

報道関係各位

 2025年10月16日
 株式会社クロス・マーケティング

性格診断は「会話のきっかけ」や「長所の発見」に 人から聞かれても「抵抗はない」が7割

–性格診断に関する調査（2025年）–

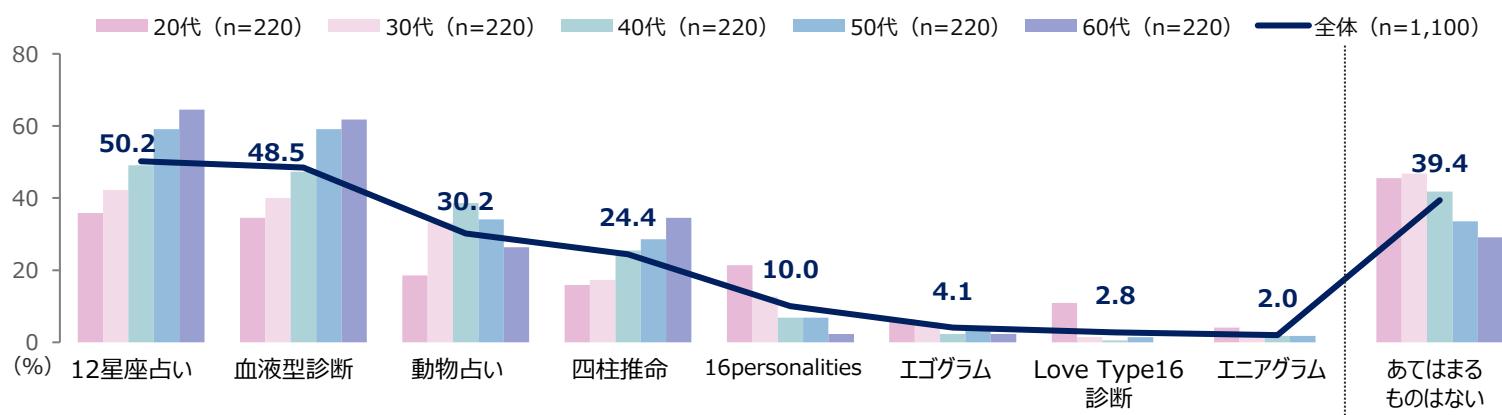
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「性格診断に関する調査（2025年）」を実施しました。近年、性格診断は手軽なエンターテインメントとしてだけでなく、自己理解を深めるツールとして広く注目されています。特にSNS上では様々な性格診断が共有され、話題となっています。今回は、性格診断の認知度、診断結果と自分の性格の一致度、診断結果を人に聞かれることに対する抵抗感、性格診断の良いところ・良くないところについて聴取しました。

◆調査結果の続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20251016personalitytest>

■調査結果

- ✓ **性格診断を8種類呈示し認知度を聴取したところ、「12星座占い」が最も高く50.2%、次いで「血液型診断」が48.5%、「動物占い」が30.2%。**
 「12星座占い」「血液型診断」「四柱推命」は年代が上がるほど認知率も高まる。20代は「16personalities」「Love Type16診断」が高い。<図1>
- ✓ **診断結果と自分の性格は、53.1%が「一致している」と認識。**
 20～40代は「一致している」が高く、特に20代は7割に近い。対して50代・60代は半数以上が「一致していない」と回答。<図2>
- ✓ **血液型・性格診断の結果を人に聞かれることについて、ともに「抵抗なし」が約7割で大きな差はみられなかった。**
 どちらも男性20代・30代は「抵抗がある」が高い。一方、女性20代・30代は「まったく抵抗はない」が2～3割と他年代に比べ高く、若年層でも男女によって抵抗感に差がみられた。<図3>
- ✓ **性格診断の良いところは「会話のきっかけやネタになる」「自分の長所が分かる、自己分析できる」がTOP2。**
 「自分の長所が分かる、自己分析できる」「新しい自分の一面を発見できる」は女性で高い。男性20代は「新しい自分の一面を発見できる」「人間関係の改善につながる」が他に比べ高い。女性30代は全体的に高い項目が多く、性格診断を好意的にとらえている。<図4>
- ✓ **性格診断の良くないところは「性格を決めつけられるのが嫌だと思う」が約5割と突出。**
 男性60代は「性格を決めつけられるのが嫌だと思う」が6割と高い。男性20代は「苦手な相手と同じ性格タイプ・結果だったら嫌だと思う」「相性で人間関係を判断される、距離をとられる」「結果と理想がかけ離れている」など、ネガティブに感じていることが多い。<図5>

<図1> 各性格診断の認知度（複数回答）



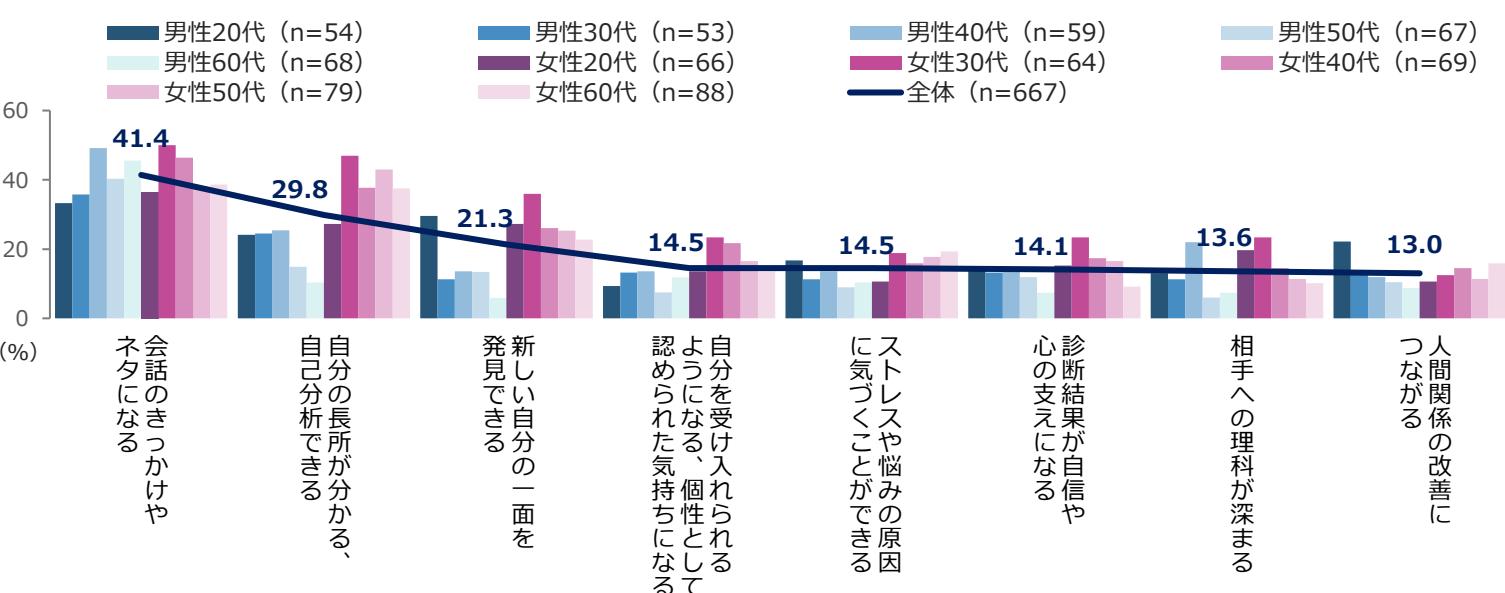
<図2> 性格診断の結果と自分の性格との一致度（単一回答）※性格診断認知者・性格診断経験者ベース

n=	一致している		一致していない		一致している 計	一致していない 計
	かなり一致 している	一致している	あまり一致 していない	まったく一致 していない		
全体 (497)	4.0	49.1	41.9	5.0	53.1	46.9
20代 (102)	7.8	59.8	27.5	4.9	67.6	32.4
30代 (97)	7.2	43.3	46.4	3.1	50.5	49.5
40代 (93)	3.2	55.9	34.4	6.5	59.1	40.9
50代 (98)	1.0	46.9	44.9	7.1	48.0	52.0
60代 (107)	0.9	40.2	55.1	3.7	41.1	58.9 (%)

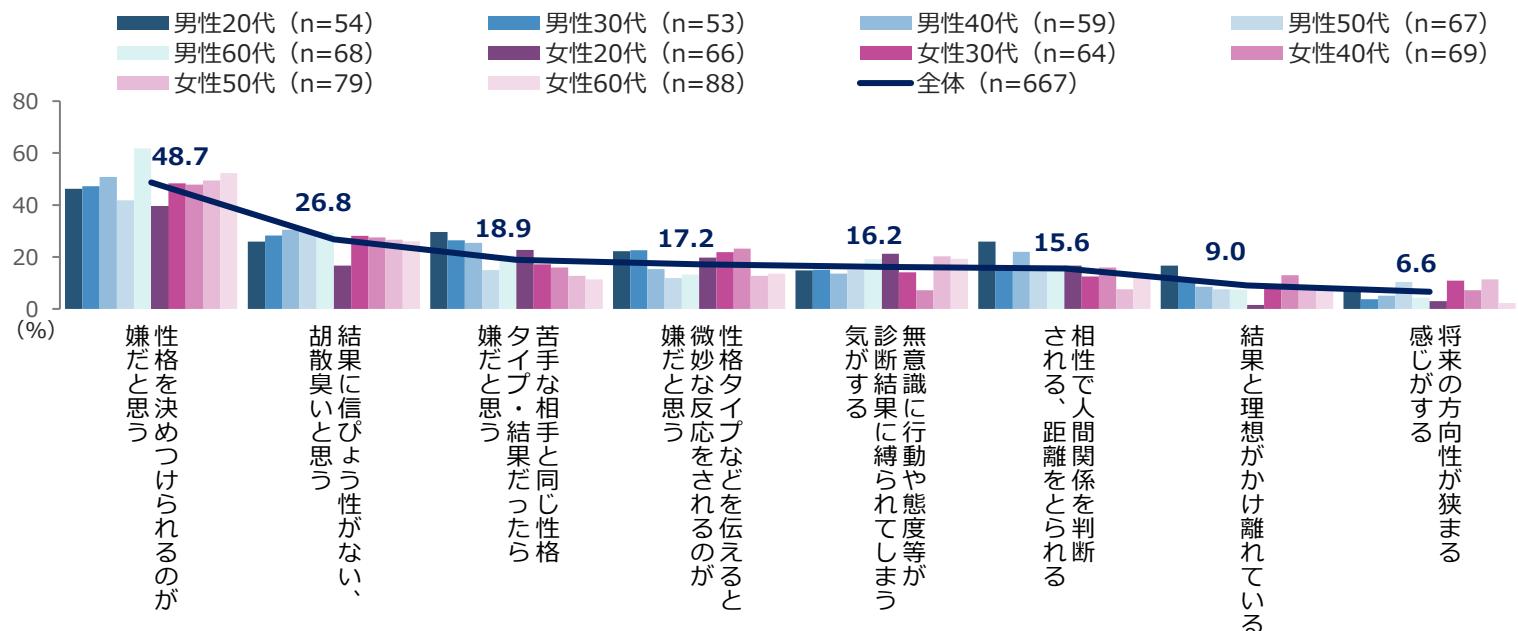
<図3> 診断結果を聞かれることに対する抵抗感（各単一回答）※性格診断認知者ベース

n=	▼血液型（診断）				▼性格診断の結果							
	強い抵抗 がある	やや抵抗 がある	あまり抵抗 はない	まったく抵抗 はない	抵抗 あり計	抵抗 なし計	強い抵抗 がある	やや抵抗 がある	あまり抵抗 はない	まったく抵抗 はない	抵抗 あり計	抵抗 なし計
全体 (667)	7.3	20.7	51.6	20.4	28.0	72.0	6.3	23.4	53.8	16.5	29.7	70.3
20代 (54)	11.1	24.1	46.3	18.5	35.2	64.8	7.4	29.6	44.4	18.5	37.0	63.0
30代 (53)	17.0	28.3	35.8	18.9	45.3	54.7	15.1	26.4	47.2	11.3	41.5	58.5
40代 (59)	3.4	23.7	49.2	23.7	27.1	72.9	5.1	22.0	54.2	18.6	27.1	72.9
50代 (67)	6.0	16.4	59.7	17.9	22.4	77.6	4.5	26.9	53.7	14.9	31.3	68.7
60代 (68)	7.4	20.6	51.5	20.6	27.9	72.1	5.9	22.1	55.9	16.2	27.9	72.1
女性												
20代 (66)	4.5	15.2	48.5	31.8	19.7	80.3	4.5	15.2	50.0	30.3	19.7	80.3
30代 (64)	4.7	20.3	46.9	28.1	25.0	75.0	1.6	26.6	51.6	20.3	28.1	71.9
40代 (69)	2.9	17.4	60.9	18.8	20.3	79.7	2.9	24.6	58.0	14.5	27.5	72.5
50代 (79)	7.6	19	58.2	15.2	26.6	73.4	8.9	16.5	63.3	11.4	25.3	74.7
60代 (88)	10.2	23.9	52.3	13.6	34.1	65.9	8.0	26.1	54.5	11.4	34.1	65.9

<図4> 性格診断の良いところTOP8（複数回答）※性格診断認知者ベース



<図5> 性格診断の良くないところ TOP8 (複数回答) ※性格診断認知者ベース



■調査項目

- 属性設問
- 各性格診断の認知度
- 性格診断の結果と自分の性格との一致度
- 性格診断の結果を聞かれることについての抵抗感
- 性格診断の良いところ
- 性格診断の良くないところ

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20251016personalitytest>

■調査概要

- 調査手法 : インターネットリサーチ (クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用)
 調査地域 : 全国47都道府県
 調査対象 : 20~69歳の男女
 調査期間 : 2025年10月10日 (金) ~11日 (土)
 有効回答数 : 本調査1,100サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

- 会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルテーション

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275

E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

«引用・転載時のクレジット表記のお願い»

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

〈例〉「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると…」