

研究班番号【18】  
**MBTI診断流行の背景**  
～人はなぜ自分を位置づけたがるのか～

家庭班:石橋 くるみ、林 ころこ、小戎 裕大

## Abstract

This study aims to explore why the MBTI personality test is especially popular among many psychological tests. A survey was conducted with 100 high school students, divided into two groups: those who like personality tests and those who do not. Both groups answered questions about their personality and relationships. The results showed that people who like personality tests are more interested in social media and human relationships compared to those who don't. They also care more about how they are seen by others and about their social role. In particular, they tend to talk more with others and interact more on social media. This suggests that in today's information-rich society, where social media is common, personality tests like MBTI help people feel more secure by giving them a clear sense of identity. This may be one reason for their popularity.

## 要約

本研究は、多くの心理テストの中でも特にMBTI診断が流行している理由を探ることを目的とし、高校生を対象に2回のアンケート調査を実施。結果、心理テストを好む人は、SNSや対人関係に関心が高く、自分の位置づけや人からの評価に対して敏感であることがわかった。また、自己の相対的な位置を気にする傾向があり、対人関係に関する質問の多いMBTI診断流行の背景だと考えられる。よって、情報過多の社会やSNSの普及により、自分のキャラクターを容易に確立できるMBTI診断が人々に安心感を与え、流行の一因となっていると結論付けられる。

## 1. はじめに

MBTI診断とは全93問の質問に回答すると、自身の性格が16タイプのいずれかに分類される性格診断である。MBTI診断は国際規格に基づいて、世界45カ国以上で広く活用されている。その応用範囲は教育、カウンセリング、職業適性の評価、人事管理、リーダーシップ開発など多岐にわたる。私達はインターネット上に多くの心理テストがある中でなぜMBTI診断が話題に多く上がるほど流行しているのかと疑問を持った。そこで、実際にMBTI診断の質問に回答しながらその内容を分析し傾向をつかみ、MBTI診断流行の本質について研究を行った。

## 2. 研究手法

高津高校2年生100人を対象にアンケート調査を実施。

### 《実験1》

- 1.心理テストを好む人と好まない人の割合を調査。以下好む人をA、好まない人をBとする。
- 2.AとBで対人関係とSNSに対する考え方に違いがあるのかを調査するために、下記の6問の質問を用意。選択肢は、当てはまる・どちらでもない・当てはまらないの3つ。  
「①.人によって態度を変えてしまいがちだ」  
「②.キャラクターを演じている自分がある」  
「③.グループに所属している自分がある」  
「④.人付き合いを必要以上に広げてしまう」  
「⑤.感情を隠してしまいがちだ」  
「⑥.SNS上の関係を気にすることがある」

### 《実験2》

友達との普段の会話内容を調査。選択肢は、ゲームの話・勉強の話・SNSの話・対人関係について  
の話・その他(記述)を用意した。(複数回答可能)。

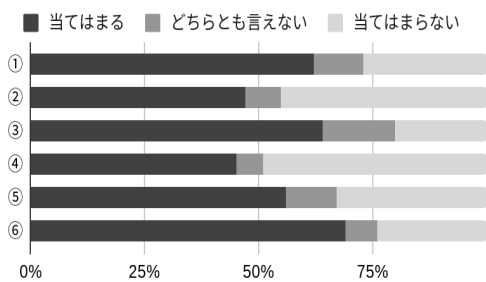
### 《追実験》

性格診断をすることで、①「性格診断を行うことによりどんな結果を求めているのか」、また②「MBTI診断で何を得られたのか」を調査。選択肢は2問共に、自分の性格・人との相性・人からどう見られているか・自分の興味関心・パターン化された性格・性格の善し悪し・その他を用意。

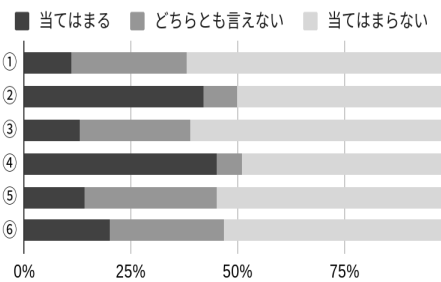
## 3. 結果

《実験1》100人中心理テストを好むと答えたのは68人、好まないと答えたのは30人。  
また好む人と好まない人とは②・④以外の質問で対照的な結果が得られた。

グラフA(心理テストを好む):68人



グラフB(心理テストを好まない):30人



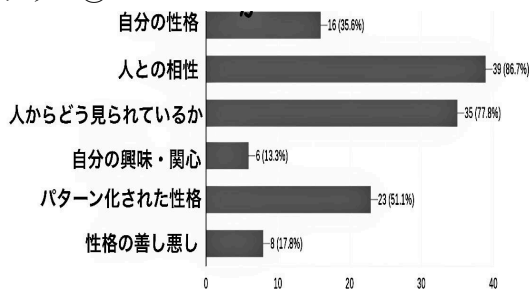
### 《実験2》

A、B共に「SNS」「対人関係」の回答数が大半を占めた。AはBと比べて圧倒的に「SNS」の回答数が多い。また、両者共に「対人関係」の回答数が最も多い。

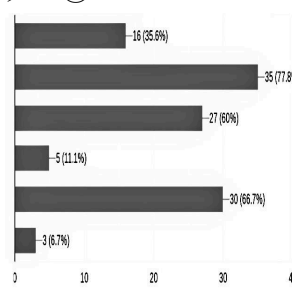
	「SNS」	「対人関係」
A	85%	79%
B	37%	65%

### 《追実験》

グラフ①



グラフ②



グラフの外形が酷似し、性格診断に求める結果とMBTI診断で得た結果が一致した。

## 4. 考察

性格診断を好む者は態度を変えがち、感情を隠してしまいがちということから、人からどう見られているのかを気にしていると考えられる。また、「社会的参照」という他者の行動や意見、感情などを元に、自身の判断や行動を決定する本能的なプロセスも要因だと考えられる。このことから、性格診断や心理テストによって対人関係における自分の絶対的位置ではなく相対的位置を確定して安心感を得たいということが言える。また、性格診断を好む人とSNSの関係はSNS上の関係を気にするかどうかの質問と会話の内容についての質問から分析することができた。好む人も好まない人も両者ともに対人関

係についての会話が最も多く、大半を占めていることから性格診断の好き嫌いは普段の会話内容に関する対人関係にはほとんど影響しないと言える。しかし、性格診断が好きな人の中でSNS上の関係を気にすると答えた人は59%。好きでない人の中で当てはまると答えた人は18%で、会話内容も前者は84%、後者は36%とかなり対照的になっており、SNSを気にする人が性格診断を好む傾向があるのは明らかである。これは今の社会で即時性があるSNSが広く普及し、対人関係もSNSで築かれる現代だからこその傾向だと考える。そしてそれが性格診断を好むようになる要因として、写真や動画をすぐに投稿できることで交友関係が可視化されるということが考えられる。

## 5. 結論

SNSやインターネットが日常生活に必須となっている現在、様々な情報が溢れている。そんな中で、自分がどのような人間なのかを知り、自分のキャラクターを容易に決めつけられる性格診断は人々に安心感を与えると考えられる。そしてその背景にはSNSが大きく影響しており、またそれが情報を増やす要因にもなっているのだろう。自分の特徴や性格を知ることが大切だが、人間がたった16タイプに分けることは不可能である。このような不安定な世の中であっても、性格診断に囚われずに自分と向き合い、時間をかけて自分を知ることが求められているのではないだろうか。また、実験2より、会話の内容を聞く質問で「対人関係」と回答した人がAB共に最も多く割合も近いことから、性格診断を好む好まないに関係なく対人関係を気にしているといえる。しかし、実験1での対人関係に関する質問(特に①③⑤⑥)では対照的な結果が得られたため、AB両者の会話の間には、カテゴリーは対人関係であっても内容には違いがあると考えられる。

## 6. 参考文献ならびに参考Webページ

高橋純著(2024.12.9)『心理テストの臨床的意義とその限界』(<https://cir.nii.ac.jp/crid/1571417127133815680>)  
高津77期(2024)「MBTI診断は信用できるのか～有効な関係から考える～」