




絵馬にみる日本人のこころ研究会

# 恋愛絵馬に見るニーズ分析 続編 ～隠れていた!?!「予防ニーズ」～


- 要旨 絵馬研究の消費者理解における意義  
はじめに 昨年の研究結果の振り返り  
本論① 絵馬収集手順の見直し(検討中)  
本論② 今年度発見したこと  
本論③ 恋愛絵馬での考察  
本論④ 今年度見出した仮説  
本論⑤ 今後の課題と展望

# 要旨 絵馬研究の消費者理解における意義




## 着眼点

絵馬には、日本人の“本音”と“建前”が集積されている。なぜなら、人は神前ではうそはつかないはずだからである。




## 研究題材として

絵馬は、日本人の生活上のニーズが多種多彩に書かれた貴重な情報源である。



## 意義

絵馬から洞察できる生活者ニーズを明らかにすることは、世間一般の製品・サービス開発にとって有意義な示唆を多く得られるであろう。



## 市創研にとって

市創研が目的とする、成功率の向上に貢献しうる。

### ■2016年絵馬研メンバー

井上善仁( (株)ドコモ・インサイトマーケティング)、鎌田里美(日本生活協同組合連合会)、高橋正和( (株)バスクリン)、荒木乃亜(アーティストマネジメント)、加藤寛之( (株)エルビー)他

# はじめに. 昨年の振り返り

2

恋愛における  
4つのDOニーズ

## 「恋愛絵馬には予防ニーズが少ない」

恋愛絵馬には、「維持」「向上」が多い傾向が見られた。「予防」は116枚中1枚のみと少ない。

恋愛における  
予防ニーズとは

「予防」とは、「自分が悪くなることを防ぎたい」というニーズ  
恋愛における予防ニーズは、

自分が相手を嫌いにならないようにしたい。  
自分が相手に傷つけられたくない。

というもの。

### ■理由

恋愛の絵馬において、「予防」ニーズが発生するのは、相手の感情が悪化した時に限られる。また、恋愛関係の悪化は、自分ひとりでは防ぎようがないことから予防ニーズとして発生しにくい。

＜例＞彼に浮気されたくないと思っても、自分だけでは防ぎようがない。  
→予防的な気持ち（例：彼が浮気しませんように）はあるけれど、絵馬には「彼とうまいきますように」と、ポジティブ変換している。

### ■気づき

恋愛に限ると予防よりも「維持」「向上」の方が幸福追求ニーズ（上位ニーズ）に近づくとも本能的に分かっているので、そう書くのではないか。

＜例：幸福追求ニーズの『～らりたい』ニーズ＞  
「認められる人生を送りたい」「愛されて生きる人生を送りたい」

なぜ「予防」が  
少ないのか考察

# 1. 絵馬の収集の手順の見直し(検討中)



## ■ 情報セキュリティ

絵馬を撮影した写真をクラウド上で保管することの流出した際のリスク  
→ 撮影した絵馬の中には、「氏名」「住所」など個人情報が書かれているものがある

## ■ 風評被害

絵馬によっては、神社が特定されるため、神社に迷惑をかけるリスク

## ■ 変更

スマートフォンの音声認識アプリを活用し、テキスト情報として収集することでリスクの軽減を図る。



### iPhoneの場合

「Dragon Dictation」アプリを使用

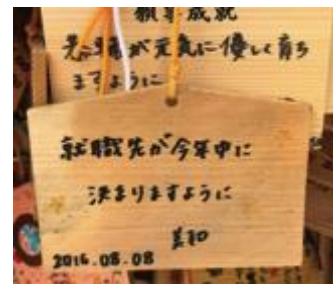


### ○ 手順


① アプリを起動して、iPhoneに話しかけるだけで



② テキストデータとして記録できる



## 2. 今年発見したこと




気づき①

恋愛絵馬には、「いつまでに」と期限を示した願掛けが書かれているものとなないものがある。

事例)

～今年、生涯を共に出来る人と出逢えますように、お願いします

今年中にすてきな結婚して幸福な家庭をきづけますように。元気な子供を産めますように




気づき②

恋愛絵馬には、「誰と」と対象の相手を示した願掛けが書かれているものとなないものがある。

事例)

〇〇ちゃんと何事もなくお互い健康で幸せな結婚ができますように

△△くんとずっと一緒にいれますように 素敵な未来が訪れますように



発見

4分類では向上ニーズ。敢えて「期限」や「相手」を具体的に示すのは何かしらの理由があるはず。

(考える理由)

- ・未充足度が高い
- ・過去の経験から教訓を得ている
- ・緊急性が強い
- ・不安や恐怖が強い など

### 3.恋愛絵馬での考察①



恋愛における  
「向上」「予防」ニーズ

「向上」と「予防」は表裏の関係である。  
 向上ニーズの度合いが強くなるほど、予防ニーズも強くなる。  
 予防は向上の手段になりえるが、予防の目的は向上ではない。  
 すべてのD<sub>0</sub>ニーズの目的は、「アンバランス感情の解消」であるが、  
 「予防したい」というニーズを満たすための手段はさらに「予防する」  
 ことである。

<考察>

恋愛絵馬においては、

- ①向上ニーズの陰に予防ニーズが隠れているパターン
- ②予防ニーズを向上表現で隠しているパターン                      が見られる。

“絵馬を書く”という行動によって、両者とも裏に潜む、または隠している「予防ニーズ」を満たそうとしている。



相手の存在、対象の有無が示唆するもの

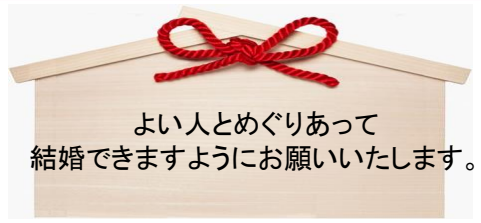
表現内容	本音	建前	表現されているニーズ	昨年
具体的な事象(相手、時期等)が含まれる	向上	—	本音	向上
あいまいな表現にとどまる	予防	向上	建前	向上

# 3.恋愛絵馬での考察②

ニーズが具体的な人(時期、相手あり)とあいまいな人の絵馬の書き方の違い

具体的な願掛け

あいまいな願掛け



素敵な未来が訪れる ③

(幸せになりたい) ①

ずっと一緒にいたい ②

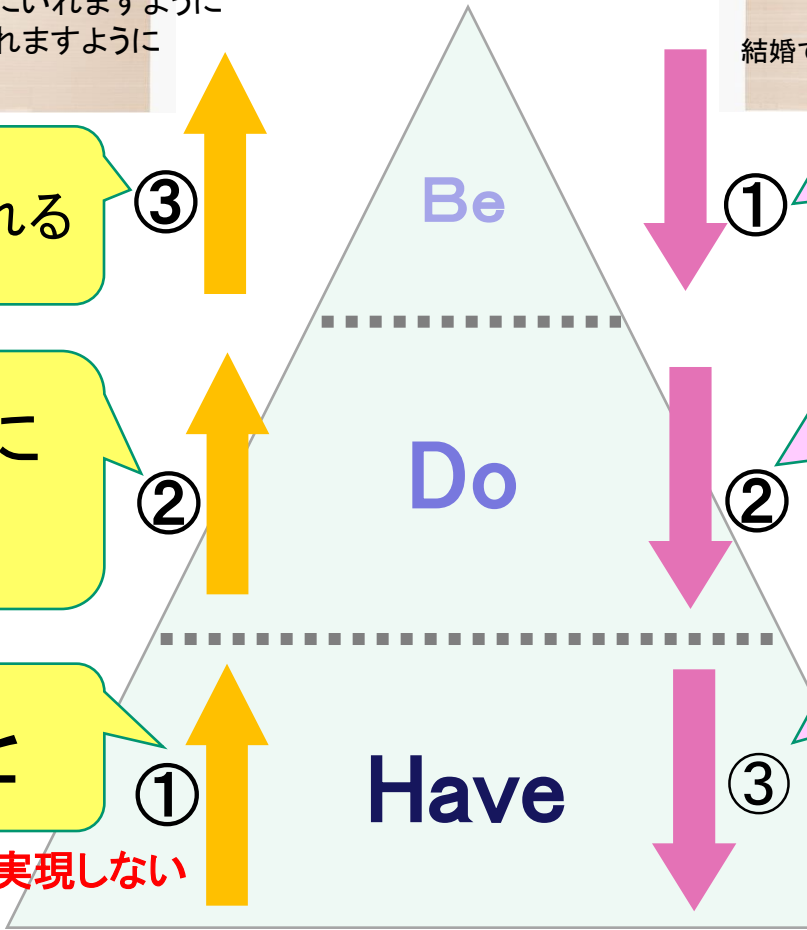
めぐり合って結婚したい ②

△△くんと ①

よい人と ③

△△くんとでないとなんか幸せが実現しない (限定的)

幸せになれば誰でもよい。(移ろいやすい、代替手段多数)



## 4.今年度見出した仮説

### 4.今年度見出した仮説

予防が少ないのではなく、直接的表現にはしないだけで隠されているのではないか。

今年中にすてきな結婚して幸福な家庭をきづけますように。  
元気な子供を産めますように。 熊本阿蘇

表現(建前):今年中に結婚したい早く子供を産みたい<向上ニーズ>

内心(本音):結婚できないかもしれない恐怖心を抱えて生きることを回避したい<予防ニーズ>

➡ **向上表現に言い換えている。**

幸せを感じられる人と素敵な結婚ができますように 熊本阿蘇

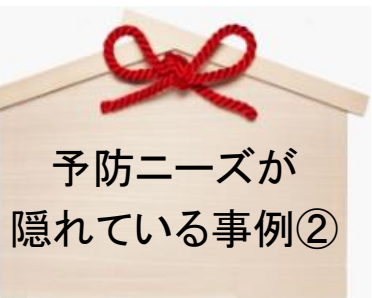
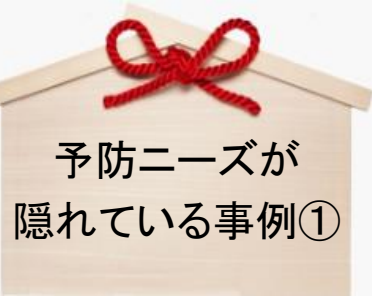
表現(建前):「幸せを感じられる人」と出会い、その人と結婚がしたい<向上ニーズ>

内心(本音):今までと同じように「幸せを感じられる人」との出会いがなかったり、あるいは、過去に付き合ってはみたものの「幸せを感じられなかった」経験があったりして、“幸せを感じられない”まま生活を過ごすことを回避したい<予防ニーズ>

➡ **向上表現に言い換えている。**

漠とした「不安」よりも具体的な「不安」を抱く場合は、その「不安」を自覚していることにより、「不安」をぬぐいたくてもぬぐえない、というアンバランス感情を抱く。その解決法として「自認したくない」という心理が働いて、「“不安”状態から脱出できた“安心”状態へ置き換えたい」という行動をもたらす。

だから、具体的な行動を自ら表現することができて、向上ニーズとして表装してくる





## 4.今年度見出した仮説をうけての展望

予防ニーズが隠されているとの仮説が正しければ、  
特定の法則性を発見できるはず。

それが**製品・サービス開発に活用できる知見となるのではないか。**

汎用性例：入浴剤 入浴剤を使うことで、・・・したい。



### ①具体的な表現の場合

この入浴剤を使うことで、(今よりも)痩せたい。「向上ニーズ」

法則性①

因果関係がhave→Doの場合は、具体的な目的が定まっ  
ており、強いニーズである場合が多い。

### ②あいまいな表現の場合

どうせ使うなら、からだに良さそうな入浴剤を使いたい。「向上ニーズ」

法則性②

Haveは決まっているが、目的は定まっていない場合は、  
予防ニーズが隠れていて、それを満たそうとする場合が多い。

表装化している表現・・・どうせ使うなら、からだにも良さそうな入浴剤を使いたい。

**予防ニーズ(本音)** 痩せるよりも、変な入浴剤で肌荒れや湿疹が出る方が  
嫌だから、からだ(素肌)に良さそうな入浴剤を使いたい。

# 5. 今後の取り組み

## 今年度の課題

- ①活動メンバーの確保と研究会の開催頻度の増加
- ②恋愛絵馬以外のカテゴリーに未着手
- ③継続的な絵馬収集活動の停滞

## 来年度の活動

- ①活動メンバーの確保
- ②原則、月1回研究会開催および合宿(5月)を実施
- ③2-3月に音声入力による絵馬情報収集の実施
- ④来年、市創研において「健康カテゴリー」の研究成果についても発表

1-3月	4-6月	7-9月	10-12月
絵馬収集	絵馬収集 合宿(5月)	絵馬収集	絵馬分析 市創研(11月末) 忘年会
恋愛絵馬分析 活動メンバー勧誘	健康絵馬分析 恋愛絵馬分析	健康絵馬分析 恋愛絵馬分析 市創研準備	健康絵馬分析 恋愛絵馬分析

## 6.おまけ

こんな思いをもちながら、マーケティングを実践していませんか？



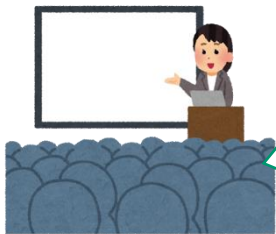
〇〇部長は、定量調査の結果を見せても、結局納得してくれないんだよな…

トイレタリーメーカー勤務



社長、熱弁してたな(汗) 業務命令だから仕方ないけど、このアイデア、売れる可能性あるのかいな…

食品メーカー勤務



どの商品開発セミナー受けても、似たような話だし、本質を捉えられる方法ないのかな…

化粧品メーカー勤務



まいったな…今月も売上未達だ。売れない商品をいくつ作っても、そりゃ厳しいよ、とほほ…

飲料メーカー勤務

- 絵馬研なら、①梅澤理論を直伝してくれる  
②異業種マーケターが集うことで刺激し合う  
③議論の成熟が、必ず本業への自信や糧になる

一度、絵馬研の研究に参加してみませんか？