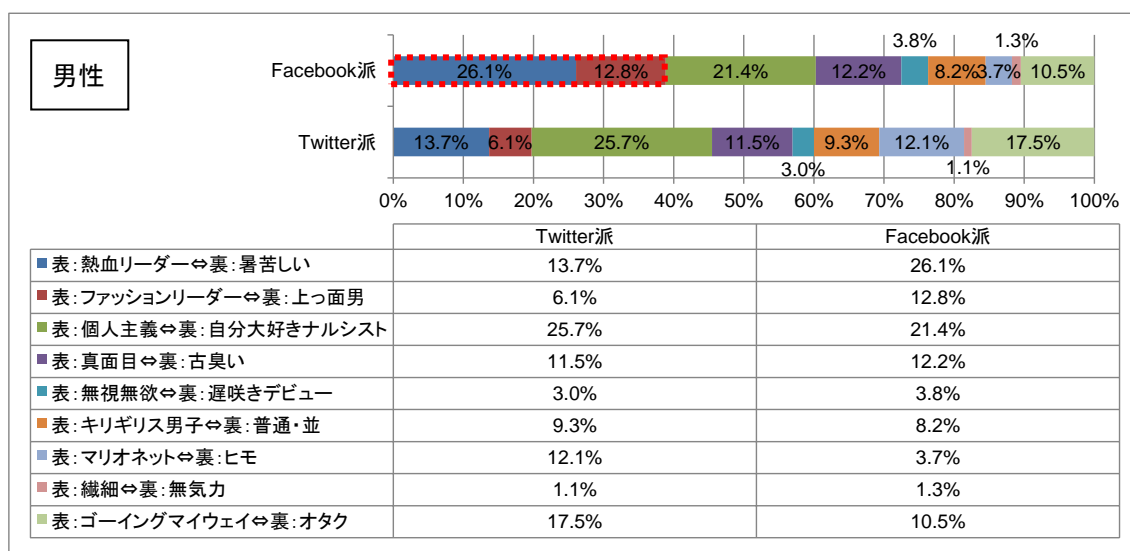
(「表の顔は自由奔放だけど裏の顔は自己チューな女」のイメージ)

【2】Facebook 派と Twitter 派の違い

Facebook でログインして診断を行った「Facebook 派」と Twitter でログインして診断を行った「Twitter 派」を比較すると、診断結果に差異がみられた。男性では、Facebook 派に占める「表の顔は熱血リーダーだけど裏の顔は暑苦しい男」「表の顔はファッションリーダーだけど裏の顔は上っ面男」の割合が、Twitter 派に占めるその約 2 倍だった。[図 3]

女性では、Facebook 派に占める「表の顔は姉御肌だけど裏の顔は肉食女子」「表の顔は幸せオーラだけど裏の顔は八方美人」の割合が、Twitter 派のその約 2 倍だった。[図 4]

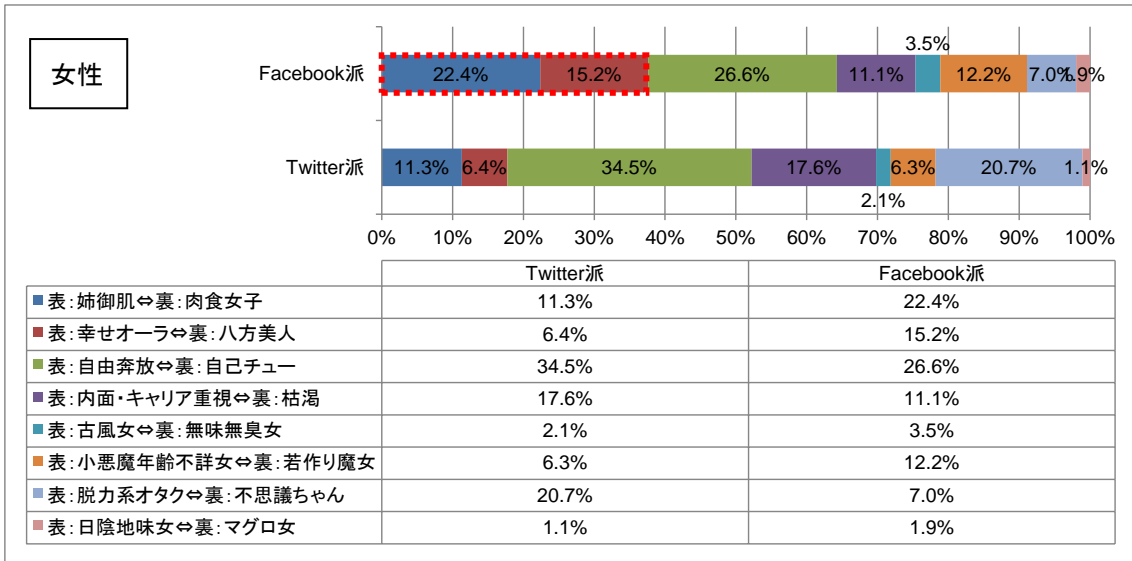
このようにリアルな生活が充実していそうな人々は、リアルな人間関係が反映される Facebook を心地よく利用していると推測される。「表の顔は脱力系オタクだけど裏の顔は不思議ちゃんな女」のようにリアルな世界で仲間を見つけにくい人々は、興味関心でつながれる Twitter に居場所を見つけているのかもしれない。



[図 3 : 男性]



(「表の顔は熱血リーダーだけど裏の顔は暑苦しい男」のイメージ)



[図 4 : 女性]

【3】診断結果をソーシャルメディアに投稿する割合

自分の診断結果を Facebook や Twitter に投稿する割合(シェア率)を分析したところ、「表の顔は真面目だけど裏の顔は古臭い男」「表の顔は姉御肌だけど裏の顔は肉食女子」などはシェア率が高かった。一方、「表の顔はファッションリーダーだけど裏の顔は上っ面男」「表の顔は熱血リーダーだけど裏の顔は暑苦しい男」などは、シェア率が低かった。

[表 1]

ファッションリーダーや熱血リーダーは、姉御肌な肉食女子に対抗できる貴重な男性と考えられるが、上っ面や暑苦しいといった負の側面がさらされることに抵抗があるようだ。

[表 1] 診断結果のシェア率

ベスト 3	1 位	表:真面目⇔裏:古臭い(男性)
	2 位	表:姉御肌⇔裏:肉食女子(女性)
	3 位	表:脱力系オタク⇔裏:不思議ちゃん(女性)
ワースト 3	1 位	表:ファッションリーダー⇔裏:上っ面男(男性)
	2 位	表:熱血リーダー⇔裏:暑苦しい(男性)
	3 位	表:繊細⇔裏:無気力(男性)